

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

S STRENGTHS	W WEAKNESSES	O OPPORTUNITIES	T THREATS
<ul style="list-style-type: none">Những việc doanh nghiệp bạn làm tốtNhững tố chất khiến bạn nổi bật hơn đối thủNguồn lực nội bộ như kỹ năng nghề nghiệp, kiến thức chuyên môn và mindset của đội ngũTài sản hữu hình như máy móc, thiết bị tiên tiếnTài sản vô hình như kỹ thuật độc quyền, bằng phát minh, sáng chế...	<ul style="list-style-type: none">Những khía cạnh hay chuyên môn doanh nghiệp bạn làm chưa tốtNhững việc đối thủ làm tốt hơn bạnNhững nguồn lực bị giới hạn so với đối thủNhững yếu điểm cần cải thiện trong nội bộNhững điểm cần cải thiện của đội ngũNhững điều khoản hợp đồng mua bán chưa rõ ràng	<ul style="list-style-type: none">Thị trường chưa ai phục vụ của sản phẩm hay dịch vụ cụ thểÍt đối thủ cạnh tranh mạnh trong lĩnh vựcNhu cầu mới nổi cho sản phẩm hoặc dịch vụ mà doanh nghiệp đã biết đượcPhương tiện truyền thông/ báo chí vững chắc của doanh nghiệpNhững điều luật, quy định nhà nước giúp thuận lợi kinh doanh	<ul style="list-style-type: none">Đối thủ mạnh, đối thủ mới nổiNhững thay đổi bất ngờ trong môi trường pháp lýNhu cầu mới nổi cho sản phẩm hoặc dịch vụ nhưng không nắm bắtThông tin báo chí/truyền thông những thông tin tiêu cựcKhách hàng thay đổi thái độ, cái nhìn về thương hiệu doanh nghiệp

PHÂN TÍCH SWOT	TÍCH CỰC / CÓ LỢI trong việc đạt được mục tiêu	TIÊU CỰC / GÂY HẠI trong việc đạt được mục tiêu
TÁC NHÂN BÊN TRONG (Sự thật, yếu tố... phát sinh từ nội bộ)	ĐIỂM MẠNH cần phải được duy trì, sử dụng chúng làm nền tảng và đòn bẩy	ĐIỂM YẾU cần được sửa chữa, thay thế hoặc chấm dứt
TÁC NHÂN BÊN NGOÀI (Sự thật, yếu tố... phát sinh từ môi trường xung quanh)	CƠ HỘI cần được tận dụng, ưu tiên, nắm bắt kịp thời; xây dựng và phát triển trên những cơ hội này	NGUY CƠ cần đưa những nguy cơ này vào kế hoạch nhằm đề ra các phương án phòng bị, giải quyết và quản lý

2. 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.

3. Thiết lập mục tiêu

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

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

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

5. 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 hàng trực tuyến)
- Ước tính chi phí :
 - o Chi phí công nghệ
 - o Chi phí nhân sự
 - o Chi phí phát triển website khác
 - o Chi phí truyền thông marketing trực tuyến
 - o 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 chấp 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.

2. Nhận dạng thương hiệu:



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 thủ
- 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 thủ 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 loay hoay 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 tiếp cận được với khách hàng.

2. 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 :
 - o Đối tác: Cửa hàng siêu thị ở các nước trên thế giới
 - o Cộng đồng: những khách hàng trên thế giới muốn dùng trái cây Việt Nam

3. 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:
 - o 1 ngày bán được từ 50 sản phẩm.
 - o 1 tuần được 300 sản phẩm.
 - o 1 tháng được 7500 sản phẩm.

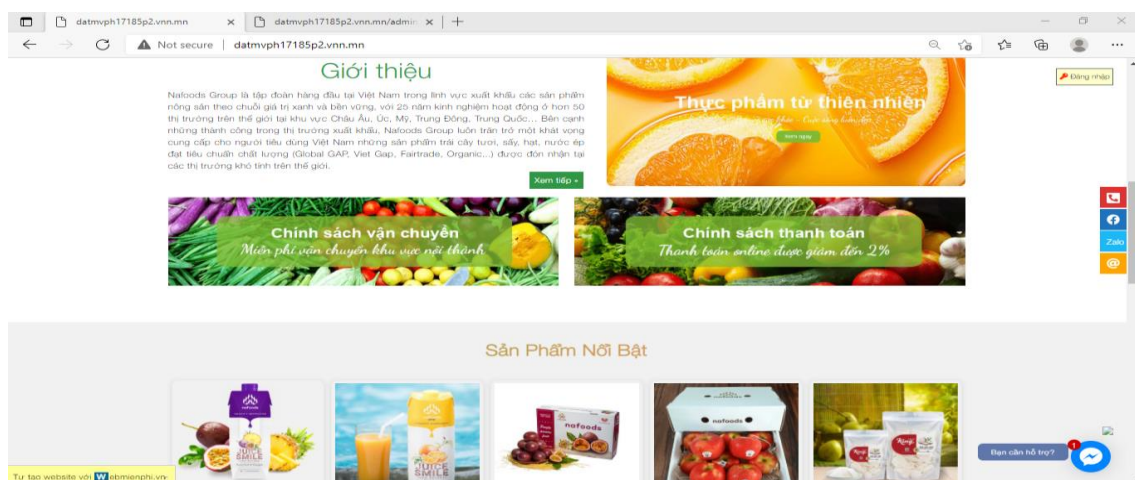
4. Chiến lược (công cụ) marketing internet sử dụng

