



DIGITAL MARKETING

CƠ BẢN

Presented by Nguyen Ha Anh Thao

1. Bộ mặt Marketing ngày nay

2. Các công cụ của Digital Marketing

3. Xây dựng một chiến lược Digital Marketing

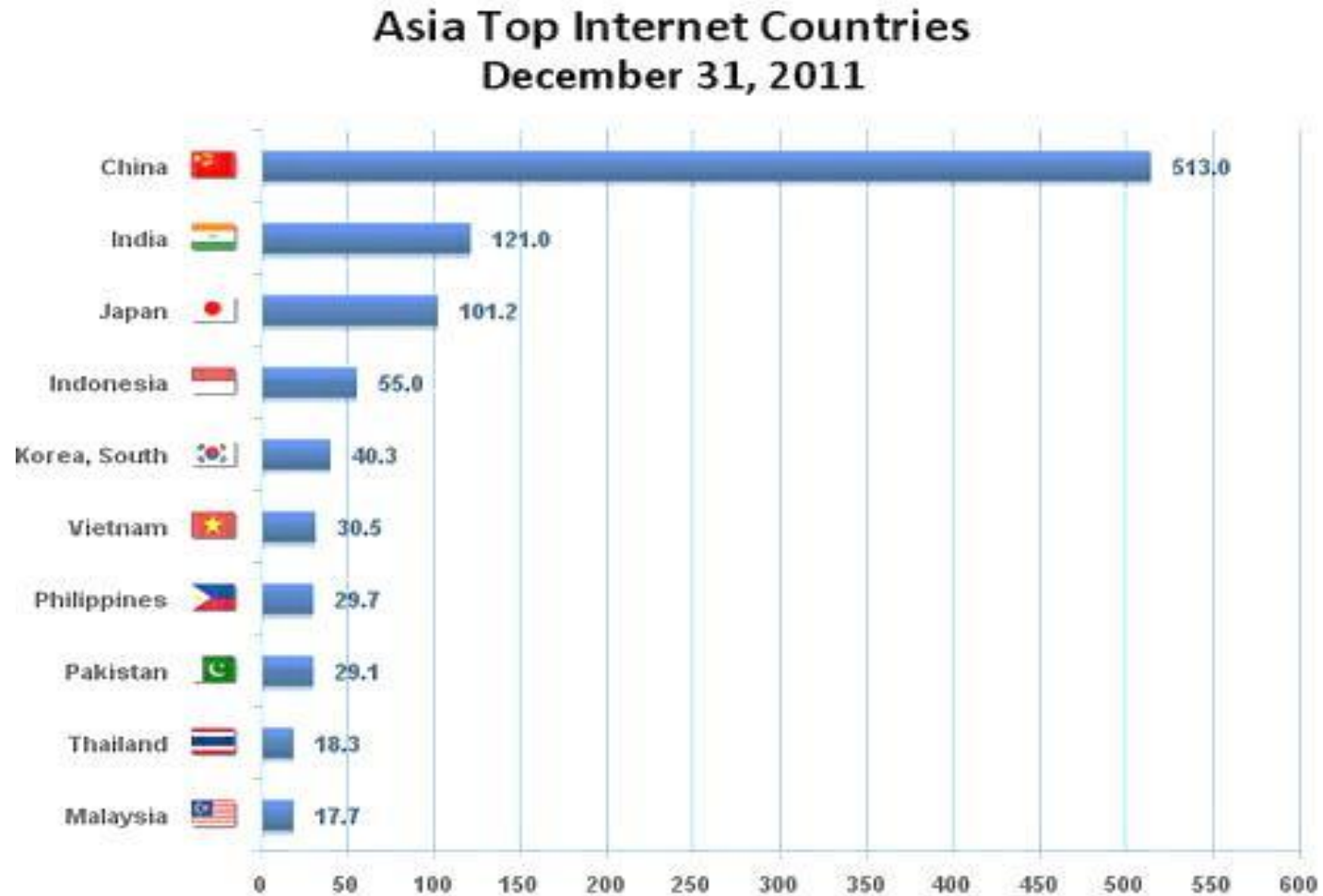
4. Tiêu chí đánh giá thành công của một chiến lược Digital Marketing



Bộ mặt **Marketing**
ngày nay

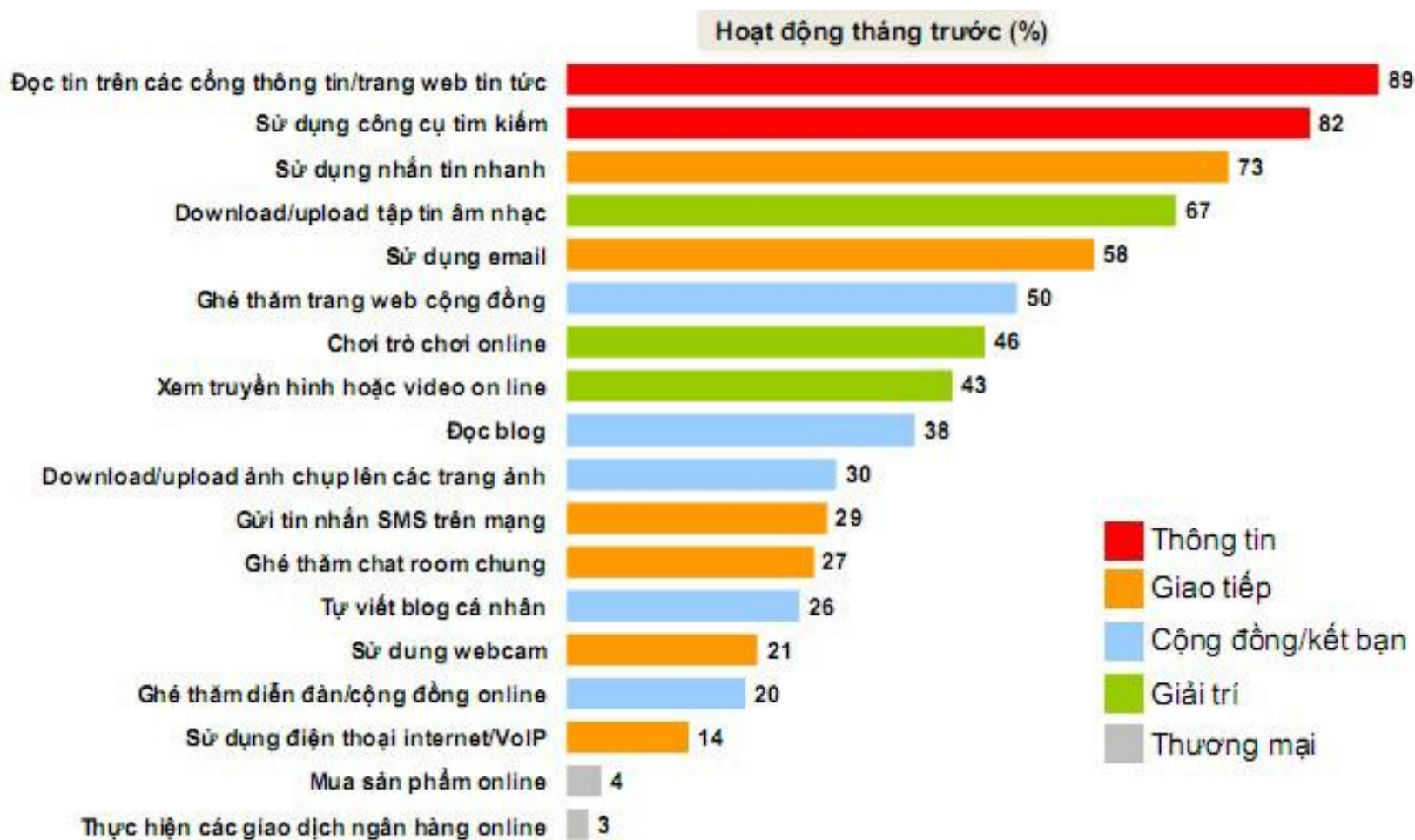
Marketing trong thời đại Internet lên ngôi

30.8 triệu người Việt Nam đang sử dụng Internet...



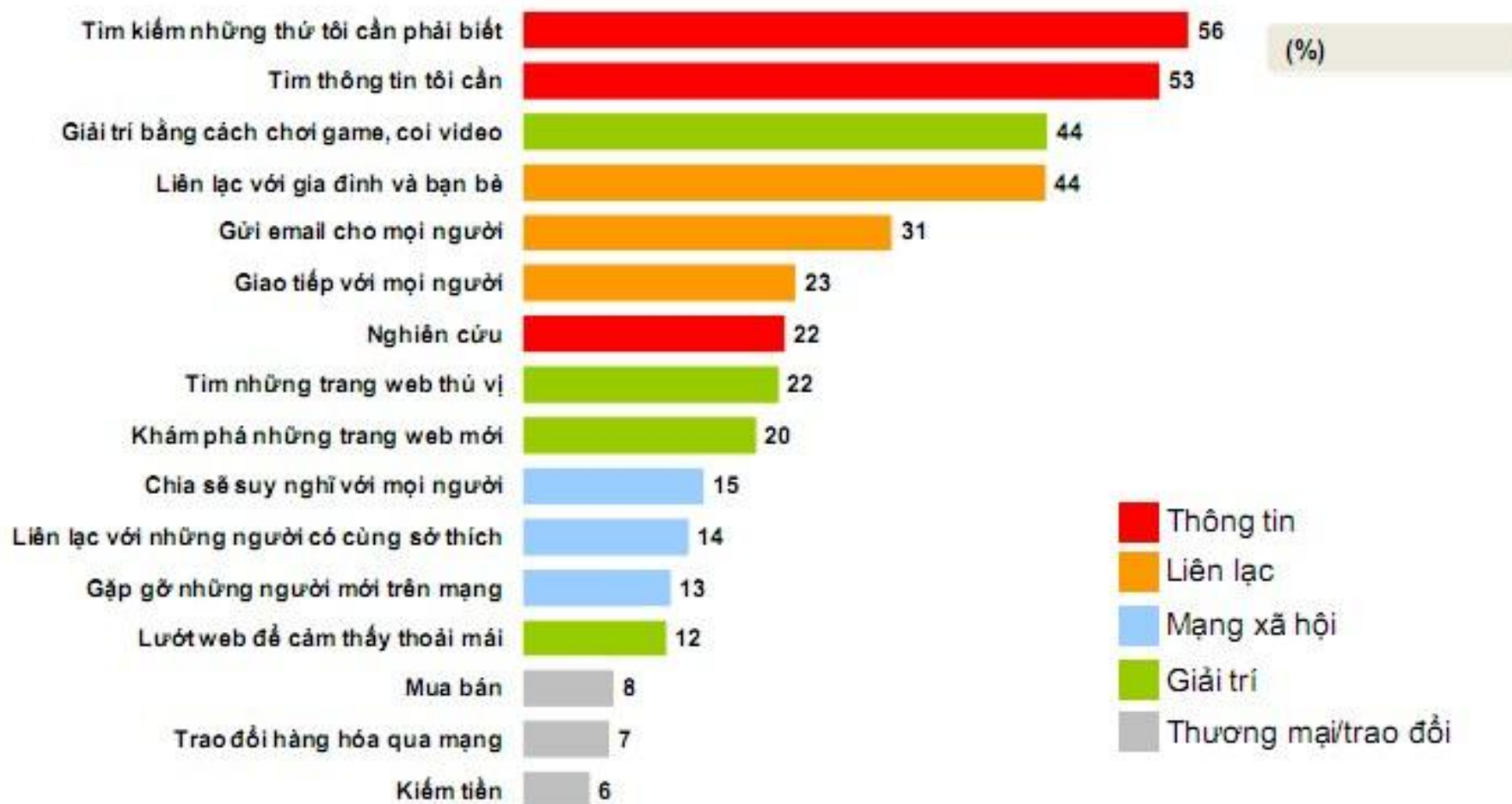
Nguồn: Miniwatts Marketing Group

Họ thường vào web để...



