

LONGFORM

MEKONG  
ASEAN  
ĐIÊN ĐÀN KINH TẾ VIỆT NAM - ASEAN

## Ra chợ, bán hàng đi. Sẽ hiểu ngay thôi

BÁN LẺ

THƯƠNG TRƯỜNG

| 12/05/2023 19:28 (GMT+7)

"Sự khốc liệt của bán hàng ở thương trường đã khiến tôi suy nghĩ nhiều hơn về các bài giảng kinh tế. Về những lời hoa mỹ mô tả sự kỳ diệu thế giới số", TS. Vương Quân Hoàng viết riêng cho Mekong ASEAN về một thứ đang ám ảnh thế giới hôm nay: Bán hàng.

Xin thưa quý độc giả, tiêu đề bài báo này không phải là câu mệnh lệnh. Nó là câu nói người bạn họa sỹ của tôi, Bùi Quang Khiêm thỉnh thoảng lại nhắc trong những lần trò chuyện về thế sự.

Họa sỹ là nghề rất khó khăn để sống. Lý do ư? Bán hàng khó. Thiên tài như Vincent van Gogh sinh thời cũng không đủ sống bằng bán tranh. Kỳ thực ông bán được rất ít, và đều có sự trợ giúp của người em Theodorus van Gogh.

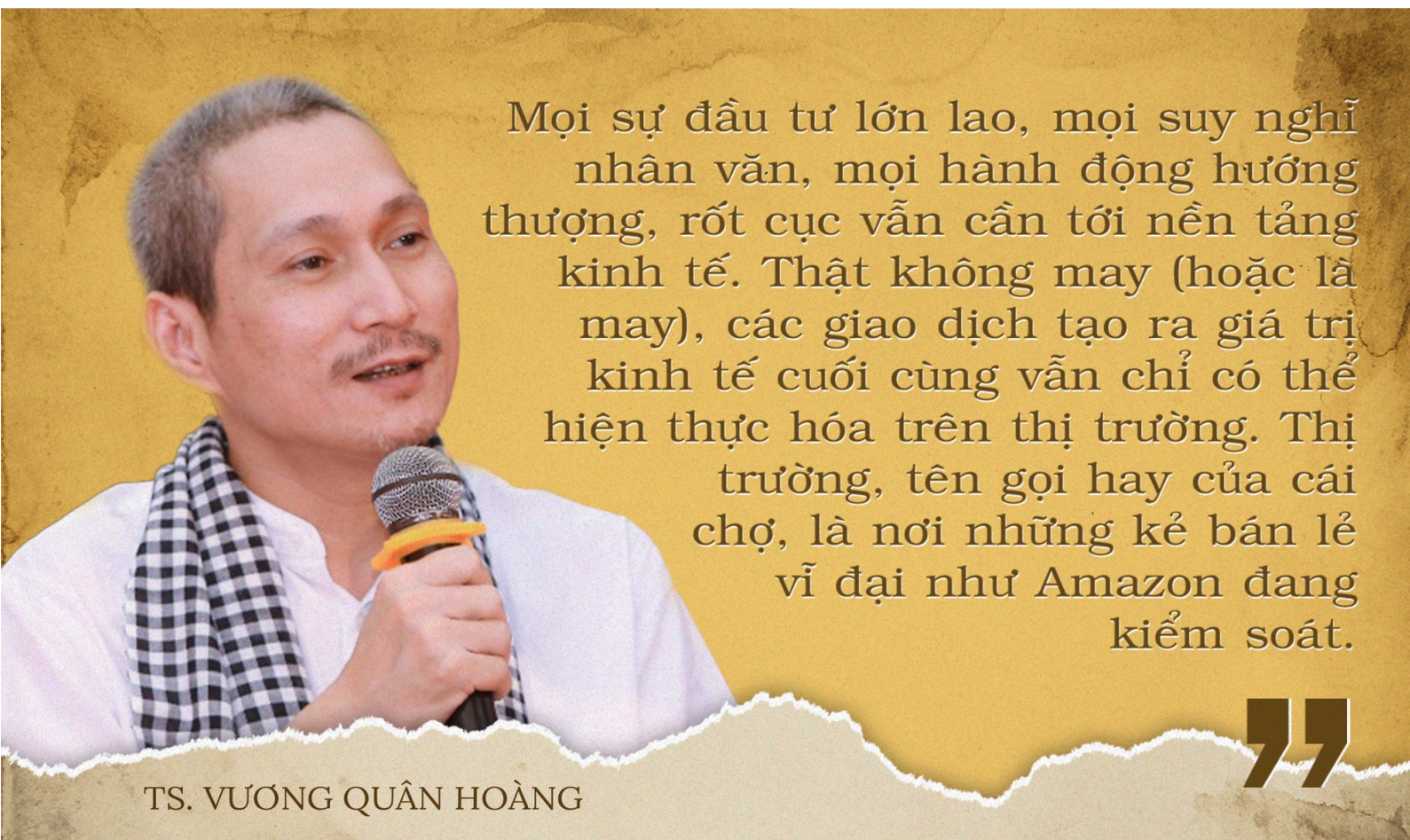
Tuy vậy, tôi biết điều này không chờ tới người bạn họa sỹ mách. Thực chất, câu nói chỉ là nhắc nhở để trợ giúp cái trí nhớ ngắn hạn hay bị sự loạn động cuộc sống làm cho mau quên mà thôi.

