

TIẾP THỊ ĐIỆN TỬ E-MARKETING

Nội Dung

Giới thiệu

Một số phương thức marketing trực tuyến

Lập kế hoạch tiếp thị điện tử

Khái niệm về E- Marketing

Marketing điện tử là 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. (P.Kotler)

Nội Dung

Giới thiệu

Một số phương thức marketing trực tuyến

Lập kế hoạch tiếp thị điện tử

Một số phương pháp marketing trực tuyến

Quảng cáo trực tuyến

Tiếp thị nội dung

Công cụ tìm kiếm (Search Engines)

Tiếp thị phương tiện xã hội

Chương trình liên kết (Affiliate programmes)

Thư điện tử

Khái niệm quảng cáo

Theo hiệp hội Marketing Mỹ (AMA): “Quảng cáo là bất cứ loại hình nào của sự hiện diện không trực tiếp của hàng hoá, dịch vụ hay tư tưởng hành động mà người ta phải trả tiền để nhận biết người quảng cáo”.

Theo Philip Kotler : “Quảng cáo là những hình thức truyền thông trực tiếp được thực hiện thông qua các phương tiện truyền tin phải trả tiền và xác định rõ nguồn kinh phí”

Quảng cáo trực tuyến

Một số loại quảng cáo trực tuyến.

- Banner Ad
- Quảng cáo theo ngữ cảnh
- Quảng cáo hướng đối tượng
- Quảng cáo tương tác
- Pre-Roll Video Ads
- Video Overlay Ads
- Tìm kiếm Adword

QUẢNG CÁO THEO NGỮ CẢNH

XÃ HỘI

Thứ bảy, 5/9/2009, 10:19 GMT+7

 E-mail Bấm In

Giới trẻ Sài Gòn 'nghiền' đồ ăn nhanh

Dù nghỉ ngơi khả năng tăng cân, nhưng cửa hiệu ăn nhanh với thương hiệu

Thói quen lê la hàng quán lề đường dần bị thay thế. Lý giải về việc chuyển n sở thích này, nhiều teen "vịn" vào tình hình dịch càng khó lường nên không còn tin tưởng vào là "ngon, bổ, rẻ". "Thậm chí món khoái khẩu trà sữa của bọn em cũng đang bị đe dọa vì nghi có chứa chất độc hại. Đến những quán ăn nhanh là chắc ăn nhất, vì ít ra cũng có thương hiệu và được nướng trong lò nhiệt độ cao", Thu Hương, một nữ sinh ở trường Võ Thị Sáu nói.

Đáp ứng nhu cầu này, thực đơn trong các quán ăn nhanh ngày càng trở nên phong phú cho thực khách lựa chọn. Ngoài những món truyền thống như bánh mì nướng, hamburger, pizza, gà rán, khoai tây chiên, nhiều nơi còn chế biến cả cơm chiên, mì xào, bít tết... Đặc biệt, đồ uống ở những quán ăn nhanh cũng được pha chế với màu sắc và hương vị khá hấp dẫn, có cả các loại cocktail trái cây pha rượu, mang phong cách "Tây". Mức giá mỗi phần ăn bao gồm cả nước uống thường từ 40.000 đến 60.000 đồng, các món ăn phụ chỉ vài ngàn đến hơn 20.000 đồng...

Tiêu đề quảng cáo ngữ cảnh

Link tới http://...

Mô tả sản phẩm quảng cáo

Tên các

ngày



Link tài trợ >

Món ngon cuối tuần
Cuối tuần thưởng thức món ăn ngon kiểu Pháp

Say mê với ẩm thực Nhật
Món ăn Nhật cốt để thưởng thức cái tươi sống

Bún Sài Gòn, tinh hoa đất Việt
Các loại bún nước, bún khô, bún cuốn, bún lẩu

**Văn hóa giao thông khi tắc đường**

**450 gương mặt tuổi trẻ tài cao lần đầu tụ hội**

**Người đẹp tuổi teen trong nắng thu Hà Nội**

**Cây cầu rộng nhất Việt Nam thành điểm ăn nhậu**

**Hàng trăm trường hợp gian lận phiếu bảo hiểm bị lật tẩy**

**Cứu người trong biển lử**

**Những kiểu nữ Miss Teen 2009**

**'Mê cung' dưới hầm bộ hành gần 100 triệu USD**

**Cuộc giải cứu bằng trực thăng trên đỉnh lử**

**Sốc với nhạc dành cho teen**

**Những kiểu nữ**

**'Mê cung' dưới**

Quảng cáo theo ngữ cảnh



Quảng cáo trực tuyến

Một số loại quảng cáo trực tuyến.

