Sổ tay thực hành

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TỪ A ĐẾN Z

Dành cho người mới vào nghề bán hàng trực tuyến chưa có ai kèm, và người đã bán một thời gian muốn làm bài bản, đúng luật

Practical E-commerce Handbook from A to Z – a bilingual guide

Bản đồ nghề · Mở gian hàng · Xử lý đơn · Kho và giao vận

Từ khoá, quảng cáo · Đổi trả, khiếu nại · Báo cáo, đối soát

Luật TMĐT, thuế trên sàn, dữ liệu khách · Soát lỗi · Thực hành

Song ngữ Việt – Anh · Vietnamese – English

Phiên bản 1.0 – Tháng 11 năm 2026

https://tailieuso.vin

MỤC LỤC

CONTENTS

Chương 1. Bản đồ nghề bán hàng trực tuyến – *Chapter 1. Mapping the Online Selling Job* **7**

1.1. Bốn loại nền tảng thương mại điện tử và cách nhận ra từng loại – *1.1. The four types of e-commerce platforms and how to tell them apart* 7

1.2. Hành trình một đơn hàng từ lúc khách bấm mua đến lúc tiền về tài khoản – *1.2. An order's journey from checkout to payout* 10

1.3. Các vị trí trong một đội bán hàng trực tuyến và việc của từng người – *1.3. Roles in an online selling team and what each one does* 13

1.4. Một ngày làm việc mẫu của nhân viên vận hành gian hàng – *1.4. A sample working day for a shop operations assistant* 15

1.5. Các bên bạn làm việc cùng: sàn, đơn vị vận chuyển, cổng thanh toán, nhà cung cấp – *1.5. The partners you deal with: platforms, carriers, payment gateways and suppliers* 18

1.6. Kỹ năng và công cụ tối thiểu người mới cần có – *1.6. The minimum skills and tools a beginner needs* 21

1.7. Lộ trình lên nghề từ nhân viên đến trưởng nhóm vận hành – *1.7. From assistant to operations lead: a realistic career path* 23

1.8. Những hiểu lầm khiến người mới lỗ trong ba tháng đầu – *1.8. Misconceptions that make beginners lose money in their first three months* 26

1.9. Bài thực hành có hướng dẫn – *1.9. Guided practice exercises* 28

1.10. Câu hỏi tự luận và dàn ý trả lời – *1.10. Essay questions and answer outlines* 30

1.11. Câu hỏi trắc nghiệm – *1.11. Multiple-choice questions* 32

Chương 2. Con số và khái niệm phải hiểu trước khi bán – *Chapter 2. Numbers and Concepts to Grasp Before You Sell* **34**

2.1. Tính lãi trên một đơn sau khi trừ giá vốn, phí sàn và phí vận chuyển – *2.1. Working out profit per order after cost, fees and shipping* 34

2.2. Định giá bán từ biên lợi nhuận mong muốn – *2.2. Setting a selling price from your target margin* 37

2.3. Đọc phễu bán hàng: lượt xem, tỷ lệ nhấp, tỷ lệ chuyển đổi – *2.3. Reading the sales funnel: views, click-through rate, conversion rate* 39

2.4. Chi phí mỗi lượt nhấp, chi phí mỗi đơn và điểm hoà vốn quảng cáo – *2.4. Cost per click, cost per acquisition and the break-even point for ads* 42

2.5. Giá trị đơn trung bình và giá trị vòng đời khách hàng – *2.5. Average order value and customer lifetime value* 44

2.6. Các cách khách trả tiền và tiền về tay người bán khi nào – *2.6. How buyers pay and when the money reaches you* 47

2.7. Tồn kho, vòng quay hàng và mức tồn an toàn – *2.7. Stock levels, inventory turnover and safety stock* 50

2.8. Hàng hoá, dịch vụ và các nhóm ngành nghề theo cách tính thuế khấu trừ trên sàn – *2.8. Goods, services and the business groups used for platform tax withholding* 52
2.9. Bài thực hành có hướng dẫn – *2.9. Guided practice exercises* 55
2.10. Câu hỏi tự luận và dàn ý trả lời – *2.10. Essay questions and answer outlines* 57
2.11. Câu hỏi trắc nghiệm – *2.11. Multiple-choice questions* 58

Chương 3. Chuẩn bị mở gian hàng – *Chapter 3. Getting Your Shop Ready*..... 60
3.1. Chọn hình thức kinh doanh: cá nhân, hộ kinh doanh hay doanh nghiệp – *3.1. Choosing how to trade: individual, household business or company* 60
3.2. Chọn sản phẩm và kiểm tra hàng có được phép bán trực tuyến – *3.2. Picking products and checking whether they may be sold online* 63
3.3. Đăng ký tài khoản người bán trên sàn và xác minh danh tính – *3.3. Registering a seller account and verifying your identity* 66
3.4. Dựng website bán hàng riêng hoặc trang bán hàng trên mạng xã hội – *3.4. Building your own store website or a social media storefront* 69
3.5. Chụp ảnh sản phẩm bằng điện thoại đạt yêu cầu của sàn – *3.5. Shooting product photos on your phone that platforms accept* 71
3.6. Viết tên và mô tả sản phẩm đúng, đủ, dễ tìm – *3.6. Writing product titles and descriptions that are accurate and searchable* 74
3.7. Thiết lập phí giao hàng, thời gian chuẩn bị hàng và chính sách đổi trả – *3.7. Setting delivery fees, handling time and your return policy* 77
3.8. Dựng góc đóng gói và mua vật tư ban đầu – *3.8. Setting up a packing station and first supplies* 79
3.9. Bài thực hành có hướng dẫn – *3.9. Guided practice exercises* 82
3.10. Câu hỏi tự luận và dàn ý trả lời – *3.10. Essay questions and answer outlines* 84
3.11. Câu hỏi trắc nghiệm – *3.11. Multiple-choice questions* 86

Chương 4. Việc hằng ngày: xử lý đơn và chăm khách – *Chapter 4. Daily Work: Orders and Customers* 88
4.1. Mở ca: kiểm đơn mới, đơn chờ và đơn sắp quá hạn – *4.1. Opening the shift: new, pending and nearly overdue orders* 88
4.2. Xác nhận đơn và lọc đơn có dấu hiệu ảo hoặc bom hàng – *4.2. Confirming orders and spotting fake or likely-refused orders* 90
4.3. Nhặt hàng theo đơn và đối chiếu mã sản phẩm – *4.3. Picking items and matching product codes* 93
4.4. Đóng gói, dán nhãn và cân hàng đúng khối lượng khai báo – *4.4. Packing, labelling and weighing to match the declared weight* 96
4.5. Bàn giao hàng cho đơn vị vận chuyển và giữ bằng chứng – *4.5. Handing parcels to the carrier and keeping proof* 98
4.6. Trả lời tin nhắn khách bằng mẫu câu cho tình huống thường gặp – *4.6. Answering buyer messages with templates for common situations* 100
4.7. Theo dõi đơn đang giao và xử lý giao không thành công – *4.7. Tracking shipments and handling failed deliveries* 103
4.8. Đóng ca: cập nhật tồn kho và ghi sổ sự cố trong ngày – *4.8. Closing the shift: updating stock and logging incidents* 105

4.9. Bài thực hành có hướng dẫn – *4.9. Guided practice exercises* 108
4.10. Câu hỏi tự luận và dàn ý trả lời – *4.10. Essay questions and answer outlines* 110
4.11. Câu hỏi trắc nghiệm – *4.11. Multiple-choice questions* 112

Chương 5. Kho hàng, nhận hàng và giao vận – *Chapter 5. Stockroom, Receiving and Shipping* 114

5.1. Nhận hàng nhập và đối chiếu với đơn đặt hàng, hoá đơn – *5.1. Receiving stock and checking it against the purchase order and invoice* 114
5.2. Ghi nhận hàng hỏng, thiếu, sai và báo nhà cung cấp – *5.2. Recording damaged, short or wrong items and notifying the supplier* 117
5.3. Sắp xếp kho theo vị trí kệ và mã hàng – *5.3. Organising storage by shelf location and product code* 119
5.4. Kiểm kê định kỳ và kiểm đếm xoay vòng – *5.4. Full stock counts and cycle counting* 122
5.5. Lập phiếu xuất kho, phiếu gửi hàng và vận đơn – *5.5. Preparing stock issue slips, shipping orders and bills of lading* 125
5.6. Chọn đơn vị vận chuyển theo cước, thời gian và tỷ lệ giao thành công – *5.6. Choosing a carrier by cost, speed and delivery success rate* 128
5.7. Tính khối lượng quy đổi và cước theo kích thước hộp – *5.7. Calculating dimensional weight and shipping cost by box size* 130
5.8. Đánh giá đối tác giao vận theo chỉ tiêu đã thoả thuận – *5.8. Reviewing carrier performance against agreed targets* 132
5.9. Bài thực hành có hướng dẫn – *5.9. Guided practice exercises* 136
5.10. Câu hỏi tự luận và dàn ý trả lời – *5.10. Essay questions and answer outlines* 138
5.11. Câu hỏi trắc nghiệm – *5.11. Multiple-choice questions* 140

Chương 6. Để người mua tìm thấy bạn: từ khoá, quảng cáo, livestream – *Chapter 6. Getting Found: Keywords, Ads and Livestreams* 142

6.1. Tìm từ khoá người mua hay gõ – *6.1. Finding the words buyers actually type* 142
6.2. Tối ưu trang sản phẩm để lên cao trong tìm kiếm trên sàn và trên Google – *6.2. Optimising product pages to rank in platform and Google search* 145
6.3. Chạy quảng cáo tìm kiếm trả tiền theo lượt nhấp với ngân sách nhỏ – *6.3. Running pay-per-click search ads on a small budget* 147
6.4. Đọc báo cáo quảng cáo và quyết định tăng, giảm hay tắt – *6.4. Reading ad reports and deciding to scale, cut or stop* 149
6.5. Tổ chức một buổi livestream bán hàng – *6.5. Running a live selling session* 152
6.6. Làm việc với người có ảnh hưởng và tiếp thị liên kết – *6.6. Working with influencers and affiliate marketers* 155
6.7. Thiết kế chương trình khuyến mại có lãi – *6.7. Designing promotions that still make a profit* 157
6.8. Chăm khách cũ: đánh giá, tin nhắn sau bán và mua lại – *6.8. Looking after past buyers: reviews, follow-ups and repeat orders* 160
6.9. Bài thực hành có hướng dẫn – *6.9. Guided practice exercises* 162
6.10. Câu hỏi tự luận và dàn ý trả lời – *6.10. Essay questions and answer outlines* 165
6.11. Câu hỏi trắc nghiệm – *6.11. Multiple-choice questions* 166

Chương 7. Việc định kỳ theo tuần, tháng và mùa bán – *Chapter 7. Weekly, Monthly and Seasonal Routines* 168

7.1. Lập báo cáo tuần: doanh thu, đơn, tỷ lệ huỷ, tỷ lệ hoàn – *7.1. Writing a weekly report: revenue, orders, cancellations, returns* 168

7.2. Đối soát tiền sàn chuyển về với từng đơn – *7.2. Matching platform payouts to individual orders* 170

7.3. Đối soát tiền thu hộ với đơn vị vận chuyển – *7.3. Reconciling cash-on-delivery collections with the carrier* 173

7.4. Kiểm tra số thuế sàn đã khấu trừ thay bạn – *7.4. Checking the tax a platform has withheld on your behalf* 176

7.5. Lập kế hoạch nhập hàng theo tốc độ bán – *7.5. Planning restocks from your sales speed* 178

7.6. Chuẩn bị cho ngày hội mua sắm: hàng, người và giao vận – *7.6. Preparing for big sale days: stock, staff and shipping* 181

7.7. Rà danh mục sản phẩm: dọn hàng chậm, cập nhật giá – *7.7. Reviewing your catalogue: clearing slow sellers and updating prices* 183

7.8. Lưu trữ chứng từ, hoá đơn và dữ liệu đơn hàng – *7.8. Keeping documents, invoices and order data* 186

7.9. Bài thực hành có hướng dẫn – *7.9. Guided practice exercises* 189

7.10. Câu hỏi tự luận và dàn ý trả lời – *7.10. Essay questions and answer outlines* 191

7.11. Câu hỏi trắc nghiệm – *7.11. Multiple-choice questions* 192

Chương 8. Nghiệp vụ khó, làm từng bước – *Chapter 8. Tough Cases, Step by Step*... 194

8.1. Xử lý yêu cầu trả hàng, hoàn tiền – *8.1. Handling return and refund requests* 194

8.2. Khách báo nhận hàng thiếu, sai hoặc vỡ – *8.2. When a buyer says the parcel arrived short, wrong or broken* 196

8.3. Khiếu nại lên sàn và chuẩn bị bằng chứng – *8.3. Raising a dispute with the platform and preparing evidence* 199

8.4. Đơn hàng thất lạc: đòi bồi thường từ đơn vị vận chuyển – *8.4. Lost parcels: claiming compensation from the carrier* 202

8.5. Gian hàng bị cảnh báo, hạn chế hoặc khoá – *8.5. When your shop is warned, restricted or suspended* 205

8.6. Đánh giá xấu dồn dập và cách phản hồi công khai – *8.6. A wave of bad reviews and how to respond in public* 207

8.7. Thu hồi hàng lỗi đã bán ra – *8.7. Recalling faulty products already sold* 210

8.8. Bán cho khách nước ngoài và làm việc với nền tảng nước ngoài – *8.8. Selling to overseas buyers and working with foreign platforms* 212

8.9. Bài thực hành có hướng dẫn – *8.9. Guided practice exercises* 215

8.10. Câu hỏi tự luận và dàn ý trả lời – *8.10. Essay questions and answer outlines* 218

8.11. Câu hỏi trắc nghiệm – *8.11. Multiple-choice questions* 219

Chương 9. Quy định pháp luật người bán trực tuyến phải nắm – *Chapter 9. Laws Every Online Seller Must Know*..... 221

9.1. Luật Thương mại điện tử 122/2025/QH15 và Nghị định 248/2026/NĐ-CP: nghĩa vụ của người bán – *9.1. E-commerce Law 122/2025/QH15 and Decree 248/2026/ND-CP: what sellers must do* 221
9.2. Hợp đồng điện tử và chữ ký điện tử khi bán hàng trực tuyến – *9.2. Electronic contracts and e-signatures in online selling* 224
9.3. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi bán trên mạng – *9.3. Consumer protection rules for online sales* 227
9.4. Bảo vệ dữ liệu cá nhân của khách theo Luật 91/2025/QH15 – *9.4. Protecting customers' personal data under Law 91/2025/QH15* 230
9.5. Thuế với hộ, cá nhân bán hàng trên sàn – *9.5. Tax for households and individuals selling on platforms* 233
9.6. Khuyến mại đúng Luật Thương mại – *9.6. Running promotions within the Commercial Law* 236
9.7. Quảng cáo sản phẩm trên mạng đúng quy định – *9.7. Advertising products online within the rules* 240
9.8. An ninh mạng và chuyển đổi số với gian hàng nhỏ – *9.8. Cybersecurity and digital transformation rules for small shops* 242
9.9. Bài thực hành có hướng dẫn – *9.9. Guided practice exercises* 245
9.10. Câu hỏi tự luận và dàn ý trả lời – *9.10. Essay questions and answer outlines* 247
9.11. Câu hỏi trắc nghiệm – *9.11. Multiple-choice questions* 247

Chương 10. Soát lỗi và nâng tay nghề – *Chapter 10. Catching Mistakes and Building Your Skills* **250**
10.1. Danh sách soát trước khi đăng một sản phẩm – *10.1. A checklist before you publish a product* 250
10.2. Soát đơn trước khi giao: những điểm hay nhầm – *10.2. Checking orders before dispatch: the usual slip-ups* 252
10.3. Đối chiếu chéo số liệu giữa sàn, kho và sổ tiền – *10.3. Cross-checking figures across platform, stockroom and cash book* 255
10.4. Tìm nguyên nhân gốc của một lỗi lặp lại – *10.4. Finding the root cause of a recurring mistake* 257
10.5. Thử nghiệm so sánh ảnh bìa, tiêu đề và giá – *10.5. Testing cover photos, titles and prices side by side* 260
10.6. Tự động hoá việc lặp lại bằng bảng tính và công cụ của sàn – *10.6. Automating repetitive work with spreadsheets and platform tools* 262
10.7. Mở thêm kênh bán thứ hai mà không bán vượt tồn kho – *10.7. Adding a second sales channel without overselling* 266
10.8. Dự báo nhu cầu và lên kế hoạch mua hàng theo mùa – *10.8. Forecasting demand and planning seasonal purchasing* 268
10.9. Đàm phán với nhà cung cấp và đối tác giao vận – *10.9. Negotiating with suppliers and carriers* 271
10.10. Bài thực hành có hướng dẫn – *10.10. Guided practice exercises* 273
10.11. Câu hỏi tự luận và dàn ý trả lời – *10.11. Essay questions and answer outlines* 275
10.12. Câu hỏi trắc nghiệm – *10.12. Multiple-choice questions* 277

Chương 11. Bài thực hành có lời giải – *Chapter 11. Practice Exercises with Worked Answers* **279**

11.1. Tính lãi lỗ một tháng cho gian hàng mẫu – *11.1. Working out one month's profit and loss for a sample shop* 279

11.2. Viết lại tên và mô tả cho năm sản phẩm – *11.2. Rewriting titles and descriptions for five products* 282

11.3. Xử lý trọn một ca đơn hàng – *11.3. Running a full order shift from start to finish* 285

11.4. Nhận một lô hàng có sai lệch và lập biên bản – *11.4. Receiving a shipment with discrepancies and writing it up* 289

11.5. Lập kế hoạch quảng cáo bảy ngày với 2 triệu đồng – *11.5. Planning a seven-day ad campaign on 2 million dong* 292

11.6. Đối soát tiền sàn, tiền thu hộ và thuế đã khấu trừ của một tháng – *11.6. Reconciling a month of payouts, COD and withheld tax* 294

11.7. Giải ba tình huống khiếu nại khó – *11.7. Solving three tough complaint cases* 297

11.8. Rà một gian hàng theo các quy định pháp luật – *11.8. Auditing a shop against the legal rules* 300

11.9. Bài thực hành có hướng dẫn – *11.9. Guided practice exercises* 303

11.10. Câu hỏi tự luận và dàn ý trả lời – *11.10. Essay questions and answer outlines* ... 305

11.11. Câu hỏi trắc nghiệm – *11.11. Multiple-choice questions* 306

Phụ lục A. Đáp án trắc nghiệm – *Appendix A. Answers to the multiple-choice questions* **309**

Phụ lục B. Bảng thuật ngữ Việt – Anh – *Appendix B. Vietnamese–English glossary*. 319

Phụ lục C. Tài liệu tham khảo – *Appendix C. References* **324**

Chương 1. Bản đồ nghề bán hàng trực tuyến – *Chapter 1. Mapping the Online Selling Job*

Mục tiêu chương – *Chapter objectives*

- Tính được tiền thực nhận và lãi gộp của một đơn hàng từ giá bán, voucher, phí sàn và giá vốn
  Calculate the payout and gross profit of one order from the selling price, voucher, platform fees and product cost
- Phân biệt được bốn loại nền tảng và các bên cùng làm việc (sàn, vận chuyển, cổng thanh toán, nhà cung cấp) để biết gặp lỗi thì tìm ai
  Tell the four platform types and the partners (marketplace, carrier, payment gateway, supplier) apart, so you know who to contact when something goes wrong
- Lập được danh sách việc đầu ngày: kiểm đơn mới, tồn kho, đối soát tiền và đánh dấu mã hàng cần nhập gấp
  Build a start-of-day checklist covering new orders, stock levels and payout reconciliation, and flag the items that need reordering urgently

1.1. Bốn loại nền tảng thương mại điện tử và cách nhận ra từng loại – *1.1. The four types of e-commerce platforms and how to tell them apart*

Mỗi nơi bạn bày hàng trên mạng là một nền tảng thương mại điện tử: website hoặc ứng dụng cho phép mua bán qua mạng. Luật Thương mại điện tử 122/2025/QH15 chia chúng thành bốn loại. Biết mình đang đứng ở loại nào thì khi có chuyện, bạn biết ai phải lo việc gì. Giống như chỗ bán hàng ngoài đời: quầy nhà mình, sạp trong chợ, góc bày hàng ở quán cà phê, mỗi nơi một người chịu trách nhiệm khác nhau.

