

BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

MỘT SỐ KIẾN NGHỊ NHẪM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG MARKETING TRỰC TUYẾN CHO CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ CÔNG NGHỆ ĐẠI VIỆT

Ngành: **QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Giảng viên hướng dẫn:

Sinh viên thực hiện:

MSSV:

Lớp:

TP. Hồ Chí Minh, 2019



BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ TP. HCM

BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

MỘT SỐ KIẾN NGHỊ NHẪM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG MARKETING TRỰC TUYẾN CHO CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ CÔNG NGHỆ ĐẠI VIỆT

Ngành: **QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Giảng viên hướng dẫn:

Sinh viên thực hiện:

MSSV:

Lớp:

TP. Hồ Chí Minh, 2019

Lời cam đoan

<https://baocaothuctap.net/loi-cam-doan-trong-bao-cao-thuc-tap/>

Lời cảm ơn

<https://baocaothuctap.net/loi-cam-on-khoa-luan-tot-nghiep/>

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc-----

NHẬN XÉT THỰC TẬP

Họ và tên sinh viên :

MSSV :

Khoá :

1. Thời gian thực tập

.....

2. Bộ phận thực tập

.....

3. Tinh thần trách nhiệm với công việc và ý thức chấp hành kỷ luật

.....

4. Kết quả thực tập theo đề tài

.....

5. Nhận xét chung

.....

Đơn vị thực tập

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

NHẬN XÉT GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

Họ và tên sinh viên :

MSSV :

Khoá :

1. Thời gian thực tập

.....

2. Bộ phận thực tập

.....

3. Nhận xét chung

.....

Giảng viên hướng dẫn

TÀI 8 ĐỀ CƯƠNG BÁO CÁO THỰC TẬP MARKETING ONLINE

<https://baocaothuctap.net/de-cuong-bao-cau-thuc-tap-marketing-online/>

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	ii
NHẬN XÉT THỰC TẬP	iii
NHẬN XÉT GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN	iv
DANH MỤC VIẾT TẮT	v
LỜI NÓI ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ CÔNG NGHỆ ĐẠI VIỆT	2
1.1. Lịch sử hình thành và phát triển	2
1.2. Chức năng, nhiệm vụ của công ty	2
1.2.1. Chức năng	2
1.2.2. Nhiệm vụ	3
1.3. Cơ cấu tổ chức của công ty	3
1.3.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức	3
1.3.2. Chức năng - Nhiệm vụ các phòng ban	3
1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong 3 năm (2016 – 2018)	5
Tóm tắt chương 1:	6
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG MARKETING ONLINE TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ CÔNG NGHỆ ĐẠI VIỆT	7
2.1. Thực trạng marketing online tại Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt	7
2.1.1. Website của công ty	7

2.1.2. Email Marketing	12
2.1.3. Marketing trên thiết bị di động (Mobile Marketing)	13
2.1.4. Marketing qua các công cụ tìm kiếm (Search Engine Marketing)	14
2.1.5. Kênh truyền thông mạng xã hội (Social Media Marketing)	15
2.2. Nhận xét thực trạng chiến lược Marketing trực tuyến và những tồn tại cần khắc phục	17
2.2.1. Ưu điểm	17
2.2.2. Hạn chế	18
Tóm tắt chương 2:	19
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ KIẾN NGHỊ NHẪM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG MARKETING TRỰC TUYẾN CHO CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ CÔNG NGHỆ ĐẠI VIỆT	20
3.1. Website	20
3.2. Email Marketing	20
S 3.3. Marketing thông qua các ứng dụng cho điện thoại	22
3.4. Marketing qua các công cụ tìm kiếm (Search Engine Marketing)	23
3.5. Quảng cáo trực tuyến (Online Advertising)	24
3.6. Kênh truyền thông mạng xã hội (Social Media Marketing)	25
KẾT LUẬN	27
TÀI LIỆU THAM KHẢO	28

DANH MỤC VIẾT TẮT

Ký hiệu viết tắt	Tên đầy đủ
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
SMS	Short message service (Quảng cáo qua tin nhắn)
SMM	Social media marketing (Quảng cáo qua mạng xã hội)
SEM	Search engine marketing (Quảng cáo trên công cụ tìm kiếm)
SEO	Search engine optimization (Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm)
PPC	Pay-per-click ads (Trả tiền theo cú nhấp chuột)
SMO	Social media marketing (Tối ưu hóa các mạng xã hội)
VSM	Video search marketing (Marketing thông qua kết quả search video)
PR	Public Relation (Quan hệ công chúng)
TNDN	Thu nhập doanh nghiệp
VND	Việt Nam đồng
GDP	Gross Domestic Product (Tổng sản phẩm nội địa)

DANH MỤC HÌNH ẢNH

SỐ HÌNH	TÊN BẢNG	SỐ TRANG
Hình 1.1	Sơ đồ tổ chức Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt	3
Hình 2.1	Logo website	8
Hình 2.2	Giao diện trang chủ công ty	9
Hình 2.3	Giao diện trang chủ công ty (phía dưới)	10
Hình 2.4:	Chứng nhận của Bộ Công Thương	10
Hình 2.5	Trang giới thiệu sản phẩm của khách hàng	11
Hình 2.6	Giao diện trang chủ Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt trên điện thoại di động	13
Hình 2.7	Tìm kiếm thử từ khóa trên google	15
Hình 2.8	Kênh fanpage riêng của Công ty	16
Hình 2.9	Kênh fanpage riêng của Công ty	17

DANH MỤC BẢNG

SỐ BẢNG	TÊN BẢNG	SỐ TRANG
Bảng 1.1	Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty 3 năm gần nhất	5

LỜI NÓI ĐẦU

LỜI MỞ ĐẦU KHÁC TẠI

<https://baocaothuctap.net/loi-mo-dau-bao-cao-thuc-tap-marketing-online/>

Sự bùng nổ về công nghệ thông tin và Internet trong thời đại ngày nay đã mở ra một trang mới cho Marketing trực tuyến với những ưu điểm vượt trội so với các hình thức Marketing truyền thống như sự đa dạng, tính tương tác hữu hiệu và tốc độ cập nhật nhanh chóng...thông qua cách hình thức như: email marketing, website marketing, quảng cáo trực tuyến...

Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt đã nhận thức được những ưu điểm của Marketing trực tuyến, nhưng chưa có sự đầu tư để triển khai các chiến lược Marketing trực tuyến sao cho hiệu quả. Việc triển khai các chiến lược Marketing trực tuyến còn nhiều tồn tại trong đó việc quan trọng và cần thiết đầu tiên là công tác xây dựng và phát triển chiến lược Marketing trực tuyến một cách cụ thể. Do vậy, qua thời gian thực tập và có sự nghiên cứu tình hình thực trạng hoạt động Marketing trực tuyến tại Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt, sinh viên đã lựa chọn đề tài: ***“Một số kiến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động marketing trực tuyến cho công ty cổ phần đầu tư và công nghệ Đại Việt”***

Nội dung đề tài được nghiên cứu gồm ba chương trong đó nội dung chủ yếu là hệ thống hóa cơ sở lý luận về marketing trực tuyến, phân tích thực trạng hoạt động Marketing trực tuyến của Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt qua các kết quả điều tra, nhằm tìm ra những mặt thành công và hạn chế, từ đó đưa ra giải pháp để xây dựng và phát triển được những chiến lược Marketing trực tuyến hiệu quả nhất.

NẾU BÀI CÓ CHƯƠNG CƠ SỞ LÝ LUẬN TẢI TẠI ĐÂY

<https://baocaothuctap.net/co-so-ly-luan-ve-truyen-thong-marketing-online/>

CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ CÔNG NGHỆ ĐẠI VIỆT

1.1. Lịch sử hình thành và phát triển

Đại Việt Group của chúng tôi cũng được gieo trồng từ những hạt mầm như thế. Vào năm 2006, anh Lê Xuân Trường – một người trẻ thế hệ 8X, đã bắt đầu ước mơ xây dựng một kênh thông tin về bất động sản – một lĩnh vực còn hết sức mới mẻ và lạ lẫm tại thời điểm bấy giờ chỉ với vốn vèn 2 nhân sự và 50 triệu đồng. Sau 11 năm nuôi dưỡng đam mê, đến nay, CEO Lê Xuân Trường đã xây dựng thành công một Đại Việt Group với hơn 700 nhân sự, có chi nhánh trải dài khắp 9 tỉnh thành trên cả nước.

Công ty Cổ phần Đầu tư và Công nghệ Đại Việt

Tổng đài CSKH: 1900 1881

Email: hotro@batdongsan.com.vn | cskh@batdongsan.com.vn

Giấy ĐKKD số: 0104630479 Do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội cấp lần đầu ngày 02/06/2010

Giấy phép ICP số 3399/GP-STTTT do Sở Thông tin và Truyền thông Hà Nội cấp ngày 4 tháng 9 năm 2014.

Toàn bộ quy chế, quy định giao dịch chung được đăng tải trên website áp dụng từ ngày 20/02/2019.

Xây dựng môi trường làm việc lý tưởng để nâng cao chất lượng cuộc sống của các thành viên, từ đó cung cấp các giải pháp công nghệ tốt nhất cho khách hàng và đóng góp tích cực cho cộng đồng.

1.2. Chức năng, nhiệm vụ của công ty

1.2.1. Chức năng

Đại Việt Group được biết đến như một nhà cung cấp các phần mềm tích hợp hệ thống, thi công phần mềm và đầu tư, xây dựng và phát triển các cổng thông tin điện tử hàng đầu về quảng cáo, truyền thông.

