UEH MEKONG UNIVERSITY FOR A MORE SUSTAINABLE MEKONG | ETC ECONOMIC TECHNOLOGY CLUB | NINA ECOM CENTER | haravan

WORKSHOP · UEH MEKONG

KỸ NĂNG TỐI ƯU KINH DOANH TRÊN CÁC NỀN TẢNG TMĐT

& Ứng dụng Haravan quản lý kinh doanh đa kênh

Nguyễn Toàn Sao · Partnership Manager – NINA Ecom Center

[14/10/2026] · [UEH Mekong]



DIỄN GIẢ

Nguyễn Toàn Sao



Partnership Manager – NINA Ecom Center

Haravan Trainer

Google AI Trainer

"Người kết nối Brand – Giải pháp – Dịch vụ trong hệ sinh thái Ecom"

KEYNOTE

Muốn bán TMĐT tốt, phải hiểu cách thị trường vận hành

NINA ECOM CENTER

PHẦN NỔI

Bắt trend | Làm content | Chạy Ads

PHẦN CHÌM

Tư duy thương mại | **Hiểu thị trường** | **Hiểu khách hàng**



→ Nắm nguyên lý trước khi ứng dụng

NINA ECOM CENTER

Thị trường lớn lên, nhưng chỉ người bán giỏi ở lại

~48.000
shop rời sàn trong 2025

+~35%
GMV 4 sàn vẫn tăng

3,4%
số shop là Shop Mall

28,7%
doanh thu đến từ Shop Mall

Thị phần dồn về nhà bán chuyên nghiệp

sản phẩm tốt | vận hành tốt | thương hiệu rõ

→ Thị trường không thiếu người bán. Thị trường thiếu người bán giỏi.

Nguồn: Metric qua VnEconomy, 01/2026 · Metric qua The Investor, H1/2025

LỘ TRÌNH BUỔI HỌC

3 năng lực, 5 skill

NINA ECOM CENTER

Kinh doanh TMĐT hiệu quả

Năng lực THƯƠNG MẠI

- **Skill 1** Đánh giá thị trường
- **Skill 2** Đánh giá cạnh tranh

Năng lực ĐIỆN TỬ

- **Skill 3** Đánh giá kênh bán
- **Skill 4** Tối ưu các dòng doanh thu

TƯ DUY GIẢI PHÁP + VẬN HÀNH

- **Skill 5** Đánh giá giải pháp & dịch vụ

→ **Ecom = Thương mại × Điện tử × Vận hành. Một thừa số bằng 0, kết quả bằng 0.**

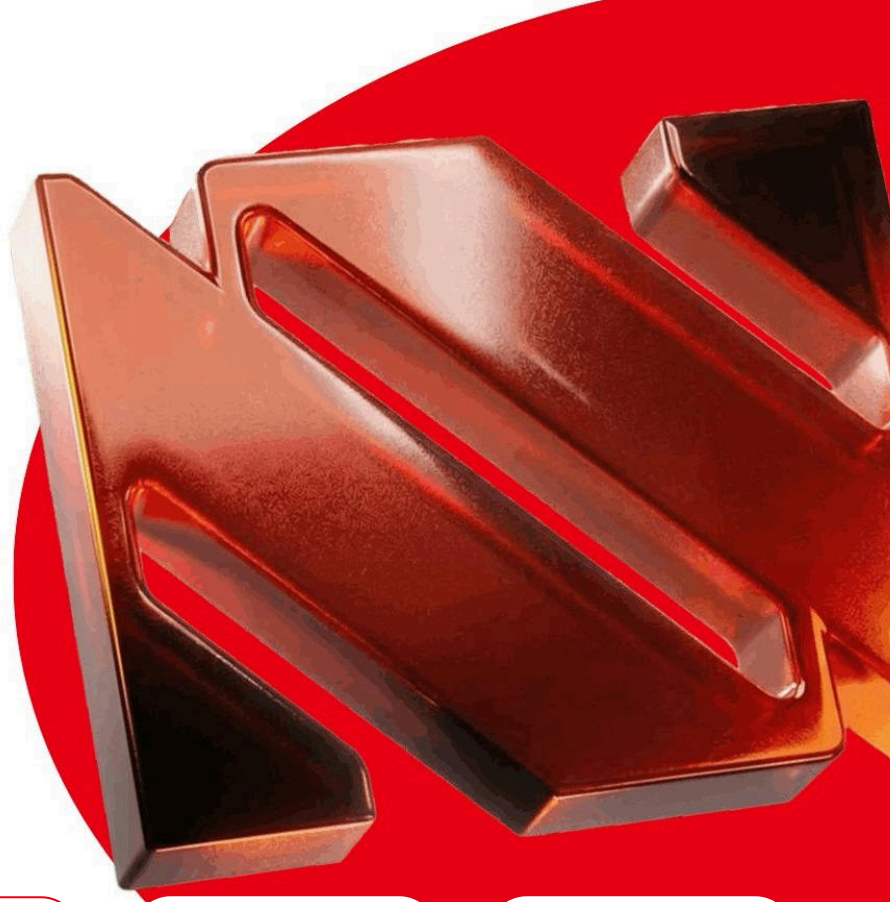
NINA
ECOM CENTER

CHƯƠNG 01

01

NĂNG LỰC THƯƠNG MẠI

“Về Ecom, mọi thứ bắt đầu từ Sản phẩm win và Thị trường đủ lớn”



