

CẨM NANG KHỞI ĐẦU

Đưa Hàng Việt Vào Tiệm Nail Người Việt Ở Mỹ

Cho người có sản phẩm tốt nhưng chưa có cửa

7 bước để có đơn hàng đầu tiên từ cộng đồng người Việt ở Mỹ — không cần quen ai bên đó, không cần vốn lớn.

Lê Thị Nhung

HÀNG VIỆT SANG MỸ

Người đã đưa khăn từ một xưởng dệt ở Long An vào hàng nghìn tiệm nail trên đất Mỹ.

Cẩm nang này dành cho bạn — nếu...

- Bạn **có sản phẩm tốt** (khăn, mỹ phẩm, vật tư nail, đồ thủ công, đặc sản...) nhưng nó đang nằm trong kho nhiều hơn là ngoài thị trường.
- Bạn từng nghĩ tới chuyện **bán sang Mỹ**, rồi thấy nó xa quá, lạ quá, và gác lại.
- Bạn **không quen ai bên Mỹ**, không có vốn lớn, và không biết bắt đầu từ đâu.

Nếu bạn gạt đầu dù chỉ một dòng, bạn đang cảm thấy thứ mình cần.

Đọc xong, bạn sẽ có trong tay

- Một **cách nhìn đúng** về thị trường — để thôi sợ và bắt đầu được ngay.
- **7 bước cụ thể** đi từ con số 0 tới đơn hàng đầu tiên.
- Một **checklist tự chấm** ở cuối — biết chính xác mình đang thiếu gì.

Tôi viết cẩm nang này ngắn, gọn, đọc trong một buổi tối. Vì bước quan trọng nhất không phải đọc — là **bắt đầu**.

Tôi đã đi con đường này — bắt đầu từ một đồng khăn hồng

Tôi không phải người dạy bán hàng học từ sách rô-i đứng lớp.

Lô khăn đầu tiên ra khỏi nhà máy Long An của tôi hồng gầ-n hế-t. Máy mới chưa chạy ổn, sợi xơ, đường dệt lệch. Đêm đó tôi ngồ-i giữa đống khăn ấy, đầu nghĩ đúng cái điề-u bạn có thể đang nghĩ lúc này: *mình có hàng trong tay rô-i, nhưng bán cho ai bên Mỹ?*

Tôi không giấ-u lô hàng đó. Tôi cũng không bỏ cuộc. Tôi đi mời đội chuyên gia từ những nhà máy lớn về sửa máy, làm cùng — cho tới khi sợi vải nằ-m đúng chỗ. Mười tám năm sau, khăn của công ty tôi nằ-m trong các chuỗi resort 5 sao như Sheraton, Caravelle, Melia, và trong hàng nghìn tiệm nail của người Việt khắ-p nước Mỹ.

Tôi kể chuyện này không để khoe. Tôi kể vì con đường đó **có thật** — và phầ-n lớn những gì làm nên nó, bạn làm được ngay từ hôm nay.

Bạn không cần quen ai bên Mỹ. Bạn không cần vốn lớn. Bạn chỉ đang thiê-u một con đường đã có người đi trước.

Dưới đây là con đường đó, gỡ thành 7 bước.

Sự thật đầu tiên: bạn không bán cho cả nước Mỹ

Đây là chỗ gâ ãn như ai cũng hiểu sai — và sai ở đây thì nản cả hành trình.

Nghe “đưa hàng sang Mỹ”, bạn dễ hình dung một thị trường khổng lồ ã với khách Mỹ bản địa, siêu thị, Amazon. Rộng quá. Lạ quá. Bạn thua ngay trong đầ ù trước khi thua ngoài thực tế ã.

Cánh cửa thật dễ hơn nhiề ù: **bạn không bán cho cả nước Mỹ. Bạn bán cho người Việt mình ở Mỹ.**

Đó là một cộng đầ ã đông và gắ ãn kế ãt. Theo Pew Research và U.S. Census, có khoảng **2,3 triệu người Việt** đang số ãng tại Mỹ, đầ ãng nhấ ãt ở California, rô ãi Texas, rô ãi Florida. Trong đó có một nhóm khách kinh doanh rấ ãt đáng nhấ ãm: **chủ tiệm nail người Việt**. Ngành nail ở Mỹ là một ngành nhiề ù tỷ đầ ã — theo SNS và LA Public Press, khoảng một nửa số ã thợ nail trên toàn nước Mỹ là người Việt, riêng California hơn 80% chủ tiệm nail là người Việt.