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

5. Thiết lập ngân sách

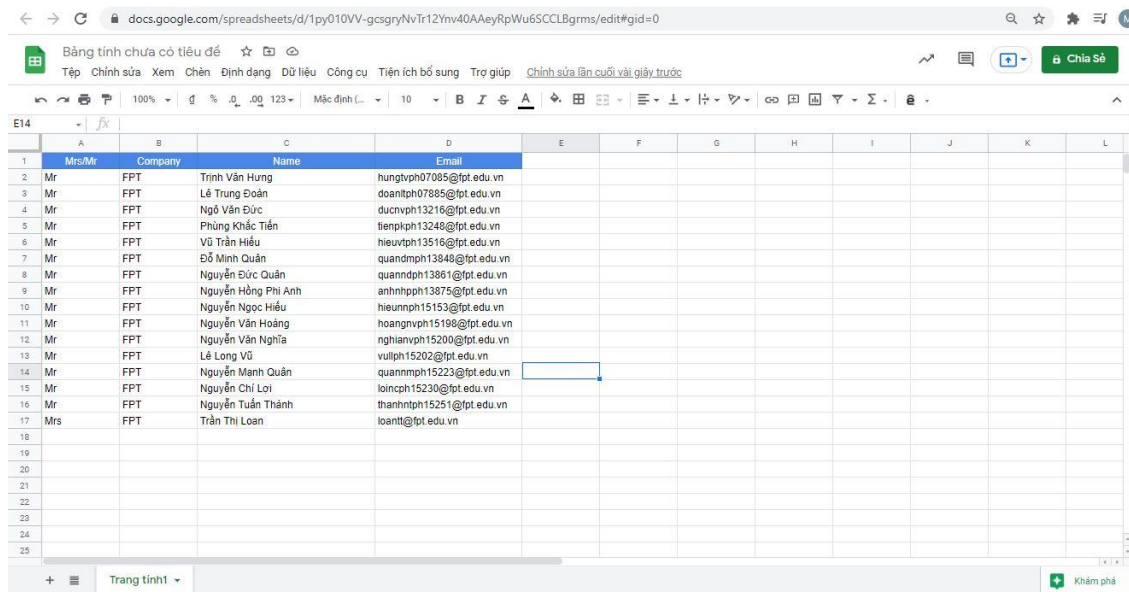
- Dự báo doanh thu và lợi nhuận bán hàng trực tuyến: 150%
- Ước tính chi phí :
 - o Chi phí công nghệ: 20%
 - o Chi phí nhân sự: 10%
 - o Chi phí phát triển website khác: 5%
 - o Chi phí truyền thông marketing trực tuyến: 15%
 - o Các chi phí khác: 10%

Phần 3. Website (landing page)



Phần 4. Email marketing

1. Tạo list danh sách trong Google Drive



The screenshot shows a Google Sheets spreadsheet with the following data:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	Mrs/Mr	Company	Name	Email								
2	Mr	FPT	Trình Văn Hưng	hungtvp07085@fpt.edu.vn								
3	Mr	FPT	Lê Trung Đoàn	doantp07885@fpt.edu.vn								
4	Mr	FPT	Ngô Văn Đức	ducnvph13216@fpt.edu.vn								
5	Mr	FPT	Phùng Khắc Tiến	tienvp07885@fpt.edu.vn								
6	Mr	FPT	Vũ Trần Hiếu	hieutvp13516@fpt.edu.vn								
7	Mr	FPT	Đỗ Minh Quân	quandmp07885@fpt.edu.vn								
8	Mr	FPT	Nguyễn Đức Quân	quandnp07885@fpt.edu.vn								
9	Mr	FPT	Nguyễn Hồng Phi Anh	anhnhp07885@fpt.edu.vn								
10	Mr	FPT	Nguyễn Ngọc Hiếu	hieunnp07885@fpt.edu.vn								
11	Mr	FPT	Nguyễn Văn Hoàng	hoangnvph15198@fpt.edu.vn								
12	Mr	FPT	Nguyễn Văn Nghĩa	ngniesnvph15200@fpt.edu.vn								
13	Mr	FPT	Lê Long Vũ	vullp07885@fpt.edu.vn								
14	Mr	FPT	Nguyễn Mạnh Quân	quannmp07885@fpt.edu.vn								
15	Mr	FPT	Nguyễn Chí Lợi	loincp07885@fpt.edu.vn								
16	Mr	FPT	Nguyễn Tuấn Thành	thanhntp07885@fpt.edu.vn								
17	Mrs	FPT	Trần Thị Loan	loantt@fpt.edu.vn								

