**ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC TỰ NHIÊN

KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

BỘ MÔN CÔNG NGHỆ PHẦN MỀM

**--oOo—**



**BIÊN BẢN PHÂN TÍCH TÀI LIỆU MARKETING**

Thông tin thành viên: Lâm Khả Doãn – 19120193

Đoàn Thu Ngân – 19120302

Huỳnh Tấn Thọ - 19120383

Phan Đặng Diễm Uyên – 19120426

Trần Vũ Việt Cường – 19120465

Lớp: 19\_3

Nhóm: E

Môn: Phân tích và Quản lý yêu cầu phần mềm

Giảng viên lý thuyết: Lâm Quang Vũ

Giảng viên thực hành: Trần Anh Duy

**MỤC LỤC**

￼

￼

￼

￼

￼

1. **Giới thiệu**
2. **Người phân tích tài liệu**

* Huỳnh Tấn Thọ – 19120383

1. **Thời gian thực hiện**

* Từ 19h đến 22h, ngày 17/04/2022
* Từ 13h đến 16h, ngày 18/04/2022

1. **Tài liệu sử dụng phục vụ quá trình phân tích**
   1. *Bài đăng trên một số trang web*

* Chiến lược Marketing là gì? Các loại chiến lược Marketing cơ bản

<https://wiki.tino.org/chien-luoc-marketing-la-gi/>

* Tổng hợp các loại Chiến lược Marketing cần cho doanh nghiệp vừa và nhỏ

<https://fastwork.vn/tong-hop-cac-loai-chien-luoc-marketing-can-cho-doanh-nghiep-vua-va-nho/>

* 3 chiến lược Marketing cơ bản

<https://www.brandsvietnam.com/677-3-chien-luoc-Marketing-co-ban>

* Tổng hợp các loại Chiến lược Marketing cần cho doanh nghiệp vừa và nhỏ

<https://fastwork.vn/tong-hop-cac-loai-chien-luoc-marketing-can-cho-doanh-nghiep-vua-va-nho/>

* Kinh doanh trung tâm gia sư – ý tưởng làm giàu vững chắc

<https://hamrongmedia.com/kinh-doanh-trung-tam-gia-su-y-tuong-lam-giau-vung-chac/>

* 7 điều trong chiến lược marketing cần phải tránh

<https://lptech.asia/kien-thuc/7-dieu-trong-chien-luoc-marketing-can-phai-tranh>

* 1. *Sách tham khảo chuyên về marketing*
* 22 Quy Luật Bất Biến Trong Marketing – Jack Trout, Al Ries
* Marketing Trong Cuộc Cách Mạng Công Nghệ 4.0 – Philip Kotler
* Tiếp Thị Cho Thế Hệ Z – Jeff Fromm, Angie Read

1. **Mục tiêu**

Việc phân tích tài liệu về marketing nhằm

* Hiểu khái niệm marketing và chiến lược marketing là gì.
* Hiểu tầm quan trọng của một chiến lược marketing đúng đắn.
* Tìm hiểu, phân tích, đánh giá một số chiến lược marketing phổ biến hiện nay.
* Những điều cần tránh và lưu ý khi thực hiện marketing cho sản phẩm.
* Tham khảo một số chiến lược marketing của các trung tâm gia sư hiện nay.
* Đề xuất một số chiến lược marketing cho sản phẩm khi phát hành nhằm thu hút người dùng trong giai đoạn đầu.

1. **Nội dung phân tích**
2. **Marketing và chiến lược marketing là gì? Ý nghĩa và tầm quan trọng của một chiến lược marketing hợp lý.**

* Marketing là việc kết nối với khách hàng nhằm thu hút họ đến với thương hiệu, sản phẩm của mình. Ngoài ra, marketing còn bao gồm việc duy trì mối quan hệ với khách hàng trong thời gian dài.
* Chiến lược marketing là một kế hoạch hoàn chỉnh, cụ thể rõ ràng từng bước. Với mục tiêu tiếp thị sản phẩm, xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp, từ đó tăng doanh số bán hàng, số lượng khách hàng, danh tiếng, lợi nhuận,…
* Một chiếc lược marketing đúng đắn và hợp lý cho sản phẩm của doanh nghiệp giúp hình thành nên ưu thế rõ rệt cũng như tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của doanh nghiệp. Việc này đặc biệt quan trọng với những doanh nghiệp vừa và nhỏ, hay những doanh nghiệp vừa mới bắt đầu kinh doanh. Những lợi ích có thể đề cập đến là:
  + Tăng doanh số bán hàng, đẩy mạnh quá trình phân phối hàng hóa.
  + Nắm bắt xu thế, hiểu rõ được thị hiếu, sở thích của khách hàng, từ đó điều chỉnh hoặc đưa ra chiến lược mới sao cho phù hợp yêu cầu.
  + Đáp ứng nhu cầu của khách hàng kịp thời, từ đó xây dựng lòng tin và mối quan hệ lâu dài giữa hai bên.
  + Củng cố vị thế doanh nghiệp trên thị trường và đảm bảo danh tiếng cho thương hiệu, sản phẩm.
  + Duy trì sự phát triển của doanh nghiệp, mở rộng thị trường, thu hút vốn đầu tư, góp phần định hướng phát triển doanh nghiệp trong tương lai.

