

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

KHOA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

岱
南
大
學



Deliverable 4 –Final report

Học phần: Phân tích và thiết kế web

Giảng viên: Trương Hồng Tuấn

Lớp: 45K22.2

Nhóm: WebAD2_E

Thành viên:

Trần Đình Tiên (Leader)

Vũ Thanh Nga

Nguyễn Đức Hiền Nhi

Nguyễn Thị Thảo

Ngô Lê Thực Yến

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2022

Mục lục

1. Introduction to organization:	4
2. Identify the website's purpose and target audience.....	4
2.1. Mục đích của trang web	4
2.2. Tối tượng mục tiêu.....	4
3. Determine the website's general content	6
3.1. Trang chủ	6
3.2. Trang con	7
3.3. Trang đích	8
4. Select the website's structure	8
5. Information architecture and user flows	9
5.1. Navigation flows	9
5.2. Specify the website's navigation system	9
6. Design the look and feel of the website	10
7. Wireframe Website	10
7.1. Trang chủ	10
7.2. Trang cửa hàng	12
7.3. Trang sản phẩm đơn	13
7.4. Trang blog	14
7.5. Trang FAQs	15
7.6. Trang giới thiệu	15
7.7. Trang liên hệ	16
8. Detail Design	18
8.1. Trang chủ	18
8.2. Trang cửa hàng	20
8.3. Trang sản phẩm đơn	22
8.4. Trang blog	24
8.5. Trang FAQs	25
8.6. Trang giới thiệu	26
8.7. Trang liên hệ	27
9. Ecommerce features deployment	29
9.1. Thanh toán (Payment)	29
9.2. Giỏ hàng (Shopping cart)	30
9.3. Đặt hàng (Place an order)	31
9.4. Đăng nhập/dăng xuất tài khoản người dùng (login/logout)	31
9.5. Đánh giá trong trang blog/trang sản phẩm (comment).....	32

9.6. Tìm kiếm/ tìm kiếm theo bộ lọc như trang chủ, trang sản phẩm (search) ..	32
9.7. Đặt câu hỏi (FAQS).....	34
9.8. Điền form nhận thông tin về event, tin tức nổi bật	35
10. Kiểm tra, xuất bản và bảo trì website	35
10.1. Kiểm tra	35
10.2. Xuất bản, bảo trì web	35
11. Semantics check	36
13. Promotion plan	41
13.1. SEM plan.....	41
13.2. Social media	49
13.3. Email marketing plan	50
13.4. One year event circle	54

1. Introduction to organization:

- Tên tổ chức: Simple Gear
- Lĩnh vực kinh doanh:
 - + Kinh doanh các sản phẩm Gaming Gear như bàn phím, bàn - ghế cho Game thủ, loa, tai nghe.
 - + Các phụ kiện như: giá đỡ, kệ treo màn hình, lót chuột, kê tay
- Tầm nhìn: Simple Gear sẽ trở thành doanh nghiệp hàng đầu Việt Nam kinh doanh các mặt hàng trên lĩnh vực Gaming Gear
- Sứ mệnh: Không ngừng nghiên cứu, cải tiến, đem tới cho khách hàng trải nghiệm tốt khi sử dụng các giải pháp công nghệ tối ưu với chất lượng cao, dịch vụ vượt trội. Bên cạnh đó, nâng cao giá trị của doanh nghiệp, góp phần phát triển chung cho ngành kinh doanh Gaming Gear tại Việt Nam
- Giá trị cốt lõi:
 - + Lấy khách hàng làm trung tâm, tập trung vào khách hàng để đáp ứng nhu cầu của họ.
 - + Nhiệt huyết, đam mê có trách nhiệm trong công việc, hiện thực hóa sứ mệnh của doanh nghiệp.
 - + Liên tục cập nhật, đa dạng hóa sản phẩm đáp ứng tối ưu nhu cầu khách hàng

2. Identify the website's purpose and target audience

2.1. Mục đích của trang web

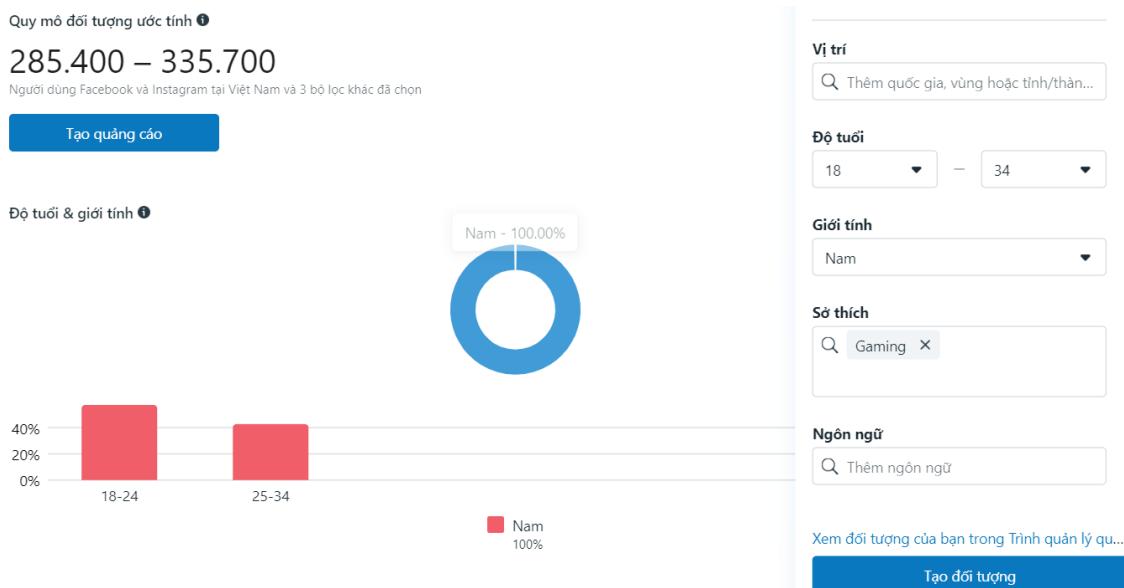
- Mục đích chính

- + Là nơi cung cấp những sản phẩm hiện đại, chất lượng, chia sẻ thông tin nhằm phục vụ cho nhu cầu của khách hàng.
- + Tạo dựng hình ảnh thương hiệu uy tín trong mắt khách hàng.

