**TRƯỜNG CAO ĐẲNG THỰC HÀNH FPT POLYTECHNIC**



**MARKETING INTERNET**

Đề tài: Kế hoạch kinh doanh trái cây Nafoods

Giảng viên hướng dẫn : Trần Thị Loan

Sinh viên thực hiện : Mai Văn Đạt

Lớp : WE16307

**Hà Nội – 2021**

**MỤC LỤC**

**Phần 1. Giới thiệu chung**

* Giới thiệu sản phẩm dịch vụ kinh doanh:
* Nhận dạng thương hiệu:

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

1. Phân tích SWOT





1. Xác định các bên hữu quan

* Phải xác định được kế hoạch này dành cho ai, nhắm tới đối tượng
* Ngoài khách hàng thì kế hoạch Marketing trực tuyến còn có thể hướng tới các bên hữu quan khác như : đối tác, nhà cung cấp, chính phủ và cộng đồng v.v.

1. Thiết lập mục tiêu

* Nêu rõ nhiệm vụ phải hoàn thành (ngày, tuần, tháng) đo lường được

1. Chiến lược (công cụ) marketing internet sử dụng

* Website (landing page)
* Email marketing
* Facebook
* Zalo
* Google adwords

1. Thiết lập ngân sách

* Dự báo doanh thu và lợi nhuận bán hàng trực tuyến

(vốn ban đầu)

(doanh thu và lợi nhuận sau bán hang trực tuyến

* Ước tính chi phí :
  + Chi phí công nghệ
  + Chi phí nhân sự
  + Chi phí phát triển website khác
  + Chi phí truyền thông marketing trực tuyến
  + Các chi phí khác

**Phần 3. Website (landing page)**

**Phần 4. Email marketing**

**Phần 5. Facebook marketing**

**Phần 6. Zalo marketing**

**ASSIGNMENT WEB2053**

**Phần 1. Giới thiệu chung**

1. Giới thiệu sản phẩm kinh doanh

Nafoods Group là tập đoàn hàng đầu tại Việt Nam trong lĩnh vực xuất khẩu các sản phẩm nông sản theo chuỗi giá trị xanh và bền vững, với 25 năm kinh nghiệm hoạt động ở hơn 50 thị trường trên thế giới tại khu vực Châu Âu, Úc, Mỹ, Trung Đông, Trung Quốc… Bên cạnh những thành công trong thị trường xuất khẩu, Nafoods Group luôn trăn trở một khát vọng cung cấp cho người tiêu dùng Việt Nam những sản phẩm trái cây tươi, sấy, hạt, nước ép đạt tiêu chuẩn chất lượng (Global GAP, Viet Gap, airtrade, Organic...) được đón nhận tại các thị trường khó tính trên thế giới. Với hoài bão *Chung tay chắp cánh nông sản Việt*, sự ra đời Nafoods Store mang đến cho khách hàng những sản phẩm nông nghiệp chất lượng, an toàn và đem lại cuộc sống tốt đẹp. Với phương châm “Trọn vẹn từ thiên nhiên” – Các mặt hàng: trái cây tươi, trái cây sấy mang thương hiệu Nafoods là những sản phẩm được tuyển chọn kỹ càng ngay từ nông trại, đảm bảo các tiêu chí về chất lượng, hàm lượng dinh dưỡng cao.

1. Nhận dạng thương hiệu:

A picture containing text, clipart

Description automatically generated

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

1. Phân tích SWOT
   * Điểm mạnh - Strengths

* Sản phẩm được phát triển bởi tập đoàn Nafoods có nhiều kinh nghiệm hoạt động trong lĩnh vực sản xuất các sản phẩm nông sản theo chuỗi giá trị xanh và bền vững
  + 24 giờ trên 7 ngày - bất cứ lúc nào khách hàng cũng có thể vào website mà không cần phải quan tâm đến vấn đề có phải giờ làm việc của cửa hàng
  + Giao dịch trực tuyến nên không mất phí thuê mặt bằng, chi phí thuê đội ngũ nhân viên nhiều. Lấy hàng tại kho của nhà máy và gửi cho người khách hàng từ đó cho giá sản phẩm rẻ hơn nhiều so với đối thụ
  + Quảng cáo trực tuyến nhanh chóng, thuận tiện, thông tin về sản phẩm sẽ đầy đủ hơn so với một category giới thiệu bằng văn bản.
  + Thanh toán trực tuyến thuận lợi giúp giảm thiểu các chi phí vận chuyển tiền tệ, nhanh chóng trong giao dịch.
  + Chi phí đầu tư thấp
  + Điểm yếu – Weaknesses
* Nhiều khách hàng vẫn còn quan điểm sẽ an tâm hơn nếu giao dịch với người thật việc thật hơn là thông qua internet
* Chi phí giao hàng không được giảm thiểu bởi thương mại điện tử. Do đó nó có thể ảnh hưởng đến kinh doanh.
* Sản phẩm chưa được bắt mắt so với đối thụ cạnh tranh
  + Cơ hội – Opportunity
* Internet ngày càng phát triển, người dùng ngày càng có điều kiện tiếp xúc với Internet. Đây là thị trường tiềm năng ngày càng được mở rộng không ngừng của bạn. Hiện nay thời gian người dùng bỏ ra để truy cập Internet đã ngang bằng với thời gian người dùng xem TIVI. Trong tương lai, thời gian này sẽ còn tăng nhanh.
* Khách hàng ngày càng "lười", họ muốn nhanh chóng có thứ họ muốn thay vì phải loanh quanh đi tìm khắp nơi trong thế giới thực và "ngại" đi mua hàng.
* Các doanh nghiệp lớn đã và đang tham gia vào thị trường thương mại điện tử, sự lôi kéo của họ đối với khách hàng góp phần làm người dùng có niềm tin hơn với thương mại điện tử.
  + Thách thức – Threat
* Bán hàng trên mạng bạn sẽ phải phục vụ không chỉ những vị khách cùng thành phố mà còn là những vị khách ở tỉnh khác, vùng khác, có khi xa tận hàng nghìn km. Và giá cước vận chuyển đối với những sản phẩm dễ vỡ hay có tính đảm bảo cao thì không hề rẻ chút nào
* Các ông trùm lớn như Google, Facebook luôn thay đổi các thuật toán, tất cả nhằm mục đích cung cấp tới người dùng những dịch vụ tốt nhất và chất lượng nhất. Nếu bạn đang bán hàng qua website hay trên Facebook đi nữa thì chắc chắn bạn cũng luôn phải thay đổi theo họ để bắt kịp xu hướng và tiệp cận được với khách hàng.