Sản phẩm win → Chiến lược → Phân bổ kênh doanh thu → Ads kéo số → Tối ưu từng chỉ số

4 câu hỏi trước khi chọn một thị trường

01 **Có gap không?**
nhu cầu chưa được giải quyết tốt

02 **Gap đủ lớn không?**
đủ người cần, đủ tần suất mua

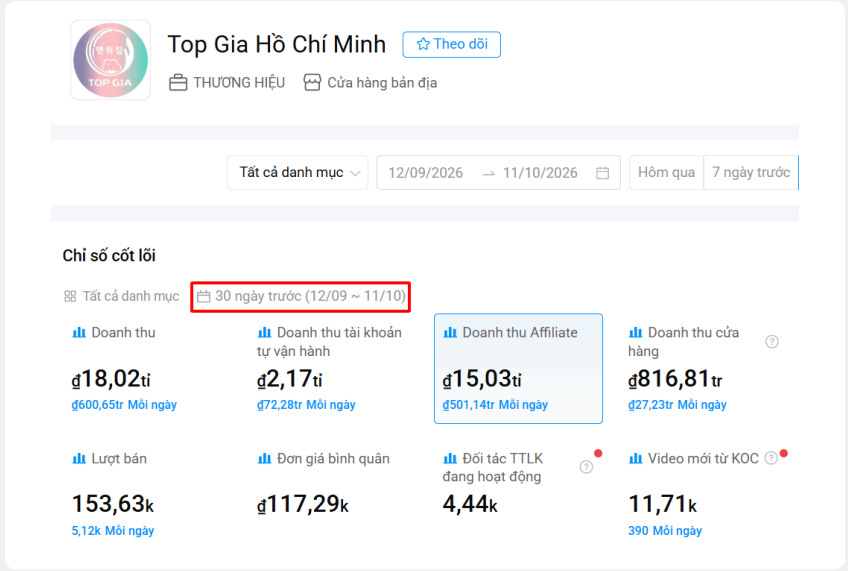
03 **Đã có người chịu chi tiền chưa?**
có đối thủ đang bán là tín hiệu tốt

04 **Thiếu sản phẩm của mình, khách có "sống ổn"?**

→ **Đã có người trả tiền nghĩa là nhu cầu đã được chứng minh.**

TOOL TRA CỨU

Kalodata TikTok Shop



NINA ECOM CENTER

Sản phẩm win = Solution đủ tốt + Dễ bán bởi Affiliate

Solution đủ tốt

giải quyết rõ 1 nỗi đau, demo được trong 3 giây

Dễ bán bởi Affiliate

KOC cầm lên là nói được, hoa hồng hấp dẫn, video dễ viral

82%

doanh thu Affiliate trên tổng doanh số

Case Top Gia



→ **Sản phẩm win là sản phẩm người khác muốn bán giùm.**

NINA ECOM CENTER

Có con hàng để kéo khách, có con hàng để kiếm lời

	Traffic SKU	Hero SKU
Vai trò	Hút traffic vào shop	**Tạo lợi nhuận chính**
Tiêu chí	Cạnh tranh tốt nhất về giá	**Độc quyền, chất lượng số 1, quay vòng nhanh, biên lớn nhất**
Chỉ số theo dõi	Traffic, lượt thêm vào giỏ	**Biên lãi, tỷ lệ mua lại**



→ **Cả 2 đều phải là sản phẩm win – tiêu chí chọn sản phẩm đưa vào thử nghiệm.**

Ma trận BCG và hành động

TĂNG TRƯỞNG THỊ TRƯỜNG →

Question Mark

test nhỏ 20–30% ngân sách

Star

dồn ngân sách, Live, Booking

Dog

clear tồn kho, làm quà tặng hoặc Combo

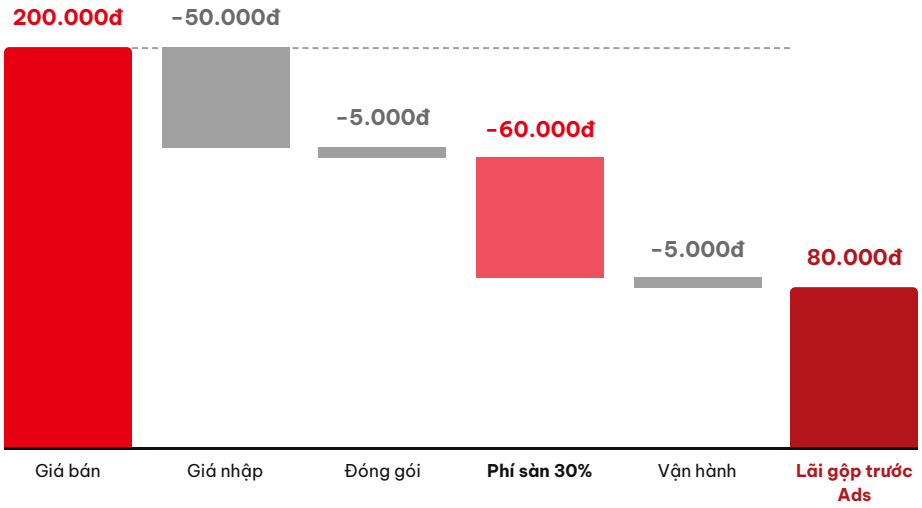
Cash Cow

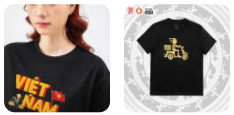
giữ tồn kho, tối ưu chi phí, lấy tiền nuôi Star

