

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HỒ CHÍ MINH**



**ĐỒ ÁN KTHP MÔN
DIGITAL MARKETING**

**ĐỀ TÀI: XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC MARKETING CHO
CHIẾN DỊCH PET PLAY DAY 2023 BẰNG EMAIL
MARKETING**

Sinh viên thực hiện:

Họ và tên	Lớp	MSSV
Nguyễn King	DS001	31211023531
Nguyễn Nhật Quang	DS001	31211027664
Lý Minh Nguyên	DS001	31211027653
Nguyễn Quốc Việt	DS001	31211027687

GVHD: TS. Ngô Tấn Vũ Khanh

TP.HCM, tháng 12 năm 2023

I. GIỚI THIỆU CHIẾN DỊCH

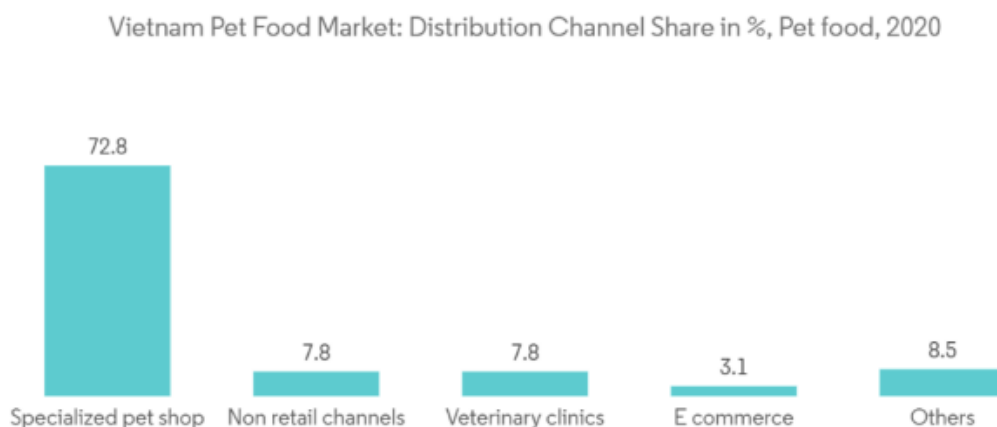
"PET PLAY DAY 2023" là sự kiện lớn nhất của Pet Bite, diễn ra vào ngày 18 tháng 12 năm 2023 nhân dịp kỷ niệm 1 năm ngày thành lập Pet Bite. Đây là sự kiện có trả phí thông qua hình thức mua vé, tuy nhiên, để quảng bá thương hiệu, Pet Bite sẽ cung cấp cho khách hàng một chương trình khuyến mãi đặc biệt, với mức giảm giá lên tới 40% khi mua vé kèm với các khuyến mãi khác khi mua thức ăn được bày bán tại sự kiện. Khách hàng được mời mua sắm bằng mã khuyến mãi được cung cấp trong email. Chiến dịch cũng nêu bật các hoạt động thú vị như cho thú cưng nếm thức ăn miễn phí và chia sẻ trải nghiệm chăm sóc thú cưng, nhằm thúc đẩy cộng đồng những người yêu thích thú cưng và nâng cao trải nghiệm sở hữu thú cưng với các sản phẩm từ Pet Bite.

II. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG

1. Bối cảnh thị trường thức ăn cho thú cưng (Nguyen)

Hiện nay, nhu cầu nuôi dưỡng và chăm sóc thú nuôi đang ngày một tăng dẫn đến sự tăng trưởng mạnh mẽ trong thị trường sản xuất và buôn bán thực phẩm dinh dưỡng cho thú nuôi. Ngoài ra, thu nhập của người dân tăng lên và nhận thức được cải thiện cũng đẩy mạnh nhu cầu chăm sóc kỹ càng về mặt dinh dưỡng hợp lý dành cho thú nuôi.

Do nhu cầu của thị trường mà những cửa hàng chuyên về sản phẩm dinh dưỡng cho thú nuôi cũng tăng lên đáng kể. Nếu trước đây, người dân thường sẽ chỉ có thể mua sắm thức ăn vật nuôi tại các chuỗi siêu thị truyền thống thì giờ đây họ có thể mua sắm tại các cửa hàng chuyên về dinh dưỡng vật nuôi, được tư vấn chu đáo từ những người có kinh nghiệm trong việc chăm sóc thú nuôi để đưa ra quyết định mua hàng tốt nhất.



Nguồn: ITC Trademap

Tuy nhiên có thể thấy kinh doanh thức ăn vật nuôi thông qua hình thức bán hàng trực tuyến ở Việt Nam trong những năm gần đây vẫn là vô cùng thấp so với các kênh phân phối khác. Do đó, để tăng sự nhận thức của khách hàng về cửa hàng online, nhóm cần phải triển khai chiến dịch marketing hợp lý bằng các hình thức quảng bá khác nhau thông qua các công cụ truyền thông kỹ thuật số.

2. Đối tượng mục tiêu

Khách hàng mục tiêu của Pet Bite là những chủ nuôi thú cưng và những người đam mê động vật, những người quan tâm đến việc tham gia vào một cộng đồng yêu thích thú cưng và nâng cao cuộc sống của thú cưng. Sự kiện quảng cáo "PET PLAY DAY 2023" được thiết kế để thu hút các khách hàng đang tìm kiếm các sản phẩm và dịch vụ chăm sóc thú cưng chất lượng, cũng như những người tìm kiếm trải nghiệm xã hội với các chủ vật nuôi khác, chẳng hạn như chia sẻ các mẹo chăm sóc thú cưng và tham gia các sự kiện cộng đồng. Ưu đãi giảm giá nhằm khuyến khích mua hàng và chào đón khách hàng mới đến với thương hiệu Pet Bite.

3. Phân tích tình hình hiện tại của cửa hàng

Pet Bite là một cửa hàng bán các sản phẩm dinh dưỡng và cung cấp dịch vụ tư vấn sức khỏe và chăm sóc cho thú nuôi chủ yếu thông qua đặt mua và trao đổi trực tiếp của khách hàng thông qua trang fanpage.

