Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

ĐẠI HỌC HUẾ

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

-----□□□□□----

KHÓA LU ẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG DIGITAL MARKETING CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI & DỊCH VỤ OUTFIZ

TRƯƠNG THỊ THU HẰNG

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

NIÊN KHÓA

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

ĐẠI HỌC HUẾ

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

-----□□□□□-----

KHÓA LU ẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG DIGITAL MARKETING CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI & DỊCH VỤ OUTFIZ

Sinh viên thực hiện:

Trương Thị Thu Hằng

Mã số sinh viên: 17K4041138

Lớp: K51 TMĐT

Khoa: Quản trị kinh doanh

Giảng viên hướng dẫn:

Th.S Trần Đức Trí

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

HUẾ,

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Lời Cảm Ơn



Lời đầu tiên, em xin gửi lời cảm ơn đến Ban giám hiệu nhà trường, khoa Quản trị kinh doanh, cùng t ất cả giảng viên của trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế đã truyền dạy những kiến thức hữu ích và vô cùng quý báu cho em trong su ốt gần bốn năm học vừa qua. Những kinh nghiệm và kiến thức mà em nhận được từ thầy, cô là ki ến thức nền tảng vô cùng h ữu ích giúp em tự tin hơn khi bước vào công vi ệc thực tế.

Và để có kho ảng thời gian thực tập thuận lợi, em đã nhận được sự giúp đỡ rất lớn từ phía công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz. Cũng như các anh, chị trong công ty đã rất nhiệt tình giúp đỡ, tạo điều kiện để em có th ể tiếp xúc v ới môi trường và công vi ệc thực tế. Chân thành c ảm ơn công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz và các anh, ch ị trong công ty rất nhiều.

Đặc biệt, em muốn gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất đến thầy giáo hướng dẫn thực tập là ThS. Trần Đức Trí đã tận tình hướng dẫn, giải đáp thắc mắc, luôn ch ỉ bảo nhiệt tình, giúp đỡ và đưa ra những lời nhận xét, đánh giá để giúp em hoàn thành tốt bài khóa luận này.

Sau cùng, em xin g ửi lời cảm ơn đến gia đình, bạn bè đã luôn quan tâm, giúp đỡ, động viên em trong suốt quá trình thực tập và hoàn thành bài khóa lu ận.

Tuy nhiên, do còn h ạn chế về thời gian cũng như kiến thức chuyên môn nên khóa luận không th ể tránh khỏi còn nhi ều sai sót. Kính mong quý th ầy cô đóng góp ý kiến để đề tài có th ể hoàn thiện hơn

Một lần nữa em xin chân thành c ảm ơn!







Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN i

MỤC LỤC ii

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT v

DANH MỤC HÌNH ẢNH vi

DANH MỤC BẢNG BIỂU vii

DANH MỤC SƠ ĐỒ viii

PHẦN 1: ĐẶT VẤN ĐỀ 9

1. Lý do ch ọn đề tài 9

2. Mục tiêu nghiên c ứu: 11

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu 11

4. Phương pháp nghiên cứu 12

5. Kết cấu đề tài 14

PHẦN 2: NỘI DUNG VÀ K ẾT QUẢ NGHIÊN C ỨU 15

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ DIGITAL MARKETING 15

1.1. Cơ sở lý luận 15

1.1.1. Tổng quan về hoạt động Marketing 15

1.1.1.1. Khái niệm về Marketing 15

1.1.1.2. Phân loại hoạt động Marketing 16

1.1.2. Tổng quan về Digital Marketing 17

1.1.2.1. Khái niệm Digital Marketing 17

1.1.2.2. Phân biệt Digital Marketing và Marketing truyền thống 18

1.1.2.3. Phân biệt Digital Marketing và Online Marketing 22

1.1.2.4. Các kênh c ủa Digital Marketing 24

1.1.2.5. Các bước tiến hành Digital Marketing 32

1.1.3. Cách phương pháp đánh giá hoạt động Digital marketing 34

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

1.2. Cơ sở thực tiễn 39

1.2.1. Vai trò và xu h ướng Digital Marketing trên toàn cầu 39

1.2.2. Vai trò và xu h ướng Digital Marketing trên Việt Nam 40

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

1.3. Đánh giá một số nghiên cứu có liên quan 42

CHƯƠNG 2: ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG DIGITAL MARKETING CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI & DỊCH VỤ OUTFIZ. 44

2.1. Tổng quan về công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz 44

2.1.1. Giới thiệu về công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz 44

2.1.2. Tầm nhìn và sứ mệnh 45

2.1.2.1. Tầm nhìn 45

2.1.2.2. Sứ mệnh 45

2.1.2.3. Đối thủ cạnh tranh gián tiếp 45

2.1.2.4. Giá trị cốt lõi 45

2.1.3. Cơ cấu tổ chức và chức năng của từng bộ phận 46

2.1.3.1. Cơ cấu tổ chức 46

2.1.3.2. Chức năng nhiệm vụ của các bộ phận 46

2.1.4. Lĩnh vực kinh doanh của công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz . 48

2.1.5. Tình hình hoạt động của công ty 49

2.1.5.1. Nguồn nhân lực 49

2.1.5.2. Tình hình kinh doanh của công ty 50

2.2. Thực trạng hoạt động digital marketing của công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz 51

2.2.1. Mục tiêu của các hoạt động digital marketing 51

2.2.2. Các công c ụ digital marketing được triển khai 51

2.2.2.1. Website 51

2.2.2.2. Facebook: 57

2.3. Đánh giá của khách hàng về hoạt động digital marketing của công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz. 58

2.3.1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu 58

2.3.2. Đặc điểm hành vi khách hàng 61

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.3.2.1. Tần suất đối việc mua sắm sản phẩm trực tuyến của khách hàng 61

2.3.2.2. Các kênh thông tin mà khách hàng tìm ki ếm về công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz 62

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.3.2.3. Những yếu tố mà khách hàng quan tâm khi tham gia mua s ắm sản phẩm/dịch vụ trực tuyến tại công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz .63
2.3.2.4. Đánh giá sự tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha 63
2.3.2.5. Kiểm định One Sample T-Test 65
CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO HO ẠT ĐỘNG DIGITAL MARKETING CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI & DỊCH VỤ OUTFIZ 68
3.1. Định hướng và quan điểm của Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz 68
3.2. Đề xuất giải pháp nâng cao hoạt động digital marketing của Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz 68
3.2.1. Đối với website của công ty 69
3.2.2. Đối với fanpage của công ty 70
3.2.3. Chú tr ọng phát triển thêm các công c ụ digital marketing khác 71
3.2.4. Xây dựng hệ thông phân nguồn doanh thu 72
3.2.5. Thiết lập một kế hoạch Digital Marketing cụ thể 72
PHẦN 3: KẾT LUẬN VÀ KI ẾN NGHỊ 75
1. Kết luận 75
2. Kiến nghị 76
DANH MỤC TÀI LI ỆU THAM KHẢO 77

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

TNHH	: Trách nhiệm hữu hạn
TMĐT	: Thương mại điện tử

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1: Tình hình sử dụng digital marketing thế giới tháng 04 năm 2020 39

Hình 2: Tình hình sử dụng digital marketing Việt Nam tháng 1 năm 2020 40

Hình 3: Những mạng xã hội phổ biến ở Việt Nam năm 2020 41

Hình 4: Giao diện trang chủ website: outfiz.com 52

Hình 5: Giao diện trang chủ Website: outfiz.vn 52

Hình 6: Tốc độ tải trang của website outfiz.com đối với thiết bị di động 55

Hình 7: Tốc độ tải trang của website outfiz.com đối với máy tính để bàn 55

Hình 8: Tốc độ tải trang của website outfiz.vn đối với thiết bị di động 56

Hình 9: Tốc độ tải trang của website outfiz.vn đối với máy tính để bàn 56

Hình 10: Trang bìa fanpage: OUTFIZ 57

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1: Cơ cấu lao động của công ty năm 2020 49
Bảng 2.2 Tình hìnhkinh doanh của công ty trong 3 tháng cu ối năm 2020 50
Bảng 2.3: Thống kê hoạt động của fanpage OUTFIZ từ tháng 9/2020 đến tháng 11/2020 57
Bảng 2.4: Đặc điểm mẫu nghiên cứu 59
Bảng 2.5: Tần suất đối việc mua sắm sản phẩm trực tuyến của khách hàng 61
Bảng 2.6: Kênh thông tin bi ết đến công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz 62
Bảng 2.7: Những yếu tố mà khách hàng quan tâm khi mua s ắm trực tuyến tại công ty 63
Bảng 2.8: Kiểm định độ tin cậy của thang đo biến độc lập..... 64

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

DANH MỤC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 1: Các bước tiến hành digital marketing 32

Sơ đồ 2: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz 46

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

PHẦN 1: ĐẶT VẤN ĐỀ

1. Lý do ch ọn đề tài

Trong lĩnh vực kinh doanh, marketing ngày càng kh ẳng định được vị trí và tầm quan trọng của mình. Một doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh có hi ệu quả hay không ph ụ thuộc rất nhiều vào chiến lược marketing, nhất là trong môi trường cạnh tranh gay gắt của nền kinh tế thị trường.

Một chiến lược marketing đúng đắn sẽ mang tính then chốt và là chìa khóa d ẫn đến hàng loạt các chiến lược khác cho doanh nghiệp như: đầu tư, công nghệ, tài chính, giá cả phân phối… Hoạt động marketing nếu được triển khai hiệu quả sẽ trở thành phương thức truyền thông tin đến khách hàng, giúp cho doanh nghi ệp tồn tại và phát triển bền vững hơn trên thị trường, đồng thời nâng cao năng lực và vị thế cạnh tranh trên thị trường.

Trong xu thế cạnh tranh và phát tri ển, trong thời đại 4.0 ngày nay, các doanh nghiệp đang đứng trước một tình thế rất khó khăn, đó là làm sao tồn tại trước các đối thủ cạnh tranh và nhu cầu ngày càng cao c ủa khách hàng. Khi th ế giới ngày càng phẳng, lượng thông tin ngày càng l ớn, doanh nghiệp phải không ng ừng nỗ lực để người tiêu dùng bi ết đến sản phẩm của công ty và hình ảnh của thương hiệu chiếm trọn tâm trí khách hàng. Bên c ạnh đó, tốc độ phát triển nhanh chóng c ủa internet và sự phát triển mạnh mẽ của các thiết bị kết nối: Điện thoại thông minh, máy tính bảng,… Vào năm 2020, trên thế giới đã có hơn có 5,19 tỷ người hiện đang sử dụng điện thoại di động, khoảng gần hai phần ba tổng dân số thế giới. Con số thể hiện lượng người dùng internet là 4,66 tỷ người, chiếm tỷ lệ 59% dân toàn c ầu. Riêng với số người sử dụng social media đã tăng lên hơn 3,534 tỷ người, đạt tỷ lệ 46% dân số trên Trái Đất sử dụng phương tiện truyền thông xã h ội (social media). Còn đối với thiết bị điện thoại di động, dân số sử dụng mạng xã hội thông qua điện thoại di động đạt mức hơn 3,4 tỷ người. Tốc độ kết nối Internet ngày càng nhanh. Từ những con số biết nói, có th ể thấy được số người sử dụng mạng internet đang ngày càng gia tăng và là xu hướng. Đặc

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

biệt với cuộc sống xã hội hiện nay, internet và digital marketing là một phần không th ể thiếu, là động lực cho sự phát triển của xã hội. Theo đó các doanh nghiệp đang dần thay đổi cách thức tiếp cận khách hàng, phương thức marketing truyền thống đang dần thu hẹp, và chuyển sang phương thức marketing trực tuyến, hay digital marketing.

Dựa vào sự bùng n ổ của internet cũng như các mạng xã hội, cùng s ự đa dạng và những ưu điểm vượt trội mà phương thức marketing truyền thống không th ể nào có được, digital marketing được đánh giá là có tiềm năng phát triển vô cùn g to lớn, đang được ứng dụng ngày càng nhi ều trong nền kinh tế thị trường lúc này.

Một số doanh nghiệp sửu dụng bộ phận Marketing của chính mình để tiến hành các chiến dịch Digital Marketing, nhằm quảng cáo cho thương hiệu, bên cạnh đó có những doanh nghiệp lại sử dụng dịch vụ Marketing ở bên ngoài để thực hiện các chiến dịch đó.

OUTFIZ là công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ được thành lập được gần 01 năm tại thành phố Đà Nẵng, tuy công ty m ới hoạt động nhưng đã có l ượng khách hàng trung thành ổn định và tạo nên uy tính trong nghành Thương mại điện tử nhờ những chiến lược Digital Marketing khéo léo và h ợp lý.

Vì dịch vụ Digital Marketing ở Đà Nẵng còn khá m ới, và cũng là thị trường tiềm năng nên còn g ặp phải sự cạnh tranh của các đối thủ, cũng như những cản trở tiếp cận thị trường Digital Marketing của khách hàng m ục tiêu. Mặc dù hi ện tại các chiến dịch Digital Marketing của OUTFIZ vẫn hoạt động tốt, tuy nhiên để đảm bảo cho hiệu quả mở rộng thị trường sau này, công ty c ần phải đánh giá hoạt động Digital Marketing của mình cho khách hàng để có các gi ải pháp cải thiện chất lượng chiến dịch, vừa để rút ra bài h ọc, vừa là nguồn thông tin quan tr ọng dùng làm d ữ liệu cho các chiến dịch khác trong tương lai.

Xuất phát từ tình hình trên kết hợp với quá trình nghiên cứu thực tiễn trong thời gian thực tập tại công ty OUTFIZ, tôi đã quyết định chọn đề tài **"Đánh giá hoạt động Digital Marketing của công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz"** làm đề tài cho khóa lu ận tốt nghiệp của mình.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2. Mục tiêu nghiên cứu:

2.1. Mục tiêu chung

Đánh giá thực trạng về hoạt động digital marketing của công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz trong thời gian qua; từ đó, đề xuất giải pháp phát tri ển hoạt động marketing của doanh nghiệp.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống hóa lý lu ận về digital marketing, cách thức đo lường và đánh giá hoạt động Digital Marketing.
- Đánh giá th ực trạng hoạt động digital marketing hiện nay tại công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz.
- Đề xuất giải pháp nâng cao hoạt động digital marketing tại công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz trong thời gian qua.

3. **Đối tượng và ph ạm vi nghiên cứu**

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Hoạt động Digital Marketing của công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi không gian: Công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz tại Đà Nẵng.
- Phạm vi thời gian: Số liệu thứ cấp được công ty cung c ấp trong 03 tháng 09, 10, 11 năm 2020. Số liệu thứ cấp từ công c ụ Digital Marketing là Facebook và Website sẽ lấy trong 03 tháng 09, 10, 11 năm 2020. Số liệu sơ cấp được khảo sát từ tháng 09/2020 đến 12/2020.
- Phạm vi nội dung: Đề tài tập trung phân tích và đề xuất giải pháp trên hai phương tiện chính là Facebook và Website. Đề tài không phân tích chuyên sâu các phương tiện Digital Marketing khác và Marketing truy ền thống.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp:

Cơ sở lý thuyết về digital marketing, các kênh Digital Marketing và ứng dụng trong hoạt động marketing trong doanh nghiệp. Những công cụ thực hiện digital marketing, cách thức xây dựng nên các kênh digital marketing. Thông qua sách báo, t ạp chí, blog và các bài chia s ẻ trên website về marketing để thu thập các lý thuyết liên quan.

Thu thập kết quả thống kê Insight tại Fanpage doanh nghiệp, các phản hồi của khách hàng t ại Fanpage.

Tìm hiểu về các mục tiêu, định hướng phát triển trong tương lai của công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz.

Lấy số liệu thống kê các ho ạt động diễn ra trong khi chạy chương trình, thống kê số lượng khách hàng tiềm năng, số lượng khách hàng tiềm năng trở thành khách hàng của doanh nghiệp.

Thu thập số liệu báo cáo về doanh số, doanh thu của trung tâm trước trong và sau khi diễn ra chương trình tại Kế toán.

4.2. Phương pháp nghiên cứu định tính

Phỏng vấn trực tiếp người đảm trách công việc Marketing, những người trực tiếp thực hiện hoạt động marketing cho công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz để biết được các hoạt động digital marketing mà công ty đã triển khai trong thời gian qua, chi phí thực hiện các hoạt động đó.

4.3. Phương pháp nghiên cứu định lượng

Điều tra bằng bảng hỏi khách hàng của trung tâm, từ những thông tin thu thập được, thực hiện thống kê để xem thực tiễn hiệu quả của các hoạt động Digital marketing mà trung tâm đã triển khai. Từ đó đưa ra những kết luận và đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động Digital marketing.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

4.4. Phương pháp chọn mẫu

Để đảm bảo ý nghĩa thống kê, nguyên t ắc chọn mẫu đầu tiên được tuân thủ là kích thước tối thiểu của mẫu không nhỏ hơn 30 đơn vị nghiên cứu.

Trong nghiên cứu này, sử dụng phép chọn mẫu không lặp, với yêu cầu mức độ tin cậy là 95%, và sai s ố chọn mẫu không vượt quá 10% kích cỡ mẫu.

Công th ức mẫu theo Cochran (1977) như sau:

$$n = \frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 p \quad p}{\varepsilon^2}.(1 \quad)$$

Trong đó:

n: Kích thước mẫu.

$Z_{\alpha/2}$: Giá trị tới hạn tương ứng với độ tin cậy (1- α). Với mức ý ngh ĩa α = 0,05, thì độ tin cậy (1-α) = 0,95 nên $Z_{\alpha/2}$ = 1,96.

p: tỷ lệ tổng thể.

ε: sai số mẫu cho phép, ε = 0,1 (ε = 10%).

Để đảm bảo kích thước mẫu là lớn nhất và được ước lượng có độ lớn an toàn nhất thì $P(1 - P)$ phải đạt cực đại. Do đó ta chọn P = 0,5 thì $(1 - P)$ = 0,5, ta có s ố quan sát trong mẫu theo công thức là:

$$n = \frac{1{,}96^2 \, x \, 0{,}5 \, x \, (1 - 0{,}5)}{2}$$

$$0{,}1$$

$$n = 97$$

Để đảm bảo cỡ mẫu khảo sát phù h ợp để đưa vào phân tích, nghiên cứu nên tôi quyết định tiến hành khảo sát 110 khách hàng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Nghiên cứu lựa chọn phương pháp chọn mẫu phi xác suất với kỹ thuật chọn mẫu thuận tiện. Có nghĩa là lấy mẫu dựa trên sự thuận lợi hay dựa trên tính dễ tiếp cận của đối tượng, ở những nơi mà người thực hiện khảo sát có nhi ều khả năng gặp được đối tượng. Lấy mẫu thuận tiện thường được dùng trong nghiên c ứu khám phá, để xác định ý ngh ĩa thực tiễn của vấn đề nghiên cứu; hoặc để kiểm tra trước bảng câu hỏi nhằm

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

hoàn chỉnh bảng; hoặc khi muốn ước lượng sơ bộ về vấn đề đang quan tâm mà không muốn mất nhiều thời gian và chi phí.

Dựa trên phương pháp chọn mẫu chọn ra những đối tượng thuận tiện cho việc khảo sát trong số những khách hàng nội địa của công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz.

4.5. Phương pháp xử lý và phân t ích dữ liệu

Đề tài sử dụng phần mềm SPSS 20.0 để phân tích số liệu. Quá trình phân tích số liệu được tiến hành như sau:

Với tập dữ liệu thu về, sau khi hoàn tất việc gạn lọc, kiểm tra mã hóa, nh ập dữ liệu, làm sạch dữ liệu một số phương pháp phân tích sẽ được sử dụng như sau:

+ Phân tích thống kê mô t ả: sử dụng bảng tần số để mô tả tần suất, tỉ lệ % các thuộc tính của nhóm khảo sát như: giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập, …

+ Kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha: Kiểm định nhằm loại bỏ các biến không phù h ợp và hạn chế các biến rác trong quá trình nghiên cứu và đánh giá độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha. Các biến đo lường có hệ số tương quan biến tổng < 0,3 sẽ bị loại và tiêu chu ẩn chọn thang đo là hệ số Alpha phải > 0,6.

5. Kết cấu đề tài

Đề tài được chia thành 3 phần: Phần đặt vấn đề, Phần Nội dung và kết quả nghiên cứu, Phần kết luận và kiến nghị. Phần Nội dung và kết quả nghiên cứu là trọng tâm của đề tài, phần này được chia làm 3 chương chính.

Chương 1: Cơ sở lý lu ận và thực tiễn về Digital Marketing.

Chương 2: Đánh giá hoạt động Digital Marketing của công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz.

Chương 3: Đề xuất giải pháp nâng cao hoạt động Digital Marketing của công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

PHẦN 2: NỘI DUNG VÀ K ẾT QUẢ NGHIÊN C ỨU

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LU ẬN VÀ TH ỰC TIỄN VỀ DIGITAL MARKETING

1.1. Cơ sở lý luận

1.1.1. Tổng quan về hoạt động Marketing

1.1.1.1. Khái ni ệm về Marketing

Hiện nay có nhiều cách định nghĩa Marketing khác nhau. Theo một số tài liệu thì thuật ngữ Marketing xuất hiện lần đầu tiên tại Mỹ vào đầu thế kỷ 20 và được đưa vào Từ điển tiếng Anh năm 1944. Xét về mặt cấu trúc, thuật ngữ Marketing gồm gốc "market" có nghĩa là "cái chợ" hay "thị trường" và hậu tố "ing" diễn đạt sự vận động và quá trình đang diễn ra của thị trường. Tại Việt Nam, một số tài liệu thường hay dịch từ marketing sang tiếng việt là "tiếp thị". Tuy nhiên, từ "tiếp thị" không thể bao hàm hết được ý nghĩa của marketing, nó chỉ là phạm vi hẹp của marketing. Marketing là quá trình tổ chức lực lượng bán hàng nhằm bán được những hàng hóa do công ty s ản xuất ra. Marketing là quá trình quảng cáo và bán hàng. Marketing là quá trình tìm hiểu và thỏa mãn nhu cầu của thị trường. Hay Marketing là làm th ị trường, nghiên cứu thị trường để thỏa mãn nó. Chúng ta c ũng có thể hiểu rằng Marketing là các cơ chế kinh tế và xã h ội mà các tổ chức và cá nhân s ử dụng nhằm thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của mình thông qua quy trình trao đổi sản phẩm trên thị trường.