- Mục đích phụ

- + Cung cấp mô tả chi tiết sản phẩm cho khách hàng.
- + Dễ dàng tiếp cận, chăm sóc khách hàng kịp thời.
- + Khách hàng dễ dàng tham quan, mua sản phẩm vào bất kỳ lúc nào, không hạn chế về thời gian.

2.2. Tối tượng mục tiêu



❖ Từ 18 - 24:

- Độ tuổi: Những người có độ tuổi 18 - 24

- **Giới tính:** Nam
- **Khu vực sống:** tại 3 thành phố lớn: TP Đà Nẵng, Hà Nội, TP Hồ Chí Minh.
- **Tình trạng hôn nhân:** Độc thân
- **Sở thích:**
 - + Thích chơi game
 - + Thích đồ công nghệ, tham gia các cộng đồng về mặt hàng công nghệ
 - + Cập nhật xu hướng mới
- **Nhu cầu:**
 - + Ưu tiên phục vụ cho sở thích cá nhân
 - + Phục vụ cho công việc
- **Phong cách sống:**
 - + Nắm bắt xu hướng công nghệ nhanh
 - + Có lối sống hiện đại, đi theo xu hướng
- **Quan hệ xã hội:** Hay tương tác bạn bè trên mạng xã hội
- **Yêu cầu, kỳ vọng:**
 - + Sản phẩm mang tính xu hướng, hiện đại, đẹp mắt
 - + Giá cả phải chăng
 - + Shop phản hồi, chăm sóc khách hàng tốt

Customer Profile 01



Tôn Thất Anh Tuấn

NAM GIỚI

<p>NHÂN KHẨU HỌC</p> <ul style="list-style-type: none"> • Độ tuổi: 18 - 24 tuổi • Khu vực sống: TP Đà Nẵng, Hà Nội, Sài Gòn • Tình trạng hôn nhân: độc thân <p>SỞ THÍCH</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thích chơi game • Thích đồ công nghệ, tham gia các cộng đồng về công nghệ • Cập nhật xu hướng mới <p>NHU CẦU</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ưu tiên phục vụ cho sở thích cá nhân • Phục vụ cho công việc 	<p>PHONG CÁCH SỐNG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nắm bắt xu hướng công nghệ nhanh • Có lối sống hiện đại, đi theo xu hướng <p>KỲ VỌNG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sản phẩm mang tính xu hướng, hiện đại, đẹp mắt • Giá cả phải chăng • Shop phản hồi, chăm sóc khách hàng tốt <p>QUAN HỆ XÃ HỘI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hay tương tác bạn bè trên mạng xã hội
--	---

❖ Từ 25 - 34:

- **Độ tuổi:** 25 -34 tuổi
- **Giới tính:** Nam
- **Khu vực sống:** tại các thành phố lớn bao gồm: TP Đà Nẵng, Hà Nội, Sài Gòn
- **Tình trạng hôn nhân:** độc thân/đã có gia đình

- **Sở thích:**
 - + Chơi game để giải trí
 - + Có niềm đam mê với sản phẩm công nghệ
 - + Thích sử dụng đồ công nghệ cao cấp
- **Nhu cầu:**
 - + Tìm kiếm cửa hàng bán đồ công nghệ cao cấp, chất lượng
 - + Phục vụ cho công việc cá nhân
- **Phong cách sống:**
 - + Làm việc tự do
 - + Chủ động kiểm soát thời gian
- **Quan hệ xã hội:**
 - + Thường xuyên sử dụng mạng xã hội
 - + Thường xuyên tham gia hoạt động trong cộng đồng gaming
- **Yêu cầu, kỳ vọng:**
 - + Sản phẩm chất lượng cao, hiệu quả
 - + Mang xu hướng mới mẻ, hiện đại
 - + Thích được tư vấn và hỗ trợ nhiệt tình

Customer Profile 02



Nguyễn Văn Khoa

NAM GIỚI

NHÂN KHẨU HỌC

- Độ tuổi: 25 - 34 tuổi
- Khu vực sống: TP Đà Nẵng, Hà Nội, Sài Gòn
- Tình trạng hôn nhân: độc thân/ đã có gia đình

SỞ THÍCH

- Chơi game để giải trí
- Có niềm đam mê với sản phẩm công nghệ
- Thích sử dụng đồ công nghệ cao cấp

NHU CẦU

- Tìm kiếm cửa hàng bán đồ công nghệ cao cấp, chất lượng
- Phục vụ cho công việc cá nhân

PHONG CÁCH SỐNG

- Làm việc tự do
- Chủ động kiểm soát thời gian

KỲ VỌNG

- Sản phẩm chất lượng cao, hiệu quả
- Mang xu hướng mới mẻ, hiện đại
- Thích được tư vấn và hỗ trợ nhiệt tình

QUAN HỆ XÃ HỘI

- Thường xuyên sử dụng mạng xã hội
- Thường xuyên tham gia hoạt động trong cộng đồng gaming