Được thành lập chỉ trong thời gian ngắn, Pet Bite chưa gây dựng được nhiều thành tựu nổi bật trong việc buôn bán sản phẩm cũng như tạo dựng được hình ảnh nổi bật và xây dựng được sự nhận diện thương hiệu đối với khách hàng mới.

Cụ thể cho tới trước khi thực hiện chiến dịch Mail Marketing. Cửa hàng chỉ mới giao dịch được tổng cộng 30 đơn hàng. Trong đó, hầu hết là các khách hàng cũ đã đặt mua lại nhiều lần. Bài đăng có lượt tương tác công trên trang bán hàng của cửa hàng cũng chỉ đạt tổng 26 lượt tương tác các loại.

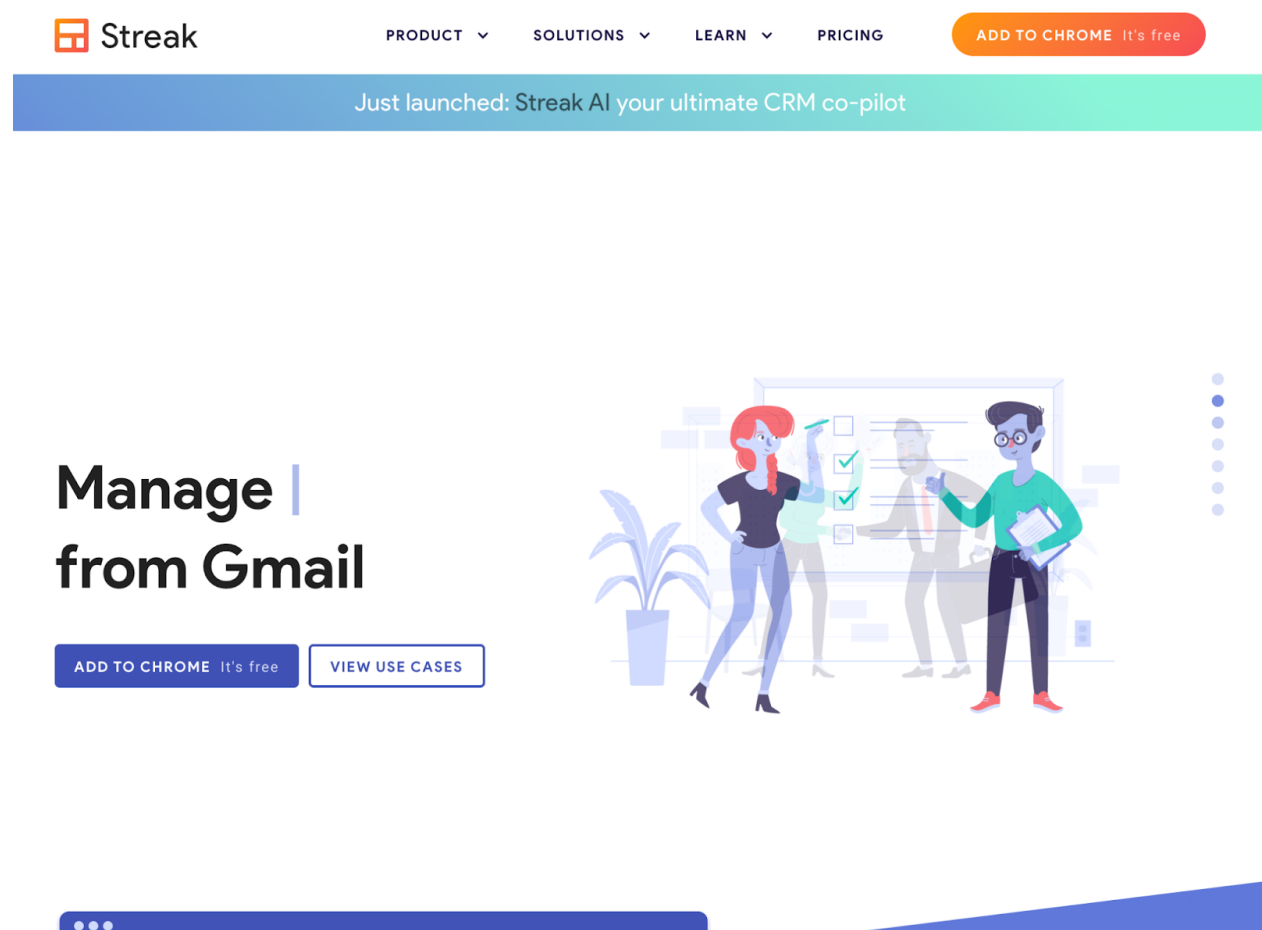
Do đó, mục tiêu của cửa hàng cần phải thực hiện là tăng lượt tương tác và nhận diện của sản phẩm một cách tốt hơn thông qua tổ chức một sự kiện nhằm thu hút những đối

tượng khách hàng tiềm năng. Đây cũng sẽ là nhóm khách hàng kỳ vọng sẽ trở thành nhóm khách hàng thân thiết của cửa hàng trong thời gian tới.

III. CHIẾN DỊCH EMAIL MARKETING CHO DỰ ÁN

1. Giới thiệu về CRM - Streak

Streak là một công cụ quản lý quan hệ khách hàng (CRM) và năng suất tiên tiến tích hợp liền mạch với Gmail, biến hộp thư đến email thành một nền tảng quản lý công việc toàn diện. Nó được thiết kế để thay thế các hệ thống CRM truyền thống, cung cấp một bộ công cụ email mạnh mẽ, bao gồm theo dõi email, để nâng cao năng suất và quản lý quy trình làm việc.



Một trong những tính năng chính của Streak là khả năng theo dõi email của nó, cho phép người dùng xem liệu và khi nào người nhận mở email của họ. Streak cũng đồng

thời cung cấp thông tin chi tiết về quy trình tương tác email, chẳng hạn như tần suất mở email, vị trí địa lý của người nhận và các thiết bị được sử dụng để xem email. Hơn nữa, Streak có thể theo dõi các tương tác với các liên kết được nhúng trong email, cung cấp phân tích về nhấp chuột liên kết.