Theo theo Hiệp hội Marketing Mỹ - AMA (2014): "Marketing là một hệ thống tổng thể các hoạt động của tổ chức được thiết kế nhằm hoạch định, đặt giá, xúc tiến và phân phối các sản phẩm, dịch vụ, ý tưởng để đáp ứng nhu cầu của thị trường mục tiêu và đạt được các mục tiêu của tổ chức."

Còn Philip Kotler (1997), cha đẻ của marketing hiện đại, cũng là một tác giả nổi tiếng trên thế giới về marketing đưa ra định nghĩa như sau: "marketing là quá trình tạo dựng các giá trị từ khách hàng và m ối quan hệ thân thiết với khách hàng nhằm mục đích thu về giá trị lợi ích cho doanh nghiệp, tổ chức từ những giá trị đã được tạo ra".

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Các định nghĩa trên đều định nghĩa marketing bằng những ngôn từ khác nhau. Nhưng, chung quy lại các định nghĩa marketing đều hướng tới một vấn đề duy nhất đó là thỏa mãn nhu cầu của khách hàng.

1.1.1.2. Phân lo ại hoạt động Marketing

Marketing được phân thành hai loại sau:

Marketing truyền thống hay Marketing cổ điển:

Toàn bộ hoạt động Marketing chỉ diễn ra trên thị trường trong khâu lưu thông. Hoạt động đầu tiên của Marketing là làm vi ệc với thị trường và việc tiếp theo của nó trên các kênh lưu thông. Như vậy, về thực chất Marketing cổ điển chỉ chú trọng đến việc tiêu thụ nhanh chóng những hàng hóa, d ịch vụ sản xuất ra và không chú tr ọng đến
khách hàng.

Trong điều kiện cạnh tranh gay gắt hơn nếu chỉ quan tâm đến khâu tiêu thụ thì chưa đủ mà còn c ần quan tâm đến tính đồng bộ của cả hệ thống. Việc thay thế Market-ing cổ điển bằng lý thuyết Marketing khác là điều tất yếu.

Để hiểu một cách trừu tượng hơn về marketing truyền thống các có thể hiểu theo một trong hai cách sau, hoặc cũng có thể là hiểu theo cả hai cách:

- Hiểu theo cách thứ nhất: Với marketing truyền thống người kinh doanh sẽ chú trọng nhiều hơn đến khâu sản xuất và phân ph ối sản phẩm, điều này đồng nghĩa rằng sản phẩm cần phải được sản xuất, sau đó là sử dụng các phương thức marketing để
giới thiệu sản phẩm đến các khách hàng.
- Hiểu theo cách thứ hai: Với nhiều người cách hiểu đơn giản nhất về marketing truyền thống đó chính là phương thức marketing sử dụng các cách th ức tiếp cận khách hàng theo kiểu truyền thống, tức là người kinh doanh có th ể giới thiệu sản phẩm, dịch vụ của mình của các phương tiện truyền thông như ti vi, báo đài, tờ rơi, các banner tại các con đường, các tuyến phố.

Marketing hiện đại:

Marketing hiện đại khác với marketing truyền thống ở chỗ, nếu như marketing truyền thống tập trung vào giai đoạn phân phối, nghĩa là người sản xuất sẽ sản xuất sản

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

phẩm trước, sau đó mới sử dụng marketing để tiếp cận và thuyết phục khách hàng mua, thì marketing hiện đại tập trung vào quá trình nghiên cứu của khách hàng. Mar-keting hiện đại bao gồm tất cả các hoạt động quản lý, nghiên cứu, sản xuất lấy khách hàng làm trung tâm, s ản xuất theo nhu cầu thị trường.

Sự ra đời của Marketing hiện đại đã góp ph ần to lớn vào việc khắc phục tình trạng khủng hoảng thừa và thúc đẩy khoa học, kỹ thuật phát triển. Marketing hiện đại đã chú tr ọng đến khách hàng hơn, coi thị trường là khâu quan tr ọng nhất của quá trình tái sản xuất hàng hóa và khách hàng và nhu c ầu của họ đóng vai trò quy ết định. Mặt khác do chú ý đến tính đồng bộ của cả hệ thống nên các b ộ phận, đơn vị đều tập trung tạo lên sức mạnh tổng hợp đáp ứng tốt nhất nhu cầu khách hàng. Mục tiêu của Market-ing là tối đa hoá lợi nhuận nhưng đó là mục tiêu tổng thể, dài hạn còn bi ểu hiện trong ngắn hạn lại là sự thoả mãn thật tốt nhu cầu khách hàng.

1.1.2. Tổng quan về Digital Marketing

1.1.2.1. Khái ni ệm Digital Marketing

Digital marketing (Tiếp thị số) là các hoạt động marketing sản phẩm/dịch vụ mà có m ục tiêu rõ ràng, có th ể đo lường được, có tính tương tác cao có sử dụng công nghệ số (digital) để tiếp cận và giữ khách hàng. Mục tiêu của digital marketing chính là tăng độ nhận diện thương hiệu, xây dựng lò ng tin và tăng lượt bán hàng. Đặc điểm khác biệt nhất của digital marketing so với marketing truyền thống chính là việc sử dụng các công c ụ số (điển hình là internet) như một công cụ cốt lõi không th ể thiếu..

Theo một định nghĩa khác, digital marketing là quảng bá sản phẩm hoặc thương hiệu thông qua một hoặc nhiều hình thức truyền thông điện tử - Nguồn: SAS software & Business Dictionary.

Truyền thông điện tử là phương tiện truyền thông sử dụng điện tử (môi trường trực tuyến như: email, website, mạng xã hội…) hoặc năng lượng điện (các thiết bị điện tử như tivi, radio, điện thoại, …) cho người cuối cùng (khán gi ả) truy cập nội dung. Điều này trái ngược với phương tiện truyền thông tĩnh (chủ yếu là phương tiện in), ngày nay thường được tạo ra bằng điện tử, nhưng không đòi h ỏi người dùng ph ải truy cập vào các thi ết bị điện tử dưới dạng in.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

1.1.2.2. Phân bi ệt Digital Marketing và Marketing truy ền thống

Các phương tiện marketing truyền thống bao gồm:

- Phát tờ rơi: đây là phương thức tiếp thị rất quen thuộc với người làm kinh do-anh và cả người tiêu dùng. T ờ rơi được phát ở khắp mọi nơi: các con đường, tại các ngã tư có đông người qua lại, hoặc có th ể được phát đến tận nhà, … Gần đây, phương pháp tiếp thị này không được nhiều doanh nghiệp ưa chuộng nữa vì nó đem lại hiệu quả không cao, t ỷ lệ tiếp cận được đến khách hàng ti ềm năng là rất thấp mà chi phí để thực hiện thì tương đối cao.

- Gửi thư: hiện nay, có r ất nhiều phương pháp Marketing hiện đại như thư điện tử (email), tin nhắn quảng cáo… nên việc gửi thư đến người tiêu dùng không còn xu ất hiện nhiều nữa. Tuy nhiên, nếu biết cách tận dụng doanh nghiệp hoàn toàn có th ể tìm thấy được những khách hàng thông qua cách làm này.

- Marketing thông qua báo chí: Đây là một hình thức quảng cáo có tu ổi đời lâu nhất; hiện nay, hình thức này vẫn đang được áp dụng và mang lại hiệu quả tương đối tốt đối với nhiều doanh nghiệp xây dựng được chiến lược quảng cáo hấp dẫn người tiêu dùng.

- Marketing truyền thống với các catalogue: đây là hình thức tiếp thị bằng cách in ấn các catalogue với nhiều hình ảnh bắt mắt cùng các thông tin mà doanh nghi ệp muốn truyền tải. Đối với hình thức này, nếu doanh nghiệp biết tận dụng biết cách đánh vào tâm lý khách hàng thì hi ệu quả mang lại cũng khá khả quan.

- Marketing truyền thống với các video có kh ả năng lan truyền: đây là một hình thức marketing không bao gi ờ lỗi thời, với các video xuất hiện trên sóng truy ền hình, xem kẽ trong các chương trình đang được trình chiếu có th ể giúp các doanh nghi ệp giới thiệu sản phẩm đến hàng triệu người dùng. Tuy nhiên, hình quảng cáo này c ũng xuất hiện một số vấn đề bất cập như giá thành quá cao, không đánh đúng vào khách hàng tiềm năng.

- Marketing qua điện thoại: là việc gọi trực tiếp tới người tiêu dùng để thuyết phục họ mua một sản phẩm hoặc dịch vụ. Hình thức này có ưu điểm là chi phí thấp và

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

người bán hàng sẽ giải đáp được mọi thắc mắc của khách hàng nhanh chóng; nhưng bên cạnh đó, khi quá nhiều doanh nghiệp áp dụng hình thức này không h ợp lý s ẽ làm gây ra nhiều ác cảm đối với phần lớn người tiêu dùng.

Nhìn chung ta có th ể thấy rằng Marketing truyền thống chủ yếu sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng, còn digital marketing s ử dụng internet và trên các thiết bị số hóa, không phụ thuộc vào các hãng truy ền thông.

Ngoài ra Digital Marketing và Marketing truy ền thống còn có nh ững điểm sau để phân biệt:

- Measuable (có kh ả năng đo lường)

Digital Marketing thì có khả năng đo lường một cách dễ dàng và hi ệu quả hơn với sự hỗ trợ của các công cụ đo lường (như Google Analytics). Chúng ta có thể biết chính xác có bao nhiêu click đến từ kênh nào, th ời gian khách hàng trên website bao lâu, họ đi khỏi website ở trang nào và h ọ có mua hàng hay không.

Công vi ệc đo lường để đánh giá hiệu quả marketing trở nên chính xác, nhanh chóng hơn rất nhiều so với hình thức marketing truyền thống.

Đây là một trong những ưu điểm mà marketing truyền thống không làm được và điều này khiến cho digital marketing trở thành một công cụ đắc lực cho các nhà làm marketing.

- Tagetable (nhắm đúng khách hàng mục tiêu)

Việc nhắm đúng khách hàng mục tiêu cho từng chiến dịch marketing là điều tối quan trọng cho công ty. Tuy nhiên đây không phải là việc dễ, khách hàng mục tiêu là tâm điểm của chiến dịch marketing, với digital marketing ta có thể thao tác nhanh chóng để xác định và hướng tới khách hàng mục tiêu của mình. Nhắm đúng khách hàng mục tiêu giúp chi ến dịch digital marketing gia tăng gấp bội hiệu quả.

- Optimizeable (có th ể tối ưu)

Chiến dịch marketing cần được tối ưu hóa. Đó là quy trình phân tích kiểm tra và tối ưu hóa giúp doanh nghiệp:

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Xác định được việc gì nên làm và việc gì không nên làm
- Xác định được kênh nào s ẽ cho nhiều lượt tương tác và chuyển đổi nhất
- Nghiên cứu kỹ hơn về nhân khẩu học và hành vi c ủa người dùng
- Xác định được từ khóa nào mang l ại nhiều lượt tương tác nhất (nhằm sử dụng cho hoạt động quảng cáo trả tiền về sau)

Với digital marketing, ta có thể sử dụng nhiều công cụ khác nhau để thực hiện tối ưu hóa dễ dàng, tốc độ và đưa ra kết quả chính xác như:

- Google analytics: Một ứng dụng miễn phí và cực kỳ hiệu quả bởi Google, nó cho phép tiếp cận đến những nguồn thông tin có giá tr ị như lượt tương tác hay các thông tin quan tr ọng khác về website.
- Clicky: Đây cũng là một trang web hỗ trợ việc giám sát, phân tích, đồng thời phản ánh lượt tương tác trên Blog và Website trong khoảng thời gian người dùng ở trên website/Blog.
- Statcounter: Một công c ụ miễn phí nữa giúp phân tích lượt tương tác trên web-site để giám sát các ho ạt động của người dùng trong kho ảng thời gian người dùng ho ạt động trên website.
- Hubspot: Đây là một nền tàng tốt cho việc tiến hành phân tích. Đây được xem là một công c ụ lý t ưởng dành cho các doanh nghi ệp nhỏ để đo lường lượt tương tác và inbound marketing.
- Adobe Marketing Cloude: Nền tảng tích hợp này có th ể cung cấp cho thời gian thực tế mà người dùng lưu lại trên website và những phân tích dự đoán liên quan đến hiệu suất của website.
- GoSquared: Nền tảng cho việc giám sát th ời gian người dùng lưu lại trên web-site. Công c ụ này sẽ giúp th ẽo dõi doanh thu và ROI c ủa một trang thương mại điện tử eCommerce.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Moz Analytics: Moz là một nền tảng phân tích toàn diện, được tích hợp giữa Tìm kiếm, Social, Social Listening và phân tích Inbound Marketing.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Webtrends: Công c ụ này có th ể đo lường hoạt động trên nhiều kênh khác nhau như điện thoại di động, website, social.

- Addressable (Tính xác định)

Digital marketing không ch ỉ giúp nhanh chóng phân tích và đưa ra kết quả tối ưu mà còn cho m ỗi biến kết quả một giá trị xác định. Từ đó ta có thể định lượng được hiệu quả cho các biến, các sản phẩm mới ra mắt và thị trường. Điều này không ch ỉ tạo ra kết quả của quá khứ mà nó còn có kh ả năng dự báo định lượng tương lai. Từ đó các chuyên gia có th ể định tính và đánh giá tiềm năng cũng như xu hướng của toàn bộ thị trường.

- Interactively (có tính tương tác)

Tương tác từ doanh nghiệp với khách hàng khôn g chỉ giúp khuyến khích khách hàng mua hàng và s ử dụng sản phẩm của công ty, nó còn góp ph ần không nhỏ giúp công ty có được những khách hàng trung thành sau này.

Lý do là khi t ương tác với khách hàng, doanh nghiệp có thể tổng hợp ý kiến, thấu hiểu mong muốn (insight) khách hàng và từ đó tạo ra sản phẩm và dịch vụ đi kèm phù h ợp.

Hãy để khách hàng tham gia và tương tác, trao đổi quan điểm ý kiến về sản phẩm, sự kiện của doanh nghiệp. Khi làm như vậy, khách hàng sẽ thấy phấn khích khi được đóng góp ý kiến cá nhân c ủa mình và điều đó được trân trọng. Hơn thế nữa, khách hàng s ẽ yêu thích nhãn hàng của công ty hơn vì chính công ty quan tâm đến họ, tăng uy tín cho thương hiệu.

- Relevancy (tính liên quan)

Nội dung được gửi gắm qua các chiến dịch marketing muốn có hiệu quả thì phải có tính liên quan, kết dính với nhau và với xu hướng, mối quan tâm của người tiêu dùng. Có v ậy nội dung mới nhanh chóng được đón nhận và nhờ đó hoạt động market-ing thành công.

- Viral able (có kh ả năng phát tán)

Viral marketing về bản chất là khuyến khích cá nhân lan truyền nội dung thông điệp tiếp thị mà doanh nghiệp gửi gắm. Từ đó tạo tiềm năng phát triển theo hàm mũ

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

gây ảnh hưởng sâu rộng tới cộng đồng qua thông điệp mà công ty mu ốn truyền tải.

Thông qua 6 chi ến lược dưới đây, viral marketing sẽ làm thúc đẩy nhanh chóng quá trình lan truyền trên internet mà marketing truy ền thống không làm được.

1. Tặng sản phẩm hoặc dịch vụ có giá trị

2. Cung cấp tiện ích chia sẻ dễ dàng cho người khác

3. Quy mô d ễ dàng từ nhỏ đến lớn

4. Khai thác hành vi và động lực

5. Sử dụng mạng lưới truyền thông hi ện có

6. Tận dụng lợi thế của các nguồn tài nguyên

khác. - Accountable (khả năng tính toán chính xác)

Digital Marketing không ch ỉ giúp nhanh chóng phân tích và đưa ra kết quả tối ưu mà còn cho m ỗi biến kết quả một giá trị xác định.

Từ đó ta có thể định lượng được hiệu quả cho các biến, các sản phẩm mới ra mắt và thị trường. Điều này không ch ỉ tạo ra kết quả của quá khứ mà nó còn có kh ả năng dự báo định lượng tương lai. Từ đó các chuyên gia có th ể định tính và đánh giá tiềm năng cũng như xu hướng của toàn bộ thị trường.

1.1.2.3. Phân bi ệt Digital Marketing và Online Marketing

Hiện nay những từ ngữ như Digital Marketing, Internet Marketing hay Online Marketing trôi n ổi khắp nơi trên mạng và có r ất nhiều người sử dụng các từ này như các từ đồng nghĩa và có th ể thay thế cho nhau được. Nhưng trên thực tế thì Digital Marketing là một cụm từ mang ý nghĩa bao hàm hơn và Online Marketing (hay Inter-net Marketing) chỉ là một phần của Digital Marketing. Vậy sự khác nhau đó là gì?

Online Marketing / Internet Marketing như tên gọi của nó bao gồm các kênh quảng cáo liên quan tới việc đòi h ỏi phải có kết nối mạng internet, trong khi đó thì Non-online Advertising thì lại chủ yếu là những phương thức quảng cáo mà trong đó

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

người sử dụng không cần kết nối mạng. Nhưng Digital Marketing bao gồm cả hình thức online và Non-online.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Khác bi ệt giữa digital marketing và online marketing

- Digital marketing truyền thông điệp trên bất kỳ thiết bị số nào dù có k ết nối với internet hay không. Online marketing chỉ nhận được thông điệp khi khách hàng k ết nối internet (có dây ho ặc không dây).

- Hình thái của digital marketing đa dạng và biến ảo hơn, trong khi online chỉ xo- ay quanh các banner và hi ệu ứng liên quan đến web.

- Phương tiện truyền của digital marketing có NFC, Bluetooth, các thi ết bị lưu trữ, billboard tương tác ngoài trời và bao gồm cả internet. Online marketing chỉ gắn liền với internet.

Sự khác bi ệt đến từ 3 góc độ:

1. *Đo lường:*

Online marketing có kh ả năng đo lường một cách dễ dàng và hi ệu quả hơn với sự hỗ trợ của các công cụ đo lường (Google Analytics chẳng hạn). Doanh nghiệp có thể biết chính xác có bao nhiêu click đến từ kênh nào, th ời gian khách hàng trên website bao lâu, họ đi khỏi website ở trang nào và h ọ có mua hàng hay không.

Với các kênh non-online marketing thì không dễ dàng như vậy vì chúng không phụ thuộc vào website hay mạng internet và do vậy khó đo lường hơn (tương tự như các kênh outdoor và truy ền thống vậy). Ví dụ: không thể nào biết được có bao nhiêu người đọc tin nhắn của khi gửi SMS và có bao nhiêu người trong đó thực hiện việc mua hàng sau đó.

2. *Phương thức hoạt động:*

Các kênh online marketing thì phụ thuộc vào mạng internet. Không có internet thì không có online marketing.

Các kênh non -online marketing chúng không ph ụ thuộc mạng internet mà phụ thuộc vào cơ sở hạ tầng viễn thông (sóng truyền hình, sóng radio, sóng điện thoại, v.v…) và do đó có internet hay không thì chúng vẫn hoạt động.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

3. *Mục đích sử dụng:*

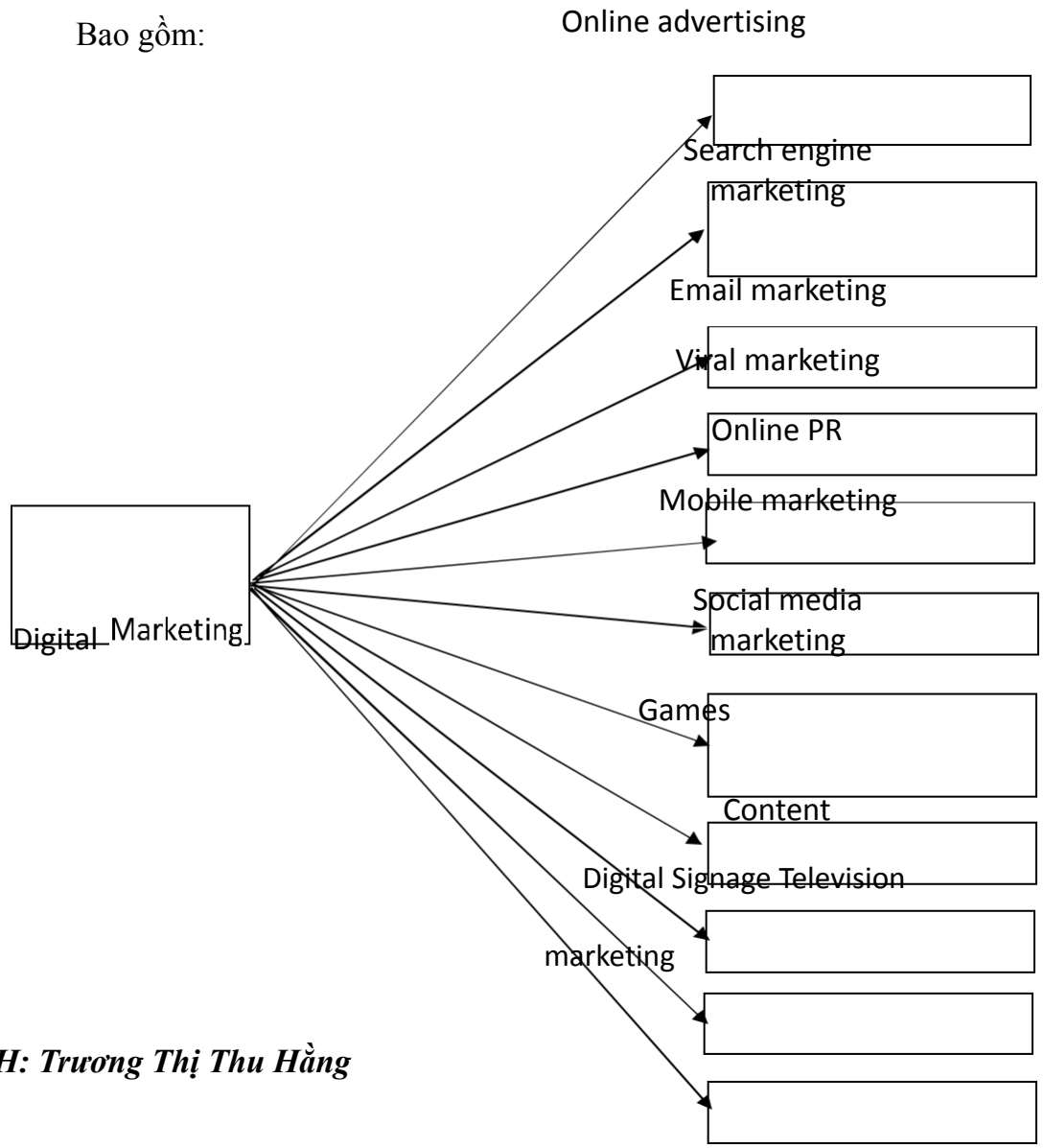
Có 2 mục đích chính khi làm quảng cáo đầu tiên là để tăng cường chuyển đổi (converison – bán hàng, đăng ký, ...), thứ hai là để tăng nhận diện thương hiệu (brand awareness).