3. Determine the website's general content

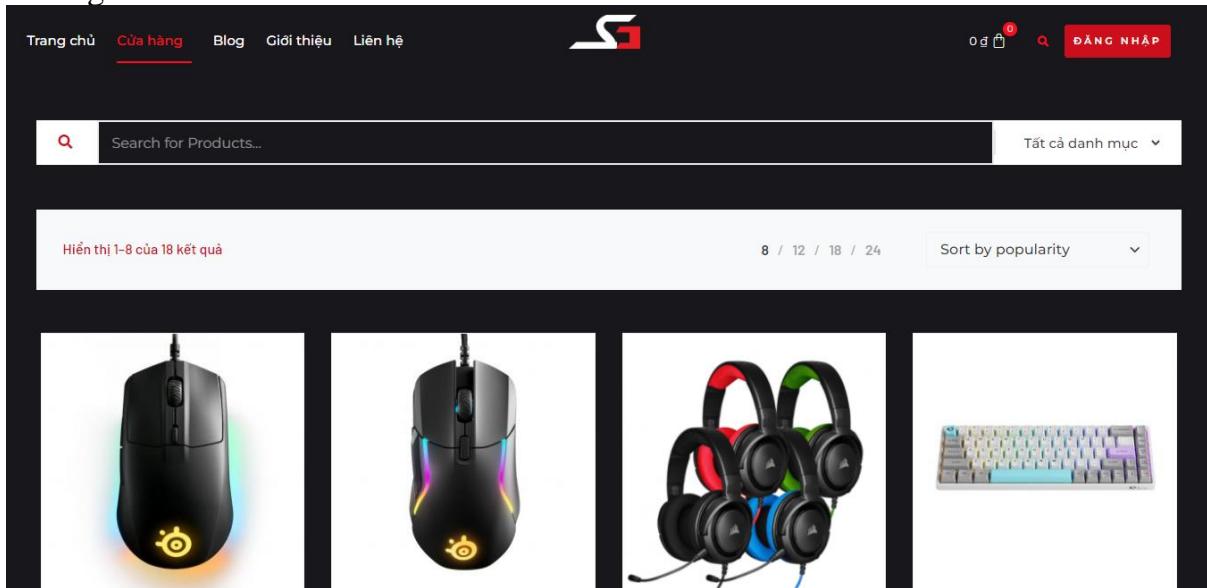
3.1. Trang chủ

- Bao gồm logo doanh nghiệp, với màu sắc chủ đạo của trang web là đen, đỏ và xám.
- **Header:** phần tiêu đề, hiển thị tất cả các trang con thuộc về website, tên các trang con và chức năng điều hướng (Menu). Gồm: Trang cửa hàng, trang tin tức, FAQs, giới thiệu, Liên hệ.

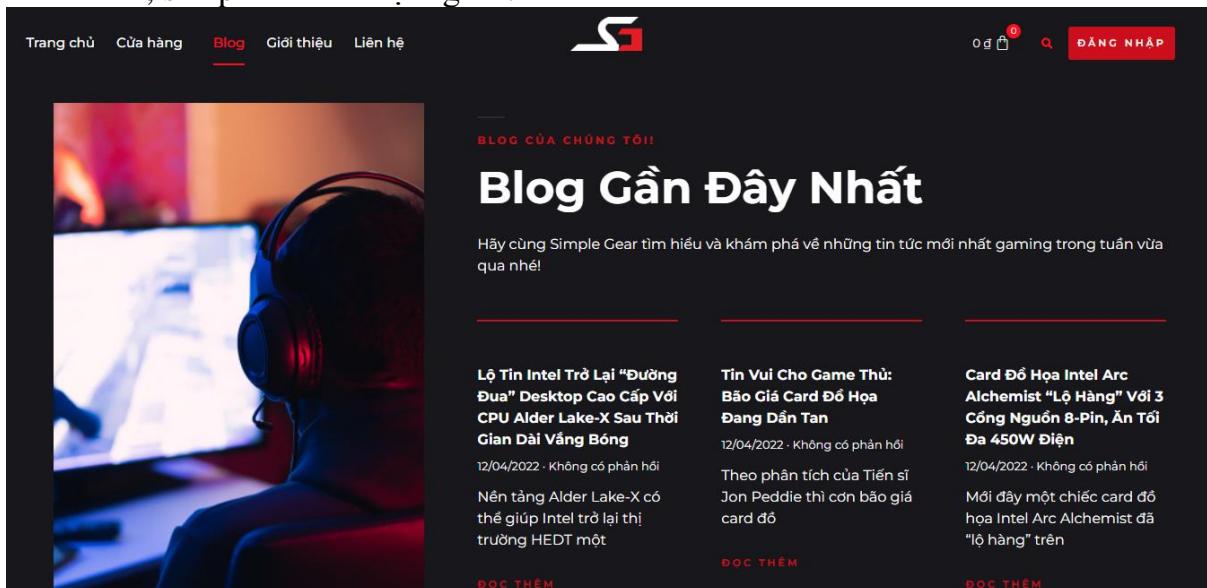
- **Ô tìm kiếm:** ô tìm kiếm được đặt ở phần header phía góc phải của trang chủ.
- **Nội dung hiển thị:** bao gồm các hình ảnh, video ngắn,...Những hình ảnh sản phẩm mang màu sắc hết sức chân thực

3.2. Trang con

- Các trang con sẽ được thiết kế đồng bộ với trang chủ như logo, kiểu chữ, màu sắc chủ đạo tạo sự hài hòa, thống nhất. Gồm Trang Cửa hàng, Tin tức, Hỗ trợ khách hàng, FAQs, Giới thiệu, Liên hệ.
- **Trang cửa hàng:** Trưng bày tất cả sản phẩm của doanh nghiệp, kèm theo giá và mô tả chi tiết từng sản phẩm và bộ lọc tìm kiếm để giúp khách hàng tìm được sản phẩm mong muốn.



- **Trang blog:** gồm các bài blog và chương trình khuyến mãi, ưu đãi đến khách hàng. Những bài blog vừa có thể làm tăng lượt tìm kiếm cho website vừa có thể quảng bá hình ảnh, sản phẩm đến mọi người.



