

# CÁCH THỨC TRIỂN KHAI CHIẾN LƯỢC KINH DOANH ONLINE

## 1. Triển khai chiến lược là gì?

Triển khai chiến lược là cách thức mà một công ty tạo ra các sắp đặt có tính tổ chức cho phép công ty theo đuổi chiến lược của mình một cách hữu hiệu nhất.

Ở đây, thiết kế tổ chức có nghĩa là chọn cách kết hợp cấu trúc tổ chức và hệ thống kiểm soát để công ty có thể theo đuổi chiến lược của mình một cách hữu hiệu nhằm tạo giá trị và lợi thế cạnh tranh bền vững.

## 2. Những nội dung cơ bản của triển khai chiến lược:

Triển khai chiến lược đóng vai trò rất quan trọng trong công tác quản trị chiến lược, đây chính là giai đoạn quyết định để biến những phương án chiến lược thành hiện thực. Trong giai đoạn này, nhà quản trị chiến lược phải đảm bảo thực hiện thành công các nhiệm vụ cơ bản sau:

- Chiến lược phải được phổ biến đến tất cả các nhân viên mà nó có tác động.
- Phải kêu gọi được sự tham gia và ủng hộ nhiệt tình của nhân viên.
- Phải đảm bảo đầy đủ nguồn lực cho quá trình triển khai, bao gồm về nguồn vốn, nhân lực, kỹ thuật và thời gian.
- Phải xây dựng kế hoạch triển khai bằng cách đề ra các chỉ tiêu và ghi chép, theo dõi quá trình Triển khai.
- Và để hoàn thành tốt các nhiệm vụ như trên, nhà quản trị công ty cần thực hiện tốt các hoạt động cơ bản của quá trình triển khai chiến lược dưới đây:
- Thay đổi cấu trúc tổ chức: Dựa trên chiến lược đã xây dựng và qua quá trình rà soát lại cấu trúc tổ chức, công ty cần xem xét có nên điều chỉnh cấu trúc tổ chức hiện thời không, nếu điều chỉnh sẽ điều chỉnh như thế nào,... Mục tiêu cuối cùng là đảm bảo cấu trúc tổ chức phải hỗ trợ tối đa việc triển khai chiến lược.
- Đưa sứ mệnh công ty vào triển khai: Đây là hoạt động thứ hai trong quá trình triển khai chiến lược. Công việc này nhằm giúp cho tất cả các thành viên trong công ty hiểu đúng và cảm nhận tích cực với sứ mệnh mà công ty đã xây dựng. Qua đó, họ sẽ có tinh thần và thái độ làm việc phù hợp hơn trong quá trình triển khai.
- Lập các mục tiêu hàng năm: Căn cứ vào mục tiêu chiến lược đã đề ra, các công ty cần thiết lập các mục tiêu hàng năm mà công ty cần đạt được.
- Thiết lập các chính sách cụ thể: Trên cơ sở các mục tiêu hàng năm vừa thiết lập, công ty sẽ thiết lập các chính sách cụ thể để theo đuổi mục tiêu.
- Phân phối nguồn lực: Tiến hành phân phối nguồn lực cho các hoạt động triển khai chiến lược.

## 3. Quy trình triển khai chiến lược kinh doanh Online

Ở bước này, người đứng đầu doanh nghiệp có nhiệm vụ vẽ ra một sơ đồ điều hành kinh doanh online trong từng giai đoạn cụ thể, với từng phòng ban, từng cá nhân. Tạo nên một hệ thống gắn kết, hỗ trợ giữa các cá nhân để đạt được mục tiêu kinh doanh

- Nắm vững mục tiêu kinh doanh online
- Truyền đạt mục tiêu cho cấp dưới thấu hiểu và nhất trí
- Phân công công việc, trách nhiệm của các phòng ban
- Triển khai công việc
- Theo dõi, giám sát và điều chỉnh kịp thời.

Các phòng ban, cá nhân đều phải hướng đến mục tiêu chung của doanh nghiệp và nỗ lực hết mình để đạt được mục tiêu đó

Đặc biệt phòng Marketing & Sales chịu trách nhiệm trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh online, cần có sự phân công trách nhiệm và quyền hạn cụ thể.

#### 4. Nguồn lực triển khai chiến lược kinh doanh Online

Doanh nghiệp cần đầu tư bao nhiêu và như thế nào cho hoạt động marketing online? Hãy trình bày thật chi tiết trong cách thức triển khai của kế hoạch.

