

Chương 1: Giới thiệu E-marketing

ThS Phạm Mạnh Cường

Sau khi học xong, sinh viên sẽ:

- Định nghĩa được E-marketing và phân biệt với Digital marketing, Online Marketing, E-business
- Giải thích được: Sự tiến bộ của công nghệ thông tin và Internet mang đến lợi ích và thách thức cho khách hàng, doanh nghiệp, nhà tiếp thị và toàn xã hội như thế nào.
- Biết được sự gia tăng vai trò kiểm soát của người mua đang thay đổi toàn cảnh Marketing như thế nào.
- Nhận thức được sự cần thiết của việc xúc tiến E-marketing
- Nhận diện được một vài xu hướng có thể định hình cho tương lai của E-marketing.



NỘI DUNG CHÍNH

1.1 Khái niệm E-marketing

1.2 Mối quan hệ giữa E-business và E-marketing

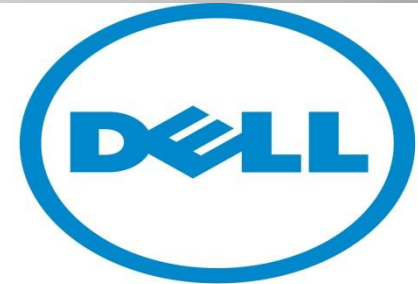
1.3 Quá khứ, hiện tại và tương lai của E-Marketing

1.4 Thực trạng E-marketing trên Thế giới và Việt Nam

1.5 Các xu hướng E-Marketing

Bài học thứ nhất: Dell bắt đầu lắng nghe

- Năm 2004, Dell nắm giữ 28.2% thị phần máy tính trên toàn nước Mỹ.
- Để cắt giảm chi phí, công ty máy tính Dell đã bắt đầu thuê ngoài các dịch vụ khách hàng tại một công ty ở Ấn Độ.
- *Thị phần của Dell đã tăng lên 28.8% nhưng những lời phàn nàn và sự không thỏa mãn của khách hàng cũng tăng theo.*
- Trang blog của Dell đã trở thành một công cụ để xử lý các khiếu nại và ý kiến của khách hàng.
- *Việc sử dụng blog đã mang lại hơn 20 sự thay đổi cho công ty.*



The power to do more

Bài học thứ hai: Bán lẻ

mia.vn

Bạn tìm sản phẩm gì...



VALI

BALO

TÚI XÁCH

PHỤ KIỆN

HÀNG MỚI VỀ

SALE 50%

BLOG

1 GIẢM NGAY
TRIỆU
COMBO KAKASHI MOKO | 25.09 - 30.09
MUA NGAY



TOP SẢN PHẨM BÁN CHẠY NHẤT



21:11



Like

Comment

Share



Linh Huong Mai
công việc



Write a comment...



MIA.vn

Sponsored ·

BẠN ƠI...! ĐỂ QUÊN DEAL THƠM 50% ĐÂY NÀY 🤩

Đặc biệt: Miễn phí bảo hành trọn đời ✓

MUA N... Continue Reading



Valinice Citiz TR1807_20
S Black

Shop Now



Rovigo Hallie
Yellow

Like

Comment

Share

You're seeing posts from **Hội những người thích Quảng Cáo** first.



Bài học thứ ba:

Chiến dịch tranh cử của Barack Obama

- Ông Obama đã làm như thế nào để trở thành “Vị Tổng thống da màu trẻ tuổi đầu tiên của nước Mỹ khi mới chỉ có 4 năm kinh nghiệm trên chính trường”?
- *Biết tận dụng Internet để tự "rao bán" mình.*

Chiến dịch tranh cử của ông Obama đã hiện diện trên 16 mạng liên kết và chia sẻ thông tin từ các mạng Internet phổ biến.





E-marketing là gì?

Xem Video

Định nghĩa

Theo Dave Chaffey, CEO của công ty Smart Insights, nhìn chung E-marketing là:

“Việc đạt được các mục tiêu tiếp thị thông qua việc ứng dụng các công nghệ kĩ thuật số.”



e Marketing

Phân biệt các thuật ngữ

- **Internet Marketing (Online Marketing) và E-marketing:**
Xét về phạm vi, E-marketing có phạm vi rộng hơn Internet marketing vì nó còn bao gồm cả mobile devices, việc quản lý dữ liệu khách hàng kỹ thuật số và hệ thống quản lý quan hệ khách hàng điện tử (E-CRM).
- **Digital Marketing** đến nay vẫn là một thuật ngữ tương tự như E-marketing.

E-marketing.

- **Digital Marketing** đến nay vẫn là một thuật ngữ tương tự như E-marketing.

1.2 Mối quan hệ giữa E-business và E-marketing

Kinh doanh điện tử là việc tối ưu hóa các hoạt động kinh doanh của một công ty bằng công nghệ kỹ thuật số.

