

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - LUẬT**

**KHOA HỆ THỐNG THÔNG TIN**

**THỰC TẬP TỐT NGHIỆP**

**NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**

**TÌM HIỂU VỀ NGHIỆP VỤ DIGITAL MARKETING TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN  
THẾ GIỚI SỐ**

*Đơn vị thực tập:*

***Công ty Cổ phần Thế giới Số (Digiworld)***

*Giáo viên hướng dẫn:*

**ThS. Nguyễn Quang Phúc**

*Sinh viên thực hiện:*

**K164111558**

**Ngô Hoàng Oanh**

**Thành phố Hồ Chí Minh, Tháng 5/2020**

## LỜI CẢM ƠN

Sau khoảng thời gian thực tập tại Công ty Digiworld, em đã học hỏi được nhiều kiến thức, kỹ năng để giải quyết các vấn đề trong công việc và cuộc sống. Đây là một trong khoảng thời gian đáng nhớ nhất trong 4 năm đại học, nó giúp em hiểu được bản thân mình hơn, biết được những điều mình muốn làm và những điều phải làm để đáp ứng được yêu cầu trong công việc. Học được cách ý thức và có trách nhiệm với công việc, những người xung quanh, thử thách khả năng của mình trong môi trường làm việc áp lực dưới sự hướng dẫn tận tình của các anh chị đi trước

Em xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới tất cả anh chị trong team Digital Marketing đã giúp đỡ, hỗ trợ em trong suốt thời gian qua. Em đặc biệt gửi lời cảm ơn đến anh Hoàng Anh Trung, người đã chỉ dẫn em các kiến thức và cho em cơ hội tham gia vào các dự án thực tế, cũng như hướng dẫn trực tiếp để em có thể hoàn thành báo cáo thực tập một cách tốt nhất.

Em xin gửi lời cảm ơn đến thầy cô khoa Hệ thống thông tin đã tận tình dạy dỗ và truyền đạt những kiến thức bổ ích để em có thể bước tiếp trên chặng đường tiếp theo.

Em chân thành gửi lời cảm ơn đến thầy Nguyễn Quang Phúc, dành nhiều thời gian để hướng dẫn và giúp đỡ em hoàn thành báo cáo thực tập, cũng như chia sẻ kinh nghiệm của mình giúp em hiểu thêm về định hướng công việc trong tương lai.

Cuối cùng, em xin kính chúc quý công ty, quý đồng nghiệp, quý thầy cô mạnh khỏe, luôn thành công và hạnh phúc trong công việc và cuộc sống.

Trân trọng,

Ngô Hoàng Oanh

## PHIẾU ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC TẬP

Họ tên sinh viên: NGÔ HOÀNG OANH

Tên Cơ quan thực tập: CÔNG TY CỔ PHẦN THẾ GIỚI SỐ (DIGIWORLD)

Địa chỉ Cơ quan: Tầng 8 tòa nhà Nam Á, 201 – 203 Cách Mạng Tháng 8, phường 4, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Điện thoại Cơ quan: 028.3929 0059

Họ tên người đại diện cơ quan: Hoàng Anh Trung

Chức vụ: Digital Marketing Intern

Điện thoại: 0907300417

Thời gian thực tập tại Cơ quan: Từ ngày 23/06/2019 Đến ngày 23/10/2019

*\* Đề nghị Quý Cơ quan đánh giá bằng cách đánh dấu X vào cột xếp loại các nội dung đánh giá trong bảng sau.*

*Ghi chú:*

*Loại A: 2đ; Loại B: 1,5đ*

*Loại C: 1đ; Loại D: 0,5đ*

Nội dung đánh giá	Xếp loại			
	A	B	C	D
1. Tinh thần kỷ luật, thái độ				
1.1 Thực hiện nội quy của cơ quan				
1.2 Chấp hành giờ giấc làm việc				
1.3 Thái độ giao tiếp với đồng nghiệp, cộng sự				
1.4 Ý thức bảo vệ tài sản				
1.5 Tích cực trong công việc				

2. Kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ				
2.1 Đáp ứng yêu cầu công việc				
2.2 Tinh thần học hỏi, nâng cao trình độ chuyên môn				
2.3 Có sáng kiến, năng động trong công việc				
3. Kết quả thực tập				
3.1 Có sản phẩm ứng dụng thực tế đem lại lợi ích cho Cơ quan				
3.2 Mức độ hoàn thành nhiệm vụ thực tập				

[illegible]

**Ký, ghi rõ họ tên, đóng dấu**

**PHIẾU ĐÁNH GIÁ BÁO CÁO THỰC TẬP  
CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN**

**Họ tên sinh viên:** Ngô Hoàng Oanh .....

**Họ tên GVHD:** Nguyễn Quang Phúc .....

STT	Tiêu chí	Tiêu chí cụ thể	Điểm	Ghi chú
1	Hình thức báo cáo (20%)	Trình bày (5%)		
		Kết cấu báo cáo (10%)		
		Văn phong (5%)		
2	Nội dung báo cáo (45%)	Kỹ năng phân tích (5%)		
		Mục tiêu (10%)		
		Chuyên môn (30%)		
3	Thái độ của sinh viên (15%)			
4	Doanh nghiệp đánh giá (20%)			<i>GVHD quy đổi từ đánh giá của DN</i>
TỔNG ĐIỂM				

*Tp. Hồ Chí Minh, ngày 08 tháng 06 năm 2020*

**Giảng viên hướng dẫn**

*(Ký, ghi rõ họ tên)*

**Nguyễn Quang Phúc**

## **PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN**

### **Về tác phong làm việc:**

- Sinh viên có tinh thần, thái độ làm việc nghiêm túc; lên kế hoạch làm việc cụ thể, rõ ràng.
- Sinh viên có tinh thần trách nhiệm cao, biết lắng nghe, hoàn thành tốt các yêu cầu từ giảng viên.

### **Về chuyên môn:**

- Sinh viên có kiến thức chuyên môn tốt, vận dụng tốt các kiến thức được học vào công việc thực tế; có tư duy tốt khi giải quyết vấn đề, biết cách tiếp cận phân tích vấn đề một cách khoa học và đề xuất những giải pháp phù hợp.
- Sinh viên có tinh thần cố gắng học hỏi, nâng cao trình độ chuyên môn.

*Tp. Hồ Chí Minh, ngày 08 tháng 06 năm 2020*

**Giảng viên hướng dẫn**

*(Ký, ghi rõ họ tên)*

**Nguyễn Quang Phúc**

## LỊCH TRÌNH LÀM VIỆC VÀ NỘI DUNG CÔNG VIỆC

Thời gian: 24/06/2019 đến ngày 23/10/2019

STT	Thời gian	Công việc	Nơi làm việc
1	24/06 – 28/06	Làm quen với công việc, tự nghiên cứu và đọc tài liệu	Văn phòng DIGIWORLD
2	01/07 – 05/07	Đọc tài liệu và tìm hiểu quy trình làm việc của team dưới sự hướng dẫn của các anh chị	Văn phòng DIGIWORLD
3	08/07 – 12/07	Được training các kiến thức về Digital Marketing	Văn phòng DIGIWORLD
4	15/07 – 19/07	Tìm hiểu tập fan của Fanpage và Website Mi Store by DGW, chịu trách nhiệm chính về content trên Fanpage	Văn phòng DIGIWORLD
5	22/07 – 26/07	Lên kế hoạch content cho tuần tiếp theo trên Fanpage	Văn phòng DIGIWORLD
6	29/07 – 02/08	Viết content theo kế hoạch, brief hình cho designer theo content	Văn phòng DIGIWORLD
7	05/08 – 09/08	Kiểm tra và update thông tin sản phẩm lên Website Mi Store	Văn phòng DIGIWORLD
8	12/08 – 16/08	Lên ý tưởng content cho chiến dịch “Back to School” trên Fanpage	Văn phòng DIGIWORLD



9	19/08 – 23/08	Viết content cho Fanpage và brief hình cho designer theo content	Văn phòng DIGIWORLD
10	26/08 – 30/08	Set Promotion trên Website Mi Store	Văn phòng DIGIWORLD
11	03/09 – 06/09	Làm Report tổng hợp hiệu quả content trên fanpage Mi Store trong tháng 8	Văn phòng DIGIWORLD
	09/09 – 13/09	Phụ trách thêm content Fanpage Amazfit Vietnam Tìm hiểu Fanpage	Văn phòng DIGIWORLD
	16/09 – 20/09	Lên kế hoạch Content cho Fanpage Amazfit sau khi đã tìm hiểu Lên kế hoạch Content cho Fanpage Mi Store	Văn phòng DIGIWORLD
	23/09 – 27/09	Viết content cho Fanpage Amazfit	Văn phòng DIGIWORLD

		Viết content cho Fanpage Mi Store by DGW	
	30/09 – 04/10	Làm Report tổng hợp hiệu quả content trên fanpage Mi Store trong tháng 9	Văn phòng DIGIWORLD
	07/10 – 11/10	Lên kế hoạch và viết Content cho chương trình giảm giá tháng 10 trên Fanpage Mi Store by DGW	Văn phòng DIGIWORLD
	14/10 – 18/10	Set Promotion trên Website Mi Store by DGW	Văn phòng DIGIWORLD
	21/10 – 23/10	Bàn giao công việc	Văn phòng DIGIWORLD

## MỤC LỤC

CHƯƠNG 1. GIỚI THIỆU TỔNG QUAN .....	14
1.1 Tổng quan về đề tài .....	14
1.1.1 Lý do chọn đề tài .....	14
1.1.2 Mục tiêu đề tài .....	15
1.1.3 Phạm vi đề tài .....	15
1.1.4 Ý nghĩa đề tài .....	16
1.1.5 Cấu trúc tổng quan của đề tài .....	16
1.2 Giới thiệu về công ty thực tập .....	17
1.2.1 Lịch sử hình thành và phát triển của CTCP Thế Giới Số .....	17
1.2.2 Chức năng và nhiệm vụ của công ty CTCP Thế Giới Số .....	18
1.2.3 Tổ chức bộ máy quản lý của CTCP Thế Giới Số .....	19
1.2.4 Tổng quan về phòng ban Digital Marketing .....	22
1.3 Mô tả công việc và nhiệm vụ được phân công .....	23
1.4 Phỏng vấn nhân viên Content Creator tại Digiworld .....	23
CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT .....	24
2.1 Định nghĩa về content và conten marketing .....	24
2.2 Lợi ích của content marketing đối với doanh nghiệp .....	25
2.3 Cách làm content marketing hiệu quả .....	25
2.4 Các định dạng của content marketing .....	27
CHƯƠNG 3. CÁC HOẠT ĐỘNG TRIỂN KHAI DIGITAL MARKETING TẠI DIGIWORLD .....	27
3.1 Công việc thực hiện cho nhãn hàng Xiaomi .....	28
3.1.1 Tìm hiểu về các sản phẩm của Xiaomi Inc. được Digiworld phân phối .....	28

3.1.2	Tìm hiểu đặc điểm tập khách hàng Xiaomi tại Việt Nam.....	30
3.1.3	Campaign Back to School .....	31
3.1.4	Campaign mở bán sản phẩm Redmi Note 8.....	38
3.1.5	Thực hiện Report Content trên Fanpage .....	44
3.2	Công việc thực hiện cho Fanpage Amazfit Vietnam .....	45
3.2.1	Tìm hiểu về các sản phẩm Amazfit được Digiworld phân phối .....	45
3.2.2	Tìm hiểu đặc điểm tập khách hàng của Amazfit.....	46
3.2.3	Dịch bài post từ phía client Trung Quốc sang Tiếng Việt kèm hình ảnh .....	47
3.2.4	Hỗ trợ trả lời tin nhắn khách hàng trên Fanpage.....	49
CHƯƠNG 4.	PHÂN TÍCH CÔNG VIỆC .....	51
4.1	Công việc thực hiện cho nhãn hàng Xiaomi .....	51
4.1.1	Kết quả .....	51
4.1.2	Thuận lợi .....	51
4.1.3	Khó khăn .....	52
4.2	Công việc thực hiện cho sản phẩm Amazfit .....	52
4.2.1	Kết quả .....	52
4.2.2	Thuận lợi .....	52
4.2.3	Khó khăn .....	52
CHƯƠNG 5.	TỔNG KẾT .....	53
5.1	Những ưu điểm .....	53
5.2	Những hạn chế .....	53
5.3	Hướng cải thiện và phát triển.....	54
5.4	Đề xuất và kiến nghị cho công ty.....	54

## DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1 Tôn chỉ và định hướng của CTCP Thế Giới Số .....	19
Hình 1.2 Sơ đồ cơ cấu tổ chức tại Digiworld .....	20
Hình 3.1 Kế hoạch đăng bài tuần đầu tiên cho campaign Back to School.....	31
Hình 3.2 Nội dung bài teaser campagin back to school .....	32
Hình 3.3 Nội dung bài post thông báo campaign Back to School.....	32
Hình 3.4 Nội dung bài post promote sản phẩm chuột không dây .....	33
Hình 3.5 Nội dung bài post promote sản phẩm tai nghe Mi Basic.....	34
Hình 3.6 Nội dung bài post tặng voucher và quà trong campaign Back to School.....	35
Hình 3.7 Microsite tham gia trò chơi .....	36
Hình 3.8 Nội dung bài post 4 vật dụng cần có hỗ trợ học tập .....	37
Hình 3.9 Nội dung bài post promote sản phẩm balo Xiaomi .....	38
Hình 3.10 Kế hoạch đăng bài trên Fanpage cho campaign mở bán Redmi Note 8 .....	39
Hình 3.11 Nội dung bài post teaser sản phẩm .....	40
Hình 3.12 Nội dung bài post mở bán Redmi Note 8 .....	41
Hình 3.13 Nội dung bài post khách đến mua hàng tại cửa hàng .....	42
Hình 3.14 Bài post khuyến mãi sau ngày mở bán .....	43
Hình 3.15 Bài post chào mừng ngày 20/10 .....	44
Hình 3.16 Báo cáo nội dung trên Fanpage Xiaomi tháng 7 .....	45
Hình 3.17 Báo cáo nội dung trên Fanpage Xiaomi tháng 7 .....	45
Hình 3.18 Nội dung cần dịch cho Fanpage Amazfit .....	47
Hình 3.19 Nội dung cần dịch cho Fanpage Amazfit .....	48
Hình 3.20 Nội dung cần dịch cho Fanpage Amazfit .....	48
Hình 3.21 Bài post về đồng hồ Amazfit trên Fanpage .....	49
Hình 3.22 Bài post về đồng hồ Amazfit trên Fanpage .....	49

# CHƯƠNG 1. GIỚI THIỆU TỔNG QUAN

## 1.1 Tổng quan về đề tài

### 1.1.1 Lý do chọn đề tài

Với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ 4.0 như hiện nay thì việc tiếp cận tới khách hàng thông qua Internet là điều vô cùng cần thiết. Một chiến lược marketing đúng đắn sẽ giúp cho doanh nghiệp tiếp cận đúng đối tượng cũng như tăng hiệu ứng mạnh về thương hiệu cho doanh nghiệp. Chính vì vậy doanh nghiệp dần chú trọng hơn vào việc tiếp thị số (Digital Marketing).

Đáng đề cập đến đó chính là lợi ích của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ digital marketing. Doanh nghiệp sẽ nhận được những lợi ích rất lớn từ dịch vụ digital marketing mang lại:

- **Tiếp cận khách hàng một cách nhanh chóng nhất:** Có thể xóa bỏ khoảng cách địa lý, bán hàng cho khách hàng ở bất cứ nơi đâu, bất cứ quốc gia nào mà không cần mở cửa hàng ở nơi đó, mở rộng thị trường mục tiêu, tổ chức hình thức kinh doanh xuất khẩu mà không cần xây dựng mạng lưới kênh phân phối ở các quốc gia khác.
- **Hiệu quả dễ dàng đo lường được:** Những công cụ phân tích kỹ thuật số có thể đánh giá chính xác số lượt người quan tâm, truy cập quảng cáo, số lượt tìm kiếm với từ khóa cụ thể.
- **Chi phí thấp:** Chi phí làm Digital Marketing thấp hơn nhiều so với marketing truyền thống. Doanh nghiệp không phải đóng phí thuê mặt bằng hay bảo trì, có thể đặt hàng phù hợp với nhu cầu nhằm tiết kiệm chi phí kho bãi.

Chính vì cơ hội phát triển của digital marketing trong thời đại công nghệ số, những lợi ích to lớn mà digital marketing mang đến cho doanh nghiệp cùng với mong muốn học hỏi, muốn tiếp cận với dịch vụ này, tôi đã quyết định thực hiện đề tài “Giải pháp Digital Marketing giúp doanh nghiệp khẳng định thương hiệu” để có cái nhìn chi tiết, cụ thể hơn

về các hoạt động của công việc này cũng như định hướng phát triển nghề nghiệp trong tương lai.

### **1.1.2 Mục tiêu đề tài**

- Mục tiêu đầu tiên việc thực hiện Content Marketing là nâng cao sự nhận diện thương hiệu của công ty so với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường.
- Xây dựng được chân dung khách hàng tiềm năng, tăng hiểu biết về người mua để giúp sáng tạo nội dung dễ dàng hơn và dễ thu hút khách hàng hơn.
- Hiểu được các phương pháp content marketing đối với từng nhóm khách hàng riêng biệt như thế nào.
- Quản lý một được website thương mại điện tử của một công ty thông qua nền tảng của Haravan.
- Hiểu được quy trình làm việc của một công ty từ giai đoạn bắt đầu đến khi kết thúc một chiến dịch Digital Marketing. Đồng bộ hóa tất cả các kênh để thông tin được thống nhất và tiếp cận đến khách hàng một cách tốt nhất.
- Bên cạnh đó, đọc tài liệu liên quan để viết content theo chủ đề của khách hàng.

### **1.1.3 Phạm vi đề tài**

Phạm vi:

- Đề tài được giới hạn trong khoảng thời gian thực tập tại Digiworld từ ngày 23/6 đến ngày 23/10 năm 2019.
- Nội dung của báo cáo xoay quanh các công việc khi được tham gia xây dựng content marketing trên 2 fanpage Mi Store by DGW và Amazfit Vietnam trong khoảng thời gian làm việc, sẽ trình bày chi tiết ở chương 3.

Đối tượng:

- Các đối tượng bên trong và bên ngoài ảnh hưởng tới hoạt động Marketing của công ty Digiworld.

#### **1.1.4 Ý nghĩa đề tài**

Đề tài có thể giúp khái quát được một phần các công việc thực tế khi thực hiện việc triển khai một chiến dịch Digital Marketing tại công ty Digiworld.

Qua quá trình học hỏi khi thực hiện đề tài, tôi đã có cái nhìn tổng quan hơn giữa việc học tại giảng đường và việc áp dụng vào thực tế. Biết được quá trình thực hiện một chiến dịch marketing như thế nào, quá trình đưa khách hàng từ một người chưa có nhận diện thương hiệu đến một khách hàng trung thành của công ty.

Bên cạnh đó, ngoài những kiến thức được học hỏi, tôi còn được trau dồi các kỹ năng về giao tiếp, ứng xử và giải quyết tình huống với khách hàng cũng như với đồng nghiệp, sếp trong môi trường doanh nghiệp. Bản thân tôi khi thực hiện đề tài đã mạnh dạn hơn và dám đưa ra ý kiến, biết tiết chế bản thân đúng lúc.

#### **1.1.5 Cấu trúc tổng quan của đề tài**

- Chương 1: Giới thiệu tổng quan

Giới thiệu tổng quan về đề tài: lý do, mục tiêu, phạm vi, ý nghĩa, cấu trúc của đề tài.

Giới thiệu tổng quan về Digiworld: giới thiệu chung về công ty, tình hình kinh doanh và phát triển của công ty.

Giới thiệu về công việc thực tập ở công ty.

- Chương 2: Cơ sở lý thuyết

Giới thiệu, định nghĩa các đối tượng sẽ được sử dụng chủ yếu trong quá trình thực tập.

- Chương 3: Các hoạt động triển khai Digital Marketing tại Digiworld

Mô tả quy trình công việc đã thực hiện ở công ty trong khoảng thời gian 23/6 đến 23/10.

- Chương 4: Phân tích công việc



Trình bày các kết quả công việc, đánh giá về thuận lợi, khó khăn trong quá trình làm việc.

- **Chương 5: Tổng kết**

Nhìn nhận những gì đã làm và chưa làm được, rút ra bài học kinh nghiệm.

Định hướng phát triển để nâng cao hiệu quả làm việc mang lại lợi ích cho công ty.

## **1.2 Giới thiệu về công ty thực tập**

### **1.2.1 Lịch sử hình thành và phát triển của CTCP Thế Giới Số**

#### **1.2.1.1 Khái quát về công ty**

Tên công ty: CÔNG TY CỔ PHẦN THẾ GIỚI SỐ

Ngày hoạt động: 13/02/2003

Tên người đại diện theo pháp luật: ĐOÀN HỒNG VIỆT

Điện thoại: 028.3929 0059

Số đăng ký kinh doanh: 0302861742

Địa chỉ trụ sở chính: 201-203, CMT8, P.4, Q.3, Hồ Chí Minh, Việt Nam

Website: <http://digiworld.com.vn/>

Lĩnh vực hoạt động: Bán buôn máy vi tính, thiết bị ngoại vi và phần mềm.

#### **1.2.1.2 Lịch sử hình thành và phát triển**

Thành lập năm 1997, Digiworld – Nhà phân phối và cung cấp dịch vụ Phát triển Thị trường tiên phong hàng đầu Việt Nam, đã đạt được nhiều thành tựu, đặc biệt trong lĩnh vực Công nghệ (ICT). Qua 2 thập kỷ tạo dựng uy tín, đến nay Digiworld đã được 30 thương hiệu công nghệ nổi tiếng thế giới lựa chọn là nhà cung cấp dịch vụ phát triển thị trường và phân phối chính thức tại thị trường Việt Nam với hệ thống đại lý phân phối với 16.000 điểm bán hàng trên toàn quốc.

Năm 2017, Digiworld bắt tay với ngành hàng mới – Ngành Chăm sóc Sức khỏe (Healthcare) và Tiêu dùng nhanh (FMCG). Với thế mạnh cốt lõi về chuỗi 5 dịch vụ giá trị gia tăng toàn diện, linh hoạt bao gồm: Phân tích thị trường, Tiếp thị, Bán hàng, Hậu cần và Dịch vụ hậu mãi Digiworld giúp các thương hiệu thâm nhập, phát triển thị trường nhanh chóng và hiệu quả nhất nhờ chất lượng dịch vụ hàng đầu và giải pháp tối ưu.

Digiworld trở thành công ty niêm yết với mã chứng khoán DGW (HOSE) từ năm 2015, đánh dấu bước phát triển mới của công ty.

Digiworld đã đạt được nhiều giải thưởng và xếp hạng danh giá:

- Top 50 Thương hiệu giá trị nhất Việt Nam do tổ chức Brand Finance của Anh bình chọn.
- Top 10 Doanh nghiệp bền vững trong Bảng xếp hạng các doanh nghiệp bền vững Việt Nam 2018 do VCCI tổ chức.
- Top 500 Doanh nghiệp Lớn nhất và Lợi nhuận tốt nhất Việt Nam (VNR500 & PROFIT500).
- IR Awards 2018: Top 3 Doanh nghiệp niêm yết có hoạt động IR được nhà đầu tư yêu thích nhất và Top 3 Doanh nghiệp niêm yết có hoạt động IR được các Định chế Tài chính đánh giá cao nhất.
- APEA 2018: Giải thưởng Doanh nghiệp Châu Á Thái Bình Dương năm 2018.

### **1.2.2 Chức năng và nhiệm vụ của công ty CTCP Thế Giới Số**



*Hình 1.1 Tôn chỉ và định hướng của CTCP Thế Giới Số*

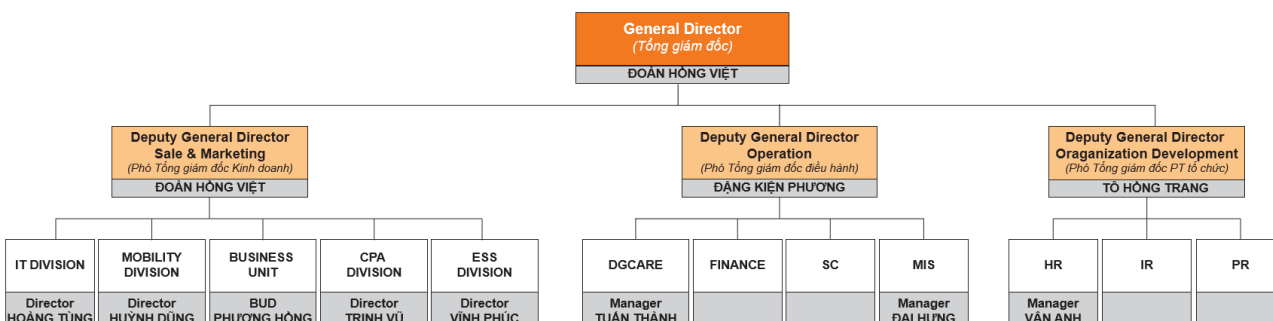
### 1.2.3 Tổ chức bộ máy quản lý của CTCP Thế Giới Số

Cơ cấu tổ chức tại Digiworld gồm 3 khối chính: Khối Sales và Marketing, khối vận hành và khối tổ chức văn phòng.

Đứng đầu Công ty là Tổng Giám đốc đồng thời là người sáng lập nên Digiworld – Ông Đoàn Hồng Việt, đồng thời cũng là Phó tổng giám đốc Kinh doanh; chịu trách nhiệm điều hành giữa các phòng ban về chuỗi cung ứng, hệ thống thông tin và kế toán là bà Đặng Kiện Phương; phó tổng giám đốc khối tổ chức văn phòng (phòng nhân sự, phòng đối ngoại) là bà Tô Hồng Trang.

