



# CẨM NANG: SẴN SÀNG ÁP DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO DÀNH CHO NHÀ BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN



# LỜI NGỎ

**Các hình thức kinh doanh đã có những bước tiến dài, từ hình thức giao dịch trực tiếp truyền thống đến các dịch vụ giao hàng trực tuyến liền mạch mà chúng ta tin dùng ngày nay.** Trong ngành thương mại điện tử năng động, chúng ta đang chứng kiến một cuộc chuyển mình lớn khác – được thúc đẩy bởi Trí tuệ nhân tạo (AI).

Một nghiên cứu gần đây của McKinsey & Company chỉ ra rằng các doanh nghiệp ứng dụng AI trong bán hàng và tiếp thị có thể tăng doanh thu lên đến 15%, đồng thời giảm chi phí vận hành đến 20%<sup>1</sup>. Riêng tại Đông Nam Á, các giải pháp ứng dụng AI dự kiến sẽ đóng góp hơn 1 nghìn tỷ USD cho nền kinh tế khu vực vào năm 2030<sup>2</sup>, cho thấy tác động không thể phủ nhận của AI đối với thương mại và tinh thần khởi nghiệp trong lĩnh vực kỹ thuật số.

Tuy nhiên, việc tích hợp những công nghệ mới không chỉ cần thời gian và công sức, mà còn đòi hỏi **nguồn lực chuyên biệt, hướng dẫn bài bản** và một **chiến lược rõ ràng** để đảm bảo triển khai thành công. Chính vì vậy, Lazada cam kết đồng hành và hỗ trợ các nhà bán hàng trên hành trình này, thông qua những cải tiến vượt bậc và các công cụ ứng dụng AI tiên tiến hàng đầu.

**“Thu hẹp khoảng cách AI: Cẩm nang Sẵn sàng ứng dụng Trí tuệ nhân tạo dành cho Nhà bán hàng trực tuyến”**, được hợp tác phát triển bởi Kantar Singapore, ra đời nhằm cung cấp cho nhà bán hàng những kiến thức sâu sắc và nguồn lực thiết thực, giúp bạn khai thác hiệu quả công nghệ này – cho dù bạn là *người mới tìm hiểu, người có mong muốn tìm hiểu* hay *đã thành thạo về AI*. Cẩm nang cũng giới thiệu các công cụ ứng dụng AI hiện có trên Lazada, giúp nâng cao hiệu suất, hỗ trợ khách hàng ra quyết định và mở ra những cơ hội tăng trưởng mới cho doanh nghiệp của bạn.

**Đón đầu AI không chỉ là để bắt kịp xu hướng, mà còn là để dẫn đầu cuộc chơi.** Bằng việc chủ động đón đầu AI, các nhà bán hàng có thể tạo dựng nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp trong tương lai. Lazada tự hào là đối tác đồng hành cùng bạn trên hành trình này, cam kết mang đến sự hỗ trợ và công nghệ cần thiết để mọi nhà bán hàng đều có thể thành công trong kỷ nguyên mới.

Tương lai của thương mại điện tử là kỷ nguyên của trí tuệ nhân tạo, và điều đó bắt đầu ngay từ hôm nay. Hãy cùng nhau kiến tạo tương lai đó.

**James Dong**  
**Giám đốc Điều hành, Tập đoàn Lazada**

<sup>1</sup> *Tiếp thị và kinh doanh ứng dụng AI đạt tầm cao mới với AI tạo sinh*, McKinsey & Company, 11/05/2023

<sup>2</sup> *Tầm năng kinh tế của AI tạo sinh: Bước tiến nâng suất mới*, McKinsey & Company, 14/06/2023

# Tuyên bố miễn trừ trách nhiệm

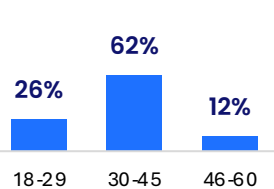
Mọi nội dung được chia sẻ trong tài liệu này đều thuộc phạm vi của báo cáo này. Nội dung này có thể được chia sẻ, nhưng không được phép tái bản, dù là một phần hay toàn bộ, nếu không có sự đồng ý trước bằng văn bản của Lazada và/hoặc chủ sở hữu nội dung liên quan. Trong phạm vi pháp luật cho phép, Lazada từ chối mọi trách nhiệm đối với bất kỳ bên nào về bất kỳ thiệt hại trực tiếp, gián tiếp, ngụ ý, đặc biệt, ngẫu nhiên, hoặc thiệt hại mang tính hệ quả nào khác phát sinh trực tiếp hoặc gián tiếp từ việc sử dụng nội dung này. Tài liệu được cung cấp "nguyên trạng" và không đi kèm bất kỳ bảo đảm nào.

© 2025, Lazada South East Asia Pte. Ltd. Bảo lưu mọi quyền.

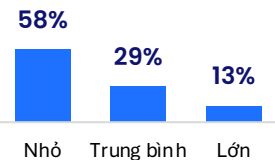
# Phương pháp nghiên cứu



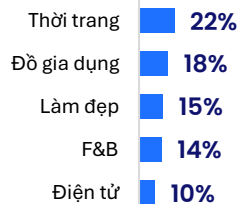
## ĐỘ TUỔI



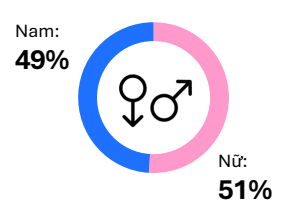
## QUY MÔ DOANH NGHIỆP



## NGÀNH HÀNG KINH DOANH



## GIỚI TÍNH



Để hiểu rõ hơn về mức độ sẵn sàng ứng dụng AI của các nhà bán hàng trực tuyến tại Đông Nam Á, Lazada đã khảo sát 1.214 nhà bán hàng trên các nền tảng thương mại điện tử, đa dạng về giới tính, nhóm tuổi và mức thu nhập hộ gia đình, tại sáu quốc gia: Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thái Lan và Việt Nam.



CẨM NANG:  
SẴN SÀNG ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO DÀNH CHO NHÀ BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN  
TỔNG QUAN VỀ AI

# 01

## TỔNG QUAN VỀ AI

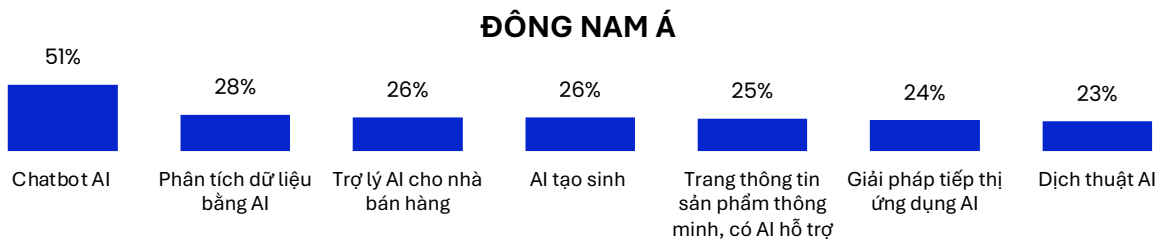
Tổng quan về tình hình sử dụng và ứng dụng AI hiện nay



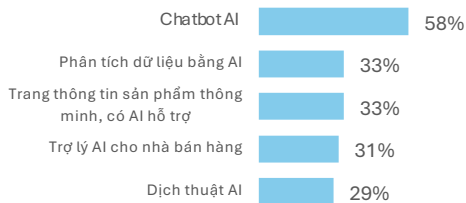
# Trung bình, các nhà bán hàng ở Đông Nam Á sử dụng 4 công cụ AI trong doanh nghiệp của họ

Các nhà bán hàng ở Đông Nam Á thường có xu hướng sử dụng các công cụ AI phổ biến, đã có mặt trên thị trường một thời gian, ví dụ như chatbot AI, công cụ phân tích dữ liệu và AI tạo sinh.

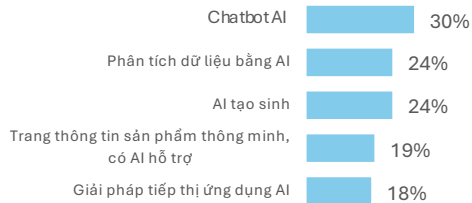
## Tình hình sử dụng các ứng dụng AI



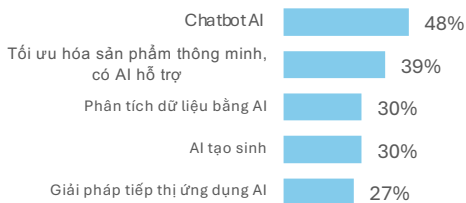
### Malaysia



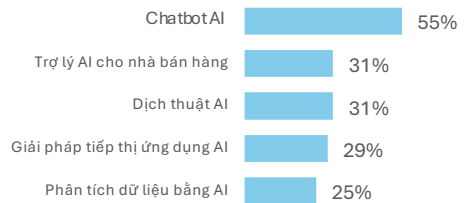
### Singapore



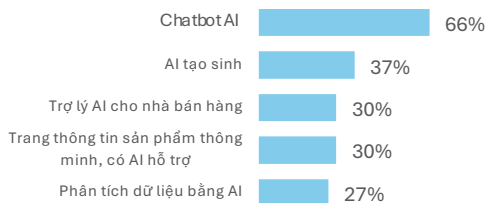
### Thái Lan



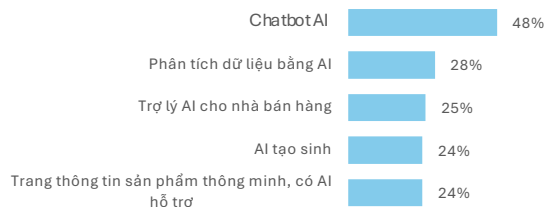
### Indonesia



### Philippines



### Việt Nam

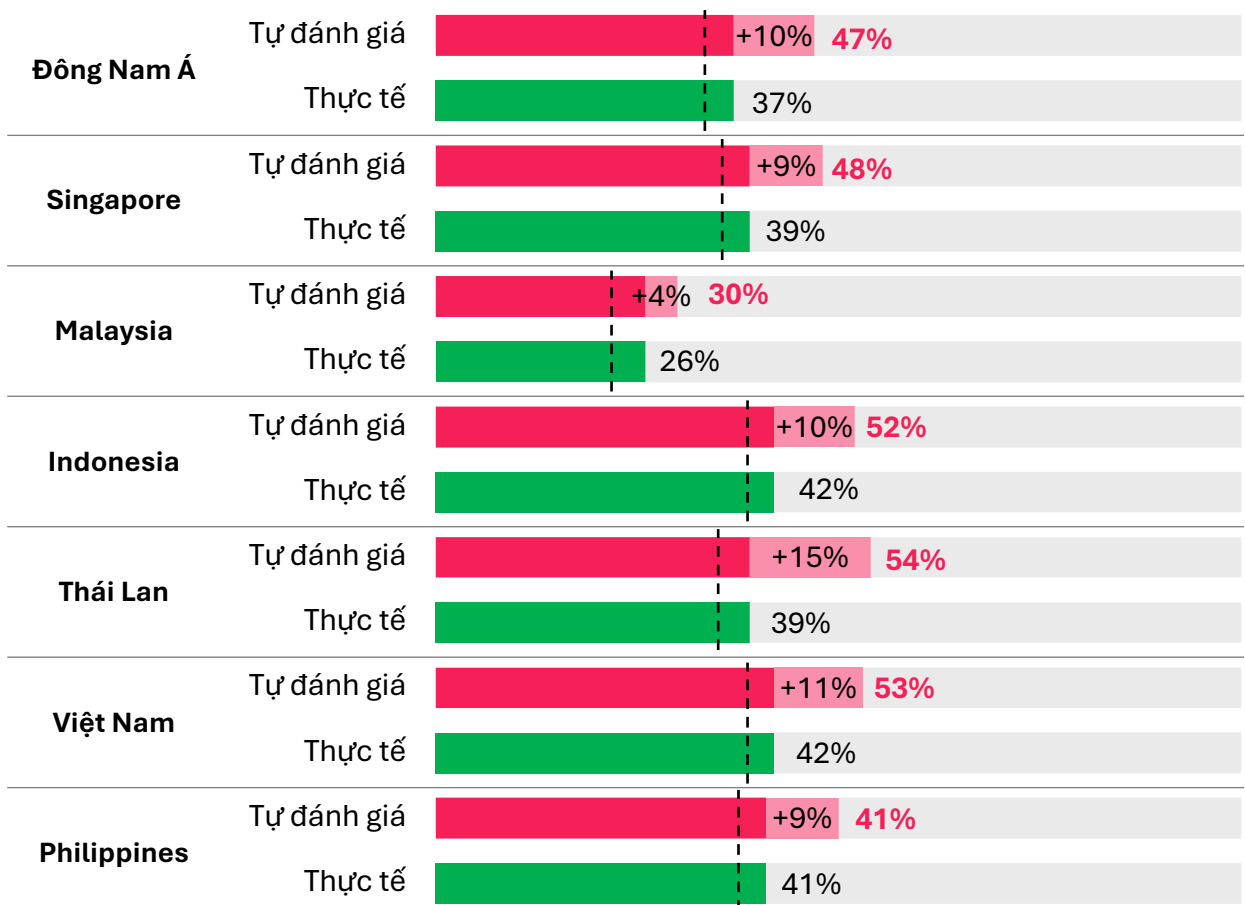


# Sự chênh lệch giữa mức độ ứng dụng AI tự đánh giá và thực tế cho thấy sự cần thiết của cần có sự hỗ trợ mạnh mẽ để thu hẹp khoảng cách này

Gần một nửa số nhà bán hàng ở Đông Nam Á nghĩ rằng họ đã ứng dụng AI ở mức độ cao; tuy nhiên, trên thực tế, việc triển khai vẫn còn thấp hơn đáng kể.

Để thay đổi hiệu quả vấn đề này đòi hỏi đầu tư chi phí và thời gian, ngoài ra phải kể đến yếu tố then chốt là việc thấu hiểu và tận dụng đúng nguồn lực.

