

**BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ MÔI TRƯỜNG
TRUNG TÂM KHUYẾN NÔNG QUỐC GIA**



PHƯƠNG PHÁP KHUYẾN NÔNG THEO ĐỊNH HƯỚNG THỊ TRƯỜNG

**Viet-SHEP: HƯỚNG DẪN KỸ THUẬT CHO NÔNG DÂN
TIẾP THỊ**

**NHÀ XUẤT BẢN NÔNG NGHIỆP
HÀ NỘI - 2026**

MỤC LỤC

1. HƯỚNG DẪN VỀ CÔNG CỤ TIẾP THỊ	5
2. HƯỚNG DẪN VỀ KẾT NỐI	26
3. HƯỚNG DẪN VỀ YÊU CẦU VÀ PHẢN HỒI CỦA KHÁCH HÀNG	41



1. HƯỚNG DẪN VỀ CÔNG CỤ TIẾP THỊ

Hướng dẫn về công cụ tiếp thị

Mục đích

1. Hiểu được sự cần thiết của các công cụ tiếp thị
2. Hiểu rõ các loại công cụ tiếp thị khác nhau
3. Biết cách sử dụng SNS (mạng xã hội) để tiếp thị
4. Nắm bắt những điểm quan trọng khi sử dụng công cụ tiếp thị

Khái quát

1. Mục tiêu sử dụng công cụ tiếp thị
2. Các loại công cụ tiếp thị
3. Công cụ tiếp thị truyền thống
4. Công cụ tiếp thị trực tuyến
5. Mấu chốt để sử dụng hiệu quả các công cụ tiếp thị

Mục tiêu sử dụng công cụ tiếp thị

Các công cụ tiếp thị nhằm mục đích giải thích thông tin của nhà sản xuất và sản phẩm một cách hiệu quả cho các bên liên quan như người mua và người tiêu dùng.

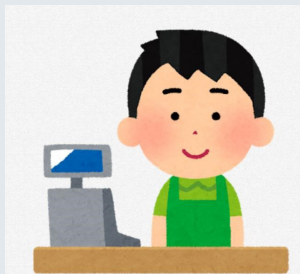
Tôi đã dành nhiều thời gian và công sức. Người tiêu dùng sẽ thích chúng



Người sản xuất

Cần giải thích hiệu quả

Cửa hàng rau sạch



Tôi muốn biết rau được sản xuất như thế nào để đảm bảo an toàn

Tôi muốn mua rau an toàn và ngon



Người tiêu dùng

Hai loại công cụ tiếp thị

Công cụ tiếp thị truyền thống

Công cụ tiếp thị trực tuyến



Sử dụng cả hai loại công cụ tùy thuộc vào các dịp và mục tiêu



Truyền thông đại chúng một chiều, vật liệu

Truyền thông kỹ thuật số, tương tác, có mục tiêu

Ví dụ về các công cụ tiếp thị

Công cụ tiếp thị truyền thống

- 1) Logo
- 2) Danh thiếp
- 3) Hồ sơ năng lực đơn vị SX
- 4) Biển hiệu
- 5) Tờ rơi/áp phích/standee
- 6) Nhãn mác/bao bì

Công cụ tiếp thị trực tuyến

Sử dụng SNS (Mạng xã hội)

- Zalo – Chat
- Facebook – Ảnh+Chữ
- Instagram– Ảnh
- TikTok–video ngắn
- YouTube -- Video

Công cụ tiếp thị truyền thống: 1) Logo

LOGO là biểu tượng trực quan **tương ứng với tầm nhìn hoặc đặc điểm của tổ chức**. Logo được tạo nhằm mục đích có thể nhận dạng thương hiệu, phân biệt giữa thương hiệu này với các thương hiệu khác. Logo được **sử dụng trên nhiều tài liệu tiếp thị khác nhau**, đảm bảo hình ảnh trực quan nhất quán của thương hiệu.



Công cụ tiếp thị truyền thống: 2) Danh thiếp

DANH THIẾP được sử dụng để giới thiệu đơn vị bao gồm:

- Thông tin về đơn vị (Tên, địa chỉ, người đại diện; số điện thoại; Facebook; email)
- Lĩnh vực hoạt động: Sản xuất/Chế biến/Kinh doanh
- Loại sản phẩm (Đa dạng, sản phẩm thế mạnh, v.v.)

Dùng khi gặp gỡ lần đầu!

Mặt trước

- Thông tin về đơn vị, logo
- Thông tin liên hệ

Mặt sau

Sản phẩm/
Hình ảnh sản phẩm

Ví dụ về Danh thiếp



**HTX DỊCH VỤ NÔNG NGHIỆP
XÃ NHÂN HUỆ**

GIÁM ĐỐC
PHAN VĂN TÍNH

Địa Chỉ: Xã Nhân Huệ, thành phố Chi Linh, tỉnh Hải Dương
Điện Thoại: 0961.398.755 Email: nhanhuehtx@gmail.com



**HTX DỊCH VỤ NÔNG NGHIỆP
XÃ NHÂN HUỆ**

Cam kết sản phẩm rõ nguồn gốc xuất xứ, đảm bảo vệ sinh, an toàn thực phẩm

Phương châm của HTX: Chất lượng sản phẩm là chiến lược giúp HTX tồn tại & phát triển bền vững

Các sản phẩm áp dụng theo quy trình GAP được hỗ trợ bởi Sở Nông nghiệp & PTNT và Dự án của cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản (JICA)

Chất lượng từ tâm - Năng tâm giá trị !



HTX RAU AN TOÀN YÊN PHÚ

Giám đốc
NGUYỄN HỮU HƯNG
(ĐT: 0976.828.460)

DCSX: Mễ Hạ - Yên Phú - Yên Mỹ - HY.
ĐT: 0221.965.066
Email: Huuhunghtxyp@gmail.com
facebook: HTXrauyenphu



**HTX SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH
NÔNG SẢN SẠCH BẠCH ĐẰNG**

GIÁM ĐỐC
NGUYỄN VĂN THUẦN

Địa Chỉ: Thôn Đại Uyên, xã Bạch Đằng, thị xã Kinh Môn, tỉnh Hải Dương
Điện Thoại: 0382.943.068 Email: thuannongsansach@gmail.com



**HTX SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH
NÔNG SẢN SẠCH BẠCH ĐẰNG**

Cam kết sản phẩm rõ nguồn gốc xuất xứ, đảm bảo vệ sinh, an toàn thực phẩm

Phương châm của HTX: Chất lượng sản phẩm là chiến lược giúp HTX tồn tại & phát triển bền vững

Các sản phẩm áp dụng theo quy trình GAP được hỗ trợ bởi Sở Nông nghiệp & PTNT và Dự án của cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản (JICA)

Lựa chọn hôm nay - Sức khỏe ngày mai!



