



DNA EXPORT: Cầm Nang Thực Chiến

Từ Lý Thuyết Đến Đơn Hàng Đầu Tiên

Lộ Trình Viễn Chinh Của Nhà Xuất Khẩu

Xuất khẩu không chỉ là một quy trình, đó là một chiến dịch. Để thành công, bạn cần tư duy như một nhà chiến lược, từ khâu chuẩn bị đến khi thu quân. Cẩm nang này được cấu trúc theo 4 giai đoạn tác chiến cốt lõi của quy trình DNA EXPORT.

Giai đoạn 1: Lập Kế Hoạch Tác Chiến

Nghiên cứu thị trường, xác định sản phẩm và thiết lập pháp lý.



Giai đoạn 3: Thiết Lập Tuyến Hậu Cần

Làm chủ quy trình giao nhận và vận tải quốc tế.



Giai đoạn 2: Trình Sát Thực Địa

Nghệ thuật tìm kiếm và thẩm định nguồn hàng tận gốc.



Giai đoạn 4: Chốt Deal & Thu Hồi

Đảm bảo thanh toán an toàn và xây dựng uy tín.



GIẢI ĐOẠN 1: LẬP KẾ HOẠCH TÁC CHIẾN

Thiết Lập Căn Cú & Thu Thập Tình Báo

Nền Tảng Pháp Lý



Để tham gia sân chơi B2B, bước đầu tiên là thành lập doanh nghiệp. Điều này đảm bảo tư cách pháp nhân, khai thuế, và xây dựng hồ sơ chuyên nghiệp.

Insider Note: “Dự thảo thuế mới 2% trên doanh thu có thể là một cách tính hiệu quả cho ngành XNK thay vì tính trên biên lợi nhuận.”

Tình Báo Thị Trường Bằng AI



Trước khi ra trận, phải biết địch biết ta. Sử dụng AI (ChatGPT, Gemini Pro) để tối ưu thời gian và hiệu quả nghiên cứu.

Key Action: Phân tích kim ngạch xuất khẩu để tìm ra các thị trường ngách có dung lượng lớn nhưng cạnh tranh chưa gay gắt.

GIẢI ĐOẠN 2: TRÌNH SÁT THỰC ĐỊA

Quy Trình Tiếp Cận Nguồn Hàng DNA EXPORT

Tìm nguồn hàng là nghệ thuật trinh sát. Quy trình này giúp bạn xác định mục tiêu và thu thập thông tin tình báo quan trọng trước khi đàm phán.



Bước 1: Hình Dung Sản Phẩm

Dùng AI để có số liệu vi mô đến vĩ mô về sản phẩm. Nắm vững mã HS Code của bạn - đây là "chứng minh thư" của sản phẩm trên trường quốc tế, liên quan trực tiếp đến các hiệp định FTA.



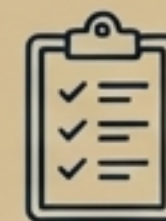
Bước 2: Phân Loại & Lựa Chọn

Dựa trên dữ liệu, quyết định thứ tự ưu tiên tiếp cận:
(1) Nông dân/Người sản xuất trực tiếp,
(2) Hộ kinh doanh, (3) Doanh nghiệp để tối ưu về giá và MOQ.



Bước 3: Tiếp Cận & Thu Thập

Liên hệ nhà cung cấp (qua Zalo, Facebook, v.v.). Mục tiêu là thu thập 5 thông tin cốt lõi.