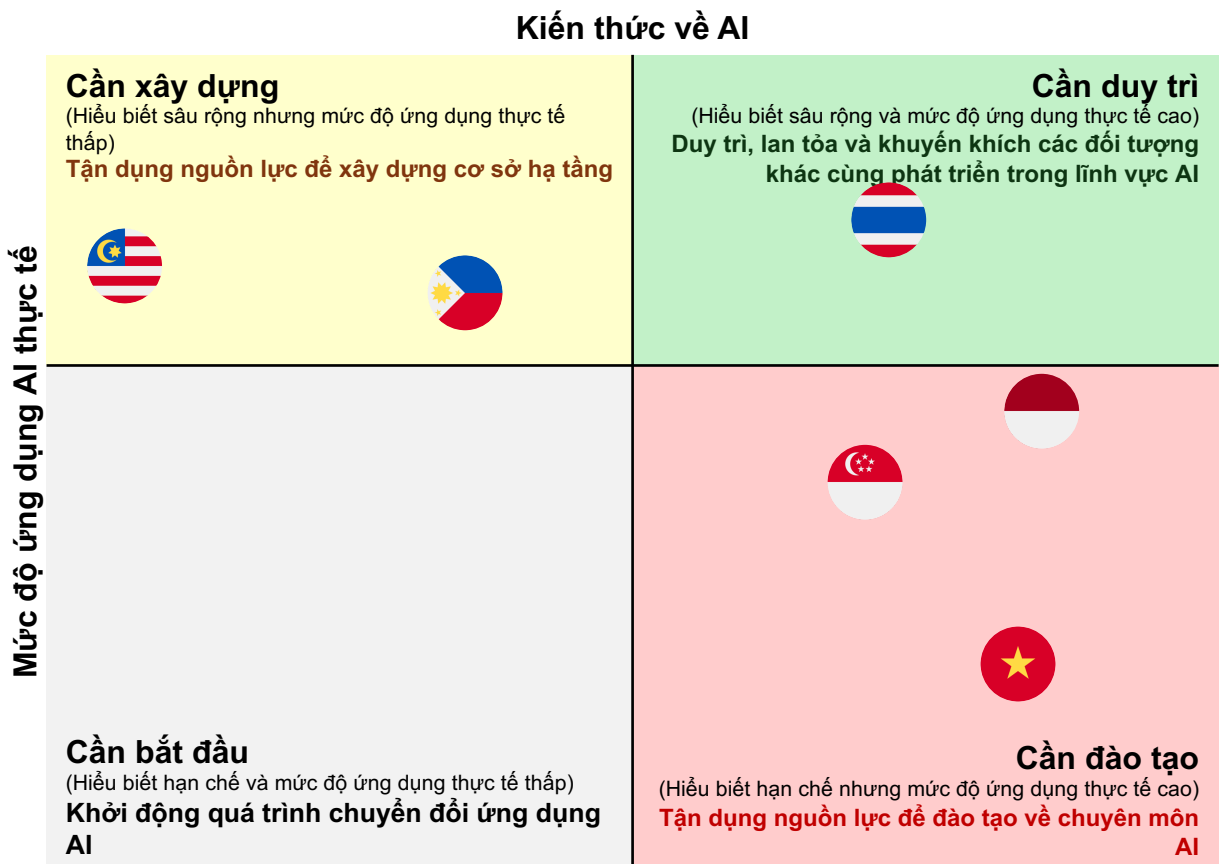
## Mức độ ứng dụng tự đánh giá so với thực tế



# Để phát triển các giải pháp hiệu quả, việc xem xét sự khác biệt giữa các thị trường là rất cần thiết, nhằm thúc đẩy tăng trưởng và ứng dụng AI một cách bền vững

Tại Malaysia và Philippines, cơ sở hạ tầng là rào cản lớn nhất trong việc ứng dụng AI. Trong khi đó, ở Indonesia, Singapore và Việt Nam, việc nâng cao kiến thức về các công cụ AI đóng vai trò then chốt để tăng cường vị thế trong cuộc đua trí tuệ nhân tạo. Thái Lan đạt được sự cân bằng tốt nhờ có nền tảng kiến thức chuyên môn vững chắc và cơ sở hạ tầng hiện đại.

## Kiến thức - Ứng dụng AI



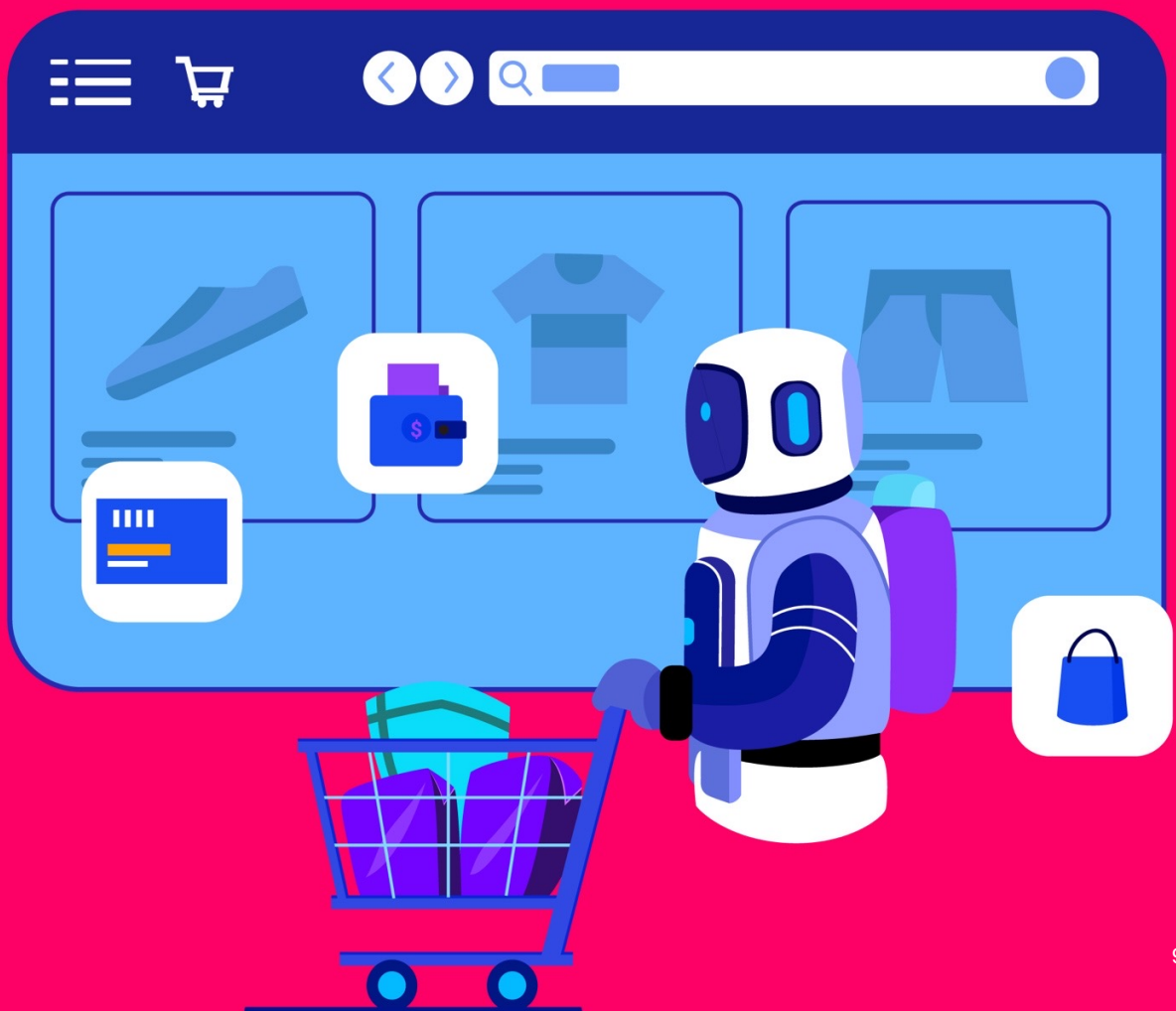


**CẨM NANG:**  
**SẴN SÀNG ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO DÀNH CHO NHÀ BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN**  
**CÁC NHÓM NGƯỜI BÁN HÀNG**

# 02

# CÁC NHÓM NGƯỜI BÁN HÀNG

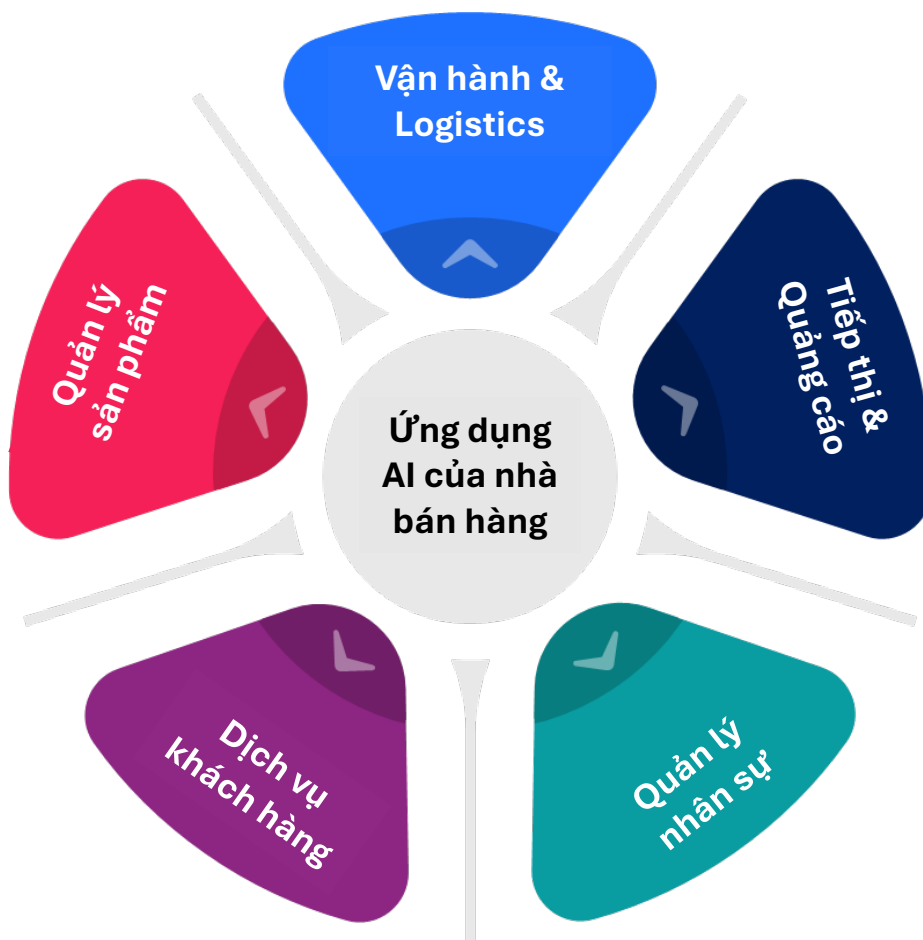
Hiểu rõ các nhóm nhà bán hàng để xây dựng chiến lược ứng dụng AI hiệu quả và phù hợp cho từng nhóm



## Ba nhóm nhà bán hàng chính được xác định dựa trên mức độ ứng dụng AI thực tế trong từng lĩnh vực hoạt động kinh doanh của họ

Thông qua khảo sát với 1.214 nhà bán hàng thương mại điện tử ở Đông Nam Á, chúng tôi đã phân loại thành ba nhóm đối tượng chính, dựa trên mức độ ứng dụng AI trong năm lĩnh vực hoạt động kinh doanh cốt lõi của họ (xem bên dưới).

Mỗi lĩnh vực bao gồm 4-9 quy trình làm việc. Nhà bán hàng được yêu cầu chọn phương án mô tả đúng nhất cách làm việc hiện tại của họ cho từng quy trình làm việc. Sau đó, nhà bán hàng được xếp loại về mức độ ứng dụng AI dựa trên điểm trung bình đạt được trong mỗi lĩnh vực hoạt động.

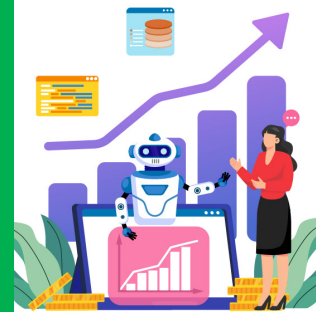


**Mỗi nhóm đại diện cho một mức điểm mà họ đạt được, từ nhóm "Thành Thạo AI", những người luôn đón đầu xu hướng, cho đến nhóm "Thận Trọng Với AI", những người chậm chân hơn trong việc ứng dụng AI**

**A**

### **Nhóm Thành Thạo AI**

Những nhà bán hàng đang tích hợp AI vào ít nhất 80% hoạt động kinh doanh, thuộc nhóm 25% dẫn đầu về mức độ ứng dụng AI.



**B**

### **Nhóm Quan Tâm Đến AI**

Những nhà bán hàng ứng dụng AI ở mức trung bình và còn một số hạn chế trong quy trình nghiệp vụ làm việc.

**C**

### **Nhóm Thận Trọng Với AI**

Những nhà bán hàng chậm ứng dụng AI trong hầu hết các quy trình công việc, thuộc nhóm 25% những nhà bán ứng dụng AI ít nhất.

