

90 ngày vàng của nhà bán hàng mới

<u>90 ngày vàng của nhà bán hàng mới là gì?</u>	<u>2</u>
<u>Đề xuất thời gian biểu tối ưu cho 90 ngày vàng của nhà bán hàng mới</u>	<u>3</u>
<u>Giai đoạn đầu tiên của 90 ngày vàng: Xây dựng nền tảng</u>	<u>4</u>
<u>Giai đoạn thứ hai của 90 ngày vàng: Hoạch định bức tranh toàn cảnh</u>	<u>16</u>
<u>Giai đoạn thứ ba của 90 ngày vàng: Tăng doanh thu</u>	<u>21</u>
<u>Tổng hợp các thách thức phổ biến về 90 ngày vàng</u>	<u>27</u>

1. 90 ngày vàng của nhà bán hàng mới là gì?

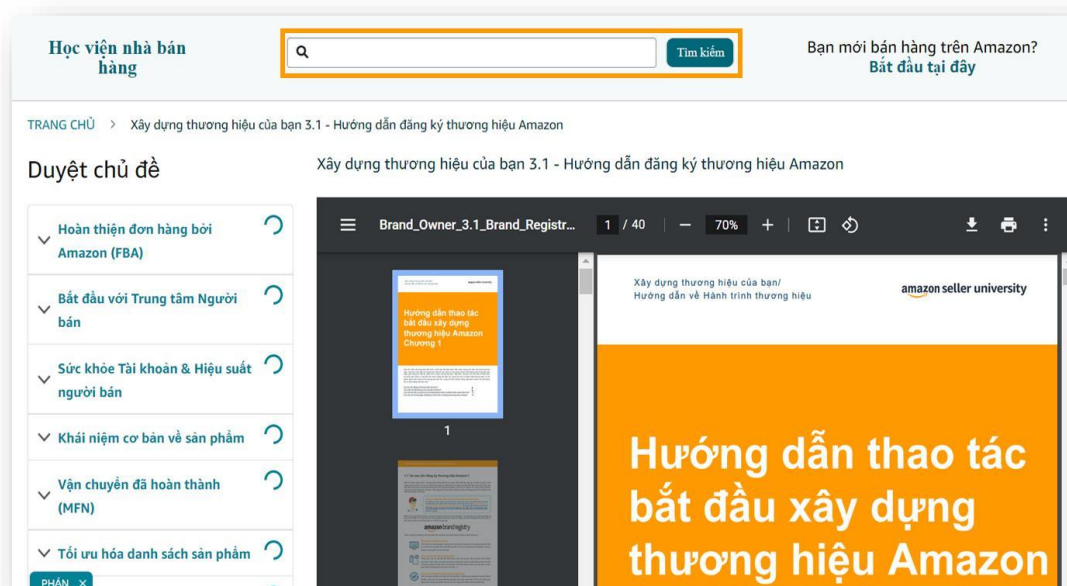
Khoảng thời gian 90 ngày tính từ lúc tài khoản mới có hàng tồn kho có thể bán được lên kệ (với nhà bán hàng FBA, thời gian bắt đầu tính từ khi sản phẩm được nhập kho, lên kệ, còn với nhà bán hàng tự hoàn thiện đơn hàng thì tính từ khi có hàng tồn kho có thể bán được lên kệ) được gọi là **"90 ngày vàng của nhà bán hàng mới"**. Dữ liệu cho thấy những nhà bán hàng mới sẽ hoạt động tốt hơn khi kích hoạt và sử dụng loạt công cụ của Amazon (chẳng hạn như hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon FBA, đăng ký thương hiệu, quảng cáo trên Amazon, phiếu giảm giá, v.v.) trong vòng 90 ngày này.



* Con số trên lấy từ dữ liệu lịch sử của nhà bán hàng mới. Tình hình thực tế có thể sẽ thay đổi phụ thuộc vào tình trạng vận hành của tài khoản. Số liệu chỉ mang tính chất tham khảo.

Năm nay, để giúp nhà bán hàng mới mở rộng kinh doanh và tăng trưởng nhanh chóng, Amazon đã tung ra Chương trình Ưu đãi dành cho nhà bán hàng mới ([nhấp vào đây để biết thêm chi tiết](#)), nhà bán hàng có thể nhận loạt ưu đãi giảm giá chi phí vận chuyển nhập kho, công cụ khuyến mãi, công cụ quản lý đánh giá và công cụ bảo hộ thương hiệu! Nhà bán hàng hoàn tất đăng ký thương hiệu còn được hoàn trả tối đa 52.500 USD doanh số bán hàng!

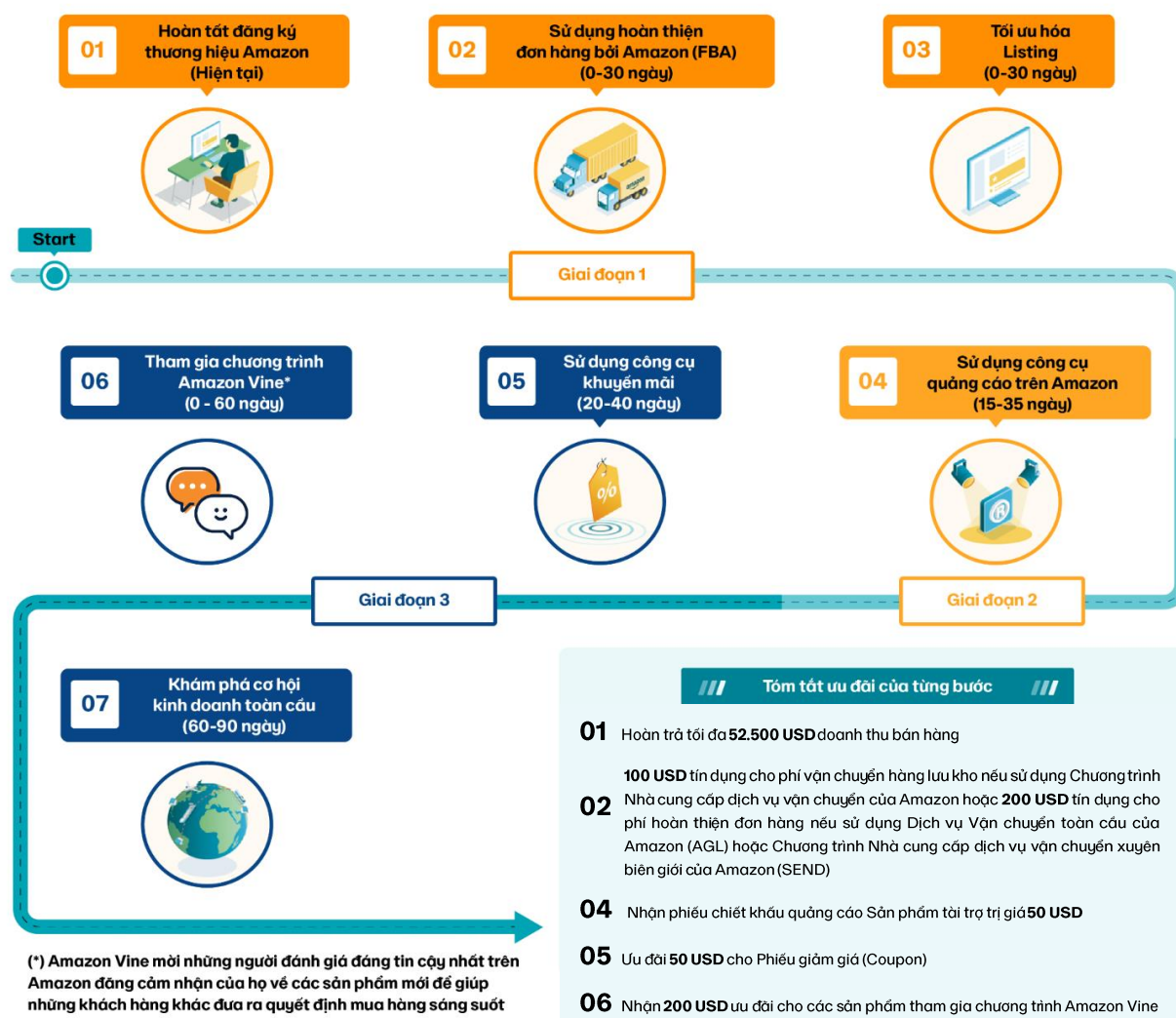
Chưa hoàn tất đăng ký thương hiệu Amazon? Bạn có thể truy cập [vào đây](#) để tìm hiểu hướng dẫn thao tác bắt đầu xây dựng thương hiệu.



2. Đề xuất thời gian biểu tối ưu cho 90 ngày vàng của nhà bán hàng mới

Nhà bán hàng cần chủ động kích hoạt một loạt công cụ Amazon trong vòng 90 ngày kể từ khi cửa hàng có thể bán được. Các công cụ này bao gồm: hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon FBA, quảng cáo trên Amazon SP, tài nguyên thu hút lưu lượng truy cập trên Amazon (phiếu giảm giá Coupons, chương trình ưu đãi theo giờ LD, v.v.), đăng ký thương hiệu (Brand Registry) và nội dung A+, v.v.. Nhà bán hàng cần lần lượt hoàn thành tất cả những công việc này trong vòng 90 ngày thì trong thời điểm mấu chốt tiếp theo, tài khoản mới mới có thể bút phá với đơn đặt hàng đầu tiên cũng như tăng trưởng doanh số bán hàng cả năm.

