



# Cách giành thị phần trong thị trường B2B



Thương mại B2B là một thị trường rộng lớn và màu mỡ. Để sẵn sàng trước khi bắt đầu triển khai các kế hoạch và tránh được những tổn thất không đáng có, doanh nghiệp cần có một sự chuẩn bị kỹ càng. Các chính sách vận chuyển và hậu cần đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc xây dựng một doanh nghiệp B2B thành công. Với các công nghệ hiện đại trong tầm tay, các doanh nghiệp hiện nay có thể dễ dàng đạt được thành công. Hãy cùng tìm hiểu cách thúc đẩy lợi nhuận từ các phương pháp vận chuyển với các mẹo dưới đây.

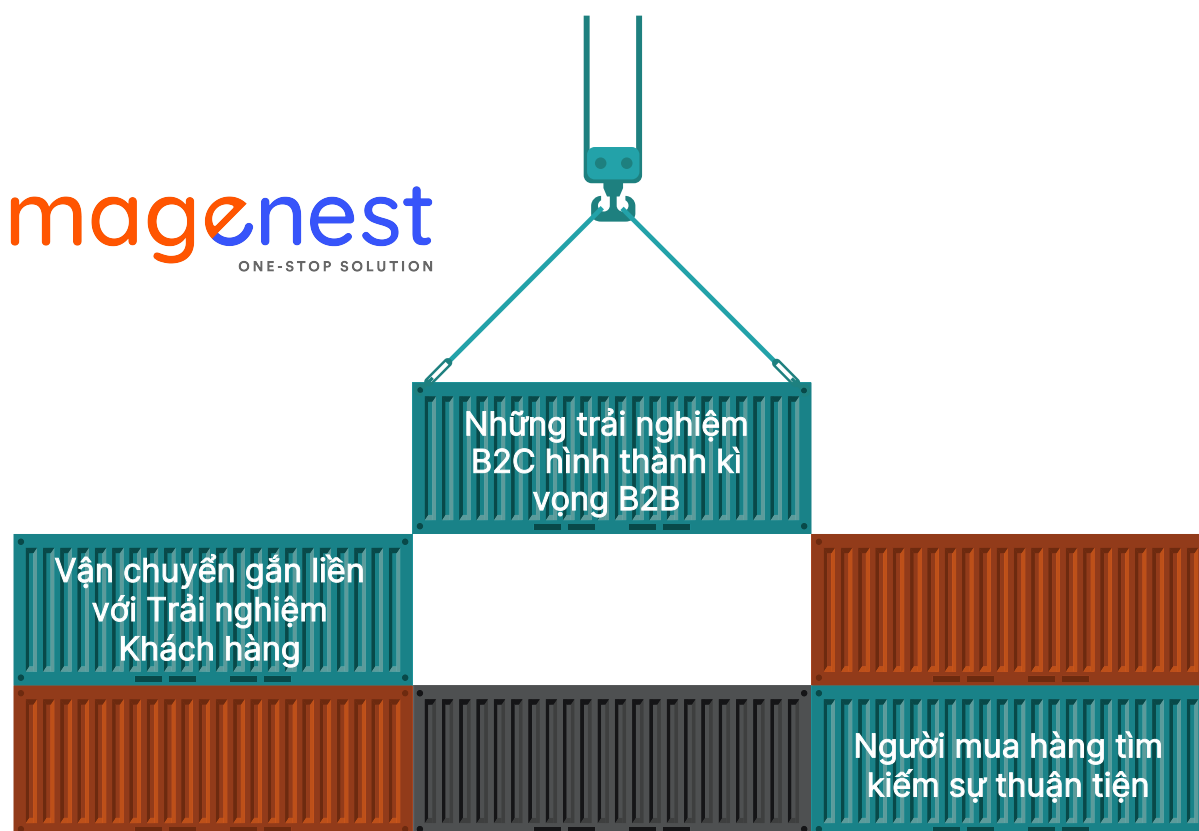
## Kết hợp tính năng B2C vào hoạt động kinh doanh B2B

Các doanh nghiệp B2C đang thúc đẩy trải nghiệm của khách hàng, tuy nhiên các doanh nghiệp B2B truyền thống đang thường vô tình bỏ qua điều này. Kết hợp và điều chỉnh các tính năng B2C vào công việc kinh doanh B2B sẽ mang lại cho bạn lợi thế cạnh tranh trước các đối thủ cùng ngành.