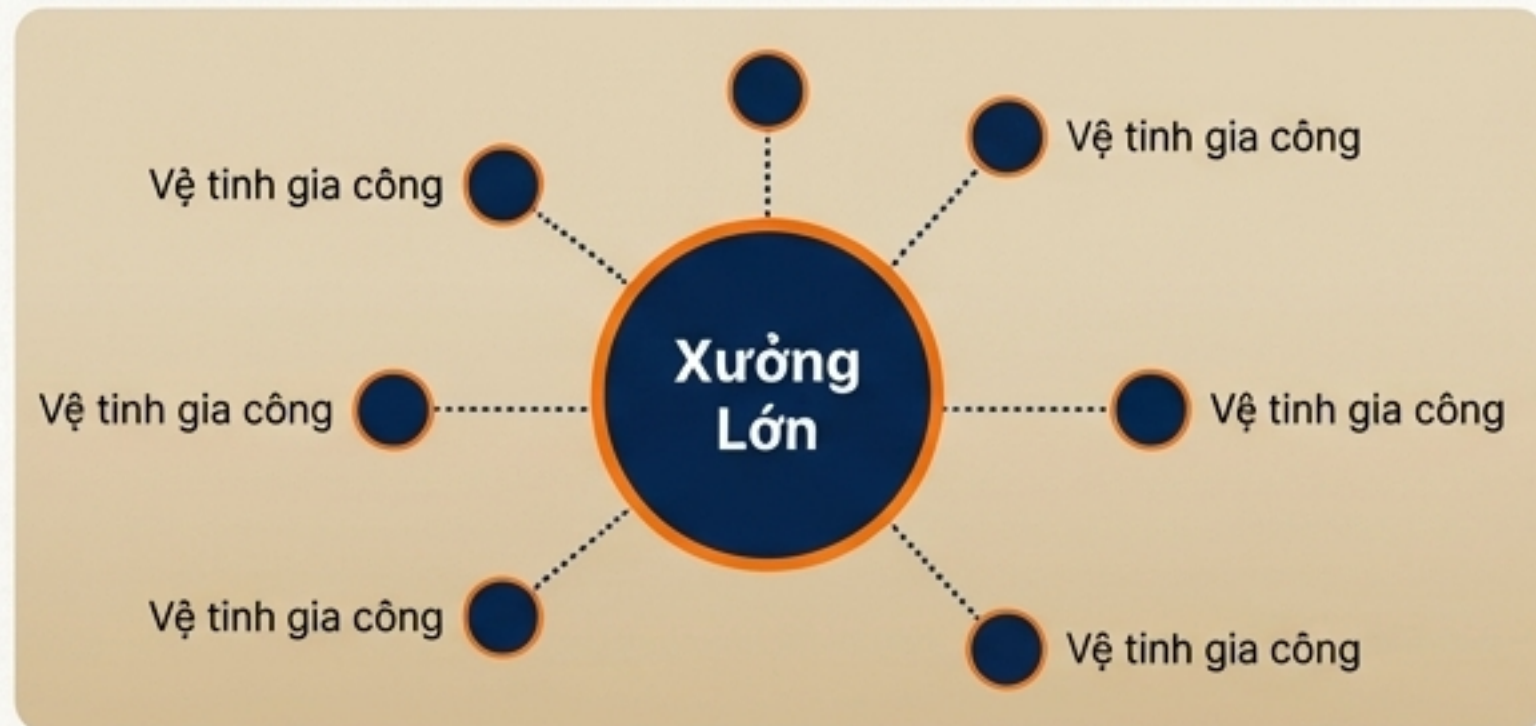


Hồ Sơ Mục Tiêu: 5 Dữ Liệu Cần Thu Thập Từ Xưởng

1. Báo giá (BG)
2. Sản lượng hiện tại
3. Hàng mẫu
4. Hồ sơ xưởng (năng lực, chứng chỉ)
5. Hình ảnh thực tế

Chiến Lược Nguồn Hàng: Nguyên Tắc Địa Phương vs. Địa Lý

Nguyên Tắc Địa Phương



Mô hình: Một xưởng lớn làm trung tâm, bao tiêu các "vệ tinh" gia công trong bán kính 50km.

Ưu điểm: Đầy đủ hồ sơ, giấy tờ, chứng chỉ.

Nhược điểm: Giá cao hơn do qua trung gian.