HTX RAU AN TOÀN YÊN PHÚ

Chuyên Sản Xuất:

Cải bắp, Su hào, Cà chua, Bầu, Bí, Hành, Mướp Mướp đắng, Cải chít, Cải ngọt, Cải ngồng, cải đồng dư, Dưa chuột, Ngô, Rau muống, Mùng tơi, Đổ leo, mùi, Thì là, Xả lách, và một số loại rau khác.

Chuyên Cung cấp: - Cây giống các loại
- Phân hữu cơ
- Đất giá thể

Công cụ tiếp thị truyền thống: 4) Biển hiệu

BIỂN HIỆU cho du khách biết:

- Thông tin về đơn vị: Tên đơn vị, (năm thành lập)
- Lĩnh vực hoạt động: Sản xuất/Chế biến/ Kinh doanh
- Loại sản phẩm (Đa dạng, sản phẩm thế mạnh, v.v)
- Quy trình sản xuất đang được áp dụng
- Thông tin liên hệ: Tên, địa chỉ, người đại diện; số điện thoại; Facebook; Email



Biển hiệu được xây dựng tại trang trại có thể giới thiệu một cách hiệu quả về khu vực sản xuất và sản phẩm với thông tin của người sản xuất.

Ví dụ về biển hiệu



**Chúng tôi sản xuất và kinh doanh nông sản an toàn
áp dụng quy trình GAP**

HỢP TÁC XÃ SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH NÔNG SẢN SẠCH BẠCH ĐẰNG



Địa chỉ: thôn Đại Uyên, xã Bạch Đằng, thị xã Kinh Môn, tỉnh Hải Dương
Điện thoại: 0382 943 068 (Mr. Thuận)
Email: thuannongsansach@gmail.com

Hợp tác xã được hỗ trợ bởi Dự án “Tăng cường chuỗi giá trị
cây trồng an toàn tại các tỉnh phía Bắc Việt Nam”.



Công cụ tiếp thị truyền thống: 5) Tờ rơi, áp phích, standee

TỜ RƠI/ÁP PHÍCH/STANDEE là những công cụ trực quan để giới thiệu đơn vị tại các dịp khác nhau như triển lãm hay sự kiện kết nối.

- Thông tin về đơn vị: Tên đơn vị (năm thành lập)
- Lĩnh vực hoạt động: Sản xuất/Chế biến/Kinh doanh
- Loại sản phẩm (Đa dạng, sản phẩm thể mạnh, v.v.)
- Quy trình sản xuất đang được áp dụng
- Được hỗ trợ/tài trợ bởi tổ chức/đơn vị nào
- Thành tích/ Điểm nổi bật của đơn vị/sản phẩm của đơn vị
- Thông tin liên hệ: Tên, địa chỉ, người đại diện; số điện thoại; Facebook; Email

Sản phẩm tiêu biểu của HTX

HTX được hỗ trợ bởi dự án "Tăng cường chuỗi giá trị cây trồng an toàn tại các tỉnh phía Bắc Việt Nam".

Dự án tập trung vào mục tiêu tiêu thụ sản phẩm cây trồng an toàn, đồng thời tập trung hướng dẫn về toàn bộ quy trình sản xuất theo GAP, kỹ thuật canh tác, xử lý sâu bệnh, kỹ năng quản lý HTX và một số công cụ hỗ trợ các nhân trong chuỗi giá trị, xây dựng hệ thống bán hàng tập trung và phát triển thị trường...

Các hoạt động chính của Dự án:

- Phát triển nguồn nhân lực nhân tài: đẩy mạnh công tác đào tạo và phát triển thị trường...
- Tăng cường năng lực sản xuất và quản lý của các hộ nông dân và trung gian tiêu thụ sản phẩm an toàn.
- Tăng cường quan hệ đối tác giữa các bên tham gia trong chuỗi giá trị.
- Tăng cường năng lực thực thi nhiệm vụ của an toàn thực phẩm.

HỢP TÁC XÃ SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH NÔNG SẢN SẠCH BẠCH ĐẰNG

Can kết của phân và người góp xuất và, đảm bảo vệ sinh, an toàn thực phẩm.

Phong cách của HTX: Chất lượng cao, phân tích, chuẩn hóa quy HTX, tin cậy & phát triển bền vững.

Lựa chọn hôm nay – Độc Mãn ngày mai!

THÔNG TIN LIÊN HỆ
Giám đốc: Nguyễn Văn Thuận
Điện thoại: 0382943068
Email: hntm@ngonpho.com.vn
Địa chỉ: Thôn Đại Uyển, xã Bạch Đằng, thị xã Kinh Môn, tỉnh Hải Dương

Chúng tôi sản xuất

Diện tích 27ha, trong đó 11,5 ha sản xuất theo chuẩn GAP, còn lại là sản xuất theo tiêu chuẩn GAP. Sản lượng hàng năm:

- Tổng 1.000 tấn (HTX) hàng năm, trong đó 400 tấn (11,5 ha) bán hàng tập trung.
- Tổng 1.200 tấn (HTX) tiêu chuẩn theo tiêu chí VietGAP.

Vùng sản xuất của HTX được ISO 9001 & FSC cấp chứng nhận đủ điều kiện sản xuất an toàn và HTX được cấp an toàn thực phẩm của Bộ Y tế và kỹ thuật sản xuất và phát triển thị trường.

Chất lượng, thương hiệu sản phẩm

Đạt giải thưởng tại các HTX giữa các sản phẩm, nhận giải thưởng của các doanh nghiệp. Các cơ quan chức năng đã phê duyệt và cấp giấy chứng nhận an toàn. Hệ thống và phát triển về độ an toàn của sản phẩm. Các cơ quan chức năng đã cấp giấy chứng nhận an toàn thực phẩm của HTX, đảm bảo các yêu cầu về vệ sinh, an toàn thực phẩm. Sản phẩm hàng loạt xuất khẩu của HTX đã đạt OCOP 4 năm 2022 và hàng hóa xuất khẩu sang nhiều quốc gia Việt Nam (năm 2020 và 2021).

Tiêu thụ sản phẩm

Chúng tôi xây dựng mối quan hệ chặt chẽ và bán hàng tập trung, theo quy mô HTX giữa các sản phẩm an toàn và các cơ quan chức năng, chúng tôi đi đến các phân tử các hộ thành viên và giao hàng cho khách hàng theo yêu cầu.

HTX đi xây dựng mối quan hệ bán hàng với những người mua về lượng lớn để định hướng sản phẩm hàng hóa và bán hàng cùng ứng dụng phân tích và thị trường, Co-CaféFood đã ứng dụng hợp đồng.

HTX có nhà xử lý đảm bảo tiêu chuẩn cho việc xử lý và đóng gói sản phẩm.