Chúng tôi xin đề xuất bảng kế hoạch cho nhà bán hàng mới giúp sắp xếp hoạt động kinh doanh một cách hợp lý, hiệu quả và nhanh chóng để có được đơn hàng trong vòng 90 ngày (nhà bán hàng có thể điều chỉnh theo tình hình thực tế):



3. Giai đoạn đầu tiên của 90 ngày vàng: Xây dựng nền tảng

Cốt bước đi đầu tiên thật hiệu quả là điều rất quan trọng khi tiến ra nước ngoài để kinh doanh xuyên biên giới. Ở giai đoạn này, cần phải làm tốt ba công việc cơ bản là **Đăng ký thương hiệu**, **Tạo thông tin đăng tải (Listing)** và **Thiết lập hoàn thiện đơn hàng** để đặt nền tảng cho việc tạo sản phẩm bán chạy và thu hút lưu lượng truy cập sau này.

3.1 Hoàn tất đăng ký thương hiệu

Khi bạn bán hàng trên Amazon, việc đăng ký thương hiệu Amazon (Amazon Brand Registry) có thể đem lại cho bạn cơ hội hiển thị thương hiệu và sản phẩm mà những nhà bán hàng khác không có. Đồng thời bạn sẽ được tận hưởng các công cụ xây dựng và bảo hộ thương hiệu toàn diện do Amazon cung cấp, từ đó giúp bạn tăng cường lợi thế thương hiệu! Nhà bán hàng mới hoàn tất đăng ký thương hiệu trong vòng 90 ngày kể từ ngày tài khoản bắt đầu kinh doanh có thể:



- **Hưởng lợi ích sớm**

Chỉ khi sở hữu nhãn hiệu, bạn mới có thể đăng ký thương hiệu Amazon. Do đăng ký nhãn hiệu tốn khá nhiều thời gian nên bạn đăng ký nhãn hiệu càng sớm thì càng có thể đăng ký thương hiệu Amazon sớm, đồng thời nhận được những đặc quyền và lợi ích riêng cho chủ sở hữu thương hiệu trước những người trong ngành.



- **Tăng tốc độ có đơn cho cửa hàng mới**

Chỉ sau khi đăng ký thương hiệu, bạn mới có thể sử dụng tên thương hiệu trong Listing, cũng như các công cụ xây dựng thương hiệu như hình ảnh, video và cửa hàng thương hiệu, v.v., giúp tăng tỷ lệ đặt hàng, đồng thời cửa hàng mới cũng có thể nhanh chóng có đơn hàng.



- **Tăng cường kiểm soát Listing**

Thông qua các cơ chế bảo hộ khác nhau trước và sau sự việc, Amazon sẽ tự động giám sát, ngăn chặn và loại bỏ nội dung bị nghi ngờ vi phạm hoặc sai lệch với thương hiệu của bạn. Các thương hiệu có thể tìm kiếm và báo cáo các hành vi xâm phạm tiềm ẩn thông qua hình ảnh, từ khóa, v.v..



• Tích cực tiến hành bảo hộ thương hiệu

30+ công cụ tiếp thị và bảo hộ thương hiệu, 5 hướng hoạt động kinh doanh cốt lõi để đẩy nhanh tốc độ phát triển thương hiệu một cách toàn diện, hỗ trợ đa chiều giúp sản phẩm mới tăng trưởng nhanh chóng và thu hút lưu lượng truy cập cùng lượt mua hàng cho cửa hàng mới.

[Nhấp vào đây](#) để bắt đầu đăng ký thương hiệu Amazon ngay lập tức.

Bạn cũng có thể truy cập [vào đây](#) để tìm hiểu hướng dẫn thao tác bắt đầu xây dựng thương hiệu.

Công cụ xây dựng nền tảng thương hiệu



Nội dung A+ (A+ Content):

Tính năng này nhằm thúc đẩy chuyển đổi và quảng bá giá trị thương hiệu. Thông qua tính năng này, bạn có thể sử dụng kết hợp cả hình ảnh và văn bản để kể câu chuyện độc đáo về thương hiệu bằng cách trình bày hình ảnh sản phẩm theo bố cục, để khách hàng hiểu đầy đủ về sản phẩm, nâng cao hiệu quả truyền tải thông điệp, từ đó tăng tỷ lệ chuyển đổi bán hàng. Bạn có thể truy cập theo đường dẫn "Seller Central > Quảng cáo > Nội dung A+" để mở nội dung A+.



Cửa hàng hàng đầu thương hiệu (Stores):

Tính năng này nhằm tăng khả năng hiển thị thương hiệu và sản phẩm, dễ dàng tùy chỉnh cửa hàng thương hiệu của riêng bạn và đánh giá hiệu quả quảng cáo. Stores là nơi lan tỏa xu hướng thương hiệu, có thể truyền tải giá trị thương hiệu đến người xem, trở thành mục tiêu thu hút lưu lượng truy cập từ ngoài Amazon của nhà bán hàng và là nơi duy trì sự tương tác với khách hàng, nhờ đó giúp hình thành tuần hoàn lưu lượng truy cập cho nhà bán hàng. Bạn có thể truy cập theo đường dẫn "Seller Central > Cửa hàng > Quản lý cửa hàng" để bắt đầu sử dụng cửa hàng thương hiệu.



Chương trình Vine (Vine Program):

Chương trình này giúp sản phẩm nhận được đánh giá chất lượng cao một cách nhanh chóng, tạo điều kiện cho nhà bán hàng tăng lưu lượng truy cập và tỷ lệ chuyển đổi và tối ưu hóa sản phẩm hiệu quả hơn. Người tiêu dùng đủ điều kiện Vine nhận được lời mời có thể đăng ký sử dụng sản phẩm này miễn phí và để lại đánh giá. Bạn có thể truy cập theo đường dẫn "Seller Central > Quảng cáo > Vine" để kích hoạt chương trình Vine.

(Xem trang tiếp theo)

Công cụ xây dựng nền tảng thương hiệu



Phân tích thương hiệu (Brand Analysis):

Công cụ cung cấp năm báo cáo dữ liệu phân tích thương hiệu, bao gồm tìm kiếm từ khóa Amazon, hành vi mua sắm lặp lại, phân tích giỏ thị trường, so sánh sản phẩm, hành vi mua hàng, thông tin nhân khẩu học (chân dung người dùng). Các báo cáo này xuyên suốt toàn bộ chuỗi hoạt động kinh doanh trên Amazon, từ lựa chọn sản phẩm, thu hút lưu lượng, chuyển đổi đến mua sắm lặp lại. Bạn có thể truy cập theo đường dẫn "Seller Central > Thương hiệu > Tất cả các lợi ích thương hiệu > Bắt đầu sử dụng" để mở công cụ phân tích thương hiệu.



Quản lý thử nghiệm (Manage Your Experiments):

Tính năng này nhằm giúp nhà bán hàng lựa chọn phiên bản tốt hơn một cách hiệu quả để cải thiện chuyển đổi, đồng thời kiểm tra doanh số bán hàng một cách trực quan hơn. Công cụ này cho phép bạn tiến hành thử nghiệm A/B với nội dung A+, tiêu đề sản phẩm và ảnh chính của sản phẩm thuộc thương hiệu. Thông qua thử nghiệm, bạn có thể so sánh hai thông tin đăng tải chi tiết về sản phẩm để xem bản nào được người tiêu dùng ưa thích hơn. Sau khi thử nghiệm kết thúc, bạn có thể chọn phiên bản chi tiết về sản phẩm nổi trội hơn. Bạn có thể truy cập theo đường dẫn "Seller Central > Thương hiệu > Tất cả các lợi ích thương hiệu > Bắt đầu sử dụng" để vào giao diện "Quản lý thử nghiệm".

Tất nhiên, còn rất nhiều các công cụ liên quan đến thương hiệu khác ngoài các công cụ được đề cập ở trên. Bạn có thể truy cập theo đường dẫn "**Seller Central > Thương hiệu > Tất cả các lợi ích thương hiệu**" để tìm hiểu thêm về các công cụ.

Lợi ích của nhà bán hàng sở hữu thương hiệu - Chương trình ưu đãi cho nhà bán hàng mới năm 2024

Khu vực áp dụng

Khu vực Mỹ, Nhật Bản, Anh, Pháp, Đức, Ý và Tây Ban Nha.

Nhà bán hàng áp dụng

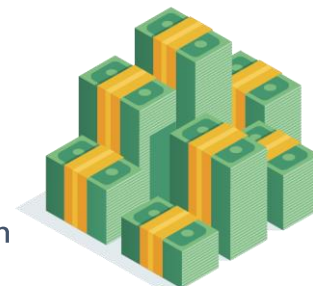
Nhà bán hàng chuyên nghiệp đăng tải ASIN đầu tiên có thể bán sau ngày 1 tháng 3 năm 2024.

