

## Bài 2

### CÁC MÔ HÌNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

GIẢNG VIÊN: ThS. NGUYỄN PHƯƠNG CHI  
BỘ MÔN: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ  
Email: [chinp@ftu.edu.vn](mailto:chinp@ftu.edu.vn)

Here comes your footer - Page 1

---

---

---

---

---

---

---

---

### Nội dung

1. Định nghĩa về mô hình kinh doanh TMĐT
2. Các nhân tố cấu thành lên mô hình TMĐT
3. Vai trò của mô hình kinh doanh TMĐT
4. Phân loại các mô hình kinh doanh TMĐT
5. Một số mô hình kinh doanh TMĐT điển hình

---

---

---

---

---

---

---

---

#### 1. Định nghĩa về mô hình kinh doanh TMĐT

- **Mô hình kinh doanh** là mô hình mà doanh nghiệp tiến hành kinh doanh nhằm đạt được chiến lược kinh doanh đã đề ra ( Rappa 2003 & Turban 2004)
- **Mô hình kinh doanh** miêu tả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm các thành phần cấu tạo lên mô hình kinh doanh, chức năng của doanh nghiệp cũng như doanh thu và chi phí mà doanh nghiệp có thể đạt được.
- **Mô hình kinh doanh** cho biết những giá trị mà doanh nghiệp đã đem lại cho khách hàng thông qua những nguồn lực nào, cách thức mà họ tiếp cận tới khách hàng thông qua những hoạt động nào và cuối cùng chỉ ra cách mà doanh nghiệp thu về lợi nhuận. (stbaba.com)

---

---

---

---

---

---

---

---

### Định nghĩa về mô hình kinh doanh TMĐT

- **Mô hình kinh doanh điện tử:** cho biết vai trò và mối quan hệ doanh nghiệp với khách hàng, các nhà cung cấp trong việc cung cấp hàng hóa, dịch vụ thông tin, trao đổi thanh toán và những lợi ích khác mà các bên có thể đạt được (Weill and Vitale 2001)
- \* **Mô hình kinh doanh thương mại điện tử:** là mô hình kinh doanh có sử dụng và tận dụng tối đa hóa lợi ích của internet và website (Timmers, 1998)
- \* Mô hình kinh doanh khác với mô hình quá trình kinh doanh, mô hình tổ chức

---

---

---

---

---

---

---

---

### 2. Các nhân tố tạo lên mô hình TMĐT

- Giá trị doanh nghiệp
- Mô hình doanh thu
- Cơ hội thị trường
- Môi trường cạnh tranh
- Lợi thế cạnh tranh
- Chiến lược thị trường
- Cơ cấu tổ chức
- Bộ máy quản lý

---

---

---

---

---

---

---

---

### Giá trị tạo thành

- Cho biết các sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp đã đáp ứng nhu cầu khách hàng tới đâu
- Để xác định được những giá trị này cần trả lời câu hỏi:
  - Tại sao khách hàng chọn tiến hành giao dịch với doanh nghiệp anh chị mà không phải là doanh nghiệp khác.
  - Doanh nghiệp anh chị đã cung cấp cho khách hàng những giá trị gì mà các doanh nghiệp khác đã không làm hoặc không thể?
- Giá, khả năng cá biệt hóa sản phẩm, thời gian giao nhận hàng

---

---

---

---

---

---

---

---

### Mô hình doanh thu

- Miêu tả cách thức mà công ty kiếm lợi nhuận
- Một số mô hình doanh thu chính:
  - Mô hình doanh thu quảng cáo
  - Mô hình doanh thu phí thuê bao
  - Mô hình doanh thu phí giao dịch
  - Mô hình doanh thu bán hàng
  - Mô hình doanh thu liên kết (CPA, CPC),

