

Khởi nghiệp từ Internet

Bí kíp xây dựng một website hiệu quả và sinh lời



MATBAO
Ebook

Lời nói đầu

Internet đang là mảnh đất màu mỡ để phát triển kinh doanh. Nếu có hướng đi và cách thức vận hành đúng đắn, công việc kinh doanh online có thể mang lại lợi nhuận to lớn không thua kém gì so với bán hàng trực tiếp offline.

Chính vì thế Mắt Bão tổng hợp ebook này với mục đích cung cấp những kiến thức giúp bạn kinh doanh online thành công. Ebook được tham khảo từ tác giả Adam Khoo và được chia sẻ hoàn toàn miễn phí.

MỤC LỤC

PHẦN 1	3
GÂY DỰNG VIỆC KINH DOANH SINH LỢI MÀ KHÔNG CẦN NGHỈ LÀM	3
I. Những hiểu lầm về kiếm tiền trên mạng	7
II. Năm yếu tố giúp việc kinh doanh trên mạng tại gia thành công	10
PHẦN 2	13
NHỮNG BƯỚC QUAN TRỌNG ĐỂ KINH DOANH TRÊN MẠNG THÀNH CÔNG	13
Bước 1: Xác định niềm đam mê với công việc	14
Bước 2: Tìm thị trường chuyên biệt	15
Bước 3: Đánh giá đối thủ và tiềm năng lợi nhuận	18
Bước 4: Tạo ra sản phẩm và nguồn thu nhập	19
4 bước căn bản để trở thành nhà tiếp thị liên kết	22
Chiến lược "Ốc mượn hồn"	25
PHẦN 3	26
CÁCH THỨC XÂY DỰNG MỘT TRANG WEB SINH LỢI	26
I. Một số điểm cần lưu ý về cách đặt tên miền	26
II. Tìm nhà cung cấp dịch vụ máy chủ	26
III. Thiết kế và xây dựng trang web	27
IV. Bốn cách xây dựng một trang web chuyên nghiệp trong vòng 1 tuần với giá dưới 500 đô	29
V. Viết lời chào hàng thật độc đáo để thuyết phục khách hàng	31
VI. 8 bước giúp bạn viết quảng cáo dài thành công	36
PHẦN 4	41
LÀM THẾ NÀO ĐỂ THU HÚT ĐƯỢC NGÀY Càng NHIỀU KHÁCH HÀNG TRÊN MẠNG	41
I. Hãy để khách hàng trả tiền bằng thẻ tín dụng và Paypal	41
II. Giải pháp thanh toán trực tuyến trọn gói	42
III. Những mẹo nhỏ giúp khách hàng tự tin mua hàng của bạn	43
IV. Thu hút khách hàng vào trang web của bạn	44

PHẦN 1

Gây dựng việc kinh doanh sinh lợi mà không cần nghỉ làm

Trong khi việc kinh doanh kiểu truyền thống đòi hỏi rất nhiều thời gian, tiền bạc và đối mặt với nhiều rủi ro, kinh doanh trên mạng dễ dàng hơn lại kiếm được lợi nhuận tương đương (thậm chí nhiều hơn).

Thật may, chúng ta đang sống trong thời đại mà việc kinh doanh kiếm được hàng triệu đô trong vòng vài năm ngắn ngủi chưa bao giờ dễ dàng và nhanh chóng đến thế! Các số liệu cho thấy, làm giàu trong thời buổi hiện nay đơn giản hơn 20 năm trước rất nhiều.

Mỗi năm, con số triệu phú và tỉ phú lại tăng lên chóng mặt, những người đã giàu càng giàu thêm. Nhiều tỉ phú và triệu phú có tuổi đời rất trẻ và đến từ mọi tầng lớp xã hội! Đó là nhờ công nghệ thông tin và sự bùng nổ Internet đã góp một phần lớn trong việc san bằng khoảng cách giữa người với người, thuộc mọi thành phần khác nhau. Cách đây khoảng 20-30 năm, khi chúng ta sống trong thời đại công nghiệp, gần như mọi mua bán trao đổi đều liên quan đến sản phẩm vật chất. Để mở một công ty, bạn cần rất nhiều vốn để xây nhà máy, mua nguyên vật liệu, thuê nhân công, thực hiện các công trình nghiên cứu và đợi ít nhất từ 3 đến 5 năm để hòa vốn, rồi mới hy vọng kiếm lời.

Ngày nay, chúng ta sống trong kỷ nguyên công nghệ thông tin mặc dù điều này có thể không tốt cho người làm công (vì bạn có thể bị sa thải bất kỳ lúc nào, nếu sau 40 tuổi bạn không còn đóng góp thêm được gì nữa), nhưng lại là tin tốt nếu bạn muốn trở thành doanh nhân.

Việc kinh doanh ngày nay không cần văn phòng, không cần nhân viên, không cần nguyên vật liệu mà vẫn có thể mang về cả triệu đô! Cái bạn cần là một ý tưởng, sau đó bạn có thể dùng sức mạnh của Internet để đứng trên vai những đại gia mà vươn tới thị trường hàng tỉ đô rộng lớn ngoài kia. Tại sao thế?

Bởi vì sản phẩm hot nhất hiện nay chính là thông tin như kiến thức chuyên ngành, phần mềm và công nghệ, những thứ mua bán nhanh chóng trên mạng! Và bạn có thể dễ dàng kinh doanh loại sản phẩm sinh lợi này bằng cách làm việc bán thời gian ở

nhà, trong khi vẫn giữ chỗ làm trong công ty. Chẳng phải đây chính là thời điểm bạn học cách nắm bắt cơ hội và trở thành doanh nhân hay sao?

Nói tóm lại, tôi muốn làm phép so sánh giữa việc kinh doanh kiểu truyền thống với việc kinh doanh trên mạng. Khi kinh doanh kiểu truyền thống, bạn cần có mặt mọi lúc mọi nơi nhưng khi kinh doanh trên mạng, bạn có thể làm bán thời gian tại nhà (hai đến ba tiếng mỗi ngày). Kinh doanh kiểu truyền thống đòi hỏi vốn ban đầu và chi phí hoạt động rất lớn. Còn chi phí hoạt động kinh doanh trên mạng tương đối rẻ. Kết quả nếu bạn có lỡ kinh doanh trên mạng thất bại, chi phí cũng thấp hơn rất nhiều. Điều này có nghĩa là bạn có thể dễ dàng bắt đầu lại công việc kinh doanh trên mạng với sản phẩm mới dành cho một thị trường chuyên biệt (niche market) khác.

Khi kinh doanh kiểu truyền thống, thị trường của bạn bị giới hạn trong một khu vực hay một quốc gia. Khi kinh doanh trên mạng thị trường của bạn chính là 935 triệu người dùng Internet và con số này vẫn tiếp tục tăng nhanh mỗi năm. Hãy suy nghĩ về điều này! Giả sử bạn có một sản phẩm hay dịch vụ tuyệt vời, chỉ cần chiếm lĩnh được 1% thị trường Internet, bạn sẽ có 9,35 triệu khách hàng. Chỉ cần mỗi khách hàng chi 1 đô cho bạn thì bạn đã có trong tay 9,35 triệu đô rồi! Đây chính là sức mạnh của tính quy mô. Lillian Too, bác sĩ Rajesh Shah, Bert Ingley và những người khác đã tận dụng cách này để làm nên tiền tài sự nghiệp. Chẳng phải đây là lúc bạn nên tự mình khai thác mỏ vàng vô tận này hay sao?

Vẫn chưa hết. Một điểm nữa là khi kinh doanh kiểu truyền thống, đồng tiền bạn kiếm được là nội tệ và bạn phải đợi khách hàng thanh toán trong vòng 30-60 ngày. Với việc kinh doanh trên mạng bạn kiếm tiền bằng đô la Mỹ và bạn nhận tiền từ khách hàng ngay lập tức.

Trong kinh doanh kiểu truyền thống, bạn cần rất nhiều tiền để cạnh tranh trên thương trường vốn khốc liệt chẳng kém gì chiến trường. Bạn cần có văn phòng hoặc nhà máy đồ sộ, hàng trăm nhân viên và phải chi hàng núi tiền cho quảng cáo để tạo ảnh hưởng và chiếm lĩnh thị phần. Trên mạng, bạn chẳng cần là "ông nọ bà kia" và với một ít tiền, bạn vẫn có thể tạo được chỗ đứng riêng. Tại sao?

Bởi vì trên mạng, khách hàng đánh giá bạn qua chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ, tính sáng tạo và khả năng thu phục con tim và khối óc của khách hàng. Họ không biết đằng sau 1 trang web là ai, nên không thể và không cần đánh giá bạn qua diện mạo, tuổi tác, bằng cấp hay tất cả những yếu tố không liên quan đến nhu cầu của họ.

Kinh doanh kiểu truyền thống	Kinh doanh trên mạng
- Chi phí thành lập và hoạt động rất lớn như thuê mặt bằng, trả lương nhân viên, hàng dự trữ, quảng cáo - Thị trường địa phương nhỏ hẹp - Thu tiền bằng nội tệ - Thường mất 30-60 ngày để nhận được tiền từ khách hàng - Cần phải chi rất nhiều tiền để nắm thị phần - Bị đánh giá bởi ngoại hình, tuổi tác, giới tính, v.v... - Tiếp thị một chiều - Chi phí cho thất bại cao - Tiếp thị đại trà - Bị giới hạn bởi giờ làm việc - Đòi hỏi 100% nỗ lực và thời gian	- Không cần nổi tiếng và với một ít tiền, vẫn có thể tạo được chỗ đứng - Được đánh giá bằng chất lượng ý tưởng - Tiếp thị hai chiều và sử dụng đa phương tiện - Chi phí cho thất bại thấp - Tiếp thị trực tiếp tới đúng đối tượng - Cung cấp sản phẩm/dịch vụ 24h/ngày, 7 ngày/tuần và bạn có thể kiếm tiền ngay trong lúc ngủ

Bạn có thấy hào hứng không? Bản thân tôi đã hết sức sung sướng vào lần đầu tiên tôi học được cách kiếm tiền qua mạng. Mặc dù vậy tôi biết trong đầu bạn vẫn nghĩ đến vài chữ "nhưng". Có thể đó cũng chính là nỗi lo lắng, hoài nghi mà tôi đã có khi bắt đầu kinh doanh trên mạng. Tuy nhiên, khi tôi phát hiện ra nhiều người bình thường xung quanh tôi (có người là bạn tôi) kiếm được rất nhiều tiền, thì tôi hiểu việc kinh doanh trên mạng không phải là trào lưu nhất thời, mà là phương tiện hữu hiệu cho bất cứ ai có đủ đam mê, nhiệt huyết và quyết tâm làm giàu. Vậy thì, trước khi chúng

ta học cách biến ý tưởng thành lợi nhuận, hãy để tôi xua tan những hiểu lầm của người đời về việc kinh doanh trên mạng.

I. NHỮNG HIỂU LẦM VỀ KIẾM TIỀN TRÊN MẠNG

Hiểu lầm 1: Kiếm tiền trên mạng chỉ là 1 cơn sốt hoang đường

Trong những năm cuối thập kỷ 90, người ta tin rằng Internet sẽ thay thế tất cả các phương tiện truyền thống như tivi, đài và báo chí, thế là bàn dân thiên hạ ào ào mở kinh doanh trên mạng (đó chính là thời đại dot.com). Những nhà đầu tư háms lòng, nhăm mắt quăng cả triệu đô vào bất cứ công ty nào có đuôi ".com". Nhiều công ty trong số này chỉ là đồ "dỏm", với mô hình kinh doanh nghèo nàn, sản phẩm kém chất lượng và mặc dù không thể kiếm ra một đồng lời, nó vẫn có giá hàng trăm triệu đô chỉ vì cơn sốt "chấm com" này.

Lẽ dĩ nhiên, sau một thời gian cơn sốt qua đi, nhiều nhà đầu tư nhận ra rằng mình đã đổ tiền xuống sông xuống biển, thị trường chứng khoán công nghệ sụp đổ làm tất cả "mất trắng". Từ đó, nhiều người tin rằng việc kinh doanh trên mạng chỉ là trò lừa đảo.

Điều mà phần lớn mọi người không nhận ra là trong khi có những công ty dot.com làm trò ma, vẫn có những công ty thật sự vững mạnh với sản phẩm và dịch vụ tốt, mô hình kinh doanh hoàn hảo đã và đang kiếm được từ hàng ngàn tới hàng triệu đô lợi nhuận.

Một số công ty như Ebay (lợi nhuận 778 triệu đô), Google (lợi nhuận 100 triệu đô), Amazon (lợi nhuận 558 triệu đô) với hàng trăm nhân viên, trong khi một số khác chỉ có một người làm chủ như Bert Ingley (lợi nhuận hơn 137 ngàn đô) và Aaron Ang (lợi nhuận hơn 60 ngàn đô). Còn vô số ví dụ về những người kiếm được hàng trăm ngàn đô một năm nhờ kinh doanh trên mạng.

Hiểu lầm 2: Kinh doanh trên mạng dễ như trở bàn tay

Một trong những lý do khiến nhiều người thất bại trong việc kinh doanh trên mạng là vì họ nghĩ nó dễ như trở bàn tay. Họ tin rằng tất cả những việc phải làm chỉ là dựng lên một trang web, dán vài bức ảnh bắt mắt về sản phẩm, rồi ngồi đó mà đợi hàng triệu người tranh nhau đặt hàng.

Sự thật, chẳng có gì dễ dàng trên đời cả. Việc kiếm tiền bằng kinh doanh trên mạng cũng đòi hỏi thời gian, quyết tâm và nỗ lực. Bạn phải có một kế hoạch kinh doanh tốt, nguồn sản phẩm/dịch vụ giá trị cao để đáp ứng nhu cầu thật sự, tăng tính cạnh tranh của trang web và liên tục thu hút khách hàng qua các phương pháp tiếp thị.

Mặc dù vậy, may mắn ở chỗ là việc mở và điều hành kinh doanh trên mạng khá dễ so với kinh doanh kiểu truyền thống nhờ chi phí thành lập và hoạt động thấp. Bạn cũng không cần thuê nhân viên. Bạn chỉ cần dành ra 3-4 giờ một ngày làm việc tại nhà (so với 20 giờ một ngày khi kinh doanh kiểu truyền thống) mà vẫn có lãi.

Hiểu lầm 3: Kiếm tiền trên mạng rất nhanh chóng

Lại một quan niệm sai lầm khác khiến người ta thất bại khi kinh doanh trên mạng. Nhiều người tưởng rằng họ sẽ kiếm được hàng ngàn đô trong vài tháng mà chỉ phải động đậy mấy đầu ngón tay trên bàn phím! Bởi thế họ vỡ mộng, mất kiên nhẫn rồi bỏ cuộc.

Sự thật, bạn cần thời gian hoàn thiện trang web, thu hút đối tượng khách hàng, tạo dựng mối quan hệ với họ, chỉ có thế họ mới bắt đầu mua hàng của bạn. Ban đầu, bạn có thể chỉ kiếm được số tiền khiêm tốn vài trăm đô một tháng. Khi có nhiều khách hàng hơn! Số tiền mới lớn dần lên vài ngàn đô, vài chục ngàn đô và cuối cùng là vài trăm ngàn đô. Hãy tiếp cận vấn đề theo cách này: nếu bạn kiếm được 500 đô/tháng từ việc kinh doanh trên mạng, ba việc kinh doanh trên mạng sẽ mang lại cho bạn 1500 đô/tháng.

Nếu công việc chính giúp bạn có được 40 ngàn đô/năm, như vậy thu nhập của bạn đã tăng lên 40%!

Dù sao, bạn vẫn kiếm lời nhanh hơn nhiều so với kiểu kinh doanh truyền thống, vì kinh doanh kiểu truyền thống cần chi phí thành lập và hoạt động cao nên tốn nhiều thời gian hơn để đạt mức hòa vốn. Bên cạnh đó bạn cần nhiều thời gian hơn để thu tiền từ khách hàng trong thế giới "thật".

Hiểu lầm 4: Việc mở kinh doanh trên mạng là miễn phí

Để xây dựng một công việc kinh doanh sinh lợi, bao giờ cũng cần tiền. Dù tham gia bất cứ loại hình kinh doanh nào, bạn cũng cần đầu tư thời gian và tiền bạc mới có được lợi nhuận. Những người kinh doanh trên mạng thành công đều sẵn sàng đầu tư từ vài trăm tới vài ngàn đô để nghiên cứu, quảng cáo, mua phần mềm và tăng cường kiến thức bản thân.

Tuy vậy, cái giá như thế vẫn rất rẻ so với kiểu kinh doanh truyền thống loại hình đòi hỏi bạn phải đầu tư từ hàng chục đến hàng trăm ngàn đô.

Hiểu lầm 5: Thị trường Internet đã bão hòa với quá nhiều trang web nên không còn cơ hội kiếm tiền nữa

Nhiều người tin rằng có quá nhiều trang web trên mạng, bán không thiếu thứ gì nên không còn cơ hội kiếm tiền trên mạng nữa.