Một tính năng nổi bật khác của Streak là chế độ hẹn giờ email, cho phép người dùng lên lịch gửi email vào một thời điểm cụ thể, tự động hóa quá trình gửi email. Điều này đặc biệt hữu ích để quản lý liên lạc trên các múi giờ khác nhau.

Chức năng nổi bật nhất của Streak là tính năng Pipeline, cung cấp giao diện thân thiện với người dùng trong Gmail cho các chức năng khác nhau như bán hàng và CRM, tuyển dụng, hỗ trợ email và gây quỹ. Người dùng có thể dễ dàng nhập dữ liệu Pipeline bằng Google Sheets và trình nhập Streak CRM, tăng cường khả năng quản lý và truy cập dữ liệu.

Cuối cùng, tính năng Mail Merge của Streak là vô giá để gửi email được cá nhân hóa đến nhiều người nhận. Nó tự động hóa việc tùy chỉnh email, đảm bảo rằng mỗi người nhận nhận được nội dung phù hợp mà không cần nhập dữ liệu thủ công. Nhìn chung, Streak là một công cụ linh hoạt và hiệu quả để quản lý một loạt các quy trình kinh doanh trực tiếp trong giao diện Gmail, phục vụ nhu cầu của các lĩnh vực chuyên nghiệp đa dạng.

2. Xây dựng kế hoạch

Bằng cách gửi thông tin sự kiện đến email của sinh viên, chiến dịch đã tiếp cận trực tiếp đến tệp lớn đối tượng mục tiêu, đồng thời cung cấp thông tin chi tiết về dự án và kèm theo CTA để có thể tăng tỷ lệ chuyển đổi trong hành trình của đối tượng mục tiêu. Cụ thể, chiến dịch gồm 1 email được gửi đến 403 sinh viên trong vòng 3 ngày:

Nội dung email: Đây là email nhằm phổ biến thông tin sự kiện đến toàn bộ tệp đối tượng mục tiêu, với CTA tìm hiểu thông tin sự kiện. Thông qua đó, nhóm sẽ thu nhỏ được tệp tiềm năng thông qua danh sách các sinh viên đã mở email. Từ tệp đối tượng tiềm năng

đã được lọc từ kết quả mở email, nhóm tiếp tục tìm ra các sinh viên đã click link form, link fanpage và các sinh viên đã thực hiện điền form để tham gia sự kiện.

3. Mục tiêu chiến dịch

a. Mục tiêu định tính

- Thu hút sự chú ý của những khách hàng tiềm năng nhằm nâng cao sự nhận dạng thương hiệu của cửa hàng.
- Giúp tăng tỷ lệ mua hàng thông qua của những khách hàng tham dự sự kiện

b. Mục tiêu định lượng

- 403 lượt/ 3 ngày bao gồm: 180 lượt tiếp cận vào mail và 20 lượt tiếp cận vào link form
- 30 lượt/ 3 ngày bao gồm: lượt truy cập trang và tương tác.

4. Chuẩn bị nội dung

4.1. Email giới thiệu dự án

Mẫu email nhóm gửi đi được thiết kế trên nền tảng Stripo như sau:

PET BITE 🐶

00 : 00 : 00 : 00
days hours minutes seconds



OUR BIGGEST EVENT EVERR !!

PET PLAY DAY 2023

Thiết kế này là một quảng cáo cho sự kiện "PET PLAY DAY 2023" của thương hiệu Pet Bite, được thể hiện qua những yếu tố sau:

- Tên Thương Hiệu và Logo: Phần trên cùng của thiết kế có tên thương hiệu "PET BITE" với biểu tượng chú chó bên cạnh.
- Đồng Hồ Đếm Ngược: Ngay dưới tên thương hiệu là một đồng hồ đếm ngược cho ngày, giờ, phút và giây, chỉ ra rằng sự kiện sắp bắt đầu.
- Hình Ảnh Chính: Trung tâm là một bức ảnh của một chú chó corgi xinh xắn, đang cầm một biển "40% OFF" trên tay
- Thông Điệp Khuyến Mãi: Ngay dưới hình ảnh là thông điệp "OUR BIGGEST EVENT EVERRR!!" làm nổi bật tầm quan trọng và quy mô của sự kiện.

- Tên Sự Kiện: Phía dưới cùng của thiết kế là tên sự kiện "PET PLAY DAY 2023" với kích thước chữ lớn, thu hút sự chú ý và khẳng định tên sự kiện.

Pet Bite sẽ tròn 1 tuổi vào ngày 18/12 tới. Chúng mình rất vui được chào đón bạn tại sự kiện PET PLAY DAY 2023. Bạn là một trong những khách hàng may mắn được mã giảm khuyến mãi khi mua vé lên đến 40% như sau:

MÃ KHUYẾN MÃI CỦA BẠN
FGH-123-VBN

GO SHOPPING

NHỮNG ĐIỀU HẤP DẪN 🥰



Trải nghiệm hạt thức ăn miễn phí đến từ Pet Bite



Giao lưu, chia sẻ kinh nghiệm chăm sóc thú cưng



Giao lưu với đa dạng các thú cưng từ Pet Bite



Pet Bite © 2023. All Rights Reserved.
59C Nguyễn Đình Chiểu, Quận 3, TP.HCM

Phần tiếp theo của thiết kế bao gồm:

- Mã Khuyến Mãi: Phần trung tâm của thiết kế là một khung đứng chứa mã khuyến mãi "FGH-123-VBN" dành riêng cho người nhận.
- Nút CTA (Kêu Gọi Hành Động): Dưới mã khuyến mãi là nút "GO SHOPPING" màu nâu, hướng dẫn người dùng đến việc mua sắm trực tuyến.
- Hoạt Động Hấp Dẫn: Dưới nút CTA là danh sách các hoạt động hấp dẫn với biểu tượng minh họa như "Trải nghiệm hạt thức ăn miễn phí từ Pet Bite", "Giao lưu, chia sẻ kinh nghiệm chăm sóc thú cưng", và "Giao lưu với đa dạng các thú cưng từ Pet Bite".

