

Bí quyết kinh doanh

CỬA HÀNG THỜI TRANG

《服装旺店的秘密》BY 服装探秘

Vietnamese copyright © 2024 by Alpha Books JSC.,

Vietnamese language translation rights arranged with Beijing Times Bright China Books Co.,Ltd.

BÍ QUYẾT KINH DOANH CỦA HÀNG THỜI TRANG

Bản quyền tiếng Việt © Công ty Cổ phần Sách Alpha, 2024

Alpha Books - Better Knowledge, Better Success

Thương hiệu sách Quản trị kinh doanh số 1 thị trường

Alpha Books không bán sách, chúng tôi bán những kinh nghiệm và kiến thức kinh doanh, quản trị hàng đầu thế giới.

Không phần nào trong xuất bản phẩm này được phép sao chép hay phát hành dưới bất kỳ hình thức hoặc phương tiện nào mà không có sự cho phép trước bằng văn bản của Công ty Cổ phần Sách Alpha. Chúng tôi luôn mong muốn nhận được những ý kiến đóng góp của quý vị độc giả để sách ngày càng hoàn thiện hơn.

Biên mục trên xuất bản phẩm của Thư viện Quốc gia Việt Nam

Lư Chung Minh

Bí quyết kinh doanh của hàng thời trang và những mảnh lời bạn chưa từng biết / Lư Chung Minh

; Dịch: Hoàng Hà, Trịnh Hà. - H. : Lao động ; Công ty Sách Alpha, 2024. - 408tr. ; 21 cm

ISBN 978-604-492-039-9

1. Kinh doanh 2. Thời trang 3. Bí quyết thành công

338.7687 - dc23

LDH0306p-CIP

Góp ý về sách, liên hệ về bản thảo và bản dịch: publication@alphabooks.vn

Liên hệ hợp tác về nội dung số: ebook@alphabooks.vn

Liên hệ hợp tác xuất bản & truyền thông trên sách: publication@alphabooks.vn

Liên hệ dịch vụ tư vấn, đại diện & giao dịch bản quyền: copyright@alphabooks.vn

LÚ CHUNG MINH

Bí quyết kinh doanh

CỬA HÀNG
THỜI TRANG

VÀ NHỮNG MÁNH LỐI BẠN CHƯA TỪNG BIẾT

Hoàng Hà & Trịnh Hà dịch



HỘI ĐỒNG CỐ VẤN XUẤT BẢN

Hoàng Nam Tiến

Phó Chủ tịch Hội đồng trường Đại học FPT

Đoàn Đức Thuận - Phó TGD về

Chiến lược và Marketing - Kowil Fashion

Trần Hồng Quang

CEO HQBC Consulting & Investment

Nguyễn Minh Tuấn

CEO AFA Capital

Nguyễn T. Quỳnh Trang

Phó Chủ tịch CSMO

Lê Quốc Vinh

Chủ tịch Lebros

Nguyễn Đình Thành

Đồng sáng lập Elite PR School

Lê Hồng Phúc - Phó Chủ tịch

Hội các Nhà QTĐN Việt Nam

Chủ tịch CLB Nhân sự Việt Nam

Nông Vương Phi

CEO Công ty Phi&P

Nguyễn Cảnh Bình

Chủ tịch HĐQT Alpha Books

ĐỘI NGŨ TRIỂN KHAI ALPHA BOOKS

Chịu trách nhiệm xuất bản: Đỗ Nguyệt Anh

Điều phối viên: Nguyễn Thùy

Thiết kế bìa: Hồ Lê Anh Quân

Trình bày: Vũ Lê Thư

Thư ký xuất bản: Thùy Nguyễn

Bản quyền: Thiên Hương

Phụ trách Marketing: Trang Vương

Alpha Books không bán sách, chúng tôi bán những kinh nghiệm và kiến thức kinh doanh, quản trị hàng đầu thế giới.