- Banner Ad
- Quảng cáo theo ngữ cảnh
- **Quảng cáo hướng đối tượng**
- Quảng cáo tương tác
- Pre-Roll Video Ads
- Video Overlay Ads
- Tìm kiếm Adword

Quảng cáo trực tuyến

Một số loại quảng cáo trực tuyến.

- Banner Ad
- Quảng cáo theo ngữ cảnh
- Quảng cáo hướng đối tượng
- **Quảng cáo tương tác**
- Pre-Roll Video Ads
- Video Overlay Ads
- Tìm kiếm Adword

Quảng cáo tương tác

Khái niệm : Quảng cáo tương tác là hình thức quảng cáo kết hợp nghệ thuật quảng cáo và sức mạnh công nghệ Online và cả Offline để tương tác một cách ấn tượng đến người nhận quảng cáo về sản phẩm, dịch vụ hay thương hiệu chủ đạo của chiến dịch quảng cáo. Mục tiêu cuối cùng là sự ấn tượng và độ nhận diện cao của người dùng về thông điệp quảng cáo.

Thường người tiêu dùng sẽ trả lời bằng cách click vào quảng cáo hoặc không để ý đến thông tin quảng cáo đó.

Quảng cáo tương tác

Các hình thức quảng cáo tương tác phổ biến hiện nay :

- Các Trò chơi tương tác online về sản phẩm
- Banner tương tác online
- Các outdoor quảng cáo tương tác âm nhạc, video, hình ảnh...
- Outdoor quảng cáo tương tác bằng cảm ứng

Quảng cáo tương tác



Quảng cáo trực tuyến

Một số loại quảng cáo trực tuyến.

- Banner Ad
- Quảng cáo theo ngữ cảnh
- Quảng cáo hướng đối tượng
- Quảng cáo tương tác
- Pre-Roll Video Ads
- Video Overlay Ads
- **Tìm kiếm Adword**

Search Adword Ad

Tìm kiếm các từ khóa nhất định trên Google

- kết quả: danh sách trả tiền + danh sách miễn phí
- Danh sách miễn phí được sắp xếp dựa trên sự phù hợp và tối ưu hóa
- Danh sách trả tiền được sắp xếp dựa trên giá trị trả.

Quảng cáo trả tiền

Dựa trên các từ khóa tìm kiếm;

Tỷ lệ clickthrough cao

Search Adword Ad

Chạy một chiến dịch Search Adword Ad là quá trình khá phức tạp:

- Hàng chục biến - từ các loại kết hợp từ khoá
- Quality Score - chỉnh sửa đã được dựa trên hiệu suất của chiến dịch.

Lựa chọn loại quảng cáo

Khó lựa chọn hình thức quảng cáo tốt nhất cho doanh nghiệp

Gợi ý: Nhìn vào những gì đối thủ cạnh tranh đang sử dụng, đang quảng cáo và các định dạng quảng cáo đang hiển thị.

Sáng tạo?

- Tám loại quảng cáo trên không phải là cách duy nhất để tiếp thị.
- Khám phá các ý tưởng quảng cáo mới

Một số phương pháp marketing trực tuyến

Quảng cáo trực tuyến

★ **Tiếp thị nội dung**

Công cụ tìm kiếm (Search Engines)

Tiếp thị phương tiện xã hội

Chương trình liên kết (Affiliate programmes)

Thư điện tử

Tiếp thị nội dung

là một thuật ngữ bao gồm tất cả dạng thức marketing liên quan đến việc tạo và chia sẻ nội dung. Nội dung được tạo ra dùng để hướng khách hàng đến các hành động mang lại lợi ích cho doanh nghiệp.