Đại Việt Group được đánh giá cao bởi những ý tưởng đột phá, những bước đi mạnh dạn trong phát triển các sản phẩm công nghệ. Chúng tôi luôn tự hiểu rằng, sự thành công của doanh nghiệp trước hết dựa trên nền tảng vững chắc từ nội lực, mà trong đó nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng nhất. Do đó, chúng tôi luôn nỗ lực hết sức mình mang đến cho cán bộ công nhân viên trong công ty một cuộc sống sung túc về vật chất và đủ đầy về tinh thần.

Không dừng lại ở những cái đã và đang có, Đại Việt Group luôn nỗ lực hơn nữa, tìm tòi hơn nữa, học hỏi, và sáng tạo hơn nữa để ngày càng hoàn thiện và phát triển một cách toàn vẹn nhất có thể.

1.2.2.Nhiệm vụ

Đại Việt Group hiểu được rằng, “ứng xử một cách có trách nhiệm trong xã hội sẽ mang lại sự giàu có trong tương lai”.

Song song với việc chú trọng, tập trung phát triển kinh doanh, Đại Việt Group luôn nỗ lực thực hiện tốt nhất trách nhiệm xã hội của mình thông qua đạo đức kinh doanh, đóng góp vào phát triển kinh tế bền vững, nâng cao chất lượng cuộc sống cho tất cả các thành viên trong đại gia đình Đại Việt Group, cho gia đình riêng của họ cũng như cho cộng đồng địa phương và xã hội nói chung.

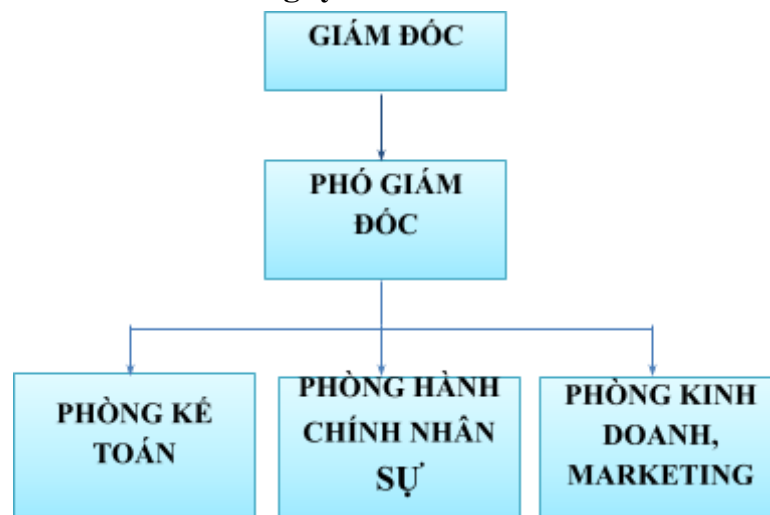
1.3.Cơ cấu tổ chức của công ty

1.3.1.Sơ đồ cơ cấu tổ chức

Các Mẫu sơ đồ tổ chức tại

<https://baocaothuctap.net/so-do-to-chuc/>

□ Sơ đồ tổ chức của Công ty



(Nguồn: Phòng hành chính nhân sự)

Hình 1.1: Sơ đồ tổ chức Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt

Sơ đồ tổ chức của Công ty theo mô hình trực tuyến, đây là mô hình quản lý phổ biến hiện nay. Cơ cấu tổ chức của Công ty đơn giản, cụ thể đảm bảo trách nhiệm rõ ràng và thông tin nhanh chóng giữa các phòng ban và ban lãnh đạo.

1.3.2.Chức năng - Nhiệm vụ các phòng ban

Giám đốc

Quản trị tổng thể tất cả các hoạt động của Công ty, bao gồm tài chính, nhân sự, kinh doanh và các hoạt động hằng ngày của Công ty, chỉ đạo, điều hành các bộ phận liên kết thực hiện kế hoạch, nhiệm vụ kinh doanh theo quy chế quản lý, hoạt động nội bộ. Tổ chức thực hiện kế hoạch kinh doanh và phương án đầu tư của Công ty.

Phó Giám đốc

Phó Giám đốc hỗ trợ Giám đốc trong từng lĩnh vực cụ thể và chịu trách nhiệm trước Giám đốc về các nội dung công việc được phân công và những công việc được Giám đốc ủy quyền.

Phòng Kinh doanh

Làm dịch vụ môi giới bất động sản và phụ trách các Văn phòng giao dịch bất động sản về nghiệp vụ. Dịch vụ tiếp thị và phân phối độc quyền cho các nhà đầu tư dự án bất động sản như căn hộ chung cư, căn hộ cao cấp cho thuê tại các trung tâm đô thị.

Phòng hành chính nhân sự

Phát triển thực hiện các chính sách nhân sự (tuyển dụng, đào tạo, phát triển, lương, thưởng, phúc lợi...), nội quy, quy định của Công ty. Xây dựng các tiêu chuẩn, hệ thống đánh giá nhân sự về các vấn đề liên quan như: năng lực, kết quả thực hiện công việc.

Kiểm tra, giám sát việc sử dụng quyền hạn, chấp hành các chính sách, chỉ thị và quyết định liên quan đến nhân sự của Công ty. Tổ chức đào tạo kỹ năng, nghiệp vụ, đánh giá trình độ năng lực cho cán bộ nhân viên Công ty.

Có nhiệm vụ quản lý toàn bộ nhân viên của Công ty, thực hiện các chức năng

quản lý và đào tạo nguồn nhân lực và phụ trách công tác hành chính văn thư của Công ty.

Phòng kế toán

Kiểm tra, giám sát việc thực hiện công tác tài chính kế toán của Công ty. Phân tích, đánh giá hiệu quả tài chính của Công ty theo từng thời kỳ, kiểm soát và thực hiện các biện pháp khắc phục những tồn tại, thiếu sót trong quản lý thu chi và sử dụng tài chính của Công ty.

Tìm kiếm các nguồn vốn với chi phí sử dụng vốn tốt nhất, nhằm phục vụ nhu cầu tài chính ngắn hạn và chiến lược phát triển trung và dài hạn của Công ty.

1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong 3 năm (2016 – 2018)

Bảng 1.1: Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty 3 năm gần nhất.

(Đơn vị tính: tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018	2018/2017		2017/2016	
				Doanh thu tăng	Tỷ lệ tăng %	Doanh thu tăng	Tỷ lệ tăng %
Tổng doanh thu	126	136	154	10	7,93	18	13,23
Tổng chi phí	109	116	129	7	6,4	13	11,2
Lợi nhuận	17	20	25	3	18	5	25

(Nguồn: Phòng Tài chính – Kế toán)

Nhận xét:

Doanh thu từ hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ Công ty đạt tương đối cao. Cụ thể doanh thu năm 2018 đạt 154 tỷ đồng, tăng 18 tỷ đồng so với doanh thu đạt được năm 2017 (136 tỷ đồng), tương ứng tăng 13,23% so với cùng kỳ năm 2017, năm 2017 doanh thu cũng tăng hơn 2016 10 tỷ đồng, đạt 7,93%. Doanh thu tăng trưởng hàng năm như vậy là điều đáng mừng cho công ty, trong năm 2017 và năm 2018 công ty đã mở rộng thêm một số chi nhánh, tình hình kinh doanh tại 2 chi nhánh này tuy mới hoạt động nhưng mang lại doanh thu cao cho công ty.

Tổng chi phí của Công ty năm 2018 là 129 tỷ đồng tăng 13 tỷ đồng so với năm 2017 tương ứng tăng 11,2%. Sở dĩ tổng chi phí tăng lên trong năm 2018 là do Công ty

chủ động tăng sản lượng do đã ký kết được nhiều hợp đồng lớn với các nước bên ngoài nên chi phí cho bảo trì mạng tăng lên đồng thời chi phí cho đầu tư trang thiết bị, khấu hao máy móc server, hosting hiện đại cũng tăng lên. Ngoài ra chi phí đầu tư cho 2 chi nhánh mới đã chiếm mất một khoảng chi phí lớn cho công ty trong giai đoạn 2017-2018

Lợi nhuận của Công ty năm 2018 là 25 tỷ đồng tăng 5 tỷ đồng so với năm 2017 là 20 tỷ đồng, tương ứng tăng 25%. Lợi nhuận của Công ty năm 2018 đã tăng lên một cách nhanh chóng cho thấy quy mô sản xuất của công ty ngày càng mở rộng, tăng cường sản xuất các mặt hàng cốt lõi không chỉ lớn về số lượng mà còn đảm bảo chất lượng, ngày càng tạo được sự tin nhiệm không chỉ khách hàng trong nước mà cả ở nước ngoài.

Tình hình lợi nhuận cũng đã tăng theo doanh thu, tuy 2 năm qua chi phí để mở rộng thêm chi nhánh và website kinh doanh nhưng tình hình lợi nhuận vẫn tăng đều hàng năm, cho thấy công ty đang trên đà phát triển thuận lợi. Lợi nhuận đang tăng trưởng mang về cho công ty lợi nhuận, trong kinh doanh, để tiếp tục giữ vững thị phần của mình trên thị trường, công ty cần nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng và marketing cũng như sử dụng lao động trong công ty, ngoài ra cần phải phân tích nhu cầu của khách hàng để có thể bắt kịp thị trường, đáp ứng kịp thời, đúng thời điểm nhu cầu của khách hàng hiện đại.

Tóm tắt chương 1:

Chương 1 tổng quan về thông tin và tình hình kinh doanh của Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt, giới thiệu về lịch sử hình thành và phát triển, chức năng và nhiệm vụ công ty, cơ cấu tổ chức, và kết quả kinh doanh của công ty trong giai đoạn vừa qua.