Hơn nữa chúng ta ứng dụng sản phẩm của HTX khi bán ngoài thị trường cũng đã có những đơn vị mua hàng và giúp phân tử của HTX được đi đến và quy khách có được sản phẩm đảm bảo (an toàn).

Nội dung của tờ rơi/áp phích/standee phải bao gồm thông tin cơ bản và các điểm hấp dẫn đối với đối tượng mục tiêu

Công cụ tiếp thị truyền thống: 6) Nhãn mác, bao bì

BAO BÌ/NHÃN MÁC là thông tin được in dán vào sản phẩm để dễ nhận biết và cung cấp thông tin chi tiết về sản phẩm.

- ✓ **Khách hàng dễ dàng đưa ra quyết định tại thời điểm mua hàng khi nhìn thấy nhãn mác/bao bì của sản phẩm**
- ✓ Hỗ trợ quảng bá sản phẩm bằng thiết kế hấp dẫn.
- ✓ Một số thông tin trên bao bì và nhãn mác phải tuân thủ nghĩa vụ pháp lý như tên sản phẩm, tên và địa chỉ của nhà sản xuất.

Nội dung cơ bản

- ✓ Tên cây trồng, thương hiệu
- ✓ Logo và biểu tượng
- ✓ Vùng sản xuất/ Mã QR
- ✓ Thông tin liên hệ (Tên, địa chỉ, số điện thoại, email, website, v.v)



Ví dụ về nhãn mác



10cm x 15cm



Ví dụ về bao bì



- Sản phẩm: Dưa lưới
- Thông tin liên hệ: tên HTX, số điện thoại
- Loại sản phẩm: Dưa lưới ruột xanh, ruột cam

- Sản phẩm: Rau ăn lá
- Logo
- Khẩu hiệu: Rau an toàn
- Thông tin liên hệ: tên HTX, số điện thoại

Công cụ tiếp thị trực tuyến: Tổng quan về tiếp thị qua mạng xã hội

Tiếp thị qua mạng xã hội liên quan đến sử dụng các nền tảng truyền thông xã hội như Instagram, X và Facebook để quảng bá sản phẩm và thu hút khách hàng. Sử dụng mạng xã hội đặc biệt hiệu quả đối với:

- **Quảng bá sản phẩm mới:** Thông báo và giới thiệu các mặt hàng mới đến đối tượng mục tiêu.
- **Tương tác với khách hàng:** Tương tác với đối tượng mục tiêu thông qua bình luận, tin nhắn và bài đăng.
- **Tạo nội dung hấp dẫn:** Chia sẻ bài đăng, video, câu chuyện phản ánh các giá trị và câu chuyện của đơn vị.

Một chiến lược tiếp thị truyền thông xã hội thành công thường bao gồm việc đặt ra mục tiêu rõ ràng, hiểu rõ đối tượng mục tiêu và thường xuyên cải thiện nội dung dựa trên phản hồi từ đối tượng.

Các nền tảng mạng xã hội lớn và các tính năng

Nền tảng	Đặc điểm	Đối tượng mục tiêu	Cách sử dụng
Zalo	Lượng người dùng lớn tại Việt Nam. Các tính năng đa dạng bao gồm trò chuyện, gọi thoại và gọi video, phát trực tiếp và nguồn cấp tin tức.	Độ tuổi rộng	Quảng cáo, bán hàng trực tuyến, tăng khả năng hiển thị và tương tác của thương hiệu.
Instagram	Tập trung vào hình ảnh , chủ yếu là hình ảnh và video. Nội dung hình ảnh chất lượng cao có hiệu quả.	Thanh niên (18-34 tuổi)	Quảng bá trực quan, nội dung video ngắn thông qua Stories và Reels.
Facebook	Đa năng. Cho phép văn bản, ảnh, video, sự kiện và nhóm	Độ tuổi rộng (30+)	Xây dựng cộng đồng, chia sẻ thông tin chi tiết, chiến dịch quảng cáo.
TikTok	Nội dung video ngắn có tỷ lệ tương tác cao	Trẻ (16-24 tuổi)	Tiếp thị lan truyền, thách thức và chiến dịch hashtag
YouTube	Nội dung video có lượng người xem lớn. Nội dung video có thể được lưu giữ trong thời gian dài.	Độ tuổi rộng	Trình diễn, đánh giá và lời chứng thực của khách hàng, thông báo và cập nhật

Công cụ tiếp thị trực tuyến: tiếp thị qua mạng xã hội

Quảng cáo HTX và sản phẩm

- Thông tin về đơn vị: Tên, địa chỉ, người đại diện, số điện thoại, Facebook; Email.
- Lĩnh vực hoạt động: Sản xuất/Chế biến/Kinh doanh
- Loại sản phẩm
- Phương thức sản xuất
- Quy trình sản xuất, phương pháp kiểm soát an toàn
- Khả năng cung ứng (khối lượng sản phẩm, phương tiện vận chuyển...)
- Thời gian thu hoạch
- Chất lượng sản phẩm



⇒ Nói về hợp tác xã và các sản phẩm của đơn vị

Ví dụ về quảng bá/quảng cáo trên Facebook

Cuối tuần, Bs Khánh xin được hầu chuyện về cafe.

Chúng ta

- Uống bao nhiêu cafe là đủ?
- Uống cafe tốt nhất vào giờ nào?
- Nếu dùng cafe quá liều, rủi ro gì về sức khỏe?
- Dùng thuốc tây gì thì ko nên dùng cafe?

Bs xin gửi đến qua video phía dưới, Anh Chị nhé!

Xin kính chúc Anh Chị cuối tuần vui khỏe bên GD thân yêu 😊

Xem xét cách nói về một vấn đề khó khăn theo cách đơn giản

Nói về câu chuyện của bạn để thu hút khán giả



Ví dụ về quảng bá/quảng cáo trên Facebook

Rau Nhật Việt cùng với Thẩm Ngô và Ha Vu. 5 tháng 5 lúc 08:58

🇻🇳 🇺🇹 Nhật - Việt hôm nay 05/5/2020.

- 1 🍆 khoai tây. 11 🌿 bắp cải.
- 2 🍆 bí ngô già. 12 🌿 cải canh.
- 3 🍆 13 🌿 cải ngọt.
- 4 🌿 Mướp. 14 🌿 cải ngồng
- 5 🌿 Đậu. 15 🌿
- 6 🌿 bí xanh. 16 🌿 mồng tơi
- 8 🌿 quả su su 17 🌿 cải bó xôi
- 9 🌿 bí ngô non. 18 🌿 rau dền.
- 10 🌿 Dưa chuột. 19 🌿 rau đay.
- 20 🌿 Đổ xào 21 🌿 rau muống
- 22 🍅 Cà chua. 23 🌿 Rau ngót 24. 🌿 Đổ dưa. Xin Quý khách đặt đơn sớm giúp ạ!

lh: Ms: Minh 0906235588
Ms: Nhị 0904133129

The Facebook post features a list of 24 vegetable items with their respective prices and icons. Below the list are two photographs: one showing a blue basket filled with fresh green leafy vegetables, and another showing a family of four (two adults and two children) standing in a lush green vegetable field under a clear blue sky. The post is displayed on a mobile device screen, with a Windows taskbar visible at the bottom.