- Thông Tin Liên Lạc: Phía dưới cùng của thiết kế có các biểu tượng mạng xã hội như Facebook, Twitter, Instagram và YouTube, cho thấy các kênh giao tiếp và theo dõi thương hiệu.
- Thông Tin Pháp Lý và Địa Chỉ: Cuối cùng, có thông tin pháp lý "Pet Bite © 2023. All Rights Reserved." và địa chỉ cụ thể "59C Nguyễn Đình Chiểu, Quận 3, TP.HCM", cung cấp thông tin về vị trí và quyền sở hữu.

4.2. Form đăng kí

Sau khi nhận được email và bấm vào nút Go Shopping, người dùng sẽ được điều hướng đến một Google Form chứa thông tin mô tả cụ thể hơn về các sự kiện như sau:



Đăng ký mua vé Pet Play

💡 Bạn yêu thú cưng và muốn chia sẻ niềm vui với những người cùng sở thích? Bạn muốn tham gia vào một sự kiện vui nhộn và bổ ích cho cả bạn và thú cưng của mình? Hãy đăng ký tham gia sự kiện **Pet Play** chơi với thú cưng ngay hôm nay!

💡 **Pet Play** chơi với thú cưng là một sự kiện dành cho những người yêu thú cưng và muốn tăng cường sự gắn kết, kỹ năng xã giao và hoạt động vui chơi cho thú cưng của mình. Bạn sẽ có cơ hội gặp gỡ và trò chuyện với những người bạn mới, cùng nhau tham gia vào các hoạt động và trò chơi thú vị, và nhận được những phần quà hấp dẫn từ cửa hàng **Pet Bite**.

Thời gian đặt vé: **từ ngày 15/12/2023 đến 17/12/2023.**

Thời gian tổ chức: **18/12/2023**

Địa điểm tổ chức: **279 Đ. Nguyễn Tri Phương, Phường 5, Quận 10, Thành phố Hồ Chí Minh**

Thông tin chuyển khoản:

👉 Giá vé: 25000/vé

👉 Số tài khoản MOMO: **0931439408.**

👉 Nội dung chuyển khoản: **PET_PLAY - HỌ VÀ TÊN - SỐ ĐIỆN THOẠI.**

💌 **Thông tin liên hệ:**

🐾 Fanpage: [Pet Bite](#)

📧 Email: petbiteshop123@gmail.com

Đồng thời, form sẽ thu nhập thông tin cá nhân của người dùng để thuận tiện cho việc quản lý và tổ chức sự kiện bao gồm họ và tên, email, giới tính, và nghề nghiệp.

Họ và tên của bạn ? *

Your answer

Email để chúng mình gửi vé *

Your answer

Giới tính

☐ Nam

☐ Nữ

☐ Other:

Bạn đang là ?

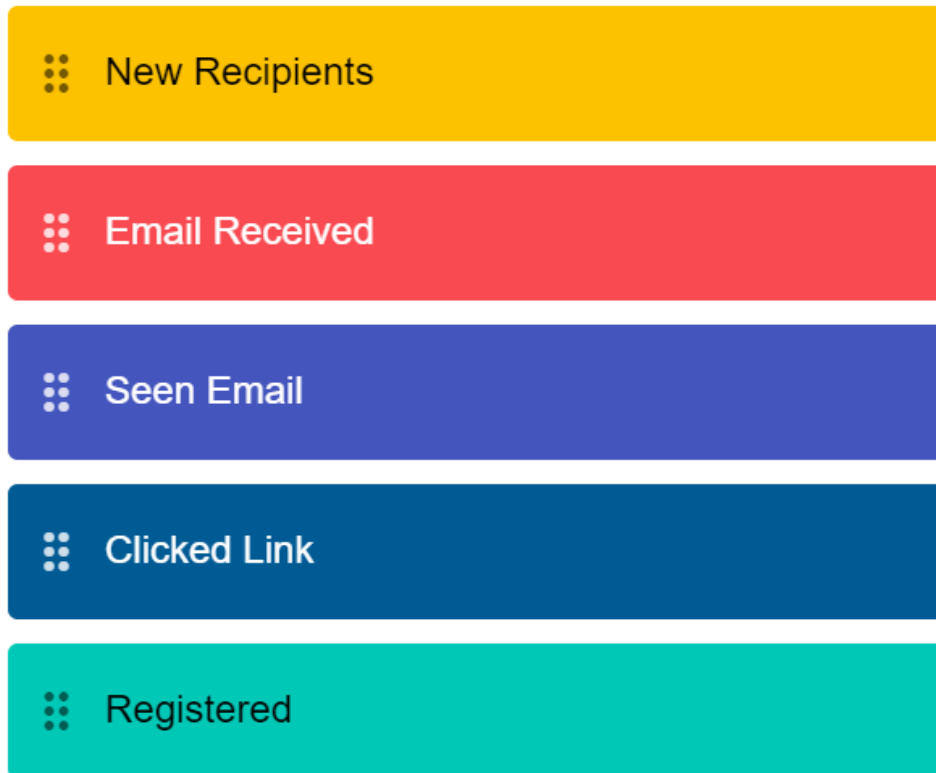
☐ Sinh viên/ học sinh

☐ Người đã có việc làm

☐ Other:

IV. KẾT QUẢ CHIẾN DỊCH

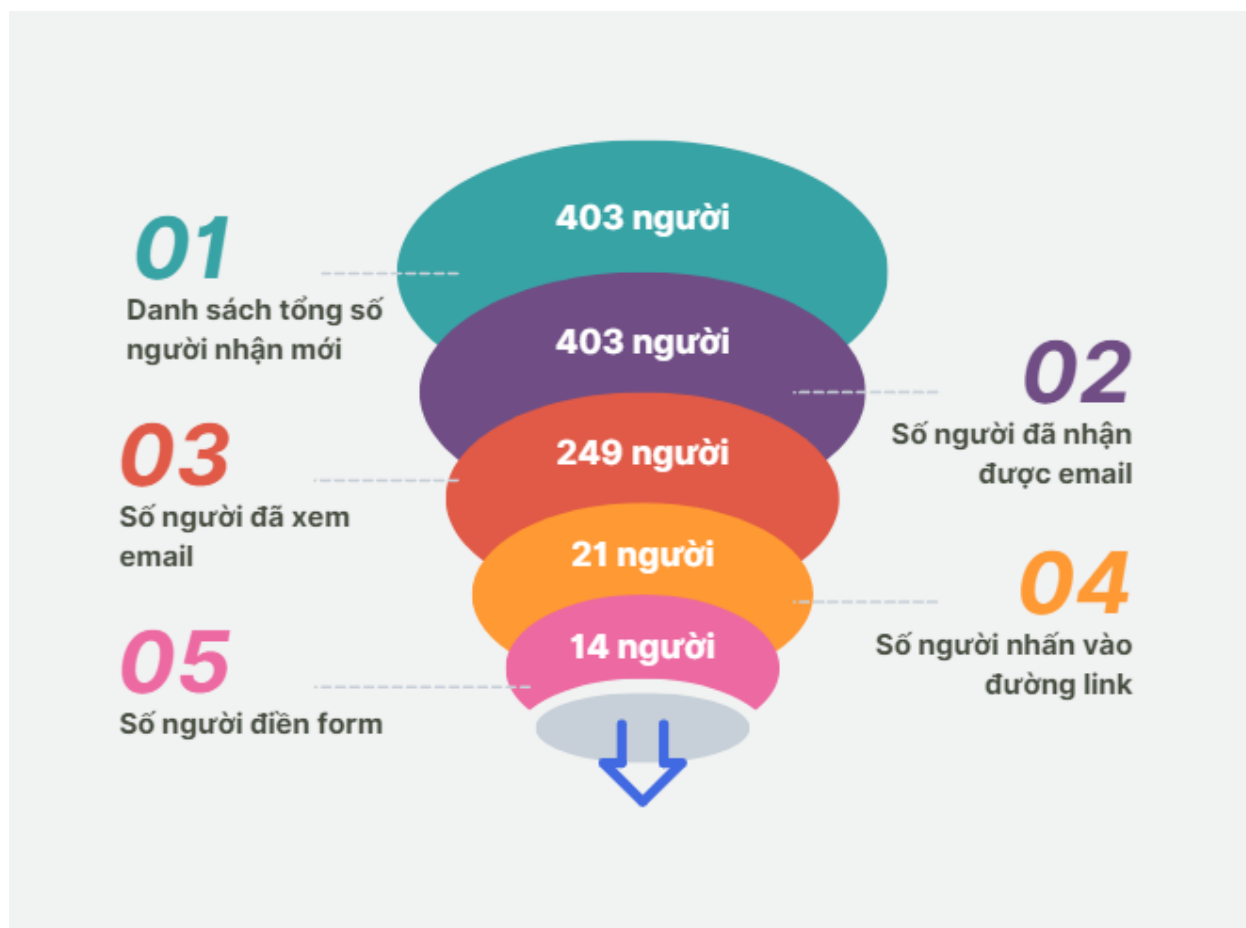
a. Giải thích pipeline



Pipeline cho chiến dịch được nhóm sử dụng

1. New Recipients (Người nhận mới): Những người mà nhóm chưa từng gửi email trước đây
2. Email Received (Người đã nhận được email): Email giới thiệu sự kiện đã được gửi thành công
3. Seen Email (đã xem email): Người nhận đã xem email (được theo dõi bằng Streak)
4. Clicked Link (nhấn vào đường link): Người nhận đã xem email và click vào đường link chuyển qua fanpage của dự án được đính kèm trong email cũng như đường link điền form tham gia sự kiện
5. Registered (đăng ký sự kiện): Người nhận đã điền form để đăng kí tham gia sự kiện.

b. Kết quả gửi mail



Nhóm đã thất bại ở lần đầu tiên gửi email khi thực hiện gửi cùng lúc 400 mail. Rút kinh nghiệm ở lần gửi đầu tiên, lần gửi thứ hai nhóm thực hiện chia nhỏ các mail thành 6 phần gửi trong 3 ngày: Ngày đầu tiên nhóm gửi 100 email chia đều cho 2 lần gửi, ngày tiếp theo nhóm gửi tiếp tục gửi 100 email chia đều cho 2 lần gửi. Trong ngày cuối cùng, nhóm gửi 200 email, lần đầu gửi 50 email và lần sau gửi 150 email. Cùng với việc viết lại nội dung email để tránh bị thuật toán của Google đánh dấu là mail spam, ta có thể thấy nhóm đã gửi thành công 100% số email đến hòm thư của người nhận. Đây là tỷ lệ vô cùng cao so với lần đầu tiên khi chỉ gửi được 2 email.

0 New Recipients		164 Email Received		218 Seen Email		7 Clicked Link		14 Registered	
▼	<input type="checkbox"/>	Name	▼	Stage	▼	Contacts and organizations	▼	↕ Date of Last Email	↕ Total Tracked
▼	<input type="checkbox"/>	Email Received +							
	<input type="checkbox"/>	Nguyễn		Email Received		N nguyenvo.31211027655@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Email Received		N ngocnguyen.31211027972@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Email Received		N ngocpham.31181021052@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Email Received		N ngochoang.31211023813@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Email Received		N ngocle.31211022130@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Email Received		N ngocdo.31211027493@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Email Received		N ngocnguyen.31211026416@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Email Received		N ngocle.31211025238@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Email Received		N ngocnguyen.31211027297@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Email Received		N ngoctran.31211027306@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Email Received		N ngocpham.31211027305@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Email Received		N ngocdao.31211026561@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Nghi		Email Received		N nghiham.31211027491@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Nghi		Email Received		N nghitruong.31211022129@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0

Danh sách những người đã nhận được email

Sau 3 ngày theo dõi email, Streak thống kê được có 229 người đã bấm vào email để xem (chiếm 56,8% so với tổng số email đăng ký được gửi thành công). Trong đó, có 21 người đã nhấp vào form đăng ký sự kiện (chiếm 9% so với tổng số người đã xem email).