---

---

---

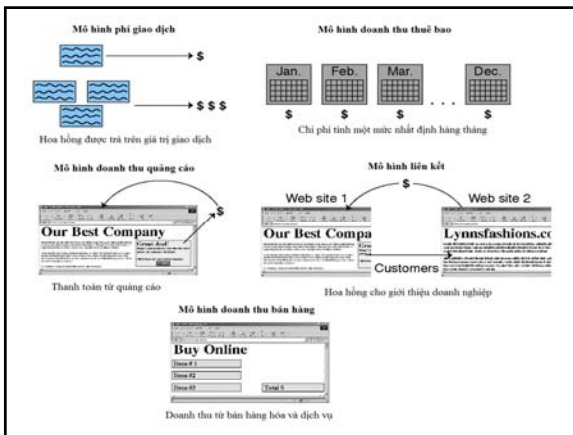
---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

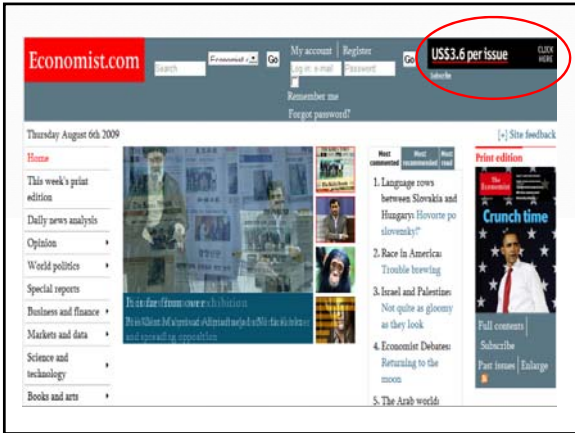
---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Cơ hội thị trường

- Cho biết thị trường hướng tới của công ty và những cơ hội tài chính mà công ty có thể có tại thị trường này.
- Không gian thị trường: nơi mà công ty hướng sẽ tiến hành hoạt động kinh doanh ở đó

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Môi trường cạnh tranh

- Cho biết có những doanh nghiệp nào cũng đang bán sản phẩm cùng loại và đang kinh doanh cùng trên một thị trường với doanh nghiệp
- Bị tác động bởi:
  - Số lượng các doanh nghiệp cạnh tranh
  - Thị phần của từng một đối thủ cạnh tranh
  - Lợi nhuận của đối thủ cạnh tranh
  - Giá của đối thủ cạnh tranh

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Lợi thế cạnh tranh

- Lợi thế của công ty so với những đối thủ cạnh tranh như lợi thế về giá, chất lượng
- Ngoài ra còn có một số lợi thế khác:
  - Lợi thế người đi đầu
  - Lợi thế cạnh tranh không công bằng
- Thị trường hoàn hảo: không có lợi thế cạnh tranh
- Đòn bẩy: Khi công ty sử dụng lợi thế cạnh tranh của mình nhằm giành nhiều thế mạnh hơn nữa đối với toàn bộ thị trường

---

---

---

---

---

---

---

---

### Chiến lược thị trường

- Lập kế hoạch chi tiết những công việc mà doanh nghiệp cần làm để thâm nhập thị trường mới và thu hút khách hàng
- Chiến lược kinh doanh phải hướng tới khách hàng tiềm năng

---

---

---

---

---

---

---

---

### Cơ cấu tổ chức

- Miêu tả chi tiết công việc của từng vị trí để đáp ứng như cầu thực tế
- Công việc phải chia theo từng phòng ban chức năng
- Cùng với sự phát triển của doanh nghiệp đòi hỏi doanh nghiệp phải thuê chuyên gia thay vì những người chỉ có nghiệp vụ và kinh nghiệm cho vị trí đó.

---

---

---

---

---

---

---

---

### Bộ máy quản lý

- Một bộ máy quản lý tốt cần phải tạo được niềm tin cho các nhà đầu tư bên ngoài
- Đội ngũ quản lý cần phải tìm ra một mô hình kinh doanh phù hợp cho doanh nghiệp cho từng thời điểm

---

---

---

---

---

---

---

---

## 2. Các nhân tố tạo lên mô hình TMĐT

- Giá trị doanh nghiệp
- Mô hình doanh thu
- Cơ hội thị trường
- Môi trường cạnh tranh
- Lợi thế cạnh tranh
- Chiến lược thị trường
- Cơ cấu tổ chức
- Bộ máy quản lý