Alpha Books - Better Knowledge, Better Success



Mục lục

Lời dẫn.....11

01. **Hướng đi quan trọng hơn kiếm tiền** 15

Cần chuẩn bị gì trước khi bước vào ngành công nghiệp thời trang?.....16

Cần xác định tâm lý rõ ràng, tại sao nhất định phải dẫn thân vào ngành thời trang?29

Tình hình thị trường không tốt, khi nào tôi mới có thể tham gia vào ngành?.....36

Bạn có thực sự có lợi thế trong ngành kinh doanh thời trang không?.....44

Cái nào có lợi hơn: hợp tác hay làm một mình? 52

Các thương hiệu thời trang nguyên bản có thể được định vị là micro brand để tồn tại và phát triển không? 57

Hàng xuất và hàng dư không còn để kinh doanh, người mới phải làm thế nào?.....66

Tham gia nhượng quyền thương hiệu là một chiếc bánh hay một cái bẫy? 75

Cải tổ là không thể tránh khỏi. Đây là lối thoát cho cửa hàng bán buôn thứ cấp?80

02. Định vị89

Tại sao nói định vị và lựa chọn địa chỉ cửa hàng sai lầm là khởi đầu cho sự thất bại của cửa hàng thời trang?90

Trung tâm thương mại cũ không còn chỗ, trung tâm thương mại mới sợ rủi ro, liệu tôi có thể tìm được một gian hàng tốt với giá rẻ không?96

Trước khi mở cửa hàng, nên xác định cửa hàng trước hay nguồn hàng trước?104

Dòng người qua lại đông, kinh doanh chắc chắn sẽ bùng nổ?108

Diện tích cửa hàng bao nhiêu là phù hợp với bạn?...115

Khi bạn đang trăn trở giữa mô hình shop-in-shop và cửa hàng trên phố, tại sao không mở một cửa hàng trong tòa nhà?121

Thương hiệu của người khác đều kinh doanh rất tốt, nhưng tôi chỉ bán được một chiếc quần mỗi ngày thì phải làm sao?132

