

KHẢO SÁT CÁCH ĐẶT TÊN SẢN PHẨM TRÊN WEBSITE MUA SẮM TRỰC TUYẾN HTTP://WWW.MUACHUNG.VN

AN INVESTIGATION ON NAMING THE PRODUCTIONS AT ONLINE WEBSITE HTTP://MUACHUNG.VN

Nguyễn Ngọc Chinh¹, Phan Thị Quỳnh Trang²

¹Đại học Đà Nẵng; nnchinh@ac.udn.vn;

²HVCH K27 ngành Ngôn ngữ học, Đại học Đà Nẵng; quynhtrang.0611@gmail.com

Tóm tắt - Hiện nay, mua sắm trực tuyến và mua theo nhóm (Groupon) đang ngày một phát triển, thu hút được đông đảo lượng khách hàng truy cập tìm kiếm và mua sắm. Thế nhưng, khi lợi nhuận tăng cao cũng là lúc hàng loạt các website mua sắm trực tuyến ra đời, kèm theo đó là nguy cơ cạnh tranh thị phần, doanh thu và cả lượng khách hàng tiềm năng. Vậy làm thế nào để thu hút khách hàng vào sản phẩm ngay từ cái nhìn đầu tiên? Làm thế nào để lượng khách hàng mua sắm ngày càng nhiều, doanh thu ngày càng cao? Đó vẫn luôn là thách thức lớn đối với các nhà quản lý doanh nghiệp. Nhiều giải pháp đã được đề ra để cải tiến, nâng cao website, hình ảnh, nội dung. Trong đó, đặt tên sản phẩm như thế nào để thu hút khách hàng vào xem là một trong những điều quan trọng hàng đầu với những website mua sắm trực tuyến.

Từ khóa - mua sắm trực tuyến; mua theo nhóm; khách hàng; cạnh tranh thị phần; thu hút.

1. Đặt vấn đề

Theo từ điển mở wikipedia, mua sắm trực tuyến là quá trình mà người tiêu dùng trực tiếp mua hàng hoá, dịch vụ từ một người bán trong thời gian thực, không có một dịch vụ trung gian nào, chỉ qua Internet. Nó đơn giản là một hình thức thương mại điện tử [5]. Còn mô hình nhiều người tiêu dùng cùng mua hàng hóa, dịch vụ trực tuyến tại cùng một thời điểm để hưởng ưu đãi được gọi là mô hình Groupon (Group + Coupon). Theo đó, với hình thức này, nhiều người cùng mua chung một sản phẩm trong một thời gian nhất định sẽ nhận được ưu đãi giảm giá từ 30% tới 90%. Các công ty kinh doanh mô hình Groupon sẽ tìm tới các nhà cung cấp, những người đang muốn gia tăng doanh số hoặc muốn quảng bá thương hiệu của mình để làm nhà cung cấp trung gian, đem đến cho khách hàng lợi nhuận tối ưu. Những sản phẩm này sẽ được đăng trên website, sau khi đủ số người mua nhất định với một món hàng, công ty sẽ cung cấp cho khách hàng đăng ký mua những voucher với mức giá giảm từ 30 - 90% so với giá nhà cung cấp niêm yết.

Với sự kết hợp giữa mô hình mua sắm trực tuyến và Groupon, <http://www.muachung.vn> (muachung.vn) thuộc Công ty Cổ phần Truyền thông Việt Nam VC Corp. hiện đang là một trong những đơn vị kinh doanh bán hàng trực tuyến uy tín, chất lượng và được nhiều khách hàng ủng hộ. Cũng giống như những ngành nghề khác, khi trở thành trào lưu, thu hút đông đảo khách hàng thì cũng là lúc khó khăn ngày một nhiều bởi sự cạnh tranh gay gắt của những website tương tự như nhommua.com, hotdeal.vn, cungmua.com...