---

---

---

---

---

---

---

---

## 3. Vai trò của mô hình kinh doanh

- Định vị thị trường
- Xác định giá trị cốt lõi mà doanh nghiệp đem lại cho khách hàng
- Đánh giá chi phí và lợi nhuận dự kiến
- Đánh giá chính xác đối thủ cạnh tranh
- Phát huy lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp

---

---

---

---

---

---

---

---

#### 4. Phân loại các mô hình kinh doanh TMĐT

- Theo đối tượng tham gia
- Theo mức độ số hóa
- Theo mô hình doanh thu
- Theo phương thức kết nối
- Theo giá trị đem lại cho khách hàng

---

---

---

---

---

---

---

---

#### 4.1. Phân loại theo đối tượng tham gia

	Chính phủ (G)	Doanh nghiệp (B)	Người tiêu dùng (C)
Chính phủ (G)	G2G ELVIS (Vn-Mỹ)	G2B Hải quan điện tử	G2C Dịch vụ công TNCOnline.com.vn
Doanh nghiệp (B)	B2G Đấu thầu công	B2B Alibaba.com Eevn.com.vn	B2C Amazon.com Raovat.com.vn
Người tiêu dùng (C)	C2G Ato.gov.au	C2B Priceline.com Vietnamwork.com	C2C Ebay.com Chodientu.vn

---

---

---

---

---

---

---

---

#### 4.1.1. Một số mô hình TMĐT B2C chính

- Mô hình cổng thông tin
- Mô hình bán lẻ trực tuyến
- Mô hình nhà cung cấp nội dung
- Mô hình môi giới giao dịch
- Mô hình người tạo lập thị trường
- Mô hình nhà cung cấp dịch vụ
- Mô hình người tạo lập cộng đồng

---

---

---

---

---

---

---

---



## Mô hình cổng thông tin

- Cung cấp công cụ tìm kiếm mạnh cộng với tích hợp các gói nội dung và dịch vụ
- Kết hợp giữa mô hình doanh thu phí giao dịch, doanh thu quảng cáo, doanh thu thuê bao
- Thông tin trên cổng thông tin có thể rất chung hoặc chuyên biệt về một lĩnh vực.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Mô hình bán lẻ trực tuyến

- Đây là hình thức các nhà bán lẻ truyền thống tiến hành hoạt động bán hàng trực tuyến. Rào cản để triển khai mô hình này là rất ít.
- Một số loại hình bán lẻ trực tuyến như:
  - Bán lẻ tuyến thuần túy
  - Bán lẻ trực tuyến kết hợp cả hình thức bán hàng truyền thống
  - Bán hàng theo catalog
  - Nhà sản xuất bán hàng trực tiếp thông qua web

---

---

---

---

---

---

---

---

## Mô hình cung cấp nội dung

- Doanh nghiệp cung cấp các nội dung số hóa như thông tin, chương trình, trò chơi giải trí thông qua web.
- Doanh thu của doanh nghiệp có thể từ phí thuê bao, quảng cáo, phí tải nội dung

---

---

---

---

---

---

---

---

### Mô hình môi giới giao dịch

- Xử lý các giao dịch trực tuyến cho khách hàng
- Giá trị quan trọng mà doanh nghiệp đem lại cho khách hàng: tiết kiệm thời gian và tiền của
- Mô hình doanh thu điển hình của loại hình này là mô hình phí giao dịch
- Thông thường những ngành công nghiệp lớn mới sử dụng mô hình như: dịch vụ tài chính, dịch vụ du lịch, dịch vụ tìm kiếm việc làm

---

---

---

---

---

---

---

---

### Mô hình người tạo lập thị trường

- Sử dụng công nghệ internet nhằm kết nối người mua và người bán lại với nhau
- Mô hình doanh thu điển hình của loại hình này là mô hình phí giao dịch

---

---

---

---

---

---

---

---

### Mô hình nhà cung cấp dịch vụ

- Cung cấp dịch vụ trực tuyến ( Google maps, google docs)
  - e.g. Google: Google Maps, Google Docs, etc.
- Giá trị định vị: thuận tiện, tiết kiệm thời gian, chi phí thấp, thay thế cho các nhà cung cấp dịch vụ truyền thống
- Mô hình doanh thu từ phí thuê bao, thanh toán tức thì

