

# HƯỚNG DẪN LẬP KẾ HOẠCH DIGITAL MARKETING

## 1. Định nghĩa Digital Marketing là gì?

Để giúp cho bạn có thể dễ dàng hình dung về loại hình dịch vụ này chúng tôi xin đưa ra khái niệm ngắn gọn sau đây:

Digital Marketing là các hoạt động quảng bá cho sản phẩm/thương hiệu nhằm tác động đến nhận thức khách hàng, kích thích hành vi mua hàng của họ. Nói dễ hiểu, Digital Marketing là các hoạt động tiếp thị sử dụng một hoặc nhiều phương tiện kỹ thuật số trên Internet.

### a. Lịch sử ra đời của Digital Marketing là gì?

Kể từ khi Internet phát triển, xu hướng và hành vi mua hàng của khách hàng cũng từ đó mà thay đổi theo, người mua dành ưa chuộng thị trường ảo trên mạng hơn thay vì thị trường thực tế, bởi họ cho rằng nó tiện lợi, hữu dụng và nhanh chóng. Bên cạnh đó việc tìm kiếm thông tin cũng khá dễ dàng, có thể có được thông tin qua các công cụ tìm kiếm hay mạng xã hội,... điều này đã vô tình tạo nên một phân khúc khách hàng mới – khách hàng trên Internet.

### b. Ưu điểm của Digital Marketing là gì?

Sự phát triển của công nghệ thông tin ngày nay kéo theo những dịch vụ mới ra đời đem đến cho doanh nghiệp một sự trải nghiệm mới về dòng một dịch vụ chất lượng và uy tín, trong đó Digital Marketing là dịch vụ mà chúng tôi muốn nói đến, vậy ưu điểm của Digital Marketing là gì?

### c. Giúp tiết kiệm tối đa chi phí một cách hiệu quả nhất

Dịch vụ Digital Marketing có mức chi phí thấp hơn rất nhiều so với truyền thống theo các phương thức truyền thống từ xưa đến nay. Bởi các doanh nghiệp khi thực hiện Digital Marketing sẽ không phải mất cả khoản chi phí trong quá trình thuê mặt bằng hay bảo trì. Với các hình thức truyền thống của những thương hiệu nổi tiếng cách các thành phố lớn thì phổ biến nhất chính là quảng cáo sản phẩm, dịch vụ qua tivi, biển hiệu, báo đài, tạp chí, tờ rơi, thư tín, gọi điện hay thậm chí là chào bán, giới thiệu sản phẩm trực tiếp thì việc chi phí dịch vụ lên đến hàng chục tỷ đồng là điều dễ dàng sẽ xảy ra.

Tuy nhiên, Digital Marketing là một hình thức quảng bá thương hiệu doanh nghiệp không đòi hỏi mức chi phí cao, đây cũng là một môi trường cạnh tranh mở ra cho các doanh nghiệp nhỏ, vừa và lớn. Với cách thức này người tiêu dùng sẽ dễ dàng tiếp cận nhanh chóng và biết đến doanh nghiệp của bạn thay vì như trước đây PR “gãy lưỡi” mà không có ai tìm đến.

### d. Hướng đến thị trường khách hàng tiềm năng

Để tiếp cận thị trường khách hàng tiềm năng của sản phẩm, dịch vụ chính là ưu điểm lớn nhất đối với hình thức Digital Marketing, không chỉ thông tin về doanh nghiệp mà thậm chí khách hàng còn có thể tìm hiểu được hình ảnh, giá cả và nguyên liệu, dịch vụ. Digital Marketing là hình thức tiếp thị có thể tiếp cận khách hàng ở bất cứ nơi đâu, bất cứ lúc nào.

Giúp doanh nghiệp dễ dàng định hình nhu cầu theo giới tính, tuổi tác, nghề nghiệp, địa chỉ vùng miền... ngoài ra còn có thói quen mua sắm, sở thích và hành vi cụ thể của nhiều khách hàng trên thị trường hiện nay. Với Digital Marketing khoảng cách địa lý không còn là rào cản nữa, bởi cho bất kỳ nơi đâu sản phẩm hay dịch vụ của doanh nghiệp cũng có thể tới.