THỊ PHẦN →

NINA ECOM CENTER

Áo thun 200.000đ: lãi gộp 80.000đ, hòa vốn ở ROAS 2,5





Mô hình minh họa

40%
Gross Margin

2,5
Break-even ROAS

GIẢ ĐỊNH CỦA CASE

- Giá bán 200.000đ/áo, đơn 1 sản phẩm
- Giá nhập 50.000đ, đóng gói 5.000đ, vận hành 5.000đ
- Phí sàn tổng 30% = 60.000đ (phí cố định, thanh toán, dịch vụ, Affiliate)
- Chưa tính hoàn hủy; Ads là chi phí duy nhất còn lại
- **Break-even ROAS = 200.000 ÷ 80.000 = 2,5**

ECOM MANAGER QUYẾT ĐỊNH

So Actual ROAS với mốc 2,5 để ra quyết định

NINA ECOM CENTER

< 2,5

Lỗ

Kill campaign ngay hoặc thay video, hình

= 2,5

Hòa vốn

“Mua” khách miễn phí, lấy Sales Velocity và đánh giá 5 sao → giữ ngân sách, tối ưu nội dung

> 2,5 ↑

Lãi

Scale ngân sách gấp 2–3 trước khi đối thủ nhận ra

→ **Mỗi sản phẩm, mỗi ngành có mốc khác nhau.**

NINA ECOM CENTER

ROAS cả shop 2,5 có thể bao gồm một sản phẩm lỗ



	Ads	Doanh thu	ROAS
Áo thun A	10 triệu	40 triệu	**4,0**
Áo khoác B	10 triệu	10 triệu	**1,0**
Cả shop	**20 triệu**	**50 triệu**	**2,5**

→ Phải tính ROAS đến **từng SKU, từng campaign**.

Mô hình minh họa

NINA
ECOM CENTER

CHƯƠNG 02

02

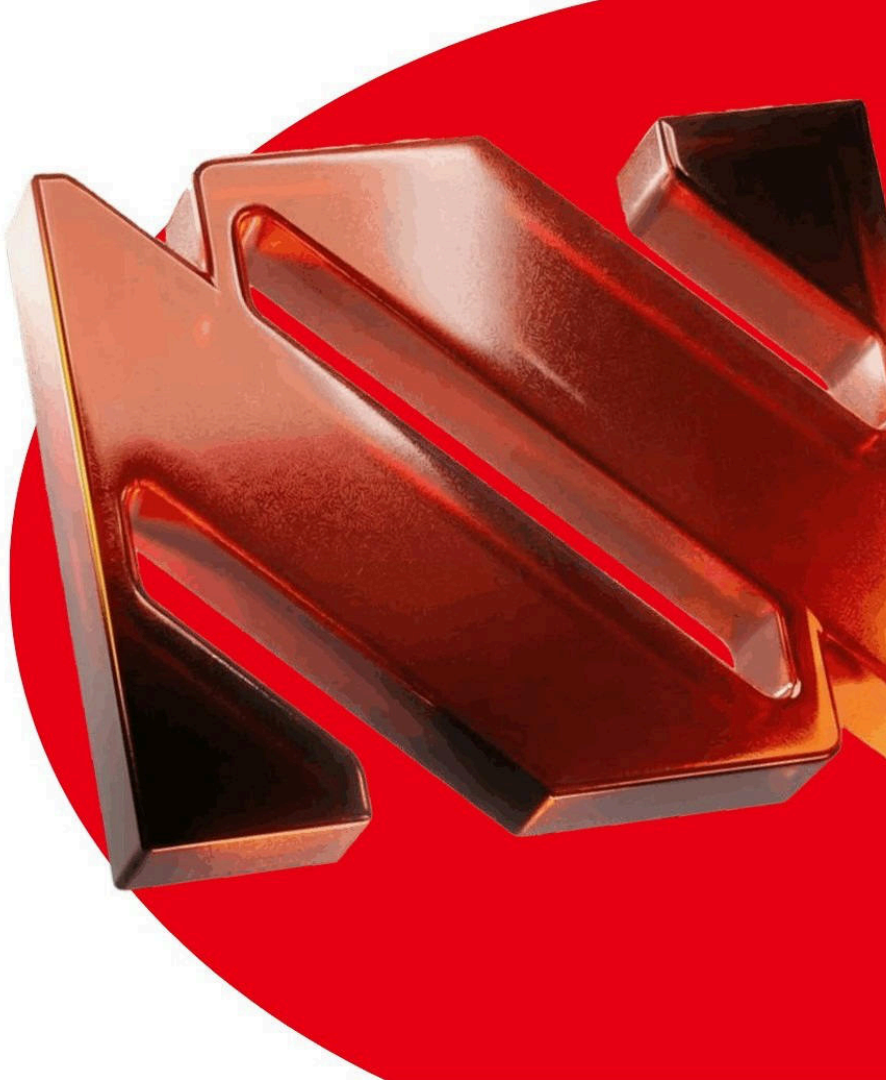
NĂNG LỰC ĐIỆN TỬ

“Mỗi nền tảng là 1 thuật toán. Mỗi thuật toán phản ánh 1 hành vi mua.”