Năm 2006, cùng với Chủ tịch Trung Nguyên Đặng Lê Nguyên Vũ, chúng tôi có đăng bài "APEC, WTO và triển vọng đổi thay" trên Thời báo Kinh tế Sài Gòn, bên thềm Hội nghị APEC do Việt Nam đăng cai lần đầu tiên. Khi đó, không khí chung là háo hức về kinh tế, đâu đâu cũng thấy sự huyền ảo lạc quan. Triển vọng dường như chỉ có thể là tươi sáng. Nhưng WTO và cuộc cạnh tranh thương trường có một màu sắc khác: "sự khốc liệt của cái chợ".

Bài báo ấy được đăng, tuy nhiên Ban biên tập tờ báo khi đó dường như không ưa cái nhìn về giá trị đằng sau sự khốc liệt thương mại đó. Do đó đã phải ghi thêm một đoạn nguyên văn như sau:

"Sẽ có nhiều góc nhìn về định hình chiến lược thời kỳ sau khi Việt Nam vào WTO. Bài viết dưới đây của ông Đặng Lê Nguyên Vũ (Chủ tịch tập đoàn Trung Nguyên, G7 Mart) và ông Vương Quân Hoàng (Nghiên cứu viên cao cấp, Trung tâm Emile Bernheim, Đại học Tổng hợp Brussels) là một ví dụ, mặc dù có thể có nhiều người không đồng tình lắm về xu hướng nhấn mạnh thương mại hơn sản xuất".

Thông điệp như vậy là rõ: Bán hàng là việc khó. Kiểm soát bán lẻ sẽ là câu chuyện cực kỳ quan trọng.



Mọi sự đầu tư lớn lao, mọi suy nghĩ nhân văn, mọi hành động hướng thượng, rốt cục vẫn cần tới nền tảng kinh tế. Thật không may (hoặc là may), các giao dịch tạo ra giá trị kinh tế cuối cùng vẫn chỉ có thể hiện thực hóa trên thị trường. Thị trường, tên gọi hay của cái chợ, là nơi những kẻ bán lẻ vĩ đại như Amazon đang kiểm soát.

TS. VƯƠNG QUÂN HOÀNG

Mọi sự đầu tư lớn lao, mọi suy nghĩ nhân văn, mọi hành động hướng thượng, rốt cục vẫn cần tới nền tảng kinh tế. Thật không may (hoặc là may), các giao dịch tạo ra giá trị kinh tế cuối cùng vẫn chỉ có thể hiện thực hóa trên thị trường. Thị trường, tên gọi hay của cái chợ, là nơi những kẻ bán lẻ vĩ đại như Amazon đang kiểm soát. Nơi 30-70% giá trị giao dịch bị cắt trừ

thăng tay bởi ông chủ Jeff Bezos thích phóng tàu vũ trụ trong lúc tắm biển Carribean.