Báo cáo Tình hình Vận chuyển Thương mại năm 2017 của Temando (Temando's 2017 State of Shipping in Commerce) đã khảo sát 1080 nhà bán lẻ và 5161 người mua sắm trực tuyến ở Hoa Kỳ, Úc, Vương quốc Anh và Pháp. Dữ liệu cho thấy những vấn đề liên quan đến vận chuyển đã khiến khoảng 60% người mua sắm từ bỏ giỏ hàng của họ. Nhiều nhà bán lẻ cũng thừa nhận rằng những thách thức chính của họ bao gồm việc tăng chi phí vận chuyển, tự động hóa vận chuyển và logistics hay khả năng tương thích – các vấn đề ảnh hưởng ít nhiều đến doanh nghiệp B2B. Để giúp quản lý những thách thức trên, đây là ba xu hướng vận chuyển và logistics phổ biến trong ngành B2C mà các doanh nghiệp B2B nên lưu ý để có thể học hỏi và kết hợp vào các chiến lược tổng thể của họ.

# 1. Trải nghiệm mua hàng cá nhân hình thành kỳ vọng cho khách hàng doanh nghiệp

Các mô hình nhiều loạn thị trường như Amazon Prime đã định hình lại mong muốn của nhiều người mua sắm. Người tiêu dùng giờ đây mong đợi những mặt hàng tốt hơn, chi phí thấp hơn và dịch vụ vận chuyển liền mạch. Tương tự, khách hàng doanh nghiệp thậm chí còn mong đợi nhiều hơn thế; Forrester nhận thấy rằng các nhà sản xuất và bán buôn B2B đang tự khiến bản thân thụt lùi bằng cách dựa vào "các hệ thống cây nhà lá vườn với các quy trình lỗi thời, các kênh bán hàng hạn chế và không cung cấp trải nghiệm mà người mua B2B mong đợi." Bạn không chỉ cạnh tranh về giá cả và khả năng cung ứng, mà bạn còn được kỳ vọng sẽ cung cấp "trải nghiệm sánh ngang với mua sắm trên Alibaba hoặc Amazon". Tập trung cải thiện trải nghiệm khách hàng và doanh nghiệp của bạn sẽ trở nên nổi bật trước các đối thủ.