Tham khảo giá viết bài điểm cao

<https://baocaothuctap.net/>

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG MARKETING ONLINE TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ CÔNG NGHỆ ĐẠI VIỆT

2.1. Thực trạng marketing online tại Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt

2.1.1. Website của công ty

Trong tình hình cạnh tranh gay gắt như hiện nay, mỗi doanh nghiệp cần phải thu hút khách hàng tìm đến và sử dụng các sản phẩm, dịch vụ của mình. Việc xây dựng website riêng cho doanh nghiệp là một trong những hoạt động cơ bản để phát triển thương hiệu của doanh nghiệp, quảng bá sản phẩm, cũng như là xây dựng một kênh mua bán trực tuyến hiệu quả đối với một doanh nghiệp kinh doanh và sản xuất. Batdongsan.com.vn là website được rất nhiều nhà đầu tư cũng như khách hàng nhỏ lẻ sử dụng để kinh doanh sản phẩm bất động sản của mình. Hiện nay Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt có 4 website, trong đó có hai website chính và 2 website vệ tinh. Cụ thể:

Website chính thức: batdongsan.com.vn và oto.com.vn

Để có thể đánh giá được hiệu quả từ người kinh doanh trên của website batdongsan.com.vn của Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt, cũng như những hạn chế mà website của công ty đang gặp phải, cần phải đánh giá theo một trình tự và những nội dung cơ bản của một website như sau:

–Trang chủ:

Trang đầu tiên hiện lên khi người ta truy cập website đó. Trang chủ là nơi liệt kê các liên kết và thường dùng để trưng bày những thông tin mới nhất mà doanh nghiệp muốn giới thiệu đầu tiên đến người xem về chủ đề chính của trang web

Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt rất chú trọng vào sự gây ấn tượng với khách hàng khi vừa truy cập vào website, nên đã thiết kế trang chủ đơn giản

nhưng sang trọng, nói lên ý nghĩa của sản bất động sản tuy đơn giản nhưng sang trọng, tinh tế.

Để hỗ trợ cho việc lựa chọn các sản phẩm tùy từng loại, từng hãng và từng nhu cầu khác nhau dành cho khách hàng.

- Màu sắc chủ đạo của website là trắng, xanh hướng đến sự tinh tế, ấm áp và thân thiện với con người.
- Kết cấu của website đầu tiên sẽ là logo công ty trên cùng, bên phải website là những tiêu chí của công ty, nhằm giúp khách hàng hiểu đôi nét về sản giao dịch bất động sản của trang web

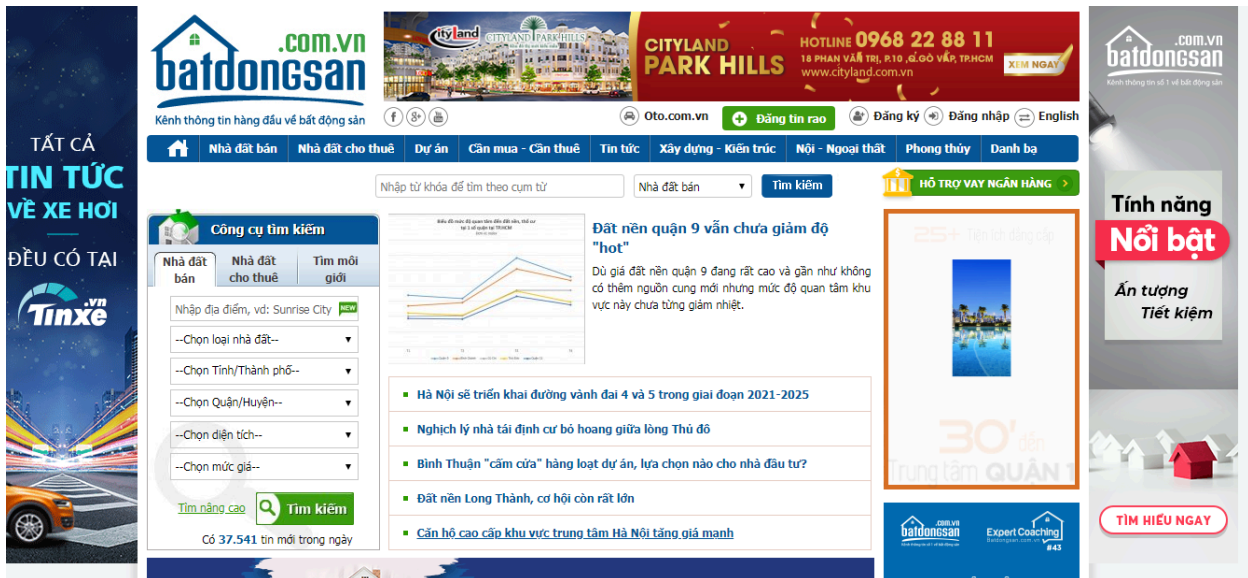


Hình 2.1. Logo website

- Bên trái website là thanh menu liệt kê từng nhóm sản phẩm và dịch vụ hỗ trợ cho sản phẩm như: Mua bán nhà, mua bán đất, tìm mô giới

- Giữa 2 thanh menu sẽ trình chiếu (Slide) hình ảnh các sản phẩm và chương

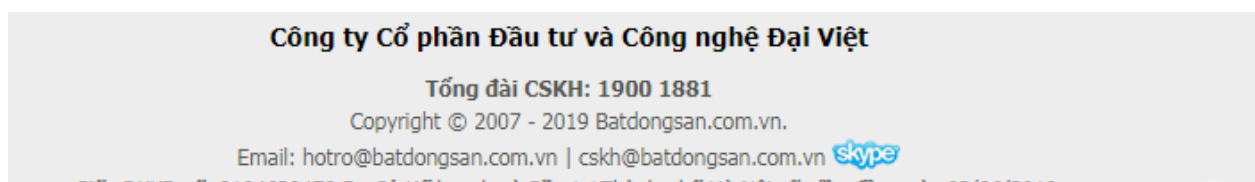
trình cho thuê banner, quảng cáo của công ty. Cùng với đó là thanh tìm kiếm, hỗ trợ sự tìm kiếm sản phẩm cho khách hàng, và hiện chỉ số sản phẩm, số tiền khách hàng đang trong quá trình truy cập mua ở website.



Hình 2.2: Giao diện trang chủ công ty

(Nguồn: batdongsan.com.vn)

Với việc thiết kế đầy đủ các mục cần thiết: (Trang chủ, giới thiệu, chọn sản phẩm, phong thủy, tin tức, liên hệ) và liệt kê chi tiết các hạng mục sản phẩm bên dưới của trang web, hỗ trợ tổng đài tư vấn trực tuyến nằm góc bên trái, từ đó có thể thấy rằng đây là một website được thiết kế khá thân thiện với người sử dụng.



Đối với những khách hàng không có nhiều kỹ năng về sử dụng internet, khi truy cập website của công ty có thể dễ dàng tìm kiếm những sản phẩm mà doanh nghiệp cung ứng được hiển thị chi tiết ở trang chủ của công ty. Tuy nhiên đây cũng chính là nhược điểm của website, với sự hiển thị nhiều sản phẩm kinh doanh từ phía đối tác, khách hàng khiến khách hàng tìm kiếm và lựa chọn sản phẩm khó hơn, không xem được nội dung chi tiết sản phẩm đó.

Công ty Cổ phần Đầu tư và Công nghệ Đại Việt

Tổng đài CSKH: 1900 1881
Copyright © 2007 - 2019 Batdongsan.com.vn.
Email: hotro@batdongsan.com.vn | cskh@batdongsan.com.vn 

Giấy ĐKKD số: 0104630479 Do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội cấp lần đầu ngày 02/06/2010
Giấy phép ICP số 3399/GP-STTTT do Sở Thông tin và Truyền thông Hà Nội cấp ngày 4 tháng 9 năm 2014.
Chịu trách nhiệm nội dung: Bà Trần Thị Hồng Thúy - ® Ghi rõ nguồn "Batdongsan.com.vn" khi phát hành lại thông tin từ website này.
Toàn bộ quy chế, quy định giao dịch chung được đăng tải trên website áp dụng từ ngày 20/02/2019.
Phát triển bởi Daiviet Software Jsc http://daivietgroup.com



Trụ sở chính
Tầng 31, Keangnam Hanoi Landmark Tower, khu E6, khu đô thị Cầu Giấy, phường Mễ Trì, quận Nam Từ Liêm, TP. Hà Nội
Tổng đài CSKH: 1900 1881
Điện thoại: (024) 3 562 5939 | (024) 3 562 5940

Chi nhánh TP. Hồ Chí Minh Tầng 8, Tòa nhà Xổ số Kiến thiết (Lottery Tower), Số 77 Trần Nhân Tôn, Phường 9, Quận 5, TP. Hồ Chí Minh Điện thoại: 0904 893 279	Chi nhánh Nha Trang Tầng 6, Tòa nhà CTCP Điện Lực Khánh Hòa, 11 Lý Thánh Tôn, Phường Vạn Thạnh, TP Nha Trang, Khánh Hòa Điện thoại: (0258) 3 818 886 - Mobile: 0902 169 295	Chi nhánh Vũng Tàu Tầng 4, tòa nhà ACB, số 111 Hoàng Hoa Thám, phường 2, TP. Vũng Tàu, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu Điện thoại: (0254) 3 511 339 - Mobile: 0904 509 293
Văn phòng Quận 1 TP. Hồ Chí Minh Lầu 5 Sailing Tower, 111A Pasteur, phường Bến Nghé, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh Điện thoại: 090 494 6163	Chi nhánh Hải Phòng Phòng 601B, TD Business Center, lô 20A Lê Hồng Phong, quận Ngô Quyền, TP. Hải Phòng Điện thoại: (0225) 3 246 848 - Mobile: 0903 456 322	Chi nhánh Bình Dương Phòng 10, tầng 16, Becamex Tower, số 230 Đại lộ Bình Dương, P.Phú Hòa, TP.Thủ Dầu Một, tỉnh Bình Dương Điện thoại: (0274) 22 21 201, Mobile: 0919 255 580
Chi nhánh Đà Nẵng Tầng 9, tòa nhà Vĩnh Trung Plaza, số 255 – 257 Hùng Vương, phường Vĩnh Trung, quận Thanh Khê, TP. Đà Nẵng Điện thoại: (0236) 3 666 968 - Mobile: 0904 907 279	Chi nhánh Cần Thơ Lầu 8, số 8 đường Phan Văn Trị, phường An Phú, quận Ninh Kiều, TP. Cần Thơ Điện thoại: (0292) 3 837 838 - Mobile: 0902 229 697	Chi nhánh Đồng Nai Lầu 18, tòa Pegasus, số 53-55 đường Võ Thị Sáu, phường Quyết Thắng, TP. Biên Hoà, tỉnh Đồng Nai Điện thoại: 0906 282 428

