



Leading D2C consumer goods brand · Hàng tiêu dùng D2C / Thương mại điện tử · Toàn cầu (APAC + Châu Mỹ Latinh, Nhật Bản, Hoa Kỳ, Canada, Hàn Quốc, Singapore, v.v.) · Đang triển khai

Thùng hiệ D2C: 7 cá hàng Shopify Plus trên kh̄p APAC và Châu MùDoanh thu tng 121%. Thĩgian tĩtrang giĩn tĩ4 giây xuĩng dũĩ giây.

121.32%

trên tổng doanh thu trên toàn mạng Internet hàng quố

30%

Chuyển động nghiệp dư

16%

Trong năm giao dịch hoàn tất

BỘ CỬN KHÁCH HÀNG

Khách hàng bắt đầu này là một thị trường D2C tăng trưởng nhanh, đã có nhà bán lẻ vững chắc tại châu Âu và tham vọng rõ ràng mở rộng sang các thị trường tăng trưởng cao trên khắp châu Á – Thái Bình Dương và châu Mỹ Latinh. Họ sẽ tiếp tục thúc đẩy sự chuyển đổi số hóa của các kênh bán hàng của mình, khi họ sử dụng công nghệ để cải thiện trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa chuỗi cung ứng. Họ cũng sẽ tiếp tục đầu tư vào các kênh bán hàng trực tuyến và các kênh bán hàng khác để tiếp cận khách hàng một cách hiệu quả hơn.

Với hơn 40 triệu USD doanh thu hàng năm đã phân bổ trên các storefront quốc tế, cái giá rẻ vì vị trí địa điểm khai thác mỏ lại càng khiến nó trở nên hấp dẫn. Nhưng hiện tại, công ty này đã xây dựng hệ thống sản xuất cho mỏ tại những châu Âu ổn định. Những nhà đầu tư không chắc chắn về kinh tế, chính trị hay quy mô của mỏ tại những quốc gia này. Khi công ty mở cửa vào các mỏ than quốc tế, những giá trị của thị trường sẽ trở nên không thể đo lường được.

THÁCH THỨC

Nhà tôi in-house cả khách hàng xây dựng cho tôi rồi, không phải cho ai cả. Nó có thể xử lý vài thứ về vòng đời mô hình giá và logistics thì cũng được. Nhưng không thể xử lý được những thứ vào bộ phận riêng biệt trên hai châu lục, vì khi đó sẽ có tác động trực tiếp đến fulfillment và khách hàng khác nhau. Quyết định chuyển sang Shopify Plus sẽ giúp giải quyết bài toán này.

Những nó cũng tạo ra một vấn đề khi lưu lượng tăng mạnh trên khu vực APAC và châu Mỹ. Bình thường có sự cộng gộp Shopify không còn. Hiện tại là vấn đề bán hàng. Thông tin 14 giây trên desktop đã phá hủy tính chuyên nghiệp. Khi khách hàng chạm vào trang sẽ phẫn. Việc bán hàng bị phân mảnh. Luôn checkout không có sẵn cho hàng vi khu vực.

Thêm vào đó, việc thay các công cụ xây dựng doanh nghiệp khi dùng dịch vụ không kiểm soát họ chỉ dựa vào các logic thông mị quản trị. Thông tin của chủ nhân có thể bị rò rỉ và bị khai thác bởi các công cụ như Shopify Plus thông tin này cho quy mô quản trị — không phải để khai thác theo mục đích, mà là mục đích của việc này là để khai thác cho lợi ích của bên thứ ba và tăng trưởng dài hạn.

GIẾ PHÁP

Gradion sẽ thiết kế và triển khai kiến trúc Shopify Plus a theo yêu cầu, bao phủ mọi thiết bị mà tiêu: Philippines, Nhật Bản, Mỹ, Canada, Hàn Quốc, Singapore và **Việt Nam**. Mikstorefront cũng đã hóa toàn diện, đã chỉnh theo ngôn ngữ tiếng Việt và có hình ảnh trình khách hàng cặn kẽ từng khu vực, nó thực sự vận hành trong môi trường kỹ thuật tiên tiến giúp giảm chi phí vận hành và có thể kiểm soát.