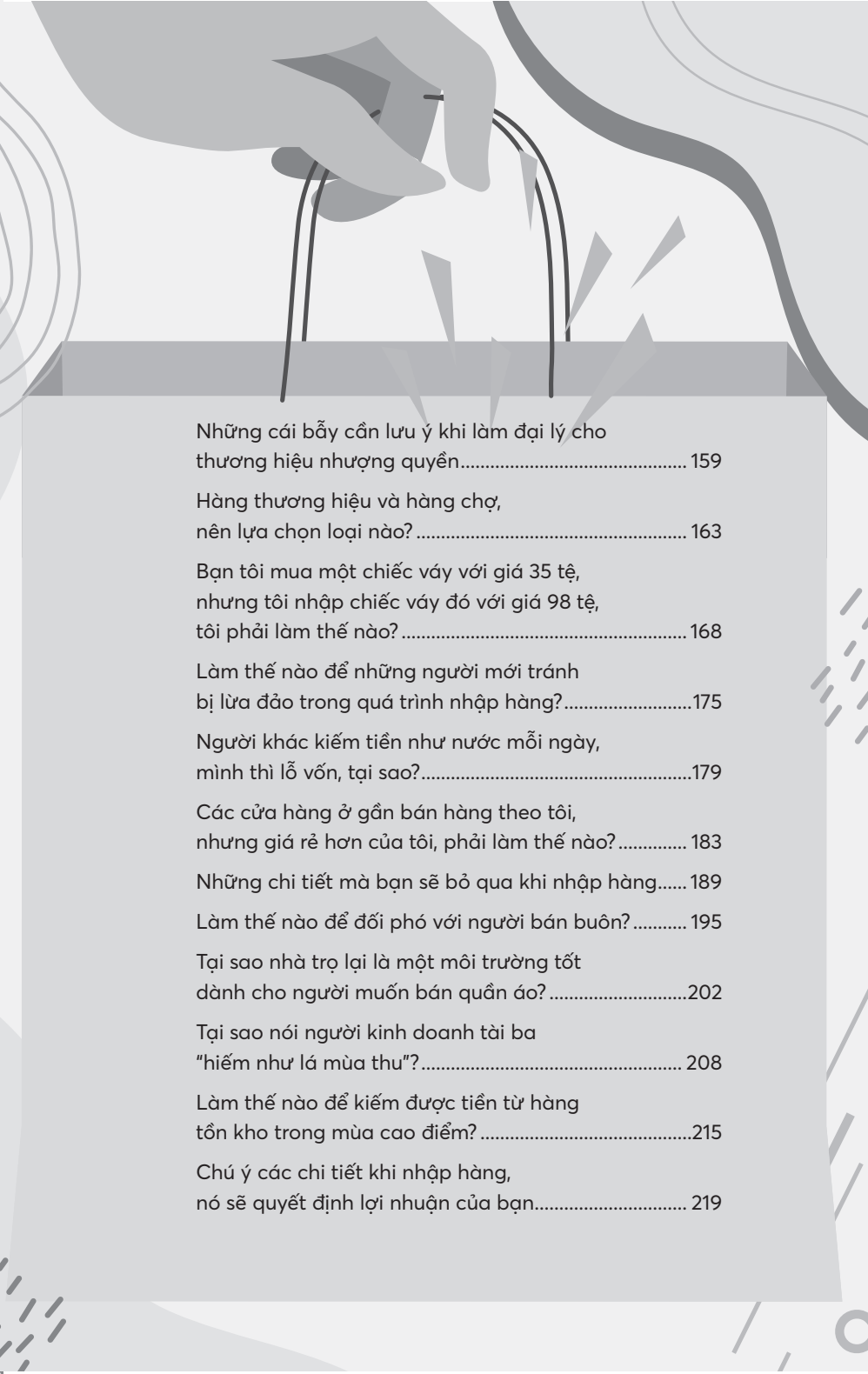
Quần áo nam, quần áo nữ, quần áo trẻ em, bạn vẫn lo lắng về việc bán gì ư?137

Thường xuyên điểu chỉnh định vị cửa hàng hóa là tốt hay xấu?143

Lối thoát dành cho các nhà bán buôn thứ cấp có phải là bán buôn các thương hiệu mà nhà sản xuất hạn chế số lượng?147

03. Nhập hàng153

Người mới tham gia nhượng quyền làm thế nào để phát hiện được lừa đảo?154



Những cái bẫy cần lưu ý khi làm đại lý cho thương hiệu nhượng quyền.....	159
Hàng thương hiệu và hàng chợ, nên lựa chọn loại nào?	163
Bạn tôi mua một chiếc váy với giá 35 tệ, nhưng tôi nhập chiếc váy đó với giá 98 tệ, tôi phải làm thế nào?	168
Làm thế nào để những người mới tránh bị lừa đảo trong quá trình nhập hàng?	175
Người khác kiếm tiền như nước mỗi ngày, mình thì lỗ vốn, tại sao?.....	179
Các cửa hàng ở gần bán hàng theo tôi, nhưng giá rẻ hơn của tôi, phải làm thế nào?	183
Những chi tiết mà bạn sẽ bỏ qua khi nhập hàng.....	189
Làm thế nào để đối phó với người bán buôn?	195
Tại sao nhà trọ lại là một môi trường tốt dành cho người muốn bán quần áo?	202
Tại sao nói người kinh doanh tài ba “hiếm như lá mùa thu”?.....	208
Làm thế nào để kiếm được tiền từ hàng tồn kho trong mùa cao điểm?	215
Chú ý các chi tiết khi nhập hàng, nó sẽ quyết định lợi nhuận của bạn.....	219