Hình 2.3: Giao diện trang chủ công ty (phía dưới)

(Nguồn: batdongsan.com.vn)

–Chân trang (Header) của website

Header được chia là 4 cột, cột đầu tiên luôn được các doanh nghiệp nói chung và Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt nói riêng ưu tiên trình bày địa chỉ, hotline, gmail, các chi nhánh trực thuộc và đặc biệt là chứng nhận của Bộ Công Thương



Hình 2.4: Chứng nhận của Bộ Công Thương

Cột cuối cùng, là nhận thông báo từ công ty trong những nội dung như: Giới thiệu, Điều khoản thỏa thuận, Quy chế hoạt động, Cơ chế giải quyết khiếu nại, Chính sách bảo mật thông tin, Báo giá & hỗ trợ, Những câu hỏi thường gặp, Quy định đăng

tin. Tuyển Dụng. Liên hệ. Đây là một công cụ marketing khác ít người biết đến khi phát triển thương hiệu hoặc doanh thu cho công ty là Email Marketing. Công ty có thể gửi về thông tin chương trình ưu đãi, chăm sóc khách hàng đến các nhóm khách hàng cần nhắm mục tiêu. Hiện nay, có rất nhiều các công cụ cho gửi 1 list Email với nội dung có sẵn cho list khách hàng bạn đang nắm giữ: khách hàng thân thiết, khách hàng đã đến 1 lần,...

–Trang chọn sản phẩm

Trang chọn sản phẩm mà công ty đang sử dụng cũng chính là trang chủ, với sự hiển thị thanh menu bên trái, cùng đó công ty thể hiện từng nhóm sản phẩm trực tiếp trên trang chủ, hình ảnh minh họa nhóm sản phẩm.

Những sản phẩm và dịch vụ của công ty cũng được doanh nghiệp liệt kê ở ngoài trang chủ để cho khách hàng có thể dễ dàng nắm bắt cũng như là tìm kiếm được những sản phẩm và dịch vụ mà doanh nghiệp khách hàng cung cấp.

Một lợi thế của website công ty hơn hẳn các công ty cùng ngành khác là sự chi tiết của một sản phẩm về giá cả, thông số sản phẩm như: diện tích, số lượng, địa điểm, đặc điểm, giá cả...điều này giúp khách hàng hiểu chi tiết hơn về sản phẩm mình muốn mua. Từ đó khách hàng sẽ tăng sự yêu thích khi lựa chọn batdongsan.com.vn làm nơi tìm kiếm thông tin mua bán bất động sản.

CĂN HỘ GIÁ RẺ NHẤT KHU VỰC NGAY TRUNG TÂM HÀNH CHÍNH QUẬN 2

Khu vực: Bán căn hộ chung cư tại Quận 2 - Hồ Chí Minh

Giá: 36 triệu/m² Diện tích: 60m²



Thông tin mô tả

Căn hộ giá rẻ nhất khu vực ngay trung tâm hành chính Quận 2

Dự án tọa lạc trong khu vực trung tâm hành chính Quận 2, giáp vòng xoay Mỹ Thủy. Nằm ngay trên các trục giao thông lớn, tiếp cận trung tâm thành phố một cách nhanh chóng qua hai hướng Quận 2 (Cầu Thới Đại) và Quận 7 (Cầu Phú Mỹ); thuận tiện kết nối cao tốc Long Thành – Dầu Giây, Sân bay Long Thành và các tỉnh miền Đông Nam bộ.

Đến năm 2020, toàn bộ hệ thống hạ tầng giao thông tại khu vực và các vùng lân cận sẽ hoàn thiện, thông thương, khép kín và hiện đại... Tạo nên một môi trường sống, làm việc và hưởng thụ lý tưởng.

*** Những điểm hot của dự án:

- + Dự án được phát triển bởi Lotte – tập đoàn hàng đầu tại Hàn Quốc. Ngoài dự án đầu tay La Premier thì chủ đầu tư ngoại này cũng sắp triển khai siêu đô thị 2 tỷ đô Eco Smart City tại Thủ thiêm.
- +Vị trí ngay bên trung tâm hành chính Quận 2, kết nối giao thông rất thuận tiện. Ngoài ra, dự án còn giáp bên khu đô

Hình 2.5: Trang giới thiệu sản phẩm của khách hàng

(Nguồn: batdongsan.com.vn)

Từ những phân tích trên có thể đưa ra nhận xét rằng, website của Công Ty Cổ

Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt được xây dựng với kết cấu khá hoàn chỉnh, hình ảnh đẹp mắt, thế nhưng nội dung website còn rất nhiều thiếu sót và hạn chế trong việc bán hàng cũng như tương tác với khách hàng. Xét cho cùng Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt mới chỉ sử dụng website trong việc giúp khách hàng giới thiệu hình ảnh của doanh nghiệp, mà quên mất tiềm năng phát triển của website trong việc bán hàng và thu hút khách hàng trực tuyến đến với doanh nghiệp của mình.

2.1.2. Email Marketing

Email Marketing là một trong những công cụ hữu ích đối với các chiến lược Marketing trực tuyến của một doanh nghiệp.

Marketing để giới thiệu đến khách hàng về thương hiệu, sản phẩm và dịch vụ mà công ty cung ứng thì Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt chưa có một chiến lược cụ thể nào.

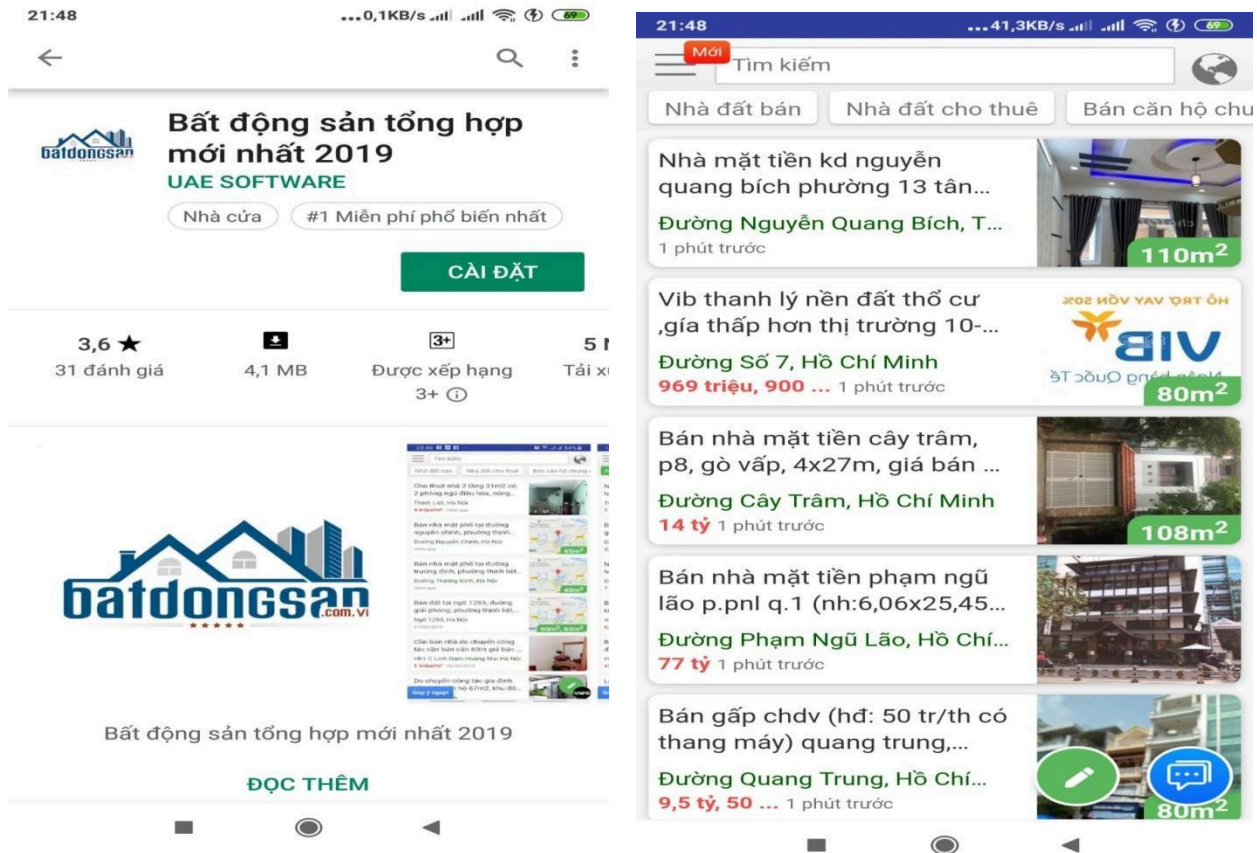
Những nhân viên Marketing trực thuộc phòng marketing của công ty cũng đã đưa hình thức này vào hoạt động nhưng chưa hiệu quả vì không có một kế hoạch cụ thể và quan trọng nhất là công ty không hề có một sự đầu tư về nội dung truyền tải trong email cũng như không có sự tìm kiếm để có một danh sách email các khách hàng tiềm năng và khách hàng mục tiêu hoàn chỉnh.