## DIGIWORLD ORGANIZATION CHART 2015

### SƠ ĐỒ TỔ CHỨC DIGIWORLD 2015



*Hình 1.2 Sơ đồ cơ cấu tổ chức tại Digiworld*

Chức năng từng phòng ban tại Digiworld được mô tả chi tiết như sau:

#### **Giám đốc:**

- Xây dựng giá trị cốt lõi và định hướng chiến lược của Công ty;
- Xây dựng và giám sát các mục tiêu chiến lược dài hạn, trung hạn cho Công ty dưới thông tin và sự tham mưu của các cấp quản lý và trưởng phòng ban;
- Quản lý tổng thể hoạt động nhân sự, kinh doanh, tài chính, Marketing,...của Công ty;
- Gặp gỡ các đối tác lớn tiềm năng hợp tác kinh doanh dịch vụ của công ty.

#### **Phó Giám đốc:**

- Hỗ trợ cho Giám đốc trong quản lý điều hành các hoạt động của công ty theo sự phân công của Giám đốc;
- Xây dựng triển khai, thực hiện nhiệm vụ được phân công và chịu trách nhiệm trước Giám đốc về hiệu quả các hoạt động;

#### **Phòng Kế toán:**

- Tham mưu cho Ban Lãnh đạo công ty trong việc tổ chức, chỉ đạo thực hiện toàn bộ công tác tài chính, kế toán, thống kê, thông tin kinh tế và hạch toán kinh tế ở Công ty;
- Phản ánh và kiểm tra tình hình vận động của các loại tài sản, quá trình và kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh, tình hình sử dụng vốn của công ty;
- Tham gia hoạch định công tác tài chính của Công ty.

#### **Phòng Hành chính – Nhân sự:**

- Xây dựng chế độ lương, chế độ đãi ngộ và phúc lợi cho nhân viên;
- Tìm kiếm, tuyển dụng nguồn nhân lực có chất lượng cho Công ty;
- Xây dựng kế hoạch, chương trình đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho nhân viên;
- Quản lý hồ sơ, lý lịch của cán bộ nhân viên trong Công ty, giải quyết các thủ tục về tuyển dụng, hợp đồng lao động, thôi việc, bổ nhiệm, bãi miễn, kỷ luật, khen thưởng, nghỉ hưu,...

#### **Phòng Kinh doanh:**

- Xây dựng kế hoạch, chiến lược bán hàng;
- Thực hiện các hoạt động tiếp thị, bán hàng;
- Đảm bảo quy trình bán hàng hiệu quả, chuyên nghiệp;
- Duy trì mối quan hệ với khách hàng hiện tại và mở rộng các thị trường tiềm năng.

#### **Phòng Marketing:**

- Nghiên cứu dự báo thị trường;
- Tổ chức triển khai chương trình phát triển sản phẩm mới;
- Phân khúc thị trường, xác định mục tiêu, định vị thương hiệu;
- Xây dựng và thực hiện kế hoạch chiến lược Marketing;
- Thực hiện các ấn phẩm truyền thông.

#### 1.2.4 Tổng quan về phòng ban Digital Marketing

Phòng Digital Marketing tại Digiworld hiện tại có khoảng 9 thành viên, bao gồm: 1 Marketing Director, 1 Digital Manager, 2 Content Creator, 3 Designer, 1 E-Commerce Specialist, 1 Media Executive.

**Marketing Director:** Lên kế hoạch và triển khai việc thực hiện các chiến lược Marketing nhằm quảng bá sản phẩm và hình ảnh của công ty trên thị trường để thúc đẩy các hoạt động kinh doanh và tăng doanh thu bán hàng. Bên cạnh đó là việc thiết lập và đề xuất ngân sách dự kiến với ban Giám đốc, đồng thời chịu trách nhiệm cho việc phê duyệt và sử dụng nguồn ngân sách này sao cho hợp lý.

**Digital Manager:** Nhận dự án từ Marketing Director, thực hiện các nhiệm vụ và dự án khác theo yêu cầu của ban Giám đốc và đồng thời phân công công việc, giám sát tiến độ của các thành viên trong phạm vi quyền hạn của mình, chủ yếu là về phần Digital Marketing.

**Content Creator:** Xây dựng ý tưởng, chiến lược, lập kế hoạch cho những dự án truyền thông, thực thi. Viết nội dung, xây dựng kịch bản lời thoại, slogan, bài đăng social media, nội dung email marketing, nội dung tạp chí, website,... Kết hợp cùng bộ phận designer, video production để hoàn thành tác phẩm, sản phẩm và ấn phẩm.

**Designer:** Xây dựng ý tưởng hình ảnh trên các kênh mạng xã hội theo yêu sản phẩm và yêu cầu của content creator.

**Media Executive:** Chịu trách nhiệm chính về việc phân phối quảng cáo trên các trang mạng xã hội, Search Engine như Facebook, Instagram, Youtube, Google đến với khách hàng tiềm năng.

**E-Commerce Specialist:** Chịu trách nhiệm các hoạt động bán lẻ của công ty trên các sàn thương mại điện tử như Tiki, Lazada, Shopee. Tiếp nhận đơn hàng và xử lý phản hồi của khách hàng.

### **1.3 Mô tả công việc và nhiệm vụ được phân công**

**Vị trí công việc:** Thực tập sinh Content Marketing.

**Trách nhiệm và quyền hạn:** Theo sự phân công của trưởng bộ phận.

**Nhiệm vụ được phân công và thực hiện:**

- Lên kế hoạch nội dung trên các kênh: Fanpage/Website, đảm bảo nội dung theo sát concept truyền thông & đủ định mức trên các kênh.
- Lên ý tưởng, biên tập, viết bài, xây dựng nội dung cho các kênh truyền thông.
- Nghiên cứu các xu hướng làm video marketing để lên ý tưởng, viết kịch bản & thực hiện.
- Phối hợp với Designer để lên ý tưởng các thiết kế, đảm bảo hoàn thành kế hoạch nội dung đã lên.
- Tìm hiểu, nghiên cứu xu hướng của khách hàng mục tiêu & cộng đồng mạng để phát triển chủ đề, nội dung sáng tạo phù hợp.
- Nghiên cứu sản phẩm nhằm đưa ra những đề xuất phù hợp để cải tiến, vận dụng các thế mạnh sản phẩm để lên kế hoạch nội dung.
- Phối hợp với các phòng ban, thực hiện các công việc do trưởng bộ phận yêu cầu.

### **1.4 Phỏng vấn nhân viên Content Creator tại Digiworld**

Thông tin người được phỏng vấn:

- Họ và tên: Phan Thị Ngọc Ánh.
- Chức vụ: Content Specialist.
- Thâm niên công tác: 4 năm kinh nghiệm.
- Nhiệm vụ chính: Viết bài quảng cáo, quản trị fanpage, xây dựng chiến lược truyền thông,...
- Thuận lợi trong công việc: Được hỗ trợ từ các đồng nghiệp chung team, được sắp xếp định hướng về lộ trình phát triển.

- Khó khăn trong công việc: Thường có những việc cần giải quyết gấp trong ngày dẫn đến trễ tiến độ.
- Các kiến thức cần thiết cho vị trí thực tập: Nhiều bộ phận marketing cần phải *cộng tác* với nhau để làm việc ăn ý; *đưa ra những câu hỏi thích hợp* có liên quan đến dữ liệu và marketing là một kỹ năng marketing có giá trị lớn; Với khối lượng công việc khổng lồ của mình, marketer luôn cần biết *ưu tiên những việc quan trọng*, và giảm độ ưu tiên cho những việc không cần quá gấp.
- Nhận định về sự phát triển của đơn vị ngành nghề liên quan đến vấn đề thực tập: Phát triển dạng dịch vụ, phục vụ cho việc nhận diện thương hiệu thay vì bán lẻ truyền thống.
- Ý kiến đóng góp của người được phỏng vấn để phát triển công ty: Nên xây dựng một đội ngũ chuyên về bán lẻ, có quy trình, hệ thống rõ ràng nếu muốn phát triển bán lẻ.

## CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

### 2.1 Định nghĩa về content và conten marketing

“Content is King” là cụm từ mà các online marketers thường nhắc tới khi nói về sự ảnh hưởng của nội dung trên trực tuyến. Mặc dù có nhiều tranh luận về ý nghĩa nhưng đa phần mọi người đều tin vào điều đó. Nội dung là quan trọng bởi nó đến trước khi bạn muốn làm bất cứ loại marketing nào. Nếu không có nội dung, bạn sẽ không có gì để tối ưu hóa công cụ tìm kiếm hay khởi chạy chiến dịch quảng cáo trực tuyến. Nếu không có nội dung, bạn cũng không thể triển khai các biển quảng cáo ngoài trời hay quảng cáo trên truyền hình.

Nội dung không phải là “thứ chúng tôi viết để xếp hạng cao hơn” hoặc “infographics” hoặc “các bài viết dài”. Nội dung là bất cứ thứ gì truyền đạt thông điệp tới khán giả. Nội dung là trung tâm của mọi thứ mà chúng ta làm hàng ngày như gửi email mời sử dụng dịch vụ, đăng bài bán hàng trên Facebook,... và đó chỉ là nội dung đơn thuần.

Content marketing đi ngược lại với nội dung quảng bá sản phẩm hoặc dịch vụ đơn thuần. Nó là một chiến lược dài hạn, tập trung vào việc xây dựng mối quan hệ thân thiết với đối



trọng mục tiêu của bạn bằng cách cung cấp cho họ nội dung chất lượng cao phù hợp với họ một cách nhất quán.

Content marketing là cách cung cấp nội dung hữu ích cho khách hàng tiềm năng để giúp họ giải quyết vấn đề. Bạn càng tạo ra nội dung giá trị thì chứng tỏ rằng bạn càng quan tâm đến khách hàng. Khi họ đưa ra quyết định mua hàng, điều đó có nghĩa là sự tín nhiệm cùng lòng trung thành của họ đã dành cho bạn.

Ngày nay, thị trường rộng lớn với những cuộc cạnh tranh khốc liệt. Bởi vậy, nhận thức của đối tượng mục tiêu về thương hiệu thực sự là một tài sản lớn.

## **2.2 Lợi ích của content marketing đối với doanh nghiệp**

Với gần 300 năm phát triển, tiếp thị nội dung là phổ biến và rất nhiều doanh nghiệp sử dụng nó.

70% các nhà tiếp thị B2B có kế hoạch tạo ra nhiều nội dung hơn trong năm 2017 so với năm 2016. Theo Hubspot, 82% các nhà tiếp thị cho rằng blog tạo ROI tích cực cho inbound marketing của họ. Theo dữ liệu của Wyzowl, 81% doanh nghiệp sử dụng video như một công cụ tiếp thị trong năm 2018. Chi phí tiếp thị nội dung thấp hơn 62% so với tiếp thị truyền thống và tạo ra gấp 3 lần số khách hàng tiềm năng. Điều đó có nghĩa là tiếp thị nội dung ngày càng trở nên cạnh tranh.

Mọi người đang cố gắng tạo ra nhiều nội dung hơn mỗi năm bởi các bài viết, video, infographics... đang trở nên hiệu quả và có tính lan truyền khủng khiếp trong môi trường trực tuyến.

## **2.3 Cách làm content marketing hiệu quả**

Trong sự phát triển của internet, hàng tỷ nội dung được tạo ra. Nhiều doanh nghiệp tạo nội dung nhưng không biết lý do tại sao tạo. Họ thực hiện các nội dung theo cảm hứng. Bởi vậy, thông điệp truyền tải thường không nhất quán và thiếu sự ổn định về tần suất xuất bản.

Theo một cách nào đó, bạn thực sự cần có chiến lược rõ ràng để những nỗ lực gặt hái được thành quả. Bạn đã từng nghe các thuật ngữ ‘content strategy’ (chiến lược nội dung) và

‘content marketing’ (tiếp thị nội dung)? Chúng được nhiều người sử dụng thay thế cho nhau. Nhưng thực tế, chúng không giống nhau.

Content strategy: Chiến lược nội dung thường vượt ra ngoài phạm vi của chiến lược tiếp thị nội dung, bởi nó bao gồm cả những nội dung không nhằm mục đích tiếp thị mà doanh nghiệp bạn có.

Content marketing strategy: Chiến lược tiếp thị nội dung sẽ giải thích lý do tại sao bạn tạo nội dung? Đối tượng bạn muốn giúp đỡ là ai? Cách bạn giúp đỡ họ mà không ai có thể làm được (sự khác biệt)? Và, mục tiêu của bạn là gì?

Thông thường, các doanh nghiệp sử dụng content marketing nhằm đạt được một trong số các mục tiêu như tăng lượng khách hàng tiềm năng, tăng doanh thu,...

Content marketing: Tiếp thị nội dung được coi như một chiến thuật, cách bạn sẽ thực hiện chiến lược của mình. Nó cũng giúp những người trong tổ chức biết sẽ phải xử lý công việc gì. Luôn cần một chiến lược tiếp thị nội dung trước khi tiến hành lập một kế hoạch nội dung.