Những chiêu trò lừa đảo khi mua bán hàng trực tuyến	225
Làm thế nào để phát hiện hàng secondhand trong số hàng rẻ?	231

04. **Bán hàng**.....235

Vì sao nói "Không phải người bán mời chào người mua mà là sản phẩm tự mời chào khách hàng"?	236
Cửa hàng rộng 80 m ² , một năm kiếm hàng triệu tệ, bí mật đằng sau một cửa hàng bán chạy là gì?.....	242
Không cần mặt bằng văn chốt đơn liên tục, cửa hàng mặt phố nhưng vẫn vắng khách mua?	246
Khách trả hàng, phải làm sao?	253
Sắm vai chủ cửa hàng hay stylish tư vấn cho khách?.....	258
Khó tuyển dụng và quản lý nhân viên, giải pháp là gì?	262
Cửa hàng kén khách, thị trường hẹp, phải chuyển mình thế nào?	270
Làm thế nào để bán được hàng cấp thấp?.....	273
Làm thế nào để bán được đồ thời trang trong siêu thị?	276
Gian hàng trên Taobao giải quyết vấn đề nhập hàng như thế nào?	278

05. **Mùa thấp điểm**285

Kinh doanh không tốt, lùi một bước tiến hai bước hay kiên trì đến cùng?	286
---	-----

Mùa thấp điểm, người bán buôn sẽ kinh doanh thế nào?.....	291
Làm thế nào để chuyển bại thành thắng trong mùa thấp điểm?	295
Cửa hàng nội y bán đồ theo mùa thế nào?.....	299
Khuyến mại, tung sản phẩm mới, tặng phụ kiện – hoạt động nào nên làm trong kinh doanh mùa thấp điểm?	303

06. Hàng tồn.....307

Cửa hàng trong trung tâm thương mại xử lý hàng tồn qua những kênh nào?	308
Để xả 200.000 tệ hàng tồn, mở thêm cửa hàng thứ hai có hiệu quả?.....	312
Có những cách xử lý hàng tồn nào?.....	315
Có nên giảm giá hàng tồn không?	318
Làm sao cân bằng giữa giảm giá hàng tồn và giữ giá cả hàng hóa ổn định?.....	321
Vì sao kiểm soát tốt hàng nhập sẽ tránh được hàng tồn?.....	325
Phải chăng cửa hàng bán lẻ không nên có hàng tồn?	331

07. Kinh doanh..... 341

Cửa hàng thời trang nữ muốn tăng lợi nhuận cần bán kèm với mặt hàng nào?342

Vì sao với cùng một mặt hàng, bạn để giá thấp nhưng bán không được, người khác bán giá cao lại bán chạy?.....346

Thời của kinh doanh B2B đã tới, thời của bán buôn qua mạng thì sao?..... 350

Từ 5.000 tệ tiền vốn đến 20 cửa hàng, mất bao lâu để xây dựng thương hiệu riêng?355

Người ngoại đạo làm thế nào để phát triển từ một cửa hàng thành năm cửa hàng chỉ trong ba năm?362

Khi kinh doanh thời trang trẻ em, làm sao để tránh việc người khác lợi dụng ưu thế của mình?.....367

Các nhà bán buôn xây dựng nhãn hiệu riêng như thế nào?..... 373

Ai nói tình hình bán buôn ngày càng kém đi?379

Làm thế nào để phát triển cửa hàng nhỏ lẻ thành chuỗi cửa hàng?.....384

Làm thế nào đại siêu thị thời trang có thể đi ngược xu hướng?.....392

Làm thế nào các chủ cửa hàng thời trang khám phá được mô hình kinh doanh phù hợp với họ?.....397

Một số từ chuyên ngành thời trang bạn cần biết 403

Lời dẫn

Tại sao tôi viết cuốn sách này?

Bởi có vô số chủ cửa hàng gặp phải một vấn đề: việc kinh doanh thời trang dần trở nên khó khăn hơn!

