**THỊ TRƯỜNG TIỀM NĂNG**

**&**

**TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN CỘNG ĐỒNG**

**&**

**Ý tưởng lớn bao quát**

\*\*\*\*\*

**Thị trường tiềm năng**

**Sinh viện & học sinh cuối cấp**

Theo số liệu được tính toán từ Bảng thống kê của Bộ giáo dục và đào tạo năm 2013, cả nước có khoảng 968.500 học sinh cuối cấp của các trường THPT, khoảng 2,7 triệu sinh viên các trường đại học, cao đẳng, trung cấp , trong đó có 882.500 tân sinh viên. Ngoài ra, còn khoảng 86. 000 thí sinh vãn lai. Như vậy, chúng ta có một thị trường rộng lớn 3.7 triệu học sinh cuối cấp và sinh viên các trường đại học, cao đẳng, trung cấp – họ là những người thường xuyên xử dụng internet để tìm kiếm thông tin nhằm thỏa mãn các nhu cầu cơ bản:

* Học tập
* Sự nghiệp, việc làm, nghề nghiệp
* Những sinh hoạt trong cuộc sống thường nhật: Ăn uống, vui chơi, giải trí, thể thao, mua sắm
* Khám phá, trải nghiệm
* Và nhiều nhu cầu khác ..

**Các địa điểm cung cấp dịch vụ, sản phẩm**

Chúng ta cũng có một thị trường rộng lớn các nhà cung cấp dịch vụ phục vụ nhu cầu nhóm đối tượng HS-SV trên, họ cần một kênh online marketing hiệu quả để tiếp cận đối tượng khách hàng tiềm năng sử dụng dịch vụ của họ :

* Rạp chiếu phim, khu vui chơi, khu giã ngoại … phục vụ nhu cầu vui chơi giải trí. Các trung tâm thể thao, khiêu vũ … rèn luyện sức khỏe
* Các quán ăn, cửa hàng café (gọi chung là địa điểm ăn uống) phục vụ nhu cầu ăn uống
* Các trường học, trung tâm ngoại ngữ, tin học, các khóa đào tạo kỹ năng, các khóa phát triển bản thân, khởi nghiệp, các buổi hội thảo … Phục vụ nhu cầu học tập, rèn luyện, phát triển cá nhân
* Và các địa điểm mua sắm, tuyển dụng, thực tập …

Họ là “Một cộng đồng” những **nhà cung cấp dịch vụ** và những **người sử dụng dịch vụ**. Họ là một thị trường rộng lớn đầy tiềm năng. Nếu biết cách khai thác đúng cách, chúng ta sẽ tạo ra dòng tiền từ thị trường này.

**Tiềm năng phát triển cộng đồng**

Tham khảo một số bài báo

James Vương, Giám đốc phụ trách Đầu tư và Công nghệ của IDG Ventures Việt Nam, Kiếm tiền từ cộng đồng mạng <<http://www.pcworld.com.vn/mobile/anpham/tm/409/articles/quan-ly/giao-thuong/2011/11/1228175/kiem-tien-tu-cong-dong-mang/>>

**Kiếm tiền từ cộng đồng mạng**

**Theo nghiên cứu của Yahoo - Kantar Media, 55% số người dùng Internet truy cập vào các mạng xã hội năm 2011, so với 41% năm 2010. Đầu tư vào các website có cộng đồng đã trở nên hấp dẫn!**

**Tiềm năng phát triển cộng đồng**

Trên thế giới, các nhà đầu tư vào các mạng xã hội Facebook hay Linked In hoặc Twitter cách đây một vài năm hẳn nức lòng vì giá trị các công ty này đã tăng trưởng đến chóng mặt. Có nhà đầu tư định giá Facebook tới 65 tỷ USD, và chính Facebook đang lên kế hoạch IPO (chào bán lần đầu ra công chúng) với định giá 100 tỷ USD!

|  |
| --- |
| http://www.pcworld.com.vn/files/articles/2011/1228175/b1109-36-1.jpg |

Trong xu hướng đó, tại Việt Nam, nhiều nhà đầu tư như: VNG, IDG Ventures Vietnam, DFJ VinaCapital, Ringer Vietnam…đã đầu tư vào các website mạng xã hội hoặc website có cộng đồng như ZingMe, Yume, Webtretho, Merry Wedding...