Online marketing có th ế mạnh là giúp tăng cường chuyển đổi vì chúng có th ể đo lường được dễ dàng nhờ vậy có thể nhanh chóng tối ưu hóa và cải thiện hiệu quả chiến dịch ngay cả khi đang thực thi.

Non-online marketing có th ế mạnh là giúp tăng cường nhận diện thương hiệu vì chúng có kh ả năng phủ rộng rãi.

1.1.2.4. Các kênh c ủa Digital Marketing

Bao gồm:



Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Online advertising (Quảng cáo tr ực tuyến)

Cũng như các loại hình quảng cáo khác, quảng cáo trực tuyến nhằm cung cấp thông tin, đẩy nhanh tiến độ giao dịch giữa người mua và người bán. Tuy nhiên quảng cáo trực tuyến khác hẳn quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng khác, nó giúp người tiêu dùng có th ể tương tác với quảng cáo. Khách hàng có th ể nhấn vào quảng cáo để lấy thông tin hoặc mua sản phẩm cùng m ẫu mã trên qu ảng cáo đó, thậm chí họ còn có th ể mua cả sản phẩm từ các quảng cáo online trên Website.

Quảng cáo trực tuyến đã tạo cơ hội cho các nhà quảng cáo nhắm chính xác vào khách hàng c ủa mình, và giúp họ tiến hành quảng cáo theo đúng với sở thích và thị hiếu của người tiêu dùng.

Ngày nay có vô s ố hình thức quảng cáo mà một nhà tiếp thị số phải làm quen với nó, như quảng cáo hiển thị truyền tải thông điệp quảng cáo một cách trực quan bằng việc sử dụng văn bản, logo, hình ảnh động, video, hìnhảnh; Biểu ngữ quảng cáo trên web điển hình là những quảng cáo đồ họa hiển thị trong một trang web; Khung quảng cáo trên web, …

Điều này có v ẻ phức tạp, nhưng nó thực sự đang cung cấp cho các nhà ti ếp thị một loạt những lựa chọn tốt hơn. Việc am hiểu các hình thức quảng cáo đang phổ biến trên thị trường thật sự rất quan trọng khi mà nhà marketing b ắt đầu triển khai kế hoạch Digital Marketing của riêng mình.

Search engine marketing (SEM)

SEM là viết tắt của thuật ngữ: Search Engine Marketing dịch sang tiếng Việt có nghĩa là “marketing trên công cụ tìm kiếm”. Hiểu chính xác thì SEM là một hình thức marketing online, áp dụng vào các công c ụ tìm kiếm như Google, Bing, Yahoo, Coccoc, … Khi mà con người online ngày càng nhi ều thì hành vi của người mua cũng thay đổi theo, họ online nhiều hơn đồng thời với nhu cầu tìm kiếm nhiều hơn. Khi có sự quan tâm, thích thú đến một mặt hàng nào đó họ sẽ search (tìm kiếm), và đây là thời điểm, vị trí để làm SEM.

SEM bao gồm hai thành phần chính là SEO và PPC

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Search engine optimization (SEO)

Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) là quá trình ảnh hưởng đến khả năng hiển thị trực tuyến của một website hoặc một trang web trong 'kết quả chưa thanh toán' của một công cụ tìm kiếm web.

Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm là tập hợp các phương pháp nhằm nâng cao thứ hạng của một website trong các trang kết quả của các công cụ tìm kiếm (phổ biến nhất là Google). Ưu điểm lớn nhất của SEO đó chính là nếu website của doanh nghiệp được xếp trong Top kết quả tìm kiếm của Google thì tỷ lệ chuyển đổi sẽ rất cao mặc dù doanh nghiệp không phải trả phí và người tiêu dùng thường có xu hướng click vào kết quả thông thường hơn chứ không phải là quảng cáo.

Các phương pháp đó bao gồm việc tối ưu hóa website (tác động mã nguồn HTML và nội dung website) và xây d ựng các liên kết đến trang để các công cụ tìm kiếm chọn lựa trang web phù h ợp nhất phục vụ người tìm kiếm trên Internet ứng với một từ khóa cụ thể được người dùng truy vấn.

Pay Per Click (PPC)

Thuật ngữ PPC hay tạm dịch là Trả tiền theo Click. Đây là hình thức quảng cáo dưới dạng nhà tài tr ợ trên Internet, cũng có tên gọi khác là đó là quảng cáo google adwords. Tác dụng của hình thức quảng cáo này là giúp website c ủa doanh nghiệp sẽ được lên Top dễ dàng mà không m ất nhiều thời gian, từ đó tang lượng người truy cập vào website và hi ệu quả có thể được đo lường được một cách nhanh chóng. Theo hình thức này thì các đơn vị đặt quảng cáo sẽ phải chi trả cho bộ máy tìm kiếm một khoản phí được quy định trên mỗi cú click và mẫu quảng cáo.

Email marketing

Email marketing là một hình thức marketing trực tiếp.

Đó là trực tiếp truyền đi một thông điệp thương mại (thông tin, bán hàng, tiếp thị, giới thiệu sản phẩm, …) cho một nhóm người thông qua email.

Nhiệm vụ chính của email marketing là xây d ựng mối quan hệ với khách hàng, tạo lòng tin và t ăng khả năng nhận diện thương hiệu của khách hàng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tuy nhiên, không may là email marketing cũng có nhiều tai tiếng. Vì nó có những ưu điểm vượt trội, nhiều công ty đã lạm dụng email để spam người nhận quá mức. Mặc dù email marketing không có tội nhưng người ta vẫn có nhiều nghi ngại. Nếu một email

không được gửi bởi người quen, người ta thường xem đó là thư spam và xóa nó ngay lập tức. Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp khác, email marketing vẫn hoạt động một cách hiệu quả và có th ể giúp công ty phát triển thương hiệu, cũng như bán hàng.

Có nhi ều lý do tại sao nên sử dụng email marketing, một trong những lý do quan trọng đó là nó có nhi ều công dụng. Email có thể được sử dụng về nhiều mặt trong quá trình tiếp thị. Nhiều công ty sử dụng email như một phần của quá trình thu thập thông tin hoặc bán hàng, bằng cách gửi những email mời tham gia các sự kiện, làm nổi bật những sản phẩm mới và đưa ra những lời đề nghị đặc biệt. Những nhà tiếp thị khác lại sự dụng email như một phần trong duy trì các khách hàng thân thi ết. Những bức thư điện tử đã trở thành một yếu tố tiêu chuẩn của chiến lược marketing hỗn hợp.

Viral marketing (Tiếp thị lan truyền)

Tiếp thị lan truyền là thuyết phục khách hàng t ự chuyển những thông điệp hoặc sản phẩm của bạn đến những người khác, những người mà khách hàng c ảm thấy họ đánh giá đúng nhất.

Tiếp thị lan truyền thành công là đưa ra một số thứ, thường miễn phí mà mọi

người muốn chia sẻ, do đó mọi người sẽ lan truyền việc tiếp thị.

Mặc dù hi ện nay, tiếp thị lan truyền được sử dụng chủ yếu với những video clip, nhưng những ứng dụng của nó ngày càng mở rộng hơn. Cái hay của tiếp thị lan truyền là

ở chỗ khách hàng vừa là người truyền thông điệp, vừa là người xác nhận mục tiêu tiếp thị: những người khác dễ bị ảnh hưởng, những người bạn của người đó sẽ thực sự đánh giá cao sản phẩm, dịch vụ hặc video clip đó. Tiếp thị lan truyền thực chất là phiên b ản kỹ thuật số của tiếp thị truyền miệng, tiếp thị bằng tin đồn hay tiếp thị qua mạng.

Các phương án để tiếp thị hiệu quả:

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Nội dung hấp dẫn: Những điều thú v ị, mang tính giải trí hoặc thông tin (lý tưởng nhất là có c ả ba) có khuynh hướng được lan truyền.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Cân nhắc cả chức năng và sự vui vẻ: Nội dung tuyên truyền không bắt buộc phải có m ột chức năng cụ thể, ổn định nhưng rõ ràng nó có th ể có m ột chức năng để khách hàng mu ốn giữ lại nó, và s ử dụng nhiều lần.
- Khiến tiếp thị lan truyền thân thiện hơn với người sử dụng: Trong khi tuyên truyền nội dung, bạn không mu ốn mọi người nghĩ nó là virus! Vì vậy bận cần chắc chắn nọ có th ể vượt qua các bộ lọc spam.
- Thúc đẩy việc lan truyền nội dung: Có th ể thực hiện điều đó bằng một lời khuyến khích "hãy chia sẻ với những người bạn của bạn", việc này sẽ làm tăng khả năng lan truyền nội dung.
- Sử dụng các trang web để phân phối tuyên truyền: có nh ững trang web tồn tại để lưu trữ nội dung tuyên truyền, bạn nên sử dụng để có th ể được nhiều người biết đến trong thị trường của bạn.
- Từ bỏ việc kiểm soát.

Online PR (PR trực tuyến)

PR Online là giải pháp marketing giúp thương hiệu, sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp tiếp cận với một lượng người tiêu dùng r ộng lớn hơn. Tương tự như với PR truyền thống nhưng điểm khác biệt ở PR Online đó chính là các n ội dung tiếp thị, các câu chuy ện mà các b ạn tạo ra nó không hiển thị trên các phương tiện báo đài, tạp chí và vị trí hiển thị của chúng là nằm trên các kênh ti ếp thị trực tuyến hiện nay.

Có th ể thêm PR Online là m ột nghệ thuật kể chuyện mà ở đó các nội dung chất lượng được tạo ra để cùng c ấp cho những người dùng m ạng. Các doanh nghiệp có thể sử dụng PR Online để quản trị mối quan hệ công chúng với những người dùng, nh ững khách hàng không t ập trung vào bán hàng mà là t ạo sự tin tưởng kết nối giữa khách hàng với doanh nghiệp.

Hiển tại PR Online có thể được thực hiện thông qua nhiều kênh marketing khác nhau như:

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Các website, blog

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Các trang báo m ạng, báo điện tử
- Giải pháp seo
- Phương tiện truyền thông m ạng xã hội …

Online PR sẽ nhanh chóng tạo ra được phản hồi từ phía người dùng với các con số giá trị về lượng người dùng đọc nội dung, lượng người dùng để lại những tương tác trên các nội dung đó, dễ dàng khi phát tán r ộng rãi trên các trang m ạng xã hội, báo điện tử, và cũng dễ dàng trong vấn đề điều chỉnh những nội dung này. PR Online hỗ trợ các doanh nghiệp tạo một lợi tức đầu tư ROI tốt, và được sử dụng rộng rãi khi doanh nghiệp muốn thúc đẩy sự phát triển kinh doanh với các sản phẩm, dịch vụ mới, kể cả các sự kiện, những câu chuyện mà doanh nghiệp muốn đưa đến cho người tiêu dùng.

Mobile marketing (Tiếp thị qua điện thoại di động)

Mobile marketing là tiếp thị trên hoặc với một thiết bị di động, chẳng hạn như một điện thoại thông minh. Tiếp thị điện thoại di động có thể cung cấp cho khách hàng với thời gian và vị trí nhạy cảm, thông tin cá nhân nhằm thúc đẩy hàng hóa, d ịch vụ và

ý t ưởng. Là việc sử dụng các phương tiện di động như một kênh giao tiếp và truyền thông gi ữa thương hiệu và người tiêu dùng

Các loại phổ biến của quảng cáo trên điện thoại là cuộc gọi lạnh (cold calling), marketing qua tin nhắn văn bản dưới dạng mã giảm giá – quà tặng – chương trìnhdành cho khách hàng trung thành – chúc mừng sinh nhật… (text message marketing), QR codes.

Social media marketing (SMM)

Marketing truyền thông xã hội là việc sử dụng nền tảng phương tiện truyền thông xã hội và các website để quảng bá sản phẩm hoặc dịch vụ. Người dùng t ạo ra những sản phẩm truyền thông như: tin, bài, hình ảnh, video clips… sau đó xuất bản trên Internet thông qua các m ạng xã hội hay các diễn đàn, các blog… Các tin, bài này được cộng đồng mạng chia sẻ và phản hồi nên luôn có tính đối thoại. Đây là một xu hướng truyền thông khác hẳn với truyền thông đại chúng trước đây.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Games (Trò ch ơi)

Giới trẻ không còn gi ới hạn ở những trò ch ơi kỹ thuật số chung chung như săn rồng, trộm xe, hay tạo nên một đống kỹ thuật số lộn xộn. Thay vào đó, các trò ch ơi kỹ thuật số đang được sử dụng rộng rãi và được xem như một xu hướng giải trí, thậm chí người tâ còn s ử dụng để phục vụ giáo dục.

Game đại diện cho một trong những phương tiện truyền thông mới nhất đối với các nhà ti ếp thị.

Game là một phương tiện truyền thông mới đồng thời cũng là một thị trường mới. Thực tế ảo của thế giới ảo là nơi gặp gỡ không chỉ để quảng cáo và xây d ựng nhãn hiệu mà còn để bán những vật dụng cho người tiêu dùng trong th ế giới ảo.

Khi người sử dụng quen thuộc hơn với việc chuyển đổi giữa thực tế ảo và thực tế hữu hình, hai thế giới sẽ chạm nhau. Ranh giới giữa thế giới vật chất và thế giới ảo sẽ lại xóa nhòa. Vì vậy, mỗi nhà tiếp thị số cần có những chiến lược xây dựng nhãn hiệu để hội nhập thông qua thế giới ảo và nền tảng game.

Content marketing (Nội dung marketing)

Content marketing là một hình thức marketing tập trung vào việc tạo, xuất bản và phân phối nội dung cho một đối tượng trực tuyến.

Nó thường được các doanh nghiệp sử dụng để:

- Thu hút s ự chú ý và t ạo ra các khách hàng ti ềm năng.
- Mở rộng cơ sở khách hàng.
- Tạo hoặc tăng doanh số bán hàng tr ực tuyến.
- Tăng nhận thức về thương hiệu hoặc sự tín nhiệm.
- Tham gia cộng đồng người dùng tr ực tuyến.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Người sử dụng tự tạo ra nội dung có lẽ là hiện tượng đáng chú ý nhất trong vấn đề này. Những nhà tiếp thị số cần có một cách thức khéo léo để hướng nội dung do người sử dụng tự tạo vào việc ủng hộ cho nhãn hiệu, mà không b ị cho là can thiệp

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

hoặc vượt quá quyền của họ trong không gian dân chủ của phương tiện truyền thông kỹ thuật số.

Digital Signage (Bảng hiệu kỹ thuật số)

Đây là một hình thức marketing hoàn toàn ngo ại tuyến, nhưng được tăng cường với các thiết bị điện tử.

Ngày càng nhi ều các biển quảng cáo trên đường phố thay thế cho các bảng hiệu và biển quảng cáo truyền thống đặt rải rác tại hầu hết các điểm trong thành phố. Thêm vào đó, các bảng hiệu kỹ thuật số tại các điểm bán hàng – cũng đang tăng lên. Cả hai loại hình trên khiến cho bảng hiệu kỹ thuật số có vai trò trong ngành ti ếp thị số ngang với bất kỳ xu hướng nào khác.

Television marketing (Tiếp thị truyền hình)

Lần chính thức đầu tiên, quảng cáo truyền hình trả tiền đã được phát sóng ở Hoa Kỳ vào ngày 1 tháng 7 năm 1941 trên đài WNBT của New York (sau đó là WNBC) trước trận đấu bóng chày giữa Brooklyn Dodgers và Philadelphia Phillies. – Nguồn: Wikipedia

Quảng cáo truyền hình đã xuất hiện được hơn nửa thế kỷ (trước khi có tivi màu) và cho đến nay nó vẫn được coi là một kênh quảng cáo hiệu quả bởi đa phần mọi người ở khu vực nông thôn đều xem truyền hình nhiều giờ mỗi ngày.

Các loại phổ biến của TV marketing là quảng cáo truyền hình (TV commercials), tài trợ chương trình (sponsoring the program), ...

Tiếp thị truyền hình sẽ có những thay đổi ảnh hưởng đến mô hình truyền hình truyền thống và xác định sự phát triển của truyền hình như một kênh kỹ thuật số.

Điều này sẽ có ảnh hưởng lớn và lâu dài đặc biệt đối với những nhà tiếp thị hàng hóa tr ọn gói đến khách hàng.

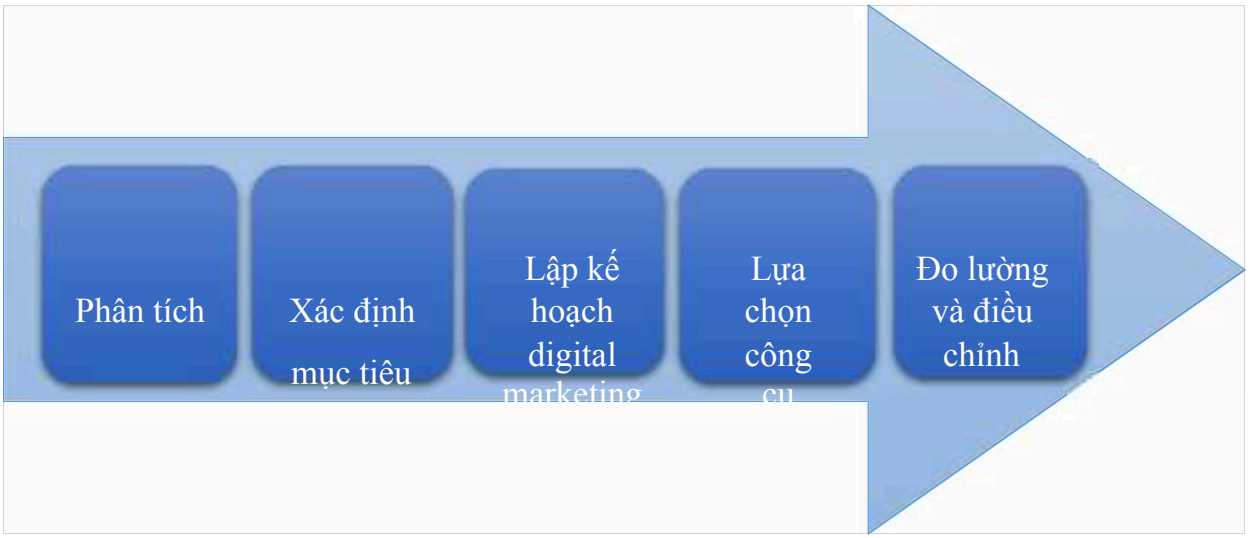
Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

1.1.2.5. Các bước tiến hành Digital Marketing



Sơ đồ 1: Các bước tiến hành digital marketing

Bước 1: Phân tích

Một trong những yếu tố quyết định thành công c ủa một kế hoạch Digital Marketing là phân tích. Cần phân tích rõ th ị trường và phân khúc khách hàng c ủa doanh nghiệp ở đâu? Bạn cần xác định đúng khách hàng tiềm năng của doanh nghiệp và phân tích những hành vi cụ thể của họ. Ngoài ra bạn cũng nên dành m ột ít thời gian để phân tích đối thủ cạnh tranh chính của doanh nghiệp.

Bước 2: Xác định mục tiêu

Doanh nghiệp cần xác định rõ m ục tiêu của mình khi bắt đầu tham gia vào Digital Marketing, mục tiêu càng rõ ràng và c ụ thể sẽ giúp doanh nghiệp có một định hướng rõ ràng cho k ế hoạch của mình. Ngoài ra mục tiêu cụ thể còn giúp cho ng ười làm marketing cho doanh nghiệp và doanh nghiệp dễ dàng tiến hành đo lường và phân tích hiệu quả của kế hoạch Digital Marketing.

+ Một số mục tiêu trong kế hoạch Digital Marketing:

- Xây dựng độ nhận biết thương hiệu qua Internet
- Thu thập dữ liệu khách hàng & khách hàng ti ềm năng

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Xây dựng cộng đồng khách hàng thân thi ết, trung thành

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Doanh thu kỳ vọng từ Internet

Bước 3: Lập kế hoạch Digital Marketing

Sau khi đã phân tích và xác định mục tiêu cụ thể, việc tiếp theo cần làm của nhà cung cấp dịch vụ là lên kế hoạch Digital Marketing. Kế hoạch càng chi tiết thì càng dễ dàng quản lí và hiệu quả càng cao. Các tiêu chí cần được xác định rõ trong bản kế hoạch:

- Thông điệp và đối tượng tiếp nhận quảng cáo
- Ngân sách
- Thời gian chạy chiến dịch
- Hiệu quả mong muốn thu được sau chiến dịch.
- Những rủi ro có th ể gặp

Bước 4: Lựa chọn công c ụ

Với từng mục tiêu khác nhau, doanh nghi ệp có thể áp dụng từng công cụ để thực hiện một cách hiệu quả.