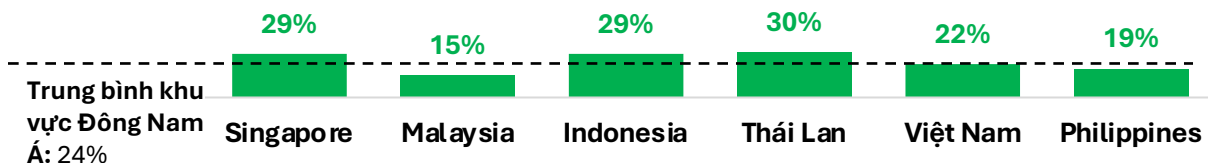


# Tại Đông Nam Á, cứ 4 nhà bán hàng thương mại điện tử thì có đến 3 người cần được hỗ trợ thêm trong quá trình ứng dụng AI

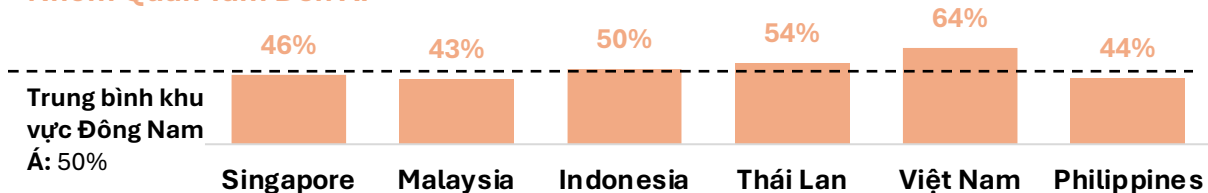
Tương tự kết quả trong ma trận Kiến thức - Ứng dụng AI, Singapore, Indonesia và Thái Lan là những nước dẫn đầu, chiếm tỷ lệ cao nhất về số lượng nhà bán hàng thuộc nhóm Thành Thạo AI. Malaysia và Philippines có tỷ lệ nhóm Thận Trọng Với AI cao hơn, nguyên nhân có thể do những hạn chế về cơ sở hạ tầng (mức độ ứng dụng trong hoạt động còn rất hạn chế). Việt Nam nằm ở khoảng giữa với tỷ lệ nhà bán hàng thuộc Nhóm Quan Tâm Đến AI cao nhất.

## Điểm Sẵn Sàng Ứng Dụng AI

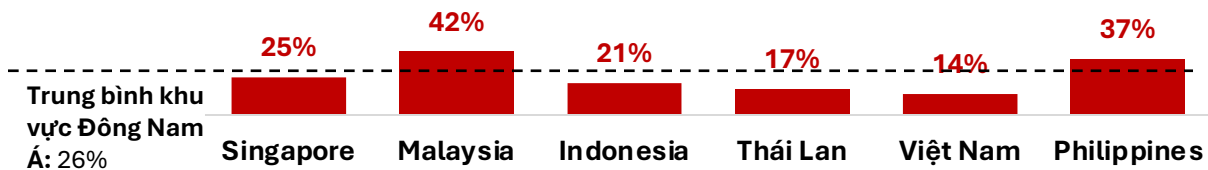
### Nhóm Thành Thạo AI



### Nhóm Quan Tâm Đến AI



### Nhóm Thận Trọng với AI

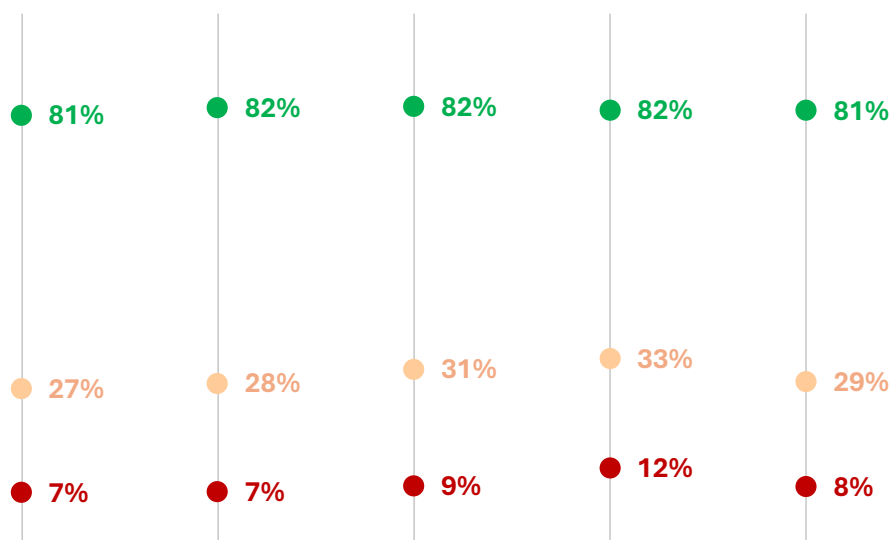


# Nhóm Thận Trọng Với AI và Nhóm Quan Tâm Đến AI tụt lại khá xa so với nhóm Nhóm Thành Thạo AI trong việc triển khai các quy trình ứng dụng AI

Mức độ ứng dụng AI nhìn chung tương đối đồng đều giữa các hoạt động chính trong mỗi nhóm. Trung bình, Nhóm Thận Trọng Với AI chỉ triển khai 1 đến 2 quy trình ứng dụng AI cho mỗi hoạt động. Đối với Nhóm Quan Tâm Đến AI, con số này là khoảng 3 quy trình có ứng dụng AI cho mỗi hoạt động. Trong khi đó, Nhóm Thành Thạo AI ứng dụng trung bình 5 quy trình AI cho mỗi hoạt động.

## Mức độ ứng dụng thực tế trong các hoạt động

Số lượng quy trình ứng dụng AI được triển khai	Vận hành & Logistics (Trên tổng số 8)	Quản lý Sản phẩm (Trên tổng số 9)	Tiếp thị & Quảng cáo (Trên tổng số 5)	Dịch vụ Khách hàng (Trên tổng số 4)	Quản lý nhân sự (Trên tổng số 5)
● Thành Thạo AI	6 đến 7	7 đến 8	4	3	4
● Quan Tâm Đến AI	2	2 đến 3	1 đến 2	1 đến 2	1 đến 2
● Thận Trọng Với AI	0 đến 1	0 đến 1	0 đến 1	0 đến 1	0 đến 1



## Tổng quan về ba nhóm đối tượng

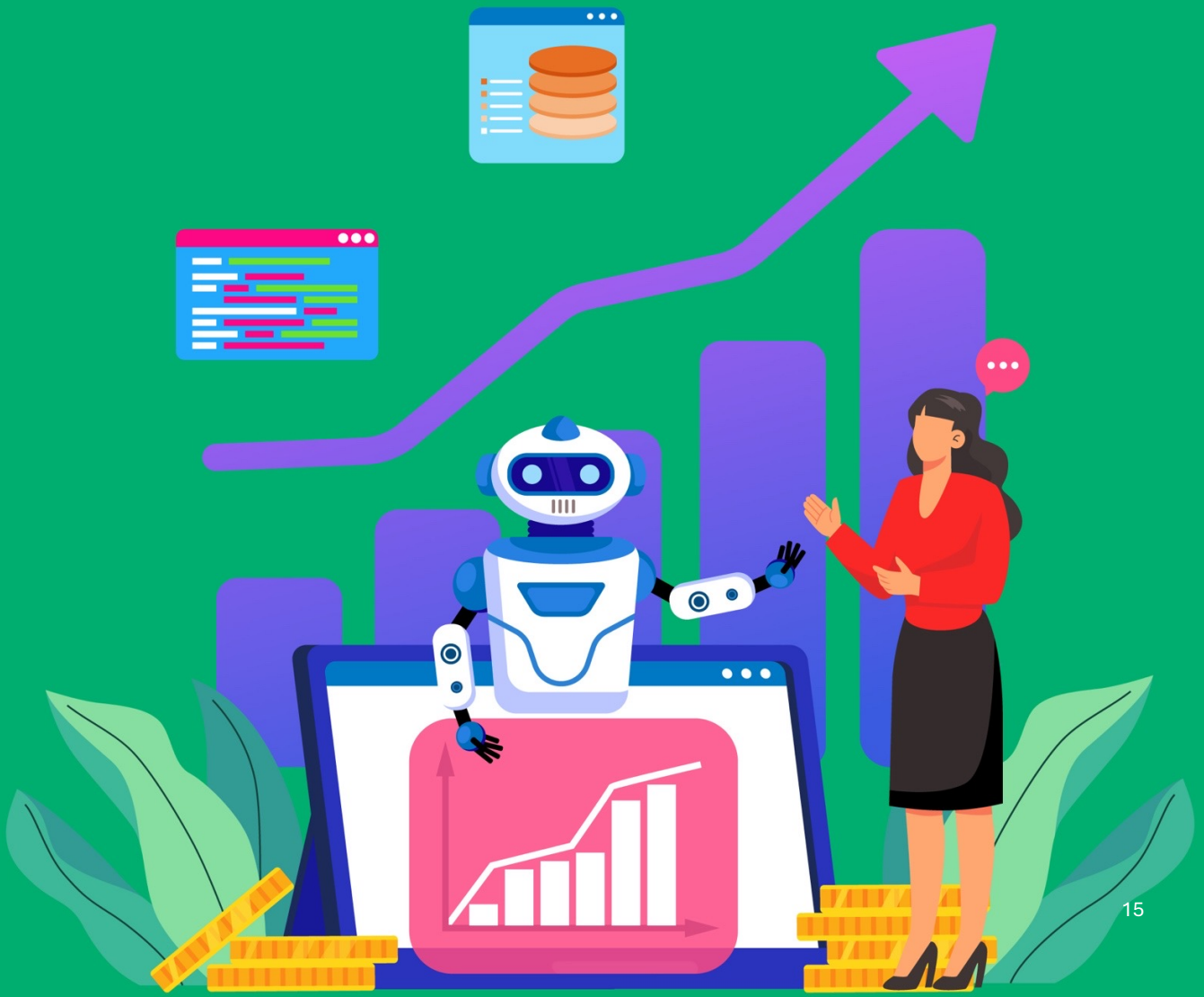
	<b>Nhóm Thành Thạo AI</b>	<b>Nhóm Quan Tâm Đến AI</b>	<b>Nhóm Thận Trọng Với AI</b>
<b>Thông tin nhân khẩu học</b>	Nhà bán hàng trẻ tuổi hơn, doanh nghiệp quy mô vừa, có thời gian hoạt động lâu năm hơn	Tương tự như phần lớn các nhà bán hàng tại Đông Nam Á	Nhà bán hàng lớn tuổi hơn, doanh nghiệp quy mô nhỏ hơn, mới thành lập
<b>Quan điểm</b>	Tích cực, tin rằng AI có thể tăng năng suất nhưng lo ngại về chi phí	Nhiều quan điểm trái chiều, lo ngại về vấn đề rò rỉ dữ liệu	Thận trọng, thiếu tin tưởng và có quan điểm trung lập hơn
<b>Tỷ lệ ứng dụng AI</b>	Ít nhất 80% quy trình công việc có ứng dụng AI	Khoảng 20% quy trình công việc trong các hoạt động chính có ứng dụng AI	Phần lớn các quy trình công việc vẫn được thực hiện thủ công
<b>Các ứng dụng AI được sử dụng</b>	Các công cụ mới, hướng đến người tiêu dùng	Công cụ hỗ trợ tiếp thị	Các công cụ đã được kiểm chứng
<b>Phương thức cải thiện trải nghiệm</b>	Cung cấp thêm nguồn lực và hỗ trợ  Tạo thêm nhiều các cơ hội hợp tác	Cung cấp thêm nguồn lực và hỗ trợ  Cung cấp thêm các chính sách khuyến khích nhà bán hàng	Cung cấp thêm nguồn lực và hỗ trợ  Tăng cường bảo vệ nhà bán hàng
<b>Định hướng</b>	Cung cấp quyền truy cập vào các công cụ thử nghiệm mới, khuyến khích nhà bán hàng chia sẻ kinh nghiệm thực tế trong việc quản lý và thích ứng với thay đổi.	Chia sẻ các mẹo và thủ thuật sử dụng các công cụ tiếp thị, đồng thời củng cố niềm tin của nhà bán hàng về vấn đề bảo mật dữ liệu.	Cung cấp các chương trình đào tạo và cố vấn, hướng dẫn triển khai AI từng bước.

CẨM NANG:  
SẴN SÀNG ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO DÀNH CHO NHÀ BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN  
NHÓM NHÀ BÁN HÀNG THÀNH THẠO VỚI AI

# 2.1

## NHÀ BÁN HÀNG THÀNH THẠO AI

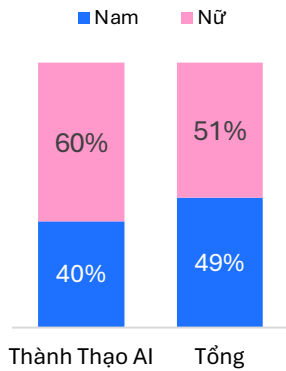
Họ là ai?