Skill 3 Đánh giá kênh bán

Skill 4 Tối ưu các dòng doanh thu

Shopee | TikTok Shop



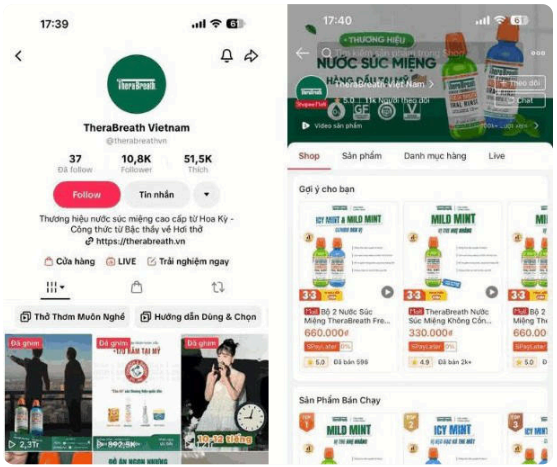
NINA ECOM CENTER

Shopee thắng bằng tìm kiếm, TikTok thắng bằng tần suất

	Shopee	TikTok Shop
Hành vi	Có nhu cầu rồi mới đi tìm	Đang giải trí thì phát sinh nhu cầu
Kiểu thương mại	Search-based	Discovery-based · Shoppertainment
Điểm then chốt	Mỗi slot hiển thị rất đắt giá	Tiếp cận lặp lại mới tạo hành động mua
Tối ưu ưu tiên	Từ khóa, thumbnail, giá, đánh giá, lượt bán	Video, Livestream, KOC, tần suất xuất hiện

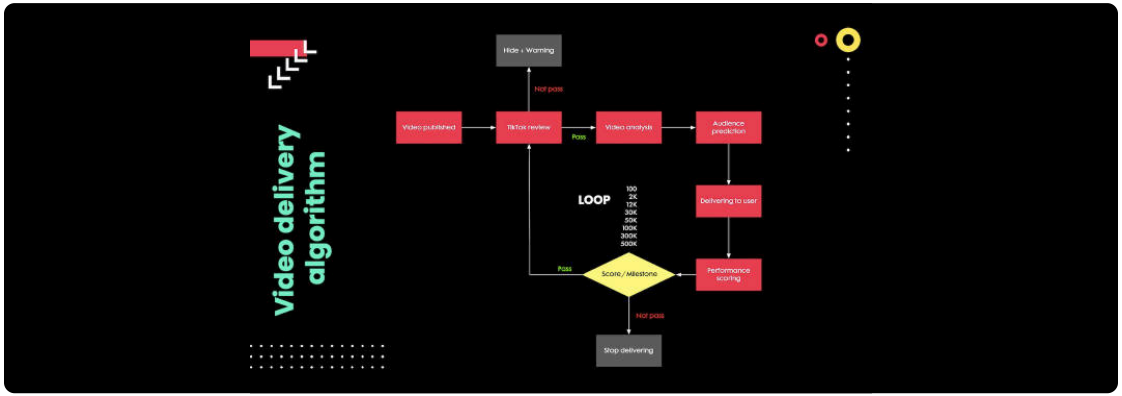
7 lần

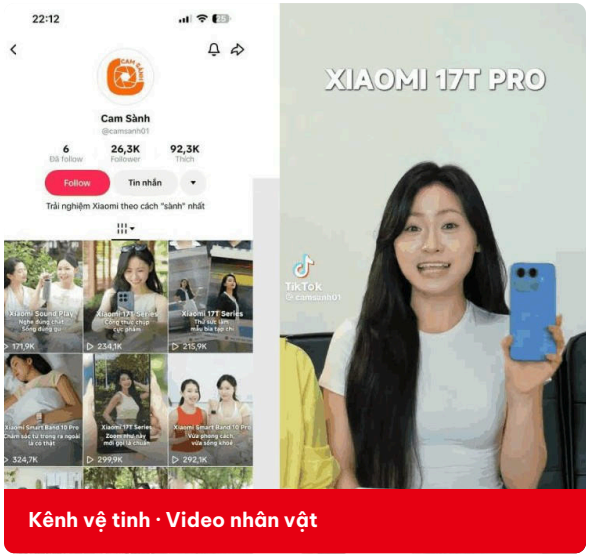
khách thấy sản phẩm trước khi mua



Nội dung giữ chân là cửa vào của thuật toán TikTok

01 Nội dung giữ chân → **02** Tương tác → **03** Được phân phối rộng → **04** Chuyển đổi





Kênh vệ tinh · Video nhân vật

"Video nhân vật thì phải đem nhân vật đi Live"