1. Xác định các bên hữu quan

* Khách hàng tiềm năng : Những người nội trợ chính trong gia đình,những khách hàng rất quan tâm tới sức khỏe trong đó có việc dùng trái cây trong bữa ăn hằng ngày
* Ngoài khách hàng thì kế hoạch Marketing trực tuyến còn có thể hướng tới các bên hữu quan khác như :
  + Đối tác: Cửa hàng siêu thị ở các nước trên thế giới
  + Cộng đồng: những khách hàng trên thế giới muốn dùng trái cây Việt Nam

1. Thiết lập mục tiêu

* Khẳng định được vị trí trên thị trường , khẳng định được thương hiệu.
* Thu được nhiều lợi nhuận , đa dạng hàng hoá nhằm quảng bá giới thiệu sản phẩm của doanh nghiệp tới người dùng , làm cho người dùng biết đến sản phẩm của mình, tin cậy vào sản phẩm ấy .
* Chỉ tiêu sản phẩm:
* 1 ngày bán được từ 50 sản phẩm.
* 1 tuần được 300 sản phẩm.
* 1 tháng được 7500 sản phẩm.

1. Chiến lược (công cụ) marketing internet sử dụng

* Website (landing page)
* Email marketing
* Facebook
* Zalo
* Google adwords

1. Thiết lập ngân sách

* Dự báo doanh thu và lợi nhuận bán hàng trực tuyến: 150%
* Ước tính chi phí :
  + Chi phí công nghệ: 20%
  + Chi phí nhân sự: 10%
  + Chi phí phát triển website khác: 5%
  + Chi phí truyền thông marketing trực tuyến:15%
  + Các chi phí khác:10%

**Phần 3. Website (landing page)**

Graphical user interface, website

Description automatically generated

Graphical user interface

Description automatically generated

**Phần 4. Email marketing**

1. Tạo list danh sách trong Google Drive

**![Graphical user interface, application, table, Excel

Description automatically generated]()**

1. Soạn mẫu email trên Google

**![Graphical user interface, text, application, email

Description automatically generated]()**

1. Kết quả

**![Graphical user interface, text, application, email

Description automatically generated]()**

**Phần 5. Facebook marketing**

1. Tạo trang Fanpage

* Tạo banner, logo, tên thương hiệu Fanpage

A screenshot of a video game

Description automatically generated

* Mô tả Fanpage

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

1. Thực hiện các công việc trên Fanpage đã tạo

* Đăng bài viết

Graphical user interface, website

Description automatically generated

* Tạo sự kiện

A screenshot of a computer

Description automatically generated

* Mời bạn bè

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

* Thống kê

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

* Lọc độ tuổi

Graphical user interface, text, email

Description automatically generated

* Chạy quảng cáo trên Facebook

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Phần 6. Zalo marketing**

1. Chọn nhóm đối tượng

Graphical user interface, application, website

Description automatically generated

1. Cài đặt ngân sách và lịch chạy

Graphical user interface, text, application, email

Description automatically generated

1. Cài đặt nội dung

Graphical user interface, application

Description automatically generated

1. Hiện thị quảng cáo

Graphical user interface, website

Description automatically generated

**LỜI CẢM ƠN**

Qua đây, em cũng xin được gửi lời cảm ơn chân thành đến cô Trần Thị Loan đã hỗ trợ, giúp đỡ để em có thể hoàn thành tốt bài Assignment môn WEB2053.

Dù đã rất cố gắng, song chắc chắn bài Assignment vẫn còn tồn tại những sai sót. Kính mong thầy cô nhận xét, góp ý để bài báo cáo được hoàn thiện hơn. Cuối cùng, em xin kính chúc Thầy Cô có thật nhiều sức khỏe, hạnh phúc và thành công trong sự nghiệp “Trồng người”.

Em xin chân thành cảm ơn!