Tiếp thị nội dung là một hình thức [marketing](#), tập trung vào việc sáng tạo và truyền tải nội dung cho đối tượng mục tiêu (*Wikipedia*)

Tiếp thị nội dung

là một kỹ thuật tiếp thị dựa trên việc tạo ra và xuất bản nội dung có liên quan, có giá trị để thu hút và nhận được sự hưởng ứng của khách hàng mục tiêu nhằm đạt được những hành động sinh lợi từ khách hàng. (*forbes*)

Một số phương pháp marketing trực tuyến

Quảng cáo trực tuyến

Tiếp thị nội dung

★ **Công cụ tìm kiếm (Search Engines)**

Tiếp thị phương tiện xã hội

Chương trình liên kết (Affiliate programmes)

Thư điện tử

Công cụ tìm kiếm

là một công cụ cơ bản dùng để tìm kiếm các địa chỉ trang web theo những chủ đề xác định.

sự lựa chọn đầu tiên để truy nhập tin tức hay thông tin về một sản phẩm, dịch vụ nào đó không

Các công cụ tìm kiếm khác nhau có những trình tự khác nhau để sắp xếp các trang web theo mức độ tương thích với từ khoá cần tìm

Công cụ tìm kiếm

Cách đơn giản: đăng ký với một vài bộ tìm kiếm chính, ví dụ: www.google.com/addurl.html

[Home](#)

[About Google](#)

[Advertising Programs](#)

[Business Solutions](#)

[Webmaster Info](#)

► **Submit Your Site**

Find on this site:

Search

Share your place on the net with us.

We add and update new sites to our index each time we crawl the web, and we invite you to submit your URL here. We do not add all submitted URLs to our index, and we cannot make any predictions or guarantees about when or if they will appear.

Please enter your full URL, including the `http://` prefix. For example:

`http://www.google.com/`. You may also add comments or keywords that describe the content of your page. These are used only for our information and do not affect how your page is indexed or used by Google.

Please note: Only the top-level page from a host is necessary; you do not need to submit each individual page. Our crawler, Googlebot, will be able to find the rest. Google updates its index on a regular basis, so updated or outdated link submissions are not necessary. Dead links will 'fade out' of our index on our next crawl when we update our entire index.

URL:

Comments:

Optional:

To help us distinguish between sites submitted by individuals and those automatically entered by software robots, please type the squiggly letters shown here into the box below.

Add URL

Khoảng 3.050.000.000 kết quả (0,44 giây)

Quảng cáo · www.didongviet.vn/ ▾ 1800 6018

iPhone 12, 12 Pro, 12 Pro Max - Đặt Hàng Trước Nhiều Ưu Đãi

Nhận Thu Cũ Lên Đời **iPhone 12 - 12 mini, 12 Pro - 12 Pro Max**. Trả Góp Lãi Suất 0%. Hệ thống 25 cửa hàng. Giao hàng tận nơi. Trả góp chỉ cần CMND + GPLX. Uy tín hơn 10 năm. Bảo hành rơi vỡ, vỡ nước.

 Quận Tân Bình · 15 vị trí lân cận

Quảng cáo · www.bachlongmobile.com/ ▾ 093 803 80 38

iPhone 12 | 12 Pro Đã Có Hàng - Chính Hãng Bảo Hành 12 Tháng

Mua điện thoại **iPhone 12** giá rẻ góp 0%. Đặt trước tặng ngay tiền mặt. Có hàng sớm nhất VN. **iPhone 12** Series cao cấp nhất 2020 – Cấu hình và camera đỉnh cao. Trợ giá Thu Cũ Đổi Mới. Trả Góp 0% Lãi Suất. Đủ Màu | Đủ Phiên Bản. Cam Kết Giá Luôn Rẻ Nhất.

[Bạch Long Mobile](#) · [Máy Cũ Giá Sốc](#) · [iPhone XR, XS, XS Max](#) · [Liên hệ chúng tôi](#) · [Địa chỉ](#)

Công cụ tìm kiếm

3 bộ phận chính:

- Bộ phận thu thập dữ liệu (Spider)
- Bộ phận lập chỉ mục
- Bộ phận xử lí— tính toán

SEO - Search Engine Optimisation

SEO là một tập hợp các kỹ thuật tối ưu website

- Giúp cho các công cụ tìm kiếm tìm thấy, xếp hạng trang web của bạn cao hơn hàng triệu trang web khác tương ứng với các truy vấn tìm kiếm của người dùng

SEO giúp trang web của bạn có thêm nhiều truy cập từ công cụ tìm kiếm.