Abstract - Currently, online shopping and group buying (Groupon) is evolving and attracting a large number of clients accessing search and shopping. However, when profits are soaring at a range of online shopping sites launched, accompanied by the risk of competitive market share, revenue and potential customer base. So how to attract customers into the product first sight? How do customers purchase more, increasing revenue? It remains the fundamental challenge of leadership. Many solutions have been proposed to improve and enhance the Website, images and contents. In particular, the product name, such as how to attract customers to watch as one of the most important thing with online shopping sites.

Key words - online shopping; group buying; clients; competitive market; attracting.

Từ sự cạnh tranh gay gắt của những website tương tự, nhiều ý tưởng đề xuất để nâng cao chất lượng website đã được đề ra như hình ảnh minh họa ấn tượng, màu sắc nổi bật, phông chữ to... cùng sự cạnh tranh gay gắt về chất lượng sản phẩm, dịch vụ, cạnh tranh nhà cung cấp... Bên cạnh đó là sự kết hợp với những tiện ích khi xem hàng. Đó là những yếu tố giúp cho website muachung.vn có thể thu hút được nhiều khách hàng hơn, đồng thời tạo được dấu ấn riêng của muachung.vn so với những website khác.

Sản phẩm là “cái do lao động của con người tạo ra” [3, tr. 815]. Trong kinh doanh, sản phẩm bán được nhiều là mong muốn của các nhà kinh doanh, vì vậy cách đặt tên các sản phẩm trong website cũng là một trong những yếu tố quan trọng thu hút khách hàng. Đặt tên sao cho thuận tiện, vừa nêu bật được tên gọi của sản phẩm, vừa tạo được sự tò mò của người xem muốn click vào xem hàng kỹ hơn. Vì mỗi ngày muachung.vn có khoảng 30 sản phẩm mới ra mắt và cũng có tầm 10 sản phẩm hết hạn, nên trong phạm vi bài viết này, chúng tôi khảo sát tên gọi của các sản phẩm trên website muachung.vn từ ngày 15 đến ngày 25/3/2014. Bài viết này nêu ra một số cách thức đặt tên gọi hiện có của website muachung.vn và những giải pháp mới trong cách đặt tên sản phẩm để tăng lượt người xem.

2. Tình hình đặt tên gọi trên website

Từ ngày 15 đến ngày 25/3/2014, website muachung.vn có 195 sản phẩm đang được bán ở các mục Ẩm thực – Nhà hàng, Spa – Làm đẹp, Thời trang nữ, Phụ kiện – Mỹ phẩm, Thời trang nam, Gia dụng – Nội thất,

Thực phẩm, Mẹ và bé, Điện tử - Công nghệ, Đào tạo – Giải trí [5]. Trong 195 tên gọi của các sản phẩm có thể chia thành 4 nhóm gồm: Đặt tên theo hình thức của sản phẩm; Đặt tên theo công dụng, chức năng của sản phẩm; Đặt tên theo số lượng sản phẩm; Đặt tên gọi sự tò mò của khách hàng.

2.1. Đặt tên theo hình thức của sản phẩm

Trong 195 sản phẩm, có 67 sản phẩm được đặt tên theo hình thức này, chiếm tỷ lệ 34,3%. Đây là hình thức đặt tên tiêu biểu, được sử dụng nhiều nhất trên website mua chung.vn. Một số sản phẩm được đặt tên theo cách này như: *Váy phối màu cổ ren điệu đà; Váy tay lỡ đỉnh cuờm viền cổ dịu dàng; Váy xoè hoa điệu đà cho bạn gái; Đầm kẻ phối ngang dọc sát nách lạ mắt; Áo in họa tiết bướm 3D cách điệu cho bạn gái; Bộ đồ lingerie Kitty và Baby Milo ngộ nghĩnh; Áo sơ mi voan dịu dàng; Bộ kẻ caro dễ thương; Chân váy công sở bút chì; Quần leggings thun cao cấp; Áo khoác cardigan sọc ngang phối màu; Quần skinny lưng thun; Áo vest nữ; Đầm body thời trang; Áo thun sọc cá tính; Đầm hoa công sở; Áo thun in chữ Heniken sáng khoái ngày hè; Đầm đuôi cá họa tiết giọt nước; Chân váy dài duyên dáng; Đầm xoè; cổ peterpan đỉnh hạt; Áo khoác kiểu cổ cao cho nữ; Đầm đuôi cá phối tay ren; Váy kẻ caro cộc tay; Áo sơ mi chấm bi tay dài...*