Nguyên Tắc Địa Lý



Mô hình: Tìm đến tận gốc vùng trồng, vùng sản xuất đặc thù của sản phẩm trên cả nước.

Mục tiêu: Tìm ra **"TIỆM CẬN ĐÁY"** của thị trường.

Case Study - Dăm Gỗ: Giá dăm gỗ tại cảng thay đổi từ Bắc vào Nam (Cái Lân: \$139/tấn, Quy Nhơn: \$152/tấn). Thị trường Nhật Bản vẫn chấp nhận giá cao tại Quy Nhơn. Điều này chứng tỏ mỗi thị trường có một "gap" giá chấp nhận được. Việc của bạn là tìm ra nguồn rẻ nhất và khách hàng phù hợp.

Ghi Chú Thực Chiến: Những Mẹo Chợ, Mẹo Đời

Chiến Thuật Đơn Hàng Ảo 🧛

Vấn đề: Không xưởng nào báo giá nếu bạn không có đơn hàng thật.

Giải pháp: Lên các trang B2B như go4worldbusiness.com, copy một yêu cầu hỏi hàng (số lượng, quy cách, thanh toán) và dùng nó để đi hỏi giá các xưởng trong nước.

Lưu ý: Hỏi riêng, không đăng công khai để tránh vấn đề bản quyền.

Nghệ Thuật Giao Tiếp 💬

Thái độ: Luôn nói chuyện 'chiếu dưới', khiêm tốn, 'anh em giúp nhau'. Sự nhẹ nhàng sẽ giúp bạn nhận được hỗ trợ.

Hành động: Chủ động xin mua mẫu (ship vài chục nghìn), đừng ngại chi tiền.

thực vào thực

Khai Thác Mạng Lưới Địa Phương 🕸

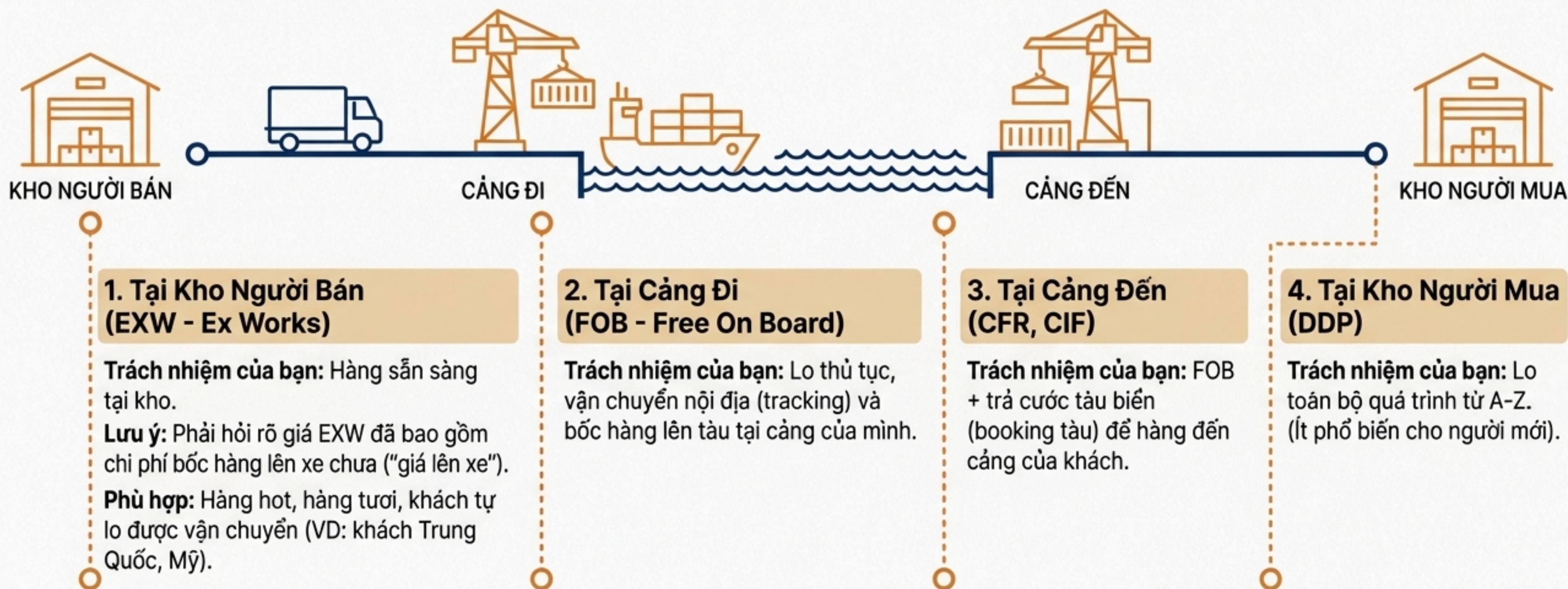
Mục tiêu: Tìm nguồn hàng từ nông dân, người sản xuất trực tiếp.