Đúng là có hàng triệu trang web bán đủ thứ trên trời dưới đất, nhưng bạn ơi, số lượng kinh doanh kiểu truyền thống thậm chí còn nhiều hơn nữa. Chẳng phải xung quanh bạn có vô khối cửa hàng bán đồ ăn, quần áo, đồ chơi, đồ trang trí nội thất và điện tử... đó sao. Điều này có nghĩa là thiên hạ không còn ai có cơ hội kiếm tiền nữa chẳng? Dĩ nhiên là không! Trăm người bán vạn người mua, chừng nào xã hội con người còn tồn tại và phát triển, bạn vẫn có thể kiếm được lợi nhuận kha khá trong kinh doanh nếu tìm được thị trường chuyên biệt để cung cấp sản phẩm/dịch vụ phù hợp, với các biện pháp tiếp thị tài tình.

Sự thật, mặc dù có hàng triệu trang web trên mạng, phần lớn các trang này chỉ có vỏ bề ngoài mà không có ruột. Bởi vậy, phần lớn đều kinh doanh èo uột. Với những chiến lược hiệu quả và lượng thông tin quý giá bạn sẽ học được trong những phần sau về việc kinh doanh trên mạng, bạn sẽ dễ dàng hóa giải những khó khăn để chiếm lĩnh thị phần và tạo nguồn thu nhập.

II. NĂM YẾU TỐ GIÚP VIỆC KINH DOANH TRÊN MẠNG TẠI GIA THÀNH CÔNG

Câu hỏi đặt ra, điều gì giúp cho một trang web, trong số hàng triệu trang web trên mạng, làm ăn có lời? Thật ra, những yếu tố giúp cho việc kinh doanh kiểu truyền thống thành công thì cũng hữu ích cho việc kinh doanh trên mạng. Những điều nghe có vẻ nhàm tai này chính là yếu tố sống còn đối với việc kinh doanh, tuy vậy mà nhiều người thông minh đã bỏ sót.

1. Nhu cầu sản phẩm hoặc dịch vụ cao

Không gì tệ hại hơn khi giới thiệu một sản phẩm không ai muốn mua hoặc có quá ít người mua nên chẳng bỏ công. Nhiều người bán trên mạng những sản phẩm bày nhan nhản ngoài chợ hoặc trong các trung tâm thương mại, vậy thử hỏi làm sao họ có thể bán được?

Muốn thành công, bạn phải tìm ra một sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó có nhu cầu cao trong xã hội, hoặc bạn phải cung cấp giải pháp cho một vấn đề cấp thiết mà hàng triệu người sẵn sàng trả tiền để có được. Chỉ có như vậy mới mong thiên hạ đổ xô mua sản phẩm/dịch vụ của bạn. Vậy làm cách nào để tìm ra thị trường chuyên biệt có nhu cầu cao? Điều này sẽ được đề cập đến trong phần kế tiếp, xin bạn hãy nhẫn nại.

2. Lý tưởng nhất là không phải trữ hàng

Kinh doanh trên mạng mà cần dự trữ hàng hóa có nghĩa là bạn phải bỏ tiền ra mua hàng, lo lắng về kho bãi và khâu vận chuyển. Dĩ nhiên, bạn có thể kiếm được lợi nhuận từ những việc này, nhưng bạn sẽ rất vất vả, nhất là khi bạn còn công việc chính!

Tốt hơn, hãy chọn kinh doanh các sản phẩm kỹ thuật số (giao hàng qua mạng tức thì), hoặc bạn có thể phối hợp với nhà sản xuất và phân phối để họ dự trữ và giao hàng cho bạn. Loại hình kinh doanh qua mạng lý tưởng nhất là khi bạn không cần phải chạm tay tới những món hàng mà bạn bán. Bạn sẽ học được cách tìm và tạo ra những sản phẩm này trong những phần sau.

3. Chi phí thành lập và hoạt động thấp

Có nhiều công ty trên mạng thành công nhưng cần tới cả trăm ngàn đô để gây dựng, cũng như cả một đội quân để vận hành như Google, Ebay, Yahoo! và Amazon.

Tuy vậy, có những việc kinh doanh giống như gà đẻ trứng và với chi phí ban đầu chưa tới 1000 đô và người chủ có thể làm việc ngay tại nhà. Trong thực tế, kể cả khi bạn có vài trăm ngàn đô trong tài khoản, tôi khuyên bạn đừng "vung tay quá trán" vội. Khởi nghiệp với một số tiền khiêm tốn, chúng ta buộc phải sáng tạo hơn và cẩn trọng hơn khi xài từng đồng. Đó là hai yếu tố hết sức quan trọng để kinh doanh thành công.

4. Tiếp cận trên phạm vi toàn cầu

Tiêu chuẩn tiếp theo là đảm bảo trang web cũng như sản phẩm dịch vụ của bạn hướng ra toàn cầu chứ không dừng lại ở địa phương hay đất nước bạn. Khi bán một sản phẩm giới hạn trong một khu vực thị trường sẽ qua nhỏ, khó mà sinh lợi cho bạn. Đặc biệt là khi bạn sở hữu hàng độc như bộ sưu tập StarWars chẳng hạn. Lợi thế của việc cung cấp sản phẩm cho một thị trường chuyên biệt là bạn có thể tiếp cận nó dễ dàng hơn, ít tốn phí quảng cáo hơn và bạn có cơ hội trở thành người dẫn đầu thị trường. Khi khách hàng của bạn là 935 triệu người dùng Internet, thì ngay cả một sản phẩm chuyên biệt như "Làm sao để huấn luyện kỳ nhông" cũng có hàng trăm khách hàng đem về cho bạn hàng ngàn đô lợi nhuận.

5. Sản phẩm có tỉ lệ lợi nhuận cao

Cuối cùng, bạn nên bán loại sản phẩm cho tỉ lệ lợi nhuận cao. Với tỉ lệ lợi nhuận thấp, bạn không thể đổ nhiều tiền vào quảng cáo và phần mềm là hai thứ tối quan trọng để được "lên hạng" trên các công cụ tìm kiếm trên Internet. Tỉ lệ lợi nhuận thấp cũng đồng nghĩa là bạn phải bán nhiều sản phẩm hơn để đạt được mức lợi nhuận mong đợi.

Trong các phần tới, bạn sẽ được hướng dẫn cách tạo hoặc tìm sản phẩm có tỉ lệ lợi nhuận cao nhất. Thật ra, đó chính là sản phẩm thông tin, bởi vì chi phí nhân bản và vận chuyển bằng 0. Hơn nữa, sản phẩm thông tin được xem là có giá trị, nên bạn thể đặt giá cao. Đó cũng là lý do tại sao tôi thích các sản phẩm thông tin như eBooks

(sách điện tử), phần mềm DVD và CD. Chỉ cần tốn vài đồng để sản xuất những mặt hàng đó nhưng bán được cả trăm đồng.

PHẦN 2

Những bước quan trọng để kinh doanh trên mạng thành công

Trong các phần tiếp theo, bạn sẽ được hướng dẫn các bước quan trọng để kinh doanh trên mạng thành công. Tất nhiên, tôi không thể điểm hết các hoạt động chi tiết, nhưng tôi hứa sẽ cung cấp đủ thông tin giúp bạn bắt đầu kinh doanh một cách tự tin.

Một trong những lý do khiến nhiều người kinh doanh trên mạng thất bại là vì họ không nghĩ đó là việc kinh doanh nghiêm chỉnh mà chỉ xem như thú tiêu khiển, hứng lên thì ngó ngang đến không thì thôi. Họ đơn giản cho rằng chỉ cần thiết kế một trang web, đăng vài bức ảnh sản phẩm, đưa ra mức giá rồi tiền sẽ tự nó chảy về. Nhầm to, việc kinh doanh trên mạng cũng đòi hỏi lắm công phu và các chiến lược ngắn hạn, dài hạn y như bất cứ loại hình kinh doanh nghiêm túc nào! Bạn cần lên kế hoạch cụ thể, quyết tâm cao độ và kiên trì hành động!

Trước tiên, bạn phải tìm hiểu nhu cầu của các đối tượng khách hàng, nghiên cứu thị trường, cho các đối thủ vào tầm ngắm, tìm nguồn sản phẩm có giá trị, áp dụng các biện pháp tiếp thị mạnh mẽ, quản lý tài chính, đưa ra hệ thống thanh toán đáng tin cậy (điều này đặc biệt quan trọng ở các nước có tỉ lệ người dân dùng thẻ tín dụng còn thấp) và xây dựng mối quan hệ tốt với khách hàng. Có cả một núi việc cần làm nhưng dù sao vẫn dễ hơn nhiều so với việc kinh doanh kiểu truyền thống. Tất cả những việc bạn cần làm để phát triển kinh doanh trên mạng và biến nó thành máy in tiền là thực hiện 10 bước sau:

- Bước 1: Xác định niềm đam mê và công việc mà bạn tinh thông nhất
- Bước 2: Tìm thị trường chuyên biệt (niche market)
- Bước 3: Đánh giá đối thủ và tiềm năng lợi nhuận
- Bước 4: Tìm hoặc tạo ra sản phẩm và nguồn thu nhập
- Bước 5: Thiết kế và xây dựng trang web
- Bước 6: Viết lời chào hàng hấp dẫn để thuyết phục khách mua hàng
- Bước 7: Thiết lập hệ thống đặt hàng và thanh toán

- Bước 8: Thu hút khách hàng vào trang web của bạn
- Bước 9: Tạo danh sách khách hàng
- Bước 10: Duy trì mối quan hệ tốt với khách hàng cho tới khi họ mua hàng

Nào, ta hãy bắt đầu học hỏi chi tiết từng bước một.

BƯỚC 1: XÁC ĐỊNH NIỀM ĐAM MÊ VỚI CÔNG VIỆC

Muốn thành công ở bất cứ lĩnh vực nào, bạn phải say mê và thành thạo công việc bạn làm.

Thị trường nào cũng cạnh tranh khốc liệt và chỉ có người giỏi nhất mới kiếm được lợi nhuận cao. Làm sao để trở thành người giỏi nhất? Câu trả lời là bạn phải toàn tâm toàn ý vào công việc đó và bạn chỉ làm được điều này khi có lòng đam mê cao độ. Như đã nói ở các phần trước, tất cả những người thành công đều có một điểm chung: họ yêu thích, thậm chí bị ám ảnh về những gì họ làm.

Bạn nên hiểu, đa số mọi người lên mạng không phải để mua sản phẩm hay dịch vụ mà là tìm thông tin để giải quyết vấn đề hoặc đạt mục tiêu của họ. Bằng cách tập trung vào lĩnh vực mà bạn tinh thông và ham thích nhất, bạn mới có đủ nhiệt tình cung cấp thông tin cần thiết cho khách hàng như một chuyên gia? Bạn sẽ vượt lên trên những đối thủ cạnh tranh nhờ am tường sâu sắc về chủ đề đó.

Một khi khách hàng tin tưởng bạn và cảm thấy lượng thông tin miễn phí (trong thời gian đầu) có lợi cho mình, họ sẽ không ngại móc hầu bao để nhận thêm nhiều giá trị khác từ bạn. Chúng ta đã thống nhất với nhau rằng, thu nhập được xác định bằng giá trị mà bạn tạo ra. Tôi tin rằng ai trong chúng ta cũng có thể tạo ra giá trị tối đa trong một lĩnh vực nào đó, dẫn đến nguồn thu nhập và mức độ hài lòng tối đa. Ví dụ, tôi tạo ra giá trị cao nhất thông qua những buổi diễn thuyết và viết những quyển sách giúp người khác sống tốt hơn, thành công hơn (đó cũng là việc tôi thích làm và thành thạo nhất).

Vậy, hãy bắt đầu bằng việc xác định lĩnh vực mà bạn tạo ra giá trị cao nhất. Bạn thích làm gì và bạn thường làm gì tốt nhất? Đây là lĩnh vực bạn giỏi giang mà không cần cố gắng nhiều? Xin nhớ rằng, chỉ cần bạn thích một cái gì đó thì bao giờ cũng có cách thương mại hóa và nâng nó lên thành nguồn thu nhập đáng giá hàng ngàn đô. Ở phần

trước, bạn đã thấy nhiều doanh nhân thành công trong việc kinh doanh dựa trên niềm đam mê về trò chơi điện tử, làm đồ trang sức, chơi nhạc, v.v...

Hãy dành ra ít nhất 15 phút để suy nghĩ và viết ra tất cả sở thích/ đam mê/hoạt động mà bạn tin rằng mình làm tốt nhất. Sau đây là vài câu hỏi gợi ý:

- Bạn thích làm gì? Bạn đam mê điều gì?
- Bạn am hiểu về lĩnh vực gì?
- Bạn thường dạo quanh những trang web nào khi rảnh rỗi?
- Bạn có sở thích gì? May vá? Xếp hình? Động vật? Cây cảnh? Bạn sở hữu những thông tin chuyên ngành gì? Về võ cổ truyền hay lái tàu, chẳng hạn.
- Bạn có sở thích sưu tầm gì không? Bạn thường nghe loại nhạc nào?

Sau khi xác định được vài lĩnh vực bạn có thể tự tin "dấn thân" vào, bạn có thể sang bước thứ hai.

BƯỚC 2: TÌM THỊ TRƯỜNG CHUYÊN BIỆT

Nhiều người thất bại trong kinh doanh vì họ cố gắng bán những sản phẩm "thời thượng" cho tất cả mọi người. Chiến lược này chắc chắn thất bại. Thay vào đó, hãy tìm một thị trường có sẵn nhưng đang "đói hàng" và dân tình sẵn sàng bỏ tiền mua. Bạn phải nắm được nhu cầu của khách hàng trước, rồi mới tìm hoặc tạo ra sản phẩm cung cấp cho họ. Đó mới là chiến lược đảm bảo thành công trong kinh doanh.

Ở bước thứ hai, bạn cần tìm một thị trường chuyên biệt đang bị bỏ quên có liên quan đến đam mê và chuyên môn của bạn, điều đã được xác định ở bước 1. Luôn ghi nhớ trong đầu, đó phải là thị trường chuyên biệt, chứ không phải là thị trường đại trà. Ví dụ, thị trường đại trà là "sản phẩm chăm sóc sức khỏe", còn trường chuyên biệt là "sản phẩm giảm cân".

Tại sao chúng ta phải chú trọng vào thị trường chuyên biệt? Vì đó là nơi bạn có thể chiếm lĩnh dễ dàng hơn, ít tốn kém hơn có nhiều cơ hội trở thành người dẫn đầu hơn. Nhiều doanh nhân thất bại thảm hại vì họ cố gắng thống trị một thị trường rộng lớn như "sản phẩm chăm sóc sức khỏe" nên bị các đối thủ nặng kí dày dạn kinh nghiệm trên thương trường và có nhiều tiền đổ vào quảng cáo "đánh toi tả".

Có ba việc bạn cần làm trong bước 2 là:

1. Tìm một thị trường chuyên biệt liên quan đến lĩnh vực bạn yêu thích
2. Đảm bảo đủ số người quan tâm và có nhu cầu về sản phẩm dịch vụ đó
3. Xác định một vấn đề chưa được giải quyết hoặc một nhu cầu chưa được đáp ứng.

1. Tìm một thị trường chuyên biệt liên quan đến lĩnh mà bạn yêu thích

Hãy tìm một thị trường chuyên biệt mà bạn đam mê và muốn nhắm tới. Ví dụ, nếu bạn thích chơi Gôn, các loại thị trường chuyên biệt sẽ là "dụng cụ chơi golf", "sách dạy chơi golf", "khóa học đánh golf dành cho trẻ em", "câu lạc bộ chơi golf", "quần áo chơi golf", "kỹ thuật đánh golf", "bài tập đánh golf cho người mới bắt đầu", "bài tập đánh golf cho tay chơi nhà nghề".

Nếu sức khỏe là mối quan tâm hàng đầu của bạn, bạn có thể chú trọng vào các biện pháp "chăm sóc sức khỏe toàn diện hay tự nhiên" bao gồm "yoga", "khí công", "thiền", "thảo dược massage", "thuốc bổ dưỡng từ thiên nhiên" v.v... Một lần nữa, thị trường càng chuyên biệt bạn càng dễ vượt lên dẫn đầu cuộc đua.

Điều tuyệt vời nhất về Internet là thị trường của bạn vô cùng rộng lớn (935 triệu người), cho nên dù bạn chọn một thị trường cực kỳ chuyên biệt như "luyện cho vẹt nói", thì cũng có đủ khách hàng cho bạn kiếm lời. Thật vậy! Một người yêu vẹt Nathalie Robert đã thành công bằng việc bán 4 quyển eBook với giá 79,95 đô chỉ xoay quanh mỗi một chuyện: làm thế nào cho vẹt nói véo von (www.parrotsecrets.com)

Nếu bạn vẫn chưa nghĩ ra thị trường chuyên biệt nào, bạn có thể tham khảo trang web www.google.com/keywords. Hãy gõ một từ khóa hoặc cụm từ (về lĩnh vực yêu thích của bạn) vào ô "Enter keyword", trang web sẽ hiện lên những từ/cụm từ liên quan. Trong ví dụ bên dưới, khi bạn gõ từ golf (gôn), trang web sẽ cung cấp cho bạn các chủ đề liên quan đến "golf" như golf course (khóa học chơi golf), "golf club (câu lạc bộ cho người chơi golf)", "golf equipment" (dụng cụ chơi golf), golf swing (kỹ thuật đánh golf) ...