Có thể thấy, cách đặt tên theo hình thức của sản phẩm chỉ đơn giản với việc miêu tả sản phẩm được bán, miêu tả kỹ có thể về hình thức, chất liệu hay tên gọi của sản phẩm.

Công thức chung của cách đặt tên này là:

Sản phẩm A + yếu tố 1 + yếu tố 2...

Sau khi miêu tả sản phẩm, người đặt tên có thể đặt kèm theo sau đó là tính chất của sản phẩm. Mỗi tính chất của phẩm được biểu đạt bằng từ đơn (*dài, nữ, ...*) hoặc bằng từ ghép (*duyên dáng, chấm bi, ...*). Từ đơn hoặc từ ghép chúng tôi tạm dùng là yếu tố (element) [1], [2]. Yếu tố đó có thể là *duyên dáng, nữ tính, quyến rũ, xinh đẹp* hoặc *tiện dụng, ngộ nghĩnh, dịu dàng, ...* Điều này giúp phân biệt với các sản phẩm tương tự trong danh mục sản phẩm.

Tuy đơn giản với tên gọi hình thức, nhưng điều quan trọng ở đây là làm sao có thể tìm được nét nổi bật, đặc trưng của sản phẩm để gọi tên. Từ đó mới không bị nhầm lẫn với những sản phẩm khác. Vì là website mua bán trực tuyến nên mua chung.vn có khá nhiều sản phẩm giống nhau về mẫu mã. Việc đặt tên theo hình thức sản phẩm gặp không ít khó khăn. Trong tình huống đó sẽ sử dụng giá của sản phẩm hoặc hình ảnh để phân biệt chúng với nhau.

Từ việc thống kê tên gọi của các sản phẩm theo hạng mục, có thể thấy rằng, đa số các sản phẩm về thời trang được đặt tên theo hình thức này nhiều nhất. Vì sản phẩm thời trang đa dạng về mẫu mã, kiểu dáng, hình thức và chủ yếu đều dùng để mặc, nên cách thức đặt tên theo hình thức sản phẩm là phù hợp hơn so với các cách đặt tên khác.

2.2. Đặt tên theo công dụng, chức năng của sản phẩm

Với 195 sản phẩm, chúng ta có 54 sản phẩm được đặt

tên theo cách này, chiếm tỷ lệ 27,7%. Một số sản phẩm được đặt tên theo cách này gồm: *Đồng hồ nam thời trang; Áo sơ mi nam cao cấp; Quần jean nam thời trang; Đồng hồ Skmei chống thấm nước; Túi vải 3 ngăn tiện dụng; Vong dù dã ngoại; Chuông cửa chống trộm hồng ngoại; Khuôn làm kem; Móc áo treo cửa tiện dụng; Túi treo đa năng 12 ngăn; Ga chống thấm tiện ích; Túi đựng giày thể thao; Tô nhúng bánh tráng 3 ngăn tiện dụng; Bạt phủ xe máy; Chống côn trùng với tinh dầu Lam Hà; Thực phẩm chức năng ngăn tóc bạc; Duyên dáng với đầm ôm dáng pha ren; Bộ đồ mặc nhà cho nữ; Năng động với đầm thể thao sành điệu; Váy chống nắng sọc ngang; Quần bom dài cá tính cho nữ; Xitun và cá tính với áo nữ 2 trong 1; Áo chống nắng 2 lớp; Bộ đồ thể thao ngày hè năng động; Đầm công sở thanh lịch; Thoải mái đón hè với bộ mặc nhà cho bạn gái; Bộ mặc nhà trẻ trung; nữ tính; Quần tập yoga thoải mái; Váy công sở quyến rũ; Đầm mặc nhà phong cách teen; Nữ tính với áo cánh bướm; Quyển rũ với áo dân ngực hình chữ V; Nhanh chóng; tiện lợi với bộ dụng cụ in móng; Máy uốn tóc cầm tay; ...*

