

PHẦN NỘI DUNG

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ DIGITAL MARKETING

1.1. Nguyên nhân ra đời và phát triển

1.1.1. Sự ra đời của Marketing

Theo trích dẫn từ những khái niệm về quá trình hình thành và phát triển của marketing trong tài liệu của Đại học quốc dân: Cùng với sự tiến bộ của sản xuất kinh tế cùng những hoạt động thương mại dịch vụ, nghệ thuật xử sự trong kinh doanh càng được công nhận và sử dụng rộng. Marketing chính là nghệ thuật trong marketing thương mại.

Marketing là một từ tiếng Anh được công nhận và ứng dụng tương đối phổ biến trên toàn thế giới. Thuật ngữ marketing được áp dụng lần đầu từ vào khoảng năm 1902 trong giảng đường trường đại học Michigan tại Hoa Kỳ.

Marketing được đưa đến Nhật và Tây Âu đầu những năm 50. Đến cuối những năm 60, marketing được sử dụng cho Balan, Hungary, Rumani, Nam Tư Còn đối với Việt Nam thì bắt đầu khoảng năm 1955, 1956 được Hoa Kỳ đem sang dùng cho miền Nam Việt Nam. Mãi đến năm 1979-1980, marketing mới được tiến hành phổ biến trên phạm vi toàn nước.

Sự phát triển của marketing bước đầu đã giúp giải quyết mâu thuẫn ngày càng gay gắt giữa sản xuất và lưu thông hàng hóa, chủ yếu là do những khó khăn phát sinh trong quá trình sản xuất hàng hóa.

1.1.2. Sự phát triển của Marketing

Các hoạt động của Marketing được phân thành hai giai đoạn:

- Tiếp thị cổ điển (trước năm 1945): đề cập đến tất cả các hoạt động của một công ty hoặc thương hiệu nhằm tiêu thụ hàng hóa hoặc dịch vụ đã có sẵn hoặc được sản xuất vì lợi nhuận.
- Tiếp thị hiện đại (sau 1945 → hiện tại): đề cập đến tất cả các hoạt động, tính toán và suy nghĩ của công ty trước khi sản phẩm được sản xuất và tiêu

thụ (như thăm dò thị trường và khách hàng, khảo sát, v.v.) và hoạt động sản xuất. và tiêu dùng đến các dịch vụ tư vấn, hỗ trợ và dịch vụ khách hàng.

1.2. Tổng quan về Marketing Online

1.2.1. Khái niệm về Marketing Online

Hiện nay có rất nhiều khái niệm khác nhau về Marketing Online cùng tồn tại với nhau như sau:

Theo Philip Kotler người được mệnh danh là cha đẻ của ngành Marketing hiện đại: “Quá trình lập kế hoạch về sản phẩm, giá, phân phối và xúc tiến đối với sản phẩm, dịch vụ và ý tưởng để đáp ứng nhu cầu của tổ chức và cá nhân dựa trên các phương tiện điện tử và internet.”

Theo Joel Reedy, Shauna Schullo, Kenneth Zimmerman, 2000: “Marketing Online bao gồm tất cả các hoạt động để thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của khách hàng thông qua Internet và các phương tiện điện tử.”

Theo Ghosh Shikhar và Toby Bloomberg (Hiệp hội Marketing Hoa Kỳ AMA): “Marketing Online là lĩnh vực tiến hành hoạt động kinh doanh gắn liền với dòng vận chuyển sản phẩm từ người sản xuất đến người tiêu dùng, dựa trên cơ sở ứng dụng công nghệ thông tin Internet.”

Theo một số nguồn khái niệm khác: “Marketing online là việc ứng dụng công nghệ mạng máy tính, các phương tiện điện tử vào việc nghiên cứu thị trường, hỗ trợ phát triển sản phẩm, phát triển các chiến lược và chiến thuật marketing như quảng cáo trên mạng, quảng cáo trên công đồng mạng... nhằm mục đích xúc tiến việc bán hàng, quảng bá thương hiệu, hình ảnh, sản phẩm hàng hóa và dịch vụ của công ty đến với khách hàng.”

1.2.2. Mô hình Marketing Online

Trong Marketing Online có nhiều hình thức mô hình khác nhau và cơ hội kinh doanh online cũng khác nhau và có mặt ngày một nhiều. Doanh nghiệp cần xác định cơ hội tốt nhất, điểm mạnh, điểm hạn chế, cơ hội,... để có thể lựa chọn được mô hình thích hợp với hướng kinh doanh của công ty giữa các doanh nghiệp đang tranh nhau về mặt thị phần, vị trí trên thị trường như hiện nay.

Marketing Online trong bán hàng trực tiếp: đây là mô hình dùng Internet nhằm bán trực tiếp sản phẩm hoặc dịch vụ của doanh nghiệp. Không chỉ những doanh nghiệp sản xuất phần mềm, nhạc số, máy tính và thiết bị mạng mới bán và cung cấp sản phẩm hàng hoá và dịch vụ trên mạng, những doanh nghiệp trong nhiều ngành khác ví dụ như bất động sản, thời trang, ô tô, xe máy,... cũng đã và đang đạt được nhiều thành công, tạo dựng thương hiệu tốt khi ứng dụng mô hình này. Đặc trưng của mô hình trên là, việc giao nhận hàng với phần lớn những sản phẩm, dịch vụ đều phải tiến hành theo cách thủ công, vì hệ thống mua sắm online tại Việt Nam không đủ lớn.

Marketing Online để thực hiện các dịch vụ trước khi bán hàng: Với việc áp dụng mô hình này, các công ty sử dụng trang web của mình để cung cấp các dịch vụ trước khi bán hàng. Cách dễ nhất là cung cấp phiên bản trực tuyến của tài liệu tiếp thị của công ty bạn trên trang web của bạn. Ngoài ra, doanh nghiệp có thể quảng cáo trực tuyến trên website của mình hoặc trên các website có mật độ thông điệp quảng cáo cao để quảng bá sản phẩm cũng như các chiến dịch như email để gửi thông điệp quảng cáo đến khách hàng.

Tiếp thị trực tuyến đảm bảo dịch vụ sau bán hàng: Doanh nghiệp cũng có thể sử dụng các công cụ hỗ trợ khách hàng tự động trên website của mình để giảm bớt khối lượng công việc cho đội ngũ chăm sóc khách hàng qua điện thoại. Công việc này được thể hiện bằng cách cung cấp các câu trả lời được hỏi thường xuyên nhất hoặc đăng các biểu mẫu trực tuyến để thu thập đánh giá của khách hàng.

Marketing Online ở Việt Nam dần trở thành chọn lựa của các doanh nghiệp nhưng bên cạnh đó doanh nghiệp nên cân nhắc và cần có thêm nhiều sự tư vấn chiến lược tiếp thị sao cho hợp lý bởi hình thức này vẫn còn chưa thực sự nhận được sự quan tâm từ mọi người cũng như sự biết đến các hình thức tiếp thị truyền thống..

1.2.3.Lợi ích của Marketing Online

Rút ngắn khoảng cách: Vị trí địa lý không còn là một vấn đề quan trọng. Internet đã rút ngắn khoảng cách, các đối tác có thể gặp nhau qua không gian máy tính mà không cần biết đối tác ở gần hay ở xa. Điều này cho phép nhiều người mua và bán bỏ qua những khâu trung gian truyền thống.

Tiếp thị toàn cầu: Internet là một phương tiện hữu hiệu để các nhà hoạt động marketing tiếp cận với các thị trường khách hàng trên toàn thế giới. Điều mà các phương tiện marketing thông thường khác hầu như không thể.

Giảm thời gian: Thời gian không còn là một yếu tố quan trọng. Những người làm marketing trực tuyến có thể truy cập lấy thông tin cũng như giao dịch với khách hàng 24/7.

Giảm chi phí: Chi phí sẽ không còn là gánh nặng. Như đã đề cập ở trên thì chi phí bỏ ra để thực hiện marketing sẽ tiết kiệm hơn rất nhiều nhưng tiềm năng hiệu quả lợi nhuận sản phẩm mang lại thì vô cùng lớn.

Gia tăng khả năng tiếp cận đa dạng các đối tượng khách hàng: Internet giúp bạn triển khai, vận hành hoạt động kinh doanh mọi lúc mọi nơi, từ nội địa đến quốc tế không gặp lo ngại việc phải mở cửa đúng giờ hoặc theo dõi sát sao nhân viên. Nói cách khác, phương thức kinh doanh trực tuyến hỗ trợ đắc lực doanh nghiệp cung cấp/phân phối trực tiếp đến tay người tiêu dùng nhanh chóng và thuận tiện nhất. Khách hàng dễ dàng tham khảo các danh mục sản phẩm, đọc nhanh mô tả chi tiết về sản phẩm và trao đổi những vấn đề với nhân viên chăm sóc khách hàng trong tích tắc ngay khi cần sự hỗ trợ. Bên cạnh đó, họ có thể chọn lựa hình thức thanh toán phù hợp nhất với mình. Trên hết, nếu họ hài lòng với dịch vụ của bạn, họ sẽ giới thiệu website đến nhiều khách hàng hơn nữa. Đây quả là phương thức quảng bá doanh nghiệp hiệu quả và không tốn quá nhiều chi phí.

1.2.4. Những ưu điểm và hạn chế của Marketing Online (E-marketing)

Những ưu điểm:

Một trong những lợi thế lớn của E-marketing là sự sẵn sàng của lượng lớn thông tin. Người tiêu dùng có thể truy cập thông tin sản phẩm và thực hiện giao dịch, mua bán mọi lúc mọi nơi. Doanh nghiệp sử dụng e-marketing có thể giúp doanh nghiệp tiếp cận với thị trường rộng lớn cũng như phát triển ra toàn cầu.

Hướng tới lợi ích lâu dài cho doanh nghiệp bằng chiến lược đúng đắn và xác định rõ ràng mục tiêu marketing trực tuyến.

Các nhiệm vụ và chương trình tiếp thị trực tuyến thống nhất là một phần của kế hoạch tiếp thị trực tuyến tổng thể có lộ trình tối thiểu từ 1 năm.

Sử dụng sức mạnh của CNTT kết hợp với các kịch bản và ý tưởng tiếp thị thông minh để truyền bá thương hiệu, sản phẩm và dịch vụ của công ty bạn một cách rộng rãi và sâu sắc trên Internet.

Các khách hàng sẽ nhận được thông tin trực tuyến nhanh chóng, điều này sẽ rút ngắn thời gian xử lý thông tin và khuyến mãi, đồng thời có cơ hội phục vụ khách hàng ngay lập tức.

Mặt hạn chế:

Về phương diện kỹ thuật, E-marketing đòi hỏi khách hàng phải sử dụng các kỹ thuật mới và không phải tất cả mọi đối tượng khách hàng có thể sử dụng chúng. DN nên có một hạ tầng CNTT của riêng mình và nên có cho mình một team am hiểu về E-marketing. Đường truyền tốc độ chậm cũng là một tác nhân gây khó khăn.

Ngoài ra, nếu công ty xây dựng Website lớn và phức tạp để quảng bá sản phẩm, nhiều khách hàng sẽ gặp khó khăn khi sử dụng Website cũng như tải thông tin về với đường truyền chậm hay vào các thiết bị di động.

Về phương diện bán hàng, khách hàng không thể chạm, nếm, dùng thử hay cảm nhận sản phẩm trước khi mua trực tuyến. E-marketing cũng chính là một phần của Marketing, vì lẽ đó nên chỉ có thể giải quyết các vấn đề của Marketing.

Để cho các chiến dịch Marketing của doanh nghiệp đạt được hiệu quả cao thì cần có sự kết hợp của các hình thức của E-Marketing và Marketing thông thường.

1.2.5.Các hình thức của Marketing Online

a/Email Marketing (Marketing bằng thư điện tử)

Khái niệm:

Tiếp thị qua email là dạng hình thức các nhà tiếp thị sử dụng thư điện tử, sách điện tử hoặc danh mục điện tử để gửi cho khách hàng email tổng quan về sản phẩm.

Ngoài ra, email marketing còn được sử dụng với mục đích gửi tin nhắn duy trì mối quan hệ và chăm sóc khách hàng với những ưu đãi ưu đãi, ngoài ra còn giúp quảng bá sản phẩm dịch vụ mới, tìm kiếm khách hàng tiềm năng, thúc đẩy doanh số và doanh thu từ cơ sở dữ liệu....

Có ba hình thức khác nhau của tiếp thị qua email:

- Một là: liên quan đến email được công ty gửi tới người dùng với mục tiêu là có thể quảng cáo truyền thông về sản phẩm dịch vụ, kích thích khả năng nhu cầu mua hàng.
- Hai là: email từ phía khách hàng đến công ty. Khách hàng mong muốn nhận được những gợi ý và câu trả lời toàn diện nhất nhằm thỏa mãn nhu cầu của mình.
- Ba là: liên quan đến điện tử tiêu dùng. Thư từ điện tử giữa người tiêu dùng với người tiêu dùng được sử dụng để giúp các công ty tiếp thị.

Những điều tốt của Email Marketing mang lại:

Một là: Sử dụng email cho mục đích tiếp thị có thể tiết kiệm rất nhiều thời gian khi gửi email. Sử dụng email để gửi thư, đặc biệt nếu bạn gửi số lượng lớn đến nhiều địa chỉ khác nhau, sẽ tiết kiệm được rất nhiều thời gian và chi phí bưu chính cũng thấp hơn rất nhiều. Email cho phép chúng ta gửi nhiều tin nhắn đến nhiều địa chỉ cùng một lúc. Đây là một tính năng email rất mạnh mẽ. Với chức năng này, nếu bạn muốn gửi một lá thư có cùng nội dung cho nhiều người cùng lúc, bạn phải viết thư và thêm địa chỉ của những người mà bạn muốn gửi...và sau đó nhấp vào "Send".

Hai là: Chi phí tiếp thị qua email rất thấp nhưng lợi nhuận mà nó mang lại lại rất lớn. Lợi nhuận bạn có thể dễ dàng nhận thấy nhất chính là những chi phí bạn tiết kiệm được dù chúng không hề nhỏ.

Ba là: Tiếp thị qua email có thể tạo đơn hàng ngay sau khi gửi thư bán hàng. Khách hàng có thể sẽ đặt hàng ngay lập tức và không chút do dự. Bạn có thể nhắc nhở họ qua email...cho đến khi họ chịu mua sản phẩm của bạn.

Marketing qua email cho phép doanh nghiệp giao tiếp với tất cả khách hàng hàng ngày hoặc hàng tuần với chi phí chỉ bằng 1% hoặc một phần nghìn số tiền họ sẽ trả một cách khôn ngoan. Bằng cách này, tiếp thị qua email sẽ củng cố mối quan hệ giữa công ty và khách hàng và giành được thiện cảm và sự tin tưởng của họ.

Những lợi ích thiết thực mà email marketing mang lại thực sự là một công cụ đắc lực cho doanh nghiệp. Nhưng việc hoàn thiện hình thức này là một vấn đề lớn đòi hỏi mỗi công ty phải có đủ kỹ năng cũng như một số kiến thức chuyên môn về hình thức này.

b/SMS Marketing

Khái niệm:

SMS Marketing là kênh tiếp thị trên thiết bị di động, nghĩa là doanh nghiệp sử dụng SMS làm kênh để truyền tải các thông điệp tiếp thị/thông tin/bán hàng/giới thiệu sản phẩm (marketing) tới khách hàng thông qua các biểu mẫu ở chế độ tương tác trên thiết bị di động hoặc mạng di động.

Những lợi ích của SMS Marketing mang lại:

Theo kết quả nghiên cứu của Nguyễn Trọng Thơ:

Tỷ lệ xem tin nhắn cao: So với tiếp thị qua email, tin nhắn SMS có tỷ lệ đọc rất cao. Về cơ bản rằng, hầu hết các tin nhắn SMS đều được mở và đọc (khoảng 98% và trung bình trong vòng khoảng 5 giây kể từ khi nhận được chúng). So với Email Marketing, tỷ lệ mở chỉ 20% và thời gian mở trung bình là 48 giờ.

Rất đáng tin: Không giống như email, SMS không cần phải chống lại các bộ lọc thư rác hoặc thư rác khác. Dù bằng cách nào đi chăng nữa, SMS cung cấp kết nối trực tiếp tốt hơn với khách hàng của bạn hơn bất kỳ chiến dịch tiếp thị nào khác và không có cản trở nào.

Có thể gửi ngay: Tin nhắn SMS được gửi với tốc độ nhanh chóng, đưa tin đến điện thoại di động của khách hàng chỉ trong vài giây sau khi nhấn gửi. Độ trễ trung bình của mạng di động ước tính khoảng dưới 7 giây giữa lúc gửi và nhận. Các chiến

dịch tiếp thị khác cũng rất linh hoạt nhưng không thể so sánh với tính linh hoạt của tiếp thị qua SMS.

Làm việc linh hoạt: chỉ gửi một vài tin nhắn đến nhóm mục tiêu cụ thể của bạn hoặc gửi hàng nghìn tin nhắn cho tất cả khách hàng trong danh sách của bạn. Các dịch vụ tiếp thị qua tin nhắn văn bản tuyệt vời giúp việc tùy chỉnh chiến dịch tin nhắn của bạn theo nhu cầu của khách hàng trở nên dễ dàng và linh hoạt hơn. Tạo tin nhắn quảng cáo hoặc cập nhật công ty. SMS thực sự là một nền tảng để trả lời nhanh chóng mọi câu hỏi kinh doanh của bạn. Ngoài ra, nhiều dịch vụ SMS có thể dễ dàng tích hợp vào các chiến dịch tiếp thị trực tuyến khác của bạn.

Sự thân thiện: Bản chất thân thiện! Dù rằng các phương thức tiếp thị đều lịch sự và trang nhã với khách hàng nhưng quan trọng nhất là tin nhắn SMS khiến khách hàng cảm thấy sự thân thiện, giống như họ đang trò chuyện chứ không phải như đang được chiêu dụ marketing. Sự thân thiện không chỉ tốt cho môi trường mà còn tốt cho thái độ của khách hàng đối với doanh nghiệp của bạn.

c/Blog Marketing

Khái niệm:

Blog marketing là một chiến lược tiếp thị trực tuyến mà các doanh nghiệp sử dụng blog của mình như là một công cụ để tạo nội dung chất lượng, tương tác và tạo quan hệ với đối tượng mục tiêu. Blog marketing giúp doanh nghiệp tạo ra nội dung hữu ích, thu hút và giữ chân khách hàng, tăng tương tác và tạo sự tin tưởng trong cộng đồng trực tuyến.

Các doanh nghiệp thường sử dụng blog marketing để chia sẻ thông tin về sản phẩm, dịch vụ, xu hướng, ý tưởng, hoặc các vấn đề liên quan đến hoạt động kinh doanh của mình. Bài viết trên blog thường được viết dưới dạng thông tin hữu ích, hướng dẫn, tin tức, bài viết xu hướng hoặc bài viết tư vấn để giúp khách hàng hiểu rõ hơn về sản phẩm hoặc giải quyết các vấn đề mà họ đang gặp phải.