Công ty chỉ mới làm tốt trong việc sử dụng Email để báo giá dịch vụ quảng cáo đến các khách hàng cũng như liên hệ với khách hàng đã sử dụng website dịch vụ của mình để giới thiệu những sản phẩm kinh doanh của họ.

Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt mới bước đầu thực hiện tốt việc đưa email vào sử dụng để trao đổi giữa các bộ phận trong doanh nghiệp, gửi thư cho khách hàng, còn đối với các tiện ích và hiệu quả trong việc sử dụng Email để làm công cụ Marketing thì còn rất nhiều hạn chế, chỉ mới sử dụng gợi ý nhận thông báo chương trình khuyến mãi qua Email, nhưng nằm cùng chân trang bên phải và chưa chủ động hiển thị đối với khách hàng. Nhân viên Marketing trực thuộc phòng marketing cần nghiêm túc xem xét và đưa ra một kế hoạch cũng như chiến lược cụ thể để tăng hiệu quả trong việc sử dụng hình thức này.

2.1.3. Marketing trên thiết bị di động (Mobile Marketing)

–Website phiên bản dành cho di động



Hình 2.6: Giao diện trang chủ Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt trên điện thoại di động

Khi sử dụng điện thoại Smartphone để truy cập vào website của công ty thông qua ứng dụng CHPLAY trên điện thoại di động để tải ứng dụng của batdongsan.com.vn, có thể thấy rằng công ty được xây dựng cho mình một phiên bản website trên nền tảng di động thông minh.

–Quảng cáo trên các ứng dụng điện thoại

Đối với hình thức này, phòng marketing của Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt cũng đã áp dụng gửi tin nhắn đến danh bạ khách hàng để giới thiệu những sản phẩm kèm bảng báo giá.

Theo đánh giá của phòng marketing Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt, hình thức này rất đơn giản, nhanh chóng, chỉ cần có danh sách liên hệ của khách hàng, nhân viên có thể gửi tin nhắn đến toàn bộ danh sách bằng các ứng dụng

như Zalo theo dạng gửi tin nhắn group, hoặc nhắm vào cá nhân đối tượng khách hàng cụ thể mà công ty muốn. Tuy nhiên với việc chỉ chú trọng gửi nhiều hình ảnh và thông tin báo giá sản phẩm quảng cáo tin VIP, banner, hành động này khiến doanh nghiệp bị khá nhiều khách hàng phản ứng không tích cực và cho rằng nó khá phiền phức vì họ không có nhu cầu cũng như làm gián đoạn việc sử dụng điện thoại khi khách hàng đang nhắn tin, gọi điện, giải trí..., đôi khi những hình ảnh và thông tin trên sẽ chẳng bao giờ đến được với khách hàng nếu thiết bị của họ không sử dụng 3G hoặc Internet. Với việc gặp phải những chỉ trích về phía khách hàng về loại hình Marketing này, công ty chưa thực sự nghiên cứu và có một thông điệp tích cực đánh vào tâm lý của khách hàng. Doanh nghiệp mới chỉ đưa vào sử dụng với dạng thông tin tự phát, với tâm lý gửi càng nhiều hình ảnh sản phẩm, càng nhiều thông tin càng tốt. Chính điều này là nguyên nhân các khách hàng của doanh nghiệp cảm thấy không thoải mái và hứng thú với hình thức này.

Hạn chế về việc xây dựng hình ảnh và thông tin truyền tải một cách nghiêm túc của đội ngũ Marketing đã khiến hình thức này từ rất hữu dụng trở nên thất bại đối với doanh nghiệp. Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt cần nghiêm túc xem xét và có sự nghiên cứu để có thể sử dụng hết tính năng và hiệu quả mà các ứng dụng này mang lại.

2.1.4. Marketing qua các công cụ tìm kiếm (Search Engine Marketing)

Internet phát triển kéo theo các nhu cầu phục vụ cuộc sống được thực hiện qua internet ngày càng nhiều và điển hình là nhu cầu mua sắm của con người qua internet cũng phát triển. Khi có sự quan tâm, thích thú đến một mặt hàng nào đó họ sẽ tìm kiếm qua các công cụ tìm kiếm. Và các công cụ tìm kiếm này chính là một trong những hình thức Marketing để đẩy mạnh hoạt động quảng bá thương hiệu và kinh doanh hiệu quả nhất.

Khi các khách hàng có nhu cầu tìm một doanh nghiệp cung cấp sản phẩm họ sẽ sử dụng các công cụ tìm kiếm (google, Bing...) để tìm kiếm thông tin doanh nghiệp và các sản phẩm, dịch vụ phù hợp với nhu cầu của mình. Thường thì khách hàng sẽ vào các trang 1,2,3,4 xem những thông tin, nội dung ngắn giới thiệu, và khách hàng sẽ luôn chú ý tới các dòng chữ mô tả chính xác những từ khóa mà khách hàng gõ

vào ô tìm kiếm ở những vị trí đầu tiên trên google. Ở những vị trí này, khả năng click vào tham khảo của khách hàng là rất cao.

Khi thử tìm kiếm trên google với từ khóa “bán đất tphcm” có thể thấy rằng các vị trí hàng đầu ở trang đầu tiên là trang quảng cáo google Adword của đối thủ như: muabannhadat.vn, prozy.vn, chotot.vn. và batdongsan.com.vn của Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt điều này cho thấy trang web của công ty được công ty chú trọng phát triển, lượt truy cập cao và khẳng định website là sản phẩm giao dịch bất động sản uy tín. Và ngoài ra những vị trí xung quanh này đều là của những đối thủ cạnh tranh, một số đối thủ thì chạy quảng cáo adword, số còn lại dùng kỹ thuật viết bài SEO cho từ khóa của họ.

Bán Đất TPHCM | Giá Tốt Tại MuaBanNhaDat.VN

[Quảng cáo](#) www.muabannhadat.vn/bán-đất/Bán+đất+TPHCM 1800 1207

Thông Tin Đất Thổ Cư, Đất Vườn Mới. Thông Tin Chính Chủ. Xem Chi Tiết! Mua Dễ. Chính Chủ. Bán Nhanh. Mua Nhà Trong Tầm Tay. Đăng Tin Miễn Phí. Giá Tốt.

Đất Bán Dưới 1 Tỷ

Đất Bán, Cho Thuê Toàn Quốc.
Giá Thương Lượng Chính Chủ!

Nhà Bán Dưới 1 Tỷ

Nhà Chính Chủ Toàn Quốc
Mua Nhà Trong Tầm Tay!

Mua bán nhà đất Tp.HCM nhà riêng chính chủ, sổ hồng, giá rẻ 2019

[Quảng cáo](#) www.propzy.vn/

Tất cả nhà bán tại Propzy đã được Thẩm định 6 Hạng mục, cam kết Pháp lý An toàn. Hàng ngàn giao dịch mua bán nhà An toàn, Giá tốt tại Hệ thống Trung Tâm Giao dịch Propzy.

1. Mua Bán Đất Tp Hồ Chí Minh Giá Rẻ | Bán Đất Chính Chủ, Có Sổ Đỏ

<https://nha.chotot.com/tp-ho-chi-minh/mua-ban-dat>

Mua bán đất Tp Hồ Chí Minh giá rẻ 2019, vị trí đẹp: đất nền, đất thổ cư, đất nông nghiệp, đất vườn, đất rẫy. Đa dạng diện tích, vị trí, đầy đủ sổ đỏ, sang tên ...

Bán Đất Huyện Bình Chánh ... - Mua bán đất Quận 12 - Bán Đất Quận 7, Mua Đất ...

DS: 0	TS: 0	Get Trust metrics with free SEMrush account - Connect	
L: 36	LD: 10,2K	I: 30,4K	Rank: 7,69K
Rank: 133K	Adv Disp Ads: 200	Pub Disp Ads: 0	Age: 2017 04 17

2. Bán đất Hồ Chí Minh | Bán đất tại Hồ Chí Minh - Batdongsan.com

<https://batdongsan.com.vn/ban-dat-tp-hcm>

Khu vực: Bán đất tại Đường Trần Văn Giàu - Quận Bình Tân - Hồ Chí Minh. Giá: 600 triệu Diện tích: 130m. Thông tin mô tả. Hệ thống ngân hàng VIB TP.

Hình 2.7: Tìm kiếm thử từ khóa trên google

Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt tập trung tăng hiệu quả tìm kiếm từ khóa chính của công ty như: mua ban nha dat, nha dat tphcm, ban nha gia re, bann dat gia re, bán nhà TPHCM, „v.v.. trên google vì doanh nghiệp nhận thấy rằng lợi thế vị trí hàng đầu với từ khóa này trên google mang tới rất nhiều lợi ích cho mình. Chính vì vậy công ty quan tâm có đội ngũ chuyên viết bài tin tức liên quan bất động

sản, SEO từ khóa của mình đồng thời đầu tư khoảng chi phí chạy adword để nâng cao sự cạnh tranh với các đối thủ cùng ngành.

2.1.5. Kênh truyền thông mạng xã hội (Social Media Marketing)

Với đặc tính đa chiều, sử dụng các "đối tượng xã hội" và có không gian tương tác, kênh truyền thông mạng xã hội giúp hình ảnh của doanh nghiệp trở nên sống động hơn trong mắt công chúng. Đây được coi là một hình thức xây dựng hình ảnh thương hiệu cũng như tích hợp hoạt động Marketing quảng bá doanh nghiệp hiệu quả.

Mạng xã hội Youtube.com (một mạng xã hội video, cho phép những người tham gia xem, upload, bình luận và chia sẻ các nội dung video lên Internet một cách hoàn toàn miễn phí) nhưng lại chưa được Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt quan tâm và đầu tư vào.