Tiềm năng cộng đồng trên mạng tại Việt Nam được đánh giá là vẫn còn khả năng phát triển nếu so sánh với các nước khác. Theo kết quả nghiên cứu Yahoo-Kantar Media công bố mới đây, chỉ có 13% số người được khảo sát tại Việt Nam cho biết họ “giao lưu một cách có chọn lọc” trên mạng. Trong khi đó tỷ lệ này ở Singapore, Malaysia tới 50%. Nhiều chuyên gia ước tính, 2-3 năm nữa cộng đồng trên mạng ở Việt Nam mới phát triển tới cao trào.

**Kẻ thắng, người thua**

“Thắng” ở đây là nhà đầu tư trang web có thể kiếm tiền từ việc phát triển cộng đồng trên mạng, còn “thua” nghĩa là “từ bỏ cuộc chơi” hoặc chưa kiếm được tiền. Theo nghĩa này, website marry.vn do tập đoàn truyền thông Ringer Vietnam đầu tư từ năm 2009 đang “thắng”. Hiện nay, doanh thu từ các hoạt động cung cấp thông tin - tư vấn về dịch vụ cưới của website này rất khả quan.

Website này nhắm vào phân khúc phụ nữ trước 30 tuổi, có nhu cầu tìm thông tin để tổ chức một đám cưới hoàn hảo. Cộng đồng trên marry.vn đã đạt hơn 17 ngàn thành viên sau 10 tháng, với khoảng 15 ngàn lượt truy cập mỗi ngày. Các cô dâu tương lai bàn tán về mọi đề tài liên quan đến cưới: đặt nhà hàng, may quần áo, chụp hình, thuê xe, thủ tục cưới... Các thành viên đánh giá (rate) các nhà cung cấp dịch vụ, và theo đó các nhà cung cấp dịch vụ sẽ được xếp hạng trong hệ thống directory (danh bạ).

Hiện nay website marry.vn với hệ thống danh bạ hơn 1.000 nhà cung cấp có tới 30 hạng mục (categories). Dịch vụ email cho các thành viên cũng mang đến doanh số. Bên cạnh đó, ấn phẩm Cưới (Marry Wedding) đi kèm, xuất bản hai lần/năm, có 70% nội dung đến từ trang web và theo sát xu hướng tiêu dùng mà thành viên cộng đồng marry.vn chỉ dẫn.

Ông Nguyễn Ngọc Hiếu, Giám đốc Điều hành mảng Số hóa (Digital) của Ringer Vietnam chia sẻ: “Sau khi “điều nghiên” thị trường, chúng tôi quyết định đầu tư vào lĩnh vực cưới vì thấy giá trị tiềm năng rất lớn. Từ năm 2002-2010, tổng giá trị ngành cưới ở Việt Nam ước tính khoảng 12 ngàn tỷ đồng”. Ringer Vietnam đầu tư vào mô hình kinh doanh trực tuyến, tức tạo dựng cộng đồng trên website marry.vn trước khi ra ấn phẩm. Theo ông Hiếu, lợi thế của mô hình này là sự tương tác (interactive) với thành viên, tự tổ chức nội dung (user-generated content), thông tin sát với nhu cầu thực tế của người tiêu dùng.

Hiện Ringer Vietnam có ba kênh “kiếm tiền” dựa vào cộng đồng mạng: website, ấn phẩm sách xuất bản định kỳ, email. Trong tương lai, Ringer Vietnam nhắm tới phát triển “Marry.vn” trên kênh điện thoại di động Iphone.

Một điển hình khác, ra đời từ năm 2002, Webtretho ban đầu chỉ là một diễn đàn (forum) cho các bà mẹ có chỗ “buôn chuyện”. Họ chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm chăm sóc gia đình và nuôi dạy con cái. Sau 9 năm, webtretho.com trở thành cộng đồng phụ nữ trực tuyến lớn.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | |  | | --- | | http://www.pcworld.com.vn/files/articles/2011/1228175/b1109-37.jpg |   **“Sắp tới các website cộng đồng phù hợp với nam giới (thể thao, công nghệ, tiện ích…) sẽ tiếp tục thống lĩnh thị trường. Các web cộng đồng về phụ nữ và giới trẻ sẽ phát triển mạnh. Chứng khoán và đầu tư sẽ kém sôi động từ nửa đến một năm, sau đó có thể tăng trưởng lại” Ông James Vương** | |

Webtretho được quỹ IDG Ventures Vietnam đầu tư vào cuối năm 2007. Hiện nay trang web này thu hút nhiều nhà cung cấp các sản phẩm sữa, tã, mỹ phẩm, giáo dục, y tế, ngân hàng... mong muốn tiếp cận với cộng đồng phụ nữ của trang web. Các nhà cung cấp đặt banner, mở diễn đàn giao lưu trực tuyến, tổ chức các chương trình “hot” trên đó... Hoặc họ có thể thực hiện “forum seeding” cho nhãn hiệu, tức là chủ động đưa thông tin liên quan đến nhãn hiệu vào các nội dung trao đổi.   
  