Những ưu điểm và hạn chế của Blog Marketing:

Những ưu điểm:

- **Tạo thương hiệu:** Viết các bài blog chất lượng và liên quan đến hoạt động kinh doanh của bạn giúp xây dựng và tăng cường thương hiệu của bạn. Bằng cách chia sẻ tri thức, kinh nghiệm và thông tin hữu ích, bạn có thể tạo dựng một hình ảnh chuyên gia và đáng tin cậy trong ngành của mình.
- **Tăng khả năng tìm kiếm:** Viết bài blog tốt có thể giúp nâng cao thứ hạng công cụ tìm kiếm của bạn. Bằng cách tối ưu hóa từ khóa, liên kết nội bộ, và cung cấp nội dung chất lượng, blog marketing có thể giúp tăng lưu lượng truy cập từ công cụ tìm kiếm.
- **Xây dựng tương tác với khách hàng:** Bằng cách đăng bài và giao tiếp với khách hàng qua các bình luận và phản hồi, blog marketing tạo điều kiện xây dựng một tương tác trực tiếp và cá nhân với khách hàng của bạn. Điều này giúp tăng cường lòng trung thành và tạo độ tin cậy với khách hàng.
- **Gây quỹ:** Blog marketing có thể giúp tạo ra thu nhập bằng cách sử dụng quảng cáo, thông qua việc bán sản phẩm hoặc dịch vụ, hoặc thông qua việc tạo ra nội dung tài trợ. Bằng việc xây dựng một lượng truy cập ổn định và một độc giả đích, bạn có thể tận dụng blog marketing để kiếm tiền.
- **Xây dựng mối quan hệ với người khác trong ngành:** Việc chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm và nghiên cứu thông qua blog marketing giúp bạn xây dựng mối quan hệ với những người khác trong ngành của mình. Điều này có thể dẫn đến cơ hội hợp tác, đối tác kinh doanh và định hình thương hiệu cá nhân.
- **Marketing chi phí hiệu quả:** Blog marketing thường được xem là một phương tiện truyền thông chi phí hiệu quả so với các hình thức truyền thông khác như quảng cáo truyền thống. Việc viết blog và chia sẻ thông tin có thể làm tăng lượng khách hàng tiềm năng và tăng doanh số bán hàng.

Mặt hạn chế:

- **Cần thời gian để xây dựng một blog:** Việc xây dựng và duy trì một blog chất lượng và hiệu quả yêu cầu thời gian và công sức đáng kể. Bạn cần phải nghiên cứu, viết nội dung, tối ưu hóa và quảng bá blog của mình để thu hút và duy trì lượng người đọc.

- **Cạnh tranh cao:** Do blog là một phương tiện truyền thông phổ biến, nên cạnh tranh trong việc thu hút người đọc và tạo ra nội dung chất lượng là rất khốc liệt. Điều này đòi hỏi bạn phải cải thiện và tạo ra nội dung độc đáo và giá trị hơn các blog cùng lĩnh vực khác.
- **Thời gian kết quả:** Kết quả từ việc marketing blog có thể mất thời gian để thấy rõ ràng. Đôi khi, nó cần phải tiếp xúc với người đọc hàng ngày và xây dựng một cộng đồng trung thành trước khi tạo ra kết quả kinh doanh như tăng lưu lượng truy cập, tăng doanh số bán hàng,...
- **Khả năng tạo nội dung chất lượng:** Một hạn chế khác của blog marketing là khả năng tạo ra nội dung chất lượng. Không phải ai cũng có kỹ năng viết tốt và không phải người nào cũng có kiến thức sâu về lĩnh vực mình định viết. Điều này có thể làm cho blog trở nên nhạt nhẽo và không hấp dẫn cho người đọc.
- **Không đảm bảo kết quả:** Mặc dù blog marketing có thể tạo ra hiệu quả kinh doanh, nhưng không có đảm bảo rằng tất cả những nỗ lực và sự đầu tư của bạn sẽ thành công. Việc thu hút lượng người đọc và chuyển đổi thành khách hàng thực sự là một quá trình phức tạp và phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau như lĩnh vực kinh doanh, đối tượng khách hàng, cạnh tranh, v.v.

d/Website

Website chính là một công cụ rất quan trọng. Là một website chuyên được thiết kế và phát triển để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, xây dựng thương hiệu và tạo ra doanh thu cho doanh nghiệp một cách tốt nhất.

Website trong marketing cung cấp một giao diện trực tuyến để doanh nghiệp giới thiệu thông tin về sản phẩm, dịch vụ và giá trị của mình đến khách hàng người tiêu dùng. Nó cho phép khách hàng tìm kiếm thông tin và mua hàng trực tuyến, tạo ra sự tương tác và tạo niềm tin cho khách hàng.

Website cũng có vai trò quan trọng trong xây dựng thương hiệu. Một trang web được thiết kế đẹp và chuyên nghiệp mang lại ấn tượng tốt đến khách hàng, thể hiện sự chuyên môn và uy tín của doanh nghiệp. Ngoài ra, website cũng cung cấp một

cơ hội để truyền đạt những thông điệp marketing tổng thể của doanh nghiệp, như thông qua nội dung phân phối, blog, video hay hình ảnh.

Thông qua website, doanh nghiệp có thể thu thập thông tin về khách hàng thông qua các công cụ như biểu mẫu liên hệ hoặc các hệ thống quản lý khách hàng (CRM). Điều này cho phép doanh nghiệp hiểu rõ hơn về nhu cầu và sở thích của khách hàng, tạo ra những chiến dịch marketing hiệu quả hơn và tăng cường mối quan hệ khách hàng.

Cuối cùng, website cũng giúp doanh nghiệp tạo ra doanh thu. Một trang web được tối ưu hoá cho công cụ tìm kiếm (SEO) và các chiến dịch quảng cáo trực tuyến (SEM) có thể thu hút lượng lớn khách hàng tiềm năng. Khi khách hàng truy cập vào trang web, họ có thể thực hiện các giao dịch mua hàng trực tuyến hoặc được hướng dẫn đến các kênh bán hàng khác như cửa hàng vật lý hoặc điện thoại.

Những lợi ích khác của website trong Marketing Online:

- **Tăng khả năng tiếp cận:** Một website cho phép doanh nghiệp tiếp cận với một lượng lớn người dùng trên toàn thế giới, giúp mở rộng đối tượng khách hàng tiềm năng.
- **Xây dựng thương hiệu:** Website là một công cụ quan trọng trong việc xây dựng và khẳng định thương hiệu cho doanh nghiệp. Nó cho phép bạn thể hiện giá trị, sự chuyên nghiệp và sự tin cậy của mình đến khách hàng.
- **Giới thiệu sản phẩm/dịch vụ:** Một website giúp bạn giới thiệu đầy đủ thông tin về sản phẩm/dịch vụ của mình với người dùng, từ đó tạo ra sự quan tâm và khích lệ họ tiến tới việc mua hàng hoặc sử dụng dịch vụ của bạn.
- **Tăng cường tương tác khách hàng:** Website cung cấp một cách tiếp cận trực tiếp với khách hàng thông qua các biểu mẫu liên hệ, hộp thư điện tử hoặc chat trực tuyến. Điều này giúp tăng khả năng tương tác và tạo lòng tin cho khách hàng.
- **Tiết kiệm chi phí:** So với việc quảng cáo truyền thống như quảng cáo trên giấy, trên truyền hình hoặc qua kênh truyền thông ngày xưa, quảng cáo trực tuyến thông qua website có chi phí rẻ hơn và khả năng hiệu quả tốt hơn.

- Đo lường hiệu quả: Website cho phép bạn dễ dàng đo lường hiệu quả của chiến dịch marketing online của mình thông qua các công cụ phân tích và theo dõi. Bạn có thể xem số lượt truy cập, thời gian truy cập, tương tác của người dùng và nhiều thông tin hữu ích khác.
- Mở cửa 24/7: Một website hoạt động liên tục trong 24 giờ/ngày và 7 ngày/tuần, giúp bạn tiếp cận với khách hàng mọi lúc mọi nơi.

e/Search Engine Marketing

Cũng là một công cụ quan trọng trong tiếp thị trực tuyến. Khi bạn tham khảo công cụ tìm kiếm và nhập keyword muốn tìm kiếm, ngay tức thì sẽ hiển thị list các địa chỉ website phù hợp với keyword bạn đang muốn tìm kiếm.

Công cụ tìm kiếm liên quan đến việc sử dụng các công cụ để đưa thông tin doanh nghiệp lên đầu công cụ tìm kiếm. Hiện nay ở nước ta các công cụ tìm kiếm được mọi người sử dụng phổ biến là Google, Yahoo, Bing. Để đưa thông tin website lên hàng đầu, chúng tôi sử dụng hai phương pháp chính:

SEO: là quá trình tối ưu hóa trang web để cải thiện vị trí của nó trên các kết quả tìm kiếm tự nhiên của các công cụ tìm kiếm như Google, Bing và Yahoo. Mục tiêu chính của SEO là tăng cường lưu lượng truy cập sẽ trở nên tiềm năng, chất lượng và không trực tiếp có chi phí. Trong marketing online, SEO là một phần quan trọng để xây dựng thương hiệu, tạo ra lợi nhuận và thu hút đối tượng khách hàng mục tiêu. Điều này có lợi ích lớn đối với doanh nghiệp vì khi một trang web được xếp hạng cao trên kết quả tìm kiếm, nó sẽ đạt được sự tin tưởng và sự chú ý từ người dùng. Các yếu tố quan trọng trong SEO bao gồm tối ưu hóa nội dung, xây dựng liên kết chất lượng, tối ưu hóa cấu trúc trang web, tối ưu hóa từ khoá, tạo ra nội dung có giá trị và tối ưu hóa trình duyệt. Điều này bao gồm việc tạo ra các từ khoá phù hợp và liên quan với ngành hoạt động, tối ưu hóa các siêu dữ liệu và thẻ tiêu đề, và cải thiện trải nghiệm người dùng trên trang web.

SEM (Search Engine Marketing) SEM (Search Engine Marketing) trong kinh doanh trực tuyến là một chiến lược tiếp thị nơi mà các nhà quảng cáo sử dụng các công cụ tìm kiếm trực tuyến, như Google, Bing, Yahoo, để hiển thị quảng cáo của

họ trong kết quả tìm kiếm. Mục tiêu của SEM là tăng hiệu suất của một trang web trong các công cụ tìm kiếm và thu hút khách hàng tiềm năng.

SEM bao gồm hai thành phần chính: quảng cáo trên mạng tìm kiếm (SEA - Search Engine Advertising) và tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO - Search Engine Optimization):

- SEA là quá trình tạo ra các quảng cáo trả tiền trực tuyến để hiển thị trong kết quả tìm kiếm. Người dùng thường sẽ thấy các quảng cáo này được đánh dấu hoặc xuất hiện ở vị trí đầu tiên và cuối cùng của trang kết quả tìm kiếm. Nhà quảng cáo sẽ thanh toán một khoản tiền nhất định cho mỗi lượt nhấp vào quảng cáo.
- SEO là quá trình tối ưu hóa nội dung và cấu trúc trang web để cải thiện xếp hạng của nó trong kết quả tìm kiếm tự nhiên. Các yếu tố quan trọng của SEO bao gồm từ khóa, liên kết, cấu trúc trang web và trải nghiệm người dùng. Mục tiêu của SEO là làm cho trang web của bạn xuất hiện ở vị trí cao trong kết quả tìm kiếm tự nhiên, mà không cần thanh toán cho mỗi lượt nhấp vào quảng cáo.

SEM có nhiều lợi ích trong lĩnh vực marketing online. Đầu tiên, nó giúp tăng cường khả năng tiếp cận và hiển thị thương hiệu của bạn trước một lượng lớn người dùng trực tuyến. Thứ hai, nó cho phép nhà quảng cáo tiếp cận trực tiếp với khách hàng tiềm năng tìm kiếm sản phẩm hoặc dịch vụ của họ. Thứ ba, SEM cung cấp khả năng đo lường và theo dõi hiệu quả quảng cáo, giúp nhà quảng cáo tối ưu hóa chiến dịch tiếp thị của họ

f/Social Media Marketing (Marketing trên trang mạng xã hội)

Khái niệm:

Social Media Marketing là một thể loại giao tiếp trực tuyến, nơi mọi người có thể thảo luận, tham gia, chia sẻ, giao tiếp... Tiếp thị truyền thông xã hội được thống nhất bởi thực tế là họ có hệ thống thảo luận, nhận xét, phản hồi và bỏ phiếu. Với SMM, chúng ta có nhiều cách để liên lạc với nhau cùng một lúc.

SMM cũng có thể giúp xây dựng các liên kết hỗ trợ tối ưu hóa công cụ tìm kiếm. Nhiều người cũng tìm kiếm trên mạng xã hội và nhận được nội dung họ muốn từ mạng xã hội. Nếu bạn sử dụng tài nguyên của một mạng xã hội, bạn sẽ có được góc nhìn vững chắc cho website của mình từ nguồn giới thiệu này. Và đó là một cách quảng bá thương hiệu, sản phẩm rất hiệu quả.

Các hình thức của Social Media Marketing

Social News: Digg, Sphinn, Newsvine: đọc tin, vote, hoặc comment. Social Sharing: Flickr, Snapfish, Youtube: tạo, chia sẻ hình ảnh, video

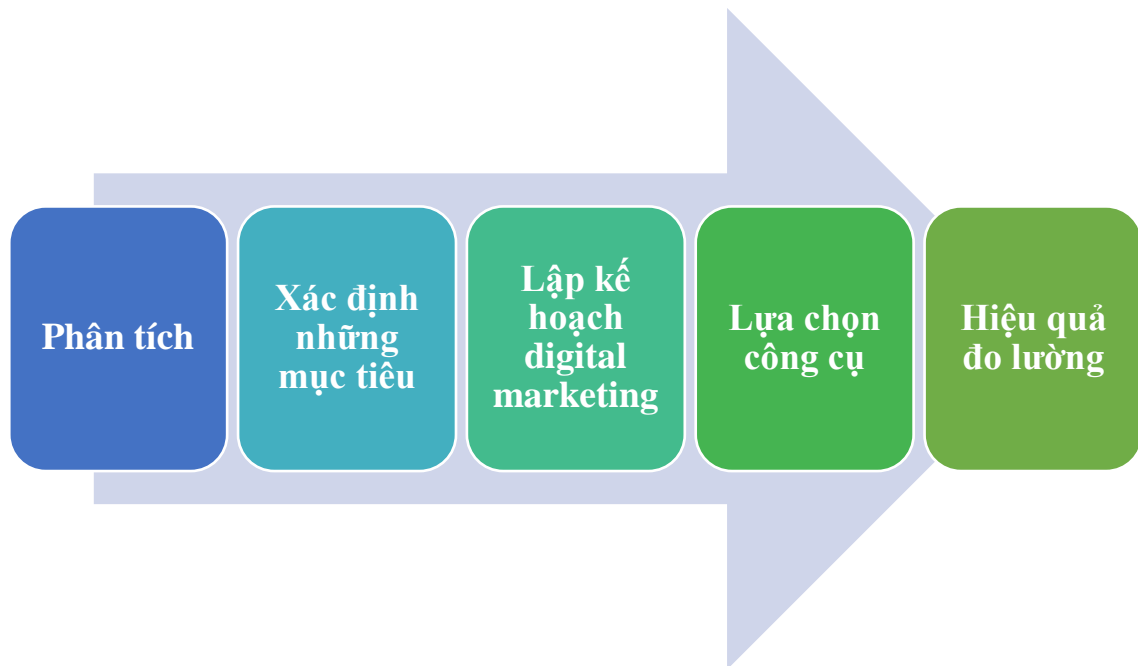
Social Network: Facebook, LinkedIn, Myspace, và Twitter: kết nối và chia sẻ.

Social Bookmarking: Delicious, Fave StumbleUpon...: chia sẻ hoặc bookmark các site quan tâm.

Các lợi ích từ Social Media Marketing mang lại:

- 67% khách hàng tin vào lời khuyên, và các phản hồi về sản phẩm/dịch vụ của DN thông qua các feedback, comment, vote bài viết.
- 45% người dùng Internet thường xuyên tạo các content online (viết blog, video, comment, slide,...)
- Hơn 1,2 tỉ bài viết mỗi ngày từ các trang mạng xã hội kể cả blog.

1.2.6. Các bước tiến hành digital marketing



Sơ đồ 1.1: Sơ đồ các giai đoạn tiến hành thực hiện Digital Marketing

(Nguồn: glint.com)

Giai đoạn 1: Phân tích

Analytics là một trong những yếu tố quyết định sự thành công của kế hoạch tiếp thị kỹ thuật số. Cần phân tích rõ ràng thị trường và phân khúc khách hàng của công ty? Bạn phải xác định chính xác khách hàng của mình là ai? Phân tích hành vi cụ thể của họ. Và cũng nên xem xét các đối thủ cạnh tranh với doanh nghiệp mình.

Giai đoạn 2: Xác định những mục tiêu

Khi tham gia tiếp thị kỹ thuật số, doanh nghiệp phải xác định rõ ràng mục tiêu của mình. Mục tiêu càng rõ ràng và chính xác thì càng giúp công ty có định hướng rõ ràng cho kế hoạch của mình. Ngoài ra, các mục tiêu cụ thể giúp các nhà tiếp thị doanh nghiệp và công ty dễ dàng đo lường và phân tích tính hiệu quả của các kế hoạch tiếp thị kỹ thuật số.

Những mục tiêu:

- Tạo mức độ nhận diện thương hiệu của công ty trên internet

- Thu thập thông tin của những khách hàng và mạng lưới khách hàng thân thiết
- Xây dựng mạng lưới khách hàng thân thiết và tiềm năng
- Doanh thu dự kiến từ internet

Bước 3: Lập kế hoạch digital marketing

Sau khi làm rõ và xác định mục tiêu rõ ràng, bước tiếp theo của nhà cung cấp dịch vụ là lập kế hoạch tiếp thị kỹ thuật số. Kế hoạch càng chi tiết thì việc thực hiện càng dễ dàng và hiệu quả. Các tiêu chí phải được xác định rõ ràng trong kế hoạch:

- Người nhận tin nhắn và thông báo
- Kinh phí thực hiện hoạt động
- Thời gian của chiến dịch
- Kết quả mong đợi sau chiến dịch.
- Những rủi ro nó gây ra

Bước 4: Lựa chọn công cụ

Tùy theo từng mục tiêu khác nhau mà công ty phải sử dụng các công cụ để đạt hiệu quả cao.

Các công cụ như:

- Search engine optimization
- GA
- SMM
- EM
- MM

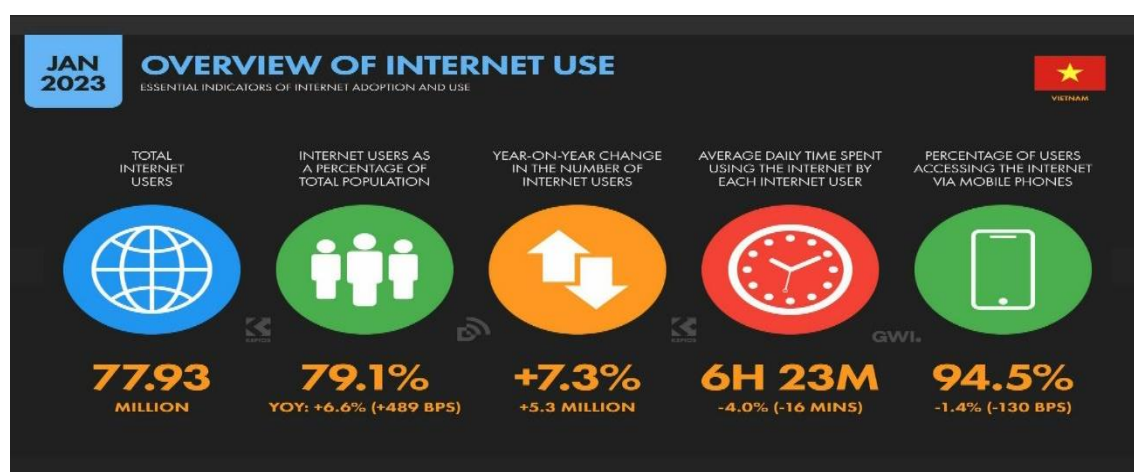
Bước 5: Hiệu quả đo lường

Một trong những lợi thế của tiếp thị kỹ thuật số so với tiếp thị truyền thống là khả năng đo lường rất chính xác dựa trên số liệu thống kê nhất định. Đồng thời, bạn có thể dễ dàng sửa đổi kế hoạch tiếp thị kỹ thuật số của mình để tối ưu hóa hiệu quả của kế hoạch tiếp thị kỹ thuật số của mình.