Quảng bá sản phẩm hiện có dễ dàng và hiệu quả

Rau Nhật Việt 1 tháng 5 lúc 15:32

🇻🇳 🇺🇹 Nhân dịp Tết Độc Lập.

👨👩👧👦 Chúng Tôi mở farm phục vụ tại nhà cho các Sự Kiện:

- 👍 Tiệc: 🏠 Đồng Niên
- 👨👩👧👦 Đồng Ngũ
- 👨👩👧👦 Sum Hạp Gia Đình.
- 👍 Miễn Phí Ship các loại Rau Tại Nhà..riêng khu vực TP Hưng Yên.
- 👍 Lh 0906235588 - 0904133129

The Facebook post is a promotional message for Tet holiday. It lists services offered by the farm, such as catering for family gatherings and events, and provides contact information. Below the text are three photographs showing different views of the vegetable farm: a long perspective of rows of plants in a covered structure, a close-up of a plant with a pink flower, and a view of rows of young plants in a field.

Bán trực tiếp cho người tiêu dùng

Lưu ý chính để sử dụng hiệu quả các công cụ tiếp thị

Hãy nghĩ về **mục đích**
và **mục tiêu** sử dụng
các công cụ tiếp thị

*Quảng bá sản phẩm hay
tăng cường độ nhận diện?*

Đặt **mục tiêu rõ ràng** và
lựa chọn **công cụ phù
hợp** cho đối tượng mục
tiêu

*Người mua kinh doanh
hay người tiêu dùng?
Phân khúc nào – thanh niên
hay người cao tuổi? Mạng xã
hội nào?*

Nhĩ về **điểm mạnh** và
sự khác biệt so với đối
thủ cạnh tranh và nói về
câu chuyện của bạn

*Hương vị? An toàn?
Hình thức? Màu sắc?
Có câu chuyện đặc biệt
nào không?*



2. HƯỚNG DẪN VỀ KẾT NỐI

Hướng dẫn về kết nối

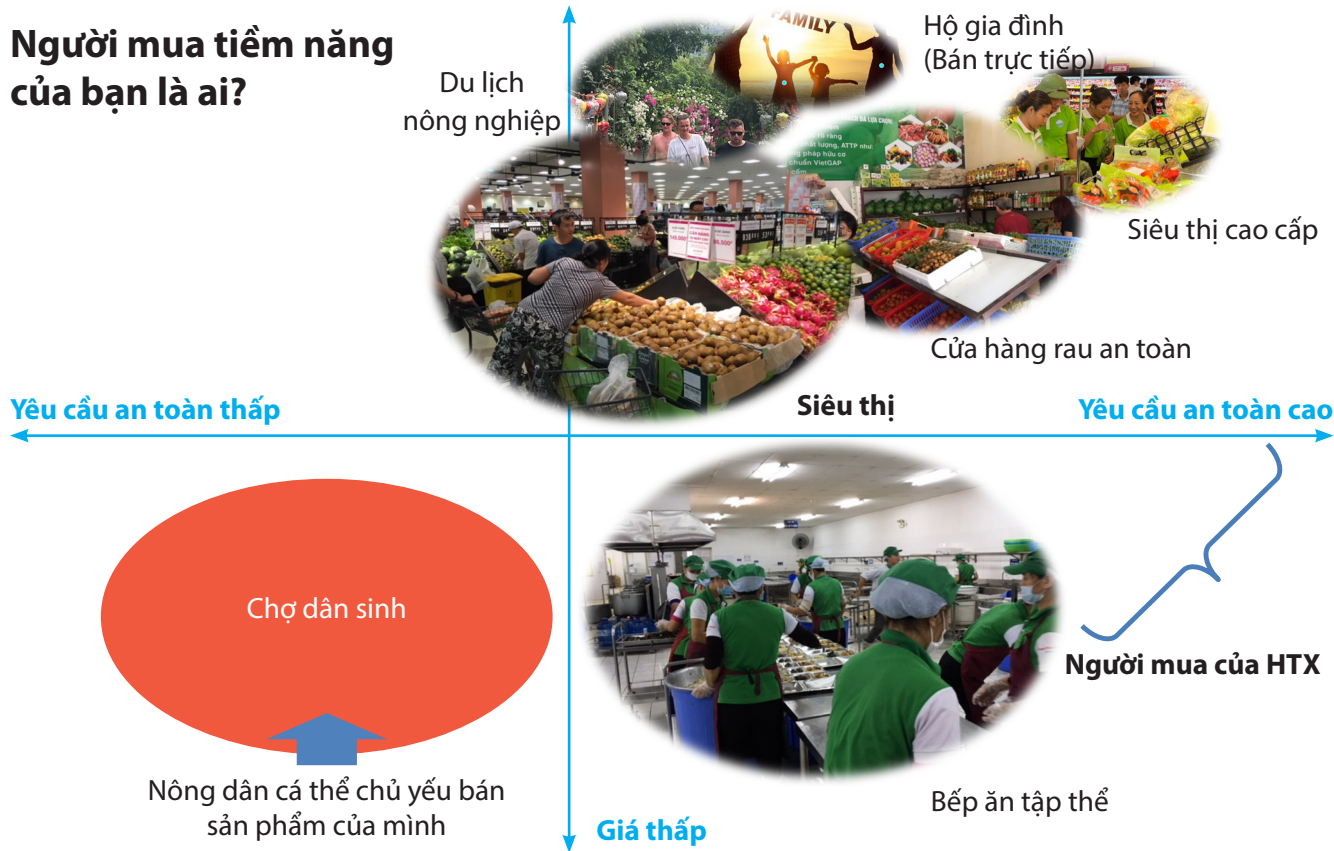
Mục đích

1. Hiểu biết các đối tượng người mua khác nhau và yêu cầu của họ
2. Nắm bắt tổng quan về các sự kiện kết nối, sự chuẩn bị cần thiết và các bước để thành công
3. Nắm bắt tổng quan về kết nối trực tiếp, các điểm cần thảo luận, xác nhận yêu cầu về chất lượng và đưa ra thỏa thuận.

Khái quát

1. Người mua tiềm năng của bạn là ai?
2. Làm thế nào để tìm người mua?
3. Sự kiện kết nối
4. Kết nối trực tiếp

Người mua tiềm năng của bạn là ai?



Người mua nào phù hợp cho các HTX?