Phương pháp:

1. **Hỏi dân địa phương:** Chủ khách sạn, quán cà phê đông nhất. Gửi ít tiền cà phê để họ chỉ điểm.
2. **Hỏi tài xế xe công:** Ra chợ đầu mối hoặc vào các hội nhóm, xin số tài xế. Gửi 200k cảm ơn để có được số điện thoại của các chủ hàng.

Giải Mã INCOTERMS 2020: 4 Điểm Giao Hàng Cốt Lõi

INCOTERMS quy định trách nhiệm của người mua và người bán. Thay vì học thuộc 11 điều khoản, hãy nắm vững bản chất qua 4 điểm chuyển giao rủi ro và chi phí.



FOB: Lựa Chọn Tối Ưu Của 70% Doanh Nghiệp Việt Nam

FOB (Giao hàng trên tàu) là phương thức phổ biến nhất vì nó cân bằng giữa rủi ro và lợi ích, đặc biệt cho doanh nghiệp mới.

Ưu Điểm

- ✓ **Dòng Tiền Nhanh:** Vốn chỉ bị đọng khoảng 3 ngày. Khách cọc 30%, bạn giao hàng lên tàu là có thể yêu cầu thanh toán nốt 70%.
- ✓ **Công Nợ Nhẹ Nhàng:** Dễ dàng đàm phán công nợ ngắn hạn (3-4 ngày) với xưởng.
- ✓ **Giấy Tờ Tối Giản:** Trách nhiệm giấy tờ của bạn kết thúc tại cảng Việt Nam.



Rủi Ro & Giải Pháp

- ✗ **Rủi Ro 1: Giấy Tờ Sai Sót:** Làm sai thủ tục hải quan, kiểm dịch...
- ✗ **Rủi Ro 2: Cân Thiếu:** Hàng bị mất trên đường từ kho ra cảng (VD: mất 6 tấn hàng từ Đắk Lắk về Cát Lái).

🛡️ **Giải Pháp Chung:** Chọn một công ty Forwarder (FWD) uy tín. Họ là đơn vị dịch vụ chuyên lo thủ tục thông quan và có thể giúp bạn quản lý rủi ro với các nhà xe.

Cầm Nang Thanh Toán Quốc Tế

Mọi nỗ lực chỉ có ý nghĩa khi bạn thu được tiền về. Giao dịch quốc tế vận hành qua hệ thống SWIFT của Hoa Kỳ và sử dụng đồng Đô la làm trung gian. Hãy chọn ngân hàng có tỷ giá đô la tốt (BIDV, VCB, ACB).



T/T (Telegraphic Transfer)

- **Bản chất:** Chuyển khoản ngân hàng trực tiếp.
- **Quy trình phổ biến:** Cọc 30% trước sản xuất, 70% còn lại thanh toán khi hàng đã sẵn sàng hoặc khi bạn gửi bản nháp chứng từ.
- **Đánh giá:** Nhanh, gọn nhưng rủi ro dựa trên lòng tin.