Một số công cụ như:

-SEO (Search Engine Marketing)

- Quảng cáo Google (Google Adwords)
- Social Media Marketing: Facebook Marketing, Blog Marketing…
- Email Marketing
- Mobile Marketing

Bước 5: Đo lường và điều chỉnh

Một trong những ưu thế vượt trội của Digital Marketing so với Marketing truyền thống là khả năng đo lường cực tốt dựa trên những con số thống kê cụ thể. Đồng thời bạn có thể dễ dàng điều chỉnh kế hoạch Digital Marketing trong quá trình thực hiện để tối ưu hóa hiệu quả kế hoạch Digital Marketing.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

1.1.3. Cách ph ương pháp đánh giá hoạt động Digital marketing

Mỗi công ty, thương hiệu hoặc địa lý sẽ có một cách tiếp cận đánh giá hoạt động Digital Marketing một cách khác nhau, với một số đi vào chi tiết, và những người khác có cái nhìn rộng hơn nhiều. Tuy nhiên, trong khi các chiến dịch kỹ thuật số có thể khá đơn giản và dễ hiểu, chỉ một hoặc hai kênh, các chi ến dịch khác có thể phức tạp và nhiều mặt hơn. Vì vậy, cũng tùy theo các khía cạnh khác nhau, số lượng các kênh sử dụng để có thể chọn phương pháp đánh giá hiệu quả.

Một số phương pháp đánh giá hoạt động Digital Marketing như:

Đánh giá theo chỉ số KPI: KPI chỉ số đo lường hiệu suất, hiệu quả, chất lượng thực hiện công vi ệc của mỗi cá nhân ho ặc của toàn doanh nghiệp.

KPI là viết tắt của từ Key Performance indicators – Chỉ số đánh giá thực hiện công vi ệc. KPI sẽ giúp chúng ta hiểu rõ m ột công ty, một đơn vị kinh doanh hay một cá nhân đang thực hiện công việc tốt đến đâu so với các mục tiêu chiến lược đã đề ra.

Các chỉ số KPIs thường gặp trong các công cụ marketing là:

- **Đối với Online Advertising** (Quảng cáo trực tuyến) thì KPIs có thể là số lượng click hợp lệ tối thiểu đạt được

Ngoài số click, quảng cáo trực tuyến còn được đánh giá thông qua một vài chỉ số KPI quan trọng khác như:

Lượt hiển thị quảng cáo,

Vị trí trung bình của quảng cáo,

Tỷ lệ click/số lần hiển thị – CTR,

Điểm chất lượng của từ khoá,

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Giá trung bình/click…

- **Đối với Search engine marketing (SEM)**

Search engine optimization (SEO) Vị trí website trên trang kết quả tìm kiếm tự nhiên của Google với từ khoá tương ứng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bạn cần chú ý đến các chỉ số phụ khác bao gồm:

Từ khoá SEO được lựa chọn có bao nhiêu lượng tìm kiếm/tháng,

Lượng traffic từ Google về website của bạn ứng với từ khoá SEO là bao nhiêu/ngày/tháng,

Thứ hạng Alexa website của bạn thay đổi như thế nào so với thời điểm trước khi làm SEO,

Page Rank website thay đổi như thế nào so với thời điểm trước khi làm SEO,

Website đã được tối ưu những gì,

Website có bao nhiêu back link, back link đó ở những đâu, …

PPC được đánh giá qua các chỉ số sau:

Số lượng nhấp chuột hợp lệ đạt được tương ứng với thời gian và ngân sách quảng cáo bỏ ra.

Lượt hiển thị quảng cáo

Vị trí trung bình của quảng cáo

Số lần nhập vào quảng cáo tren số lần hiển thị (CTR)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Điểm chất lượng của từ khóa, giá trung bình trên m ột nhấp chuột.

- **Đối với Email marketing:** Số lượng email gửi đi thành công hoặc số lượng email mở

Ngoài ra còn nhi ều chỉ số KPI khác bạn cũng nên lưu tâm:

Số lượng click vào link trong email

Số lượng người từ chối nhận email

Số lượng email được forward cho người khác

Tỷ lệ email vào inbox hoặc vào spam: chỉ số KPI này khá quan trọng, tuy nhiên hiện nay chưa có hệ thống gửi email nào báo cáo được.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- **Đối với Viral Marketing** (Tiếp thị lan truyền) được đánh giá thông qua các chỉ số về lượt chia sẻ, sự nhận biết và cả hành động của khách hàng đối với các nội dung lan truyền.

- **Đối với PR online** (PR trực tuyến) có các ch ỉ tiêu đánh giá:

Vị trí của bài viết

Đón nhận từ phía công chúng: bao nhiêu thư/email/cuộc điện thoại đã nhận

được về vấn đề này? Nhiều hay ít hơn thường lệ?

Những trang báo nào đã đưa tin? Đưa ở trang nào, phần nào? Công chúng c ủa họ là ai?

- **Mobile marketing** (Tiếp thị qua điện thoại di động) được đánh giá thông qua

Số lượng thuê bao nhận được tin nhắn, cuộc gọi mỗi ngày là bao nhiêu?

Bao nhiêu thuê bao có ph ản hồi với những gì được tiếp thị qua điện thoại?

Số đơn chốt sale / tổng số tiếp thị của mỗi lần tiếp thị.

Social media marketing (SMM)

Forum Seeding – Nick Feeding – PR Forum là sự gieo mầm trên các di ễn đàn, mạng xã hội trên các phương tiện mà mát tính và mạng có th ể vươn tới nhằm một mục

đích truyền đạt thông điệp có l ợi cho thương hiệu.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Với dịch vụ này bạn cần quan tâm đến các chỉ số:

- Số comment
- Số lượt view topic
- Số comment tiêu cực
- Số comment của các thành viên uy tín
- Tần suất tương tác/phản hồi trong ngày của topic

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Facebook Fan – Dịch vụ thu hút người hâm m ộ cho Facebook Fanpage:

Chỉ số KPI quan trọng đánh giá mức độ thành công c ủa dịch vụ này là s ố lượng fan thu hút được trong thời gian triển khai, và còn các ch ỉ số khác không kém quan trọng sau đây:

- Thuộc tính xã hội của fan: độ tuổi/giới tính/ngôn ngữ/địa lý
- Tốc độ tăng fan (mỗi ngày tăng được bao nhiêu fan)
- Mức độ tương tác trên mỗi hoạt động của fanpage (post bạn đưa lên có bao nhiêu lượt view, bao nhiêu lượt comment)
- Số lượng/tỷ lệ thành viên tích cực (active user)
- Số lượng thành viên tham gia game/ho ặc khảo sát/mua hàng… trên fanpage
- Số lượng page views của fanpage
- Đường dẫn tới Fanpage (dạng http://facebook.com/fanpage_name), lựa chọn được một đường dẫn ngắn gọn và đúng với thương hiệu của doanh nghiệp không ph ải là đơn giản và dễ dàng.
- Lượng traffic về website có ngu ồn từ facebook

Youtube Channel – Dịch vụ xây d ựng kênh video trên Youtube

Ngoài yêu c ầu và đánh giá về tính thẩm mỹ của việc thiết kế giao diện kênh video trên Youtube và ch ất lượng của các video clips những chỉ số sau đây cũng nói lên mức độ thành công c ủa Youtube Channel:

- Số lượng người đăng ký cập nhật video trên Channel (subcriber)
- Tổng số lượng xem video clips
- Số lượng và mức độ comment trên Youtube Channel

- **Games** (Trò ch ơi) cũng được đánh giá thông qua số lượt tiếp cận đến khách hàng mục tiêu, sự nhận biết của khách hàng thông qua các qu ảng cáo trên game, c ũng như hình tương các thương hiệu thông qua các nhân vật.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- **Content marketing** (Nội dung tiếp thị)

Doanh thu: Bán hàng, đăng ký, t ải xuống

Nhận thức về thương hiệu: Số lượng khách truy cập, lượt xem trang, video đã xem, hoạt động trên mạng xã hội.

Mức độ tương tác trên trang: Bày tỏ cảm xúc, chia s ẻ, nhận xét, …

Leads: đăng ký bản tin, yêu cầu biểu mẫu hoặc email, tỷ lệ chuyển đổi.

- **Digital Signage, Television marketing** (Bảng hiệu kỹ thuật số, tiếp thị truyền hình) đa số được đánh giá qua các KPIs chung sau:

Thuộc tính về vị trí, thời gian của đối tượng: Khung giờ nào? Vị trí nào? Nhiều người có th ể xem không?

Độc giả tiếp cận có đúng đối tượng khách hàng c ần tiếp cận?

Thời gian đặt quảng cáo

Nội dung và cách thi ết kế bảng hiệu, quảng cáo: hiệu ứng và nội dung có tác động rất lớn đến hành vi click của khách hàng, vì vậy thông tin c ần hết sức đơn giản, ngắn gọn, lôi cu ốn, kích thích hànhđộng,



Phân tích sau chiến dịch PCA (Post-campaign analysis):

Ưu điểm của việc chạy PCA là:

- Hiểu những yếu tố nào của chiến dịch hoạt động tốt hay không tốt

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Tìm hiểu cách khách hàng m ục tiêu phản ứng lại với hoạt động
- Xem xét hiệu quả cuối cùng c ủa chiến dịch so với mục tiêu
- Thảo luận về chiến dịch với các bên liên quan
- Cung cấp những bài học cho các chiến dịch trong tương lai.
- Các bước:

  Xem lại chiến lược và mục tiêu của hoạt động

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tổng quan về phương pháp sáng tạo của hoạt động

Đánh giá kết quả theo các kênh

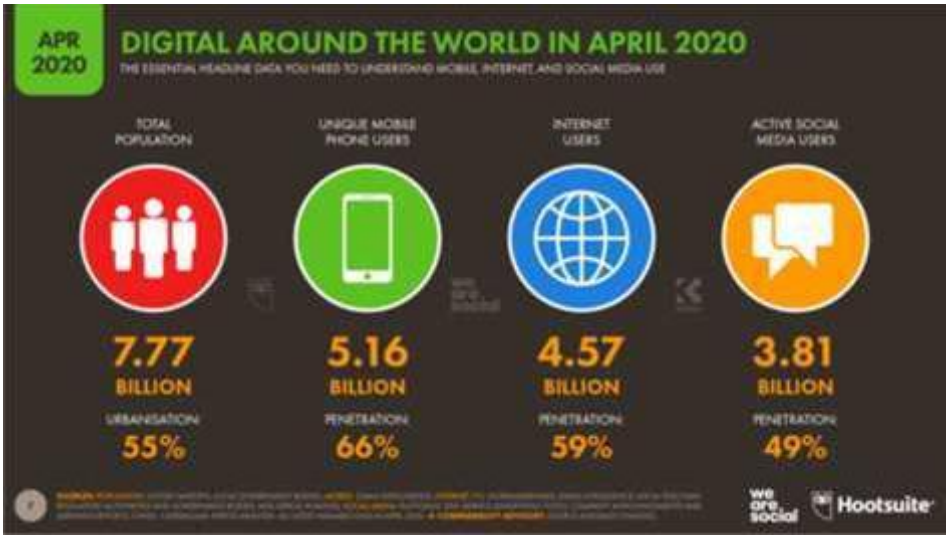
Rút l ại các vấn đề quan trọng

Lên kế hoạch cho các hoạt động tiếp theo

1.2. Cơ sở thực tiễn

1.2.1. Vai trò và xu hướng Digital Marketing trên toàn cầu

Trong thời đại của cách mạng công nghệ 4.0, Digital Marketing ngày càng tr ở nên phổ biến và vai trò quan tr ọng có phần vượt qua các phương thức Marketing truyền thống. Với việc con người ngày càng ph ụ thuộc vào Internet trong các hoạt động hàng ngày, vi ệc quảng bá sản phẩm, thương hiệu theo hình thức trực tuyến là điều mà bất cứ doanh nghiệp/ tổ chức nào cũng cần thực hiện.



Hình 1: Tình hình sử dụng digital marketing thế giới tháng 04 năm 2020

(Nguồn: Theo website https://eqvn.net)

Ngày nay trên th ế giới đã có 5, 16 tỷ người sử dụng điện thoại di động, khoảng hai phần ba tổng dân số thế giới. Bên cạnh đó thì số lượng người sử dụng internet ngày

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

một tăng lên, tính đến tháng 04 năm 2020 thì thế giới có 4,57 tỷ người dù ng internet, chiếm tỷ lệ 59% dân số trên toàn th ế giới. Đồng nghĩa với việc số người sử dụng social media đã tăng lên 3,81 tỷ người, đạt tỷ lệ 49% dân số trên Trái Đất sử dụng phương tiện truyền thông xã hội (social media).

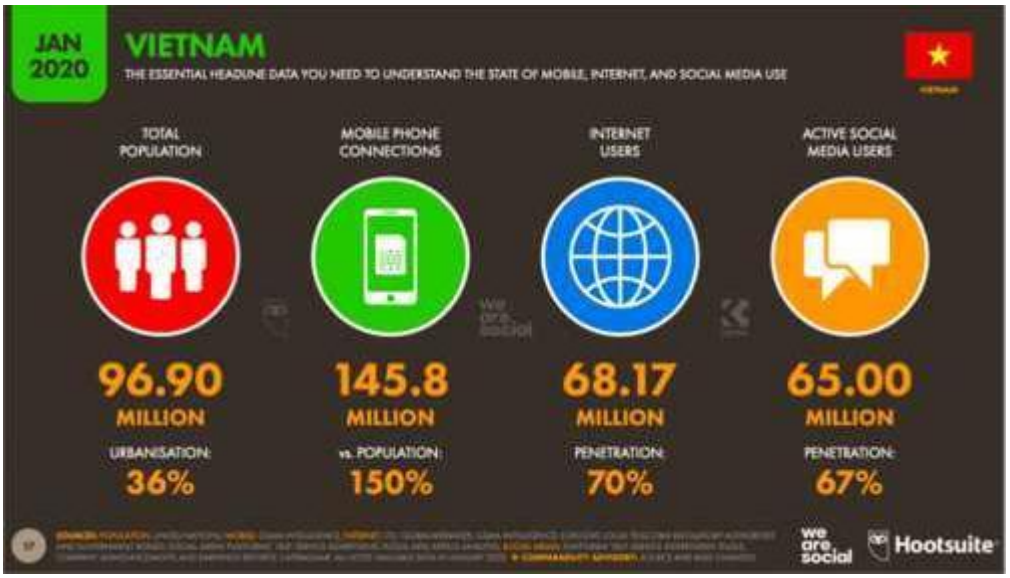
Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Những con số trên đã một phần chứng minh rằng thế giới đang có xu hướng phát triển không ngừng số người sử dụng điện thoại di động. Bên cạnh đó thì số lượng người dùng phương tiện truyền thông và xã h ội cũng tăng lên, và đây cũng chính là một thì trường "màu mỡ" và đầy tiềm năng cho các doanh nghiệp sử dụng Digital Marketing để khai thác.

1.2.2. Vai trò và xu h ướng Digital Marketing trên Việt Nam

Năm 2020, dân số Việt Nam đạt mốc xấp xỉ 97 triệu dân, với tỷ lệ dân thành thị là 36%. Cùng trong năm nay, có 68,17 triệu người sử dụng Internet, chiếm 70% dân số.



Hình 2: Tình hình sử dụng digital marketing Việt Nam tháng 1 năm 2020

(Nguồn: Theo website https://eqvn.net)

Mặc dù dân s ố chỉ đạt 96,96 triệu người nhưng số thuê bao điện thoại đã được đăng ký lên tới 145,8 triệu số . Điều này cho thấy phần đông người dân Việt Nam đã tiếp cận với điện thoại di động thông minh và cũng không ít người sử dụng 2-3 chiếc điện thoại cùng m ột lúc để phục vụ cho cuộc sống. Người dùng mạng xã hội ở Việt Nam năm 2020 đã chiếm hơn một nửa dân số (60%), và đang trở thành công c ụ vận hành truyền thông của hầu hết các doanh nghiệp hiện tại.

Tuy thời kỳ điện thoại thông minh đang lên ngôi nhưng thiết bị truyền thống Tivi vẫn tỏ ra cực kỳ hiệu quả với mức độ tiếp cận lên tới 97% người trưởng thành.

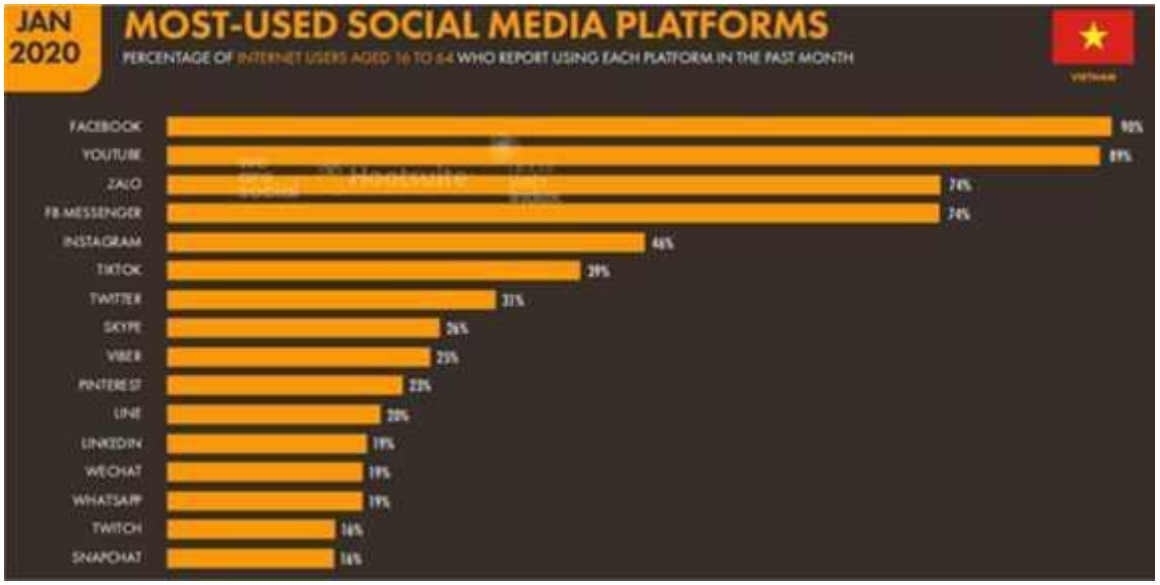
Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Thêm vào đó, nhờ việc kết nối trực tiếp với internet, nội dung mà tivi đem tới cũng trở nên thú v ị,đa dạng hơn và vẫn là "món ăn tin thần" không thể thiếu của các gia đình.



Hình 3: Những mạng xã h ội phổ biến ở Việt Nam năm 2020

(Nguồn: Theo website https://eqvn.net)

Một điểm khác biệt lớn trong năm nay với số liệu thống kê của năm 2020, Facebook đã vượt mặt Youtube để trở thành mạng xã hội có hoạt động mạnh nhất tại Việt Nam. Việt Nam đứng Việt Nam đứng thứ 7 Thế giới về số lượng người dùng Facebook 2020 lần lược sau các nước: Ấn độ , Mỹ , Indonesia , Brazil , Mexico, Philippine – theo Statista.com.

Năm 2020 có Việt Nam có 69.280.000 người dùng, chi ếm 70,1% toàn bộ dân số. Như vậy, so với năm 2019 là 45,3 triệu người thì hiện nay năm 2020 người dùng Facebook tại Việt Nam đã tăng 24 triệu người tương đương tăng 53,3%.

Với những con số biết nói này thì có thể nhận thấy tiềm năng phát triển của Digital Marketing đối với người Việt Nam. Đây là một thị trường màu mỡ để những công ty, doanh nghi ệp có thể vươn đến để chạm tới những vị khách hàng khác nhau. Trong thời đại công nghệ phát triển mạnh mẽ như hiện nay, Digital Marketing đã và đang không ngừng thay đổi, việc đi trước và nắm bắt được những biến động, xu hướng digital marketing chính là yếu tố mấu chốt giúp các công ty, nhà marketer đạt được

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

thành công trong chi ến lược tiếp thị cho thương hiệu, nhãn hàng.

1.3. Đánh giá một số nghiên cứu có liên quan

Nghiên cứu: Hiệu quả hoạt động online marketing tại công ty c ổ phần truyền thông qu ảng cáo và dịch vụ du lịch đại bàng – Nguyễn Văn Châu (Khóa luận tốt nghiệp 2018)

Nghiên cứu này đã đưa ra những cơ sở thực tiễn về sự phát triển của internet và mạng xã hội. Bên cạnh đó còn đề cập đến những lý thuyết về marketing online và các công c ụ của nó, cũng như cách đánh giá hiệu quả các công cụ đó.

Khóa lu ận đã trình bày được công cụ marketing online mà công ty s ử dụng, và tiến hành phân tích cụ thể các công cụ dựa trên lý thuy ết và đánh giá của khách hàng.

Tác giả đã làm rõ được các chiến dịch marketing được thực hiện của công ty vẫn còn nhi ều hạn chế, nguồn nhân lực chưa đảm bảo, cơ sở hạ tầng công nghệ còn th ấp, cách thức thực hiện email marketing vẫn chưa thực sự hiệu quả, facebook marketing chưa được đầu tư,… Qua đó, để nâng cao hiệu quả hoạt động marketing thì không chỉ doanh nghiệp cần tìm ra hướng áp dụng online marketing hiệu quả nhất mà các cơ quan quản lý nhà nước với vai trò điều tiết nền kinh tế cũng cần có những chính sách, biện pháp áp dụng, khuyến khích thích hợp nhằm tạo nhiều điều kiện, nền tảng vững chắc thúc đẩy sự phát triển của online marketing cho các doanh nghiệp.