1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động digital marketing của các doanh nghiệp kinh doanh của công ty cổ phần thế giới di động

Tình hình hoạt động digital marketing của các doanh nghiệp tại Việt Nam

Việt Nam được đánh giá là quốc gia có tốc độ sử dụng Internet tăng trưởng nhanh chóng. Với sự phát triển của ngành công nghiệp số toàn cầu hiện nay, Việt Nam cũng có những đóng góp rất lớn, dù so với các nước khác thì Việt Nam vẫn là một nước đang phát triển. Vì vậy, Việt Nam được đánh giá là khu vực có tiềm năng đầu tư. Theo thống kê của tạp chí We Are Social, dân số Việt Nam sẽ đạt 100 triệu người vào năm 2022 và tỷ lệ dân thành thị là 38,77%. Trong cùng năm đó, 64 triệu người đã tiếp cận được người dùng Internet, tương ứng với 78% dân số cả nước. Đầu năm 2023 sẽ có 77 triệu người dùng mạng xã hội trên thiết bị di động, năm 2022 là 8 triệu người. Khi công nghệ tiến bộ, điện thoại tầm trung và giá rẻ dường như giúp nhiều người sở hữu điện thoại thông minh và sử dụng Internet nhiều hơn. Đơn giản. Dân số 100 triệu người, số thuê bao điện thoại đăng ký là 101,12 triệu người. Điều này cho thấy hầu hết người Việt Nam đều có điện thoại thông minh và nhiều người sử dụng 2-3 chiếc điện thoại cùng lúc để kiếm sống.



Hình 1.1: Tổng quát việc sử dụng digital ở Việt Nam

(Nguồn: Vnetwork JSC)

Hiện nay, website được người Việt ưa chuộng nhất vẫn là Google, công cụ phổ biến nhất thế giới và Việt Nam cũng không ngoại lệ. Có thể thấy, nền tảng Google cung cấp nhiều công cụ thiết thực cho các nhà tiếp thị, các hoạt động SEO, quảng cáo... đều có thể thực hiện dễ dàng trên trang này. Google cũng biết cách tối ưu

hóa người dùng nhiều nhất có thể để giữ chân họ. Facebook đang xâm chiếm mọi khía cạnh của đời sống người Việt. Trong danh sách các trang web phổ biến nhất của Sameweb, Facebook là trang web phổ biến thứ hai về số lượng khách truy cập và thời gian dành cho mỗi lượt truy cập, đồng thời là trang web đầu tiên về số lượt xem trang mỗi lượt truy cập. Một số công ty (chủ yếu là các công ty vừa và nhỏ) tiếp thị sản phẩm của mình thông qua trang web riêng của họ. Ngoài ra, thương mại điện tử C2C tại Việt Nam chủ yếu diễn ra trên Facebook.

Most popular applications* (by usage)

All							
No.1		Facebook	96%	No.6		Shopee	53%
No.2		Messenger	94%	No.7		Momo	38%
No.3		Zalo	93%	No.8		Gmail	35%
No.4		YouTube	77%	No.9		Instagram	34%
No.5		TikTok	69%	No.10		Grab	30%

Hình 1.2: Những website phổ biến tại Việt Nam

(Nguồn: thitruongtaichinh.vn)

Trong thời đại công nghệ phát triển nhanh chóng ngày nay, tiếp thị kỹ thuật số tiếp tục phát triển. Luôn đón đầu xu hướng và hiểu rõ những biến động cũng như xu hướng trong tiếp thị kỹ thuật số là những yếu tố then chốt giúp ích cho các doanh nghiệp và doanh nhân. Các nhà tiếp thị đạt được thành công với thương hiệu và cách marketing của họ. Dễ dàng nói đến những trend marketing mà các công ty đang ứng dụng:

Di động thông minh:

Điện thoại thông minh vẫn là thiết bị kết nối Internet phổ biến nhất. Trong những năm gần đây, website và mạng xã hội đã trở thành kênh tiếp thị trực tuyến quan trọng. Đến năm 2023, dự kiến sẽ liên tục phát triển hơn nữa trong các năm tới.

Hiện tại, việc sử dụng các thiết bị cố định để kết nối truy cập Internet đang dần trở nên lạc hậu và bị thay thế bởi điện thoại thông minh. Nguyên nhân dẫn đến xu hướng này là do khách hàng thích sự nhỏ gọn và tiện ích, có thể dễ dàng kết nối của di động thông minh hơn so với việc dùng laptop, tablet cỡ lớn vì nặng.

Việc thiết kế giao diện website cần quan tâm nhiều hơn đến khách hàng. Khách hàng gặp khó khăn khi truy cập trang web bất kỳ với tốc độ truy cập chậm và lag hơn khi truy cập trên máy tính. Kích thước màn hình hiển thị bé cũng có thể gây nhiều sự khó chịu cho người dùng khi điều hướng qua quá nhiều thông tin và hình ảnh động. Với những marketer làm cho công ty, việc thiết kế một website tối ưu cho nền tảng di động vừa đẹp, vừa có giao diện dễ sử dụng và đẹp mà vẫn giữ được đầy đủ thông tin muốn truyền tải có thể là một thách thức.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1 trình bày cơ sở lý luận của khái niệm marketing trực tuyến; mô hình hoạt động tiếp thị trực tuyến; Ưu, nhược điểm của hoạt động marketing trực tuyến; và lợi ích của hoạt động tiếp thị trực tuyến. Hãy cũng nhìn lại xu hướng phát triển Internet tại Việt Nam trong những năm gần đây.

Bản chất của tiếp thị trực tuyến vẫn giống như tiếp thị truyền thống, đó là đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Tuy nhiên, trong thời đại công nghệ thông tin số phát triển như hiện nay, nhu cầu và số lượng người tiêu dùng khác với người tiêu dùng bình thường, cách tiếp cận thông tin của họ sẽ khác, đánh giá của họ cũng sẽ khác với người tiêu dùng bình thường. nguồn thông tin và cách họ hành động khi mua hàng. “Tất cả người mua hiện tại và tiềm năng” là định nghĩa của “không gian thị trường”. Nhưng nhờ có Internet, số lượng người mua hiện tại và tiềm năng ngày càng tăng. Điều này là do tính chất toàn cầu của Internet, cho phép thông tin về sản phẩm và dịch vụ đến được với mọi người và tổ chức trên khắp thế giới. Cũng có thể thực hiện các giao dịch qua Internet, từ đó giúp mở rộng phạm vi khách hàng hiện tại và tiềm năng.

Marketing Online được thực hiện thông qua các hình thức như: Email Marketing (Email Marketing), SMS Marketing (Text Message Marketing), Blog Marketing (Blog cá nhân), Social Media Marketing (Tiếp thị trên các trang mạng xã hội).), Website, Search Engine Marketing (Search Engine Marketing).

Chương 1 cung cấp cơ sở để tìm hiểu và phân tích thực trạng hoạt động tiếp thị trực tuyến tại Công ty Cổ phần Thế Giới Di Động.

CHƯƠNG 2: ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG DIGITAL MARKETING CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN THẾ GIỚI DI ĐỘNG

2.1. Giới thiệu về Công ty Cổ phần Thế giới di động

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển

Lịch sử hình thành

Tên công ty: **Công ty Cổ phần thế Giới Di Động**

Địa chỉ: 35 Vườn Lài, Khu Phố 4, Quận 12, Thành phố Hồ Chí Minh.

Trụ sở chính: Trụ sở chính của công ty nằm ở Tòa nhà MWG – Lô T2 – 1.2, Đường D1, Khu Công Nghệ Cao, Phường Tân Phú, Quận 9, TP. Hồ Chí Minh

Ngày thành lập: 3/2004

Mã số thuế: 0303217354

Điện thoại: (08) 38.102.102 hoặc 1800.1060

Website: www.Thegioididong.com

Email: cskh@Thegioididong.com



Hình 2.1: Logo công ty

(Nguồn ảnh: Thegioididong.com)

Công ty được thành lập vào tháng 3/2004. Hoạt động trên lĩnh vực kinh doanh chính của công ty gồm: mua bán, sửa chữa các thiết bị liên quan đến điện thoại di động, các lĩnh vực liên quan đến kỹ thuật số và thương mại điện tử.

Với kinh nghiệm tham gia thị trường di động từ đầu những năm 1990, cũng như nghiên cứu kỹ lưỡng về quy trình mua hàng của khách hàng Việt, Thế Giới Di Động đã xây dựng được một phương thức kinh doanh chưa từng có tại Việt Nam. Công ty đã xây dựng phong cách tư vấn bán hàng đặc biệt thông qua đội ngũ chuyên nghiệp và website www.Thegioididong.com, hướng dẫn viên điện thoại di động hàng đầu Việt Nam.

Quá trình phát triển của công ty:

Tháng 3/2004: Quyết định khởi nghiệp

Tháng 6/2004: Công ty ra mắt website: www.Thegioididong.com và 3 cửa hàng nhỏ tại Hoàng Văn Thụ, Lê Lai, CMT8 (TP.HCM)

Tháng 10/2004: Ban giám đốc công ty quyết định mở siêu thị đầu tiên tại 89A, Nguyễn Đình Chiểu (TP.HCM), với tên ban đầu là Thế Giới Di Động.

Tháng 1/2005: Khánh thành siêu thị thứ 2 tại 330 Cộng Hòa (TP.HCM)

Tháng 1/2006: Siêu thị thứ ba được khai trương tại 26 Phan Đăng Lưu và 2 tháng sau, thêm một siêu thị nữa tại Nguyễn Thị Minh Khai.

2007-2009: Thời kỳ thế giới di động phát triển tại TP.HCM, Đà Nẵng và Hà Nội

Cuối năm 2009: Có tổng cộng 38 siêu thị

2010-2011: Đánh dấu một giai đoạn phát triển vượt bậc với sự ra đời liên tiếp của siêu thị www.Thegioididong.com. Phát triển hệ thống siêu thị trên toàn quốc.

Cuối năm 2010: Số lượng siêu thị tăng gấp đôi so với năm 2009

Cuối năm 2011: Tăng gấp 3 lần so với năm 2010

Đến nay, Thế Giới Di Động có hơn 220 siêu thị phủ khắp 63 tỉnh, thành trên cả nước.

Triết lý khi kinh doanh:

Thegioididong nỗ lực đạt được mục tiêu phát triển bền vững và trở thành thương hiệu cung cấp các sản phẩm kỹ thuật số công nghệ cao hàng đầu tại Việt Nam mang tầm quốc tế. Bằng việc dựa vào nội lực của mình và mở rộng hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước, Thế giới di động sẽ mang đến những sản phẩm, dịch vụ tốt nhất cho khách hàng, từ đó mang lại lợi ích cho cổ đông, nhà đầu tư.

Thế Giới Di Động đã xây dựng được đội ngũ cộng tác viên giàu kiến thức, có trình độ công nghệ cao, có tinh thần đoàn kết - đồng thuận, năng động - sáng tạo trong phản ánh và hành động. Đồng thời, Thế Giới Di Động xây dựng văn hóa doanh nghiệp với những đặc trưng riêng, làm nền tảng vận hành bộ máy công ty đến đỉnh cao vinh quang. Thế Giới Di Động phát triển theo phương châm:

Thế giới di động không chỉ bán sản phẩm mà còn “bán sự hài lòng”. Chất lượng dịch vụ luôn được cải tiến để phục vụ tốt nhất cho “Sếp” của chúng tôi tới tất cả mọi người, tức là “KHÁCH HÀNG”.

Làm mọi cách có thể để cải thiện chất lượng cuộc sống của toàn thể nhân viên và quản lý công ty: thu nhập cao và ổn định, giao tiếp nội bộ “quý tộc”, bảo trợ xã hội, nghệ thuật, thể thao, lịch trình du lịch, giải trí khác, v.v.

Giá cả hàng hóa luôn hợp lý và được cập nhật chính xác, nhanh chóng để phục vụ khách hàng tốt hơn.

Luôn lắng nghe, phân tích và học hỏi từ thị trường trong và ngoài nước. Đừng bao giờ hài lòng với những thành công hiện có.

Luôn nhìn lại bản thân để phát triển (đạo đức và kiến thức chuyên môn). Mỗi nhân viên là một thương hiệu cá nhân.

Mỗi nhân viên là một đại sứ thiện chí của Thế Giới Di Động đối với thế giới bên ngoài.

Thế Giới Di Động xác định những yếu tố then chốt tạo nên sự thành công trong kinh doanh:

Nguồn nhân lực: là yếu tố tạo ra mọi nguồn lực của công ty. Công ty Thế Giới Di Động chú trọng thu hút nhân tài, đào tạo kỹ năng chuyên môn, công nghệ và đãi ngộ thỏa đáng nhằm xây dựng lực lượng hùng mạnh phát triển doanh nghiệp bền vững.

Chất lượng Sản phẩm, Dịch vụ: Thế Giới Di Động nhận thức rằng lòng trung thành của khách hàng sẽ đưa Thế Giới Di Động đến thành công và chỉ có chất lượng sản phẩm, dịch vụ mới là phương tiện quyết định để đạt được thành công. Duy trì lòng trung thành của khách hàng.

Hợp tác: Mở rộng hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước để nhanh chóng đưa ra những sản phẩm, dịch vụ công nghệ mới nhất theo yêu cầu cụ thể của khách hàng..

Các thành tích đã đạt được

Thegioididong.com đã vinh dự khi luôn nhận được nhiều giải thưởng do người tiêu dùng và các đối tác bình chọn trong nhiều năm qua. Các giải thưởng tiêu biểu:

- Top 500 nhà bán lẻ hàng đầu Châu Á - Thái Bình Dương 2010
- Top 5 nhà bán phát triển nhanh nhất Châu Á - Thái Bình Dương 2010
- Top 500 Fast VietNam 2010 (Thegioididong.com nằm trong top 4)
- Nhà bán lẻ được tín nhiệm nhất 4 năm liên tiếp 2007, 2008, 2009, 2010 (Vietnam Mobile Awards)
- Nhà bán lẻ điện thoại di động có đa dạng mặt hàng nhất
- Nhà bán lẻ ĐTDĐ chăm sóc và hỗ trợ khách hàng tốt nhất
- Giải thưởng thương hiệu nổi tiếng tại Việt Nam năm 2008 theo nhận biết của người tiêu dùng do Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam cấp
- Giải thưởng nhà bán lẻ của năm do báo PCWord Việt Nam tổ chức
- Các bằng khen, chứng nhận của các cơ quan chính quyền trao tặng

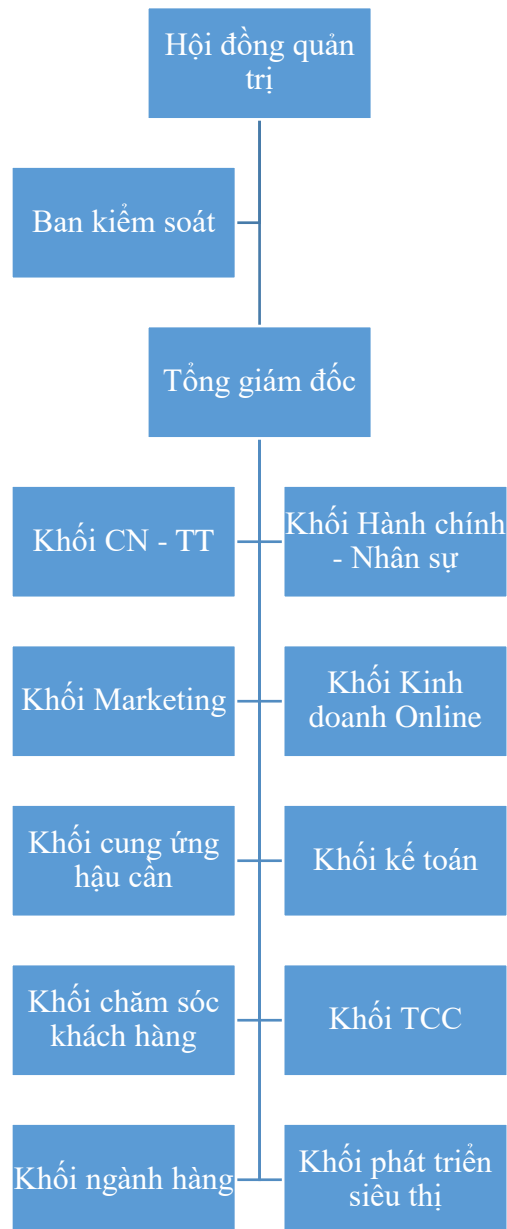
2.1.2.Cơ cấu tổ chức. chức năng các phòng ban

a/Cơ cấu tổ chức

Cơ cấu tổ chức của công ty được chia thành nhiều cấp do tổng giám đốc quản lý toàn diện. Công ty được chia thành nhiều bộ phận, bao gồm công nghệ thông tin, tiếp thị và nhân sự. Người đứng đầu mỗi bộ phận là giám đốc, tiếp theo là trưởng bộ phận và nhân viên bên dưới trưởng bộ phận, bao gồm miền Bắc, miền Trung, miền Đông và Các văn phòng phía Tây...Các hoạt động đều được ban kiểm soát theo dõi chặt chẽ.

Các khối trong công ty:

- Khối công nghệ thông tin
- Khối hành chính, nhân sự
- Khối marketing- Khối kinh doanh online
- Khối cung ứng hậu cần
- Khối kế toán
- Khối chăm sóc khách hàng
- Khối TCC
- Khối phát triển siêu thị
- Khối ngành hàng



Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức Công ty Cổ Phần đầu tư Thế Giới Di Động

(Nguồn: Phòng nhân sự Công ty Cổ phần đầu tư Thế Giới Di Động)

b/Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban

Ban Giám đốc:

BGD chịu trách nhiệm hoạch định chiến lược và mục tiêu phát triển của công ty trong cả ngắn hạn và dài hạn.

Quản lý và điều hành công ty theo định hướng phát triển đã hoạch định.

Hội đồng quản trị có trách nhiệm cao nhất của tổ chức, là người điều hành công việc hàng ngày của toàn công ty và là người đại diện cho công ty trước pháp luật.

Tổ chức thực hiện các quyết định, quyết định của HĐQT đưa ra.

Khối Công Nghệ Thông Tin:

Sử dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của công ty.

Quản lý, duy trì và vận hành toàn bộ hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin của công ty và hỗ trợ kỹ thuật cho các đơn vị khác trong công ty trong việc sử dụng và sử dụng công nghệ thông tin một cách hiệu quả.

Tạo hệ thống quản lý dựa trên công nghệ thông tin, tạo hệ thống baocaonoibo.com hoặc phần mềm ERP - Một trong những hệ thống quản lý hàng đầu chỉ một số công ty lớn sử dụng

Tạo các trang web phục vụ việc bán hàng hoặc trao đổi thông tin của công ty.

Khối hành chính – Nhân sự:

Mục đích hoạt động của khối HC-NS là hỗ trợ các bộ phận thu hút, phát triển, động viên và giữ chân nhân viên.

Khơi nguồn tài năng của nhân viên và giúp họ đạt được kết quả tuyệt vời trong công việc.

Khối HC-NS bao gồm phòng hành chính và phòng nhân sự:

Bộ phận hành chính có trách nhiệm thực hiện các công việc văn phòng, quản lý tài sản, công văn, chứng từ, hóa đơn mua văn phòng phẩm theo nhu cầu của nhân viên.

Bộ phận nhân sự có nhiệm vụ lập kế hoạch nhân sự, theo dõi, tổng hợp nhu cầu và đánh giá định kỳ tình hình nhân sự trong công ty; Thực hiện việc tuyển dụng nhân viên mới, thiết lập các tiêu chuẩn công việc để thực hiện lương, thưởng và hệ thống phúc lợi cho nhân viên. Tổ chức đào tạo, giáo dục thường xuyên các kỹ năng cần thiết cho nhân viên cũ và đào tạo chuyên môn cho nhân viên mới. Xây dựng

văn hóa công ty, giải quyết những khó khăn gặp phải trong quá trình làm việc và nhu cầu của nhân viên.

Khởi marketing:

Quảng bá và mở rộng hình ảnh thương hiệu của công ty ra bên ngoài.

Thực hiện các chương trình chính sách từ BGD đề ra, tổ chức các hoạt động nhằm giúp khách hàng biết đến sản phẩm của công ty như tổ chức các sự kiện khuyến mãi, quảng cáo...

Khởi Kinh doanh Online:

Lập kế hoạch, chiến lược và triển khai các hoạt động kinh doanh, bao gồm bán hàng trực tiếp tại siêu thị và bán hàng trực tuyến thông qua hệ thống website của công ty.