Nguồn: Báo cáo của Yahoo và TNS Media về tình hình sử dụng Internet tại VN - 2010

Động cơ vào web là...



Nguồn: Báo cáo của Yahoo và TNS Media về tình hình sử dụng Internet tại VN - 2010



Các **Công Cụ** làm marketing

Khai thác tối đa hiệu quả của các công cụ

Công cụ làm marketing

Nghiên cứu marketing

- Online Survey & Poll
- Website Analysis

Quảng bá

- Display Ads
- SEM
- PR Article
- Online Event/Activation
- Power Users
- SEO
- Sponsorship

Bán hàng

- Support Center
- Telemarketing
- Microsite
- Email Marketing
- Affiliate Marketing
- SEM

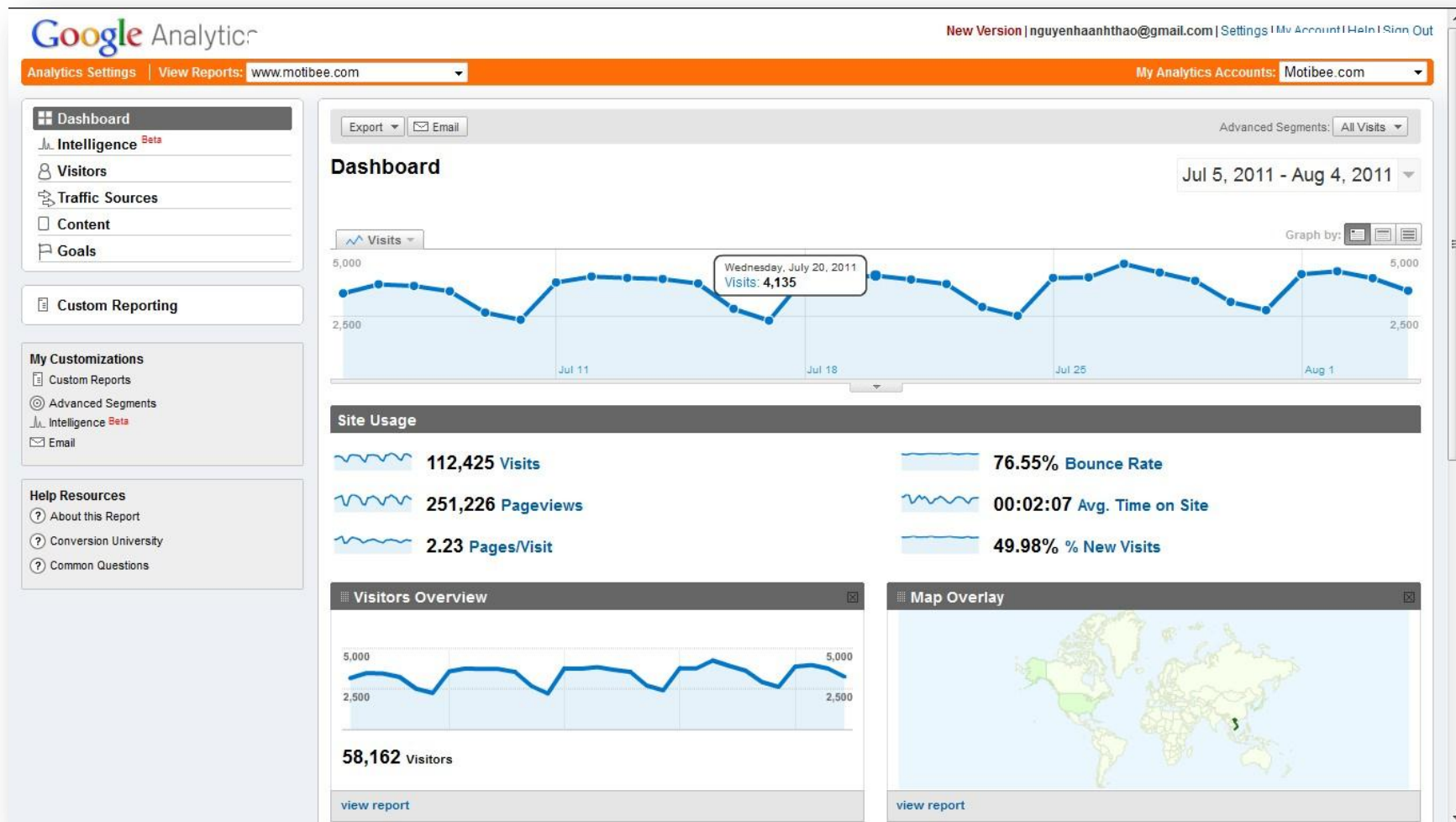
Chăm sóc khách hàng

- Support Center
- Quản lý Database
- SMS Marketing

#1:

NGHIÊN CỨU MARKETING (Marketing Research)

Phân tích lượng truy cập & tính hiệu quả chi phí marketing



Google Analytic - Getclicky Real time web analytics...

Lấy các ý tưởng từ khóa và ước tính lưu lượng truy cập

Google AdWords

Tiếng Việt

[Bảo cáo sự cố](#) | [Trợ giúp](#) | [Đăng nhập](#)

Trang chủ

Công cụ bên ngoài

Khảo sát sản phẩm

Công cụ

Công cụ Từ khóa

Công cụ ước tính Lưu lượng truy cập

Bao gồm các cụm từ

Loại trừ các cụm từ

Loại kết hợp

☒ Rộng

☐ [Chính xác]

☐ "Cụm từ"

Trợ giúp

Công cụ từ khóa được cập nhật đem lại những tính năng mới nào?

Làm cách nào để sử dụng công cụ từ khóa để lấy các ý tưởng từ khóa và ước tính lưu lượng truy cập?

Làm cách nào nhận các ý tưởng từ khóa bổ sung bằng các danh mục hoặc cụm từ có liên quan?

Tại sao thông kê về lưu lượng truy cập tìm kiếm khác nhau giữa các công cụ từ khóa?

Tại sao tôi nên thêm dấu sao vào kết quả tìm kiếm trong công cụ Từ khóa và Vị trí?

Tìm từ khóa

Dựa trên một hoặc nhiều điều sau:

Từ hoặc cụm từ (một trên mỗi dòng)

kinh doanh gì mau giàu

y tuong kinh doanh

y tuong khoi nghiep

Trang web

☒ Chỉ hiển thị ý tưởng có liên quan chặt chẽ với các cụm từ tìm kiếm của tôi

☒ Tùy chọn và bộ lọc nâng cao

Vị trí:Tất cả

Ngôn ngữ:Tiếng Việt

Thiết bị: Máy tính để bàn và máy tính xách tay

Tìm kiếm

Đăng nhập bằng thông tin đăng nhập AdWords của bạn để xem tập hợp đầy đủ các ý tưởng cho tìm kiếm này.

Giới thiệu về dữ liệu này

Tải xuống

Xem dưới dạng văn bản

Tương tự các kết quả này

Sắp xếp theo Tính có liên quan

Cột

Cụm từ tìm kiếm (3)

Từ khóa	Cạnh tranh	Số lần Tìm kiếm Toàn cầu Hàng tháng	Số lần Tìm kiếm Cục bộ Hàng tháng
☆ kinh doanh gì mau giàu		260	260
☆ y tuong kinh doanh		14.800	14.800
☆ y tuong khoi nghiep		110	110

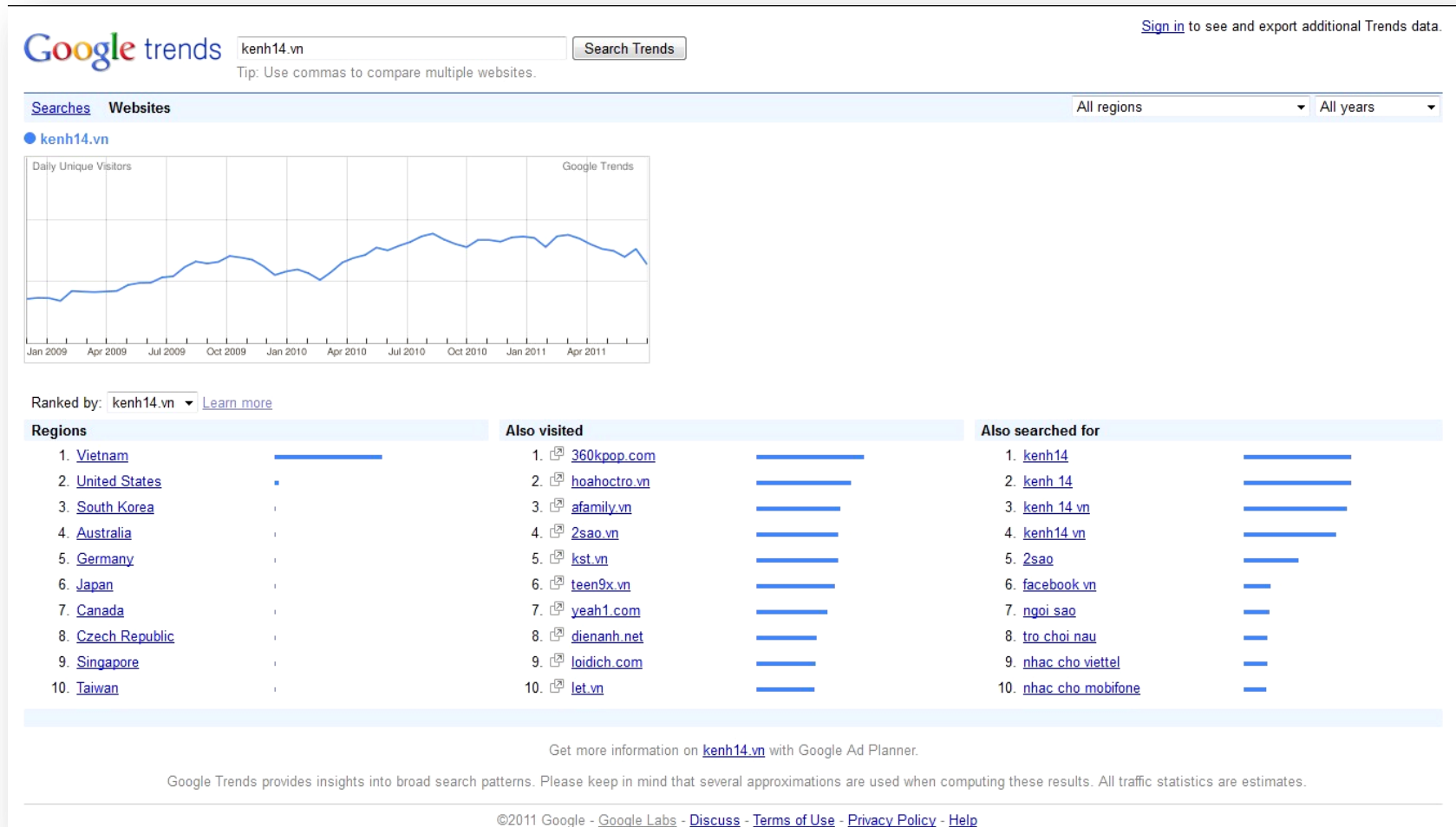
Chuyển đến trang: 1 | Hiện thị hàng: 50 | 1 - 3 trong số 3

Ý tưởng về từ khóa (13)