Google PageRank là gì?

Google PageRank hiện là chỉ số đáng tin cậy xác định giá trị của một trang web.

Google đánh giá và xếp hạng các trang web:

- tự động và thủ công dựa trên hơn 100 chỉ số chính với những thuật toán xuất sắc.

Google PageRank là gì?

Một vài chỉ số quan trọng quyết định Google PageRank của một trang web:

- độ hữu dụng của thông tin trên trang web,
- độ phổ biến của trang web,
- chất lượng kỹ thuật,
- ...

Google PageRank được chia làm 10 bậc và được biểu hiện bằng vạch màu xanh trên nền trắng:

- Giá trị của mỗi trang web theo Google PageRank tăng dần từ 1 đến 10.

Google PageRank mang lại những lợi ích gì?

Đem lại ấn tượng đáng tin cậy cho khách truy cập

Ảnh hưởng trực tiếp tới vị trí hiển thị của mỗi trang web trong danh sách kết quả tìm kiếm của Google.

GooglePageRank là một công cụ hỗ trợ các webmaster quản trị website.

Các phương pháp

SEO on-page

SEO off-page

SEO on-page

Tối ưu hóa bên trong website

- Xây dựng URL
- Tạo sitemap thân thiện với công cụ tìm kiếm
 - Tốc độ load trang
- Tối ưu hóa nội dung website
 - Thẻ tiêu đề trang – Title Tag
 - Thẻ mô tả - Meta Description
 - Thẻ H – H1 và H2 tags
 - Thẻ mô tả hình ảnh – Alt image tag



SIÊU PHẨM iPhone 12 Series

ƯU ĐÃI KHỦNG ĐẾN **3 TRIỆU**

TẶNG NGAY
2 TRIỆU

hoặc

TRẢ GÓP
0%
nhà tài chính

THU CŨ ĐỔI MỚI
TÀI TRỢ **1 TRIỆU**

1500 suất giảm thêm **1 TRIỆU** khi thanh toán online qua **VNPAY^{QR}***

» Giảm **30%** cho phụ kiện chính hãng Apple khi mua kèm. [Xem chi tiết](#) «

GIÁ CHÍNH THỨC

iPhone 12 mini từ: **21.990.000đ**

iPhone 12 từ: **24.990.000đ**

iPhone 12 Pro từ: **30.990.000đ**

iPhone 12 Pro Max từ: **33.990.000đ**

ĐĂNG KÝ NHẬN THÔNG TIN

11.399 khách đăng ký | [Xem thông tin](#)

Tổng đài: 1800.1060

Chia sẻ:

👍 Thích 1,5K

Chia sẻ

Hỗ trợ
online

* Không kèm Thu cũ, Trả góp

CÁC PHƯƠNG PHÁP

SEO on-page

SEO off-page

SEO off-page

Đăng ký website

- Chọn tên miền phù hợp với mục đích quảng bá.
- Xây dựng liên kết từ website trở đến website cần SEO
- Xây dựng nội dung thật hay để các website khác trở link đến site cần SEO

Post Comment trên Blog

Đề lại chữ ký trên Forum

- Trao đổi chéo backlink
- Mua link

SEO off-page

Thực hiện các chiến lược truyền thông xã hội

Xây dựng các trang di động hay các ứng dụng di động

SEO đa ngôn ngữ

SEO hình ảnh

SEO video

Nội dung thu hút người dùng

Xây dựng liên kết

Quan sát đối thủ cạnh tranh

Xây dựng các trang địa phương

Quảng cáo trang web

Một số phương pháp marketing trực tuyến

Quảng cáo trực tuyến

Tiếp thị nội dung

Công cụ tìm kiếm (Search Engines)

★ **Tiếp thị phương tiện xã hội**

Chương trình liên kết (Affiliate programmes)

Thư điện tử

Tiếp thị phương tiện xã hội

Là một hình thức của tiếp thị internet.

Bao gồm việc tạo và chia sẻ nội dung trên các mạng truyền thông xã hội.