Đi qua 5 bước bao gồm:

- Xác định mục tiêu của bạn: Nó liên quan đến tầm nhìn của bạn, mục đích bạn thực hiện nội dung. Đó cũng là cách bạn trả lời các câu hỏi “Chúng ta sẽ đi tới đâu?”, “Tại sao chúng ta lại làm điều này?”.
- Xác định đối tượng của bạn: Bạn không thể thực hiện một nội dung mà không biết khán giả của mình. Xác định đối tượng là vô cùng quan trọng trong việc phát triển chiến lược của bạn.
- Kế hoạch nội dung của bạn: Bạn cần có một bản kế hoạch vạch ra nội dung bạn có thể phân phối trong suốt hành trình của người mua.
- Nội dung của bạn: Câu chuyện và thông điệp mà bạn muốn truyền tải đến đối tượng của mình.
- Kênh bạn chia sẻ: Các nền tảng bạn sẽ sử dụng để chia sẻ nội dung của mình.

## 2.4 Các định dạng của content marketing

**Bài đăng trên blog:** Bài viết blog trên một trang web phải được xuất bản thường xuyên để thu hút khách truy cập mới. Bài đăng trên blog phải cung cấp nội dung có giá trị cho khán giả, khiến họ muốn chia sẻ bài viết lên mạng xã hội và trên các trang web khác.

**Ebook:** Ebook cũng là công cụ tạo khách hàng tiềm năng hiệu quả. Để tải xuống ebook, bạn có thể yêu cầu người dùng điền thông tin liên hệ của họ vào biểu mẫu.

**Infographic:** Infographic là định dạng nội dung hấp dẫn mà trên đó, các thông tin được trình bày trực quan bằng hình ảnh đồ họa.

**Video:** Video là định dạng nội dung hấp dẫn được chia sẻ trên nền tảng mạng xã hội (Facebook, LinkedIn, Youtube, Vimeo,...) và trang web. Video có khả năng truyền tải thông điệp mạnh mẽ cũng như tốc độ lan truyền nhanh chóng.

**Social Media:** Cho dù mục tiêu của bạn là gì thì phương tiện truyền thông xã hội giúp bạn có cơ hội tiếp cận đến một lượng lớn người xem. Mỗi mạng xã hội sẽ hướng đến những đối tượng và mục đích khác nhau. Bạn cần khám phá các nền tảng để hiểu người dùng sử dụng nó như thế nào. Từ đó, bạn sẽ tìm được cách tiếp cận với nội dung phù hợp.

## CHƯƠNG 3. CÁC HOẠT ĐỘNG TRIỂN KHAI DIGITAL MARKETING TẠI DIGIWORLD

Tại thời điểm bắt đầu thực tập, được biết team Digital Marketing được phân công quản lý rất nhiều Fanpage của công ty. Là công ty thương mại lớn, Digiworld kinh doanh đa dạng nhiều ngành hàng: Điện tử, FMCG, Healthcare, Services,... Digiworld là nhà phân phối chính thức của rất nhiều thương hiệu trong các ngành hàng trên. Trong đó có ngành hàng thiết bị điện tử, nổi bật là 2 thương hiệu mang lại số lượng doanh thu cao nhất cho công ty đó là: Xiaomi và Huawei.

Xiaomi Inc. là một công ty tư nhân sản xuất hàng điện tử Trung Quốc có trụ sở tại Bắc Kinh. Xiaomi là nhà sản xuất điện thoại thông minh lớn thứ 3 thế giới; trong năm 2019, Xiaomi đã bán 70,8 triệu đơn vị và chiếm gần 5% thị trường điện thoại thông minh thế

giới. Bên cạnh đó, Huami là công ty thiết bị đeo lớn nhất trên toàn thế giới với hơn 50 triệu chiếc được bán và chiếm 17,1% thị trường toàn cầu. Có trụ sở tại Bắc Kinh, Trung Quốc. Cụ thể, mặt hàng Digiworld phân phối của hãng là sản phẩm Đồng hồ Thông minh Amazfit.

- Về Fanpage *Mi Store by DGW*, Fanpage đã được thành 7 tháng trước khi tôi vào thực tập tại công ty và vẫn duy trì post các bài đăng thường xuyên lên Fanpage để cập nhật các tin tức về công nghệ nói chung và sản phẩm của Xiaomi nói riêng.
- Về Fanpage Amazfit, trước khi tôi nhận vị trí thực tập, nội dung trên fanpage này được lên ý tưởng duy trì bởi đội ngũ nhân viên của Amazfit từ phía Trung Quốc. Đội ngũ Content Marketing của công ty Digiworld chỉ đóng vai trò kiểm tra thông tin đăng trên Fanpage có phù hợp với thị trường Việt Nam hay không.

Được giao vị trí nắm chính content trên 2 fanpage trên, tôi đã thực hiện lên kế hoạch cho các bài post và thực hiện viết các bài post đó dựa trên yêu cầu từ phía bên nhãn hàng. Thực hiện báo cáo kết quả tiếp cận và tương tác đối với từng bài post sau khi chiến dịch kết thúc.

### **3.1 Công việc thực hiện cho nhãn hàng Xiaomi**

#### **3.1.1 Tìm hiểu về các sản phẩm của Xiaomi Inc. được Digiworld phân phối**

Để thuyết phục khách hàng có thể tin tưởng vào những thông tin mình cung cấp đến họ, trước tiên, bản thân người làm marketing cần phải hiểu rõ sản phẩm mà mình cung cấp đến khách hàng: Điểm mạnh, điểm yếu, lý do vì sao khách hàng cần chọn sản phẩm của mình mà không phải đến từ các đối tác khác.

Nổi tiếng thành công với chiến lược bán hàng trực tuyến, nhưng khi hệ sinh thái các sản phẩm của Xiaomi mở rộng, tiện ích công nghệ ngày càng gia tăng thì nhu cầu được trải nghiệm thực tế của người dùng rất lớn. Do đó, việc xây dựng chuỗi cửa hàng Mi để nâng tầm ảnh hưởng và độ nhận diện thương hiệu, giúp người dùng trải nghiệm sản phẩm thực tế, dễ dàng thúc đẩy quyết định mua sắm. Mi Store by DGW là cửa hàng phân phối sản phẩm Xiaomi độc quyền đầu tiên tại Việt Nam, do đó, các khách hàng của Mi Store by DGW có thể tin tưởng chất lượng sản phẩm tại đây là chính hãng 100%.

Về điểm khác biệt của Mi Store so với cửa hàng trải nghiệm của các hãng công nghệ khác tại Việt Nam, ông Đoàn Hồng Việt – Tổng giám đốc của Digiworld cho biết: “Khi đến đây, người tiêu dùng được tư vấn tổng quan và tận mắt, tận tay trải nghiệm các sản phẩm nằm trong hệ sinh thái “Internet of things” tiên tiến của Xiaomi – có thể thông qua ứng dụng Mi home trên một chiếc smartphone Xiaomi duy nhất để kết nối, quản lý tất cả các thiết bị cá nhân và gia dụng thuộc Mi-Eco. Qua đó, người dùng dễ dàng đưa ra những quyết định mua sắm thông minh, tối ưu hóa tiện ích và chi phí”.

Các đặc điểm khiến Xiaomi được nhiều người ưa thích:

- **Hiệu năng mạnh mẽ:** Với các dòng Flagship là Xiaomi Mi hay Xiaomi Mi Mix thì hiệu năng của máy thật sự rất mạnh mẽ so với các sản phẩm có cùng tầm giá. Chính việc hiệu năng mạnh mẽ như thế luôn là sự ưu tiên của nhiều người dùng.
- **Thiết kế theo trào lưu:** Việc theo kịp trào lưu này giúp smartphone đến từ Xiaomi gây không ít ấn tượng cho người dùng. Bên cạnh đó, không chỉ chạy theo trào lưu mà Xiaomi cũng rất quyết tâm với việc đem đến một thiết kế mới cho các sản phẩm của mình.
- **Pin trâu:** Do hướng đi của Xiaomi là hướng đến một hiệu năng mạnh mẽ cùng giá tiền hợp lý nên việc trang bị một viên pin có dung lượng lớn là điều rất dễ hiểu trên các smartphone đến từ Xiaomi.
- **Giá cực kỳ tốt:** Ưu tiên của Xiaomi chính là hiệu năng và giá cả. Mức giá trên những sản phẩm của Xiaomi phải nói là cực kỳ tốt khi mà smartphone sở hữu một cấu hình tầm trung mạnh mẽ lại có mức giá chỉ ngang với những sản phẩm phổ thông, thông thường.
- **Giao diện MIUI hỗ trợ rất tốt:** Giao diện MIUI được cập nhật rất thường xuyên để có thể hỗ trợ người dùng tốt hơn. Bạn hoàn toàn có thể trải nghiệm máy một cách ổn định và không hề có dấu hiệu giật lag thất thường. Thậm chí, có những sản phẩm đã ra mắt từ rất lâu nhưng vẫn được hỗ trợ cập nhật.

### **3.1.2 Tìm hiểu đặc điểm tập khách hàng Xiaomi tại Việt Nam**

Thương hiệu công nghệ Xiaomi nổi lên như một hiện tượng và được mệnh danh là “Apple của Trung Quốc”, Xiaomi có chiến lược kinh doanh và truyền thông hoàn toàn khác biệt, các sản phẩm của hãng có thể dễ dàng nhận biết và mức giá của nó thực sự được người dùng ủng hộ.

Một điểm khá quan trọng trong chiến lược sản phẩm của Xiaomi chính là xây dựng hệ sinh thái Xiaomi. Giải pháp của họ là tạo ra một hệ sinh thái bao gồm 100 đối tác startup để cung cấp cho Xiaomi các sản phẩm gia đình và các sản phẩm công nghệ kết nối internet khác có thể thu hút khách hàng đến các cửa hàng của họ. Phó chủ tịch cao cấp Wang Xiang của Xiaomi, đã giải thích cách mà hệ sinh thái đã tăng cường lưu lượng khách hàng: “Việc mua một chiếc điện thoại hay tivi là một sự kiện có tần số diễn ra thấp. Liệu bạn sẽ quay lại cửa hàng bao nhiêu lần?” Ông nói. “Nhưng nếu bạn cần một chiếc loa Bluetooth, một cái nồi cơm điện kết nối internet, hay một máy lọc không khí với giá cả phải chăng – và mỗi sản phẩm đó không chỉ tốt nhất thị trường, mà còn tốn ít tiền hơn so với các sản phẩm trong cùng hạng mục? Hệ sinh thái của chúng tôi thậm chí có thể cung cấp cho người dùng những sản phẩm mới lạ mà họ không biết là đã tồn tại. Vì vậy, họ sẽ tiếp tục quay trở lại cửa hàng Mi Home của Xiaomi để xem chúng tôi có gì.”

Xiaomi luôn chủ động và xây dựng thành công số lượng người hâm mộ khổng lồ trên mạng xã hội. Họ tích cực tham gia tương tác với khách hàng. Các kỹ sư luôn dành thời gian để trao đổi, giải thích các tính năng kỹ thuật hay các ứng dụng. Các diễn đàn mà Xiaomi lập ra trở thành nơi cho người dùng trao đổi, cập nhật hay tải các ứng dụng mới. Lực lượng người hâm mộ của Xiaomi – MiFans trở thành các tín đồ truyền bá ứng dụng của họ.

Nói về MiFans – những khách hàng trung thành của hãng Xiaomi, Xiaomi hướng đến tập khách hàng là những người trẻ tuổi, có kiến thức về công nghệ và là những người tiêu dùng “thông minh”. Với người tiêu dùng trẻ tuổi, định kiến việc sử dụng smartphone có nguồn gốc từ “Trung Quốc” sẽ dễ dàng bị xóa bỏ hơn. Thay vào đó, vì là những người tiêu dùng thông minh và là fan công nghệ, họ dễ dàng thấy được lợi ích và sự vượt trội của các sản

phẩm từ Xiaomi so với các đối thủ lớn khác: Hiệu năng mạnh mẽ nhưng giá cả chỉ ở mức tầm trung, phù hợp với thu nhập của họ.

### 3.1.3 Campaign Back to School

Mùa tựu trường đến gần cũng là thời điểm nhu cầu mua sắm máy tính, laptop, điện thoại và nhiều thiết bị điện tử phục vụ cho việc học tập tăng cao. Đáp ứng điều này, Mi Store by DGW đã triển khai chương trình khuyến mãi hấp dẫn dành cho học sinh, sinh viên.