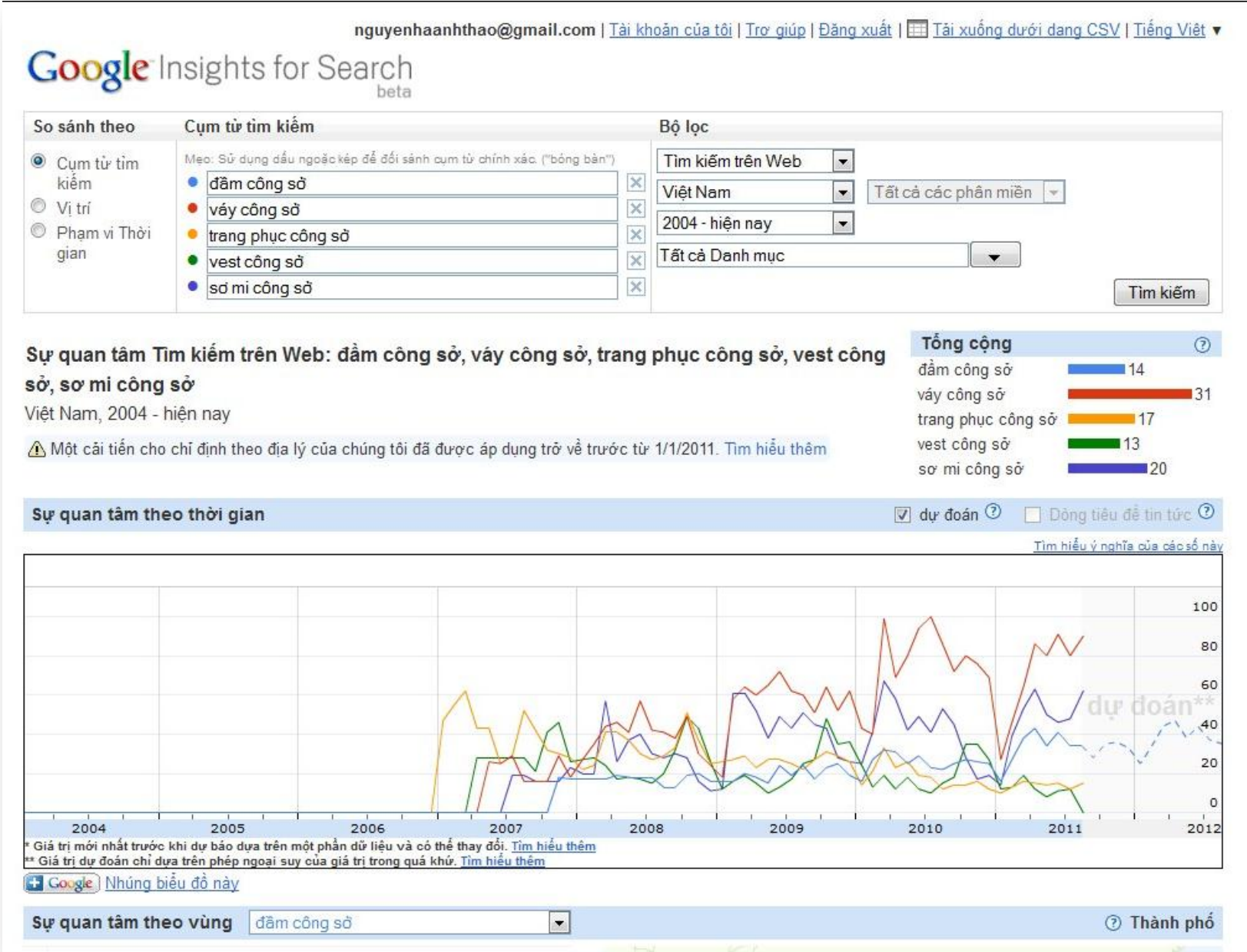
Từ khóa	Cạnh tranh	Số lần Tìm kiếm Toàn cầu Hàng tháng	Số lần Tìm kiếm Cục bộ Hàng tháng
☆ y tuong kinh doanh thương mại diện tu		73	73
☆ y tuong kinh doanh cho sinh viên		58	58
☆ y tuong kinh doanh moi la		1.000	1.000
☆ san y tuong kinh doanh		170	170

★ Có gắn dấu sao (0)

Tìm hiểu lượng truy cập và người dùng của một website



Đánh giá độ quan tâm cho từ khóa tìm kiếm



Tìm khách hàng mới ở nước ngoài

Google Global Market Finder

Tiếng Việt

Doanh nghiệp của bạn

Chọn vị trí của bạn: Hoa Kỳ

Chọn ngôn ngữ: Tiếng Anh

Cụm từ tìm kiếm

Từ khóa: vinyl floor

Nhập mỗi dòng một từ khóa

Bộ lọc

Châu Mỹ

Tìm hiểu thêm về thị trường toàn cầu

Tìm kiếm cơ hội

Phân phối địa lý

Địa điểm	Cơ hội	Số lần tìm kiếm hàng tháng tại địa phương	Giá thầu đề xuất	Cạnh tranh
Hoa Kỳ		201.000	2,21 US\$	
Canada		23.980	1,28 US\$	
Argentina		140	0,10 US\$	
Mexico		170	0,29 US\$	
Trinidad và Tobago		140	0,71 US\$	

Do khối lượng thấp, chúng tôi đã xóa các vị trí sau từ các khu vực mục tiêu của bạn: Barbados, Braxin, Chile, Colombia, Costa Rica, Cộng hòa Dominica, Ecuador, Greenland, Panama, Peru, Venezuela. [Tìm hiểu thêm](#)

Lưu ý quan trọng: Chúng tôi không thể đảm bảo rằng những từ khóa này sẽ cải thiện hiệu suất chiến dịch của bạn. Ngoài ra, các bản dịch được tạo bằng Google Dịch nên các bản dịch không phải lúc nào cũng hoàn hảo. Do đó, bạn cần xác nhận rằng các cụm từ bạn chọn là chính xác cho quảng cáo của bạn. Chúng tôi giữ quyền từ chối bất kỳ từ khóa nào bạn thêm vào. Bạn chịu trách nhiệm đối với từ khóa bạn chọn và bảo đảm rằng việc bạn sử dụng từ khóa không vi phạm bất kỳ luật hiện hành nào.

52 100

Bạn đã sẵn sàng để hội nhập toàn cầu?

Tiếp cận khách hàng mới trên toàn thế giới với Google AdWords.

Đăng ký ngay bây giờ »

#2:

QUẢNG CÁO TRẢ PHÍ (paid ads)

DISPLAY ADS SEM RICH MEDIA IN- TEXT INTERACTIVE

Tính giá **trọn gói** theo **thời gian** đặt quảng cáo...

CPD



Hình thức bán quảng cáo phổ biến ở
các website Việt Nam nhưng đã lỗi
thời so với thế giới

Tùy mục tiêu là quảng bá thương hiệu, thu hút người click hay bán được hàng mà chọn hình thức phù hợp



hay Xài **bao nhiêu**, trả tiền **bấy nhiêu**...

2. Chọn đối tượng

Ad Targeting FAQ

Capture a Rectan

Địa Điểm

Quốc gia: (?)

Việt Nam

☒ Mọi nơi

☐ Theo Thành Phố (?)

Đối tượng quan tâm

Tuổi: (?)

20

-

30

☐ Đòi hỏi đúng tuổi chính xác (?)

Giới Tính: (?)

☒ Tất cả

☐ Nam giới

☐ Nữ giới

Sở thích và mối quan tâm

Enter an interest

(?)

Kết nối Facebook

Estimated Reach (v)

1.137.040 người

- những người sống ở: **Việt Nam**
- Bao gồm những người trong độ tuổi từ **20 đến 30**

CPC, CPM, CPA...

- Kiểm soát được việc hiển thị
- Kiểm soát được thời gian quảng cáo
- Kiểm soát được ngân sách
- Tùy chọn tính phí theo lượt xem hoặc lượt click

3. Các chiến dịch, giá cả và lên chương trình

Chiến dịch quảng cáo và giá hỏi đáp

Tiền trong tài khoản

US Dollar (USD)

Múi giờ của tài khoản

Quốc gia/Vùng lãnh thổ

Hoa Kỳ

Múi giờ

(GMT-08:00) Pacific Time

Chiến dịch & ngân sách

Tên chiến dịch Quảng cáo:

Quảng Cáo Của Tôi

Ngân sách (USD):

50,00

Per day

Số tiền tối đa bạn muốn chi tiêu mỗi ngày là bao nhiêu? (tối thiểu 1,00 USD)

Lịch trình

Chương trình chiến dịch:

☒

Tiến hành chiến dịch của tôi liên tục bắt đầu từ hôm nay

Giá cả

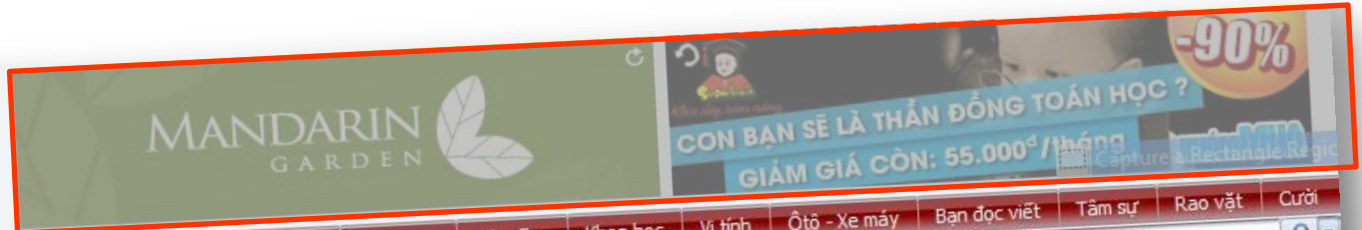
Dựa trên các lựa chọn đối tượng của bạn, Facebook đề nghị giá **0,47 \$** cho mỗi lần nhấp chuột. Bạn có thể phải trả nhiều như vậy cho mỗi lần nhấp chuột nhưng cũng sẽ có thể trả ít hơn.

Lưu ý: Các mức giá, chi phí và các khoản khác ở trên chưa bao gồm thuế.

Đặt một mức giá khác (Chế độ nâng cao)

Đánh giá quảng cáo

 Những câu hỏi về việc tạo quảng cáo của bạn?



**Tốn kém hàng nghìn tỷ
đồng nếu thuê bao di
động bị đổi số**

Việc đổi số thuê bao di động mới chỉ là đề xuất để nghiên cứu nhưng cũng khiến không ít người lo lắng. Giới chuyên gia cho rằng việc làm này có thể hưởng lợi tới khách hàng, gây tổn kém cho xã hội hàng nghìn tỷ đồng.

> Giới buôn sim lo thuê bao di động bị đổi số



**Khởi tố trung úy cơ
động đánh cảnh sát
giao thông**

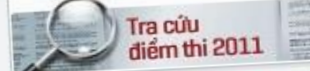


Hồng Nhung 'lột xác' dù dôi



Màn cầu hôn lãng mạn ở quán cà phê Sài Gòn

- Lối khai trái ngược của nạn nhân vụ massage Tân Hoàng Phát
- Tân Bộ trưởng Tài chính: 'Ưu tiên số một là kiểm soát giá'
- Biển Đông lại nóng vì các kế hoạch khoan dầu
- Bị bắt vì định thử bom nguyên tử trong bếp
- Linh cứu hòa tử nạn vì cứu mèo
- Trung ương Đảng có Chánh văn phòng mới
- Ghê sợ bản thân vì trót qua đêm với người cũ



mua hàng trị giá 850.000đ khi mua bộ sản phẩm máy xay Magic Bullet 1.450.000đ (giao máy tại nhà bạn...