---

---

---

---

---

---

---

---

## Mô hình xây dựng cộng đồng

- Tạo một môi trường mạng xã hội nơi mà những người có cùng sở thích có thể gặp và giao tiếp với nhau
- Mô hình doanh thu có thể kết hợp nhiều mô hình với nhau bao gồm mô hình phí quảng cáo, phí thuê bao, doanh thu bán hàng, phí giao dịch và phí liên kết.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Các mô hình thương mại điện tử B2C chính				
Mô hình	Hình thức	Ví dụ	Mô tả	Mô hình doanh thu
Cộng	Cổng thông tin	Yahoo.com, AOL.com	Đưa ra gói sản phẩm tích hợp giữa cung cấp nội dung và tìm kiếm nội dung, tin tức, email, chat, tải nhạc, xem film, lịch...	Quảng cáo, phí thuê bao, phí giao dịch
	Nhà bán lẻ trực tuyến	Amazon.com	Cửa hàng bán lẻ trực tuyến nơi khách hàng có thể mua hàng vào mọi lúc mà không phải đi ra khỏi nhà hoặc vào phòng	Bán hàng
Nhà sản xuất phân phối trực tiếp	DN truyền thống bán TMDT	Walmart.com	Kênh phân phối hàng trực tuyến cho công ty có cửa hàng truyền thống	Bán hàng
	DN bán hàng theo catalog	L.L.Bean, Verano.com	Catalog điện tử	Bán hàng
Nhà cung cấp nội dung	Nhà sản xuất phân phối trực tiếp	Dell.com, Sony.com	Nhà sản xuất phân phối tiếp qua môi trường mạng	Bán hàng
	Tim kiếm	Google.com, CNN.com	Đưa ra những dịch vụ tìm kiếm	Quảng cáo, giới thiệu, liên kết
Môi giới giao dịch	Nhà cung cấp nội dung	Expedia.com, Ettrade.com	Các nhà cung cấp thông tin và chương trình giải trí như báo chí, trang web thể thao... sẽ cung cấp cho khách hàng những thông tin cập nhật cũng như những thông tin hữu ích, những mẹo vặt	Quảng cáo, phí thuê bao, liên kết, giới thiệu
			Ngăn trung gian xử lý các giao dịch bán hàng trực tuyến như môi giới chứng khoán, đại lý du lịch nhằm phát huy năng lực cạnh tranh của khách hàng bằng cách giúp họ có thể tiến hành các giao dịch với tốc độ nhanh hơn và chi phí rẻ hơn	Phí giao dịch
Người tạo lập thị trường	Nhà cung cấp dịch vụ xây dựng cộng đồng	eBay.com, VisaNow.com, Facebook.com, Myspace.com	Kênh doanh trên môi trường mạng bằng cách sử dụng internet để tạo ra thị trường. Kiểm tra bằng cách cung cấp cho người dùng dịch vụ hơn là sản phẩm hàng hóa	Phí giao dịch
			Trang mà các cá nhân có chung sở thích, sở thích. Đây là mạng xã hội	Bán dịch vụ, Quảng cáo, phí thuê bao, liên kết, giới thiệu

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



#### 4.1. Phân loại theo đối tượng tham gia

	Chính phủ (G)	Doanh nghiệp (B)	Người tiêu dùng (C)
Chính phủ (G)	G2G ELVIS (Vn-Mỹ)	G2B Hải quan điện tử	G2C Dịch vụ công TNCNonline.com.vn
Doanh nghiệp (B)	B2G Đấu thầu công	B2B Alibaba.com Ecvn.com.vn	B2C Amazon.com Raovat.com.vn
Người tiêu dùng (C)	C2G Ato.gov.au	C2B Priceline.com Vietnamwork.com	C2C Ebay.com Chodientu.vn

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

#### Mô hình TMĐT B2B

- Là mô hình thương mại điện tử mà các doanh nghiệp sẽ tiến hành các giao dịch thông qua mạng internet, extranet, intranet hoặc mạng riêng.
- Số lượng giao dịch chiếm khoảng 10%, nhưng giá trị giao dịch lên tới 85% tổng giá trị giao dịch từ hoạt động thương mại điện tử