- Facebook, Twitter, Instagram và Pinterest

Giúp đạt được các mục tiêu marketing thương hiệu của bạn.

Bao gồm các hoạt động:

- Đăng nội dung kèm hình ảnh, video.
- Đăng các nội dung thúc đẩy sự tham gia của khán giả.

Một số phương pháp marketing trực tuyến

Quảng cáo trực tuyến

Tiếp thị nội dung

Công cụ tìm kiếm (Search Engines)

Tiếp thị phương tiện xã hội

★ **Chương trình liên kết (Affiliate programmes)**

Thư điện tử

Chương trình liên kết

phương pháp xây dựng đại lý hay hiệp hội bán hàng qua mạng

- dựa trên những thoả thuận hưởng phần trăm hoa hồng.

Tiền hoa hồng dựa trên khả năng bán hàng hay đưa truy cập tới website:

- Pay-per-click
- Pay-per-lead
- Pay-per-sale

Chương trình liên kết

Trả tiền cho click: website A: chủ, website B: đại lý

- Pay-per-click: tiền được trả tính trên mỗi click
- Pay-per-lead: tiền được trả tính trên mỗi trường hợp có một người từ website B click lên link để đi sang website A và người đó có tham gia một hành động nào
- Pay-per-sale: tiền được trả tính trên mỗi trường hợp có một người từ website B click lên link để đi sang website A và người đó có mua sản phẩm hay dịch vụ từ A (tính theo % trị giá giao dịch)

Chương trình liên kết

Có thể hoạt động trên quy mô tương đối lớn

Amazon.com đã phát triển trên 60.000 địa chỉ website đại lý.

Mỗi một địa chỉ website đại lý có thể được xem là một đại lý của website chủ.

[Shop All Departments](#)

Search All Departments

[Wish List](#)[Unlimited Instant Videos](#)[MP3s & Cloud Player](#)

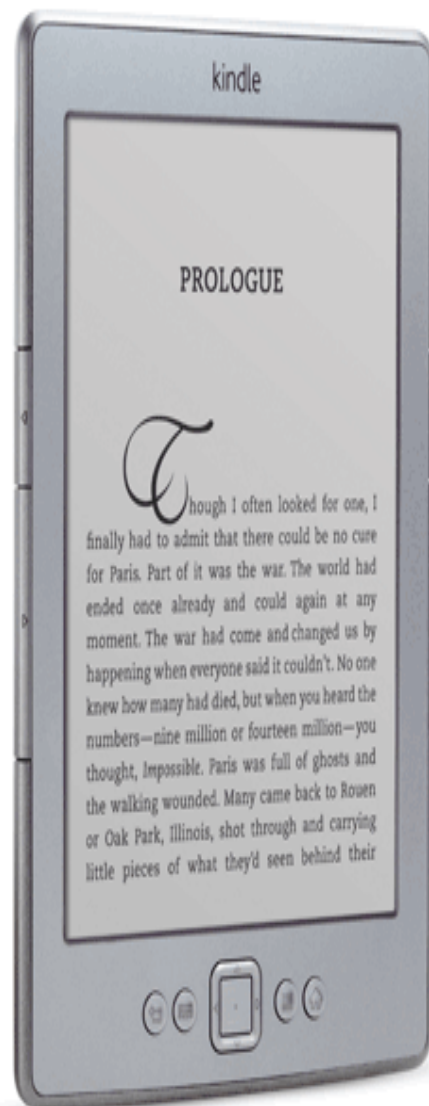
18 million songs, play anywhere

[Amazon Cloud Drive](#)

5 GB of free storage

[Kindle](#)[Appstore for Android](#)

Get a premium app for free today

[Digital Games & Software](#)[Audible Audiobooks](#)[Books](#)[Movies, Music & Games](#)[Electronics & Computers](#)[Home, Garden & Tools](#)[Grocery, Health & Beauty](#)[Toys, Kids & Baby](#)[Clothing, Shoes & Jewelry](#)[Sports & Outdoors](#)

The All-New
Kindle
Lighter, Smaller, Faster

\$109 [Order now](#)

Holiday Flurry Deals Week
Toys & Games Day

[See the deals](#)