Vậy bạn nên chọn thị trường chuyên biệt nào? Điều này phụ thuộc vào mô hình kinh doanh mà bạn mong muốn. Nếu bạn chọn "dụng cụ chơi golf", bạn sẽ phải bán sản

phẩm vật chất nghĩa là cần có hàng trong kho và phương tiện vận chuyển. Nếu chọn “kỹ thuật đánh gôn”, bạn có thể bán sản phẩm thông tin dưới dạng sản phẩm kỹ thuật số.

2. Đảm bảo đủ số người quan tâm và có nhu cầu về sản phẩm/dịch vụ đó

Sẽ chẳng có nghĩa lý gì nếu bạn chọn một thị trường chuyên biệt mà bạn yêu thích nhưng lại không có đủ khách hàng tiềm năng muốn mua hàng. Một trong những lý do khiến nhiều người kinh doanh thất bại là vì họ tập trung vào những lĩnh vực có quá ít nhu cầu.

Quy luật số một, bạn phải đảm bảo thị trường chuyên biệt mà bạn chọn có ít nhất 50 ngàn lượt tìm kiếm trong một tháng để có thể kiếm lời. Trang web www.google.com/keywords sẽ cho bạn biết số lượng tìm kiếm địa phương và toàn cầu. Từ hình chụp ở trên, bạn sẽ thấy có 673.000 lượt tìm kiếm từ "golf swing" (kỹ thuật đánh gôn). Chưa hết, hãy nhớ rằng nhiều người có ý định cải thiện trình độ chơi gôn của mình nhưng họ dùng những từ khóa khác nhau để tìm thông tin. Để tìm các từ khóa liên quan đến "golf swing" (kỹ thuật đánh gôn), chỉ cần gõ "golf swing" và trang web sẽ cho bạn danh sách các từ liên quan.

Như vậy, những người quan tâm đến "golf swing" (kỹ thuật đánh gôn) còn dùng những cụm từ như "golf swing tip" (bí quyết đánh gôn), "perfect golf swing" (cú đánh gôn thần sầu), "proper golf swing" (kỹ thuật đánh gôn chuẩn), "golf swing instruction" (hướng dẫn đánh gôn) để tìm thông tin. Nếu muốn có nhiều từ hơn, bạn có thể thử các công cụ tìm từ khóa phức tạp hơn như www.wordtracker.com.

Cộng tất cả số lượng tìm kiếm về chủ đề "kỹ thuật đánh gôn", bạn sẽ có hơn 50 ngàn lượt tìm kiếm một tháng.

3. Xác định một vấn đề chưa được giải quyết hoặc một nhu cầu chưa được đáp ứng

Bây giờ, bạn đã biết có một thị trường chuyên biệt đủ lớn ngoài kia, với nhiều người muốn nâng cao trình độ đánh gôn của mình. Việc cần làm tiếp theo là tìm những vấn đề cụ thể họ muốn giải quyết hoặc những nhu cầu họ cần được đáp ứng. Người ta chỉ trả tiền cho bạn nếu bạn có thể giúp họ giải quyết vấn đề hay đạt mục tiêu một

cách tốt hơn các đối thủ khác mà thôi. Hãy suy nghĩ xem có nhu cầu nào bạn có thể đáp ứng mà những đối thủ khác chưa làm được không?

Bạn có thể tìm hiểu nhu cầu của đối tượng khách hàng bằng cách tham gia các diễn đàn về lĩnh vực kinh doanh của bạn và quan sát xem thiên hạ nói gì. Ví dụ, bạn có thể thấy nhiều người chơi golf muốn đánh bích phát bích trúng hoặc đánh gôn đi xa hơn.

Bạn cũng có thể khám phá xem các đối thủ của bạn giới thiệu sản phẩm của họ như thế nào. Gõ chữ "golf swing" (kỹ thuật đánh gôn) vào các trang tìm kiếm lớn như Google để tìm các trang web bán các sản phẩm về kỹ thuật đánh gôn. Nhiều trang web chú trọng vào việc giúp gôn thủ chỉnh lại đường banh hoặc đánh xa hơn. Khi biết rõ đây là vấn đề nhiều người muốn giải quyết bạn có thể dùng nó như một trong những điểm tựa để bán hàng.

Một lần nữa, lý tưởng nhất là hãy tìm ra nhu cầu chưa được đáp ứng đầy đủ với những sản phẩm hiện có trên thị trường.

BƯỚC 3: ĐÁNH GIÁ ĐỐI THỦ VÀ TIỀM NĂNG LỢI NHUẬN

Trong bước tiếp theo bạn phải tìm hiểu đối thủ và tiềm năng lợi nhuận trong thị trường chuyên biệt mà bạn đã chọn.

Để tham gia thị trường và giành lấy thị phần, bạn cần tìm hiểu có bao nhiêu đối thủ và họ đang chào bán những gì. Nghiên cứu điểm mạnh, điểm yếu trong sản phẩm cũng như giá cả, hoạt động trên trang web và các phương pháp tiếp thị của họ. Cách tìm hiểu tốt nhất là mua sản phẩm để trở thành một trong những khách hàng của họ. Sau đó, bạn phải đảm bảo rằng mình làm mọi thứ tốt hơn và mang lại nhiều giá trị hơn, như thế bạn sẽ thành công!

Hãy vào ba trang web tìm kiếm lớn nhất là Google, Yahoo! và MSN. Sau đó gõ từ "golf swing" (kỹ thuật đánh gôn) và các từ khóa liên quan, bạn sẽ có cả một danh sách những trang web cần tìm. Bạn thấy đó Google cho bạn hàng triệu trang web, tất cả các trang web này đều là đối thủ của bạn ư? Tất nhiên là không, đừng lo lắng quá. Không phải trang web nào cũng bán sản phẩm cải thiện kỹ thuật đánh gôn đâu. Phần lớn là những trang web cung cấp thông tin. Những đối thủ bạn không thể coi thường là những trang web trả tiền quảng cáo. Bạn có thấy những đường dẫn ở bên phải và

những dòng chữ được tô đậm ở trên không? Hãy đi sâu tìm hiểu chúng chỉ cần kiểm tra những trang web xuất hiện ở trang nhất và trang hai (khoảng 20 trang web đầu tiên). Theo thống kê, 90% người lướt web không bao giờ xem quá 20% kết quả tìm kiếm.

Có nhiều đối thủ cũng là một điều tốt, vì điều đó có nghĩa là thị trường sẵn sàng trả tiền cho sản phẩm này. Tuy vậy, có quá nhiều đối thủ lại không tốt vì như vậy sự cạnh tranh sẽ rất khốc liệt.

BƯỚC 4: TẠO RA SẢN PHẨM VÀ NGUỒN THU NHẬP

Thế là bạn đã tìm được một thị trường chuyên biệt có tiềm năng lợi nhuận/ một vấn đề phổ biến cần được giải quyết hoặc một nhu cầu cần được đáp ứng. Tiếp theo, bạn phải nghĩ ra những sản phẩm hay dịch vụ đủ tốt để thiên hạ sẵn lòng chi tiền mua. Hãy xem xét tất cả các nguồn thu nhập bạn có thể tạo ra. Có 7 cách kiếm tiền từ việc kinh doanh trên mạng:

Cách 1: Bán sản phẩm vật chất

Cách đầu tiên và thông dụng nhất là bán sản phẩm vật chất để giải quyết vấn đề cho khách hàng. Ví dụ, nếu lĩnh vực chuyên biệt của bạn là "cải thiện cách đánh gôn" bạn có thể bán sách, in băng hình, cầm nang, đĩa CD và các dụng cụ giúp tăng cường kỹ thuật đánh gôn.

Mặc dù việc bán sản phẩm vật chất của riêng bạn là một công việc khá công phu (bạn phải lo khâu tích trữ hàng trong kho, đóng gói và vận chuyển), nó có thể mang lại lợi nhuận cao nhất (so với việc bán sản phẩm của người khác). Khi bán sản phẩm vật chất do mình làm ra, bạn có thể chế biến từ nguồn nguyên liệu rẻ nhất và đồng thời, tự quyết định giá bán.

Tuy vậy, bạn phải đảm bảo rằng bạn **KHÔNG** bán những sản phẩm mà người ta có thể mua nhanh chóng ở các cửa hàng. Đồng thời đó phải là sản phẩm dễ dàng vận chuyển trên phạm vi toàn thế giới.

Những sản phẩm vật chất bán chạy nhất trên mạng bao gồm sách quần áo, trang sức, đồ lót, đồ chơi, tranh vẽ, trò chơi điện tử, các bộ sưu tập hiếm và sản phẩm thông tin. Ví dụ một người về hưu tên Lewis Lehrman bán tranh vẽ với chủ đề ma quỷ tại www.hauntedstudio.com

Bên cạnh việc bán sản phẩm trên trang web của mình, bạn cũng có thể bán chúng qua các trang web bán hàng và mạng liên kết như trang <http://froogle.google.com> và Commission Junction www.cj.com.

Cách 2: Bán sản phẩm kỹ thuật số

Thay vì bán sản phẩm vật chất, bạn có thể bán các sản phẩm kỹ thuật số (hay còn gọi là sản phẩm điện tử). Sản phẩm kỹ thuật số là thứ dễ bán trên mạng vì những lý do sau:

- Giá thành sản phẩm kỹ thuật số rất rẻ và dễ sản xuất
- Có thể nhân bản sản phẩm miễn phí, đem lại tỉ lệ lợi nhuận 100%
- Vì ở dạng điện tử (người dùng có thể tải về) hàng hóa được giao ngay tức thì không cần đóng gói, tích trữ hàng trong kho hay tốn chi phí vận chuyển
- Dễ dàng để tự động hóa toàn bộ quá trình của mình. Khi việc thanh toán của người mua được xác nhận, họ tự tải sản phẩm về, hoàn toàn không cần sự can thiệp của bạn.

Một trong những sản phẩm kỹ thuật số phổ biến nhất là sách điện tử (eBook), nhạc, thông tin ở dạng âm thanh hay hình ảnh và phần mềm (software). Ebook ngày càng thông dụng và thị trường này phát triển từng ngày. Thay vì mua sách giấy khách hàng chỉ cần tải sách trên máy tính hay tự in ra.

Bây giờ bạn đã được biết rằng bán sản phẩm trí tuệ bằng cách viết sách là nguồn thu nhập rất tốt. Một lần nữa, bạn không cần phải viết hay mới bán được sách. Bạn chỉ cần tổng hợp những thông tin hữu ích cho thị trường chuyên biệt của bạn rồi tìm người viết thuê tại các trang web như www.elance.com. Bạn biết không, bạn có thể nhờ người khác viết cho cả quyển sách mà chỉ phải trả 500 đô.

Nhiều người cũng kiếm được khá nhiều tiền nhờ bán phần mềm mà chẳng biết tí gì về lập trình! Tất cả việc họ làm là phát hiện xem thiên hạ có vấn đề gì có thể được giải quyết bằng phần mềm tự động không. Sau đó, họ thuê lập trình viên hành nghề tự do thiết kế phần mềm để giải quyết những vấn đề đó (tham khảo trang web www.rentacoder.com). Ví dụ, một doanh nhân nhạy bén đã nghĩ đến việc thiết kế phần mềm theo dõi mục tiêu. Khi được cài đặt vào máy tính, hàng ngày phần mềm này sẽ

tự động hiển thị mục tiêu của bạn trên màn hình cùng những mẫu tin động viên bạn thực hiện mục tiêu đó. Quả thật, sản phẩm này rất hút khách.

Bạn có thể nghĩ và tạo ra một phần mềm bán chạy như vậy trong vòng một tháng. Một số phần mềm thông dụng cho bạn tham khảo là www.roboform.com (giúp điền các mẫu đơn trên mạng tự động), www.gotomypc.com (giúp truy cập vào máy tính từ xa), www.ebookpro.com (giúp tạo ra eBook với các tính năng bảo mật) và www.audiogenerator.com (giúp chèn clip âm thanh vào trang web một cách dễ dàng).

Cách 3: Bán dịch vụ

Cách thứ ba là bán dịch vụ trên mạng cho thị trường toàn cầu.

Bằng cách này, bạn có thể khuếch đại giá trị của lên nhiều lần.

Nếu là bác sĩ, bạn có thể khám cho bệnh nhân trên mạng (bác sĩ Rajesh Shah). Là luật sư, bạn có thể tổ chức buổi nói chuyện trên mạng về chiến lược giảm thuế một cách hợp pháp với giá 10 đô một người.

Dù là nhà huấn luyện, bác sĩ tâm lý, thiết kế đồ họa, thiết kế nội thất, lập trình viên, nhà văn, kế toán hay dịch giả, bạn cũng có thể cung cấp dịch vụ của mình trên mạng. Hạn chế duy nhất của cách làm này là nó phụ thuộc vào việc bạn có thể làm bao nhiêu giờ một ngày trên máy vi tính.

Cách 4: Bán sản phẩm của người khác (Tiếp thị liên kết)

Nếu bạn không có vốn nhưng lại muốn kiếm tiền ngay mà không phải qua khâu chế tạo sản phẩm, thì việc trở thành nhà tiếp thị liên kết (Affiliate Marketer) là lựa chọn sáng suốt nhất. Người tiếp thị liên kết là người quảng bá sản phẩm của công ty khác trên trang web của mình. Mỗi khi giới thiệu được một khách hàng mua sản phẩm, bạn sẽ được hưởng huê hồng (có thể lên tới 75% giá bán).

Có 7 lý do khiến việc tiếp thị liên kết là cách tốt nhất cho bất kỳ ai muốn bắt đầu kiếm tiền trên mạng

- Bạn có thể bán "thượng vàng hạ cám" tất tần tật những thứ có trong phần trình liên kết.

- Tỷ lệ lợi nhuận khá cao lên đến 50%-70% cho sản phẩm kỹ thuật số
- Bạn không cần thiết lập hệ thống đặt hàng, bán hàng và thanh toán
- Bạn không cần cung cấp dịch vụ hỗ trợ khách hàng
- Chi phí ban đầu rất thấp
- Rủi ro thấp, nếu sản phẩm hay thị trường chuyên biệt không kiếm được nhiều tiền, bạn có thể chuyển sang sản phẩm hoặc dịch vụ khác trong tích tắc!

Bạn có thể quảng bá cho một sản phẩm hoặc một loạt các sản phẩm cùng loại mà không hề bị giới hạn hay ràng buộc gì. Ví dụ nhà tiếp thị liên kết nổi tiếng Rosalind Gardner (tìm hiểu thêm về cô ở www.superaffiliatehandbook.com) kiếm được hơn 450 ngàn đô/năm bằng cách bán sản phẩm của người khác trên mạng. Cô làm điều đó như thế nào? Cô lập ra trang web www.sage-hearts.com chuyên đánh giá các trang web về hẹn hò. Trên trang này, cô viết lời bình hoặc nhận xét cho hàng chục các trang web hẹn hò khác nhau trên thế giới như trang hẹn hò dành cho người có đạo, người trưởng thành, người cao tuổi, người đồng tính, v.v... Mỗi khi có ai đọc nhận xét của cô và gia nhập một trang web hẹn hò, cô sẽ được trả tiền huê hồng!

Bạn có thể làm tương tự trong những lĩnh vực khác như nhận xét về các trang web bán trò chơi điện tử, sản phẩm công nghệ thông tin v.v...

4 bước căn bản để trở thành nhà tiếp thị liên kết

Bước 1: Tham gia phân trình liên kết

Trước tiên, bạn cần tìm các sản phẩm tốt nhất để bán bằng cách lướt qua các trang web liên kết như www.clickbank.com (chỉ có sản phẩm kỹ thuật số), <http://www.cj.com/>... Chọn bán các sản phẩm có tỷ lệ chiết khấu cao khoảng 50%-70% để tối đa hóa lợi nhuận. Bên cạnh đó, bạn cũng phải thận trọng xét xem sản phẩm mà bạn quảng bá có thật sự tốt không, họ sẽ trả huê hồng cho bạn dưới hình thức nào và có cung cấp cho bạn các phương tiện tiếp thị tốt không.

Bước 2: Đặt đường dẫn vào trong web của bạn

Một khi chọn được sản phẩm để quảng bá và đăng ký vào phân trình liên kết, bạn sẽ được cấp một đường dẫn được mã hóa đặc biệt để đưa lên trang web của bạn.