Các người mua khác nhau có yêu cầu khác nhau!

Người mua	Yêu cầu an toàn	Chất lượng	Số lượng	Sơ chế	Giá	Địa điểm	Bảo quản và vận chuyển	Hợp đồng, thanh toán
Siêu thị cao cấp, khách sạn 5 sao	Cao	Cao	Nhỏ-Trung bình	Phân loại, đóng gói, nhãn mác, truy xuất nguồn gốc (mã QR)	Cao	Thành phố lớn	Bảo quản lạnh, xe tải	Tình trạng pháp nhân, mã số thuế
Bếp ăn trường học	Cao	Trung bình	Nhỏ	Không cần	Trung bình - cao	Trong tỉnh	Xe máy, xe tải	Tim hiểu nhu cầu của họ thông qua khảo sát thị trường
Hộ gia đình (Bán trực tiếp)	Trung bình	Trung bình - cao	Nhỏ	Phân loại, đóng gói	Cao	Thành phố lớn, tỉnh thành	Xe máy, xe tải	
Du lịch nông nghiệp	Trung bình	Trung bình - cao	Nhỏ	Không cần	Cao	Vùng du lịch nông thôn	Mua tại chỗ	Tiền mặt
Cửa hàng rau an toàn, siêu thị	Trung bình	Trung bình	Trung bình	Phân loại, đóng gói, nhãn mác	Trung bình	Thành phố lớn, tỉnh thành	Xe máy, xe tải	Tình trạng pháp nhân, mã số thuế đối với siêu thị
Bếp ăn công nghiệp	Tối thiểu	Tối thiểu	Lớn	Không cần (đóng gói đơn giản)	Thấp	Trong tỉnh	Xe tải	Chọn người mua mục tiêu phù hợp với năng lực của bạn

Mức độ kinh nghiệm bán hàng tập trung và người mua tiềm năng

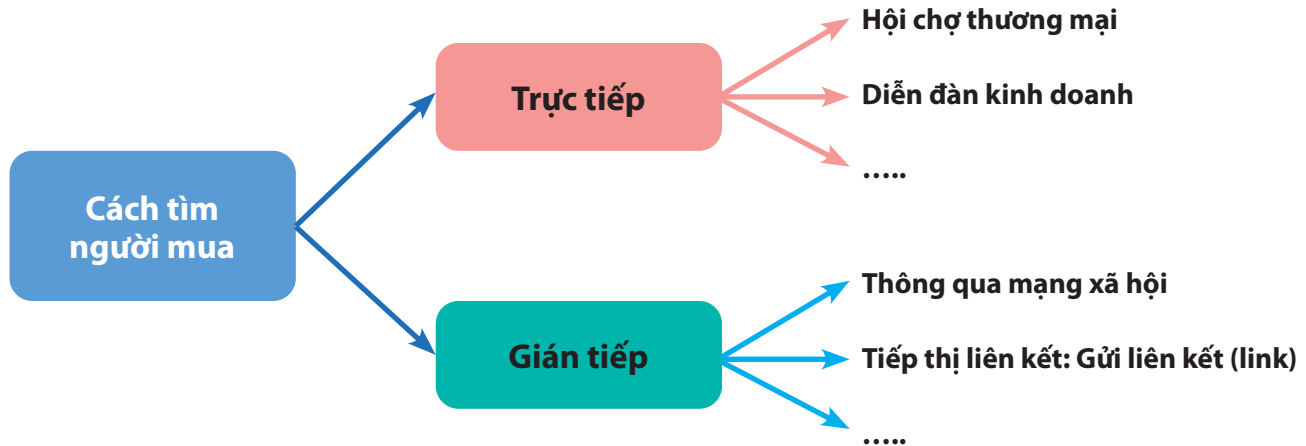
Kinh nghiệm bán hàng tập trung	Quy mô	Đặc điểm	Bán trực tiếp	Cửa hàng rau sạch	Siêu thị cao cấp	Bếp ăn tập thể
Không có	Nhỏ	Hệ thống quản lý sản xuất và bán hàng tập trung hạn chế	△	○	×	○
Trung bình	Trung bình	Hệ thống quản lý sản xuất và bán hàng tập trung ở mức cơ bản	○	○	△	○
Cao	Trung bình - Lớn	Hệ thống quản lý sản xuất và bán hàng tập trung tiên tiến	◎	◎	◎	○

◎- Có thể cung ứng trong mọi thời điểm, ○- Có thể cung ứng, △- Có thể cung ứng phụ thuộc vào mùa vụ và loại sản phẩm, ×- Không thể cung ứng

Hợp tác xã sẽ có thể cung cấp cho nhiều người mua đa dạng hơn khi phát triển năng lực bán hàng tập trung

Làm thế nào để tìm người mua?

Tiến hành khảo sát thị trường bằng cách đến thăm một cửa hàng hoặc người mua là một cách để tìm người mua. Ngoài ra, các HTX có thể tìm người mua tại các sự kiện như hội chợ thương mại hoặc qua sự giới thiệu của những người khác. Hoặc những người mua tiềm năng có thể liên hệ với HTX qua mạng xã hội. HTX nên thử nhiều phương pháp khác nhau để tìm người mua mới.



Sự kiện kết nối và kết nối trực tiếp

Kết nối là cuộc gặp gỡ với những người mua tiềm năng cho mục đích giao thương trong tương lai. Khảo sát thị trường có thể là một kết nối nếu người mua có ý định mua sản phẩm từ hợp tác xã. Có hai loại kết nối.