Lợi ích dành riêng cho chủ sở hữu thương hiệu

Hoàn tất đăng ký thương hiệu Amazon trong vòng 6 tháng kể từ khi đăng ASIN đầu tiên có sẵn để đặt mua. Bạn cần là chủ sở hữu thương hiệu hoặc nhân viên nội bộ của thương hiệu để được hưởng ưu đãi này.

Các quyền lợi cụ thể bao gồm:

- Thưởng **10%** cho **50.000 USD** doanh số bán hàng có thương hiệu đủ điều kiện đầu tiên, sau đó là **5%** trên **950.000 USD tiếp theo** của doanh số bán hàng có thương hiệu (nhà bán hàng được hoàn trả tối đa **52.500 USD** hoặc trong vòng một năm sau khi được xác định là đủ điều kiện, tùy theo điều kiện nào đến trước).
- Nhận **200 USD** ưu đãi cho các sản phẩm tham gia chương trình Amazon Vine*.



* Ngoài việc hoàn tất đăng ký thương hiệu (Brand Registry), để đủ điều kiện nhận ưu đãi chương trình Vine, bạn cũng phải đăng ký tham gia chương trình Vine trong vòng 90 ngày kể từ ngày đủ điều kiện nhận lợi ích dành cho thương hiệu (sau khi hoàn tất quy trình đăng ký thương hiệu và đăng tải sản phẩm đầu tiên). Các ưu đãi sẽ hết hạn sau một năm nếu không được sử dụng.

3.2 Sử dụng Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA)

Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA), tên đầy đủ là Fulfillment By Amazon, chỉ hình thức nhà bán hàng gửi hàng với số lượng lớn đến trung tâm hoàn thiện đơn hàng (FC) của Amazon, sau đó Amazon có trách nhiệm giúp nhà bán hàng lưu trữ sản phẩm. Khi sản phẩm được đặt mua, Amazon sẽ hoàn thành việc phân loại, đóng gói và hoàn thiện đơn hàng, đồng thời cung cấp các dịch vụ khách hàng như tư vấn khách hàng hay hoàn trả sản phẩm, giúp nhà bán hàng tiết kiệm nhân lực, vật lực và tài lực. Đối với nhà bán hàng Việt Nam, sử dụng dịch vụ này đồng nghĩa với việc chuyển sản phẩm đến kho hàng của Amazon ở nước ngoài và để Amazon hoàn thành các bước hoàn thiện đơn hàng còn lại cũng như thực hiện dịch vụ hậu mãi.



• Lợi ích chính của FBA:



○ Nhận được "Buy Box"

Sử dụng dịch vụ vận chuyển và hậu mãi của hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA) có thể cải thiện sự hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm của nhà bán hàng, giúp nhận được nhiều đánh giá cho sản phẩm hơn, để nhà bán hàng có thể giành được "Buy Box".



○ Tiếp cận lượng thành viên Prime khổng lồ

So với những khách hàng thông thường trên Amazon, thành viên Prime thường trung thành và có nhu cầu mua sắm cao hơn. Các sản phẩm được vận chuyển bằng hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA) sẽ được gắn huy hiệu chương trình Prime, dễ dàng tiếp cận với số thành viên Prime đông đảo, chất lượng cao của Amazon trên toàn thế giới, giúp tăng khả năng hiển thị và doanh số bán hàng.



○ Dịch vụ vận chuyển trong một ngày/ vận chuyển trong hai ngày

Các sản phẩm đáp ứng yêu cầu sẽ đủ điều kiện tham gia dịch vụ vận chuyển trong hai ngày hoặc vận chuyển trong một ngày của Amazon Prime, giúp nhà bán hàng tăng tốc độ giao hàng, cải thiện trải nghiệm và tăng tỷ lệ mua lại của khách hàng.



○ Dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp 24/7

Amazon cung cấp dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp 24/7 cho các sản phẩm hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA) bằng ngôn ngữ địa phương để giúp nhà bán hàng phản hồi các thắc mắc của khách hàng, tiết kiệm chi phí, thời gian, vận hành không lo lắng, không tốn công.

● Chính sách ưu đãi FBA trên mọi khu vực:

- Chương trình ưu đãi dành cho nhà bán hàng mới (khu vực Mỹ, Nhật Bản và Châu Âu)
- Chương trình ưu đãi sản phẩm FBA mới (khu vực Mỹ, Canada, Mexico, Nhật Bản và Châu Âu)
- Chương trình hoàn thiện đơn hàng từ xa với dịch vụ FBA (khu vực Bắc Mỹ)
- Tái khởi động mạng lưới hoàn thiện đơn hàng khu vực Châu Âu giữa Anh và EU (Châu Âu)
- Chương trình FBA khu vực Châu Âu (Pan-EU)

✓ Chương trình ưu đãi dành cho nhà bán hàng mới (khu vực Mỹ, Nhật Bản và Châu Âu)



Nhà bán hàng chuyên nghiệp đăng tải ASIN đầu tiên có sẵn để đặt mua vào thời điểm kể từ ngày 1 tháng 3 năm 2024, đồng thời đã vận chuyển hàng lưu kho đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng (FC) Amazon trong vòng 90 ngày và lần đầu đăng ký dịch vụ hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA) sẽ được Amazon cung cấp ưu đãi giảm giá tối đa 100 USD phí vận chuyển hoặc 200 USD phí hoàn thiện đơn hàng. Nhà bán hàng có thể chọn sử dụng Chương trình Nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển của Amazon (PCP) hoặc Chương trình Vận chuyển toàn cầu của Amazon (AGL) hoặc Chương trình Nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển xuyên biên giới (SEND) của Amazon để vận chuyển sản phẩm nhập kho Trung tâm hoàn thiện đơn hàng (FC) của Amazon và nhận mức giảm giá tương ứng. Khoản giảm giá sẽ được áp dụng cho phí vận chuyển và hoàn thiện đơn hàng trong năm tới. Ưu đãi sẽ hết hạn nếu không được sử dụng trong vòng một năm.

Bạn cũng có thể truy cập [bài viết này](#) để tìm hiểu các ưu đãi dành cho nhà bán hàng mới.

01

02
Sử dụng
Hoàn
thiện đơn
hàng bởi
Amazon
(FBA)

• Chương trình ưu đãi dành cho nhà bán hàng mới - Mức giảm giá cụ thể cho khu vực Bắc Mỹ:

Khu vực Bắc Mỹ		
Ưu đãi*	Thông tin chi tiết	Điều kiện áp dụng
Ưu đãi hoàn trả doanh thu	Hoàn trả 10% cho 50.000 USD doanh số đầu tiên khi bán sản phẩm có thương hiệu đủ điều kiện. Sau đó, hoàn trả 5% trên 950.000 USD doanh số tiếp theo khi bán sản phẩm có thương hiệu. Nhà bán hàng được hoàn tiền tối đa là 52.500 USD hoặc trong vòng một năm sau khi được xác định đủ điều kiện, tùy theo điều kiện nào đến trước.	Nhà bán hàng đã hoàn tất đăng ký thương hiệu trên Amazon (Amazon Brand Registry) trong vòng 6 tháng kể từ khi đăng tải ASIN đầu tiên có thể bán và được xác nhận là chủ sở hữu thương hiệu
Ưu đãi vận chuyển nhập kho	- Nhận 100 USD tín dụng cho phí vận chuyển nếu sử dụng Chương trình Nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển của Amazon (Amazon Partnered Carrier). - Hoặc nhận 200 USD tín dụng cho phí hoàn thiện đơn hàng nếu sử dụng Dịch vụ Vận chuyển toàn cầu của Amazon (AGL) hoặc Chương trình Nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển xuyên biên giới (SEND).	
Chương trình ưu đãi dành cho sản phẩm FBA mới	Tự động tham gia Chương trình ưu đãi dành cho sản phẩm FBA mới đối với các sản phẩm FBA mới đủ điều kiện (nhà bán hàng sẽ được miễn phí lưu kho hàng tháng, phí thanh lý, phí xử lý hàng trả lại cho các ASIN mới sử dụng dịch vụ FBA đủ điều kiện).	
Ưu đãi phí dịch vụ phân bổ hàng nhập kho	Tặng 400 USD tín dụng cho phí dịch vụ phân bổ hàng nhập kho (Áp dụng cho nhà bán hàng đã đăng tải ASIN đầu tiên có thể đặt mua từ ngày 1 tháng 1 năm 2024)	Nhà bán hàng mới đã tạo và gửi lô hàng FBA đầu tiên đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng trong vòng 90 ngày kể từ khi sản phẩm cho phép đặt mua đầu tiên được đăng tải
Ưu đãi đối với dịch vụ Hoàn thiện đơn hàng đa kênh của Amazon	Giảm 10% phí hoàn thiện đơn hàng trên 100 đơn vị đầu tiên được vận chuyển bằng dịch vụ Hoàn thiện đơn hàng đa kênh của Amazon.	
Miễn phụ phí sử dụng không gian lưu kho	Miễn phụ phí sử dụng không gian lưu kho trong 365 ngày sau khi nhận được lô hàng lưu kho FBA lần đầu tiên.	
Miễn phí hàng lưu kho ở mức thấp	Tất cả nhà bán hàng chuyên nghiệp được miễn phí hàng lưu kho ở mức thấp trong 365 ngày sau khi nhận lô hàng lưu kho FBA lần đầu tiên.	
Ưu đãi quảng cáo Sản phẩm tài trợ (Sponsored Products)	Ưu đãi giảm giá 50 USD cho quảng cáo Sản phẩm tài trợ (Sponsored Products)	Nhà bán hàng mới sử dụng quảng cáo Sản phẩm tài trợ (Sponsored Products) trong vòng 90 ngày kể từ khi sản phẩm cho phép đặt mua đầu tiên được đăng tải
Ưu đãi Phiếu giảm giá (Coupon)	Ưu đãi 50 USD cho Phiếu giảm giá (Coupon)	Nhà bán hàng mới sử dụng Phiếu giảm giá (Coupon) trong vòng 90 ngày kể từ khi sản phẩm cho phép đặt mua đầu tiên được đăng tải