**Nhân lực:** Bao gồm số lượng nhân viên phụ trách marketing online và sales. Cần phân công trách nhiệm rạch ròi và tương hỗ.

Marketing online trên những công cụ, phương tiện nào? Kế hoạch ra sao và mục tiêu mỗi kênh cần đạt được? Kinh doanh online dựa trên những phương thức nào? Mục tiêu của mỗi cá nhân để đảm bảo doanh số toàn doanh nghiệp?

Bên cạnh phòng sales và marketing, cần có sự hỗ trợ của nhân lực từ tất cả các phòng ban khác để đạt được hiệu quả cao nhất.

**Vật lực:** Hệ thống cơ sở vật chất đầu tư cho các cá nhân như thế nào? Sự hỗ trợ về các công cụ làm việc như máy tính, điện thoại...

**Tài lực:** Tổng ngân sách dành cho hoạt động marketing online là bao nhiêu? Kế hoạch đầu tư trong từng giai đoạn như thế nào? Đầu tư vào những hạng mục nào?

Dưới đây là ví dụ về việc phân bổ ngân sách xúc tiến của một công ty kinh doanh trong ngành thời trang bao gồm cả truyền thông và online để doanh nghiệp có cái nhìn toàn cảnh hơn.

Hoạt động	Ngân sách (triệu đồng)	Tỷ lệ %
Quảng cáo	340	21,95
Marketing trực tiếp	100	6,46
Bán hàng cá nhân	435	28,08
Xúc tiến bán	324	20,92
Quan hệ công chúng	350	22,60
Tổng	1549	100

Với mỗi công cụ trong **kinh doanh online**, doanh nghiệp phải phân bổ ngân sách một cách rõ ràng, hiệu quả để đạt được mục tiêu đã định.

## 5. Cách thức triển khai chiến lược kinh doanh Online

Về cơ bản, sau khi đã xây dựng một bản kế hoạch hoàn chỉnh việc còn lại của doanh nghiệp là tiến hành từng bước tuân tự tuân thủ theo kế hoạch.

Bên cạnh đó, do một số điểm khác biệt trong kinh doanh online, doanh nghiệp cần chú ý cách thức triển khai các vấn đề sau:

- Nội dung thông điệp: Căn cứ vào mục tiêu trong từng thời kỳ, từng chuyên mục nội dung trên website, diễn đàn, mạng xã hội để thiết kế và triển khai thông điệp phù hợp. Trong trường hợp lý tưởng thông điệp phải thu hút được sự chú ý, tạo ra được sự quan tâm, kích thích được sự mong muốn và thúc đẩy hành động.
- Nội dung của thông điệp phải có khả năng gây chú ý nhằm tạo ra một gợi ý dẫn tạo được sự đáp ứng kỳ vọng.
- Xác định số kênh truyền tải thông điệp và đối tượng truyền tải. Từ đó hình thành mạng lưới kênh chủ lực và kênh hỗ trợ. Thông thường, với doanh nghiệp **kinh doanh online** website sẽ là kênh chủ lực. Thông qua việc truyền tải qua các diễn đàn, youtube, mạng xã hội để hướng khách hàng đến với kênh chính.
- Với mỗi kênh, bạn có thể truyền tải các slogan khác nhau xoay quanh thông điệp chính để phù hợp với đặc điểm tính cách, tâm lý của đối tượng nhận tin. Cũng như thế, việc tương tác với khách hàng được triển khai linh động, hợp lý, không quá khắt khe theo nội dung đã định sẵn.

- Giải quyết các vấn đề của khách hàng và đánh giá mức độ tiềm năng từng khách hàng theo diễn biến: Biết - Hiểu - Tin - Mua - Sau mua.
- Hoặc theo phân loại: Lạnh - Ấm - Nóng.
- Triển khai các chương trình hỗ trợ bán hàng như khuyến mãi, dịch vụ đa tầng trên từng kênh thích hợp. Đảm bảo khách hàng có thể tiếp cận thông tin kịp thời.
- Quyết định lựa chọn phương án triển khai căn cứ trên tất cả các phương diện phân tích và nghiên cứu, mục tiêu đã định, cũng như nguồn lực của doanh nghiệp. Hãy đảm bảo số lượng, tần suất, phương pháp triển khai trên mỗi kênh hợp lý và hiệu quả.