Khởi Cung ứng hậu cần:

Chịu trách nhiệm về hàng tồn kho cũng như việc vận chuyển và phân phối hàng hóa đến các địa điểm mong muốn.

Khởi Kế toán:

Tư vấn cho HĐQT về các vấn đề kinh tế, tài chính để hoạt động kinh doanh của công ty được hiệu quả và hợp pháp nhất có thể.

Bảo vệ tài sản của công ty với sự trợ giúp của kế toán, phản ánh việc thực hiện các kế hoạch kinh tế và tài chính cho người quản lý bằng cách chuẩn bị chứng từ kế toán, kiểm kê, tính giá thành các khoản mục kế toán, tính giá thành, mở tài khoản, ghi sổ kép và lập báo cáo kế toán.

Khởi CSKH:

Theo dõi phản hồi, giải đáp thắc mắc và giải quyết khiếu nại của khách hàng.

Khởi TCC (Thế giới di động Care Center):

Giải quyết các nhu cầu bảo hành, sửa chữa hàng hóa, thiết bị cho khách hàng.

Khởi Ngành hàng:

Liên hệ với các nhà cung cấp để đặt mua các sản phẩm mà khách hàng đang có nhu cầu.

2.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh Công ty Cổ Phần Đầu tư Thế Giới Di Động trong gian đoạn 2020-2022

Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty giai đoạn 2020-2022

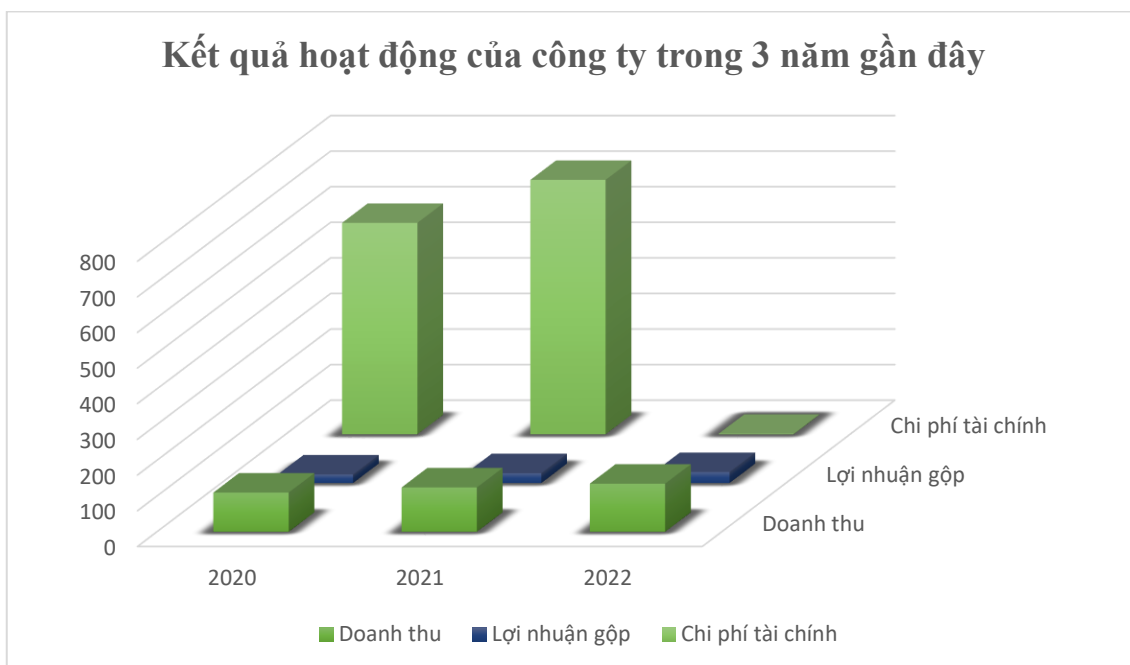
(Đvt: 1 tỷ đồng VND)

TT	Tiêu đề	Năm 2020	% 2020	Năm 2021	% 2021	Năm 2022
1	Doanh thu	109,801	13,1%	124,142	8,5%	134,722
2	Doanh thu thuần	108,546	13,3%	122,958	8,5%	133,405
3	Giá vốn hàng bán	84,591	-12,7%	95,326	-7,6%	102,543
4	Lợi nhuận gộp	23,954	15,3%	27,632	11,7%	30,862
5	Chi phí tài chính	594	-20,3%	714,7	-93,5%	1,383
6	Chi phí quản lý doanh nghiệp	3,404	-12,3%	3,823	50,8%	1,881
7	Thu nhập khác	43,5	26,1%	54,9	12,3%	61,6
8	Chi phí khác	-46,3	-5,6%	-48,9	-1,086%	-579,9
9	Lợi nhuận trước thuế	5,410	19,6%	6,472	-6,4%	6,056
10	Thuế thu nhập DN – hiện thời	1,598	-2,2%	1,633	-9,8%	1,793
11	Thuế thu	109	-42,1%	62,8	-357,3%	161,6

	nhập DN – hoãn lại					
12	Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	1,490	-5,4%	1,571	-24,5%	1,955
13	Lợi nhuận sau thuế TNDN	3,920	25%	4,901	-16,3%	4,102

Bảng 2.1: Kết quả hoạt động của công ty trong 3 năm gần đây

(Nguồn: Phòng kế toán của Công ty Thế Giới Di Động)



Biểu đồ kết quả hoạt động kinh doanh 2020-2022 của Thegioididong Vườn Lài Quận 12

Qua các năm 2020, 2021 và 2022 có thể thấy được rằng:

Doanh thu: Doanh thu của công ty có mức tăng trưởng ổn định qua các năm, với mức tăng trưởng 13,1% vào năm 2020, tăng trưởng 8,5% vào năm 2021 và ước tính tăng trưởng 8,5% vào năm 2022.

Doanh thu thuần: Sau khi trừ các chi phí liên quan, doanh thu thuần của công ty cũng có xu hướng tích cực, tăng 13,3% vào năm 2020, tăng 8,5% vào năm 2021 và ước tính tăng 8,5% vào năm 2022.

Giá vốn hàng bán: Giá vốn hàng bán giảm 12,7% vào năm 2020, sau đó giảm thêm 7,6% vào năm 2021. Tuy nhiên, ước tính sẽ tăng 7,6% vào năm 2022.

Lợi nhuận gộp: có mức tăng trưởng ổn định, với mức tăng trưởng 15,3% vào năm 2020, tăng trưởng 11,7% vào năm 2021 và ước tính tăng trưởng 11,7% vào năm 2022

Chi phí tài chính: Chi phí tài chính của công ty có nhiều biến động, giảm 20,3% vào năm 2020, sau đó giảm đáng kể 93,5% vào năm 2021. Tuy nhiên, ước tính sẽ tăng 93,5% vào năm 2022.

Chi phí quản lý kinh doanh: Chi phí quản lý kinh doanh của công ty giảm 12,3% trong năm 2020, sau đó tăng đáng kể 50,8% vào năm 2021. Tuy nhiên, ước tính sẽ giảm 50,8% vào năm 2022.

Thu nhập khác: Thu nhập khác của công ty có mức tăng trưởng 26,1% trong năm 2020, tiếp theo là mức tăng trưởng khiêm tốn hơn là 12,3% vào năm 2021. Ước tính tăng 12,3% vào năm 2022.

Chi phí khác: Chi phí khác của công ty giảm 5,6% trong năm 2020, sau đó giảm đáng kể 1.086% vào năm 2021. Tuy nhiên, ước tính sẽ tăng 1.086% vào năm 2022.

Lợi nhuận trước thuế: Lợi nhuận trước thuế của công ty tăng trưởng 19,6% trong năm 2020, giảm 6,4% trong năm 2021 và ước tính giảm 6,4% trong năm 2022.

Thuế thu nhập doanh nghiệp: Thuế thu nhập doanh nghiệp của công ty giảm nhẹ 2,2% vào năm 2020, sau đó giảm thêm 9,8% vào năm 2021. Tuy nhiên, ước tính sẽ tăng 9,8% vào năm 2022.

Thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại: Thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại của công ty đã giảm đáng kể 42,1% vào năm 2020, sau đó tăng đáng kể 357,3% vào năm 2021. Tuy nhiên, ước tính sẽ giảm 357,3% vào năm 2022.

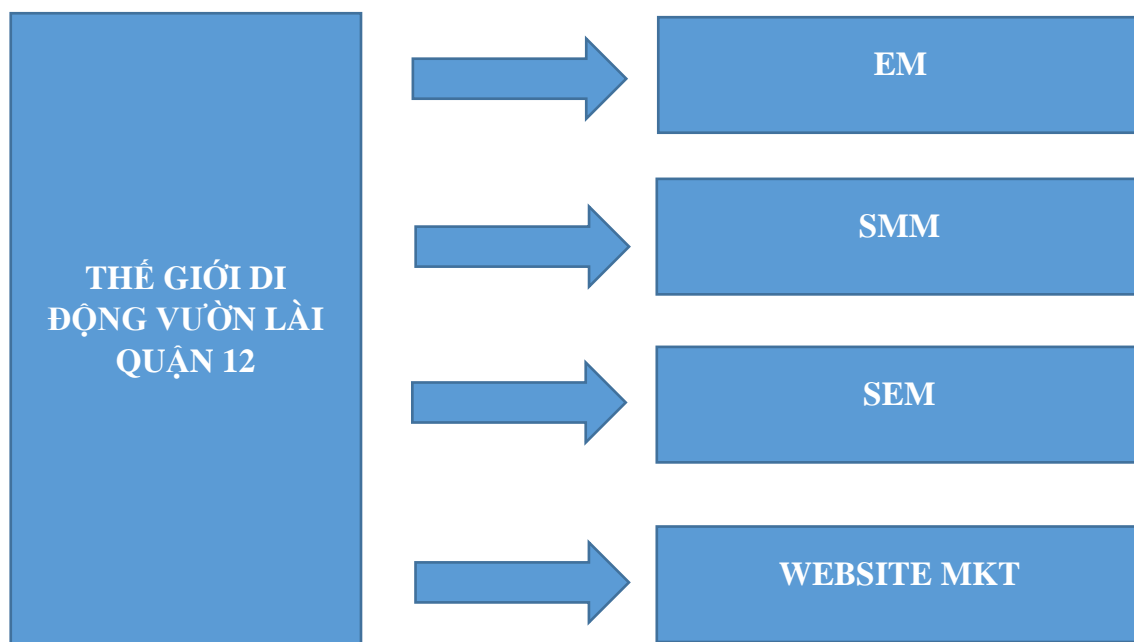
Chi phí thuế: Chi phí thuế của công ty đã giảm 5,4% vào năm 2020, sau đó giảm thêm 24,5% vào năm 2021. Tuy nhiên, ước tính sẽ tăng 24,5% vào năm 2022.

Lợi nhuận ròng sau thuế: Lợi nhuận ròng sau thuế của công ty tăng trưởng 25% trong năm 2020, sau đó giảm 16,3% vào năm 2021. Ước tính giảm 16,3% vào năm 2022.

"Thế Giới Di Động" nhìn chung có sự tăng trưởng tích cực về doanh thu, doanh thu thuần, lợi nhuận gộp và thu nhập tài chính qua các năm. Tuy nhiên, có những biến động về chi phí và thuế đã ảnh hưởng đến lợi nhuận chung của công ty.

2.2.Thực trạng hoạt động Marketing Online tại Công ty Cổ Phần Thế Giới Di Động Vườn Lài Quận 12

Với những lợi thế vốn có của mình, Thegioididong Vườn Lài Quận 12 dùng các phương thức marketing online để phát triển hoạt động kinh doanh, thay thế hoạt động tiếp thị truyền thống, quảng bá hình ảnh, uy tín và uy tín của thương hiệu “THẾ GIỚI DI ĐỘNG”, cũng như nâng cao nhận thức về thương hiệu trên toàn thế giới. tâm trí của khách hàng, bên cạnh việc liên tục đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng tiềm năng.



Hình 2.2: Các hình thức Marketing Online được áp dụng tại Thegioididong Vườn Lài Quận 12

(Nguồn: Hệ thống quản lý dữ liệu Thegioididong Vườn Lài Quận 12)

Có thể thấy, Thegioididong Vườn Lài Quận 12 tận dụng những lợi thế sẵn có của công ty để đẩy cao tiến độ hoạt động tiếp thị trực tuyến của công ty, bao gồm các hình thức như: quảng cáo qua email, quảng cáo thương hiệu, dịch vụ sản phẩm qua các trang MXH bằng các công cụ tìm kiếm và cuối cùng là tiếp thị qua website công ty.

Thegioididong Vườn Lài Quận 12 dùng các phương thức trên để tạo hình ảnh thương hiệu và nâng cao nhận thức của khách hàng về thương hiệu. Khách hàng lần đầu tiên gặp thương hiệu hoặc dịch vụ của một công ty có thể dễ dàng nhận thấy điều này khi họ truy cập trang web của công ty trên mạng xã hội, diễn đàn hoặc email. Ngoài ra, thông tin liên quan đến các dịch vụ của công ty, chẳng hạn như hosting, thiết kế website, đăng ký tên. Khách hàng sẽ thấy mọi thông tin về Thegioididong Vườn Lài Quận 12 xuất hiện trong danh sách tìm kiếm.

Sau quá trình nghiên cứu này, khách hàng sẽ truy cập được thông tin bằng cách truy cập vào website chính thức của công ty. Mục đích của quá trình này là để tiếp cận và tìm hiểu thêm về công ty, độ tin cậy và danh tiếng của công ty. Từ đó đưa ra quyết định mua hàng tại Thegioididong Vườn Lài Quận 12.

2.2.1. Tiếp thị qua Email

Email rất phổ biến và được sử dụng rộng rãi trong cuộc sống ngày nay, có mặt ở hầu hết mọi lĩnh vực, công việc, ngành nghề. Có thể nói email marketing là một trong những hình thức marketing hiệu quả nhất hiện nay. Khi email không được gửi vào hộp thư chính của khách hàng thì vẫn tồn tại trong hộp thư spam (thư rác) và vẫn có tỷ lệ phản hồi.

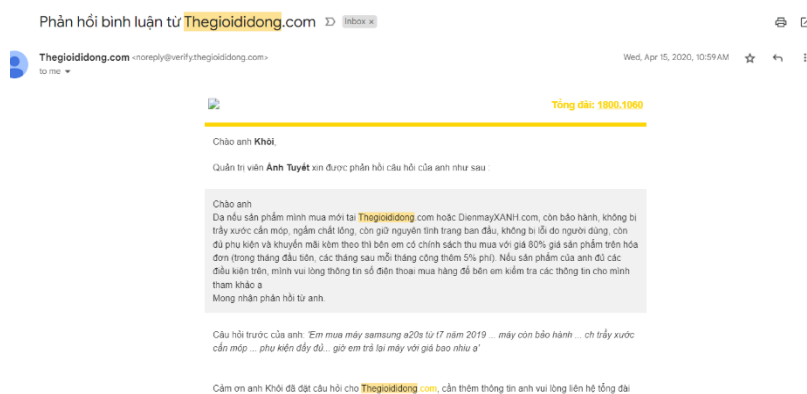
Vì vậy, Thegioididong Vườn Lài Quận 12 đã ứng dụng vào hoạt động kinh doanh của mình nhằm quảng bá hình ảnh thương hiệu, giới thiệu sản phẩm, phục vụ khách hàng, phản hồi ý kiến, hợp đồng hay hóa đơn,...

Quy trình kinh doanh: Công ty tận dụng hệ thống khách hàng hiện có của mình để quảng cáo sản phẩm và cũng tiến hành nghiên cứu nhu cầu của khách hàng. Dựa trên dữ liệu có sẵn, công ty gửi email cho khách hàng, tiến hành thăm quan và cung

cấp cho khách hàng những sản phẩm, phụ kiện mới, chương trình ưu đãi và dịch vụ của công ty.

Ngoài ra, dịch vụ tìm kiếm khách hàng còn thu thập dữ liệu khách hàng để chủ động liên hệ với họ, từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh thay vì chỉ sử dụng dữ liệu thông tin có sẵn của công ty.

Thegioididong Vườn Lài Quận 12 đã tạo sẵn mẫu email riêng để công ty gửi email cho khách hàng, tuy nhiên hình thức và nội dung có thể thay đổi theo từng thời kỳ và tùy theo thông điệp mà công ty mong muốn truyền tải tới khách hàng.



Hình 2.3: Mẫu Email Marketing của Thegioididong Vườn Lài Quận 12

(Nguồn: Thegioididong Vườn Lài Quận 12)

Cho đến nay, hoạt động email marketing của công ty đã nhận được nhiều sự quan tâm hơn, mặc dù vẫn chưa đáp ứng được mọi yêu cầu về chất lượng và đạt được hoàn thiện tuyệt đối ở mặt EM. Có thể do xuất phát từ việc nhân viên công ty chưa có kiến thức chuyên sâu về công cụ này cũng như các kỹ thuật hiện đại sử dụng email marketing để kết nối với khách hàng và thị trường. Hoặc chú trọng quá nhiều vào số lượng hơn là chất lượng thư. Nếu gửi đi quá nhiều email đến lượng lớn địa chỉ khách hàng vô hình đã làm nhiễu loạn thông tin thị phần, giá trị, hình ảnh của công ty, hiện tại vẫn chưa có dịch vụ EM nào có thể đảm bảo được điều này. Đảm bảo tỷ lệ giao hàng thành công tối ưu cho mỗi lô hàng.

2.2.2. Quảng cáo trên mạng xã hội

SMM là một hình thức tiếp thị trực tuyến được thực hiện thông qua các trang mạng xã hội, nơi mọi người có thể thảo luận, chia sẻ, liên kết hoặc thích một vấn đề nào

đó và nhận phản hồi, tương tác, nhận xét, đánh giá,... Và bằng SMM chúng ta có nhiều cách để giao tiếp với nhau cùng một lúc. Khi nhắc đến SMM, hầu hết chúng ta sẽ nghĩ ngay đến Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, forum, Blog, Forum...

Có bốn loại hình Social Media Marketing:

- Social News (tin tức xã hội): thông qua các trang như Digg, Sphinn, Zingnews, để đọc tin, bình chọn, thảo luận.
- Social Share (Chia sẻ xã hội): thông qua Snapfish, Youtube để tạo, chia sẻ hình ảnh, video.
- Social Networks (mạng xã hội): thông qua Facebook, LinkedIn, Twitter để kết nối và chia sẻ với nhau
- Social Bookmarking (đánh dấu trang xã hội): thông qua các trang như Deliciuos, BlogMarks ..có thể chia sẻ hoặc đánh dấu trang quan tâm.

Tuy có nhiều loại hình để có thể áp dụng cho SMM nhưng hiện tại Thegioididong Vườn Lài Quận 12 chỉ tập trung vào Social Networks cụ thể là Facebook.

Thegioididong Vườn Lài Quận 12 chọn Facebook làm mạng xã hội vì theo thống kê từ mạng xã hội lớn nhất thế giới trong quý III-2022, con số người sử dụng Facebook hàng tháng lên đến 1.19 tỷ người, một con số đáng chú ý. Mặt khác, thống kê cho thấy tại Việt Nam mỗi tháng có tới 30 triệu người dùng Facebook, trong đó có 27 triệu người có sử dụng các thiết bị di động để truy cập mạng xã hội này. Nếu tính trên phạm vi hàng ngày, số người truy cập Facebook nói chung và số người truy cập Facebook qua di động nói riêng lần lượt là 20 triệu và 17 triệu người trong đó có 55% là nam giới và 45% là nữ giới, đa dạng về độ tuổi và trình độ học vấn. Có thể khẳng định đây là thị trường khách hàng tiềm năng to lớn của các DN đang tham gia kinh doanh.

Chính lý do này mà Thegioididong Vườn Lài Quận 12 đã lựa chọn mạng xã hội Facebook để tiếp cận với khách hàng của mình là chính trong hình thức SMM.