Every place where you list goods online is an e-commerce platform: a website or app that lets people buy and sell over the internet. Law 122/2025/QH15 sorts platforms into four types. Once you know which type you are standing on, you know who handles what when something goes wrong. It works like physical selling spots: your own shop, a stall in a market, a shelf in a café. Each has a different person in charge.

Trước hết là khái niệm chủ quản nền tảng: tổ chức hoặc cá nhân quản lý và vận hành nền tảng đó, như chủ chợ với cái chợ. Nghĩa vụ đăng ký hay thông báo với cơ quan nhà nước trước khi vận hành đặt lên chủ quản. Với website riêng, bạn vừa bán hàng vừa là chủ quản.

First, the term platform operator: the organization or individual that manages and runs the platform, like a market owner with a market. The duty to register or notify the state authority before going live falls on the operator. On your own website, you are both seller and operator.

Bốn loại và cách hiểu bằng lời thường – *The four types in plain words*

- Nền tảng kinh doanh trực tiếp: chủ quản tự bán hàng của chính mình, ví dụ website của một thương hiệu bán sản phẩm do mình làm. Nếu có chức năng đặt hàng trực tuyến, chủ quản phải thông báo với cơ quan nhà nước có thẩm quyền trước khi vận hành.

Direct-sales platform: the operator sells its own goods, such as a brand's website selling what it makes. If the site has an online ordering function, the operator must notify the competent state authority before going live.

- Nền tảng trung gian: chủ quản dựng chỗ cho nhiều người bán khác mở gian hàng, chủ quản không phải chủ của hàng. Các sàn lớn thuộc loại này. Chủ quản phải là pháp nhân và đăng ký trước khi vận hành.
  Intermediary platform: the operator builds a place where many other sellers open shops, and the operator does not own the goods. The big marketplaces fit here. The operator must be a legal entity and register before launch.
- Mạng xã hội hoạt động thương mại điện tử: nơi gốc là để kết nối, đăng bài, nhắn tin, rồi có thêm chức năng bán hàng như đặt hàng hay livestream bán hàng. Chủ quản cũng là pháp nhân và phải đăng ký.
  Social network with e-commerce activity: a place built for connecting, posting and messaging that also offers selling functions such as ordering or live-stream sales. Its operator is also a legal entity and must register.
- Nền tảng tích hợp: gom hoặc kết nối nhiều nền tảng khác vào một chỗ, ví dụ một ứng dụng cho bạn quản lý gian hàng ở nhiều nơi cùng lúc. Chủ quản là pháp nhân, phải đăng ký, và phải lưu dữ liệu trao đổi với các nền tảng được kết nối ít nhất 03 năm.
  Integrated platform: it gathers or connects several other platforms in one place, for example an app that lets you manage shops on several channels at once. Its operator is a legal entity, must register, and must keep the data exchanged with connected platforms for at least 3 years.
- Nền tảng nước ngoài bán tại Việt Nam: chủ quản là tổ chức nước ngoài, nhưng nếu nền tảng cho chọn hiển thị tiếng Việt, dùng tên miền ".vn" hoặc đạt ngưỡng giao dịch với người mua ở Việt Nam thì vẫn được tính là hoạt động tại Việt Nam. Loại kinh doanh trực tiếp có đặt hàng phải chỉ định một pháp nhân tại Việt Nam theo ủy quyền.
  Foreign platform selling in Vietnam: the operator is a foreign organization, but if the platform offers a Vietnamese display language, uses a ".vn" domain, or reaches the transaction threshold with buyers in Vietnam, it still counts as operating in Vietnam. A direct-sales platform with ordering must appoint a legal entity in Vietnam by authorization.

Ví dụ: một tiệm gốm bán trên ba kênh – *Example: a small pottery shop selling on three channels*

Tiệm gốm của chị Lan bán bình hoa và cốc sứ. Chị có website riêng, một gian hàng trên sàn và một trang trên mạng xã hội có nút đặt hàng. Sau đây là cách phân loại:

Lan's pottery shop sells vases and ceramic mugs. She has her own website, a shop on a marketplace and a page on a social network with an order button. Here is how each channel is classified:

Kênh *Channel*	**Loại** *Type*	**Chủ quản** *Operator*	**Phần chị Lan chịu** *Lan's part*
Website riêng có giỏ hàng *Own website with a cart*	Kinh doanh trực tiếp *Direct sales*	Chính chị Lan *Lan herself*	Mọi việc: thông báo trước khi vận hành, chất lượng hàng, thông tin, giao hàng, xử lý khiếu nại. *Everything: notifying before launch, product quality, information, delivery, complaints.*
Gian hàng trên sàn *Shop on a marketplace*	Trung gian *Intermediary*	Công ty chủ sàn *The marketplace company*	Hàng, giá, mô tả, đóng gói và giao đúng hẹn. Sàn lo việc đăng ký và vận hành nền tảng. *Goods, prices, descriptions, packing and on-time shipping. The marketplace handles its own registration and running of the platform.*
Trang trên mạng xã hội có nút đặt hàng *Social network page with an order button*	Mạng xã hội hoạt động thương mại điện tử *Social network with e-commerce activity*	Công ty chủ mạng xã hội *The social network company*	Hàng, nội dung bài đăng và việc giao nhận. Chủ mạng lo nền tảng. *Goods, post content and fulfilment. The network operator handles the platform.*

Giả sử sau này chị Lan đổi tên miền website. Chị phải làm hồ sơ sửa đổi, bổ sung thông báo, gồm tờ khai thông tin và tài liệu chứng minh nội dung đổi. Nếu chị ngừng bán hoặc nhượng website cho người khác, chị làm hồ sơ chấm dứt thông báo.

Suppose Lan later changes her website's domain name. She must file an amendment to her notification, made up of an information form and documents proving the change. If she stops selling or hands the website to someone else, she files to terminate the notification.

Bốn bước nhận ra loại nền tảng – *Four steps to identify a platform*

1. Hỏi ai là chủ quản: kéo xuống cuối trang, mở mục giới thiệu hoặc điều khoản, tìm tên công ty vận hành.
   Ask who the operator is: scroll to the bottom of the page, open the About or Terms section, and find the name of the company running it.
2. Hỏi ai bán hàng: nếu chỉ chủ quản bán hàng của mình thì là kinh doanh trực tiếp.
   Ask who sells: if only the operator sells its own goods, it is a direct-sales platform.
3. Nếu nhiều người bán khác nhau mở gian hàng ở đó, xét tiếp: nền tảng sinh ra để mua bán thì là trung gian, sinh ra để kết nối và đăng bài rồi mới thêm bán hàng thì là mạng xã hội.
   If many different sellers open shops there, look further: a platform built for trade is intermediary; one built for connecting and posting, with selling added later, is a social network.

4. Nếu công cụ gom nhiều nền tảng khác về một màn hình, đó là nền tảng tích hợp.
If a tool pulls several other platforms into one screen, it is an integrated platform.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Nghĩ website riêng thì chẳng ai quản nên không cần làm gì. Luật coi bạn là chủ quản và có nghĩa vụ thông báo khi website có chức năng đặt hàng. Hỏi cơ quan có thẩm quyền để biết hồ sơ cụ thể.
Thinking that nobody oversees your own website, so there is nothing to do. The law treats you as the operator, with a duty to notify when the site has an ordering function. Ask the competent authority for the exact paperwork.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Đổ hết trách nhiệm cho sàn khi khách nhận hàng lỗi. Sàn lo nền tảng, còn hàng là của bạn.
Blaming the marketplace when a customer gets a faulty item. The marketplace is responsible for the platform, while the goods are yours.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Thêm chức năng mới như livestream bán hàng hay tiếp thị liên kết mà không cập nhật thông tin đã khai. Khi nền tảng đổi nội dung, hãy xem có cần làm hồ sơ sửa đổi, bổ sung không.
Adding a new function such as live-stream sales or affiliate marketing without updating what you declared. When your platform changes, check whether an amendment filing is needed.

1.2. Hành trình một đơn hàng từ lúc khách bấm mua đến lúc tiền về tài khoản – *1.2. An order's journey from checkout to payout*

Một đơn hàng giống một bưu kiện đi qua nhiều trạm. Mỗi trạm có người giữ và có mốc thời gian riêng. Nắm được tám trạm, bạn biết đơn đang nằm ở đâu, ai đang giữ, và tiền của mình kẹt ở chỗ nào.
An order is like a parcel passing through a series of stations. Each station has its own handler and its own clock. Once you know the eight stations, you can tell where an order is, who is holding it, and where your money is stuck.

Các mốc ngày trong mục này là số minh hoạ. Mỗi sàn quy định thời hạn xác nhận, thời hạn giao cho vận chuyển và ngày trả tiền khác nhau. Hãy mở trung tâm người bán của sàn bạn dùng và ghi lại từng con số.
The deadlines in this section are illustrative. Each marketplace sets its own limits for confirming, handing over to the carrier and paying out. Open your platform's seller center and write down each figure.

Tám chặng của một đơn – *The eight stations of an order*

1. Đặt hàng: khách chọn sản phẩm, điền địa chỉ, chọn cách trả tiền rồi bấm mua. Hệ thống ghi một mã đơn, và đồng hồ của bạn bắt đầu chạy từ lúc này.
Order placed: the customer picks a product, enters an address, chooses how to pay and taps buy. The system creates an order number, and your clock starts running.
2. Xác nhận: bạn kiểm tra đơn có hợp lệ không (còn hàng, địa chỉ rõ, khách không có dấu hiệu bom hàng) rồi bấm xác nhận. Với đơn trả trước, hãy xem tiền khách đã được sàn giữ chưa.
Confirmation: you check that the order is valid (item in stock, address clear, no sign of a

fake order) and confirm it. For prepaid orders, check that the platform is already holding the customer's money.

3. Nhặt hàng: lấy đúng sản phẩm, đúng màu, đúng cỡ ở kệ và đối chiếu mã hàng với đơn.
   Picking: take the right product in the right colour and size from the shelf and match the item code to the order.
4. Đóng gói: cho hàng vào túi hoặc hộp, dán nhãn vận đơn, cân và khai khối lượng.
   Packing: put the item in a bag or box, stick on the shipping label, weigh it and declare the weight.
5. Bàn giao vận chuyển: đưa gói cho nhân viên lấy hàng hoặc mang ra bưu cục. Hãy chụp ảnh hoặc giữ biên nhận, vì đây là bằng chứng bạn đã giao đi.
   Carrier handover: give the parcel to the pickup driver or take it to the depot. Keep a photo or receipt as proof that you shipped it.
6. Giao thành công: khách nhận hàng và hệ thống ghi trạng thái đã giao. Từ đây mới tính thời gian khách được phép đổi trả.
   Successful delivery: the customer receives the parcel and the system marks it delivered. The return window is counted from this point.
7. Hết hạn đổi trả: nếu khách không yêu cầu trả hàng trong thời hạn, đơn được coi là hoàn tất. Chặng này bạn không làm gì được, chỉ chờ.
   Return window ends: if the customer asks for no return in time, the order counts as complete. You can't speed this stage up, only wait.
8. Sàn chuyển tiền: sàn trừ phí rồi chuyển phần còn lại vào tài khoản của bạn. Với đơn thu tiền khi nhận hàng, đơn vị vận chuyển giữ tiền trước rồi mới trả lại.
   Marketplace payout: the platform deducts its fees and transfers the rest to your account. For cash-on-delivery orders, the carrier holds the cash first and pays it out later.

> **VÍ DỤ / EXAMPLE –** Đơn áo khoác giá 450.000 đồng, khách trả trước bằng ví điện tử. Thứ Hai 2/11/2026, 09:10: khách đặt. 09:40: bạn xác nhận. 15:00: nhặt hàng, 15:30: đóng gói xong, nhưng nhân viên lấy hàng đã đi lúc 14:00. Thứ Ba 3/11, 10:00: bàn giao. Thứ Sáu 6/11: giao thành công, mất 3 ngày. Giả sử hạn đổi trả là 7 ngày thì đến Thứ Sáu 13/11 là hết hạn. Sàn chuyển tiền vào Thứ Hai 16/11, tức 14 ngày sau lúc khách bấm mua. Nếu phí sàn minh hoạ là 12% thì phí là 450.000 × 0,12 = 54.000 đồng, và bạn nhận 450.000 − 54.000 = 396.000 đồng.
> *A jacket priced at 450,000 VND, paid in advance by e-wallet. Monday 2 Nov 2026, 09:10: the customer orders. 09:40: you confirm. 15:00: picking, 15:30: packing done, but the pickup driver left at 14:00. Tuesday 3 Nov, 10:00: handover. Friday 6 Nov: delivered, three days in transit. If the return window is 7 days, it ends on Friday 13 Nov. The platform pays out on Monday 16 Nov, 14 days after checkout. With an illustrative 12% fee, the fee is 450,000 × 0.12 = 54,000 VND, and you receive 450,000 − 54,000 = 396,000 VND.*

Trong ví dụ này, chặng bạn làm chậm là đóng gói: xong lúc 15:30 nên lỡ chuyến lấy hàng và mất thêm một ngày. Chặng dài nhất là chờ hết hạn đổi trả cộng thời gian sàn xử lý, tổng cộng 10 ngày trước khi tiền về.

In this example, the stage you slowed down was packing: it finished at 15:30, missed the pickup run and cost an extra day. The longest stretch was waiting for the return window plus platform processing, 10 days in total before the money arrived.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Đơn quần giá 280.000 đồng, thu tiền khi nhận hàng. Thứ Hai 9/11/2026: khách đặt, bạn xác nhận trong ngày và bàn giao sáng hôm sau. Thứ Năm 12/11: giao thành công. Nếu hạn đổi trả là 7 ngày thì hết hạn Thứ Năm 19/11. Tiền mặt do đơn vị vận chuyển giữ, và sàn chuyển cho bạn vào Thứ Hai 23/11, tức 14 ngày sau lúc khách đặt. Với phí minh hoạ 10%, phí là 280.000 × 0,10 = 28.000 đồng, và bạn nhận 280.000 − 28.000 = 252.000 đồng.
A pair of trousers priced at 280,000 VND, cash on delivery. Monday 9 Nov 2026: the customer orders, you confirm the same day and hand over the next morning. Thursday 12 Nov: delivered. If the return window is 7 days, it ends on Thursday 19 Nov. The carrier holds the cash, and the platform pays you on Monday 23 Nov, 14 days after the order. With an illustrative 10% fee, the fee is 280,000 × 0.10 = 28,000 VND, and you receive 280,000 − 28,000 = 252,000 VND.

MẸO / TIP – Hỏi đơn vị vận chuyển giờ lấy hàng cuối cùng trong ngày, rồi đặt giờ chốt nhặt và đóng gói sớm hơn khoảng một tiếng.
Ask the carrier for its last pickup time of the day, then set your picking and packing cut-off about an hour earlier.

MẸO / TIP – Quay một đoạn video ngắn lúc đóng gói, thấy rõ sản phẩm và nhãn vận đơn. Khi khách nói nhận thiếu hoặc nhầm hàng, đây là bằng chứng của bạn.
Record a short video while packing, showing the product and the shipping label clearly. If a customer claims the parcel was short or wrong, this is your evidence.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Tính vốn quay vòng theo ngày giao hàng thay vì ngày tiền về. Bạn sẽ thấy hết tiền nhập hàng trong khi doanh thu trên màn hình vẫn đẹp.
Planning your cash by delivery date instead of payout date. You run out of money to restock while the revenue on screen still looks good.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Bấm bàn giao trên hệ thống nhưng chưa đưa gói đi, hoặc không giữ biên nhận. Khi gói thất lạc, bạn không có gì để chứng minh.
Marking an order as handed over in the system before the parcel has left, or not keeping a receipt. When a parcel goes missing, you have nothing to prove it.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Xác nhận đơn thu tiền khi nhận hàng mà không gọi hỏi lại khi địa chỉ mơ hồ. Gói đi rồi bị từ chối nhận, bạn mất phí vận chuyển cả hai chiều.
Confirming a cash-on-delivery order without calling the customer when the address is vague. The parcel goes out and is refused, and you lose the shipping fee both ways.

GHI CHÚ / NOTE – Đơn chỉ thành tiền khi đã đi hết cả tám chặng. Hãy gắn ngày dự kiến tiền về cho từng đơn đang chạy.
An order turns into money only after all eight stations. Attach an expected payout date to every order in progress.

1.3. Các vị trí trong một đội bán hàng trực tuyến và việc của từng người – *1.3. Roles in an online selling team and what each one does*

Đội bán hàng trực tuyến giống một bếp ăn nhỏ: có người lo nguyên liệu, người nấu, người ra món, người thu tiền. Mỗi vị trí là một nhóm việc, không nhất thiết là một người riêng. Gian hàng mới thường chỉ có một hai người, nên một người ôm nhiều vị trí. Biết rõ từng vị trí giúp bạn không bỏ sót việc và biết khi nào cần tách người.

An online selling team works like a small kitchen: someone buys ingredients, someone cooks, someone plates the food, someone handles the till. Each role is a group of tasks, not necessarily a separate person. New shops often have one or two people, so one person covers several roles. Knowing each role helps you avoid missing tasks and see when it is time to split them.