Trong khóa lu ận này, tác gi ả đã đề cập rất nhiều đến các cách đánh giá hiệu quả các hoạt động marketing online, các chỉ số KPIs cho các công cụ marketing online như kết quả của việc SEO và chạy quảng cáo Google adwords, các tour du lịch đã ở vị trí thứ 2 và 3 trong lượt hiển thị tìm kiếm của google, đưa ra các thích trang facebook, mức độ tương tác của khách hàng … , cũng như khảo sát của khách hang để đánh giá được hiệu quả của hoạt động marketing online của Công ty du lịch Đại Bàng, tuy nhiên tất cả chỉ mới sơ khai, và chưa đi vào sâu những nguyên nhân bên trong c ũng như các chỉ số KPIs vẫn chưa rõ ràng. Khóa lu ận chưa đưa ra được mục tiêu, các ch ỉ số KPIs ban đầu của các hoạt động, vì vậy trong quá trình phân tích không so sánh được mức độ hoàn thành m ục tiêu ban đầu.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Niên luận: Thực trạng và gi ải pháp phát tri ển cho Digital Marketing ở Việt Nam – Quán Văn Tùng (Trường Đại học Kinh Tế - Đại học Quốc Gia Hà Nội)

Nghiên cứu này cũng đã đưa ra đầy đủ cơ sở lý luận và cơ sở thực tiễn của hiện trạng Digital Marketing ở Việt Nam, cũng như đã tìm hiểu ra được những khó khăn trong phát triển Digital Marketing là sự đòi h ỏi kế hoạch rõ ràng, đòi h ỏi tính sáng tạo cao ở môi nhân viên, và đòi h ỏi chi phí lớn. Bên cạnh đó, từ việc vận dụng các cơ sở lý luận và thực tiễn về hoạt động Digital Marketing, tác giả cũng đã tận dụng được các chức năng và đề xuất ra các giải pháp cho sự phát triển của Digital Marketing như tìm kiếm khách hàng mục tiêu, cải thiện hệ thống nguồn lực, xây dựng nền tảng kỹ thuật số, phối hợp các kênh Digital Marketing, …

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

CHƯƠNG 2: ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG DIGITAL MARKETING CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI & DỊCH VỤ OUTFIZ.

2.1. Tổng quan về công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz

2.1.1. Giới thiệu về công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz

Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz thành lập 05/08/2020, là một công ty ứng dụng công nghệ về Thương Mại Điện Tử và Mạng Xã Hội Thời Trang của người Việt.

Thương Mại Điện Tử Outfiz sẽ là một địa điểm mua sắm tin cậy, nơi tập hợp các thương hiệu thời trang trong nước, kết hợp với các thương hiệu nước ngoài, giúp khách hàng m ọi lứa tuổi đều có thể dễ dàng tìm kiếm và mua sắm những sản phẩm thời trang chất lượng và phù h ợp phong cách mỗi cá nhân.

Bên cạnh đó Mạng Xã Hội Thời Trang Outfiz hướng đến xây dựng một sân chơi, kết nối mọi người có cùng s ở thích, trao đổi, học hỏi và thể hiện cá tính thời trang của mình.

Tên doanh nghiệp: Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz.

Tên quốc tế: Outfiz Service And Trading Company Limited

Số điện thoại liên hệ: (+84) 919 515 267

Địa chỉ: K718/45 Trần Cao Vân Tổ 6, Phường Xuân Hà, Qu ận Thanh Khê, Thành phố Đà Nẵng

Người đại diện: Đào Xuân Hoàng

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Email: info@outfiz.vn

Website: https://outfiz.com/

Slogan của công ty: Keep Going – Together

Số giấy CN ĐKKD: 0402056612

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Logo:



2.1.2. Tầm nhìn và sứ mệnh

2.1.2.1. Tầm nhìn

Hướng đến xây dựng công ty công ngh ệ & thương mại dịch vụ phát triển bền vững hàng đầu Việt Nam.

2.1.2.2. Sứ mệnh

Góp ph ần mang lại cái "ĐẸP", "Hạnh Phúc", Nâng T ầm cuộc sống của người Việt Nam.

Outfiz luôn m ọng muốn cung cấp cho khách hàng s ản phẩm chất lượng nhất, luôn chú tr ọng nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

2.1.2.3. Đối thủ cạnh tranh gián ti ếp

- Các sàn thương mại điện tử: Lazada, Shopee, Sendo, Tiki.

2.1.2.4. Giá tr ị cốt lõi

- Thật Thà & Uy Tín

- Trách nhiệm & Kiên Định

- Tôn Tr ọng & Chia Sẻ

- Thay Đổi & Sáng Tạo

- Đạo Đức & Kỷ Luật

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

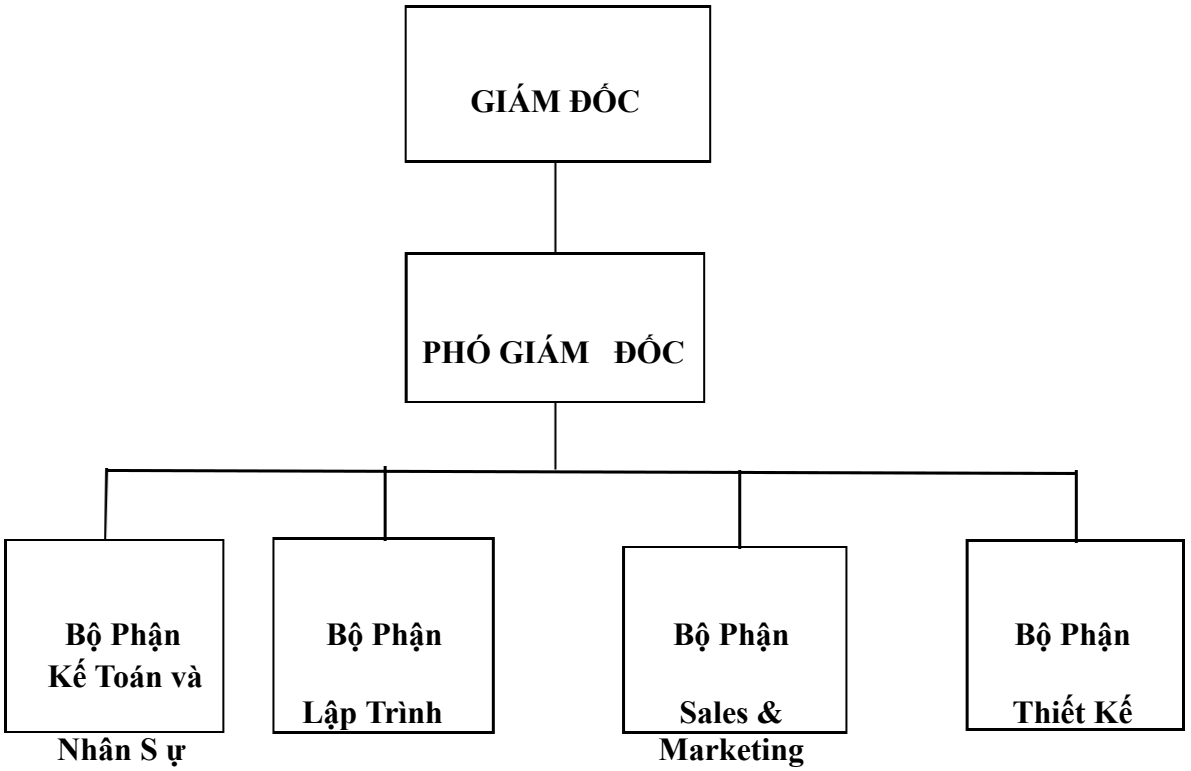
Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.1.3. Cơ cấu tổ chức và ch ức năng của từng bộ phận

2.1.3.1. Cơ cấu tổ chức

Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz gồm có 4 phò ng ban, bộ phận, được chịu sự quản lý của ban giám đốc. Sơ đồ cụ thể của cơ cấu tổ chức công ty như sau:



Sơ đồ 2: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz

(Nguồn: Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz)

2.1.3.2. Chức năng nhiệm vụ của các b ộ phận

Ban giám đốc: Đây là những người trực tiếp điều hành, quản lý chung các bộ phận của công ty. Chịu trách nhiệm về mặt hành chính, pháp lý đối với những vấn đề của công ty. Ban giám đốc còn là nh ững người hoạt động về công tác đối ngoại, cân nhắc, ra những quyết định liên quan tới chủ trương, chính sách, mục tiêu và chi ến lược của Công ty. Đồng thời, đề xuất các chiến lược kinh doanh cũng như phát triển thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bộ phận kế toán và nhân s ự có ch ức năng: giúp giám đốc kiểm tra, kiểm soát bằng dòng ti ền từ các hoạt động kinh tế, tài chính trong Công ty theo các quy định về quản lý tài chính của Nhà nước và Công ty TNHH.

- Chịu trách nhiệm toàn bộ thu chi tài chính của Công ty, đảm bảo đầy đủ chi phí cho các hoạt động lương, thưởng; các khoản thu nhập chi trả theo chế độ, chính sách đối với nhân viên … và lập phiếu thu chi cho tất cả những chi phí phát sinh.

- Chịu trách nhiệm ghi chép, phản ánh chính xác, kịp thời, đầy đủ tình hình hiện có, l ập chứng từ về sự thay đổi của các loại tài sản trong Công ty, th ực hiện các chính sách, chế độ theo đúng quy định của Nhà nước. Lập báo cáo k ế toán để trình Giám đốc.

Bộ phận lập trình có chức năng: hỗ trợ các công vi ệc liên quan đến thiết kế đồ họa, thiết kế website, mạng nội bộ, domain, hosting, quản lý website n ội bộ, email, các vấn đề liên quan đến kỹ thuật. Hỗ trợ các phòng ban, b ộ phận khác các v ấn đề về kỹ thuật chuyên môn. H ỗ trợ nhân viên kinh doanh web, gi ải đáp thắc mắc, giá cả, kỹ thuật, công ngh ệ liên quan. Nhận yêu cầu từ nhân viên kinh doanh web, l ập kế hoạch, phân tích, thiết kế, xây dựng, phản hồi website.

- Quản lý h ệ thống mạng nội bộ, phần mềm chuyển giao của công ty. Qu ản lý, đăng ký, gia hạn, khắc phục sự cố, sao lưu, phục hồi các vấn đề liên quan đến domain và hosting, email.

- Quản lý v ề kỹ thuật các website nội bộ của công ty. Kh ắc phục sự cố máy tính nội bộ của công ty v ề mặt tổng thể của công ty.

- Tư vấn chuyên sâu đối với các khách hàng có nhu c ầu thiết lập mạng nội bộ.

- Hỗ trợ đào tạo nhân viên v ề đào tạo sử dụng phần mềm tin học hóa công ty.

Bộ phận Sales & Marketing có chức năng: giúp xây d ựng và quản lý hệ thống chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp, thiết kế, lên ý t ưởng cho hoạt động

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

marketing, tổ chức thực hiện và giám sát các ho ạt động marketing của công ty, thiết kế chương trình hậu mãi và b ảo hành sản phẩm cho doanh nghiệp, nhân viên, ….

- Nhân viên tư vấn tiếp nhận, làm quen, tìm hiểu về nhu cầu của khách hàng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Nhân viên Marketing s ẽ thiết kế, lên ý t ưởng cho hoạt động marketing, tổ chức thực hiện và giám sát các ho ạt động marketing của công ty.

- Tổ chức nghiên cứu, giám sát các ho ạt động kinh doanh, doanh thu theo từng tháng, từng quý.

- Nhân viên Sale và Marketing sẽ kết hợp thực hiện bổ trợ cho nhau khi cần thiết.

 Bộ phận thiết kế có ch ức năng: liên kết với bộ phận Sales & Marketing để lên ý t ưởng thiết kế hình ảnh và đồ họa, video, clip cho nội dung quảng cáo của công ty và của đối tác.

2.1.4. Lĩnh vực kinh doanh của công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz

Lĩnh vực kinh doanh: bán buôn t ổng hợp, bán lẻ các mặt hàng may mặc, giày dép, phụ kiện, …

Sản phẩm kinh doanh:

Trang phục nữ: áo khoác, áo thun, đầm váy, áo ki ểu, áo sơ mi, …

Trang phục nam: áo thun, áo sơ mi, áo khoác, áo vest, …

Phụ kiện: mũ, tất, móc khóa, cài áo, nơ, …

Sản phẩm du lịch: Túi đeo chéo, gối hơi, mũ…

…

- Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz được thành lập với đội ngũ nhân viên tr ẻ, năng động, đầy nhiệt huyết và sáng t ạo cùng v ới những nhà lãnh đạo tài ba, luôn có chi ến lược hoạt động cụ thể và không ng ừng thay đổi để bắt kịp xu hướng của thời đại.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Bằng những nỗ lực không bi ết mệt mỏi của toàn thể cán bộ nhân viên, côn g ty đã từng bước khẳng định chất lượng dịch vụ và uy tín tuyệt đối với khách hàng trong lĩnh vực.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.1.5. Tình hình hoạt động của công ty

2.1.5.1. Nguồn nhân l ực

Một trong những yếu tố quan trọng đối với doanh nghiệp đó chính là nguồn nhân lực, nhân viên là nồng cốt tạo nên sự thành công cho công ty. Lao động là yếu tố then chốt trong hoạt động kinh doanh, là người tạo ra giá trị cho doanh nghiệp do đó nó ảnh hưởng lớn đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Từ quá trình tuyển dụng, đào tạo, phân bổ công việc người lao động và việc xử dụng hợp lý đội ngũ lao động là một trong những vấn đề mà các doanh nghi ệp đều quan tâm đến. Chính vì vậy, công ty luôn chú tr ọng đến chất lượng của nhân viên, đào tạo đội ngũ lao động trở nên năng động, sáng tạo và có trách nhi ệm cao trong công việc.

Bảng 2.1: Cơ cấu lao động của công ty năm 2020

		Năm 2020
		Tỷ lệ (%)
Tổng số lao động		100
Giới tính	Nam	54,5
	Nữ	45,5
Trình độ	Sau đại học	54,5
	Đại học	36,4
	Cao đẳng	

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

9,1

(Nguồn: Theo báo cáo c ủa công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz)

Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz là doanh nghiệp mới thành lập chưa đầy 01 năm nên quy mô còn nh ỏ nên số lượng nhânviên c ủa công ty trong năm 2020 chỉ gồm 11 người. Trong đó, tỷ lệ lao động là nam chiếm 54,5%, tỷ lệ lao động là nữ chiếm 45,5% chiếm tỷ lệ ít hơn nam. Mặc dù ch ỉ có s ố lượng ít nhân viên nhưng trình độ của đội ngũ nhân viên khá cao với trình độ sau đại học chiếm 54,5%, trình độ đại học chiếm 36,4% và trình độ cao đẳng chiếm 9,1%. Qua đó có thể thấy, công ty chú trọng rất nhiều trong việc tuyển dụng nguồn nhân lực cho công ty mình. Đảm bảo chất lượng của đội ngũ nhân viên giúp xây d ựng và phát tri ển công ty v ững mạnh hơn.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.1.5.2. Tình hình kinh doanh của công ty

Dưới đây là bảng tình hình kinh doanh của công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz trong 3 tháng cuối năm 2020

Bảng 2.2 Tình hình kinh doanh của công ty trong 3 tháng cuối năm 2020

(Đơn vị tính: VNĐ)

Chỉ tiêu	Thuế thu nhập doanh nghiệp	Tháng 09/2020	Tháng 10/2020	Tháng 11/2020
Doanh thu bán hàng		10.578.000	121.784.000	145.760.000
Giảm trừ Doanh thu		0	1.798.850	5.965.450
Doanh thu thuần		10.578.000	119.985.150	139.794.550
Giá v ốn hàng bán		8.826.400	104.562.800	71.089.150
Lợi nhuận gộp về bán hàng		1.751.600	15.422.350	68.705.400
Chi phí		43.700.000	61.876.500	68.705.400
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh		-41.948.400	-46.454.150	-7.011.800
Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế		-41.948.400	-46.454.150	-7.011.800
	Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	0	0	0
		-41.948.400	-46.454.150	-7.011.800

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tổng	270.357.700	85.879.350	-95.414.350	0
278.122.000	184.478.350	85.879.350	-95.414.350	-95.414.350
7.764.300				

(Nguồn: Theo báo cáo công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz)

Qua bảng số liệu thống kê ta thấy doanh thu của công ty tăng nhanh qua các tháng, doanh thu tháng 11/2020 (doanh thu là: 145.760. 000 đồng) tăng hơn so với tháng 09/2020 (danh thu là: 10.578.000 đồng) là 135.182.000 đồng. Lợi nhuận tháng 09, 10, 11 năm 2020 âm do công ty mới thành lập và đi vào hoạt động nên cần phải đầu tư xây dựng cơ sợ hạ tầng và chi phí quản lý doanh nghiệp cao nên doanh thu không bù đặp được chi phí bỏ ra. Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz đang dần hoàn thiện và tiến tới định hướng phát triển lâu dài nên doanh thu c ủa công ty sẽ chuyển dịch theo hướng tích cực và mạnh mẽ trong những năm sắp tới.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.2. Thực trạng hoạt động digital marketing của công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz

2.2.1. Mục tiêu của các ho ạt động digital marketing

Công ty TNHH Thương Mại & Dịch vụ Outfiz được thành lập đến nay đã gần 02 năm với tiêu chí luôn luôn phát tri ển không ngừng, đem đến cho khách hàng những trải nghiệm thú vị và sự hài lòng cao nh ất. Mục tiêu của công ty không chỉ là lợi nhuận mà còn là s ự khẳng định thương hiệu được nhiều khách hàng tin tưởng lựa chọn. Trở thành một trong những công ty đi đầu về ứng dụng công ngh ệ về Thương mại điện tử tại địa bàn thành ph ố Đà Nẵng nói riêng và góp ph ần xây dựng, phát triển ngành Thương mại điện tử của Việt Nam nói chung.

Do đó, việc chú trọng đầu tư phát triển các hoạt động marketing có thể nói là một trong những việc quan trọng giúp công ty có thể thực hiện được các mục tiêu đã đề ra. Vì đây là cách giúp cho công ty có thể quảng bá để mọi người biết đến mình một cách nhanh nhất, hiệu quả nhất. Các hoạt động marketing được xây dựng, thiết kế một cách tỉ mỉ với chi phí phù h ợp với ngân sách của công ty.

2.2.2. Các công c ụ digital marketing được triển khai

Công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz luôn b ắt kịp xu hướng phát triển nên công ty s ử dụng khá nhiều công cụ trong hoạt động kinh doanh của mình như Website, Facebook, Zalo, Email, điện thoại,… Tuy nhiên, tôi ch ỉ tập trung vào hai công c ụ mà công ty s ử dụng nhiều nhất để phân tích là Website và Facebook.

2.2.2.1. Website

Hiện tại công ty đang sử dụng hai website chính đó là: **outfiz.com** và **Outfiz.vn.**

Thông qua website giúp công ty có được một lượng khách khá ổn định. Bởi vì, khách hàng có th ể truy cập website để tìm hiểu thông tin về các sản phẩm mà công ty đang kinh doanh và tiến hành mua, mọi nơi không b ị giới hạn về không gian và thời gian. Điều này không ch ỉ giúp thuận tiện hơn, tiết kiệm thời gian và chi phí mà còn gia tăng thêm cơ hội bán hàng của công ty.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

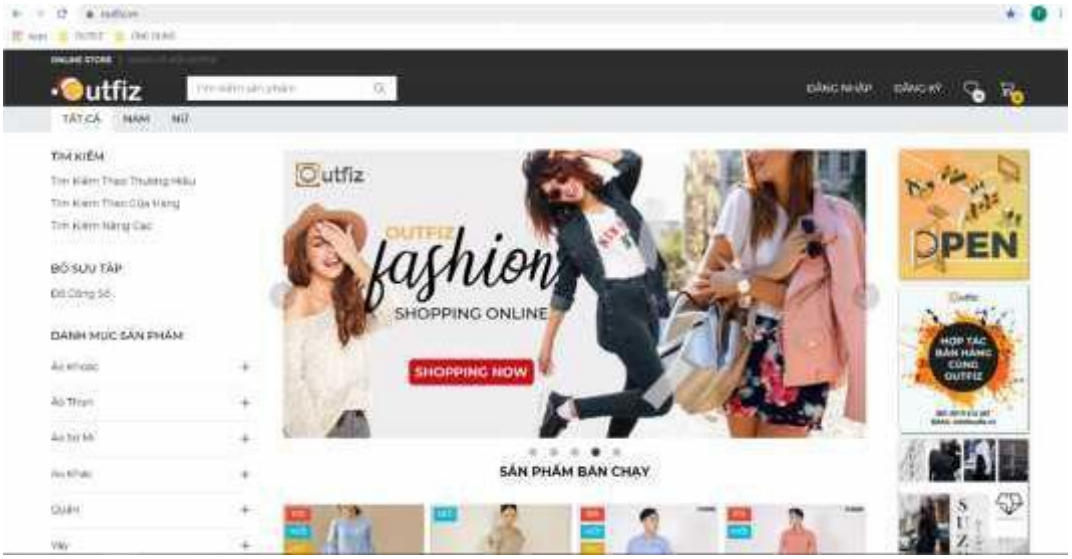
Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Thiết kế website với ba tông màu chính là vàng, tr ắng và xám đặc trưng của công ty gây ấn tượng với khách hàng. Các n ội dung trên website được cập nhật một cách thời xuyên và nhanh chóng . Thông tin trên 02 website bao gồm giới thiệu chung về công ty Outfiz, về Thương mại điện tử, về các sản phẩm thời trang nam nữ của Outfiz, các phần mềm được bộ phận lập trình tạo và phát tri ển và bán cho khách hàng, đồng thời cập nhật chi tiết giá cả. Website cũng có một khung chat để khách hàng có th ể hỏi các thắc mắc của mình như về giá cả, các chương trình khuyến mãi, các d ịch vụ đi kèm khác, ...



Hình 4: Giao diện trang chủ website: outfiz.com

(Nguồn: Website outfiz.com)



Hình 5: Giao diện trang chủ Website: outfiz.vn

(Nguồn: Website outfiz.vn)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Các ch ỉ số đánh giá website:

- *Đánh giá chung về website:*

Phiên: Là m ột nhóm các tương tác của người dùng v ới website diễn ra trong một khung thời gian nhất định. Ví dụ nếu ai đó truy cập vào trang chủ của công ty, xem trang "Giới thiệu" và sau đó chuyển sang xem trang "Liên hệ", thì Google Analytics sẽ ghi nhận là một phiên vì người dùng đang tương tác với các trang trên trang web của công ty. Trong vòng 7 ngày thì t ổng số phiên website của công ty là 397 phiên. Đây là một con số khá ổn đối với một công ty có quy mô không quá lớn như công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz.