## 2. Vận chuyển gắn liền với trải nghiệm khách hàng

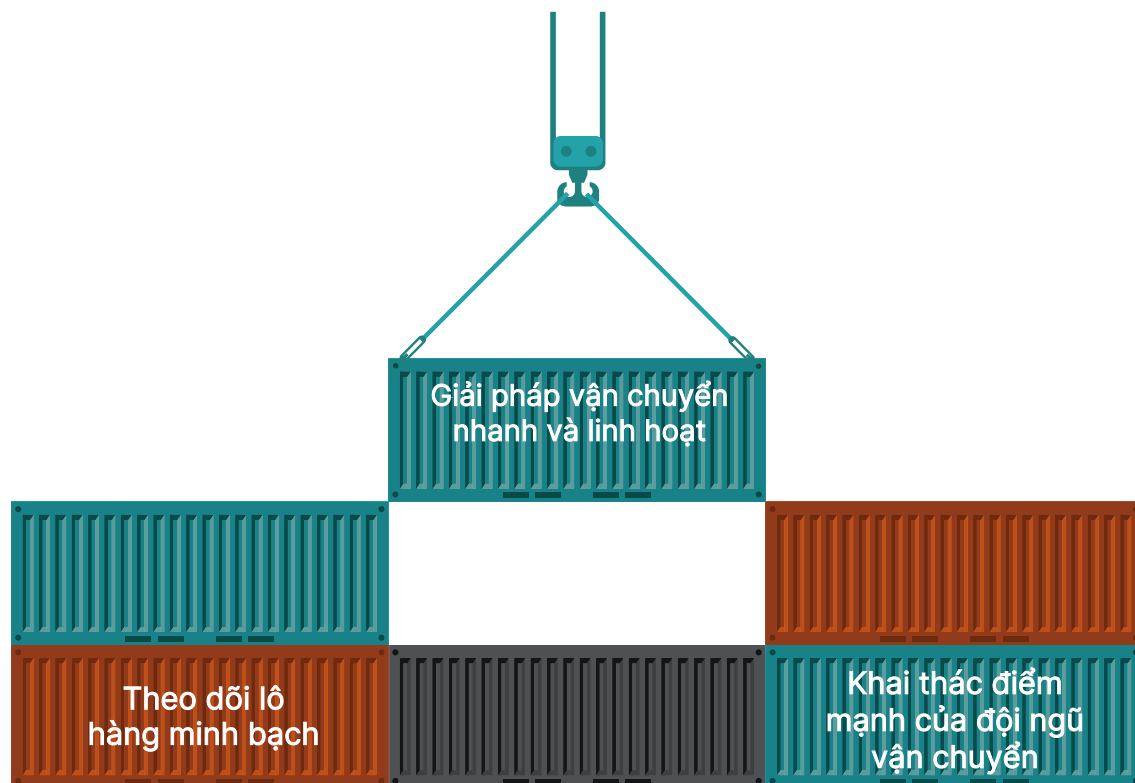
Trong báo cáo của Temando, bạn có thể thấy rằng hầu hết các nhà bán lẻ được khảo sát đều thừa nhận giá trị của vận chuyển trong việc nâng cao trải nghiệm của khách hàng. Gần 40% số nhà bán lẻ cho biết họ đã thấy trải nghiệm khách hàng được cải thiện khi họ cung cấp các tùy chọn vận chuyển tốt hơn. Tuy nhiên, chỉ có dưới một phần ba trong số đó đã lên kế hoạch đầu tư vào việc cải thiện trải nghiệm khách hàng trong 12 tháng tới. Vì sự triển khai chậm chạp này, khách hàng dường như không thể nhận được trải nghiệm vận chuyển mà họ mong muốn. Vì vậy, hơn một phần năm số khách hàng đã từ bỏ giỏ hàng của họ với lý do vận chuyển chậm và các quy trình phức tạp, tốn thời gian. Mặt khác, khoảng 70% người mua sắm sẽ quay lại mua sắm từ người bán cung cấp trải nghiệm vận chuyển tốt. Mang đến trải nghiệm vận chuyển liền mạch chính là chìa khóa thành công cho các doanh nghiệp.

### 3. Người mua sắm hay khách hàng tiềm năng đều tìm kiếm sự tiện lợi

Gần 60% khách hàng trong báo cáo của Temando cho biết họ sẽ mua hàng từ đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp nếu tùy chọn giao hàng họ mong muốn không có sẵn. Việc giới hạn lựa chọn vận chuyển của bạn là một điều vô cùng rủi ro. Hơn nữa, phần lớn người tiêu dùng mua sắm trực tuyến vì sự tiện lợi và sự đa dạng lựa chọn mà nó mang lại. Trên thực tế, con số này đã tăng lên vài phần trăm hàng năm. Vậy làm thế nào để khách hàng B2B không xem xét các lựa chọn thay thế tốt hơn nếu không hài lòng với trải nghiệm hiện tại của họ? Hãy mang đến trải nghiệm tiện lợi nhất và giữ chân khách hàng của bạn.

## Mẹo để thu hút khách hàng B2B

Với các khách hàng doanh nghiệp bận rộn, việc lập kế hoạch là bước quan trọng. Để luôn theo kịp lịch trình, họ phải đảm bảo các lô hàng từ nhiều đối tác được giao một cách an toàn và đúng hạn. Với tư cách là người bán B2B, việc hỗ trợ người mua bằng cách loại bỏ những quy trình rắc rối là một điểm cộng lớn. Theo Báo cáo khảo sát người mua B2B năm 2016 của Demand Gen Report (Demand Gen Report's 2016 B2B Buyer's Survey Report), các khách hàng doanh nghiệp đang ngày càng có xu hướng giới thiệu cho nhau những đối tác mà họ tin cậy. Biến khách hàng doanh nghiệp thành khách hàng trung thành sẽ giúp tạo ra các luồng doanh thu mới cho doanh nghiệp của bạn.



