Xúc tiến: Truyền thông Web thích hợp

# Giới thiệu

Truyền thông là tâm điểm của marketing.

Ngày xưa, các công ty có những chiến lược truyền thông dựa trên các phương tiện truyền thông như: in ấn, radio, truyền hình…

Ngày nay, các công ti nhận ra Internet là một phương tiện truyền thông đa năng để tưởng tác với nhiều bên liên quan.

* Internet không chỉ là Web, nó còn là 1 loạt các công nghệ có thể kết hợp kết hợp với nhau để tạo ra các chiến lược hiệu quả

Và khi các tổ chức dùng Internet để truyền thông thì họ cần 1 hệ thống, cần chiến lược để khai thác các công cụ, các công nghệ trên Internet. Intergrated Internet Marketing (Marketing tích hợp Internet ) – I2M

là cách tiếp cận có cấu trúc để kết hợp chiến lược hợp lực khai thác 1 loại các công nghệ Internet (văn bản, âm thanh, video, các link) để đạt được mục tiêu marketing

Chương này minh họa mô hình I2M bằng nhiều ví dụ về cách các công ty đang sử dụng Internet để tiếp cận thị trường 1 cách thông minh

# Công nghệ Internet hỗ trợ Marketing

Để hiểu được tiềm năng của marketing trên Internet, ta cần có kiến thức về nhiều công cụ Internet khác nhau. Và để thuận tiện thì các công cụ này được nhóm lại với nhau bởi các tính năng chung

## Văn bản không đồng bộ

Email được sử dụng để giao tiếp 1-1, 1-n

1 bản tin có thể xử lý hình thức giao tiếp 1-n và n-n

Ví dụ: các website bán hàng thì có các mục hỗ trợ khách hành nhằm để trao đổi ý kiến giữa các khách hàng và nhân viên.

## Văn bản đồng bộ

Chat cho phép nhiều người tham gia vào cuộc trao đổi, thảo luận bằng văn bản theo thời gian thực.

Một phiên chat được tiến hành trên một kênh và những người kết nối kênh đó sẽ nhận được tất cả tin nhắn của người khác gửi đi

Ví dụ: các group chat ở facebook là ví dụ tiêu biểu ở trường hợp này.

## Truyền file

File Protocol Transfer (Giao thức truyền file/tập tin) – FPT cho phép trao đổi các file trên Internet.

Thường được dùng để trao đổi tập tin qua mạng lưới truyền thông dùng giao thức TCP/IP giữa máy server và máy client.

Ví dụ: việc trao đổi file giữa cụm các máy trong công ty/phòng ban với nhau thường dùng cách truyền này.

## Telnet

Telnet cho phép người dùng được ủy quyền có thể kết nối và chạy các chương trình trên máy tính khác

Hệ thống Thông tin của Thư viện quốc hội (LOCIS) có thể truy cập qua Telnet.

## Âm thanh

Các file âm thanh được tải xuống để phát hoặc phát trực tiếp (còn gọi là streaming âm thanh).

ABC sử dụng RealAudio của Progressive Network để cung cấp bản tin.

## Video

Các file video, giống như âm thanh, có thể tải về để phát hoặc phát trực tiếp (còn gọi là streaming video).

PBS sử dụng công nghệ VDOnet Corp. để phát các đoạn mẫu của chương trình.

## Trạm tin tức

Một trạm tin tức điện tử cung cấp thông tin giá cổ phiếu, kết quả thể thao, tin tức, thời tiết và các mục khác.

Các công ty đang sử dụng Pointcast để cung cấp tin tức nội bộ cho nhân viên.

## Công cụ tìm kiếm

Công cụ tìm kiếm hỗ trợ việc tìm kiếm thông tin trên Web.

Các công cụ tìm kiếm đơn giản chỉ tìm kiếm các trang Web. Trong khi các công cụ tìm kiếm tiên tiến hơn có thể định vị thông tin dựa trên thuộc tính được xác định trước.

(ví dụ: đời máy Y rẻ nhất của nhãn hiệu máy ảnh X).