Người sử dụng: Tổng số người truy cập vào website bao gồm cả người dùng c ũ và người dùng m ới. Tuy nhiên, người dùng l ại dựa trên các Cookie do đó người dùng có th ể sử dụng nhiều thiết bị khác nhau để truy cập vào website. Trong trường hợp người dùng s ử dụng laptop hoặc điện thoại truy cập vào website thì sẽ thấy 2 người dùng trong báo cáo c ủa vì mỗi thiết bị có mỗi cookie riêng. Số người dùng c ủa website trong 7 ngày đạt 259 người dùng. Trung bình mỗi ngày có khoảng 37 người truy cập vào website.

Số trang/phiên: Cho biết trung bình 1 phiên truy cập đọc bao nhiêu trang trên website. Trung bình mỗi khách hàng khi truy cập vào website của công ty là 1,59 trang. Con số này cho thấy khách hàng không đi đến quá nhiều trang trong một lần truy cập. Điều này có th ể là khách hàng không quan tâm đến các sản phẩm, dịch vụ của công ty hoặc cũng có thể là khách hàng đã xác định được một tour du lịch cụ thể nên chỉ lên website để đặt tour.

Thời gian trung bình của phiên: Thời gian trung bình mỗi lần truy cập. Ở website của công ty con số này là 2 phút 16 giây.

Tỷ lệ thoát: Được tính là tỷ lệ % lượng truy cập vào website và thoát ra mà không có thao tác nào trong kho ảng thời gian 30s. Tỷ lệ thoát ở website của công ty là 67,85%. Điều này cho thấy, tỷ lệ thoát còn khá cao công ty c ần có những hoàn thiện ở website để giảm tỷ lệ thoát xuống một con số thấp hơn

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- *Tốc độ tải trang của website:*

Một trong các yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến trải nghiệm của một người dùng với website đó chính là tốc độ tải trang. Đây là yếu tố then chốt ban đầu giúp doanh nghiệp có thể giữ chân được khách hàng ở lại trang web của mình.

Theo một nghiên cứu của Akamai và Gomez.com về sự ảnh hưởng của tốc độ tải trang với khách hàng. Thì kết qua cho thấy rằng, người dùng web mong mu ốn rằng một website sẽ tải chỉ trong vòng 2s ho ặc ít hơn, thậm chí, nếu website tải trang lâu hơn 3s, họ có xu hướng sẽ rời đi khỏi trang web này. Cùng với đó, 79% người mua sắm trên các trang web cho r ằng họ sẽ không quay lại website đó một lần nữa nếu tốc độ tải trang quá chậm và khoảng 44% trong số đó sẽ đưa ra các lời khuyên cho bạn bè, người thân của mình những kinh nghiệm mua sắm trực tuyến đó.

Điều này có ngh ĩa rằng, ảnh hưởng của tốc độ tải trang đối với người dùng, khách hàng c ủa mình là rất lớn, không chỉ ảnh hưởng đến những người đã viếng thăm trang web, mà nó còn lan truy ền sang những người thân và bạn bè của họ.

Website: **outfiz.com** có tốc độ tải đối với thiết bị di động là 42/100 và t ốc độ tải của máy tính là 83/100. Tốc độ tải đối với thiết bị di động còn khá th ấp, điều này sẽ gây sự khó ch ịu cho khách hàng khi truy c ập vào website của công ty. Đối với tốc độ tải của máy tính thì khá ổn nhưng công ty vẫn nên tìm cách tối ưu hóa lên mức 90 – 100 để có th ể đem đến cho khách hàng tr ải nghiệm tốt nhất.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

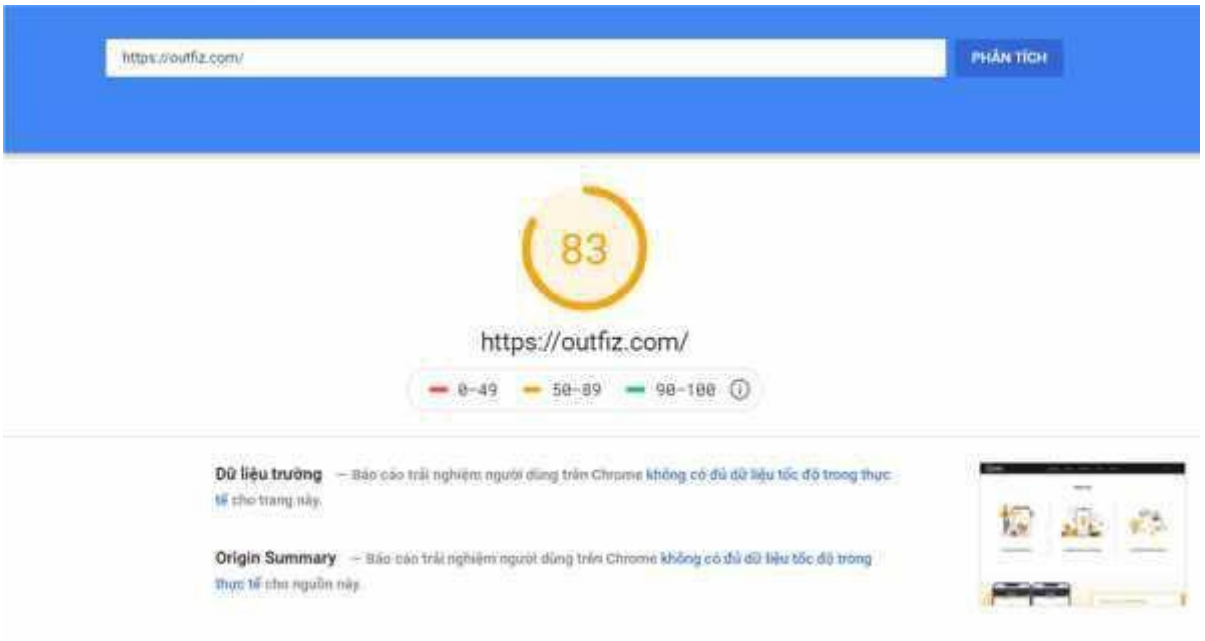
Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149



Hình 6: Tốc độ tải trang của website outfiz.com đối với thiết bị di động

(Nguồn: Google PageSpeed Insights)



Hình 7: Tốc độ tải trang của website outfiz.com đối với máy tính để bàn

(Nguồn: Google PageSpeed Insights)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Website: **outfiz.vn** có tốc độ tải đối với thiết bị di động là 4/100 và tốc độ tải của máy tính là 28/100. Tốc độ tải của website này ở cả thiết bị di động và máy tính đều đạt mức chuẩn. Điều này sẽ giúp cho khách hàng có th ể thuận lợi trong việc tìm

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

kiếm thông tin trên website c ủa công ty, nâng cao trải nghiệm của khách hàng c ũng như tỷ lệ chuyển đổi.



Hình 8: Tốc độ tải trang của website outfiz.vn đối với thiết bị di động

(Nguồn: Google PageSpeed Insights)



Hình 9: Tốc độ tải trang của website outfiz.vn đối với máy tính để bàn

(Nguồn: Google PageSpeed Insights)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.2.2.2. Facebook:

Cùng v ới website thì mạng xã hội Facebook cũng là một công cụ digital marketing mà công ty thường xuyên sử dụng. Công ty thành lập 2 fanpage với tên gọi lần lượt là: OUTFIZ với 1320 lượt thích trang fanpage.



Hình 10: Trang bìa fanpage: OUTFIZ

Bảng 2.3: Thống kê hoạt động của fanpage OUTFIZ từ tháng 9/2020 đến tháng 11/2020

Chỉ số	Số lượng
Lượt bài đăng	50
Số người thích trang	40
Trung bình lượt tương tác/bài đăng	12
Số lượt xem trang	675
Số lượt tiếp cận	1750

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

(Nguồn: Fanpage OUTFIZ)

Mặc dù thường xuyên cập nhật thông tin và hình ảnh trên fanpage, tuy nhiên thì lượt tương tác của các bài đăng lại rất ít, mỗi bài đăng của fanpage nhận được rất ít lượt like và bình luận. Số lượt người mà fanpage tiếp cận cũng còn ít với chỉ 1750 lượt

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

tiếp cận trong 2 tháng. Các bài đăng chủ yếu tập trung đăng tải các nội dung giới thiệu về các công ty và các s ản phẩm dịch vụ của công gồm giá sản phẩm dịch vụ các dịch vụ đi kèm, hình ảnh minh hoa, … Nhìn tổng quát thì fanpage của công ty không nhận được quá nhiều sự quan tâm từ phía khách hàng. Ngoài fanpage thì các nhân viên sales của công ty cũng sử dụng các tài khoản các nhân để đăng bài hoặc chia sẻ các sản phẩm dịch vụ để tìm kiếm khách hàng.

2.3. Đánh giá của khách hàng v ề hoạt động digital marketing của công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz.

2.3.1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Để có được những thông tin đánh giá cụ thể hơn về hoạt động digital marketing tại công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz, thì việc thu nhận ý kiến đánh giá từ phía khách hàng là vô cùng quan tr ọng. Với số lượng 110 phiếu điều tra được phát ra, thu lại 110 phiếu. Đối tượng khảo sát tập ở nhóm khách hàng cá nhân. Đây là nhóm đối tượng thuận tiện cho việc tiếp cận, khảo sát để lấy thông tin đánh giá của khách hàng về công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bảng 2.4: Đặc đi

Tiêu chí	Số lu	Tỷ lệ (%)
Phân theo gi ới tính		
Nam		42,7
Nữ		57,3
Tổng		**100%**
Phân theo độ tuổi		
Dưới 18 tuổi		10,9
Từ 18 đến 30 tuổi		49,1
Từ 31 đến 45 tuổi		31,8
Trên 45 tuổi		8,2
Tổng		**100%**
Phân theo ngh ề nghiệp		
Học sinh, sinh viên	20	18,2
Lao động phổ thông	18	16,4
Kinh doanh	24	21,8
Cán bộ viên chức, nhân viên văn phòng	42	38,2
Khác	6	5,4
Tổng	**110**	**100%**
Phân theo thu nh ập		

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Dưới 4 triệu đồng	15	13,6
Từ 4 - 7 triệu đồng	47	42,7
Từ hơn 7 - 10 triệu đồng	30	27,3
Trên 10 triệu đồng	18	16,4
Tổng	**110**	**100%**

(Nguồn: Số liệu xử lý từ SPSS)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Về giới tính:

Với 110 mẫu điều tra có thể thấy số lượng nam chiếm 42,7% và số lượng nữ chiếm 57,3%. Có th ể thấy mức chênh lệch về giới tính ở cuộc khảo sát này không quá nhiều. Qua đó có thể thấy thì nhu cầu về việc mua sắm sản phẩm, dịch vụ trực tuyến không có quá nhi ều sự phân biệt về giới tính.

Về độ tuổi:

Qua kết quả khảo sát có thể nhóm khách hàng trẻ, năng động và thích hợp để mua sắm sản phẩm, dịch vụ trực tuyến nằm trong khoảng từ 18 đến 30 tuổi với tỷ lệ cao nhất với 49,1%. Họ luôn muốn tìm kiếm sự mới mẻ, thú vị và đặc biệt thích trải nghiệm nên chú tr ọng đối lượng này tiếp cận quảng cáo giới thiệu các chương trình dành cho giới trẻ. Bên cạnh đó, nhóm khách hàng từ 31 tuổi đến 45 tuổi cũng chiếm một số lượng đáng kể với 31,8%, đây là nhóm khách hàng có yêu cầu khá cao đối với các loại chất lượng dịch vụ và có kh ả năng chi trả cao. Hai nhóm khách hàng còn l ại chiếm tỷ lệ khá nhỏ nhóm khách hàng dưới 18 tuổi và trên 45 tuổi với tỷ lệ lần lượt là 10,9% và 8,2%.

Để lý giải cho việc này thì có thể thấy đối với nhóm tuổi dưới 18 tuổi là độ tuổi này họ chưa có nhiều khả năng chi trả cho việc mua sắm. Đối với nhóm khách hàng trên 45 tuổi thì đây là nhóm tuổi có xu hướng mua sắm sản phẩm dịch vụ theo cách truyền thống hơn.

Về nghề nghiệp:

Tỷ lệ khách hàng mua sắm trực tuyến có ngh ề nghiệp cán bộ viên chức, nhân viên văn phòng đang chiếm tỷ lệ chiếm 38,2% và kinh doanh chiếm tỷ lệ 21,8%. Nhóm khách hàng này ít có th ời gian mua sắm sản phẩm, dịch vụ trực tiếp théo cách truyền thống nên việc mua sắm trực tuyến là sự lựa chọn ưu tiên đối với họ.

Còn đối với nhóm khách hàng học sinh, sinh viên và lao động phổ thông thì chiếm tỷ lệ lần lượt là 18,2% và 16,4%. Nhóm khách hàng này vi ệc mua sắm trực tuyến diễn ra ít thường xuyên hơn.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Về thu nhập:

Kết quả điều tra cho thấy nhóm thu nhập sẽ bị ảnh hưởng bởi nhóm nghề nghiệp, ta có thể nhận thấy rằng mức thu nhập từ 4 - 7 triệu đồng đang chiếm tỷ lệ cao nhất với 42,7%, tiếp theo là mức thu nhập từ 7 – 10 triệu đồng chiếm 27,3%. Xếp lần lượt theo sau là nhóm có m ức thu nhập trên 10 triệu đồng và dưới 4 triệu đồng với tỷ lệ là 16,4% và 13,6%.

Kết quả này cho thấy, khách hàng muốn thực hiện việc mua sắm trực tuyến thì cuộc sống của họ đảm bảo và có kh ả năng chi trả cho việc mua sắm các sản phẩm, dịch vụ trực tuyến. Còn đối với nhóm chưa có khả năng chi trả nhiều, cụ thể ở đây là nhóm có m ức thu nhập dưới 4 triệu đồng thì khi tham gia mua sắm sản phẩm, dịch vụ trực tuyến chủ yếu họ mua các sản phẩm, dịch vụ khi họ thực sự cần mua và tần suất mua sắm diễn ra ít hơn. Qua đây, công ty sẽ xây dựng nên nhiều chương trình với nhiều mức giá khác nhau để khách hàng có th ể lựa chọn chuyến sản phẩm phù h ợp với khả năng của mình.

2.3.2. Đặc điểm hành vi khách hàng

2.3.2.1. Tần suất đối việc mua sắm sản phẩm trực tuyến của khách hàng

Bảng 2.5: Tần suất đối việc mua sắm sản phẩm trực tuyến của khách hàng

Khoảng thời gian Mỗi ngày	**Tần suất (lượt trả lời)**	**Tỷ lệ (%)**
Từ 3 – 4 lần/tuần Từ 4 – 5	10	9,1
lần/tháng Từ 1 – 2 lần/tháng	25	22,7
	63	57,3
	8	10,9
Tổng	**110**	**100**

(Nguồn: Số liệu xử lý từ SPSS)

Tần suất mua sắm của khách hàng thường dao động từ 2-5 lần/tháng. Trong đó có thể thấy thời gian từ 4-5 lần/tháng chiếm tỷ lệ cao nhất với 57,3% theo sau là khoảng thời gian từ 3-4 lần/tháng với 22,7%. Còn nhóm khách hàng có tần suất mua sắm sản phẩm dịch vụ trực tuyến có t ần suất mỗi ngày và 3 -4 lần/tuần chiếm tỷ lệ khá nhỏ với 9,1% và 10,9%.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Qua đó, ta có thể nhìn nhận khách hàng quyết định mua một sản phẩm, dịch vụ nào đó họ thường cần có thời gian và có s ự lựa chọn chắc chắn trước khi lựa chọn một sản phẩm trực tuyến nào đó.

2.3.2.2. Các kênh thông tin mà khách hàng tìm ki ếm về công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz

Bảng 2.6: Kênh thông tin bi ết đến công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz

Kênh thông tin	Tần suất (lượt trả lời)	Tỷ lệ (%)
Bạn bè, người thân	22	20
Website	34	30,9
Facebook	41	37,3
Email	8	7,3
Điện thoại của nhân viên	3	2,7
Khác	2	1,8

(Nguồn: Số liệu xử lý từ SPSS)

Trong tổng số 110 đối tượng tham gia khảo sát thì ta có thể thấy, phần lớn khách hàng biết đến công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz qua kênh thông tin là website và Facebook với tỷ lệ lần lượt là 30,9% và 37,3%. Những kênh thông tin này giúp khách hàng bên đến công ty nhiều có thể hiểu là vì công ty tập trung phát triển và thực hiện chủ yếu các hoạt động marketing trên hai kênh này. Bên cạnh đó thì công ty còn được khách hàng biết đến qua các kênh khác c ũng chiếm tỷ lệ khá lớn như qua bạn bè, người thân chiếm 20% , đây là hình thức quảng cáo truyền miệng. Điều này cho thấy khách hàng đến đã được truyền miệng trước về những ấn tượng tốt về công ty từ đó bắt đầu tìm kiếm thêm nhiều thông tin hơn, đây cũng là một trong những kênh truyền thông rất hiệu quả để công ty không những xây dựng được thương hiệu của mình và còn hiệu quả trong việc tìm kiếm khách hàng và xây d ựng được khách hàng trung thành. Một số khác có thể biết đến công ty thông qua email, điện thoại của nhân

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

viên công ty hay ngu ồn thông tin khách như tự tìm hiểu trên mạng, thông qua các ấn phẩm lưu niệm của công ty tặng cho khách hàng,…

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.3.2.3. Những yếu tố mà khách hàng quan tâm khi tham gia mua s ắm sản phẩm/dịch vụ trực tuyến tại công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz

Bảng 2.7: Những yếu tố mà khách hàng quan tâm khi mua s ắm trực tuyến tại công ty

Yếu tố	Tần suất (lượt trả lời)	Tỷ lệ (%)
Giá cả	46	41,8
Thương hiệu của sản phẩm/dịch vụ	20	18,2
Uy tín của người bán hàng	15	13,6
Cách thức đặt hàng, thanh toán và giao nhận hàng	18	16,4
Khác	11	10,0

(Nguồn: Số liệu xử lý từ SPSS)

Từ bảng số liệu trên, ta có th ể thấy, giá cả là yếu tố mà khách hàng quan tâm khi thực hiện mưa sắm trực tuyến, với giá chiếm tỷ lệ là 41,8%, các y ếu tố tiếp théo mà khách hàng quan tâm là thướng hiệu cảu sản phẩm/dịch vu chiếm 18,2%, thương hiệu của sản phẩm/dịch vụ chiếm 18,2%, cách thức đặt hàng, thanh toán và giao nh ận hàng chiếm 16,4%, uy tín của người bán hàng chiếm 13,6%. Qua đó ta có thể thấy, khácch hàng luôn quân tâm đến các yếu tố/; giá cả, thương hiệu, uy tín người bán, cách thức giao và đặt hàng, … trước khi quyết định mua một sản phẩm nào đó.

2.3.2.4. Đánh giá sự tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha

Hệ số Cronbach's Alpha là một phép kiểm định thống kê dùng để kiểm tra sự chặt chẽ và tương qua giữa các biến quan sát. Điều này liên quan đến hai khía cạnh là tương quan giữa bản thân và các biến tương quan của các điểm số từng biến với điểm số toàn bộ trả lời. Phương pháp này cho phép phân tích loại bỏ những biến không phù hợp và hạn chế các biến rác trong quá trình nghiên cứu

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Kết quả kiểm định được thể hiện ở bảng dưới đây:

Bảng ~~2.8: Kiểm định độ~~ tin cậy của thang đo biến độc lập

Biến quan sát	Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số Cronbch' Alpha nếu loại biến
"Sự chú ý": Cronbach's Alpha = 0,982		
Website có tên mi ền dễ nhớ.	0,907	0,984
Website có t ốc độ tải trang nhanh.	0,962	0,976
Website được thiết kế đẹp, phông ch ữ dễ nhìn.	0,951	0,978
Cung cấp thông tin v ề sản phẩm, dịch vụ, giới thiệu doanh nghiệp đầy đủ, rõ ràng.	0,960	0,977
Cấu trúc website được thiết kế hợp lí giúp khách hàng dễ thực hiện các thao tác tìm kiếm thông tin.	0,965	0,976
"Sự thích thú": Cronbach's Alpha = 0,982		
Cung cấp thông tin v ề sản phẩm, dịch vụ của công ty thường xuyên, liên t ục.	0,901	0,985
Các hình ảnh, video được đăng tải có n ội dung hấp dẫn, lôi cu ốn.	0,965	0,975
Có nhi ều chương trình khuyến mãi dành cho khách hàng.	0,941	0,978
Văn phong, câu chữ của bài viết gần gũi, thân thiện.	0,966	0,974
Các hỏi đáp được phản hồi một cách nhanh chóng.	0,965	0,974
"Sự hài lòng": Cronbach's Alpha = 0,962		
Tôi hài lòng v ới hoạt động digital marketing của công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz.	0,952	0,921
Tôi s ẽ giới thiệu sản phẩm và dịch của công ty cho người thân, bạn bè.	0,931	0,934
Digital marketing là xu hướng mới và cập nhật nhanh chóng.	0,893	0,969

(Nguồn: Số liệu xử lý từ SPSS)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Kết quả kiểm định độ Cronbach's Alpha đối với 6 biến đều lớn hơn 0,5; hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach's Alpha nếu loại các biến quan sát đều nhỏ hơn giá trị Cronbach's Alpha của từng biến độc lập. Dựa vào kết quả kiểm định, không có bi ến hiển thị nào bị loại khỏi mô hình nên có th ể kết luận rằng thang đo được sử dụng trong nghiên cứu là khá phù h ợp và đáng tin cậy, đảm bảo trong việc phân tích các nhân tố và các ki ểm định khác liên quan

Ta cũng có thể thấy kết quả kiểm định không có bi ến nào có h ệ số tương quan biến tổng < 0,3, nên có th ể kết luận rằng thang đo được sử dụng trong nghiên cứu là khá phù h ợp.