Từ trang web của mình, bạn phải viết lời chào hàng thật ấn tượng về sản phẩm mà bạn làm đại diện, thậm chí phải tận dụng những thông tin đặc biệt về sản phẩm mà nhà sản xuất cung cấp cho bạn. Một lần nữa, bạn có thể tạo trang web quảng bá về hàng chục các sản phẩm cùng loại. Tuy vậy bạn phải gia tăng giá trị của trang web bằng cách đưa ra lời đánh giá và giới thiệu của riêng mình về sản phẩm mà bạn tin dùng.

Bước 3: Khách hàng nhấp vào đường dẫn và mua sản phẩm

Bạn càng tiếp thị sản phẩm trên trang web tốt bao nhiêu, tỉ lệ bán hàng của bạn càng cao bấy nhiêu.

Bước 4: Kiếm huê hồng bằng cách bán hàng qua đường dẫn

Đây là công đoạn đáng mong đợi nhất? Bạn chỉ cần ngồi chờ nhà sản xuất gửi chi phiếu đến cho bạn.

Cách 5: Lập trang web có nội dung phong phú và cho đặt quảng cáo

Có bao giờ bạn tự hỏi: tại sao có nhiều trang web cung cấp thông tin miễn phí, dịch vụ miễn phí, thậm chí cho phép bạn tải về máy tính nhiều thứ hay ho bổ ích mà không phải trả tiền? Đó là vì họ muốn thu hút một lượng lớn khách đều đặn vào trang web của họ.

Cùng lúc đó, họ kiếm tiền bằng cách cho người khác đặt quảng cáo trên trang web của mình. Khi có người nhấp vào đường dẫn quảng cáo, họ sẽ được trả tiền huê hồng. Thông thường, số tiền này tỉ lệ thuận với số lượt nhấp vào đường dẫn quảng cáo.

Như vậy, nếu bạn tạo được một trang web có nội dung phong phú hình thức bắt mắt, giao diện dễ sử dụng thu hút được nhiều người ghé thăm, bạn có thể kiếm được nhiều tiền bằng cách tham gia phần trình Google AdSense. Điều này có nghĩa là Google sẽ để quảng cáo trên trang web của bạn. Mỗi lần có ai đó nhấp vào quảng cáo, bạn sẽ nhận được huê hồng từ Google, với mức giá từ 0,05 đô cho tới 5 đô cho mỗi lần nhấp! Sau đây là ba bước kiếm tiền:

Bước 1 : Tạo một trang web có nội dung phong phú, bổ ích

Trước tiên, bạn cần chuẩn bị nhiều nội dung hữu ích cho một chủ đề cụ thể nào đó. Ví dụ, nếu đam mê của bạn là "nuôi rùa", hãy chia sẻ những kiến thức, kinh nghiệm quý báu giúp người khác biết cách chăm sóc rùa. Bạn có thể tự viết hoặc trích đăng miễn phí các bài tham khảo khác về chủ đề của bạn tại www.articlecity.com.

Bước 2: Tham gia chương trình Google Adsense

Tiếp theo, vào www.google.com/adsense và tham gia phần trình Google Adsense dưới tư cách chủ trang web. Google sẽ đăng những mẫu quảng cáo liên quan đến nội dung trang web của bạn.

Bước 3: Khách hàng nhấp vào quảng cáo và bán kiếm được tiền huê hồng

Bây giờ bạn chỉ cần ngồi đợi tiền chảy vào túi.

CHIẾN LƯỢC "ỐC MƯỢN HỒN"

Có cách gì để bạn bán những sản phẩm vật chất chất lượng cao như quần áo, thuốc bổ, đồng hồ, máy tính, đồ chơi dưới thương hiệu của bạn, trong khi người khác phụ trách khâu dự trữ hàng hóa, vận chuyển và giao hàng không? Có đấy và hàng ngàn doanh nhân trên mạng kiếm được hàng trăm ngàn đô với chiến lược ốc mượn hồn.

Nhà cung cấp ốc mượn hồn là một đại lý bán sỉ chuyên giao sản phẩm trực tiếp cho khách trên mạng của bạn, từ kho hàng của họ.

Họ đóng gói và vận chuyển sản phẩm cho bạn. Bạn trả giá bán sỉ cho sản phẩm vào lúc lấy hàng và thu giá bán lẻ từ người mua. Độ chênh lệch giữa giá bán sỉ và bán lẻ chính là số tiền bạn được hưởng. Bạn không cần phải mó tay vào sản phẩm hay bỏ tiền mua hàng để chịu cảnh ôm hàng tồn kho. Đã có đại lý làm hết bạn. Điều tuyệt vời nhất là đại lý sẽ để logo của công ty bạn lên sản phẩm, nên khách hàng sẽ không bao giờ biết sản phẩm của bạn là do người khác làm.

Hãy hình dung về cách hoạt động của chiến lược ốc mượn hồn. Ví dụ, bạn tạo ra một trang web bán các sản phẩm bổ sung vitamin cho các bà các chị muốn giữ gìn nhan sắc. Bạn thương thảo với một đại lý bán vitamin:

Bước 1: Khách hàng vào trang web của bạn, bị thuyết phục trước lời quảng cáo ấn tượng và mua một lọ vitamin tổng trị giá 39 đô + 12 đô (phí vận chuyển)

Bước 2: Bạn nhận đơn đặt hàng của khách và email thông tin chi tiết về sản phẩm cùng địa chỉ giao hàng đến đại lý.

Bước 3: Đại lý sẽ chuẩn bị sản phẩm, dán logo của bạn lên bao bì và gửi trực tiếp cho khách hàng.

Bước 4: Với giá sỉ bạn phải trả cho đại lý là 19 đô, bạn có lời 20 đô.

Vậy bạn có thể tìm các đại lý bán hàng đáng tin cậy ở đâu? Hãy vào www.worldwidebrands.com, trang này có địa chỉ của hàng trăm đại lý uy tín nhất thế giới với đủ loại sản phẩm trên đời.

PHẦN 3

Cách thức xây dựng một trang web sinh lợi

I. MỘT SỐ ĐIỂM CẦN LƯU Ý VỀ CÁCH ĐẶT TÊN MIỀN

Tên miền phải dễ nhớ và dễ viết. Một tên miền như www.zephidorm.com rất khó nhớ và dễ gõ sai thành "Zephidor" hay "Zephidome", khiến bạn bị mất một lượng khách đáng kể. Tránh dùng những tên lạ lẫm, phá cách như www.Okay2.com vì người dùng sẽ không biết nên gõ "O.K" hay "Okay". Chữ "to" hay số "2".

Tên miền nên chứa những từ khóa mà khách hàng tiềm năng dùng để tìm kiếm bạn. Ví dụ, nếu bạn bán đồ chơi, bạn biết chắc rằng người dùng sẽ gõ chữ "toy" vào trang tìm kiếm như Google đúng không? Vậy thì nếu để từ khóa "toy" vào tên miền (ví dụ www.toycity.com), trang web của bạn sẽ có cơ hội được xếp hạng cao hơn trên những trang tìm kiếm.

Khách hàng cũng dễ truy cập vào www.toycity.com hơn là trang web chẳng có nghĩa gì như www.tomsstore.com. Nếu bạn đã chọn tên miền là [tomsstore](http://www.tomsstore.com) cho giống với tên cửa hàng của bạn (Tom's Store - Cửa hàng của Tom), bạn hãy để tất cả các từ khóa vào tên miền phụ như lập trình viên có thể tạo cho bạn miễn phí. Ví dụ tên miền phụ:

- www.toys.tomsstore.com
- www.educationaltoys.tomsstore.com
- www.barbie.tomstore.com

Khi đặt tên miền bằng tiếng Việt, xin bạn lưu ý một điều tên miền không có dấu. Do đó, bạn nên đặt tên như thế nào để người đọc không thể hiểu sai hoặc đọc thành những chữ có nội dung phản cảm, dung tục hoặc gây cười.

II. TÌM NHÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ MÁY CHỦ

Giống như một cửa hàng được đặt trong một trung tâm thương mại, trang web của bạn cũng cần nằm trên một máy chủ. Nhà cung cấp dịch vụ máy chủ (Web host) là công ty giúp bạn lưu trữ tất cả các thư mục và hình ảnh lên trang web của bạn vào máy chủ của họ. Máy chủ của họ sẽ làm trang web của bạn "sống", nghĩa là người

dùng Internet có thể truy cập được. Nhà cung cấp dịch vụ máy chủ thu phí từ 4 đô đến 35 đô/tháng, tùy thuộc vào gói dịch vụ mà bạn mua. Giá này rất rẻ nếu so với chi phí thuê mặt bằng của kiểu kinh doanh truyền thống.

Bạn cần đảm bảo rằng nhà cung cấp dịch vụ máy chủ hoạt động chuyên nghiệp, có máy chủ nhanh và an toàn, hỗ trợ khách hàng tốt đồng thời cung cấp cho bạn đủ dung lượng bộ nhớ để khách hàng có thể xem và tải thông tin từ trang web của bạn dễ dàng. Bạn có thể tham khảo dịch vụ máy chủ tại www.namesecul.com và www.godaddy.com. Ở Việt Nam, các nhà cung cấp dịch vụ máy chủ có uy tín là Mắt Bão, VNPT, Viettel,...

III. THIẾT KẾ VÀ XÂY DỰNG TRANG WEB

Việc làm này tương tự như việc xây cửa hàng rồi thiết kế, trang hoàng để thu hút khách vào ngắm nghía, mua sắm! Có lẽ đây là phần thú vị nhất và cũng thử thách nhất.

Điều quan trọng bạn nên luôn tâm niệm trong đầu là phải thiết kế trang web sao cho bán được hàng chứ không chỉ đẹp mắt. Nhiều người phạm sai lầm khi chi hàng đồng tiền và thời gian để làm một trang web rực rỡ hào nhoáng, nhìn thì vui mắt nhưng không khiến người xem nhấp chuột vào nút "mua hàng"!

Vậy đâu là yếu tố then chốt khiến người lướt web có lòng tin và muốn mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn? Nhiều người cho rằng đồ họa trang web phải thật ấn tượng, bố trí phải đẹp và có nhiều ảnh động. Trừ khi công ty bạn chuyên về thiết kế hoặc quảng cáo, tất cả các yếu tố trên đều không có tác dụng gì đáng kể! Ghé qua những trang web sinh lợi nhất, bạn sẽ thấy chúng rất đơn giản không cầu kỳ chút nào. Yếu tố sinh lợi chính là cấu trúc tiện dụng và lời chào hàng hiệu quả. Một lần nữa, hãy thử vào trang web của Rosalind Cardner www.sage-hearts.com được nhắc tới ở trên. Cô tự thiết kế trang web của mình (bạn cũng có thể làm được) và kiếm hơn 400 ngàn đô một năm. Trang www.maddentips.com của Ben Ingleby cũng được thiết kế đơn giản và mang về 157 ngàn đô/năm!

Để mang lại hiệu quả mong muốn, trang web của bạn phải đáp ứng 7 yếu tố sau:

1. Trang "Tự giới thiệu"

Bạn sẽ không mua hàng hay làm ăn với những người mà bạn không biết danh tính, đúng không? Ở trang này, bạn phải cung cấp thông tin về công ty và bản thân bạn. Thông tin càng chi tiết chính xác, cụ thể (bao gồm hình ảnh), uy tín của bạn càng tăng và khách hàng sẽ tin tưởng bạn hơn.

2. Trang "Liên lạc"

Đây cũng là một trang quan trọng trong việc gây dựng lòng tin và uy tín. Cần làm cho khách hàng thấy rõ họ có thể liên lạc với bạn dễ dàng nếu có bất cứ thắc mắc gì về sản phẩm/dịch vụ của bạn. Bao giờ trên trang web cũng phải có thông tin liên lạc như số điện thoại, email, địa chỉ văn phòng.

3. Tiêu đề và lời chào hàng ấn tượng

Điều đầu tiên đập vào mắt người xem chính là tiêu đề. Nó phải gây ấn tượng, thu hút sự chú ý và đưa ra những lợi ích (hay giải pháp) quan trọng nhất mà trang web của bạn cung cấp Ví dụ, cách xóa bỏ khuyết điểm trên da nhanh chóng, dễ dàng và an toàn nhất.

Bên cạnh đó, nếu một cửa hàng cần có người bán hàng giỏi để giới thiệu sản phẩm và thuyết phục khách mua hàng thì trang web của bạn cũng phải có những câu chào hàng đủ hấp dẫn để níu chân khách. Có như thế bạn mới có cơ hội giải thích lợi ích của sản phẩm và đưa đẩy họ đến chỗ mua hàng. Bạn sẽ học được bí quyết viết các câu chào hàng ấn tượng trong bước tiếp theo.

4. Hình ảnh và đồ họa đẹp

Hình ảnh có thể truyền tải hàng ngàn thông điệp mạnh mẽ mà đôi khi ngôn từ không làm được. Hình ảnh tạo nên vẻ rực rỡ về sức sống cho một trang web. Bạn nên có nhiều hình ảnh đẹp về sản phẩm, về bản thân bạn (hay người đại diện công ty bạn), dùng người mẫu nếu cần thiết, và hình ảnh các khách hàng thân thiết của bạn.

5. Lưu thông tin người dùng

Phần lớn khách hàng sẽ không mua ngay lần đầu tiên vào trang web. Họ sẽ ghé vài lần để tìm hiểu về sản phẩm và công ty của bạn trước khi quyết định mua. Bạn nên có chức năng cho khách hàng đăng ký nhận email để tiện liên lạc và tiếp tục chinh phục khách cho đến khi họ mua hàng. Tôi sẽ hướng dẫn thêm về phần này ở bước 9.

6. Thanh điều hướng rõ ràng

Tất Cả Các trang web đều cần thanh điều hướng cho phép người dùng dạo quanh trang web. Thanh này bao gồm các đường dẫn tới trang "Tự giới thiệu", "Liên lạc", "Hỏi đáp", "Quy định", "Mua hàng" và tất nhiên phải có đường dẫn về "Trang chủ".

7. Trang mua hàng và giỏ hàng ảo

Không cần bàn cãi gì nữa, yếu tố quan trọng nhất là trang mua hàng, nơi khách có thể điền thông tin thanh toán. Nếu bạn bán nhiều sản phẩm, bạn có thể cung cấp giỏ mua hàng ảo và trang thanh toán. Bạn sẽ học cách làm trang này ở bước 7.

IV. BỐN CÁCH XÂY DỰNG MỘT TRANG WEB CHUYÊN NGHIỆP TRONG VÒNG 1 TUẦN VỚI GIÁ DƯỚI 500 ĐÔ

Bây giờ câu hỏi được đặt ra là làm thế nào để xây dựng một trang web thật sự và ai có thể giúp bạn làm việc đó? Nhiều người nghĩ rằng phải mất vài ngàn đô và khoảng một tháng để tạo một trang web đẹp có nhiều tính năng. Thật ra, với phương pháp đúng đắn, bạn có thể dựng lên một trang web chuyên nghiệp, sinh lợi trong vòng một tuần, với giá 300 - 500 đô! Dưới đây là bốn lựa chọn cho bạn.

1. Tự làm trang web

Tự thiết kế trang web là giải pháp rẻ nhất, cho phép bạn phát huy tính chủ động và linh hoạt của mình. Bạn có thể cập nhật và thay đổi trang web bất cứ lúc nào. Tuyệt

nhất là bạn không cần biết gì về lập trình, cũng không nhất thiết phải là nhà thiết kế sáng tạo mới tạo được một trang web sinh lợi. Trong quá khứ, ai cũng phải học ngôn ngữ lập trình HTML (Hyper Text Mark up Language) để viết trang web.

Ngày nay, bạn chỉ cần di chuyển con trỏ, nhấp chuột và gõ bàn phím, phần mềm chỉnh HTML sẽ tự động viết mã lập trình HTML cho bạn. Dựng một trang web với công cụ chỉnh HTML cũng dễ dàng như sử dụng Microsoft Word hay Powerpoint vậy!

Công cụ chỉnh HTML thông dụng nhất là Microsoft Frontpage (giá khoảng 199 đô) và Macromedia Dreamweaver (phần mềm này đắt hơn, giá 399 đô, thường được những người thiết kế web chuyên nghiệp sử dụng).

Để trang trí cho trang web của mình, bạn có thể tìm một loạt các hình ảnh và đồ họa trên các trang web như www.photos.com, www.freegraphics.com, www.coolarchive.com và www.gotlogos.com. Đồng thời, bạn cũng cần một số phần mềm (như Adobe Photoshop) để xem và chỉnh sửa hình ảnh theo ý muốn. Nếu bạn muốn tìm hiểu thêm về cách thiết kế, xây dựng một trang web chuyên nghiệp và sinh lợi, bạn có thể vào một số trang web thành công và học theo cách làm của họ như www.buywithnocredit.com và www.smartcover.com. Bạn cũng có thể vào các trang web như www.sitepoint.com và www.webdeveloper.com, ở đó sẽ có những mẹo nhỏ và bài tập giúp bạn tự làm trang web.