670,000
Giá: 1,450,000
T/Kiểm: 780,000

54%

66 Người mua

Lấy SMS Coupon

Chỉ với 102.000 cho dịch vụ tẩy da chết với tinh dầu Lavender và ngâm bốn thảo dược. **Phá giá 70% trên giá gốc 350.000 tại Tea Spa**

102,000
Giá: 350,000
T/Kiểm: 248,000

71%

56 Người mua

Lấy SMS Coupon

Nhấn tin sở hữu ngay dụng cụ nhà bếp thần kì chào chiến 2 mặt Happy Call chỉ với 465.000đ giá trị lên đến 1.200.000đ (giao hàng tận nhà bạn)

465,000
Giá: 1,200,000
T/Kiểm: 735,000

61%

46 Người mua

Lấy SMS Coupon

Phá giá Hà Nội

Display Ad trên Facebook

facebook

Search for people, places and things

Bánh Bèo

Home



MiLi Trung (Chanhee)

Lives in Ho Chi Minh City, Vietnam

Born on January 3, 1994

Female

About

Friends 258

Photos 34

Map 2

Likes 74

Post

Photo

Write something...

Share

Activity

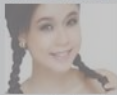
Recent

MiLi liked Thương Hiệu Việt.

MiLi went to Đổi Smartphone, Nâng Tâm Phong Cách

Sponsored

Giảm 54% D.Cy Thất BimTóc



Giá gốc 130,000đ còn 60,000đ. Thất tóc theo ý thích. Mềm mại & tiện dụng. Không làm gãy hư tóc

Huỳnh Minh Thuận likes Siêu Mua - Mua là có.

Việc làm CNTT tại YouNet

YouNet

Project Manager, PHP Developer, Technical Architect, QC, CSS Developer, HR Manager, etc.

Thanhson Thai likes YouNet Company.

California RÊ Khó Tin



Giảm giá cực sốc tại Trung Tâm California Fitness Yoga đến 90% QUÀ BÁT NGỌI CLUCK Mua Ngay

Create an Ad

Nc Sôi likes Cả Nhỏ Trí Trí's post in Hội người Anh xa quê hương quên tiếng mẹ đẻ.

FreshBrand VN and Thanh Tuyen are now friends.

Nc Sôi commented on Sơn Kù's photo: "=)) mik ma kung co o day"

Trần Ngọc Chính commented on his own status: "Yahoo ko co option call em oi i!"

MiLi Trung Em chợt nhận ra một điều : không có anh em vẫn sống rất tốt , không có anh em cũ...

Nguyễn Thùy likes Thanh Lê's photo.

Thùy Linh commented on her own album: "trưa mai tranh thủ qua nhè e i..."

Bút Lông

Chu Sen

Cuong Ta

Hồng Thành

Khi Bông

Nguyen Thanh Thao

Phạm Xuân Quý

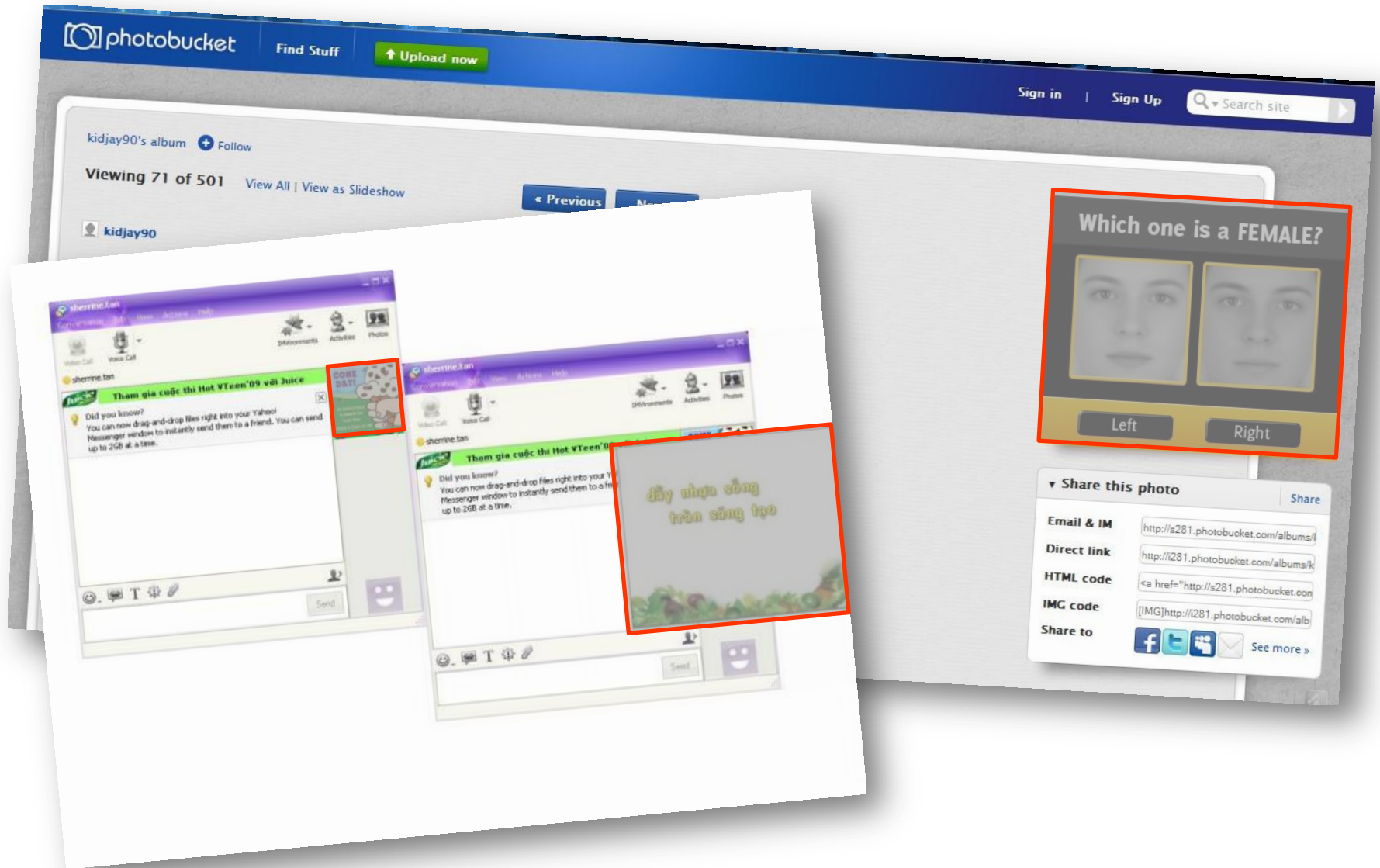
MORE ONLINE FRIENDS (66)

Alton Nguyen

Q Search

+

Interactive Ads



Search Engine Marketing (SEM)

Google

tổ chức sự kiện

X

Q

Khoảng 40.000.000 kết quả (0,26 giây)

Google.com in English

Tìm kiếm nâng cao

Mọi thứ

Hình ảnh

Video

Tin tức

Nhiều hơn

Hồ Chí Minh, Thành Phố Hồ Chí Minh

Thay đổi vị trí

Web

Các trang viết bằng tiếng Việt

Các trang từ Việt Nam

Trang nước ngoài được dịch

Mọi lúc

Giờ qua

24 giờ qua

Tuần qua

Tháng qua

Mỗi ngày

Chuyên tổ chức sự kiện - Today Media: Liên hệ: 04-3786-8566

www.todaymedia.vn/to-chuc-su-kien

Hotline: 091-568-6063

Công ty Tổ Chức Sự Kiện | netmedia.com.vn

www.netmedia.com.vn

Net Media - Tổ chức sự kiện chuyên nghiệp, uy tín: LH - 0932.345.966

Cty tổ chức sự kiện AnPha | anphavn.com

www.anphavn.com/to-chuc-su-kien

Tổ chức lễ hội, triển lãm, roadshow Biểu diễn LH: 0983244649 (Mr Phong)

Tổ Chức Sự Kiện

nvmedia.net/

Bạn đã truy cập trang này 2 lần. Lần truy cập cuối: 20/01/2011

Tổ chức sự kiện Hoàng Gia - Tổ chức sự kiện - Công ty tổ chức sự ...

www.tochucusu... - Đã lưu trong bộ nhớ cache

To chuc su kien, Tổ chức sự kiện - tổ chức sự kiện chuyên nghiệp, công ty tổ chức sự kiện, sáng tạo sự kiện, làm sự kiện, to chuc su kien, lam su kien, ...

Liên hệ - Sự kiện đã tổ chức - Hoàng Gia Events - Cho thuê

Tổ chức sự kiện VIP Events - Tổ chức sự kiện - Công ty tổ chức sự kiện

www.tochucusu... - Đã lưu trong bộ nhớ cache

Tổ chức sự kiện VIP, Event, InterBrand Media tổ chức sự kiện chuyên nghiệp, công ty tổ chức sự kiện, sáng tạo sự kiện, làm sự kiện, to chuc su kien, ...

Tổ Chức Sự Kiện | Dịch Vụ Tổ Chức Sự Kiện | Công Ty Tổ Chức Sự Kiện

...

Quảng cáo

Quảng cáo

Bạn cần tổ chức sự kiện ?

www.anhduongtourist.vn/to-chuc-su-kien

Chuyên nghiệp, ấn tượng ,độc đáo

Tiết kiệm. Gọi ngay: 0918.56.22.99

Xin giấy phép quảng cáo

www.treobangron.com

treo băng rôn, chạy roadshow

liên hệ : 0986 998 003 (mr. hải)

Tổ chức sự kiện

www.vietart.vn

Tổ chức sự kiện chuyên nghiệp

toàn quốc.Hotline: 0905.262.630

Công ty quảng cáo

www.nangcaonguyen.com.vn

Phát mẫu dùng thử,tổ chức sự kiện.

Uy tín, hiệu quả và tiết kiệm.

tổ chức sự kiện

www.biztequila.com.vn/tochucsukien

Biz - Thành viên tập đoàn Omnicom

10 năm tổ chức hơn 500 sự kiện lớn!

Nhà Hàng Tổ Chức Sự Kiện

www.callany.vn/To-Chuc-Su-Kien

Cung Cấp Tận 1.500 Khách Liên Hệ

Quảng cáo In_Text

DẠNG THUẦN TEXT



DẠNG TEXT + LOGO



DẠNG HALF-BANNER



DẠNG FULL-BANNER



DẠNG BANNER VIDEO



#3:

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (tối ưu hóa máy tìm kiếm)





Muốn **nổi bật** hơn các **đối thủ** cạnh tranh?

Web Hình ảnh Video Tin tức Dịch

Google

san vinyl

Khoảng 62.400.000 kết quả (0,33 giây)

Mọi thứ

Hình ảnh

Video

Tin tức

► [San vinyl, San nang, San nang](#)

[nhathoa.com/n...](#) - Đã lưu trong

Sàn nhựa, san nhua, phòng sạch
nhiều lớp. Phụ kiện sàn nâng

[Sàn Vinyl](#)

[nhathoa.com/...](#) - Đã lưu trong

[Sàn Vinyl | Sàn vinyl](#)

2 bài đăng - Cập nhật: 3 Tháng Sáu 2010

Sàn vinyl (sàn nhựa, sàn PVC) là một vật liệu sàn rất phổ biến ở các nước phát triển. Tuy nhiên ở Việt nam, sàn vinyl chủ yếu mới được biết ...

[Sàn Vinyl, S](#)

[www.tienphath](#)

THAM TRAI SAN - THAM TRAI VAN PHONG - THAM LEN - THAM GACH - THAM SAN -
THAM TRAI KHACH SAN - GIAY DAN TUONG - SAN VINYL - GACH NHUA - VAT LIEU XAY
DUNG ...

[Sàn vinyl](#)

[www.vatgia.c](#)

16 Tháng Mười Một 2010 – Sàn nhà Công ty TNHH Đầu Tư Phát Triển Xây Dựng và Thương
Mại Dịch Vụ Thành Phát là một công ty chuyên nghiệp trong việc phân phối và lắp ...