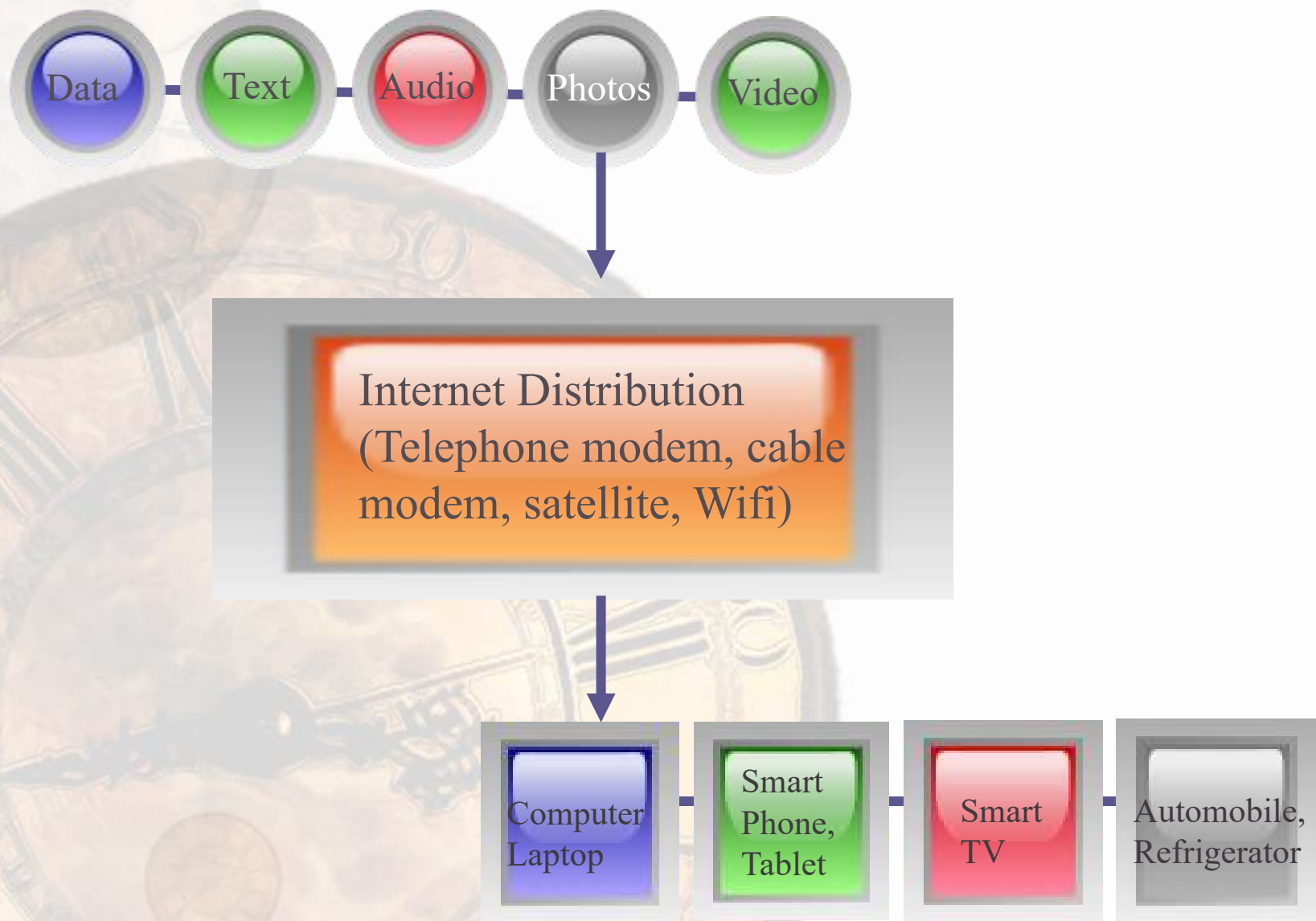
Thương mại điện tử là 1 phần của kinh doanh điện tử tập trung vào các giao dịch.

E-marketing là kết quả của *công nghệ thông tin* được áp dụng vào tiếp thị truyền thống.

Công nghệ thông tin, Internet và tác động

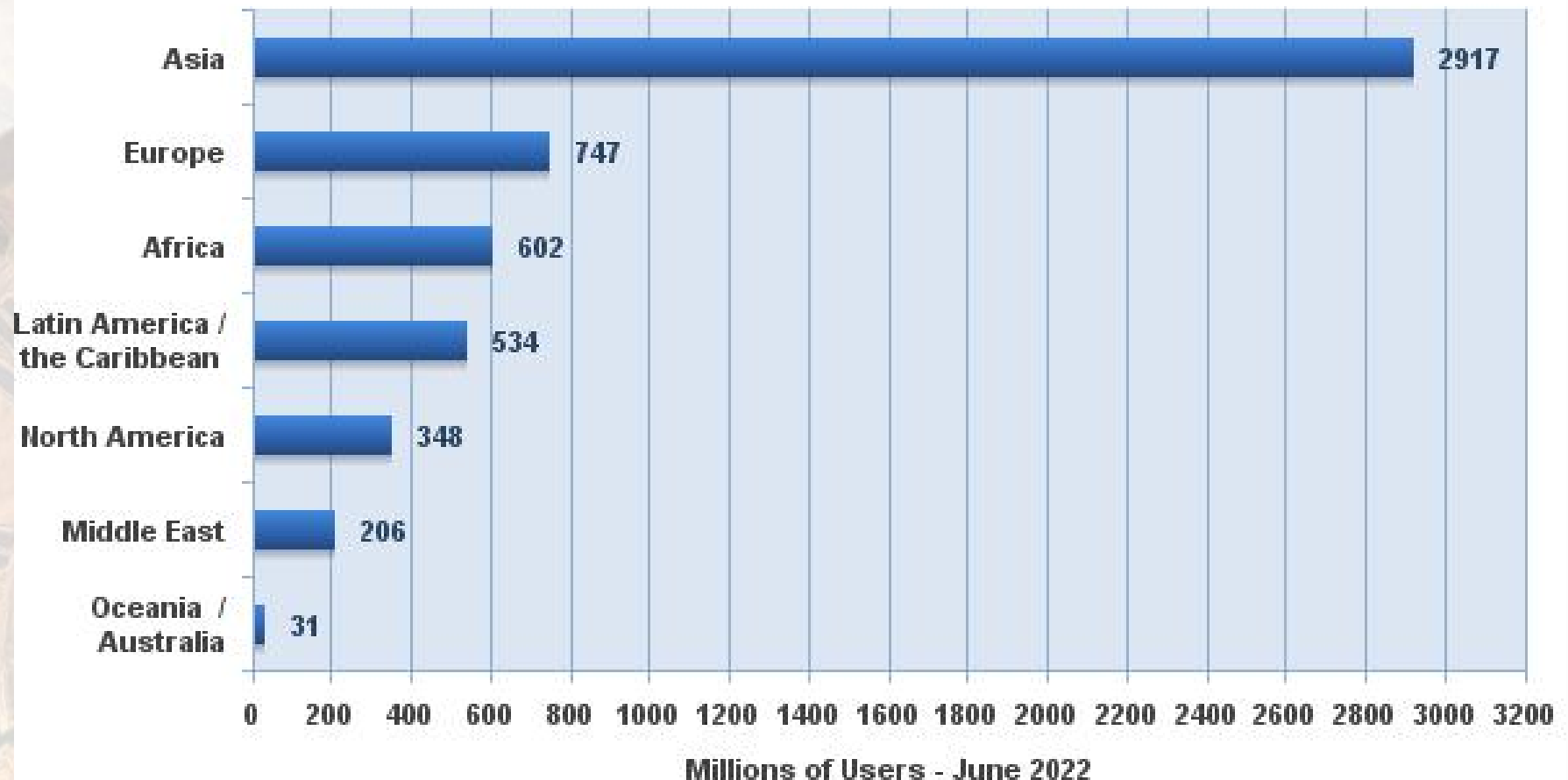
- Internet cung cấp cho người dùng cá nhân sự thuận tiện và cách truy cập liên tục các thông tin, hoạt động giải trí và truyền thông.
- Các dạng truyền thông thông tin thường xoay quanh việc chia sẻ hình ảnh, video và hồ sơ trực tuyến.
- Môi trường kĩ thuật số giúp nâng cao các quy trình và hoạt động cho doanh nghiệp.