#### e. Xác định tính hiệu quả

Với các công cụ Digital Marketing, bạn có thể dễ dàng đánh giá chính xác nhất các thông số về sự quan tâm của những khách hàng khi truy cập vào quảng cáo của bạn. Thậm chí ngay cả những công cụ đo lường còn đo lường được hướng đi của người dùng như họ đến website của bạn qua nguồn nào: trang Facebook hay tự tìm kiếm trên Google, họ được điều hướng đến đâu trong website của bạn, ở lại website của bạn bao lâu, nội dung họ đọc trên website của bạn.

#### f. Tăng độ linh hoạt

Internet phát triển với tốc độ truyền nhanh chóng, đây chính là sự nổi trội của nó, chính vì vậy kể từ khi bắt đầu chiến dịch Digital Marketing cho đến lúc hoàn tất bạn có thể theo dõi độ hiệu quả thông qua các số liệu thống kê.

## 2. Các bước thực hiện Digital Marketing

Để có được một quá trình Digital Marketing không thể thiếu các bước thực hiện, điều này tạo nên cho các công ty, doanh nghiệp một sự đảm bảo, chắc chắn trong quá trình thực hiện. Vậy những bước thực hiện Digital Marketing là gì? Dưới đây là câu trả lời dành cho bạn.

### Bước 1: Xây dựng khách hàng

Đối với bất kỳ một loại hình Digital Marketing cho dù online hay offline thì bạn cần phải biết một điều bạn là ai? Sau đó mới bắt đầu thực hiện quá trình Digital Marketing cho mình. Với mỗi chiến lược Digital Marketing để có được kết quả tốt nhất bạn cần dựa trên những đặc tính, nhu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng, đây là bước đầu tiên cũng là bước quan trọng nhất trong các bước thực hiện Digital Marketing.

Để xác định đúng nhóm khách hàng tiềm năng cho từng dòng sản phẩm, dịch vụ của công ty, doanh nghiệp bạn cần thực hiện bằng cách nghiên cứu, khảo sát và phỏng vấn đối tượng mục tiêu của mình, cần thực hiện một cách thực tế, nếu giải định chắc chắn Digital Marketing của bạn sẽ đi sai hướng. Hãy thu thập thông tin định lượng và định tính của người tiêu dùng để nắm chắc những gì mà khách hàng đang cần.

### Bước 2: Xác định mục tiêu

Mục tiêu chính là kết quả cuối cùng mà bạn mong muốn công ty, doanh nghiệp của mình đạt được trong quá trình thực hiện Digital Marketing, như vậy doanh nghiệp mới có được hướng đi đúng đắn nhất dành cho mình. Cho dù mục tiêu tổng quan đó là gì đi chăng nữa bạn cũng phải biết cách đo lường nó, nếu có lường hiệu quả thì chắc chắn quá trình Digital Marketing của bạn sẽ thành công, điều này sẽ giúp ích rất nhiều.

### Bước 3: Định giá các kênh Digital Marketing là gì?

Ở bước này bạn nên tiến hành xem xét các kênh hoặc tài sản có sẵn để đưa vào chiến lược Digital Marketing của công ty, doanh nghiệp mình. Hãy xem xét các kênh có hiệu quả và tập trung vào những kênh đó, trong đó bao gồm: Owned Media, Earned Media và cuối cùng phương tiện thanh toán mà bạn đang sử dụng cho chiến lược Digital Marketing.

#### Bước 4: Kiểm tra và lên kế hoạch các phương tiện truyền thông

Có thể nói phương tiện truyền thông chính là một trong những yếu tố quyết định sự thành công hay thất bại của một quá trình Digital Marketing. Những thông điệp thương hiệu của bạn sẽ được phân loại dưới dạng nội dung, cho dù đó là trang giới thiệu, mô tả sản phẩm hay các bài đăng trên Blog, MXH. Để xác định được sự qua tâm của khách hàng nhiều hay ít, có hiệu quả hay không điều này được thông qua lượng truy cập của người dùng. Do đó hãy lên một kế hoạch thật chi tiết về nội dung chắc chắn đem đến 50% sự thành công cho bạn trong quá trình Digital Marketing.