(* Những ưu đãi trên chỉ áp dụng cho những nhà bán hàng đăng tải ASIN có thể mua đầu tiên của họ từ ngày 1 tháng 3 năm 2024 trở đi. Nếu bạn đã đăng tải ASIN có thể mua đầu tiên của mình trong khoảng thời gian từ ngày 1 tháng 3 năm 2023 đến ngày 29 tháng 2 năm 2024, hãy xem thông tin về Chương trình ưu đãi cho nhà bán hàng mới năm 2023.

✓ Chương trình ưu đãi sản phẩm FBA mới
(khu vực Mỹ, Canada, Mexico, Nhật Bản và Châu Âu)

Sau khi đăng ký tham gia chương trình, các sản phẩm FBA mới được chọn đáp ứng yêu cầu được hưởng nhiều quyền lợi ưu đãi như miễn phí lưu kho, miễn phí loại bỏ, miễn phí dịch vụ xử lý hàng trả lại, miễn phí quảng cáo được tài trợ. Giúp nhà bán hàng dễ dàng sử dụng FBA để bán sản phẩm mới hơn, giảm chi phí đầu tư thử nghiệm sản phẩm mới trong giai đoạn đầu và mở ra nhiều cơ hội bán hàng hơn. Tất cả những nhà bán hàng đáp ứng các yêu cầu và đã đăng ký tham gia chương trình này thành công sẽ được hưởng vô số quyền lợi.



• Cách tham gia:

<p>Nhà bán hàng mới tự động tham gia</p>	<p>Nếu bạn niêm yết ASIN đầu tiên có sẵn để đặt mua kể từ ngày 1 tháng 3 năm 2024 và vận chuyển hàng lưu kho đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng trong vòng 90 ngày (có thể tạo lô hàng FBA trong vòng 90 ngày sau khi niêm yết ASIN đầu tiên) thì bạn sẽ tự động tham gia Chương trình ưu đãi sản phẩm FBA mới.</p>
<p>Nhà bán hàng cũ đăng ký để tham gia</p>	<p>Nếu không đáp ứng các điều kiện để tự động tham gia với tư cách nhà bán hàng mới, bạn có thể truy cập Trang trợ giúp "Chương trình ưu đãi sản phẩm FBA mới" trên Seller Central, nhấp vào "Đăng ký ngay" trên trang để tham gia chương trình này.</p> <p>Kể từ ngày 1 tháng 3 năm 2022, nhà bán hàng chỉ cần đăng ký một lần tại thị trường bất kỳ thích hợp là có thể tự động hưởng các ưu đãi của Chương trình ưu đãi sản phẩm FBA mới trên mỗi thị trường mà họ có tài khoản hợp lệ.</p>

✓ Chương trình hoàn thiện đơn hàng từ xa với dịch vụ FBA (khu vực Bắc Mỹ)

Để giúp các nhà bán hàng tăng doanh số bán hàng hiệu quả hơn và thử nghiệm các cơ hội sản phẩm ở Canada và Mexico, Amazon đã triển khai chương trình hoàn thiện đơn hàng từ xa với dịch vụ FBA (NARF). Dịch vụ này giúp nhà bán hàng có thể kinh doanh sản phẩm được lưu trữ tại trung tâm hoàn thiện đơn hàng (FC) Amazon khu vực Mỹ (kho FBA) ở hai khu vực lớn là Amazon Canada và Amazon Mexico. Với công cụ hoàn thiện đơn hàng này, nhà bán hàng ở khu vực Mỹ có thể tận dụng hàng lưu kho tại một quốc gia để nắm bắt cơ hội kinh doanh ở cả ba nước Mỹ, Canada và Mexico!



• Ba ưu điểm nổi bật! Không lo lắng, không tốn công



Không yêu cầu mã số thuế RFC
(Mã số thuế RFC chỉ dành cho khu vực Mexico)



Thử nghiệm với chi phí thấp
Nhận diện sản phẩm bán chạy tiềm năng tại Canada/Mexico một cách nhanh chóng



Chỉ một cú nhấp để đồng bộ Listing ở trang Amazon Mỹ
sang Canada/Mexico, cải thiện hiệu quả niềm yết

Bạn có thể truy cập [tài liệu này](#) để tìm hiểu thêm về tầm năng sử dụng NARF.

✓ Tái khởi động mạng lưới hoàn thiện đơn hàng khu vực Châu Âu giữa Anh và EU (khu vực Châu Âu)



Để giúp nhà bán hàng mở rộng hoạt động kinh doanh xuyên biên giới giữa Anh và EU một cách hiệu quả hơn, từ tháng 3 năm 2024, Amazon sẽ tái khởi động mạng lưới hoàn thiện đơn hàng khu vực Châu Âu (EFN) giữa Anh và EU (Đức/ Pháp/ Ý/ Tây Ban Nha).

Ngoài ra, bắt đầu từ ngày 31 tháng 3 năm 2024, Amazon sẽ giảm giá 20% phí hoàn thiện trong một năm cho mạng lưới hoàn thiện đơn hàng khu vực Châu Âu khi vận chuyển giữa EU và Vương quốc Anh.

✓ Chương trình FBA khu vực Châu Âu (Pan-EU)

Chương trình FBA khu vực Châu Âu (Pan-EU) giúp hàng ngàn hàng vạn doanh nghiệp mở rộng cơ hội kinh doanh tại Châu Âu một cách dễ dàng, nhanh chóng vận chuyển sản phẩm cho khách hàng với mức phí hoàn thiện thấp hơn.

Bạn có thể linh hoạt chọn quốc gia/khu vực lưu trữ kho của mình mà không phải trả thêm phí. Sau đó, Amazon sẽ dựa vào ước tính doanh số bán sản phẩm để phân bổ và lưu trữ sản phẩm của bạn một cách thông minh tại các quốc gia /khu vực lưu trữ kho mà bạn chọn.

Amazon sẽ thực hiện hết từ phân bổ tồn kho, chọn, đóng gói và hoàn thiện đơn hàng, giúp giảm áp lực vận hành, tiết kiệm thời gian quý báu của bạn và giúp bạn không còn lo lắng về việc phân bổ, phân phối và quản lý tồn kho giữa các quốc gia Châu Âu. Sản phẩm của bạn sẽ được lưu trữ tại địa điểm gần khách hàng hơn, giúp vận chuyển cho khách hàng nhanh hơn và bạn chỉ phải trả một khoản phí hoàn thiện nội địa tương đối thấp.



Bạn có thể [truy cập bài viết này](#) để tìm đọc cẩm nang sử dụng Pan-EU.

3.3 Tạo, hoàn thiện và tối ưu hóa Listing

Listing là trang sản phẩm độc lập hiển thị tất cả thông tin sản phẩm, bao gồm: tiêu đề sản phẩm, tên thương hiệu, hình ảnh, đặc điểm chính của sản phẩm, mô tả sản phẩm, từ khóa tìm kiếm, nội dung A+/EBC và nút trình duyệt.

Tùy vào trạng thái được diễn hoàn chỉnh của các yếu tố Listing mà có thể chia thành sáu cấp độ hoàn chỉnh từ A-F, với "A" là đầy đủ nhất và "F" là sơ sài nhất.

Cấp độ	Điểm	Miêu tả
A	80-100	Cơ bản đã có tất cả các thuộc tính chính VVV
B	70-79	Thiếu 1-2 thuộc tính chính, có thể cải thiện thêm
C	60-69	Thiếu 2-3 thuộc tính chính, có thể cải thiện thêm
D	50-59	Thiếu 3-4 thuộc tính chính, cần cải thiện
E	10-49	Thiếu 4-5 thuộc tính chính, ảnh hưởng nghiêm trọng tới tỷ lệ hiển thị, chuyển đổi, cần cải thiện gấp
F	0	Đã tạo ASIN nhưng gặp vấn đề về tuân thủ quy định hoặc thiếu tất cả các yếu tố, bị chặn hiển thị trên giao diện tìm kiếm và duyệt xem

Theo dữ liệu từ những năm trước, các sản phẩm có mức độ hoàn chỉnh cấp A có lưu lượng truy cập, tỷ lệ có đơn và số lượng đơn đều tốt hơn đáng kể so với các sản phẩm có mức độ hoàn chỉnh Listing cấp B-E. **Do đó, hoàn thiện đủ các yếu tố cho Listing là bước đầu tiên và cũng là tiền đề quan trọng để thu hút lưu lượng truy cập, thúc đẩy chuyển đổi cho sản phẩm.**

Kiểm tra xem Listing đã hoàn chỉnh chưa thế nào?