Hình 1.1 Website là một khía cạnh quan trọng của E-marketing

Internet Users in the World by Geographic Regions - 2022



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm

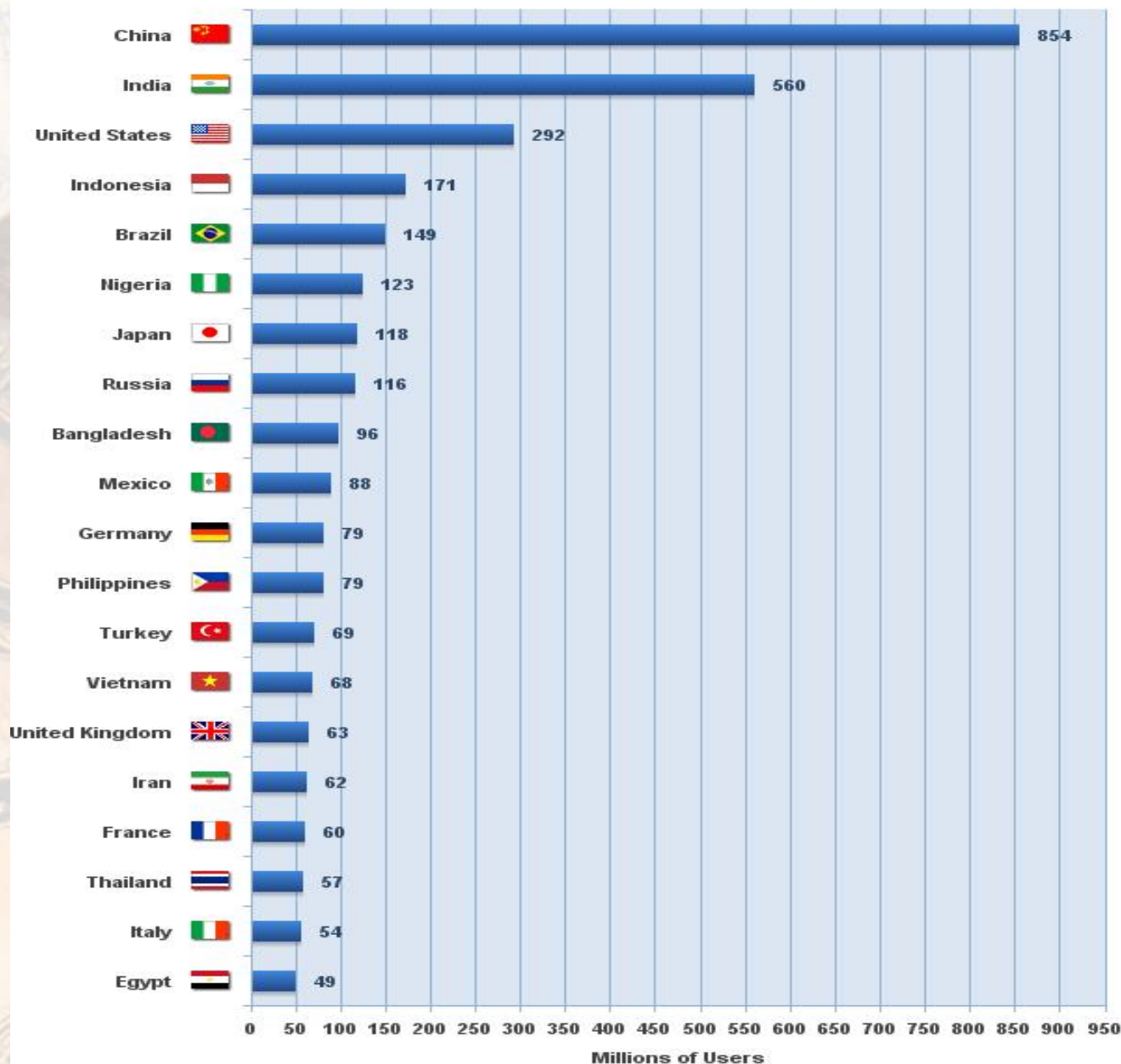
Basis: 5,385,798,406 Internet users estimated in June 30, 2022

Copyright © 2022, Miniwatts Marketing Group

Hình 1.2 Người dùng Internet trên toàn cầu (30/06/2022)

TOP 20 INTERNET COUNTRIES - 2019

With the Highest Number of Internet Users



Hình 1.3
TOP20- quốc
gia dẫn đầu về
lượng người sử
dụng Internet
(30/06/2019)

Công nghệ thông tin, Internet và tác động

Những chiến lược có lợi ích to lớn trong E-marketing, sẽ được tiếp tục giới thiệu ở những chương sau.

- ☐ E-commerce
- ☐ Advertising online
- ☐ Search engine marketing
- ☐ User-generated content
- ☐ Online communities
- ☐ Personalization and customization
- ☐ Internet communications
- ☐ Mobile Internet access
- ☐ Local Marketing
- ☐ Online aggregators
- ☐ Marketer transparency
- ☐ Infrastructure processing
- ☐ Metrics rule



NỘI DUNG CHÍNH

1.1 Khái niệm E-marketing

1.2 Mối quan hệ giữa E-business và E-marketing

1.4 Thực trạng E-marketing ở Việt Nam

1.3 Quá khứ, hiện tại và tương lai của E-Marketing

Quá khứ của E-marketing

- Mạng Internet ra đời năm 1969 là mạng Apanet, một mạng chỉ được sử dụng cho học thuật và quân đội.
- Các trang web và trình duyệt xuất hiện năm 1993.
- Việc khởi tạo kinh doanh điện tử đã trở nên vô cùng cấp bách khi:
 - + Năm 2000 – 2002, hơn 500 hãng Internet đã phải đóng cửa tại Mỹ.
 - + Quý 4, năm 2003, khoảng 60% các trang cộng đồng .com có lợi nhuận.