#### Bước 5: Kiểm tra và lên kế hoạch cho Earned Media

Đánh giá và xem xét phương Earned Media được khách hàng đánh giá cao, thông qua khả năng truy cập khách hàng trên trang, từ đó xếp hạng từng nguồn phương tiện kiếm được rồi tiến hành sắp xếp và lên kế hoạch một cách hợp lý.

### 3. Sự khác nhau giữa Marketing Online và Digital Marketing là gì?

#### a. Về đo lường:

Marketing Online có khả năng đo lường rất hiệu quả và dễ dàng dưới sự hỗ trợ của các công cụ đo lường hiện nay, nhờ đó mà doanh nghiệp có thể biết được chính xác có bao nhiêu click vào trang web của mình, từ những kênh nào, thời gian khách hàng ở lại trên site là bao lâu và khách hàng có thực hiện quá trình mua hàng ngay trên trang web của doanh nghiệp hay không? Tuy nhiên Marketing Online chỉ thực hiện khả năng đo lường nhưng không chính xác.

Vì Digital Marketing có thể đo lường vì hình thức này không phụ thuộc vào website hay mạng Internet vì thế khó đo lường hơn. Với hình thức tiếp thị này bạn sẽ không thể nào biết được rằng có bao nhiêu người đọc được tin nhắn mà bạn gửi qua SMS và không thể nào biết được người mua đó có thực hiện mua hàng sau đó hay không

#### b. Phương thức hoạt động:

Nói đến phương thức hoạt động thì giữa Digital Marketing mà Marketing Online hoàn toàn khác nhau, khi hoạt động các kênh Marketing Online thường phụ thuộc vào mạng Internet. Những trường hợp không có Internet thì không có Marketing Online.

Ngược lại đối với các kênh Digital Marketing không phụ thuộc hoàn toàn vào mạng Internet mà còn phụ thuộc vào cơ sở hạ tầng viễn thông (sóng truyền hình, sóng radio, sóng điện thoại, v.v...) và dù có Internet hay không thì chúng vẫn hoạt động một cách bình thường.

#### c. Mục đích sử dụng:

Sẽ có 2 mục đích chính khi làm quảng cáo mục đích:

- Để tăng cường chuyển đổi (conversion – bán hàng, đăng ký, etc.) và Marketing Online có thể mạnh là giúp tăng cường chuyển đổi, quá trình bán hàng và thanh toán diễn ra nhanh, gọn nhẹ và phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp.
- Để tăng nhận diện thương hiệu (brand awareness). Digital Marketing là hình thức quảng cáo có thể mạnh giúp tăng cường nhận diện thương hiệu cho doanh nghiệp một cách hiệu quả nhất.

#### 4. Hướng dẫn lập kế hoạch Digital Marketing

Thực tế, Digital marketing và Marketing truyền thống có nhiều sự khác biệt lớn. Tuy nhiên cách lập một bản kế hoạch digital marketing có nhiều điểm tương đồng với 1 bản kế hoạch marketing truyền thống.

Trong nền kinh tế Thị trường luôn thay đổi như hiện nay, dẫn đến các kế hoạch marketing online của bạn cũng cần phải có sự thay đổi cho phù hợp chứ không thể chỉ áp dụng theo một mẫu kế hoạch nào. Tùy từng thời điểm, từng mục đích mà các chiến lược cũng cần có sự khác biệt. Sau đây là các bước để lập một kế hoạch Digital Marketing tối ưu:

##### 4.1 Nghiên cứu thị trường

Đây là công việc rất cần thiết mà bất kỳ chiến dịch marketing nào dù là marketing online hay marketing truyền thống đều phải thực hiện một cách kỹ lưỡng. Công việc của bạn đó là phải thu thập, tổ chức, ghi lại dữ liệu thị trường đang mua sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn cung cấp.