[Sàn Vinyl Tỉnh Điện | San nang](#)

Muốn đông khách thì phải ra mặt tiền

Đưa ngay website ra mặt tiền máy tìm kiếm

Onsite checklist

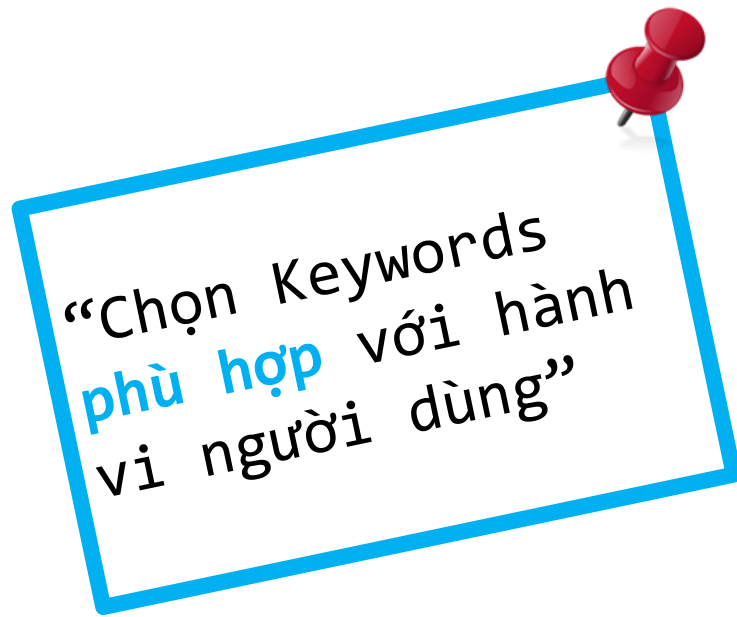
- ✓ Web pages Title Tag
- ✓ Meta Description
- ✓ Meta Keywords
- ✓ Meta Robots
- ✓ Sitemap Creation
- ✓ Submission to Search Engines
- ✓ Extra pinging
- ✓ Broken Link Checking
- ✓ Keyword Density Check
- ✓ Image Optimization
- ✓ Link Optimization



Offsite checklist

- ✓ Link building
- ✓ Directory submission
- ✓ Article distribution
- ✓ Press release submissions
- ✓ Forum posting
- ✓ Blog commenting
- ✓ Manual link building
- ✓ Link exchanges
- ✓ Social bookmarking submission
- ✓ Social media optimization

Thứ hạng trên Kết quả tìm kiếm càng cao, cơ hội có thêm nhiều khách hàng càng lớn.



Bán cái khách hàng cần, đừng bán cái mình có.

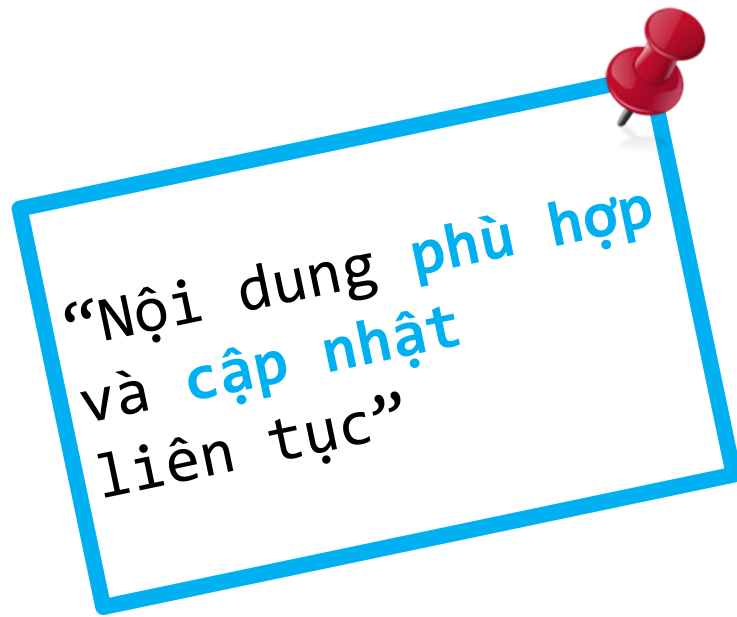
Cần phải phán đoán khách hàng tiềm năng tìm kiếm gì trên trang của mình để làm SEO những từ khóa họ **sẽ dùng** thay vì làm SEO những từ khóa mà bạn cho là mình **có thể mạnh**. Tất nhiên từ khóa cũng phải **phù hợp** với **chiến lược branding** của công ty.

Đừng ngồi đoán mò. Hãy sử dụng các công cụ nghiên cứu **Keywords** như **Keywords Tool**, **Keyword Tracker**, **Google Insight for Search**... để tìm hiểu những từ khóa mà khách hàng tiềm năng quan tâm nhất.



Cũng đừng tham lam những từ khóa mang lại nhiều người xem mà bỏ quên những từ khóa giúp bạn tiếp cận chính xác khách hàng tiềm năng. Chẳng hạn từ khóa “Event” sẽ thu hút nhiều traffic hơn từ khóa “kế hoạch tổ chức sự kiện” nhưng từ “kế hoạch tổ chức sự kiện” giúp bạn tiếp cận chính xác những người làm Event.





“Content is King” là câu nói cửa miệng của người làm SEO.

Nội dung **đúng trọng tâm** với **mật độ từ khóa** hợp lý giúp trang web được ưu tiên hơn. Sự **cập nhật** hàng ngày, hàng tuần giúp máy tìm kiếm ưu ái tham quan trang web của bạn hơn.



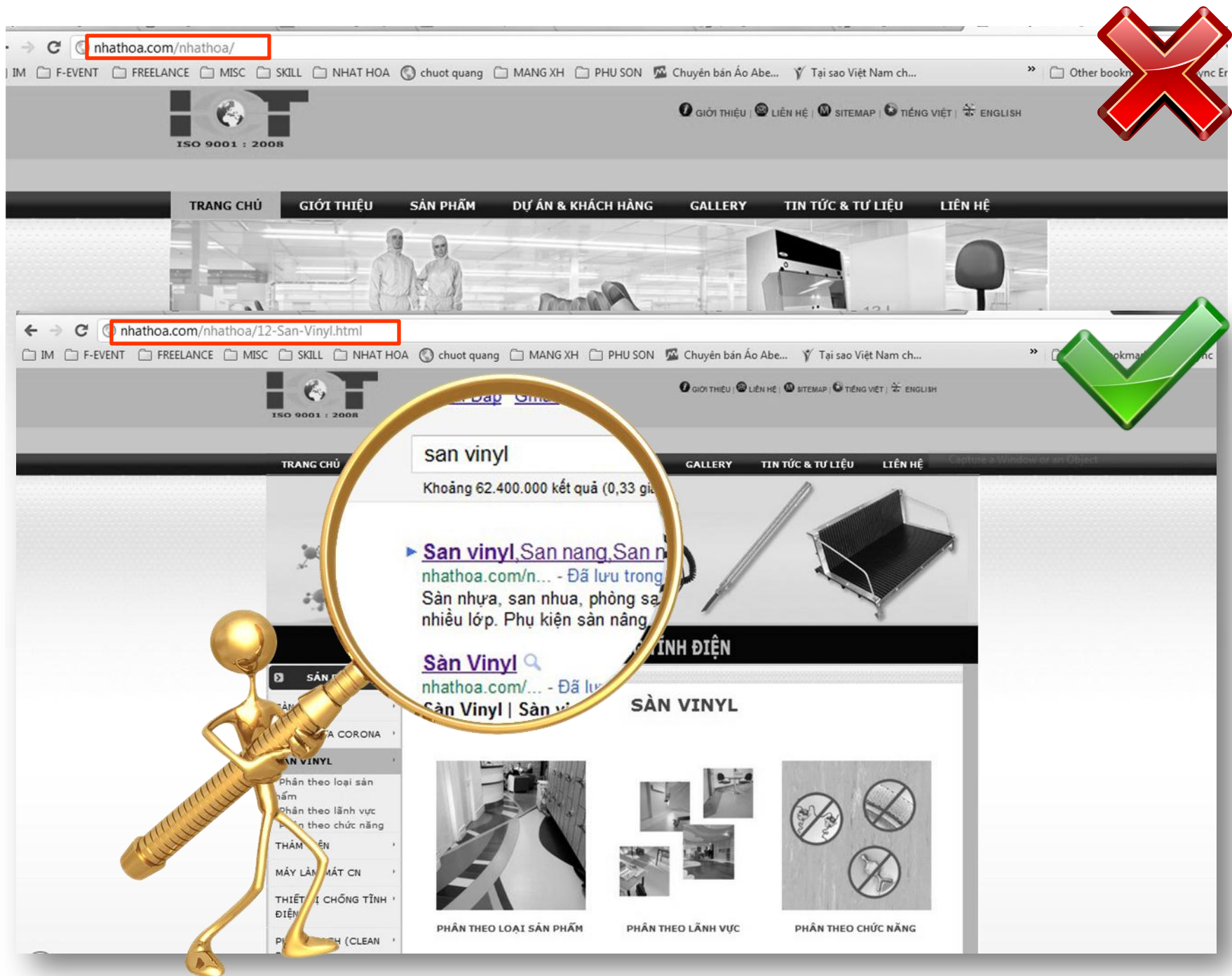
Landing Page chứa nội dung phù hợp mục đích khách hàng tìm kiếm sẽ giữ chân họ lại lâu hơn.

Lựa chọn các website phù hợp, đề nghị trao đổi link, làm forum seeding, đăng bài có dẫn nguồn hoặc mua liên kết – làm mọi cách để đưa link website của mình lên.



Nếu những website có thứ hạng, uy tín và có nội dung tương đồng dẫn liên kết của website bạn thì đó là một điều rất có giá trị.

Từ khóa (keyword) nói về gì thì nội dung landing page phải phản ánh điều đó.

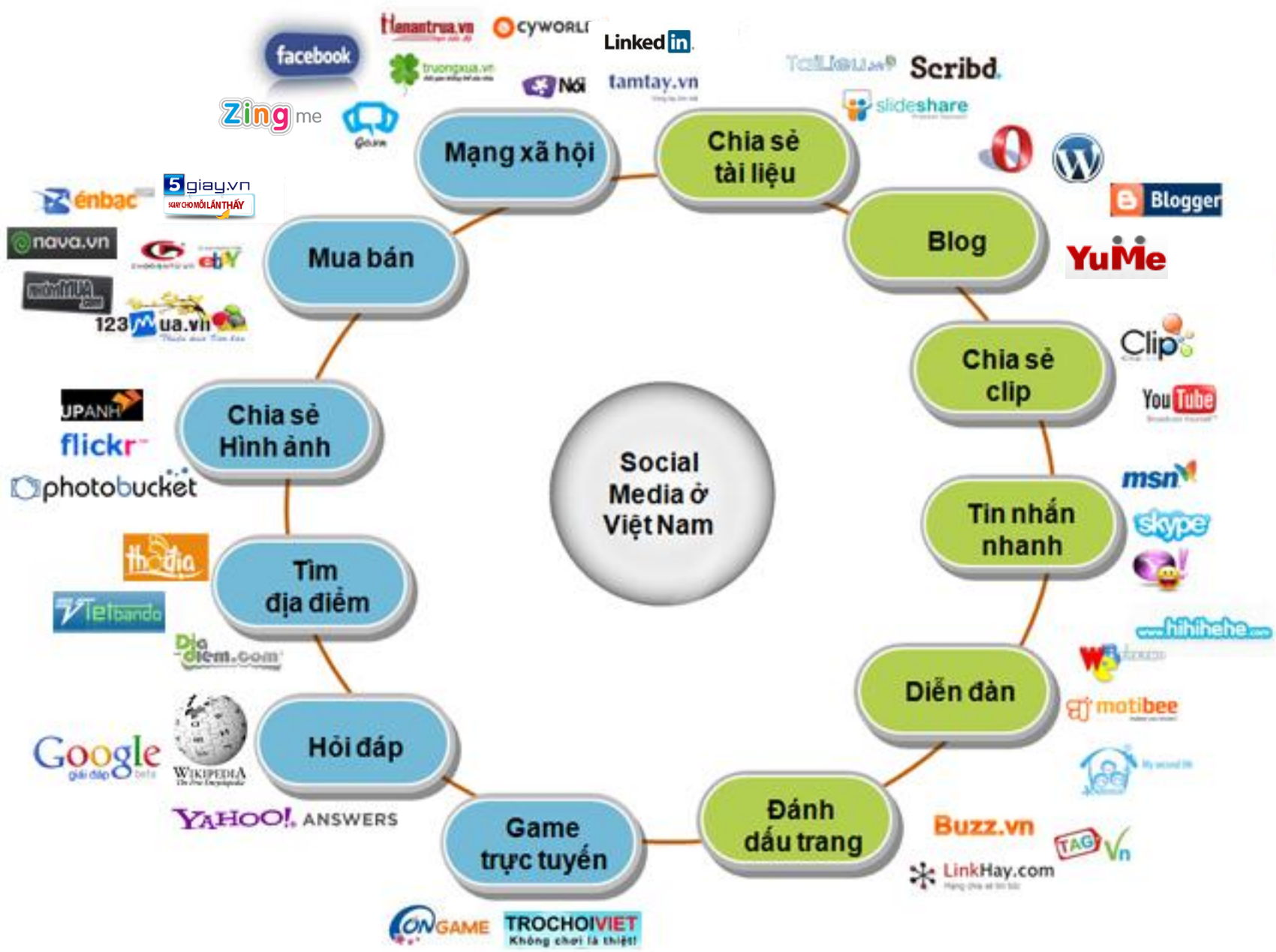


#4:

SOCIAL MEDIA MARKETING

(marketing trên truyền thông xã hội)





1. Personal Publishing

Tag ảnh, tag bài
Comment
Power User
Blog truyền thông

Tạo blog truyền thông: Tạo blog riêng của ctr, đăng các thông tin phù hợp, add friends và thực hiện truyền thông

Khuyến khích user tag ảnh, tag bài: Sử dụng tag làm công cụ để truyền thông rộng rãi theo cấp số nhân.

Dùng power user: Mời hot blogger hay blogger có nhiều friends viết bài, đưa tin về chương trình: Đưa tin 1 cách khéo léo và gây quan tâm cho dư luận một cách tự nhiên.

Comment: đường link web site lên các blog có thông tin tương đồng để thu hút sự chú ý

2. Social Network



- **Gửi link, thông tin:** Đăng link, thông tin lên các trang, thảo luận, bầu chọn cho lên Top
- **Tạo profile quảng cáo:** Tạo profile riêng cho chương trình trên các trang cho phép tạo profile, cung cấp thông tin hữu ích cho người dùng, thêm Friend và quảng bá
- **Bình luận, tranh cãi:** Bình luận, tranh cãi xung quanh một vấn đề nào đó liên quan đến ctr, và lôi kéo đông đảo người tham gia
- **Dùng avatar/bài của user để truyền thông :** Chọn ra 1 nhóm user (thường là có nhiều friends và friends là đối tượng mục tiêu) trả tiền cho họ thay avatar có logo SP/ctr /đăng bài note/status nói về chương trình, sản phẩm/gửi tin nhắn cá nhân/gửi invitation cho Friend của họ.
- **Mời dùng thử, mời nhận xét:** Đưa ra lời mời dùng thử sản phẩm, mời người dùng nhận xét về nó, mục đích cuối cùng là lôi kéo sự chú ý của đối tượng đến SP/ctr cần quảng bá..
- **Game, Apps...**

3. Media Sharing



- Gửi clip, hình, presentation, truyện tranh tự vẽ, truyện cười, thơ... có nội dung hấp dẫn liên quan đến SP/ctr: và lan truyền link trên mạng để gây chú ý cho cư dân mạng
- Tạo cuộc thi: Tạo một cuộc thi (thi clip, thi hát, thi ảnh...) thu hút đối tượng tham gia và vận động bạn bè, người thân của mình vote -> tăng số lượng tuyên truyền theo cấp số nhân.
- Phòng vấn trực tuyến: Phòng vấn trực tuyến 1 người gây ảnh hưởng dư luận (ngôi sao, VIP trong 1 lãnh vực...) để thu hút sự quan tâm, và trong cuộc PV có đề cập đến SP/ctr.
- Bình chọn, trưng cầu: Đưa ra các bình chọn, trưng cầu về 1 clip, hình, poster, mục đích cuối cùng là lôi kéo sự chú ý của đối tượng đến SP/ctr cần quảng bá.

4. Forum Seeding

Gửi tin nhắn vào hộp thư đến của tất cả thành viên: Dùng phần mềm Mass PM gửi tin nhắn quảng bá vào hộp tin nhắn riêng của thành viên diễn đàn

Tạo các topic gây chú ý: Đăng các topic quảng cáo trực tiếp/gián tiếp về SP/ctr gây chú ý cho thành viên diễn đàn, bình luận, tranh cãi.... Thật nhiều xung quanh vấn đề cho thêm phần nóng hổi.

Test sản phẩm, bầu chọn: Là những cách dễ dàng gây chú ý cho đối tượng và khuyến khích được đối tượng tương tác, đưa ra phản hồi. Mục đích gián tiếp là gây chú ý cho đối tượng.

Tạo box, topic ưu tiên có trả phí: Trả tiền cho admin để được đánh sticky cho topic hoặc mở nguyên 1 box cho SP/ctr để người quảng cáo có thể trực tiếp tương tác với thành viên diễn đàn.

#6:

Email Marketing



Pinpointe.

benchmark
email

iContact
We Simplify Communication



Bulk Email Hosting Service

THE EMAIL MARKETING REVOLUTION

www.bulkemailhostingservice.com

Người ta dùng Email Marketing để

- Mời mua hàng
- Thông báo sản phẩm mới
- Giới thiệu chương trình khuyến mãi
- Nhắc nhở cho khách hàng
- Gạn lọc database
- Hỗ trợ người dùng
- Làm Viral Marketing
- Mời tham gia sự kiện

CHỈ CẦN VÀI CLICK CHUỘT

Tiếp cận lượng lớn khách hàng trong thời gian ngắn
với chi phí thấp

Database chọn lọc



Thu thập đúng địa chỉ email của các khách hàng mục tiêu và được sự đồng ý của họ sẽ tăng tỷ lệ mở và giảm nguy cơ mail bị liệt vào spam.

Tiêu đề gây chú ý



Tiêu đề dạng Gây tò mò, hồi thích, cung cấp lợi ích cụ thể, hay nêu ra vấn đề người dùng đang gặp phải sẽ tăng tỷ lệ mở mail.

Nội dung thu hút



Trình bày đẹp, cá nhân hóa, ngắn gọn, súc tích, thu hút họ đến những dòng cuối cùng...

Làm thế nào để có 1 chiến dịch Email Marketing thành công?

CÁC HÌNH THỨC GỬI EMAIL MARKETING

1. Dịch vụ Email miễn phí

- Giới hạn về số lượng: Gmail chỉ được gửi 200 email/ngày, Yahoo chỉ được gửi 100 email/ngày
- Không có sẵn các mẫu HTML Template để trang trí email
- Không theo dõi được lượng mở thư, lượng click, thống kê ngừng nhận tin, lượng mail hỏng...

2. Phần mềm gửi mail trực tuyến

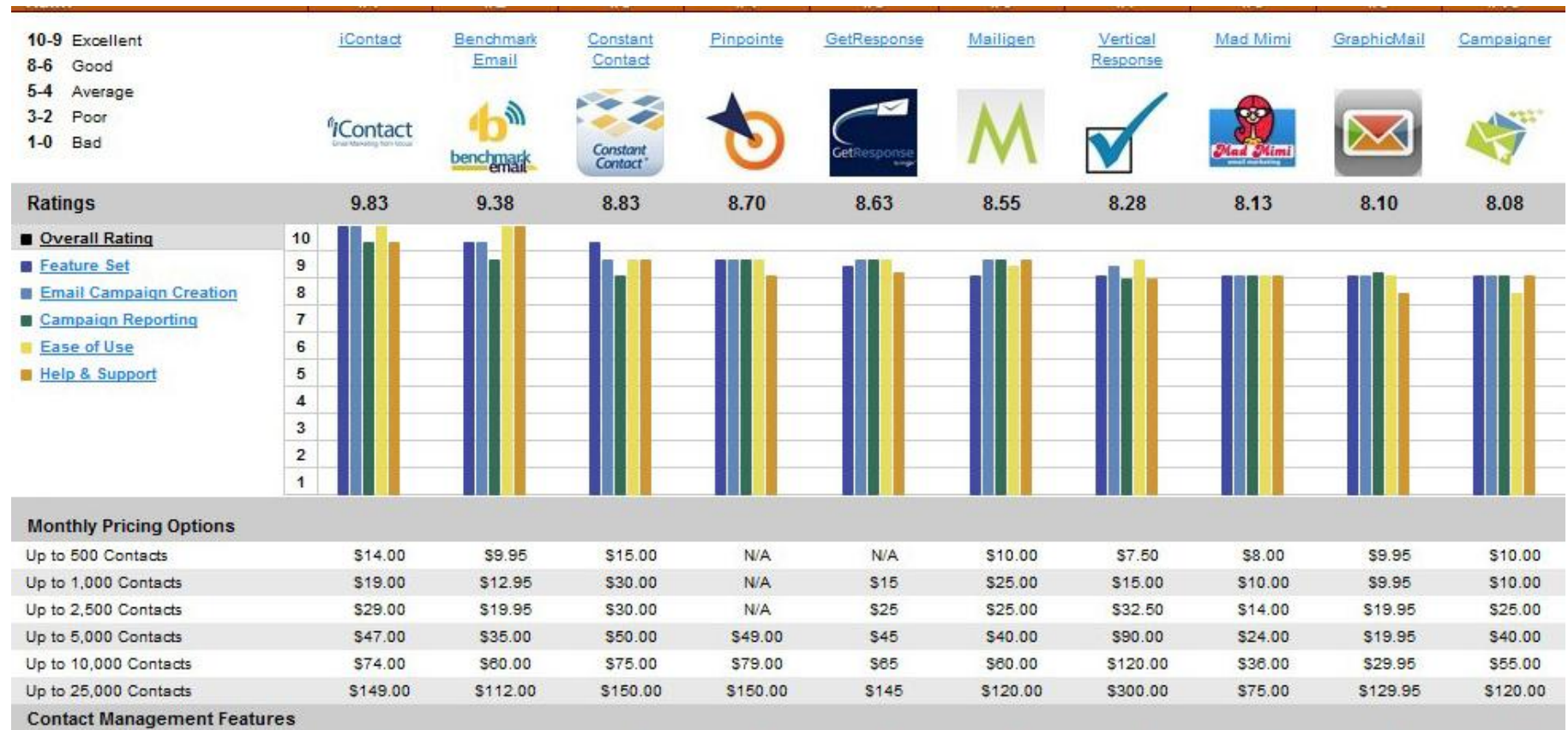
- Gửi được một số lượng lớn mail
- Server có uy tín thì tỷ lệ mail vào Inbox của người nhận càng cao.
- Dễ sử dụng, không cần cài đặt vì tích hợp sẵn trên trang web của nhà cung cấp
- Theo dõi và đo lường được hiệu quả
- Thường có sẵn các mẫu HTML cho khách hàng sử dụng để trang trí mail

3. Gửi mail qua hosting, server

- Gửi được một số lượng lớn mail
- Server có uy tín thì tỷ lệ mail vào Inbox của người nhận càng cao.
- Cần một phần mềm gửi mail để cài đặt vào hosting, server
- Cần can thiệp về cài đặt trên hosting, server cho nên phức tạp hơn

TOP 10

DỊCH VỤ EMAIL MARKETING TRÊN THẾ GIỚI



BẢNG GIÁ

MỘT SỐ DỊCH VỤ EMAIL MARKETING TẠI VIỆT NAM

* Vào tháng 7 năm 2012. So sánh ở gói gửi 50,000 mail/tháng

migo.vn	1,100,000
iclick.vn	1,200,000
sunshinevn	1,150,000
icontact	1,000,000
fiboweb	1,200,000
netnam.vn	1,200,000
vinacontact.com	1,200,000
bits77	1,000,000
vosvn.com.vn	1,200,000
linkleads.vn	1,150,000

Hầu hết dùng mã nguồn của dịch vụ Interspire Email Marketer

#7: SMS Marketing



Sử dụng dịch vụ gửi tin nhắn chủ động chuyên gửi tin nhắn quảng cáo tới khách hàng là các thuê bao điện thoại.