Sáu vị trí và việc của từng người – *Six roles and what each one does*

- Nhân viên vận hành gian hàng: mở ca kiểm đơn mới và đơn sắp quá hạn, đăng và sửa sản phẩm, cập nhật giá và tồn kho, theo dõi chỉ số của gian hàng trên sàn. Đây là người giữ nhịp cho cả đội.
  Store operations staff: check new and nearly overdue orders at the start of a shift, list and edit products, update prices and stock, and watch the shop's health scores on the marketplace. This person keeps the whole team on rhythm.
- Chăm sóc khách: trả lời tin nhắn hỏi hàng, xử lý yêu cầu đổi trả, phản hồi đánh giá. Người này cần kiên nhẫn và có sẵn mẫu câu cho các tình huống quen thuộc.
  Customer care: answer pre-sale questions, handle return requests, reply to reviews. This person needs patience and ready-made reply templates for common situations.
- Nhận hàng và đóng gói: đếm hàng nhập so với đơn đặt, xếp kho, nhặt hàng theo đơn, đóng hộp, dán nhãn. Sai một mã hàng ở khâu này là khách nhận nhầm.
  Receiving and packing: count incoming goods against the purchase order, shelve them, pick items per order, box them, and attach labels. One wrong item code here means a customer gets the wrong product.
- Điều phối giao vận: chọn đơn vị vận chuyển, hẹn giờ lấy hàng, theo dõi đơn đang giao, gọi lại khách khi giao không thành công, đòi bồi thường khi hàng thất lạc.
  Logistics coordinator: pick the carrier, schedule pickups, track parcels in transit, call customers after a failed delivery, and claim compensation for lost parcels.
- Phụ trách tìm kiếm và quảng cáo: tìm từ khoá khách hay gõ, viết lại tên sản phẩm cho dễ tìm, chạy quảng cáo trả tiền theo lượt nhấp, đọc báo cáo rồi tăng, giảm hoặc tắt từng quảng cáo.
  Search and advertising lead: find the keywords buyers type, rewrite product titles to be easier to find, run pay-per-click ads, and read reports to raise, cut or stop each ad.
- Kế toán bán hàng: ghi sổ doanh thu và chi phí, đối soát tiền sàn chuyển về với từng đơn, đối soát tiền thu hộ với đơn vị vận chuyển, giữ chứng từ.
  Sales accountant: record revenue and costs, match marketplace payouts to each order, match cash-on-delivery money with the carrier, and keep documents.

Khi phải tách người, hãy tách việc nặng nhất trước. Thường đó là đóng gói: mỗi đơn thêm là thêm vài phút tay chân. Quảng cáo hay kế toán tăng chậm hơn nhiều, nên có thể dồn cho một người lâu hơn.

When you must split work, split the heaviest task first. That is usually packing: every extra order adds a few minutes of hands-on work. Advertising and accounting grow much more slowly, so one person can keep them for longer.

Ví dụ: đội ba người, 80 đơn mỗi ngày – ***Example: a three-person team, 80 orders a day***

Giả sử gian hàng bán đồ gia dụng nhỏ, mỗi ngày 80 đơn. Bạn cần ước lượng thời gian trước khi chia. Đóng gói mất khoảng 3 phút một đơn. Khoảng một nửa số khách nhắn tin, mỗi cuộc mất khoảng 5 phút.

Say a shop sells small household goods, 80 orders a day. Estimate the time before you split the work. Packing takes about 3 minutes per order. About half of the customers send messages, and each chat takes about 5 minutes.

1. Tính giờ đóng gói: 80 đơn × 3 phút = 240 phút, tức 4 giờ. Cộng 1 giờ nhận hàng nhập và 30 phút bàn giao cho đơn vị vận chuyển, được 5 giờ 30 phút. Giao cho An.
   Work out packing time: 80 orders × 3 minutes = 240 minutes, or 4 hours. Add 1 hour for receiving stock and 30 minutes for carrier handover, giving 5 hours 30 minutes. Assign this to An.
2. Tính giờ chăm khách: 40 cuộc × 5 phút = 200 phút, tức 3 giờ 20 phút. Cộng 1 giờ 30 phút ghi sổ và đối soát, được 4 giờ 50 phút. Giao cho Bình, người vừa chăm khách vừa làm kế toán.
   Work out customer care time: 40 chats × 5 minutes = 200 minutes, or 3 hours 20 minutes. Add 1 hour 30 minutes for bookkeeping and reconciliation, giving 4 hours 50 minutes. Assign this to Bình, who covers care and accounting.
3. Gom phần còn lại cho Chi: 30 phút mở ca, 2 giờ quảng cáo, 1 giờ 30 phút sửa sản phẩm và cập nhật tồn kho, 1 giờ theo dõi đơn đang giao. Tổng 5 giờ.
   Give the rest to Chi: 30 minutes opening the shift, 2 hours on ads, 1 hour 30 minutes on product edits and stock updates, 1 hour tracking parcels in transit. Total 5 hours.

Kết quả: An 5 giờ 30 phút, Bình 4 giờ 50 phút, Chi 5 giờ, đều dưới 8 giờ. Phần giờ trống dùng cho ngày đơn tăng hoặc khi một người nghỉ. Nếu đơn lên 120 mỗi ngày, giờ đóng gói thành 6 giờ, lúc đó nên thêm một người đóng gói.

Result: An 5 hours 30 minutes, Bình 4 hours 50 minutes, Chi 5 hours, all under 8 hours. The spare time covers busy days or a day off. If orders rise to 120 a day, packing becomes 6 hours, and that is when to add a dedicated packer.

Kiểm lại tổng: 5 giờ 30 phút + 4 giờ 50 phút + 5 giờ = 15 giờ 20 phút, đúng bằng cộng mọi phần việc đã liệt kê. Nếu con số cuối lệch, có việc bị tính hai lần hoặc bị bỏ sót.

Check the total: 5 hours 30 minutes + 4 hours 50 minutes + 5 hours = 15 hours 20 minutes, which equals the sum of every task listed. If your final number is off, a task was counted twice or left out.

> **LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE –** Để người đóng gói tự trả lời tin nhắn giữa chừng: đơn bị dồn, tin nhắn cũng trả chậm. Hãy tách giờ rõ ràng, hoặc giao hẳn cho một

người.
Letting the packer answer messages in between: orders pile up and replies come late. Set clear time blocks, or give chat to one person.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Một người vừa ghi sổ vừa là người duy nhất giữ tiền và đối soát, không ai kiểm tra chéo. Nên có người thứ hai xem lại số cuối tháng.
One person both keeps the books and is the only one holding and reconciling money, with no cross-check. Have a second person review the totals at month end.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Ước lượng theo ngày thường rồi quên ngày khuyến mãi lớn, khi số đơn có thể gấp đôi. Hãy tính thêm một lần với 160 đơn: riêng đóng gói đã mất 8 giờ, vượt sức một người.
Planning only for a normal day and forgetting big sale days, when orders can double. Run the numbers once more with 160 orders: packing alone takes 8 hours, more than one person can do.

MẸO / TIP – Ghi tên người phụ trách và người thay thế cho từng việc vào một tờ giấy dán ở góc đóng gói. Khi ai đó nghỉ, cả đội biết ngay ai làm thay.
Write the owner and the backup for each task on a sheet posted at the packing corner. When someone is out, everyone knows who covers.

1.4. Một ngày làm việc mẫu của nhân viên vận hành gian hàng – *1.4. A sample working day for a shop operations assistant*

Nhân viên vận hành gian hàng là người giữ cho đơn đi đúng hạn và khách được trả lời đúng lúc. Một ngày làm việc giống một ca bếp: đơn đến liên tục, nhưng việc được chia theo khung giờ cố định. Bạn cần nắm nhịp này trước khi học từng việc nhỏ.
A shop operations assistant keeps orders moving on time and customers answered on time. A working day runs like a kitchen shift: orders arrive all day, but the work is split into fixed time slots. Learn this rhythm before you learn each small task.

Chuẩn bị trước: tài khoản quản lý gian hàng trên sàn, bảng tính hoặc sổ ghi tồn kho, góc đóng gói có sẵn băng keo, hộp, nhãn, và giờ shipper (nhân viên đơn vị vận chuyển) đến lấy hàng. Hỏi giờ lấy hàng trước, vì mọi mốc khác lùi lại từ giờ đó.
Get these ready first: your shop dashboard on the marketplace, a spreadsheet or notebook for stock, a packing corner with tape, boxes and labels, and the courier pickup time. Ask for the pickup time first, because every other deadline is counted back from it.

Lịch theo giờ – *The day by the clock*

1. Mở ca (khoảng 30 phút đầu): mở trang quản lý, đếm đơn mới qua đêm, đơn chờ xác nhận và đơn sắp quá hạn chuẩn bị. Đơn sắp quá hạn làm trước.
   Open the shift (first 30 minutes): open the dashboard and count new overnight orders, orders awaiting confirmation, and orders close to the handling deadline. Do the near-deadline ones first.
2. Xử lý đơn buổi sáng: xác nhận đơn, lọc đơn đáng ngờ (địa chỉ thiếu, số điện thoại lạ, đặt số lượng bất thường), rồi nhặt hàng, đối chiếu mã, đóng gói, dán nhãn.
   Morning orders: confirm orders, screen suspicious ones (missing address, odd phone number, unusual quantity), then pick, match product codes, pack and label.

3. Bàn giao hàng giữa trưa: đếm gói theo danh sách, đưa cho shipper, chụp ảnh lô hàng và phiếu bàn giao. Sau đó nghỉ trưa.
Midday handover: count parcels against the list, give them to the courier, and photograph the batch and the handover slip. Then take your lunch break.

4. Trả lời tin nhắn: gom một khung giờ liền để trả lời tin khách bằng mẫu câu có sẵn, chỉ viết riêng khi tình huống lạ.
Messages: set aside one block to answer customers with ready-made replies, and write a custom reply only for unusual cases.

5. Cập nhật sản phẩm buổi chiều: sửa giá, thay ảnh, chỉnh mô tả, chỉnh số tồn. Làm sau khi lô sáng đã đi để không lẫn với việc gấp.
Afternoon product updates: edit prices, swap photos, adjust descriptions and stock counts. Do this after the morning batch has left, so it does not mix with urgent work.

6. Lô chiều và đóng ca: đóng các đơn đến thêm, bàn giao lần hai, đối chiếu tồn thực tế với số trên sàn, ghi sổ sự cố trong ngày.
Afternoon batch and close: pack late orders, hand over a second time, compare physical stock with the marketplace count, and log the day's incidents.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Một ngày của gian hàng mỹ phẩm (serum, kem chống nắng, sữa rửa mặt). Hôm đó có 45 đơn, hủy 1, giao 44. Thời gian đóng gói tính trung bình 4 phút một đơn.
One day at a cosmetics shop (serums, sunscreen, cleansers). That day brought 45 orders, 1 was cancelled, 44 shipped. Packing time averaged 4 minutes per order.

Giờ *Time*	**Việc** *Task*	**Số đơn và thời gian** *Orders and time*
7:45–8:15	Mở ca: có 18 đơn đêm, 4 đơn chờ, 3 đơn sắp quá hạn *Open: 18 overnight orders, 4 waiting, 3 near deadline*	30 phút *30 minutes*
8:15–10:55	Nhận thêm 16 đơn, tổng 34. Gọi xác nhận 2 đơn nghi bom hàng, hủy 1. Đóng 33 đơn *16 more orders, 34 total. Phone-checked 2 suspect orders, cancelled 1. Packed 33*	25 phút xác nhận + 132 phút đóng gói *25 min confirming + 132 min packing*
11:30–11:45	Bàn giao 33 gói, chụp ảnh lô và phiếu *Hand over 33 parcels, photo of batch and slip*	15 phút *15 minutes*
13:00–13:55	Trả lời 27 tin nhắn (hỏi da dầu, hạn dùng, phí giao) *Answer 27 messages (oily skin, expiry date, shipping fee)*	khoảng 2 phút một tin *about 2 minutes each*
14:00–15:30	Sửa giá 6 sản phẩm, thay ảnh 2 sản phẩm, chỉnh tồn 12 mã *Edit prices on 6 products, new photos on 2, stock on 12 codes*	90 phút *90 minutes*
15:30–16:15	Đóng 11 đơn đến thêm *Pack 11 late orders*	44 phút *44 minutes*
16:30–16:45	Bàn giao lần hai, 11 gói *Second handover, 11 parcels*	15 phút *15 minutes*

Giờ *Time*	**Việc** *Task*	**Số đơn và thời gian** *Orders and time*
16:45–17:15	Đối chiếu tồn, ghi 1 chai serum vỡ khi nhặt *Check stock, log 1 serum bottle broken while picking*	30 phút *30 minutes*

Hai đơn nghi bom hàng trong bảng cần giải thích: bom hàng là khách đặt rồi không nhận, gói quay về và bạn mất công đóng gói lẫn phí vận chuyển. Vì thế bạn gọi xác nhận trước khi đóng. Hai cuộc gọi hết 25 phút, kể cả lúc chờ máy, vẫn rẻ hơn một gói bị trả về.

The two suspect orders in the table need a word of explanation. A "bomb order" is one where the buyer orders and then refuses the parcel, so it comes back and you lose the packing effort and the shipping fee. That is why you phone to confirm before packing. Two calls took 25 minutes, waiting included, which still costs less than one returned parcel.

Cách tính mốc giờ: 33 đơn nhân 4 phút là 132 phút, 11 đơn nhân 4 phút là 44 phút. Buổi sáng đóng xong lúc 10:55, shipper đến lúc 11:30, nên còn dư 35 phút để đếm gói và xử lý đơn phát sinh.

How the time slots were set: 33 orders times 4 minutes is 132 minutes, and 11 orders times 4 minutes is 44 minutes. The morning packing ended at 10:55 and the courier came at 11:30, which leaves a 35-minute buffer for counting parcels and handling surprise orders.

Kiểm lại phép cộng: 33 gói buổi sáng và 11 gói buổi chiều là 44 gói, khớp với 45 đơn trừ 1 đơn hủy. Khi nhặt mỹ phẩm, bạn xem luôn hạn dùng trên hộp, đỡ phải xử lý khiếu nại về sau.

Check the sum: 33 morning parcels plus 11 afternoon parcels make 44, which matches 45 orders minus 1 cancelled. When picking cosmetics, read the expiry date on the box as you go. It saves you complaints later.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Nhìn tin nhắn xen giữa lúc đóng gói nên đứt nhịp, đơn trễ giờ lấy hàng. Hãy đặt khung trả lời riêng.
Checking messages in the middle of packing breaks your rhythm and makes orders miss pickup. Set a separate reply block.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Sửa giá hoặc tồn trước khi lô sáng đi. Đơn đang xử lý có thể lệch số, bạn phải sửa lại.
Editing prices or stock before the morning batch leaves. Orders in progress can end up with mismatched numbers, and you must fix them again.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Quên chụp ảnh bàn giao. Khi shipper làm mất gói, bạn không có bằng chứng.
Forgetting the handover photo. If the courier loses a parcel, you have no proof.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Dán nhãn mà không đối chiếu mã sản phẩm (dãy ký tự ghi trên hộp để phân biệt từng món) với đơn. Bạn dễ gửi nhầm serum thay cho kem chống nắng, rồi phải xử lý đổi trả.
Labelling without matching the product code (the string of characters on the box that tells items apart) to the order. You can easily ship a serum instead of a sunscreen and then have to handle an exchange.

> **MẸO / TIP –** Ghi thời gian thật của từng việc trong một tuần. Bạn sẽ biết mình cần bao nhiêu phút cho mỗi đơn và đặt mốc giờ sát thực tế.
> *Record the real time for each task for one week. You will learn how many minutes one order takes and can set realistic deadlines.*

1.5. Các bên bạn làm việc cùng: sàn, đơn vị vận chuyển, cổng thanh toán, nhà cung cấp – *1.5. The partners you deal with: platforms, carriers, payment gateways and suppliers*

Khi bán trực tuyến, bạn hiếm khi làm một mình. Có bốn bên đứng cạnh bạn, mỗi bên giữ một khúc của đơn hàng. Biết bên nào giữ khúc nào thì khi có sự cố, bạn không phải đoán nên gõ cửa ai.

You rarely sell online alone. Four partners stand beside you, and each one handles one stretch of the order. Once you know who holds which stretch, you never have to guess whom to contact when something goes wrong.

Mỗi bên làm gì, thu gì, gặp việc gì thì tìm – *What each partner does, what it charges, and when to contact it*

Sàn thương mại điện tử là cái chợ trực tuyến cho bạn thuê chỗ bày hàng, giống chủ trung tâm thương mại cho thuê quầy. Sàn lo hiển thị sản phẩm, nhận đơn và phân xử khi khách với bạn bất đồng. Phí thường gồm hoa hồng theo phần trăm giá bán, phí xử lý thanh toán và phí tham gia các đợt khuyến mại. Mức cụ thể mỗi sàn, mỗi ngành hàng một khác, nên bạn xem trong mục chính sách phí của tài khoản người bán. Tìm sàn khi tài khoản bị hạn chế, đơn bị huỷ hay hoàn mà bạn không đồng ý, khách khiếu nại, hoặc tiền sàn chuyển về lệch với đơn.

A marketplace is an online market where you rent space to display goods, like a tenant in a shopping mall. It shows your products, takes orders and settles disputes between you and the buyer. Fees usually include a commission as a percentage of the sale price, a payment-processing fee and charges for joining promotions. Rates differ by platform and category, so check the fee policy page in your seller account. Contact the marketplace when your account is restricted, an order is cancelled or refunded against your will, a buyer files a complaint, or the payout does not match your orders.

Đơn vị vận chuyển là người cầm hộp hàng từ tay bạn đến tay khách. Họ thu cước theo khối lượng và vùng giao, phí thu hộ nếu thu tiền mặt thay bạn (gọi tắt là COD), và phí hoàn khi hàng bị trả về. Tìm họ khi hàng giao chậm, kẹt ở kho trung chuyển, thất lạc, hư hỏng, hoặc tiền thu hộ chưa chuyển cho bạn.

A carrier is the party that takes the parcel from your hands to the customer's. It charges shipping by weight and delivery zone, a cash-on-delivery fee (COD) if it collects cash for you, and a return fee when a parcel comes back. Contact the carrier about late, stuck, lost or damaged parcels, or when COD money has not reached you.

Cổng thanh toán là bên trung gian nhận tiền khách trả bằng thẻ, ví điện tử hay mã QR rồi chuyển lại cho bạn, như quầy thu ngân của cửa hàng. Họ thu phần trăm trên mỗi giao dịch, có nơi cộng thêm một khoản cố định. Bán trên sàn thì sàn thường đã gắn sẵn cổng,

bạn chỉ làm việc trực tiếp với cổng khi dựng website riêng. Tìm cổng khi khách bị trừ tiền mà đơn không ghi nhận, tiền chưa về, cần hoàn tiền thẻ, hoặc giao dịch bị giữ để kiểm tra.

A payment gateway is the middleman that receives the customer's card, e-wallet or QR payment and passes the money to you, like a shop's cashier. It charges a percentage per transaction, and some add a fixed amount. If you sell on a marketplace, the gateway is usually built in. You deal with one directly only when you run your own website. Contact the gateway when a customer is charged but no order appears, money has not arrived, a card refund is needed, or a transaction is held for review.

Nhà cung cấp là nơi bạn lấy hàng về bán. Họ không thu phí riêng, bạn trả tiền hàng, nhưng đi kèm điều kiện như số lượng đặt tối thiểu, hạn thanh toán và cách đổi hàng lỗi. Tìm họ khi hàng về thiếu, sai, lỗi, khi giá nhập đổi, hoặc khi họ hết hàng.

A supplier is where you get the goods you sell. There is no separate fee: you pay for the goods, but with terms attached, such as minimum order quantities, payment deadlines and how defective items are exchanged. Contact the supplier when a delivery arrives short, wrong or defective, when the cost price changes, or when stock runs out.