Đừng nói những câu như: “Tại sao người khác làm rất nhẹ nhàng? Tại sao người khác kiếm được tiền?” Thay vì phàn nàn về thị trường, hãy tìm lý do từ chính bạn! Đây là cách nói đơn giản và trực diện nhất theo các chuyên gia.

Chưa ai có lời giải cho việc kinh doanh thời trang hiện nay khó hay dễ, mỗi người đều có quan điểm riêng. Tuy vậy, việc thảo luận những chủ đề này không phải vô nghĩa, ít nhất, sự va chạm của các quan điểm sẽ mang lại sự thăng hoa về tư tưởng cho chúng ta.

Trước đây, nhiều chủ cửa hàng phải lặn lội đến tận chợ bán buôn đông người, dù là vào mùa hè nóng bức hay mùa đông khắc nghiệt. Họ không những phải chịu đựng những cái nhìn soi mói của người bán mà còn phải tự vác túi lớn túi nhỏ đựng đồ. Muốn mở cửa hàng trực tuyến thậm chí còn mệt mỏi hơn, họ phải chụp ảnh cho khách xem trước, có đơn mới lấy hàng về. Chuyện này thực sự khó khăn!

Ngày nay, nếu bạn yêu cầu những việc như vậy, một số chủ cửa hàng thậm chí không kinh doanh còn hơn. Những người am hiểu về thời trang thường nhìn việc kinh doanh thời

trang như “đi làm nông” nên không thiết tha lắm. Chưa kể đến những khó khăn như hàng hóa bị trùng lặp khiến việc chọn lựa trở nên khó khăn, người kinh doanh phải trả tiền thuê mặt bằng, cửa hàng truyền thống phải cạnh tranh với thương mại điện tử... Mọi thứ sẽ chuyển thành năng lượng tiêu cực nếu bạn cứ liên tục ca thán, từ đó, công việc kinh doanh cũng không thể thực hiện. Nhưng bạn cũng không thể cản được dòng chảy thời cuộc. Nhiều người không muốn tham gia vào chuỗi nhượng quyền thương hiệu hoặc thuê cửa hàng tại các trung tâm mua sắm để phải chịu ràng buộc, họ muốn tạo dựng thương hiệu riêng; nhiều người khác lại không muốn chỉ mở một cửa hàng mà muốn kinh doanh đa kênh, mở một mà thu lợi nhiều; một số người lại không quan tâm đến việc mở cửa hàng truyền thống mà muốn kinh doanh trực tuyến, không cần mặt bằng mà vẫn có thể bán hàng và kiếm tiền rủng rỉnh. Tất cả đều không tham gia vào ngành công nghiệp này theo những cách cũ.

Trước đây, chúng ta từng thảo luận về việc liệu thương mại điện tử có thể thay thế các cửa hàng truyền thống hay không, nhưng bây giờ, câu trả lời đã rất hiển nhiên. Trong bối cảnh của O2O (Online to Offline), tranh cãi về việc “người chiến thắng cuối cùng là cửa hàng truyền thống” và “Online và Offline không phân biệt” bắt đầu tràn ngập một lần nữa. Đừng nghĩ về quá khứ, đừng sợ tương lai. Chúng ta đã bước vào một kỷ nguyên mới, đó là sự thật không thể chối cãi mà chúng ta phải đối mặt. Thời đại của thị trường đám mây, hàng hóa đám mây và các đối tác đã thâm nhập vào cuộc sống của chúng ta; những làn sóng của Internet hết lần này đến lần khác thúc đẩy sự thay đổi mô hình thị trường và đây là cơ hội. Lấy kinh doanh thời trang truyền

thống làm nền tảng đồng thời nhanh nhạy nắm bắt sự thay đổi, bạn có thể mở ra cả một thời đại mới.