0 New Recipients		164 Email Received		218 Seen Email		7 Clicked Link		14 Registered	
▼	<input type="checkbox"/>	Name	▼	Stage	▼	Contacts and organizations	▼	↕ Date of Last Email	↕ Total Tracked
▼	<input type="checkbox"/>	Seen Email +							
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Seen Email		N ngocdo.31211024201@st.ueh.edu.vn		Dec 16	2
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Seen Email		N ngocnguyen.31211026536@st.ueh.edu.vn		Dec 16	0
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Seen Email		N ngocnguyen.31211021216@st.ueh.edu.vn		Dec 16	1
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Seen Email		N ngochuynh.31211024092@st.ueh.edu.vn		Dec 16	2
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Seen Email		N ngocphan.31211027495@st.ueh.edu.vn		Dec 16	3
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Seen Email		N ngocle.31211027293@st.ueh.edu.vn		Dec 16	2
	<input type="checkbox"/>	Ngọc		Seen Email		N ngocpham.31211025769@st.ueh.edu.vn		Dec 16	1
	<input type="checkbox"/>	Nghi		Seen Email		N nghinguyen.31211024969@st.ueh.edu.vn		Dec 16	1
	<input type="checkbox"/>	Nghi		Seen Email		N nghitran.31211022128@st.ueh.edu.vn		Dec 16	1
	<input type="checkbox"/>	Nghi		Seen Email		N nghido.31211025512@st.ueh.edu.vn		Dec 16	1
	<input type="checkbox"/>	Ngân		Seen Email		N ngannguyen.31211025060@st.ueh.edu.vn		Dec 16	1
	<input type="checkbox"/>	Ngân		Seen Email		N ngannguyen.31211024227@st.ueh.edu.vn		Dec 16	1
	<input type="checkbox"/>	Ngân		Seen Email		N nganvo.31211024157@st.ueh.edu.vn		Dec 16	2
	<input type="checkbox"/>	Ngân		Seen Email		N ngannguyen.31211027853@st.ueh.edu.vn		Dec 16	2

Danh sách người đã xem mail

0

New Recipients

164

Email Received

218

Seen Email

7

Clicked Link

14

Registered

<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Name	Stage	Contacts and organizations	Date of Last Email	Total Tracked
<div><div></div></div>		Clicked Link +				
<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Hoàng	Clicked Link	<div>H</div> huongtran.31211026424@st.ueh.edu.vn	Dec 18	2
<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Hoàng	Clicked Link	<div>H</div> hoangnguyen.31211027640@st.ueh.edu.vn	Dec 18	2
<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Hiền	Clicked Link	<div>H</div> hiennnguyen.31211025751@st.ueh.edu.vn	Dec 18	2
<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Hiền	Clicked Link	<div>H</div> hiennnguyen.31211021127@st.ueh.edu.vn	Dec 18	1
<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Hằng	Clicked Link	<div>H</div> hangphan.31211021125@st.ueh.edu.vn	Dec 18	2
<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Chí	Clicked Link	<div>C</div> chile.31211021220@st.ueh.edu.vn	Dec 19	2
<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Bình	Clicked Link	<div>B</div> binhnguyen.31211021118@st.ueh.edu.vn	Dec 19	2

Danh sách người đã nhấn vào đường link

0		164		218		7		14	
New Recipients		Email Received		Seen Email		Clicked Link		Registered	
▼	<input type="checkbox"/>	Name	▼	Stage	▼	Contacts and organizations	▼	📅 Date of Last Email	📊 Total Tracked
▼	<input type="checkbox"/>	Registered +							
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	King	➡ Registered	K	kingnguyen.algo@gmail.com	Dec 16	2		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ngọc	➡ Registered	N	ngoctruong.31211027976@st.ueh.edu.vn	Dec 16	1		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ngọc	➡ Registered	N	ngocha.31211023761@st.ueh.edu.vn	Dec 16	2		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Nghi	➡ Registered	N	nghinguyen.31211027492@st.ueh.edu.vn	Dec 16	2		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Nam	➡ Registered	N	namtran.31211027651@st.ueh.edu.vn	Dec 17	2		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mỹ	➡ Registered	M	myduong.31211026750@st.ueh.edu.vn	Dec 17	2		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Minh	➡ Registered	M	minhpham.31211027480@st.ueh.edu.vn	Dec 17	4		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mai	➡ Registered	M	maila.31211021141@st.ueh.edu.vn	Dec 17	2		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mai	➡ Registered	M	maitruong.31211026726@st.ueh.edu.vn	Dec 17	4		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Lộc	➡ Registered	L	loctruong.31211022116@st.ueh.edu.vn	Dec 17	2		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Linh	➡ Registered	L	linhnguyen.31211023523@st.ueh.edu.vn	Dec 17	2		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	King	➡ Registered	K	kingnguyen.31211023531@st.ueh.edu.vn	Dec 17	5		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Jung	➡ Registered	J	jungpark.31211020663@st.ueh.edu.vn	Dec 18	2		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Huyền	➡ Registered	H	huyennguyen.31211027214@st.ueh.edu.vn	Dec 18	3		

Danh sách người đã đăng ký sự kiện

Ngoài ra, dự án cũng chọn khung giờ để gửi mail sự kiện là 10 giờ sáng và 2h trưa ngày 13/12 đến 15/12 là các ngày trong tuần, vì đây là khung giờ vàng - khung giờ làm việc, học tập của sinh viên - đối tượng mà dự án đang nhắm đến nên có thể tiếp cận một cách dễ dàng hơn.

V. KẾT QUẢ TRUYỀN THÔNG CHO FANPAGE

Sự kiện mà nhóm đặt ra trên fanpage đã thu hút thành công 30 lượt quan tâm từ các lượt tiếp cận từ bên ngoài.

Cụ thể sự kiện đã thu hút được sự quan tâm của 30 khách hàng. Trong đó, số lượng người đồng ý tham gia sự kiện là 4 người và số lượng người quan tâm là 26 người, sự kiện còn nhận được thêm 6 lượt chia sẻ từ những lượt tiếp cận mới.