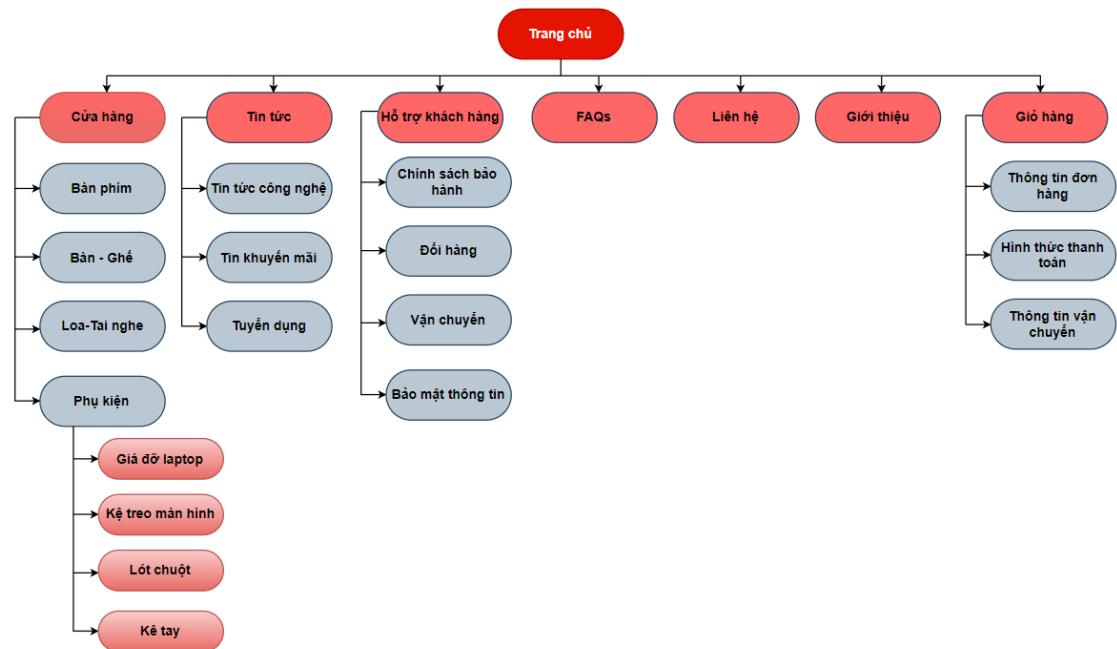
- **Hỗ trợ khách hàng:** Các chính sách: tại đây bao gồm có các chính sách về đổi trả hàng, chính sách khiếu nại, bảo hành, bồi thường,..

- **FAQ:**Gồm tất cả các câu hỏi của khách hàng được website tổng hợp lại cụ thể và được trả lời một cách đầy đủ và chính xác nhất giúp người dùng vào thăm website có thể đọc được.
- **Giới thiệu:** Giới thiệu tổng quan doanh nghiệp, quá trình hình thành và phát triển cũng như tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi của doanh nghiệp.
- **Trang Liên hệ:** Trang liên hệ là phần quan trọng không thể thiếu trong một website, đóng vai trò như cầu nối giữa khách hàng và doanh nghiệp.Bao gồm các thông tin: Các chi nhánh, địa chỉ, số điện thoại, email,..
- **Giỏ hàng:**Bao gồm thông tin về đơn hàng mà khách hàng thêm vào giỏ hàng, đã đặt, thông tin vận chuyển, hình thức thanh toán.

3.3. Trang đích

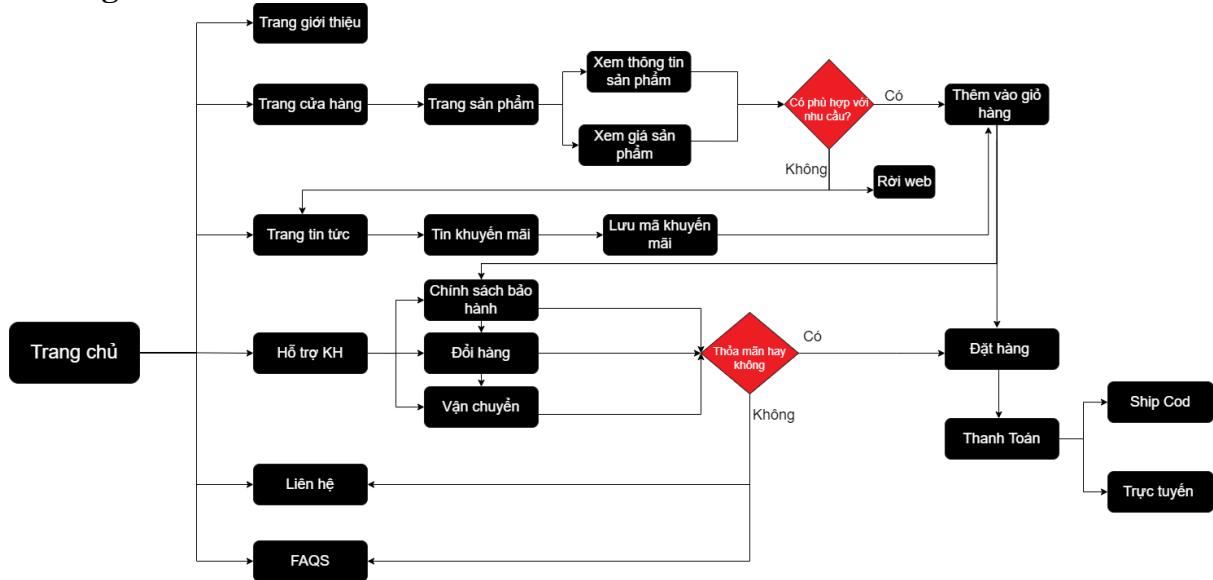
- Trang thu thập khách hàng tiềm năng: Thu thập những thông tin cơ bản của khách hàng (như họ tên, email, số điện thoại) bằng một biểu mẫu đăng ký và đi kèm với đó là một lợi ích trao đổi
- Trang bán hàng: Thuyết phục khách hàng đưa ra quyết định mua hàng ngay trên trang và nội dung về sản phẩm/dịch vụ được xây dựng chi tiết
- Trang chuyển đổi trung gian: Dẫn dắt người đọc chuyển hướng tới trang chuyển đổi chính, chỉ sử dụng nút kêu gọi hành động để chuyển hướng, không sử dụng biểu mẫu đăng ký.