NINA ECOM CENTER

Trên Shopee, thứ hạng là kết quả của chuyển đổi

01 Tên sản phẩm chuẩn SEO

↓

02 Thumbnail nổi bật

↓

03 Giá cạnh tranh

↓

04 Đánh giá, lượt bán

↓

05 Tỷ lệ chuyển đổi cao

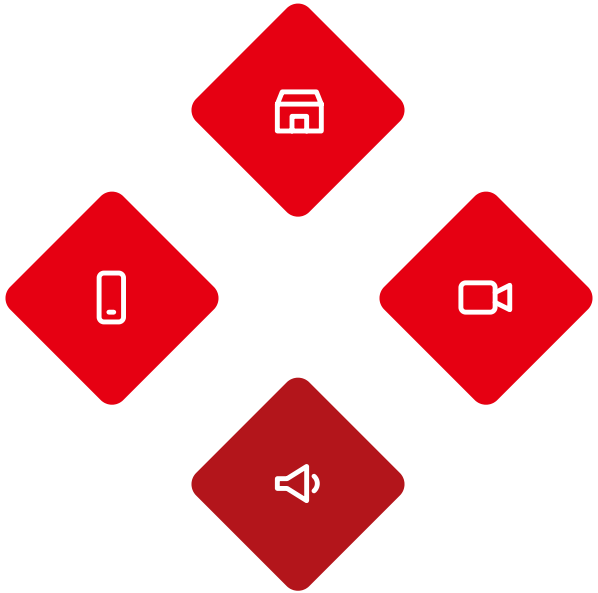
↓

06 Xếp hạng cao hơn



NINA ECOM CENTER

Mỗi dòng doanh thu là một “cục” số để uplift



Trang shop

SEO, thumbnail, mô tả, đánh giá, lượt bán

Booking / Affiliate

KOL tạo niềm tin trước, Affiliate đại trà chuyển đơn sau

Live

kỹ năng Live, màn hình Live, tuyển host

Ads

chia kênh chạy, tối ưu thuật toán, đo ROAS theo SKU

Giao số theo doanh thu cùng kỳ năm trước

Chi cho tool mới khi doanh thu tạo ra lớn hơn chi phí

NINA ECOM CENTER

Sửa “nội thất” trước, kéo traffic sau

01 Tên sản phẩm chứa từ khóa khách thật sự gõ

02 Thumbnail nổi bật giữa trang tìm kiếm

03 Mô tả trả lời: dùng làm gì, khác gì, vì sao tin

04 Đánh giá có hình, video; trả lời mọi feedback

05 Lượt bán đủ để khách an tâm

06 **Chạy Ads khi trang đã đủ thuyết phục**

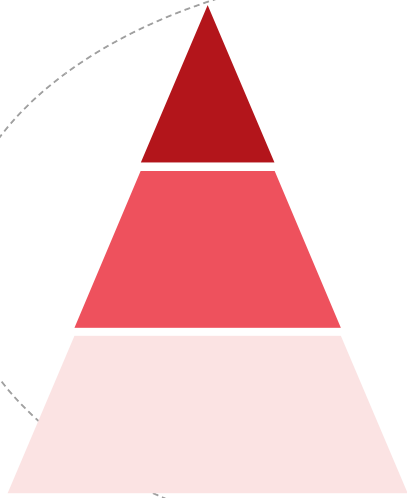
Trước





NINA ECOM CENTER

Bán bằng đội quân creator, book theo kim tự tháp



Macro · 400K+ followers
10+ Hero KOL, 50+ macro
xây thương hiệu, tạo niềm tin

Mid-tier · 100K+
100+ creator
reach và tương tác quy mô lớn

Micro – Nano · 10K+
20.000+ creator qua 30+ MCN và agency
chuyển đổi đều mỗi ngày



→ **Chiến lược: book KOL lớn trước → Affiliate đại trà sau.**

Nguồn: NINA Ecom Center, Credential 08/2026

NINA ECOM CENTER

Ads là mua đơn hàng có kỷ luật

~15%
doanh thu cho Ads hiện tại

≤10%
mục tiêu khi tối ưu tốt

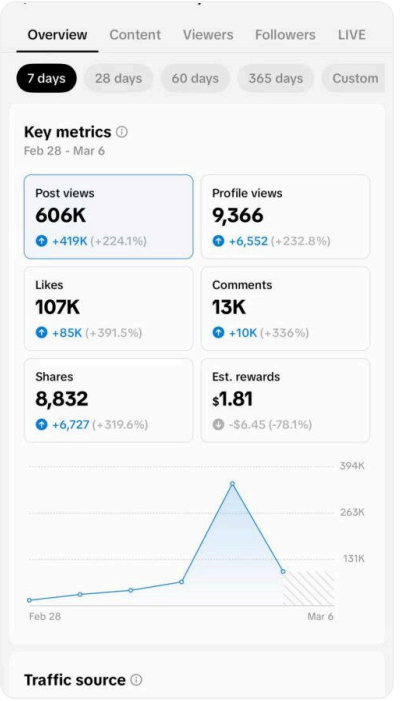
ROAS ≥10
mức lý tưởng

Đo ROAS theo SKU, so với Break-even ROAS của chính SKU đó

Ngày sale: brand lớn đấu ngân sách → brand nhỏ chọn khung giờ trống, nội dung khác biệt