Một đơn bị giao chậm: hỏi ai trước, ai sau – ***A late order: who to ask first, who next***

1. Mở đơn trên sàn, xem trạng thái vận đơn và mốc ghi nhận cuối cùng. Kiểm tra bạn đã bàn giao đúng hạn chưa, dựa vào ảnh hoặc biên nhận lúc giao.
   Open the order on the marketplace and read the tracking status and the last scan. Check whether you handed the parcel over on time, using your photo or receipt.
2. Nhắn khách ngay, nói rõ bạn đang kiểm tra và sẽ báo lại. Đừng chờ có kết quả mới trả lời.
   Message the customer right away, saying you are checking and will report back. Do not wait for an answer before replying.
3. Hàng đã ở tay vận chuyển thì liên hệ đơn vị vận chuyển trước, kèm mã vận đơn. Hỏi hàng đang kẹt ở đâu và bao giờ giao.
   If the parcel is with the carrier, contact the carrier first and quote the tracking code. Ask where it is stuck and when it will be delivered.
4. Vận chuyển không trả lời trong ngày hoặc không giải quyết được thì mở yêu cầu hỗ trợ trên sàn. Đính kèm mã vận đơn, ảnh bàn giao và lịch sử trao đổi.
   If the carrier does not answer within the day or cannot fix it, open a support request with the marketplace. Attach the tracking code, the handover photo and your message history.
5. Nếu nhà cung cấp gửi hàng thẳng cho khách thì hỏi nhà cung cấp trước, vì họ đang giữ hàng. Cổng thanh toán không liên quan, vì tiền đã thu đủ.
   If the supplier ships straight to the customer, ask the supplier first, because they hold the goods. The payment gateway is not involved, since the money has already been collected.

> **VÍ DỤ / EXAMPLE –** Đơn đặt thứ Hai, hẹn giao thứ Tư. Sáng thứ Năm khách nhắn chưa nhận được. Bạn mở đơn: hàng đã giao cho vận chuyển lúc 16 giờ thứ Hai, có ảnh, và vận đơn dừng ở kho trung chuyển từ tối thứ Ba. Bạn nhắn khách, rồi gọi hotline vận chuyển. Họ báo xe trễ, hàng giao thứ Sáu. Bạn báo lại khách. Nếu thứ Sáu hàng vẫn chưa tới, bạn mới mở yêu cầu lên sàn.

The order was placed on Monday with delivery promised for Wednesday. On Thursday morning the customer says nothing has arrived. You open the order: the parcel went to the carrier at 4 pm on Monday, you have a photo, and tracking has stalled at a transit hub since Tuesday evening. You message the customer, then call the carrier's hotline. They say a truck was late and delivery is Friday. You pass this on to the customer. Only if the parcel still has not arrived on Friday do you open a request with the marketplace.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Một đơn 500.000 đồng, sàn chuyển về cho bạn 435.000 đồng và bạn nghĩ mình bị thiếu tiền. Bạn mở bảng chi tiết các khoản trừ của đơn đó. Hoa hồng 5% là 25.000 đồng, phí xử lý thanh toán 2% là 10.000 đồng, phí vận chuyển bạn chịu là 30.000 đồng. Cộng ba khoản được 65.000 đồng. Lấy 500.000 trừ 65.000 ra 435.000 đồng, khớp với số nhận. Bạn không cần khiếu nại. Nếu số không khớp, bạn mới gửi yêu cầu lên sàn, kèm ảnh chụp bảng chi tiết.
An order of 500,000 VND arrives as a payout of 435,000 VND, and you think money is missing. You open the fee breakdown for that order. The 5% commission is 25,000 VND, the 2% payment-processing fee is 10,000 VND, and the shipping cost you cover is 30,000 VND. The three add up to 65,000 VND. 500,000 minus 65,000 gives 435,000 VND, which matches what you received. No complaint is needed. Only if the numbers differ do you send a request to the marketplace, with a screenshot of the breakdown attached.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Gọi sàn trước khi hỏi vận chuyển. Sàn cũng sẽ phải hỏi lại vận chuyển, nên bạn mất thêm nửa ngày.
Calling the marketplace before the carrier. The marketplace will have to ask the carrier anyway, so you lose half a day.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Không lưu mã vận đơn và ảnh bàn giao. Khi cần khiếu nại, bạn không có gì để chứng minh mình đã giao đúng hạn.
Not saving the tracking code and handover photo. When you need to file a complaint, you have nothing to prove you shipped on time.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Hỏi cổng thanh toán khi bạn bán trên sàn. Cổng do sàn gắn sẵn, bạn không có tài khoản ở đó, nên họ sẽ chuyển bạn về lại sàn.
Asking the payment gateway for help when you sell on a marketplace. The platform built the gateway in and you have no account there, so you will be sent back to the marketplace.

MẸO / TIP – Lập một danh bạ đối tác gồm tên, số hotline, kênh nhắn tin, giờ làm việc và người phụ trách của từng bên. Ghim lên đầu bảng tính để cả ca dùng chung.
Build a partner directory with each party's name, hotline, messaging channel, working hours and contact person. Pin it at the top of your spreadsheet so the whole shift can use it.

MẸO / TIP – Mỗi tuần, lấy số tiền sàn chuyển về đối chiếu với danh sách đơn đã giao. Lệch sớm thì dễ tra. Để đến cuối tháng, bạn khó nhớ đơn nào gây ra chênh lệch.
Once a week, compare the money the marketplace paid out against your list of delivered orders. A gap caught early is easy to trace. By month end, it is hard to remember which order caused it.

1.6. Kỹ năng và công cụ tối thiểu người mới cần có – *1.6. The minimum skills and tools a beginner needs*

Làm nghề bán hàng trực tuyến không đòi bằng cấp, nhưng có một nhóm kỹ năng và dụng cụ nhỏ mà thiếu cái nào bạn cũng bị chậm hoặc nhầm đơn. Mục này liệt kê đúng phần tối thiểu, rồi cho bạn một bảng tự chấm để biết mình cần luyện gì trước.

Selling online needs no degree, but a small set of skills and tools keeps you from slowing down or mixing up orders. This section lists only the minimum, then gives you a self-scoring list so you know what to practise first.

Năm kỹ năng nền – *Five core skills*

- Bảng tính cơ bản: nhập dữ liệu vào ô, cộng cột, nhân số lượng với giá, lọc và sắp xếp. Bảng tính là tờ giấy kẻ ô trên máy tính, tự cộng trừ giúp bạn.
  Basic spreadsheets: type data into cells, add up a column, multiply quantity by price, filter and sort. A spreadsheet is a ruled sheet on your computer that does the adding for you.
- Gõ nhanh: chép tên người nhận, địa chỉ và mã sản phẩm mà không phải nhìn bàn phím. Tạm lấy mốc khoảng 30 chữ mỗi phút làm đích đầu tiên.
  Fast typing: copy a recipient name, address and product code without staring at the keyboard. A rough first target is about 30 words per minute.
- Chụp ảnh bằng điện thoại: đặt hàng cạnh cửa sổ có ánh sáng ban ngày, nền trơn, giữ máy thẳng, chụp nét.
  Phone photography: put the item beside a window with daylight, use a plain background, hold the phone level and keep the shot sharp.
- Viết tin nhắn lịch sự: chào, trả lời đúng câu hỏi, nói rõ bước tiếp theo, cảm ơn. Câu ngắn, không viết hoa cả dòng.
  Polite messages: greet, answer the exact question, state the next step, say thanks. Keep sentences short and never type in all capitals.
- Đọc số liệu đơn giản: biết phần trăm, so tuần này với tuần trước, nhận ra con số bất thường.
  Reading simple numbers: understand percentages, compare this week with last week, spot an odd figure.

Bốn công cụ tối thiểu – *Four minimum tools*

- Máy in nhãn nhiệt: in nhãn vận đơn không cần mực, thường dùng khổ 100 x 150 mm.
  Thermal label printer: prints shipping labels without ink, usually on 100 x 150 mm paper.
- Cân điện tử nhỏ: loại đến 5 kg, độ chia 1 gram, để khai khối lượng đúng với thực tế.
  Small digital scale: up to 5 kg with 1-gram steps, so the declared weight matches the real one.
- Bảng tính: Excel hoặc Google Sheets, dùng để ghi đơn, tồn kho và tiền.
  Spreadsheet: Excel or Google Sheets, for logging orders, stock and money.
- Trang quản lý người bán của sàn: nơi bạn xem đơn, trả lời khách, sửa giá và tồn kho.
  The marketplace's seller management page: where you see orders, reply to customers, and edit prices and stock.

Tự chấm điểm với 10 kỹ năng – *Score yourself on 10 skills*

Mỗi kỹ năng chấm 0 điểm nếu chưa biết, 1 điểm nếu làm được nhưng chậm hoặc phải xem hướng dẫn, 2 điểm nếu làm tự tin. Tổng tối đa 20 điểm.

Score each skill 0 if you cannot do it, 1 if you can but slowly or with instructions open, and 2 if you do it confidently. The maximum is 20.

1. Chép 10 kỹ năng vào bảng tính: nhập dữ liệu, công thức cộng và nhân, lọc và sắp xếp, gõ nhanh, chụp ảnh, tin nhắn lịch sự, đọc phần trăm, dùng trang quản lý người bán, dùng cân và máy in nhãn, ghi chép cẩn thận.
   Copy the 10 skills into a spreadsheet: data entry, sum and multiply formulas, filter and sort, fast typing, photography, polite messages, reading percentages, using the seller page, using the scale and label printer, careful record keeping.
2. Làm thử từng việc thật, đừng chấm theo cảm giác. Ví dụ, với công thức cộng, gõ vào ô B32 dòng sau rồi xem có ra tổng cột B không.
   Try each task for real instead of guessing. For the sum skill, type this formula into cell B32 and check that it returns the total of column B.

```
=SUM(B2:B31)
```

1. Điền điểm 0, 1 hoặc 2 vào cột bên cạnh, rồi cộng tổng.
   Enter 0, 1 or 2 beside each skill, then add up the total.
2. Đọc kết quả: 0 đến 8 điểm thì luyện hai tuần trước khi nhận đơn thật; 9 đến 14 điểm thì bắt đầu được, vừa làm vừa bù chỗ yếu; 15 đến 20 điểm thì sẵn sàng.
   Read the result: 0 to 8 means practise for two weeks before taking real orders; 9 to 14 means you can start and fill gaps as you go; 15 to 20 means you are ready.
3. Chọn kỹ năng điểm thấp nhất để luyện trước, mỗi lần một kỹ năng.
   Pick the lowest-scoring skill and work on one skill at a time.
4. Sau hai tuần, chấm lại bằng cách làm thử một lần nữa và so với điểm cũ. Điểm tăng nghĩa là cách luyện đang đúng.
   After two weeks, score again by redoing each task and compare with the old result. A higher score means your practice is working.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Bạn chấm lần lượt 10 kỹ năng: 2, 2, 1, 1, 2, 2, 1, 2, 1, 0. Cộng lại: 2+2+1+1+2+2+1+2+1+0 = 14 điểm, thuộc nhóm 9 đến 14. Kỹ năng thứ 10 (ghi chép cẩn thận) được 0 điểm nên luyện đầu tiên: mỗi tối ghi lại số đơn, số đơn huỷ. Giả sử 120 đơn có 6 đơn huỷ, tỷ lệ huỷ là 6 chia 120 bằng 5%. Sau đó mới đến các kỹ năng 1 điểm.
You score the 10 skills in order: 2, 2, 1, 1, 2, 2, 1, 2, 1, 0. The sum is 2+2+1+1+2+2+1+2+1+0 = 14, which falls in the 9 to 14 band. Skill 10 (careful record keeping) scored 0, so practise it first: each evening, log total orders and cancelled orders. With 6 cancellations out of 120 orders, the cancellation rate is 6 divided by 120, which is 5%. Then move on to the skills that scored 1.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Thử kỹ năng nhân. Ô C2 ghi số lượng 3, ô D2 ghi giá 45.000. Gõ vào ô E2 công thức =C2 * D2, kết quả là 135.000, vì 3 × 45.000 = 135.000. Với công thức cộng ở trên, B2:B31 nghĩa là từ ô B2 đến ô B31, tức 30 ô liền nhau, nên bảng của bạn cần đúng 30 dòng dữ liệu.
*Try the multiply skill. Cell C2 holds a quantity of 3 and cell D2 a price of 45,000. Type =C2 * D2 into*

E2 and the result is 135,000, because 3 × 45,000 = 135,000. In the sum formula above, B2:B31 means cell B2 through cell B31, which is 30 cells in a row, so your sheet needs exactly 30 data rows.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Chấm điểm theo cảm giác thay vì làm thử, nên điểm cao nhưng ngày đầu vẫn lúng túng.
Scoring by feeling instead of doing the task, so the score looks high and you still struggle on day one.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Mua máy in nhãn và cân trước, nhưng chưa thử in một nhãn mẫu hay cân một món hàng, đến lúc có đơn mới phát hiện sai khổ giấy hoặc cân lệch.
Buying the label printer and scale first but never printing a sample label or weighing a test item, then finding the wrong paper size or a drifting scale when real orders arrive.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Chụp ảnh ngược sáng hoặc nền lộn xộn vì nghĩ ảnh đẹp chỉ cần điện thoại đắt. Ánh sáng và nền quan trọng hơn máy.
Shooting against the light or on a messy background, believing good photos need an expensive phone. Light and background matter more than the camera.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Gõ sai vùng cộng, ví dụ =SUM(B2:B30) khi dữ liệu chạy đến dòng 31, làm tổng thiếu một đơn mà bạn không hay biết.
Typing the wrong range, such as =SUM(B2:B30) when the data runs to row 31, so the total silently misses one order.

1.7. Lộ trình lên nghề từ nhân viên đến trưởng nhóm vận hành – *1.7. From assistant to operations lead: a realistic career path*

Nghề vận hành bán hàng trực tuyến leo theo bậc, giống leo cầu thang: mỗi bậc thêm một vùng việc, không phải đổi nghề. Biết mình đang đứng bậc nào và bậc kế tiếp cần gì giúp bạn khỏi sốt ruột hoặc nhảy bậc quá sớm. Tên chức danh mỗi nơi gọi một khác, nên hãy nhìn vào việc làm, đừng nhìn vào tên.

Operations work in online selling is a staircase: each step adds a new area of responsibility, not a new profession. Knowing which step you stand on, and what the next one asks for, keeps you from rushing or jumping too early. Job titles differ from shop to shop, so judge by the work, not the name.

Hãy lấy một ví dụ về tên gọi. Ở shop nhỏ, "điều phối viên" có thể chỉ là người vừa gói hàng vừa gọi shipper đến lấy. Ở shop lớn, cùng chức danh đó là người phụ trách cả kho và đội giao vận. Trước khi nhận lời, hãy hỏi một ngày làm việc cụ thể trông ra sao.

Take titles as an example. In a small shop, "coordinator" may just mean someone who packs parcels and also calls the courier for pickup. In a large shop, the same title means running the warehouse and the delivery team. Before accepting an offer, ask what a typical day looks like.

Bốn bậc và việc của từng bậc – *Four steps and what each one involves*

Bậc 1 là nhân viên đóng gói, nhặt hàng hoặc trực tin nhắn. Bạn làm đúng quy trình đã có: nhặt đúng mã, gói chắc, dán đúng nhãn, trả lời bằng mẫu câu. Việc ở bậc này lặp lại nhiều, nên chuẩn nhất quán quan trọng hơn nhanh. Bạn sẵn sàng lên bậc 2 khi sai sót của bạn trong một tháng thấp và ổn định, và bạn tự phát hiện lỗi trước khi khách báo.

Step 1 is the packer, picker or chat agent. You follow a process that already exists: pick the right code, pack firmly, stick the right label, reply with template lines. The work repeats a lot, so consistency matters more than speed. You are ready for step 2 when your errors stay low month after month and you catch mistakes before customers report them.

Bậc 2 là nhân viên vận hành gian hàng. Bạn xử lý cả vòng đời đơn: kiểm đơn mới, lọc đơn ảo, cập nhật tồn kho, theo dõi đơn đang giao, trả lời khiếu nại đơn giản. Bạn bắt đầu thấy con số của gian hàng, như tỷ lệ huỷ hay tỷ lệ hoàn. Dấu hiệu sẵn sàng: bạn giải thích được vì sao tỷ lệ hoàn tuần này tăng, và đề xuất được một việc sửa cụ thể.

Step 2 is the shop operations assistant. You handle the whole life of an order: checking new orders, filtering fake ones, updating stock, tracking deliveries, answering simple complaints. You start to see the shop's numbers, such as the cancel rate and the return rate. You are ready when you can explain why this week's return rate rose and suggest one specific fix.

Bậc 3 là điều phối hoặc trưởng ca, ví dụ điều phối giao vận. Ngoài việc tự làm, bạn phân việc cho người khác, so sánh đơn vị vận chuyển, đối soát tiền thu hộ và xử lý đơn thất lạc. Bạn đọc báo cáo tuần và biết phải nhìn chỗ nào trước. Dấu hiệu sẵn sàng: khi bạn nghỉ một ngày, ca vẫn chạy bình thường vì bạn đã viết quy trình cho người khác làm theo.

Step 3 is the coordinator or shift lead, for example a delivery coordinator. You assign work as well as doing it, compare carriers, reconcile cash-on-delivery money and chase lost parcels. You read the weekly report and know where to look first. You are ready when the shift runs fine on your day off because you wrote the process for others to follow.

Bậc 4 là trưởng nhóm vận hành. Bạn chịu trách nhiệm kết quả của cả gian hàng: lãi trên đơn, tốc độ giao, mức tồn, độ hài lòng của khách. Bạn tuyển người, kèm người, đàm phán với nhà cung cấp và đối tác giao vận, và báo cáo cho chủ shop. Việc chính chuyển từ làm đúng sang làm cho cả nhóm làm đúng.

Step 4 is the operations lead. You answer for the whole shop's results: profit per order, delivery speed, stock level, customer satisfaction. You hire, coach, negotiate with suppliers and carriers, and report to the owner. The main job shifts from doing it right to making the whole team do it right.

> **VÍ DỤ / EXAMPLE –** Lan vào một shop thời trang, khoảng 60 đơn mỗi ngày, làm đóng gói. Sáu tháng đầu cô gói đúng, sai dưới 1%. Tháng thứ 7 cô nhận thêm đối chiếu mã khi nhặt hàng. Tháng thứ 10 cô để ý mỗi tháng có khoảng 12 đơn bị đơn vị vận chuyển trả phí chênh vì khai sai cân. Cô cân thử từng loại hộp, lập bảng cân chuẩn, và số đơn sai còn 3. Từ tháng 13 cô lên nhân viên vận hành, quản đơn sắp quá hạn. Tháng 19 cô nhận việc điều phối giao vận: so ba đơn vị vận chuyển theo tỷ lệ giao thành công, rồi dồn đơn vùng xa sang đơn vị tốt nhất. Hai năm, bốn việc mới, mỗi việc bắt đầu từ một lỗi cô đã tự tìm ra.
> *Lan joined a fashion shop doing about 60 orders a day, starting in packing. For her first six months she packed accurately, with under 1% errors. In month 7 she added code checking at picking. In month 10 she noticed about 12 parcels a month were hit with extra fees because the weight was declared wrongly. She weighed each box type, built a standard weight sheet, and the wrong ones dropped to 3. From month 13 she became an operations assistant, watching orders near their deadline. In month 19 she took over delivery coordination: she compared three carriers by successful-*

delivery rate, then moved remote-area orders to the best one. Two years, four new duties, each one starting from a mistake she found herself.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Minh đang ở bậc 2, quản gian hàng son môi, khoảng 200 đơn mỗi tuần. Tuần này tỷ lệ hoàn tăng từ 4% lên 7%, tức từ 8 đơn lên 14 đơn. Anh mở lý do hoàn của 14 đơn: 9 đơn ghi màu thật khác ảnh. Anh chụp lại ảnh dưới ánh sáng thường và ghi tên màu thật vào mô tả. Tuần sau chỉ còn 5 đơn hoàn, tức 2,5%. Anh mang con số này đi báo cáo, kèm đề xuất áp cách làm cho mọi mẫu son khác.
Minh is at step 2, running a lipstick shop with about 200 orders a week. This week the return rate rose from 4% to 7%, meaning from 8 orders to 14. He opened the return reasons for those 14: 9 said the real colour differed from the photo. He retook the photos in ordinary light and wrote the true colour name into the description. The following week only 5 orders came back, which is 2.5%. He took these numbers to his manager, along with a proposal to apply the same fix to every other shade.