4. Select the website's structure



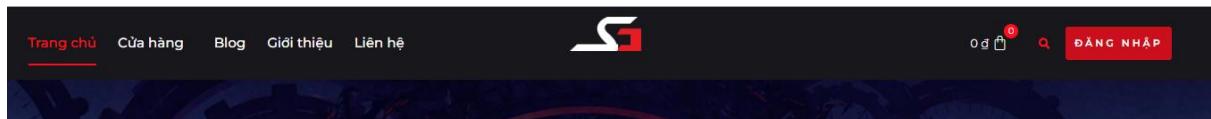
5. Information architecture and user flows

5.1. Navigation flows

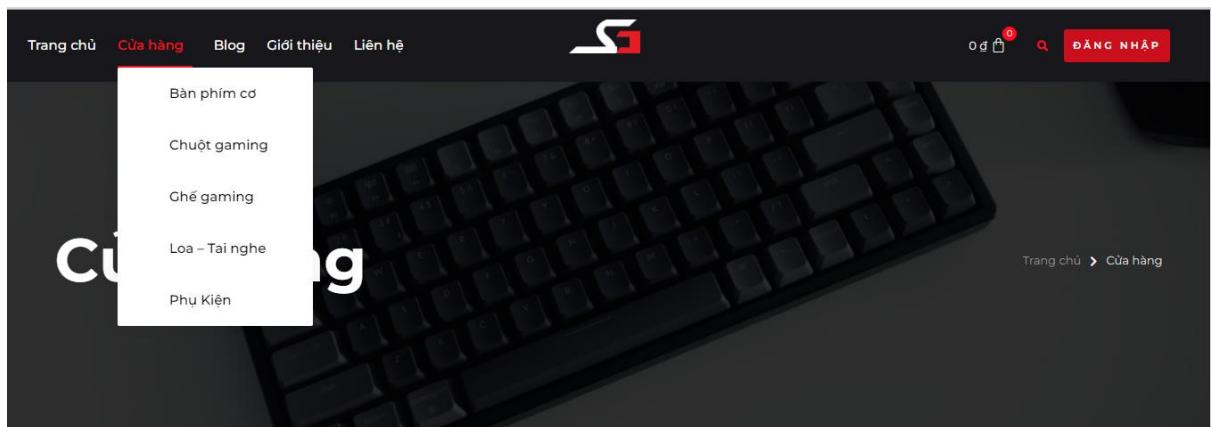


5.2. Specify the website's navigation system

- **Top navigation bar:** thanh điều hướng được mặc định trên tất cả các trang của website



- **Breadcrumb trail:** tại trang cửa hàng được phân chia thành nhiều trang con



- **Drop-down menu:** trên thanh menu, trang mà khách hàng đang sử dụng sẽ được làm nổi bật để khách hàng có thể nhận biết được mình đang vào trang nào.



6. Design the look and feel of the website

- Cửa hàng chuyên cung cấp các sản phẩm gaming vì vậy mà hình ảnh được sử dụng trong trang web sẽ liên quan đến lĩnh vực mà cửa hàng đang bán. Các hình ảnh thường có tone màu tương tự với tone màu chủ đạo là đen, đỏ.
- Khách hàng có thể điều hướng hành vi từ trang chủ sang trang cửa hàng , trang blog, trang giới thiệu, trang liên hệ trên thanh menu
- Về tính thống nhất trong website:
 - + Font chữ: font chữ mà nhóm sử dụng là font Roboto



- + Màu sắc: bao gồm các màu chủ đạo như đen, đỏ, trắng, xám.



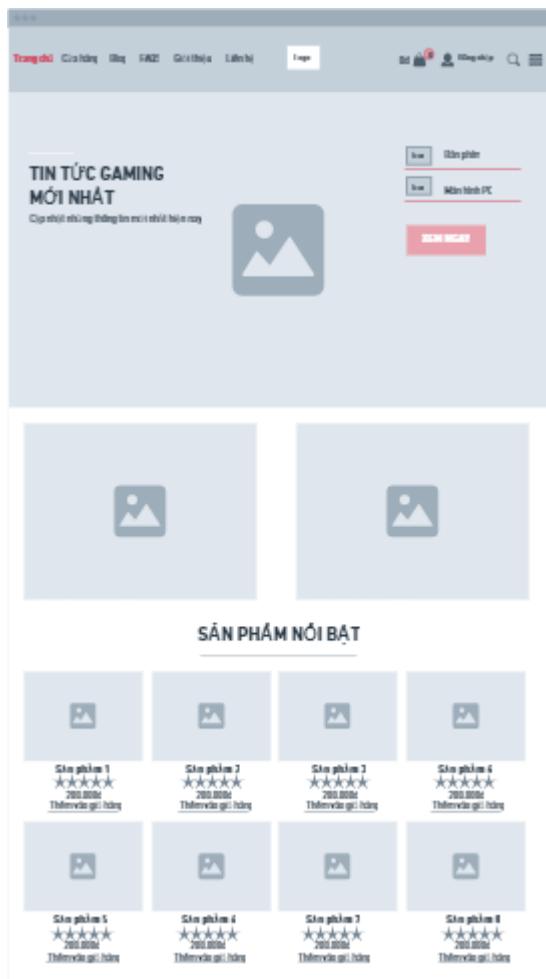
- + Logo: logo nhóm được viết bởi 2 từ Simple Gear