Groups

Focus on the people
who matter



Advertisement

FREE Two-Day Shipping

Get to Know Us

[Careers](#)

[Investor Relations](#)

[Press Releases](#)

[Amazon and Our Planet](#)

[Amazon in the Community](#)

Make Money with Us

[Sell on Amazon](#)

[Become an Affiliate](#)

[Advertise Your Products](#)

[Independently Publish with Us](#)

[› See all](#)

Let Us Help You

[Shipping Rates & Policies](#)

[Amazon Prime](#)

[Returns Are Easy](#)

[Manage Your Kindle](#)

[Help](#)



[Canada](#) [China](#) [France](#) [Germany](#) [Italy](#) [Japan](#) [Spain](#) [United Kingdom](#)

[AbeBooks](#)
Rare Books
& Textbooks

[AmazonLocal](#)
Great Local Deals
in Your City

[AmazonWireless](#)
Cellphones &
Wireless Plans

[Askville](#)
Community
Answers

[Audible](#)
Download
Audio Books

[Diapers.com](#)
Everything
But The Baby

[DPRreview](#)
Digital
Photography

[Endless](#)
Shoes
& More

[Fabric](#)
Sewing, Quilting
& Knitting

[IMDb](#)
Movies, TV
& Celebrities

[MYHABIT](#)
Private Fashion
Designer Sales

[Shopbop](#)
Designer
Fashion Brands

[Small Parts](#)
Industrial
Supplies

[Soap.com](#)
Health, Beauty &
Home Essentials

[Warehouse Deals](#)
Open-Box
Discounts

[Woot](#)
Never Gonna
Give You Up

[Zappos](#)
Shoes &
Clothing

Make Money Advertising Amazon Products

Earn up to 15% in referrals by advertising Amazon products.

Advertise products
on your web page



People follow the
links to Amazon



Earn up to 15%
when they buy



**Already a member? Sign in to
access your account.**

Email address

Password

[Sign In](#)

[Need help?](#)

Don't have an account?

[Join now for FREE!](#)

New Associate Tools

Holiday

Get our new **Holiday Multi-Link Banner** and link to 4 premier Holiday stores with just one impression. The links auto update as

Links & Banners

Link to Amazon or Endless products, your favorite destinations, search results, or any other page on Amazon.

Widgets

Want something that stands out and provides rich content and an interactive experience to people visiting your web page?

Site Stripe

Create links and widgets right from any Amazon.com page.

Một số phương pháp marketing trực tuyến

Quảng cáo trực tuyến

Tiếp thị nội dung

Công cụ tìm kiếm (Search Engines)

Tiếp thị phương tiện xã hội

Chương trình liên kết (Affiliate programmes)

★ **Thư điện tử**

Một số hình thức Email marketing

Giới thiệu thông tin sản phẩm dịch vụ, bản tin khuyến mãi giảm giá cho các KH tiềm năng.

Gửi bản tin (newsletter) cập nhật thông tin dịch vụ, thị trường, tin tức tới các khách hàng đã đăng ký nhận tin.

Chăm sóc các khách hàng hiện tại bằng cách gửi các hướng dẫn sử dụng (manual), thông tin hữu ích, các ebook, video

Một số hình thức Email marketing(tt)

Gửi thiệp điện tử (e-card) cho khách hàng hiện tại vào các dịp đặc biệt như sinh nhật để tăng cường mối quan hệ và tăng lượng khách hàng trung thành

Gửi email mời tham gia vào các sự kiện trực tuyến trên website

....

Email marketing vs Spam

Email Marketing khác với Spam như thế nào ?

- gửi tràn lan những email quảng cáo, tiếp thị được gửi đến bất cứ ai, bất cứ đối tượng nào → thư rác (Spam)
- khác biệt duy nhất và lớn nhất giữa Spam và Email marketing là **sự đồng ý của người nhận email** dành cho người gửi.

3 bước cơ bản triển khai Email Marketing

Xây dựng danh sách email



Thiết kế email



Gửi và đánh giá kết quả

Nội Dung

Giới thiệu

Một số phương thức marketing trực tuyến

Lập kế hoạch tiếp thị điện tử

Mô hình SOSTAC

S Situation Analysis - Where are we now?

O Objectives - Where do we want to go?