Cách tự leo bậc – *How to climb on your own*

1. Viết ra việc của bậc bạn đang đứng và chấm từng việc: làm chắc, còn sai, hay chưa làm.
   Write down the duties of your current step and rate each one: solid, still shaky, or not yet done.
2. Chọn một việc của bậc kế tiếp và xin làm thử trong một ca, có người kiểm lại.
   Pick one duty from the next step and ask to try it for one shift, with someone checking your work.
3. Ghi lại kết quả bằng con số, ví dụ số đơn sai trước và sau, rồi mang số đó đi nói chuyện với quản lý.
   Record the result in numbers, such as wrong orders before and after, and take those numbers to your manager.
4. Viết quy trình ngắn cho việc vừa làm để người khác làm theo được. Đây là bước tập làm bậc 3.
   Write a short procedure for what you just did so someone else can follow it. This is practice for step 3.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Xin lên chức vì đã làm lâu, không đem theo con số nào. Quản lý cần thấy kết quả, không đếm tháng.
Asking for promotion because of time served, with no numbers. Managers look for results, not months.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Nhảy sang chạy quảng cáo hoặc livestream khi chưa nắm đơn và tồn kho. Đơn về mà hàng không có thì lỗ ngay.
Jumping to ads or livestreams before you have a grip on orders and stock. Orders arrive, the goods are missing, and you lose money straight away.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Lên bậc 4 mà vẫn tự làm hết, không viết quy trình, không giao việc. Nhóm không lớn lên và bạn kiệt sức.
Reaching step 4 and still doing everything yourself, with no procedures and no delegating. The team never grows and you burn out.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Chọn việc theo tên chức danh nghe oai. Một chức danh "trưởng bộ phận" ở shop một người vẫn có thể chỉ là việc bậc 2.

Choosing a job by an impressive title. A "department head" title in a one-person shop may still be step 2 work.

GHI CHÚ / NOTE – Mỗi bậc thêm một vùng trách nhiệm: làm đúng, cả vòng đơn, điều phối người và đối tác, rồi chịu kết quả cả gian hàng. Sẵn sàng được chứng minh bằng con số và quy trình bạn để lại.
Each step adds one area of responsibility: doing it right, the whole order cycle, coordinating people and partners, then owning the shop's results. Readiness is proven by your numbers and the procedures you leave behind.

1.8. Những hiểu lầm khiến người mới lỗ trong ba tháng đầu – *1.8. Misconceptions that make beginners lose money in their first three months*

Người mới hiếm khi lỗ vì bán ế. Họ lỗ vì đọc sai con số. Bốn hiểu lầm sau đây ăn mòn vốn nhanh nhất trong ba tháng đầu, và mỗi cái đi kèm một phép tính cho thấy số tiền mất.
Beginners rarely lose money because nothing sells. They lose it by misreading the numbers. These four misunderstandings drain capital fastest in the first three months, and each comes with a short calculation showing the money lost.

Cả bốn phép tính dùng chung một sản phẩm: giá bán 200.000 đồng, giá vốn (tiền bạn trả để có một cái hàng) 120.000 đồng.
All four calculations use the same product: a selling price of 200,000 VND and a cost price (what you pay to get one item) of 120,000 VND.

Hiểu lầm 1: lấy doanh thu làm lãi – *Misconception 1: treating revenue as profit*

Doanh thu là tổng tiền khách trả. Lãi là phần còn lại sau khi trừ mọi chi phí. Giống quán cơm: thu 2 triệu một ngày chưa có nghĩa là bỏ túi 2 triệu, vì còn tiền gạo, thịt, gas.
Revenue is the total the customers pay. Profit is what remains after every cost is deducted. It works like a food stall: taking in 2 million a day does not mean you keep 2 million, because rice, meat and gas still have to be paid for.

Bán 100 đơn thì doanh thu là 100 × 200.000 = 20.000.000 đồng. Trừ giá vốn 100 × 120.000 = 12.000.000 đồng, còn 8.000.000 đồng. Nhiều người dừng ở đây và tưởng đó là lãi. Con số này vẫn chưa trừ phí sàn, vận chuyển và đóng gói.
Selling 100 orders gives revenue of 100 × 200,000 = 20,000,000 VND. Subtract the cost of goods, 100 × 120,000 = 12,000,000 VND, and 8,000,000 VND is left. Many people stop here and call it profit. It still has no platform fees, shipping or packaging taken out.

Hiểu lầm 2: quên phí sàn và phí đi kèm – *Misconception 2: forgetting platform fees and add-on costs*

Sàn thu phí trên mỗi đơn: hoa hồng, phí thanh toán và có thể thêm phí dịch vụ khác. Mỗi sàn mỗi khác, nên hãy đọc bảng phí trong trang người bán của chính sàn bạn dùng. Ở đây, giả sử tổng các khoản phí sàn là 14% giá bán.
The platform charges per order: commission, payment fees and sometimes other service fees. Every platform differs, so read the fee table on your own seller page. Here, assume the platform fees add up to 14% of the selling price.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Một đơn: phí sàn 200.000 × 14% = 28.000 đồng. Bạn chịu phí vận chuyển 12.000 đồng và vật tư đóng gói 3.000 đồng. Lãi một đơn = 200.000 − 120.000 − 28.000 − 12.000 − 3.000 = 37.000 đồng. Với 100 đơn, lãi là 3.700.000 đồng, thấp hơn 8.000.000 đồng mà bạn tưởng, tức mất nhầm 4.300.000 đồng.
One order: the platform fee is 200,000 × 14% = 28,000 VND. You pay 12,000 VND in shipping and 3,000 VND in packaging. Profit per order = 200,000 − 120,000 − 28,000 − 12,000 − 3,000 = 37,000 VND. Over 100 orders that is 3,700,000 VND, well below the 8,000,000 VND you thought you had, so 4,300,000 VND was never yours.

Giảm giá cũng cắt lãi nhanh hơn bạn nghĩ. Giá vốn, vận chuyển và đóng gói không đổi, chỉ phí sàn giảm theo giá bán. Giảm 10%, tức bán 180.000 đồng: phí sàn là 25.200 đồng, lãi một đơn = 180.000 − 120.000 − 25.200 − 12.000 − 3.000 = 19.800 đồng. Giá giảm 10% mà lãi mất gần một nửa.
Discounts also cut profit faster than you expect. Cost price, shipping and packaging stay the same, and only the platform fee shrinks with the price. Take 10% off, so you sell at 180,000 VND: the fee is 25,200 VND, and profit per order = 180,000 − 120,000 − 25,200 − 12,000 − 3,000 = 19,800 VND. The price drops 10% but nearly half the profit disappears.

Hiểu lầm 3: nhập hàng quá tay – *Misconception 3: buying too much stock*

Giá nhập rẻ khi mua nhiều rất hấp dẫn. Nhưng tiền đã chuyển thành hàng nằm kho thì không trả được tiền thuê, tiền quảng cáo hay lô nhập tiếp theo.
A low price for bulk buying is tempting. But money turned into boxes on a shelf cannot pay rent, ads or your next order.

Bạn nhập 500 cái, tốn 60.000.000 đồng, trong khi mỗi tháng chỉ bán được 100 cái. Sau tháng đầu còn 400 cái, tức 48.000.000 đồng vốn bị kẹt gần năm tháng. Nếu buộc phải xả hết bằng đúng giá vốn 120.000 đồng, mỗi đơn còn 120.000 − 16.800 (phí sàn 14%) − 12.000 − 3.000 = 88.200 đồng. Mỗi cái lỗ 120.000 − 88.200 = 31.800 đồng, 400 cái lỗ 12.720.000 đồng.
You buy 500 pieces for 60,000,000 VND but sell only 100 a month. After month one, 400 pieces remain, so 48,000,000 VND of capital is stuck for almost five months. If you are forced to clear them at exactly the cost price of 120,000 VND, each order nets 120,000 − 16,800 (14% fee) − 12,000 − 3,000 = 88,200 VND. That is a loss of 120,000 − 88,200 = 31,800 VND per piece, or 12,720,000 VND on 400 pieces.

Hiểu lầm 4: chạy quảng cáo mà không đo – *Misconception 4: running ads without measuring*

Quảng cáo có đơn về không đồng nghĩa với có lãi. Bạn cần biết một đơn từ quảng cáo tốn bao nhiêu, rồi so với lãi một đơn trước quảng cáo.
Ads that bring orders are not necessarily ads that make money. You need to know what one ad-driven order costs, then compare it with the profit per order before ads.

Bạn chi 3.000.000 đồng và được 20 đơn. Chi phí mỗi đơn là 3.000.000 ÷ 20 = 150.000 đồng, trong khi lãi một đơn trước quảng cáo chỉ 37.000 đồng. Lãi gộp 20 × 37.000 = 740.000 đồng, trừ tiền quảng cáo còn lỗ 3.000.000 − 740.000 = 2.260.000 đồng.

You spend 3,000,000 VND and get 20 orders. The cost per order is 3,000,000 ÷ 20 = 150,000 VND, while profit per order before ads is only 37,000 VND. Total profit is 20 × 37,000 = 740,000 VND, and after the ad spend you are down 3,000,000 − 740,000 = 2,260,000 VND.

Cách kiểm lại nhanh: chi phí quảng cáo mỗi đơn 150.000 đồng vượt mức lãi 37.000 đồng một khoảng 113.000 đồng. Nhân với 20 đơn ra đúng 2.260.000 đồng lỗ ở trên.

A quick cross-check: the ad cost per order of 150,000 VND exceeds the 37,000 VND profit by 113,000 VND. Multiply by 20 orders and you get exactly the 2,260,000 VND loss above.

Cách tự kiểm tra trước khi tiêu tiền – ***A quick self-check before you spend***

1. Tính lãi một đơn: giá bán trừ giá vốn, phí sàn, vận chuyển, đóng gói. Ghi con số vào bảng tính.
   Work out profit per order: selling price minus cost price, platform fees, shipping and packaging. Write the figure in a spreadsheet.
2. Lấy lãi một đơn làm trần cho chi phí quảng cáo mỗi đơn. Ở ví dụ trên, trần là 37.000 đồng.
   Use profit per order as the ceiling for ad cost per order. In the example above, the ceiling is 37,000 VND.
3. Cộng các chi phí cố định mỗi tháng như thuê kho, phần mềm, rồi chia cho lãi một đơn để biết số đơn hòa vốn (bán đến đó thì chưa lời chưa lỗ). Ví dụ 1.850.000 ÷ 37.000 = 50 đơn.
   Add up fixed monthly costs such as storage rent and software, then divide by profit per order to get the break-even number of orders (the point where you neither gain nor lose). For example, 1,850,000 ÷ 37,000 = 50 orders.
4. Nhập thử một lô nhỏ, đủ bán trong hai tuần. Với 100 cái mỗi tháng, đó là khoảng 50 cái.
   Order a small trial batch that covers about two weeks of sales. At 100 pieces a month, that is about 50 pieces.
5. Cuối tuần, so doanh thu, lãi thật và chi phí quảng cáo. Nhập thêm hàng chỉ khi lãi thật là số dương.
   At the end of the week, compare revenue, real profit and ad spend. Reorder only when real profit is positive.

> **LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE –** Lấy số tiền sàn báo về làm lãi. Đó là doanh thu đã trừ phí sàn, chưa trừ giá vốn, vận chuyển, đóng gói và quảng cáo.
> *Counting the payout shown by the platform as profit. That figure is revenue after platform fees only, with cost price, shipping, packaging and ads still to come off.*

1.9. Bài thực hành có hướng dẫn – *1.9. Guided practice exercises*

Bài 1. Tính tiền về tài khoản và lãi gộp của một đơn hàng – *Exercise 1. Work out the payout and gross profit of one order*

Khách mua 2 áo, giá niêm yết 180.000 đồng một áo, dùng voucher của shop giảm 20.000 đồng. Sàn thu phí hoa hồng 6% và phí thanh toán 2%, đều tính trên số tiền hàng sau khi

trừ voucher. Khách trả thêm 25.000 đồng phí vận chuyển, đúng bằng số đơn vị vận chuyển thu nên không ảnh hưởng lãi. Giá vốn mỗi áo là 110.000 đồng, chi phí đóng gói 4.000 đồng. Tính tiền sàn chuyển về shop và lãi gộp của đơn

A customer buys 2 shirts listed at 180,000 dong each and uses a shop voucher worth 20,000 dong. The marketplace charges a 6% commission and a 2% payment fee, both calculated on the goods total after the voucher. The customer also pays 25,000 dong shipping, which equals the carrier's charge and so does not affect profit. Each shirt costs 110,000 dong, and packaging costs 4,000 dong. Calculate the payout to the shop and the gross profit of the order

1. Tính tiền hàng: 2 × 180.000 = 360.000 đồng. Trừ voucher 20.000 đồng còn 340.000 đồng. Đây là số dùng để tính cả hai loại phí
   Goods total: 2 × 180,000 = 360,000 dong. Subtract the 20,000 dong voucher to get 340,000 dong. Both fees are calculated on this figure
2. Phí hoa hồng: 340.000 × 6% = 20.400 đồng. Phí thanh toán: 340.000 × 2% = 6.800 đồng
   Commission: 340,000 × 6% = 20,400 dong. Payment fee: 340,000 × 2% = 6,800 dong
3. Tiền sàn chuyển về: 340.000 − 20.400 − 6.800 = 312.800 đồng
   Payout from the marketplace: 340,000 − 20,400 − 6,800 = 312,800 dong
4. Giá vốn 2 áo: 2 × 110.000 = 220.000 đồng. Lãi gộp: 312.800 − 220.000 − 4.000 = 88.800 đồng. Kết quả: tiền về 312.800 đồng, lãi gộp 88.800 đồng
   Product cost for 2 shirts: 2 × 110,000 = 220,000 dong. Gross profit: 312,800 − 220,000 − 4,000 = 88,800 dong. Result: payout 312,800 dong, gross profit 88,800 dong

Bài 2. Kiểm tồn kho đầu ngày và quyết định mã nào cần nhập – ***Exercise 2. Check stock at the start of the day and decide which items to reorder***

Đầu ngày bạn kiểm ba mã hàng. Mã A tồn 84, bán trung bình 12 cái mỗi ngày, nhà cung cấp giao sau 5 ngày. Mã B tồn 90, bán 9 cái mỗi ngày, giao sau 7 ngày. Mã C tồn 30, bán 10 cái mỗi ngày, giao sau 4 ngày. Quy ước của shop: phải đặt khi số ngày còn bán được nhỏ hơn hoặc bằng thời gian giao cộng 2 ngày dự phòng. Số lượng đặt đủ bán 10 ngày. Cho biết mã nào cần đặt, đặt bao nhiêu, mã nào sẽ hết hàng trước khi hàng về

At the start of the day you check three items. Item A has 84 in stock, sells 12 a day, supplier delivers in 5 days. Item B has 90, sells 9 a day, delivers in 7 days. Item C has 30, sells 10 a day, delivers in 4 days. The shop rule: reorder when the days of stock left are less than or equal to delivery time plus 2 spare days. Order enough for 10 days of sales. State which items to order, how many, and which will run out before the delivery arrives

1. Số ngày còn bán = tồn ÷ bán mỗi ngày. Mã A: 84 ÷ 12 = 7 ngày. Mã B: 90 ÷ 9 = 10 ngày. Mã C: 30 ÷ 10 = 3 ngày
   Days of stock left = stock ÷ daily sales. Item A: 84 ÷ 12 = 7 days. Item B: 90 ÷ 9 = 10 days. Item C: 30 ÷ 10 = 3 days
2. Ngưỡng đặt = thời gian giao + 2. Mã A: 5 + 2 = 7. Mã B: 7 + 2 = 9. Mã C: 4 + 2 = 6
   Reorder threshold = delivery time + 2. Item A: 5 + 2 = 7. Item B: 7 + 2 = 9. Item C: 4 + 2 = 6

3. So sánh: mã A có 7 ≤ 7 nên đặt. Mã B có 10 > 9 nên chưa đặt. Mã C có 3 ≤ 6 nên đặt gấp
   Compare: item A has 7 ≤ 7, so order. Item B has 10 > 9, so wait. Item C has 3 ≤ 6, so order urgently
4. Số lượng đặt đủ 10 ngày: mã A 12 × 10 = 120 cái, mã C 10 × 10 = 100 cái. Mã C còn bán 3 ngày nhưng hàng về sau 4 ngày, nên hết hàng 1 ngày. Kết quả: đặt A 120 cái, đặt C 100 cái, B chưa đặt, C sẽ trống hàng 1 ngày
   Quantity for 10 days: item A 12 × 10 = 120 units, item C 10 × 10 = 100 units. Item C lasts 3 days but delivery takes 4, so it is out of stock for 1 day. Result: order 120 of A and 100 of C, no order for B, and C will be empty for 1 day

Bài 3. Đối soát tiền thu hộ với đơn vị vận chuyển – ***Exercise 3. Reconcile cash-on-delivery money with the carrier***

Tuần này shop gửi 40 đơn thu hộ (COD, tức khách trả tiền mặt cho người giao hàng), mỗi đơn 250.000 đồng. Kết quả: 34 đơn giao thành công, 4 đơn bị hoàn, 2 đơn còn đang giao. Phí giao mỗi đơn thành công là 22.000 đồng, phí mỗi đơn hoàn là 22.000 đồng, phí thu hộ là 1% số tiền đã thu. Ngân hàng báo shop nhận 7.494.000 đồng. Tính số tiền đúng ra phải nhận và tìm chênh lệch. Hai đơn đang giao chưa đưa vào đối soát
This week the shop sent 40 cash-on-delivery (COD, where the customer pays the courier in cash) orders of 250,000 dong each. Result: 34 delivered, 4 returned, 2 still in transit. The delivery fee is 22,000 dong per delivered order, the return fee is 22,000 dong per returned order, and the COD fee is 1% of the money collected. The bank shows the shop received 7,494,000 dong. Calculate the amount the shop should have received and find the difference. The 2 orders still in transit are left out of the reconciliation