1. **Các chiến lược marketing thường gặp trên thị trường**
2. *Tăng doanh số*

* Hai hình thức thường gặp nhất của chiếc lược marketing này là tăng số lượng khách hàng và tăng số lần sử dụng dịch vụ hay sản phẩm.
* Mục tiêu chính của chiến lược marketing này là khiến cho tổng số lượng khách hàng và số lần khách hàng sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ tăng so với hiện tại.
* Việc tăng doanh số không chỉ giới hạn trong việc quảng bá sản phẩm và thu hút khách hàng mới. Nó còn bao gồm việc cung cấp các dịch vụ mới, cải thiện các dịch vụ hiện có dành cho các khách hàng cũ nhằm khiến họ hài lòng hơn và gắn bó lâu dài.
* Một lưu ý quan trọng khi thực hiện các chiến lược marketing nhằm tăng doanh số là phải đảm bảo số lượng tăng thêm duy trì ổn định và không mang tính chất tạm thời. Người đưa ra chiến lược phải lường trước và tránh để xảy ra hiện tượng tăng tạm thời trong thời gian ngắn sau đó giảm về chỉ số cũ hoặc thậm chí thấp hơn mà doanh nghiệp không được lợi gì.

1. *Triển khai dịch vụ khách hàng thân thiết*

* Mục tiêu của chiến lược là nhằm duy trì lòng trung thành của khách hàng với sản phẩm hoặc dịch vụ hiện tại, đảm bảo chất lượng và sự phục vụ chu đáo cần thiết để giữ chân khách hàng. Thậm chí lôi kéo khách hàng rời bỏ các thương hiệu cạnh tranh.
* Một hình thức phổ biến của chiếc lược này là chia ra nhiều phân khúc khách hàng khác nhau, khách hàng càng mua hoặc sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp, công ty càng thường xuyên và càng lâu dài thì càng nhận được nhiều ưu đãi.
* Chiến lược marketing này thành công khi cả khách hàng mới và khách hàng cũ đều muốn mua hoặc sử dụng, hay ít nhất là cân nhắc ngay đầu tiên đến các dịch vụ, sản phẩm mà doanh nghiệp, công ty cung cấp.

1. *Marketing thông qua các phương tiện kỹ thuật số*

* Mục tiêu của chiến lược này cũng tương tự như chiến lược marketing tăng doanh số, đó là nhằm quảng bá và thu hút khách hàng mới, với sự hỗ trợ của công nghệ hiện đại và các phương tiện truyền thông.
* Các hình thức phổ biến của chiến lược này là đăng quảng cáo thông qua những mạng xã hội lớn (như Facebook), đăng quảng cáo thông qua các nền tảng streaming (như Youtube) và đăng quảng cáo thông qua các trang web có thể tiếp cận.
* Chiến lược marketing này giúp doanh nghiệp, công ty dễ dàng quảng bá sản phẩm rộng rãi, không yêu cầu nhiều chi phí hay triển khai các hoạt động thực tế. Tuy nhiên, nó đòi hỏi người đề xuất phải nắm bắt được xu thế, thị hiếu của khách hàng, từ đó đưa ra những nội dung quảng cáo bắt mắt và dễ thu hút khách hàng từ các nhìn đầu tiên.

1. **Những điều cần tránh khi thực hiện chiến lược marketing**

* Đối tượng được nhắm đến không phù hợp.
* Không có quy trình rõ ràng, chặt chẽ, dễ bị động.
* Cung cấp không đủ thông tin cho khách hàng, khiến họ do dự khi tiếp cận sản phẩm, dịch vụ.
* Dữ liệu thu thập được không chính xác, ảnh hưởng đến phán đoán, định hướng, mục tiêu của chiến lược.
* Không nghiên cứu đầy đủ các khía cạnh về đối thủ cạnh tranh.
* Chiến lược marketing không có thông điệp, mục tiêu rõ ràng.