Hiện tại của E-marketing: Web 2.0

- Web 1.0 kết nối mọi người vào mạng.
- Web 2.0 kết nối mọi người với các loại máy móc thiết bị và kết nối mọi người với nhau, bao gồm:
 - Blog
 - Mạng xã hội
 - Web chia sẻ hình ảnh, video và bookmark
- Thuật ngữ Interruption Marketing bắt đầu suy thoái, nhường chỗ cho một thuật ngữ mới:
Permission Marketing.

Tiếp thị xin phép hay cho phép



Hình 1.5 Permission Marketing

Hierarchy of Permission Marketing



 WEBBIZIDEAS

Hình 1.6 Thứ bậc của Permission Marketing

Tương lai của E-marketing

Web 3.0

Sir Tim Berners-Lee, nhà phát minh ra World Wide Web, đã nghiên cứu về công nghệ để tổ chức dữ liệu trực tuyến để tạo sự thuận tiện hơn cho người dùng, tức là Web ngữ nghĩa.



Tương lai của E-marketing

Semantic Web (Web ngữ nghĩa)

Web sẽ tận dụng giao thức định nghĩa tiêu chuẩn cho phép người dùng tìm kiếm thông tin dựa trên đặc điểm, chẳng hạn như:

- + Đề xuất sản phẩm phù hợp với thói quen và sở thích



Tương lai của E-marketing

Sự tích hợp các thiết bị:Những thể loại mới của các thiết bị có khả năng thu nhận thông minh sẽ nổi lên.

- + SmartTV có thể truy cập.
- + Tủ lạnh Internet tích hợp nhiều thiết bị kỹ thuật số trong một.
- + Internet of Things (IoT)

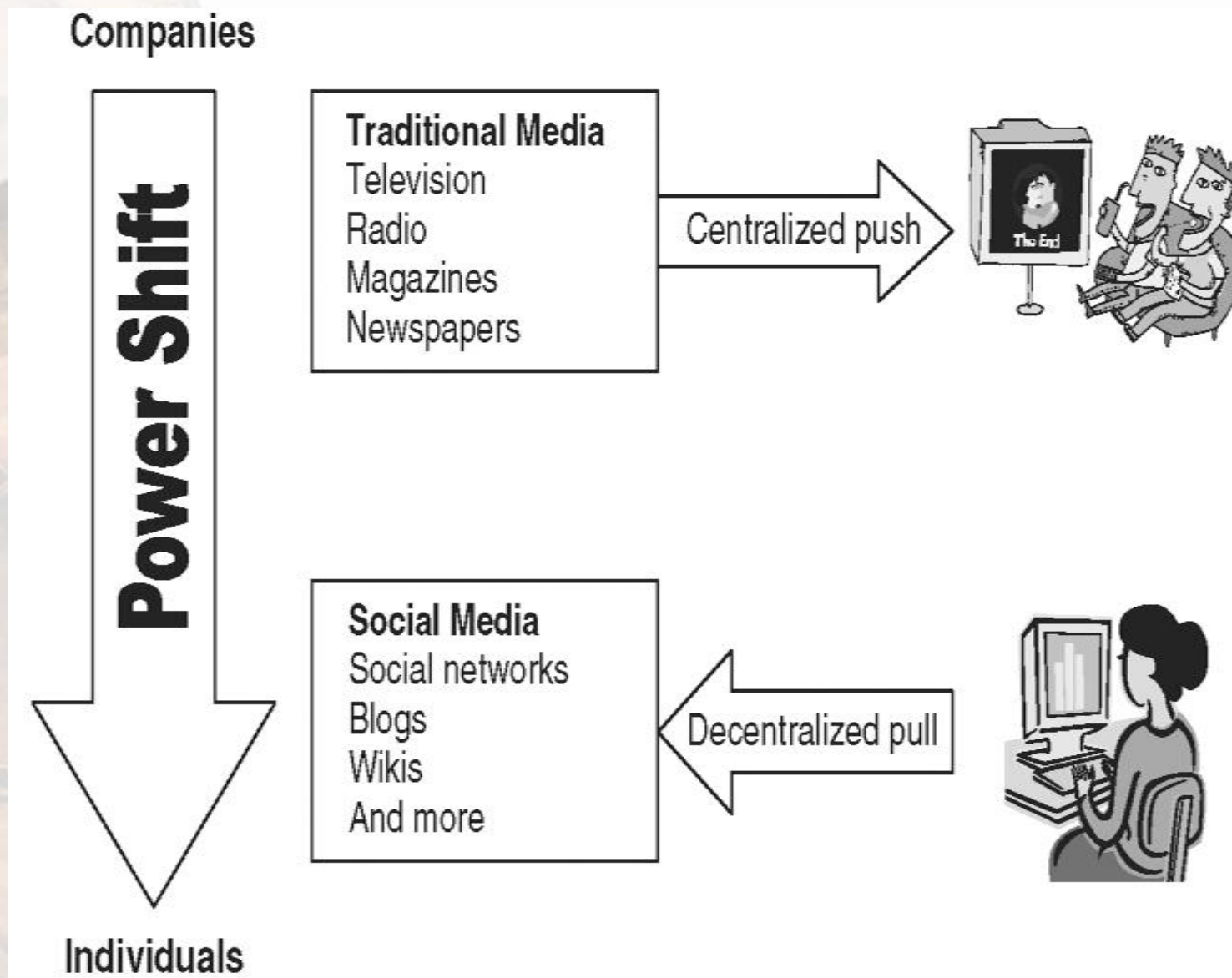


Tương lai của E-marketing

Người tiêu dùng kiểm soát nhiều hơn

- Internet cung cấp nền tảng truyền thông thông tin cho các bình luận cá nhân, cả tích cực lẫn tiêu cực..
- Những công nghệ mới chẳng hạn video kỹ thuật số sẽ gia tăng sự kiểm soát của khách hàng.