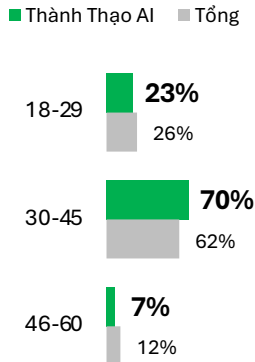
# Nhà bán hàng thành thạo với Trí tuệ nhân tạo

## Tổng quan về đặc điểm

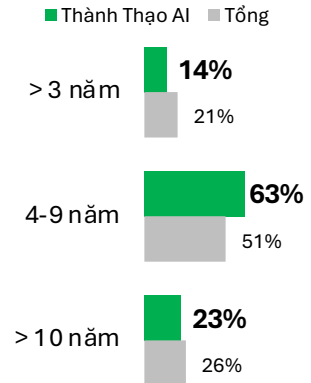
### Giới tính



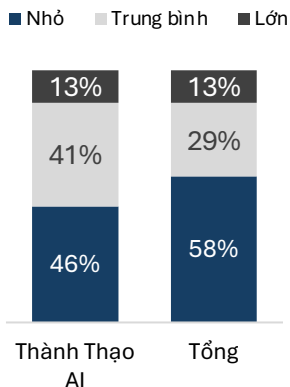
### Độ tuổi



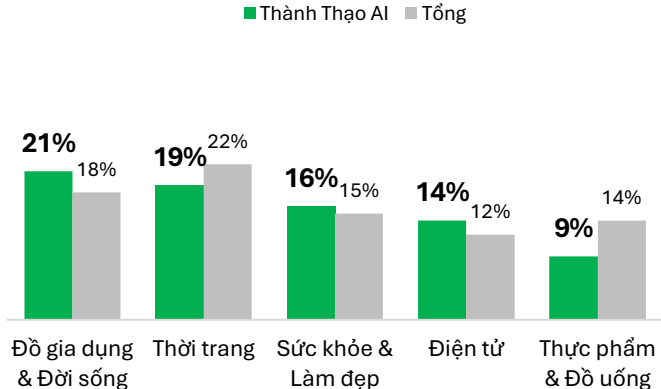
### Thời gian hoạt động



### Quy mô doanh nghiệp



### Ngành hàng kinh doanh



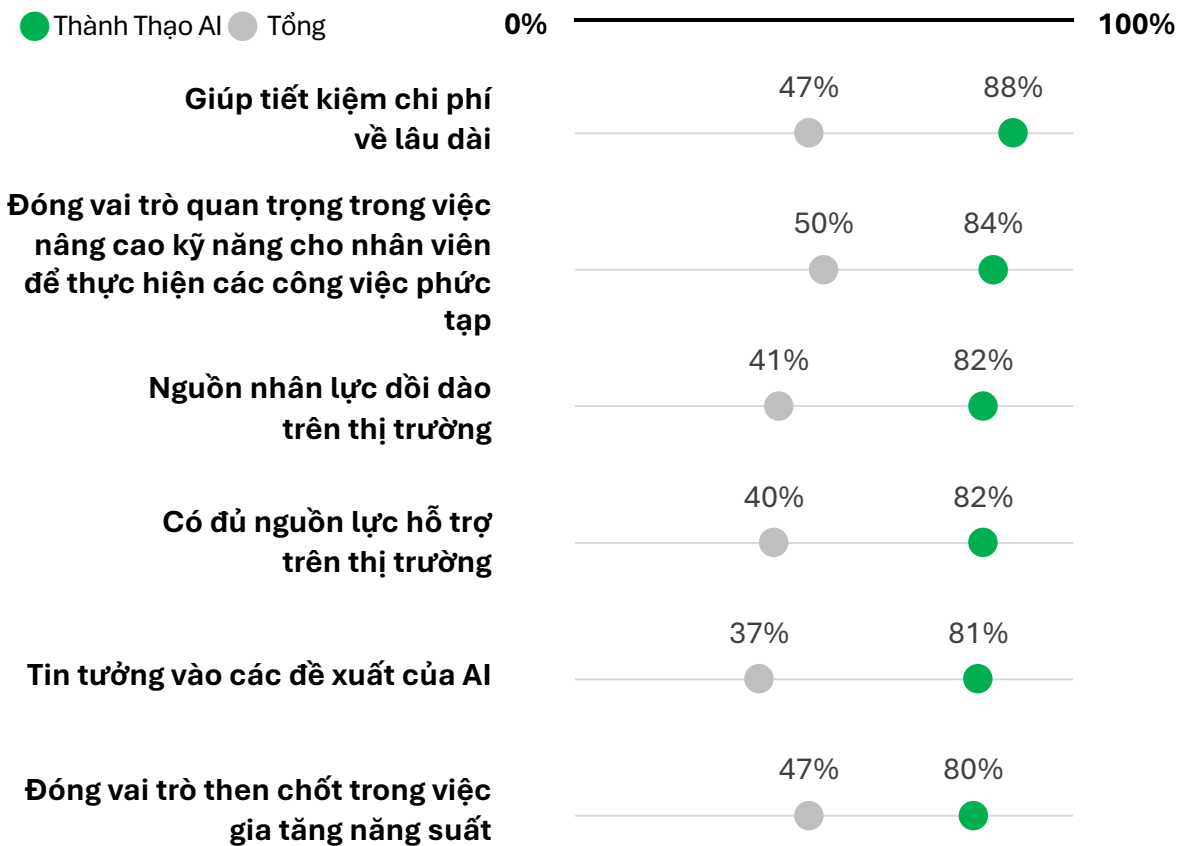


# Nhóm Thành Thạo AI tin rằng AI sẽ giúp tiết kiệm chi phí về lâu dài và cho phép nhân viên đảm nhiệm những công việc phức tạp hơn

Đối với Nhóm Thành Thạo AI, AI được xem là công cụ hỗ trợ nhân viên xử lý những công việc khó. Điều này sẽ góp phần giảm chi phí vận hành về lâu dài. Malaysia có xu hướng xem chi phí là yếu tố thúc đẩy quan trọng nhất, trong khi Singapore lại tập trung nhiều hơn vào việc nâng cao năng suất.



## Những quan điểm tích cực về AI (hoàn toàn đồng ý)

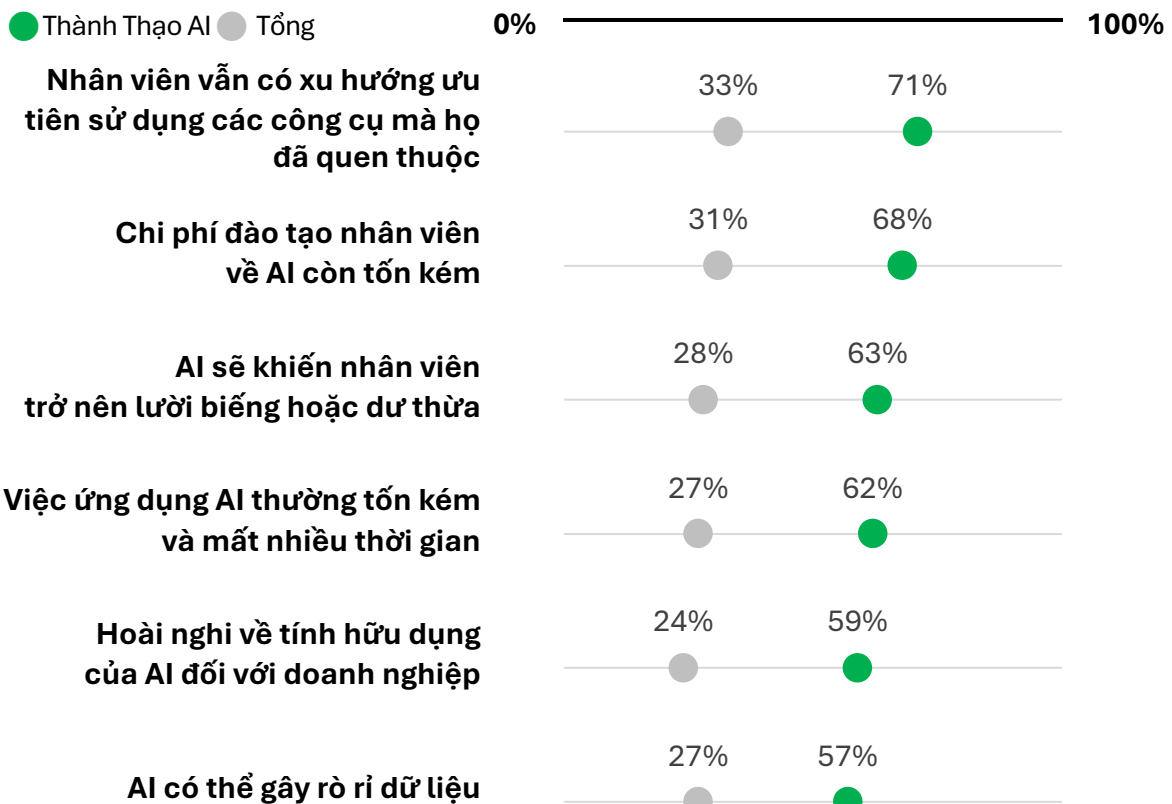


# Ngại thay đổi và chi phí đầu tư ban đầu là những mối lo ngại hàng đầu của Nhóm Thành Thạo AI khi triển khai các quy trình ứng dụng AI

Dù về lâu dài sẽ tiết kiệm chi phí, nhóm "Dẫn đầu" này vẫn xem chi phí là một trong những rào cản lớn nhất trong việc triển khai AI. Ngại thay đổi cũng là một rào cản khác mà họ phải đối mặt. Các nhà bán hàng ở Singapore (SG) thường gặp khó khăn trong việc quản lý thay đổi, trong khi các nhà bán hàng ở Thái Lan (TH) lại lo ngại hơn về vấn đề chi phí.



## Những quan điểm tiêu cực về AI (hoàn toàn đồng ý)



## CẨM NANG:

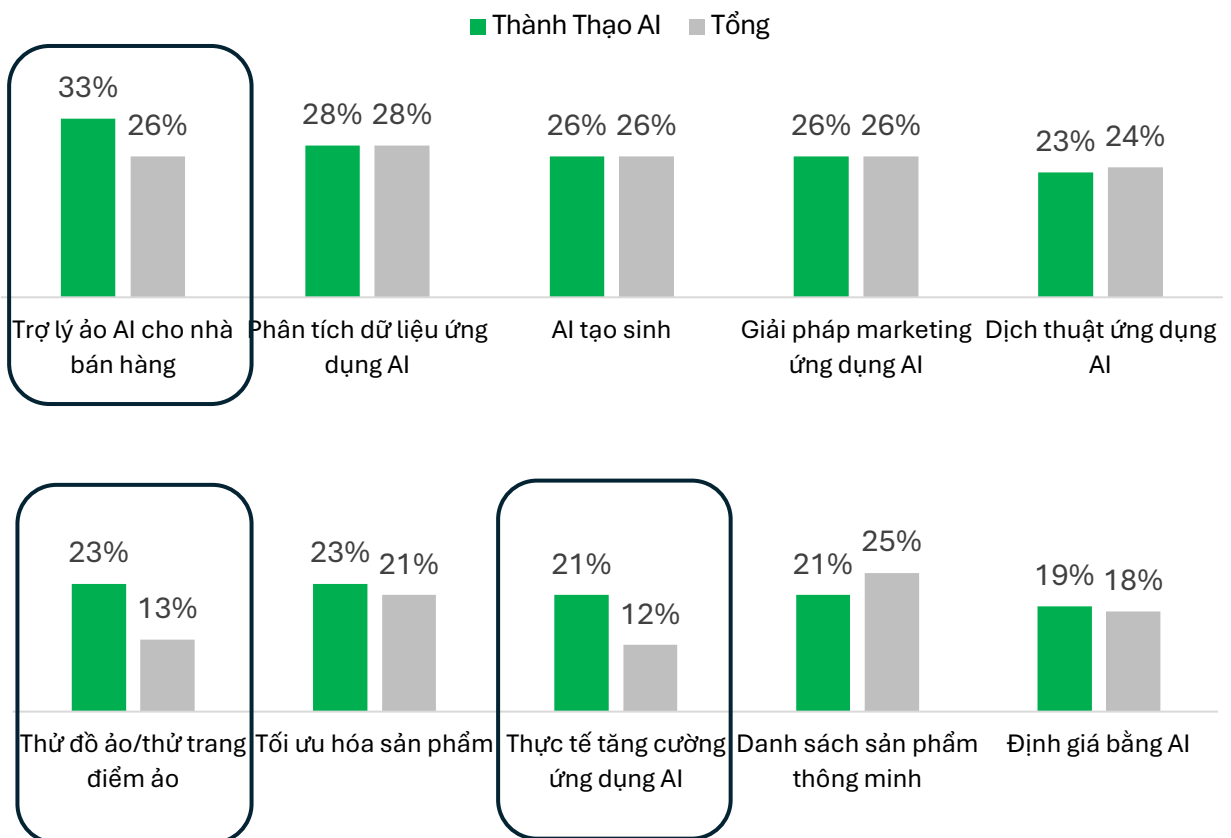
SẴN SÀNG ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO DÀNH CHO NHÀ BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN  
NHÓM NHÀ BÁN HÀNG THÀNH THẠO VỚI AI

# Các ứng dụng AI hàng đầu được Nhóm Thành Thọ AI sử dụng phổ biến là: thử đồ ảo/thử trang điểm ảo, thực tế tăng cường và trợ lý ảo cho nhà bán hàng

Tương tự như các nhà bán hàng thương mại điện tử khác, trợ lý ảo và công cụ phân tích dữ liệu ứng dụng AI là những công cụ được Nhóm Thành Thọ AI sử dụng phổ biến nhất. Bên cạnh đó, họ cũng có xu hướng sử dụng các công nghệ mới hơn như thử đồ ảo/thử trang điểm ảo và thực tế tăng cường (AR).