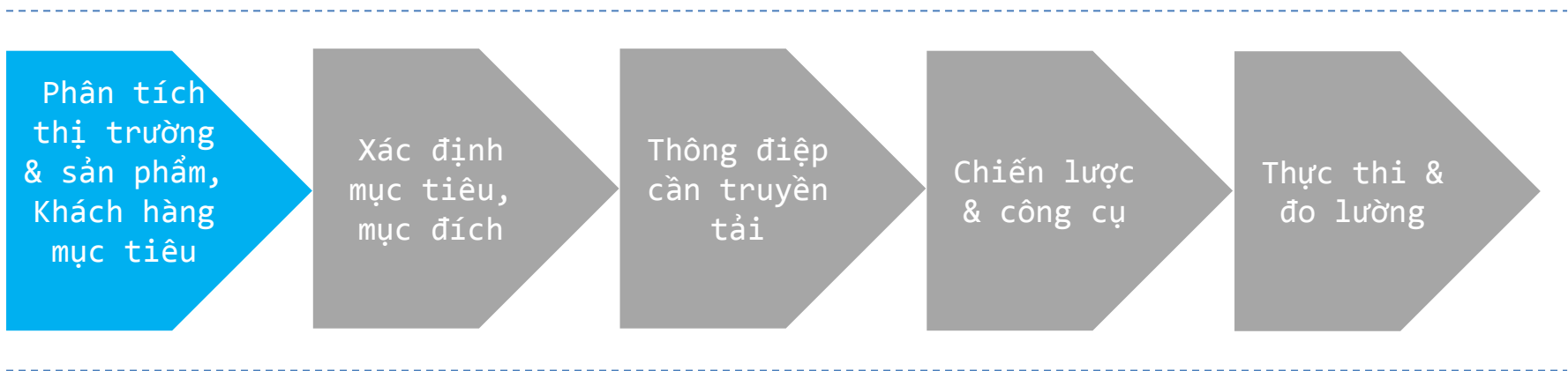
Thông tin SMS mà khách hàng tiềm năng muốn nhận là những thông tin thuộc các lĩnh vực:

- Thông tin khuyến mãi
- Quảng cáo tiếp thị
- Dịch vụ, thương mại
- Tài chính, ngân hàng
- Quản lý, phân phối
- Các chiến dịch Marketing

- GLINKADS -

**Xây dựng một
chiến dịch
Digital
marketing**

Nắm bắt cơ hội thành công với người dùng mạng



Phân tích tiềm năng thị trường

Phân tích Đối thủ cạnh tranh

Phân tích thị trường (Market Research)

Nhận diện khách hàng mục tiêu

Nghiên cứu hành vi người dùng

Nghiên cứu khách hàng (Customer Research)

Kiểm tra Google-Friendly, User-Friendly

Phân tích Site structure

Phân tích Content, Meta Data

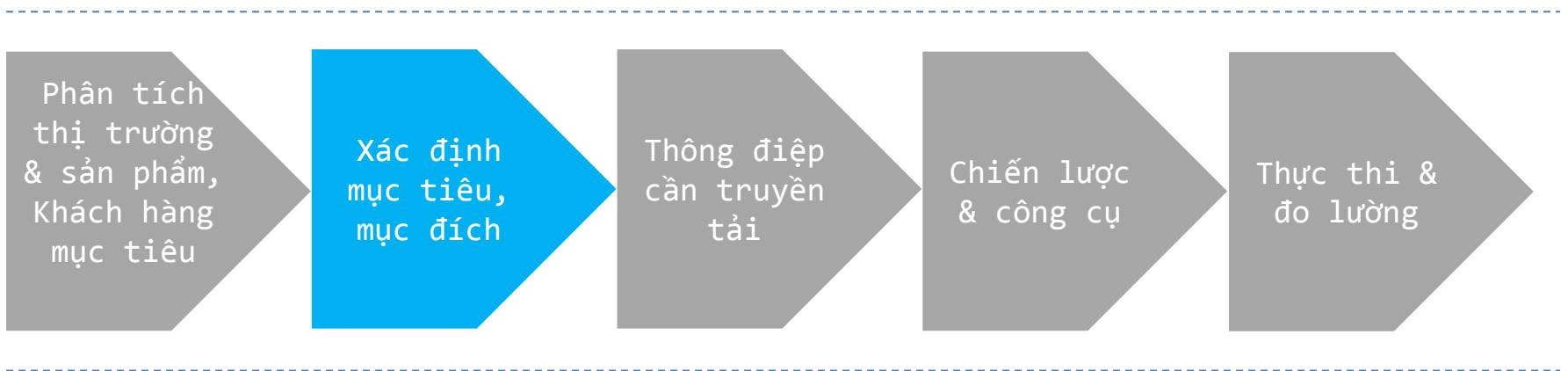
Phân tích URL, Internal Link, Backlink...

Phân tích website (Site Audit)

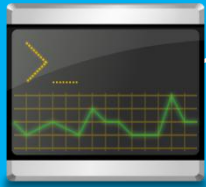
Liệt kê từ khóa phù hợp

Đặt độ ưu tiên cho từ khóa

Nghiên cứu từ khóa (Keyword Research)



Mục đích
Kinh doanh



Doanh số



Số lượng
khách hàng
trung thành



Thị phần



Lợi nhuận

Mục đích Marketing



Sự nhận biết
của khách hàng



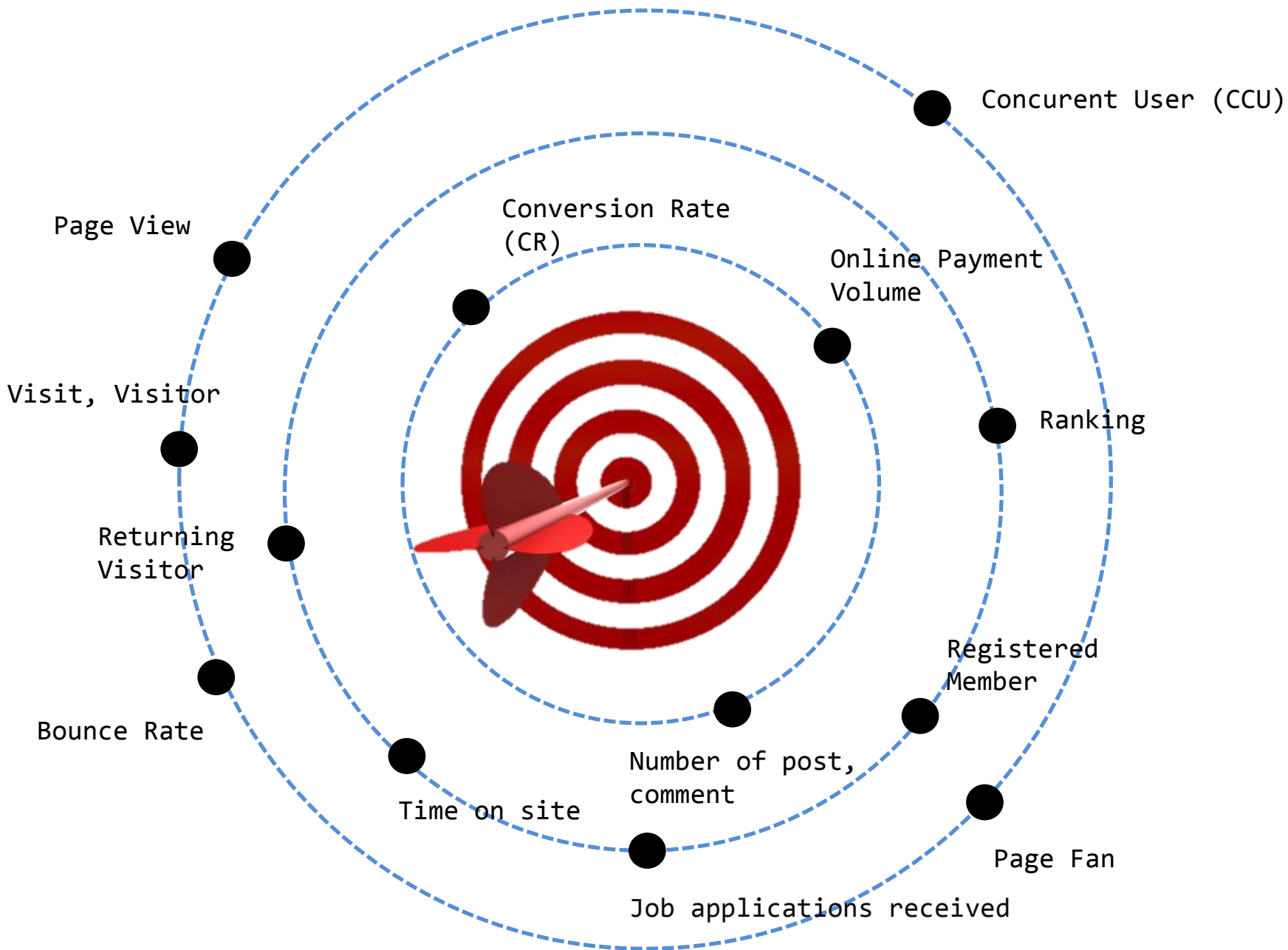
Xây dựng liên
hệ mật thiết
với khách hàng