Quay nhanh thước phim tới hiện tại. Năm 2019-2023, tôi bỗng thấy mình đang giữa trận chiến bán sách. Nơi đây, sẽ phải gặp Bezos. Một mình ngài ngự trị 70% thị phần sách toàn cầu. Không bán lẻ được cũng có nghĩa cái chết. Cái chết của nhà xuất bản, của tác giả, của hãng marketing. Ước mơ bán chạy như Dan Brown, Stephen King hay JK Rowling là thứ giấc mơ quý quái, ám ảnh, nhưng đầy tà khí, không dám thổ lộ. Vì nói ra chợt thấy "ngu liền".

"Ra chợ, bán hàng đi. Sẽ hiểu ngay thôi." Nhắc lại không thừa. Những cuốn sách trang trọng, quý phái, bìa cứng uy nghi, với những bức họa bìa in nghiêm cẩn với giá 50 USD thực sự tự khai tử đời sống của mình. Vì nơi ấy ta gặp những tư tưởng tầm cỡ Nobel, ngồn ngộn sự hay ho, với giá chỉ 4,99 USD.

Quá rẻ phải không? Sai! 4,99 đôla là quá đắt, vẫn là thứ giá không tương với thế giới điện tử hiện đại. Một ông trùm Amazon chưa đủ, còn một trùm nữa: BookBub. Nếu Amazon là ông trùm sản xuất, xuất bản, phân phối, thanh toán, thu tiền... thì BookBub là ông trùm "quảng bá". Hoàng đế của book promotion.

Hãy tin tôi đi, hàng triệu tác giả đã nấc thềm trong đêm vì bị BookBub từ chối nhận tiền quảng bá sách. Tiền rất cao, rất đắt, gấp hàng vài chục lần các hãng promotion khác, nhưng BookBub liên tục từ chối các khách hàng là tác giả muốn quảng bá sách. Vì "liên tục" là từ khó hình dung, cho nên, cần chút minh bạch. Có tác giả khóc nấc trên các diễn đàn: Tôi đã cố gắng lắm rồi, mà lần nộp đơn thứ 25 vẫn bị từ chối. Bên lề: BookBub đề nghị 90 ngày sau hãy nộp đơn lại, chớ vì vội háu ăn mà nộp sớm, họ sẽ không nhận cả đơn.

Tỷ lệ từ chối đơn hàng của BookBub lên tới 85%. Trong giới khoa học chúng tôi, các tạp chí có tỷ lệ chấp thuận 15% là cực kỳ khắt khe khó tính. Nhưng có đúng là họ chấp nhận 15% không? Xin thưa là không! Tại vì mấy ông New York Times Bestsellers sẽ có cơ hội được chấp thuận cao hơn kẻ chân ướt chân ráo mới mò vào tới cả trăm lần. Và vì mấy ông bestsellers chính là các ông viết rất hăng, do động lực bán lẻ thúc đẩy, cho nên tỷ lệ chấp thuận thực có lẽ chỉ cỡ 1% với tác giả mới. Điều này cũng đúng với việc chấp thuận đăng ở các tạp chí thuộc bảng vàng như Nature, PNAS, Science.

Sự đau khổ này có cái tên gọn gàng "bán hàng". Một trong những tác giả cũng là cố vấn cho các tác giả khác về cuộc chơi bán hàng BookBub, David Gaughran cho biết, hiệu quả nhất với các tác giả trong thương trường chính là chấp nhận cho đi không lại. Và ước mơ này cũng phải phấn đấu khốc liệt. Lần gần nhất David chạy chương trình "cho đi không trở lại" đã đưa được 37000 bản sách đến người đọc trong 1 ngày. Thế giới điện tử của fanbase đang hiện ra với cả uy lực lẫn sức hút khủng khiếp. Ai đó mà cho đi được 1 triệu copies thì cũng sẽ trở thành một bá tước của fandom. Nhưng đó chỉ là giấc mơ bị chặn bởi lượng từ chối mà theo tôi là 99%.

Nói ngắn: Cho đi cũng chẳng đắt!