Sự kiện kết nối

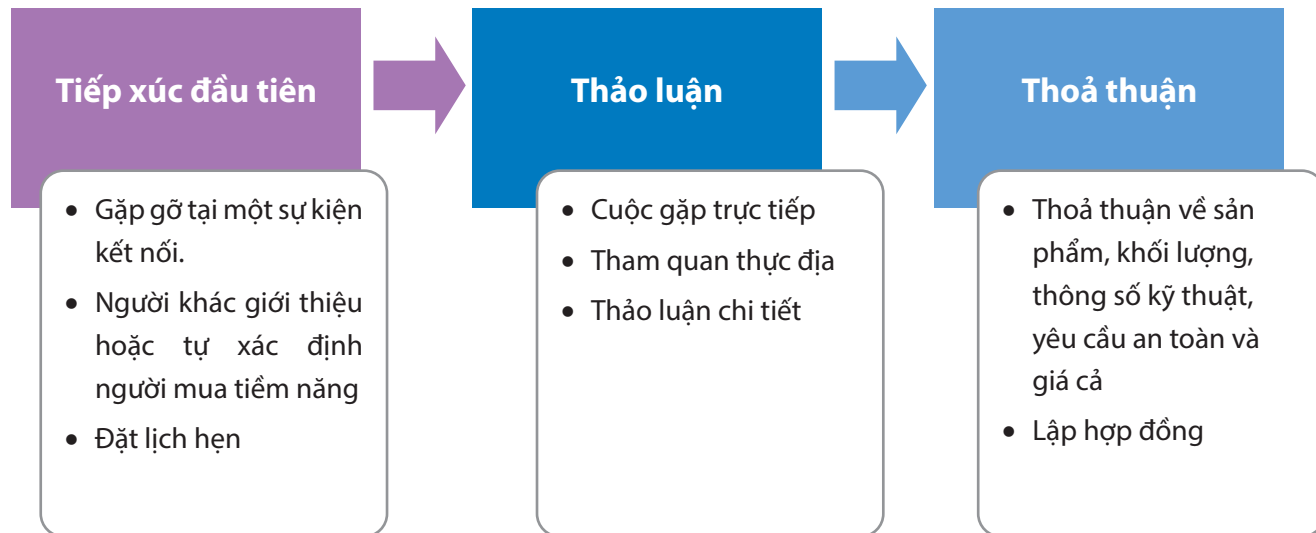
Có nhiều hội chợ thương mại hoặc sự kiện kết nối do tổ chức công/tư tổ chức. Đây là cơ hội để các HTX trưng bày sản phẩm và gặp gỡ nhiều người mua tiềm năng. Tham gia sự kiện kết nối là một cách hiệu quả để tìm kiếm người mua tiềm năng.



Kết nối trực tiếp

Kết nối trực tiếp là cuộc gặp trực tiếp với người mua tiềm năng. Đây cũng là *bước tiếp theo với người mua tiềm năng gặp tại sự kiện kết nối*. Cuộc gặp có thể được tổ chức tại văn phòng HTX hoặc văn phòng của người mua. Đây là cách hiệu quả để hiểu nhau và thảo luận chi tiết về giao dịch có thể thực hiện.

Từ kết nối đến giao dịch



Sự kiện kết nối

	Hội chợ thương mại	Sự kiện kết nối
Mục tiêu	<ul style="list-style-type: none"> ■ Tạo cơ hội cho nhà sản xuất trưng bày, giới thiệu sản phẩm của mình với người mua hoặc người tiêu dùng ■ Tạo cơ hội cho người tiêu dùng được tận mắt thấy và mua sản phẩm cây trồng an toàn từ người sản xuất. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Tạo cơ hội kết nối giữa người sản xuất và người mua
Đơn vị tổ chức	Sở Công Thương tỉnh hoặc các sở ban ngành trung ương, địa phương	Trung tâm XTTM Nông nghiệp (Agri Trade), Trung tâm XTTM Hà Nội, Sở NN&PTNT
Đặc điểm	<ul style="list-style-type: none"> ■ Các tỉnh thường xuyên tổ chức hội chợ và dễ tham gia. ■ Hiệu quả để bán trực tiếp sản phẩm và nhận phản hồi từ người tiêu dùng. ■ Không phải lúc nào cũng hiệu quả để tìm người thu mua 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Hiệu quả khi gặp nhiều người mua tiềm năng cùng một lúc để thảo luận về khả năng giao thương. ■ Không nhiều tỉnh tổ chức sự kiện này.



Hướng dẫn tham gia sự kiện kết nối

Chuẩn bị

- Phân công ít nhất một người giới thiệu/giao tiếp với khách tham quan. Cần có nhân viên có trách nhiệm thảo luận với người mua tiềm năng.
- Lên kế hoạch về sản phẩm và công cụ (túi, cân, máy tính, tiền lẻ, khăn giấy, tăm, nước uống để nếm thử).
- Chuẩn bị các công cụ tiếp thị để giới thiệu đơn vị một cách hiệu quả.

Trong sự kiện

- Mang theo các sản phẩm cây trồng đẹp để trưng bày hoặc làm mẫu. Trưng bày các loại cây trồng, tờ rơi/danh thiếp.
- Giao tiếp hiệu quả với khách tham quan và người mua tiềm năng. (Thành công phụ thuộc vào mức độ giao tiếp tốt của người đó với khách tham quan).
- Thu thập thông tin liên lạc của người mua tiềm năng. Để xuất cuộc gặp tiếp theo.

Theo dõi sau kết nối

- Sắp xếp một cuộc họp tiếp theo với những người mua tiềm năng đã gặp tại sự kiện.
- Sự thành công của hội chợ thương mại phụ thuộc vào các hoạt động sau hội chợ. Lên chiến lược dựa trên thông tin và sự phù hợp có được tại sự kiện.

Kết nối trực tiếp – Tổng quan

Vấn đề		Chi tiết
Người tham gia	Hợp tác xã	Giám đốc, nhân viên tiếp thị, nhân viên hậu cần, quản lý sản xuất
	Người mua	Người đại diện, quản lý thu mua
Địa điểm		Văn phòng hợp tác xã + nơi sản xuất hoặc văn phòng/cửa hàng của người mua
Thời lượng		Ít nhất 2 tiếng
Chương trình	Giới thiệu người tham gia	<ul style="list-style-type: none"> - Sử dụng danh thiếp, hồ sơ năng lực nhà sản xuất, các biện pháp đảm bảo an toàn - Lấy tờ rơi hoặc các tài liệu khác của người mua
	Thảo luận về các loại rau có sẵn và điều kiện giao dịch	<ul style="list-style-type: none"> - Cây trồng, thời gian cung cấp, khối lượng, yêu cầu về chất lượng, giá cả - Thời gian giao hàng, địa điểm giao hàng, phương thức vận chuyển, phương thức và thời gian thanh toán - Thủ tục hợp đồng
	Thăm thực địa và xác nhận sản phẩm	<ul style="list-style-type: none"> - Giải thích hệ thống kiểm tra an toàn - Trưng bày ghi chép nhật ký sản xuất - Giới thiệu địa điểm sản xuất, cơ sở sơ chế, đóng gói, lưu trữ và xe tải