## Các ứng dụng AI hàng đầu được sử dụng trong thương mại điện tử

: Chênh lệch lớn nhất so với Tổng



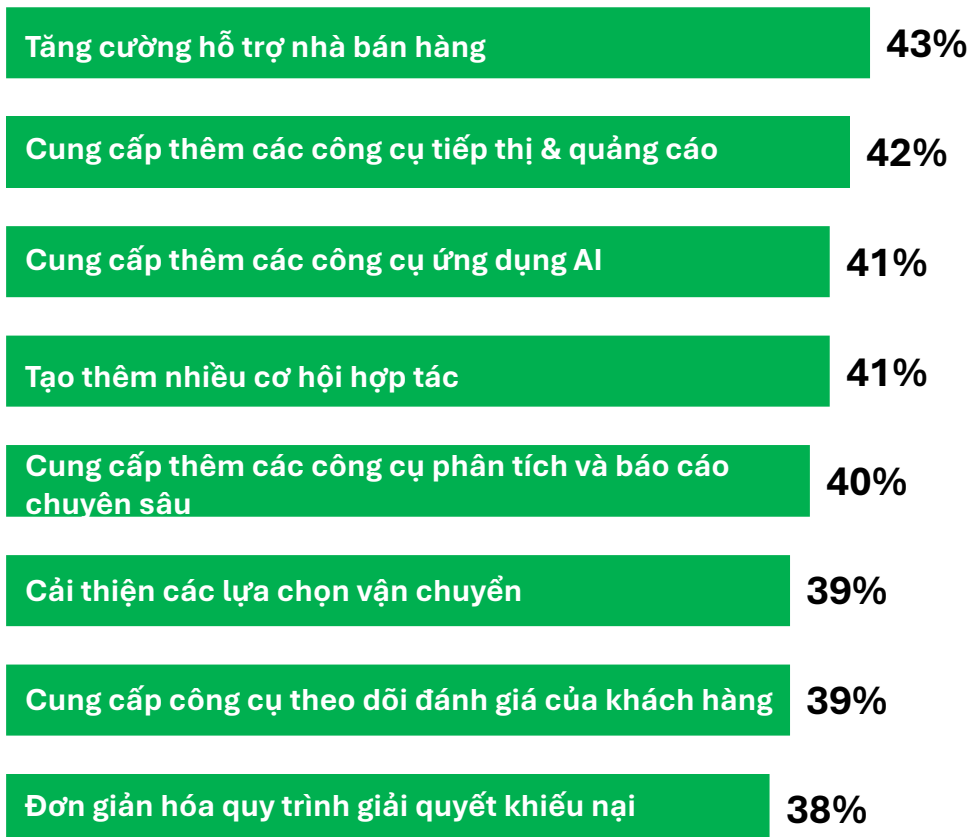
## CẨM NANG:

SẴN SÀNG ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO DÀNH CHO NHÀ BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN  
NHÓM NHÀ BÁN HÀNG THÀNH THẠO VỚI AI

# Bên cạnh việc mong muốn có thêm nguồn lực và công cụ hỗ trợ kinh doanh, Nhóm Thành Thạo AI cũng kỳ vọng có thêm các cơ hội hợp tác

Dù đã dẫn đầu trong việc ứng dụng AI, Nhóm Thành Thạo AI vẫn mong muốn được hỗ trợ nhiều hơn trong suốt quá trình, đặc biệt là về các công cụ tiếp thị hoặc các công cụ ứng dụng AI. Đối với Nhóm Thành Thạo AI, việc tiếp cận được những công nghệ, cải tiến mới nhất sẽ rất hữu ích, giúp họ tiến xa hơn nữa trên hành trình ứng dụng AI của mình.

## Các phương thức cải thiện trải nghiệm của nhà bán hàng



CẨM NANG:  
SẴN SÀNG ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO DÀNH CHO NHÀ BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN  
NHÓM NHÀ BÁN HÀNG QUAN TÂM ĐẾN AI

# 2.2

## NHÓM NHÀ BÁN HÀNG QUAN TÂM ĐẾN AI

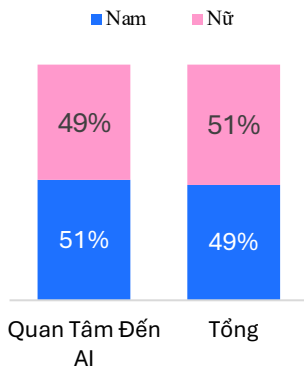
Họ là ai?



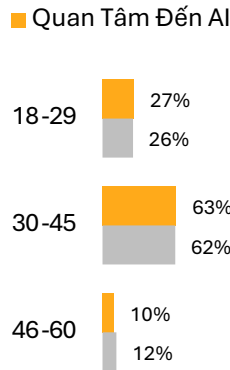
# Quan Tâm Đến Trí tuệ nhân tạo

## Tổng quan về đặc điểm

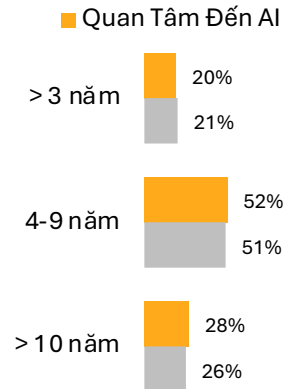
**Giới tính**



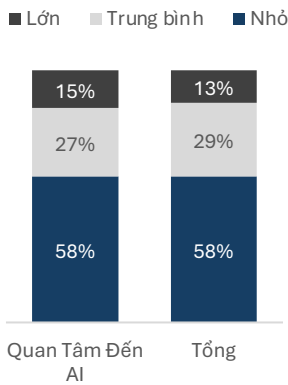
**Độ tuổi**



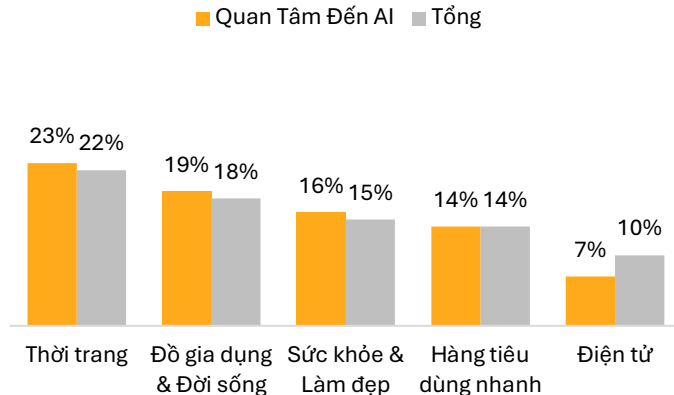
**Thời gian hoạt động**



**Quy mô doanh nghiệp**



**Ngành hàng kinh doanh**

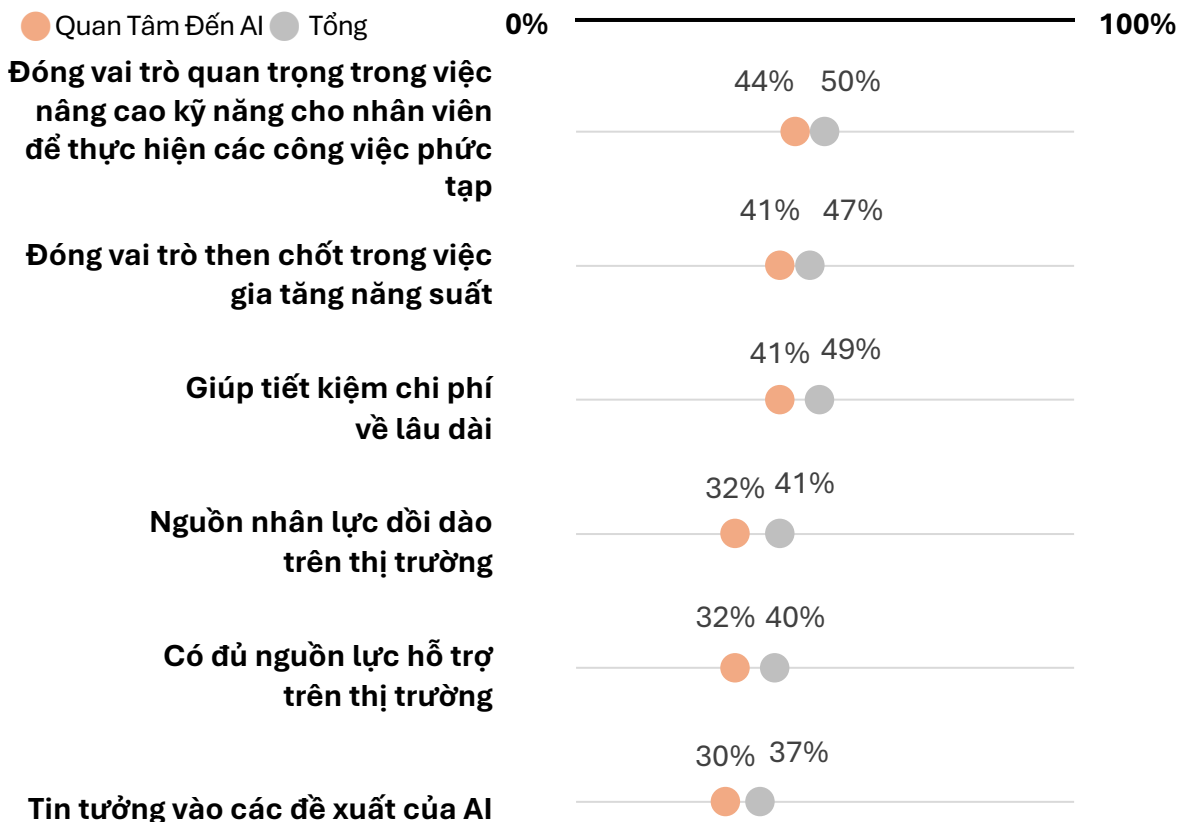


# Nhóm Quan Tâm Đến AI tin rằng AI sẽ hỗ trợ quản lý các công việc phức tạp và gia tăng năng suất

Nhóm Quan Tâm Đến AI đang đầu tư vào AI để nâng cao năng suất, đặc biệt là trong việc xử lý các công việc phức tạp, dễ xảy ra sai sót hoặc tốn nhiều thời gian. Philippines có xu hướng xem chi phí là yếu tố thúc đẩy, trong khi Indonesia tin rằng có đủ nguồn lực để đào tạo nhân viên về AI.



## Những quan điểm tích cực về AI (hoàn toàn đồng ý)

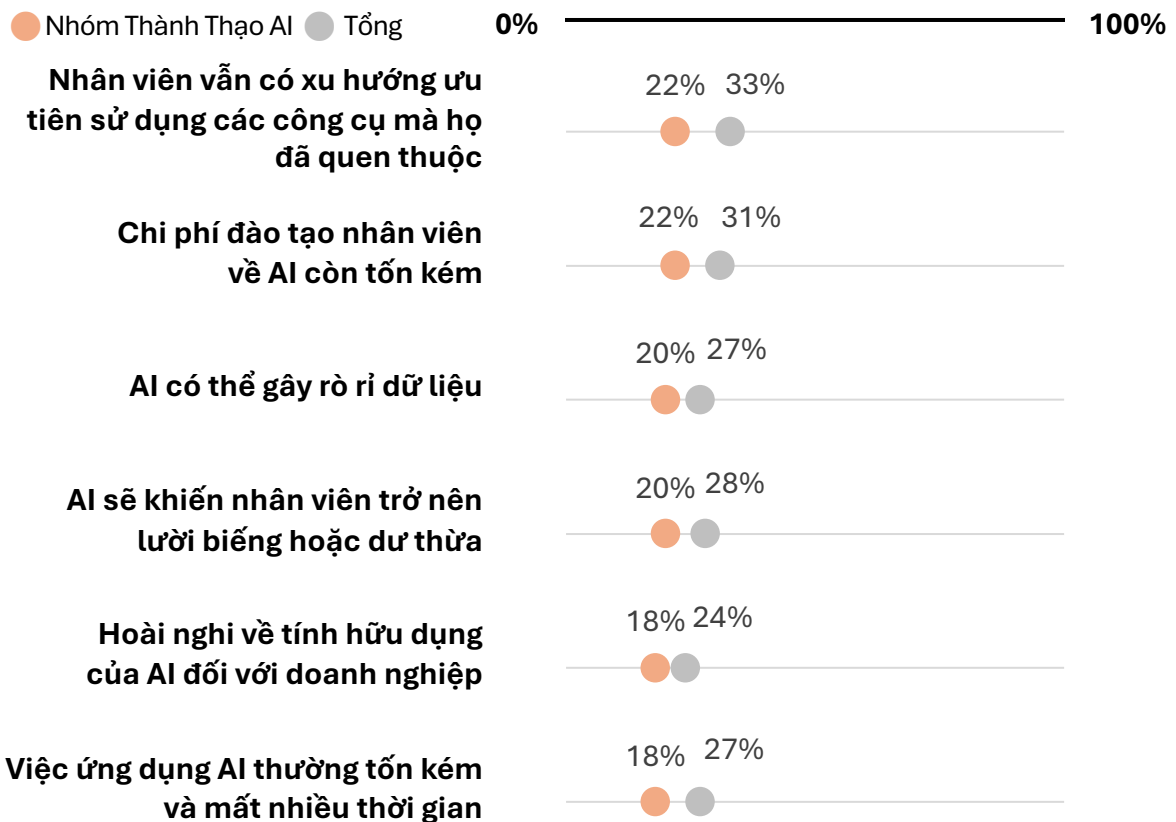


# Nhóm Quan Tâm Đến AI cho rằng việc quản lý thay đổi, chi phí đào tạo và lo ngại rò rỉ dữ liệu là những rào cản chính trong việc triển khai AI

Tương tự như Nhóm Thành Thạo AI, Nhóm Muốn Ứng Dụng AI cũng đánh giá những rào cản trong quá trình triển khai là trở ngại lớn nhất của AI. Vấn đề rò rỉ dữ liệu cũng là một mối lo ngại lớn (đứng thứ 3 đối với Nhóm Muốn Ứng Dụng AI, so với vị trí thứ 6 đối với Nhóm Thành Thạo AI), và đặc biệt đây là mối lo đáng quan ngại hơn ở Thái Lan.