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

#### 4.1.2. Một số mô hình TMĐT B2B chính

- Mô hình phân phối trực tuyến
- Mô hình mua sắm trực tuyến
- Mô hình sàn giao dịch

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Mô hình phân phối trực tuyến

- Cung cấp sản phẩm và dịch vụ trực tiếp tới từng doanh nghiệp
- Một công ty sẽ cung cấp cho nhiều khách hàng khác nhau. Việc mua bán thông qua catalog điện tử hoặc qua đấu giá, thường là thông qua mạng extranet
- Mô hình này còn gọi là mô hình thương mại điện tử B2B phía người bán ( Sell-side)
- Ví dụ: Grainger.com



---

---

---

---

---

---

---

---

## Mô hình mua sắm trực tuyến

- Cho phép các nhà cung cấp truy cập vào cổng thông tin điện tử của doanh nghiệp
- Mô hình doanh thu từ phí giao dịch, phí sử dụng, phí cấp chứng nhận hàng năm
- Mô hình này còn gọi là mô hình thương mại điện tử phía người mua (buy-side)



---

---

---

---

---

---

---

---

## Mô hình sàn giao dịch

- Sàn giao dịch điện tử nơi người mua và nhà cung cấp có thể tiến hành giao dịch trên đây
- Thường được sở hữu bởi một công ty độc lập
- Mô hình doanh thu là từ phí giao dịch, phí dịch vụ, phí thành viên, phí quảng cáo.
- Đây được xem như là cổng thông tin cho các doanh nghiệp



---

---

---

---

---

---

---

---

MÔ HÌNH KINH DOANH B2B			
Mô hình kinh doanh	Ví dụ	Miêu tả	Mô hình doanh thu
Phân phối điện tử	Grainger.com Parstore.com	Công ty cung cấp trực tiếp hàng hóa và dịch vụ tới các doanh nghiệp cá nhân (có catalog trực tuyến)	Bán hàng
Mua sắm điện tử	Arriba.com Perfectcommerce.com	Công ty sẽ tạo lập một thị trường số hóa cho gắn kết những nhà cung cấp và người mua lại với nhau	Phí cho dịch vụ tạo lập thị trường, quản trị chuỗi cung ứng và dịch vụ thực hiện đơn hàng
Sàn giao dịch	Farms.com Foodtrader	Là thị trường số hóa độc lập nơi các nhà cung cấp và người mua có thể tiến hành các giao dịch	Phí và hoa hồng cho từng giao dịch
Sàn giao dịch ngành	Elemica.com Exostar.com	Sàn giao dịch ảo phục vụ cho từng ngành kinh doanh	Phí và hoa hồng cho từng giao dịch

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

4.1. Phân loại theo đối tượng tham gia

	Chính phủ (G)	Doanh nghiệp (B)	Người tiêu dùng (C)
Chính phủ (G)	G2G ELVIS (Vn-Mỹ)	G2B Hải quan điện tử	G2C Dịch vụ công TNCOnline.com.vn
Doanh nghiệp (B)	B2G Đấu thầu công	B2B Alibaba.com Eevn.com.vn	B2C Amazon.com Raovat.com.vn
Người tiêu dùng (C)	C2G Ato.gov.au	C2B Priceline.com Vietnamwork.com	C2C Ebay.com Chodientu.vn

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 4.1.3. Mô hình chính phủ điện tử (G2C, G2B, G2E)

- Là mô hình thương mại điện tử mà tại đó chính phủ sẽ mua hoặc cung cấp hàng hóa, dịch vụ hay thông tin cho doanh nghiệp hoặc các cá nhân.
- Một số hoạt động như thu và quản lý thuế, đấu giá điện tử, mua sắm theo nhóm, mua sắm điện tử cho chính phủ