Tên chiến dịch: Back to School

Thời gian: 1/9/2019 – 30/9/2019

Kế hoạch đăng bài trên Fanpage Mi Store by DGW trong tuần đầu tiên:

Ngày đăng	Nội dung
3/9	SALE, SALE, SALE: ĐẾN HẾT LỄ VÁN SALE 🎉🎉 Lễ 2/9 đã qua, dù có cùng người yêu du lịch vì vụ khắp mọi miền đất nước hay FA ở nhà thui thủi một mình thì hãy nhớ luôn có Mi Store by DGW đồng hành bên bạn! Rất nhiều sản phẩm SALE có giá trị lên đến 2.000.000đ tại đây: <a href="#">nhấn dúp các bạn quay lại trường học!</a>
8/9	Nghỉ lễ có thể qua, nhưng sale sốc từ Mi Store vẫn luôn bên bạn! 🤔🤔 Chuột không dây Xiaomi có gì hay? Bạn sẽ không còn phát bức ví: Ngồi trên ghế sofa cách xa 10m vẫn có thể điều khiển máy tính/ TV. Chỉ với 1 button trên chuột là có thể trở về trang trước. Và đặc biệt nhất, loại bỏ được mô dây nhờ không cần thiết, cứ rôi rắm vào nhau. Giá Chuột Xiaomi Wireless nay chỉ còn 249.000đ! Sale suốt năm dài tháng rộng, Ghế Mi Store mua hàng, không màng chuyện chảy túi
10/9	[VUI MÙA TỤP TRƯỜNG - KHUÂN TRƯỞNG SẢN KHUYẾN MÃI] Mùa tựu trường đang đến gần, hòa chung với không khí hân hoan mừng các tân sinh viên chuẩn bị nhập học. Mi Store chính thức gửi đến bạn chương trình Back to School. Tiếp bước các bạn bằng hàng loạt các giảm giá hàng công nghệ hấp dẫn. Giá trị khuyến mãi lên đến 2 triệu đồng! Đây là cơ hội để các bạn mua sắm máy tính và các phụ kiện công nghệ chất lượng với mức ưu đãi tốt nhất! Các bạn học sinh, sinh viên là tin đồ công nghệ không nên bỏ lỡ đợt ưu đãi mạnh này! Mi Notebook Air - cấu hình mạnh mẽ. Giảm 2.000.000đ. Mi Band 3 - Thiết kế đẹp phá. Giảm 150.000đ. Balo Mi Business - Hiện đại, trẻ trung. Giảm 100.000đ. Và hàng loạt các ưu đãi hấp dẫn khác đang chờ các bạn đến lấy! Chương trình diễn ra từ ngày 15.08 đến hết ngày 01.09. Nhanh tay mua ngay tại đây! <a href="https://mivn.store/kyuyen-mai-back-to-school">https://mivn.store/kyuyen-mai-back-to-school</a>
4/9	BACK TO SCHOOL - QUÀ TẶNG KHỦNG TỪ MI STORE BY DGW Mùa tựu trường đã đến rồi. Các bạn học sinh, sinh viên đã chuẩn bị đủ "ngân sách" cho đợt ưu đãi lớn nhất tháng 9 từ Mi Store chưa? Nếu đã đủ rồi thì vào đây chơi minigame nhận voucher giảm giá cực khủng nào! Giá trị voucher lên đến 400.000đ! Đây là cơ hội để các bạn sắm máy tính và các phụ kiện công nghệ chất lượng với mức ưu đãi tốt nhất! Các bạn học sinh, sinh viên là tin đồ công nghệ không nên bỏ lỡ đợt ưu đãi mạnh này! Hàng trăm voucher mua điện thoại lên đến 400.000đ Tương Mi Bunny siêu dễ thương ngộ nghĩnh Tai nghe Mi Basic siêu chất Cách thức tham gia: Bước 1: Click vào link này: Bước 2: Quay vòng quay may mắn để nhận ngay voucher Bước 3: Nhập thông tin cá nhân Mã voucher sẽ được gửi ngay đến điện thoại của bạn sau khi hoàn thành vòng quay. Chỉ với 3 bước đơn giản, bạn đã có cơ hội sở hữu voucher từ trả sũa đến hàng công nghệ xin sỏ lên đến 2 triệu đồng. Hàng loạt các voucher hấp dẫn khác cũng đang chờ các bạn đến lấy! Chương trình diễn ra từ ngày 04.09 đến hết ngày 30.09. Nhanh tay tham gia minigame cùng Mi Store nào!

Hình 3.1 Kế hoạch đăng bài tuần đầu tiên cho campaign Back to School

Chương trình *Back to School* sẽ được diễn ra 1 ngày sau kỳ nghỉ lễ 2/9, do đó, ngày 3/9 sẽ đăng bài teaser về campaign.

Nội dung của bài teaser campaign:

Ngày đăng	Nội dung
3/9	<p>SALE, SALE, SALE. ĐẾN HẾT LỄ VẪN SALE 🙌🙌🙌</p> <p>Lễ 2/9 đã qua, dù có cùng người yêu du lịch vì vu khắp mọi miền đất nước hay FA ở nhà thui thủi một mình thì hãy nhớ luôn có Mi Store by DGW đồng hành bên bạn!</p> <p>Rất nhiều sản phẩm SALE có giá trị lên đến 2.000.000đ tại đây: nhân dịp các bạn quay lại trường học!</p> <p>Nghỉ lễ có thể qua, nhưng sale sốc từ Mi Store vẫn luôn bên bạn! 😊😊😊</p>

Hình 3.2 Nội dung bài teaser campagin back to school

Ngày 4/9 là ngày campaign chính thức diễn ra, bài post chính thông báo về các thông tin khuyến mãi tại *Mi Store by DGW* cả online và offline sẽ được đăng trên Fanpage để cung cấp thông tin nhanh chóng cho khách hàng:



**Mi Store by DGW**  
- 4 tháng 9, 2019 · 🌐

🎉[VUI MÙA TỰ TRƯỜNG - KHẨN TRƯỞNG SẢN KHUYẾN MÃI]

🔥 Mùa tựu trường đang đến gần, hòa chung với không khí hân hoan mừng các tân sinh viên chuẩn bị nhập học. Mi Store chính thức gửi đến bạn chương trình Back to School. 🔥 Tiếp bước các bạn bằng hàng loạt các giảm giá hàng công nghệ hấp dẫn.

😊 Giá trị khuyến mãi lên đến 2 triệu đồng!

Đây là cơ hội để các bạn mua sắm máy tính và các phụ kiện công nghệ chất lượng với mức ưu đãi tốt nhất! Các bạn học sinh, sinh viên là tin đồ công nghệ không nên bỏ lỡ đợt ưu đãi mạnh này!

- 🌟 Mi Notebook Air - cấu hình mạnh mẽ. Giảm 2.000.000đ;
- 🌟 Mi Band 3 - Thiết kế đột phá. Giảm 150.000đ;
- 🌟 Balo Mi Business - Hiện đại, trẻ trung. Giảm 100.000đ.

Và hàng loạt các ưu đãi hấp dẫn khác đang chờ các bạn đến lấy!

🌟 Chương trình diễn ra từ ngày 01.09 đến hết ngày 31.09. 🌟 Nhanh tay mua ngay tại đây!  
<https://mivn.store/khuyen-mai-back-to-school>

👍👍👍 14      1 bình luận   1 lượt chia sẻ

👍 Thích   💬 Bình luận   ➦ Chia sẻ

Phù hợp nhất ▼

Trần Trọng Bất ngờ

Viết bình luận...

Hình 3.3 Nội dung bài post thông báo campaign Back to School

Để promote một số sản phẩm nổi bật với giá tốt trong chiến dịch tại *Mi Store by DGW*, tôi đã lên bài viết cho một số sản phẩm. Cụ thể ở đây là sản phẩm chuột không dây:



**mi STORE**  
by DIGIWORLD

**Chuột không dây**  
**Xiaomi Mi Wireless**  
Giảm còn **249.000đ**

**Đừngggggg bỏ lỡ!!**

**Mi Store by DGW**  
· 23 tháng 9, 2019 ·

Chuột không dây Xiaomi có gì hay?  
Bạn sẽ không còn phát bực vì:  
Ngồi trên ghế sofa cách xa 10m vẫn có thể điều khiển máy tính/ TV.  
Chỉ với 1 button trên chuột là có thể trở về trang trước.  
Và đặc biệt nhất, loại bỏ được mở dây nhợ không cần thiết, cứ rối rắm vào nhau.  
Giá Chuột Xiaomi Wireless nay chỉ còn 249.000đ!  
Sale suốt năm dài tháng rộng. Ghé Mi Store mua hàng, không màng chuyện chầy túi

7

Thích Bình luận Chia sẻ

Viết bình luận...

*Hình 3.4 Nội dung bài post promote sản phẩm chuột không dây*

Ngoài ra, sản phẩm khác có giá tốt được đăng trên Fanpage là sản phẩm tai nghe Mi Basic:



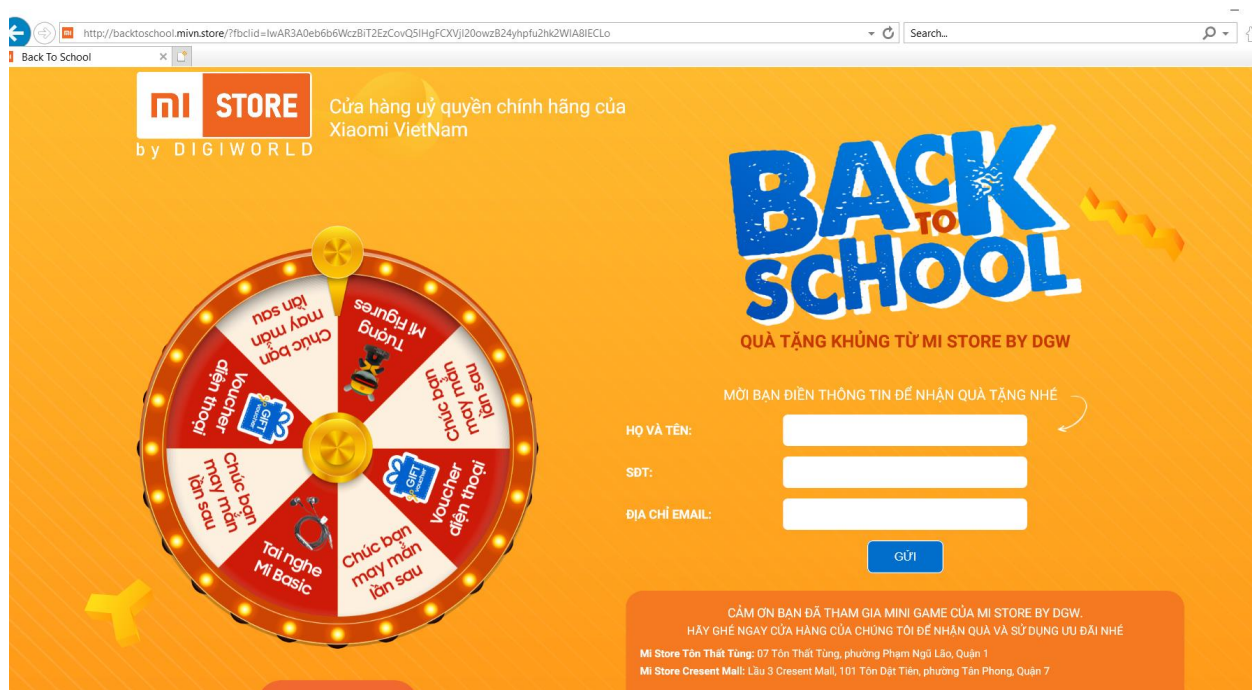
*Hình 3.5 Nội dung bài post promote sản phẩm tai nghe Mi Basic*

Ngoài ra, để chương trình khuyến mãi được thêm hấp dẫn, *Mi Store by DGW* đã thiết kế thêm một *microsite* để khách hàng có thể chơi game và nhận được các voucher giảm giá, các phần quà tặng có giá trị đối với bất kỳ khách hàng nào tham gia chương trình trong mùa tựu trường này.



*Hình 3.6 Nội dung bài post tặng voucher và quà trong campaign Back to School*

Vì là post với mục đích cho khách hàng tương tác và nhận quà miễn phí, số lượt like và lượt comment trên post khá cao, cho thấy tính hiệu quả của chiến dịch marketing này.



*Hình 3.7 Microsite tham gia trò chơi*

Trên Microsite được sử dụng cho khách hàng chơi game sẽ được thiết lập 1 vòng quay số và một phần để điền thông tin khách hàng trước khi tham gia chơi game. Mục đích của chiến dịch nhằm tăng lượt tương tác của khách hàng đối với Fanpage và website thông qua vòng quay may mắn và voucher khi khách hàng nhận được. Ngoài ra, một mục đích nữa của microsite cũng là để thu thập thông tin của những khách hàng tiềm năng, đã tương tác với fanpage và mong muốn sở hữu sản phẩm của Mi nhằm thực hiện một số chiến dịch remarketing sau này nếu cần thiết.

Các thông tin người chơi cần để lại bao gồm: Họ tên, số điện thoại và email. Email có thể dùng để sử dụng cho các chương trình email marketing, giúp thông tin khuyến mãi được đưa đến khách hàng một cách cá nhân hóa hơn. Số điện thoại của khách hàng có thể được sử dụng cho Facebook ads, để thêm mới một tập khách hàng Look alike dựa trên tập khách hàng mà mình đã có.