Cách đặt tên theo công dụng, chức năng của sản phẩm có 2 cách để đặt theo:

+ Nếu đơn giản công dụng của sản phẩm chính là tên sản phẩm. Ở đây, tên (Sản phẩm A) được đặt chủ yếu là danh từ rồi theo sau đó là động từ/tính từ (yếu tố 1 + yếu tố 2) miêu tả tính chất, công dụng, chức năng của sản phẩm. Ví dụ như: *Túi vải 3 ngăn tiện dụng; Vong dù dã ngoại; Chuông cửa chống trộm hồng ngoại; Khuôn làm kem; Móc áo treo cửa tiện dụng; Túi treo đa năng 12 ngăn; Ga chống thấm tiện ích; Túi đựng giày thể thao; Tô nhúng bánh tráng 3 ngăn tiện dụng; Bạt phủ xe máy, ...*

Công thức chung của cách đặt tên này là:

Sản phẩm A + yếu tố 1 + yếu tố 2 ...

+ Nếu công dụng, chức năng của sản phẩm trước (yếu tố 1 + yếu tố 2) rồi mới đến tên sản phẩm (Sản phẩm A) để nhấn mạnh về công dụng, chức năng của nó. Đứng đầu trong tên gọi thường là tính từ/động từ nêu chức năng, công dụng rồi mới đến danh từ. Ví dụ như: *Nữ tính với áo cánh bướm; Quyển rũ với áo dân ngực hình chữ V; Nhanh chóng; tiện lợi với bộ dụng cụ in móng; Duyên dáng với đầm ôm dáng pha ren; Xi tin và cá tính với áo nữ 2 trong 1; Thoải mái đón hè với bộ mặc nhà cho bạn gái*

Công thức chung của cách đặt tên này là:

Yếu tố 1 + yếu tố 2 + sản phẩm A

Cách đặt tên kiểu này nhằm nhấn mạnh vào công dụng, chức năng của sản phẩm trước để người xem lưu ý đến điều này trước tiên. Bên cạnh đó, đặt tên kiểu này còn tạo ra sự mới lạ, hấp dẫn hơn so với việc miêu tả hình thức sản phẩm. Có thể chỉ là cách đảo thứ tự các từ ngữ mà mục đích của việc đặt tên đã thay đổi đáng kể, từ nhấn mạnh về hình thức chuyển sang nội dung, công dụng.

Mặt khác có thể thấy rằng những sản phẩm đặt tên theo cách này chủ yếu là đồ dùng gia dụng và một số ít quần áo khá đặc trưng, không nhầm lẫn với các sản phẩm khác.

2.3. Đặt tên theo số lượng sản phẩm

Cách đặt tên theo số lượng sản phẩm mà khách hàng có thể nhận được khi mua hàng có 51 sản phẩm được đặt tên theo cách này trong tổng số 195 sản phẩm khảo sát, chiếm tỷ lệ 26,2%. Cách đặt tên này khá dễ dàng nhận biết bởi đi kèm với tên gọi của sản phẩm là con số sản phẩm khách hàng nhận được với cùng một giá tiền. Một số sản phẩm được đặt tên theo cách này gồm: *Combo 5 khẩu trang nam + 5 khẩu trang nữ; Combo 9 dụng cụ làm đẹp tóc; Combo 2 thắt lưng da mềm cho nữ; 2 gói kem tắm cát siêu trắng; Bộ 8 miếng lót giày silicon; Combo 2 dây chuyền 12 cung hoàng đạo; Combo 2 hộp kem dưỡng da mù trôm + cám gạo; Combo 3 quần tất mỏng; Combo 6 lò xo uốn tóc không nhiệt; Combo 2 áo thun nam sọc ngang; Combo 2 áo thun nam cổ tròn; Combo 2 áo thun nam cổ trụ; Combo 2 áo thun cho nam; Combo 1 quần short và 1 quần ngắn thể thao nam; Combo 2 áo thun nam 2 mặt; Combo 2 áo ba lỗ cho nam; Combo 2 tinh dầu nguyên chất; Combo 5 muỗng Inox; tay cầm bọc sứ; Combo 3 túi bảo quản quần áo; Combo 2 túi 6 ngăn; 4 khẩu trang lọc bụi; ngăn khuẩn...*