Đầu tiên Cty tạo nên một fanpage với tên “Thế giới di động” “<https://www.facebook.com/Thegioididong.com>” những ai đã nhấn “Like” fanpage có thể dễ dàng nhìn thấy những thông tin đã được đăng tải trên fanpage của Thegioididong Vườn Lài Quận 12.



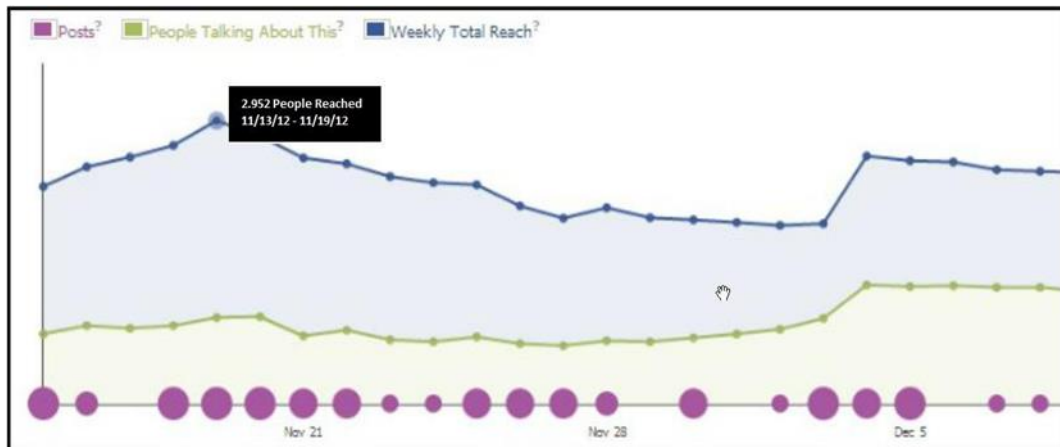
Hình 2.4: Trang fanpage facebook Thegioididong Vườn Lài Quận 12

(Nguồn: [facebook.com/thegioididongquan12](https://www.facebook.com/thegioididongquan12))

Các khách hàng khi vào fanpage cũng có thể xem các sản phẩm và dịch vụ của công ty. Đến ngày 20/5, fanpage của Thegioididong Vườn Lài Quận 12 đã nhận được hơn 5000 lượt "like" từ các khách hàng quan tâm đến sản phẩm và dịch vụ của công ty. Dù con số không quá cao nhưng Thegioididong Vườn Lài Quận 12 khẳng định chất lượng fanpage không nằm ở số lượng Like mà nằm ở số lượng các người hâm mộ Reached được fanpage. (Reached là một thông số thống kê của Facebook cho biết bài đăng hoặc quảng cáo của fanpage được hiển thị New Feeds của người hâm mộ).

Theo thống kê cho thấy, người dùng Facebook đặc biệt quan tâm đến những gì hiển thị trên News Feed của họ. Điều này cho thấy Thegioididong Vườn Lài Quận 12 quyết định rằng xây dựng một số lượng người hâm mộ theo dõi fanpage ít nhưng có sự tương tác tốt còn hơn nhiều nhưng chất lượng của những sự tương tác ấy không ổn định. Ở thời điểm hiện tại, fanpage Thegioididong Vườn Lài Quận 12 luôn giữ được lượng Reached trung bình là hơn 2900 reached/ ngày, so với con số

3000 reached/ngày không còn xa. Điều này cho thấy rằng fanpage phần nào cũng có được một lượng người hâm mộ trung thành và ổn định.



Hình 2.5: Thống kê Reached của fanpage Thegioididong Vườn Lài Quận 12

(Nguồn: <https://www.facebook.com/Thegioididong.com>)

Để fanpage của Thegioididong Vườn Lài Quận 12 hoạt động một cách có hiệu quả công ty đã tiến hành chăm sóc fanpage bằng cách:

- Cung cấp những thông tin cần thiết về công ty (bao gồm: tiêu sử, địa chỉ, lĩnh vực hoạt động, loại hình dịch vụ, website công ty....)
- Thường xuyên cập nhập thông tin, đăng tải các thông tin có giá trị thu hút người xem về dịch vụ mới, tính năng nổi bật của sản phẩm, công nghệ - kỹ thuật của cty...

Những ưu điểm: giúp cho fanpage của Thegioididong Vườn Lài Quận 12 được chú ý hơn so với các fanpage khác, đó là việc áp dụng những điểm mạnh sẵn có của công ty ở hoạt động truyền thông – quảng cáo để sử dụng dịch vụ Facebook Advertising do Facebook cung cấp mà công ty đang cung cấp cho các đối tác trên thị trường. Với mức chi phí mà công ty chi cho việc quảng cáo “Facebook Advertising” hàng tháng chỉ mất khoảng 3 triệu đến 5 triệu trên tháng và ước tính có đến 1600 đến hơn 2900 lần nhấp chuột tính tới khi kết thúc việc chạy quảng cáo. Chi phí ít tốn kém hơn so với nhiều loại hình quảng cáo khác.

2.2.3. Tiếp thị trên công cụ tìm kiếm

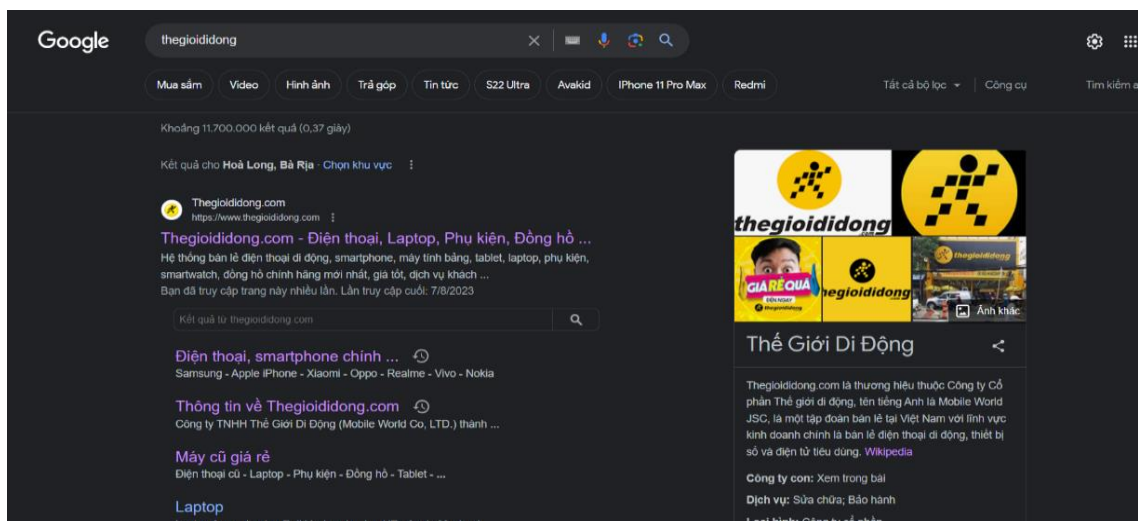
Là phương pháp quảng cáo bằng cách đưa trang web của doanh nghiệp lên trang đầu tiên trên các công cụ tìm kiếm như Google và Yahoo bao gồm các thành phần sau:

SEO: Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (tìm kiếm bằng từ khóa)

SEA: Quảng cáo trên công cụ tìm kiếm, còn được gọi là quảng cáo trên công cụ tìm kiếm, chẳng hạn như Google Adwords.

SMO: Tối ưu hóa mạng xã hội hoặc tối ưu hóa mạng xã hội Thegioididong Vườn Lài Quận 12 hiện chỉ sử dụng các tiện ích của Google để cải thiện thứ hạng. Các tiện ích bao gồm Adword, Google Analytics, v.v. Ngoài ra, vì đội ngũ tiếp thị có sẵn bao gồm kế hoạch và nội dung để viết bài, từ khóa và liên kết đến trang web đăng tải trên Facebook. Và vì đó nếu như khách hàng muốn biết thêm những thông tin về công ty chỉ cần click vào link, chính điều này sẽ giúp tăng lượt truy cập vào Thegioididong Vườn Lài Quận 12 qua đó dẫn đến việc tăng thứ hạng trên thanh tìm kiếm.

Để đạt được hiệu quả cao nhất trên công cụ tìm kiếm, công cụ SEM mất nhiều thời gian. Như đã nói trên Thegioididong Vườn Lài Quận 12 còn kết hợp song song với các hình thức khác thông qua SMM và Email marketing và các chiến lược marketing mix.



Hình 2.6: Hiệu quả SEO web Thegioididong Vườn Lài Quận 12

(Nguồn: Tìm kiếm trên Google)

2.2.4. Tiếp thị thông qua website

Website

Hiện nay, tất cả các doanh nghiệp hầu như đều có website riêng cho công ty, khi mà họ có quá ít về thông thì website là nơi cung cấp thông tin về sản phẩm - dịch vụ một cách hữu ích nhất. Mặt khác, Khách hàng ngày nay thường truy cập internet để tìm kiếm thông tin liên quan đến các sản phẩm, chẳng hạn như giá cả, chất lượng, hậu mãi và số lượng còn lại. Nhận thức của khách hàng được ảnh hưởng rất nhiều bởi trang web. Hình thức của trang web là như thế nào? Số lượng bài đăng là bao nhiêu? Chi tiết về các bài viết, chúng có được đăng thường xuyên không? Những điều xảy ra đều có thể sẽ gây ảnh hưởng đến quyết định mua hàng hay sử dụng dịch vụ của khách hàng, hơn thế nữa nó còn ảnh hưởng hình ảnh và uy tín của thương hiệu.

Bởi lẽ đó công ty đã tạo ra cho mình website riêng với tên miền là: Website “Thegioididong.com” được thiết kế chuyên nghiệp bởi đội kỹ thuật của chính công ty, có giao diện bắt mắt và dễ sử dụng. Đặc biệt, trang web không chứa quảng cáo xen kẽ, vì điều đó có thể khiến khách hàng khó chịu... Với chi phí mà Thegioididong Vườn Lài Quận 12 đưa ra để duy trì hoạt động của website chỉ dao động từ 350.000VNĐ đến 500.000VNĐ cho một năm để duy trì tên miền của đó. Website không chỉ làm ra để giới thiệu về công ty hoặc cho có với khách hàng mà Website của Thegioididong Vườn Lài Quận 12 luôn được quan tâm, chăm sóc kỹ lưỡng từ nội dung cho đến hình thức cũng như các hoạt động để duy trì và luôn luôn làm mới để thu hút sự chú ý của người theo dõi chủ yếu là khách hàng của doanh nghiệp.

Website Thegioididong Vườn Lài Quận 12 thông tin cho khách hàng các sản phẩm, dịch vụ mà công ty đang cung cấp gồm sản phẩm, thanh toán hóa đơn điện, nước, momo, trả góp, internet, truyền hình, điện thoại, laptop, phụ kiện, sạc,... truyền thông – quảng cáo bao gồm cả quảng cáo SEO và Google Adwords, các chương trình khuyến mãi ưu đãi theo các dịp như cuối tuần, theo lễ trong tháng, năm,... Website còn là nơi để các khách hàng có thể theo dõi tin tức về những công nghệ, CNTT được cập nhật thường xuyên, các bài viết về marketing hay thị trường,

hay về các sản phẩm công nghệ chuẩn bị ra mắt hoặc sắp ra mắt như điện thoại, laptop, đồng hồ thông minh,... hoặc các bài review đánh giá sản phẩm từ các khách hàng trước đó hoặc các mẹo thủ thuật về công nghệ. Hoạt động cập nhật thông tin được đăng tải mỗi ngày và luôn bám sát vào thực tế. Chính sự đầu tư về nội dung giúp cho Website của công ty không bị nhàm chán và góp phần gia tăng số lượng người theo dõi.



Hình 2.7: Website của Thegioididong Vườn Lài Quận 12

(Nguồn: Thegioididong.com)

Giao diện của website Thegioididong Vườn Lài Quận 12 với thiết kế đơn giản, trực quan và dễ thao tác. Màu sắc chủ đạo của trang web là trắng và vàng, tạo cảm giác gọn gàng, sáng sủa và chuyên nghiệp.

Trên trang chủ, giao diện được chia thành các phần khác nhau để các khách hàng dễ dàng tìm và mua hàng. Có menu điều hướng ở trên cùng giúp người dùng dễ dàng tìm kiếm các danh mục sản phẩm khác nhau. Ngoài ra, có một khung tìm kiếm nhanh ở trên cùng khách hàng tìm mua sản phẩm cụ thể.

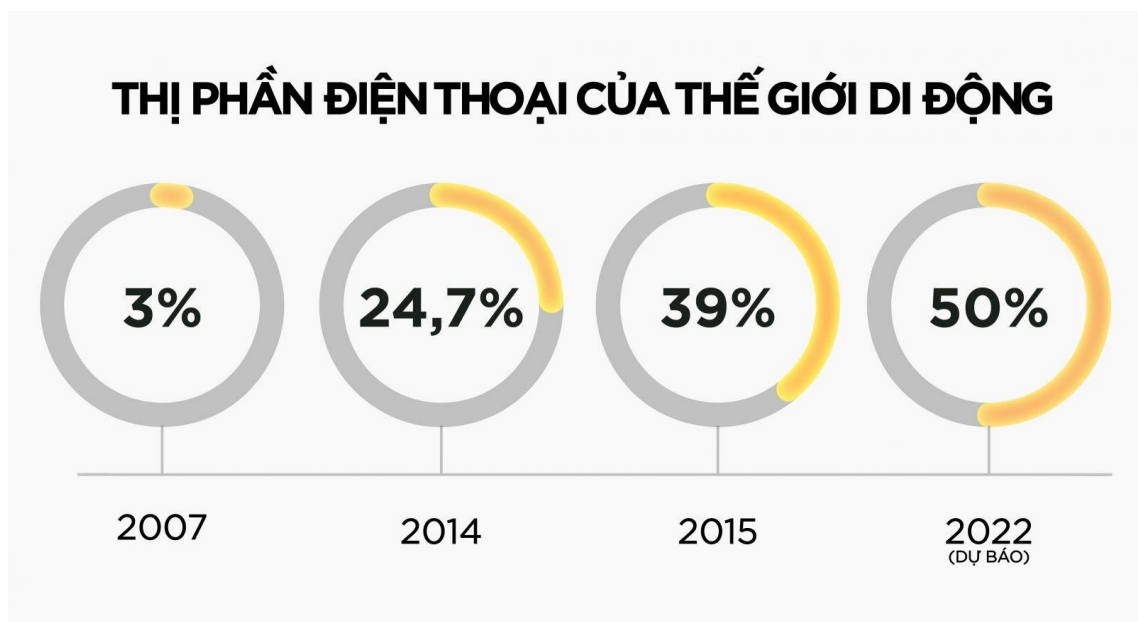
Trang chi tiết sản phẩm với thiết kế đơn giản và thông minh. Các thông tin quan trọng về sản phẩm như giá, mô tả, đánh giá và đặc điểm nổi bật được hiển thị rõ ràng và dễ nhìn thấy. Có sự sắp xếp hợp lý giữa các thông tin trên trang để tránh gây nhàm chán cho người dùng.

Giao diện trang giỏ hàng trông giản đơn và dễ nhìn. Tại đây khách hàng có thể xem toàn bộ sản phẩm đã thêm vào giỏ hàng và có thể thay đổi số lượng hoặc xóa sản phẩm nhanh chóng. Quá trình thanh toán cũng rất dễ dàng và linh hoạt.

Trang web cũng có đầy đủ các thông tin về chính sách giao hàng, chính sách bảo hành và chính sách đổi trả. Ngoài ra, có kênh hỗ trợ khách hàng thông qua chat trực tuyến và số điện thoại để giúp đỡ người dùng trong quá trình mua hàng.

Nhìn chung giao diện của website Thegioididong Vườn Lài Quận 12 rất chuyên nghiệp, dễ sử dụng và dễ nhìn. Các thông tin được hiển thị rõ ràng và dễ tiếp cận, giúp người dùng tìm được thông tin và mua hàng một cách thuận lợi.

2.3.Đánh giá về hoạt động Marketing Online của Công ty Cổ phần Thế Giới Di Động Vườn Lài Quận 12



Hình 2.8: Thị phần điện thoại của thế giới di động

(Nguồn ảnh: Phòng kế toán công ty Thế Giới Di Động)

2.3.1.Tiếp thị qua Email

Những ưu điểm:

Theo báo cáo tài chính của bộ phận kế toán thì chi phí mà Thegioididong Vườn Lài Quận 12 chi cho hoạt động Email Marketing chỉ khoảng 2.000.000 đến 5.000.000 đồng trên một năm, Thegioididong Vườn Lài Quận 12 có thể tiến hành các hoạt động gửi mail để giới thiệu dịch vụ mà công ty đang kinh doanh, vừa

chăm sóc những khách hàng đang hợp tác với Thegioididong Vườn Lài Quận 12 và tìm kiếm những khách hàng mới.

Không khó để chứng minh rằng email hiện là phương pháp tiếp cận rẻ nhất để tìm kiếm khách hàng. Nếu áp dụng các hình thức marketing truyền thống, việc gửi mail giới thiệu sản phẩm – dịch vụ, hay các thay đổi trong chính sách hợp tác, các dịch vụ khuyến mãi, hậu mãi, hay các mail báo giá, doanh nghiệp có thể tốn ít nhất từ 4.000 đồng đến 9.000 đồng cho một lá thư (tùy theo cân nặng, hình thức gửi) hay hình thức gọi điện trực tiếp tư vấn khách hàng cũng có thể tốn hơn 1.000 VNĐ/phút. Nhưng đối với Email Marketing thì bạn sẽ hạn chế được rất nhiều cho những chi phí này. Mặc dù chi phí cho quảng cáo email là rất thấp, nhưng nó mang lại lợi nhuận đáng kể cho Thegioididong Vườn Lài Quận 12 trong giai đoạn này. Ngoài ra, chúng giúp công ty tiết kiệm ngân sách bằng cách giảm nhân sự.

Ngoài ra, việc sử dụng quảng cáo bằng email cũng giúp các doanh nghiệp giảm thời gian khi tìm kiếm khách hàng tiềm năng, đặc biệt là khi phải gửi nhiều thư đến nhiều địa chỉ thư khác nhau. Với email marketing, thời giờ thực hiện có thể được tiết kiệm rất nhiều bởi vì nó cho phép gửi thư đến nhiều địa chỉ.

Bên cạnh đó, Email Marketing còn giúp cho bộ phận kinh doanh đặt những cuộc hẹn trong trường hợp nhân viên nhất gọi trực tiếp cho khách hàng) những cuộc thương thảo về sản phẩm – dịch vụ, giá, từ đó dẫn đến việc giao dịch hợp đồng. Mặt khác, nhân viên kinh doanh cũng có thể gửi mail nhắc nhở, giới thiệu với khách hàng một cách liên tục thông qua mail cho tới khi nào họ sử dụng dịch vụ của Thegioididong Vườn Lài Quận 12.

Mặt hạn chế:

Do việc email chỉ được gửi hai chiều giữa người gửi và người nhận, khả năng tương tác với khách hàng thấp. Mặc dù thông tin được gửi đến khách hàng mục tiêu một cách chính xác, nhưng việc tương tác với khách hàng thường mất nhiều thời gian, dẫn đến việc họ không còn quan tâm đến sản phẩm của công ty nữa.

Ngoài ra, việc gửi email hàng loạt có thể khiến khách hàng không hài lòng. Trong những trường hợp khách hàng có đối tác nhưng phần mềm vẫn gửi những email

trùng lặp hoặc nội dung trùng lặp, thậm chí cả nhiều lần trong một ngày, thực tế cho thấy công ty đã nhận được nhiều phản nản về vấn đề này. Việc nhận nhiều email như vậy cũng khiến khách hàng không hài lòng và họ có thể đặt nó vào hộp thư spam. Khi các email này rơi vào hộp thư spam, công ty sẽ mất đi khách hàng và khách hàng sẽ có ấn tượng xấu về mặt thương hiệu của Thegioididong Vườn Lài Quận 12. Kể cả việc do khi gửi một lượng lớn Email Marketing đi mà không quan tâm tới việc chọn lọc những người dùng đang có nhu cầu thì sẽ không mang lại hiệu quả. Một trong những nhược điểm lớn nhất của hình thức Email Marketing chính là có quá nhiều doanh nghiệp nhỏ biết cách làm thế nào để Email Marketing đem lại lợi ích cho họ. Họ có thể thử dùng các mảnh lưới quảng cáo hay sao chép những mail của người khác để gửi đi làm lợi cho mình dẫn đến sự cạnh tranh gay gắt trong ngành.

