

INTERNET MARKETING COACHING

“Giúp bạn từng bước thành công trên Internet”

Tác giả: Nguyễn Trọng Thơ, CEO iNET

Chào bạn!

Khác với kinh doanh truyền thống đòi hỏi lượng vốn lớn và nguồn lực khổng lồ để thâm nhập thị trường, cạnh tranh và tồn tại. Internet đang tạo ra sân chơi mới, nhiều cơ hội công bằng cho tất cả mọi người. Chỉ cần một website, blog, hay một gian hàng là bạn đã có thể bán hàng.

Bạn đang vận hành một doanh nghiệp ? Bạn có nhiều ý tưởng và quyết tâm kinh doanh ? Với nguồn lực hạn chế, bạn cảm thấy khó khăn về tài chính, thị trường, khách hàng,...

Ebook “Internet Marketing Coaching” hướng dẫn bạn từng bước để khởi nghiệp và xây dựng một Doanh nghiệp Online bền vững, cách sử dụng hiệu quả và sáng tạo các công cụ trực tuyến trong hoạt động kinh doanh.

Let's begin...

1. Xác định sản phẩm / dịch vụ

Xác định chính xác sẽ giúp bạn TẬP TRUNG và lan truyền những thông điệp rõ ràng.

Công thức: chọn 1 sản phẩm / dịch vụ mà bạn đam mê + thị trường đang / bắt đầu cần tới.

Nếu bạn đang làm nhiều thứ cùng lúc, hãy “cắt” tất cả những thứ đang tiêu tốn công sức và tiền bạc của bạn, chỉ để lại một vài thứ còn đem lại hiệu quả, thể mạnh, **TẬP TRUNG** vào nó.

2. Ai có nhu cầu mua sản phẩm của bạn ?

Để thành công, bạn cần biết chính xác: khách hàng tiềm năng là ai, và ai là người ra quyết định mua hàng. Nếu xác định phạm vi thị trường mục tiêu quá rộng, bạn sẽ không đủ nguồn lực để khách hàng **biết** chứ chưa nói đến là **thích** để **mua** sản phẩm của bạn.

Ví dụ 1: Đối tượng khóa học “Internet Marketing Coaching” là bất kỳ ai tuổi 14 – 60, biết sử dụng máy tính, ĐAM MÊ kinh doanh trên Internet,... --> như vậy vẫn rất khó xác định chính xác.

Ví dụ 2: +Chủ doanh nghiệp, sale & Marketing, Sinh viên + Ở Hà Nội, TP HCM, Hải Phòng.

3. Ai là đối thủ cạnh tranh trực tiếp ?

Là người bán cùng sản phẩm và nhắm đến cùng thị trường với bạn. (Đối thủ gián tiếp: bán sản phẩm thay thế, ví dụ: ipad và Laptop). Bạn cần nghiên cứu sâu về họ. Và để vượt qua họ bạn cần nhiều thông tin, thời gian và chiến lược hợp lý.

+ Vào website của đối thủ để lấy thông tin: Search Google theo: loại sản phẩm, tên công ty.

- Họ đang sử dụng công cụ marketing nào ?
- **Họ đang làm gì trên mạng ?**
- Khách hàng đang nói gì về họ ?
- Ưu và nhược điểm sản phẩm ?

- Khách hàng mục tiêu ?
- Tính năng trên website: cách thiết kế, khả năng tương tác (tiện ích người dùng),...
- Họ đang sử dụng từ khóa gì ? (công cụ [SEO Site Tools](#) cài trên Google Chrome)
- Số lượng truy cập, từ khóa,... (www.alexa.com/siteinfo)
- So sánh website của bạn và đối thủ (<http://marketing.grader.com>)

+ Quay lại website đối thủ thường xuyên (>= 2 lần / tháng) để xem họ làm gì.

+ Hoặc sử dụng dịch vụ RSS để cập nhật thông tin trên website đối thủ.

Hãy ghi nhớ:

Đối thủ cũng đang nghiên cứu bạn và đang thay đổi rất nhanh.

Biết mình biết người, trăm trận trăm thắng.

+ Phân tích **SWOT**:

- Điểm mạnh, yếu của bạn so với đối thủ
- Cơ hội, thách thức có thể gặp phải

==> Định hướng của bạn như thế nào ?

4. Định vị bản thân và yếu tố khác biệt

Bạn cần xác định bạn sẽ ở đâu trong thị trường đó. Sự khác biệt so với đối thủ là gì ?