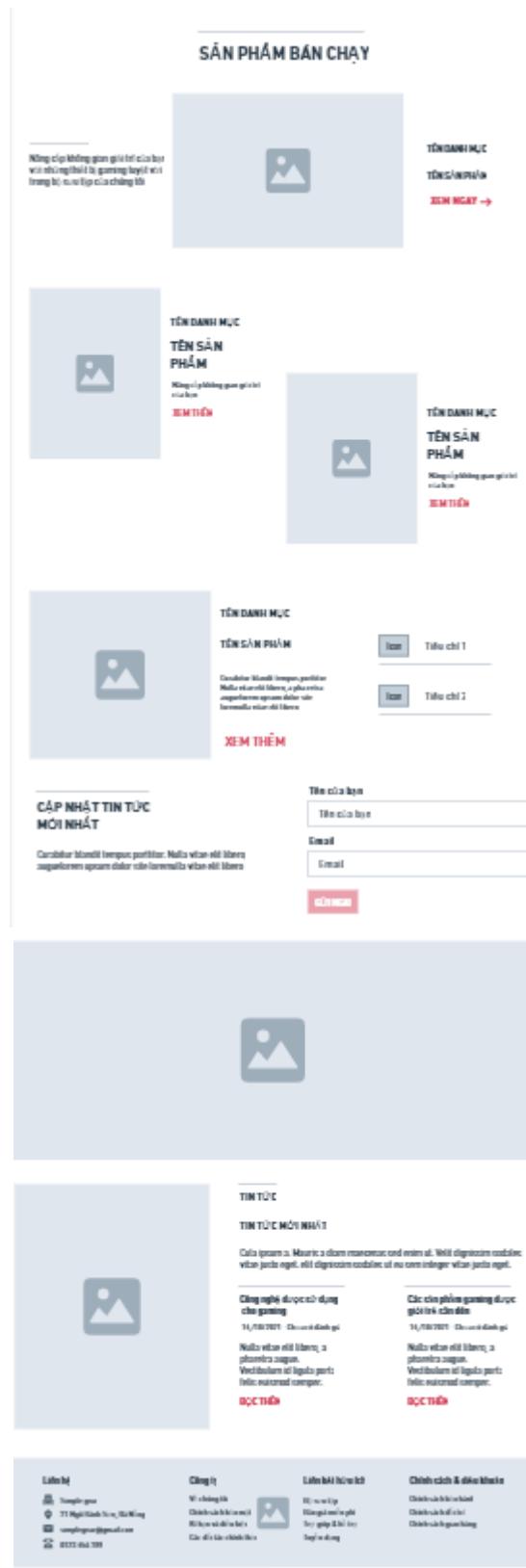


7. Wireframe Website

7.1. Trang chủ

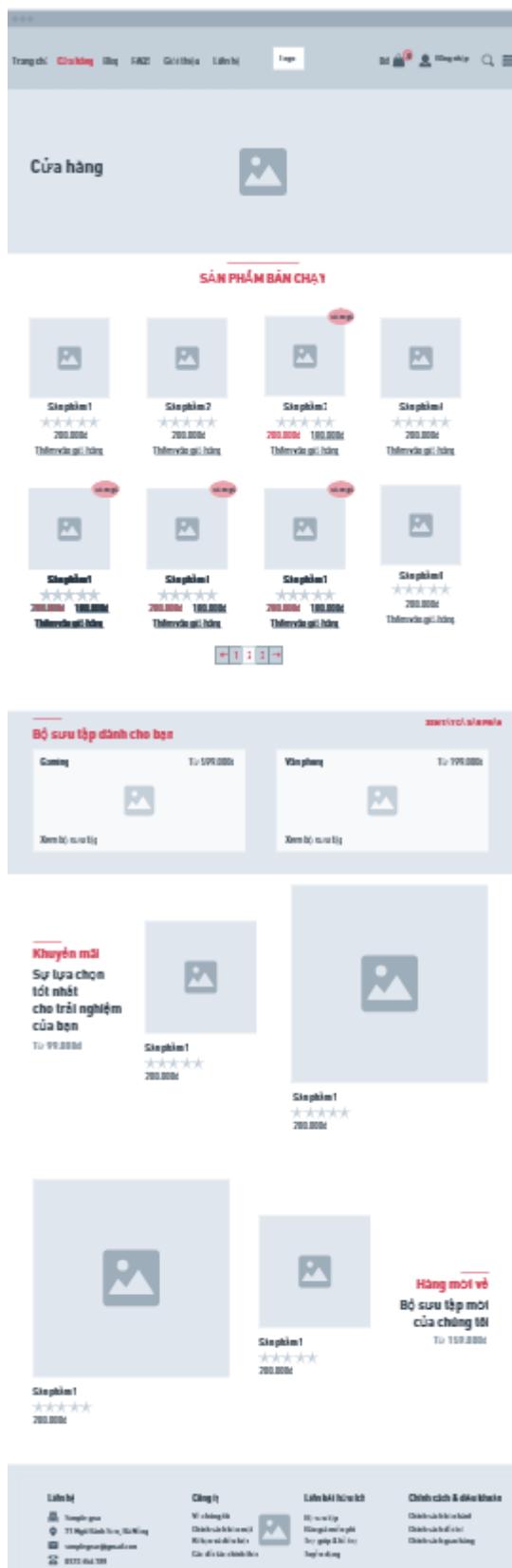
- Thông tin nổi bật về tin tức mới nhất của gaming.
- Bộ sưu tập về sản phẩm giải trí và thiết bị văn phòng.
- Sản phẩm nổi bật và sản phẩm bán chạy của cửa hàng.
- Form dành cho khách hàng có nhu cầu nhận thông tin về tin tức mới nhất của gaming.