2. Thuê nhân viên thiết kế mẫu trang web

Nếu bạn cần một trang web nhanh chóng và không muốn mất thời gian học cách tự làm, bạn có thể thuê nhân viên thiết kế web hành nghề tự do. Họ sẽ tạo mẫu trang web, logo và đồ họa chính cho bạn. Sau đó, bạn có thể bổ sung và quản lý nội dung trang web bằng công cụ chỉnh HTML.

3. Mua mẫu trong web và chỉnh sửa lại

Còn có một giải pháp khác: mua mẫu trang web làm sẵn từ các rồi chỉnh sửa cho phù hợp với nhu cầu của bạn. Có rất nhiều loại và kiểu trang web để bạn lựa chọn với giá từ 50 đô trở lên.

4. Thuê công ty thiết kế web chuyên nghiệp

Một công ty thiết kế web sẽ lo hết mọi việc cho bạn bao gồm thiết kế web, đăng nội dung (theo yêu cầu), cập nhật nội dung và cung cấp máy chủ. Tuy vậy, đây là giải pháp cuối cùng vì nó rất tốn kém (hàng ngàn đô) và bạn bị giới hạn quyền quản lý nội dung vì bạn không thể tự cập nhật trang web mỗi khi cần.

V. VIẾT LỜI CHÀO HÀNG THẬT ĐỘC ĐÁO ĐỂ THUYẾT PHỤC KHÁCH HÀNG

Lời chào hàng hấp dẫn cũng đóng vai trò quan trọng như người bán hàng chuyên nghiệp trong các cửa hàng. Nhiều trang web không ý thức được điều này đã phạm sai lầm khi chỉ dán vài bức ảnh về sản phẩm kèm theo lời giới thiệu ngắn ngủn, sơ sài và hy vọng người ta sẽ dán mắt vào xem rồi mua ngay tức thì. Điều này cũng giống như việc mở cửa hàng mà không thuê người bán hàng chuyên nghiệp đứng bên quầy để đón tiếp và giúp đỡ khách.

Trên một trang web, những câu chào hàng góp phần to lớn trong việc biến người xem thành người mua bằng cách thu hút sự chú ý, giới thiệu sản phẩm, tạo dựng lòng tin và uy tín, giải thích lợi ích, gia tăng sự hứng thú nơi người xem và mời họ mua hàng.

Bạn không nhất thiết phải là nhà văn để viết ra những câu chào hàng "câu khách". Ai cũng có thể làm được điều này một khi nắm được công thức đã qua kiểm nghiệm mà tôi sẽ "bật mí" với bạn ngay bây giờ.

1. Nắm được điểm độc nhất mà sản phẩm/dịch vụ của bạn mang lại

Trước khi bắt tay vào viết, bạn cần nắm rõ điểm đặc biệt, duy nhất của sản phẩm hay dịch vụ của bạn. Điều gì khiến sản phẩm của bạn nổi trội hơn đối thủ? Nhanh hơn? Bền hơn? Hiệu quả hơn? Hấp dẫn hơn? Tiết kiệm tiền hơn? Tạo thêm giá trị. Hãy chọn ra ba điểm mạnh nhất trong danh sách lợi ích này. Bây giờ, hãy suy nghĩ về sản phẩm của bạn và viết ra ba đặc tính độc đáo nhất mà nó mang lại cho khách hàng.

Khi bạn nhấn mạnh vào những lợi ích chính yếu này, tiêu đề và câu chào hàng của bạn sẽ đọng lại trong tâm trí khách hàng.

- Lợi ích 1...
- Lợi ích 2...

- Lợi ích 3...

2. Đặt mình vào vị trí khách hàng

Bên cạnh đó, bạn cũng phải hiểu đối tượng khách hàng của mình là ai. Ai có nhu cầu và có khả năng mua sản phẩm/dịch vụ của bạn? Điều gì xảy ra nếu bạn cố gắng bán cho cả bàn dân thiên hạ? Lúc đó, thông điệp của bạn sẽ mơ hồ, chung chung và bạn sẽ chẳng bán được gì! Đây là một trong những sai lầm thường gặp của những người mới khởi nghiệp. Ví dụ nếu bạn bán các tạp chí như "Forbes" hay "Fortune", đối tượng khách hàng của bạn sẽ là các chuyên gia, nhà quản lý, nhân viên văn phòng 30 - 50 tuổi, thu nhập ít nhất 4000 đô/tháng. Phương thức giao tiếp của bạn với họ sẽ khác hẳn cách bạn nói chuyện với thanh thiếu niên những khách hàng trẻ tuổi hơn. Ví dụ, nếu bạn bán chuông điện thoại, ngôn ngữ bạn dùng nên sành điệu và xì tin hơn.

Khi đã xác định được đối tượng khách hàng, bạn phải đặt mình vào vị trí của họ. Đó là lý do tại sao tôi đề nghị bạn bán những thứ bạn say mê mà ngay bản thân bạn cũng sẽ mua dùng. Đứng từ góc nhìn của khách, bạn sẽ thấu hiểu tất cả những vấn đề, suy nghĩ, nhu cầu và ý thích của khách hàng tiềm năng. Có như vậy bạn mới có thể bán cho họ theo cách họ muốn. Bây giờ, hãy nói về đối tượng khách hàng của bạn và trả lời những câu hỏi sau:

Vấn đề, khó khăn hiện tại của khách hàng là gì? Sản phẩm hay dịch vụ của bạn có thể giải quyết vấn đề đó như thế nào (Vd: không có tiền, cô đơn, học lực kém, khó giảm cân)

Khách hàng có những băn khoăn, lo lắng gì? (Vd: quá già, quá trẻ, quá khó khăn, hàng quá đắt)

Khách hàng mong ước và chờ đợi điều gì? Điều gì quan trọng đối với họ? Điều gì làm cho họ vui sướng? Làm thế nào để bấm đúng "phím nóng cảm xúc" của họ? (Vd: kiếm tiền, giảm cân tăng sự tự tin, cảm giác an toàn hay tự do).

3. Làm thế nào để viết tiêu đề ấn tượng

Tất cả các trang web bán hàng đều cần có tiêu đề thật hấp dẫn. Mục đích là để thu hút sự chú ý của người xem và dẫn dắt vào khám phá trang web của bạn. Nếu không làm được điều đó họ sẽ chuyển sang trang web khác và bạn sẽ mất một khách hàng

tiềm năng. Tiêu đề quan trọng đến nỗi, một nghiên cứu cho thấy việc thay đổi tiêu đề có thể làm tăng doanh thu của trang web lên 714%!

Bạn thấy đó, mỗi tiêu đề ở trên đều thu hút được sự chú ý gây tò mò làm người ta phải đọc tiếp, đồng thời nó cũng đưa ra một hứa hẹn nào đó. Ngược lại, có khá nhiều ví dụ về những tiêu "nhàn nhạt" vì quá chung chung, mơ hồ chẳng gây được sự chú ý nơi người đọc.

- *Liệu sự lo lắng có đang cướp đi những thứ tốt đẹp trong đời bạn?*

Đây là lời chào mời của một công ty bảo hiểm nhưng nó quá tiêu cực và u ám.

- *Học theo cách của Peter Richard*

Đây là cách một công ty rao bán các khóa học tiếng Anh cho trẻ em. Vấn đề ở chỗ nó không đưa ra lợi ích nào của khóa học thậm chí không hề nói cho khách hàng biết sản phẩm đó là gì.

- *Không... Không... Đừng gọi tên tôi*

Đây là lời mở đầu cho một khóa học về nghệ thuật nói trước đám đông. Người viết cố tỏ ra thông minh, sáng tạo, nhưng lại không cho thấy lợi ích cũng như không gợi trí tò mò để bạn tiếp tục đọc.

- *Giá trị của chất lượng*

Một tiêu đề dùng để bán đồng hồ như thế chẳng đánh vào đâu cả và cũng chẳng hấp dẫn để bạn tìm hiểu sản phẩm đó là gì.

- *Cửa hàng vật liệu Joe*

Một trong những sai lầm thường gặp của nhiều ông chủ là họ đưa tên mình đặt cho công ty và đưa nó lên làm tiêu đề trong khi tên tuổi của họ chưa được ai biết đến... ngoài người nhà? Hơn nữa khách hàng cũng không cần biết bạn là ai và bán thứ gì, nếu bạn không làm cho họ thấy lợi ích của họ trong đó.

Làm thế nào để viết những câu tiêu đề thật hấp dẫn? Thật ra bạn không cần quá cầu kỳ hoặc viết ra những câu kêu rồn rảng như chuông. Cái đơn giản chính là cái hiệu quả và bạn chỉ cần bắt chước những mẫu câu in đậm ở trên. Chẳng hạn, "Làm thế

nào tôi ký được 436.797 đô/năm bằng cách bán hàng của người khác trên mạng" đi thẳng vào vấn đề và đập ngay vào mắt người lướt web.

Công thức bắt đầu/kết thúc với "Làm thế nào/như thế nào" có thể áp dụng cho hầu hết các loại sản phẩm:

- *Làm thế nào để động viên con bạn học tốt?*
- *Làm thế nào để kết bạn và tạo được ảnh hưởng với người khác? Làm thế nào mà tôi trở nên nổi tiếng sau một đêm và làm sao để bạn cũng làm được như vậy?*

Tương tự, bạn có thể mượn công thức "**Đừng mua một chiếc xe nào cho đến khi bạn đọc những con số này**" để tạo ra những cái tiêu đề như:

- *Đừng mua bảo hiểm cho đến khi bạn đọc những điều này*
- *Đừng mua sản phẩm giảm cân cho đến khi bạn đọc những điều này*
- *Đừng dự một khóa học làm giàu nào cho đến khi bạn biết đến những điều này*

Hãy suy nghĩ về sản phẩm của bạn và viết ra ít nhất 20 tiêu đề sử dụng những công thức "chắc thắng" mà tôi đã chỉ cho bạn, rồi chọn ra câu "đắt" nhất để đưa lên trang web của bạn.

4. Bí quyết viết lời chào hàng hiệu quả?

Khi câu tiêu đề đã lôi kéo được sự chú ý của khách, để thúc đẩy họ đến chỗ muốn khám phá trang web, bạn phải tung ra những lời chào hàng thật thuyết phục để dẫn dắt người xem đi vào quy trình bán hàng hiệu quả: trình bày sản phẩm, tạo lòng tin, giải thích lợi ích, tạo hứng thú mua hàng và đưa ra lời chào mời trực tiếp. Đây là ba nguyên tắc quan trọng để viết câu chào hàng tuyệt đỉnh.

Nguyên tắc 1: Bán lợi ích không bán tính năng

Khi bạn bán một sản phẩm hay dịch vụ, đừng phạm sai lầm khi chỉ tập trung nói về tính năng và quên mất lợi ích mà nó đem lại cho người dùng. Chỉ khi bạn chú trọng vào lợi ích, đối tượng mới có hứng thú mua hàng vì họ thấy nó có khả năng giải quyết vấn đề hoặc tạo ra thay đổi trong cuộc sống của họ như thế nào.

Ví dụ, nếu bạn bán máy lạnh Super Cool và viết "Super Cool ít hao điện!", tức là bạn chỉ bàn đến tính năng của máy lạnh. Hãy tập trung vào lợi ích: "Super Cool sẽ giảm hóa đơn tiền điện của bạn tới 25%, tiết kiệm rất nhiều tiền cho bạn". Như vậy, máy lạnh loại này sẽ trở nên hấp dẫn hơn nhiều, đúng không?

Nếu bạn bán kem đánh răng Ngọc Trai, câu chào hàng như "Kem đánh răng Ngọc Trai với công thức đặc biệt giúp chà bóng và làm trắng răng" mới chỉ đề cập đến tính năng. Hãy chuyển sang nói về lợi ích cho khách hàng: "Ngọc trai đem đến cho bạn hàm răng trắng bóng như ngọc và nụ cười chinh phục người khác phái". Con người thường bị cảm xúc chi phối hơn là lý trí. Phổ biến một món hàng nào đó dưới dạng lợi ích, bạn tạo ra những cảm xúc mạnh mẽ thúc đẩy đối tượng mua hàng

Nguyên tắc 2: Dùng nhiều tính từ mạnh, con số cụ thể làm điểm nhấn trong câu chào hàng

So sánh hai câu: "Làm thế nào để bạn tăng thu nhập" với "Làm thế nào để bạn tăng thu nhập của bạn lên đáng kể 25% chỉ trong vòng 12 tháng". Câu nào hấp dẫn hơn? Tất nhiên là câu thứ hai, bởi nó dùng đến tính từ mạnh "đáng kể" cũng như những con số cụ thể như "25%" và "chỉ trong vòng 12 tháng".

Nguyên tắc 3: Sử dụng từ "bạn" và "của bạn" như đang đối thoại với người đọc

Những câu văn có nhiều từ "bạn" và "của bạn" khiến khách hàng cảm thấy gắn liền với sản phẩm/dịch vụ được đề cập, như thể cô ấy hoặc anh ấy đã sử dụng nó rồi và đang thụ hưởng lợi ích mà nó mang lại.

Như vậy, với ba nguyên tắc trên, bạn sẽ viết về điều gì trước? Phải sắp xếp cấu trúc câu như thế nào? Điều này tùy thuộc vào việc trang web của bạn bán một sản phẩm duy nhất (hoặc vài sản phẩm), hay các loại sản phẩm khác nhau. Có hai phương pháp giúp bạn làm việc này.

5. Viết quảng cáo dài nếu bạn có có một hoặc vài sản phẩm

Rất có thể những điều tôi sắp chia sẻ với bạn đi ngược lại niềm tin và nhận thức của bạn về cách xây dựng một trang web. Nhiều người tin rằng trang web càng ít chữ càng tốt, vì con người nói chung rất lười đọc. Chính vì thế họ đăng rất nhiều hình ảnh

cùng vài dòng giới thiệu ngắn gọn và để mặc người xem quyết định có nên nhấp chuột tiếp hay không. Sự thật, phương pháp này bán được rất ít hàng.

Điểm mấu chốt nằm ở nội dung. Nếu bài quảng cáo của bạn nói đúng những điều khách hàng muốn nghe thì dù có dài chẳng nữa họ vẫn đọc. Nhiều thử nghiệm chứng minh rằng, nội dung quảng cáo dài (cho một hoặc vài sản phẩm) thường mang lại doanh thu cao hơn, vì bạn dẫn dắt đối tượng trải qua từng bước trong quy trình bán hàng, thay vì để cho những đường dẫn khác nhau trên trang chủ làm họ mất tập trung. Nếu tìm hiểu những trang web bán hàng tốt nhất, bạn sẽ thấy nhiều trang web tuân theo 8 bước sau đây để biến người xem thành khách hàng.

VI. 8 BƯỚC GIÚP BẠN VIẾT QUẢNG CÁO DÀI THÀNH CÔNG

Xin giới thiệu với bạn 8 bước mà tất cả những người bán hàng và tiếp thị chuyên nghiệp đều sử dụng để biến khách hàng tiềm năng thành người mua. Các bước này không giới hạn trong việc viết lời chào hàng trên trang web mà còn có thể áp dụng cho tất cả các dạng tiếp thị như quảng cáo trên báo, tờ rơi và gửi thư trực tiếp.

- Bước 1: Đồng điệu và thoải phòng vấn đề
- Bước 2: Đưa ra giải pháp
- Bước 3: Bán lợi ích và ước mơ
- Bước 4: Tạo dựng uy tín
- Bước 5: Đưa ra lời chào mời khó cưỡng lại với những món quà tặng
- Bước 6: Đề ra mức giá và giải thích tính hợp lý của nó
- Bước 7: Bảo hành mạnh tay để giảm rủi ro cho khách
- Bước 8: Mời đặt hàng

Bước 1: Đồng điệu và thoải phòng

Hãy bắt đầu bằng cách diễn tả cảm giác của khách hàng khi phải đối mặt với những vấn đề mà bạn muốn giải quyết cho họ. Hãy nói lên sự mệt mỏi, nổi bực xúc và sợ hãi mà khách hàng đang phải chịu đựng. Những lời đồng cảm như vậy giúp xây dựng

mối liên kết chặt chẽ giữa người bán hàng với người đọc ngay lập tức. Họ thấy bạn hiểu rõ những vấn đề của họ. Còn một cách tiếp cận khác: hãy nói về những kinh nghiệm bản thân về vấn đề đó. Điều mà người đọc cũng nếm trải.

Bước 3: Bán lợi ích và giấc mơ

Thay cho việc tán tụng những tính năng tuyệt vời của sản phẩm (mà nhiều người vẫn hay làm), hãy đặc tả về việc sản phẩm của bạn sẽ có lợi cho khách hàng và giúp họ biến ước mơ thành sự thật như thế nào. Dùng nhiều từ gợi tả để khơi dậy những cảm xúc mãnh liệt nơi khách hàng.