## 1. Giải pháp vận chuyển nhanh và linh hoạt

Đôi khi bạn cần phải xử lý các đơn đặt hàng gấp. Bạn có chuẩn bị sẵn sàng để ứng phó với áp lực gia tăng này? Thay vì làm thất vọng khách hàng, hãy phân phối hàng hóa của bạn ở nhiều kênh khác nhau. Bằng cách phân bố hàng hóa ở nhiều kho, bạn có thể đáp ứng lượng hàng hóa cần cung cấp và vận chuyển trong thời gian ngắn nhất có thể. Phương thức vận chuyển phù hợp sẽ giúp bạn dễ dàng chỉ định lô hàng nào cần được ưu tiên hoặc đơn hàng đó yêu cầu vận chuyển đặc biệt như vận tải nặng. Cách làm này giúp giảm thiểu mọi sự chậm trễ và phụ phí phát sinh trong quá trình vận chuyển.

## 2. Theo dõi lô hàng minh bạch

Các doanh nghiệp phải nhận hàng từ nhiều người bán trong ngày có thể gặp khó khăn trong việc quản lý số lượng lô hàng. Cập nhật thường xuyên về thời điểm dự kiến các lô hàng sẽ chuyển đến, cùng với thông báo trước khi gửi hàng (ASN) sẽ thể hiện sự quan tâm của bạn dành cho khách hàng. Hơn một nửa (53%) người mua B2B nói rằng “dịch vụ khách hàng và dịch vụ hỗ trợ sau mua hàng tuyệt vời” là những yếu tố quyết định lòng trung thành với nhà cung cấp. Các doanh nghiệp có khả năng quản lý vận chuyển với các tùy chọn như đặt trước và theo dõi thời gian thực sẽ nổi bật trong mắt khách hàng.

### 3. Khai thác điểm mạnh của đội ngũ vận chuyển

Các hãng vận chuyển khác nhau có thế mạnh về các loại dịch vụ giao hàng khác nhau. Việc khai thác những điểm mạnh này sẽ tăng thêm doanh thu và hợp lý hóa hoạt động của bạn. Hãy sử dụng một nền tảng với nhiều lựa chọn vận chuyển, tự động lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ dựa trên các quy tắc và đẩy nhanh tốc độ hoàn thành đơn hàng, rút ngắn thời gian giao hàng và giảm chi phí liên quan đến nhà cung cấp dịch vụ. Nhờ đó, bạn có thể phân bổ tài nguyên vào các mảng quan trọng khác của doanh nghiệp như R&D và marketing.

Một nghiên cứu năm 2016 của McKinsey&Company cho thấy điểm số trải nghiệm khách hàng B2B thấp hơn B2C tới 50%. Khoảng cách đó sẽ càng rõ rệt hơn khi xu hướng số hóa người tiêu dùng diễn ra. Điều đáng khích lệ là các công ty B2B đang dần nhận ra lợi ích của việc lấy khách hàng làm trung tâm. Những doanh nghiệp đã áp dụng chiến lược này cho biết, “điểm hài lòng của khách hàng đã tăng lên đáng kể, chi phí phục vụ giảm từ 10 đến 20%, trong khi doanh thu tăng trưởng từ 10 đến 15% và mức độ hài lòng của nhân viên cũng được cải thiện.” Khi ranh giới giữa B2C và B2B trở nên mờ nhạt, rõ ràng là chỉ những gì cải tiến nhất mới có thể tồn tại và phát triển. Quan tâm đến trải nghiệm của khách hàng sẽ giúp bạn phát triển doanh nghiệp B2B của mình nhanh hơn và tiến xa hơn.



# Nguồn

## MAGENTO COMMERCE

Magento Commerce là một giải pháp thương mại linh hoạt, có thể mở rộng với các công cụ tích hợp để quản lý, đo lường và tối ưu mọi khía cạnh của trải nghiệm thương mại.

## MAGENEST

Magenest sử dụng công nghệ để giúp doanh nghiệp giải quyết các vấn đề trong quản lý và vận hành. Chúng tôi kết hợp hoàn hảo sức mạnh của 4 nền tảng Magento, Odoo, Salesforce và AWS trong One-stop Solution – bộ giải pháp công nghệ cho doanh nghiệp toàn diện và duy nhất tại Việt Nam. Chúng tôi giúp doanh nghiệp giải quyết các vấn đề như quản lý bán hàng, quản lý nguồn lực, tạo dựng và duy trì mối quan hệ với khách hàng cũng như lưu trữ và phân tích dữ liệu.

## CONTACT

Phone: +84 96 295 54 86

Address: GP Invest Building, 170 La Thanh Street, Dong Da District, Hanoi.



magenest  
ONE-STOP SOLUTION