---

---

---

---

---

---

---

---

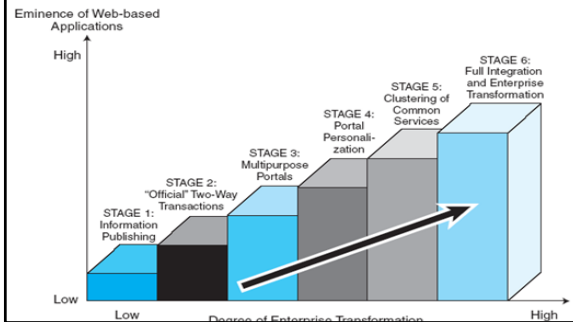
---

---

---

---

## Các giai đoạn phát triển của chính phủ điện tử




---

---

---

---

---

---

---

---

### 4.1.4. Mô hình thương mại điện tử C2C

- Là mô hình thương mại điện tử mà tại đó người tiêu dùng sẽ bán trực tiếp các sản phẩm, dịch vụ tới người tiêu dùng khác.
- Giá trị giao dịch chỉ chiếm khoảng 10% tổng giá trị thương mại điện tử toàn cầu
- Ví dụ: Ebay.com

---

---

---

---

---

---

---

---

### 4.2. Phân loại theo mức độ số hóa

- Mô hình thương mại truyền thống (Brick and Mortar)
- Mô hình thương mại bán truyền thống (Brick and Click & Motar and Click)
- Mô hình thương mại điện tử thuần túy (Pure eCommerce)

---

---

---

---

---

---

---

---



#### 4.3. Phân loại theo phương thức kết nối

- Thương mại điện tử qua truyền hình, mạng internet, mạng điện thoại.
- Thương mại điện tử di động: M-commerce (công nghệ ở đây bao gồm điện thoại 3G, wifi và bluetooth)

---

---

---

---

---

---

---

---

#### 4.4. Phân loại theo phương tiện

- Người với người: email, chat, điện thoại...
- Người với máy: ATM, POS, máy bán hàng, mua hàng qua mạng,...
- Máy với Máy: Thanh toán liên ngân, hệ thống kết nối tự động,...

---

---

---

---

---

---

---

---

#### 4.5. Phân loại theo mô hình doanh thu

Mô hình doanh thu là mô hình miêu tả cách thức doanh nghiệp tiến hành để có được doanh thu

- Mô hình doanh thu quảng cáo (Advertising revenue model)
- Mô hình doanh thu thuê bao (Subscription revenue model)
- Mô hình doanh thu phí giao dịch (Transaction fee revenue model)
- Mô hình doanh thu bán hàng (Sales revenue model)
- Mô hình doanh thu liên kết (Affiliate revenue model)
- Các mô hình doanh thu khác

---

---

---

---

---

---

---

---

4.6. Mô hình TMĐT dựa trên giá trị đem lại cho khách hàng

- Mô hình quảng cáo trực tuyến tới khách hàng (Online direct marketing) (Wal-Mart)
- Mô hình đấu thầu điện tử (E-tendering)(GE)
- Mô hình theo giá người mua (Name your own price) (priceline.com)
- Mô hình tìm giá tốt nhất (Find the best price) (shopping.com)
- Mô hình quảng cáo liên kết (Affiliate marketing)(amazon.com)
- Mô hình marketing lan tỏa (Viral marketing)
- Mô hình đấu giá trực tuyến (Online auction)(ebay.com)
- Cá biệt hóa hàng hóa và dịch vụ (Product and service customization)(Dell.com)
- Mô hình sàn giao dịch điện tử (e-marketplaces)(Chemconnect.com)
- Mô hình môi giới thông tin (Information brokers)(google.com)
- Mô hình chiết khấu giá (Deep discounting)(half.com)
- Mô hình thành viên (Membership)(NYTimes.com)
- Mô hình tích hợp chuỗi giá trị (Value-chain Intergrator)(carpoint.com)
- Mô hình cung cấp dịch vụ chuỗi giá trị (Value-chain service provider)(UPS.com)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

5. Một số mô hình kinh doanh TMĐT điển hình

- **Amazon.com**
- **Google.com**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