2. Soạn mẫu email trên Google

Tri ân khách hàng <<Mr/Name>> <<Name>>

Kính gửi: <<Mr/Ms>><<Name>>

Công ty TNHH Nafoods kính gửi lời tri ân đến <<Mr/Name>> <<Name>> và công ty <<Company>> đã ủng hộ chúng tôi trong 5 năm qua.

Nhân dịp ra mắt sản phẩm mới Công ty Nafoods muốn gửi đến

<<Mr/Name>> <<Name>> chương trình giảm giá lên đến 50% khi truy cập vào website : <http://datmvph17185p2.vnn.mn/> để đặt hàng.

Xin chân thành cảm ơn!!!

Mai Văn Đạt

Nhân viên Công ty TNHH Nafoods

Mobile: 0395167635

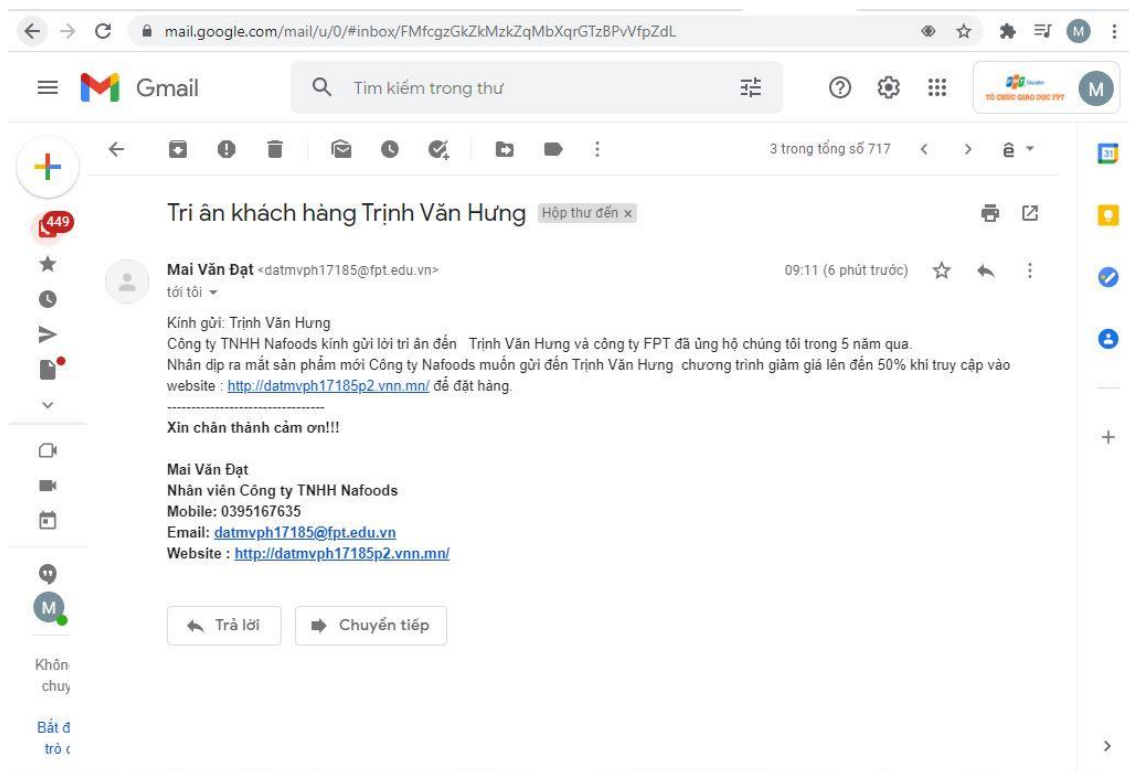
Email: datmvph17185@fpt.edu.vn