Các nền tảng và nguồn cung hàng hiện tại rất đa dạng, chỉ cần nhấp chuột, lướt điện thoại hay tham gia các hội nhóm là có thể nhập hàng. Ngay cả ở các khu vực Đông Bắc, Tây Bắc và Tây Nam hẻo lánh, cách xa thị trường bán chạy, các kiểu dáng, mẫu mã cũng có thể được sản xuất nhanh chóng và đẹp mắt thông qua đơn đặt hàng trên điện thoại, qua chuyển phát nhanh và vì thế, hàng tồn cũng giảm được đáng kể.

Ở mức độ sơ cấp, việc mở một cửa hàng trực tuyến đòi hỏi bạn phải có thị trường hàng trực tuyến và phát hộ¹, cung cấp hàng, cung cấp ảnh trang phục, cung cấp số liệu, không để lưu hàng tồn kho, đáp ứng nhu cầu của nhiều cá nhân khởi nghiệp với số vốn thấp. Tất nhiên, nếu bạn muốn đưa doanh nghiệp lên một cấp độ cao hơn thì lại là câu chuyện khác.

Kinh doanh thời trang là một dự án có hệ thống, bao gồm lựa chọn địa điểm và định vị phân khúc kinh doanh, nhập hàng, phối đồ, bày biện sắp xếp, bán hàng, trải nghiệm mua sắm, chăm sóc khách hàng... Bạn không thể tạo ra lợi nhuận hay mở rộng kinh doanh chỉ bằng một khâu trong chuỗi đó. Cuốn sách này tập trung vào hệ thống của các cửa hàng thời trang bán chạy, kết hợp và so sánh nhiều trường hợp, giao thoa các khái niệm kinh doanh khác nhau, hy vọng mang lại lợi ích cho các chủ cửa hàng trong vài năm tới.

1. Phát hộ hàng: chủ bán sỉ cung cấp thẳng hàng cho khách của shop bán lẻ. (ND)

Để xuất bản cuốn sách này, xin cảm ơn Cố Ứng, La Huân, Lý Chung Lương, Lý Dương, Hùng Kiệt, Tôn Tân Hồng, Hà Kiệt, Dư Ngân Anh, Hầu Ngạn Bình, Lý Chiêu Văn, Vương Phúc Thuận, Trịnh Kiến Sinh, Lưu Kiếm Ba, Bạch Duy, Lý Linh, Triệu Kiến Phong, Y Huy... cảm ơn 62 chủ cửa hàng đã trả lời các câu hỏi khảo sát, cảm ơn các học viên của Học viện Kinh doanh Khởi nghiệp Thời trang, cảm ơn hàng nghìn chủ cửa hàng đã trao đổi với tôi trong những năm qua.

01

**Hướng đi quan trọng
hơn kiếm tiền**

VÀO NGÀNH

Cần chuẩn bị gì trước khi bước vào ngành công nghiệp thời trang?

Trước kia, tôi muốn làm đại lý cho một thương hiệu thời trang và mở cửa hàng tại trung tâm mua sắm. Tôi đã khảo sát một số thương hiệu, chiết khấu khoảng 55-61% kèm thuế, tỷ lệ đổi hàng cao nhất là 30% và trung tâm mua sắm khấu trừ khoảng 20%. Tôi phải trả lương cho nhân viên bán hàng cùng hóa đơn tiền nước và điện, đó có vẻ không phải là một mức giá tốt, nhưng ở bên ngoài thì không có cửa hàng nào phù hợp... Một số người nói rằng nếu lựa chọn một thương hiệu nhượng quyền và mở cửa hàng ở trung tâm thương mại, ít nhất tôi sẽ không bị lỗ.

Tôi nhận thấy một chiếc váy mùa hè có giá 180-350 tệ và một chiếc áo phông giá 100-200 tệ thì dễ bán hơn. Tuy nhiên, giá thành của các nhãn hàng cao cấp đều cao hơn mức này, vượt quá khả năng tiêu dùng của số đông. Nếu mở cửa hàng ở trung tâm thương mại, tôi không biết thương hiệu nào mới là tốt.