*Hình 3.8 Nội dung bài post 4 vật dụng cần có hỗ trợ học tập*

Thêm vào đó, để cho khách hàng, cụ thể ở đây là các bạn học sinh sinh viên thấy được những vật dụng mà họ nên sở hữu trong quá trình chuẩn bị cho năm học mới, tôi đã bổ sung thêm một post về “4 must have items cho các bạn sinh viên” – 4 vật dụng bất cứ sinh viên nào cũng cần phải có. Và 4 sản phẩm này đều nằm trong chương trình khuyến mãi *Back to School* để các bạn sinh viên thấy đây là cơ hội sở hữu những vật dụng cần thiết với giá cả hợp lý.



Hình 3.9 Nội dung bài post promote sản phẩm balo Xiaomi

Thông tin về sản phẩm balo Casual Backpack thuộc chương trình giảm giá nhân mùa tựu trường tại *Mi Store by DGW* cũng được đăng trên fanpage.

### 3.1.4 Campaign mở bán sản phẩm Redmi Note 8

Ngày 10/10/2019, Xiaomi cho ra mắt bộ 3 điện thoại Xiaomi Redmi 8, Redmi Note 8 và Redmi Note 8 Pro tại Việt Nam lần đầu tiên. Là một nhà phân phối chính hãng của Xiaomi tại Việt Nam, *Mi Store by DGW* cùng các đại lý khác đã mở bán cùng một ngày ba sản phẩm này: ngày 13/10/2019.

Kế hoạch đăng bài trên Fanpage *Mi Store by DGW* trong campaign mở bán sản phẩm này:

Ngày đăng	Angle	Content
	Đoán xem điện thoại nào sắp cập bến Mi Store	Chủ Nhật tuần này 1 em điện thoại đình đám của Xiaomi lần đầu tiên về Mi Store. Các anh em có đoán được là điện thoại nào không? Comment bên dưới xem nhé!
	Sự kiện mở bán	ĐẾM NGƯỢC THỜI GIAN - VỀ HÀNG REDMI NOTE 8 Chỉ còn 3 ngày nữa Redmi Note 8 sẽ chính thức được mở bán tại 2 chi nhánh Mi Store. Anh em có muốn trải nghiệm hay mua ngay chiếc điện thoại hot hit này thì ghé ngay Mi Store nhé! Redmi Note 8 sở hữu bộ 4 camera ẩn tượng. Camera góc rộng, camera macro chụp cận cảnh chuyên dụng và chiếc camera tạo chiều sâu cho ảnh! Dung lượng pin lên đến 4000mAh. Thỏa thích chơi game cả ngày! Màn hình giọt nước FullHD, cho trải nghiệm trọn vẹn không giới hạn. Xem và mua ngay tại:
	Khách mua hàng	Mi Store chính thức mở bán Redmi Note 8. Anh em gần xa nghe tin, đã đến mua rất nhiều rồi đây này! Vậy bạn còn chờ gì mà không đến trải nghiệm thử nhỉ? Đặt hàng ngay tại đây:
	Khuyến mãi khủng, điện thoại mới	REDMI NOTE 8/ NOTE 8 PRO, MI 9 LITE ĐANG KHUYẾN MÃI BAO TOÀN THỊ TRƯỜNG!!! 🤖🔥  Redmi Note 8: ■ 64GB có giá 4.990.000đ được tặng Sạc DP 2S 10.000 mAh; ■ 128GB có giá 5.490.000đ được tặng hũn 2 món: tai nghe Mi Basic và Sạc DP 2S 10.000 mAh;  Redmi Note 8 Pro: ■ 64GB có giá 5.990.000đ được tặng Sạc DP 2S 10.000 mAh; ■ 128GB có giá 6.990.000đ được tặng chiếc Mi Band 3 sành điệu.  Mi 9 Lite: ■ 64GB có giá 7.490.000đ được tặng Mi Band 4 hoặc được giảm ngay 700,000 đồng; ■ 128GB có giá 7.990.000đ được tặng Mi Band 4 hoặc được giảm ngay 700,000 đồng;  Quà hấp dẫn như thế thì tại sao lại bỏ lỡ? Mua ngay tại: <a href="https://mivn.store/dien-thoai-moi-ve">https://mivn.store/dien-thoai-moi-ve</a>

*Hình 3.10 Kế hoạch đăng bài trên Fanpage cho campaign mở bán Redmi Note 8*

Ngày 13/10/2019, điện thoại Redmi Note 8 sẽ được chính thức mở bán tại *Mi Store by DGW*, tôi đã đăng trước bài gợi ý cho khách hàng về sự kiện sắp tới này bằng việc đặt 1 câu hỏi tương tác cho khách hàng: “*Đoán xem điện thoại nào sắp cập bến Mi Store?*”

Để có được sự tương tác của người dùng, trước tiên cần chọn được nội dung tương tác. Có rất nhiều loại nội dung có thể sử dụng, tuy nhiên qua kinh nghiệm tôi thực hiện thì thấy rằng có 3 loại nội dung tương tác tốt nhất là:

- Câu hỏi, câu đố
- Hình ảnh, câu nói gây tranh cãi
- Nội dung tác động đến cảm xúc

Khi bắt đầu sử dụng bằng một câu hỏi, sẽ giống như đang chờ một câu trả lời từ người đọc. Thế nên, tôi đã sử dụng được dạng nội dung này, cho việc tăng tương tác người dùng.



Hình 3.11 Nội dung bài post teaser sản phẩm

Ngày 13/10/2019 là ngày sự kiện mở bán chính thức diễn ra, tôi sẽ đăng bài thông báo sự kiện trước 2 ngày để khách hàng nhận được đầy đủ thông tin và có thời gian tìm hiểu sản phẩm trước ngày mở bán. Trong ngày này, tất cả những khách hàng mua điện thoại sẽ được tặng kèm các phần quà cực kỳ giá trị. Trong phần content, tôi sẽ để giá của các sản phẩm khuyến mãi này từ gần 400.000đ đến gần 900.000đ, để khách hàng thấy được những giá trị nhận thêm nếu mua sản phẩm.

Bên cạnh đó, nhằm mục đích thực giục khách hàng và cho họ biết đây là cơ hội duy nhất, và hiếm có để nhận được quà tặng kèm khi mua điện thoại, tôi đã nhấn mạnh yếu tố “Chỉ một ngày duy nhất”, lặp lại trên cả content chữ và trên thiết kế để khách hàng ghi nhớ.





Hình 3.12 Nội dung bài post mở bán Redmi Note 8

Nhận thấy trong những bài post trước, những bài post có hình của khách hàng tham gia các hoạt động tại cửa hàng như chơi game nhận quà, bốc thăm trúng thưởng, trải nghiệm sản phẩm mới hay đơn giản chỉ là hình ảnh của những khách hàng đến mua hàng đầu tiên tại cửa hàng,... đều nhận được nhiều lượt likes. Trong campaign lần này, tôi cũng đã thêm vào một bài post tương tự, đây là hình chụp của hai bạn MiFans đến cửa hàng mua những chiếc điện thoại Redmi Note 8 đầu tiên. Ngoài ra, khi những MiFans này có mặt trên Fanpage, bạn bè của họ sẽ thấy và có khả năng tương tác cao hơn, tăng thêm *Brand Awareness* cho cửa hàng, những MiFans này cũng có thể sẽ share bài post của cửa hàng về trang của họ.



*Hình 3.13 Nội dung bài post khách đến mua hàng tại cửa hàng*

Từ sau ngày mở bán, dù không khuyến mãi sản phẩm lớn như ngày đầu tiên, cửa hàng vẫn có các đợt khuyến mãi thêm các sản phẩm nhỏ khi mua điện thoại mới. Chương trình khuyến mãi sẽ kéo dài đến cuối tháng, tận dụng thời gian khi sản phẩm mới ra còn độ “hot”. Tôi đã bổ sung thêm một post khác để cập nhật lại thông tin khuyến mãi sau ngày đầu tiên cho khách hàng đến mua hoặc đặt mua sản phẩm mới đều được tặng thêm. Thời gian diễn ra chương trình và tên các sản phẩm tặng kèm đều được thể hiện trên hình để khách hàng có thể nhận được ngày các thông tin chính khi thấy bài post.



Hình 3.14 Bài post khuyến mãi sau ngày mở bán

Trong khoảng thời gian diễn ra chương trình cũng đồng thời là ngày 20/10, Mi Store sẽ đăng thêm một bài viết chúc mừng ngày Phụ nữ Việt Nam và “nhắc nhở” những MiFans nam mua quà tại Mi Store tặng cho những người phụ nữ của họ.



Hình 3.15 Bài post chào mừng ngày 20/10

### 3.1.5 Thực hiện Report Content trên Fanpage

Theo yêu cầu từ phía quản lý trực tiếp của nhãn hàng Xiaomi trong công ty, sau mỗi tuần, tôi phải làm một report theo dõi hiệu quả của các bài đăng trên Fanpage dựa theo tổng hợp các thông số về: Loại bài viết (Hình ảnh, video, link,...), ngày đăng bài, tổng lượt tiếp cận, lượt tiếp cận không trả phí, lượt tiếp cận phải trả phí, Impression trên từng bài viết,... Đặc biệt, yêu cầu từ phía nhãn hàng là lượt trung bình tiếp cận trên mỗi bài viết cần đạt được lớn hơn hoặc bằng 10% tổng lượt likes trang (13.000 lượt likes).

Sau khi đã thực hiện bảng tổng hợp các thông tin trên theo từng post, tôi sẽ tiếp tục đánh giá xem những nội dung nào nhận được nhiều tương tác và nội dung nào nhận được ít tương tác hơn để có thể rút kinh nghiệm khi lên kế hoạch cho các lần tiếp theo.



[illegible]

Hình 3.16 Báo cáo nội dung trên Fanpage Xiaomi tháng 7

Permalink	Post Message	Type	Posted	Lifetime Post Total Reach	Average reach above 10% of fan page's likes 13K	Lifetime Post organic reach	Lifetime Post Paid Reach	Lifetime Post Total Impressions	Lifetime Engaged Users
				Lifetime: The number of		Lifetime: The number of	Lifetime: The number of	Lifetime: The number of	Lifetime: The number of
<a href="https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000">https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000</a>	GIỮA THÁNG SẴN DEAL - THÊM NHIỀU ƯU ĐÃI	Photo	7/17/19 7:00 PM	804	NO	783	0	1054	3
<a href="https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000">https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000</a>	ĐẠI TIỆC SALE MỪNG WEB MỚI 🎉 Mời các a	Link	7/15/19 8:30 PM	5931	YES	669	5464	8239	53
<a href="https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000">https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000</a>	(Y) NÀO TÀ CÙNG VOTE! Giờ vàng đã điểm! BTC	Photo	7/14/19 7:27 PM	529	NO	529	0	743	1
<a href="https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000">https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000</a>	[LƯU LẠI LỊCH NÀY - SẴN NGAY ƯU ĐÃI] ✓ M	Photo	7/13/19 12:00 AM	904	NO	903	0	1299	3
<a href="https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000">https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000</a>	"BẢO" MI BAND 4 ĐỒ BỘ TÀI MI STORE BY DIGI	Photo	7/10/19 5:15 AM	993	NO	993	0	1360	5
<a href="https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000">https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000</a>	KẾ CHUYỆN VỀ XIAOMI - NHẬN QUÀ KHÔNG PH	Photo	7/9/19 5:30 AM	1221	NO	1221	0	1659	5
<a href="https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000">https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000</a>	MI STORE BY DGW CHÚC MỪNG MI COMMUNITY	Photo	7/5/19 4:15 AM	1234	NO	1234	0	1715	5
<a href="https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000">https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000</a>	🎉🎉 SAIGON MUA BẢO - Ở NHÀ SẴN DEAL S	Photo	7/4/19 5:32 AM	1648	YES	1648	0	2274	12
<a href="https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000">https://www.facebook.com/1000011000000000/posts/10156000000000000</a>	😂😂 THỦ THUẬT ĐỔI THEME TRÊN MI BAND	Video	7/2/19 6:00 AM	360	NO	360	0	510	3
			Average reach	1513.777778		926.6666667		2094.777778	10
			Average reach above 10% of fan page's likes	YES					

Hình 3.17 Báo cáo nội dung trên Fanpage Xiaomi tháng 7

### 3.2 Công việc thực hiện cho Fanpage Amazfit Vietnam

### 3.2.1 Tìm hiểu về các sản phẩm Amazfit được Digiworld phân phối

Vì khi là người quản lý chính content trên Fanpage Amazfit, tôi cũng là người trực tiếp trả lời những câu hỏi thắc mắc của khách hàng trên Fanpage, nên việc tìm hiểu kỹ thông tin sản phẩm để trả lời hợp lý và chính xác là rất cần thiết.

Đầu tiên, nói về thương hiệu, thì dòng sản phẩm Amazfit thuộc công ty Huami và công ty này là công ty chuyên về sản xuất các thiết bị đeo tay, smartwatch theo mô hình nhượng quyền OEM của Xiaomi. Và vì thế, cũng giống như chiến lược của Xiaomi, các sản phẩm của Huami cũng có giá thành rẻ nhưng đi kèm với chất lượng phần cứng rất tốt.