- Giới thiệu amazon.com
- Chiến lược kinh doanh
- Mô hình kinh doanh

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Giới thiệu về Amazon.com

- Thành lập vào năm 1995
- Trang web của amazon.com có thể trình bày bằng 5 thứ tiếng như tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Trung, tiếng Nhật và tiếng Đức.
- Kinh doanh theo mô hình bán lẻ trực tuyến
- Công ty đã không thu được một đồng lợi nhuận nào cho tới quý 4/2001
- Doanh thu năm 2008 là hơn 19 tỷ đô la Mỹ
- Lợi nhuận năm 2008 là 645 triệu đô la Mỹ
- Năm 2008 có 615 triệu người truy cập vào trang web
- 65% doanh thu của amazon.com là từ hoạt động bán sách và các sản phẩm số hóa
- Năm 2007, 45% doanh thu là từ hoạt động kinh doanh ở nước ngoài, tăng 39% so với năm 2006
- Tháng 5/1997 công ty bắt đầu niêm yết tại sàn chứng khoán NASDAQ

---

---

---

---

---

---

---

---

## Các sản phẩm bán lẻ của amazon.com

- Amazon.com cung cấp hàng triệu sản phẩm cho khách hàng
- Các sản phẩm được chia làm 12 loại chính
  - Sách
  - Phim, nhạc và trò chơi
  - Dịch vụ tải sản phẩm số hóa
  - Thiết bị đọc sách số
  - Máy tính và thiết bị văn phòng
  - Đồ điện tử
  - Đồ gia dụng và làm vườn
  - Đồ tạp phẩm, sức khỏe và làm đẹp
  - Đồ chơi và đồ trẻ nhỏ
  - Đồ thể thao, thời trang và trang sức
  - Các dụng cụ và máy móc



---

---

---

---

---

---

---

---

## Chiến lược kinh doanh của amazon.com

- Cung cấp sản phẩm với giá cả cạnh tranh
- Đa dạng hóa sản phẩm
- Mua hàng chỉ bằng 1-click
- KISS - Keep it simple and stupid
- Xây dựng một trang web có độ an toàn cao trong thanh toán



---

---

---

---

---

---

---

---

Mô hình kinh doanh của amazon.com

- Khởi đầu là mô hình bán lẻ sách trực tuyến không có kho hàng
- Công ty mở rộng thêm các mặt hàng kinh doanh nên đã xây dựng các trung tâm phân phối để cung cấp được nhiều đơn hàng nhất
- 2001 Amazon.com tiến hành mô hình kinh doanh thu phí bằng cách cho phép các cá nhân, doanh nghiệp thương mại truyền thống xây dựng các gian hàng ảo thông qua chương trình Z-stores. Tuy nhiên thì thất bại
- 2003 Amazon.com lại triển khai lại với qui mô lớn hơn và tích hợp thêm công cụ tìm kiếm
- 2007 Cung cấp dịch vụ lưu kho và vận chuyển hàng
- Thành công của Amazon.com đó là nhờ vào việc đa dạng hóa mặt hàng, giá thấp, sự sẵn có của sản phẩm, công nghệ cải tiến và thông tin sản phẩm thì đầy đủ và cập nhật

---

---

---

---

---

---

---

---



- Giới thiệu về Google
- Các dịch vụ của Google
- Phương thức kinh doanh của Google

---

---

---

---

---

---

---

---



- Google được thành lập vào tháng 9 năm 1998
- Google bắt đầu niêm yết trên thị trường NASDAQ vào tháng 8 năm 2004
- 99% doanh thu của google là từ các chương trình quảng cáo
- Tính đến tháng 8/2007 Google trở thành công cụ tìm kiếm trên web hàng đầu trên thế giới với 53,6% thị phần

---

---

---

---

---

---

---

---

### Các dịch vụ của Google

- Công cụ tìm kiếm cho mọi người
- 2000 Google tiến hành bán các quảng cáo về doanh nghiệp thông qua từ khóa tìm kiếm




---

---

---

---

---

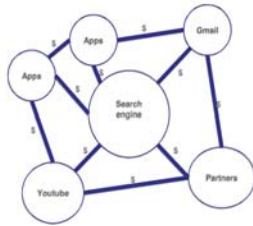
---

---

---

### Phương thức kinh doanh của Google

- Google đa dạng hóa các sản phẩm của mình hướng tới là nơi cung cấp thông tin hàng đầu trên thế giới thông qua công cụ tìm kiếm hữu hiệu
- PageRank chính là lợi thế cạnh tranh của google so với những đối thủ khác