7.2. Trang cửa hàng

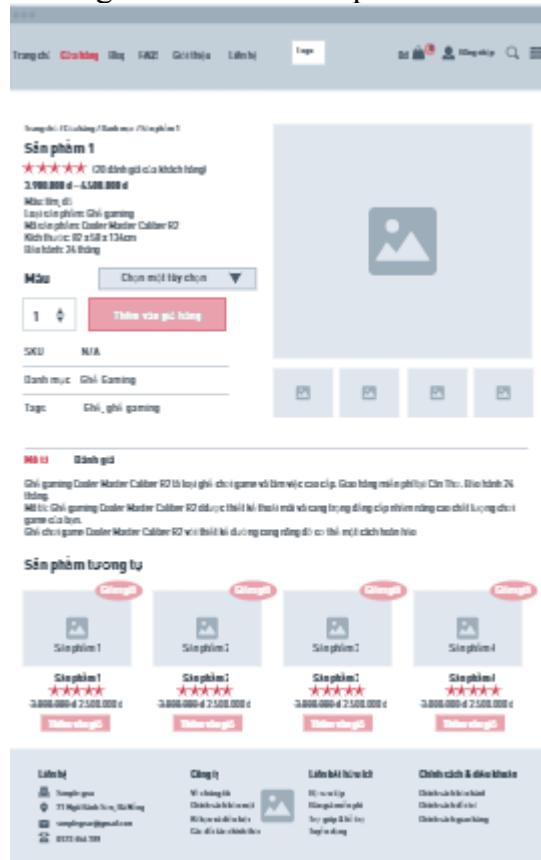
- Trang cửa hàng sẽ bao gồm tất cả danh mục sản phẩm
- Trang cửa hàng sẽ giới thiệu sản phẩm bán chạy, bộ sưu tập dành cho khách hàng.
- Các sản phẩm khuyến mãi và sản phẩm mới về.



7.3. Trang sản phẩm đơn

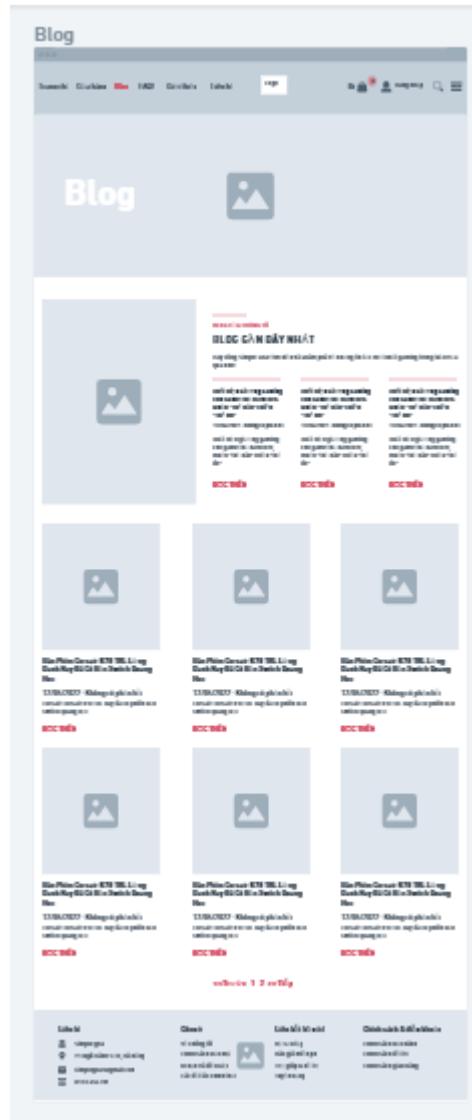
- Trang sản phẩm đơn sẽ bao gồm thông tin như:
 - + Giá sản phẩm
 - + Số lượng người dùng đánh giá sản phẩm
 - + Mô tả ngắn về sản phẩm

- + Các tùy chọn sản phẩm như màu sắc, kích thước,...
- + Nút thêm vào giỏ hàng
- + Bên dưới sẽ bao gồm mô tả chi tiết về sản phẩm, các hình ảnh thực tế, và phần đánh giá của khách hàng sau khi mua sản phẩm.



7.4. Trang blog

- Trang blog sẽ bao gồm những bài viết liên quan về
 - + Tin tức công nghệ.
 - + Cập nhật xu hướng mới về giới gaming.



7.5. Trang FAQs

- Trang FAQs sẽ bao gồm những câu hỏi mà khách hàng thắc mắc và gặp phải trong quá trình mua sản phẩm tại cửa hàng.

Trang chủ | Gia hàng | **FAQ** | Giới thiệu | Liên hệ | Đăng nhập | Tạo tài khoản | Giỏ hàng |

+ Câu hỏi số 1

+ Câu hỏi số 1

+ Câu hỏi số 1

- Đây là phản hồi trả cho câu hỏi số 1
- Đây là phản hồi trả cho câu hỏi số 1
- Đây là phản hồi trả cho câu hỏi số 1
- Đây là phản hồi trả cho câu hỏi số 1

