# Lợi ích của Seeding trong các chiến dịch Marketing

Seeding là một chiến lược marketing rất quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh thương hiệu và thu hút khách hàng cho doanh nghiệp. Nếu biết cách sử dụng thì đây sẽ là một công cụ vô cùng hữu ích giúp chiến dịch marketing của bạn đạt được những doanh số mơ ước. Vậy những lý do gì khiến các doanh nghiệp nên thực hiện seeding này ngay hôm nay? Hãy cùng BrandC tìm hiểu qua bài viết sau đây nhé:

## Seeding là gì?



Seeding được tạm dịch là “gieo mầm”. Quá trình seeding diễn ra bằng cách tạo ra các bài viết, cuộc hội thoại nhằm tăng sự tương tác, trao đổi và bình luận sôi nổi có chủ đích về một sản phẩm hay dịch vụ nào đó. Điều này góp phần lớn trong việc xây dựng hình ảnh thương hiệu và tạo độ lan tỏa lớn các thông điệp mà doanh nghiệp muốn truyền tải đến khách hàng của mình.

Có thể hiểu rằng, nội dung & thông điệp mà bạn muốn truyền đạt giống như một hạt giống. Để một hạt giống lớn lên và phát triển thành quả chín, cần phải trải qua một quá trình gieo mầm, chăm sóc, bón phân, tưới nước,…Người gieo mầm được gọi là seeders và quả chín ở đây tượng trưng cho những mục tiêu, thành tựu mà doanh nghiệp muốn đạt được trong chiến dịch marketing của mình. Seeding là một trong những bước vô cùng quan trọng tạo nên sự thành công ấy.

## 4 lý do mà doanh nghiệp nên đầu tư chiến lược Seeding ngay

### 1. Tăng độ nhận diện thương hiệu

Seeding là một công cụ hiệu quả giúp đưa thương hiệu của doanh nghiệp đến gần khách hàng của mình. Bộ nhận diện thương hiệu sẽ trở nên rõ ràng và nhất quán, tạo được ấn tượng tốt đẹp với khách hàng. Về lâu dài, khi làm tốt, seeding không chỉ giúp gia tăng độ uy tín, chất lượng dịch vụ, sản phẩm của thương hiệu mà còn có thể giúp doanh nghiệp xây dựng được một cộng đồng khách hàng bền vững, trung thành với mình.



### 2. Chủ động được trong các cuộc khủng hoảng truyền thông

Khủng hoảng truyền thông là một rủi ro mà các doanh nghiệp luôn có nguy cơ phải đối mặt. Việc này có thể đến từ nhiều nguyên nhân khác nhau, do trực tiếp từ doanh nghiệp hoặc đối thủ cạnh tranh gián tiếp gây ra. Nếu không xử lý khéo léo và kịp thời, có thể gây ra những tổn thất nặng nề và thậm chí tệ hơn là nguy cơ bị khai trừ trên thị trường, bởi sức mạnh khủng khiếp của mạng xã hội ngày nay là không tưởng.

Công cụ seeding lúc này sẽ là một “thiên thần” cứu cánh kịp thời cho doanh nghiệp, góp phần trung hòa những phản hồi, bình luận tiêu cực nhằm xoa dịu dư luận và chủ động nắm bắt thế cờ. Từ đó doanh nghiệp sẽ có nhiều thời gian hơn để tìm ra hướng xử lý tốt nhất cho vấn đề mà mình gặp phải.

### 3. Gia tăng lưu lượng truy cập

Từ những cuộc hội thoại, bài viết chất lượng được gieo mầm thảo luận, khách hàng sẽ có cơ sở và nhiều thông tin để tiếp cận được với các kênh truyền thông của thương hiệu như website, fanpage, landing page,…Nhờ đó lưu lượng truy cập và lượng theo dõi, tương tác sẽ gia tăng đáng kể, phục vụ hiệu quả cho chiến dịch marketing của khách hàng.

### 4. Tạo ra tỷ lệ chuyển đổi cao

Thông qua những cuôc hội thoại, bình luận sôi nổi trên mạng xã hội thì những tính năng, thông điệp nổi bật của sản phẩm hoặc dịch vụ của thương hiệu sẽ được lan tỏa mạnh mẽ đến khách hàng, bao gồm cả những người chưa từng tiếp cận với thương hiệu. Điều này không chỉ giúp thương hiệu phát triển mạng lưới khách hàng mà còn thúc đẩy doanh số, gia tăng lợi nhuận mà mình mong muốn.

Tóm lại, Seeding là một bước rất quan trọng và không thể bỏ qua trong một chiến dịch marketing. Hy vọng qua bài viết trên, BrandC đã giúp bạn có cái nhìn tổng quan về cách thức hoạt động cũng như những lợi ích to lớn mà công cụ này mang lại cho các doanh nghiệp trong thời đại kỹ thuật số bùng nổ hiện nay.