---

---

---

---

---

---

---

---

### Phương thức kinh doanh của Google

**Google AdWords** cho phép các đối tượng có nhu cầu Quảng cáo đăng Quảng cáo của mình trên kết quả tìm kiếm của Google và trên Google Content Network qua phương thức cost-per-click hoặc cost-per-view



<https://adwords.google.com/select/Login>

---

---

---

---

---

---

---

---

## Phương thức kinh doanh của Google

Chủ các trang web [Google AdSense](#) cũng có thể hiển thị quảng cáo trên trang của họ và kiếm tiền mỗi lần banner quảng cáo được Click.



<https://www.google.com/adsense>

---

---

---

---

---

---

---

---

## Dịch vụ

- [Google Gmail](#): Dịch vụ thư điện tử
- [Google Reader](#): Trình đọc tin trực tuyến.
- [Google Personalized](#): Trang chủ Google cá nhân tùy biến
- [Google Docs and Spreadsheets](#): Công cụ soạn thảo văn bản và bảng tính trực tuyến
- [Google Code](#): Phát triển mã nguồn.
- [Google Web Albums](#): Quản lý lưu trữ hình ảnh, xuất bản hình ảnh trên web.
- [Google Pages Creator](#): Upload, lưu trữ file, tạo trang web trực tuyến miễn phí.
- [Google Blogger](#): Dịch vụ blog
- [Google Calendar](#): Lịch làm việc
- [Google Video](#) Upload video
- [Google Alerts](#): Nhận tin tức và kết quả tìm kiếm qua thư điện tử
- [Google Answers](#): Dịch vụ trả lời có lệ phí ( đã huỷ bỏ )
- [Google Blog Search](#): Tìm kiếm trên các Blog

---

---

---

---

---

---

---

---

## Dịch vụ

- [Google Catalogs](#)
- [Google Directory](#): Thư mục lấy từ [Open Directory Project](#)
- [Froogle](#): Tìm hàng hóa để mua
- [Google Groups](#): Diễn đàn
- [Google Images](#): Tìm kiếm hình ảnh
- [Google Labs](#): Thử nghiệm dụng cụ mới
- [Google Local](#)
- [Google Maps](#): Bản đồ, chỉ hướng, hình từ vệ tinh toàn Thế giới(Riêng với dịch vụ tìm kiếm đường đi có giới chỉ trong một số quốc gia ví dụ như [Hoa Kỳ](#), [Canada](#), [Anh](#), [Ireland](#), và [Nhật Bản](#)).
- [Google Mobile](#): Sử dụng Google trên điện thoại di động
- [Google News](#): Tin tức
- [Google Print](#), [Google Scholar](#), [Google SMS](#)
- [Google Apps](#) (tiếng Việt)

---

---

---

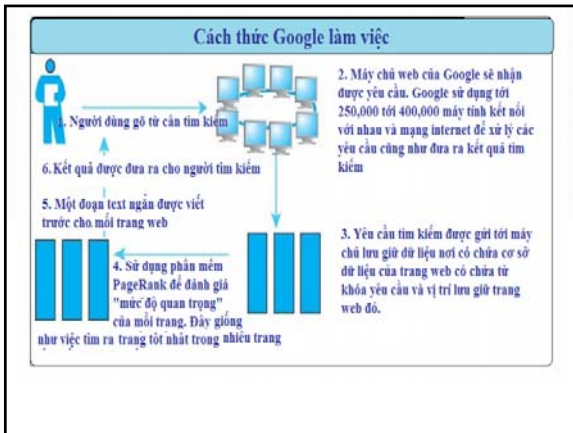
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

- Case study**
1. **Dell**
  2. **Amazon.com**
  3. **P&G**
  4. **Covisint**
  5. **Asite, GTN, Chemconnect**
  6. **General Motor**
  7. **Cisco**
  8. **7-Eleven**
  9. **eBay**
  10. **Search war**
  11. **Cigna**
  12. **Wal-mart**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---