Mỗi danh mục có giá trị phân chia mức độ hoàn chỉnh cho các yếu tố khác nhau. Nhà bán hàng có thể kiểm tra phương pháp tính điểm mức độ hoàn chỉnh Listing của danh mục cụ thể theo bảng sau. Chúng tôi khuyến khích nhà bán hàng tự đánh giá mức độ hoàn chỉnh của Listing với số điểm đạt chuẩn là 80 điểm.

Bảng đánh giá chất lượng Đăng tải sản phẩm (2024)					
Phân loại	Yếu tố đăng tải	Nội thất	Thời trang	Điện tử dân dụng	Hàng tiêu dùng
Truy cập	Sử dụng nút phân loại ở cấp thấp nhất (leaf node)	10	10	20	10
	Có từ khóa tìm kiếm	5	5	10	5
Chuyển đổi	Có Nội dung A+	12,5	12,5	10	12,5
	Có thương hiệu	5	5	0	5
	Có mô tả sản phẩm	5	5	10	5
	Có 1 đặc điểm nổi bật của sản phẩm	5	5	0	5
	Có từ 3 đặc điểm nổi bật trở lên	2,5	2,5	0	2,5
	Cung cấp tất cả các thuộc tính chính của sản phẩm	25	25	25	25
Tiêu đề	10 ký tự < Độ dài tiêu đề < 200 ký tự	5	5	5	5
	Tiêu đề bắt đầu bằng tên thương hiệu	5	5	0	5
Hình ảnh	Thông tin hình ảnh đầy đủ	5	5	5	5
	Có 4 hình ảnh trở lên	5	5	5	5
	Hình ảnh chính có chức năng zoom	10	10	10	10
TỔNG ĐIỂM		100	100	100	100

Lưu ý: Các thiếu sót có ảnh hưởng nghiêm trọng đến hiển thị hoặc chuyển đổi đều sẽ trực tiếp khiến Listing bị cho điểm F và cấm hiển thị. Nhà bán hàng cần nhanh chóng kết hợp tự kiểm tra sửa chữa bằng công cụ sửa đổi sản phẩm (FYP) và trang tổng quan chất lượng thông tin đăng tải (LQD), đồng thời liên hệ với Amazon để khiếu nại.

Vẫn còn thắc mắc về tối ưu hóa Listing? Bạn cũng có thể truy cập [bài viết này](#) để có thêm các đề xuất về tối ưu hóa Listing.

01

02

03
Tối ưu
hóa
Listing

4. Giai đoạn thứ hai của 90 ngày vàng: Hoạch định bức tranh toàn cảnh

Đăng ký thương hiệu thành công, bạn đã có được lòng tin dành cho nhà bán hàng. Sau khi sử dụng FBA, sản phẩm của bạn sẽ khiến khách hàng hài lòng hơn. Còn tối ưu hóa Listing xong lại giúp chuyển đổi lưu lượng quảng cáo. Vậy nên, giờ đây nhà bán hàng đã có thể bắt đầu cân nhắc phải làm sao để **nhận được nhiều lưu lượng truy cập hơn!**

- **Tại sao chọn quảng cáo trên Amazon?**



- **Hiểu người tiêu dùng hơn**

Amazon có kết nối đặc biệt với người tiêu dùng. Kiểu kết nối này giúp nhà bán hàng có thể thiết lập mối liên hệ với các đối tượng tích cực hơn.



- **Thông tin liên quan hơn**

Quảng cáo trên Amazon có thể giúp nhà bán hàng hiển thị thông tin có mức độ liên quan cao đến đúng đối tượng vào đúng thời điểm.



- **Dữ liệu trực quan hơn**

Dữ liệu quảng cáo trên Amazon có thể cung cấp góc nhìn quan trọng để giúp nhà bán hàng lập kế hoạch và tối ưu hóa chiến lược tiếp thị của mình từ đó đạt được kết quả mong muốn.

01

02

03

04

Sử dụng công cụ quảng cáo trên Amazon

4.1 Sử dụng công cụ quảng cáo trên Amazon: Sản phẩm tài trợ/Thương hiệu tài trợ/Hiển thị tài trợ

01

02

03

04
Sử dụng
công cụ
quảng
cáo trên
Amazon

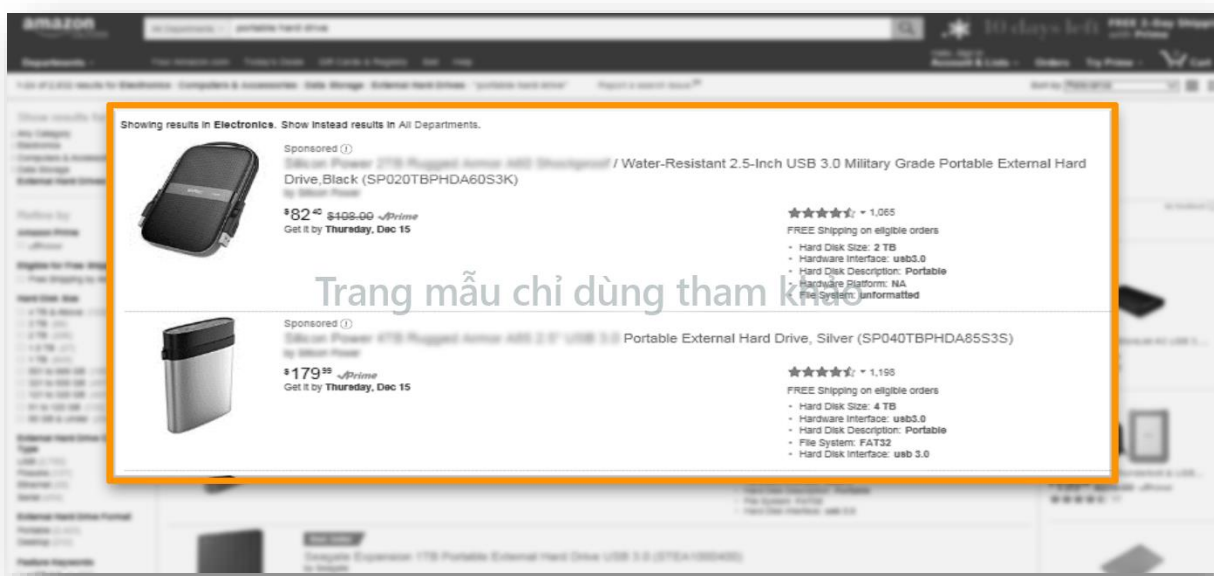
Ba công cụ quảng cáo tìm kiếm hàng đầu trên Amazon



Sponsored Products (Sản phẩm được Amazon tài trợ):

Tăng lượt hiển thị của một sản phẩm riêng lẻ thông qua quảng cáo xuất hiện trong kết quả tìm kiếm mua sắm, giúp thúc đẩy người tiêu dùng mua hàng và tăng doanh thu bán hàng. Công cụ này có ưu điểm như sau:

- Tăng khả năng **hiển thị sản phẩm**
- Tăng cơ hội **tiêu thụ sản phẩm**
- **Mức độ liên quan cao** và phân phối chính xác



Bạn cũng có thể truy cập [bài viết này](#) để tìm hiểu thêm về Sản phẩm được Amazon tài trợ (SP).

(Xem trang tiếp theo)

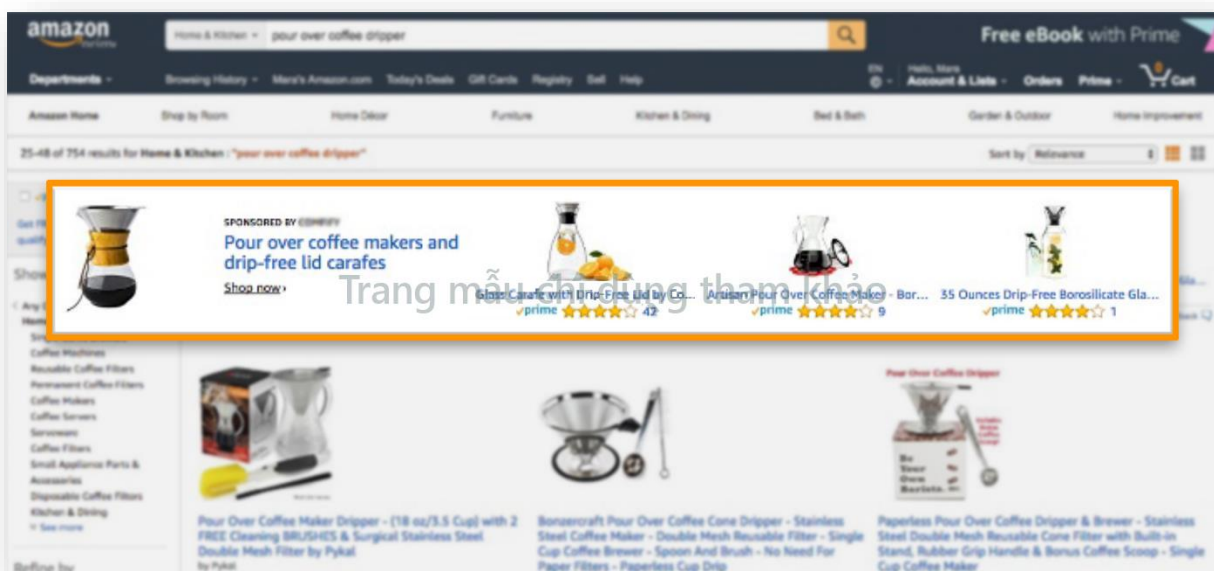
Ba công cụ quảng cáo tìm kiếm hàng đầu trên Amazon