2.3.2.5. Kiểm định One Sample T-Test

Đánh giá của khách hàng v ề website

	Test Value = 3		
	t	Mean	Sig. (2-tailed)
Website có tên mi ền dễ nhớ.	4,806	4,4545	0,000
Website có t ốc độ tải trang nhanh	2,250	4,2182	0,026
Website được thiết kế đẹp, phông ch ữ dễ nhìn.	0,300	4,0273	0,765
Cung cấp thông tin v ề sản phẩm, dịch vụ, giới thiệu doanh nghiệp đầy đủ, rõ ràng.	1,142	4,1000	0,256
Cấu trúc website được thiết kế hợp lí giúp khách hàng d ễ thực hiện các thao tác tìm kiếm thông tin.	1,549	4,1455	0,124

(Nguồn: Số liệu xử lý từ SPSS)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Giả thiết H_0 đặt ra là: điểm đánh giá trung bình của khách hàng v ề 5 tiêu chí của website là 3 (theo thang đo Likert 1-5). Thực hiện kiểm định để xem thử là bác b ỏ hay chấp nhận giả thiết H_0 (độ tin cậy được sử dụng là 95%).

Và qua kết quả kiểm định ở trên ta có th ể thấy, 2 tiêu chí đầu có giá trị Sig nhỏ hơn 0,05. Như vậy, chúng ta bác b ỏ giả thiết H_0 ban đầu, điểm đánh giá trung bình của khách hàng v ề các tiêu chí của website là khác 3. Giá tr ị trung bình (mean) của 2 tiêu

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

chí đưa vào kiểm định dao động từ 2,250 đến 4,806 (ứng với t dao động từ 2,250 đến 4,806) tất cả đều lớn hơn 3. Như vậy khách hàng đang có mức độ đồng ý v ới các tiêu chí trên mức trung lập 3.

Và 3 tiêu chí sau có giá tr ị Sig lớn hơn 0.05 (ứng với t dao động từ. Như vậy, chúng ta chấp nhận giả thiết H_0, điểm đánh giá trung bình của khách hàng v ề 3 tiêu chí sau của website là bằng 3. Quay ngược lại kết quả, giá trị trung bình (mean) của 3 tiêu chí đưa vào kiểm định dao động từ 4,0273 đến 4,1455 (ứng với t dao động từ 0,300 đến 1,549) tất cả đều lớn hơn 3 nhưng sao kết quả kiểm đinh lại cho rằng mean bằng 3 (lý giải: kiểm định One Sample T-Test còn d ự trên nhiều yếu tố khác tác động lên giá tr ị mean nữa như: kích thước mẫu, độ lệch chuẩn, … chứ không ph ải dùng m ỗi giá trị mean; chính vì vậy muốn so sánh giá trị trung bình của một biến với một giá trị nào đó ta thực hiện kiểm định One Sample T-Test chứ không nên ch ỉ chạy thống kế mean và đi đến kết luận). Vì vậy, ta kết luận khách hàng có m ức độ đồng ý v ới các tiêu chí ở mức trung lập 3.

Đánh giá của khách hàng đối với fanpage	Các hỏi đáp được phản hồi một cách nhanh chóng.
Tiêu chí	
Cung cấp thông tin v ề sản phẩm, dịch vụ của công ty thường xuyên, liên t ục.	
Các hình ảnh, video được đăng tải có n ội dung hấp dẫn, lôi cu ốn.	
Có nhiều chương trình khuyến mãi dành cho khách hàng.	
Văn phong, câu chữ của bài viết gần gũi, thân thiện.	

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Test Value = 3				
t	Mean	Sig. (2-tailed)		
3,772	4,3636	0,000	-0,954	3,9182	0,342
0,107	4,0091	0,915	0,815	4,0727	0,417
			0,581	4,0545	0,562

(Nguồn: Số liệu xử lý từ SPSS)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Giả thiết H_0 đặt ra là: điểm đánh giá trung bình của khách hàng v ề 5 tiêu chí của fampage là 3 (theo thang đo Likert 1-5). Thực hiện kiểm định để xem thử là bác b ỏ hay chấp nhận giả thiết H_0 (độ tin cậy được sử dụng là 95%).

Và qua kết quả kiểm định ở trên ta có th ể thấy, tiêu chí đầu tiên có giá trị Sig nhỏ hơn 0,05. Như vậy, chúng ta bác b ỏ giả thiết H_0 ban đầu, điểm đánh giá trung bình của khách hàng v ề tiêu chí của fanpage là khác 3. Giá tr ị trung bình (mean) của tiêu chí đưa vào kiểm định là 4,3636 (ứng với t=3,772) lớn hơn 3. Như vậy khách hàng đang có m ức độ đồng ý v ới các tiêu chí trên mức trung lập 3.

Và 4 tiêu chí sau có giá tr ị Sig lớn hơn 0,05. Như vậy, chúng ta ch ấp nhận giả thiết H_0, điểm đánh giá trung bình của khách hàng v ề 4 tiêu chí sau của fanpage là bằng 3. Quay ngược lại kết quả, giá trị trung bình (mean) của 4 tiêu chí đưa vào kiểm định dao động từ 3,9182 đến 4,0727 (ứng với t dao động từ -0,954 đến 0,815) tất cả đều lớn hơn 3 nhưng sao kết quả kiểm đinh lại cho rằng mean bằng 3 (lý gi ải: kiểm định One Sample T-Test còn d ự trên nhiều yếu tố khác tác động lên giá tr ị mean nữa như: kích thước mẫu, độ lệch chuẩn, … chứ không ph ải dùng m ỗi giá trị mean; chính vì vậy muốn so sánh giá tr ị trung bình của một biến với một giá trị nào đó ta thực hiện kiểm định One Sample T-Test chứ không nên ch ỉ chạy thống kế mean và đi đến kết luận). Vì vậy, ta kết luận khách hàng có m ức độ đồng ý v ới các tiêu chí ở mức trung lập 3.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO HO ẠT ĐỘNG DIGITAL MARKETING CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI & DỊCH VỤ OUTFIZ

3.1. Định hướng và quan điểm của Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz

Với xu hướng phát triển trong thời đại 4.0 ngày nay, cũng như bắt nhịp cũng xu hướng tiếp nhận và đổi mới trong phát triển kinh tế, thị trường Digital Marketing hiện đang trở nên mới mẻ và hấp dẫn hơn bao giờ hết. Càng ngày có càng nhi ều đối thủ cạnh tranh, vậy nên để tiếp cận được khách hàng thì Digital Marketing là một trong số những phương thức để tiếp cận nhiều đối tượng khách hàng và c ũng một phần góp vào việc xây dựng thương hiệu cho công ty.

3.2. Đề xuất giải pháp nâng cao ho ạt động digital marketing của Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz

Thông qua vi ệc quan sát và tìm hiểu hoạt động digial marketing của Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz, một số giải pháp cụ thể được để xuất nhằm nâng cao hiệu quả các hoạt động digital marketing của Outfiz như sau:

Xây d ựng và nâng cao trình độ đội ngũ làm công tác digital marketing

Nhân sự là một yếu tố quan trọng và không th ể thiếu của một công ty hay cụ thể hơn là một phòng ban trong công ty. Vi ệc xây dựng và nâng cao trình độ của đội cũng làm công tác Digital Marketing là m ột cách thức để đẩy mạnh được hiệu quả của công việc.

Để có thể nâng cao được hiệu quả của hoạt động Digital Marketing thì đội ngũ nhân viên c ần có một định hướng rõ ràng trong công vi ệc. Bên cạnh đó, mỗi cá nhân cần tự nâng cao trình độ chuyên môn v ề marketing, nâng cao thêm một số kỹ năng khác như là khả năng phân tích và óc sáng t ạo, linh hoạt. Thị trường biến đổi liên tục để đáp ứng thị hiếu khách hàng, vì vậy đòi h ỏi một nhân viên marketing phải có khả năng phân tích, nắm bắt, sáng tạo các ý tưởng mới lạ, các hướng đi mới mà người khác chưa nhìn nhận ra. Ngoài ra nên xây d ựng chỉ tiêu đánh giá độ hiệu quả của các hoạt động Digital Marketing.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Đối với Outfiz, việc tuyển dụng nhân sự sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả của hoạt động Digital Marketing. Vậy nên Outfiz cần tuyển chọn được những người có đam mê và có chuyên môn để có th ể nâng cao được hiệu quả hoạt động Digital Marketing. Không ch ỉ dừng lại ở vấn đề tuyển dụng, việc đào tạo sau tuyển dụng cũng cần được quan tâm. Để nhân viên có th ể phát huy được năng lực của mình, thì về phía Outfiz cần tạo điều kiện và cơ hội để nhân viên có th ể học hỏi và phát huy h ết tiềm lực của bản thân để có th ể mang lại lợi ích tối ưu cho công ty.

Giải quyết vấn đề các nhân viên kinh doanh đảm nhiệm nhiệm vụ marketing như vậy sẽ làm giảm đi hiệu suất làm việc của nhân viên kinh doanh cũng đồng thời làm giảm đi hiệu quả của hoạt động Digital Marketing của doanh nghiệp. Vậy nên việc tuyển dụng thêm nhân s ự chuyên sâu marketing để đảm nhiệm công việc này. Từ đó sẽ làm tăng độ hiệu quả của hoạt động Digital Marketing.

3.2.1. Đối với website của công ty

Cải thiện tốc độ tải trang

Không ph ải ai cũng đủ kiên nhẫn để chờ đợi, khách truy cập có thể sẽ đóng cửa sổ trình duyệt website của công ty để chuyển sang trang web của công ty khác nếu tốc độ tải trang web của công ty quá chậm.

Có nhi ều nguyên nhân d ẫn đến tốc độ tải trang chậm như sử dụng nhiều file flash, dịch vụ hosting kém chất lượng, hình ảnh chất lượng cao và nặng,… Công ty cần tìm hiểu về nguyên nhân d ẫn đến tốc độ tải trang của trang web mình còn chậm từ đó đưa ra được các giải pháp khắc phục hiệu quả nhất.

Cung cấp một số tiện ích cho khách hàng

Trên website công ty có th ể cung cấp một số dịch vụ miễn phí cho khách hàng như một số phần mềm thông dụng miễn phí,… Nếu có thể cung cấp một cách điều đặn theo một chu kỳ nào đó thì có thể giữ khách hàng quay trở lại website.

Liên kết với nhiều đối tác khác

Cần liên kết với nhiều website có uy tín, nhiều người sử dụng, các trang thông tin du lịch có số người truy cập lớn để đặt các quảng cáo về công ty, banner,… Việc này

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

giúp cho hình ảnh của công ty được biết đến ở nhiều nơi hơn

3.2.2. Đối với fanpage của công ty

Chú tr ọng hơn vào việc chạy quảng cáo trên fanpage

Facebook ngày này có th ể nói là mạng xã hội lớn nhất Việt Nam nói riêng và c ả thế giới nói chung. Trên mạng xã hội này có m ột lượng lớn khách hàng tiềm năng mà công ty có th ể tìm kiếm được. Công ty cần xây dựng được các chiến lược marketing phù hợp với từng thời điểm trong năm như các lễ hội lớn, dịp nghỉ dài ngày,… để chạy quảng cáo để tiếp cận đến nhiều khách hàng hơn. Điều cần lưu ý là c ần phải xây dựng được một chiến lược marketing có hiệu quả với thông điệp mang ý nghĩa, thấu hiểu được tâm lý của các khách hàng. Vi ệc lựa chọn đối tượng khách hàng như độ tuổi, vùng mi ền, thời gian chạy quảng cáo cũng đóng một vai trò r ất quan trọng trong việc quyết định một chiến lược marketing có hiệu quả hay không.

Có s ự đổi mới, sáng tạo trong nội dung

Các bài vi ết trên fanpage còn đi theo lối mòn c ũng chưa tạo được sự hấp dẫn đối với khách hàng. Dựa trên tình hình các bài viết trên fanpage, các bài vi ết đạt lượng tiếp cận chưa cao, lượt tương tác lại ít, và số người bình luận các bài viết không nhiều. Chủ yếu là các b ài viết cung cấp những thông tin mang lại cho khách hàng không có quá nhiều sự hữu ích, luôn đi theo một lối mòn c ũ không có nhiều sự đổi mới khiến cho khách hàng nhàm chán và không quan tâm nhiều.

Tăng cường sự tương tác của khách hàng v ới fanpage

Việc khách hàng tương tác trên fanpage sẽ là cơ hội giúp cho bài viết được hiển thị, tiếp cận với mọi người nhiều hơn. Điều này hết sức quan trọng, nó không những giúp lan tỏa thương hiệu của công ty, tạo dựng độ tin cậy cho khách hàng mà còn là c ơ sở quan trọng để duy trì mối quan hệ bền lâu, tạo ra được những khách hàng trung thành.

Cần chú trọng tạo ra các bài viết kích thích sự tương tác, phản hồi của khách hàng, thay vì các bài viết mang tính chất chia sẻ thông tin bình thường. Giải đáp những thắc mắc của khách hàng trên fanpage m ột cách nhanh chóng và kịp thời. Việc này vừa đáp ứng được nhu cầu cung cấp thông tin cho khách hàng, vừa thể hiện được sự

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

tôn tr ọng với khách hàng. Tiếp đến là tư vấn xây dựng và quản lý tốt dữ liệu của khách hàng, đây là một trong những yếu tố quan trọng quyết định sự thành công c ủa các hoạt động marketing, dữ liệu khách hàng luôn là tài s ản quý giá của mỗi doanh nghiệp.

Thường xuyên tổ chức các hoạt động mini game trên fanpage vào các dịp thích hợp như quay số trúng thưởng, dự đoán kết quả của các trận đấu,… Chi phí tổ chức những mini game này không lớn những chắc chắn sẽ nhận được sự tương tác rất nhiều từ các khách hàng. Đây có thể nói là m ột trong nhưng cách tạo ra được sự tương tác của khách hàng với fanpage nhiều nhất.

3.2.3. Chú tr ọng phát tri ển thêm các công c ụ digital marketing khác

Ngoài hai công c ụ mà công ty t ập trung nhiều là website và Facebook thì công ty còn c ần chú trọng phát triển thêm một số công cụ khác để có thể tăng thêm hiệu quả cho các chiến lược marketing. Việc kết hợp nhiều công cụ sẽ giúp cho việc tiếp cận được đúng các đối tượng khách hàng cũng như lan tỏa được hình ảnh thương hiệu của
công ty.

Có hai công c ụ mà tôi mu ốn đề xuất cho công ty đó là email marketing và mobile marketing. Đối với email, có thể thấy được ngày nay email trở thành một công cụ hữu ích cho mỗi người khi làm việc đặc biệt là nhân viên văn phòng – đối tượng khách hàng lớn nhất của công ty. Những người này có thói quen kiểm tra email thường xuyên nên vi ệc tiếp cận được khách hàng qua email sẽ không ph ải lo lắng quá nhiều là thông điệp của công ty không thể truyền tải đến khách hàng. Tuy nhiên, điểm chú trọng là các email ph ải mang tính ngắn gọn, có tính hấp dẫn để khơi gợi sự tò mò khiến khách hàng có th ể mở email để đọc thông tin.

Đối với điện thoại là vật không rời xa tầm tay của nhiều người, nhất là những người trẻ - nhóm người chiếm tỷ lệ khá cao trong nhóm khách hàng của cô ng ty. Do đó việc sử dụng mobile có thể dễ dàng tiếp cận khách hàng mọi lúc mọi nơi. Thông qua mobile marketing giữa công ty và khách hàng c ũng có sự tương tác với nhau, các động cơ của khách hàng cũng sẽ dễ dàng chuyển đổi thành hành vi. Chi phí cho việc thực hiện mobile marketing cũng thấp hơn nhiều so với các công cụ digital marketing

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

khác. Khách hàng c ũng không nhất thiết phải có mạng internet mới có thể đọc được thông tin. Điều cần lưu ý nh ất ý sử dụng mobile marketing là lựa chọn khung giờ thích hợp nhất để thực hiện. Cần tránh gây phiền cho khách hàng vào nh ững khung giờ như vào lúc trưa, giờ ăn cơm,… việc này sẽ gây ra sự khó chịu cho khách hàng và s ẽ gây mất thiện cảm của khách hàng đối với công ty.

3.2.4. Xây d ựng hệ thông phân ngu ồn doanh thu

Mục đích chính của marketing là để khách hàng biết đến doanh nghiệp nhiều hơn từ đó tăng được lượng khách hàng đến với doanh nghiệp. Có thể nói cụ thể hơn rằng tất cả những hành động đó đều hướng đến một mục tiêu chung là tăng doanh thu và tăng lợi nhuận. Vậy nên cách để đánh giá được hiệu quả Digital Marketing như thế nào thì Outfiz nên phân ngu ồn của doanh thu đến từ đâu. Từ đó ta biết được nguồn doanh thu mà Digital Marketing mang lại và từ đó sẽ đưa ra được định hướng phát triển cho hoạt động Digital Marketing cũng như phân bổ được tài nguyên v ề vật chất cũng như tài nguyên v è nhân lực một cách hiệu quả hơn.

3.2.5. Thiết lập một kế hoạch Digital Marketing cụ thể

Để đưa ra giải pháp nâng cao hiêu qu ả Digital Marketing thì phải đánh giá được thực trạng của Digital Marketing hiện nay của Outfiz, xem xét Digital Marketing của Outfiz hiện nay đã có k ế hoạch hay chưa, hay làm theo thời vụ. Như vậy đầu tiên cần có m ột kế hoạch tổng thể vì Digital Marketing là một mảng trong Marketing cần phải xây dựng dựa trên nền tảng Marketing.

Sau đây là 5 bước cơ bản cho một kế hoạch Digital Marketing

(Nguồn: Branvietnam.com)

Bước 1: Phân tích

Một trong những yếu tố quyết định thành công c ủa một kế hoạch Digital Mar-keting là phân tích. Cần phân tích rõ thị trường và phân khúc khách hàng c ủa doanh nghiệp ở đâu? Cần xác định đúng khách hàng tiềm năng của và phân tích những hành vi cụ thể của họ. Ngoài ra doanh nghiệp cũng nên dành m ột ít thời gian để phân tích đối thủ cạnh tranh chính.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bước 2: Xác định mục tiêu

Một trong những yếu tố quyết định thành công c ủa một kế hoạch Digital Marketing là phân tích.

Doanh nghiệp cần xác định rõ m ục tiêu của mình khi bắt đầu tham gia vào Dig-ital Marketing, mục tiêu càng rõ ràng và c ụ thể sẽ giúp doanh nghiệp có một định hướng rõ ràng cho k ế hoạch của mình. Ngoài ra mục tiêu cụ thể còn giúp cho doanh nghi ệp dễ dàng tiến hành đo lường và phân tích hiệu quả của kế hoạch Digital Market- ing.

Một số mục tiêu trong kế hoạch Digital Marketing:

- Xây dựng độ nhận biết thương hiệu qua Internet
- Thu thập dữ liệu khách hàng & khách hàng ti ềm năng
- Xây dựng cộng đồng khách hàng thân thi ết, trung thành
- Doanh thu từ Internet kỳ vọng

Bước 3: Lập kế hoạch Digital Marketing

Sau khi đã phân tích và xác định mục tiêu cụ thể, việc tiếp theo là lên k ế hoạch Digital Marketing. Kế hoạch càng chi tiết thì bạn dễ dàng quản lí và hiệu quả càng cao. Các tiêu chí cần được xác định rõ trong b ản kế hoạch:

- Thông điệp và đối tượng tiếp nhận quảng cáo
- Ngân sách
- Thời gian chạy chiến dịch
- Hiệu quả mong muốn thu được sau chiến dịch.
- Những rủi ro có th ể gặp

Bước 4: Lựa chọn công c ụ

Với từng mục tiêu khác nhau, Doanh nghi ệp có thể áp dụng từng công cụ để thực hiện một cách hiệu quả

- SEO (Search Engine Marketing)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Quảng cáo Google (Google Adwords)
- Social Media Marketing: Facebook Marketing, Blog Marketing…
- Email Marketing
- Mobile Marketing

Bước 5: Đo lường và điều chỉnh

Một trong những ưu thế vượt trội của Digital Marketing so với Marketing truyền thống là khả năng đo lường cực tốt dựa trên những con số thống kê cụ thể. Đồng thời có th ể dễ dàng điều chỉnh kế hoạch Digital Marketing trong quá trình thực hiện để tối ưu hóa hiệu quả kế hoạch Digital Marketing.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

PHẦN 3: KẾT LUẬN VÀ KI ẾN NGHỊ

1. Kết luận

Có th ể khẳng định lại rằng với sự phát triển của Internet này nay, cũng như xu thế áp dụng công nghệ 4.0 và vai trò quan tr ọng của marketing đối với bất cứ doanh nghiệp nào đang tồn tại trên thị trường dù l ớn hay nhỏ, thì sự thay đổi, phát triển theo xu hướng digital marketing chính là giải pháp để đưa các doanh nghiệp phát triển hơn nữa. Là sự kết hợp giữa marketing truyền thống và marketing trực uyến, đặc biệt là sự hỗ trợ đắc lực các kỹ thuật, công nghệ, thiết bị tiến bộ thì việc nghiên cứu và ứng dụng các công c ụ digital marketing một cách hợp lý sẽ tạo cho các doanh nghiệp có lợi thế cạnh tranh vượt trội so với đối thủ trên thị trường. Sự kết hợp giữa các phương tiện marketing truyền thống và các ứng dụng của internet đã tạo nên một sức mạnh truyền thôn g lớn cho mọi đối tượng. Vẫn áp dụng lối truyền thông truyền thống, marketing trực tiếp là để đánh mạnh nhận thức về thương hiệu cho những vùng dân cư còn ch ưa phát triển, và cũng là cách d ễ tiếp cận khách hàng nhất, còn riêng internet, hay marketing trực tuyến không chỉ là kênh truy ền thông mà còn là kênh phân ph ối hiệu quả nhờ chế độ bao phủ, tính hiệu quả về chi phí, khả năng tương tác từ đó làm cơ sở mở rộng thị trường. Do vậy xây dựng và thực hiện hiệu quả các hoạt động digiatal marketing cho doanh nghiệp trở nên cần thiết hơn bao giờ hết.