+ Định vị thương hiệu:

- Là người đầu tiên đưa sản phẩm ra thị trường
- Là người đi sau đối thủ cạnh tranh
- Là người phát triển thị trường ngách

+ Định vị về sản phẩm:

- Về giá: Cao hơn, thấp hơn, hay bằng đối thủ
- Về chất lượng:
 - Tốt nhất (cao cấp) --> giá cao
 - Vừa phải, chi phí hợp lý --> giá trung bình
 - Tương đối, chi phí thấp --> giá thấp

**Hãy công khai bảng định vị này với tất cả nhân viên
đặc biệt là SALE & MARKETING.**

5. Chọn từ khóa (\$)

Bạn phải chọn cho mình một thị trường ngách (NICHE) để bắt đầu kinh doanh. Bây giờ, hãy hình dung khách hàng tiềm năng trong NICHE sẽ tìm sản phẩm / dịch vụ của bạn như thế nào. Hãy liệt kê các từ khóa mà bạn nghĩ rằng họ sẽ sử dụng tìm kiếm: **5 – 10** từ khóa.

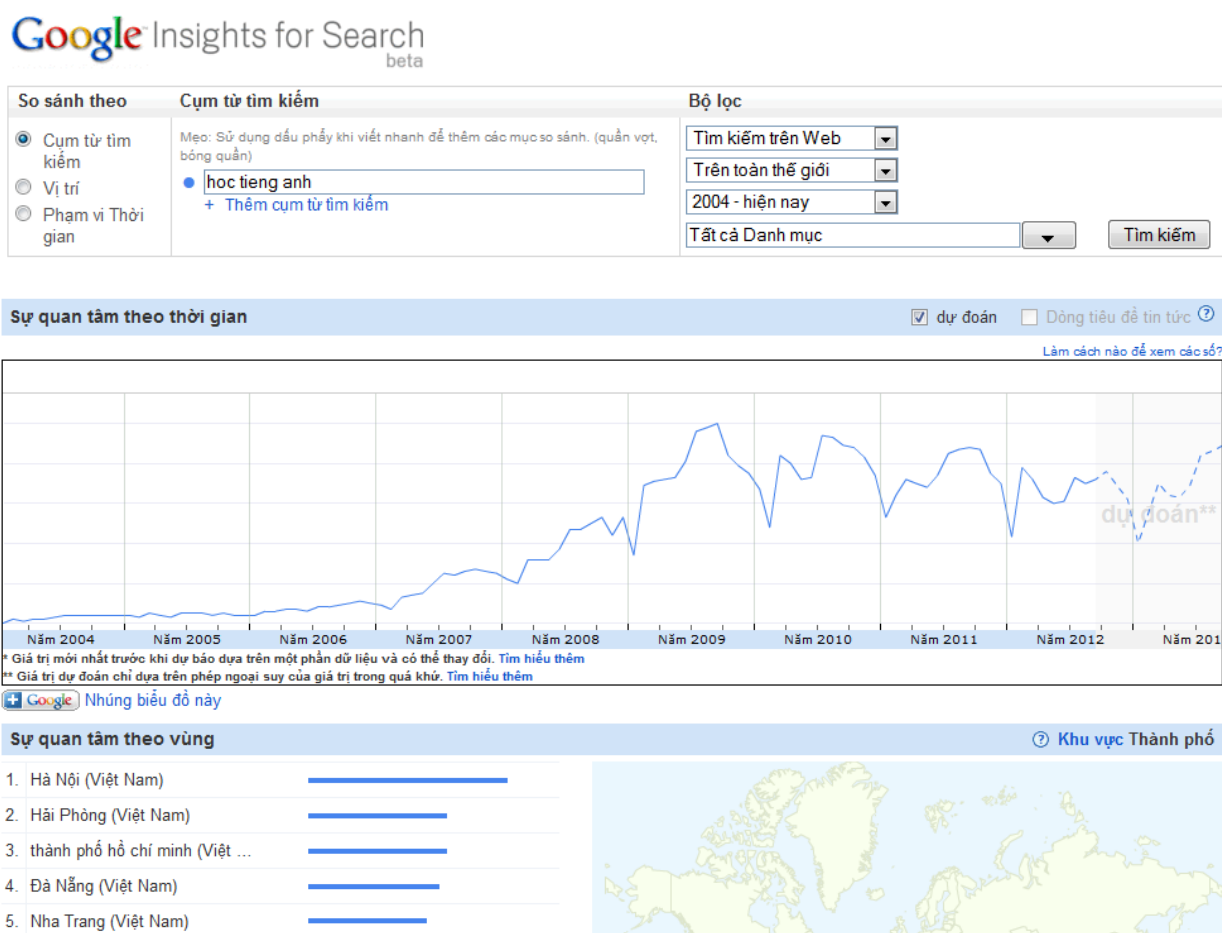
Sử dụng công cụ phân tích từ khóa miễn phí của Google:

Google Keyword Tools: <http://adwords.google.com/Select/KeywordToolExternal>

- Xem số lượng tìm kiếm từ khóa trong 01 tháng
- Gợi ý các từ khóa liên quan
- Mức độ cạnh tranh khi quảng cáo trả tiền

Google Trends / Insights: <http://google.com/trends> hoặc www.google.com/insights/search/

- Xem xu hướng, mức độ (%) quan tâm của khách hàng theo từ khóa, theo quốc gia, thành phố, theo năm / tháng
- Ví dụ: Tôi tìm từ khóa **“hoc tieng anh”**, kết quả cho thấy mức độ quan tâm tăng cao từ 2009, và có xu hướng ổn định. Trong đó Mức độ quan tâm ở Hà Nội là cao nhất.