Họ nói tiế ãng Việt, mua hàng bắ ãng sự tin tưởng, và **giới thiệu cho nhau**. Đây là sân nhà của bạn — không phải sân của Amazon.

Bạn không câ ãn chinh phục nước Mỹ. Bạn chỉ câ ãn đầ ãng một cộng đầ ã người mình tin tưởng.

7 bước tới đơn hàng đầu tiên

Bước 1. Khóa đúng cộng đồng, gọi đúng tên khách

Ngừng nghĩ “thị trường Mỹ”. Bắt đầu nghĩ “cộng đồng người Việt ở Mỹ”, và nêu hàng của bạn hợp, nhắm thẳng **chủ tiệm nail**. Viết ra một câu: *khách của tôi là ai, họ đang thiếu gì mà sản phẩm của tôi lấp được*. Càng cụ thể, càng dễ bán.

Bước 2. Tìm khách ở đâu (3 kênh, đi từng cái một)

Bạn không cần quen ai trước. Bạn cần biết đi đâu để gặp họ:

- **Hội nhóm cộng đồng người Việt** — nhóm vùng miền, nhóm ngành nail, nhóm mua bán. Có mặt, hữu ích trước; chào hàng sau.
- **Quảng cáo nhắm đúng tệp** — lọc đúng người Việt, đúng vùng đông tiệm nail. Không cần ngân sách lớn, cần nhắm đúng.
- **Khách giới thiệu khách** — mạnh nhất, để dành cho Bước 6.

Lời khuyên: **đừng làm cả ba cùng lúc**. Chọn một, làm ra khách đầu tiên, rồi mở rộng.

Bước 3. Tạo niềm tin để người lạ dám mua

Ở thị trường này, **niềm tin bán hàng, không phải giá**. Người Việt ở Mỹ không chọn nơi rẻ nhất — họ chọn nơi tin được. Niềm tin đến từ sự thật bạn dám phơi ra: bạn làm hàng ở đâu, nguồn gốc thế nào, ai chịu trách nhiệm khi hàng có vấn đề. Bạn không cần một nhà máy để áp dụng điều này. Bạn cần dám cho khách thấy bạn là ai.

Bước 4. Chào hàng kiểu nhận đơn nhỏ để làm quen

Đừng ép khách mới ôm cả kiện lớn ngay. Hãy **nhận làm theo yêu cầu, từ số lượng nhỏ**, để họ thử chất lượng thật trước khi cam kết. Một đơn nhỏ hôm nay là một đơn lớn — và một lời giới thiệu — tháng sau. Người ta tin bằng những lần nhỏ, không phải bằng một lần lớn.

Bước 5. Gỡ ba nút vận hành xuyên biên giới

- **Ship**: vận chuyển là rào cản lớn nhất khi bán xa. Giữ chi phí hợp lý, gộp đơn khi được, minh bạch trước. Khách ngại sự bất ngờ, không ngại con số.
- **Thanh toán**: cho khách trả tiền dễ — nhanh, nhiều hình thức.
- **Đơn nhỏ**: ở giai đoạn đầu, bạn không tối ưu lợi nhuận. Bạn tối ưu lòng tin.

Bước 6. Biến một khách thành nguồn khách mới

Đây là kênh mạnh nhất của tôi, và nó **không tốn một đồng quảng cáo**. Trong một cộng đồng gắn kết, một lời giới thiệu đáng giá hơn trăm banner. Cách làm giản dị: phục vụ tử tế thật → đợi sau một đơn xong êm, khi khách đang hài lòng, mới nhẹ nhàng nhờ giới thiệu → đón người được giới thiệu còn tử tế hơn nữa, để vòng quay tự lớn.