Trong thời gian diễn ra chiến dịch, nhóm quan sát được lượng người truy cập vào trang Facebook của cửa hàng tăng mạnh trong giai đoạn triển khai chiến dịch chủ yếu đến từ lượt truy cập từ link trong form đăng ký và tìm kiếm chủ động từ khách hàng trên Facebook. Điều này cho thấy hiệu quả của chiến dịch Mail Marketing giúp cho sự kiện được nhận được một sự quan tâm đáng kể từ những khách hàng được gửi mail quảng cáo.

Sẽ tham gia (4)

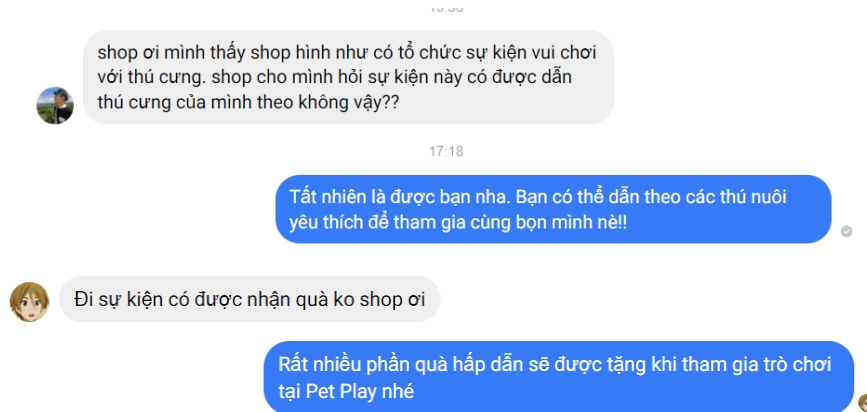
Quan tâm (26)

Đã mời (6)

Lượt người quan tâm và tham gia thông qua fanpage



Ngoài ra cửa hàng còn nhận được những câu hỏi về sự kiện qua gmail và kênh inbox trực tiếp của fanpage về sự kiện. Điều này cho thấy mục tiêu đạt được sự quan tâm của những khách hàng mới đã đạt được



VI. KẾT LUẬN

1. Hiệu quả của chiến dịch

Tỷ lệ 229 người nhấn vào trong tổng số 400 email gửi đi là một kết quả tích cực, và nó đồng nghĩa với một tỷ lệ nhấn vào liên kết là vào khoảng 57%, đồng nghĩa với việc hơn một nửa số người nhận email đã quan tâm đến nội dung và nhấn vào liên kết. CTR cao như vậy thường cho thấy chiến dịch đang chứng minh được hiệu quả trong việc kích thích sự quan tâm và tương tác từ đối tượng mục tiêu.

Tỷ lệ CTR cao đặt ra một số lý do quan trọng về tại sao chiến dịch email marketing cho sự kiện Pet Play lại đạt được hiệu suất tích cực như vậy:

- Đối tượng được xác định rõ ràng: Có thể đây là kết quả của việc có một danh sách email chính xác và đúng đối tượng mục tiêu. Nếu danh sách được xây dựng dựa trên những người thực sự có quan tâm và yêu thú cưng, khả năng tương tác sẽ cao hơn.
- Tiêu đề hấp dẫn, hút khách: Title mail sáng tạo của nhóm có thể tạo ra sự tò mò và mong đợi từ đối tượng, thúc đẩy họ mở email và thậm chí nhấn vào liên kết.
- Gửi mail vào thời điểm phù hợp: Việc gửi email vào thời điểm phù hợp có thể ảnh hưởng đến việc đối tượng mở và tương tác với nó. Nếu chiến dịch được triển khai

vào thời điểm đối tượng thường xuyên kiểm tra email, khả năng tương tác sẽ tăng cao.

Tất cả những yếu tố này có thể tương tác và kết hợp để tạo ra một chiến dịch email marketing hiệu quả và tạo sự tương tác tích cực từ đối tượng mục tiêu.

Fanpage của nhóm đang trở thành một không gian sôi động và năng động, phản ánh rõ sự quan tâm và tương tác tích cực từ cộng đồng. Những hoạt động đặc biệt của sự kiện đang tạo ra làn sóng tích cực trên trang, thể hiện bằng sự tăng đáng kể trong lượng người truy cập. Số lượng khách hàng quan tâm và đồng ý tham gia đang tăng lên, với 30 khách hàng đã thể hiện sự chú ý, trong đó có 4 người đã xác nhận sẽ tham gia sự kiện.

Ngoài ra, sự kiện đang nhận được sự lan tỏa thông qua 6 lượt chia sẻ từ những người tiếp cận mới. Hành động chia sẻ này là dấu hiệu rõ ràng về sự hào hứng và sự hỗ trợ từ cộng đồng. Sự lan tỏa này không chỉ giúp tăng cường sự nhận thức về sự kiện mà còn mở rộng sự tham gia và quan tâm từ đối tượng mục tiêu.

Không chỉ giới hạn trong không gian trực tuyến, sự kiện cũng đã thu hút sự quan tâm và tương tác qua email và các kênh inbox trực tiếp của fanpage. Việc nhận được câu hỏi và góp ý qua các kênh này là một cơ hội tốt để tương tác với khách hàng, cung cấp thông tin chi tiết và tạo mối liên kết sâu sắc với cộng đồng.

Tóm lại, fanpage đang trở thành trung tâm của sự kiện, nơi thể hiện sự hứng khởi và sự tham gia tích cực từ phía cộng đồng, đồng thời là nơi tạo cơ hội cho sự kết nối và tương tác giữa nhóm tổ chức và khách hàng.