Công thức chung của cách đặt tên này là:

Combo + số lượng + tên sản phẩm

Trong đó, *combo* – xuất phát từ combination, nghĩa là sự kết hợp [4]. Theo nghĩa đó thì khi dùng từ Combination phải hiểu đó là sự kết hợp của ít nhất hai yếu tố trở lên, Cho nên, trong kinh doanh *Combo* có nghĩa là mua sắm theo trọn một gói, theo cách định nghĩa đơn giản của những người mua sắm. Một mặt hàng có thể có nhiều thứ trong một gói hoặc là một sản phẩm, nhưng số lượng của nó là hai, ba hoặc bốn sản phẩm như nhau. Nếu muốn mua, khách hàng phải mua trọn bộ, chứ không thể chỉ mua một nửa với giá đã giảm đó. *Combo* là chỉ số lượng ≥ 2 . Với cách đặt tên này, ngay từ đầu, nhà cung cấp đã chỉ rõ ra cho khách hàng biết những điều kiện cần có khi mua sản phẩm. Đó là phải mua trọn bộ hoặc có thể cùng chung mua với những khách hàng khác để được hưởng giá ưu đãi. Đây là một xu hướng mua sắm khá tiện ích, vừa tiết kiệm tiền cho người mua, vừa là một hình thức marketing khá tốt cho người bán.

Ngoài việc sử dụng từ *combo* đứng trước tên của sản phẩm thì còn có thể lược bỏ từ này, chỉ dùng số từ và tên của sản phẩm. Ví dụ như: *2 gói kem tắm cát siêu trắng; Bộ 8 miếng lót giày silicon; 4 khẩu trang lọc bụi; ngăn khuẩn; 4 túi giặt bằng lưới tiện dụng; 2 hộp thuốc bổ Honaramin Ginseng; Túi 15 cuốn từ điển tiếng Anh bằng hình cho bé; Bộ 10 cuốn truyện cổ tích kinh điển 3D cho bé;...*

Cách đặt tên theo số lượng sản phẩm được sử dụng đều ở tất cả các lĩnh vực, từ thời trang nam nữ cho đến đồ gia dụng – nội thất. Điều này sẽ hấp dẫn khách hàng bằng con số, bằng số lượng sản phẩm khách hàng nhận được với giá ưu đãi cao.

2.4. Đặt tên gọi sự tò mò của khách hàng

Cách đặt tên gọi lên sự tò mò của khách hàng chiếm tỷ lệ khá thấp trong những sản phẩm được khảo sát. Chỉ có 23/195 sản phẩm được đặt tên như vậy, tỷ lệ 11,8%. Một số sản phẩm được đặt tên theo cách này như: *Set ẩm thực Việt cho 3-4 người tại NH White Dove; Gói dịch vụ tư*