2.3.2.Quảng cáo trên mạng xã hội

Những ưu điểm:

Như đã nói trên hình thức SMM mà Thegioididong Vườn Lài Quận 12 lựa chọn là việc quảng bá thương hiệu thông qua kênh Facebook. Ở thời điểm hiện tại, lượt “like” fanpage đã lên tới 10.202 lượt yêu thích (cập nhật đến ngày 12/09/2023). Cũng nhờ lượng tương tác lớn thế này mà fanpage của Thegioididong Vườn Lài Quận 12 chỉ cần đăng tải những thông tin về sản phẩm – dịch vụ (gồm sản phẩm hiện có và các sản phẩm mới), những banner khuyến mãi, hình ảnh quảng cáo cho sản phẩm thêm nổi bật và bắt mắt...mà bất kỳ ai khi đã like fanpage đều có thể thấy được những thông tin này. Môi trường truyền thông của SMM trở nên giàu có hơn nhiều so với các nguồn tin một chiều truyền thống nhờ các tính năng như tương tác, phản hồi, bình luận, bổ sung thông tin và truyền thông đa nguồn, đa chiều. Khi có sự tương tác, thông tin của Thegioididong Vườn Lài Quận 12 sẽ được hiển thị trên đầu trang, giúp mọi người dễ dàng truy cập.

Ngoài ra, Thegioididong Vườn Lài Quận 12 coi Facebook là trang web thứ hai của mình, vì nó chứa các bài giới thiệu công ty, nhiệm vụ và các sản phẩm mà Thegioididong Vườn Lài Quận 12 cung cấp cho khách hàng của mình.

Ngân sách dành cho hoạt động “Facebook Advertising” chi trả cho Facebook thì không đáng kể. Về nội dung và hình ảnh không bị bó buộc theo quy định. Dễ dàng tiếp cận được các đối tượng như mong muốn của công ty, bao gồm độ tuổi, giới tính, ngành nghề kinh doanh, khu vực.....

Công ty đã được hỗ trợ trong việc xây dựng hình ảnh thương hiệu và tạo ra một kênh tiếp thị sản phẩm nhanh chóng và hiệu quả bằng cách sử dụng sức mạnh và sự phát triển không ngừng của Facebook ở Việt Nam.

Ngoài ra, với lợi thế sẵn có của bộ phận truyền thông marketing, hình ảnh Thegioididong Vườn Lài Quận 12 bao gồm nguồn lực công ty là đội ngũ kỹ thuật, đội ngũ nội dung, với đội ngũ đông đảo và nhiệt huyết, tạo thêm lợi ích cho việc triển khai social media marketing từ Thegioididong . Vườn Lài Quận 12.

Mặt hạn chế:

Tuy fan page có lượng fan trung thành nhưng mức độ tương tác của fan page vẫn còn hạn chế so với tổng thể. Dù fan page có tới 5.000 lượt thích nhưng chỉ có một số ít người trung thành thường xuyên để ý tới những thông tin có trong fan page. Nguyên nhân của vấn đề này có thể là do phần lớn người dùng là giới trẻ, họ thường vào Facebook chủ yếu để thư giãn nên thường bỏ qua những bài viết chuyên ngành, mang tính thị trường.

Tiếp thị qua Facebook còn tạo ra sự bức xúc, tức giận của người dùng, họ sẽ cảm thấy rất bức bối khi nội dung quảng cáo này xuất hiện thường xuyên khi họ trực tuyến trên Facebook. Tương tự như tiếp thị qua email, một trong những điểm yếu của nó là đôi khi khách hàng sẽ có cảm giác như đó là thư rác.

Không dừng lại ở đó, với nguồn thông tin không giới hạn trên các trang mạng xã hội, trang tin tức kết hợp với những phản hồi, bình luận về thông tin dưới cả hình thức tích cực và tiêu cực, dễ gây ra những hiểu lầm. Điều này ảnh hưởng đến hình ảnh, uy tín của công ty và điều quan trọng là rất khó kiểm soát được nguồn tin tiêu cực này.

Vấn đề bảo mật thông tin đôi khi không được bảo mật nghiêm ngặt. Hình ảnh và thông tin công ty có thể dễ dàng bị đánh cắp.

2.3.3. Tiếp thị trên công cụ tìm kiếm

Những ưu điểm:

Với độ tin cậy cao khi xuất hiện ở vị trí cao nhất trong kết quả tìm kiếm của Google. Đặc biệt, khi sử dụng công cụ tìm kiếm Google với từ khóa "thế giới di động", trang web Thegioididong Vườn Lài Quận 12 được xếp hạng ở vị trí đầu tiên. Tuy nhiên, trang web Thegioididong Vườn Lài Quận 12 không được xếp hạng ở vị trí đầu tiên. Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) đã rất thành công. Mười địa chỉ tìm kiếm Google hiển thị hoạt động của nó. Với thứ hạng như vậy, dễ dàng khiến website Thegioididong Vườn Lài Quận 12 được ưu tiên về lượt click cũng như mức độ sử dụng dịch vụ so với nhiều trung tâm khác.

Tiết kiệm chi phí và tiềm năng lợi nhuận cao, nếu tính toán chi phí để công ty thực hiện kế hoạch SEM sẽ thấp hơn rất nhiều so với các hình thức truyền thông marketing truyền thống khác (như quảng cáo trên tivi, báo, tạp chí, banner...) nhờ những khoản tiết kiệm này, công ty thu được lợi nhuận đáng kể.

Tạo mối quan hệ chặt chẽ với các hình thức tiếp thị khác thông qua SMM, vì nếu số lượng bài viết trên diễn đàn tăng lên thì thứ hạng tìm kiếm của trung tâm cũng sẽ tăng lên.

Mặt hạn chế:

SEO tốn thời gian: vì kết quả của quá trình SEO không thể nhận ra ngay như các hình thức quảng cáo khác. Đối với SEO, doanh nghiệp phải mất vài tháng để hoạt động SEO bắt đầu có hiệu quả. Hơn nữa, hiệu quả hoàn toàn phụ thuộc vào chất lượng nội dung và chiến lược từ khóa website do công ty cung cấp.

2.3.4. Tiếp thị thông qua website

Những ưu điểm:

Đối với website của trung tâm

Tên miền “.com” tạo được độ tin tưởng cao, tạo ra cảm giác an tâm cho người đọc.

Giao diện của website Thegioididong Vườn Lài Quận 12 được trình bày tối giản, trực quan và dễ thao tác. Màu sắc chủ đạo của trang web là trắng và vàng, tạo cảm giác gọn gàng, sáng sủa và chuyên nghiệp.

Trên trang chủ, giao diện được chia thành các phần khác nhau để KH dễ dàng tìm và mua hàng. Có menu điều hướng ở trên cùng giúp người dùng dễ dàng tìm kiếm các danh mục sản phẩm khác nhau. Ngoài ra, có một khung tìm kiếm nhanh ở trên cùng giúp người dùng tìm kiếm sản phẩm cụ thể.

Trang thông số kỹ thuật sản phẩm được thiết kế đơn giản và thông minh. Các thông tin quan trọng về sản phẩm như giá, mô tả, đánh giá và đặc điểm nổi bật được hiển thị rõ ràng và dễ nhìn thấy. Có sự sắp xếp hợp lý giữa các thông tin trên trang để tránh gây nhầm chán cho người dùng.

Giao diện trang giỏ hàng dễ nhìn và đơn giản. Người dùng có thể xem tất cả sản phẩm đã được thêm vào giỏ hàng và nhanh chóng thay đổi số lượng hoặc xóa chúng. Thanh toán cũng nhanh chóng và linh hoạt, nhiều phương thức thanh toán.

Trang web cũng có đầy đủ các thông tin về chính sách giao hàng, chính sách bảo hành và chính sách đổi trả. Ngoài ra, có kênh hỗ trợ khách hàng thông qua chat trực tuyến và số điện thoại để giúp đỡ người dùng trong quá trình mua hàng.

Nhìn chung giao diện của website Thegioididong Vườn Lài Quận 12 rất chuyên nghiệp, dễ sử dụng và dễ nhìn. Các thông tin được hiển thị rõ ràng và dễ tiếp cận, giúp người dùng tìm được thông tin và mua hàng một cách thuận lợi.

Mặt hạn chế:

Giao diện trang chủ: Giao diện trang chủ của website tương đối phức tạp và hơi rối, không có sự tổ chức rõ ràng và dễ thấy. Nhiều thông tin quảng cáo và sản phẩm hiển thị khá nhiều, tạo cảm giác lộn xộn và khó tìm kiếm thông tin cần thiết.

Tìm kiếm sản phẩm: Có thể tìm kiếm sản phẩm bằng cách nhập từ khoá vào ô tìm kiếm, tuy nhiên, kết quả tìm kiếm không luôn hiệu quả và phù hợp. Có thể gặp khó khăn khi muốn lọc kết quả theo tiêu chí nhất định hoặc khi tìm mua sản phẩm theo dòng, hãng hay giá cả.

Đánh giá và nhận xét về sản phẩm: Mặc dù có một số đánh giá và bình luận về sản phẩm từ người dùng, nhưng số lượng bình luận và đánh giá không đáng kể, điều này khiến người tiêu dùng khó tìm kiếm ý kiến và đánh giá của người khác trước khi họ quyết định mua hàng.

Tính năng so sánh sản phẩm: Website không cung cấp tính năng so sánh sản phẩm nhanh chóng và hiệu quả, điều này gây khó khăn đối với người dùng khi muốn so sánh các tính năng, giá cả và nhận xét khác nhau.

Thiết kế trên di động: Mặc dù là một trang web trên thiết bị di động, tuy nhiên, giao diện của trang web không được tối ưu hoá tốt trên các thiết bị di động. Có thể gặp khó khăn khi sử dụng trang website trên điện thoại di động với các vấn đề về tốc độ tải trang và khó điều hướng.

2.4.Vai trò của hoạt động Marketing Online đối với sự phát triển của Công ty Cổ phần Thế Giới Di Động

Marketing online giúp cho công ty giảm được tối đa chi phí:

Đối diện với sự cạnh tranh gay gắt trong môi trường ngành hiện nay, tình hình kinh tế đang có những biến động, ở thời điểm hiện tại các công ty cạnh tranh phải giảm thiểu chi phí, trong đó có chi phí marketing (trong đó có quảng cáo, PR,...), Thegioididong Vườn Lài Quận 12 cũng không ngoại lệ trong trường hợp này, tuy là công ty chuyên về lĩnh vực thiết bị công nghệ điện tử hay truyền thông, tuy nhiên công ty vẫn cần thực hiện các hoạt động Marketing để kích thích tăng trưởng hàng hóa. Và vì vậy nên công ty đã sử dụng thế mạnh truyền thông của mình nhằm nâng cao kết quả kinh doanh. Thegioididong Vườn Lài Quận 12 quyết định chọn Marketing Online làm kênh marketing chính, sử dụng đúng lợi thế của mình thay vì là các hình thức marketing offline khác, việc này giúp thu hút lượng khách hàng lớn quan tâm đến công ty và giảm thiểu được các kinh phí về quảng cáo, lương nhân viên,....

Dẫn chứng minh họa (hình 2.6): Tiến hành hoạt động SEO cho từ khóa “Thegioididong Vườn Lài Quận 12” Thegioididong Vườn Lài Quận 12 chỉ cần chi

khoảng chi phí dao động từ 5-10 triệu/tháng và chi phí quảng cáo trên tivi, banner, standy,... với thời lượng là một phút cũng có thể lên đến vài chục triệu đồng/tháng.

Cũng chính nhờ hoạt động Marketing Online đã giúp giảm thiểu được chi phí cho hoạt động marketing của công ty, không chỉ thế nó còn góp phần giảm áp lực cho bộ phận Marketing của công ty. Đây cũng có thể được xem là phương pháp giải quyết tạm thời với kinh phí không quá tốn kém nhưng hiệu quả rất cao khi đáp ứng ngay yêu cầu của những khách hàng đang có nhu cầu.

Marketing Online giúp cho công ty linh hoạt hơn trong việc thực hiện các chiến dịch:

Nhờ vận hành hoạt động tiếp thị trực tuyến, các chiến dịch tiếp thị được quản lý mượt mà hơn, thuận lợi khi giới thiệu các dịch vụ mà không bị giới hạn về không gian và thời gian. Một lợi thế của tiếp thị trực tuyến là công ty có thể dừng hoặc tạm dừng các chiến dịch tiếp thị trực tuyến bất cứ lúc nào.

Marketing Online hỗ trợ công ty tìm đúng khách hàng tiềm năng:

Marketing Online áp dụng nhiều thức khác nhau để thực hiện: từ việc sử dụng Email Marketing, Social Media Marketing, Website Marketing, Search Engine Marketing..... ứng với mỗi hình thức sử dụng khác nhau, công ty sẽ có cách hướng tới những đối tượng khách hàng khác nhau và xác định được những phân khúc khách hàng riêng biệt, từ đó giúp công ty tìm đúng KH tiềm năng và quản lý, theo dõi, sẵn sàng dễ dàng hỗ trợ hoạt động kinh doanh.

Marketing Online giúp công ty ghi nhận dễ dàng hơn những nhu cầu thắc mắc từ KH:

Một trong những ưu điểm lớn nhất của marketing trực tuyến so với marketing truyền thống là marketing trực tuyến là một dòng chi tiết giữa doanh nghiệp và KH, nó được xem như nguồn tin hai chiều. Công ty có thể dễ dàng theo dõi các thông tin như:

- Có bao nhiêu người nhìn thấy quảng cáo của công ty?
- Có bao nhiêu người nhấp vào?

- Họ xem thông tin gì và họ giữ nó trong bao lâu trong phần nào?
- Dữ liệu công ty cần tìm ra nhu cầu của KH, từ đó nảy ra chiến lược marketing dài hạn phù hợp nhất với nhu cầu KH.

Bên cạnh đó việc ứng dụng các công nghệ tân tiến: Khai thác triệt để tính năng của công nghệ, lợi thế nguồn lực lớn mạnh đã giúp công ty tạo ra những quảng cáo sinh động mang tính sáng tạo cao để thu hút sự chú ý của khách hàng. Không dừng ở đó, Marketing Online cung cấp sự tiện lợi cũng như mang tính linh động cao cho hoạt động Marketing Online của công ty. Công ty có thể tự chủ được không và thời gian để thực hiện các quảng cáo trực tuyến, không phụ thuộc như các hình thức quảng cáo truyền thống khác.

Qua đó có thể thấy rằng việc áp dụng các hình thức của Marketing Online tạo ra một ưu thế lớn cho doanh nghiệp. Doanh nghiệp có thể chủ động được không gian, thời gian trực tuyến thay vì các hình thức quảng bá truyền thống khác, vừa giảm được chi phí, khối lượng trong công việc và trong việc vận hành trơn tru. Biết nắm bắt thế mạnh của bản thân doanh nghiệp giúp cho doanh nghiệp tạo ra sự linh hoạt, ứng phó nhanh trong mọi giai đoạn, bắt kịp xu hướng của CNTT để đẩy mạnh hoạt động kinh doanh dịch vụ của bản thân doanh nghiệp.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Với sự phát triển nhanh chóng của Internet trong những năm gần đây tại Việt Nam, cụm từ Internet ở Việt Nam đã trở nên quá quen thuộc, Internet như một phương tiện kết nối mọi người ở bất kỳ khu vực nào. Bất kể khu vực địa lý, họ có thể chia sẻ mọi thứ với nhau, dù họ làm điều đó như thế nào. họ ở rất xa. Khi nói đến nền kinh tế, Internet được coi là động cơ quan trọng thúc đẩy sự phát triển kinh tế của các nước trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Việc Internet đến với hoạt động tiếp thị là điều đương nhiên. Internet cung cấp cho hoạt động tiếp thị một loạt các công cụ hiệu quả bao gồm: quảng cáo bằng e-mail, quảng cáo bằng tin nhắn văn bản, tiếp thị blog, Search Engine Marketing, Social Media Marketing. Mặc dù các công cụ tiếp thị trực tuyến đều có những ưu điểm và nhược điểm riêng nhưng đòi hỏi người làm tiếp thị phải có chuyên môn, kỹ năng phán đoán và tính chuyên nghiệp cao và cần có những thước đo hiệu quả cho từng công cụ. Trong suốt nhiều năm phát triển, Thegioididong Vườn Lài Quận 12 đã đạt được vô số thành tựu đáng kể, trở thành đối tác cốt lõi của Google và Facebook, chiếm được sự tin tưởng lớn của nhiều khách hàng trong và ngoài nước. Hơn nữa, thành công này còn được thể hiện qua kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty trong những năm gần đây, tạo ra lợi nhuận đáng kể. Ngoài ra, việc áp dụng các công cụ tiếp thị trực tuyến tại Thegioididong Vườn Lài Quận 12 là một trong những bước ngoặt và mang lại hiệu quả rất lớn cho Thegioididong Vườn Lài Quận 12 trong giai đoạn này, đặc biệt là từ tháng 1/2021 đến tháng 2/2022, với lượng khách hàng không ngừng tăng lên. trong những năm gần đây. Đôi khi tỷ lệ ký hợp đồng cao hơn đáng kể, doanh thu tăng vọt và chi phí được tiết kiệm cho ngân sách chung. Tuy nhiên, việc áp dụng các phương pháp tiếp thị trực tuyến vẫn đang đối mặt khó khăn bởi lẽ công cụ nào cũng có ưu nhược điểm riêng. Vì vậy, Thegioididong Vườn Lài Quận 12 không ngừng nâng cao hoạt động để hoàn thiện các công cụ tiếp thị trực tuyến, không ngừng đưa ra các giải pháp tìm ra ưu điểm để khắc phục hạn chế. Chương tiếp theo sẽ làm sáng tỏ hơn về vấn đề này.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG MARKETING ONLINE CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN THẾ GIỚI DI ĐỘNG

3.1. Mục tiêu và phương hướng phát triển của Công ty Cổ phần Thegioididong Vườn Lài Quận 12

3.1.1. Mục tiêu phát triển chung của công ty trong 5 năm tới

Với sự phát triển vượt bậc đến kinh ngạc như hiện nay của Internet, nền tảng kỹ thuật số tăng triển không ngừng. Những ưu điểm: mà các hình thức Marketing Online mang lại, là yếu tố thuận lợi để các doanh nghiệp nói chung và Thegioididong Vườn Lài Quận 12 nói riêng có tiềm năng phát triển hơn nữa, cùng lúc đó - tính cạnh tranh của các công ty về Công nghệ Truyền thông – Quảng cáo ngày càng tăng. Để tiếp tục tạo dựng hình ảnh thương hiệu của Thegioididong Vườn Lài Quận 12 trên thị trường Việt cũng như trong tâm trí của người tiêu dùng đòi hỏi công ty phải có những mục tiêu riêng cũng như phương hướng phát triển riêng biệt. Gồm:

- Về doanh thu: Duy trì tốc độ phát triển doanh thu tăng từ 15-25%/mỗi năm. Duy trì tốc độ tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận của các dòng sản phẩm/dịch vụ của công ty qua các năm.
- Về sản phẩm/dịch vụ: Không ngừng cải tiến, áp dụng các tiến bộ khoa công nghệ, khai thác tối ưu lợi thế CNTT và Internet mang lại góp phần phát triển các sản phẩm, dịch vụ của công ty. Đưa các sản phẩm, dịch vụ của công ty đến gần hơn với khách hàng tăng tỉ lệ chiếm lĩnh thị trường từ 10% đến 15% trong năm 2028. Dẫn đến chiếm lĩnh thị trường và phát triển thương hiệu tốt hơn trong tương lai.
- Về ngân sách chi: từ nay đến năm 2028, đảm bảo nguồn ngân sách cho các nguồn chi, trong đó có ngân sách cho các hoạt động tiếp thị, marketing nhằm khuếch trương thương hiệu Thegioididong Vườn Lài Quận 12 cần được hoạch định cụ thể trong từng năm. Tiếp tục phát huy lợi thế của công ty trong việc giới thiệu sản phẩm/dịch vụ của công ty thông qua các hoạt động Marketing Online thay vì các hoạt động Marketing truyền thống.