2. Hiệu quả của việc áp dụng Email Marketing cho chiến dịch

Để đánh giá hiệu quả của chiến dịch email marketing, chúng ta có thể sử dụng một số chỉ số quan trọng. Trong trường hợp này, tỷ lệ nhấn vào liên kết (click-through rate - CTR) là một chỉ số quan trọng. CTR được tính bằng cách chia số lượng người nhấn vào liên kết cho tổng số email gửi đi, sau đó nhân 100 để có phần trăm. Và ở đây, với 14/400

(tức là khoảng 3.5%) người dùng bấm vào link. Tỷ lệ 3.5% người nhấn vào liên kết trong chiến dịch email marketing là một dấu hiệu tích cực và có ý nghĩa quan trọng đối với sự thành công của chiến dịch. Điều này có thể được giải thích bằng một số lý do quan trọng, thể hiện sự quan tâm và tương tác tích cực từ phía đối tượng mục tiêu:

- **Sự quan tâm tới nội dung:** Tỷ lệ 3.5% cho thấy một phần lớn đối tượng mục tiêu quan tâm đến nội dung được gửi qua email. Có thể họ đã tìm thấy thông điệp, hình ảnh hoặc mô tả về sự kiện đặc sắc và thú vị.
- **Tương tác tích cực:** Việc 3.5% người nhấn vào liên kết là một biểu hiện của sự tương tác tích cực. Đối tượng không chỉ đọc email mà còn tìm hiểu thêm về sự kiện, có khả năng muốn tham gia hoặc biết thêm chi tiết. Điều này cho thấy email marketing của nhóm đã tạo ra được sự tò mò đối với những đối tượng có khả năng là khách hàng tương lai.
- **Hiệu quả trong thiết kế và giao diện:** Tỷ lệ này cũng có thể phản ánh hiệu quả của thiết kế và giao diện email. Nếu email được thiết kế một cách hấp dẫn và dễ đọc, người đọc có thể dễ dàng nhận thức và hiểu thông điệp.
- **Tiềm năng chuyển đổi:** Người nhấn vào liên kết có thể là những người có tiềm năng chuyển đổi cao, từ việc tham gia sự kiện cho đến việc thực hiện một hành động mua hàng. Đây là cơ hội để chuyển đổi đối tượng thành khách hàng thực sự. Nhóm tiềm năng chuyển đổi là một nhóm quan trọng bởi vì việc tính tới tiềm năng chuyển đổi của những người nhấn vào liên kết trong chiến dịch email marketing là một khía cạnh quan trọng, và việc áp dụng các thuật toán machine learning có thể tối ưu hóa hiệu suất của chiến dịch. Bằng cách sử dụng dữ liệu từ những người đã tương tác, có thể xây dựng mô hình để dự đoán và nhắm mục tiêu các đối tượng có khả năng chuyển đổi cao hơn (các đối tượng mới này là các đối tượng có một tương đồng cao đối với nhóm khách hàng đã được lưu trữ trong cơ sở dữ liệu của cửa hàng).

Tóm lại mà nói, một tỷ lệ 3.5% người nhấn vào liên kết là một kết quả khả quan và nó có ý nghĩa sâu sắc về mức độ tương tác và quan tâm từ phía đối tượng mục tiêu đối với sự kiện được quảng bá.

3. Hướng phát triển

Như đã đề cập ở trên về hiệu quả của chiến dịch, ta thấy rằng năm nay chiến dịch đang làm khá tốt. Trong những năm tiếp theo, việc áp dụng email marketing để quảng bá cho sự kiện Pet Play hứa hẹn sẽ trở thành một phần quan trọng trong chiến lược tiếp thị và phát triển của sự kiện. Dưới đây là một số hướng phát triển và chiến lược mà chiến dịch email marketing có thể tận dụng để đạt được hiệu quả tối đa:

- **Tạo nội dung nổi bật:** Phát triển nội dung email hấp dẫn và sáng tạo để thu hút sự chú ý của đối tượng mục tiêu. Bao gồm thông tin chi tiết về sự kiện, ưu đãi đặc biệt, và các hoạt động đặc sắc.
- **Tăng cường tương tác:** Kích thích tương tác từ đối tượng bằng cách sử dụng các CTA (Call-to-Action) mục tiêu như đăng ký, chia sẻ, và thậm chí việc đặt vé trực tuyến. Hãy tạo các chiến dịch nhắc nhở và khuyến khích sự tham gia tích cực.
- **Gom cụm khách hàng:** Sử dụng dữ liệu thu thập được từ chiến dịch trước để phân loại và gom cụm khách hàng tiềm năng. Gửi các thông điệp tùy chỉnh và điều chỉnh chiến lược gửi email để phản ánh nhu cầu cụ thể của từng nhóm khách hàng đã được gom cụm đó.
- **Sử dụng thêm các phương tiện truyền thông khác:** Tối ưu hóa chiến dịch email bằng cách tích hợp với các kênh truyền thông khác như mạng xã hội, blog, và quảng cáo trực tuyến để tạo ra một chiến lược đa chiều và hiệu quả.
- **Theo dõi và đo lường hiệu suất:** Sử dụng công cụ theo dõi và đo lường hiệu suất để đánh giá kết quả của chiến dịch. Điều này giúp xác định những điểm mạnh và điểm yếu, từ đó điều chỉnh chiến lược tiếp theo. Các công cụ đó có thể như là Streak hoặc một vài công cụ có tích hợp thêm AI khác để dễ theo dõi.

- Xây dựng cộng đồng trực tuyến: Sử dụng email để kêu gọi đối tượng tham gia vào cộng đồng trực tuyến của sự kiện. Tạo ra các diễn đàn, nhóm trò chuyện, và cơ hội chia sẻ hình ảnh để tăng cường sự tương tác và tạo cảm giác tham gia tích cực. Nhiều minh chứng đã cho thấy việc tạo dựng một cộng đồng đóng vai trò quan trọng trong việc quảng bá thương hiệu của chính doanh nghiệp tổ chức ngày hội đó.
- Tận dụng công nghệ mới: Theo dõi và áp dụng các xu hướng công nghệ mới trong lĩnh vực email marketing như tự động hóa, personalization, và machine learning để tối ưu hóa hiệu suất. Hoặc thay vì sử dụng các công nghệ cũ thì ta có thể áp dụng với các app khác như đề cập ở trên
- Đa dạng nội dung hơn: Kết hợp nội dung đa dạng trong các email như video, hình ảnh, và câu chuyện để tạo ra một trải nghiệm độc đáo và thú vị.