1. Tiền thu hộ: 34 × 250.000 = 8.500.000 đồng. Phí giao: 34 × 22.000 = 748.000 đồng. Phí hoàn: 4 × 22.000 = 88.000 đồng
   Money collected: 34 × 250,000 = 8,500,000 dong. Delivery fees: 34 × 22,000 = 748,000 dong. Return fees: 4 × 22,000 = 88,000 dong
2. Phí thu hộ: 8.500.000 × 1% = 85.000 đồng
   COD fee: 8,500,000 × 1% = 85,000 dong
3. Số đúng ra phải nhận: 8.500.000 − 748.000 − 88.000 − 85.000 = 7.579.000 đồng
   Amount that should have been received: 8,500,000 − 748,000 − 88,000 − 85,000 = 7,579,000 dong
4. Chênh lệch: 7.579.000 − 7.494.000 = 85.000 đồng, đúng bằng phí thu hộ. Kết quả: shop nhận thiếu 85.000 đồng, nhiều khả năng phí thu hộ bị trừ hai lần, cần gửi bảng đối soát cho đơn vị vận chuyển để kiểm tra
   Difference: 7,579,000 − 7,494,000 = 85,000 dong, exactly the COD fee. Result: the shop is short by 85,000 dong, most likely because the COD fee was deducted twice, so send the reconciliation sheet to the carrier to check

1.10. Câu hỏi tự luận và dàn ý trả lời – *1.10. Essay questions and answer outlines*

Câu 1. Hãy mô tả hành trình của một đơn hàng từ lúc khách bấm mua đến lúc tiền về tài khoản shop, và nêu những chỗ người mới hay làm sai

Question 1. *Describe an order's journey from the customer's click on buy until the money reaches the shop's account, and point out where newcomers often go wrong*

- Các chặng theo thứ tự: khách đặt và thanh toán, shop xác nhận và đóng gói, đơn vị vận chuyển lấy hàng và giao, khách nhận, sàn đối soát rồi chuyển tiền
  The stages in order: the customer orders and pays, the shop confirms and packs, the carrier picks up and delivers, the customer receives the goods, the marketplace reconciles and pays out
- Mỗi chặng có một bên chịu trách nhiệm: cổng thanh toán giữ tiền khách, đơn vị vận chuyển giữ hàng, sàn giữ tiền đến hết thời hạn đối soát
  Each stage has a responsible party: the payment gateway holds the customer's money, the carrier holds the goods, and the marketplace holds the payout until the reconciliation period ends
- Chỗ hay sai: để quá hạn xác nhận hoặc giao cho vận chuyển, đóng gói sai mã, không đối chiếu số tiền nhận với số tiền phải nhận
  Common mistakes: missing the deadline to confirm or hand over to the carrier, packing the wrong item, and not comparing the money received with the money owed
- Cách tránh: kiểm đơn mới đầu ngày, chụp ảnh lúc đóng gói, đối soát hằng tuần và giữ lại bảng tính để khiếu nại khi chênh lệch
  How to avoid them: check new orders at the start of the day, photograph the packing, reconcile weekly, and keep the sheet to raise a claim when numbers differ

Câu 2. Vì sao nhiều người mới bán hàng trực tuyến bị lỗ trong ba tháng đầu dù đơn đều đặn? Nêu các hiểu lầm chính và cách kiểm tra lại

Question 2. *Why do many newcomers to online selling lose money in the first three months even with steady orders? State the main misconceptions and how to check yourself*

- Hiểu lầm doanh thu là lãi: quên trừ giá vốn, phí sàn, phí thanh toán, phí vận chuyển shop chịu, chi phí quảng cáo và đóng gói
  Mistaking revenue for profit: forgetting to subtract product cost, platform fees, payment fees, shipping the shop pays, advertising and packaging
- Hiểu lầm đơn nhiều là tốt: đơn hoàn, đơn hủy và khuyến mãi quá sâu làm mỗi đơn lỗ, bán càng nhiều càng mất tiền
  Believing more orders is always better: returns, cancellations and deep discounts make each order a loss, so selling more loses more
- Không theo dõi tồn kho: hết hàng thì mất đơn và bị sàn hạ thứ hạng, tồn quá nhiều thì chôn vốn
  Not tracking stock: running out loses orders and lowers marketplace ranking, while overstocking ties up cash
- Cách kiểm tra: lập bảng lãi gộp từng mã hàng, tính lại sau mỗi lần đổi giá hoặc đổi chương trình khuyến mãi, và đối soát tiền về hằng tuần
  How to check: build a gross-profit table for each item, recalculate after every price or promotion change, and reconcile payouts weekly

1.11. Câu hỏi trắc nghiệm – *1.11. Multiple-choice questions*

1. Một nơi cho nhiều shop khác nhau đăng bán, chủ nơi đó không bán hàng của chính mình mà cung cấp chỗ và công cụ để người bán gặp người mua. Đây là loại nền tảng nào?
A place lets many different shops list products. Its owner does not sell its own goods but provides the space and tools for sellers to meet buyers. Which type of platform is this?

- **A.** Nền tảng trung gian, nơi nhiều người bán dùng chung một chỗ bán / *Intermediary platform, where many sellers share one place to sell*
- **B.** Mạng xã hội có chức năng đặt hàng, nơi bán hàng chỉ là phần thêm vào / *Social network with an ordering function, where selling is an add-on*
- **C.** Nền tảng tích hợp, nơi nhiều nền tảng khác chạy bên trong một nền tảng lớn / *Integrated platform, where several other platforms run inside one large platform*
- **D.** Nền tảng kinh doanh trực tiếp, nơi chủ nền tảng tự bán hàng của mình / *Direct-selling platform, where the owner sells its own goods*

2. Một đơn đã giao thành công từ hôm qua nhưng tiền chưa về tài khoản shop. Việc đầu tiên bạn nên làm là gì?
An order was delivered yesterday but the money has not reached the shop's account. What should you do first?

- **A.** Hủy đơn và yêu cầu khách chuyển khoản lại / *Cancel the order and ask the customer to transfer again*
- **B.** Xem trạng thái đối soát và thời hạn sàn giữ tiền của đơn đó / *Check the order's reconciliation status and how long the marketplace holds the money*
- **C.** Đăng ký lại gian hàng để sàn cập nhật dữ liệu / *Re-register the shop so the marketplace refreshes its data*
- **D.** Gọi đơn vị vận chuyển yêu cầu trả tiền ngay cho shop / *Call the carrier and demand immediate payment to the shop*

3. Trong ngày làm việc mẫu của nhân viên vận hành gian hàng, việc nào nên làm đầu tiên?
In a sample working day for a shop operations staff member, which task should come first?

- **A.** Làm báo cáo tuần để gửi cuối ngày / *Prepare the weekly report to send at the end of the day*
- **B.** Trả lời hết các tin nhắn hỏi chung chung trước khi mở danh sách đơn / *Answer every general chat message before opening the order list*
- **C.** Kiểm đơn mới và tồn kho để biết hôm nay cần đóng gói và nhập gì / *Check new orders and stock to know what to pack and reorder today*
- **D.** Chỉnh ảnh và viết lại mô tả cho toàn bộ sản phẩm / *Edit photos and rewrite descriptions for every product*

4. Cổng thanh toán đóng vai gì trong chuỗi bán hàng trực tuyến?
What role does a payment gateway play in the online selling chain?

A. Nhận tiền khách trả bằng thẻ, ví hoặc chuyển khoản rồi chuyển về cho bên bán / *Receives the customer's payment by card, e-wallet or bank transfer and passes it on to the seller*

B. Vận chuyển hàng đến tay khách và thu tiền mặt / *Delivers goods to the customer and collects cash*

C. Đăng và quảng bá sản phẩm của shop trên sàn / *Lists and promotes the shop's products on the marketplace*

D. Cung cấp hàng hóa cho shop với giá sỉ / *Supplies goods to the shop at wholesale prices*

5. Một shop bán 100 đơn, mỗi đơn 200.000 đồng. Giá vốn 120.000 đồng một đơn, phí sàn 10% doanh thu, phí vận chuyển shop chịu 15.000 đồng một đơn, chi phí quảng cáo 3.000.000 đồng. Lãi của shop là bao nhiêu?
A shop sells 100 orders at 200,000 dong each. Product cost is 120,000 dong per order, the platform fee is 10% of revenue, the shop pays 15,000 dong shipping per order, and advertising costs 3,000,000 dong. What is the shop's profit?

A. 4.500.000 đồng / *4,500,000 dong*

B. 6.000.000 đồng / *6,000,000 dong*

C. 8.000.000 đồng / *8,000,000 dong*

D. 1.500.000 đồng / *1,500,000 dong*

6. Muốn tiến từ nhân viên lên trưởng nhóm vận hành, ngoài làm tốt việc của mình bạn nên luyện thêm điều gì?
To move from staff member to operations team lead, besides doing your own work well, what should you practise?

A. Làm việc nhanh hơn để tự xử lý mọi đơn một mình / *Working faster so you can handle every order alone*

B. Đọc số liệu của cả nhóm, chia việc rõ ràng và kèm người mới / *Reading the whole team's numbers, assigning work clearly and coaching newcomers*

C. Chuyển sang bán nhiều sàn cùng lúc để có thêm kinh nghiệm / *Selling on several marketplaces at once to gain experience*

D. Học thuộc tên các loại phí của từng sàn / *Memorising the fee names of every marketplace*

Chương 2. Con số và khái niệm phải hiểu trước khi bán – *Chapter 2. Numbers and Concepts to Grasp Before You Sell*

Mục tiêu chương – *Chapter objectives*

- Tính được lãi và biên lợi nhuận của một đơn hàng, rồi suy ra giá bán tối thiểu để đạt biên mong muốn
  Calculate the profit and margin of a single order, then work out the minimum selling price for a target margin
- Đọc được phễu bán hàng và so chi phí mỗi đơn quảng cáo với lãi mỗi đơn để biết đang lời hay lỗ
  Read a sales funnel and compare ad cost per order with profit per order to see whether you are making or losing money
- Xác định được mức tồn an toàn, điểm đặt hàng lại và số ngày tồn kho của một mặt hàng
  Work out the safety stock, reorder point and days of inventory for a product

2.1. Tính lãi trên một đơn sau khi trừ giá vốn, phí sàn và phí vận chuyển – *2.1. Working out profit per order after cost, fees and shipping*

Lãi một đơn là số tiền còn lại trong túi bạn sau khi trừ mọi khoản phải chi cho đúng đơn đó. Giống bán trà sữa: thu 40.000 đồng nhưng ly, trà, đá và tiền ship tốn 30.000 thì lãi chỉ 10.000. Trên sàn, nhiều khoản bị trừ âm thầm nên nhìn giá bán dễ tưởng lãi nhiều hơn thật.

Profit per order is what stays in your pocket after every cost tied to that one order. Think of a bubble tea stall: you charge 40,000 dong, but the cup, tea, ice and delivery cost 30,000, so you make 10,000. On a marketplace many deductions happen quietly, so the selling price makes profit look bigger than it is.

Sáu khoản cần phân biệt – *Six items to tell apart*

- Giá vốn: tiền bạn bỏ ra để có món hàng, gồm giá nhập, cước nhập về và bao bì đi kèm. Ví dụ túi nhập 170.000 đồng, hộp và băng keo 10.000 đồng thì giá vốn là 180.000 đồng.
  Cost of goods: what you paid to get the item, including the purchase price, inbound freight and packaging. A bag bought at 170,000 dong plus 10,000 for box and tape gives a cost of 180,000 dong.
- Phí cố định: phần trăm sàn thu trên mỗi đơn thành công, bất kể bạn bán gì hay bán thế nào. Nó "cố định" theo tỷ lệ, không đổi theo từng khách.
  Fixed fee: a percentage the marketplace takes from every completed order, whatever you sell. It is fixed as a rate and does not change from customer to customer.
- Phí thanh toán: tiền công của cổng thanh toán khi khách trả qua thẻ, ví hoặc chuyển khoản. Thường tính theo phần trăm giá trị đơn.
  Payment fee: the charge from the payment gateway when a customer pays by card, e-wallet or transfer, usually a percentage of the order value.

- Phí dịch vụ: tiền cho các chương trình bạn tự bật, như miễn phí vận chuyển hay hoàn xu cho khách. Không bật thì không bị trừ.
  Service fee: the charge for programmes you switch on yourself, such as free shipping or cashback to buyers. If you do not join, you are not charged.
- Phí vận chuyển người bán chịu: phần cước mà bạn gánh thay khách, tức cước thực trừ đi số khách đã trả.
  Shipping paid by the seller: the part of the delivery charge you cover for the buyer, meaning the real charge minus what the buyer paid.
- Thuế khấu trừ: số thuế sàn giữ lại từ tiền bán hàng của bạn rồi nộp thay cho cơ quan thuế. Đây là tiền của bạn đã nộp trước, không phải khoản bị mất đi, nhưng tiền mặt về túi vẫn ít hơn.
  Withheld tax: tax the marketplace keeps from your sales and pays to the tax authority for you. It is money you have already paid, not a loss, but the cash reaching your account is still lower.

Cách tính từng bước – *Step-by-step method*

1. Mở trang chi tiết đơn trong mục thu nhập hoặc thanh toán của kênh người bán. Ghi giá khách trả cho hàng, chưa tính cước.
   Open the order detail page in the seller's income or payment section. Write down the price the buyer paid for the goods, excluding shipping.
2. Ghi từng khoản phí sàn trừ ra đồng. Nếu sàn chỉ ghi phần trăm, lấy giá bán nhân với phần trăm đó.
   Note each marketplace fee in dong. If only a percentage is shown, multiply the selling price by it.
3. Ghi cước vận chuyển bạn chịu và số thuế đã khấu trừ của đơn.
   Note the shipping you bear and the tax withheld on the order.
4. Lấy giá vốn của món hàng trong sổ nhập kho.
   Take the item's cost of goods from your stock records.
5. Tính lãi = giá bán − giá vốn − các loại phí − cước người bán chịu − thuế khấu trừ. Chia lãi cho giá bán để ra tỷ lệ lãi.
   Calculate profit = selling price − cost of goods − all fees − shipping you bear − withheld tax. Divide profit by selling price to get the profit margin.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Túi xách bán 350.000 đồng, giá vốn 180.000 đồng. Phí cố định 5% là 17.500 đồng. Phí thanh toán 2% là 7.000 đồng. Phí dịch vụ 4% là 14.000 đồng. Cộng ba khoản phí: 38.500 đồng. Cước bạn chịu: 12.000 đồng. Thuế khấu trừ lấy 1,5% làm số minh hoạ: 5.250 đồng (tỷ lệ thật tuỳ nhóm ngành, xem ở mục về thuế khấu trừ). Tổng trừ: 180.000 + 38.500 + 12.000 + 5.250 = 235.750 đồng. Lãi: 350.000 − 235.750 = 114.250 đồng. Tỷ lệ lãi: 114.250 / 350.000 ≈ 32,6%. Kiểm tra: sàn chuyển về 350.000 − 38.500 − 12.000 − 5.250 = 294.250 đồng, trừ giá vốn 180.000 còn 114.250 đồng, khớp.
A handbag sells for 350,000 dong with a cost of 180,000 dong. Fixed fee at 5% is 17,500. Payment fee at 2% is 7,000. Service fee at 4% is 14,000. The three fees add up to 38,500. Shipping you bear is 12,000. Withheld tax uses 1.5% as an illustration, giving 5,250 (the real rate depends on the business category; see the section on withheld tax). Total deductions: 180,000 + 38,500 + 12,000 + 5,250 =

235,750 dong. Profit: 350,000 − 235,750 = 114,250 dong. Margin: 114,250 / 350,000 ≈ 32.6%. Check: the marketplace pays out 350,000 − 38,500 − 12,000 − 5,250 = 294,250, minus the 180,000 cost leaves 114,250, which matches.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Đơn có mã giảm giá. Áo thun niêm yết 200.000 đồng, bạn tài trợ mã giảm 20.000 đồng nên khách trả 180.000 đồng. Giá vốn 90.000 đồng. Dùng cùng các tỷ lệ như trên, tính trên 180.000 đồng: phí cố định 5% là 9.000 đồng, phí thanh toán 2% là 3.600 đồng, phí dịch vụ 4% là 7.200 đồng. Cộng ba khoản phí: 19.800 đồng. Cước bạn chịu: 8.000 đồng. Thuế khấu trừ 1,5%: 2.700 đồng. Tổng trừ: 90.000 + 19.800 + 8.000 + 2.700 = 120.500 đồng. Lãi: 180.000 − 120.500 = 59.500 đồng. Tỷ lệ lãi: 59.500 / 180.000 ≈ 33,1%. Kiểm tra: 180.000 − 19.800 − 8.000 − 2.700 = 149.500 đồng, trừ giá vốn 90.000 còn 59.500 đồng, khớp.
A discount-code order. A T-shirt is listed at 200,000 dong, you fund a 20,000 voucher, so the buyer pays 180,000. Cost of goods is 90,000. Using the same rates as above, calculated on 180,000: fixed fee at 5% is 9,000, payment fee at 2% is 3,600, service fee at 4% is 7,200. The three fees add up to 19,800. Shipping you bear is 8,000. Withheld tax at 1.5% is 2,700. Total deductions: 90,000 + 19,800 + 8,000 + 2,700 = 120,500 dong. Profit: 180,000 − 120,500 = 59,500 dong. Margin: 59,500 / 180,000 ≈ 33.1%. Check: 180,000 − 19,800 − 8,000 − 2,700 = 149,500, minus the 90,000 cost leaves 59,500, which matches.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Lấy giá bán trừ giá vốn rồi gọi đó là lãi, quên phí và cước. Ở ví dụ trên, cách này ra 170.000 đồng, cao hơn lãi thật 55.750 đồng.
Subtracting only cost from the price and calling it profit, forgetting fees and shipping. In the example above this gives 170,000 dong, which is 55,750 higher than the real profit.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Tính phí theo giá niêm yết trong khi khách dùng mã giảm giá. Phí và thuế thường tính trên giá thực khách trả, nên hãy lấy đúng số trong chi tiết đơn.
Calculating fees on the listed price when the buyer used a discount code. Fees and tax are usually based on what the buyer actually paid, so use the figures in the order detail.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Bỏ giá bao bì khỏi giá vốn. Hộp, băng keo, túi chống sốc là chi phí của từng đơn.
Leaving packaging out of cost of goods. Boxes, tape and bubble bags are a cost on every order.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Tưởng lãi đơn là lãi cả tháng. Con số trên chưa trừ tiền thuê kho, công đóng gói, tiền quảng cáo và hàng đổi trả. Hãy trừ nốt các khoản này khi tổng kết tháng.
Treating profit per order as monthly profit. The figures above leave out storage rent, packing labour, advertising and returns. Subtract these as well when you close the month.

MẸO / TIP – Làm một bảng tính có sẵn các cột trên, nhập giá bán và giá vốn là ra lãi. Mỗi lần sàn đổi biểu phí, chỉ cần sửa tỷ lệ ở một chỗ.
Build a spreadsheet with the columns above so that entering price and cost gives profit. When the marketplace changes its fees, you only edit the rates in one place.

2.2. Định giá bán từ biên lợi nhuận mong muốn – *2.2. Setting a selling price from your target margin*

Có hai cách nghĩ ra giá bán, và chúng cho kết quả rất khác nhau. Cách thứ nhất là cộng thêm theo giá vốn: lấy giá nhập nhân thêm một tỷ lệ. Cách thứ hai là biên lợi nhuận: lãi chiếm bao nhiêu phần trăm của giá bán. Sàn thu phí theo giá bán, nên bạn cần cách thứ hai.