- Tiếp tục giữ chân nhân viên chăm sóc khách hàng, tìm kiếm khách hàng tiềm năng, giữ chân 100% khách hàng lớn và doanh nghiệp vừa và nhỏ.
- Đảm bảo tốc độ phát triển doanh thu từ năm 2023 đến năm 2028 trong khoảng 20-35%/năm

Lĩnh vực dịch vụ CNTT đã hình thành và phát triển tại Việt Nam cùng với sự ra đời và phát triển của ngành công nghiệp phần mềm và sự phát triển không ngừng của Internet. Nhiều doanh nghiệp tham gia thị trường với nhiều dịch vụ đa dạng như bảo hành, bảo trì, lưu trữ, xử lý dữ liệu và tích hợp hệ thống. Tuy nhiên, vì thị trường CNTT phát triển nhanh và tự phát, nó quy mô nhỏ và hiệu quả do thiếu quản lý và chuẩn bị nhân sự.

Để phát triển công nghệ Internet, CNTT và Truyền Thông - Quảng cáo trực tuyến trong giai đoạn tới, Thegioididong Vườn Lài Quận 12 nên thực hiện đồng bộ các giải pháp vào những nội dung như:

- Thay đổi rất nhiều quan điểm về vai trò của ngành CNTT và các phương pháp quảng cáo và truyền thông trực tuyến: Đảm bảo rằng các cấp, ngành và cơ quan địa phương hiểu rõ tầm quan trọng của ngành CNTT và coi nó là một lĩnh vực kinh tế quan trọng và chiến lược đối với Việt Nam. Đồng thời, các ngành kinh tế khác phát triển nhờ cơ sở, hạ tầng và động lực.
- Đẩy mạnh hợp tác và liên kết phát triển công nghệ thông tin, TT—QC: Tăng cường hợp tác và kết nối giữa các ban, ngành và địa phương để hỗ trợ sự phát triển của ngành CNTT.
- Thu hút nhân tài và thúc đẩy phát triển nguồn lực: Phát triển nhân lực CNTT, đặc biệt chú trọng đào tạo và nguồn nhân lực CNTT; QC công nghệ thông tin, đặc biệt chú trọng đào tạo ngắn hạn.

3.1.2. Phương hướng phát triển của Công ty Cổ phần Thế Giới Di Động đến năm 2028

Tăng cường và phát huy mạnh mẽ chức năng của công ty về việc phục vụ khách hàng ngày càng chuyên nghiệp hơn, đặc biệt hơn trong phát triển dịch vụ Công nghệ thông tin, Truyền thông – Quảng cáo trực tuyến. Hỗ trợ toàn thể nhân viên

trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động thông qua các chương trình đào tạo nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp cũng như là tìm kiếm khách hàng.

Tiếp tục mở rộng thị trường đến các vùng lân cận nhằm mang đến những trải nghiệm dịch tốt hơn thay vì hoạt động làm việc qua mail với các khách hàng ở xa.

Triển khai hiệu quả và đúng tiến độ các hoạt động nâng cao hình ảnh Thegioididong Vườn Lài Quận 12 trên thị trường CNTT và TT – QC.

Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có chuyên môn, có phẩm chất đạo đức tốt, có khả năng làm chủ các ứng dụng các chương trình của CNTT và Internet mang lại. Đến năm 2028 đạt chỉ tiêu về năng suất, chất lượng lao động viên thông ngang bằng trình độ các nước tiên tiến.

3.2. Giải pháp hoàn thiện các hình thức Marketing Online được áp dụng tại công ty của Công ty Cổ phần Thế Giới Di Động

3.2.1. Tiếp thị qua Email

Cơ sở giải pháp:

Ứng dụng tiếp thị email là một trong những công cụ tiếp thị trực tuyến hiệu quả nhất, vì nó là công cụ giúp doanh nghiệp tiếp cận được những khách hàng tiềm năng, những người sau đó có thể liên hệ với họ để mua hàng. Bạn có thể trao đổi thường xuyên khi gửi thư bán hàng cho khách hàng. Ngoài ra, sử dụng email marketing giúp Thegioididong Vườn Lài Quận 12 tiết kiệm được rất nhiều thời gian và, quan trọng hơn nữa, nó giúp Thegioididong Vườn Lài Quận 12 tiết kiệm chi phí. Nhưng hiện nay, khó khăn công ty đang đối mặt là gây ra sự phiền phức đối với khách hàng, khi công ty cứ gửi hàng loạt email hay thậm chí là sự trùng lặp về mail trong một tháng, tuần hoặc thậm chí là một ngày, hơn thế nữa với những email tương tự nội dung và được gửi đi hằng ngày như thế làm cho khách hàng khó chịu và nó có thể nằm ở hộp thư spam bất cứ lúc nào. Rõ ràng có thể thấy đây là những hạn chế của hình thức Email Marketing nhưng mà nhân viên của Thegioididong Vườn Lài Quận 12 vẫn có để xảy ra những sai sót không đáng có. Vì lẽ đó nên công ty cần đề ra những giải pháp để khắc phục đang được tình trạng này.

Điều kiện của giải pháp:

Thegioididong Vườn Lài Quận 12 nên thành lập bộ phận tìm kiếm thông tin khách hàng hiệu quả hơn, bộ phận này có nhiệm vụ tìm kiếm các địa chỉ email, Gmail sau đó tổng hợp vào mẫu danh sách báo cáo để chuyển sang bộ phận. Vấn đề mỗi nhân viên gửi email cho khách hàng để tránh trùng lặp trong việc gửi email và hạn chế những khiếu nại không đáng có.

Thegioididong Vườn Lài Quận 12 nên tạo thêm nhiều nội dung email khác nhau để gửi đến khách hàng, tránh trùng lặp nội dung gây hiểu lầm dưới dạng thư rác mà thay vào đó là những bức thư tri ân, email cảm ơn, thư cảm ơn, thư chăm sóc khách hàng hay thậm chí là thư chúc mừng thành công... của công ty và các thư từ lấy ý kiến của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ do công ty cung cấp.

Ngoài ra, bộ phận kỹ thuật cũng như bộ phận bán hàng phải hết sức chú trọng đến hình thức nội dung email bằng cách viết email rõ ràng, chính xác nhưng vẫn đảm bảo nội dung thư. Khách hàng nhận biết được tên người gửi cũng như nội dung email công ty muốn gửi tới khách hàng.

Hiệu quả:

Hoàn chỉnh hơn về nội dung mail gửi đi cho khách hàng, tránh mất thời gian, mail được gửi đi một cách chính xác hơn, hạn chế việc khách hàng đưa mail của công ty vào hộp thư spam (thư rác) hay thậm chí việc khách hàng phàn nàn về nội dung mail trùng lặp.

Bên cạnh đó, giúp công ty phân định được đâu là khách hàng tiềm năng, đâu là khách hàng trung thành của công ty. Dễ dàng trong khâu quản lý và chăm sóc khách hàng.

3.2.2.Quảng cáo trên mạng xã hội

Cơ sở giải pháp:

Có thể nói Facebook là một trong những công cụ hữu hiệu nhất hiện nay giúp cho các doanh nghiệp đang kinh doanh rút ngắn được khoảng cách tiếp cận với khách hàng của mình bởi Facebook được xem là căn nhà chung của hơn 30 triệu người

trên thế giới. Một nhận định rằng Facebook là website thứ hai của các công ty trên thị trường ngành nói chung, bởi nó không chỉ dừng lại là một trang mạng xã hội, mà nó là nơi chứa bài giới thiệu về công ty, hoạt động của công ty cũng như nhiệm vụ hay chức năng mà công ty ra mắt với khách hàng của mình. Mặc dù, tốt đến đâu nhưng hình thức này vẫn không thoát khỏi những hạn chế nhất định của chúng, hay cụ thể tại Thegioididong Vườn Lài Quận 12. Ví dụ như khi tham gia thực hiện quảng cáo trả phí cho Facebook khách hàng sẽ cảm thấy bức bối khi những nội dung bài viết cứ và xuất hiện liên tục khi họ đang online. Hay việc doanh nghiệp đăng những thông tin không liên quan đến sản phẩm/dịch vụ của công ty, những thông tin không cần thiết. Điều quan trọng là việc không thể kiểm soát các nguồn thông tin mang tính tiêu cực tác động đến hình ảnh của công ty khi không được ngăn chặn kịp thời. Có thể thấy, chỉ cần một sai sót nhỏ cũng có thể gây ra những ảnh hưởng đến uy tín của công ty.

Do vậy, ngoài hiểu biết về hình thức này, chuyên viên Marketing hay quản trị viên Facebook cũng phải cần có những kiến thức và sự nhạy bén nhất định. Vì thế, đòi hỏi phải có những biện pháp để hạn chế những rủi ro không đáng có này.

Điều kiện thực hiện giải pháp:

Doanh nghiệp cần đăng nội dung lên Facebook vào đúng thời điểm để tránh liên tục đăng spam gây khó chịu cho người xem.

Tăng cường hoạt động marketing trên fanpage. Đồng thời hạn chế đăng những thông tin không cần thiết như là những nội dung không liên quan nhiều đến việc giới thiệu sản phẩm – dịch vụ của công ty, các hoạt động ngoài giờ làm việc được công ty lạm dụng quá nhiều trong việc đăng tải trên fanpage cá nhân của công ty. Tích cực bổ sung những bài viết mang tính chuyên môn trong công việc, các bài viết tạo nên sự kích thích dẫn đến việc ra quyết định lựa chọn dịch vụ của công ty.

Bên cạnh đó, đội ngũ quản trị của fanpage của công ty nên chú ý nhiều hơn đến fanpage, tìm hiểu rõ thông tin khi các vấn đề tiêu cực xảy ra nhằm ngăn chặn kịp thời các luồng thông tin xấu ảnh hưởng đến bản thân Thegioididong Vườn Lài Quận 12.

Fanpage của công ty sẽ tổ chức các sự kiện, chia sẻ và viết bình luận về công ty. Mục đích của việc làm cho fanpage trở nên sống động hơn, thu hút nhiều người like và giới thiệu những người mới đến. thích trang fan hâm mộ của công ty.

Hiệu quả:

Công tác quản lý Fanpage của công ty được quản lý chặt chẽ hơn, tạo tính hiệu quả hơn cho hình thức Social Media Marketing này. Giúp công ty xây dựng được một website thứ hai tốt hơn, đáng tin cậy hơn trong mắt của khách hàng. Góp phần xây dựng và hoàn thiện hơn hình thức Marketing Online này nhằm phát triển mục tiêu, định hướng kinh doanh của công ty thông qua ngôi nhà thứ hai này. Nâng cao uy tín và củng cố thương hiệu của công ty đối với khách hàng.

Đồng thời giảm thiểu các sai sót hay các nhận xét tiêu cực không đáng có từ phía khách hàng. Bên cạnh đó, giúp cho trình độ nghiệp vụ được nâng cao hơn trong quá trình xử lý các thông tin từ phía khách hàng.

3.2.3. Tiếp thị trên công cụ tìm kiếm

Cơ sở giải pháp:

Ngoài Email Marketing hay Social Media Marketing thì Search Engine Marketing cũng là một trong những công cụ hữu hiệu nhất được cung cấp bởi các hình thức Marketing Online. Thứ nhất SEM giúp doanh nghiệp trở nên ưu tiên hơn trong việc tìm kiếm cụ thể ở Google, hay doanh nghiệp được nằm trong TOP 10 trang web được tìm kiếm bởi Google, chúng giúp giảm chi phí cho ngân sách chung một cách đáng kể. SEM giúp cho quá trình tìm kiếm diễn ra nhanh chóng hơn, chính xác và đơn giản hơn nhiều.

Tuy nhiên để có thể tiếp cận với khách hàng dễ dàng hơn, công ty nên đầu tư nâng cấp và quan tâm nhiều hơn đến thứ hạng của Website hay việc kết hợp với các hình thức khác như PPC hay PPI cả SMO và VSM. Điều này đòi hỏi nên có những giải pháp cụ thể hơn cho SEM mang về kết quả vượt trội hơn.

Điều kiện thực hiện giải pháp:

Ngoài việc sử dụng công cụ tìm kiếm từ khóa (SEO), Thegioididong Vườn Lài Quận 12 cũng nên tận dụng lợi thế của doanh nghiệp của mình bằng cách dành nhiều tiền hơn cho việc sử dụng công cụ quảng cáo trả tiền cho mỗi lần nhấp chuột, một hình thức quảng cáo dựa trên số lần nhấp chuột mà khách hàng thực hiện. Công ty chỉ nên chọn từ khóa phù hợp với dịch vụ của họ. Công cụ này sẽ đưa khách hàng tiềm năng đến trang web của họ bằng cách sử dụng từ khóa này.

Công ty cần quan tâm hơn nữa đến đội ngũ kỹ thuật marketing trực tuyến thông qua việc sử dụng các công cụ SEO để cải thiện thứ hạng của trang web trên Google, khắc phục và hạn chế các lỗi khiến trang web bị lỗi và biến mất khỏi bảng xếp hạng, tạo liên kết đến các trang web bên.

Hiệu quả:

Các giải pháp trên có thể giúp doanh nghiệp nhanh chóng tiếp cận khách hàng tiềm năng, đáp ứng nhu cầu của khách hàng khi cần thiết và thể hiện vị thế của mình. Đưa trang web của công ty lên đầu các công cụ tìm kiếm dễ dàng hơn và giúp chiếm vị trí đầu tiên trong mắt khách hàng trên trang tìm kiếm lớn nhất hiện nay là Google. Hoặc để tăng lưu lượng lượt truy cập vào website bằng cách đăng banner quảng cáo trên website thông qua PPC. Như đã đề cập ở trên, phương pháp này đòi hỏi thời gian và chuyên môn của các chuyên gia kỹ thuật.

Điều này cung cấp cơ hội nâng cao trình độ chuyên môn, học hỏi kinh nghiệm và quyết đoán trong công việc từ các chuyên gia, chuyên gia và cán bộ chuyên nghiệp. Hơn hết, tạo niềm tin và uy tín cho khách hàng.

3.2.4. Tiếp thị thông qua website

Cơ sở giải pháp:

Website của một công ty giúp khách hàng tiếp cận sản phẩm và dịch vụ của công ty, vì chúng truyền đạt thông tin chính thức của công ty cho khách hàng. Được coi là phương pháp tiếp thị sản phẩm, dịch vụ nhanh nhất, trang web của công ty cung cấp thông tin rõ ràng nhất về doanh nghiệp, thậm chí giúp sản phẩm, dịch vụ của công ty có lợi cho sự nghiệp. Một website dù có bao nhiêu tiện ích đi chăng nữa cũng không thể thoát khỏi những hạn chế riêng của nó. Ví dụ website

Thegioididong Vườn Lài Quận 12 có chất lượng bài viết ở mức trung bình, hoặc nội dung quảng cáo quá nặng, thiếu các bài viết CNTT chuyên nghiệp, khó tạo dựng niềm tin cho khách hàng. giao tiếp với khách hàng khi lần đầu truy cập vào website. Vì vậy, nhu cầu cải thiện hoặc nâng cấp nội dung website là cần thiết bởi nếu khắc phục được tình trạng này công ty sẽ đảm bảo tăng được sự tin tưởng của khách hàng, điều này không khó để công ty có thêm nhiều khách hàng tiềm năng.

Điều kiện thực hiện giải pháp:

Công ty sẽ thường xuyên cập nhật thông tin liên tục, đảm bảo thông tin chính xác và chi tiết nhất trên website trung tâm Thegioididong Vườn Lài Quận 12. Bên cạnh đó, những hoạt động hội nghị chuyên đề, buổi giao lưu với sinh viên định hướng nghề nghiệp, tuyển dụng nhân sự... nên được đưa lên website của công ty và phân loại một cách chi tiết, để tạo ra sự hấp dẫn với người đọc góp phần tạo nên niềm tin cho thương hiệu.

Một hạn chế nên được cty khắc phục để hoàn thiện website trung tâm đó là việc tạo thêm “box” để hỗ trợ trực tuyến cho các khách hàng qua website để kịp thời nắm bắt nhu cầu, nắm bắt được khách hàng tiềm năng khi họ truy cập website vào thời điểm đó.

Công ty nên thu thập những phản hồi của khách hàng về giao diện và nội dung bài viết để giúp website của công ty ngày càng hoàn thiện hơn trong mắt khách hàng.

Hiệu quả:

Dễ dàng nhận thấy website của công ty tạo ra sự thiện cảm hơn với khách hàng khi công ty đăng tải những bài viết mang tính chuyên môn về lĩnh vực công ty đang kinh doanh, hay các hoạt động xã hội. Dễ dàng giao tiếp hơn với khách hàng, tiếp cận nhanh hơn với khách hàng thông qua box trực tuyến ở website khi họ vừa truy cập vào website công ty. Hay kể cả việc hạn chế được công việc tìm kiếm khách hàng và tiện lợi trong việc phục vụ khách hàng. Chiếm được lòng tin khách hàng, khách hàng sẽ yên tâm hơn về công ty.

3.3.Một số giải pháp hoàn thiện hoạt động Marketing Online tại các phòng ban

3.3.1.Đối với bộ phận Marketing

Cần chú ý việc đăng tải bài viết một cách tích, tiến hành tìm hiểu sâu rộng thị trường cả trong và ngoài nước, nhằm nắm bắt nhu cầu và thị hiếu của khách hàng về sản phẩm dịch vụ từ đó nhanh chóng kịp thời đáp ứng nhu cầu của thị trường.

Chú ý đến các thứ hạng của từ khóa trên Google, mỗi ngày, đề biết từ khóa nào lên, từ nào giữ vị trí ổn định.

Công ty nên mở rộng hoạt động xúc tiến marketing hình ảnh, video quảng cáo vì khách hàng ngày nay không thích đọc quá nhiều nên nội dung bài viết đôi khi bị bỏ qua. Chính lý do đó công ty nên đẩy mạnh hình thức tiếp thị bằng video và hình ảnh để truyền thông và tiếp cận khách hàng tốt hơn.

Tiếp nhận đóng góp ý kiến, thông điệp phản hồi từ khách hàng dù là thông điệp tích cực hay tiêu cực. Bởi lẽ bộ phận marketing không chỉ đưa ra, giới thiệu sản phẩm của công ty với khách hàng mà còn phải tiếp nhận những đóng góp từ phía khách hàng thông qua đó mới có thể tìm hiểu được nhu cầu của thị trường.

3.3.2.Đối với bộ phận IT

Mặc dù là công ty chuyên về công nghệ, nhưng mà công ty không nên vì lý do đó mà thờn nhiên bỏ qua.

Bộ phận IT của công ty: Không ngừng hoàn thiện quá trình hoạt động của website từ giao diện,hình thức và nội dung của website, làm cho website ngày càng phong phú, bắt mắt hơn. Nắm vững các nguyên tắc chính của việc SEO một website là phải làm mọi cách để trang web có thể đứng vững ở vị trí đầu.

3.2.3.Đối với bộ phận kinh doanh, tìm kiếm khách hàng

Luôn tạo mối quan hệ tốt với khách hàng của doanh nghiệp, tạo hình ảnh thân thiện và tốt đẹp của doanh nghiệp đối với khách hàng.

Công ty cần đặt ra yêu cầu cho mỗi nhân viên kinh doanh tìm dữ liệu của các doanh nghiệp, các cá nhân để gửi email tiến hành hoạt động Email Marketing thay vì việc gửi đồng loạt và đôi khi nhận lại những phản hồi tiêu cực

Nhân viên kinh doanh, tìm kiếm khách hàng của công ty phải có trách nhiệm giải quyết những khiếu nại của khách hàng, không ngừng quan tâm và chăm sóc khách hàng của công ty.