Hình 1.7: Sự thay đổi mạnh mẽ từ doanh nghiệp đến khách hàng cá nhân

CÂU HỎI THẢO LUẬN

1. Bạn đã biết những xu hướng Digital marketing nào? Bạn ấn tượng nhất xu hướng nào?
2. Dự đoán xu hướng Digital marketing cho năm 2020?

<https://advertisingvietnam.com/top-21-xu-huong-digital-marketing-nam-2023-marketer-can-biet-phan-2-p22333>

1.4 Thực trạng E-marketing trên Thế giới và Việt Nam

Thực trạng E-marketing trên thế giới

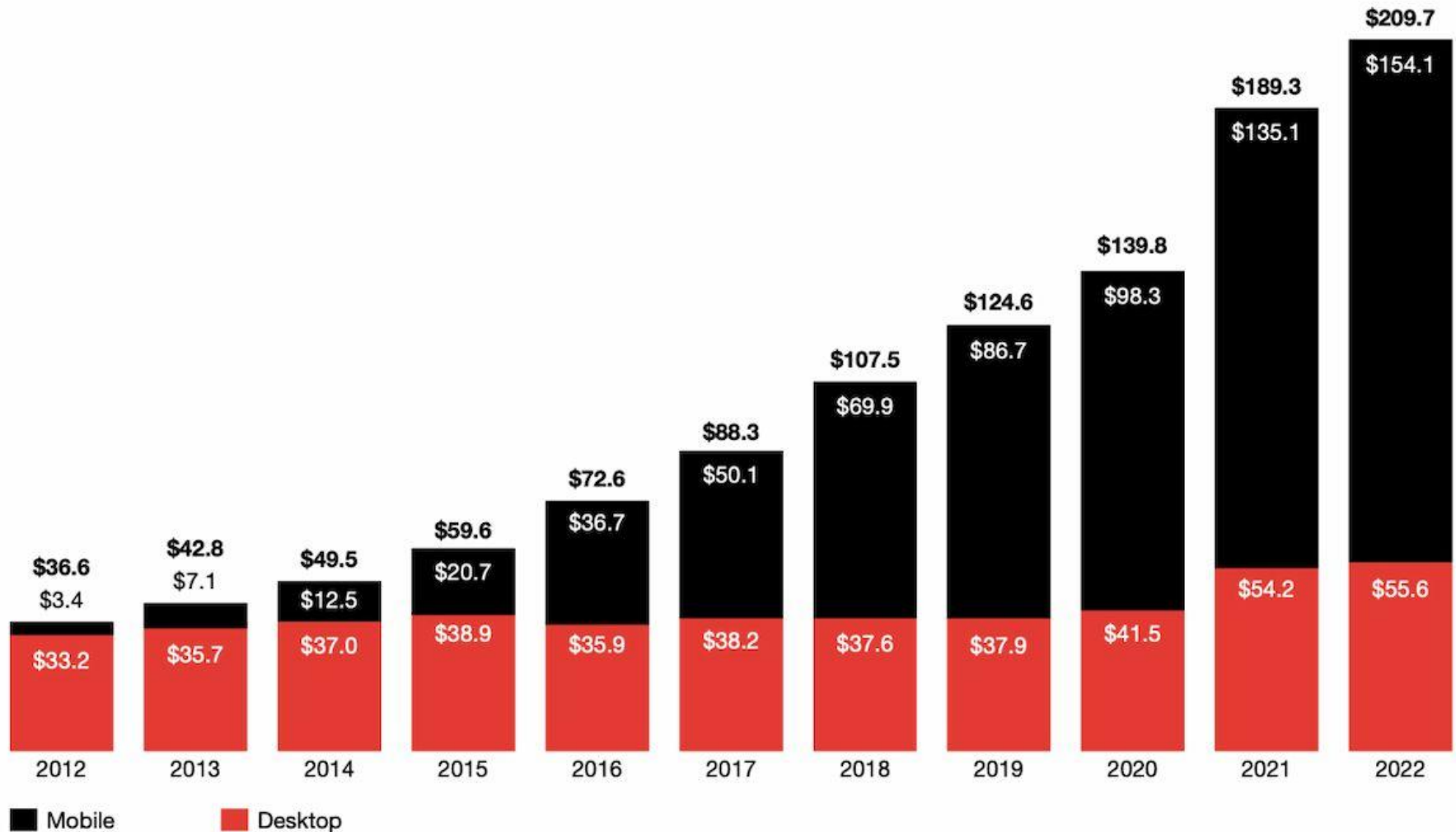
Three year (2020 – 2022) internet advertising revenue trend (\$ billions)



Nguồn: Nguồn: IAB / PwC Internet Ad Revenue Report, FY 2022

Thực trạng E-marketing trên thế giới

Desktop vs. mobile internet ad revenues (2012 – 2022) (\$ billions)



Nguồn: Nguồn: IAB / PwC Internet Ad Revenue Report, FY 2022

Thực trạng E-marketing trên thế giới

JAN
2023

GLOBAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES

NOTE: SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA MEAN THAT FIGURES SHOWN HERE ARE **NOT COMPATIBLE** WITH PREVIOUS REPORTS. SEE THE IMPORTANT NOTES AT THE START OF THIS REPORT FOR DETAILS.