There are two ways to come up with a price, and they give very different results. The first is markup: take your cost and add a percentage on top. The second is margin: profit as a share of the selling price. Marketplaces charge fees on the selling price, so margin is the method you need.

Ví dụ đời thường: bạn nhập cái áo 100.000 đ và bán 125.000 đ. Cộng thêm theo giá vốn là 25%, vì lãi 25.000 đ chia cho 100.000 đ. Biên lợi nhuận chỉ là 20%, vì lãi 25.000 đ chia cho 125.000 đ. Cùng một số tiền lãi, nhưng mẫu số khác nhau.

Take a shirt you buy for 100,000 đ and sell for 125,000 đ. Markup is 25%, because the 25,000 đ profit is divided by the 100,000 đ cost. Margin is only 20%, because the same profit is divided by the 125,000 đ price. Same profit, different denominator.

Biên lợi nhuận mong muốn là mục tiêu bạn đặt ra cho mỗi đơn, ví dụ giữ lại 25 đồng lãi trên mỗi 100 đồng bán được. Phí phần trăm là khoản sàn trừ theo tỷ lệ của giá bán, như phí hoa hồng, phí thanh toán, phí chương trình. Những khoản này lớn lên cùng giá bán, nên không thể cộng vào giá vốn như một số cố định.

Target margin is the goal you set for each order, such as keeping 25 đ of profit from every 100 đ you sell. Percentage fees are the amounts the marketplace deducts as a share of the price, such as commission, payment fees and campaign fees. They grow with the price, so you cannot add them to your cost as a fixed number.

Công thức định giá – *The pricing formula*

Chia mọi khoản chi thành hai nhóm. Nhóm cố định là tiền mất đi với số tiền không đổi cho mỗi đơn, gồm giá vốn, vật tư đóng gói, phí vận chuyển bạn tự chịu. Nhóm phần trăm là các loại phí tính theo giá bán. Phần giá bán còn lại sau khi trừ lãi và phí phần trăm phải đủ để trả nhóm cố định.

Split every cost into two groups. Fixed costs are amounts that stay the same on each order: product cost, packaging, and shipping you pay yourself. Percentage costs are the fees charged on the selling price. What remains of the price after profit and percentage fees must cover the fixed costs.

```
Giá bán = Tổng chi phí cố định mỗi đơn / (1 − biên lợi nhuận − tổng phí phần trăm)
|| Selling price = Total fixed costs per order / (1 − target margin − total
percentage fees)
```

1. Cộng các chi phí cố định của một đơn: giá vốn, đóng gói, vận chuyển bạn chịu, phí cố định theo đơn nếu có.
   Add up the fixed costs of one order: product cost, packaging, shipping you cover, and any flat per-order fee.

2. Cộng mọi phí tính theo phần trăm giá bán thành một con số, rồi đổi sang số thập phân (12% thành 0,12).
   Add all fees charged as a percentage of the price into one figure, then convert it to a decimal (12% becomes 0.12).
3. Đổi biên lợi nhuận mong muốn sang số thập phân (25% thành 0,25).
   Convert your target margin to a decimal (25% becomes 0.25).
4. Tính mẫu số: lấy 1 trừ biên lợi nhuận trừ phí phần trăm.
   Work out the denominator: 1 minus the margin minus the percentage fees.
5. Chia tổng chi phí cố định cho mẫu số, rồi làm tròn lên đến hàng nghìn đồng.
   Divide the total fixed costs by the denominator, then round up to the nearest thousand.
6. Thử lại: lấy giá bán trừ chi phí cố định, trừ phí phần trăm, rồi chia kết quả cho giá bán. Số ra phải bằng hoặc hơn mục tiêu.
   Check it: take the price, subtract fixed costs and percentage fees, then divide the result by the price. It must equal or beat your target.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Một sản phẩm có giá vốn 150.000 đ, đóng gói 6.000 đ, tổng chi phí cố định 156.000 đ. Sàn thu tổng 12% phí, bạn muốn giữ biên lợi nhuận 25%. Mẫu số = 1 − 0,25 − 0,12 = 0,63. Giá bán = 156.000 / 0,63 ≈ 247.619 đ, làm tròn lên 248.000 đ. Thử lại: phí 12% = 29.760 đ; lãi = 248.000 − 156.000 − 29.760 = 62.240 đ; 62.240 / 248.000 ≈ 25,1%. Đạt mục tiêu.
A product costs 150,000 đ, packaging is 6,000 đ, so fixed costs total 156,000 đ. The marketplace charges 12% in fees and you want a 25% margin. Denominator = 1 − 0.25 − 0.12 = 0.63. Price = 156,000 / 0.63 ≈ 247,619 đ, rounded up to 248,000 đ. Check: 12% fees = 29,760 đ; profit = 248,000 − 156,000 − 29,760 = 62,240 đ; 62,240 / 248,000 ≈ 25.1%. Target met.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Ví dụ thứ hai có thêm tiền vận chuyển. Giá vốn 80.000 đ, đóng gói 4.000 đ, bạn chịu phí giao hàng 12.000 đ, nên chi phí cố định là 96.000 đ. Sàn thu ba khoản: hoa hồng 9%, thanh toán 3%, chương trình 2%, cộng lại 14%. Bạn muốn biên 20%. Mẫu số = 1 − 0,20 − 0,14 = 0,66. Giá bán = 96.000 / 0,66 ≈ 145.455 đ, làm tròn lên 146.000 đ. Thử lại: phí 14% = 20.440 đ; lãi = 146.000 − 96.000 − 20.440 = 29.560 đ; 29.560 / 146.000 ≈ 20,2%. Đạt mục tiêu.
The second example includes shipping. Product cost is 80,000 VND, packaging is 4,000 VND, and you pay 12,000 VND for delivery, so fixed costs are 96,000 VND. The marketplace charges three fees: 9% commission, 3% payment and 2% campaign, which add up to 14%. You want a 20% margin. Denominator = 1 − 0.20 − 0.14 = 0.66. Price = 96,000 / 0.66 ≈ 145,455 VND, rounded up to 146,000 VND. Check: 14% fees = 20,440 VND; profit = 146,000 − 96,000 − 20,440 = 29,560 VND; 29,560 / 146,000 ≈ 20.2%. Target met.

Chỗ hay sai – *Common mistakes*

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Lấy giá vốn nhân 1,25 rồi nghĩ mình đã có lãi 25%. Với ví dụ đầu, giá là 195.000 đ, phí 23.400 đ, lãi còn 15.600 đ, tức biên lợi nhuận chỉ 8%.
Multiplying cost by 1.25 and assuming you have a 25% profit. In the first example the price is 195,000 đ, fees are 23,400 đ, and profit is 15,600 đ, a margin of only 8%.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Cộng thẳng 25% với 12% thành 37% rồi nhân vào giá vốn. Giá ra 213.720 đ, phí 25.646 đ, lãi 32.074 đ, biên lợi nhuận khoảng 15%. Phí tính trên giá bán, không phải trên giá vốn.
Adding 25% and 12% to get 37% and multiplying cost by 1.37. The price comes to 213,720 đ, fees are 25,646 đ, profit is 32,074 đ, and the margin is about 15%. Fees are charged on the price, not on the cost.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Làm tròn xuống cho đẹp số. Ở ví dụ thứ hai, bán 145.000 đ thì phí 20.300 đ, lãi 28.700 đ, biên chỉ còn khoảng 19,8%, thấp hơn mục tiêu 20%. Luôn làm tròn lên.
Rounding down to get a tidier number. In the second example, selling at 145,000 đ gives fees of 20,300 đ and profit of 28,700 đ, a margin of about 19.8%, under the 20% target. Always round up.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Quên một khoản phí phần trăm, như phí thanh toán hoặc phí tham gia chương trình khuyến mại. Hãy đọc kỹ bảng phí của sàn và cộng đủ trước khi tính.
Leaving out a percentage fee, such as the payment fee or a campaign fee. Read the marketplace fee table carefully and add them all before you calculate.

GHI CHÚ / NOTE – Muốn đổi nhanh từ biên lợi nhuận sang mức cộng thêm theo giá vốn, lấy biên chia cho (1 − biên). Biên 25% tương ứng cộng thêm 33,3% trên giá vốn, chưa tính phí sàn.
To convert margin into markup quickly, divide the margin by (1 − margin). A 25% margin equals a 33.3% markup on cost, before marketplace fees.

2.3. Đọc phễu bán hàng: lượt xem, tỷ lệ nhấp, tỷ lệ chuyển đổi – *2.3. Reading the sales funnel: views, click-through rate, conversion rate*

Hãy nghĩ tới một tiệm nhỏ trên phố. Người đi ngang qua nhìn thấy biển hiệu, một phần trong số đó bước vào, một phần của số bước vào mới mua. Gian hàng trực tuyến chạy y như vậy, và "phễu bán hàng" là cách gọi chuỗi ba khâu đó: thấy, nhấp, mua. Mỗi khâu rớt bớt người, nên phễu hẹp dần về phía cuối. Đọc phễu giúp bạn biết khâu nào đang rớt nhiều nhất để sửa đúng chỗ.
Picture a small shop on a street. Many people walk past and see the sign, some step inside, and a few of those buy something. An online shop works the same way. The "sales funnel" is the name for that chain of three stages: seen, clicked, bought. Each stage loses some people, so the funnel narrows toward the bottom. Reading it tells you which stage loses the most, so you fix the right place.

Ba chỉ số và cách tính – *Three metrics and how to calculate them*

- Lượt hiển thị (impressions): số lần sản phẩm hoặc quảng cáo của bạn hiện ra trước mắt khách, như số người đi ngang qua biển hiệu. Có sàn gọi là lượt xem, nên hãy đọc kỹ tên cột trong báo cáo.
  Impressions: the number of times your product or ad appears in front of shoppers, like the people who walk past your sign. Some platforms call this "views", so read the column name in the report carefully.

- Lượt nhấp (clicks): số lần khách bấm vào để mở trang sản phẩm, như người bước qua cửa tiệm.
  Clicks: the number of times shoppers tap to open your product page, like people stepping through the shop door.
- Tỷ lệ nhấp (click-through rate, viết tắt CTR): trong 100 lần hiện ra, có bao nhiêu lần được bấm. Nó đo sức hút của ảnh bìa, tiêu đề và giá hiển thị.
  Click-through rate (CTR): out of 100 appearances, how many got a click. It measures the pull of your cover image, title and displayed price.
- Tỷ lệ chuyển đổi (conversion rate): trong 100 người đã mở trang, có bao nhiêu người đặt mua. Nó đo sức thuyết phục của chính trang sản phẩm.
  Conversion rate: out of 100 people who opened the page, how many placed an order. It measures how convincing the product page itself is.

```
Tỷ lệ nhấp (%) = lượt nhấp ÷ lượt hiển thị × 100
Tỷ lệ chuyển đổi (%) = số đơn ÷ lượt nhấp × 100
Tỷ lệ cả phễu (%) = số đơn ÷ lượt hiển thị × 100
```

Chú ý mẫu số: tỷ lệ nhấp chia cho lượt hiển thị, còn tỷ lệ chuyển đổi chia cho lượt nhấp. Mỗi khâu so với khâu ngay trước nó.
Watch the denominator: CTR divides by impressions, while conversion rate divides by clicks. Each stage is compared with the stage right before it.

Các bước đọc phễu của một sản phẩm – ***Steps to read the funnel for one product***

1. Mở báo cáo của sàn hoặc của công cụ quảng cáo, chọn một sản phẩm và một khoảng thời gian, ví dụ 7 ngày gần nhất.
   Open the platform or ad tool report, pick one product and one time range, for example the last 7 days.
2. Ghi ba số vào bảng tính: lượt hiển thị, lượt nhấp, số đơn.
   Write three numbers in a spreadsheet: impressions, clicks, orders.
3. Lấy lượt nhấp chia lượt hiển thị rồi nhân 100 để ra tỷ lệ nhấp.
   Divide clicks by impressions and multiply by 100 to get CTR.
4. Lấy số đơn chia lượt nhấp rồi nhân 100 để ra tỷ lệ chuyển đổi.
   Divide orders by clicks and multiply by 100 to get the conversion rate.
5. So từng tỷ lệ với mốc của chính bạn ở các tuần trước, rồi chọn khâu thấp hơn mốc để sửa trước.
   Compare each rate with your own benchmark from earlier weeks, then fix the stage that sits below it first.
6. Chỉ đổi một thứ mỗi lần, ví dụ chỉ thay ảnh bìa. Chờ một tuần, đo lại bằng đúng các bước trên rồi mới đổi thứ tiếp theo.
   Change only one thing at a time, for example just the cover image. Wait a week, measure again with the same steps, and only then change the next thing.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Một sản phẩm có 10.000 lượt hiển thị, 300 lượt nhấp và 9 đơn. Tỷ lệ nhấp = 300 ÷ 10.000 × 100 = 3%. Tỷ lệ chuyển đổi = 9 ÷ 300 × 100 = 3%. Tỷ lệ cả phễu = 9 ÷ 10.000 × 100 = 0,09%. Hai tỷ lệ đều là 3% nên nhìn riêng thì khó biết khâu nào yếu. Hãy

mở sổ các tuần trước: tỷ lệ nhấp quanh 3%, còn tỷ lệ chuyển đổi từng đạt khoảng 6%. Vậy khâu yếu là chuyển đổi: khách đã bấm vào nhưng bỏ đi nhiều hơn thường lệ. Cần xem lại ảnh chi tiết, mô tả, giá, phí giao hàng và đánh giá trên trang. Nếu kéo tỷ lệ chuyển đổi về 6%, cùng 300 lượt nhấp sẽ cho 18 đơn, gấp đôi.
A product gets 10,000 impressions, 300 clicks and 9 orders. CTR = 300 ÷ 10,000 × 100 = 3%. Conversion rate = 9 ÷ 300 × 100 = 3%. Overall funnel rate = 9 ÷ 10,000 × 100 = 0.09%. Both rates are 3%, so on their own it is hard to tell which stage is weak. Open your earlier weeks: CTR sat around 3%, while the conversion rate once reached about 6%. So the weak stage is conversion: shoppers click in but leave more often than usual. Check the detail images, description, price, shipping fee and reviews on the page. If conversion returns to 6%, the same 300 clicks give 18 orders, double.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Sản phẩm thứ hai có 5.000 lượt hiển thị, 100 lượt nhấp và 6 đơn. Tỷ lệ nhấp = 100 ÷ 5.000 × 100 = 2%. Tỷ lệ chuyển đổi = 6 ÷ 100 × 100 = 6%. Tỷ lệ cả phễu = 6 ÷ 5.000 × 100 = 0,12%. Mốc của bạn là nhấp 3% và chuyển đổi 6%, nên khâu yếu ở đây là nhấp: khách thấy nhưng ít bấm. Hãy thử ảnh bìa mới. Nếu tỷ lệ nhấp lên 3%, 5.000 lượt hiển thị cho 150 lượt nhấp, và 150 × 6% = 9 đơn. Hai sản phẩm có tỷ lệ cả phễu gần nhau (0,09% và 0,12%), nhưng chỗ cần sửa lại khác hẳn.
The second product gets 5,000 impressions, 100 clicks and 6 orders. CTR = 100 ÷ 5,000 × 100 = 2%. Conversion rate = 6 ÷ 100 × 100 = 6%. Overall funnel rate = 6 ÷ 5,000 × 100 = 0.12%. Your benchmark is 3% CTR and 6% conversion, so the weak stage here is the click: shoppers see it but rarely tap. Try a new cover image. If CTR rises to 3%, 5,000 impressions give 150 clicks, and 150 × 6% = 9 orders. The two products have similar overall funnel rates (0.09% and 0.12%), yet the place to fix is completely different.

Cách sửa theo khâu: tỷ lệ nhấp thấp thì đổi ảnh bìa, viết lại tiêu đề, xem giá hiển thị; tỷ lệ chuyển đổi thấp thì sửa trang sản phẩm. Với quảng cáo, tỷ lệ nhấp từ 2% đến 5% thường được xem là ổn, nhưng mức này thay đổi theo ngành. Vì vậy mốc của chính bạn đáng tin hơn con số chung.
Fix by stage: if CTR is low, change the cover image, rewrite the title and check the displayed price; if the conversion rate is low, improve the product page. For ads, a CTR of 2% to 5% is usually seen as healthy, but it varies by industry. That is why your own benchmark is more reliable than a general figure.

Chỉ số *Metric*	**Chia cho** *Divide by*	**Khâu yếu thì sửa gì** *If weak, fix what*
Tỷ lệ nhấp *CTR*	Lượt nhấp chia lượt hiển thị *Clicks divided by impressions*	Ảnh bìa, tiêu đề, giá hiển thị *Cover image, title, displayed price*
Tỷ lệ chuyển đổi *Conversion rate*	Số đơn chia lượt nhấp *Orders divided by clicks*	Ảnh chi tiết, mô tả, giá, phí giao hàng, đánh giá *Detail images, description, price, shipping fee, reviews*

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Lấy số đơn chia cho lượt hiển thị rồi gọi đó là tỷ lệ chuyển đổi. Con số 0,09% chỉ cho biết cả phễu hẹp, chưa chỉ ra khâu nào hỏng. Hãy tách thành hai tỷ lệ như các bước trên.
Dividing orders by impressions and calling it the conversion rate. The 0.09% figure only says the

whole funnel is narrow; it does not point to the broken stage. Split it into two rates as in the steps above.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Kết luận từ số quá nhỏ. Sản phẩm có 20 lượt nhấp và 1 đơn cho tỷ lệ 5%, nhưng thêm một đơn là thành 10%. Hãy gom đủ vài trăm lượt nhấp rồi mới so sánh.
Drawing conclusions from tiny numbers. A product with 20 clicks and 1 order shows 5%, but one more order makes it 10%. Gather a few hundred clicks before you compare.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Chạy theo tỷ lệ nhấp cao bằng ảnh giật gân hoặc giá thấp ảo. Khách bấm nhiều nhưng không mua, tỷ lệ chuyển đổi tụt, tiền quảng cáo vẫn mất.
Chasing a high CTR with sensational images or a fake low price. Shoppers click but do not buy, the conversion rate drops, and the ad money is still spent.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Sửa ảnh, tiêu đề, giá và mô tả cùng một lúc. Tuần sau số có tăng bạn cũng không biết nhờ thay đổi nào, và nếu số giảm thì không biết lùi lại thứ gì.
Editing the image, title, price and description all at once. If the numbers rise next week you will not know which change worked, and if they fall you will not know what to roll back.

MẸO / TIP – Mỗi tuần ghi ba số và hai tỷ lệ của từng sản phẩm bán chạy vào một bảng tính. Sau vài tuần bạn sẽ có mốc riêng để biết lúc nào phễu bất thường.
Each week, record the three numbers and two rates for each best-selling product in one spreadsheet. After a few weeks you will have your own benchmark and can spot when the funnel looks off.