L/C (Letter of Credit)

- **Bản chất:** Thư tín dụng do ngân hàng phát hành, làm trung gian đảm bảo.
- **Khi nào dùng:** Khi hai bên không tin tưởng nhau, hoặc khi bạn cần dùng L/C để vay vốn ngân hàng làm hàng.
- **Đánh giá:** An toàn nhất (đặc biệt là L/C không hủy ngang), nhưng thủ tục phức tạp và làm người mua bị giam vốn.



D/P (Documents against Payment)

- **Bản chất:** Gần giống ship COD. Ngân hàng bên mua chỉ giao chứng từ cho người mua sau khi họ đã thanh toán đủ tiền.
- **Đánh giá:** An toàn cho người bán về mặt thanh toán, nhưng có rủi ro người mua 'bom hàng'.

Quy Tắc Vàng Của Thanh Toán T/T

The Scenario: Khách hàng cọc 30%. Bạn sản xuất xong, tàu dự kiến cập cảng ngày 21. Bạn cần yêu cầu khách chuyển nốt 70% vào ngày 17 hoặc 18, vì tiền mất 3-5 ngày để về đến Việt Nam.

The Conflict: Khách hàng hối thúc bạn giao chứng từ gốc để nhận hàng, trong khi tiền chưa về tài khoản của bạn.

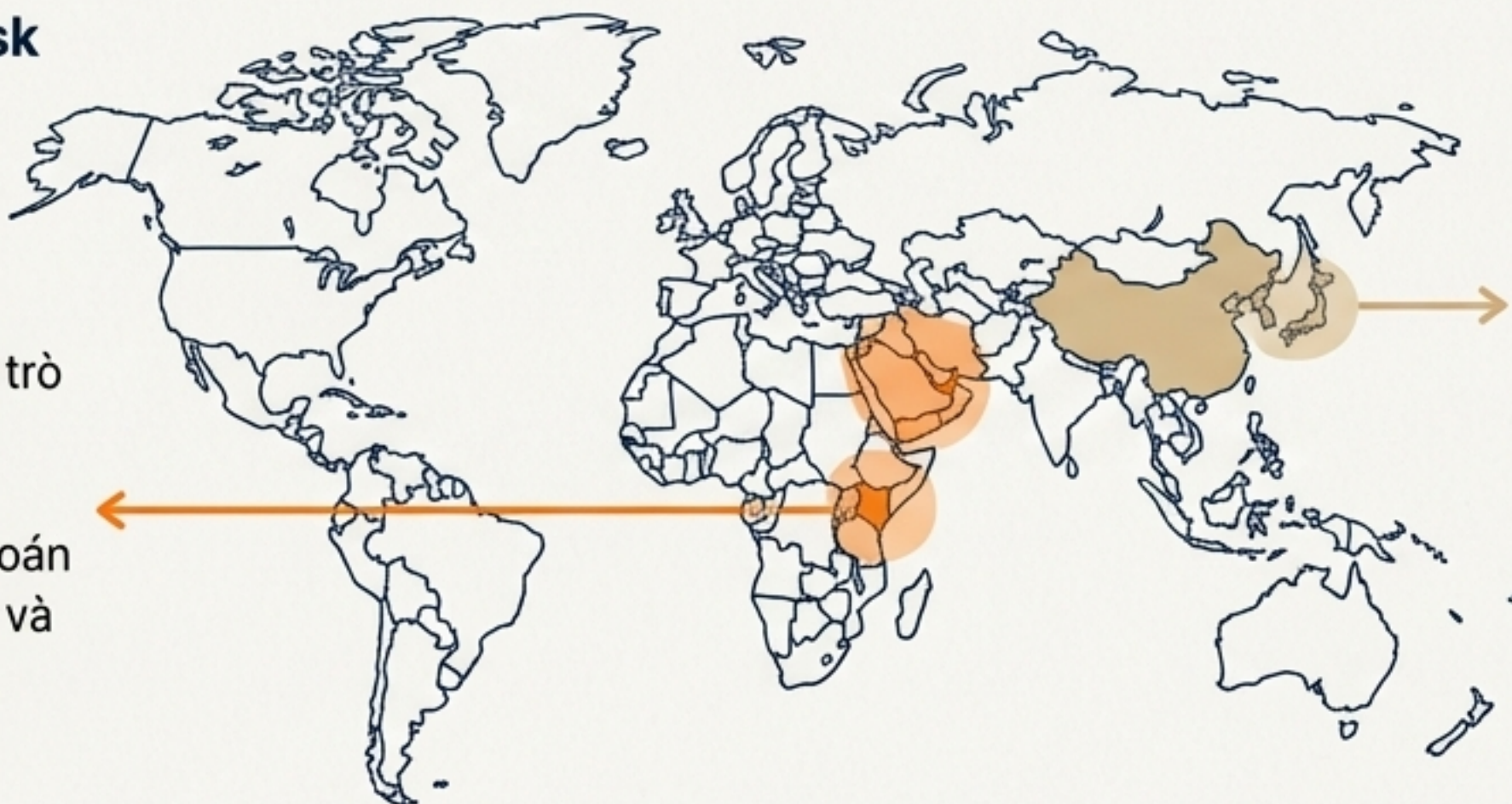
**TUYỆT ĐỐI KHÔNG NHẢ CHỨNG TỪ
HÀNG HÓA KHI TIỀN CHƯA NỔ TRÊN
TÀI KHOẢN NGÂN HÀNG CỦA MÌNH.**