MKT chạy Ads branding

Ecom chạy Ads chuyển đổi



Mỗi SKU gói trong một vòng lặp 5 phút

01

5 phút

0–30 GIÂY
Hook
tung deal sốc hoặc lợi ích lớn nhất

PHÚT 1–3
Demo
test trực quan, đánh thẳng nỗi đau

PHÚT 3–4
Trust
chứng nhận, bình luận khách cũ, cam kết hoàn tiền

PHÚT 4–5
Action
tung voucher, ghim giỏ, đếm ngược chốt đơn



NINA ECOM CENTER

Thứ tự sản phẩm quyết định khách mua và ở lại

SKU Mồi
giá cực rẻ, tung đầu phiên hoặc lúc tụt mắt xem

Hero SKU
doanh thu chính, biên cao

60%
thời lượng lên sóng

Combo Upsell
mua 2 tặng 1, set áo + quần → đẩy AOV, kéo GPM

Giữ chân
mini-game "thả tim đủ 10k mở mã ẩn", đồng hồ đếm ngược, đổi góc máy

Pacing
nhanh và năng lượng cao lúc chốt; hạ nhịp kể chuyện lúc tư vấn

FOMO
"chỉ ghim giá này 2 phút"; tung voucher đúng giây host hô "Bắt đầu"