giãn tuyệt vời tại Asean resort; Áo khoác thô và gấu; Áo đôi “Minh yêu nhau đi”; Đầm color sắc hè quyến rũ; Áo khoác mũ lông tai gấu; Vợ nữ tattoo hoa văn cá tính; Túi xách kiểu dáng Philip cao cấp; Túi xách thời trang cao cấp; Túi xách nữ hoàng; Túi xách Chocolate ngọt ngào; cá tính; Nón bảo hiểm kiểu dáng thời trang; Bộ drap kiểu dáng Thái Lan; Siêu phẩm thứ 6 mới nhất của Dan Brown; Siêu phẩm thứ 5 mới nhất của Dan Brown tại Việt Nam; Giúp bạn rèn luyện bản lĩnh để sống thành công; Khúc tráng ca của những thiếu niên anh hùng; Giúp bé học tiếng Anh dễ dàng; Xem phim bom tấn cực đỉnh tại CGV Cinema; Nghìn lẻ một đêm – Kiệt tác văn học xứ Ba Tư; Món quà tình yêu cho hạnh phúc vợ chồng; Để triết để chinh phục “Người ấy”; Dạy cách tình lập lá số tử vi.

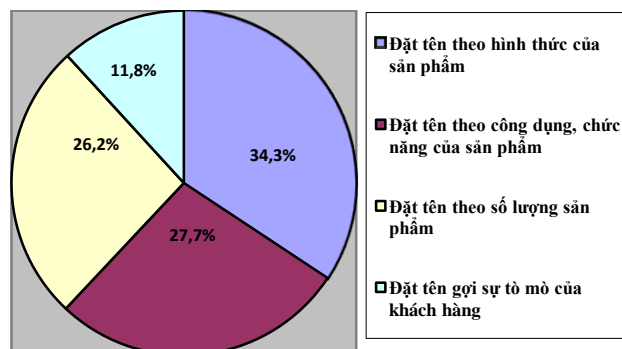
Cách đặt tên này không đi thẳng trực tiếp vào giới thiệu sản phẩm, mà dùng những câu chữ, từ ngữ gợi sự tò mò của người xem. Nếu muốn biết kỹ hơn về sản phẩm, vui lòng click vào chi tiết, lúc đó thông tin của sản phẩm mới hiện ra cho khách hàng xem xét. Cách đặt tên gợi sự tò mò của khách hàng chủ yếu được sử dụng ở mảng sách truyện giải trí như *Siêu phẩm thứ 6 mới nhất của Dan Brown, Giúp bé học tiếng Anh dễ dàng, Xem phim bom tấn cực đỉnh tại CGV Cinema, Để triết để chinh phục “Người ấy”,...* Ngoài ra một số loại quần áo độc đáo về kiểu dáng, hình thức cũng được đặt tên theo cách này để thu hút sự tò mò của khách hàng như: *Áo đôi “Minh yêu nhau đi”; Đầm color sắc hè quyến rũ; Áo khoác mũ lông tai gấu; Vợ nữ tattoo hoa văn cá tính;...*

Cách này thường không cố định với một công thức chung sẵn có mà thường biến đổi linh hoạt, phong phú tùy từng sản phẩm.

3. Giải pháp và hướng đi

Tuy số lượng sản phẩm được khảo sát trong 10 ngày không nhiều, nhưng cũng đủ để chúng ta hình dung được cách đặt tên các sản phẩm trên website muachung.vn. Với những cách đặt tên này, ban đầu đã cung cấp đầy đủ thông tin cho khách hàng về những sản phẩm mà website đang có, đồng thời thu hút sự chú ý của người xem vào những mặt hàng này.

Với 4 cách thức đặt tên theo hình thức sản phẩm, theo công dụng, chức năng, theo số lượng và gọi sự tò mò của người xem thì trong đó cách thức đặt tên theo hình thức sản phẩm chiếm tỷ lệ nhiều nhất, tiếp theo là theo công dụng, chức năng, số lượng và cuối cùng là cách gọi lên sự tò mò.