Thà mất khách chứ không mất tiền. Nếu họ làm ăn đàng hoàng, họ sẽ hiểu và chấp nhận. Nếu họ mưu mẹo, đây chính là lúc họ lộ mặt. Ngay cả khách hàng lâu năm cũng có thể lừa bạn ở đơn hàng cuối cùng. Tiền trao cháo múc, thuận mua vừa bán.

Phân Vùng Rủi Ro & Đạo Kinh Doanh

Vùng Rủi Ro Cao (High-Risk Zones)

- **Thị trường:** Dubai, Trung Đông, Kenya.
- **Đặc điểm:** Hệ thống pháp lý yếu. Khách hàng có thể bày trò (ép giá, tìm cách lấy hàng không cần chứng từ).
- **Chiến lược:** Yêu cầu thanh toán an toàn (L/C) hoặc bán FOB và nhận đủ tiền trước khi tàu chạy. Hàng gửi Air phải lấy 100% tiền trước.



Vùng An Toàn Tương Đối (Relatively Safe Zones)

- **Thị trường:** Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc.
- **Đặc điểm:** Pháp lý mạnh, có tính ràng buộc cao hơn.



Câu Chuyện Cảnh Giác: Vụ 100 container điều

"Một doanh nghiệp tại Bình Phước mất trắng số hàng trị giá hàng trăm tỷ đồng do tin vào chứng từ chuyển tiền giả (fake bill) qua ngân hàng trung gian."

Đạo Kinh Doanh (The Exporter's Code)

Quan trọng hơn FOB hay CIF là sự **đàng hoàng, uy tín, và chần chu**. Một đơn hàng thành công là khi tất cả các bên tham gia đều có lợi.

Chiến Dịch Đầu Tiên Bắt Đầu

Cẩm nang này đã trang bị cho bạn bản đồ và la bàn.
Giờ là lúc thực hiện bước trình sát đầu tiên.



Nhiệm Vụ Thực Hành:

Lập tức xây dựng hồ sơ LinkedIn chuyên nghiệp.

Đây là mặt trận chính để bạn tìm kiếm và tiếp cận những khách hàng quốc tế đầu tiên cho chiến dịch của mình.