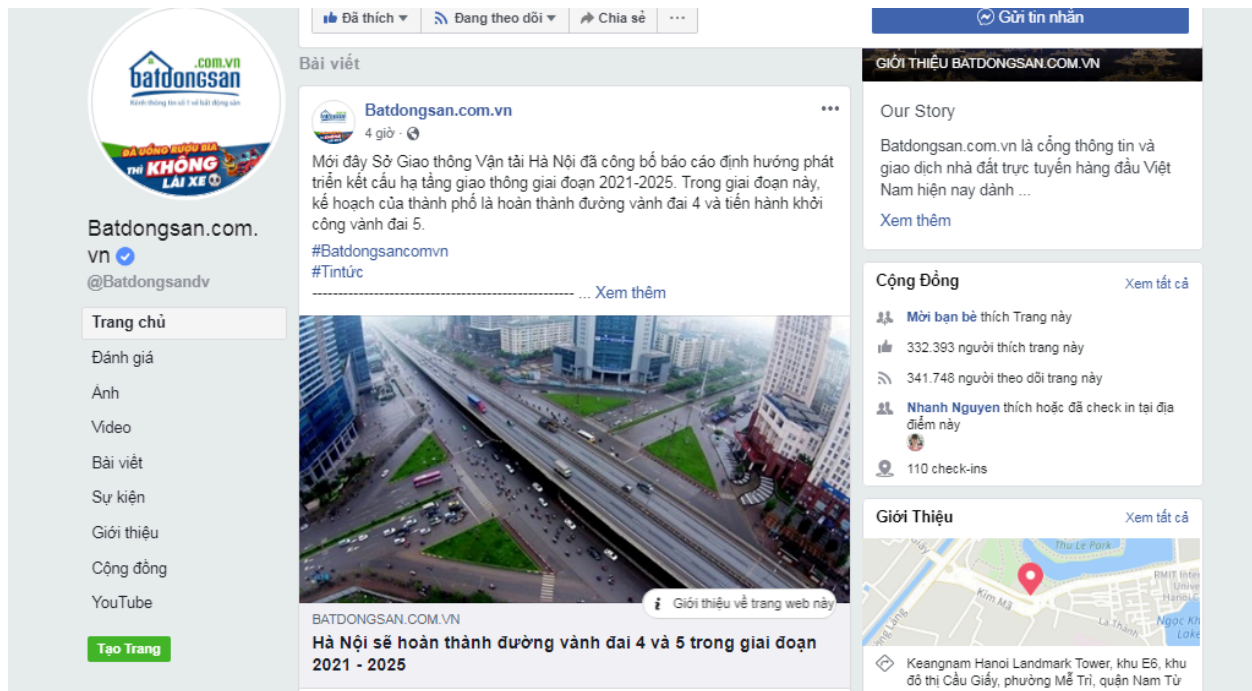
Mạng xã hội Facebook: Hiện nay, mạng xã hội Facebook ngày càng được con người quan tâm dùng vì tính năng thuận tiện của ứng dụng này, con người có thể nhắn tin, gọi video, quay video trực tuyến, tìm thông tin bất động sản, trường học, bệnh viện, ... Theo thống kê của kênh14 thì trung bình 1 người dành 2.5 giờ để lướt facebook mỗi ngày. Điều này chứng tỏ facebook như 1 nơi mà con người có thể giao lưu kết nối và tìm hiểu thông tin họ cần. Nắm bắt được điều này, Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt đã tạo lập 1 fanpage riêng cho mình.



Hình 2.9: Kênh fanpage riêng của Công ty

(Nguồn: Facebook.com)

Hiện nay công ty sử dụng facebook khá hiệu quả trong việc quảng bá hình ảnh công ty, tăng lượng truy cập và tương tác về cho website, khối lượng bài viết lên trang khá đều qua hàng ngày, chủ yếu là các thông tin về bất động sản.



Hình 2.9: Kênh fanpage riêng của Công ty

2.2. Nhận xét thực trạng chiến lược Marketing trực tuyến và những tồn tại cần khắc phục

2.2.1. Ưu điểm

Website của công ty được thiết kế dựa trên nền màu xanh mang đến sự gần gũi với thiên nhiên. Phần thông tin chi tiết và cụ thể, cung cấp được nhiều thông tin cho khách hàng, giải đáp nhiều nghi vấn cho khách hàng mà không cần gọi điện tư vấn. sản phẩm đều có hình ảnh minh họa để tăng sự kích thích tới người đọc.

Với hình thức social networks (thông qua kênh Facebook). Bằng hình thức quảng bá công ty thông qua kênh trên khiến công ty tiết kiệm được chi phí, quảng bá rộng rãi tới khách hàng, không bị bó buộc về nội dung và hình ảnh. Hiện tại, trên Facebook, các hình ảnh sản phẩm khách hàng được “like” khá nhiều. Với sự tiện lợi của Facebook, ngay sau khi công ty hình ảnh thì bạn bè có thể thấy và theo dõi được tất cả. Việc tư vấn trên Facebook khiến công ty có thể linh hoạt trong việc cung cấp thông tin một cách nhanh chóng và chính xác. Bên cạnh đó, những thông tin phản ánh dưới dạng

“comment” giúp cho công ty nắm bắt được ý kiến của mọi người để điều chỉnh sao cho phù hợp với khách hàng. Đồng thời, thông qua hình thức “share” của mọi người tạo ra sức lan tỏa hiệu số đông giúp nhiều người biết đến Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt.

E-mail marketing giúp công ty có thể vừa chăm sóc khách hàng, vừa tìm kiếm thêm khách hàng mới lại vừa có thể tiết kiệm được nhiều chi phí phát sinh nếu làm theo cách thông thường. Việc công ty gửi e-mail bằng phần mềm tự động giúp nhân viên phòng kinh doanh tiết kiệm thời gian. Đồng thời cùng lúc đấy họ có thể song song với việc khác như đăng bài ở trên website, Facebook...

Hiện nay, tỷ lệ người sử dụng điện thoại Việt Nam rất lớn. Hầu như mọi người đều sở hữu một chiếc điện thoại di động để tiện cho việc liên lạc. Nhờ SMS marketing, công ty tiết kiệm được chi phí và số lượng gửi đi nhiều cùng với nội dung muốn truyền đạt một cách nhanh chóng, chính xác và hiệu quả. Hơn nữa, sau khi nhận được thông tin tỷ lệ phản hồi của khách hàng khá lớn khiến việc kết nối với khách hàng của công ty cũng trở nên dễ dàng hơn.

2.2.2. Hạn chế

- Website của công ty

Công ty còn thiếu sót trong việc xây dựng một website doanh nghiệp hoàn chỉnh để giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp đến người tiêu dùng, cũng như tạo cầu nối tương tác trực tuyến giữa doanh nghiệp và khách hàng.

- Email Marketing

Công ty chưa biết tận dụng hết khả năng quảng bá của hình thức Email Marketing mà chỉ mới sử dụng hình thức này như một phương tiện liên lạc thông thường.

- Marketing trên thiết bị di động (Mobile Marketing)

Công ty chưa chú trọng và chưa có những bước đi cụ thể trong việc sử dụng hình thức Marketing trực tuyến qua các thiết bị di động trong việc xây dựng một website hoàn chỉnh trên nền tảng di động, Marketing trên các ứng dụng di động cũng chỉ được công ty sử dụng một cách thiếu chuyên nghiệp và không có sự nghiên cứu để tìm ra

được một hướng đi đúng đắn.

- **Marketing qua các công cụ tìm kiếm (Search Engine Marketing)**

Việc sử dụng Marketing trực tuyến qua các công cụ tìm kiếm, với hình thức SEO phần nào đã giúp công ty đạt được những thành công nhất định, tuy nhiên công ty cần xem xét và đi sâu hơn nữa trong việc xây dựng những từ khóa và nâng cao thứ hạng các từ khóa trên các công cụ tìm kiếm một cách hiệu quả hơn.

- **Kênh truyền thông mạng xã hội (Social Media Marketing)**

Có thể thấy rằng, Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt đã áp dụng chiến lược Marketing trực tuyến. Tuy nhiên một số những chiến lược Marketing trực tuyến mà công ty sử dụng đều có sự hạn chế và thiếu sự đầu tư nghiêm túc như mạng xã hội. Vì vậy những hình thức Marketing trực tuyến mà Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt sử dụng không đạt được hiệu quả từ mạng xã hội như intergram, youtube,..

Đối với hai hình thức quảng cáo trực tuyến và Marketing qua các kênh truyền thông mạng xã hội, công ty có đăng kí quảng bá doanh nghiệp trên trang vàng yeallopages.vnn.vn, và có đoạn phim giới thiệu về doanh nghiệp trên youtube. Tuy nhiên vẫn chưa có hiệu quả và chưa có sự nghiên cứu kỹ lưỡng về hai hình thức này.

Tóm tắt chương 2:

Chương 2 khái quát về Thực trạng marketing online tại Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt thông qua các nội dung về Website của công ty, Email Marketing, Marketing trên thiết bị di động (Mobile Marketing), Marketing qua các công cụ tìm kiếm (Search Engine Marketing), Kênh truyền thông mạng xã hội (Social Media Marketing), qua chương 2 phân tích tình hình thực tế về marketing online tại công ty và từ đó chương 3 đưa ra một số kiến nghị nhằm hoàn thiện công tác marketing online tại Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ KIẾN NGHỊ NHẪM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG MARKETING TRỰC TUYẾN CHO CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ CÔNG NGHỆ ĐẠI VIỆT

3.1. Website

Với mục tiêu đưa website Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt thành một kênh tương tác trao đổi thông tin hiệu quả giữa doanh nghiệp và khách hàng, sử dụng website như một công cụ marketing cho doanh nghiệp cũng như phát triển website thành một địa chỉ bán hàng trực tuyến hiệu quả. Trước hết, công ty cần tập trung tiêu điểm cho việc hoàn thiện những tồn tại mà website <http://batdongsan.com.vn> đang gặp phải.