Bước 4: Tạo dựng uy tín

Người dùng Internet thường tỏ ra hoài nghi không dám tin vào những thông tin mơ hồ, sai sự thật, "một tác lên đến trời" đang tràn ngập trên Internet. Vì vậy, một trong những bước quan trọng là bạn phải gây dựng được uy tín cho bản thân và công ty.

Cách tốt nhất để xây dựng uy tín là :

- Cung cấp các chứng cứ xác thực về bạn và công ty của bạn. Đăng hình ảnh, giấy phép kinh doanh và các loại bằng chứng khác lên trang web. Đó là những chứng từ có thể giúp bạn tạo dựng lòng tin nơi khách hàng. Trong trường hợp của mình, tôi đưa lên tất cả các bài báo viết về mình.

Woo Chin Min, Dược sĩ

Sau khi bị đột quỵ và trải qua 21 ngày hôn mê, tôi bị mất phần lớn trí nhớ và mất khả năng điều khiển cơ thể. Tôi không còn tin vào bản thân nhỏ và hoàn toàn suy sụp. Tuy vậy, sau những gì học được từ A dam Khảo về sức mạnh của niềm tin vào bản thân và cách thức tự động viên. Tôi đã lấy lại được ý chí và sự tự tin để hồi phục hoàn toàn và trở thành một người mẹ tốt với công việc ổn định.

Bước 5: Đưa ra lời chào mời khó cưỡng lại với những món quà tặng

Tiếp theo, bạn phải làm sao khiến khách hàng nghĩ rằng sản phẩm/dịch vụ mà bạn cung cấp thật sự có giá trị. Để đến lúc bạn tiết lộ giá sản phẩm, ai cũng nhận thấy đây là một giá hời.

Bạn có thể làm được điều này bằng cách tung ra những món quà tặng hấp dẫn khiến khách hàng khó nói "không" với sản phẩm của bạn.

Những điểm cần lưu ý với quà tặng kèm theo:

- Phải có giá trị sử dụng với đối tượng
- Liên quan đến sản phẩm/dịch vụ của bạn hoặc thậm chí bổ sung cho nó
- Giá trị sử dụng cao nhưng chi phí thấp

Những mặt hàng đáp ứng ba tiêu chuẩn trên bao gồm eBook, băng video, bản tin hàng tháng, bản báo cáo đặc biệt, thẻ thành viên miễn phí, v.v...

Thêm vào đó, bạn sẽ nhận được những phần quà giá trị nếu mua hàng ngay bây giờ.

Quà tặng 1: Ebook "33 chiêu thức khiến đối phương tâm phục khẩu phục", trị giá 45 đô

Quà tặng 2: "69 trang bí quyết giúp bạn thành công", trị giá 27 đô

Quà tặng 3: "19 trang biên soạn đặc biệt giúp người thân của bạn vượt qua những cảm xúc tiêu cực", trị giá 18 đô

Tổng cộng, gói quà trị giá 89 đô! Hoàn toàn MIỄN PHÍ!

Bước 6: Đề ra mức giá và giải thích tính hợp lý của nó

Bước tiếp theo, hãy nêu ra mức giá bạn muốn bán và giải thích tại sao nó hoàn toàn hợp lý. Bạn có thể nói sơ lại lợi ích của sản phẩm và giá trị của những phần quà đặc biệt đi kèm. Sau đó, hãy kết luận rằng giá sản phẩm thật sự thấp hơn nhiều so với giá trị thật sự mà nó mang lại.

0% rủi ro khi mua hàng, hoàn lại tiền 100% khi khách hàng không hài lòng

Bạn không cần phải quyết định ngay liệu quyển sách "Làm chủ tư duy thay đổi vận mệnh" và chương trình "Những mô thức thành công" có hữu ích với bạn không. Hãy thử nghiệm trong 90 ngày. Nếu bạn hoàn toàn không hài lòng về sản phẩm, trong vòng 90 ngày, chúng tôi sẽ hoàn tiền lại cho bạn... vô điều kiện!

Chúng tôi mất hàng ngàn giờ để tập hợp những kiến thức quý giá nhất. Một giờ đứng lớp của tôi có giá 2500 đô. Hãy hình dung, bạn có trong tay món hàng giá trị 25 ngàn đô! Vậy mà bạn chưa mất đến 500 đô để sở hữu sản phẩm tuyệt vời này. Tôi tin vào giá trị sản phẩm của mình. Vào những đợt khuyến mãi đặc biệt có giới hạn, chúng tôi bán với giá 197 đô. Nhưng nếu bạn đặt mua ngay hôm nay chúng tôi bán với giá 99 đô. Cộng thêm nhiều phần quà có giá trị!

Bước 7: Mời đặt hàng

Bước CUỐI CÙNG và cũng là bước quan trọng nhất là làm sao cho khách hàng mua NGAY BÂY GIỜ! Để tránh việc khách chần chừ và trở lại lần sau (thường thì họ sẽ đi luôn), khuyến mãi có thời hạn sẽ tạo cảm giác cấp bách buộc họ phải nhấp nút "mua" ngay lập tức. Nhiều trang web ghi rõ "Nếu mua hàng trong vòng 5 phút nữa, bạn sẽ được mức giá rẻ chưa từng có và giá này sẽ không lặp lại". Tương tự, "150 người đầu tiên sẽ được nhận quà tặng miễn phí trị giá 67 đô".

Bạn cũng có thể tìm hiểu cách viết quảng cáo dài trên những trang web thành công khác để thu được hàng ngàn đô lợi nhuận. Tham khảo trang www.superaffiliatehandbook.com, www.buywithnocredit.com và www.sitstayfetch.net.

Có thể bạn đặt câu hỏi, "Tại sao những đại gia trên mạng rất thành công như amazon.com đâu cần viết quảng cáo dài dòng như vậy?". Đó là vì tên tuổi họ đã nổi như cồn nên không cần phải "đánh bóng" nữa. Hầu như ai cũng biết Amazon là ai và họ làm gì. Tương tự, nếu bạn có một thương hiệu nhiều người biết tới và người ta tự động kéo đến khi có nhu cầu thì những mẫu quảng cáo dài sẽ không cần thiết.

Còn nữa, giả sử bạn có trang web bán hàng trăm sản phẩm các loại thì bạn cần viết hàng trăm bài quảng cáo như vậy ư? Tất nhiên là không. Với những trang web bán hàng loạt sản phẩm như dụng cụ chơi gôn, quần áo, đồ cổ, dụng cụ làm vườn, bạn sẽ sử dụng trang web kiểu danh mục liệt kê với lời giới thiệu ngắn gọn cho từng sản phẩm.

Bước 8: Quảng cáo ngắn cho trang web kiểu danh mục liệt kê

Những bài quảng cáo ngắn đã được chứng minh là hiệu quả với các trang web kiểu danh mục liệt kê, bán nhiều loại sản phẩm đa dạng khác nhau được gộp chung lại thành các nhóm hàng. Tuy vậy trang web loại này vẫn cần có những yếu tố quan trọng sau:

- Tiêu đề ấn tượng
- Hình ảnh sản phẩm đẹp
- Quảng cáo ngắn nhưng hấp dẫn về lợi ích của từng sản phẩm
- Lời cảm nhận của khách hàng để gây dựng uy tín
- Chế độ bảo hành giảm thiểu rủi ro
- Thêm quà tặng khiến mặt hàng thêm hấp dẫn
- Khuyến mãi có thời hạn để tạo cảm giác phải mua ngay

Bạn thấy đó, trang web kiểu danh mục liệt kê này có tiêu đề nói lên lợi ích và những đoạn quảng cáo ngắn gọn miêu tả công ty và sản phẩm mà họ bán. Ở bên trái, các sản phẩm được sắp xếp thành nhiều loại như "võng", "nến thơm" ...

Đối với những sản phẩm được đề cao, những mẫu quảng cáo ngắn đầy thuyết phục được đưa vào để nhấn mạnh những lợi ích chính của sản phẩm.

Rõ ràng là những "chiêu" tiếp thị và bán hàng này không chỉ áp dụng cho kinh doanh trên mạng mà còn cho bất kỳ loại hình kinh doanh nào! Thậm chí, bằng cách áp dụng những nguyên tắc tương tự vào công việc hàng ngày, bạn sẽ thấy mình có thể đóng góp cho công ty được nhiều hơn.

PHẦN 4

Làm thế nào để thu hút được ngày càng nhiều khách hàng trên mạng

Nhiều doanh nghiệp trực tuyến xem nhẹ tầm quan trọng của bước này nên đã thất bại vì không tạo được lòng tin để khách hàng trả tiền mua hàng.

I. HÃY ĐỀ KHÁCH HÀNG TRẢ TIỀN BẰNG THẺ TÍN DỤNG VÀ PAYPAL

Làm cách nào để bạn nhận tiền trả qua mạng của khách hàng trên toàn thế giới? Trong vô vàn cách thức, chấp nhận thanh toán bằng thẻ tín dụng và Paypal là cách tối ưu hơn cả. Là người bán lẻ trên mạng, bạn buộc phải chấp nhận các loại thẻ tín dụng phổ biến, nếu không hãy chuẩn bị tinh thần mất đi hơn 85% khách hàng tiềm năng. Việc thanh toán bằng thẻ tín dụng giúp khách mua hàng nhanh chóng và dễ dàng. Dân lướt web thường không đủ kiên nhẫn nếu phải viết chi phiếu/điền thông tin chi tiết rồi bỏ vào phong bì, gửi đi và đợi vài ngày để bạn xử lý đơn hàng. Nếu nhiều khi như thế họ thường từ bỏ ý định mua hàng của bạn. Thẻ tín dụng không chỉ giúp bạn thu hút phần lớn lượng khách mua hàng một cách ngẫu hứng (không tính toán so đo nhiều trước khi mua hàng), mà còn làm tăng thêm độ tin nhiệm của bạn. Chấp nhận thẻ tín dụng tạo ấn tượng rằng bạn là một doanh nhân đáng tin cậy.

Mặc dù phần lớn khách hàng đều có thẻ tín dụng, vẫn có một số người không sở hữu thẻ tín dụng. Trong trường hợp này, lựa chọn tốt nhất là chấp nhận thanh toán qua Paypal (www.paypal.com). Paypal Inc (do Ebay sở hữu) cho phép mọi người gửi và nhận tiền bằng bất cứ ngoại tệ nào qua mạng mà không cần tới thẻ tín dụng. Họ chỉ cần một tài khoản ngân hàng và một địa chỉ email.

Ta hãy tìm hiểu thêm về cơ chế hoạt động của hình thức giao dịch này. Khách hàng chuyển tiền từ tài khoản ngân hàng tới tài khoản Paypal của họ (có thể mở qua mạng ngay tức thì). Khi họ xác nhận đơn đặt hàng, Paypal sẽ chuyển tiền tới tài khoản Paypal mua bán của bạn (có thể mở qua mạng miễn phí trong tích tắc). Sau đó bạn có thể chuyển số tiền nhận được đó từ tài khoản Paypal tới tài khoản ngân hàng địa phương của mình chỉ với một lần nhấp chuột. Tất nhiên, Paypal sẽ thu phí chuyển tiền từ 2,4% - 3,4% cộng thêm 0,3 đô cho dịch vụ của họ.

II. GIẢI PHÁP THANH TOÁN TRỰC TUYẾN TRỌN GÓI

Ngày nay, có hàng trăm nhà cung cấp giải pháp thanh toán trực tuyến sẵn sàng mang lại cho bạn một dịch vụ trọn gói, cho phép bạn chấp nhận và xử lý phương thức thanh toán bằng thẻ tín dụng chỉ trong một thời gian ngắn. Trong một gói dịch vụ, họ sẽ cung cấp cho bạn một tài khoản mua bán, một máy chủ bảo mật, một cổng thanh toán và một giỏ hàng ảo.

Vậy tất cả những điều này có ý nghĩa gì? Tài khoản mua bán là tài khoản cho phép bạn chấp nhận và xử lý đa số các loại thẻ tín dụng trực tuyến. Máy chủ bảo mật là máy chủ được mã hóa về bảo vệ thông tin bí mật của khách hàng khỏi các tin tặc trong quá trình thông tin được gửi đi. Cổng thanh toán là phần mềm kết nối trang web của bạn tới tài khoản mua bán. Sử dụng máy chủ bảo mật giúp việc chuyển tiền từ thẻ tín dụng của khách tới tài khoản mua bán một cách an toàn.

Cuối cùng, giỏ hàng ảo là phần mềm cho phép khách hàng có lựa chọn thêm vào hoặc bỏ đi những thứ họ định mua trong lúc dạo quanh cửa hàng trực tuyến. Nó cũng tính tổng giá trị món hàng và chuyển toàn bộ thông tin vào tài khoản mua bán bạn khi khách hàng quyết định mua.

Tuy vậy, nếu chỉ bán một hay hai mặt hàng, bạn không cần đến giỏ hàng ảo. Bạn chỉ cần một trang đặt hàng, nơi khách hàng có thể điền tất cả thông tin riêng của họ và nhấp nút "mua". Mọi chuyện đều được nhà cung cấp giải pháp thanh toán trực tuyến giải quyết chu toàn nên bạn không phải lo lắng về việc thiết lập hệ thống này.

Quá trình này diễn ra như sau. Khi quyết định mua một món gì đó người mua sẽ điền đơn đặt hàng hay bỏ vào giỏ hàng ảo và xác nhận việc mua. Thông tin thẻ tín dụng của người mua sẽ được mã hóa và gửi đến tài khoản mua bán của bạn, sau đó nó được gửi đến công ty thẻ tín dụng để họ kiểm tra và chấp nhận việc mua hàng. Sau khi đã được thông qua, thẻ tín dụng của khách sẽ bị trừ tiền và tiền sẽ được đưa vào tài khoản ngân hàng của bạn.

Đồng thời, một tin nhắn xác nhận việc mua hàng sẽ được gửi tới người mua, cùng với hóa đơn điện tử và thông tin ngày nhận hàng. Ngay lập tức, một email cũng được gửi tới bạn để bạn bắt đầu xử lý đơn đặt hàng và gửi sản phẩm đi ngay lập tức.

Những nhà cung cấp giải pháp thanh toán trực tuyến mà tôi đánh giá cao bao gồm Rbsworldpay.com, Quicksales.com, E-nets (www.nets.com.sg/enets) và Paypal.com (Paypal cũng cho phép bạn chấp nhận thẻ tín dụng trên toàn thế giới). Hãy thử vào các trang web trên và xem qua những gói dịch vụ mà họ cung cấp trước khi quyết định giải pháp nào phù hợp với nhu cầu của bạn nhất!

Tất nhiên, một khi nhận được email chấp nhận thẻ tín dụng và xác nhận đơn đặt hàng, bạn phải giao hàng cho người mua ngay lập tức. Nếu bạn bán các sản phẩm điện tử như eBook hay phần mềm, bạn có thể để trang web tự động gửi sản phẩm mà không cần phải mót tay vào. Điều này cực kỳ quan trọng vì nó đem lại cho khách hàng cảm giác hài lòng về việc mua hàng ngay lập tức. Trong khi với sản phẩm vật chất, bạn sẽ phải đóng gói, chuyển hàng qua đường hàng không (hoặc đường bộ, đường biển) tới khách hàng bằng các dịch vụ thông thường hay chuyển phát nhanh như DHL hay Fedex. Lưu ý, hãy cho phép khách hàng quyền lựa chọn các dạng dịch vụ giao hàng khác nhau và cước phí cho từng loại dịch vụ; điều này phải được thể hiện rõ ngay trong đơn đặt hàng. Bạn cũng cần thông báo cho khách biết thời gian họ sẽ nhận được sản phẩm.

III. NHỮNG MẸO NHỎ GIÚP KHÁCH HÀNG TỰ TIN MUA HÀNG CỦA BẠN

Mặc dù ngày càng có nhiều người mua hàng trực tuyến, đa số mọi người vẫn rất ngại chia sẻ thông tin thẻ tín dụng trên mạng vì sợ bị đánh cắp thông tin. Dù mặt hàng của bạn có hấp dẫn tới đâu khách cũng không dám mua nếu bạn không giúp họ tin rằng công ty của bạn làm ăn hợp pháp, đáng hoàng và đáng tin cậy. Vậy làm sao để chiếm được lòng tin của khách? Sau đây là một vài mẹo nhỏ nhưng khá hiệu nghiệm!

Mẹo 1: Trang "Tự giới thiệu" và trang "Liên lạc" cần có đầy đủ thông tin

Như đã nói, khách hàng tiềm năng muốn biết chắc rằng đằng sau trang web là một người hay một công ty đáng tin cậy. Bằng cách cung cấp thông tin chi tiết về bạn và lịch sử công ty cùng nhiều hình ảnh, bạn sẽ giúp khách hàng có cơ sở đặt lòng tin. Chi rõ địa chỉ công ty, số fax và số điện thoại 24/24 (nếu được), để khách hàng có thể giải tỏa mọi thắc mắc và lo lắng.