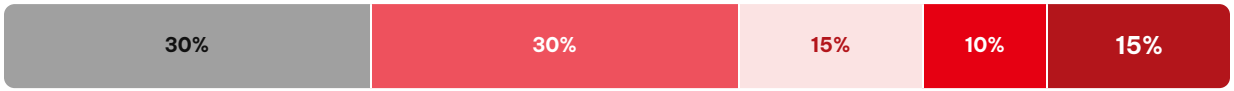




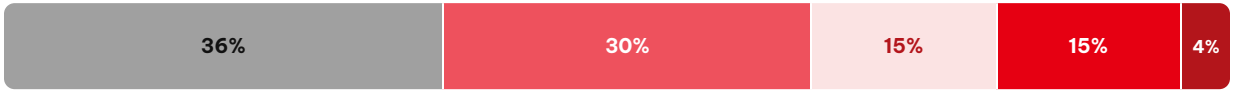
NINA ECOM CENTER

Sau mọi chi phí, lợi nhuận chỉ còn 4–15%

Kịch bản tốt



Kịch bản sát

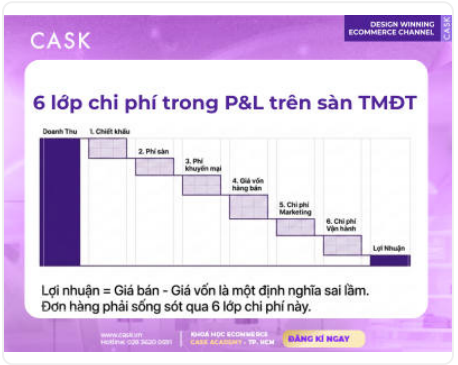


Giá vốn · Phí sàn · Vận hành · Quảng cáo · **Lợi nhuận**

Shop mới theo dõi vài tháng đầu, quyết định bằng dữ liệu

10 lần

mỗi nhân sự Ecom cần tạo doanh thu gấp 10 lần lương + thưởng



Mô hình minh họa

NINA
ECOM CENTER

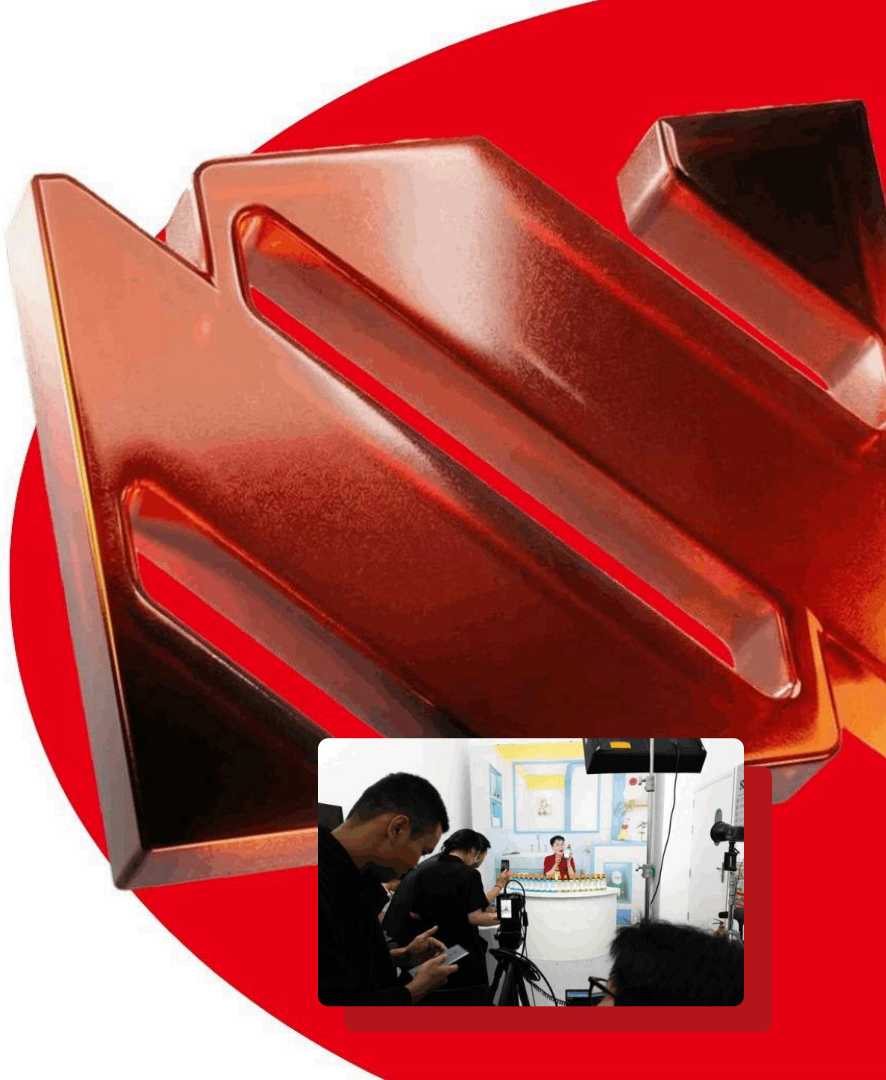
CHƯƠNG 03

03

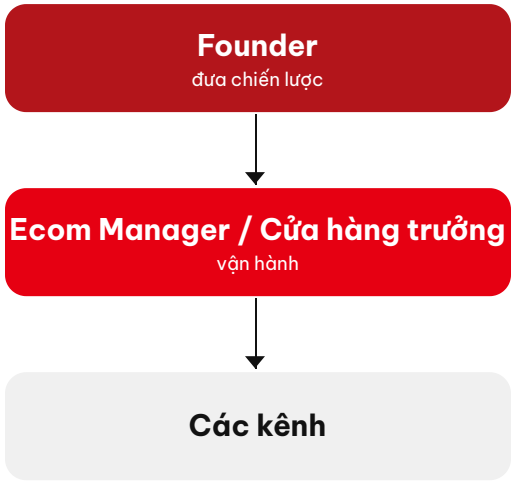
TƯ DUY GIẢI PHÁP & VẬN HÀNH

“Biết làm là 1 chuyện. Biết vận hành để ra số đều mỗi tháng là chuyện khác.”

Ecom xoay quanh Sản phẩm và Thị trường



Ecom biến chiến lược của sếp thành số



3 BƯỚC KHI NHẬN CHIẾN LƯỢC

01 Đánh giá lại sản phẩm có phù hợp thị trường

02 Đưa ra cách làm Media

03 Chia dòng doanh thu, phân bổ nguồn lực

→ **Mục tiêu Ecom: đẩy số, clear tồn kho; kết hợp branding, launch sản phẩm mới.**

NINA ECOM CENTER

Ecom giữ số, MKT giữ kênh

	Team Ecom	Team MKT
Quản lý	Số doanh thu	Kênh và nội dung
Ads	Ads chuyển đổi	Ads branding
Việc chính	Campaign, Live, tự book Affiliate, CS hậu mãi	Video ra số, performance ra số, kéo traffic về cửa hàng
KPI	Doanh thu, tỷ lệ phản hồi, mức hài lòng	Reach, tương tác, chuyển đổi, lead

Nội dung

Marketing nói về sản phẩm · Branding nói về thương hiệu → 2 loại nội dung, 2 loại kênh

Mega Live

Chấp nhận lỗ, mang tính branding, vẫn do Ecom làm

Công ty bán lẻ

Ecom và MKT họp chung, luôn có 2 sếp

Brand nhỏ thắng bằng công cụ, không bằng ngân sách

Khung giờ trống

Live và nội dung tự động

Mega Live AI

slot Live chi phí thấp hơn Mega Live truyền thống

Kênh AI video

video lifestyle kể câu chuyện brand

Dashboard dự báo đặt hàng

để brand lên kế hoạch sản xuất



Việc nào tự làm, việc nào dùng công cụ, việc nào thuê ngoài?

	Đơn vị giải pháp	Đơn vị dịch vụ
Cung cấp	Hệ thống, công cụ, dữ liệu	Con người, nội dung, vận hành
Giải quyết	Việc lặp lại, nhiều kênh, dễ sai sót	Việc cần kỹ năng, kinh nghiệm, quy mô
Ví dụ	**Haravan**	**NINA Ecom Center**
Dùng khi	Đơn nhiều, kênh nhiều, cần số liệu đúng	Cần tăng tốc GMV, thiếu đội Live, content, creator

NINA ECOM CENTER

haravan

Haravan: một màn hình cho mọi kênh bán

2014
thành lập · "Make Commerce Better"

60.000+
khách hàng, từ SME đến tập đoàn

120+
ứng dụng hỗ trợ bán hàng

12+
cổng thanh toán

Omnichannel website · mạng xã hội · sàn TMĐT · cửa hàng

Omnichannel tốt nhất 2022–2023 do VECOM bình chọn

Google Premier Partner

Meta Business Partner



Nguồn: haravan.com · Brands Vietnam

NINA ECOM CENTER

6 tình huống bán đa kênh, 6 tính năng xử lý

Tình huống thực tế	Tính năng Haravan
Đơn về từ nhiều sàn, nhiều gian hàng	Quản lý đơn đa kênh: Shopee, TikTok Shop, Lazada, Tiki, website, cửa hàng trên 1 màn hình
Mỗi đơn phải xuất hóa đơn	Xuất hóa đơn điện tử tự động
Tin nhắn dồn từ nhiều kênh	Chat đa kênh HaraSocial: Facebook, Instagram, Zalo OA, chat Đa sàn Shopee, Tiktokshop
Đẩy đơn thủ công xuống kho	Tự động điều đơn xuống kho Fulfillment · 15+ hãng vận chuyển
Bán vượt tồn, hết hàng bất ngờ	Tồn kho real-time + trừ tồn theo ngưỡng
Quảng cáo bám đuổi đa kênh	Quản lý Pixel Ads đa kênh

