

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH TRƯỜNG
ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN KHOA HỆ THỐNG
THÔNG TIN**



Tác giả

HỌ VÀ TÊN	MSSV
VÕ NHẬT BẢO	17520277
NGUYỄN THỊ THỰC TRINH(Nhóm Trưởng)	17521164
NGUYỄN HOÀNG VŨ	17521273

DIGITAL MARKETING

Môn: Thương Mại Điện Tử

Giảng viên hướng dẫn: Văn Đức Sơn Hà

Hoạt động 1:

Marketing (tiếp thị) là tất cả những công việc cần thực hiện để thu hút khách hàng đến với thương hiệu và duy trì mối quan hệ với họ.

Từ việc tạo ra các thông điệp quảng cáo có thể kết nối với khách hàng tiềm năng, cho đến việc chọn lựa các kênh truyền thông phù hợp để phân phối nội dung và khiến khách hàng nhớ đến thương hiệu, ... tất cả đều được bộ phận marketing đảm nhiệm. Cho dù bạn đang sở hữu 1 công ty có quy mô lớn hay nhỏ, kinh doanh trong nước hay đã mở rộng thị trường trên toàn cầu, tất cả chúng ta đều đang cạnh tranh trên cùng một thị trường.

Điều làm ta khác biệt trong mắt khách hàng và vượt xa đối thủ của mình chính là nhờ vào marketing.

Thông qua việc nghiên cứu, tìm hiểu thông tin khách hàng, hiểu được tâm lý, nhu cầu và mong muốn của khách hàng muốn gì và cần gì để từ đó đưa ra các sản phẩm phù hợp với khách hàng. Dem các sản phẩm, dịch vụ đến tay người những người đang có nhu cầu và định giá sản phẩm một cách hợp lí sao cho phù hợp với mong muốn khách hàng và đem lại lợi nhuận tối đa cho công ty nhất. Bộ phận marketing đã góp phần mang đến và đảm bảo nguồn lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Hoạt động 2:

Digital marketing không phải là một cách tiếp thị hoàn toàn mới mà digital marketing cũng chỉ một 1 dạng marketing truyền thống được nâng cấp bằng các công cụ truyền thông mới, thị trường mới không bị ngăn cách bởi biên giới quốc gia vùng lãnh thổ, có thể dễ dàng tiếp cận và phản hồi nhanh chóng hiệu quả hơn, ngân sách ít và dễ dàng trong việc lưu trữ thông tin khách hàng, nghiên cứu thị trường. Nhưng chung quy lại dù là Digital Marketing hay Marketing truyền thống thì mục tiêu hướng đến là nhằm thoả mãn nhu cầu khách hàng, thu hút khách hàng tiềm năng và củng cố lòng tin đối với khách hàng trung thành

Đặc điểm khác biệt:

Đặc điểm	Marketing truyền thống	Digital Marketing
Phương thức	Chủ yếu sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng	Sử dụng Internet và trên các thiết bị số hóa, không phụ thuộc vào các hãng truyền thông.
Không gian	Bị giới hạn bởi biên giới quốc gia và vùng lãnh thổ.	Không bị giới hạn bởi biên giới quốc gia và vùng lãnh thổ.
Thời gian	Bị giới hạn bởi biên giới quốc gia và vùng lãnh thổ.	Mọi lúc mọi nơi, phản ứng nhanh, cập nhật thông tin sau vài phút.
Phản hồi	Mất một thời gian dài để khách hàng tiếp cận thông tin và phản hồi	Khách hàng tiếp nhận thông tin và phản hồi ngay lập tức.
Khách hàng	Không chọn được một nhóm đối tượng cụ thể.	Có thể chọn được đối tượng cụ thể, tiếp cận trực tiếp với khách hàng.
Chi phí	Chi phí cao, ngân sách quảng cáo lớn, được ấn định dùng một lần.	Chi phí thấp, với ngân sách nhỏ vẫn thực hiện được và có thể kiểm soát được chi phí quảng cáo (Google Adwords).
Lưu trữ thông tin	Rất khó lưu trữ khách hàng	Lưu trữ thông tin khách hàng dễ dàng, nhanh chóng, sau đó gửi thông tin, liên hệ trực tiếp tới đối tượng khách hàng.