Đây là một thành phố nhỏ, mức tiêu dùng không cao, hầu hết công chức được trả lương trong khoảng 2.500 tệ. Nếu mở một cửa hàng trên đường phố, nên tự mình lấy hàng rồi dán nhãn hiệu lên.

Ý tưởng ban đầu của tôi là tìm một cửa hàng, tự nhập hàng, dán mác của cửa hàng mình, sau đó bán theo mô hình hàng hiệu. Tôi thậm chí đã viết một kế hoạch, từ việc giảm giá như thế nào, quảng cáo thời gian đầu ra sao, cho đến cách đào tạo nhân viên cửa hàng... Nhưng sau khi tìm kiếm vài tháng, tôi không thể tìm được cửa hàng nào phù hợp.

Ở chỗ chúng tôi, có những cửa hàng tương đối tốt, khoảng 20 m², chi phí mua lại mặt bằng là hơn 80.000 tệ. Có một cửa hàng hơi xa, 60 m², phí mặt bằng 60.000 tệ. Những cửa hàng ở khu vực ít người qua lại thường chưa kịp gây dựng xong đã phá sản. Những cửa hàng này thường nằm ở cuối con phố sầm uất nhưng hầu hết mọi người không đi vào đến tận đó. Gần đây, khu vực này được giải toả để xây một trung tâm mua sắm lớn trong 3 năm tới, và khi được đưa vào sử dụng, người qua lại sẽ đông hơn. Đến lúc đó, tiền thuê nhà, tiền chuyển nhượng... sẽ nằm ở tầm giá khác, nhưng nếu bây giờ đầu tư thì phải đợi 3 năm sau mới kiếm được tiền.

Việc kinh doanh thời trang được cho là có lợi nhuận khổng lồ, nhưng những ai là người kiếm được tiền? Gần đây, tôi đến thăm một số nơi và hỏi rất nhiều người trong ngành kinh doanh thời trang. Tất cả họ đều nói giống nhau: “Đừng làm thời trang, mệt mỏi, không kiếm được tiền, thậm chí còn lo sốt vó vào mùa thấp điểm!” Vậy có phải lợi nhuận khổng lồ của thời trang chủ yếu được tích lũy trong khâu lưu thông trung gian? Nhà bán lẻ cuối cùng phải chịu rủi ro cao nhất?

Nếu muốn kiếm tiền từ việc bán quần áo, bạn có thể bán hàng phổ thông, dán mác cho chúng, sau đó tìm một

đầu ra tốt, lợi nhuận có thể được tăng lên nhiều lần. Nếu bạn muốn kinh doanh thời trang thương hiệu, tốt nhất là làm đại lý cấp tỉnh, kiếm tiền bằng cách phát triển các cửa hàng nhượng quyền thương hiệu trong khu vực.

Thực ra, cái mà tôi lo lắng không phải là không có đủ thời gian chuẩn bị cho việc mở cửa hàng mà là chọn hướng đi không chuẩn.

Trên đây là những điều cô Dương ở thành phố An Khánh, tỉnh An Huy, nói khi trao đổi với tôi, có thể được gọi là điển hình. Những ý tưởng và vấn đề mà cô gặp phải rất phổ biến và mang tính đại diện, đến giờ vẫn là điều mà những người mới bước chân vào ngành công nghiệp thời trang phải trải qua và đối mặt:

- Khi làm đại lý thì không biết nên làm cho thương hiệu nào, khi bán hàng phổ thông thì không tìm được mặt bằng phù hợp.
- Những cửa hàng đắc địa không chỉ có giá thuê và mua đất đắt, mà còn không dễ kiếm; các cửa hàng bình thường sợ không đủ lượng người qua lại.
- Mức thuê tại những nơi mới phát triển thì thấp nhưng sợ rằng sẽ không thể phát triển trong một vài năm, chờ không được, lỗ không chịu nổi, rủi ro cao.
- Ngành thời trang rất cuộc có phải là ngành có thể làm giàu nhanh không? Có thể kiếm được tiền không? Làm thế nào mới kiếm được tiền?