Ví dụ: Google là 1 công cụ tìm kiếm phổ biến nhất trên thế giới

## Thực tế ảo

Là một trải nghiệm mô phỏng có thể khác hoặc giống hoàn toàn với thế giới thực

Người dùng có thể nhìn quanh 1 địa điểm, vật… 360 độ đầy đủ, cũng như phóng to hoặc thu nhỏ nó.

Ví dụ: Kính thực tế ảo là 1 sản phẩm giúp ta trải nghiệm được thực tế ảo

# Web là một công nghệ tích hợp

## Marketing tích hợp trên Internet

I2M là sự phối hợp của các phương tiện Internet để tiếp thị các sản phẩm và dịch vụ, hình thành quan điểm của các bên liên quan, thiết lập hoặc duy trì hình ảnh công ty.

Ý tưởng trung tâm của I2M là một tổ chức nên phối hợp việc sử dụng Internet để phát triển một chiến lược marketing thống nhất và đồng bộ.

## Ma trận I2M

Được sử dụng để tìm kiếm một cách có hệ thống các cơ hội sử dụng Internet để hỗ trợ các chiến lược marketing.

Mỗi ô của ma trận là đầu mối để động não.

Một phiên bản tương tác của ma trận có thể sử dụng để kích thích tư duy, làm rõ việc các tổ chức sử dụng 1 ô cụ thể như nào.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Văn bản không đồng bộ | **Văn bản đồng bộ** | Truyền file | Telnet | Trạm tin tức | Công cụ tìm kiếm | Thực tế ảo |
| Bầu khí quyển |  |  |  |  |  |  |  |
| Các nhân viên |  |  |  |  |  |  |  |
| Rác rưởi |  |  |  |  |  |  |  |
| Các tin tức |  |  |  |  |  |  |  |
| Các dấu hiệu |  |  |  |  |  |  |  |
| Các trải nghiệm cá nhân |  |  |  |  |  |  |  |
| Quảng cáo |  |  |  |  |  |  |  |
| Truyền miệng |  |  |  |  |  |  |  |
| Quan hệ công chúng |  |  |  |  |  |  |  |
| Các sản phẩm và dịch vụ |  |  |  |  |  |  |  |
| Văn hóa đại chúng |  |  |  |  |  |  |  |

Do đó, nhấp vào ô ở giao điểm của dòng quảng cáo và cột Văn bản không đồng bộ sẽ chuyển sang một trang chứa các liên kết đến các tổ chức sử dụng văn bản không đồng bộ (ví dụ như bảng thông báo) để quảng cáo.

Dưới đây là các ví dụ sử dụng công cụ Web ở I2M

## Các ví dụ sử dụng công nghệ Web ở I2M

### Các tin tức

Thông qua Web để đăng tải các thông báo nhằm giúp cho khách hàng tránh nhận những thông điệp, thông báo bị méo mó, sai lệch nội dung như trường hợp dựa vào các phương tiện truyền thông và quảng cáo để truyền tải.

### Quảng cáo

Thông qua các siêu liên kết có trên các trang Web người dùng có thể tới các Web khác bằng cách nhấp chuột vào nó.

Một nhà quảng cáo có thể đặt dấu hiệu hoặc biểu tượng tại những điểm thích hợp trên các trang Web để người dùng có thể tới trang Web của nhà quảng cáo

Các siêu liên kết này có giá trị cao khi ở những trang Web có nhiều người tiêu dùng tiềm năng đọc và nó sẽ có giá thuê cao để được xuất hiện ở những Web này

### Các nhân viên

Email và diễn đàn là phương pháp giao tiếp hiệu quả để giao tiếp với các nhân viên đặc biệt là các công ty quốc tế có sự phân tán cao.

Vì các thay đổi chính sách có thể phát tán tức thì và k tốn kém, các tổ chức sẽ có sự nhất quán trong việc liên lạc với nhân viên và các bên liên đới khác. Ngoài ra các bản có thể truy cập lại được

Việc sử dụng e-mail và Web giúp truyền thông nội bộ thống nhất, là một điều kiện tiên quyết cần thiết cho việc liên lạc nhất quán ra bên ngoài, với khách hàng, nhà cung cấp, cổ đông và các bên khác.