TOTAL
POPULATION



we
are
social

8.01
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+0.8%
+67 MILLION

URBANISATION

57.2%

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



Meltwater

8.46
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+2.2%
+180 MILLION

TOTAL vs. POPULATION

105.6%

INTERNET
USERS



5.16
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+1.9%
+98 MILLION

TOTAL vs. POPULATION

64.4%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



4.76
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+3.0%
+137 MILLION

TOTAL vs. POPULATION

59.4%

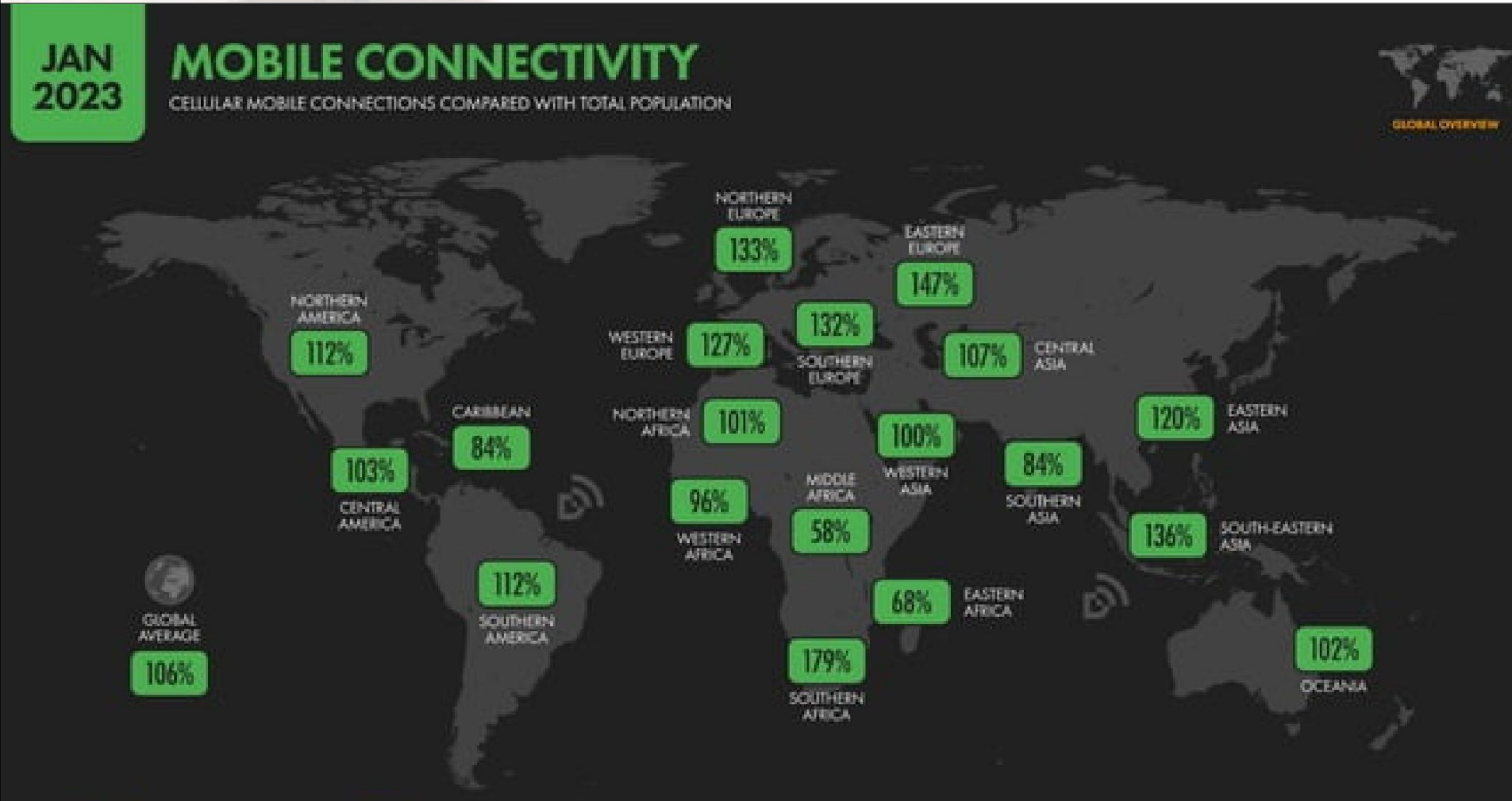
SOURCE: UNITED NATIONS, GOVERNMENT BODIES, GSMA INTELLIGENCE, IDC, WORLD BANK, EUROSTAT, CHINA ITC, MAIA & KANTAR, CIA WORLD FACTBOOK, COMPANY ADVERTISING RESOURCES AND EXPANDED REPORTS, OCB, IEA RESEARCH CENTER, KPMG ANALYSIS. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USERS MAY **NOT** REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA ACROSS ALL METRICS, INCLUDING IMPORTANT REVISIONS TO UNDERLYING POPULATION DATA, FIGURES ARE **NOT COMPATIBLE** WITH PREVIOUS REPORTS. WHERE YEAR-ON-YEAR CHANGE IS SHOWN AS "Y/Y", COMPARISON WITH HISTORICAL DATA WILL PRODUCE **INACCURATE RESULTS**. PLEASE READ OUR COMPREHENSIVE **NOTES ON DATA** FOR FURTHER DETAILS.

we
are
social

Meltwater

Báo cáo Digital 2022 của We are Social tháng 01/2023

Thực trạng E-marketing trên thế giới



Báo cáo Digital 2022 của We are Social tháng 01/2023

Thực trạng E-marketing trên thế giới



Báo cáo Digital 2022 của We are Social tháng 01/2023

Thực trạng E-marketing ở Việt Nam

Nhận thức của CEO, CMO tại Việt Nam đã thay đổi:

- Ngân sách dành cho E-marketing ngày càng chiếm tỷ trọng cao trong tổng ngân sách cho Marketing.

Hành vi khách hàng đã thực sự thay đổi

- Dành thời gian nhiều để xem truy cập mạng xã hội, xem video và rich media ads.
- Người tiêu dùng Việt Nam đang ngày càng “thông minh” và kỹ tính hơn trong việc mua sắm
- Ngày càng ưa chuộng và sử dụng ngày càng nhiều nền tảng thương mại điện tử.