Cô Dương rất muốn kinh doanh thời trang và rất chú tâm đi tư vấn, khảo sát, suy nghĩ và phân tích, thậm chí

đã viết ra cả một kế hoạch kinh doanh, điều này thật đáng khen ngợi. Có rất nhiều trở ngại khi bước vào thị trường thời trang và cô nhận ra rằng “hướng đi quan trọng hơn việc kiếm tiền”. Quả là không dễ để nhận ra được điều này.

Không thể phủ nhận rằng một số người kinh doanh thời trang vì sở thích chứ không phải để kiếm tiền. Một số người không có gì để làm, muốn kinh doanh, sau khi cân nhắc trong nhiều ngành đã chọn ngành thời trang vì chi phí đầu vào thấp. Một số người vội vàng hoặc không có hiểu biết gì về ngành nhưng cũng bước chân vào ngành thời trang, họ muốn cứ bắt tay vào kinh doanh và thường thỏa hiệp với một số điều kiện.

Ví dụ, nếu không có cửa hàng ở vị trí đắc địa thì vị trí kém một chút cũng được; không cần phải đến một nơi đã trở thành một khu chợ sầm uất, chỉ cần chọn nơi ở gần nhà và thuận tiện để quản lý là được; có thể bán bất cứ thứ gì miễn là thuận tiện để lấy hàng; chỉ kinh doanh thời trang nữ chất lượng cao, giá nhập hàng đắt hơn một chút cũng được; cứ làm đã rồi tính sau, gặp vấn đề gì sẽ giải quyết sau...

Trong khi đó, tôi cũng đã gặp những người thực sự muốn gây dựng sự nghiệp với kinh doanh thời trang, muốn kiếm tiền và cũng đang tìm cách tham gia vào ngành thời trang. Tuy nhiên, một số người trong số họ chưa bao giờ đi ra ngoài để tìm hiểu thị trường. Có lẽ không phải là họ không muốn tìm hiểu mà bởi họ không biết bắt đầu từ đâu.

Một số người cũng nói thẳng rằng họ không muốn mất công mất sức đi tìm hiểu, khảo sát thị trường, cũng không muốn dành thời gian đọc tài liệu, rồi xin tôi chỉ luôn cách làm. Nếu gặp một người như vậy, tôi sẽ chẳng ngần ngại

mà nói rằng tốt hơn hết là không nên làm việc này vì anh ấy quá vô trách nhiệm với công việc mà mình sắp làm.

Những người muốn biết thêm về ngành công nghiệp thời trang, bất kể động cơ và lý do của họ là gì, thường quan tâm đến những điều sau đây:

- Kinh doanh thời trang có kiếm được tiền không?
- Bây giờ có phải là thời điểm thích hợp để tham gia vào ngành công nghiệp thời trang không?
- Nên mở cửa hàng trên sàn thương mại điện tử hay mở cửa hàng truyền thống?
- Thương mại điện tử đang phát triển nhanh chóng, có tương lai nào cho các cửa hàng truyền thống không?
- Taobao và Tmall ngày càng trở nên khó kinh doanh, có cơ hội nào cho người mới kinh doanh thương mại điện tử không?
- Có thể kinh doanh tốt trên mạng xã hội hay không?
- Kinh doanh không cửa hàng và kinh doanh đa kênh là gì?
- Thế nào là O2O?
- Bán buôn hay bán lẻ thì tốt hơn?
- Bán hàng hiệu hay bán hàng thường tốt hơn?
- Bán thời trang trẻ em hay thời trang nữ thì tốt hơn?
- Đây là nơi rẻ nhất để nhập hàng?