Hình 1. Tỷ lệ sản phẩm được đặt tên theo các cách

Sau đây chúng tôi xin đề xuất một số cách đặt tên gọi cho sản phẩm có thể phát huy được hiệu quả:

- Dựa vào tính chất của từng sản phẩm mà lựa chọn cách đặt tên phù hợp nhất. Nếu các sản phẩm giống nhau về công dụng thì cần đặt tên theo hình thức của sản phẩm. Nếu các sản phẩm đồ dùng gia đình thì cần đặt tên theo công dụng, chức năng. Còn sản phẩm bán theo số lượng yêu cầu, ta sẽ chọn cách thứ 3 dựa theo số lượng sản phẩm bán. Sản phẩm độc đáo, mới lạ thì có thể gọi lên sự tò mò của khách hàng.

- Có thể kết hợp nhiều cách lại với nhau để tạo ra tên gọi phù hợp, dễ đọc, dễ nhớ cho khách hàng. Hiện nay, trong các tên gọi của sản phẩm có nhiều tên đã kết hợp nhiều cách với nhau. Chỉ khác là điều gì đứng ở phía trước là điều được nhấn mạnh trước hết.

Ví dụ: *Duyên dáng với đầm ôm dáng pha ren*. Ở đây không chỉ có công dụng, chức năng của sản phẩm được nêu ra mà còn có cả hình thức của sản phẩm. Tuy nhiên, *Duyên dáng* đứng trước đã tạo sự thu hút về mặt công dụng, chức năng cho khách hàng. Nếu bạn muốn lựa chọn một chiếc đầm nữ tính, duyên dáng thì hãy mua sản phẩm này... Lúc này, hình thức của sản phẩm chỉ minh họa thêm cho sản phẩm này.

- Cần có sự thống nhất trong cách đặt tên sản phẩm theo tên nước ngoài. Có một số sản phẩm đặt theo tên sản phẩm nước ngoài hoặc đơn vị cung cấp nhưng vừa khó đọc, lại khiến khách hàng không nhớ được sản phẩm. Vì vậy không nên lạm dụng tên nước ngoài để đặt tên cho sản phẩm.

Ví dụ như *Túi xách kiểu dáng Philip cao cấp, Đồng*

hồ Skmei chống thấm nước, Đầm ren theo style Jobelar...

- Các từ viết tắt cần được thống nhất, tránh tình trạng hiểu sai hoặc không dịch được nghĩa của những từ này.

4. Kết luận

Hiện nay, các website kinh doanh theo hình thức trực tuyến + Groupon đang ngày một nở rộ, tạo ra thách thức không nhỏ cho các đơn vị kinh doanh. Website muachung.vn cũng phải trải qua những thách thức này để vươn lên giành thị phần trong khối thương mại điện tử. Vì vậy, những thay đổi đáng kể trong cách thức thể hiện, hình ảnh, nội dung cho đến chất lượng sản phẩm, dịch vụ đã góp phần lớn trong việc thu hút khách hàng. Cách đặt tên gọi cho sản phẩm sao cho vừa lọt tai được tính chất đặc trưng của sản phẩm, vừa dễ nhớ, ấn tượng với người xem là một trong những cách thức dễ dàng để thu hút khách hàng. Cũng giống như nhà báo đặt title cho một bài báo sao cho vừa hấp dẫn, cuốn hút vừa gọi lên sự tò mò của người đọc, cách đặt tên các sản phẩm trên website muachung.vn cũng cần có những yếu tố, tính chất, đặc trưng riêng để tạo dấu ấn trong lòng khách hàng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Diệp Quang Ban (2005), *Ngữ pháp tiếng Việt*, Nxb Giáo dục, HN.
- [2] Nguyễn Thiện Giáp (2007), *Dẫn luận Ngôn ngữ học*, Nxb Giáo dục, HN.
- [3] Từ điển tiếng Việt, Chủ biên: Hoàng Phê, Nhà xuất bản Đà Nẵng – Trung tâm Từ điển học, 1997.
- [4] <http://www.definitions.net/definition/combo>
- [5] <http://vi.wikipedia.org>
- [6] <http://muachung.vn>

(BBT nhận bài: 15/04/2015, phản biện xong: 25/04/2015)