## Những quan điểm tiêu cực về AI (hoàn toàn đồng ý)





## CẨM NANG:

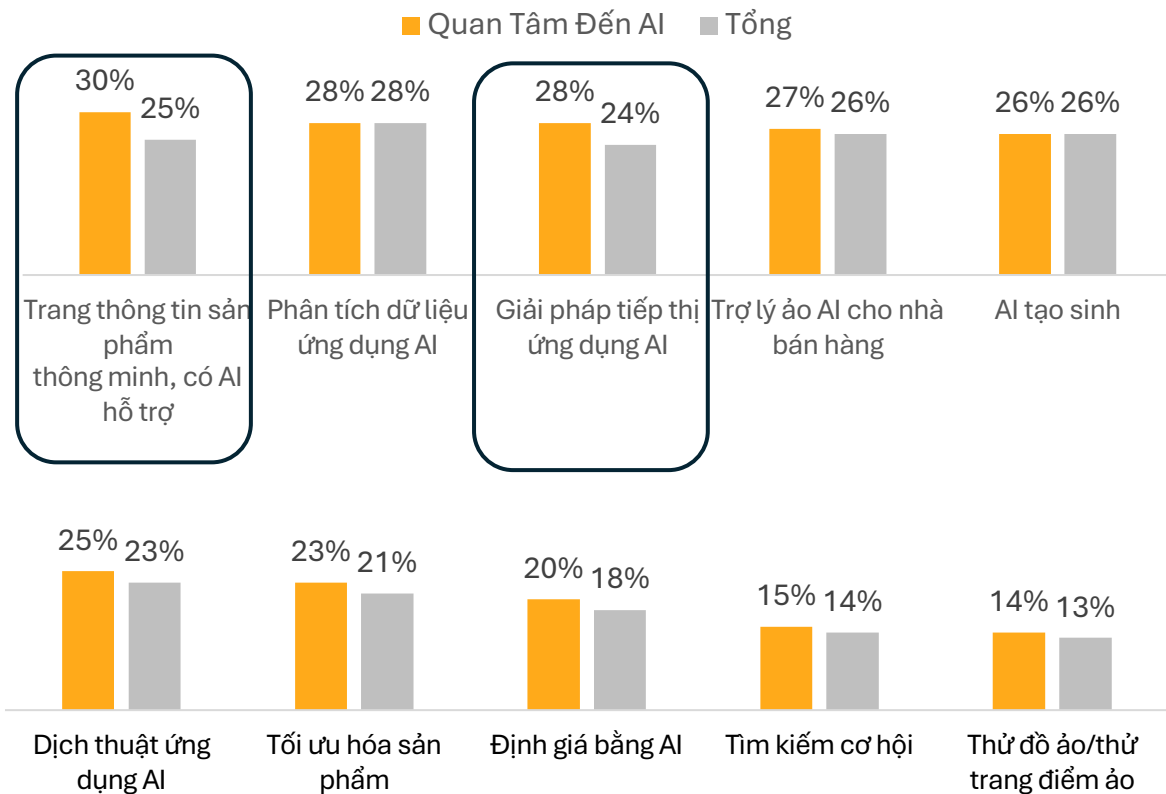
SẴN SÀNG ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO DÀNH CHO NHÀ BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN  
NHÓM NHÀ BÁN HÀNG QUAN TÂM ĐẾN AI

# Trang thông tin sản phẩm thông minh, có AI hỗ trợ và các giải pháp tiếp thị AI là những ứng dụng AI hàng đầu được sử dụng thường xuyên nhất bởi Nhóm Quan Tâm Đến AI

Nhóm Quan Tâm Đến AI thường có xu hướng sử dụng các công cụ tiếp thị ứng dụng AI để tự động điền thông tin sản phẩm và tìm cách tối ưu hiệu quả hoạt động. Không giống như Nhóm Thành Thạo AI, họ ưu tiên các công cụ hỗ trợ nội bộ (khác với các công cụ hướng tới người tiêu dùng) có khả năng tận dụng dữ liệu hiện có để cải thiện quy trình làm việc.

## Các ứng dụng AI hàng đầu được sử dụng trong thương mại điện tử

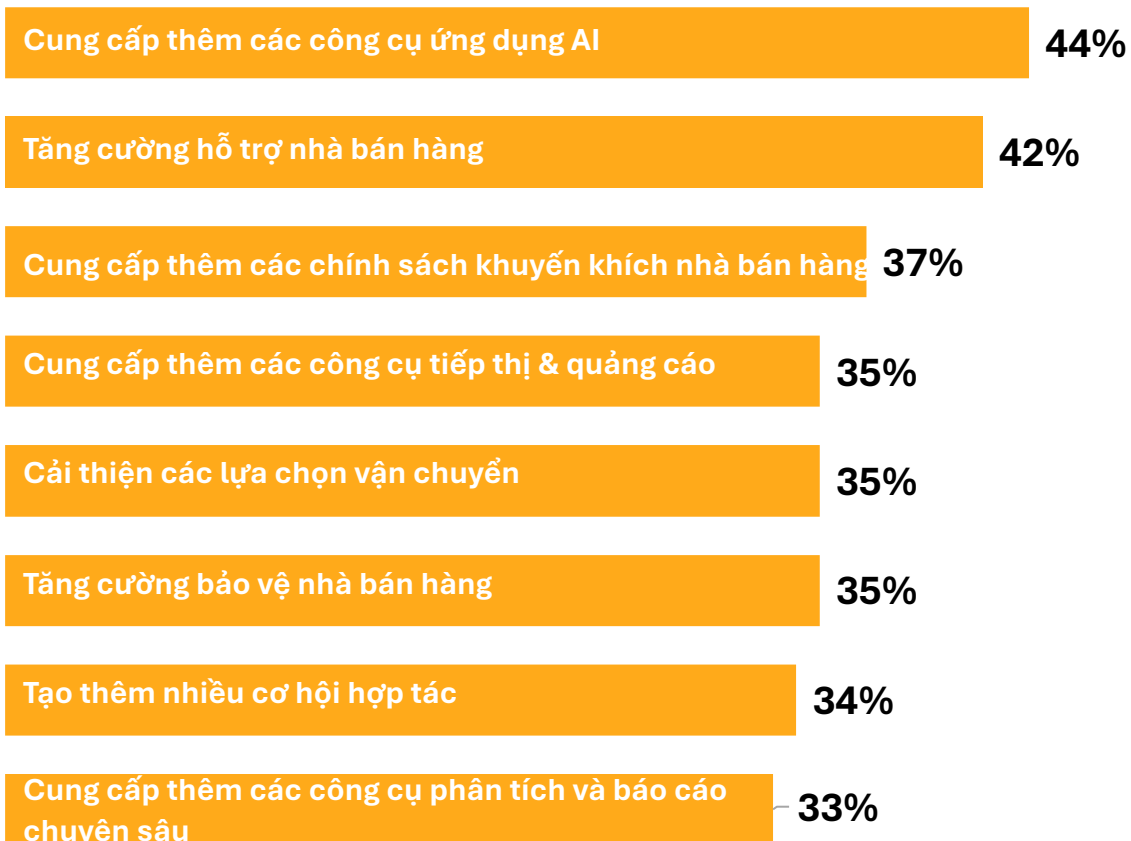
☐ : Chênh lệch lớn nhất so với Tổng



## **Nhóm Quan Tâm Đến AI tìm kiếm thêm các nguồn lực và chính sách khuyến khích dựa trên hiệu suất để cải thiện trải nghiệm của nhà bán hàng**

Việc tiếp cận rộng rãi hơn với các nguồn lực và hỗ trợ về AI, cùng với chính sách khuyến khích hiệu quả để thưởng cho các nhà bán hàng, là những đề xuất hiệu quả nhất để nâng cao trải nghiệm của Nhóm Quan Tâm Đến AI. Chính sách khuyến khích phù hợp có thể giúp giảm bớt nỗi lo về chi phí và thúc đẩy việc ứng dụng các công cụ AI mới, từ đó nâng cao hiệu suất.

### **Các phương thức cải thiện trải nghiệm của nhà bán hàng**



**CẨM NANG:  
SẴN SÀNG ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO DÀNH CHO NHÀ BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN  
NHÓM NHÀ BÁN HÀNG THẬN TRỌNG VỚI AI**

# 2.3

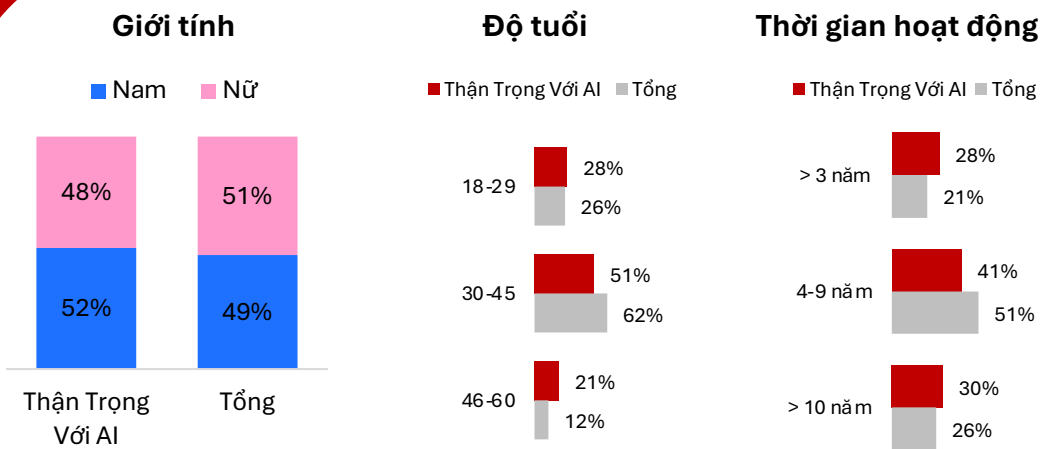
## NHÓM NHÀ BÁN HÀNG THẬN TRỌNG VỚI AI

Họ là ai?

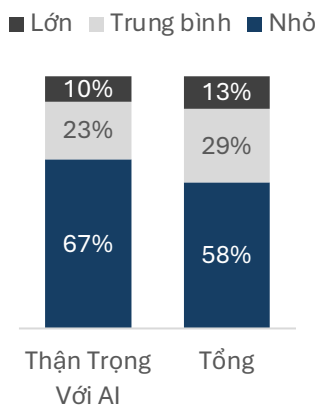


# Thận trọng trong việc ứng dụng Trí tuệ nhân tạo

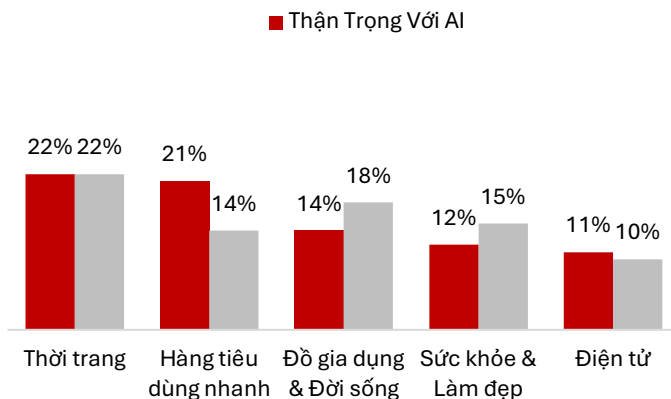
## Tổng quan về đặc điểm



### Quy mô doanh nghiệp



### Ngành hàng kinh doanh

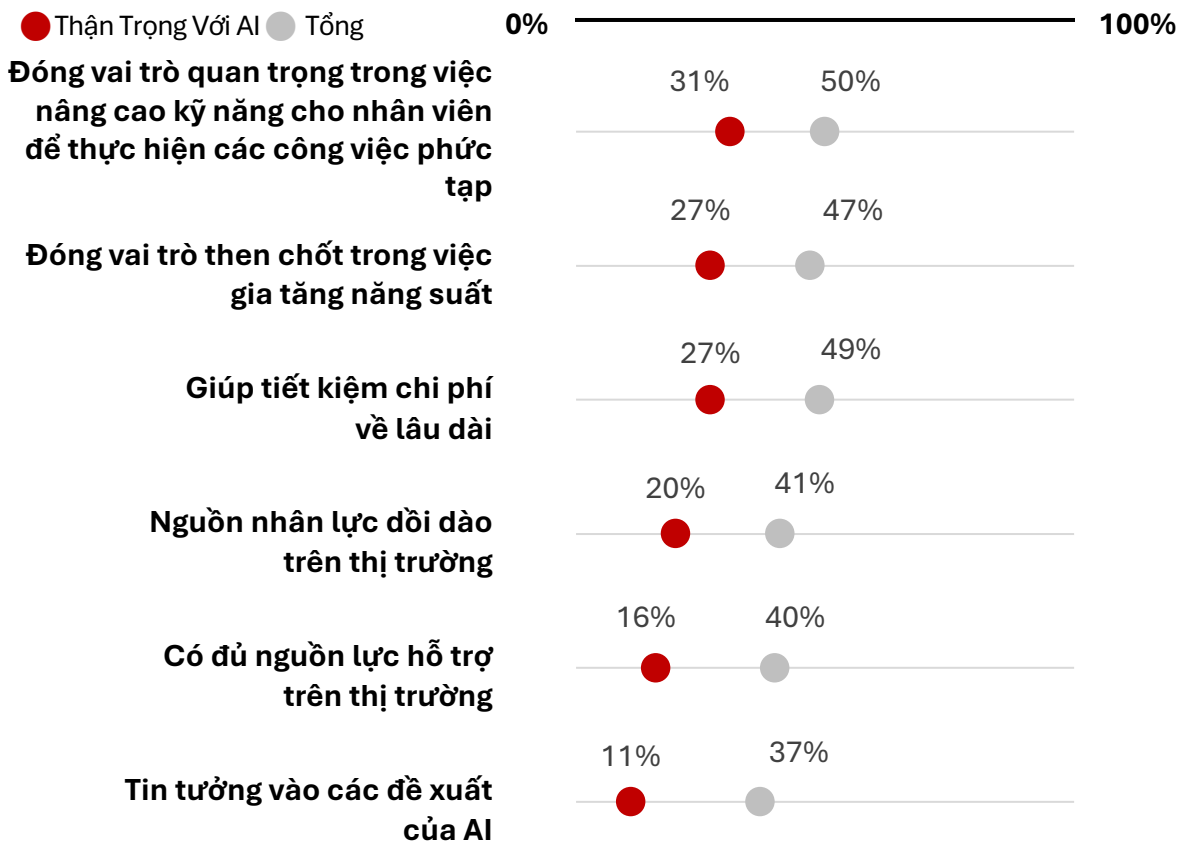


## Nhóm Thận Trọng Với AI có cách tiếp cận e dè hơn với AI, họ cần thêm thời gian và trải nghiệm để xây dựng niềm tin

Nhóm Thận Trọng Với AI là nhóm ít hứng thú nhất với việc ứng dụng AI. Trong khi 1/3 số người trong nhóm này hoàn toàn đồng ý rằng AI có khả năng xử lý các công việc phức tạp, thì số người tin tưởng hoàn toàn vào các đề xuất của AI lại ít hơn đáng kể. Thiếu niềm tin có lẽ là rào cản chính đối với nhóm nhà bán hàng này.