Bước 7. Biến những đơn lẻ thành một hệ thống

Làm được 6 bước trên, bạn sẽ có những đơn hàng. Nhưng đơn lẻ thì mệt, và dễ đứt. Bước cuối là **biến nó thành hệ thống**: một cách tìm khách lặp lại được, một cách tạo niềm tin chuẩn hóa, một dòng khách tự lớn nhờ giới thiệu. Đây là chỗ bạn đi từ “may thì có đơn” sang “tháng nào cũng có đơn”.

Checklist: Bạn đã sẵn sàng đưa hàng sang Mỹ chưa?

Tự chấm trung thực. Mỗi ô chưa tích là một việc cần làm tuấn này.

Định vị & khách hàng

- ☐ Tôi đã viết ra MỘT câu: khách của tôi là ai và họ cần gì.
- ☐ Tôi đã chọn khởi đầu từ cộng đồng người Việt ở Mỹ (không phải “cả nước Mỹ”).

Tìm khách

- ☐ Tôi đã chọn **một** kênh để bắt đầu (hội nhóm / quảng cáo).
- ☐ Tôi đã tham gia ít nhất 2–3 hội nhóm đúng tệp và quan sát cách họ mua bán.

Niềm tin

- ☐ Tôi viết được 3 điều khiến khách nên tin tôi hơn người khác.
- ☐ Tôi có cách cho khách thấy nguồn gốc/cách làm hàng của mình.

Chào hàng & vận hành

- ☐ Tôi sẵn sàng nhận đơn nhỏ để khách làm quen.
- ☐ Tôi đã tính trước phương án ship và thanh toán cho khách ở Mỹ.

Giữ chân & nhân rộng

- ☐ Tôi có cách chăm sóc khách sau đơn đầu (không biến mất).
- ☐ Tôi đã soạn sẵn một câu nhờ giới thiệu lịch sự.

Tích được càng ít, bạn càng nên đọc tiếp trang sau.

Bước tiếp theo: từ “có vài đơn” tới “tháng nào cũng có đơn”

Bảy bước trên đủ để bạn **bắt đầu** và có đơn hàng đầu tiên. Nhưng đi từ vài đơn lẻ tới một dòng khách đều đặn, tự lớn — đó là cả một hệ thống, và nó cần được chỉ tận tay.

Đó là lý do tôi mở khóa “**Đưa Hàng Sang Mỹ**” — nơi tôi đưa bạn đi đúng những bước tôi đã đi, cả những bước tôi đã đi sai để bạn khỏi vấp: cách tìm và tiếp cận chủ tiệm bài bản; bộ kịch bản chào hàng và quy trình ship/thanh toán làm sẵn; cách xây dựng chuyên khách-giới-thiệu-khách.

Bạn không phải quyết hôm nay. Cứ xem thử nội dung khóa — rồi tự bạn biết có hợp không.

👉 [Xem khóa “Đưa Hàng Sang Mỹ” tại đây.](#)

Tôi đã đi con đường này một mình. Bạn thì không cần. Tôi sẽ đi cùng bạn.

Lưu ý: Cẩm nang này chia sẻ kinh nghiệm cá nhân, không phải tư vấn pháp lý, tài chính hay đầu tư. Kết quả kinh doanh khác nhau theo ngành hàng, thời điểm và năng lực mỗi người; tài liệu không hứa hẹn bất kỳ mức thu nhập hay kết quả cụ thể nào. Các quy định về xuất nhập khẩu, chứng nhận sản phẩm (FDA), hải quan và thuế thay đổi theo loại hàng và theo thời gian — bạn cần tự kiểm chứng với cơ quan chức năng hoặc chuyên gia có thẩm quyền trước khi gửi hàng.

Về tác giả — Lê Thị Nhung

Đông sáng lập nhà máy dệt khăn tại Long An và Hà Nội, kỹ sư kỹ thuật ngành dệt may với 18 năm trong nghề. Khăn do công ty bà sản xuất đã vào các chuỗi resort 5 sao như Sheraton, Caravelle, Melia, và được bán sỉ vào các chuỗi tiệm nail người Việt khắp nước Mỹ. Bà viết tại **Hàng Việt Sang Mỹ** để chia sẻ những gì đã thật sự làm được khi đưa hàng Việt vào cộng đồng người Việt ở Mỹ — từ trải nghiệm, không phải lý thuyết.