

Thứ Ba, 18/07/2017 02:50

[Chạy đua mở dịch vụ giao hàng cho các shop online](#) [1]

Từ doanh nghiệp startup đến các đại gia chuyển phát đang nhảy vào cạnh tranh quyết liệt để giành thị phần mảng giao hàng nhanh cho thương mại điện tử.

Từ bỏ công việc nhân viên kỹ thuật cho một kênh truyền hình tại TP HCM, anh Trần Tuệ Mẫn rẽ ngang mở dịch vụ giao hàng. Sau 6 tháng hoạt động, anh tỏ ra khá lạc quan về tình hình hoạt động. Công ty do anh sáng lập liên tục tuyển thêm nhân viên giao hàng mới.

"Thị trường giao hàng nhanh hiện khá cạnh tranh nhưng vẫn còn 'tươi xanh', tiềm năng để khai thác rất lớn. Các shop online giờ mọc lên rất nhiều. Tốc độ tăng trưởng đơn hàng của bên tôi hiện dao động từ 30% đến 50% mỗi tháng. Đây cũng vẫn còn là con số khiêm tốn. Nếu mình gia tăng đội sale và marketing thì tăng trưởng 100-300% là hoàn toàn có thể", nhà sáng lập "Giao hàng giá rẻ" tự tin cho biết.

Công ty của anh Mẫn dự kiến phát hành ứng dụng riêng vào tháng 9 tới. Ngoài ra, để cạnh tranh, công ty anh còn cung cấp các dịch vụ trọn gói như marketing cho các shop.

Dự án startup non trẻ của anh Mẫn là một ví dụ trong hàng loạt công ty khởi nghiệp về giao hàng đang mọc lên như nấm trong 3 năm trở lại đây. Một số cái tên như: ShipS, AhaMove hay Bagasus... là những ví dụ về các "lính mới", chỉ vừa chào sân từ năm ngoái.

Không chỉ có doanh nghiệp khởi nghiệp, các đại gia trong một số lĩnh vực khác nhau cũng tranh thủ mở rộng nguồn thu ở mảng này. Diễn biến đã đưa thị trường giao hàng nhanh, vốn chỉ có khoảng 5-6 công ty tham gia vào năm 2013 nay đã có hơn 50 doanh nghiệp lớn, nhỏ.

Không chỉ chở người, GrabExpress của Grab cũng có mức phí giao hàng rất cạnh tranh với 15.000 đồng cho 2 km đầu và 5.000 đồng cho km tiếp theo. Tuy nhiên, GrabExpress không tham gia vào mảng thu và gửi tiền hộ. Hay như Lazada, tháng 10/2015, công ty này đã tách bộ phận giao hàng LazadaExpress ra thành bộ phận riêng với tham vọng không chỉ đảm nhận chuyển phát cho Lazada và còn cho các trang thương mại điện tử khác.

Tất nhiên, giao hàng nhanh cho các shop cũng không còn là thị trường nhỏ lẻ mà các đại gia logistics và chuyển phát có thể làm lợi. Hôm 17/7, Deutsche Post DHL tuyên bố tham gia vào thị trường vận chuyển B2C nội địa trên toàn lãnh thổ Việt Nam với DHL eCommerce. Giải pháp này gồm một loạt

Chạy đua mở dịch vụ giao hàng cho các shop online

Published on Tin Túc Thương Mại Xuất Nhập Khẩu (<http://thuongmai.vn>)

các dịch vụ "đo ni đóng giày" được thiết kế cho phù hợp với sự bùng nổ thương mại điện tử hiện nay.

DHL cho biết, dịch vụ của hãng sẽ vận chuyển hàng đến các điểm trong khu vực TP HCM, Hà Nội và các tỉnh thành trung tâm trong thời gian 1-2 ngày kèm theo các dịch vụ như thu tiền hộ, mở hộp kiểm tra...

"Thống kê năm 2016 cho thấy chỉ có 15% khách mua hàng online tại Việt Nam là trả tiền trực tuyến. Vậy nên, thanh toán bằng tiền mặt ngay khi giao nhận chính là yếu tố cần thiết để giúp thương mại điện tử thành công. Chưa kể việc lo ngại các rắc rối khi trả hàng cũng như hoàn tiền gây khá nhiều khó khăn trong việc phát triển thương mại điện tử cho các nhà bán lẻ trực tuyến", ông Thomas Harris, Giám đốc điều hành của DHL eCommerce Việt Nam cho biết và khẳng định sẽ tiếp tục đầu tư để giành thị phần tốt tại Việt Nam. Hiện, công ty này đã có được 300 nhân viên sau 4 tuần hoạt động chính thức.

Trước DHL, các đại gia có thị phần hàng đầu trong thị trường chuyển phát như VNPost, ViettelPost hay Giao hàng nhanh... cũng đã có những giải pháp dịch vụ dành riêng cho thương mại điện tử. Năm 2014, tự tin với hệ thống hoạt động đến tất cả phường xã cùng 18.000 bưu tá và nhân viên phát xã, VNPost tung ra giải pháp toàn diện cho các cửa hàng online, từ quảng cáo, chuyển phát, thu tiền đến hậu mãi. Trong khi đó, chỉ mới thành lập từ 2012, Giao hàng nhanh hiện đã có 86 điểm gửi hàng, phủ kín gần như cả nước với chính sách "đền bù bất chấp lý do" để cạnh tranh.

"Thị trường thương mại điện tử Việt Nam được biết đến với tiềm năng to lớn và chưa được khai thác tối đa hiệu quả dành cho các tiểu thương, nhà bán lẻ địa phương cũng như nhà bán lẻ trực tuyến. Cụ thể là năm 2016, tổng chi tiêu thương mại điện tử đạt mốc 1 tỉ USD, mặc dù cả nước chỉ có hơn 50% người dân sử dụng mạng internet", ông Charles Brewer, CEO của DHL eCommerce nhận định.

Viễn Thông

Nguồn: VnExpress

Thị Trường: [Thị Trường Cạnh Tranh](#) [2]

Source URL: <http://thuongmai.vn/chay-dua-mo-dich-vu-giao-hang-cho-cac-shop-online.html>

Links:

[1] <http://thuongmai.vn/chay-dua-mo-dich-vu-giao-hang-cho-cac-shop-online.html>

[2] <http://thuongmai.vn/thi-truong/thi-truong-can-hanh-tranh.html>