2.4. Chi phí mỗi lượt nhấp, chi phí mỗi đơn và điểm hoà vốn quảng cáo – *2.4. Cost per click, cost per acquisition and the break-even point for ads*

Quảng cáo tìm kiếm trên sàn hay trên Google thường tính tiền theo lượt người bấm vào. Ba chỉ số sau cho bạn biết tiền quảng cáo đang sinh lời hay đang chảy đi.
Search ads on marketplaces and on Google usually charge you each time someone clicks. Three numbers tell you whether your ad money is earning or leaking.

CPC (cost per click) là chi phí mỗi lượt nhấp. Giống như bạn phát tờ rơi và trả tiền cho mỗi người dừng lại xem, dù họ có mua hay không. CPC bằng tổng tiền quảng cáo chia cho số lượt nhấp.
CPC (cost per click) is the cost of each click. Think of handing out flyers and paying for every person who stops to look, whether or not they buy. CPC equals total ad spend divided by the number of clicks.

CPA (cost per acquisition) là chi phí mỗi đơn, tức là bạn trả bao nhiêu để có một đơn hàng. CPA bằng tổng tiền quảng cáo chia cho số đơn do quảng cáo mang lại.
CPA (cost per acquisition) is the cost of each order: how much you pay to win one sale. CPA equals total ad spend divided by the number of orders the ads brought in.

ROAS (return on ad spend) là doanh thu trên chi phí quảng cáo. Mỗi đồng quảng cáo kéo về bao nhiêu đồng doanh thu. ROAS bằng doanh thu từ quảng cáo chia cho tiền quảng cáo.

ROAS (return on ad spend) is revenue per unit of ad spend: how much revenue each dong of advertising pulls in. ROAS equals ad revenue divided by ad spend.

Mức chi tối đa cho một đơn mà không lỗ – *The most you can spend per order without losing money*

Doanh thu chưa phải tiền của bạn. Tiền bạn giữ lại là lãi trên đơn trước quảng cáo: giá bán trừ giá vốn, phí sàn và phí vận chuyển mà bạn chịu. Con số này chính là CPA tối đa. Chi vượt nó, mỗi đơn đều lỗ.

Revenue is not your money. What you keep is the profit per order before ads: selling price minus cost of goods, marketplace fees and the shipping you pay. That figure is your maximum CPA. Spend more than that and every order loses money.

Chuẩn bị: giá bán, giá vốn, phần trăm phí sàn, phí vận chuyển bạn chịu, tổng tiền quảng cáo, số nhấp và số đơn trong báo cáo.

You need: selling price, cost of goods, marketplace fee percentage, shipping you pay, total ad spend, and the clicks and orders from your ad report.

1. Tính lãi trước quảng cáo của một đơn: giá bán − giá vốn − phí sàn − phí vận chuyển. Kết quả là CPA tối đa.
   Work out profit per order before ads: price − cost of goods − marketplace fee − shipping. The result is your maximum CPA.
2. Tính CPA thực tế: tiền quảng cáo chia số đơn.
   Calculate your actual CPA: ad spend divided by orders.
3. So sánh. CPA thực tế thấp hơn CPA tối đa thì lãi, cao hơn thì lỗ.
   Compare. Actual CPA below the maximum means profit, above it means loss.
4. Tính ROAS hoà vốn: giá bán chia lãi trước quảng cáo. ROAS thực tế phải cao hơn mức này.
   Work out break-even ROAS: price divided by profit before ads. Your real ROAS must be higher.
5. Tính CPC tối đa: CPA tối đa nhân tỷ lệ chuyển đổi (số đơn chia số nhấp). Dùng số này làm trần khi đặt giá thầu từ khoá.
   Work out maximum CPC: maximum CPA times the conversion rate (orders divided by clicks). Use it as the ceiling when you bid on keywords.

> **VÍ DỤ / EXAMPLE –** Bạn bán một chiếc ví giá 250.000 đồng, giá vốn 120.000, phí sàn 15% (37.500), phí vận chuyển bạn chịu 25.000. Lãi trước quảng cáo: 250.000 − 120.000 − 37.500 − 25.000 = 67.500 đồng. Đó là CPA tối đa. Bạn chi 1.500.000 đồng quảng cáo, được 600 lượt nhấp và 30 đơn. CPC = 1.500.000 / 600 = 2.500 đồng. CPA = 1.500.000 / 30 = 50.000 đồng, thấp hơn 67.500 nên có lãi. Mỗi đơn còn 67.500 − 50.000 = 17.500 đồng, tổng 30 × 17.500 = 525.000 đồng. Kiểm lại: 30 × 67.500 = 2.025.000, trừ 1.500.000 ra 525.000. Doanh thu 30 × 250.000 = 7.500.000 nên ROAS = 7.500.000 / 1.500.000 = 5. ROAS hoà vốn = 250.000 / 67.500 ≈ 3,70, và 5 cao hơn nên lãi. Tỷ lệ chuyển đổi là 30 / 600 = 5%, nên CPC tối đa = 67.500 × 5% = 3.375 đồng. Giả sử chiến dịch chỉ ra 20 đơn: CPA = 75.000, ROAS = 5.000.000 / 1.500.000 ≈ 3,33. Cả hai đều xấu hơn mức hoà vốn, bạn lỗ 20 × 67.500 − 1.500.000 = −150.000 đồng.

Say you sell a wallet at 250,000 dong, cost of goods 120,000, marketplace fee 15% (37,500), shipping you pay 25,000. Profit before ads: 250,000 − 120,000 − 37,500 − 25,000 = 67,500 dong. That is your maximum CPA. You spend 1,500,000 dong on ads and get 600 clicks and 30 orders. CPC = 1,500,000 / 600 = 2,500 dong. CPA = 1,500,000 / 30 = 50,000 dong, below 67,500, so you profit. Each order keeps 67,500 − 50,000 = 17,500 dong, 30 × 17,500 = 525,000 in total. Check: 30 × 67,500 = 2,025,000, minus 1,500,000 gives 525,000. Revenue is 30 × 250,000 = 7,500,000, so ROAS = 7,500,000 / 1,500,000 = 5. Break-even ROAS = 250,000 / 67,500 ≈ 3.70, and 5 is higher, so you profit. Conversion rate is 30 / 600 = 5%, so maximum CPC = 67,500 × 5% = 3,375 dong. If the same campaign had brought only 20 orders: CPA = 75,000, ROAS = 5,000,000 / 1,500,000 ≈ 3.33. Both are worse than break-even, and you lose 20 × 67,500 − 1,500,000 = −150,000 dong.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Một sản phẩm biên mỏng hơn: cốc giữ nhiệt giá 180.000 đồng, giá vốn 90.000, phí sàn 15% (27.000), vận chuyển bạn chịu 18.000. Lãi trước quảng cáo: 180.000 − 90.000 − 27.000 − 18.000 = 45.000 đồng, cũng là CPA tối đa. ROAS hoà vốn = 180.000 / 45.000 = 4. Bạn chi 900.000 đồng quảng cáo và được 20 đơn. Doanh thu 20 × 180.000 = 3.600.000, nên ROAS = 3.600.000 / 900.000 = 4. CPA = 900.000 / 20 = 45.000, đúng bằng mức tối đa. Lãi: 20 × 45.000 − 900.000 = 0 đồng. Báo cáo ghi ROAS 4 nghe ổn, nhưng bạn làm không công.

A thinner-margin product: a thermos cup at 180,000 dong, cost of goods 90,000, marketplace fee 15% (27,000), shipping you pay 18,000. Profit before ads: 180,000 − 90,000 − 27,000 − 18,000 = 45,000 dong, which is also the maximum CPA. Break-even ROAS = 180,000 / 45,000 = 4. You spend 900,000 dong on ads and get 20 orders. Revenue is 20 × 180,000 = 3,600,000, so ROAS = 3,600,000 / 900,000 = 4. CPA = 900,000 / 20 = 45,000, exactly the maximum. Profit: 20 × 45,000 − 900,000 = 0 dong. The report shows a ROAS of 4, which sounds fine, but you are working for free.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Lấy doanh thu thay cho lãi để đặt ngân sách: ROAS 5 nghe đẹp nhưng nếu biên lãi mỏng thì vẫn lỗ. Một lỗi nữa là quên trừ đơn huỷ và đơn hoàn khi đếm số đơn, nên CPA thật cao hơn con số trên báo cáo.

Using revenue instead of profit to set a budget: ROAS of 5 sounds good, but with thin margins you can still lose. Another slip is forgetting cancelled and returned orders when counting orders, so your true CPA is higher than the report shows.

MẸO / TIP – Mỗi sản phẩm có biên lãi khác nhau, nên tính CPA tối đa và ROAS hoà vốn riêng cho từng sản phẩm rồi ghi vào bảng tính. Chỉ cần nhìn một dòng là biết quảng cáo nào được chạy tiếp.

Each product has a different margin, so calculate maximum CPA and break-even ROAS for every product and keep them in a spreadsheet. One glance tells you which ads to keep running.

2.5. Giá trị đơn trung bình và giá trị vòng đời khách hàng – *2.5. Average order value and customer lifetime value*

Giá trị đơn trung bình là số tiền một đơn mang về, tính trung bình. Hình dung quán trà sữa đầu ngõ: mỗi lượt khách ghé trả khoảng 45.000 đồng thì đó là giá trị đơn trung bình của quán. Biết con số này, bạn mới biết một đơn có đủ nuôi phí ship, phí sàn và quảng cáo hay không.

Average order value (AOV) is the average amount one order brings in. Picture the milk tea stand at the end of your street: if each visit costs about 45,000 VND, that is its AOV. Once you know it, you can tell whether a single order covers shipping, marketplace fees and ads.

Giá trị vòng đời khách hàng (viết tắt CLV, từ Customer Lifetime Value) là tổng lãi một khách mang lại trong cả thời gian họ mua của bạn. Ở mục này ta chỉ tính trong một năm cho dễ kiểm chứng. Nó giúp trả lời câu hỏi: tôi được phép bỏ ra bao nhiêu tiền để có một khách mới?

Customer lifetime value (CLV) is the total profit one customer brings you over the time they keep buying from you. Here we only count one year, which is easier to check. It answers one question: how much may I spend to win a new customer?

Cần chuẩn bị – *What you need*

- Danh sách đơn của 12 tháng gần nhất, xuất từ sàn hoặc sổ đơn, đã bỏ đơn huỷ và đơn hoàn.
  Your orders from the last 12 months, exported from the marketplace or your order log, with cancelled and returned orders removed.
- Tên hoặc số điện thoại khách để biết ai mua nhiều lần. Sàn thường cho xem mục khách quay lại.
  A customer name or phone number so you can see who bought more than once. Marketplaces often show a returning-customer figure.
- Lãi trên một đơn đã tính ở mục tính lãi: sau giá vốn, phí sàn, phí vận chuyển.
  Profit per order, already worked out after cost of goods, marketplace fees and shipping.

Các bước tính – *Steps*

1. Cộng doanh thu của các đơn thành công trong 12 tháng, rồi chia cho số đơn đó. Kết quả là giá trị đơn trung bình.
   Add up the revenue of successful orders over 12 months, then divide by the number of those orders. The result is your AOV.
2. Đếm số khách khác nhau đã mua trong 12 tháng. Chia tổng số đơn cho số khách để ra số đơn trung bình mỗi khách. Lấy số này trừ 1 thì được số lần mua lại.
   Count the different customers who bought in 12 months. Divide total orders by customers to get orders per customer. Subtract 1 to get the number of repeat purchases.
3. Nhân giá trị đơn trung bình với số đơn mỗi khách để ra doanh thu một khách trong một năm.
   Multiply AOV by orders per customer to get yearly revenue per customer.
4. Nhân tiếp với lãi trên một đơn tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu. Đó là giá trị một khách trong một năm.
   Multiply by your profit margin per order. That is the one-year value of a customer.
5. Chọn mức chi tối đa để kéo một khách mới, thường bằng một phần ba đến một nửa giá trị đó. Phần còn lại là lãi và tiền dự phòng.
   Set the most you will spend to win a new customer, usually one third to one half of that value. The rest is profit and a safety cushion.

```
Giá trị đơn trung bình = Doanh thu đơn thành công / Số đơn thành công
Giá trị một khách một năm = Giá trị đơn trung bình x Số đơn mỗi khách x Tỷ lệ lãi
```

VÍ DỤ / EXAMPLE – Cửa hàng trà bán 1.000 đơn thành công trong 12 tháng, doanh thu 300.000.000 đồng, có 200 khách khác nhau. Giá trị đơn trung bình là 300.000.000 / 1.000 = 300.000 đồng. Số đơn mỗi khách là 1.000 / 200 = 5, tức mua lại 4 lần mỗi năm. Doanh thu một khách là 5 x 300.000 = 1.500.000 đồng. Lãi mỗi đơn sau mọi khoản trừ là 25%, tức 75.000 đồng, nên một khách mang về 5 x 75.000 = 375.000 đồng lãi. Cửa hàng chạy quảng cáo 3.000.000 đồng và được 20 khách mới, vậy mỗi khách mới tốn 150.000 đồng. Nếu chỉ nhìn đơn đầu thì lãi 75.000 mà tốn 150.000, trông như lỗ 75.000. Nhìn cả năm thì lãi 375.000 trừ 150.000 còn 225.000 đồng. Mức chi tối đa theo nửa giá trị khách là 187.500 đồng, nên 150.000 vẫn nằm trong giới hạn.
A tea shop has 1,000 successful orders in 12 months, revenue 300,000,000 VND, and 200 different customers. AOV is 300,000,000 / 1,000 = 300,000 VND. Orders per customer are 1,000 / 200 = 5, meaning 4 repeat purchases a year. Revenue per customer is 5 x 300,000 = 1,500,000 VND. Profit per order after all deductions is 25%, or 75,000 VND, so one customer brings 5 x 75,000 = 375,000 VND in profit. The shop spends 3,000,000 VND on ads and gets 20 new customers, so each costs 150,000 VND. Looking at the first order alone, profit is 75,000 against a cost of 150,000, a loss of 75,000. Over the year, 375,000 minus 150,000 leaves 225,000 VND. The cap at half the customer value is 187,500 VND, so 150,000 is within the limit.

VÍ DỤ / EXAMPLE – Thêm một phép so sánh. Cửa hàng A bán đồ gia dụng: đơn trung bình 500.000 đồng, mỗi khách 1,2 đơn một năm, lãi 20%. Một khách mang về 500.000 x 1,2 x 0,2 = 120.000 đồng. Cửa hàng B bán đồ ăn vặt: đơn trung bình 120.000 đồng, mỗi khách 6 đơn, lãi 25%. Một khách mang về 120.000 x 6 x 0,25 = 180.000 đồng. Đơn của B nhỏ hơn nhiều, nhưng mỗi khách của B lại có giá trị cao hơn khách của A 60.000 đồng.
One more comparison. Shop A sells home appliances: AOV 500,000 VND, 1.2 orders per customer a year, 20% margin. One customer brings 500,000 x 1.2 x 0.2 = 120,000 VND. Shop B sells snacks: AOV 120,000 VND, 6 orders per customer, 25% margin. One customer brings 120,000 x 6 x 0.25 = 180,000 VND. B's orders are much smaller, yet each of B's customers is worth 60,000 VND more than one of A's.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Dùng số mua lại của một vài khách trung thành rồi áp cho tất cả. Phải chia tổng đơn cho toàn bộ khách, kể cả người chỉ mua một lần.
Taking the repeat rate of a few loyal buyers and applying it to everyone. Divide total orders by all customers, including one-time buyers.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Tính lãi bằng doanh thu thay vì lãi sau giá vốn, phí và ship. Khi đó mức chi cho khách mới bị đẩy lên quá cao.
Using revenue instead of profit after cost, fees and shipping. That pushes the acquisition budget far too high.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Chi hết cả giá trị khách vào quảng cáo. Tiền lãi đến chậm theo từng lần mua lại, còn tiền quảng cáo ra ngay, nên bạn phải đủ vốn chờ.
Spending the whole customer value on ads. Profit arrives slowly over repeat orders while ad money leaves at once, so you need enough cash to wait.

LỖI HAY GẶP / COMMON MISTAKE – Lấy số liệu của khách vừa mới đến. Người mua lần đầu từ tháng 10 chưa có đủ thời gian mua lại, nên số đơn mỗi khách bị kéo thấp. Hãy dùng đủ 12 tháng như ở bước đầu.
Counting customers who only just arrived. Someone who first bought in October has had little time to come back, which drags orders per customer down. Use the full 12 months, as in the first step.

> **GHI CHÚ / NOTE –** Một sản phẩm giá rẻ vẫn có thể là khách quý nếu họ mua lại đều. Đo lại ba con số này mỗi quý: giá trị đơn trung bình, số đơn mỗi khách, lãi mỗi đơn.
> *A cheap product can still bring a valuable customer if they keep coming back. Recheck three figures each quarter: AOV, orders per customer and profit per order.*

2.6. Các cách khách trả tiền và tiền về tay người bán khi nào – *2.6. How buyers pay and when the money reaches you*

Bốn cách trả và rủi ro của từng cách – *The four payment methods and their risks*

Khách có bốn cách trả tiền quen thuộc: trả khi nhận hàng, ví điện tử, thẻ và chuyển khoản. Với người bán, điều cần biết là tiền về lúc nào và có thể mất ở đâu. Hàng đã xuất kho mà tiền chưa về thì bạn vẫn phải trả tiền nhập hàng, tiền thuê người, tiền quảng cáo. Gian hàng lãi trên giấy vẫn có thể cạn tiền mặt.

Buyers usually pay in one of four ways: cash on delivery, e-wallet, card, or bank transfer. What matters to you is when the money arrives and where it can go missing. Once goods leave your shelf, you still owe your supplier, staff and ad bill. A shop that is profitable on paper can still run out of cash.

Thanh toán khi nhận hàng (COD, viết tắt của cash on delivery) là khách đưa tiền mặt cho shipper. Đơn vị vận chuyển thu hộ rồi chuyển lại cho bạn sau vài ngày. Cách này dễ chốt đơn nhưng hay gặp khách từ chối nhận, gọi là bom hàng.

Cash on delivery (COD) means the buyer hands cash to the courier. The carrier collects on your behalf and pays you a few days later. It closes sales easily, but buyers sometimes refuse the parcel. Sellers call this a bomb order.

Ví điện tử, thẻ và chuyển khoản là khách trả trước khi nhận hàng. Trên sàn, tiền thường được sàn giữ lại, đến khi khách xác nhận đã nhận hàng hoặc hết thời hạn khiếu nại mới chuyển cho bạn. Ví dụ đời thường: giống nhờ người quen giữ tiền cọc đến khi hai bên giao nhận xong. Số ngày giữ khác nhau theo từng sàn, nên bạn đọc chính sách đối soát của sàn mình bán.

E-wallet, card and bank transfer are prepaid. On a marketplace, the platform usually holds the money until the buyer confirms receipt or the dispute window ends, then releases it to you. Think of a friend holding a deposit until both sides have handed over. The holding period differs by platform, so read the settlement policy of the one you sell on.

Chuyển khoản trực tiếp vào tài khoản của bạn thì tiền về ngay. Rủi ro nằm ở chỗ khác: ảnh chụp màn hình chuyển tiền giả. Thẻ có rủi ro khách khiếu nại với ngân hàng sau đó, và tiền có thể bị trừ lại.

A direct bank transfer reaches you at once. The risk lies elsewhere: fake transfer screenshots. Cards carry the risk that the buyer disputes the charge with their bank later, and the money can be clawed back.