Quay lại giá, 4,99 USD đã hiện ra với chân dung quá đắt, và kể cả giải thưởng Nobel cũng không đảm bảo cho bạn một suất được BookBub quảng cáo có thu phí.

Tôi đang nói tới thế giới khốc liệt đang trải qua những ngày này.

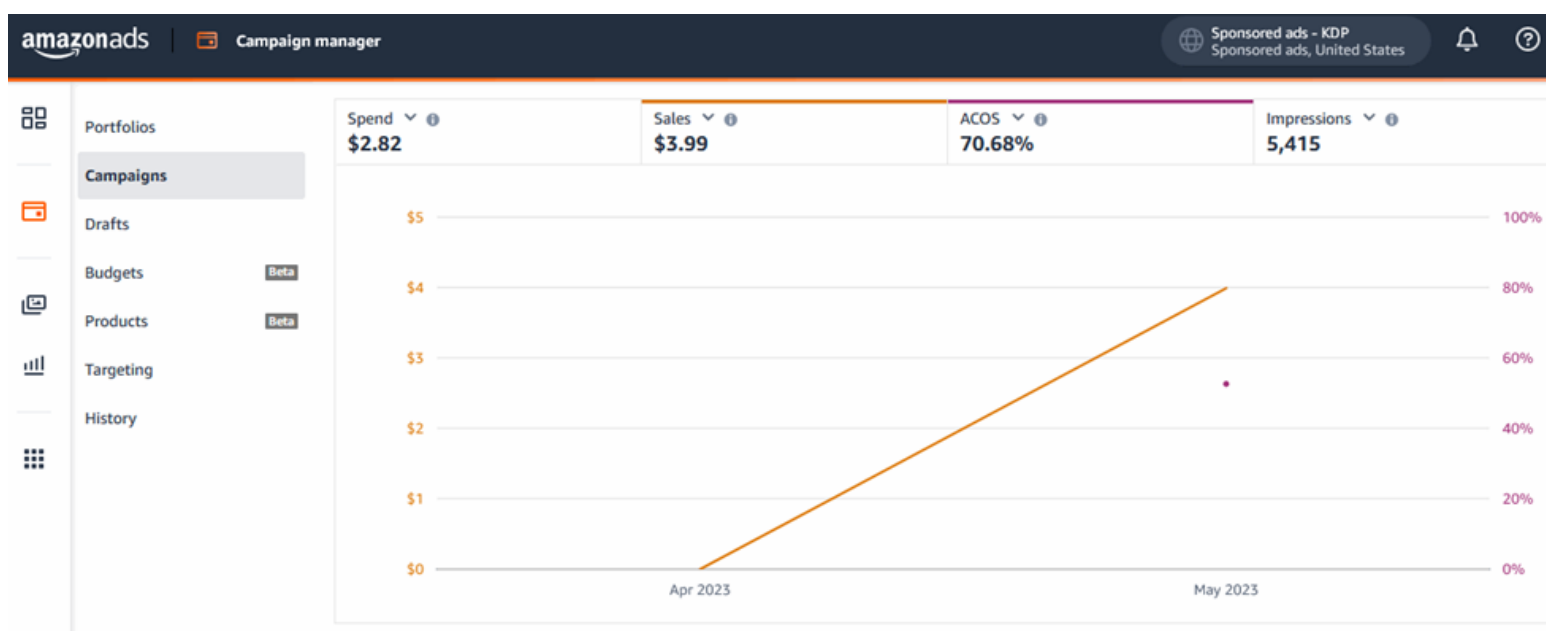
Chợt quay lại, thấy sự êm ái của cuộc đời làm nghiên cứu, đáp ứng số lượng bài tối thiểu (gọi là KPI) để có lương quanh năm. Rồi những phiên họp hội đồng, đảm bảo các tiêu chuẩn tối thiểu để những người nộp hồ sơ có tiền ngân sách làm nghiên cứu. Những nơi ấy, con số là hàng chục triệu, trăm triệu và cả nhiều tỷ đồng. So với những xu hàng gom góp từ các hệ thống bán lẻ toàn cầu cỡ như Amazon, thì thấy cái số tiền này sao mà vẫn khổng lồ đến vậy!