### Những quan điểm tích cực về AI (hoàn toàn đồng ý)

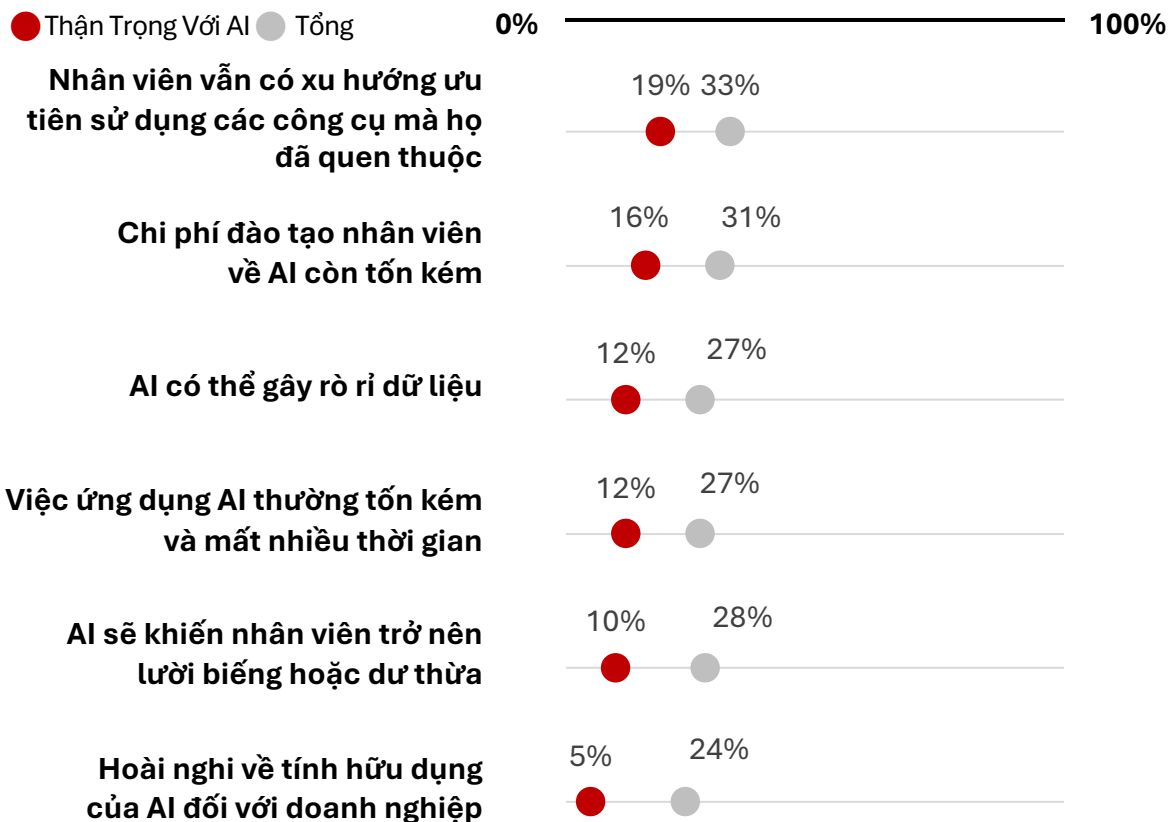


# Nhiều người có quan điểm trung lập về AI, cho thấy cần có lộ trình ứng dụng AI một cách từ từ và thận trọng hơn

Do thiếu niềm tin và chưa quen thuộc với AI, Nhóm Thận Trọng Với AI thường có quan điểm trung lập hơn đối với việc ứng dụng AI (thể hiện qua việc họ "khá đồng ý" hoặc "khá không đồng ý" với các nhận định đưa ra). Nhóm Thận Trọng Với AI có thể cân nhắc việc ứng dụng AI với tốc độ chậm hơn, đồng thời cần sự hỗ trợ từ các nền tảng để giảm bớt khó khăn trong quá trình triển khai.



## Những quan điểm tiêu cực về AI (hoàn toàn đồng ý)

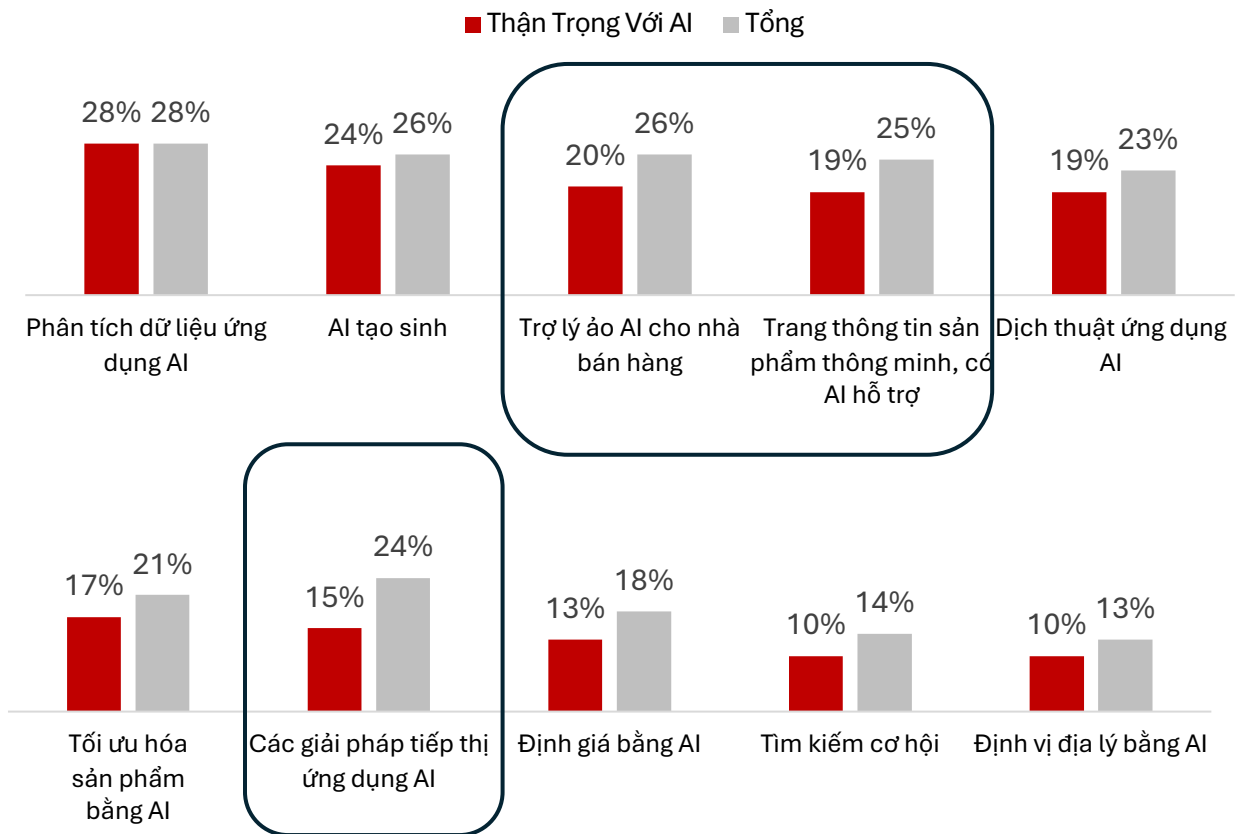


## Nhóm Thận Trọng Với AI có tỷ lệ ứng dụng AI thấp nhất, họ ưu tiên các công cụ đã được kiểm chứng và quen thuộc

Không giống như Nhóm Quan Tâm Đến AI, Nhóm Thận Trọng Với AI ít có xu hướng sử dụng các công cụ hỗ trợ tiếp thị, mà tập trung nhiều hơn vào các ứng dụng đã được kiểm chứng và quen thuộc như phân tích dữ liệu và AI tạo sinh. Các công cụ hỗ trợ tiếp thị có thể là nhóm ứng dụng tiếp theo nên được khuyến khích khi nhóm Thận Trọng Với AI bắt đầu làm quen và tiến xa hơn trên hành trình ứng dụng AI.

### Các ứng dụng AI hàng đầu được sử dụng trong thương mại điện tử

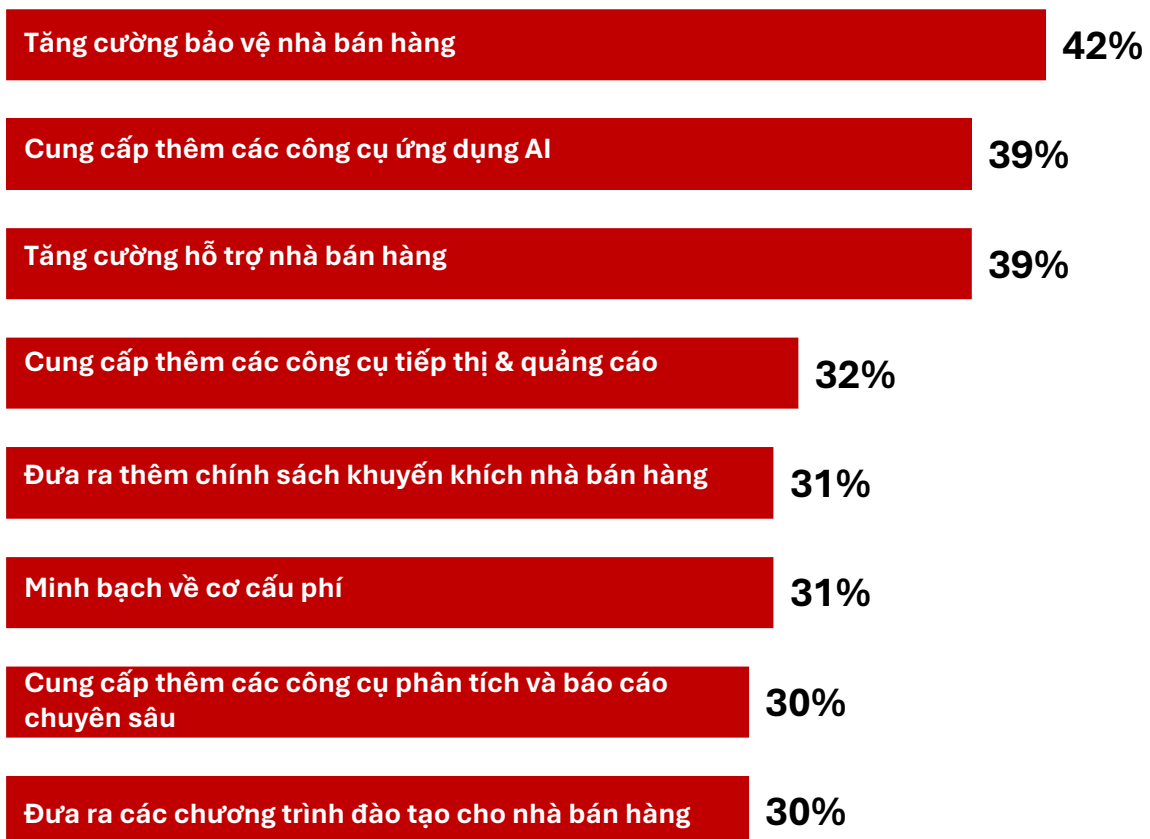
☐: Chênh lệch lớn nhất so với Tổng



## **Việc tăng cường bảo vệ nhà bán hàng có thể giúp Nhóm Thận Trọng Với AI yên tâm hơn khi ứng dụng AI**

Là nhóm đối tượng ngại rủi ro và thận trọng hơn, Nhóm Thận Trọng Với AI cần được đảm bảo về việc bảo vệ người bán để cải thiện trải nghiệm bán hàng của họ. Ngoài ra, Nhóm Thận Trọng Với AI cũng mong muốn được tiếp cận nhiều hơn với các nguồn lực và công cụ hỗ trợ – tương tự như nhu cầu của Nhóm Thành Thạo AI và Nhóm Quan Tâm Đến AI.

### **Các phương thức cải thiện trải nghiệm của nhà bán hàng**





**CẨM NANG:  
SẴN SÀNG ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO DÀNH CHO NHÀ BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN  
ĐƯA DOANH NGHIỆP CỦA BẠN LÊN TẦM CAO MỚI VỚI AI**

# 03

## BỨT PHÁ

# KINH DOANH VỚI AI

Khám phá các tính năng và giải pháp ứng dụng AI đa dạng của Lazada, được thiết kế để hỗ trợ và trao quyền cho nhà bán hàng, giúp họ bứt phá kinh doanh với AI



**CẨM NANG:  
SẴN SÀNG ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO DÀNH CHO NHÀ BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN  
ĐƯA DOANH NGHIỆP CỦA BẠN LÊN TẦM CAO MỚI VỚI AI**

## Các công cụ AI hiện đã trở nên phổ biến trên nhiều nền tảng thương mại điện tử

Sự linh hoạt đóng vai trò then chốt trong môi trường cạnh tranh ở Đông Nam Á, nơi mà các nền tảng thương mại điện tử đã và đang ứng dụng hàng loạt công cụ AI để hỗ trợ các doanh nghiệp tối ưu hóa quy trình hoạt động.

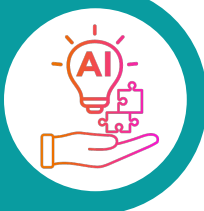
### Trợ lý AI cho Nhà bán hàng

Chatbot thông minh giải đáp thắc mắc và hỗ trợ nhà bán hàng, giúp nâng cao trải nghiệm cho người mua



### Giải pháp Marketing ứng-tích hợp AI

Hỗ trợ nhà bán hàng gia tăng lưu lượng truy cập và tối ưu hiệu quả hoạt động dựa trên những phân tích chuyên sâu về dữ liệu



### Phân tích dữ liệu bằng AI

Ứng dụng các phân tích chuyên sâu để cung cấp thông tin chi tiết, hữu ích và hỗ trợ quá trình ra quyết định



### AI tạo sinh

Đề xuất những điểm cần nhấn trong phần mô tả sản phẩm, giúp thu hút đối tượng khách hàng mục tiêu của nhà bán hàng.



