**Phần 2. Lập kế hoạch Internet Marketing**

**1. Phân tích**

**STRENGTHS**

- Toyota Việt Nam chuyên phân phối các sản phẩm xe du lịch, xe hơi mới 100% được lắp ráp trên dây truyền công nghệ hiện đại đạt tiêu chuẩn toàn cầu được đặt tại nhà máy nhà máy ô tô Toyota Việt Nam.

- Thiết kế năng động, trẻ trung, đi kèm là danh sách trang bị tiện nghi khá hậu hĩnh trong tầm giá.

- Toàn thể đội ngũ công nhân viên đoàn kết nhiệt tình với công việc

**WEAKNESSES**

- Kế hoạch marketing đến khách hàng tiềm năng còn kém

- MKT còn kém, chưa có nhiều phương pháp thu hút tạo với khách hàng

- Nhân lực còn trẻ và chưa có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doang.

- Nhân viên chưa có nhiều kinh nghiệm trong việc tư vấn và hồi đáp khách hàng.

- cạnh tranh cao với các hãng xe khác như Honda, BMW, Kia, ford….

**OPPORTUNITIES**

- Có thương hiệu uy tín trên thị trường

- Nhu cầu sử dụng ô tô của người dân càng ngày càng lớn.

- Là một thị trường tiềm năng và có sự tang trưởng mạnh.

**THERATS**

- Xe nhập khẩu tràn về nhiều, ngày càng gây khó khăn cho sản xuất.

- Quy mô thị trường nhỏ bé, nên không hấp dẫn các nhà đầu tư.

- Thị trường cạch trang cao khi có nhiều hãng ô tô mới.

- Việc tìm mua nguyên vật liệu tại chỗ không dễ dàng. Thừa nhận toàn bộ nguyên vật liệu phải nhập khẩu. Trong nước cũng có nhà cung cấp, nhưng giá cao hơn.

**2.Xác định bên hữu quan**

- Khách hàng tiềm năng:

+Gia đình có 4 thành viên trở lên.

+ người đủ từ 18 tuổi trở lên có nhu cầu muốn sử dụng xe oto

+người có nhu cầu muốn sử dụng oto đi lam tại hà nội

+Khách hàng có thu nhập 20% trên cả nước.

+Người có nhu cầu kinh doanh vận tải hành khách.

- Ngoài khách hàng thì kế hoạch Marketing trực tuyến còn có thể hướng tới các bên hữu quan khác như:

+Đối tác: Các chuỗi cửa hàng khắp cả nước, Website.

+Nhà cùng cấp: Công ty Toyota Việt Nam (TMV)

**3.Thiết lập mục tiêu**

**bảng thống kê theo tuần**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tuần** | **lượt xem** | **Khách ghé thăm** | **lượt thích** | **lượt comment** |
| **Tuần 3** | 30 |  |  |  |
| **Tuần 4** | 90 |  |  |  |
| **Tuần 5** | 150 |  |  |  |
| **Tuần 6** | 200 |  |  |  |

**4. Chiến lược (công cụ) marketing internet sử dụng**

- Website

- Email marketing

- Facebook

- Zalo

- Google adwords

**5. Thiết lập ngân sách**

BẢNG PHÂN CÔNG CÔNG VIỆC NHÓM 7

DỰ ÁN: BÁN OTO (xe hơi)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **TÊN THÀNH VIÊN** | **SDT/EMAIL** | **CÔNG VIỆC** | **THỜI GIAN HOÀN THÀNH** | **GHI CHÚ** |
|  |
| 1 | NGUYỄN QUANG TRƯỜNG | [truongnqph14659@fpt.edu.vn](mailto:truongnqph14659@fpt.edu.vn)  0869919717 | Làm assignment ( word ) phần 1,2 và hỗ trợ Tạ Minh Chiến làm Phần 3. | 13/11/2021 |  |  |
| 2 | HOÀNG MINH TUẤN | [tuanhmph14729@fpt.edu.vn](mailto:tuanhmph14729@fpt.edu.vn)  0982091002 | Phát triển và Thiết kế quản trị website, đưa lên host … SEO | 23/11/2021 |  |  |
| 3 | TẠ MINH CHIẾN | [chientmph16045@fpt.edu.vn](mailto:chientmph16045@fpt.edu.vn)  0943982785 | Làm assignment ( word ) phần 3. | 13/11/2021 |  |  |
| 4 | NGÔ VĂN HÙNG |  | Làm powerpoint bài nhóm (tìm hiểu về các công cụ dùng để đo lường website với nhóm sử dụng wordpress và code thuần) và  thuyết trình | 3/12/2021 |  |  |