Mẹo 2: Đăng các bằng chứng xác nhận lên trang web

Có một số tổ chức chuyên theo dõi và chứng nhận độ tin cậy và tính hợp pháp của các công ty kinh doanh trên mạng. Trong số đó có thể kể đến TRUSTE (www.truste.com) và Trust SG (www.trustsg.com).

Nếu trang web của bạn đã được những tổ chức này bảo chứng và được quyền đưa logo của họ lên trang chủ thì chắc chắn khách hàng sẽ có thêm cơ sở tin tưởng để mua hàng.

Mẹo 3: Đưa các thông tin về việc bảo mật và logo vào đơn đặt hàng

Cuối cùng, đưa các thông tin về việc bảo mật lên trang đặt hàng cùng với câu: "Đặt hàng ngay bây giờ qua hệ thống thanh toán bảo mật của chúng tôi" cũng giúp ích rất nhiều. Nhiều trang web còn để biểu tượng chìa khóa với dòng chữ "Bảo mật từ Microsoft và Netscape".

IV. THU HÚT KHÁCH HÀNG VÀO TRANG WEB CỦA BẠN

Trang web của bạn có thể đẹp đẽ với những sản phẩm chất lượng tốt nhưng nếu chẳng ai tìm thấy nó trong hàng triệu triệu trang web trên đời thì kể như nó chưa từng tồn tại.

Một trong những giả định nguy hiểm chết người mà nhiều ông chủ mắc phải là khi mở cửa hàng, dù là cửa hàng ngoài phố hay trên mạng, họ nghiễm nhiên cho rằng thiên hạ sẽ rủ nhau tới mua hàng. Khoảng một thập kỷ trước, điều này may ra có thể đúng, vì chỉ có độc nhất một nhà may hay một cửa hàng giày trong thị xã. Ngày nay, có hàng trăm hàng ngàn công ty bán cùng một loại sản phẩm, nghĩa là bạn phải chủ động tìm kiếm và thu hút khách vào cửa hàng hay trang web của mình. Chỉ khi họ ghé vào trang web của bạn, bạn mới có cơ hội biến họ thành người mua.

Trong quá khứ, nếu khách bước ra khỏi cửa hàng của bạn, bạn có thể chờ đợi và hy vọng họ sẽ quay lại. Ngày nay, nếu để một người khách bước ra khỏi cửa hàng mà không mua gì, bạn có thể mất họ vĩnh viễn vì có hàng chục cửa hàng khác chào kéo họ và họ chẳng còn nhớ gì về cửa hàng của bạn đâu. Thế nên, ngay khi có một người

ghé thăm trang web, bạn phải liên lạc thường xuyên và thiết lập mối quan hệ cho tới khi họ quyết định mua hàng và tiếp tục mua thêm nữa.

Vậy làm thế nào để thu hút khách vào trang web của bạn? Bạn có thể thực hiện việc này miễn phí hoặc trả tiền cho quảng cáo. Là một nhà tiếp thị trên mạng chuyên nghiệp, bạn cần kết hợp cả hai chiến lược này. Trước tiên, chúng ta hãy cùng đi qua mặt mạnh mặt yếu của từng chiến lược.

1. TĂNG LƯỢNG TRUY CẬP VÀO TRANG WEB CỦA BẠN MIỄN PHÍ

Ưu điểm nổi bật của phương pháp này là bạn không phải trả tiền để có khách hàng tiềm năng. Tuy vậy, nó mất khá nhiều thời gian, có thể hàng tuần thậm chí hàng tháng cho đến lúc bạn bắt đầu thu hút được một lượng khách hàng kha khá. Lượng truy cập miễn phí thường đến từ (1) công cụ tìm kiếm, (2) đường dẫn trên những trang web liên quan, (3) cung cấp thông tin quý giá miễn phí, (4) tiếp thị truyền miệng và (5) đăng quảng cáo trên các trang quảng cáo miễn phí.

1.1. Thu hút khách hàng qua các công cụ tìm kiếm

Khi muốn tìm kiếm thông tin, bạn thường bắt đầu từ những công cụ tìm kiếm như Google, Yahoo! hay MSN, đúng không? Phần lớn khách hàng cũng tìm đến bạn thông qua những kênh chủ yếu này. Trong thực tế, hơn 50% khách hàng tiềm năng đến với bạn bằng cách này.

Vấn đề ở chỗ, người lướt web thường chỉ để mắt tới 10-20 trang web đầu tiên trên hai trang kết quả tìm kiếm. Trong hàng trăm ngàn trang web hiển thị cùng một lúc, thử hỏi cơ hội trang web của bạn có mặt trong danh sách 20 trang web đầu tiên là bao nhiêu? Nếu bạn chỉ đưa trang web của mình lên và chẳng làm gì, cơ hội của bạn mong manh như trúng số độc đắc, đặc biệt là với các từ khóa thông dụng. Ví dụ, nếu bạn vào Google và gõ từ "Golf" (hãy cùng làm thử với tôi), bạn sẽ nhận được 234.000.000 kết quả tìm kiếm! Giả sử bạn bán dụng cụ chơi gôn trên mạng, thì cơ hội có người biết đến bạn gần như bằng zero. Tuy vậy, nếu bạn bán các sản phẩm độc hơn, như "gậy đánh gôn đầu bọc vàng" (gom plated golf equipment) thì chỉ còn lại 325.000 kết quả tìm kiếm.

Với hàng trăm ngàn thậm chí hàng triệu đối thủ cạnh tranh, bạn có khả năng lọt vào danh sách 20 trang web xuất hiện đầu tiên không? May thay, câu trả lời là có và bạn có thể làm được điều này chỉ trong vòng sáu tháng nếu biết áp dụng chiến thuật đúng đắn. Mặc dù thiên hạ viết rất nhiều sách, có những quyển dày tới 300 trang, xoay quanh việc "Làm thế nào để tận dụng tối đa công cụ tìm kiếm?" (Search Engine Pptimization - SEO), tôi chỉ điểm qua những cách thức hữu hiệu nhất và đưa ra một số nguồn tham khảo thêm cho bạn.

Đầu tiên, bạn cần hiểu rõ những công cụ tìm kiếm xếp hạng các trang web như thế nào. Việc xếp ai ngòì "chiếu trên chiếu dưới" trong Internet hoàn toàn không dựa vào thứ tự xếp hàng trước sau hay bảng chữ cái. Thay vào đó, các công cụ tìm kiếm sẽ sục xướng tận đáy đại dương Internet, rồi dựa vào các công thức toán học phức tạp để đo lường mức độ phù hợp và phổ biến của các trang web. Trang web của bạn càng phù hợp với từ khóa và càng phổ biến bao nhiêu thì thứ hạng tìm kiếm của bạn càng cao bấy nhiêu.

Tôi xin giới thiệu ba cách cơ bản bạn có thể dùng để đẩy thứ hạng trang web của bạn lên cao hơn.

1.1.1. Làm cho trang web của bạn phổ biến hơn

Một trong những tiêu chí để các công cụ tìm kiếm đo lường mức độ phổ biến của trang web là dựa vào số đường dẫn vào trang web của bạn, được gọi là "độ phổ biến của đường dẫn". Càng có nhiều đường dẫn vào trang web, những đường dẫn ấy càng phổ biến bao nhiêu thì cơ hội xếp hạng cao của trang web càng tăng bấy nhiêu. Một trang web ở thứ hạng cao thường có ít nhất 50-100 đường dẫn. Để theo dõi số đường dẫn tới trang web của mình, bạn có thể dùng công cụ tại www.linkpopularity.com.

Trước khi bắt đầu nhờ tất cả bạn bè chen đường dẫn từ trang web của họ đến trang của bạn, hãy chắc chắn rằng sự kết nối ấy là hợp lý. Ví dụ, nếu trang web của bạn bán dụng cụ đánh gôn, mà bạn để đường dẫn trên trang web trò chơi điện tử thì máy tìm kiếm sẽ không tính. Đó là chưa kể các công cụ tìm kiếm có thể còn phạt bạn nữa! Bạn phải có những đường dẫn từ những trang web có nội dung liên quan như nhận xét về các khu chơi gôn, tạp chí gôn trực tuyến, câu lạc bộ đánh gôn, v.v... Thêm vào đó, trang web có đường dẫn tới bạn cũng phải có đông người viếng thăm. Dù có hàng

triệu đường dẫn từ những trang web không người vào thì cũng chẳng thay đổi được thứ bậc xếp hạng của bạn.

Chắc bạn hình dung là sẽ mất rất nhiều thời gian để xây dựng mạng lưới những đường dẫn "giá trị" tới trang web của bạn. Tuy vậy vẫn có một số cách giúp bạn đẩy nhanh quá trình này.

- Xây dựng một trang web có nội dung bổ ích và phong phú. Nếu trang web của bạn có nội dung tốt và có giá trị với khách hàng, những trang web khác trong cùng lĩnh vực sẽ sẵn lòng kết nối vào trang của bạn hơn.
- Yêu cầu "nối mạng" với các trang web liên quan. Hãy chủ động tìm những trang web có cùng đối tượng khách hàng (nhưng không phải đối thủ trực tiếp). Bạn có thể tìm hiểu xem trang web của các đối thủ được đề trên những trang web nào (vào www.linkpopularity.com, bạn sẽ dễ dàng tìm ra). Viết email cho chủ trang web và yêu cầu để đường dẫn trên trang của họ. Nếu bạn có thể thuyết phục rằng đó là việc làm có lợi cho hai bên, họ sẽ vui vẻ đồng ý.
- Cách tốt nhất và dễ nhất để tăng lượng trang web kết nối tới trang của bạn là tự tạo ra chúng. Hãy tạo ra nhiều trang web có nội dung phong phú và dẫn dắt khách hàng tới trang web chính của bạn.
- Một cách khá hiệu nghiệm khác là lập nhiều trang web khác nhau cho mỗi sản phẩm của bạn (hay từng nhóm sản phẩm) rồi liên kết tất cả trang web này lại với nhau. Phương pháp này sẽ giúp cho những trang web nhỏ phổ biến hơn và được xếp hạng cao hơn.

1.1.2. Lựa chọn và khôn khéo để vào các từ khóa tốt nhất

Từ khóa là thứ mà công cụ tìm kiếm dựa vào khi xếp hạng trang web của bạn. Ví dụ, nếu bạn gõ "golf equipment" (dụng cụ chơi gôn) vào Yahoo!, bạn sẽ thấy những trang web có nhiều từ khóa này nhất. Một trang web càng có nhiều một loại từ khóa nhất định, trang web đó càng dễ được xếp hạng cao (bên cạnh một số yếu tố khác). Nhưng bạn chớ nghĩ đến mách để từ khóa nhan nhản trên trang web nhé (ví dụ để cụm từ "dụng cụ chơi gôn" lặp đi lặp lại với tần suất cao) vì công cụ tìm kiếm rất thông minh, nó sẽ phạt bạn tội "lừa dối" đấy! Từ khóa phải hiển thị đúng chỗ và phải tạo thành những câu có nghĩa.

Đầu tiên, hãy chọn những từ khóa và cụm từ khóa mà khách hàng sẽ gõ vào công cụ tìm kiếm. Trong phần trước, bạn đã học về các công cụ như www.google.com/keywords để tìm ra được danh sách 50-100 từ khóa phù hợp với trang web của bạn. Một lần nữa, nếu bạn bán dụng cụ chơi golf, những từ khóa liên quan có thể là "golf equipment", "Tiger Woods", "Nike Golf", "Golf Club" (câu lạc bộ chơi golf) v.v...

Khi lập web, bạn cần đặt những từ khóa quan trọng nhất vào tên miền, thẻ tiêu đề và những câu chào hàng.

a. Tên miền

Cài từ khóa vào tên miền sẽ giúp đẩy thứ hạng trang web lên.

Chúng ta đã nói đến phần này ở phần trước.

b. Thẻ tiêu đề

Thẻ tiêu đề là những gì hiện ra ở phía trên cùng trình duyệt web của bạn. Nó bao gồm tên trang web và dòng giới thiệu về trang web. Nếu bạn nhấp vào "view source" (xem mã nguồn) trên trình duyệt web của bạn, bạn sẽ thấy dòng chữ này trong mã nguồn, hiện lên giữa <title> và </title>. Để đảm bảo rằng từ khóa của bạn hiện lên nhiều lần trên thẻ tiêu đề, hãy miêu tả trang web của bạn một cách chi tiết. Ví dụ, nếu "thành công" là một từ khóa quan trọng, bạn có thể để thẻ tiêu đề như:

<title>bạn khao khát thành công? Những bí quyết thành công của mang đến cho bạn các sản phẩm và thông tin liên quan đến thành công, giúp bạn thành công trong cuộc sống </title>

Trong trường hợp này, từ khóa "thành công" hiện lên bốn lần trong thẻ tiêu đề. Càng nhiều càng tốt. Bạn có thể để tới 66 từ khóa trên thẻ tiêu đề đối với Google và 120 từ đối với Yahoo!

c. Trong cả đoạn quảng cáo chào hàng hãy chèn càng nhiều từ khóa càng tốt

Mẫu quảng cáo càng có nhiều từ khóa càng giúp bạn dễ lên "hạng" hơn. Khi viết đoạn quảng cáo, hãy cố gắng dùng càng nhiều từ khóa và cụm từ khóa càng tốt. Tối ưu nhất, từ khóa nên chiếm dung lượng khoảng 15%-16% đoạn văn. Nói cách khác, cứ 100 chữ thì 16 chữ là từ khóa! Bạn có thể kiểm tra tần số xuất hiện của từ khóa bằng cách sử dụng công cụ ở www.keyworddensity.com.

1.1.3. Gửi trang web của bạn cho tất cả các công cụ tìm kiếm

Hai biện pháp trên giúp trang web của bạn được xếp hạng cao hơn, nhưng nó sẽ còn cao hơn nữa nếu bạn gửi trang web của mình cho các công cụ tìm kiếm và các trang danh bạ. Bạn có thể tự làm điều đó bằng cách vào trang chủ của các công cụ tìm kiếm, hay sử dụng các phần mềm tự động làm thay bạn như Webposition GOM (www.webpositiongold.com).

Ngoài các trang tìm kiếm lớn như Google, Yahoo! và MSN, có hàng trăm trang khác như Metacrawler (www.metacrawler.com), Dogpile (www.dogpile.com), Ask Jeeves (www.ask.com), Anh Vista (www.altavista.com), v.v. . . Một công đôi việc, khi bạn lọt vào danh sách của càng nhiều trang tìm kiếm, càng có nhiều đường dẫn tới trang web của bạn, đẩy mức độ phổ biến của đường dẫn lên cao hơn nữa!

1.2. Đặt đường dẫn vào các trang web liên quan

Ngoài việc giúp trang web của bạn thêm phổ biến, đặt đường dẫn ở những trang web liên quan sẽ giúp mang lại lượng truy cập miễn phí cho bạn!

1.3. Cung cấp nhiều thông tin quý giá miễn phí

Cách tốt nhất để thu hút được nhiều khách hàng là viết bài có nội dung thật phong phú và bổ ích đối với đối tượng khách hàng của bạn, rồi xin phép đăng bài trên những trang web có nhiều người xem là khách hàng tiềm năng của bạn.

Khi đối tượng của bạn đọc bài viết, họ sẽ tò mò muốn biết bạn có thể giúp họ như thế nào (nếu bài của bạn đủ sức thuyết phục) và bạn sẽ có vị thế như một chuyên gia. Ở phần đầu và cuối bài viết, bạn phải để đường dẫn "Về tác giả" để dẫn họ đến trang web của mình vì đây là nơi bạn có thể bán dịch vụ hay sản phẩm của mình để kiếm tiền.

Ví dụ, nếu bạn tới www.moneycentral.com (trang web uy tín và phổ biến nhất về quản lý tài chính), bạn sẽ thấy rất nhiều bài viết được đăng trên trang chủ. Ai quan tâm đến chủ đề nào có thể nhấp chuột vào đó để đọc bài viết và tìm hiểu thêm. Ví dụ, bài viết "Giúp đỡ người mua nhà cao cấp" (Help for high-end home-buyers) của M.P.Dunleavy.

Hãy chịu khó tìm kiếm và liên lạc với: các trang web liên quan, nhờ họ đăng bài của bạn. Phần lớn các trang web sẽ sẵn lòng làm thế, vì chính họ cũng phải lùng sục thông tin mới lạ để tăng giá trị phục vụ của trang web. Bên cạnh đó, cũng có hàng trăm trang web cung cấp bài viết miễn phí. Một số trang như www.articlecity.com và www.freesticky.com là nơi mà các chủ trang web thường lui tới tìm kiếm những bài viết hay về đăng lên trang của mình.