Một nhân viên nắm tốt thông tin của tổ chức sẽ cảm thấy gắn kết nhiều hơn với tổ chức và có thể làm việc hiệu quả hơn.

### Rác Internet

Trên Internet, một quảng cáo đến cùng với e-mail có thể bị một số độc giả coi là ô nhiễm điện tử gây xúc phạm cao. Gửi e-mail rác, còn được gọi là spam, đã làm dấy lên cơn thịnh nộ của nhiều người sử dụng Internet

Ngoài ra thứ gây khó chịu cho một số người lướt Web là những hình ảnh không phù hợp hoặc to quá kích cỡ. Đây có thể hiểu là ô nhiễm thời gian - gây lãng phí thời gian và băng thông để tải chúng

* ***Các tổ chức cần đảm bảo rằng các thông tin trên Internet của họ không gây xúc phạm hoặc lãng phí thời gian của khách truy cập.***

Web dễ dàng tạo cho người dùng không hài lòng chê bai công ty và sản phẩm, điều này buộc các doanh nghiệp phải giám sát các web như vậy nhằm ngăn chặn những điều quá tiêu cực

### Các dấu hiệu nhận diện thương hiệu

Hầu hết các tổ chức hiển thị logo và các dấu hiệu nhận dạng tổ chức khác lên các bao bì, văn phòng và các điểm tiếp xúc khách hàng của mình

Ở Web, logo công ty thường xuyên được củng cố về mặt thị giác bằng cách đặt nó trên mỗi trang.

### Trải nghiệm cá nhân

Khách hàng thường có tâm lý thích thử sản phẩm trước khi mua và một số nhà cung cấp phần mềm khai thác ý thích này.

Chẳng hạn gg drive sẽ cho trước dùng 15GB free và các tính năng cơ bản, và muốn nâng cấp dung lượng lưu trữ đồng thời với các tính năng nâng cao ta cần phải trả phí để mua các gói

Những ví dụ này củng cố khái niệm lấy mẫu – công việc trước đây rất khó khăn đối với các dịch vụ và các sản phẩm ít hữu hình hơn.

### Truyền miệng

Tán chuyện giờ đây được bổ sung bằng e-mail, diễn đàn, chat…

Tác động của các phương tiện truyền thông điện tử có thể được nhận ra thông qua làn sóng bất mãn. Tin xấu lan truyền rất nhanh trên mạng Internet

Các công ty cần theo dõi các diễn đàn thảo luận về sản phẩm của mình và của các đối thủ cạnh tranh. Nhờ đó họ có thể nhanh chóng phát hiện các vấn đề đang nổi lên và trả lời những ý kiến không chính xác.

Tuy nhiên độ sác thực của nó thì không quá là chính xác.

### Quan hệ công chúng

Web có thể là một công cụ quan hệ công chúng hiệu quả. Ưu thế là một công ty có thể truyền tải ngay lập tức thông điệp của mình cho các bên liên quan mà không phải dựa vào các đơn vị trung gian như báo chí và truyền hình để phát tán thông điệp.

### Các sản phẩm và dịch vụ

Hiện nay thì các doanh nghiệp sử dụng Internet để cung cấp sản phẩm và dịch vụ như bán phần mềm trực tuyến và cung cấp các dịch vụ thông qua trang Web của họ

Các công ty máy tính cố gắng giải quyết các vấn đề về phần cứng và phần mềm cho rất nhiều khách hàng. Đây là một vấn đề có thể dễ dàng vượt ra ngoài tầm kiểm soát. Một cách tiếp cận là để cho khách hàng giải quyết các vấn đề lẫn nhau

Do đó, nhiệm vụ thực sự là đảm bảo rằng khách hàng nếu gặp vấn đề có thể tìm thấy khách hàng khác có giải pháp

### Văn hóa đại chúng

Các công ty đã phát hiện ra rằng văn hoá đại chúng (bao gồm phim, bài hát, và biểu diễn trực tiếp) có thể được sử dụng để quảng cáo hàng hoá của mình.

Khi Internet phát triển, rõ ràng các sản phẩm được gán nhãn và quảng cáo đang xuất hiện trong các trò chơi mạng ảo