1 tỷ đồng là hơn 40 ngàn USD. Và tôi đang nói tới từng xu Mỹ (cent). Lại nhớ cách đây vài năm, có một bài báo ca thán, ở Việt Nam vài trăm đồng hiện nay liệu có còn mua được gì không ngoài đôi quả ớt hay cọng hành. Tuy nhiên, tôi khẳng định, vài trăm đồng vẫn có giá trị, nếu một tác giả phải tiến hành quảng cáo trên hệ thống Amazon Ads. Ở đó, họ tính bằng xu.

Lấy ví dụ, tôi có thể đặt giá 1 click vào sản phẩm của tôi là 11 xu Mỹ, như thế 1 xu lẻ chính là cỡ 240 VND. Nếu 11 xu này thu hút được 1 click vào sản phẩm, và giúp bán được 1 sản phẩm với giá 3,99 đôla, thì đã có doanh thu gộp 3,88 đôla (trước khi trừ phí và thuế).

Điều thú vị ở chỗ, để có cơ hội quảng bá, Google Ads hay Amazon Ads cũng đều theo cơ chế "thầu". Nếu bạn bỏ giá thấp quá, kẻ bỏ giá cao hơn sẽ trúng thầu, và hàng hóa của họ được quảng bá. Cơ hội bán hàng của họ sẽ tăng lên đáng kể. Nhưng nếu bạn bỏ giá cao quá, hoặc nhằm địa chỉ do mô tả sản phẩm không hiệu quả, tiền quảng cáo của bạn sẽ bị Amazon, Google nuốt ừng ực, mà không đem lại một xu doanh thu nào, do người ấn vào hàng hóa nhận ra họ nhằm địa chỉ, hàng của bạn không phải thứ họ muốn. Lúc này, các hệ thống quảng bá sẽ trở thành máy nung tiền hạng nhất.

Trong hình là một "phi vụ quảng cáo" thật của tôi trên Amazon



Để tiêu được 2,82 USD tiền quảng cáo, chính tôi đã mất 8 ngày chờ đợi, và 5 lần điều chỉnh từ khóa tìm hàng do AI của Amazon thu nhận để đề xuất quảng cáo cho khách. Rất may là không đến nỗi doanh thu bằng 0, vì trong hình có cho thấy 3,99 USD bán hàng.

Sự khốc liệt của bán hàng ở thương trường đã khiến tôi suy nghĩ nhiều hơn về các bài giảng kinh tế, quản trị. Về những lời hoa mỹ mô tả sự kỳ diệu thế giới số. Về những bữa nhậu, bờ biển thiên đường và chuyến du lịch xa hoa tràn ngập Facebook, Instagram... Đằng sau tất cả những thứ kỳ diệu ấy, có một thứ gai góc: bán hàng.



TS. VƯƠNG QUÂN HOÀNG

Sự khốc liệt của bán hàng ở thương trường đã khiến tôi suy nghĩ nhiều hơn về các bài giảng kinh tế, quản trị. Về những lời hoa mỹ mô tả sự kỳ diệu thế giới số. Về những bữa nhậu, bờ biển thiên đường và chuyến du lịch xa hoa tràn ngập Facebook, Instagram... Đằng sau tất cả những thứ kỳ diệu ấy, có một thứ gai góc: bán hàng.

Dù là nhà thơ, họa sỹ - những người vốn rất hiểu "bán hàng là khó" từ xưa, hay một diễn viên, ca sỹ, nhà báo, và nhất là doanh nhân, chân dung gai góc và khắc khổ của bán hàng đang ngày càng ám ảnh. Vì không thực hiện được nó tức là tự sát.

Nước Mỹ với hàng trăm giải thưởng Nobel kinh tế đang đau đầu trước sự xuống dốc và suy thoái không ngừng của vị thế, vì... hàng khó bán quá. Trung Quốc, kẻ phấn đấu mãi chưa được cái Nobel kinh tế nào, đang bán hàng náo nhiệt và cho thế giới thấy, nền kinh tế Mỹ đang lùn đi trông thấy, bất kể năm nay sẽ có thể vẫn tiếp tục chất thêm giải Nobel kinh tế vào kho. Không khó để thấy, phía sau có cái màu sắc của bán hàng.