Sponsored Brands (Thương hiệu tài trợ):

Giúp người tiêu dùng tìm ra và quan tâm đến thương hiệu của bạn bằng cách hiển thị quảng cáo có nhãn hiệu, tiêu đề tùy chỉnh và sản phẩm của bạn trong kết quả tìm kiếm mua sắm. Công cụ này có ưu điểm như sau:

- Có vị trí quảng cáo **nổi bật**
- Cùng lúc hiển thị **nhiều sản phẩm hơn**
- Định dạng quảng cáo tùy chỉnh **tự do hơn**



(Xem trang tiếp theo)

01

02

03

04
Sử dụng
công cụ
quảng
cáo trên
Amazon

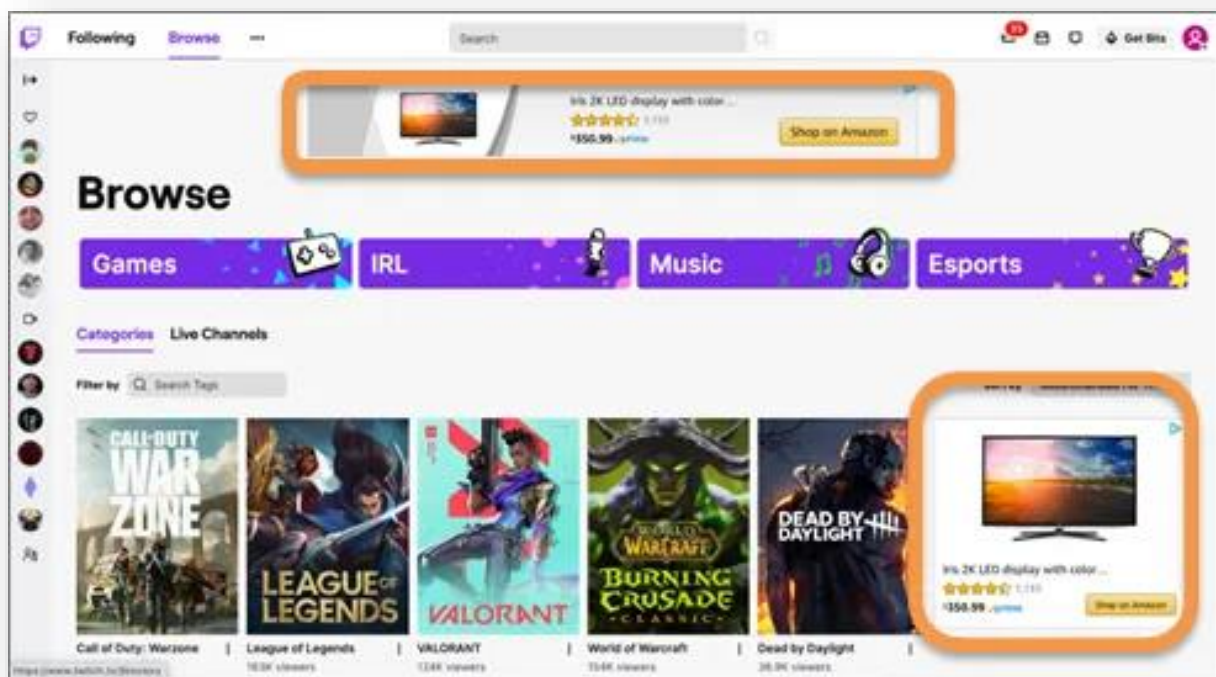
Ba công cụ quảng cáo tìm kiếm hàng đầu trên Amazon



Sponsored Display (Hiển thị tài trợ):

Thu hút người tiêu dùng trên và ngoài trang Amazon dựa vào sở thích của họ thông qua quảng cáo hiển thị dễ tạo và quản lý. Công cụ này có ưu điểm như sau:

- Chiến lược phân phối **đa dạng hóa**
- Tạo nội dung quảng cáo tự động **dễ dàng hơn**
- Kênh hiển thị **phong phú**



Lưu ý: Thương hiệu tài trợ và Hiển thị tài trợ chỉ khả dụng cho nhà bán hàng đã đăng ký thương hiệu.

01

02

03

04
Sử dụng công cụ quảng cáo trên Amazon

Lập kế hoạch quảng cáo theo từng giai đoạn trong 30 ngày

BƯỚC 1

Ngày 1-5: Chuẩn bị trước khi quảng cáo

- Xác định mục tiêu quảng cáo
- Chuẩn bị sẵn sản phẩm

BƯỚC 2

Ngày 5-15: Bật quảng cáo tự động

- Phương pháp nhắm mục tiêu đối tượng
- Kiểm tra lại chất lượng Listing
- Bắt đầu với sản phẩm mới, tích lũy doanh số bán hàng

BƯỚC 3

Ngày 5-15: Bật quảng cáo thủ công

- Đối sánh từ khóa
- Quảng cáo tự động kết hợp quảng cáo thủ công
- Phân bổ ngân sách hợp lý

BƯỚC 4

Ngày 15-30: Tối ưu hóa quảng cáo

- Quản lý chiến dịch quảng cáo chi tiết hơn
- Phân tích dữ liệu quảng cáo

01

02

03

04
Sử dụng công cụ quảng cáo trên Amazon

Chính sách ưu đãi cho nhà bán hàng mới kích hoạt quảng cáo



Kể từ ngày 1 tháng 3 năm 2024, nhà bán hàng chuyên nghiệp tạo chiến dịch quảng cáo cho ASIN trong vòng 90 ngày kể từ ngày ASIN đầu tiên được đăng tải để có thể đặt mua (không yêu cầu thời gian kết thúc chiến dịch) sẽ được giảm 50 USD cho phí quảng cáo!

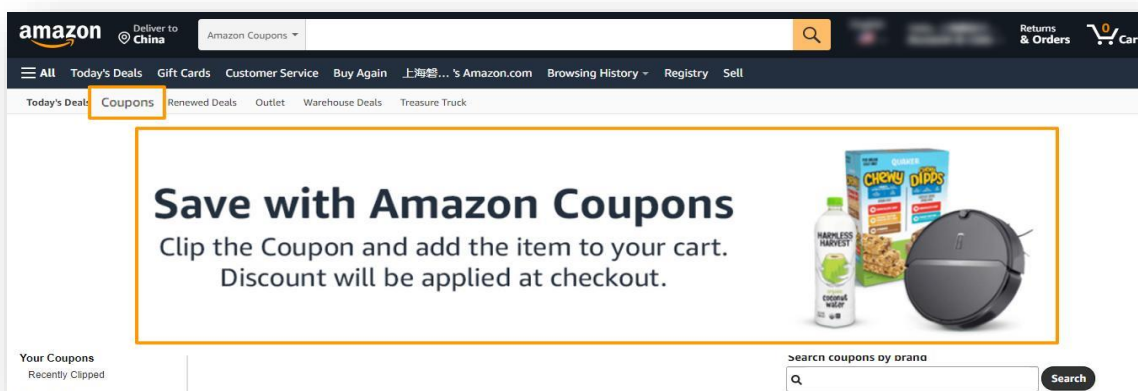
Nhà bán hàng mới còn được hưởng những quyền lợi nào? Bạn nên truy cập [bài viết này](#) để tìm hiểu thêm chi tiết về chính sách ưu đãi.

5. Giai đoạn thứ ba của 90 ngày vàng: Tăng doanh thu

Khi đã vượt qua hai giai đoạn trên và **có nền tảng doanh số bán hàng nhất định, nhà bán hàng sẽ có cơ hội nhận được đề xuất chương trình khuyến mãi**. Bạn có thể bắt đầu sử dụng các công cụ chương trình khuyến mãi như phiếu giảm giá (Coupons) và chương trình ưu đãi theo giờ để thúc đẩy hơn chuyển đổi và tiếp tục kích thích doanh số bán hàng. Đồng thời, bạn còn có thể sử dụng **công cụ bảo hộ thương hiệu** để đảm bảo hoạt động kinh doanh được an toàn và hiệu quả.

