Kế hoạch Marketing 2025

Mục tiêu: Mở rộng thị phần 15% và cải thiện giữ chân khách hàng 25%. Đối tượng mục tiêu: Gen Z và Millennials, 18-40 tuổi, phạm vi toàn cầu. Kênh truyền thông:

Mạng xã hội: TikTok, YouTube Shorts, Instagram Reels.

Email cá nhân hóa với ưu đãi riêng.

Nội dung tài trợ trên nền tảng streaming. Ngân sách: 1,9 tỷ VNĐ cho Q1-Q2, 2,4 tỷ VNĐ cho Q3-Q4. Chiến dịch chính:

Làm mới sản phẩm Q1 (tháng 2): Nổi bật với công nghệ mới.

Chương trình đại sứ thương hiệu mùa hè (tháng 7): 15 KOLs.

Chiến dịch trở lại trường học (tháng 8): Ưu đãi cho học sinh.

Siêu giảm giá lễ hội (tháng 11): Bán flash online. Chỉ số đo lường:

Tỷ lệ tương tác: Đạt 7% trên nội dung video ngắn.

Tỷ lệ giữ chân: Mục tiêu 30% khách hàng mua lại.

ROI: Đạt gấp 2,5 lần chi phí quảng cáo. Đội ngũ: Đội marketing 7 người, 3 công ty quảng cáo bên ngoài. Lịch trình: Kiểm tra hiệu suất hàng tuần, báo cáo hàng tháng. Ghi chú: Thử nghiệm nhắm mục tiêu quảng cáo bằng AI. Trọng tâm: Mở rộng toàn cầu và tăng lòng trung thành thương hiệu.