Quả là, hãy ra chợ, bán hàng đi. Sẽ hiểu ngay thôi.

*\*Bài viết thể hiện quan điểm riêng của tác giả.*

TÁC GIẢ: TS. VƯƠNG QUÂN HOÀNG, TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHENIKAA - THIẾT KẾ: HOÀNG YẾN

## | BÌNH LUẬN

Ý kiến của bạn sẽ được biên tập trước khi đăng. Xin vui lòng gõ tiếng Việt có dấu

- Tối thiểu 10 chữ
- Tiếng Việt có dấu
- Không chứa liên kết

Gửi bình luận

## ĐỌC TIẾP

### CUỘC SỐNG SỐ

Google thử nghiệm chatbot mới đối đầu với GPT-4

### CUỘC SỐNG SỐ

Nhiều nước sẵn sàng hợp tác với Việt Nam phát triển trí tuệ nhân tạo

### CUỘC SỐNG SỐ

Đề xuất xây dựng chỉ số chung về chuyển đổi số báo chí trong ASEAN

### CUỘC SỐNG SỐ

Ra mắt điện thoại thông minh sử dụng kết hợp ô tô

### CUỘC SỐNG SỐ

Công ty của tỷ phú Elon Musk bắt đầu thử nghiệm cấy chip não vào người

### CUỘC SỐNG SỐ

Người dùng cần lưu ý khoản phụ thu trong ứng dụng gọi xe

### CUỘC SỐNG SỐ

Thực hư nguy cơ cháy nổ khi sạc xe điện ở chung cư

### CUỘC SỐNG SỐ

Doanh nghiệp Mỹ 'bắt tay' Việt Nam thành lập trung tâm thiết kế chip

### CUỘC SỐNG SỐ

BKAV: 96.000 máy tính Việt Nam bị nhiễm virus có khả

### CUỘC SỐNG SỐ

Anh ban hành bộ quy tắc quản lý AI để bảo vệ người tiêu dùng

### XU HƯỚNG

Chi tiết Toyota Yaris Cross 2024, lựa chọn mới cho phân khúc

### CUỘC SỐNG SỐ

Nạn phim lậu tràn lan trên nền tảng TikTok tại Mỹ

năng 'tái sinh'

SUV hạng B

## KINH TẾ SỐ

Honda trình làng mẫu xe điện gấp gọn như vali

## CUỘC SỐNG SỐ

Cảnh giác trước cuộc gọi kích hoạt 'hộ' tài khoản định danh điện tử

## CUỘC SỐNG SỐ

Người dùng Trung Quốc không mặn mà với iPhone 15

## CUỘC SỐNG SỐ

Apple cập nhật phiên bản mới cho iPhone 12 tại Pháp

## CUỘC SỐNG SỐ

Xe điện chỉ có 0,025% khả năng cháy

## CUỘC SỐNG SỐ

Giá iPhone 15 tại Việt Nam xếp thứ bao nhiêu thế giới?

## CUỘC SỐNG SỐ

'Chuyển đổi số cho chúng ta oxy để vượt qua những thách thức'

## CUỘC SỐNG SỐ

Tấn công mạng quy mô lớn ảnh hưởng nhiều nước Mỹ Latinh

Giấy phép số: 49/GP-BTTTT - do Bộ TT&TT cấp ngày 07/02/2020

Cơ quan chủ quản: Hội Phát triển hợp tác kinh tế Việt Nam - ASEAN  
Tầng 7, 65 Văn Miếu - Đống Đa - Hà Nội

Tổng biên tập: Nguyễn Hà Thăng

VP Ban biên tập: Tầng 4, HH3, Sudico, Mỹ Đình, Quận Nam Từ Liêm, Hà Nội

[banbientap@mekongasean.vn](mailto:banbientap@mekongasean.vn)

Đại diện thương mại: Công ty CP Công nghệ và Truyền thông Asean Times

[info@aseantimes.vn](mailto:info@aseantimes.vn)

Hỗ trợ truyền thông: 0835959999