Website : <http://datmvph17185p2.vnn.mn/>

Sans Serif **B** *I* U A

Gửi       

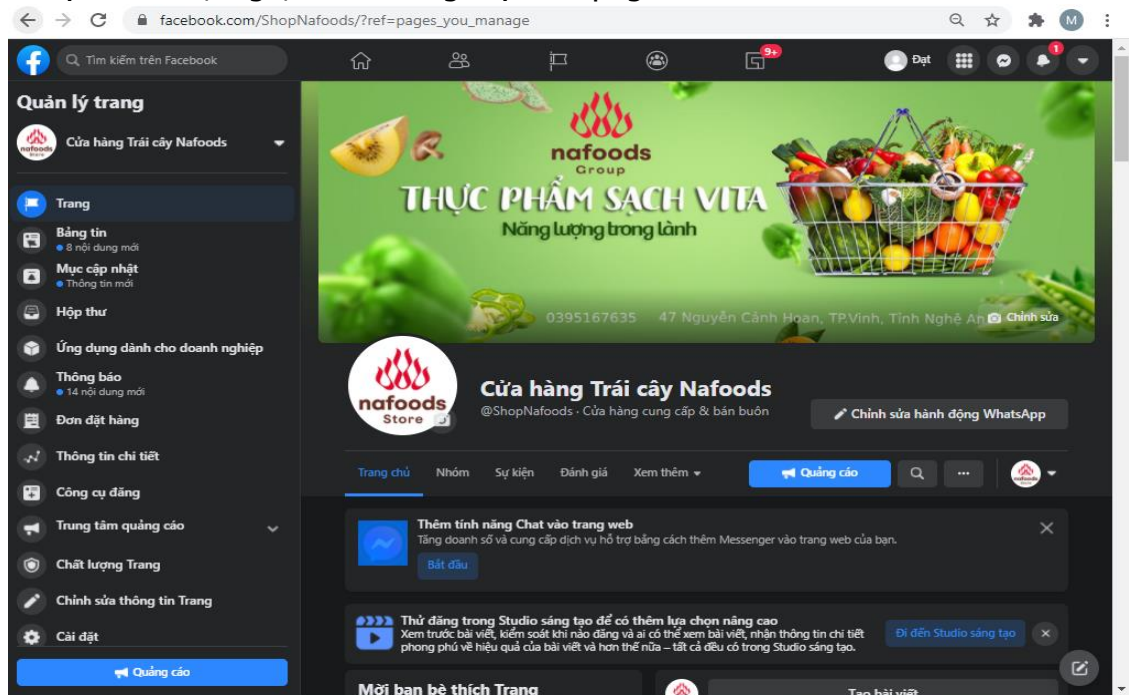
3. Kết quả



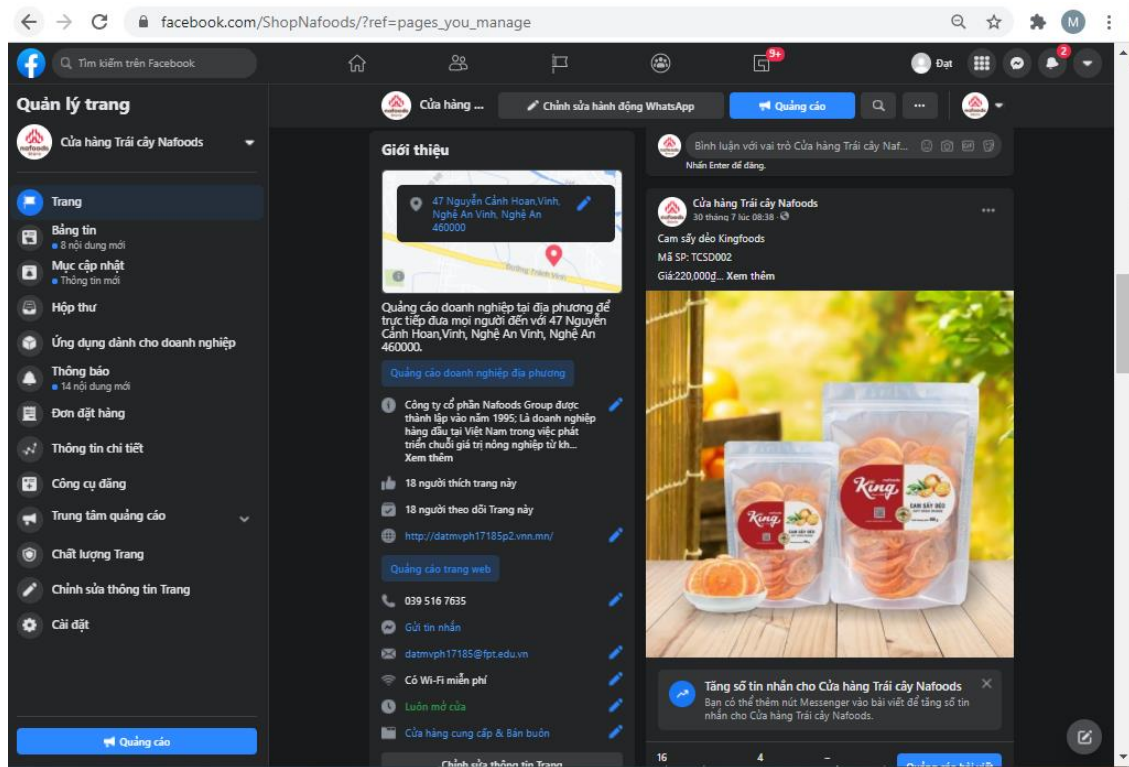
Phần 5. Facebook marketing

1. Tạo trang Fanpage

- Tạo banner, logo, tên thương hiệu Fanpage

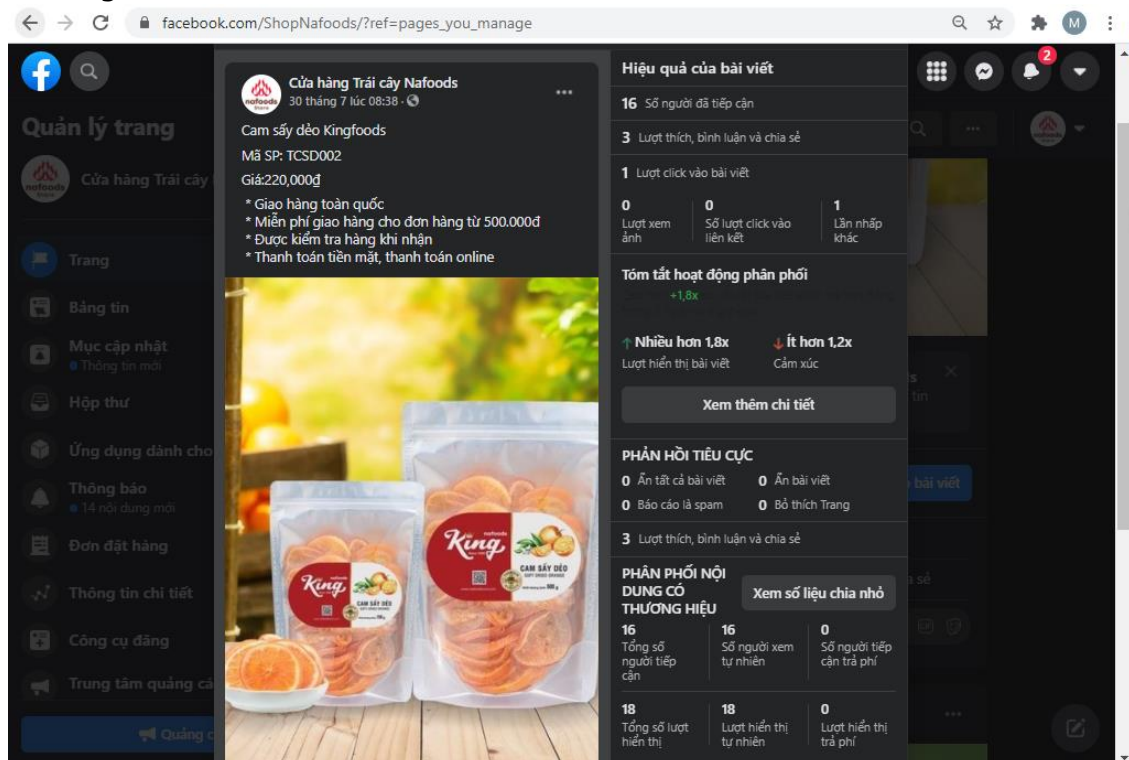


- Mô tả Fanpage



2. Thực hiện các công việc trên Fanpage đã tạo

- Đăng bài viết



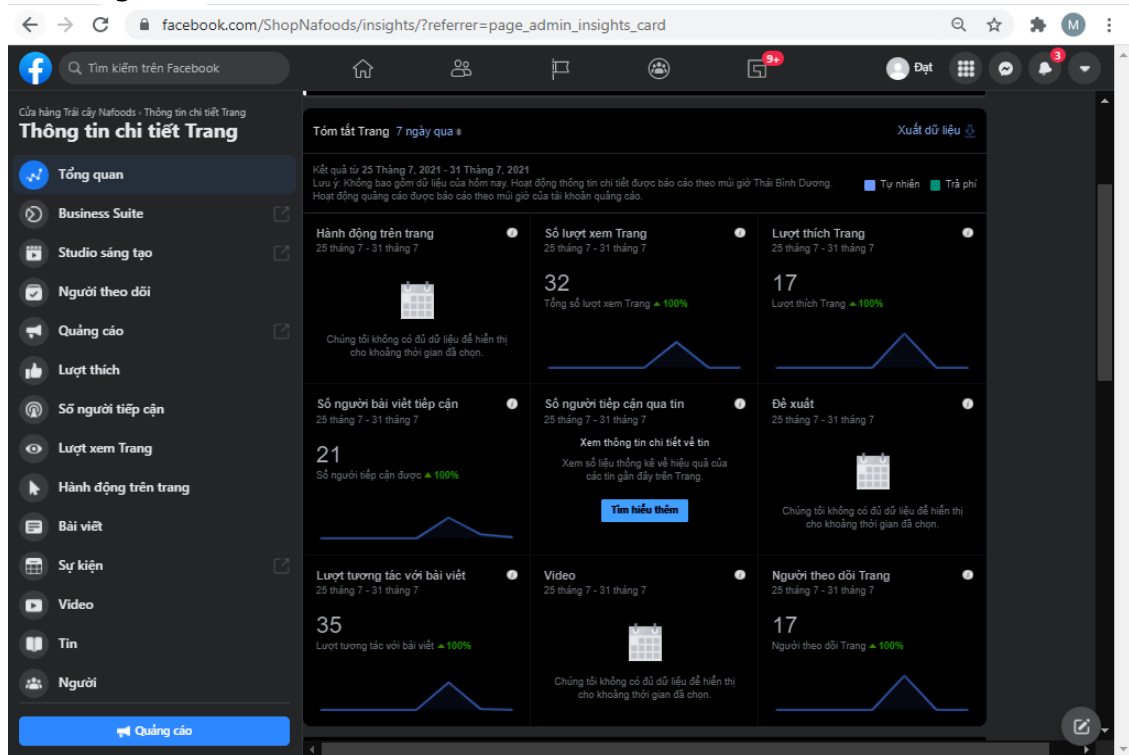
- Tạo sự kiện

The screenshot shows a Facebook event page for 'Ra mắt sản phẩm mới' (New product launch) organized by 'Cửa hàng Trái cây Nafoods'. The event is scheduled for 'Hôm nay lúc 09:00 UTC+07 - 12:00 UTC+07' and is free. The page features a cover image with the text 'THỰC PHẨM SẠCH VÀ Năng lượng trong lành'. The left sidebar includes navigation options like 'Trang chủ', 'Sự kiện của bạn', and 'Sự kiện sắp tới'. The main content area displays event details, including the location '0395167635 47 Nguyễn Cảnh Hoàn, TP.Vinh, Tỉnh Nghệ An', and a list of people who have attended or are interested. The right sidebar shows statistics such as 'Số người tiếp cận' (3) and 'Phản hồi' (0).