– Về trang chủ của công ty :

Công ty cần chú trọng phát triển nội dung ở trang chủ của công ty. Để có thể thu hút khách hàng truy cập trang web nhiều hơn cũng như tăng hiệu quả tương tác đối với website.

Nội dung những bài viết công ty có thể đưa lên trang chủ bao gồm những hoạt động của công ty trong thời gian gần đây. Đó có thể là bài viết giới thiệu về những hạng mục công ty đã và đang tiến hành cung cấp dịch vụ, sản phẩm.

Với những bài viết này công ty cần đưa đến cho người xem những nội dung cập nhật về hình ảnh sản phẩm cụ thể, chi tiết. Để khách hàng có thể dễ dàng nắm bắt cũng như đánh giá được sản phẩm

– Trang thông tin giới thiệu về doanh nghiệp (About us):

Ở trang này, Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt cần bổ sung những thông tin đầy đủ hơn để giới thiệu về doanh nghiệp, đưa vào các hình ảnh giúp dễ dàng nhận diện thương hiệu như Logo công ty, hình ảnh nhân viên mặc đồng phục của công ty, hình ảnh về các buổi lễ trao bằng khen, cúp chứng nhận mà công ty đã được nhận.

3.2. Email Marketing

Thông qua các địa chỉ e-mail mà công ty thu thập được khi khách hàng gửi ý kiến phản hồi qua mục liên hệ trên website, Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ

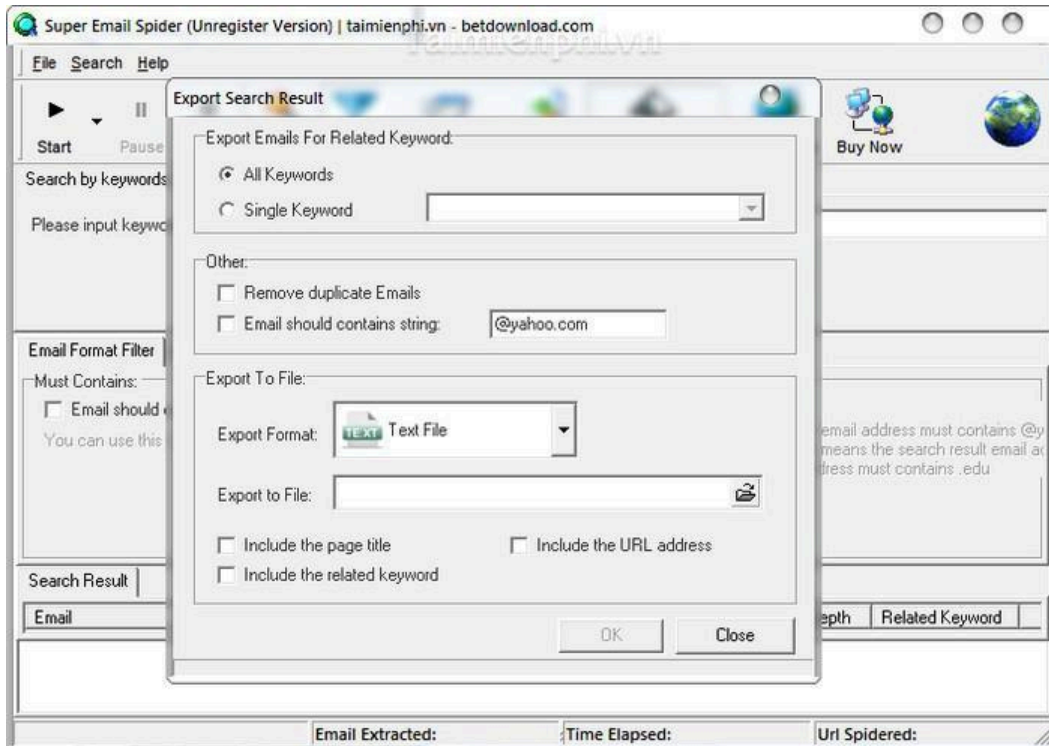
Đại Việt sẽ trực tiếp gửi thư cho khách hàng nhằm giới thiệu sản phẩm mới, gửi các thông tin báo giá, thông tin về các Phần trình khuyến mại...

Ngoài các địa chỉ email mà công ty thu thập được khi khách hàng gửi thông tin phản hồi qua website, công ty có thể thiết kế mục đính kèm “Đăng kí nhận thông tin từ doanh nghiệp” khi khách hàng truy cập vào website. Đây là đối tượng những khách hàng chủ động nhận tin tức của công ty, vì vậy Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt nên chú trọng nội dung email khi gửi thông tin đến các khách hàng này và kết hợp hình thức gửi thiệp điện tử (e-card) vào các dịp đặc biệt như sinh nhật, giáng sinh, tết nguyên đán... để tăng cường mối quan hệ và tăng lượng khách hàng trung thành.

Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt có thể mở rộng phạm vi thu thập các địa chỉ email bằng cách mua lại các địa chỉ email của các website hoặc forum (nên chú trọng vào các forum về mua sắm, tiêu dùng

Đơn giản và tiết kiệm hơn, công ty có thể sử dụng phần mềm Super Email Spider, một phần mềm hữu dụng trong việc tìm kiếm dữ liệu email đơn giản bằng cách nhập từ khóa, lựa chọn quốc gia... Dễ dàng tiếp nhận danh sách hàng ngàn các địa chỉ email cho công việc Marketing.

Hình 3.1: Phần mềm Super Email Spider



Một vài chú ý khi sử dụng hình thức Email Marketing cho Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt:

Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt cần chú trọng vào thông điệp cũng như tiêu đề mà Email được gửi đi, phải đảm bảo nội dung được truyền tải một cách ngắn gọn, khoa học, hình ảnh đẹp mắt, thu hút người đọc và quan trọng là phải đính kèm các đường link dẫn đến trang web của công ty.

Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt nên xác định và có kế hoạch về thời gian gửi email để đảm bảo đó là khoảng thời gian mà phần lớn khách hàng sẽ kiểm tra hòm thư của mình (VD: Người sử dụng có nhiều khả năng đọc một email vào buổi sáng khi họ vừa đến công ty làm việc và có thói quen kiểm tra hòm thư email)

Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt nên chuyên nghiệp hóa hình thức Email Marketing bằng cách sử dụng dịch vụ Email Google theo tên miền của doanh nghiệp (VD: info@coopmart.vn). Đây cũng là một cách hiệu quả để khách hàng có thể nhớ đến doanh nghiệp của mình nhiều hơn.

3.3. Marketing thông qua các ứng dụng cho điện thoại

Hiện nay, marketing qua các ứng dụng OTT (over-the-top) là một trong những

hình thức Marketing hiệu quả và được nhiều doanh nghiệp sử dụng, tại thị trường Việt Nam. Hiện nay có rất nhiều ứng dụng OTT cung cấp dịch vụ Marketing như Zalo, Line, Viber... Nhưng để nhắm vào đúng đối tượng mục tiêu của Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt là những tổ chức, doanh nghiệp đầu tư nước ngoài, thì nên lựa chọn ứng dụng mang tính phổ biến toàn cầu và được ứng dụng nhiều trong doanh nghiệp như Skype.

Skype với hơn 350 triệu người sử dụng trên thế giới, hiện nay đang là ứng dụng OTT cung cấp cuộc gọi audio, camera, nhắn tin phổ biến nhất. Skype không chỉ là công cụ kết nối người sử dụng thông thường, mà còn trở thành công cụ đắc lực cho các tổ chức, công ty. Điều này được chứng minh rõ nhất khi Microsoft phát triển ứng dụng Skype mở rộng thêm tính năng Skype for Business, phục vụ cho các doanh nghiệp tổ chức những buổi họp, hội thảo, kết nối nhân lực từ mọi nơi trên thế giới.

Skype cũng cung cấp dịch vụ Marketing giống như các ứng dụng OTT khác, việc Marketing thông qua Skype là một lựa chọn hoàn hảo cho các doanh nghiệp muốn nhắm vào những đối tượng là những công ty, tổ chức nước ngoài với đa dạng các lĩnh vực và ngành nghề. Skype cung cấp dạng thức Marketing bằng những banners trên giao diện chat và gọi điện. Chúng ta có thể dễ dàng nhìn thấy những banner quảng cáo hiện ra trong lúc chờ kết nối các cuộc gọi, hay phía trên giao diện nhắn tin.

Với hàng triệu các đối tác là các doanh nghiệp tổ chức đã đăng kí sử dụng Skype Business đến từ khắp các quốc gia trên thế giới. Nếu sử dụng hình thức Marketing này, Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt cần làm việc trực tiếp với bộ phận Microsoft Advertising, lên danh sách và lựa chọn những doanh nghiệp tiềm năng theo lĩnh vực mà mình mong muốn. Skype sẽ cho hiển thị banner của công ty đến với tài khoản người dùng của các tổ chức doanh nghiệp đang kinh doanh theo đúng ngành nghề mà Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt đã lựa chọn và khoanh vùng. (VD: Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt lựa chọn hiển thị banner marketing đến các tài khoản của những doanh nghiệp chuyên về lĩnh vực xây dựng. Địa điểm khoanh vùng là Tp.HCM, Đồng Nai, Long An, Tây Ninh,...)

3.4. Marketing qua các công cụ tìm kiếm (Search Engine Marketing)

Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt cần chú trọng nâng cao hiệu

quả của hình thức quảng cáo tìm kiếm SEO thông qua công cụ tìm kiếm www.google.com

Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt phải nhận thức rõ việc xây dựng và hoàn thiện website của công ty chính là nền tảng quan trọng nhất để có thể thăng hạng tìm kiếm website của doanh nghiệp qua công cụ Google. Website càng có nhiều người truy cập, càng được cập nhật các bài viết thường xuyên thì việc tìm kiếm sẽ dễ dàng hơn rất nhiều.