ẢNH: P15 – Giao diện Haravan (toàn trang)

haravan

DEMO TRỰC TIẾP TRÊN HARAVAN

Không phải Studio hay Agency — Social Commerce Operating System cho brand

5.000m²+
studio

700+ tỷ
GMV đã tạo cho brand

100+
nhân sự và creator trong hệ sinh thái trực tiếp

20.000+
giờ Live

300+
brand



NINA Studio HQ



NINA Live Hub



NINA Next Space

→ **Kết nối Brand – Creator – Platform – End user**

Nguồn: NINA Ecom Center, Credential 08/2026

NINA ECOM CENTER

Mỗi dịch vụ NEC là một dòng doanh thu của brand

Dịch vụ NEC	Gắn với dòng doanh thu
O2O Livestream — daily Live, Mega Live	Live
O2O Affiliate — creator, KOL/KOC Booking	Booking / Affiliate
E-shop Management — vận hành shop, campaign, Ads, CS	Trang shop + Ads
Media Production — video ngắn, viral, kênh vệ tinh	Video cho cả 4 dòng
O2O Event — launching, activation, The NEC Station	Branding, kéo traffic
Academy — đào tạo Livestream có chứng nhận	Nguồn nhân lực

KẾT NỐI GIẢI PHÁP & DỊCH VỤ

Người làm Ecom giỏi là người biết ghép đúng mảnh

Brand

giữ cốt lõi: sản phẩm win, chiến lược, thương hiệu

Tăng trưởng bền vững

haravan

lo hệ thống: đơn, kho, chat, hóa đơn, dữ liệu đa kênh

NINA ECOM CENTER

lo tăng tốc: Live, creator, nội dung, vận hành shop

NINA ECOM CENTER

Vào nghề bằng 1 skill, lên Manager bằng 5 skill

Vị trí	Skill chính	Chỉ số đo hiệu quả
Ecom Executive / Shop Operator	Skill 4 — trang shop, campaign	Doanh thu, tỷ lệ chuyển đổi
Ads Specialist	Skill 2, 4 — ROAS, ngân sách	ROAS theo SKU, CPO
Affiliate / KOC Booking	Skill 1, 4 — sản phẩm win, creator	GMV Affiliate, số creator hoạt động
Livestream Host / Live Operator	Skill 3, 4 — kịch bản, nhịp Live	GPM, thời gian xem, tỷ lệ chốt
Content / Video Creator	Skill 3 — thuật toán nền tảng	View, CTR, doanh thu từ video
Customer Service	Vận hành — hậu mãi	Tỷ lệ phản hồi, mức hài lòng
Account / Ecom Manager	**Cả 5 skill**	**Lợi nhuận ròng của cả shop**

→ Quy tắc vàng: tạo doanh thu gấp 10 lần thu nhập của mình

NINA ECOM CENTER

Thực chiến, chứng nhận và cộng đồng để vào nghề



The NEC Academy

đào tạo Livestream thực chiến, chứng nhận nghiệp vụ cùng TIMC, VECOM bảo trợ



NEC Community

3.773 thành viên trong 5 nhóm Zalo creator



The NEC Station

chuỗi sự kiện kết nối brand và creator

Nguồn: NINA Ecom Center, 10/2026

NINA ECOM CENTER

5 skill mang về hôm nay

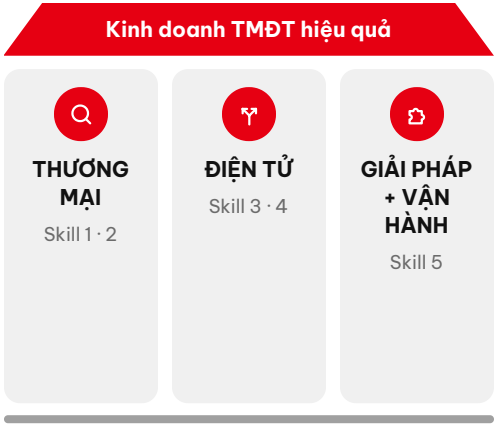
01 **Đánh giá thị trường**
gap đủ lớn, đã có người trả tiền, sản phẩm win

02 **Đánh giá cạnh tranh**
Traffic SKU + Hero SKU, Break-even ROAS

03 **Đánh giá kênh bán**
Shopee tìm kiếm, TikTok khám phá, 7 lần chạm

04 **Tối ưu dòng doanh thu**
trang shop, Booking, Live, Ads

05 **Đánh giá giải pháp & dịch vụ**
Haravan cho hệ thống, NEC cho tăng tốc



→ **Nắm nguyên lý trước khi ứng dụng**

UEH MEKONG | ETC ECONOMIC TECHNOLOGY CLUB | NINA ECOM CENTER | haravan

Q&A

Cảm ơn các bạn



Nguyễn Toàn Sao
Partnership Manager – NINA Ecom Center