3.4. Đề xuất các giải pháp khác nhằm hoàn thiện và nâng cao hiệu quả hơn trong việc marketing online cho công ty

Content marketing:

Xây dựng chiến lược nội dung: Tạo ra nội dung hấp dẫn và chất lượng để thu hút khách hàng tiềm năng. Đảm bảo rằng nội dung được tối ưu hóa cho SEO và chia sẻ trên các kênh mạng xã hội phù hợp.

Sử dụng video marketing: Video là một hình thức nổi bật trong content marketing và sẽ tiếp tục phát triển trong năm 2023. Thế giới di động có thể tận dụng sức mạnh của video để tạo ra nội dung hấp dẫn và tương tác. Các ứng dụng trực tiếp và nền tảng trực tuyến của điện thoại di động có thể được sử dụng để phát trực tiếp hoặc chia sẻ video trên mạng xã hội và kênh truyền thông khác.

Optimize cho tìm kiếm trên di động: Với ngày càng nhiều người sử dụng điện thoại di động để tìm kiếm thông tin, tối ưu hóa nội dung marketing cho tìm kiếm trên di động là vô cùng quan trọng. Thế giới di động cần tối ưu hóa trang web, blog và nội dung khác để đảm bảo hiển thị tốt trên các thiết bị di động.

Sử dụng nền tảng xã hội tích hợp: Quảng cáo trên các nền tảng xã hội như Facebook, Instagram, Twitter và TikTok vẫn là một cách hiệu quả để tiếp cận với khách hàng. Thế giới di động có thể tận dụng tích hợp các công cụ quảng cáo và tạo ra nội dung chất lượng cao để thu hút và tương tác với khách hàng.

Sử dụng ZALO để gia tăng và thu hút được lượng khách hàng:

Tạo một tài khoản Zalo cho công ty Thế Giới Di Động: Đăng ký một tài khoản Zalo Business hoặc tạo một trang ZALO OA (Tiếng Anh) để đại diện cho công ty.

Xác định mục tiêu: Xác định mục tiêu của công ty để sử dụng Zalo như: tăng trưởng doanh số, tăng tương tác khách hàng, xây dựng thương hiệu...

Xây dựng nội dung chất lượng: Tạo nội dung hấp dẫn và chất lượng trên ZALO OA (Tiếng Anh). Nội dung có thể bao gồm thông tin về sản phẩm mới, ưu đãi, hướng dẫn sử dụng sản phẩm, tin tức công ty...

Chia sẻ thông tin liên quan: Chia sẻ thông tin quan trọng, tin tức, bài viết giới thiệu sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty thông qua các cách khác nhau như nhắn tin, đăng bài, gửi tin nhắn cá nhân...

Tương tác với khách hàng: Tạo và duy trì một mạng lưới tương tác với khách hàng thông qua Zalo. Hỗ trợ và giải đáp các câu hỏi, tư vấn sản phẩm/dịch vụ, đáp ứng nhanh chóng và một cách chuyên nghiệp.



Hình 3.1: Giao diện Zalo Thegioididong

(Nguồn ảnh: Thegioididong)

Sử dụng tính năng quảng cáo: Sử dụng tính năng quảng cáo có sẵn trên Zalo để tăng khả năng tiếp cận và nhận thấy thương hiệu của công ty Thế Giới Di Động.

Thực hiện các chương trình khuyến mãi: Tạo các chương trình khuyến mãi đặc biệt chỉ dành cho khách hàng Zalo để thu hút và khuyến khích sử dụng sản phẩm/dịch vụ của công ty.

Phân tích và đánh giá: Theo dõi và phân tích hiệu quả của chiến dịch marketing trên Zalo để điều chỉnh và cải thiện chiến lược trong tương lai.

Tư vấn và hỗ trợ khách hàng: Tận dụng khả năng tương tác trực tiếp với khách hàng thông qua Zalo để cung cấp tư vấn và hỗ trợ khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Sử dụng trò chơi di động: Trò chơi di động là một cách thú vị và tương tác để tiếp cận với khách hàng. Thế giới di động có thể tạo ra các trò chơi liên quan đến thương hiệu hoặc sản phẩm của mình để tạo khái niệm và tương tác với khách hàng.

Sử dụng nền tảng nội dung người dùng: Sự phát triển của nền tảng người dùng tạo cơ hội cho thế giới di động để sử dụng nội dung được tạo bởi người dùng. Cung cấp khả năng chia sẻ, đánh giá và xem xét trên ứng dụng di động của mình có thể giúp tạo dựng lòng tin và tăng khả năng lan truyền của nội dung.

Tạo ra nội dung tương tác: Thiết kế và xây dựng nội dung tương tác như cuộc thi, bình chọn hoặc khảo sát có thể giúp thế giới di động thu hút khách hàng và tạo sự tham gia. Sử dụng các công cụ tương tác như livestreaming hoặc chatbot để tạo ra trải nghiệm tương tác tốt hơn cho người dùng.

Sử dụng nội dung VR và AR: Công nghệ thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR) đang ngày càng phổ biến. Thế giới di động có thể tận dụng sức mạnh của VR và AR để tạo ra nội dung ấn tượng và tương tác, mang đến trải nghiệm mới cho khách hàng.

Tăng cường truyền thông đa kênh: Kết hợp nhiều hình thức nội dung như văn bản, hình ảnh, video và âm thanh trong các chiến dịch marketing để tăng cường tương tác với khách hàng. Thế giới di động có thể phát triển nhiều loại nội dung khác nhau và sử dụng đa kênh để tiếp cận với đông đảo khách hàng tiềm năng.

Ads:

Tăng cường quảng cáo trực tuyến: Sử dụng các công cụ quảng cáo trực tuyến như Google Ads, Facebook Ads để đẩy mạnh sự hiện diện của công ty trên Internet. Tối ưu hóa chiến dịch quảng cáo để đạt được hiệu quả tốt nhất.

Chẳng hạn như:

"Chào mừng năm 2023! Cùng với Công ty Thế giới Di động, bạn sẽ khám phá một thế giới di động tuyệt vời hơn. Đến ngay cửa hàng của chúng tôi để trải nghiệm công nghệ mới nhất!"

"Nay thấy máy này sao giá very good quá, rất là very hợp với mình, chốt ngay thôi!"



Hình 3.2: Chương trình quảng cáo của Thegioididong

(Nguồn ảnh: Thegioididong.com)

"Đừng bỏ lỡ cơ hội chỉ trong năm 2023! Công ty Thế giới Di động mang đến cho bạn những chiếc điện thoại thông minh hàng đầu, giá cả cạnh tranh và chất lượng vượt trội. Đến và lựa chọn ngay cho mình!"

"Năm mới, smartphone mới! Cùng Công ty Thế giới Di động, bạn sẽ sở hữu những thiết bị di động đẳng cấp với tính năng và hiệu năng vượt trội. Giờ đây, công nghệ chỉ cách bạn một vài bước chân thôi!"

"Năm 2023, thời điểm hoàn hảo để nâng cấp điện thoại của bạn. Công ty Thế giới Di động đang có chương trình đặc biệt - giảm giá lên đến 50% cho các dòng điện thoại hàng đầu. Đến ngay cửa hàng gần nhất để không bỏ lỡ!"

"Tốc độ 5G đã đến năm 2023 và Công ty Thế giới Di động đã sẵn sàng để bạn được tận hưởng! Cùng với các mẫu điện thoại tương thích 5G, tận dụng tốc độ không giới hạn và trải nghiệm công nghệ tiên tiến nhất!"

"Năm mới - những ưu đãi mới! Công ty Thế giới Di động tự hào giới thiệu Lễ hội Giảm giá lớn nhất trong năm 2023. Đến ngay để nhận ưu đãi đặc biệt trên các sản phẩm di động hot nhất thị trường!"

"Sáng tạo không giới hạn, sức mạnh không tương! Công ty Thế giới Di động mang đến cho bạn những điện thoại thông minh đột phá với công nghệ mới nhất, thiết kế đẹp và hiệu suất vượt trội. Đến ngay cửa hàng để trải nghiệm sự tuyệt vời này!"

"Năm 2023 - thời điểm của những hình ảnh sắc nét chưa từng có! Công ty Thế giới Di động giới thiệu các mẫu điện thoại được trang bị camera chuyên nghiệp, giúp bạn chụp ảnh và quay video hoàn hảo. Hãy khám phá ngay!"

"Trải nghiệm giải trí tuyệt đỉnh trong năm 2023 với Công ty Thế giới Di động. Với màn hình lớn, âm thanh sống động và hiệu suất mạnh mẽ, các dòng điện thoại của chúng tôi sẽ làm hài lòng những người dùng khó tính nhất."

"Năm 2023 sẽ đánh dấu sự thay đổi vô cùng lớn trong công nghệ di động và Công ty Thế giới Di động sẽ là đối tác đồng hành của bạn. Đến với chúng tôi để khám phá tương lai di động đầy tiềm năng!"

Website:

Xây dựng một trang web chuyên nghiệp: Đảm bảo rằng trang web của công ty có giao diện thân thiện, dễ sử dụng và tương thích trên các thiết bị di động. Cung cấp thông tin chi tiết về sản phẩm, dịch vụ và chính sách của công ty.

Tối ưu trải nghiệm người dùng: Đảm bảo giao diện website mượt mà, dễ sử dụng và thân thiện với người dùng trên cả thiết bị di động và máy tính để bàn. Tăng tốc độ tải trang và làm giảm độ trễ để người dùng không phải chờ đợi lâu.

Tăng tính tương tác: Cung cấp các tính năng tương tác như chức năng đánh giá, bình luận, đặt hàng nhanh chóng và liên tục cập nhật các thông tin mới nhất về điện thoại di động, tablet và phụ kiện công nghệ.

Tích hợp trải nghiệm mua sắm trực tuyến: Cung cấp một giao diện mua hàng trực tuyến tiện lợi, bao gồm tìm kiếm và lọc sản phẩm, giỏ hàng, thanh toán an toàn và các phương thức vận chuyển linh hoạt.

Cải thiện tính năng tìm kiếm: Cải thiện hệ thống tìm kiếm trên website để cho kết quả chính xác và nhanh chóng. Sử dụng các công nghệ tìm kiếm tiên tiến để gợi ý sản phẩm, đề xuất tương tự và tìm kiếm theo tiêu chí chi tiết.

Tăng cường tính năng xã hội: Kết nối với các mạng xã hội phổ biến như Facebook, Instagram và Twitter để tạo sự tương tác, thưởng và chia sẻ nhanh chóng các sản phẩm và nội dung liên quan đến công nghệ di động.

Tối ưu hóa SEO: Cải thiện các yếu tố tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) để website xuất hiện cao hơn trong kết quả tìm kiếm. Đảm bảo các từ khóa, mô tả và tiêu đề trang phù hợp và hấp dẫn cho người dùng.

Tạo ra nội dung chất lượng: Tạo nội dung hữu ích, chất lượng và đáng tin cậy về các sản phẩm, đánh giá, hướng dẫn sử dụng và bài viết liên quan đến công nghệ di động để thu hút và giữ chân khách hàng.

Tích hợp công cụ phân tích: Sử dụng các công cụ phân tích web để theo dõi và đánh giá hiệu suất của website, như số lượt truy cập, tỷ lệ chuyển đổi và thời gian tồn tại trên trang. Dựa trên các số liệu này, tối ưu hóa và điều chỉnh các chiến lược tiếp thị để tăng hiệu quả.

Social Media:

Tận dụng mạng xã hội: Xây dựng một chiến lược mạng xã hội mạnh mẽ để tương tác với khách hàng, tạo sự tương tác và tăng cường nhận diện thương hiệu. Sử dụng các nền tảng như Facebook, Instagram, Twitter để chia sẻ nội dung, khuyến mãi và thông tin mới nhất.

Xác định mục tiêu: Thiết lập mục tiêu cụ thể và rõ ràng cho hoạt động trên mạng xã hội, như tăng số lượng người theo dõi, tăng tương tác, xây dựng hình ảnh thương hiệu và tăng doanh số bán hàng.

Nghiên cứu và phân tích khách hàng: Thế Giới Di Động cần nắm rõ đối tượng khách hàng mục tiêu của mình và hiểu về họ, từ đó tạo ra nội dung hấp dẫn và phù hợp.

Tạo nội dung chất lượng: Cung cấp nội dung gốc, hấp dẫn và giá trị cho người dùng. Đảm bảo rằng nội dung phù hợp với đối tượng khách hàng, tương tác với họ và khuyến khích chia sẻ.

Quản lý thời gian và lịch đăng: Đăng bài đều đặn và đúng thời gian, sử dụng các công cụ lên lịch đăng bài để duy trì sự liên tục và tăng khả năng nhận diện từ người theo dõi.

Tăng cường sự tương tác: Tương tác tích cực với người theo dõi bằng cách trả lời bình luận, tin nhắn, yêu cầu của khách hàng và chia sẻ thông tin hữu ích.

Sử dụng quảng cáo trên mạng xã hội: Đầu tư vào quảng cáo trên các mạng xã hội phổ biến như Facebook, Instagram, Twitter để tiếp cận đến nhiều khách hàng tiềm năng hơn.

Theo dõi và đánh giá kết quả: Đo lường sự thành công và hiệu quả của chiến dịch social media bằng các số liệu, thống kê và phản hồi từ người dùng. Dựa trên đó, điều chỉnh chiến lược và cải thiện hoạt động trong tương lai.

Kết hợp các kênh truyền thông: Tương tác và tích hợp các kênh truyền thông khác như website, email marketing, quảng cáo truyền thống để tạo ra chiến dịch marketing toàn diện và tăng cường hiệu quả của social media.

Feedback Customer:

Tạo trải nghiệm khách hàng tốt: Đảm bảo rằng khách hàng có trải nghiệm mua hàng trực tuyến thuận lợi và dễ dàng. Cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt, giải đáp thắc mắc và xử lý các yêu cầu nhanh chóng.

Measurement, analysis:

Đo lường và phân tích: Sử dụng các công cụ phân tích web để đo lường hiệu quả của các hoạt động marketing online. Theo dõi lưu lượng truy cập, tỷ lệ chuyển đổi và các chỉ số khác để điều chỉnh chiến lược và cải thiện kết quả.

Xây dựng hệ thống đo lường chính xác: Thế Giới Di Động có thể đầu tư vào các công cụ và hệ thống đo lường chính xác để thu thập và xử lý dữ liệu. Điều này giúp tạo ra các số liệu đáng tin cậy và đáng giá để phân tích kết quả kinh doanh.

Sử dụng công nghệ tiên tiến: Thế Giới Di Động có thể áp dụng công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo, học máy và khai phá dữ liệu để nắm bắt và phân tích thông tin quan trọng từ dữ liệu lớn. Điều này giúp tìm ra các mẫu và phân tích chi tiết hơn về hành vi và cảm nhận của khách hàng.

Xây dựng bộ chỉ số và đánh giá: Thế Giới Di Động có thể xây dựng bộ chỉ số và đánh giá để đo lường hiệu quả của các hoạt động kinh doanh. Ví dụ, đánh giá độ hài lòng của khách hàng, tỷ lệ chuyển đổi từ khách hàng tiềm năng sang khách hàng thực tế, doanh thu trung bình từ mỗi khách hàng, v.v.

Tăng cường phân tích dữ liệu: Thế Giới Di Động có thể sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu để xác định các xu hướng tiêu thụ, dự đoán nhu cầu của khách hàng và phân tích hiệu quả của các chiến dịch tiếp thị. Điều này giúp cung cấp thông tin quan trọng để tối ưu hóa hoạt động kinh doanh.

Xây dựng mô hình dự báo và mô phỏng: Thế Giới Di Động có thể sử dụng mô hình dự báo và mô phỏng để đo lường và dự đoán kết quả kinh doanh trong tương lai. Điều này giúp quyết định chiến lược và ưu tiên đầu tư cho các hoạt động tiếp thị và kinh doanh.

Đào tạo và phát triển nhân viên với kỹ năng phân tích dữ liệu: Thế Giới Di Động có thể đào tạo và phát triển nhân viên với kỹ năng phân tích dữ liệu để nắm bắt và phân tích thông tin quan trọng từ dữ liệu kinh doanh. Điều này giúp nâng cao khả năng đo lường và phân tích hiệu quả.

SEO:

Tạo kênh quản lý nội dung

Dựa trên lợi thế là nền tảng công nghệ hiện có của hãng, Thế giới Di động đã phát triển thành công một hệ CMS đáp ứng yêu cầu về SEO căn bản, cho phép bộ phận sáng tạo nội dung thực hiện được việc tối ưu hoá SEO một cách nhanh chóng, qua đó gia tăng lượng truy vấn không phải mất phí cho website của hãng.

Tạo đội ngũ chuyên nội dung chuẩn về SEO

Sau quá trình xây dựng nền tảng CMS, đội ngũ marketing của thegioididong nên đi đến xây dựng một bộ phận chuyên về nội dung chuẩn SEO. Sẽ nghiên cứu, tìm hiểu và tạo ra hàng loạt các chủ đề mà người sử dụng Smartphone quan tâm. Nội dung nổi bật và thành công nhất có thể nhắc tới chuyên mục 24h công nghệ hay thường gọi là 24h công nghệ, chuyên cung cấp các tin tức mới nhất xung quanh những sản phẩm công nghệ.

Bật các tính năng cho phép người dùng bình luận và đánh giá về trải nghiệm

Sau khi cài đặt hệ bình luận, công ty nên tiếp tục thiết lập tính năng comment và nhận xét. Tính năng bình luận giúp khách hàng bày tỏ các nhận xét, đánh giá của bản thân đối với sản phẩm hoặc trải nghiệm dịch vụ. Bằng phương pháp bình luận, doanh nghiệp không chỉ gia tăng cơ hội tiếp xúc với khách hàng mà còn là cơ hội để giới thiệu sản phẩm của mình, đồng thời nắm bắt tốt thị hiếu của họ để qua đó cải tiến nhằm nâng cao giá trị sản phẩm và thương hiệu của công ty mình hơn nữa.

KẾT LUẬN

Có thể nhìn thấy rằng trong một môi trường cạnh tranh gay gắt như hiện nay, doanh nghiệp muốn tồn tại nói chung, hay muốn khẳng định hình ảnh doanh nghiệp mình trong tâm trí người tiêu dùng đòi hỏi doanh nghiệp phải không ngừng nỗ lực, tìm ra các phương pháp, thủ thuật kinh doanh cũng như các giải pháp để hoàn thiện hoạt động kinh doanh của mình. Ngoài ra, doanh nghiệp phải biết tự mình nắm bắt những cơ hội nhỏ nhất. Một trong những phương pháp tốt nhất hiện nay giúp doanh nghiệp tồn tại đó là khai thác tối đa cơ hội mà tiếp thị mang lại, cũng như tiếp thị trực tuyến nói riêng, vì đây là một trong những công cụ giúp doanh nghiệp tồn tại và phát triển trên thị trường ngày nay.

Đề tài nghiên cứu này phần nào cũng đi sâu về việc phân tích thực trạng hoạt động Marketing Online tại công ty chuyên về hoạt động Công nghệ và Truyền thông – Bán lẻ Thế Giới Di Động để thấy các ưu và mặt hạn chế của các phương thức đang được công ty ứng dụng và đưa ra các giải pháp nhằm hoàn thiện thích hợp. Mặc dù là một công ty truyền thông và công nghệ nói chung nhưng công ty luôn chú trọng đến yếu tố marketing – marketing trực tuyến vì nó giúp khai thác lợi thế tuyệt đối của công ty và giảm ngân sách chung của công ty.

Biết rằng năng lực cá nhân còn nhiều khuyết điểm và hạn chế cũng như lần đầu trải nghiệm, tiếp xúc với môi trường thực tế nên việc nghiên cứu không thể tránh khỏi sai sót. Rất mong nhận được sự thông cảm và góp ý của quý thầy cô.

Một lần nữa em xin cảm ơn thầy Trần Thanh Tùng và mọi người ở Thế Giới Di Động Vườn Lài Quận 12 đã hỗ trợ em hoàn thành khóa luận này. Chúc thầy cô giàu sức khỏe và gặt hái nhiều thành tích. Kính chúc công ty sẽ phát triển ngày càng thành công hơn nữa.