1.4. Tiếp thị truyền miệng

Với các công ty truyền thống, cách tốt nhất để kiếm được khách hàng mới là thông qua lời giới thiệu của những khách hàng hài lòng với công ty, gọi là tiếp thị truyền miệng. Trong thế giới trực tuyến, tiếp thị truyền miệng là chiến lược nhờ những khách hàng hiện hữu giới thiệu trang web của bạn tới bạn bè của họ, rồi người này lại giới thiệu với người kia và cứ thế lan truyền trong cộng đồng mạng. Đây là cách mà Hotmail đã làm để kiếm được hàng triệu người dùng chỉ trong vòng vài tháng. Nếu để ý, bạn sẽ thấy mỗi lần bạn nhận được email từ tài khoản Hotmail, luôn có một đường dẫn ghi rằng "đăng ký tài khoản email miễn phí tại đây". Khi gửi cho bạn email đó, bạn của bạn đã vô tình quảng cáo Hotmail với bạn!

Vậy bạn có thể áp dụng điều này như thế nào? Tất cả việc bạn cần làm là tặng cho người xem trang web những thứ có giá trị như bài viết bản tin điện tử miễn phí hay mẫu thử sản phẩm. Cuối bài viết để sẵn một đường dẫn nói rằng "Hãy chia sẻ bài viết này với bạn bè" hay "Email bài viết này cho bạn bè". Một khi họ nhấp vào đường dẫn và gửi sản phẩm của bạn cho bạn bè, bạn sẽ tự động được quảng cáo!

1.5. Đăng quảng cáo trên các trang quảng cáo miễn phí

Cuối cùng, bạn có thể kiếm được khách hàng miễn phí bằng cách đăng những bài quảng cáo trên các trang web quảng cáo miễn phí. Mặc dù miễn phí, nhưng để có tác dụng, bạn phải đăng trên hàng trăm, thậm chí hàng ngàn trang web quảng cáo. Phần mềm như "Power Submitter", có thể giúp bạn tự động đặt trang web của mình lên hơn 200 trang quảng cáo nhanh chóng.

2. TRẢ TIỀN ĐỂ THU HÚT KHÁCH HÀNG BẰNG QUẢNG CÁO

Nhiều người hỏi tại sao họ phải bỏ tiền trong khi có thể làm điều đó miễn phí? Câu trả lời là quảng cáo loại này giúp bạn thu hút khách hàng ngay lập tức và chất lượng của nhóm khách hàng này thường tốt hơn nhiều (tập trung hơn), giúp gia tăng cơ hội mang lại doanh thu. Là một chủ doanh nghiệp có tầm nhìn xa trông rộng, bạn phải xem quảng cáo như một kênh đầu tư chứ không phải chi phí. Ví dụ, nếu bạn trả 10 đồng mà thu hút 100 người vào trang web, kết quả có một người mua và bạn kiếm được 40 đồng, vậy bạn sẽ đầu tư bao nhiêu? Chẳng phải là càng nhiều càng tốt sao? Chỉ cần bạn biết rõ nên quảng cáo như thế nào và ở đâu để có được tỉ lệ lợi nhuận cao nhất!

2.1. Quảng cáo trên các công cụ tìm kiếm

Quảng cáo dạng trả tiền cho một lần truy cập (Pay-per-click) có thể thu hút khách hàng tiềm năng vào trang web của bạn. Chừng nào "lợi nhuận đầu tư" vào quảng cáo là con số lớn hơn 0, bạn sẽ kiếm được nhiều tiền hơn. Tuy vậy, nếu "lợi nhuận đầu tư" âm, bạn sẽ bị lỗ.

Để quảng cáo trên Google, bạn có thể đăng ký trên mạng tại www.google.com/ads, trả bằng thẻ tín dụng và trang web của bạn được đăng lên ngay lập tức. Phần trình quảng cáo này gọi là Google Adwords, bạn chỉ phải trả tiền khi có ai đó truy cập vào trang web của bạn (Pay-per-click). Như đã nói ở trước, phí này dao động từ 0,01 đô tới 6 đô cho mỗi lần khách truy cập, tùy vào mức độ phổ biến của từ khóa mà bạn quảng cáo. Tuy vậy, bạn không phải lo lắng cho ngân sách eo hẹp của mình, vì bạn có thể định trước ngân sách tối đa mỗi ngày. Một khi đã đăng ký, trang web của bạn sẽ hiện diện ở nhiều nơi, phụ thuộc vào lựa chọn của bạn. Với Google Adwords, quảng cáo của bạn có thể hiện ra trong

Ô "sponsored links" (liên kết được tài trợ) nằm bên tay phải trên trang tìm kiếm Google. Google cũng sẽ để quảng cáo của bạn vào những trang web (đăng ký Google Adsense) có nội dung liên quan đến sản phẩm của bạn.

Khi bạn đăng quảng cáo trên "Yahoo! Search Marketing" (<http://searchmarketing.yahoo.com>), quảng cáo của bạn sẽ hiện ở góc phải, phía trên

cùng của trang tìm kiếm Yahoo! và trên những trang web liên quan với Yahoo! như MSN, CNN.com và Altavista.com.

2.2. Quảng cáo trên các báo điện tử

Báo điện tử là những tờ báo trên mạng đến tay những khách hàng có nhu cầu (đặt báo) qua email.

Báo điện tử cung cấp cho bạn "cổng" tiếp cận đúng nhóm khách hàng tiềm năng nhất, vì đó là những người đã biết bạn bán gì và có ý định muốn mua trước khi vào trang web của bạn! Những độc giả này đã bày tỏ sự quan tâm đến một chủ đề nhất định và muốn biết thêm về chủ đề đó.

Báo điện tử xuất bản theo nhiều kỳ hạn, bao gồm báo ngày, báo tuần, báo nguyệt san (2 tuần một lần), báo tháng và báo quý. Đôi khi vào những dịp đặc biệt, tòa soạn có thể ra thêm phụ bản.

2.3. Tham gia chương trình liên kết

Trong phần trước, tôi đã đề cập đến việc bạn có thể kiếm tiền bằng cách bán sản phẩm của người khác, thông qua tiếp thị liên kết. Ngược lại, bạn có thể tham gia phần trình liên kết và bán sản phẩm/dịch vụ của bạn thông qua hàng ngàn người muốn trở thành nhà tiếp thị liên kết của bạn. Tương tự, bạn trả huê hồng 10%-70% (tùy từng trường hợp) cho người tiếp thị liên kết, 7% cho mạng liên kết chỉ khi bạn bán được sản phẩm! Như đã nói ở trên, có hai mạng liên kết lớn mà bạn có thể tìm hiểu là Commission Junction (www.cj.com) và www.clickbank.com.

2.4. Quảng cáo truyền thống

Mặc dù bạn kinh doanh trực tuyến, điều đó không có nghĩa là bạn không thể tận dụng sức mạnh của quảng cáo truyền thống.

Vậy hãy đặt địa chỉ trang web của bạn càng nhiều nơi càng tốt. Nhớ ghi địa chỉ trang web thật rõ ràng, cộng với quảng cáo thật hấp dẫn để thu hút khách hàng vào trang web của bạn. Bạn có thể tặng quà khi có người vào thăm trang web như các bài viết,

phần mềm, sách điện tử miễn phí. Sau đây là một số nơi bạn có thể đặt địa chỉ trang web.

- Mục quảng cáo trên các báo
- Sách quảng cáo
- Tờ rơi
- Thư trực tiếp
- Tin nhắn điện thoại
- Danh thiếp
- Bì thư
- Hóa đơn
- Huy hiệu, ly, bút viết, nam châm gắn lên tủ lạnh
- Áp phích quảng cáo, băng rôn

3. LẬP DANH SÁCH KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

Một khi bạn đã thành công trong bước đầu dẫn dắt người khác vào trang web, tỉ lệ biến người xem thành người mua là 1%-3% nếu trang web thật sự ấn tượng với những câu chào hàng không chê vào đâu được. Nói cách khác, cứ 100 người vào xem, bạn chỉ mong bán được từ một đến ba món, tùy vào mức giá của sản phẩm.

Thế còn 97% những người không mua thì sao? Họ một đi không trở lại? Phần lớn các doanh nhân trên mạng coi những người dạo qua trang web mà không mua hàng thì có cũng như không.

Tuy nhiên, những doanh nhân tài giỏi biết rằng phần lớn người đời không mua sản phẩm ngay lần đầu bước chân vào cửa tiệm, hay lần đầu được nhân viên bán hàng chào kéo, nhất là với những món hàng đặc biệt hay đắt tiền. Nhiều người cần thời gian cân nhắc, so sánh sản phẩm của bạn với những nơi khác, hoặc họ có thể không cần nó ngay bây giờ nhưng sẽ mua vào sáu tháng sau.

Thay vì ngồi đó mà chờ đợi và cầu mong họ quay lại, bạn phải chủ động tìm hiểu họ là ai, có được thông tin liên lạc của họ và thường xuyên thăm hỏi họ cho đến khi họ mua hàng! Nếu kinh doanh kiểu truyền thống, công đoạn này cực kỳ khó khăn, tốn kém và mất thời gian (hãy hình dung, mỗi tuần một lần, bạn phải gọi cho những khách hàng từng bước chân vào cửa hàng), nhưng điều này lại rất dễ dàng khi làm trên mạng.

Các chuyên gia trong lĩnh vực tâm lý khách hàng cho biết, một người khách cần tiếp xúc với quảng cáo ít nhất 7 lần trước khi mua sản phẩm. Bởi vậy, người bán hàng thành công cần hiểu rõ tầm quan trọng của việc nuôi dưỡng mối quan hệ với khách hàng và liên tục nhắc nhở họ nhớ tới mình! Nếu bạn không chủ động liên lạc, những khách hàng tiềm năng sẽ bị chìm đắm trong vòng vây của hàng trăm quảng cáo và trang web khác khi họ thoát khỏi trang web của bạn. Bạn phải làm cho tên trang web và sản phẩm của bạn đọng lại trong tâm tưởng của khách hàng, để khi nào cần họ sẽ nghĩ ngay tới bạn.

Liệu việc liên lạc thường xuyên có gây phiền toái đối với khách hàng và khiến họ ngán ngẩm không muốn mua hàng không? Sẽ là như vậy, nếu bạn không làm đúng cách. Nếu bạn mang đến cho khách hàng những thứ có giá trị trong mỗi lần liên hệ và dành cho họ quyền lựa chọn có nằm trong danh sách liên lạc của bạn hay không thì đó sẽ là một "chiêu" bán hàng cực kỳ hiệu quả.

Xin phép lưu lại email của khách với những món quà hấp dẫn

Trước tiên, hãy lưu lại email của tất cả những người vào xem trang web của bạn. Rõ ràng, không phải ai cũng cung cấp địa chỉ email vì họ sợ "thư rác". Cách duy nhất để họ cho bạn thông tin liên lạc là tặng họ những món quà giá trị, hấp dẫn! Thêm vào đó bạn phải đảm bảo rằng địa chỉ email của họ không bao giờ bị bắt hay trao đổi với người khác và họ có quyền ra khỏi danh sách gửi email lúc nào cũng được!

Thế nào là quà tặng có giá trị? Cái người ta cần chính là cái quý nhất. Vậy thì hãy cung cấp cho khách thông tin để họ giải quyết vấn đề và đạt được mục tiêu của họ. Bạn không phải tốn tiền để sản xuất thông tin mà lại có thể giao hàng ngay lập tức. Nếu làm chủ một trang web về môi giới tài chính, những thông tin như "Làm thế nào để chọn cổ phiếu tốt trên thị trường năm 2009" sẽ làm cho khách hàng của bạn có cảm giác như "buồn ngủ lại gặp nệm êm". Nếu buôn bán chậu kiểng, bạn có thể cung cấp bí quyết làm thế nào để chăm cho cây quỳnh ra hoa thật đẹp.

Những quà tặng dạng thông tin phải liên quan đến sản phẩm bạn bán và phải đặt bạn vào vị thế sang trọng của một chuyên gia để quảng cáo cho sản phẩm đó.

Bạn có thể cung cấp những thông tin quý giá này dưới dạng video, sách điện tử, sách nói, tài liệu,... có thể tải về miễn phí. Bạn cũng có thể gửi bản tin điện tử hàng tháng. Điều tuyệt nhất về bản tin điện tử là nó cho bạn lý do chính đáng để liên lạc với khách hàng hàng tháng với những thông tin cập nhật về trang web và sản phẩm. Trong mỗi bản tin, bạn lại để đường dẫn đến trang web của bạn, cơ hội họ quay lại và mua sản phẩm là khá cao.

Để lấy được thông tin chi tiết, bạn cần có phần mềm giúp bạn tạo mẫu đơn trực tuyến để khách hàng điền tên và địa chỉ email tại www.aweber.com. Ở trang này, bạn có thể tự tạo một mẫu đơn, sao chép định dạng HTML và dán vào trang web của bạn. Tại Aweber, bạn cũng có thể điều chỉnh chế độ trả lời mail tự động để cảm ơn những khách hàng đã điền thông tin.

Dưới đây là một số mẫu đơn dùng để lưu giữ địa chỉ email. Bao giờ cũng ghi nhớ rằng bạn phải cung cấp những gì có giá trị mới thuyết phục được khách điền đơn và luôn làm tốt công tác bảo mật để xóa bỏ mọi nghi ngờ của họ.

Tại successwithnlp.com, tôi tặng khách hàng một bản báo cáo đặc biệt dài 23 trang, với nội dung làm thế nào để thăng tiến trong nghề nghiệp và tăng thu nhập một cách nhanh chóng. Nếu ghé thăm trang của tôi (cũng như những trang web thành công khác), bạn sẽ thấy rằng lúc đưa ra mẫu đơn để khách hàng điền thông tin phải là lúc họ cảm thấy hứng thú và quan tâm nhất.

Bạn cũng có thể chọn để mẫu đơn tự động hiện ra (không thể bị chặn) như Rosalind Cardner đã làm tại www.superaffiliatehandbook.com.

Ngay lúc mọi người vào hoặc rời trang web, mẫu đơn sẽ tự động xuất hiện.

Còn có một cách khác, hãy thiết kế trang web của bạn dưới dạng một trang điền thông tin lớn. để có thể xem trang web của bạn, họ phải điền thông tin trước. Tất nhiên đây là con dao hai lưỡi vì nhiều người sẽ bỏ đi mà không xem trang web của bạn. Ví dụ: trang www.ebookgenerator.com.

4. THIẾT LẬP MỐI QUAN HỆ VỚI KHÁCH CHO TỚI LÚC HỌ MUA HÀNG

Vậy, bạn làm gì với những địa chỉ email vừa thu thập được? Bạn phải xây dựng mối quan hệ với từng khách hàng bằng cách gửi email thường xuyên. Bạn có thể bắt đầu gửi mail mỗi tuần một lần, sau đó hai tuần một lần rồi một tháng một lần.

Với Aweber Communications (www.aweber.com), toàn bộ quy trình này được tự động hóa hoàn toàn nên bạn không cần phải tự mình nhớ và gửi email mỗi khi tới kỳ hạn. Chỉ cần viết sẵn một loạt email, rồi cài đặt phân trình phần mềm tại Aweber để nó tự động gửi những email này tới khách hàng của bạn vào bất kỳ thời điểm đã định nào.

Một lần nữa, điểm quan trọng nhất cần nhớ là mỗi lần gửi email cho khách, bạn đều phải có gì để nói, và điều ấy phải quý giá, bổ ích và mới mẻ. Nếu chỉ là bài ca chào hàng muôn thuở, khách sẽ dễ dàng bỏ qua hoặc xóa đi. Một khi thông tin có giá trị, khách hàng sẽ cảm kích trước "nghĩa cử" của bạn và chắc chắn sẽ quay lại khi họ quyết định mua. Nếu làm trong ngành tư vấn tài chính, bạn có thể gửi cho khách bản tin cập nhật hàng tuần về những cổ phiếu tốt nhất và đang có giá thấp hơn giá trị thực. Nếu họ muốn có bản phân tích đầy đủ cho mỗi loại cổ phiếu và sử dụng dịch vụ mua bán cổ phiếu của bạn, họ sẽ phải đăng ký!

Cuối cùng, bao giờ bạn cũng phải để đường dẫn cho phép khách hàng ngừng nhận email. Điều này làm tăng uy tín và tính chuyên nghiệp của bạn.

Thế là bạn đã nắm rõ những bước căn bản để kinh doanh trên mạng thành công. Là một doanh nhân, nhất là trong thế giới trực tuyến ngày nay, bạn hãy nhớ một điều: trí thức chính là sức mạnh.

Muốn thành công, bạn phải liên tục đầu tư kiến thức bằng cách hàng ngày hàng giờ đón nhận những xu hướng và chiến lược mới trong ngành và về chiến dịch tiếp thị trên mạng nói chung.

Kết

Hi vọng với những chia sẻ trong ebook, Mắt Bão đã giúp bạn có được những thông tin cần thiết để khởi nghiệp từ Internet.

Là nhà cung cấp nền tảng Internet hàng đầu Việt Nam (domain, hosting, server, email...), chúng tôi rất hi vọng có thể hỗ trợ bạn trên con đường kinh doanh online thành công.

Bạn có thể tìm hiểu thêm tại www.matbao.net hoặc liên hệ trực tiếp (028) 3622 9999 – (024) 35 123456.

Chúc bạn ngày một thành công.

Mắt Bão.