Khi nghiên cứu thị trường thì bạn cần lưu ý một số vấn đề sau:

- Tính năng, mô hình của thị trường bao gồm cả thời vụ đó
- Tính năng nhân khẩu học, phân khúc thị trường và thị trường mục tiêu của bạn. Nghiên cứu nhu cầu mua hàng
- Dựa vào Google để nghiên cứu thị trường sản phẩm hiện đang có, sản phẩm cạnh tranh
- Thực trạng doanh số bán hàng
- Các đơn vị cung ứng và các đơn vị sản xuất mà bạn cần dựa vào
- Thị trường mục tiêu nên chọn 1,2 thị trường ngách chứ không lên đánh 1 thị trường tập trung lớn. Thường thị trường ngách sẽ có ít đối thủ hơn và nếu là người đi đầu bạn sẽ chiếm ưu thế tuyệt đối.

##### 4.2 Mô tả lợi ích mà sản phẩm đem lại cho khách hàng

Khi nói đến sản phẩm, thay vì mô tả các đặc tính, cấu tạo của sản phẩm, Bạn nên đề cập đến những lợi ích mà sản phẩm mang lại cho khách hàng khi họ sử dụng chúng.

##### 4.3 Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh

Việc nghiên cứu đối thủ cạnh tranh rất cần thiết, nó sẽ giúp bạn nhận biết được điểm mạnh, điểm yếu của đối thủ. Từ đó đưa ra những đề xuất để bán hàng tốt hơn, đặc biệt xoáy sâu vào thế mạnh của doanh nghiệp bạn. Khi nghiên cứu và phân tích đối thủ cần trả lời các câu hỏi sau:

- Điều gì khiến bạn nổi bật hơn đối thủ?
- Vì sao bạn đặc biệt?
- Tại sao khách hàng nên chọn bạn thay vì một đối thủ khác? Bạn càng có nhiều khác biệt với đối thủ bạn càng có nhiều cơ hội thành công.

#### 4.4 Sứ mệnh

Bất cứ chiến dịch nào cũng cần có một vài câu slogan làm khẩu hiệu tuyên bố sứ mệnh

- “Chìa khóa thị trường” – bạn đang bán hàng cho ai – thật cụ thể, riêng biệt!
- “Đóng góp” – bạn đang bán cái gì.
- “Khác biệt” – đề xuất bán hàng độc đáo của bạn – tại sao bạn khác biệt trong cạnh tranh?

#### 4.5 Chiến lược Digital Marketing

Viết ra một chiến lược Digital Marketing và promotion cụ thể mà bạn muốn sử dụng hoặc để tham khảo sử dụng. Những chiến lược marketing online được xem xét sử dụng bao gồm:

- Search Engine Optimization ( SEO ): đây là chiến dịch mà bạn phải tối ưu hóa website của bạn với các công cụ tìm kiếm như Google, Bing, Yahoo... làm sao cho website của bạn đứng ở trang 1 Google với các từ khóa liên quan đến nội dung, sản phẩm, dịch vụ của website bạn. Phương pháp này sẽ đem đến cho bạn một lượng khách hàng đều đặn và miễn phí hàng ngày. Để làm được điều này bạn có thể thuê công ty SEO hoặc bạn tự làm nếu bạn có kiến thức SEO vững chắc.
- Pay Per Click – Search Engine Marketing ( SEM ): đây là dịch vụ mà bạn sẽ phải đầu thầu và trả tiền cho các lượt click, truy cập đến website của bạn thông qua các quảng cáo.
- Affiliate Marketing: Sử dụng các website khác quảng cáo cho sản phẩm của bạn và trích cho họ phần trăm lợi nhuận
- Trao đổi liên kết: đây là một phương án rất hay bạn vừa có thể gia tăng sự phổ biến của website, vừa có thể thu hút thêm nhiều khách hàng và nó cũng trợ giúp cho SEO rất tốt nếu các website bạn trao đổi là các website uy tín.
- Viết bài và chia sẻ: bạn có bài viết hay và được nhiều người chia sẻ thì thông tin của bạn sẽ được viral một cách nhanh chóng và điều này cũng giúp cho website của bạn được bộ máy tìm kiếm đánh giá cao hơn