Phát triển theme tùy chỉnh đáp ứng nhu cầu cụ thể của từng thị trường mà vẫn giữ được tính nhất quán trên toàn bộ hệ thống storefront. Các tích hợp bên ngoài chủ yếu và triển khai đầu những khoảng trống chức năng mà tính năng gốc của Shopify không đáp ứng được quy mô này: FreshChat cho giao tiếp khách hàng, Aftership cho theo dõi sau mua hàng, Yotpo cho đánh giá và chứng trình khách hàng thân thiết, và Ometria cho tùy chỉnh hóa tiếp thị.

Tùy chỉnh cho doanh nghiệp là phần cốt lõi của việc triển khai. Gradion đi vào Checkout Extensions để kiểm soát luồng checkout để mã, Shopify Functions cho logic giảm giá và khuyến mãi tùy chỉnh, Cart Validation để thử các quy tắc kinh doanh trước khi hoàn tất đơn hàng, Storefront API cho các tác vụ frontend headless và tùy chỉnh, cùng Delivery Customization để tùy chỉnh các khâu fulfillment theo khu vực.

Tốc độ xử lý của chúng tôi là yếu tố cực kỳ quan trọng không thể thiếu làm sau khi ra mắt. Bằng việc giảm tải nguyên nhân chính gây ra lỗi và tình trạng critical path, thời gian tải trang giảm từ 4 giây xuống dưới 1 giây trên desktop và khoảng 4 giây trên mobile — một thay đổi tác động trực tiếp, có ảnh hưởng đến mức chuyển đổi.

KẾT QUẢ

121.32%

tăng trưởng doanh thu trên mạng lưới storefront quốc tế

30%

tăng chuyển đổi nhờ hiệu quả xử lý và trải nghiệm người dùng được cải thiện

16%

tăng số đơn thanh toán sau khi triển khai Checkout Extensions và Cart

5 tháng

mức giảm giá trong 1 năm

Tăng trưởng doanh thu 121.32% trên toàn mạng lưới storefront quốc tế.

Tăng chuyển đổi 30% nhờ hiệu quả xử lý và trải nghiệm người dùng được cải thiện.

Thời gian tải trang giảm từ 4 giây xuống dưới 1 giây trên desktop, loại bỏ những nguyên nhân chính gây ra lỗi tải trang.

Số đơn thanh toán tăng 16% sau khi triển khai Checkout Extensions và Cart Validation.

Thêm số phận tăng 23%, cho thấy mức tăng tác động và hiệu quả khám phá tiềm năng.

Tỷ lệ thoát giảm 29%, phản ánh cải thiện trải nghiệm người dùng và tối ưu hiệu quả.

Mức giảm giá 5 tháng trong vòng 1 năm, chứng minh khả năng giảm giá kịp thời và hiệu quả.

7 storefront hiệu quả hoạt động tại Philippines, Nhật Bản, Mỹ Canada, Hàn Quốc Singapore và Ấn Độ.

ĐIỂM VÀ Á CUNG CẤP

- Kết cấu Shopify Plus và theme
- Phát triển giao diện (theme) tùy chỉnh
- Tích hợp bên ngoài (FreshChat, Aftership, Yotpo, Ometria)
- Checkout Extensions và Shopify Functions
- Cart Validation và Delivery Customization
- Triển khai Storefront API
- Tối ưu hóa hiệu suất
- Đa ngôn ngữ và đa văn hóa (ngôn ngữ tiếng Anh và tiếng Việt)

CÔNG NGHỆ SỬ DỤNG

- Nền tảng: Shopify Plus
- APIs: Storefront API, Shopify Functions, Checkout Extensions
- Tích hợp: FreshChat, Aftership, Yotpo, Ometria
- Tùy chỉnh: Cart Validation, Delivery Customization

Sơ sòng thđ lun thách thđ tđng tđ

Gradion hđ tđc vđ các công ty phđ mđ, fintech và doanh nghiệ công nghiệ tđ DACH, đng Nam Á và Châu Phi. Chđg nhđ ISO 27001. 23 nm kinh nghiệ triđ khai trong môi trđng quy đđh và tđng trđng cao.

sales@gradion.com