Việc tạo ra các từ khóa cũng là một trong những yếu tố quan trọng để có thể tăng hiệu quả SEO. Công ty cần lựa chọn các từ khóa mà khách hàng thường sử dụng để tìm kiếm sản phẩm, dịch vụ liên quan đến dịch vụ gốm sứ.

Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt nên lập một danh sách gồm các từ khóa riêng biệt theo tên từng sản phẩm (vd: nhà đất, đất nền, ...) để tăng hiệu quả về mặt bán hàng, thăng hạng website công ty. Khi lựa chọn được những từ khóa khả dụng, công ty cần nhờ đến sự trợ giúp của các nhân viên IT, cài đặt từ khóa vào thiết lập webpage (thiết lập cấu hình trang web) của website để công cụ tìm kiếm có thể tìm thấy chính xác website theo từ khóa của mình.

Ngoài ra Meta Description (Mô tả) của website công ty cũng cần phải được thiết lập lại, tóm tắt bằng 1 đoạn văn ngắn miêu tả rõ nhất về hoạt động kinh doanh và thế mạnh của công ty, chỉ nên chú trọng trong khoảng 135-395 kí tự theo yêu cầu cho phép của công cụ tìm kiếm.

Đối với Title Tag (Thẻ tiêu đề), Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt nên sử dụng thẻ tiêu đề có liên quan với một trong các từ khóa mà công ty chú trọng, hoặc sử dụng 1 thẻ tiêu đề nội dung ngắn gọn nhưng nổi bật để tăng hiệu quả tìm kiếm (VD: bếp gas cao cấp).

Để tăng hạng website qua công cụ tìm kiếm hiệu quả hơn, Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt cần có sự kết hợp với hình thức Marketing trực tuyến qua các kênh truyền thông, mạng xã hội, diễn đàn, các trang rao vặt (muare, vatgia, enbac...) bằng cách thường xuyên post các bài viết giới thiệu về doanh nghiệp, các dịch vụ cung cấp... kèm theo đó là các từ khóa có liên quan đến lĩnh vực kinh doanh của mình, đường link trang web của công ty.

Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt cần xác định rõ để tăng hạng website lên vị trí top 1, 2 trên công cụ tìm kiếm google không phải là công việc một sớm, một chiều, điều này đòi hỏi công ty cần phải có sự nghiên cứu phân tích kỹ lưỡng, thường xuyên cập nhật tình hình thứ hạng các website và tìm kiếm các từ khóa hiệu quả.

Nếu muốn quá trình này rút ngắn thời gian và đạt được hiệu quả nhanh nhất, công ty có thể nhờ đến các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ SEO, các công ty này sẽ có những chuyên gia về SEO nghiên cứu tổng quát và kỹ lưỡng về doanh nghiệp của đối tác, từ đó tìm ra những hướng đi hiệu quả với cam kết hợp đồng 100% tăng hạng website. Tuy nhiên chi phí khá cao, dao động từ 2-8 triệu đồng 1 tháng, hợp đồng tối thiểu là 4 tháng tùy vào gói dịch vụ.

3.5. Quảng cáo trực tuyến (Online Advertising)

Đối với hình thức quảng cáo trực tuyến, Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt nên sử dụng quảng cáo banner truyền thống (traditional banner ad) vì banner truyền thống dễ thiết kế, dễ chèn vào các trang web, dễ thay đổi và tính hiệu quả cao. Công ty cần xem xét và thiết kế các banner marketing cho doanh nghiệp của mình theo bốn dạng kích thước marketing trực tuyến chuẩn: 180x150, 300x250, 160x600 và 728x90.

Sau khi thiết kế banner để đưa vào sử dụng với mục đích marketing cho sản phẩm và dịch vụ của mình, công ty cần xem xét những trang web hoặc diễn đàn trực tuyến phù hợp để có thể đặt banner của công ty. Với những mục tiêu đã đưa ra, Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt nên lựa chọn đặt banner ở các trang thông tin về gốm sứ: (top10tphcm.com, danhgiatop.com, dulichplus.vn...) để có thể nhắm đúng đối tượng, đúng thị trường và tăng hiệu quả marketing trực tuyến cho doanh nghiệp.

Ngoài ra để tiết kiệm các khoản chi phí đặt banner trên các trang mạng khác, Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt có thể sử dụng phương pháp trao đổi banner, đặt banner của doanh nghiệp tại các website của các đối tác thân thiết, và cho phép họ đặt lại banner của mình trên website của công ty. Tuy nhiên cần phải thiết kế một banner thật ấn tượng mô tả rõ nét hình ảnh của doanh nghiệp để có thể đạt

được hiệu quả cao nhất từ hình thức marketing trực tuyến này.

3.6. Kênh truyền thông mạng xã hội (Social Media Marketing)

Như đã đưa ra những phân tích trong mục dự báo triển vọng Marketing trực tuyến cho Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt, kênh truyền thông mạng xã hội sẽ là một công cụ Marketing cực kì hiệu quả trong thời điểm này.

Hiện nay Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt đã có fanpage chính thức của mình, nhưng nhìn chung công ty chưa thực sự đầu tư vào hình thức này. Trong khi đó theo thống kê mới nhất thì Việt Nam đứng thứ 7 trên thế giới sử dụng trang mạng xã hội này.

Để có thể thu hút được số lượng người like (yêu thích) trang của công ty, Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt có thể mời bạn bè đối tác hiện có trong danh sách bạn bè đang sử dụng facebook, hoặc sử dụng gói Promotion (quảng bá) của facebook đưa ra. Gói dịch vụ này doanh nghiệp chỉ cần lựa chọn nhóm đối tượng mục tiêu nhắm đến (độ tuổi, giới tính, nơi ở hiện tại, sở thích hoặc lĩnh vực quan tâm...), sau đó chỉ trả 1 khoản ngân sách (tối thiểu là 10.000 đồng) theo tính toán và khả năng tài chính của doanh nghiệp một cách tùy ý. Và facebook sẽ cho hiển thị trang fanpage của doanh nghiệp lên trang chủ của các tài khoản facebook theo đúng như đối tượng mà doanh nghiệp lựa chọn.

Ngoài ra, công ty còn có chi trả ngân sách theo bảng giá và gợi ý từ phía Facebook đưa ra. Vd : Muốn thu hút được lượng người yêu thích từ 1000-5000, doanh nghiệp sẽ phải chi trả cho facebook mức ngân sách tương đương (400.000 – 1.000.000 đồng). Không chỉ cung cấp dịch vụ quảng bá trang fanpage của doanh nghiệp, facebook còn cung cấp hình thức Boost Post (đẩy bài viết). Sử dụng hình thức này, Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt có thể tùy chọn bất kì bài viết, hình ảnh nào mà công ty đã đăng và muốn marketing. Sau đó lựa chọn các thao tác thiết lập chi tiết về đối tượng (khu vực, giới tính, độ tuổi, sở thích...), lựa chọn ngân sách. Sau đó xác nhận và các bài viết, hình ảnh sẽ được marketing đến đúng đối tượng người sử dụng mà công ty đã thiết lập.

Tóm tắt chương 3

Qua phân tích thực trạng tình hình marketing online tại công ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt đưa ra một số tồn tại của công ty và chương 3 đã đưa ra Một số kiến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động marketing trực tuyến cho công ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt bao gồm các kiến nghị về các hoạt động: Website của công ty, email Marketing, marketing trên thiết bị di động (Mobile Marketing), marketing qua các công cụ tìm kiếm (Search Engine Marketing), Kênh truyền thông mạng xã hội (Social Media Marketing)

KẾT LUẬN

Bài báo cáo này có mục đích phân tích hoạt động marketing online của Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt. Đồng thời đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện chiến lược marketing online cho công ty.

Nền kinh tế thị trường và xu hướng toàn cầu hóa hiện nay là một điều thuận lợi đối với các doanh nghiệp trong quá trình phát triển. Nhưng điều này cũng đồng nghĩa với việc sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp cũng ngày càng gia tăng. Để có được vị trí vững vàng trên thị trường, doanh nghiệp cần có những bước đi đúng đắn để tồn tại và ngày càng phát triển. Ngoài những chính sách, chiến lược kinh doanh phù hợp thì doanh nghiệp cũng cần nỗ lực đầu tư vào các hoạt động marketing. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, nâng cao uy tín công ty, tạo dựng hình ảnh doanh nghiệp tốt đẹp trong mắt người tiêu dùng và làm tăng khả năng cạnh tranh của công ty.

Thị trường marketing online tại Việt Nam hiện nay đang ngày càng phát triển. Kéo theo đó sự cạnh tranh giữa các công ty đang ngày một gia tăng. Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Và Công Nghệ Đại Việt luôn nỗ lực tạo nên hình ảnh một doanh nghiệp cung cấp các sản phẩm chất lượng đến người tiêu dùng. Dựa vào lợi thế cạnh tranh của mình, công ty bước đầu đã thành công trong việc nắm bắt và khai thác cơ hội kinh doanh online của mình.

Với kiến thức và kinh nghiệm còn hạn chế, đồng thời thời gian có hạn cho nên bài viết sẽ không tránh khỏi có sai sót. Chính vì vậy rất mong nhận được sự thông cảm và hướng dẫn của quý thầy cô và các anh chị trong công ty để bài viết được hoàn chỉnh hơn.

Xin chân thành cảm ơn!

Tài liệu tham khảo

<https://baocaothuctap.net/danh-muc-tai-lieu-tham-khao-bao-cao-thuc-tap/>

KHO BÁO CÁO VỀ TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP

<https://baocaothuctap.net/bao-cao-thuc-tap-tai-chinh-doanh-nghiep/>

KHO BÁO CÁO TỐT NGHIỆP VỀ NGÂN HÀNG

<https://baocaothuctap.net/bao-cao-thuc-tap-tai-chinh-ngan-hang/>