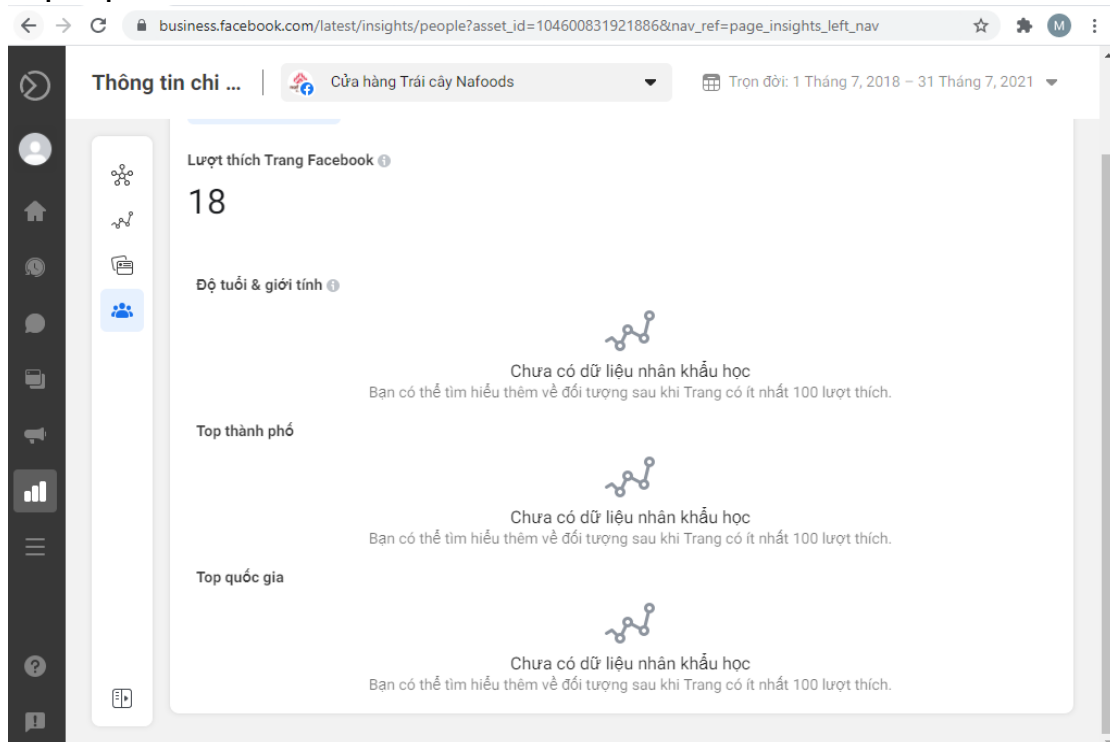
- Mời bạn bè

The screenshot shows the 'Mời bạn bè' (Invite friends) dialog box on Facebook. The dialog is titled 'Mời bạn bè thích Cửa hàng Trái cây Nafoods' and lists a selection of friends to invite. The list includes names like Anh Phan, Bé Kiều, Bùi Thị Quỳnh, Bùi Văn Trường, Camm Anh, Giang Nguyễn, Hiếu Minh, Hoàn Đào, Hoàng Minh Anh, Hoàng's Boo, and Hồ Thành Vinh GooKy. Each name has a corresponding 'Đã mời' (Invited) button. The dialog also shows the number of friends invited (241), selected (59), and already invited (41). At the bottom, there is a checkbox for 'Cũng gửi tặng lời mời trong Messenger' and a 'Gửi lời mời' (Send invite) button.