S Strategy - How do we get there?

T Tactics - How exactly do we get there?

A Actions - What is our plan?

C Control - Did we get there?

6 bước lập kế hoạch tiếp thị điện tử theo mô hình SOSTAC

1. Tiến hành phân tích tình huống
2. Xác định mục tiêu
3. Thiết kế các chiến lược tiếp thị kết hợp để đáp ứng các mục tiêu
4. Thiết kế các chiến thuật
5. Thiết kế kế hoạch hành động
6. Kiểm soát

Tiến hành phân tích tình huống

Phân tích cơ hội thị trường

- Bao gồm cả cung và cầu
 - phân tích phía cầu, đánh giá tiềm năng sinh lời
 - phân tích phía cung, đánh giá đối thủ cạnh tranh, và tìm ra lợi thế cạnh tranh
- SWOT

SWOT

Strengths

- Lợi thế của mình là gì?
- Công việc nào mình làm tốt nhất?
- Nguồn lực nào mình cần, có thể sử dụng?
- Ưu thế mà người khác thấy được ở mình là gì?

Weaknesses

- Có thể cải thiện điều gì?
- Công việc nào mình làm tồi nhất?
- Cần tránh làm gì?

SWOT

Opportunities:

- Cơ hội tốt đang ở đâu?
- Xu hướng đáng quan tâm nào mình đã biết?

Threats:

- Những trở ngại đang phải?
- Các đối thủ cạnh tranh đang làm gì?
- Những đòi hỏi đặc thù về công việc, về sản phẩm hay dịch vụ có thay đổi gì không?
- Thay đổi công nghệ có nguy cơ gì với công ty hay không?
- Có vấn đề gì về nợ quá hạn hay dòng tiền?
- Liệu có yếu điểm nào đang đe dọa công ty?

SWOT

Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

S- Điểm mạnh

...

W- Điểm yếu

...

O- Cơ hội

...

T- Đe dọa

...

Tiến hành phân tích tình huống

Môi trường pháp lý / chính trị

- Thuế, truy cập, bản quyền, và mã hóa

Môi trường công nghệ

- Cơ sở hạ tầng viễn thông
- Băng thông, và các thiết bị duyệt mới

Tiến hành phân tích tình huống

Xu hướng người dùng

- Tập trung vào cách người xem mạng đã thay đổi trong sáu tháng cuối năm, năm trước,...
- Có bất kỳ xu hướng gì?
- Có bất kỳ phân đoạn mục tiêu quan trọng trực tuyến?

Các nền kinh tế thế giới

- Hiểu các nền kinh tế ở nước ngoài, họ có cơ sở hạ tầng thích hợp để hỗ trợ những gì chúng ta đang làm?

Các yếu tố bên trong cần phân tích

Văn hóa công ty.

Hình ảnh công ty.

Cơ cấu tổ chức.

Nhân lực chủ chốt.

Khả năng sử dụng các nguồn lực.

Kinh nghiệm đã có.

Hiệu quả hoạt động.

Năng lực hoạt động.

Danh tiếng thương hiệu.

Thị phần.

Nguồn tài chính.

Hợp đồng chính yếu.

Bản quyền và bí mật thương mại

Các yếu tố bên ngoài cần phân tích

Khách hàng.

Đối thủ cạnh tranh.

Xu hướng thị trường.

Nhà cung cấp.

Đối tác.

Thay đổi xã hội.

Công nghệ mới.

Môi trường kinh tế.

Môi trường chính trị và pháp luật

6 bước lập kế hoạch tiếp thị điện tử theo mô hình SOSTAC

1. Tiến hành phân tích tình huống

★ 2. **Xác định mục tiêu**

3. Thiết kế các chiến lược tiếp thị kết hợp để đáp ứng các mục tiêu

4. Thiết kế các chiến thuật

5. Thiết kế kế hoạch hành động

6. Kiểm soát

Đặt mục tiêu

Nêu những mục tiêu marketing muốn đạt được trong một khoảng thời gian nào đó. Các mục tiêu thường đặt ra là:

- Mục tiêu kinh doanh: doanh số bán hàng online
- Mục tiêu độ nhận biết thương hiệu, mức độ thâm nhập thương hiệu, lượng truy cập website.