Trong thời điểm tôi thực tập tại công ty, Digiworld phân phối 5 loại đồng hồ Amazfit với những đặc tính riêng:

*Amazfit Pace*: Theo dõi các chế độ tập luyện riêng biệt như: Đi bộ, đạp xe, leo núi... từ đó cung cấp những thông tin cần thiết để người dùng biết và tự động điều chỉnh cường độ luyện tập phù hợp hơn cho bản thân.

*Amazfit Verge*: Độ bền tốt, đảm bảo sự chắc chắn cần thiết của một sản phẩm wearable. Trợ lý ảo Google hay Amazon Alexa với khả năng ra lệnh bằng giọng nói, bộ nhớ riêng và người dùng có thể chép nhạc vào trong thiết bị và nghe nhạc cùng tai nghe thông qua kết nối Bluetooth mà không cần sử dụng đến điện thoại di động., hỗ trợ định vị GPS và GLONASS, cho phép xác định vị trí.

*Amazfit Bip*: Khả năng tùy biến cao giúp đồng hồ thông minh Xiaomi Amazfit Bip Đen trở thành một phụ kiện thời trang mà bạn có thể mang theo mọi lúc mọi nơi, ngoài việc giúp ích cho sức khỏe, tập luyện.

*Amazfit Stratos*: Chất liệu kim loại với kính cường lực Sapphire, hỗ trợ chuẩn chống nước 5ATM, sử dụng liên tục trong 5 ngày mà không cần sạc pin.

*Amazfit GTS*: Thời gian chờ tối đa 4 tháng, thời gian hoạt động tối đa lên đến 46 ngày, theo dõi sự thay đổi của nhịp tim PPG dạng quang học trong suốt cả ngày, cho phép ghi lại dữ liệu nhịp tim liên tục, giúp hạn chế nguy tử vong do đột quỵ cho người dùng khi phải luyện tập liên tục.

Amazfit có rất nhiều loại đồng hồ, tùy theo các mục đích của người sử dụng sẽ có các sản phẩm riêng biệt cho họ.

### **3.2.2 Tìm hiểu đặc điểm tập khách hàng của Amazfit**

Đây là sản phẩm đồng hồ thông minh cho phép ghi lại dữ liệu nhịp tim, giấc ngủ, chế độ luyện tập thể thao, ngoài chức năng chính là coi giờ và thông báo trên điện thoại. Kiểu dáng và thiết kế trẻ trung, hiện đại, cho nên, những chiếc đồng hồ này sẽ thích hợp với nam giới trong độ tuổi từ 15 – 40, đủ am hiểu về công nghệ để chọn những sản phẩm có giá thành tốt so với các sản phẩm như Apple Watch, Galaxy Watch từ Samsung,... nhưng vẫn

đảm bảo đầy đủ các tính năng cần thiết cho một Smart watch. Ngoài ra, vì đây là đồng hồ có tích hợp chức năng theo dõi chế độ tập luyện, nên khách hàng chủ yếu content nhắm tới sẽ là nam giới và tập luyện thể thao thường xuyên. Các hình ảnh trên Fanpage chủ yếu cũng sẽ là hình ảnh luyện tập (trong nhà hoặc ngoài trời), mang lại cảm giác đầy sức sống cho người đọc.

### 3.2.3 Dịch bài post từ phía client Trung Quốc sang Tiếng Việt kèm hình ảnh

Vào đầu mỗi tháng, phía quản lý Amazfit từ Trung Quốc sẽ gửi cho team Digital Marketing tại Digiworld nội dung thông tin họ muốn đăng trên Fanpage Amazfit Việt Nam. Ngôn ngữ giao tiếp chung là tiếng Anh. Team sẽ tiến hành dịch từ tiếng Anh sang tiếng Việt để phù hợp với thị trường Việt Nam và dễ tiếp cận hơn tới khách hàng.

Dưới đây là cơ bản một bản kế hoạch những nội dung và hình ảnh được đăng trên Fanpage dựa theo yêu cầu từ phía Trung Quốc. Ngoài quản lý trang Fanpage trên Facebook, tôi sẽ quản lý thêm trang Instagram của nhãn hàng.

A	B	C	D
Content	7-thg 8	8-thg 8	9-thg 8
English	The Amazfit Verge is a fitness tracker that not only tracks 12 different sports, but also has the ability to change the watch face so you can wear it no matter where you are.	Start your week off right with the Amazfit Verge! You can get everything all in one place: emails, messages and even your heart rate to monitor your stress levels. #amazfit #dailycompanion	What #workout are you looking forward to? #Cycling in the great outdoors is one of our favorites, and the #AmazfitStratos has the technology to track it.
Vietnamese	Chiếc đồng hồ Amazfit Verge là chiếc đồng hồ theo dõi sức khỏe giúp bạn theo dõi hoạt động của mình khi tập luyện với 12 môn thể thao khác nhau và đồng thời có thể thay đổi giao diện mặt đồng hồ để bạn có thể mang đến bất cứ đâu đó!	Bắt đầu một tuần mới cùng Amazfit Verge nào! Mọi thứ đều nằm gọn trong 1 chiếc đồng hồ: Email, tin nhắn, thậm chí cả nhịp tim để đo đặc mức độ stress nữa! #amazfit #dailycompanion	Bạn đang muốn tập môn thể thao nào? Đạp xe là một môn thể thao ngoài trời mà chúng tôi rất thích nè! Đồng hồ #AmazfitStratos được tích hợp công nghệ để dõi được quá trình luyện tập này đấy!
Facebook	<a href="https://drive.google.com/open?id=1T0eYbEWPIqmRf9VieJ8xPMW5eMALmuym">https://drive.google.com/open?id=1T0eYbEWPIqmRf9VieJ8xPMW5eMALmuym</a>	<a href="https://drive.google.com/open?id=11C5SaHUvkMfDNi9SyaA0Qa2i3rAyr1gi">https://drive.google.com/open?id=11C5SaHUvkMfDNi9SyaA0Qa2i3rAyr1gi</a>	<a href="https://drive.google.com/open?id=1nA-56s25yzM1oiT7zpD0F1Qju83eokQh">https://drive.google.com/open?id=1nA-56s25yzM1oiT7zpD0F1Qju83eokQh</a>
Instagram	<a href="https://drive.google.com/open?id=1VXZEElisQQfV1zNcAVCT5OfiGZqHGGUV">https://drive.google.com/open?id=1VXZEElisQQfV1zNcAVCT5OfiGZqHGGUV</a>	<a href="https://drive.google.com/open?id=1Sp2p3nQS-3oel4KyyX9KEs9T7QgNijCQ">https://drive.google.com/open?id=1Sp2p3nQS-3oel4KyyX9KEs9T7QgNijCQ</a>	<a href="https://drive.google.com/open?id=1Zf01nzdj_oJ_9Jo6nYtinf8HnHWFOpS-">https://drive.google.com/open?id=1Zf01nzdj_oJ_9Jo6nYtinf8HnHWFOpS-</a>

Hình 3.18 Nội dung cần dịch cho Fanpage Amazfit

A	B	C	D
Content	13-thg 8	15-thg 8	16-thg 8
English	Brave the wind and the waves, the future together. Make it count! #surfing #amazfit #smartwatch #sport	Different colors, different choices. U will always get what you want. What would you say?	Embrace the nature and surpass yourself; climb high and overlook the vast world. Life is limited, but exercise is limitless. #amazfit #climb #nature #sport #smartwatch
Vietnamese	Cùng nhau đối mặt với những cơn sóng, ngọn gió và tương lai nào! Hãy sống hết mình để mỗi ngày đều đáng nhớ!	Màu sắc khác nhau, lựa chọn khác nhau. Dẫu là gì thì bạn cũng sẽ nhận được sản phẩm mình muốn. Bạn thích gì nào?	Ôm trọn lấy thiên nhiên và vượt qua chính bản thân mình; leo lên đỉnh và ngắm nhìn thế giới rộng lớn. Cuộc sống có giới hạn nhưng thể thao thì không.
Facebook	<a href="https://drive.google.com/open?id=1B-PtdRQUUNwKqBDm9Vo9zmql5MRo9lPT5">https://drive.google.com/open?id=1B-PtdRQUUNwKqBDm9Vo9zmql5MRo9lPT5</a>	<a href="https://drive.google.com/open?id=1hNmXbqkwXocdhUR5IEEjFWxL0Rwd8tV4">https://drive.google.com/open?id=1hNmXbqkwXocdhUR5IEEjFWxL0Rwd8tV4</a>	<a href="https://drive.google.com/open?id=1V1qJPU1ggR2buJawmJbj-UOLD1JHRXN7">https://drive.google.com/open?id=1V1qJPU1ggR2buJawmJbj-UOLD1JHRXN7</a>
Instagram	<a href="https://drive.google.com/open?id=1_vkXnsutUuoVf1yFt7Zq0emHPCr5FN5">https://drive.google.com/open?id=1_vkXnsutUuoVf1yFt7Zq0emHPCr5FN5</a>	<a href="https://drive.google.com/open?id=1grKoopKmUZMcutjr4C4b6u9-HkeQYv8l">https://drive.google.com/open?id=1grKoopKmUZMcutjr4C4b6u9-HkeQYv8l</a>	<a href="https://drive.google.com/open?id=1Um7yBAmDMR8C-jWFq7B8NALVOQuvs18k">https://drive.google.com/open?id=1Um7yBAmDMR8C-jWFq7B8NALVOQuvs18k</a>

Hình 3.19 Nội dung cần dịch cho Fanpage Amazfit

A	B	C
Content	20-thg 8	23-thg 8
English	Looking for a perfect #fitness companion?  Get the #Amazfit Bip. A budget #smartwatch that does it all - with 30-day long battery life, call & text notifications, built-in GPS, heart-rate monitor, sleep #tracking, etc.	What can AMOLED screen do? More clear images and lifelike clock pointers! Check this out! <a href="https://en.amazfit.com/verge.html">https://en.amazfit.com/verge.html</a>
Vietnamese	Bạn đang cần tìm một người bạn hoàn hảo để luyện tập chung? Mua ngay #Amazfit Bip. Một chiếc #smartwatch với giá rẻ nhưng có thể làm rất nhiều thứ - pin sử dụng được đến 30 ngày, gọi điện và thông báo tin nhắn, tích hợp GPS, theo dõi nhịp tim, theo dõi giấc ngủ,...	Màn hình AMOLED có thể làm được gì? Cho chất lượng hình ảnh rõ hơn và kim chỉ trên đồng hồ như thật. Cùng xem qua nhé! <a href="https://en.amazfit.com/verge.html">https://en.amazfit.com/verge.html</a>
Facebook	<a href="https://drive.google.com/open?id=1N27Utv3Hd-P9TYMPumtfnbVHjGqfDsUe">https://drive.google.com/open?id=1N27Utv3Hd-P9TYMPumtfnbVHjGqfDsUe</a>	<a href="https://drive.google.com/open?id=196RYO0oV1j7sDYiOnvJqZljL-TpRE_KV">https://drive.google.com/open?id=196RYO0oV1j7sDYiOnvJqZljL-TpRE_KV</a>
Instagram	<a href="https://drive.google.com/open?id=1ZenrrKOvqe29uh9MdJNW2IPry-vY53jv">https://drive.google.com/open?id=1ZenrrKOvqe29uh9MdJNW2IPry-vY53jv</a>	<a href="https://drive.google.com/open?id=1ljFbcgdeclgY673vH1DDMW9e9HJEmmXC">https://drive.google.com/open?id=1ljFbcgdeclgY673vH1DDMW9e9HJEmmXC</a>