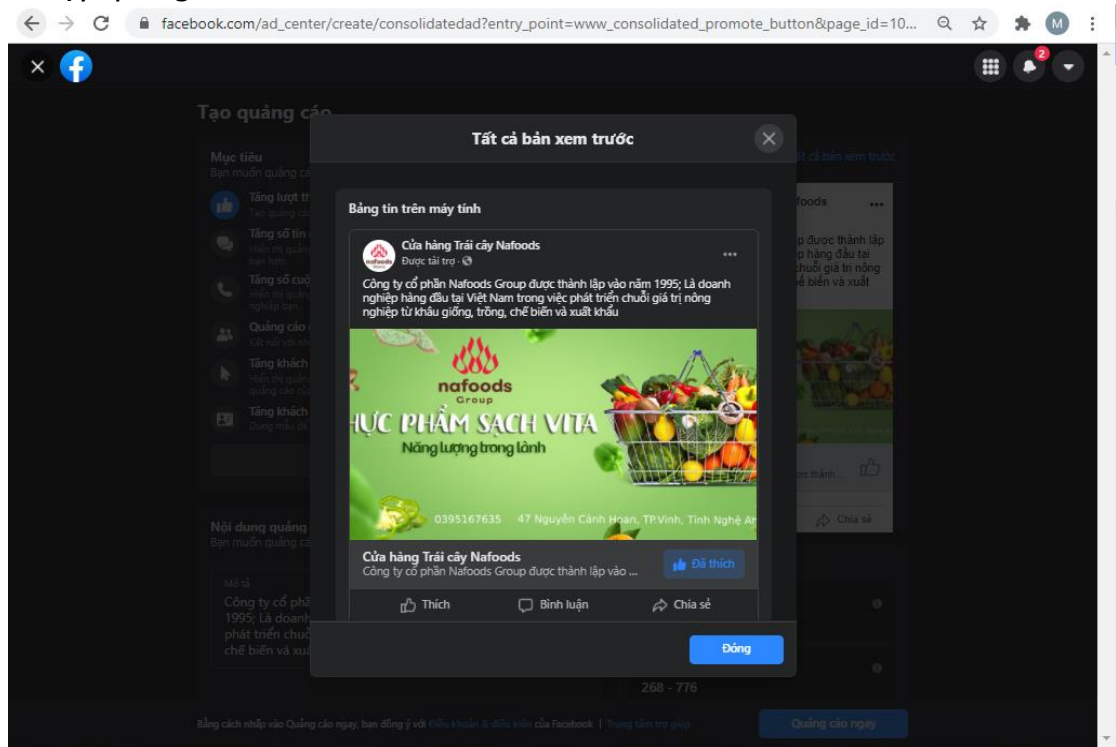
- Thống kê



- Loại độ tuổi

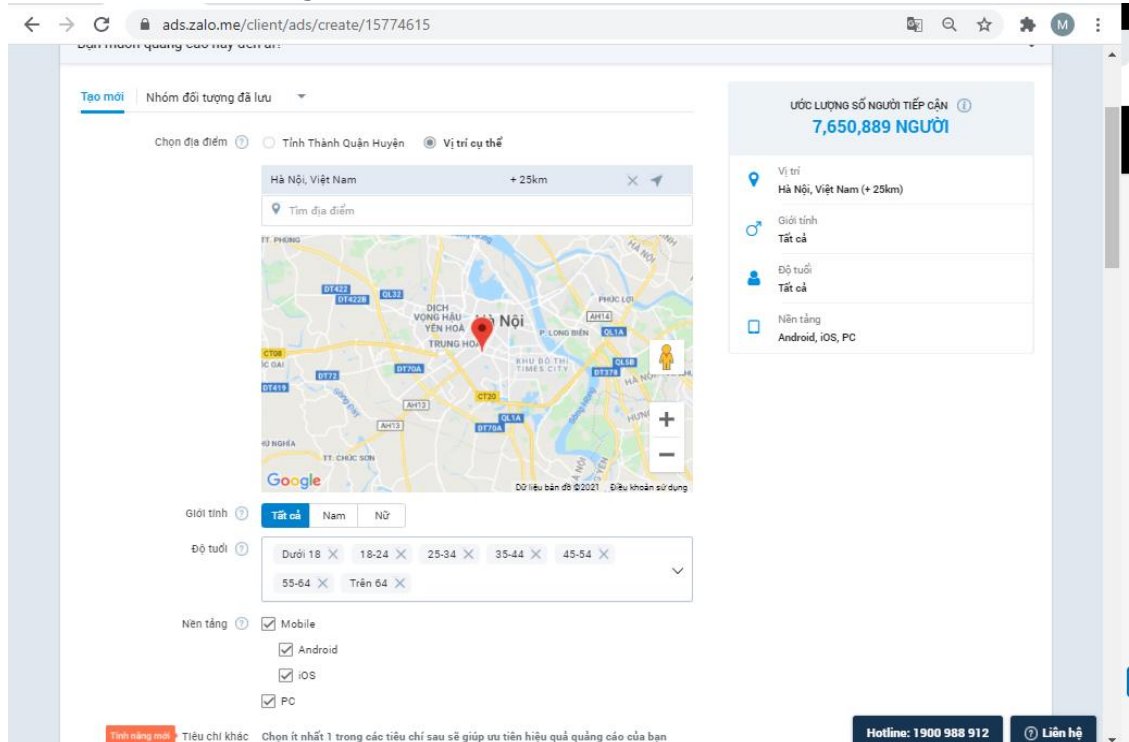


- Chạy quảng cáo trên Facebook



Phần 6. Zalo marketing

1. Chọn nhóm đối tượng



2. Cài đặt ngân sách và lịch chạy

ads.zalo.me/client/ads/create/15774615

Lưu nhóm đối tượng

Bạn có thể trả bao nhiêu chi phí cho quảng cáo này?

Áp dụng ngân sách cho

Lịch chạy

QC được tính tiền theo

Cách đặt giá ☒ Tổng ngân sách quảng cáo VNĐ mỗi ngày

Bạn chỉ cần nhập tổng ngân sách của quảng cáo, hệ thống sẽ giúp bạn phân bổ lại

Ngân sách tối thiểu là 200,000đ

Tổng chi phí dự kiến

☐ Tự đặt giá

Tự thiết lập giá bid cho từng lượt tương tác

Chi phí dự kiến có thể vượt số tiền bạn đang có, để quảng cáo của bạn không bị gián đoạn khi chạy, bạn có thể **nạp tiền** thêm

Kênh phân phối quảng cáo (không bắt buộc)

Nhà quảng cáo có thể tùy chọn các kênh chạy quảng cáo mà mình nhắm tới theo các mục bên dưới. Nhà quảng cáo có thể bỏ qua mục này nếu không có nhu cầu, quảng cáo vẫn sẽ được phân phối như thông thường.


☐ Tin tức, báo chí


☐ Game

Hotline: 1900 988 912 [Liên hệ](#)

3. Cài đặt nội dung

Tên quảng cáo *

Hình mô tả * 

Logo * 

Tiêu đề *

Tối đa 9 ký tự

Mô tả *

Tối đa 47 ký tự

Hiển thị nút *

4. Hiện thị quảng cáo

**Cam sấy dẻo Kingfoods**

Miễn phí giao hàng cho đơn hàng từ 500.000đ
Được kiểm tra hàng khi nhận



Mua ngay

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!