Đối với Công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz đang bước đầu ứng dụng Digital Marketing vào hoạt động kinh doanh của mình, Outfiz đã gặt hái được nhiều thành quả và bên c ạnh đó cũng còn m ột số khó khăn nhất định. Để hoạt động Digital Marketing ngày càng l ớn mạng thì cần xây dựng tiêu chí đánh giá cụ thể bằng con số cho các hoạt động mà công ty đã làm t ừ đó đúc rút kinh nghiệm và phát huy trong tương lai.

Khóa lu ận này tập trung phân tích các hoạt động Digital Marketing mà Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz đã đưa vào sử dụng, để qua đó có góc nhìn tổng quan hơn trong việc triển khai hoạt động Digital Marketing trong thời gian sắp tới.

Để thực hiện hiệu quả hoạt động Digital Marketing thì cần phải thường xuyên đánh giá qua hệ thống các tiêu chí đã xây d ựng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Hy vọng rằng, những vấn đề được phân tích trong nghiên cứu này phần nào đem lại một góc nhìn mới hơn về việc ứng dụng Digital Marketing cho Công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz góp ph ần thúc đẩy hoạt động kinh doanh và góp ph ần cho thương hiệu Outfiz ngày một phát triển.

Bên cạnh những đóng góp trên, khóa lu ận cũng có một vài hạn chế. Đề tài của khóa lu ận này vẫn còn m ới vậy nên tài li ệu tham khảo trong nước còn ph ần hạn chế. Những vấn đề nghiên cứu và phân tích của tác giả có thể chưa được chuyên sâu và có một số thuật ngữ tiếng Anh khó có thể diễn tả chính xác theo nghĩa tiếng Việt, nên không th ể tránh khỏi sự sai sót trong từ ngữ. Dữ liệu về hoạt động Digital Marketing chỉ thu được trong khoảng thời gian 3 tháng là tháng 9, 10,11 nên không th ể phản ánh toàn bộ hoạt động Digital Marketing mà Công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz đã thực hiện. Giải pháp đặt ra dựa trên lý thuy ết, kết quả quan sát và khảo sát, nhưng vẫn từ góc độ cá nhân, nên lúc áp d ụng nên có s ự xem xét và đối chiếu lại phù hợp với tình hình của công ty hơn.

2. Kiến nghị

2.1. Đối với Công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Outfiz

Cân nhắc, xem xét việc hỗ trợ kinh phí thêm cho các ho ạt động Digital gia các lớp tập huấn, rèn luyện để nâng Marketing. Cho nhân viên c ủa công ty tham cao trình độ.

2.2. Đối với phòng Sale & Marketing

Công vi ệc phải cụ thể rõ ràng, tránh gây l ộn xộn trong quá trình làm việc. Phát huy tinh thần, nâng cao tính trách nhiệm cho nhân viên của công ty.

Lượng nhân viên đảm nhận công việc Sale & Marketing có 2 người. Cần tuyển thêm 01 nhân viên n ữa để đảm bảo công việc tiến triển thuận lợi, kịp thời.

Nhà quản lí ra quyết định chi một khoản vốn đầu tư nhất định cho việc khen thưởng, phúc l ợi cho nhân viên viên, chi ti ền để nhân viên th ực hiện các nhiệm vụ cụ thể của

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

mình như: tìm kiếm chiến lược hoạt động Digital Marketing của các đối thủ cùng ngành, nghiên cứu và cập nhật xu hướng sử dụng internet của khách hàng tìm năng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

DANH MỤC TÀI LI ỆU THAM KHẢO

A. Tài li ệu tiếng Việt

1. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Ngọc Mộng (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu SPSS*, NXB Hồng Đức, Thành phố Hồ Chí Minh.

2. Philip Kotler (2007), *Marketing căn bản*, NXB Lao Động – Xã Hội, Hà Nội.

3. Nguyễn Thị Minh Hòa (2015), *Giáo trình Quản trị Marketing,* NXB Đại học Huế.

4. Trần Ngọc Nam và Trần Huy Khang (2005), *Marketing du lịch*, NXB Thành phố Hồ Chí Minh.

B. Tài li ệu tiếng Anh

1. Dave Kerpen (2011), *Likeable Social Media*

2. Philip Kotler (2009), *Marketing Management*

C. Tài li ệu truy cập trên mạng Internet

1. Tổng quan về digital marketing, https://letweb.net/tong-quan-ve-digital-marketing/

2. Báo cáo digital marketing Vi ệt Nam 20120, https://andrews.edu.vn/bao-cao-digital-marketing-viet-nam-2020/

3. 12 lí do tại sao digital marketing giúp bạn phát triển doanh nghiệp, https://eqvn.net/12-li-tai-sao-digital-marketing-giup-ban-phat-trien-doanh- nghiep/

4. Xu hướng lột xác mạnh mẽ của marketing du lịch với công ngh ệ 4.0 http://sage.edu.vn/blog/xu-huong-lot-xac-manh-me-cua-marketing-du-lich-voi-cong-nghe-4-0/

5. https://outfiz.vn/

6. https://outfiz.com/

7. https://www.facebook.com/outfizvietnam

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

PHỤ LỤC 1

PHIẾU KHẢO SÁT

Xin chào quý anh/ch ị!

Tôi là sinh viên đến từ trường Đại học Kinh tế - Đại học Huế, hiện tại tôi đang thực hiện khảo sát về đề tài **"Đánh giá hoạt động Digital Marketing của công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz"**. Rất mong anh/chị dành ít thời gian giúp tôi hoàn thành phi ếu khảo sát này. Những ý kiến đóng góp của anh/chị là thông tin vô cùng quan tr ọng cho nghiên cứu của tôi. Tôi cam kết thông tin mà anh/chị cung cấp chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu.

Xin chân thành c ảm ơn!

PHẦN I: THÔNG TIN CHUNG

Câu 1: Anh/ch ị đã từng tham gia mua sắm sản phẩm/dịch thông qua các kênh trực tuyến chưa?

Có (ti ếp tục khảo sát)

Chưa (kết thúc khảo sát, xin cảm ơn)

Câu 2: Anh/ch ị thường mua sắm sản phẩm/dịch vụ qua hình thức nào?

Website bán hàng hóa/d ịch vụ (VD: trananh.vn, thegioididong.com, nguyenkim.com, …)

Sàn thương mại điện tử (VD: lazada.vn, shopee.vn, sendo.vn, ...)

Website mua hàng theo nhóm (VD: muachung.vn, nhommua.com, …)

Diễn đàn mạng xã hội (VD: Facebook, …)

Các ứng dụng mua hàng trực tiếp cài đặt trên Mobile

Khác (vui lòng ghi rõ)…….

Câu 3: T ần suất mua sắm trực tuyến của anh/chị?

Mỗi ngày

3-4 lần / tuần

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

4-5 lần / tháng

1-2 lần / tháng

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Khác (vui lòng ghi rõ)……..

Câu 4: Trước khi thực hiện mua sắm sản phẩm/dịch vụ thông qua các kênh trực tuyến (website, fanpage) của công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz, anh/chị biết về công ty thông qua những nguồn thông tin nào?

Bạn bè, người thân

Website

Facebook

Email

Điện thoại của nhân viên công ty

Khác (vui lòng ghi rõ)……...

Câu 5: Xin cho bi ết những yếu tố mà anh/ch ị quan tâm khi tham gia mua sắm sản phẩm/dịch vụ trực tuyến tại công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz?

Giá cả

Thương hiệu của sản phẩm/dịch vụ

Uy tín của người bán hàng

Cách thức đặt hàng, thanh toán và giao nh ận hàng

Khác (vui lòng ghi rõ)……..

PHẦN II: ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG DIGITAL MARKETING CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI & DỊCH VỤ OUTFIZ

Câu 1: Anh/ch ị đã t ừng truy cập vào m ột trong hai website chính thức của công ty l à: outfiz.com và outfiz.vn chưa?

Có (ti ếp tục trả lời)

Chưa (vui lòng b ỏ qua câu 2)

Câu 2: Xin vui lòng cho bi ết mức độ đồng ý của anh/chị về website của công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz qua những phát biểu sau:

Đánh dấu vào ô phù h ợp với ý kiến của anh chị theo thang đo quy ước:

1 - Rất không đồng ý, 2 - Không đồng ý, 3 - Trung lập, 4 -Đồng ý, 5 - Rất đồng ý

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Các phát biểu	Đánh giá 1	2	3	4	5
Website có tên mi ền dễ nhớ.					
Website có t ốc độ tải trang nhanh.					
Website được thiết kế đẹp, phông ch ữ dễ nhìn.					
Cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ, giới thiệu doanh nghiệp đầy đủ, rõ ràng .					
Cấu trúc website được thiết kế hợp lí giúp khách hàng d ễ thực hiện các thao tác tìm kiếm thông tin.					

Câu 3: Anh/ch ị đã t ừng truy cập vào fanpage c ủa công ty là: "OUTFIZ"chưa?

Có (ti ếp tục trả lời)

Chưa (vui lòng b ỏ qua câu 4)

Câu 4: Xin vui lòng cho bi ết mức độ đồng ý của anh/chị về fanpage của công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz qua những phát biểu sau:

Đánh dấu vào ô phù h ợp với ý kiến của anh chị theo thang đo quy ước:

1 - Rất không đồng ý, 2 - Không đồng ý, 3 - Trung lập, 4 -Đồng ý, 5 - Rất đồng ý

Các phát biểu	Đánh giá 1	2	3	4

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

	5					
Cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ của công ty thường xuyên, liên t ục.						
Các hình ảnh, video được đăng tải có nội dung hấp dẫn, lôi cuốn.						
Có nhi ều chương trình khuyến mãi dành cho khách hàng.						
Văn phong, câu chữ của bài viết gần gũi, thân thiện.						
Các hỏi đáp được phản hồi một cách nhanh chóng.						

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Câu 5: Xin vui lòng cho bi ết mức độ hài lòng c ủa anh/chị về hoạt động digital marketing của công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz qua những phát bi ểu sau:

Đánh dấu vào ô phù h ợp với ý kiến của anh chị theo thang đo quy ước:

1 - Rất không đồng ý, 2 - Không đồng ý, 3 - Trung lập, 4 -Đồng ý, 5 - Rất đồng ý

Các phát biểu	Đánh giá				
	1	2	3	4	5
~~Tôi hài lòng v ới hoạt động digital marketing~~ của công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz.					
Tôi s ẽ giới thiệu sản phẩm và dịch của công ty cho người thân, bạn bè.					
Digital marketing là xu hướng mới và cập nhật nhanh chóng.					

Câu 5: Để công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz được mọi người biết đến nhiều hơn, theo anh/chị công ty nên làm gì?

……

……

……

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

PHẦN III. THÔNG TIN CÁ NHÂN

Câu 1: Gi ới tính

Nam

Nữ

Câu 2: Độ tuổi

Dưới 18 tuổi

Từ 18 đến 30 tuổi

Từ 31 đến 45 tuổi

Trên 45 tuổi

Câu 3: Ngh ề nghiệp

Học sinh, sinh viên

Lao động phổ thông

Kinh doanh

Cán bộ viên chức, nhân viên văn phòng

Khác (vui lòng ghi rõ)…….

Câu 4: Thu nh ập

Dưới 4 triệu đồng

Từ 4 đến 7 triệu đồng

Từ hơn 7 triệu đến 10 triệu đồng

Trên 10 triệu đồng

Cảm ơn anh/chị đã dành th ời gian để hoàn thành bài kh ảo sát của chúng tôi.

Xin chân thành c ảm ơn! Kính chúc anh/chị sức khỏe, thành công và h ạnh phúc!

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

PHỤ LỤC 2

KẾT QUẢ XỬ LÝ SỐ LIỆU SPSS

1. Thống kê mô t ả

❖ Giới tính

		Frequenc y	Percent	Vali	Perc	Cumulative Percent
Valid	Nam	47	42,7	42,7	42,7	42,7
	Nữ	63	57,3	57,3		100,0
	Total	110	100,0	100,		

Độ tuổi

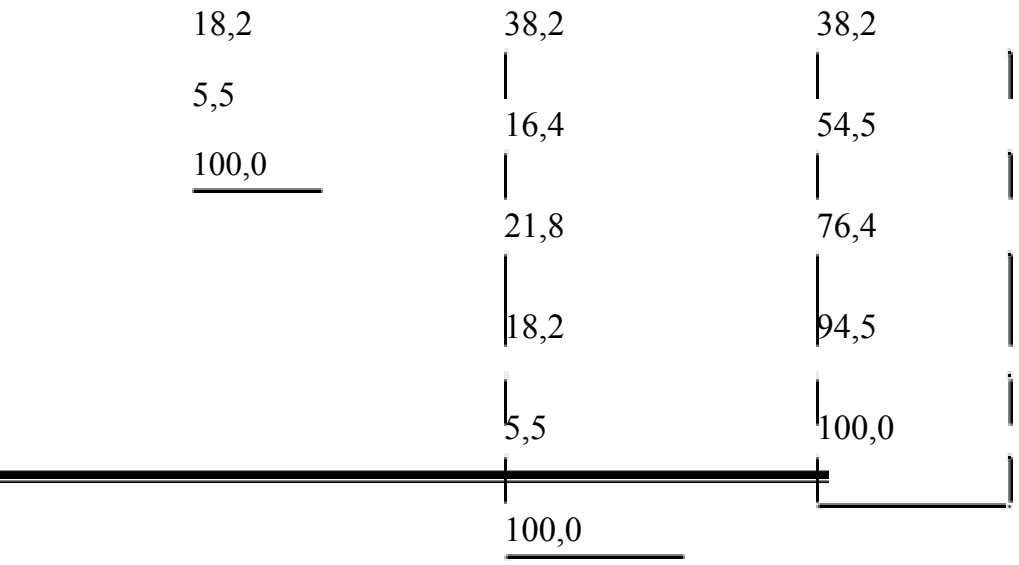
		Frequenc y	Perce	Cumulative Percent
Valid	Dưới 18 tuổi	12	10,9	10,9
	Từ 18 đến 30 tuổi	54	49,1	60,0
	Từ 31 đến 45 tuổi	35	31,8	91,8
	Trên 45 tuổi	9	8,2	100,0
	Total	110	100,0	

Nghề nghiệp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ Percent
Valid	Học sinh, sin			38,2	
	Lao động ph nhân viên vă			16,4	
	Kinh doanh Khác			21,8	
	Cán bộ viê Total				

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149



Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Thu nhập

		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dưới 4 triệu đồng	27,3	13,6
	Từ 4 đến 7 triệu đồ	16;4	56,4
	Từ hơn 7 triệu đến 1 triệu đồng	100,0	83,6
	Trên 10 triệu đồng		100,0
	Total		

Tần suất mua sắm trực tuyến của khách hàng

		F	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mỗi ngày	10	9,1	9,1
	3-4 lần / tuần	25	22,7	31,8
	4-5 lần / tháng	63	57,3	89,1
	1-2 lần / tháng	8	7,3	96,4
	Khác	4	3,6	100,0
	Total	11	100,0	

Khách hàng tìm kiếm thông tin về công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz qua những nguồn thông tin nào?

Valid	Bạn bè, người thân	Facebook	Total 110
	Website	Email	
		Điện thoại của nhà viên công ty	
		Khác	

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20,0	20,0	20,0
30,9	30,9	50,9
37,3	37,3	88,2
7,3	7,3	95,5
2,7	2,7	98,2
1,8	1,8	100,0
100,0	100,0	

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Những yếu tố mà anh/ch ị quan tâm khi tham gia mua sắm sản phẩm/dịch vụ trực tuyến tại công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz?

		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Giá cả	41,8	41,8
	Thương hiệu của phẩm/dịch vụ	18,2	60,0
	Uy tín của người hàng	13,6	73,6
	Cách thức đặt h thanh toán và nhận hàng	16,4	90,0
	Khác	10,0	100,0
	Total	100,0	

2. **Kiểm định độ tin cậy Conbach's Alpha ❖ Đánh giá của khách hàng v ề website**

Cronbach's Alpha	N of Items
.982	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Item Dele

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

				Cronbach's Alpha if Item Deleted
Website có tên mi ền dễ nhớ.	16,4909	14,344	0,907	0,984
Website có t ốc độ tải trang nhanh.	16,7273	13,833	0,962	0,976
Website được thiết kế đẹp, phông ch ữ dễ nhìn.	16,9182	14,369	0,951	0,978

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Cung cấp thông tin v ề sản phẩm, dịch vụ, giới thiệu doanh nghiệp đầy đủ, rõ ràng.	14,572	0,960	0,977
	14,051	0,965	0,976
Cấu trúc website được thiết kế hợp lí giúp khách hàng d ễ thực hiện các thao tác tìm kiếm thông tin.	16,8455		
	16,8000		

Đánh giá c ủa khách hàng v ề fanpage

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.982	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Cung cấp thông tin v ề sản phẩm, dịch vụ của	16,0545	13,208	0,901	0,985

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

công ty thường xuyên, liên tục.				
Các hình ảnh, video được đăng tải có n ội dung hấp dẫn, lôi cuốn.	16,4091	13,675	0,965	0,975
Có nhi ều chương trình khuyến mãi dành cho khách hàng.	16,5000	13,757	0,941	0,978
Văn phong, câu chữ của bài viết gần gũi, thân thiện.	16,3455	13,366	.966	0,974
Các hỏi đáp được phản hồi một cách nhanh chóng.	13,023	.965	0,974	
	16,3636			

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Sự hài lòng c ủa khách hàng v ề công cụ digital marketing của công ty

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.962	3

Item-Total Statistics

	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tôi hài lòng v ới hc động digi marketing của côn ty TNHH Thươ Mại & Dịch Vụ Outfiz.	2,730	0,952	0,921
Tôi s ẽ giới thiệu sả phẩm và dịch của công ty cho ngườ thân, bạn bè.	2,914	0,931	0,934
Digital marketing xu hướng mới và cậ nhật nhanh chóng.	3,461	0,893	0,969

3. **Kiểm định One Sample T-Test**

Đánh giá củakhách hàng v ề website

Website có tên mi ền dễ nhớ.	Website có t ốc độ tải trang nhanh.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

One-Sample Statistics

	N	M	Std. Deviation	Std. Error Mean
	110		0,99205	0,09459
			1,01712	0,09698
			0,95263	0,09083
			0,91822	0,08755

110

110

110

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Website được thiết kế đẹp, phông chữ dễ nhìn. Cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ, giới thiệu doanh nghiệp đầy đủ, rõ ràng. Cấu trúc website được thiết kế hợp lí giúp khách hàng dễ thực hiện các thao tác tìm kiếm thông tin.	110	4,1455	0,98462

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

0,09388

One-Sample Test

	Test Value = 3				
	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
				Lower	Upper
Website có tên mi ền dễ nhớ.	4,806	109	0,000	0,45455	0,267
Website có t ốc độ tải trang nhanh.	2,250	109	0,026	0,21818	0,026
Website được thiết kế đẹp, phông ch ữ dễ nhìn.	0,300	109	0,765	0,02727	-0,152
Cung cấp thông tin v ề sản phẩm, dịch vụ, giới thiệu doanh nghiệp đầy đủ, rõ ràng. Cấu trúc website được thiết kế hợp lí giúp khách hàng d ễ thực hiện các thao tác tìm kiếm thông tin.	1,142	109	0,256	0,10000	-0,0735
	-0,0406		0,3315		

Đánh giá của khách hàng v ề fanpage

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

One-Sample Statistics

		N	Mean	Std. Error
Cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ của công ty thường xuyên, liên tục.	Các hỏi đáp được phản hồi một cách nhanh chóng.	110	4,3636	1,01120
		110	4,0091	0,89335
		110	3,9182	0,89987
		110	4,0727	0,93563
Các hình ảnh, video được đăng tải có n ội dung hấp dẫn, lôi cu ốn.		110	4,0545	0,98462
Có nhi ều chương trình khuyến mãi dành cho khách hàng.				
Văn phong, câu chữ của bài viết gần gũi, thân thiện.				

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

0,09641	0,08518	0,08580	0,08921	0,09388	

One-Sample Test

		Test Value = 3				
		t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference
						Lower
Cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ của công ty thường xuyên, liên tục.	trình khuyến mãi dành cho khách hàng.	3.772	109	0,000	0,36364	0,1725
		.107	109	0,915	0,00909	-0,1597
		-0,954	109	0,342	-0,08182	-0,2519
Các hình ảnh, video được đăng tải có nội dung hấp dẫn, lôi cuốn.						
Có nhiều chương						

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

0,5547		0,1779		0,0882		
Văn phong, câu chữ của bài viết gần gũi, thân thiện.	0,815	109	0,417	0,07273	-0,1041	0.2
Các hỏi đáp được phản hồi một cách nhanh chóng.	0,581	109	0,562	0,05455	-0,1315	

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Sự hài lòng c ủa khách hàng v ề công c ụ digital marketing của công ty One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Tôi hài lòng v ới hoạt động digital marketing của công ty	110	3,8000	0,96546	0,09205
TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Outfiz.	110	3,7455	0,92306	0,08801
Tôi s ẽ giới thiệu sản phẩm và dịch của công ty cho người thân, bạn bè.	110	4,0545	0,78794	0,07513
Digital marketing là xu hướng mới và cập nhật nhanh chóng.				

One-Sample Test

			t
Tôi hài lòng v ới hoạt	động	digital	

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

	Df	Test Value = 3				
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
				Lower	Upper	
marketing của công ty TNHH Thương		-2,173	109	0,032	-0,20000	-0
Mại & Dịch Vụ Outfiz. Tôi s ẽ giới thiệu sản phẩm và dịch của công ty cho người thân, bạn bè.		-2,892	109	0,005	-0,25455	-0,4
Digital marketing là xu hướng mới và cập nhật nhanh chóng.		0,726	109	0,469	0,05455	-0,

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com