Hình 3.20 Nội dung cần dịch cho Fanpage Amazfit





Hình 3.21 Bài post về đồng hồ Amazfit trên Fanpage

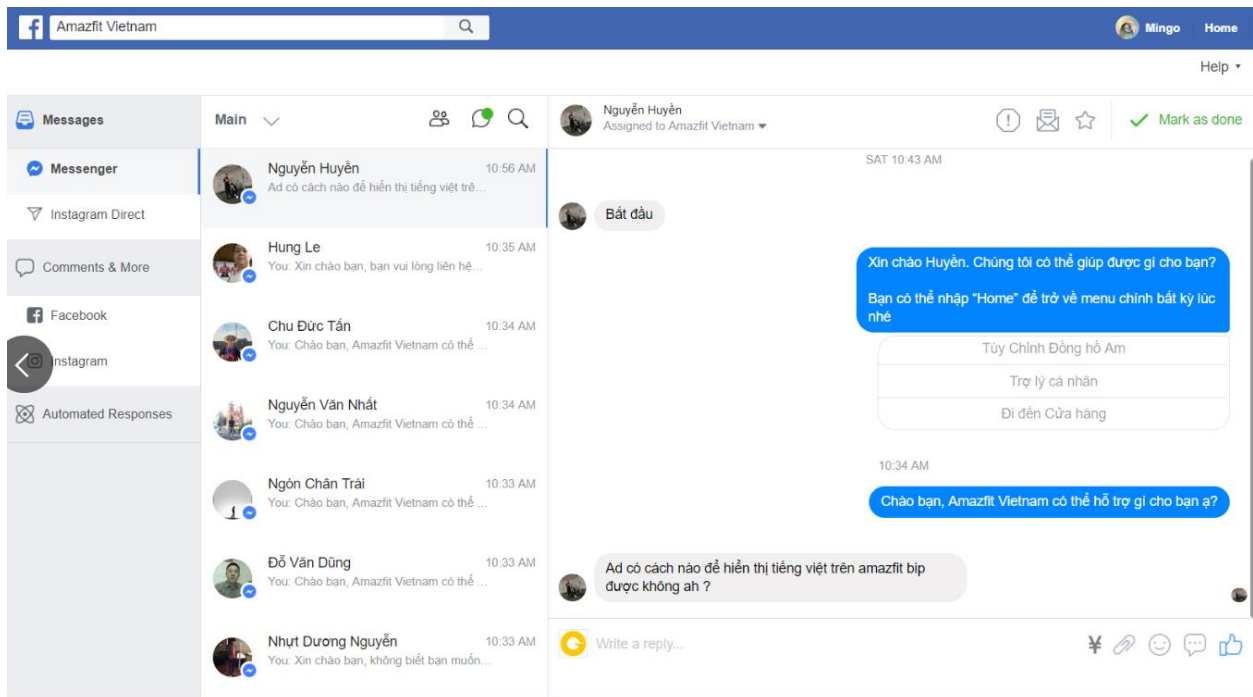
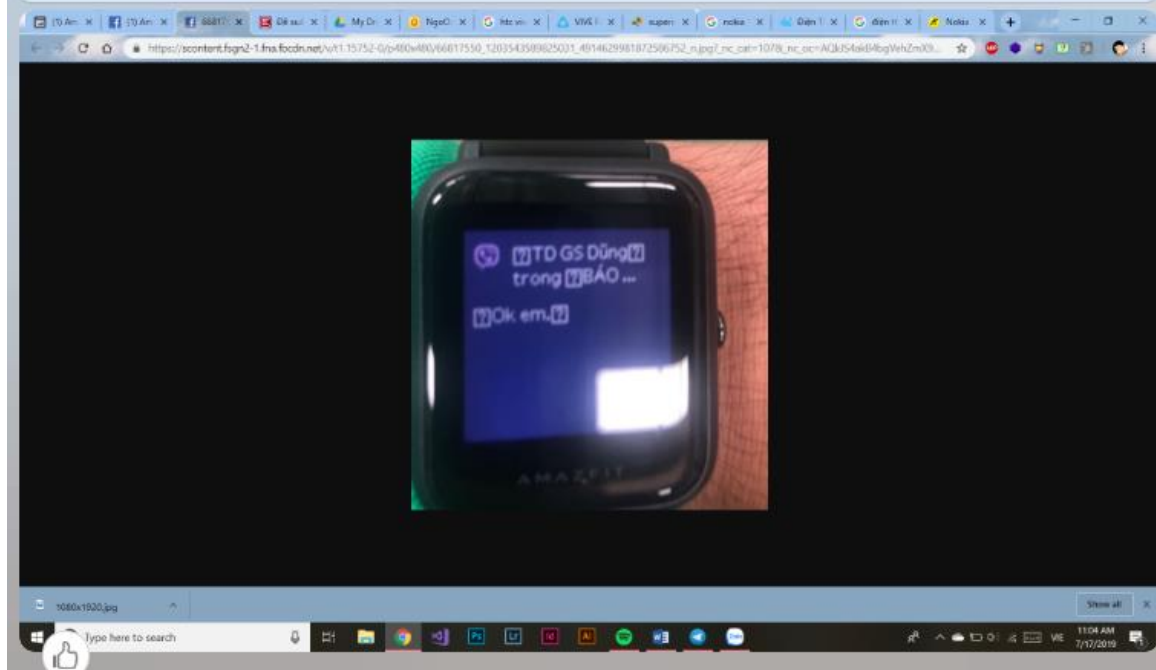


Hình 3.22 Bài post về đồng hồ Amazfit trên Fanpage

### 3.2.4 Hỗ trợ trả lời tin nhắn khách hàng trên Fanpage

Trong quá trình trả lời tin nhắn từ phía khách hàng, sẽ có những thông tin tôi không nắm được hết và cần đến sự hỗ trợ từ phía những người bán hàng trong công ty. Do đó, khi gặp những vấn đề này, tôi sẽ liên lạc trực tiếp thông qua Zalo với nhân viên bán hàng, sau đó sẽ trả lời thắc mắc của khách hàng trên Fanpage.

dạ anh ơi. Khách hỏi trên fanpage nè anh: Xin chỉ cách khắc phục lỗi font tiếng việt đối với tin nhắn viber, các loại tin nhắn khác thì không bị lỗi và tin nhắn zalo thì hiển thị chữ app chứ không có logo Zalo



## **CHƯƠNG 4. PHÂN TÍCH CÔNG VIỆC**

Chương 3 vừa qua đã mô tả chi tiết quá trình thực hiện công việc cũng như kết quả đạt được, sang đến Chương 4 sẽ phân tích, đánh giá kết quả chung của từng dự án, điểm lại các thuận lợi và khó khăn khi thực hiện công việc.

### **4.1 Công việc thực hiện cho nhãn hàng Xiaomi**

#### **4.1.1 Kết quả**

Công việc được giao đều hoàn thành và không bị phàn nàn từ quản lý, cho thấy kết quả ổn.

Duy trì hoạt động của Fanpage, tăng thêm tương tác và lượt like cho fanpage sau khi quản lý.

Sau 4 tháng làm việc, thời gian để tạo ra một nội dung trên Fanpage nhanh hơn vì đã học hỏi và làm quen được nhiều kỹ năng hơn.

Hỗ trợ được quản lý từ nhãn hàng thông qua các report cho biết những thông tin, sản phẩm nào thu hút được nhiều sự quan tâm từ phía khách hàng để lên kế hoạch cho những chiến dịch marketing trong tương lai.

Hiểu được tâm lý của nhóm khách hàng cần hướng đến và đã tạo ra những nội dung phù hợp hơn.

#### **4.1.2 Thuận lợi**

Được chị content creator hướng dẫn kỹ càng cách tạo nội dung để thu hút người đọc, từ chữ viết đến vị trí sắp xếp bố cục trên hình ảnh. Được gửi các tài liệu training về digital marketing để có thể tự tham khảo thêm trong quá trình làm việc.

Đã từng làm việc ở vị trí thực tập sinh marketing trong một vài công ty trước đây nên đã có một số kinh nghiệm khi làm việc tại Digiworld.

Được quản lý trực tiếp cho tham gia vào các cuộc họp quan trọng, đóng góp và được ghi nhận ý kiến để cải thiện hiệu quả cho các chiến dịch marketing.

### **4.1.3 Khó khăn**

Công ty ít chi tiền quảng cáo cho các Fanpage nên nội dung trên trang chưa tiếp cận được đến nhiều người.

Chưa có cơ hội trải nghiệm thử các sản phẩm cần marketing nên cần nhiều thời gian để tìm hiểu những đặc điểm hấp dẫn của sản phẩm và thực hiện marketing đến khách hàng tiềm năng.

## **4.2 Công việc thực hiện cho sản phẩm Amazfit**

### **4.2.1 Kết quả**

Hoàn thiện các bài đăng cả trên Fanpage Facebook và Instagram kèm những hình ảnh phù hợp đều đặn mỗi tuần.

Hỗ trợ trả lời được những thắc mắc của khách hàng đối với sản phẩm trong quá trình quản lý Fanpage.

### **4.2.2 Thuận lợi**

Có khả năng sử dụng tiếng Anh nên việc dịch các bài viết nhanh và dễ dàng.

Có sự hỗ trợ từ phía bộ phận bán hàng trong công ty để trả lời những thắc mắc của khách hàng về vấn đề kỹ thuật.

Đối tác cung cấp từ phía Trung Quốc làm việc chuyên nghiệp, gửi nội dung theo đúng timeline đăng bài trên Fanpage.

### **4.2.3 Khó khăn**

Amazfit có rất nhiều sản phẩm và mẫu mã cũng tương tự nhau, do đó cần dành nhiều thời gian để tìm hiểu sản phẩm kỹ trước khi tư vấn cho khách hàng.

Vì nội dung cần dịch từ tiếng Anh sang tiếng Việt, nên cần phải lựa chọn từ ngữ phù hợp để nội dung không bị quá gượng ép và có khả năng thu hút người đọc.

## **CHƯƠNG 5. TỔNG KẾT**

### **5.1 Những ưu điểm**

Sau khi được thực tập ở vị trí nhân viên phân tích dữ liệu tại công ty Digiworld, bản thân đã trải nghiệm và học hỏi được nhiều điều khác nhau, từ kiến thức liên quan đến công việc cho đến những kỹ năng làm việc, các suy nghĩ giải quyết vấn đề:

- Rèn luyện khả năng tự tìm hiểu nghiên cứu và tự giải quyết vấn đề dưới sự hướng dẫn của các anh chị trong công ty.
- Được chia sẻ nhiều kiến thức liên quan đến lĩnh vực công nghệ, bổ sung thêm kiến thức về Thương mại điện tử trên các sàn giao dịch.
- Vận dụng được những kiến thức được dạy ở trường, đặc biệt là môn E-marketing vào công việc.
- Được tự quyết định tất cả các nội dung và hình ảnh đăng trên Fanpage nên học được cách quản lý công việc và thời gian hợp lý, tự do sáng tạo nội dung.
- Tiếp xúc được với khách hàng, các phòng ban khác để cải thiện khả năng giao tiếp và sự tự tin của bản thân.
- Hiểu được cơ bản về môi trường công sở, cách hoạt động và những quy trình trong một trường làm việc chuyên nghiệp.
- Nhận định được bản thân, biết mình muốn gì và xác định được điều mình cần cải thiện để đáp ứng với môi trường làm việc thực tế.

### **5.2 Những hạn chế**

Với những trải nghiệm đã học được, bản thân nhận ra mình còn khá nhiều điểm hạn chế:

- Cần học hỏi thêm về các kiến thức về digital marketing, kinh tế tài chính liên quan để đáp ứng được yêu cầu công việc và nâng cao kiến thức cho bản thân.
- Khả năng giao tiếp còn kém, chưa diễn đạt trôi chảy được những ý mình muốn cũng như khi trình bày về một vấn đề.

- Cần tự giác, chủ động học hỏi hơn trong quá trình làm việc, vì các anh chị không phải lúc nào cũng biết mình thiếu kiến thức về vấn đề nào để bổ sung.

### **5.3 Hướng cải thiện và phát triển**

Để công việc đạt được năng suất hơn và khắc phục những hạn chế, bản thân đã lập ra các kế hoạch để thực hiện đến khi ra trường. Digiworld đã cho tôi môi trường để học tập và phát triển, do đó, bản thân cần phải cố gắng học hỏi và trau dồi kiến thức chuyên môn hơn nữa để có cơ hội làm việc tốt hơn trong tương lai, tích lũy thêm kiến thức và kinh nghiệm hơn nữa để làm hoàn thành tốt được các yêu cầu được giao.

Ngoài ra, tuy vị trí thực tập chỉ thuộc phần Content Marketing, tôi cũng được các anh chị trong phòng hướng dẫn thêm các kiến thức về Facebook ads, Google ads để phân phối nội dung tốt hơn, đưa nội dung đến được những khách hàng có nhu cầu và có tiềm năng nhất. Các kiến thức được cung cấp này mặc dù chỉ là những kiến thức cơ bản, nhưng đã giúp tôi có ý thức hơn về những nội dung mà mình cần tìm hiểu và học hỏi để phục vụ cho việc làm một marketer tốt: Hiểu sản phẩm, hiểu khách hàng, thành thạo các công cụ Digital Marketing và có khả năng phân tích các dữ liệu nhận được để lập các dự báo và có kế hoạch phù hợp, chính xác đối với các chiến dịch trong tương lai.

### **5.4 Đề xuất và kiến nghị cho công ty**

Sau thời gian thực tập tại công ty Digiworld với vị trí thực tập sinh Content Marketing, tôi có những kiến nghị và đề xuất như sau:

- Nên đầu tư nhiều cho vấn đề Marketing của công ty hơn, mặc dù không trực tiếp đem lại lợi nhuận, nhưng sẽ rất có ích cho việc nhận diện thương hiệu, được nhiều người tiêu dùng tin tưởng và biết tới, sẽ gián tiếp mang lại lợi nhuận cho công ty sau này.
- Cần có sự kết hợp giữa các phòng ban để đề xuất và hình thành nên một quy trình nghiệp vụ chuẩn mực hơn. Từ đó các thành viên của mọi phòng ban có thể làm việc nhất quán theo một quy trình duy nhất nhằm tạo nên sự chuyên nghiệp trong công tác giữa nhân hàng và các bộ phận liên quan.

- Đầu tư cho hệ thống website thương mại điện tử của công ty, kết hợp thêm chức năng thanh toán online nếu như khách hàng phát sinh nhu cầu.
- Tổ chức thêm các buổi training về sản phẩm công ty cung cấp để những người làm marketing có thể hiểu được kỹ càng hơn và đưa ra những chiến lược marketing hiệu quả, gần gũi với khách hàng.