Bạn cũng cần lưu ý rằng việc sử dụng từ khóa không phải là vĩnh viễn. Hôm nay từ khóa A có thể được tìm kiếm nhiều, nhưng ngày mai thì chưa chắc. Hàng tháng bạn cần kiểm tra lại lưu lượng tìm kiếm và xu hướng, theo quốc gia và thành phố bạn đang hướng đến.

Khi đã có từ khóa, tất cả nội dung bạn đăng lên Internet cần được tối ưu với từ khóa đó.

6. Chiến lược nội dung

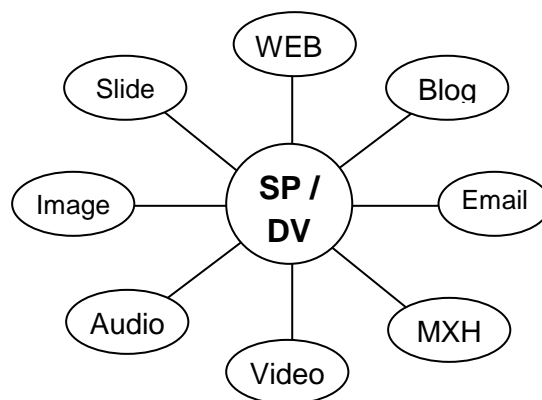
Internet chính là nội dung. Bạn muốn thành công trên Internet phải cung cấp nhiều nội dung hấp dẫn. Trong kinh doanh trực tuyến, nội dung đóng vai trò số 1.

Nội dung cần sáng tạo, xoay quanh chủ đề sản phẩm / dịch vụ của bạn

Nội dung có thể dưới nhiều dạng khác nhau: bài viết trên website / blog, chia sẻ trên MXH, newsletter gửi khách hàng, Video, hình ảnh, tài liệu,... Doanh nghiệp cần có sự đầu tư bài bản: nhân sự, thời gian,...

Nội dung bao gồm 2 nhóm:

- **Tĩnh:** ít thay đổi (giới thiệu công ty, giới thiệu SP/DV)
- **Động:** cần cập nhật liên tục (hoạt động, tin công ty, khuyến mãi, tuyển dụng,...)



Nội dung chứa thông tin **HỮU ÍCH** cho khách hàng: tư vấn, giải pháp, thủ thuật,...

Tần suất cập nhật nội dung: blog (1 bài/tuần), MXH (1 chia sẻ/ngày), newsletter (1 lần/tháng)

Nội dung lấy từ đâu ?

- Từ chính các nhân viên trong công ty: brain storming nhóm 3-5 người có thể được 10 chủ đề viết bài trên blog.
- Google Search & tổng hợp các bài viết + kiến thức riêng --> Ý TƯỞNG mới.
- Google Translate: các website nước ngoài --> lấy ý tưởng viết bài
- Tổng hợp ý kiến, câu hỏi của khách hàng --> viết giải đáp / tư vấn chi tiết hơn.
- Sử dụng **con số và hình ảnh** --> giúp bài viết sinh động hơn. Nhưng nhiều ảnh quá sẽ không tốt, khiến web trở nên nặng nề, và có thể gây phân tán người đọc. Hình ảnh phải khớp với nội dung và làm rõ nghĩa cho nội dung.
- Tránh tuyệt đối trùng lặp nội dung.
- Sử dụng mật độ từ khóa vừa phải: luôn vì người dùng, tránh bị Google coi là SPAM
- Cuối bài viết cần có hướng dẫn hành động; Mỗi thông điệp đưa lên Internet đều phải có 1 mục tiêu. Khi khách hàng đọc xong bài viết, bạn muốn họ làm gì, hãy kêu gọi hành động, ví dụ: mời đặt câu hỏi, mời phản hồi, đặt hàng, liên hệ,...

Ví dụ: Hãy gọi ngay cho chúng tôi: **0912345678** hoặc truy cập website www.inet.vn

Để thành công trên Internet, bạn cần có:

ĐAM MÊ + QUYẾT TÂM

Cập nhật thời xuyên + Thay đổi nhanh chóng

Một số website tiện ích tham khảo

Hệ thống quản lý quan hệ khách hàng:

- Zoho (Cloud) : www.zoho.com
- FreeCRM (Cloud) : www.freecrm.com
- Vtiger (Opensource) : www.vtiger.com

Phần mềm quản lý dự án:

- GantProject: <http://sourceforge.net/projects/ganttproject/>
- OpenProject: <http://sourceforge.net/projects/openproj/>