#### 4.6 Chiến dịch quảng cáo truyền thống

Digital Marketing thành công là phải biết kết hợp với marketing truyền thống

- Sử dụng thư chào hàng, tờ rơi, bưu thiếp...
- Sử dụng các danh bạ, biển quảng cáo, trang vàng, radio, truyền hình..
- Tổ chức event, hội thảo
- Viết bài cho tạp chí, báo địa phương và các ấn phẩm khác trong lĩnh vực của bạn điều này sẽ giúp bạn được mọi người biết đến như là một chuyên gia
- Bán hàng trực tiếp
- Sử dụng thông cáo báo chí, triển lãm
- Tổ chức chương trình giới thiệu



- Co-marketing với các doanh nghiệp mà đang chia sẻ thị trường mục tiêu với bạn
- Hàng đổi hàng

#### 4.7 Giá cả, định vị và xây dựng thương hiệu

Từ những thông tin đã thu thập được, thiết lập chiến lược để xác định giá của sản phẩm, vị trí mà sản phẩm của bạn sẽ đạt được trên thị trường và cách mà bạn sẽ có được nhận thức về thương hiệu.

#### 4.8 Ngân sách cho hoạt động Digital marketing

Ngân sách ở đây ý nói đến khoản tiền dự kiến mà bạn bỏ ra để thực hiện các hoạt động cần phải thực hiện ứng với chiến dịch Digital marketing của bạn. Bất cứ một hoạt động nào cũng cần phải lên kế hoạch chi tiêu, sử dụng ngân sách một cách chu đáo tránh trường hợp lãng phí hoặc chậm tiến độ do thiếu ngân sách. Nói tóm lại là ngân sách chi tiêu cho chiến dịch phải phù hợp với khả năng của bạn và thời gian triển khai chiến dịch.

#### 4.9 Mục tiêu tiếp thị

Hãy đưa ra các con số cụ thể mà bạn mong muốn có được trong chiến dịch. VD: “Mục tiêu của chiến dịch này là có được ít nhất 15 khách hàng mỗi tháng hoặc tạo ra 200 khách hàng tiềm năng mỗi tháng.”

#### 4.10 Đo lường kết quả hoạt động Digital Marketing

Xuyên suốt quá trình triển khai chiến dịch Digital marketing, Bạn luôn phải tiến hành hoạt động đo lường, kiểm tra để từ đó phát hiện những rủi ro có thể xảy ra, từ đó có sự hiệu chỉnh cho phù hợp nhằm đạt được hiệu quả mà Ban lãnh đạo đề ra. Để tiến hành hoạt động này, bạn cần thực hiện các công việc sau:

- Khảo sát khách hàng xem họ hài lòng hay không
- Theo dõi doanh số bán hàng, khách hàng tiềm năng, lượng khách truy cập website và doanh số
- Xác định chiến lược marketing nào đang mang lại hiệu quả cao nhất, chiến lược nào ít hiệu quả nhất
- Đo lường hiệu quả, lợi nhuận thu được trên mỗi hoạt động marketing

#### 4.11 Một số công cụ digital marketing hỗ trợ

- FBninja.com - Công cụ seeding tự động lên facebook ngay cả khi offline
- NinjaMailpro.com - Phần mềm email marketing dành cho doanh nghiệp vừa và nhỏ
- Hit2Traffic.com - Công cụ đăng tin tự động vào 17 mạng xã hội nổi tiếng
- 121Projects.com - Công cụ quản lý dự án dành cho doanh nghiệp vừa và nhỏ
- GenDoc24h.com - Công cụ tự động tạo hợp đồng lao động hàng loạt