HerVietnam.com và cộng đồng phụ nữ “Đẹp” trên Facebook (hơn 50 ngàn thành viên) cũng đang thu hút nhiều nhãn hàng cao cấp. Thậm chí, có những diễn đàn về thời trang hoặc bán hàng trên mạng của một số “hot blogger” (người viết nhật ký điện tử cá nhân nổi tiếng) cũng được các nhãn hàng chú ý...

Ngược với các trang web cộng đồng đang thu lợi, thị trường cũng không ít những trang web đã “thua” (ngừng hoạt động hoặc hoạt động nhưng chưa kiếm được tiền). Ví dụ như: Yoo.vn, Caratvat.com...

**“Đào tạo” kích hoạt thị trường**

Ông James Vương, Giám đốc phụ trách Đầu tư và Công nghệ của IDG Ventures Việt Nam cho biết, đa số các website cộng đồng thường đi theo mô hình kinh doanh (business model) kiếm tiền từ quảng cáo. Có một số website kiếm tiền từ người sử dụng (users), với mô hình “miễn và thu phí” (freemium model). Thành viên sẽ được dùng miễn phí đa số dịch vụ, nhưng có phí nếu dùng một số dịch vụ cao cấp hơn. Ví dụ, với Linked In, người dùng được “connect” (kết nối) miễn phí, nhưng nếu chịu trả vài USD/tháng trở lên sẽ được kết nối với những người bên ngoài mạng hoặc thâm nhập sâu hơn vào hệ thống dữ liệu của Linked In.

Với mô hình kinh doanh kiếm tiền từ users, người sử dụng thường thanh toán bằng SMS (hệ thống dịch vụ nhắn tin) hoặc thẻ cào. Theo ông Vương, hiện có xu hướng một số các thành viên cộng đồng mạng tận dụng lợi thế của cộng đồng (traffic) của họ để hoạt động thương mại điện tử.

Ông James Vương chia sẻ, nếu muốn “kiếm tiền” nhiều hơn từ các cộng đồng này, trước tiên website cần đầu tư thu hút cộng đồng lớn và làm sao để thành viên yêu thích, gắn bó và liên tục tương tác trên đó. Từ việc lắng nghe các phản hồi của thành viên để thấu hiểu thị trường, chủ website phải liên tục cải tiến và hoàn thiện các tính năng để giữ thành viên và thu hút thành viên mới. Bên cạnh đó, nếu muốn thúc đẩy thị trường, chủ website cần phải “đào tạo người tiêu dùng” (educate consumers) để kích hoạt thị trường phát triển. Đây cũng chính là những người mua quảng cáo hoặc dịch vụ trên đó.

--000--

Nguyễn Ngoc Hiếu, Giám đốc mảng Online Marketing Ringier Việt Nam, Niche website  – Một vùng đất tiềm năng <<http://blog.ngochieu.com/e-marketing/xu-huong-thi-truong-online-nam-2010-phan-3/>> )

**Ý tưởng lớn bao quát**

Xây dựng một “**Mạng cộng đồng sinh viên”** (gần giống như mạng xã hội Facebook, LinkedIn, mạng cộng đồng anphabe, một diễn đàn… và mang các tính năng hữu ích hơn, phù hợp hơn cho nhóm đối tượng này)

Sứ mệnh

Đồng hành cùng những người trẻ trong quá trình phát triển sự nghiệp từ lúc chọn trường học, trong suốt quá trình học hỏi và hoàn thiện bản thân cho đến lúc kiếm việc làm (Đồng hành cùng những người trẻ trên con đừng phát triển sự nghiệp). Đồng hành cùng những người trẻ trong cuộc sống sinh viên, vững bước vào đời. Góp phần giải quyết một số vấn đề của xã hội.

Giá trị cốt lõi

* Một cộng đồng thật sự hữu ích
* Một cầu nối đáng tin cậy
* Tiêu chí “Giúp đỡ lẫn nhau – Assist together” được đặt lên hàng đầu
* Đội ngũ nhân lực chủ chốt đồng tâm, đồng lòng và chung sức cùng hướng tới mục tiêu chung.