5.1 Sử dụng phiếu giảm giá Amazon (Coupons)

Phiếu giảm giá Amazon (Coupons) là chiết khấu được tạo cho một sản phẩm hoặc một nhóm sản phẩm, có ngưỡng cài đặt tương đối thấp và còn có hiển thị nguồn lưu lượng truy cập riêng. Đây là lựa chọn tuyệt vời giúp bạn thu hút lưu lượng truy cập và tiết kiệm chi phí. Do đó, công cụ này rất phù hợp với các sản phẩm mới hoặc nhà bán hàng vừa bắt đầu kinh doanh.



(Trang dành riêng chương trình khuyến mãi)

- **Bốn ưu điểm lớn của phiếu giảm giá Amazon (Coupons):**



- **Tiếp cận chính xác, hiệu quả nhóm khách hàng mục tiêu**

Công cụ này vừa nâng cao tỷ lệ quay lại của khách hàng, vừa có thể nhắm mục tiêu các nhóm khách hàng khác nhau từ đó nâng cao độ chính xác khi phân phối phiếu giảm giá.



- **Tăng khả năng được phát hiện của sản phẩm**

Amazon sẽ tự động quảng cáo phiếu giảm giá, cài đặt ký hiệu chương trình khuyến mãi đặc biệt trên cả kết quả tìm kiếm và trang chủ phiếu giảm giá.

01

02

03

04

Sử dụng công cụ quảng cáo trên Amazon



○ **Thiết lập đơn giản**

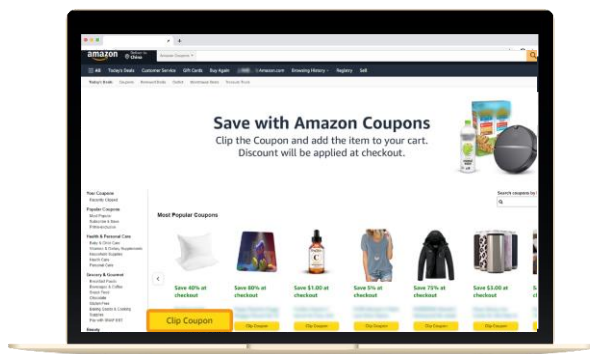
Bằng cách thiết lập phiếu giảm giá theo hai hình thức là "giảm tiền trực tiếp" hoặc "chiết khấu phần trăm", thời hạn hiệu lực tối đa lên đến 3 tháng; phiếu giảm giá thu phí theo số lần nhấp, kiểm soát được chi phí.



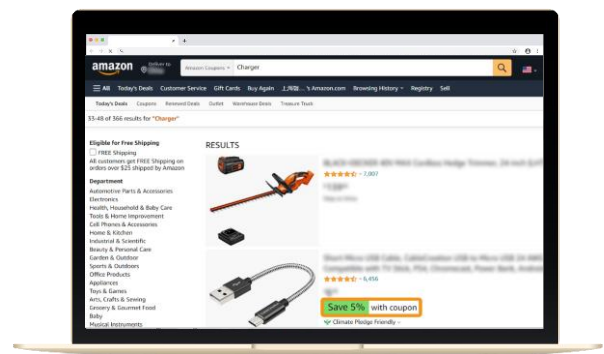
○ **Tiếp thị kết hợp**

Kết hợp với hình thức quảng cáo được tài trợ sẽ giúp tăng doanh số bán hàng và độ nhận diện thương hiệu hơn.

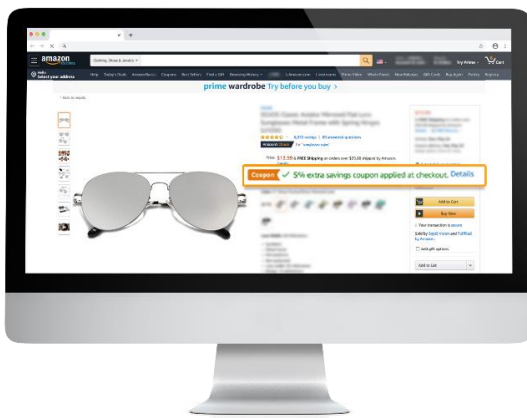
Thông tin phiếu giảm giá bạn tạo thường sẽ xuất hiện trên các trang sau:



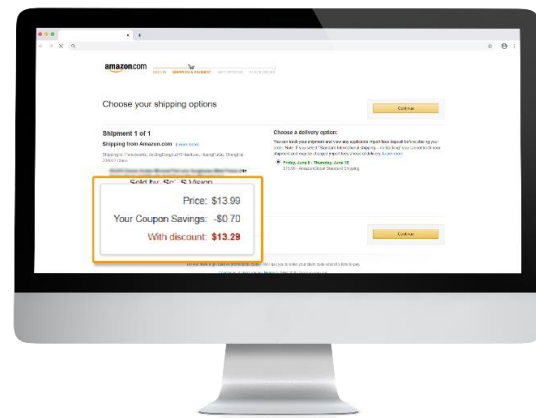
(Trang dành riêng chương trình khuyến mãi)



(Trang danh sách sản phẩm trong kết quả tìm kiếm)



(Trang chi tiết sản phẩm Listing)



(Trên trang thanh toán sản phẩm khách hàng xác nhận mua thêm và trong giỏ hàng)

01

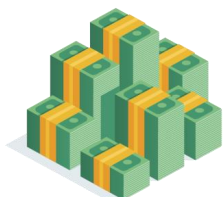
02

03

04

05
Sử dụng
công cụ
chương
trình
khuyến
mãi

Chính sách ưu đãi cho nhà bán hàng mới sử dụng phiếu giảm giá



Trong vòng **90 ngày** sau khi đăng tải ASIN đầu tiên có thể đặt mua, nếu sử dụng phiếu giảm giá Amazon, nhà bán hàng sẽ được giảm **50 USD**. Nhà bán hàng nên phát hành và nhận phiếu giảm giá trước để chuẩn bị cho chương trình khuyến mãi mùa cao điểm sau này!

Sử dụng phiếu giảm giá một cách khôn ngoan sẽ đem lại rất nhiều lợi ích! Vậy cần tạo phiếu giảm giá thế nào? Bạn có thể truy cập [tài liệu này](#) để tìm hiểu thêm.

01

02

03

04

05

Sử dụng công cụ chương trình khuyến mãi

5.2 Sử dụng công cụ Deal của Amazon

Các sản phẩm hoạt động tốt sẽ có cơ hội đủ điều kiện tham gia chương trình khuyến mãi Deal của Amazon! Giúp bạn đột phá doanh số bán hàng trong thời gian ngắn, tiếp tục cải thiện hiệu quả rõ rệt của thương hiệu và của hàng trong thời gian dài!

Ba công cụ Deal hàng đầu của Amazon



Chương trình ưu đãi theo giờ (Lightning Deal, gọi tắt là LD):

Đây là chương trình hiển thị có lưu lượng truy cập cao trong thời gian giới hạn ngắn, thường xuất hiện trên trang chương trình trong thời gian giới hạn vài giờ, khi thời gian kết thúc thì quay về giá gốc. Chương trình ưu đãi theo giờ hỗ trợ tăng cường khả năng hiển thị sản phẩm, vừa giúp bạn **thu được lưu lượng truy cập lớn trong thời gian ngắn vừa giảm tồn đọng hàng lưu kho một cách hiệu quả!**




<p>Prime early access Starts at 19:00</p> <p>Scrubber Massager Upgraded Hair Shampoo Brush with 2 Different Lengths...</p> <p>Watch this deal</p>	<p>Prime early access Starts at 19:00</p> <p>Fixed</p> <p>Watch this deal</p>	<p>Prime early access Starts at 19:00</p> <p>Outdoor Solar Lights Garden Crackle Glass Globe Stake Lights, Waterproof...</p> <p>Watch this deal</p>
---	---	---

Ba công cụ Deal hàng đầu của Amazon



Ưu đãi 7 ngày (7 Day Deal, gọi tắt là 7DD):

Các sản phẩm tham gia ưu đãi 7 ngày sẽ được hiển thị trên trang chương trình khuyến mãi trong 7 ngày (thời gian có thể giảm tùy trường hợp cụ thể). Tạo ưu đãi 7 ngày sẽ không chỉ giúp **tăng doanh số bán hàng** mà còn **giảm tồn đọng hàng lưu kho một cách hiệu quả** và **tăng tỷ lệ sử dụng kho hàng!**

 <p>44% off On deal \$27.99 List Price: \$49.99 Wireless Earbuds Bluetooth 5.0 Headphone Hi-Fi Stereo Sound Built-in Mic Touch Control in... ★★★★★ 159</p>	 <p>Up to 38% off On deal \$36.99 List Price: \$59.99 for Small Medium Large Dogs, No Bark Collar with No Shock...</p>	 <p>\$19.99 and under On deal \$19.99 List Price: \$34.99 43% off Women's 8"/5" High Waist Active Wear Shorts Yoga Leggings, Tummy Control Worko...</p>
--	--	---