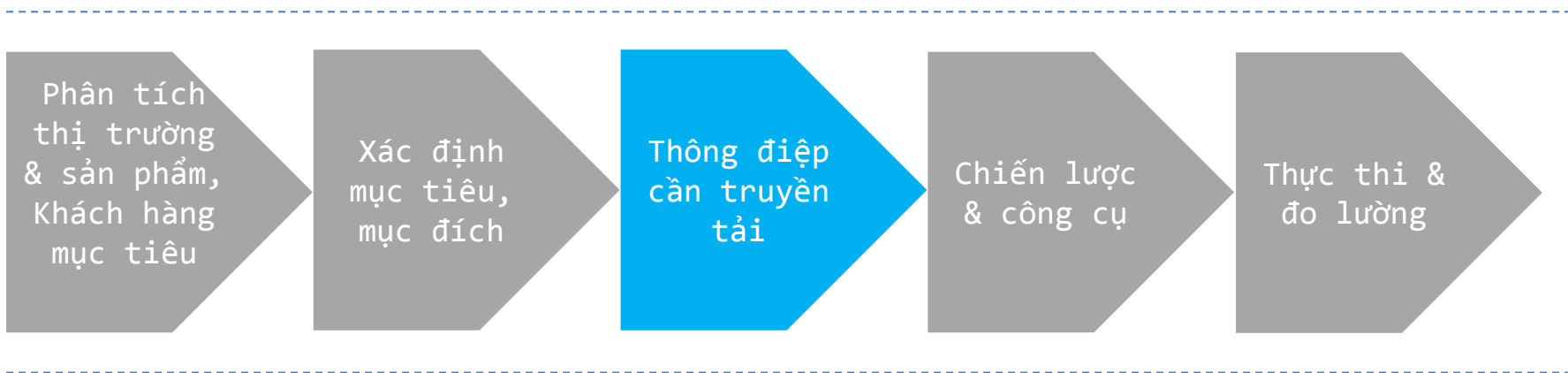
Xây dựng
một cộng đồng
người dùng



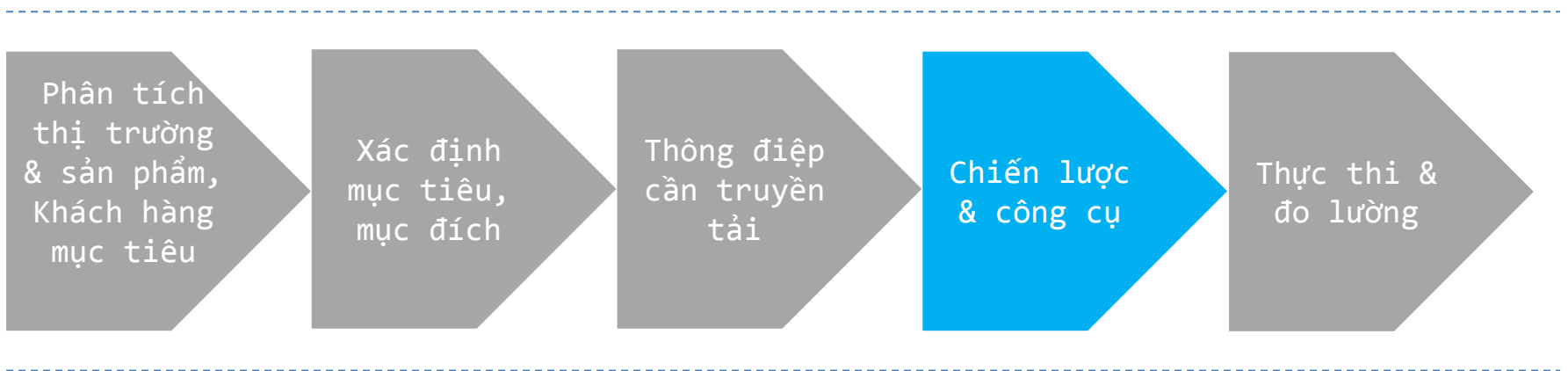
Khẳng định
sự hiện diện
trên Internet



- Online advertising (banner ads)
 - Direct response
 - Click through rates
 - Interaction rates
 - Post impression clicks
 - Brand response
 - Impressions served
- Websites
 - Visitors
 - Time spent on site
 - Number of pages viewed
 - Sign-ups/Registrations
 - Most popular pages
 - Internal searches
 - Paths through site
 - Returning traffic
- Email
 - Bounce rates
 - Open rates
 - Click through rates
 - Most popular articles
 - Number of forwards
- Search
 - Keywords
 - Position
 - Cost per click
 - Cost per lead
 - Cost per sale
- Blogs
 - Views
 - Comments
 - Linking to
 - Search terms
 - Referring sites



- Thú vị, lôi cuốn (Interesting)
- Có cảm xúc (Emotional)
- Có tính thôi thúc (Urgen)
- Có tính lan truyền (Viral)



Attention

Gây chú ý cho khách hàng

- Paid Ads
- Email Marketing
- SEM
- SEO
- Social Media Marketing
- SMS Marketing

Interest

Thu hút sự quan tâm của khách hàng

- Social Media Marketing
- Email Marketing
- Website

Search

Tạo cơ hội tiếp cận thông tin đầy đủ

- Website
- Email Marketing
- Social Media Marketing
- Support Center

Action

Thúc đẩy quá trình ra quyết định

- Social Media Marketing
- Email Marketing

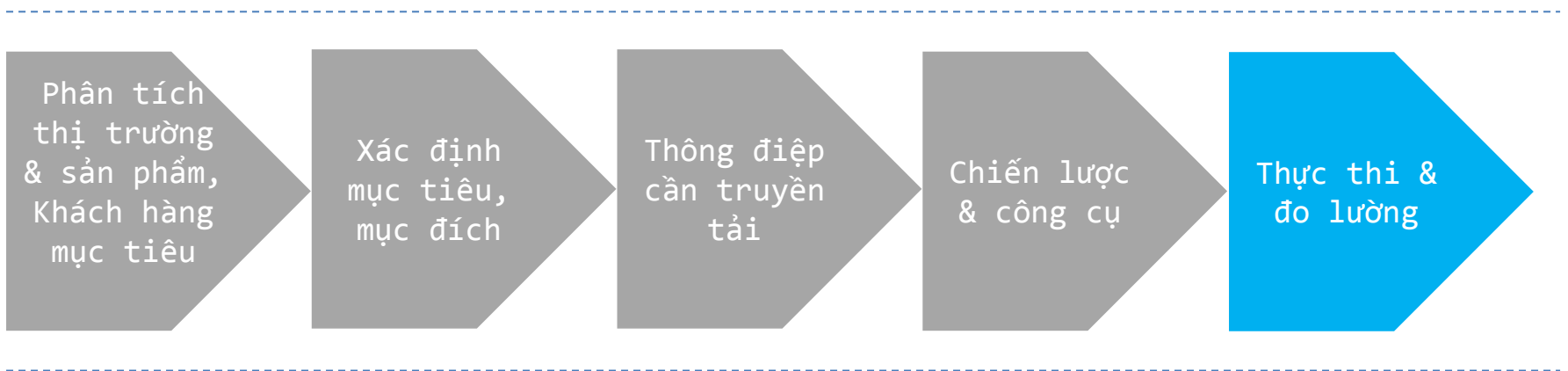
Share

Làm cho thông tin tốt về SP càng lan rộng

- Social Media Marketing

Quy trình ra quyết định mua hàng **AISAS**

*Mô hình này do Dentsu đề xuất



Hình thức	Tiêu chí đánh giá	Công cụ đo lường
Mạng xã hội (Facebook, Myspace)	Số lượng <i>fan page</i> / bạn bè, số lượng lời bình luận/ngày/tuần/tháng, số lượng cuộc thảo luận của các <i>fan</i> , hoặc số lượng người đăng ký nhận thông báo qua <i>email</i> . . .	www.buddymedia.com https://analytics.postrank.com www.facebook.com/lexicon http://bit.ly
Twitter	Số lượng <i>retweet</i> , số lượng <i>follower</i> , khuynh hướng trên Twitter...	http://tweetstats.com www.buddymedia.com http://bit.ly
Blog	Số lượng lời bình luận, số lượng người đăng nhập, thời gian họ đọc bài viết, số lượng <i>link</i> mà bài viết được dẫn đến...	www.socialmeter.com www.cocomment.com www.google.com/analytics
Diễn đàn (<i>Forum</i>)	Số lượng thành viên mới, số lượng bài viết đăng mỗi ngày, số lượng chủ đề thảo luận mỗi tuần, số lượng các thành viên tích cực mỗi tháng...	http://boardreader.com www.cocomment.com www.google.com/alerts www.google.com/analytics
Video/Ảnh	Số lượng lượt xem, số lượng lời bình luận, xếp hạng, số lượng người đăng nhập/bạn bè...	www.google.com/analytics www.feedky.com www.linuxinside.org/flickr
Nhận biết / cảm nhận thương hiệu	Nhiều người đề cập đến thương hiệu/sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp, % cảm nhận tích cực, % cảm nhận tiêu cực...	www.radian6.com www.cocomment.com Google Trend http://socialmention.com
RSS feed	Số lượng người đăng ký, số lượt đọc tin <i>feed</i> ...	Google Feed Reader (<i>Feed Burner</i>) http://bit.ly www.socialmention.com
Social bookmarking (Digg, Stumble Upon, Del.icio.us)	Số lượng người lưu các bài báo mạng hay các bài blog, số lượng người <i>click</i> vào các biểu tượng của <i>social bookmarking</i>	www.socialmeter.com http://bit.ly Digg hay Stumble Upon đều có các công cụ riêng . . .

100 KPIs to measure

www.marketersstudio.com

1. Volume of consumer-created buzz for a brand based on number of posts
2. Amount of buzz based on number of impressions
3. Shift in buzz over time
4. Buzz by time of day / daypart
5. Seasonality of buzz
6. Competitive buzz
7. Buzz by category / topic
8. Buzz by social channel (forums, social networks, blogs, Twitter, etc)
9. Buzz by stage in purchase funnel (e.g., researching vs. completing transaction vs. post-purchase)
10. Asset popularity (e.g., if several videos are available to embed, which is used more)
11. Mainstream media mentions
12. Fans
13. Followers
14. Friends
15. Growth rate of fans, followers, and friends
16. Rate of virality / pass-along
17. Change in virality rates over time
18. Second-degree reach (connections to fans, followers, and friends exposed - by people or impressions)
19. Embeds / Installs
20. Downloads
21. Uploads
22. User-initiated views (e.g., for videos)
23. Ratio of embeds or favoriting to views
24. Likes / favorites
25. Comments
26. Ratings
27. Social bookmarks
28. Subscriptions (RSS, podcasts, video series)
29. Pageviews (for blogs, microsites, etc)
30. Effective CPM based on spend per impressions received
31. Change in search engine rankings for the site linked to through social media
32. Change in search engine share of voice for all social sites promoting the brand
33. Increase in searches due to social activity
34. Percentage of buzz containing links
35. Links ranked by influence of publishers

100 KPIs to measure

36. Percentage of buzz containing multimedia (images, video, audio)
37. Share of voice on social sites when running earned and paid media in same environment
38. Influence of consumers reached
39. Influence of publishers reached (e.g., blogs)
40. Influence of brands participating in social channels
41. Demographics of target audience engaged with social channels
42. Demographics of audience reached through social media
43. Social media habits/interests of target audience
44. Geography of participating consumers
45. Sentiment by volume of posts
46. Sentiment by volume of impressions
47. Shift in sentiment before, during, and after social marketing programs
48. Languages spoken by participating consumers
49. Time spent with distributed content
50. Time spent on site through social media referrals
51. Method of content discovery (search, pass-along, discovery engines, etc)
52. Clicks
53. Percentage of traffic generated from earned media
54. View-throughs
55. Number of interactions
56. Interaction/engagement rate
57. Frequency of social interactions per consumer
58. Percentage of videos viewed
59. Polls taken / votes received
60. Brand association
61. Purchase consideration
62. Number of user-generated submissions received
63. Exposures of virtual gifts
64. Number of virtual gifts given
65. Relative popularity of content
66. Tags added
67. Attributes of tags (e.g., how well they match the brand's perception of itself)
68. Registrations from third-party social logins (e.g., Facebook Connect, Twitter OAuth)
69. Registrations by channel (e.g., Web, desktop application, mobile application, SMS, etc)

100 KPIs to measure

70. Contest entries
71. Number of chat room participants
72. Wiki contributors
73. Impact of offline marketing/events on social marketing programs or buzz
74. User-generated content created that can be used by the marketer in other channels
75. Customers assisted
76. Savings per customer assisted through direct social media interactions compared to other channels (e.g., call centers, in-store)
77. Savings generated by enabling customers to connect with each other
78. Impact on first contact resolution (FCR) (hat tip to Forrester Research for that one)
79. Customer satisfaction
80. Volume of customer feedback generated
81. Research & development time saved based on feedback from social media
82. Suggestions implemented from social feedback
83. Costs saved from not spending on traditional research
84. Impact on online sales
85. Impact on offline sales
86. Discount redemption rate
87. Impact on other offline behavior (e.g., TV tune-in)
88. Leads generated
89. Products sampled
90. Visits to store locator pages
91. Conversion change due to user ratings, reviews
92. Rate of customer/visitor retention
93. Impact on customer lifetime value
94. Customer acquisition / retention costs through social media
95. Change in market share
96. Earned media's impact on results from paid media
97. Responses to socially posted events
98. Attendance generated at in-person events
99. Employees reached (for internal programs)
100. Job applications received

Thank you for your time!