Kết nối trực tiếp – các điểm cần thảo luận

Hợp tác xã

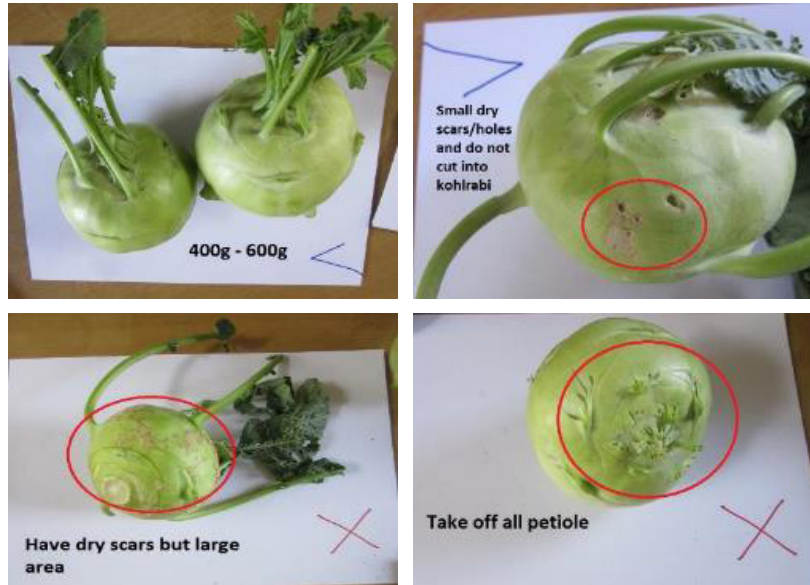
- Tổng quan về đơn vị (Số lượng nông dân thành viên, diện tích sản xuất)
- Năng lực cung ứng:
 - Chiến lược của HTX: tập trung hay đa dạng hóa.
 - Khối lượng sản phẩm/ mùa vụ/ năm.
 - Có nhà sơ chế.
 - Yêu cầu về chất lượng
- Phương pháp canh tác
- ATTP (Giấy chứng nhận, Hệ thống giám sát)
- Hệ thống bán hàng tập trung
- Kênh bán hàng chính
- Lưu trữ và vận chuyển

Hợp tác xã

- Tổng quan về đơn vị
- Yêu cầu về sản phẩm và các giấy tờ cần thiết
 - Giấy tờ
 - Khối lượng
 - Tiêu chuẩn
 - Cách tính giá
 - Yêu cầu giao hàng
 - Phương thức thanh toán
 - Phương thức đặt hàng

Người mua khác nhau có nhu cầu khác nhau => Nắm bắt đầy đủ và chính xác nhu cầu của người mua.

Kết nối trực tiếp – Xác nhận yêu cầu chất lượng



Hình 4-7. Sản phẩm đáp ứng tiêu chí (hàng trên) và sản phẩm không đáp ứng tiêu chí (hàng dưới)

- ✓ Chuẩn bị sản phẩm thực tế bao gồm cả chất lượng tốt và chất lượng kém
- ✓ Ghi lại những gì được và những gì không được.
- ✓ HTX nên chia sẻ kết quả thỏa thuận chất lượng với những người sản xuất và công nhân thực sự tham gia vào quá trình sơ chế và tổ chức tập huấn để họ học hỏi và tuân thủ các tiêu chí đã thỏa thuận.

Kết nối trực tiếp – Thực hiện một thỏa thuận

	Biên bản Ghi nhớ	Hợp đồng
Mục đích	Xác nhận những gì đã được thảo luận và <u>thống nhất trong cuộc họp</u> . Dự kiến sẽ có thêm thảo luận để đưa ra thỏa thuận chính thức.	Thỏa thuận về <u>các điều khoản và điều kiện cung cấp và mua cây trồng</u> giữa hợp tác xã và người mua.
Nội dung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Thông tin người mua (tên đơn vị, người đại diện, địa chỉ, liên hệ) ▪ Thời gian ▪ Địa điểm ▪ Nội dung thảo luận <p><i>Lưu ý: Hoàn thiện nội dung trước khi hai bên ký. Trong trường hợp bên mua chủ động soạn thảo Biên bản ghi nhớ (MOU), bên sản xuất cần đọc kỹ trước khi ký vào bản in.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Thông tin người mua (tên đơn vị, người đại diện, địa chỉ, liên hệ, tài khoản ngân hàng) ▪ Thời gian ▪ Địa điểm ▪ Phương thức đặt giá ▪ Phương thức đặt hàng ▪ Thanh toán: thỏa thuận: Định kỳ hoặc hai lần một tháng. ▪ Yêu cầu về sản phẩm: Chất lượng và an toàn của sản phẩm (Yêu cầu chung phải được thỏa thuận trước khi thu hoạch) ▪ Phương thức giao hàng ▪ Các vấn đề khác: Đặt cọc, khuyến mại, v.v. <p><i>Lưu ý: Hoàn thiện nội dung và đọc kỹ trước khi ký hợp đồng.</i></p>

Kết nối trực tiếp – Quy tắc ứng xử

Người sản xuất và người mua nên thống nhất bộ quy tắc ứng xử sau đây để đảm bảo thái độ công bằng và chân thành cho cả hai bên.

- Luôn hành động để tạo ra mối quan hệ tin cậy và bền vững giữa người mua và người sản xuất rau an toàn.
- Hiểu nhu cầu và khó khăn của bên kia và cùng nhau giải quyết vấn đề
- Tránh hành vi vi phạm pháp luật vì mục đích trục lợi cá nhân.
- **Luôn duy trì chất lượng sản phẩm và dịch vụ như đã thống nhất.**
- **Tránh hành vi gian lận an toàn sản phẩm.**
- Tránh vi phạm các điều khoản hợp đồng mà không thảo luận trước với bên kia
- Tránh trộn lẫn rau an toàn với rau không an toàn
- Tránh lạm dụng nhãn mác và bao bì đóng gói của nhóm sản xuất



3. HƯỚNG DẪN VỀ YÊU CẦU VÀ PHẢN HỒI CỦA KHÁCH HÀNG

Hướng dẫn về yêu cầu và phản hồi của khách hàng

Mục đích

1. Hiểu mục tiêu của việc thu thập phản hồi của khách hàng
2. Biết cách xử lý phản hồi của khách hàng

Khái quát

1. Mục tiêu của việc thu thập phản hồi
2. Thu thập phản hồi của khách hàng bằng cách nào?
3. Xử lý phản hồi của khách hàng như thế nào?
4. Có thể nhận được loại khiếu nại nào và làm thế nào để cải thiện hoạt động?
5. Chìa khóa thành công

Mục tiêu của việc thu thập phản hồi

Việc thu thập phản hồi của khách hàng phục vụ một số mục đích quan trọng:

- 1. Cải thiện Sản phẩm và Dịch vụ:** Phản hồi giúp xác định những lĩnh vực mà sản phẩm hoặc dịch vụ cần cải thiện để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.
- 2. Giải quyết vấn đề:** Phản hồi đặc biệt nêu bật những vấn đề cần giải quyết, giúp giải quyết vấn đề nhanh chóng.
- 3. Xu hướng thị trường:** Giúp doanh nghiệp nắm bắt thông tin về xu hướng thị trường và sở thích của khách hàng.
- 4. Đo lường hiệu suất:** Phản hồi cung cấp một cách để đo lường hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp theo quan điểm của khách hàng.

Thu thập phản hồi của khách hàng bằng cách nào?

