

Online Friday 2023: Đặt mục tiêu 3 triệu đơn hàng, đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng trên môi trường trực tuyến

20:23 16/11/2023

Tác giả: Đang cập nhật

Bộ Công Thương vừa chính thức công bố thời gian diễn ra Tuần lễ Thương mại điện tử quốc gia và Ngày mua sắm trực tuyến Việt Nam - Online Friday 2023.

Theo đó, trên phạm vi toàn quốc, Tuần lễ Thương mại điện tử quốc gia sẽ được Bộ Công Thương tổ chức từ ngày 27/11/2023 đến ngày 03/12/2023 và Chương trình 60 giờ Ngày mua sắm trực tuyến Việt Nam - Online Friday 2023 sẽ bắt đầu diễn ra từ 0 giờ thứ Sáu ngày 01/12/2023 đến 12 giờ ngày 03/12/2023 trên TikTok.



Online Friday 2023 đặt mục tiêu 3 triệu đơn hàng, đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng trên môi trường trực tuyến.

Trong 10 năm qua, Online Friday đã thu hút được sự quan tâm đặc biệt của người tiêu dùng thông qua các chương trình khuyến mại thực chất, các chương trình đồng hành nghiêm túc của các nhãn

hàng, doanh nghiệp, sàn TMĐT lớn và các nền tảng hỗ trợ bán hàng. Ngày mua sắm trực tuyến Online Friday đã trở thành một sự kiện rất quen thuộc của doanh nghiệp và người dân trên cả nước. Chương trình này được người tiêu dùng xem như “mùa mua sắm trực tuyến đặc biệt” trong năm.

Online Friday 2023 đặt mục tiêu tiếp cận khoảng 1 tỷ lượt xem trên các nền tảng của chương trình, 3 triệu đơn hàng được chốt, 10 triệu người tiếp cận với Chương trình, 500 nhãn hàng và 3000 doanh nghiệp tham gia trong 60 giờ Ngày mua sắm trực tuyến Việt Nam - Online Friday 2023, Ban tổ chức Chương trình kỳ vọng chương trình năm nay sẽ là một điểm sáng trong bức tranh chung của lĩnh vực thương mại điện tử, cũng như kinh tế số tại Việt Nam nói chung và điểm nhấn đánh dấu 10 năm chương trình được tổ chức.



Quang cảnh họp báo công bố Tuần lễ Thương mại điện tử quốc gia và Ngày mua sắm trực tuyến Việt Nam - Online Friday 2023.

Đặc biệt, năm nay Ban tổ chức chương trình đã có những kế hoạch hành động thiết thực và kịp thời hướng tới bảo vệ quyền lợi cho người tiêu dùng trên môi trường trực tuyến. Cụ thể, ngay tại sự

kiện cơ quan quản lý và các sàn TMĐT, trung gian thanh toán, ngân hàng... sẽ cam kết chung tay xây dựng thị trường thương mại điện tử bền vững trong Tuần lễ thương mại điện tử quốc gia và Ngày mua sắm trực tuyến Online Friday.

Từ sự chung tay này, các sàn TMĐT, doanh nghiệp sản xuất sẽ có sự cộng hưởng để tạo ra hệ sinh thái bảo vệ người tiêu dùng. Đồng thời cùng nhau triển khai nhiều giải pháp cam kết về chất lượng hàng hóa để mang lại trải nghiệm tốt cho người tiêu dùng và mua sắm. “Một khi tạo được niềm tin cho người người tiêu dùng trên môi trường trực tuyến, doanh nghiệp cũng sẽ có thêm cơ hội đẩy mạnh tiêu thụ trên các nền tảng thương mại điện tử, mở rộng thị trường cũng như được tăng cường quảng bá hình ảnh sản phẩm qua môi trường trực tuyến, ứng dụng các giải pháp số chuyển đổi mô hình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.” Bà Lê Hoàng Oanh, Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Bộ Công Thương chia sẻ.



Bà Lê Hoàng Oanh, Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Bộ Công Thương phát biểu tại sự kiện.

Tuần lễ thương mại điện tử quốc gia năm nay, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số cùng phối hợp Báo Công Thương, các Cục/Vụ chức năng, Sở Công Thương các tỉnh, thành phố, các Hiệp hội ngành

hàng, Văn phòng phẩm Deli, các nhãn hàng, doanh nghiệp, sàn TMĐT lớn và các nền tảng hỗ trợ bán hàng như TikTok Shop, Shopee, Lazada, Tiki, VNPAY, ZaloPay, Viettel Post, VnPost, Access Trade... tổ chức các hoạt động cụ thể như: Hội nghị Phát triển thương mại điện tử Việt Nam; sự kiện trực tuyến 60h mua sắm trên các nền tảng trực tuyến tại Việt Nam; lễ hội trải nghiệm TMĐT và âm nhạc tại phố đi bộ Hồ Gươm, Hà Nội; các hoạt động tuyên truyền, phổ biến, trải nghiệm đối với người tiêu dùng, doanh nghiệp và cơ quan quản lý thông qua Hệ sinh thái số tăng cường bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử...

Nam Hải

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/online-friday-2023-dat-muc-tieu-3-trieu-don-hang-dam-bao-quyen-loi-%C2%A0nguai-tieu-dung-tren-moi-truong-truc-tuyen>