Mục tiêu đảm bảo SMART

- Specific - cụ thể, dễ hiểu
- Measurable – đo lường được
- Achievable – vừa sức
- Realistics – thực tế.
- Timebound – có thời hạn

6 bước lập kế hoạch tiếp thị điện tử theo mô hình SOSTAC

1. Tiến hành phân tích tình huống
2. Xác định mục tiêu
- ★ 3. **Thiết kế các chiến lược tiếp thị kết hợp để đáp ứng các mục tiêu**
4. Thiết kế các chiến thuật
5. Thiết kế kế hoạch hành động
6. Kiểm soát

Thiết kế các chiến lược tiếp thị kết

Cách thức lập kế hoạch để hoàn thành các mục tiêu đặt ra

Strategic justification : phù hợp với nhiệm vụ và mục tiêu chung của công ty

Operational justification – xác định và định lượng những cải tiến quy trình cụ thể đó sẽ là kết quả của chiến lược

Technical justification – công nghệ sẽ phù hợp và cung cấp sức mạnh tổng hợp với khả năng CNTT hiện tại

Financial justification – xem xét phân tích chi phí / lợi nhuận

Xác định thị trường mục tiêu

Khi nhiều mục tiêu được xác định: xếp theo thứ tự quan trọng để các nguồn lực có thể được phân bổ phù hợp

Mỗi thị trường cần phải được cấu hình tốt bởi đặc điểm, hành vi và mong muốn

Các doanh nghiệp phải hiểu được những value proposition cho từng thị trường

6 bước lập kế hoạch tiếp thị điện tử theo mô hình SOSTAC

1. Tiến hành phân tích tình huống
2. Xác định mục tiêu
3. Thiết kế các chiến lược tiếp thị kết hợp để đáp ứng các mục tiêu
- ★ 4. **Thiết kế các chiến thuật**
5. Thiết kế kế hoạch hành động
6. Kiểm soát

Thiết kế các chiến thuật

Bao gồm một số công cụ nhất định của tiếp thị kỹ thuật số được sử dụng để hiểu rõ các mục tiêu của kế hoạch tiếp thị kỹ thuật số

Là chiến lược chi tiết

6 bước lập kế hoạch tiếp thị điện tử theo mô hình SOSTAC

1. Tiến hành phân tích tình huống
2. Xác định mục tiêu
3. Thiết kế các chiến lược tiếp thị kết hợp để đáp ứng các mục tiêu
4. Thiết kế các chiến thuật cho từng chiến lược
- ★ 5. **Thiết kế kế hoạch hành động**
6. Kiểm soát

Thiết kế kế hoạch hành động

Phân bổ các công việc:

- thời gian hoàn thành với từng nhóm, từng cá nhân

Tổng hợp tất cả các hoạt động marketing sẽ thực hiện → bảng

Với từng hoạt động:

- hành động gì
- trong khoảng thời gian nào
- ai là người chịu trách nhiệm
- cần những nguồn lực nào

Thiết kế kế hoạch hành động

Xác định ngân sách triển khai

Đánh giá chi phí

Phân tích lợi nhuận

Xác định Revenue Streams tiềm năng

6 bước lập kế hoạch tiếp thị điện tử theo mô hình SOSTAC

1. Tiến hành phân tích tình huống
2. Xác định mục tiêu
3. Thiết kế các chiến lược tiếp thị kết hợp để đáp ứng các mục tiêu
4. Thiết kế các chiến thuật
5. Thiết kế kế hoạch hành động
- ★ 6. **Kiểm soát**

Kiểm soát

Xác nhận sự thành công của tất cả các bước trên

Giám sát các hoạt động của đối thủ cạnh tranh.

Độ đo thường sử dụng

- Doanh số
- Khách hàng tiềm năng
- ROI
- Nhận thức
- Thái độ
- Giao dịch

Kiểm soát

Nhận thức

- Đo lượt truy cập và impressions

Thái độ

- Khảo sát khách hàng về sự hài lòng với thương hiệu:
- CRM
- công ty sẽ sử dụng AOV (Giá trị đặt hàng trung bình) và LTV (lifetime customer value)

Giao dịch

- Đo lượng mua, lưu lượng trang web
- tỷ lệ click-through