1. **Tham khảo một số chiến lược marketing của các trung tâm gia sư**
2. *Nhắm đến đối tượng hợp lý*

* Các trung tâm gia sư phục vụ nhu cầu của học sinh, sinh viên, giáo viên, và phụ huynh. Do đó, các chiến lược marketing cần tập trung vào các đối tượng này.
* Một số chiến lược tham khảo được từ các trung tâm gia sư: đăng bảng quảng cáo ở trên đường lớn, phát tờ rơi ở các trường học, đăng quảng cáo tren mạng xã hội và các website,…

1. *Nắm bắt thời cơ và xu thế xã hội*

* Các trung tâm gia sư cần phải nắm bắt xu thế xã hội nhằm theo kịp thời đại, từ đó đưa ra các chiến lược quảng bá hợp lý.
* Một số chiến lược tham khảo được từ các trung tâm gia sư
  + Vào mùa luyện thi đại học, càng tăng việc tuyển các gia sư những môn học chính như Toán, Lý, Hóa, Anh, Văn,…
  + Các trường đại học đang quan tâm nhiều hơn đến ngoại ngữ, do đó việc tuyển thêm các gia sư dạy ngoại ngữ là cần thiết.
  + Xu thế cách mạng 4.0 khiến cho ngành Công nghệ Thông tin trở thành mục tiêu của nhiều học sinh, do đó cần chú trọng việc tuyển gia sư dạy các môn về lập trình.

1. *Đưa ra các ưu đãi cho cả người dạy và người học*

* Việc đưa ra các ưu đãi giúp tăng thiện cảm của tất cả các bên dành cho trung tâm, từ đó họ có xu hướng giới thiệu người quen đến với dịch vụ của mình.
* Một số chiến lược tham khảo được từ các trung tâm gia sư:
  + Miễn giảm phí trung gian cho sinh viên mới đi làm gia sư hoặc sinh viên có hoàn cảnh khó khăn.
  + Giảm phí trung gian cho gia sư gắn bó lâu dài.
  + Đưa ra các chương trình giảm học phí khi số lượng gia sư dư thừa nhằm kích thích, mở rộng thị trường.

1. **Đề xuất các chiến dịch marketing cho sản phẩm của nhóm**

* Quảng cáo ứng dụng thông qua mạng xã hội, các website,… nhằm giới thiệu sản phẩm và thu hút khách hàng.
* Phát tờ rơi, đăng biển quảng cáo ở các trường học nhằm giới thiệu sản phẩm và thu hút khách hàng.
* Giảm phí trung gian cho các sinh viên làm gia sư có hoàn cảnh khó khăn, tăng thiện cảm người dùng.
* Không thu phí trung gian mỗi tháng mà thu phí một lần hoặc định kỳ (3 tháng hoặc 6 tháng)
* Đưa ra các gói Premium dành cho khách hàng có nhu cầu nâng cao trải nghiệm của họ (các tính năng dành riêng, ưu tiên hỗ trợ, giảm phí trung gian,…). Thu hút thanh toán các gói Premium dài hạn bằng cách giảm giá (ví dụ, 50.000 đồng/tháng hoặc 500,000 đồng/năm), từ đó kích thích người dùng gắn bó lâu dài.
* Đảm bảo thẩm mỹ, chất lượng, và tính tiện lợi của ứng dụng.

1. **Kết quả phân tích**

* Nắm bắt được khái niệm marketing và chiến lược marketing.
* Hiểu được tầm quan trọng của chiến lược marketing.
* Tìm hiểu được 3 chiến lược marketing phổ biến hiện nay.
* Những điều cần tránh khi thực hiện marketing cho sản phẩm.
* Tham khảo được một số chiến lược và tiêu chí khi marketing của các trung tâm gia sư hiện nay.
* Đề xuất được 5 chiến lược marketing nhằm thu hút người dùng trong giai đoạn đầu.

1. **Đánh giá**

* Việc phân tích tài liệu diễn ra suôn sẻ, đúng kế hoạch và thời gian đã đề ra.
* Nguồn tài liệu phân tích đa dạng (website, blog, sách, bài đăng,…)
* Do thời gian không cho phép nên chưa tận dụng được toàn bộ các nguồn thông tin, đặc biệt là sách.
* Các chiến lược marketing đề xuất cho “Ứng dụng hỗ trợ tìm kiếm gia sư Seeker” trong biên bản này vẫn còn trong giai đoạn hình thành ý tưởng sơ bộ, chưa có quy trình triển khai rõ ràng. Việc triển khai các chiến lược này nằm ngoài phạm vi, mục tiêu của biên bản phân tích tài liệu này.