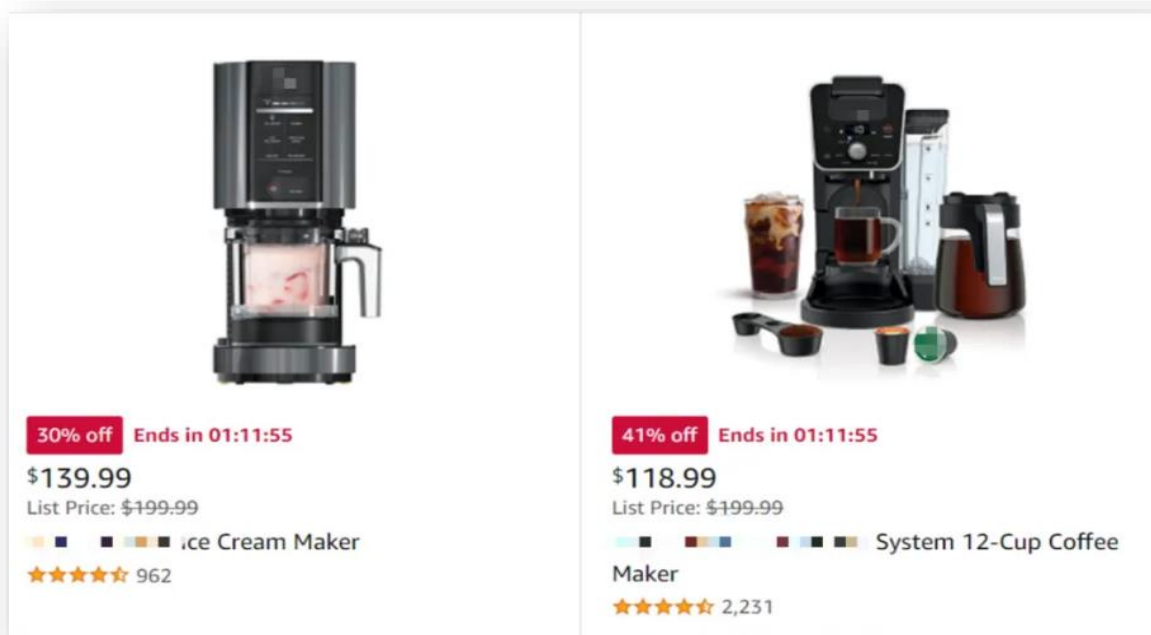


Sản phẩm nổi bật (Deal of The Day, gọi tắt là DOTD)/Siêu khuyến mãi (Top Deal):

Là chương trình hiển thị có lưu lượng truy cập cao nhất và điều kiện đăng ký nghiêm ngặt nhất trong số các chương trình khuyến mãi, thời lượng của sự kiện là 24 giờ và luôn được xếp đầu trong các Deal trong ngày nên có lưu lượng truy cập nhiều nhất và rất phù hợp với các sản phẩm chất lượng tốt. Sản phẩm nổi bật DOTD hỗ trợ nhà bán hàng **phá bỏ nút thắt cổ chai xếp hạng, nâng cao độ nhận diện thương hiệu** và **tạo ra các sản phẩm bán chạy nổi bật.**

(Xem trang tiếp theo)

Ba công cụ Deal hàng đầu của Amazon



Nếu bạn muốn tìm hiểu về phần giới thiệu và sử dụng công cụ Deal, vui lòng truy cập [tài liệu này](#) để tìm đọc thông tin liên quan.

5.3 Sử dụng công cụ bảo hộ thương hiệu

Sau khi đã được biết đến, bạn cần bắt đầu bảo vệ quyền lợi thương hiệu của bản thân, tạm biệt vấn nạn hàng giả, bán hàng song song để người tiêu dùng yên tâm mua hàng và đảm bảo doanh số bán hàng ổn định hơn!

Amazon cung cấp cho bạn nhiều công cụ bảo hộ thương hiệu để bảo vệ cho thương hiệu của bạn. **Các công cụ bảo hộ thương hiệu này có thể áp dụng trong những trường hợp nào và sử dụng chúng ra sao?**

Bạn có thể truy cập theo đường dẫn "Trang chủ trung tâm bán hàng (Seller Central) > Học tập > Học viện nhà bán hàng > Từ khóa tìm kiếm: Bảo hộ thương hiệu", truy cập vào "Bảo hộ thương hiệu Amazon 1.1" để xem công cụ bảo hộ thương hiệu, định vị và so sánh; nhấp vào "Bảo hộ thương hiệu Amazon 1.2" để tìm hiểu cách báo cáo vi phạm sao cho hiệu quả; chọn "Quy trình bảo hộ thương hiệu Amazon 1.3" để tìm hiểu chương trình minh bạch Transparency phòng ngừa trước hành vi bán song song hàng giả; xem "Bảo hộ thương hiệu Amazon 1.4" để biết thêm thông tin về công cụ chống hàng giả Project Zero, giúp loại bỏ hàng giả theo cách thủ công.

01

02

03

04

05

06
Sử dụng
công cụ
bảo hộ
thương
hiệu

Tự động bảo hộ trước



Công cụ bảo hộ thương hiệu tự động:

Nhờ công nghệ máy học, Amazon có thể sử dụng thông tin do thương hiệu cung cấp để triển khai các biện pháp bảo vệ mang tính dự đoán nhằm xác định và loại bỏ các thông tin đăng tải có nguy cơ không phù hợp, bảo vệ tên thương hiệu, logo (biểu trưng), ngăn việc tạo đề xuất ưu đãi và hạn chế tạo ASIN một cách hiệu quả.



Chương trình minh bạch Transparency:

Chương trình minh bạch Transparency là một dịch vụ Amazon cung cấp cho nhà bán hàng và người tiêu dùng của thương hiệu để có thể theo dõi và xác minh tính xác thực của sản phẩm. Chương trình sẽ tiến hành theo dõi mọi sản phẩm, ngăn chặn các sản phẩm giả mạo thương hiệu được bán trên Amazon. Sau khi chọn sản phẩm để tham gia, thương hiệu cần áp dụng mã chương trình minh bạch Transparency cho sản phẩm để giúp ngăn chặn trước việc bán hàng giả, tăng cường tương tác với khách hàng sau bán hàng và giúp xác định các vấn đề của chuỗi cung ứng.

01

02

03

04

05

06
Sử dụng
công cụ
bảo hộ
thương
hiệu

Chủ động bảo vệ sau vi phạm



Công cụ báo cáo vi phạm

Bạn có thể sử dụng tính năng tìm kiếm và báo cáo của công cụ này để ủy quyền cho chủ sở hữu trí tuệ và đại lý của họ thông báo cho Amazon về những hành vi bị nghi ngờ là xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, từ đó bảo hộ nhãn hiệu, bản quyền và bằng sáng chế của thương hiệu một cách hiệu quả.



Công cụ chống hàng giả Project Zero tự loại bỏ hàng giả:

Chương trình Project Zero có ba chức năng chính gồm bảo hộ tự động, tự loại bỏ hàng giả và đánh số sản phẩm, đồng thời kết hợp các lợi thế chung của Amazon và thương hiệu để nỗ lực loại bỏ hoàn toàn hàng giả.

6. Tổng hợp các thắc mắc phổ biến về 90 ngày vàng

Câu hỏi 1

Cần phải trả những chi phí gì để sử dụng hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA)? Có chính sách ưu đãi nào cho nhà bán hàng mới không?

Khi bạn sử dụng phương thức vận chuyển hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA), khoản phí hoàn thiện đơn hàng bạn sẽ phải trả bao gồm: phí vận chuyển đơn hàng do Amazon hoàn thiện, phí lưu kho hàng tháng, phí lưu kho dài hạn, phí loại bỏ đơn hàng cùng phí hủy đơn hàng, phí xử lý hàng trả lại và phí dịch vụ ngoài kế hoạch.

Câu hỏi 2

Mất bao lâu để đăng ký nhãn hiệu? Nghe nói phải mất 10 tháng đến 1 năm mới có thể tiến hành đăng ký thương hiệu Amazon?

Thời gian đăng ký nhãn hiệu ở mỗi quốc gia/khu vực có sự khác nhau. Nhưng giờ đây bạn không cần "chờ từ 10 tháng đến 1 năm mới có thể tiến hành đăng ký thương hiệu Amazon" nữa! Hiện tại, miễn là bạn đã đăng ký nhãn hiệu, nhận được **nhãn hiệu đang chờ xử lý (Pending TM)** là đã có thể đăng ký thương hiệu Amazon. Thông thường chỉ mất **1-2 tháng** để nhận được nhãn hiệu đang chờ xử lý, nhà bán hàng mới cũng có thể hưởng các quyền lợi của chủ sở hữu nhãn hiệu và tăng trưởng nhanh chóng!

Câu hỏi 3

Nhà bán hàng mới phải cài đặt quảng cáo như thế nào? Cần giữ nhịp độ ra sao?

Sản phẩm được Amazon tài trợ áp dụng cho quảng cáo **một sản phẩm riêng lẻ** trên Amazon, giúp tăng mức độ phổ biến của sản phẩm, từ đó thúc đẩy doanh số bán hàng.

BƯỚC 1: Bật quảng cáo tự động để hiểu hành vi tìm kiếm của khách hàng;

BƯỚC 2: Bật quảng cáo thủ công và chủ động tham gia;

BƯỚC 3: Tiếp tục tối ưu hóa quảng cáo và phân phối quảng cáo một cách chuẩn xác.