

Tiêu đề:

NGHIÊN CỨU HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THỜI ĐẠI BÙNG NỔ CÔNG NGHỆ SỐ

Tóm tắt:

Nghiên cứu hành vi người tiêu dùng trong kỷ nguyên số tập trung vào sự chuyển dịch sang mua sắm trực tuyến (Online), ưu tiên tiện ích, cá nhân hóa trải nghiệm và chịu ảnh hưởng mạnh bởi mạng xã hội. Khách hàng ngày nay thông minh hơn, chủ động tìm kiếm thông tin và đòi hỏi tương tác tức thì, buộc doanh nghiệp phải áp dụng chuyển đổi số và [Digital Marketing](#) để tiếp cận hiệu quả. [1, 2, 3, 4]

Đặc điểm hành vi nổi bật trong thời đại số

- Mua sắm đa kênh (Omnichannel): Người tiêu dùng kết hợp linh hoạt giữa cửa hàng vật lý và nền tảng trực tuyến (Website, sàn TMĐT, mạng xã hội).
- Cá nhân hóa trải nghiệm: Mong muốn nhận được gợi ý sản phẩm phù hợp với nhu cầu và sở thích riêng, dựa trên dữ liệu hành vi đã được thu thập.
- Ảnh hưởng của đánh giá (Review): Quyết định mua hàng bị chi phối nặng nề bởi bình luận, đánh giá của người dùng trước và KOCs/Influencers.
- Tiêu dùng thông minh và nhanh chóng: Dễ dàng so sánh giá, thông tin sản phẩm tức thì và có xu hướng mua hàng bốc đồng (impulse buying) trên các nền tảng video ngắn như TikTok Shop.
- Tương tác tức thì: Đòi hỏi dịch vụ chăm sóc khách hàng 24/7 thông qua chatbot hoặc tin nhắn trực tuyến. [1, 2, 3, 4, 5]

Các yếu tố tác động (Mô hình Hộp đen người tiêu dùng)

- Yếu tố môi trường: Công nghệ 4.0, sự phổ biến của smartphone, internet tốc độ cao, và các chính sách của sàn TMĐT.
- Yếu tố xã hội: Trào lưu trên mạng xã hội, đánh giá từ cộng đồng, người nổi tiếng.
- Yếu tố cá nhân: Tâm lý sợ bỏ lỡ (FOMO), nhu cầu tiện lợi, độ tuổi (đặc biệt là Gen Z). [1, 2, 3]

Giải pháp cho doanh nghiệp

1. Chuyển đổi số toàn diện: Đưa sản phẩm lên các kênh online, áp dụng AI để thấu hiểu khách hàng.
2. Xây dựng trải nghiệm liền mạch: Đồng bộ dữ liệu khách hàng giữa online và offline.
3. Tập trung vào nội dung số: Sử dụng video ngắn, livestream, hợp tác với Influencers.

4. Tối ưu hóa quy trình mua hàng: Đơn giản hóa các bước thanh toán, giao hàng nhanh. [[1](#), [2](#), [3](#), [4](#)]

Tài liệu tham khảo:

1. Despres, JP. Body fat distribution and risk of cardiovascular disease: An update. *Circulation*. 2012; 126(10): 1301-1313.
2. Darbandi, M, Y Pasdar, S Moradi, et al. Discriminatory capacity of anthropometric indices for cardiovascular disease in adults: A systematic review and meta-analysis. *Prev Chronic Dis*. 2020; 17: E131.
3. Zanovec, M, AP Lakkakula, LG. Johnson, et al. Physical activity is associated with percent body fat and body composition but not body mass index in white and black college students. *Int J Exerc Sci*. 2009; 2(3):175-185.
4. Kyle, UG, I Bosaeus, AD De Lorenzo, et al. Bioelectrical impedance analysis-part I: Review of principles and methods. *Clin Nutr*. 2004; 23(5):1226-1243.
5. Ling, CH, AJ de Craen, PE Slagboom et al. Accuracy of direct segmental multi-frequency bioimpedance analysis in the assessment of total body and segmental body composition in middle-aged adult population. *Clin Nutr*. 2011; 30(5):610-615.
6. Liu, B, Y Du, Y Wu et al. Trends in obesity and adiposity measures by race or ethnicity among adults in the United States 2011-18: Population based study. *BMJ*. 2021; 372: n365.