Thực trạng E-marketing ở Việt Nam

JAN
2023

ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES

NOTE: PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



TOTAL
POPULATION



98.53
MILLION

URBANISATION

39.1%

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



161.6
MILLION

vs. POPULATION

164.0%

INTERNET
USERS



77.93
MILLION

vs. POPULATION

79.1%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



70.00
MILLION

vs. POPULATION

71.0%

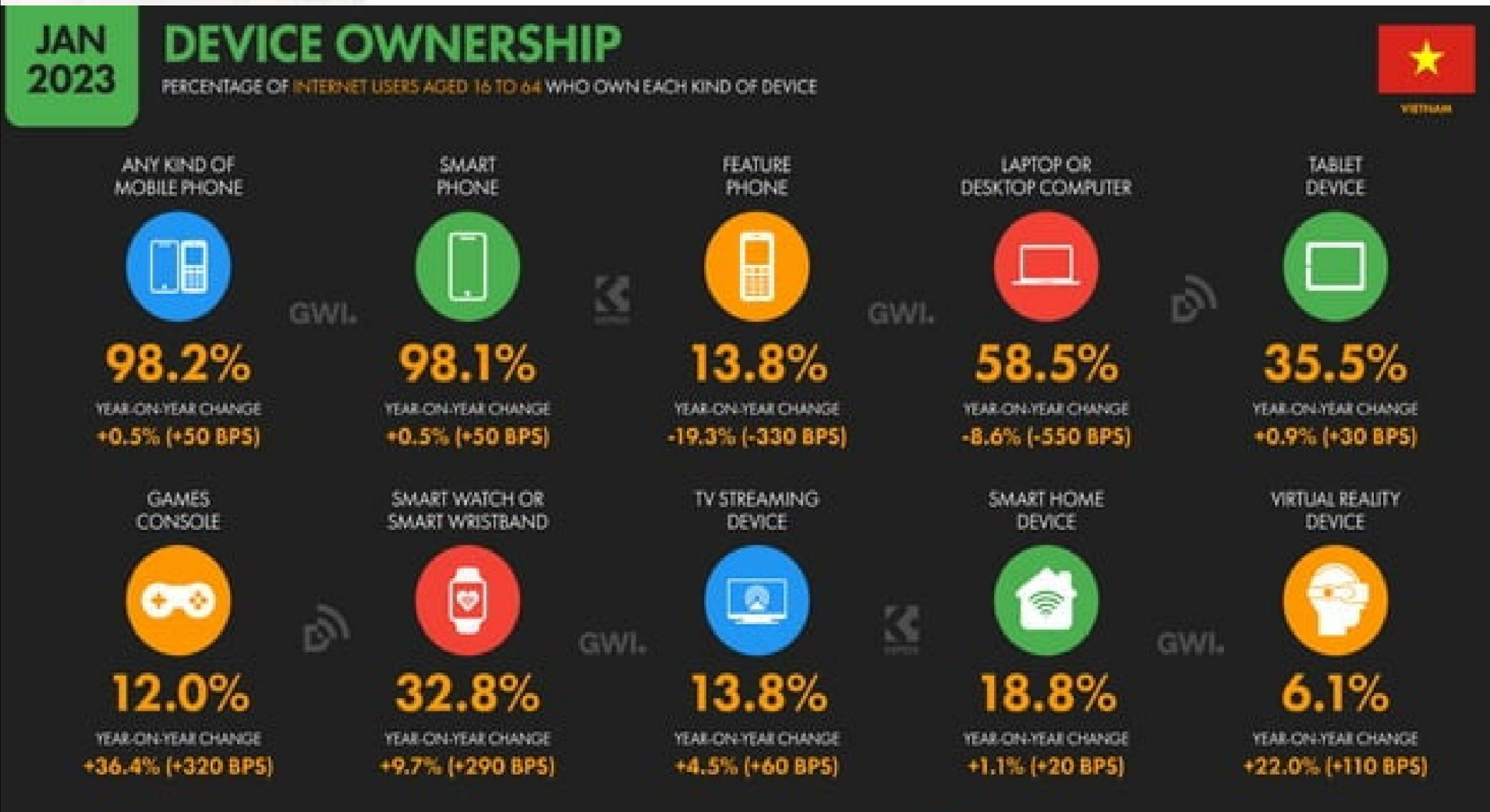
Báo cáo Digital 2022 của We are Social tháng 01/2023

Thực trạng E-marketing ở Việt Nam



Báo cáo Digital 2022 của We are Social tháng 01/2023

Thực trạng E-marketing ở Việt Nam



Báo cáo Digital 2022 của We are Social tháng 01/2023

Thực trạng E-marketing ở Việt Nam

JAN
2023

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES



TIME SPENT USING
THE INTERNET



6H 23M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-4.0% (-16 MINS)

TIME SPENT WATCHING TELEVISION
(BROADCAST AND STREAMING)



2H 39M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-4.8% (-8 MINS)

TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA



2H 32M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+2.7% (+4 MINS)

TIME SPENT READING PRESS MEDIA
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



2H 03M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+7.0% (+8 MINS)

TIME SPENT LISTENING TO
MUSIC STREAMING SERVICES



1H 12M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-1.4% (-1 MIN)

TIME SPENT LISTENING TO
BROADCAST RADIO



0H 45M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+18.4% (+7 MINS)

TIME SPENT LISTENING
TO PODCASTS



0H 50M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+13.6% (+6 MINS)

TIME SPENT USING
A GAMES CONSOLE



1H 19M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+11.3% (+8 MINS)