### Trang thông tin sản phẩm thông minh, có AI hỗ trợ

Giải pháp thông minh tự động tạo và điền trước các thuộc tính của sản phẩm.



### Thực tế tăng cường ứng dụng AI

Tận dụng công nghệ AI và AR (thực tế tăng cường) để kiến tạo những trải nghiệm số chân thực và sống động



### Tối ưu hóa sản phẩm với hỗ trợ của AI

Cải thiện chiến lược marketing thông qua phân tích hành vi của người mua và dữ liệu bán hàng



### Định giá tự động bằng AI

Tự động điều chỉnh giá dựa trên nhu cầu thị trường, hành vi của người mua và các yếu tố liên quan khác.



### Định vị địa lý bằng AI

Tận dụng AI và dữ liệu thực tế để tối ưu hóa việc điều hướng, giảm thiểu thời gian vận chuyển và nâng cao hiệu quả logistics.



## Những bước cơ bản để bắt đầu

Việc mở gian hàng trên Lazada rất dễ dàng, nhờ các tính năng ứng dụng AI giúp cho việc đăng tải và quản lý sản phẩm trở nên đơn giản và thuận tiện. Dưới đây là một số tính năng mà tất cả người dùng mới và hiện tại có thể tận dụng để phát triển kinh doanh:

	Trang thông tin sản phẩm thông minh, có AI hỗ trợ	Cố Vấn Kinh Doanh Lazada	Trợ Lý Ảo Lazzie
Khi nào nên sử dụng?	Khi đăng tải sản phẩm	Khi thiết lập gian hàng	Khi không chắc chắn về các bước tiếp theo
Tính năng này là gì?	Đưa sản phẩm ra thị trường nhanh hơn với <b>Trang thông tin sản phẩm thông minh, có AI hỗ trợ</b> , tính năng này tự động hóa việc đăng tải sản phẩm bằng cách tạo và điền trước các thuộc tính của sản phẩm dựa trên hình ảnh hoặc từ khóa.	Sau khi thiết lập gian hàng, hãy sử dụng <b>Cố Vấn Kinh Doanh Lazada</b> – một cổng thông tin phân tích, có ứng dụng AI để cung cấp cái nhìn toàn diện và chi tiết về hiệu suất của gian hàng.	Không còn lo lắng vì đã có <b>Trợ Lý Ảo Lazzie</b> , một chatbot thông minh, luôn sẵn sàng hỗ trợ bạn trong Trung tâm Nhà bán hàng Alibaba (ASC).
Tính năng này có thể hỗ trợ bạn như thế nào?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dễ dàng tạo <b>tiêu đề hấp dẫn</b> và <b>mô tả sản phẩm chi tiết</b></li> <li>• <b>Nâng cao chất lượng hình ảnh sản phẩm</b> bằng cách thay đổi phông nền, <b>điều chỉnh mẫu ảnh</b> và <b>cung cấp hình ảnh dùng thử sản phẩm</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cung cấp thông tin chuyên sâu về các <b>số liệu kinh doanh chính</b>, dữ liệu theo từng SKU (mã sản phẩm) như tỷ lệ chuyển đổi và lượt xem trang, cũng như cập nhật về các mối quan tâm của khách hàng</li> <li>• Nhà bán hàng có thể <b>đưa ra quyết định dựa trên dữ liệu</b> để tối ưu hóa chiến lược và cải thiện doanh số</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nâng cao trải nghiệm của nhà bán hàng bằng cách cung cấp các <b>Câu hỏi thường gặp (FAQ) về vận hành</b> và cách <b>truy cập nhanh đến các tính năng chính</b></li> <li>• Cung cấp các <b>đánh giá về rủi ro của gian hàng</b>, và <b>tư vấn kinh doanh</b> để nhà bán hàng vận hành hiệu quả và đạt được thành công</li> </ul>



### Tóm tắt nhanh

Tính năng "**Lợi thế bán hàng**" do AI tạo ra sẽ cung cấp các bản tóm tắt ngắn gọn, dễ đọc, dựa trên thông tin sản phẩm chính, giúp người mua đưa ra quyết định nhanh chóng – từ đó thúc đẩy doanh số nhanh và hiệu quả hơn

## Tối ưu hóa để thành công

Có nhiều cách để cải thiện hiệu suất của gian hàng với AI trên Lazada. Dù là quản lý khách hàng hay tìm kiếm khách hàng tiềm năng, các tính năng này có thể giúp nhà bán hàng nâng cao trải nghiệm cho gian hàng của mình:

	Trợ lý Cửa hàng Lazada IM (LISA)	Tối ưu hóa sản phẩm thông minh, có AI hỗ trợ	Các dịch vụ tài trợ của Lazada
<b>Khi nào nên sử dụng?</b>	Khi cần quản lý/giải đáp các câu hỏi của khách hàng	Khi đăng tải sản phẩm	Khi muốn tăng lưu lượng truy cập hoặc tìm kiếm/thúc đẩy doanh số từ khách hàng tiềm năng
<b>Tính năng này là gì?</b>	<b>Chatbot ứng dụng AI</b> có thể được triển khai để tăng cường tương tác với khách hàng và tối ưu hóa quy trình giao tiếp	Cải thiện các danh sách sản phẩm hiện có với tính năng <b>Tối ưu hóa sản phẩm thông minh, có AI hỗ trợ của Lazada</b>	Một <b>bộ công cụ quảng cáo ứng dụng AI toàn diện</b> giúp tối ưu hóa hiệu suất gian hàng thông qua các phân tích chuyên sâu, được cá nhân hóa dựa trên dữ liệu
<b>Tính năng này có thể hỗ trợ bạn như thế nào?</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Tùy chỉnh lời chào và Câu hỏi thường gặp (FAQ), có khả năng nhận diện từ khóa và <b>phản hồi ngay cả khi gian hàng đang đóng cửa.</b></li><li>Tận dụng nền tảng kiến thức do AI điều khiển để <b>hiểu rõ ý định/mong muốn của khách hàng</b></li><li>Tính năng Trả lời Thông minh <b>tự động phản hồi</b> các câu hỏi của khách hàng bằng cách sử dụng thông tin chi tiết về sản phẩm</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Giúp nhà bán hàng <b>xác định các điểm cần cải thiện</b> ở tiêu đề, mô tả sản phẩm hoặc thậm chí là hình ảnh</li><li>Tương tự như tính năng Trang thông tin sản phẩm thông minh, có AI hỗ trợ, nhà bán hàng có thể <b>dễ dàng chỉnh sửa hình ảnh và nội dung sản phẩm</b> chỉ trong vài phút để thu hút thêm khách hàng và gia tăng tỷ lệ chuyển đổi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Nhà bán hàng có thể <b>nhắm mục tiêu chính xác và hiệu quả, chuyển đổi những khách hàng có ý định mua hàng rõ ràng thành người mua.</b> Kết hợp phân tích hành vi của người mua sắm với các giải pháp quảng cáo trong và ngoài nền tảng, nhà bán hàng có thể tối đa hóa phạm vi tiếp cận và <b>nâng cao hiệu quả tiếp thị của mình</b></li></ul>



### Dịch thuật nội dung đa ngôn ngữ để bán hàng

Nền tảng của Lazada có thể **dễ dàng dịch mọi nội dung sản phẩm sang ngôn ngữ địa phương**, đảm bảo rằng người tiêu dùng luôn có thể tiếp cận thông tin sản phẩm một cách nhanh chóng và chính xác

## Những trải nghiệm đột phá

Sau khi đã thành thạo các kỹ năng bán hàng cơ bản trên Lazada, nhà bán hàng có thể nâng tầm sản phẩm/dịch vụ của mình bằng những cải tiến vượt trội hơn nữa trong lĩnh vực AI và AR (thực tế tăng cường). Tìm hiểu thêm về các tính năng tiên tiến sau, giúp mang lại những trải nghiệm tương tác hấp dẫn:

	Thử đồ ảo/thử trang điểm ảo	Phân tích da bằng AI	Định vị địa lý & Lập kế hoạch lộ trình
<b>Khi nào nên sử dụng?</b>	Khi khách hàng đang tìm kiếm sản phẩm	Khi khách hàng đang tìm kiếm sản phẩm	Khi thực hiện giao hàng
<b>Tính năng này là gì?</b>	Cho phép người dùng <b>thử các sản phẩm làm đẹp ảo</b> trong thời gian thực với kết quả siêu chân thực và cá nhân hóa tới từng người dùng.	Kết hợp AI và AR (thực tế tăng cường) để <b>phân tích tình trạng da</b> của người dùng và đưa ra các đề xuất sản phẩm phù hợp với từng cá nhân	Tận dụng công nghệ ứng dụng AI để <b>tối ưu hóa hoạt động logistics và nâng cao hiệu quả giao hàng</b>
<b>Tính năng này có thể hỗ trợ bạn như thế nào?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tính năng tương tác giúp người mua sắm <b>hình dung sản phẩm trong thực tế trước khi mua</b>, từ đó gia tăng sự tự tin và giảm thiểu đắn đo khi đưa ra quyết định</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bằng việc ứng dụng công nghệ chẩn đoán da tiên tiến, công cụ này giúp người mua hàng <b>nhận được các gợi ý sản phẩm phù hợp</b> dựa trên nhu cầu chăm sóc da riêng biệt của mỗi người.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tận dụng công nghệ định vị địa lý, AI có thể <b>theo dõi đơn hàng theo thời gian thực</b>, đồng thời tự động lên kế hoạch và tính toán lộ trình vận chuyển để đảm bảo <b>giao hàng một cách hiệu quả nhất</b></li> <li>Giúp tiết kiệm <b>thời gian vận chuyển</b>, giảm tối đa chi phí và nâng cao độ tin cậy của dịch vụ giao hàng, đảm bảo <b>trải nghiệm không gián đoạn</b> cho cả nhà bán hàng và người mua.</li> </ul>

## Dành cho Nhà bán hàng Lazada

Các tài liệu sau đây được biên soạn dành riêng cho nhà bán hàng Lazada trên nền tảng Lazada University, để giúp nhà bán hàng tận dụng hiệu quả một số công cụ và tính năng tích hợp AI, bao gồm Tính năng Trang thông tin sản phẩm thông minh, có AI hỗ trợ, có AI hỗ trợ và Giới thiệu về Cố Vấn Kinh Doanh Lazada.

	Tính năng Trang thông tin sản phẩm thông minh, có AI hỗ trợ	Giới thiệu về cố vấn kinh doanh Lazada	Phân tích dữ liệu lưu lượng truy cập
<b>Indonesia</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Malaysia</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Philippines</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Singapore</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Thái Lan</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Việt Nam</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>

	Theo dõi hiệu suất sản phẩm	Các giải pháp tài trợ	Phân tích hiệu suất khuyến mãi
<b>Indonesia</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Malaysia</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Philippines</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Singapore</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Thái Lan</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Việt Nam</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>

## Dành cho Nhà bán hàng Lazada

Các tài liệu sau đây được biên soạn dành riêng cho nhà bán hàng Lazada trên nền tảng Lazada University, để giúp nhà bán hàng tận dụng hiệu quả một số công cụ và tính năng tích hợp AI, bao gồm Tính năng Trang thông tin sản phẩm thông minh, có AI hỗ trợ và Giới thiệu về Cố Vấn Kinh Doanh Lazada.

	Tìm hiểu về khách hàng	Theo dõi hiệu suất trò chuyện	Xếp hạng sản phẩm/ngành hàng và cơ hội
<b>Indonesia</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Malaysia</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Philippines</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Singapore</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Thái Lan</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>
<b>Việt Nam</b>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>	<a href="#">Liên kết</a>

**CẨM NANG:  
SẴN SÀNG ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO DÀNH CHO NHÀ BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN  
BỨT PHÁ KINH DOANH VỚI AI**

## Bắt đầu bán hàng cùng Lazada

Bạn chưa phải là nhà bán hàng Lazada? Hãy tham gia cùng chúng tôi ngay hôm nay và tự tin phát triển với sự hỗ trợ tận tâm của chúng tôi:

### Các chương trình hỗ trợ mạnh mẽ và công cụ chuyên dụng

- **Dành cho Nhà bán hàng:** Quy trình đăng ký dễ dàng, hỗ trợ phát triển, mức hoa hồng cạnh tranh và đào tạo tại Lazada University
- **Dành cho Thương hiệu:** Kênh riêng trong ứng dụng, hiển thị nổi bật hơn trên bảng xếp hạng và các chiến dịch độc quyền của LazMall

### Quản lý logistics tiên tiến

- Khám phá **giải pháp logistics thương mại điện tử hàng đầu Đông Nam**
- **Á** với hệ thống cơ sở hạ tầng nội bộ quy mô lớn của chúng tôi
- Đáp ứng nhu cầu hoàn tất đơn hàng, vận chuyển xuyên biên giới và giao hàng chặng cuối với các **giải pháp nhanh chóng, chính xác và tiết kiệm chi phí**

### Tăng lưu lượng truy cập & doanh số với Giải Pháp Tài Trợ của Lazada

- Khám phá **trọn bộ các giải pháp trả phí trên và ngoài nền tảng** dành cho thương hiệu và nhà bán hàng để tăng lưu lượng truy cập, doanh số và tối ưu hóa hiệu suất thông qua phân tích chuyên sâu.

**Bạn đã sẵn sàng bắt đầu? Đăng ký ngay!**



[Liên kết](#)



[Liên kết](#)



[Liên kết](#)



[Liên kết](#)



[Liên kết](#)



[Liên kết](#)