Trong giao dịch thường xuyên

- ✓ Khi cung cấp sản phẩm
- ✓ Khi nhận đơn hàng mới
- ✓ Khách hàng khiếu nại
- ✓ Bất kỳ dịp nào khác khi HTX giao tiếp với khách hàng, hãy hỏi phản hồi của họ!



Sắp xếp một cuộc họp riêng hoặc thăm khách hàng

- ✓ Vào cuối vụ, thu nhận phản hồi và thảo luận về kế hoạch cho vụ tiếp theo
- ✓ Khi HTX có kế hoạch mới (như nhà kính, thiết lập cơ sở mới), hãy giới thiệu kế hoạch, thu nhận phản hồi và thảo luận về kế hoạch mới.

Xử lý phản hồi của khách hàng như thế nào?

Mẫu 4.1.3.2: Phiếu phản hồi của khách hàng

Người nhận: _____

Ngày nhận: _____

Nói trực tiếp Viết

Ngày	
Địa điểm	
Người phản hồi	
Tôi	
Chi tiết hàng hóa hay dịch vụ được cung cấp cho khách hàng	
Chi tiết những phản nàn của khách hàng	
Nguyên nhân	
Hành động đã thực hiện hay cần thực hiện	
Ghi chú (biện pháp phòng ngừa)	

- Khi nhận được phản hồi từ khách hàng, bất kể là tích cực hay tiêu cực, quản lý bán hàng của hợp tác xã phải điền đầy đủ thông tin vào phiếu phản hồi.
- Các thành viên hội đồng quản trị hợp tác xã nên thảo luận và xác định nguyên nhân phản hồi. Nếu phản hồi là tiêu cực, hãy thảo luận cách giải quyết vấn đề càng sớm càng tốt.
- Người quản lý bán hàng của hợp tác xã phải báo cáo kết quả cho khách hàng sau khi thực hiện biện pháp khắc phục.
- Để đảm bảo vấn đề tương tự không xảy ra nữa, hãy chia sẻ phản hồi với nhân viên và thành viên sản xuất và hướng dẫn họ thực hiện các biện pháp khắc phục.

Có thể nhận được loại khiếu nại nào và làm thế nào để cải thiện hoạt động?

Loại phản hồi	Nội dung phản hồi	Các biện pháp có thể được thực hiện
Khối lượng	<ul style="list-style-type: none"> - Sản lượng hạn chế - Thiếu hụt khối lượng - Nguồn cung không ổn định - Xây dựng kế hoạch sản xuất dựa trên nhu cầu thị trường 	<ul style="list-style-type: none"> - Cải thiện năng lực sản xuất - Cải thiện kế hoạch sản xuất - Điều phối kế hoạch sản xuất giữa các thành viên sản xuất
Loại rau	<ul style="list-style-type: none"> - Cần nhiều loại rau hơn - Cần loại rau cụ thể - Cần rau có thể bán được giá cao 	<ul style="list-style-type: none"> - Kế hoạch trồng rau theo yêu cầu - Giới thiệu các HTX khác - Kế hoạch tìm nguồn cung ứng từ nhóm nhà sản xuất khác
Kiểm soát chất lượng	<ul style="list-style-type: none"> - Cần sản phẩm đồng đều - Bao bì quá to - Chất lượng rau quả giảm sút vào mùa hè - Kích thước rau quả quá nhỏ/ quá lớn 	<ul style="list-style-type: none"> - Cải thiện kỹ năng phân loại - Giảm khối lượng đóng gói (rau/gói, quả/hộp) - Thay đổi thời gian thu hoạch, sử dụng kho lạnh - Cần sơ chế - Điều phối thời gian thu hoạch, thay đổi giống
Dịch vụ	<ul style="list-style-type: none"> - Thay đổi thời gian giao hàng - Giao hàng trễ 	<ul style="list-style-type: none"> - Thay đổi thời gian giao hàng - Giữ đúng thời gian giao hàng
Khả năng mở rộng giao dịch	<ul style="list-style-type: none"> - Cần cơ chế phối hợp tốt hơn 	<ul style="list-style-type: none"> - Chia sẻ kế hoạch sản xuất trước khi xuống giống

Chìa khóa thành công

- ✓ Phản hồi của khách hàng là nguồn quan trọng để cải tiến.
- ✓ Chủ động và thường xuyên thu thập phản hồi của khách hàng.
- ✓ Phản ánh phản hồi vào hoạt động hàng ngày để đảm bảo không lặp lại cùng một vấn đề và duy trì cải tiến.





PHƯƠNG PHÁP KHUYẾN NÔNG THEO ĐỊNH HƯỚNG THỊ TRƯỜNG
VIET-SHEP: HƯỚNG DẪN KỸ THUẬT CHO NÔNG DÂN
TIẾP THỊ

Chịu trách nhiệm xuất bản: Giám đốc: NGUYỄN MẠNH HÀ
Chịu trách nhiệm nội dung: Tổng Biên tập: TS. LÊ LÂN
Biên tập và sửa bản in: ĐÌNH VĂN THÀNH - TRẦN HỮU NGUYỄN BẢO
PHẠM QUANG MINH
Trình bày, bìa: VŨ THỊ THÚY HÀ

NHÀ XUẤT BẢN NÔNG NGHIỆP
Số 6 ngõ 167 Phương Mai - Kim Liên - TP. Hà Nội
ĐT: (024) 38523887, (024) 38521940 - Fax: 024.35760748
Website: <http://www.nxbnongnghiep.vn>
E-mail: nxbnn1@gmail.com

CHI NHÁNH NHÀ XUẤT BẢN NÔNG NGHIỆP
58 Nguyễn Bình Khiêm - Tân Định - TP. Hồ Chí Minh
ĐT: (028) 38299521, 38297157 - Fax: (028) 39101036

Đối tác liên kết: Công ty TNHH Sản xuất, thương mại dịch vụ và công nghệ Duy Anh
Địa chỉ: 134, Đê La Thành, phường Ô Chợ Dừa, Tp. Hà Nội

In 300 bản khổ 20,5 × 14,5 cm tại Công ty TNHH Sản xuất, thương mại dịch vụ và công nghệ Duy Anh.
Địa chỉ: Số 134, Đê La Thành, phường Ô Chợ Dừa, Tp. Hà Nội
Đăng ký KHXB số 1291-2026/CXBIPH/3-21/NN ngày 06/40/2026. Quyết định XB số: 55/QĐ-NXBNN ngày 06/4/2026
ISBN: 978-604-60-4307-2. In xong và nộp lưu chiểu quý II/2026.

PHƯƠNG PHÁP KHUYẾN NÔNG THEO ĐỊNH HƯỚNG THỊ TRƯỜNG
Viet-SHEP: HƯỚNG DẪN KỸ THUẬT CHO NÔNG DÂN
TIẾP THỊ



$\frac{63-630}{NN-2026} - 3/21 - 2026$



SÁCH KHÔNG BÁN