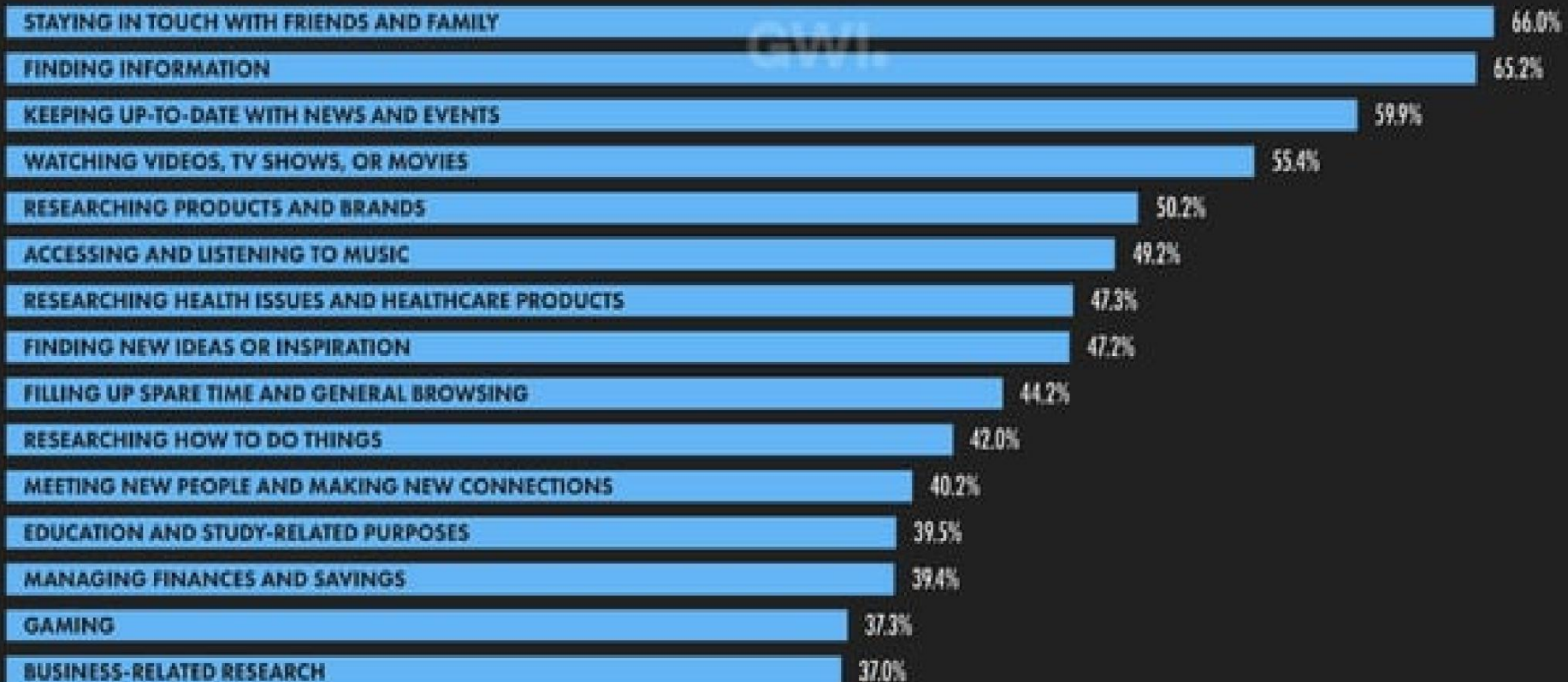
Báo cáo Digital 2022 của We are Social tháng 01/2023

Thực trạng E-marketing ở Việt Nam

JAN
2023

MAIN REASONS FOR USING THE INTERNET

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE THE INTERNET



Báo cáo Digital 2022 của We are Social tháng 01/2023

Thực trạng E-marketing ở Việt Nam

JAN
2023

TOP WEBSITES: SIMILARWEB RANKING

SIMILARWEB'S RANKING OF THE MOST VISITED WEBSITES, BASED ON WEBSITE TRAFFIC BETWEEN DECEMBER 2021 AND NOVEMBER 2022



#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	1.19 B	56.1 M	11M 28S	9.2
02	YOUTUBE.COM	635 M	32.3 M	23M 26S	12.5
03	FACEBOOK.COM	544 M	37.0 M	16M 58S	12.6
04	VNEXPRESS.NET	171 M	12.7 M	5M 54S	3.9
05	24H.COM.VN	118 M	13.1 M	5M 54S	3.9
06	XOSODAIPHAT.COM	114 M	12.1 M	0M 37S	2.2
07	ZALO.ME	104 M	25.5 M	3M 22S	4.5
08	XOSO.COM.VN	102 M	11.6 M	0M 27S	2.0
09	SHOPEE.VN	102 M	25.2 M	6M 54S	7.1
10	ZINGNEWS.VN	86.7 M	13.1 M	3M 22S	1.9

#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
11	GOOGLE.COM.VN	77.6 M	7.95 M	6M 11S	11.0
12	XOSO.ME	70.8 M	9.12 M	8M 16S	23.7
13	DANTRI.COM.VN	69.2 M	9.07 M	7M 32S	11.0
14	TIKTOK.COM	62.6 M	18.6 M	11M 57S	4.3
15	THEGIOIDIDONG.COM	62.4 M	20.5 M	11M 15S	7.2
16	METRUYENCHU.COM	55.1 M	1.50 M	7M 12S	9.0
17	TUOITRE.VN	55.0 M	10.6 M	3M 53S	4.0
18	KINH14.VN	53.2 M	8.07 M	3M 16S	3.0
19	THANHNIEN.VN	51.3 M	11.8 M	3M 00S	2.8
20	VIETNAMNET.VN	50.4 M	11.3 M	1M 11S	2.7

Báo cáo Digital 2022 của We are Social tháng 01/2023

Thực trạng E-marketing ở Việt Nam

JAN
2023

SHARE OF SEARCH ENGINE REFERRALS

PERCENTAGE OF TOTAL WEB TRAFFIC REFERRED BY SEARCH ENGINES THAT ORIGINATED FROM EACH SEARCH SERVICE



GOOGLE



97.12%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+6.8% (+620 BPS)

BING



0.38%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-68.6% (-83 BPS)

YAHOO!



0.37%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-73.9% (-105 BPS)

YANDEX



0.01%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-97.0% (-32 BPS)

BAIDU



0.13%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+18.2% (+2 BPS)

DUCKDUCKGO



0.06%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+20.0% (+1 BP)

NAVER



0%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-100.0% (-1 BP)

OTHER



1.93%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-67.6% (-402 BPS)

Báo cáo Digital 2022 của We are Social tháng 01/2023

1.5 Các xu hướng E-Marketing

1. Data - driven marketing và phân tích BigData
2. Automation Marketing với Trí tuệ nhân tạo (AI) và máy học (machine learning)
3. Video Content và Live Video tiếp tục phát triển mạnh
4. Tối ưu hóa tỷ lệ chuyển đổi trên thiết bị di động (Mobile Conversion Rate Optimization – CRO)
5. Influencer Marketing: KOL, KOC, KOS... phát triển mạnh.

The image features a large, detailed clock face in the foreground, rendered in a warm, golden-brown color. It has Roman numerals for the hours and a smaller, circular inset at the bottom. In the background, a second, slightly faded clock face is visible, creating a sense of depth. The overall aesthetic is classic and elegant.

Thank you!