Kế hoạch Marketing 2024

Mục tiêu: Tăng nhận diện thương hiệu 30% và tăng doanh số 20%. Đối tượng mục tiêu: Chuyên gia trẻ, 25-35 tuổi, khu vực đô thị. Kênh truyền thông:

Mạng xã hội: Instagram, TikTok, LinkedIn.

Chiến dịch email nhắm đến khách hàng hiện tại.

Quảng cáo Google cho tìm kiếm và hiển thị. Ngân sách: 1,2 tỷ VNĐ cho Q1-Q2, 1,8 tỷ VNĐ cho Q3-Q4. Chiến dịch chính:

Ra mắt sản phẩm mùa xuân (tháng 3): Tập trung vào sản phẩm thân thiện môi trường.

Hợp tác với người ảnh hưởng mùa hè (tháng 6): 10 KOLs.

Sự kiện giảm giá mùa thu (tháng 9): Giảm 20% cho thành viên thân thiết.

Chiến dịch lễ hội mùa đông (tháng 12): Gói sản phẩm giới hạn. Chỉ số đo lường:

Tỷ lệ tương tác: Tăng 5% trên mạng xã hội.

Tỷ lệ chuyển đổi: Đạt 3% cho email.

ROI: Tối thiểu gấp 2 lần chi phí quảng cáo. Đội ngũ: Đội marketing 5 người, 2 công ty quảng cáo bên ngoài. Lịch trình: Đánh giá hai tuần/lần, báo cáo hàng quý. Ghi chú: Thử nghiệm định dạng quảng cáo video mới trên TikTok. Trọng tâm: Giữ chân khách hàng và thu hút người dùng mới.