Liên hệ

Công ty

Laden Bán lẻ/Đại lý

Chính sách & điều khoản

Liên hệ

Về chúng tôi

Đại lý/Đại lý

Chính sách bảo hành

Công ty

Chính sách đổi trả

Chính sách trả lại hàng

Laden Bán lẻ/Đại lý

Đại lý/Đại lý

Chính sách bảo hành

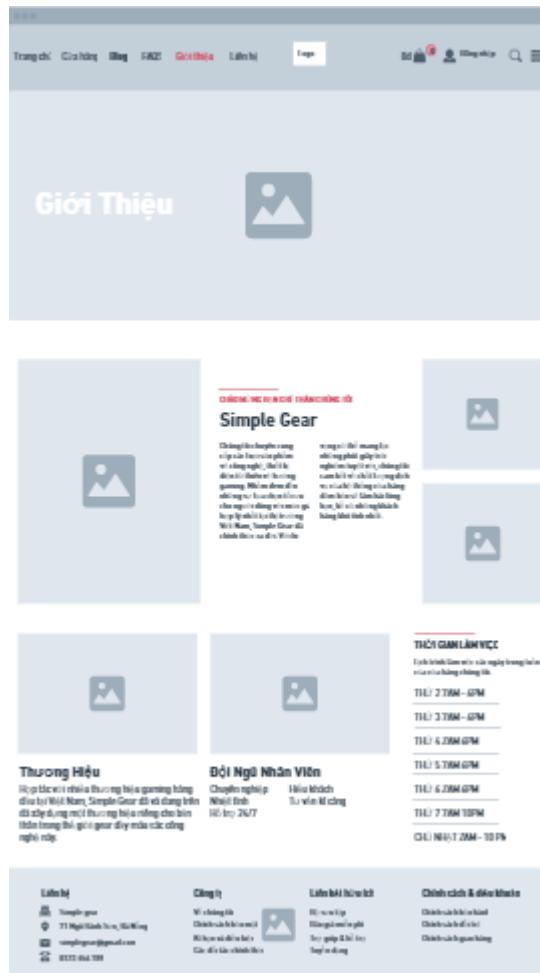
Công ty

Chính sách đổi trả

Chính sách trả lại hàng

7.6. Trang giới thiệu

- Trang giới thiệu sẽ bao gồm những thông tin liên quan như:
 - + Những thông tin về doanh nghiệp, sứ mệnh, thương hiệu và đội ngũ nhân viên.
 - + Thông tin về thời gian hoạt động của cửa hàng offline.



7.7. Trang liên hệ

- Trang liên hệ sẽ bao gồm các thông tin như:
 - + Địa chỉ, thời gian hoạt động, số điện thoại của cửa hàng.
 - + Bên dưới sẽ là form điền thắc mắc của khách hàng về những thông tin liên quan đến sản phẩm và cửa hàng.
 - + Kèm theo đó là đề xuất cho khách hàng về những sản phẩm bán chạy.

Trang chủ Gia công Blog FAQ Góp ý Liên hệ

LIÊN HỆ CHỦNG TÔI



Khi cần hỗ trợ hãy liên hệ với chúng tôi theo địa chỉ dưới đây

	Thời gian hoạt động	
02:00	Thứ 2 - Thứ 7: 8AM - 10PM	Số: 0123456789
Nguyễn Văn An,	Chủ nhật: 8AM - 9PM	Email: SGServ.vn@gmail.com
Nguyễn Sơn, Đà Nẵng		

DANH SÁCH CÁC QUYỀN LỢI

ĐĂNG KÝ

ĐĂNG NHẬP

ĐĂNG XUẤT

ĐĂNG KÝ

SẢN PHẨM BÁN CHẠY



Sản phẩm 1
★★★★★
200.000đ

Thêm vào giỏ hàng



Sản phẩm 2
★★★★★
200.000đ

Thêm vào giỏ hàng



Sản phẩm 3
★★★★★
200.000đ

Thêm vào giỏ hàng



Sản phẩm 4
★★★★★
200.000đ

Thêm vào giỏ hàng

Liên hệ

Email: SGServ.vn

Địa chỉ: 71 Nguyễn Văn An, Đà Nẵng

Website: SGServ.vn

Số điện thoại: 0123456789

Công ty

Mã chứng nhận
Đơn vị sản xuất

Hình ảnh sản phẩm

Tuyệt vời chất lượng

Lưu ý khi mua hàng

Để mua hàng
Hàng có sẵn
Hàng đặt trước
Tay nghề tay nghề
Sản phẩm

Chính sách & điều khoản

Chính sách bảo hành
Chính sách đổi trả
Chính sách giao hàng

8. Detail Design

8.1. Trang chủ

Chào mừng đến với thế giới gaming đầy sắc màu!

Gaming Store

Chào mừng đến với thế giới gaming đầy sắc màu!

Bàn phím cơ

Màn hình PC

MUA NGAY

Sản Phẩm Giải Trí

Thiết Bị Văn Phòng

LÀM VIỆC TỐT HƠN

Sàn Phẩm Phổ Biến

Chuột Gaming SteelSeries Rival 3 3 ₫ 100.000 ₫ ⚡ THÊM VÀO GIỎ HÀNG	Chuột Gaming SteelSeries Rival 5 5 ₫ 150.000 ₫ ⚡ THÊM VÀO GIỎ HÀNG	Giả Trợ Màn Hình Tinh Hỗn Hợp Human Solution TS Màn Hình ₫ 100.000 ₫ ⚡ LỰA CHỌN CÁC TÍNH NĂNG	Kép Tay HyperX Kép Tay ₫ 200.000 ₫ ⚡ THÊM VÀO GIỎ HÀNG
Lót Chuột Gaming Full RGB QcK ₫ 300.000 ₫ ⚡ THÊM VÀO GIỎ HÀNG	Giả Khắc Laptop Bằng Nhựa G502 ₫ 150.000 ₫ ⚡ THÊM VÀO GIỎ HÀNG	Lót Chuột Cổ Kèm RGB QcK ₫ 200.000 ₫ ⚡ THÊM VÀO GIỎ HÀNG	Tai Nghe Gaming Cascara Stereo HS35 Arctis 7 ₫ 100.000 ₫ ⚡ LỰA CHỌN TẤM TÓP MẶT

ĐẶC KHẨU MÙA HÈ

Bộ Sưu Tập Đặc Biệt

Bộ sưu tập Phụ Kiện Razer "bao ngầu" như
phiên bản truyền thống với mức giá rẻ hơn



RAZER GAMING GEAR

Phụ Kiện Razer

CHI TIẾT CÀI →



LAPTOP

Color Collection

Razer ra mắt "Color Collection" với phiên
laptop có một màu sắc
đẹp đẽ thu hút nhiều sự
quan tâm từ cộng đồng
game thủ.

XEM THÊM



PC GAMING

Card Đồ Họa Mạnh Mẽ

Tổng hợp các loại card
đồ họa đảm bảo hiệu
năng, mượt mà trên
thị trường hiện nay.

XEM THÊM



RAZER GEARBOX HEAD

Hello Kitty

Razer vừa tung ra thị trường bộ
earphone "Hello Kitty" vô cùng xinh
màu với màu hồng chủ đạo dây nón
nhỏ.

XEM THÊM

LAST UPDATES

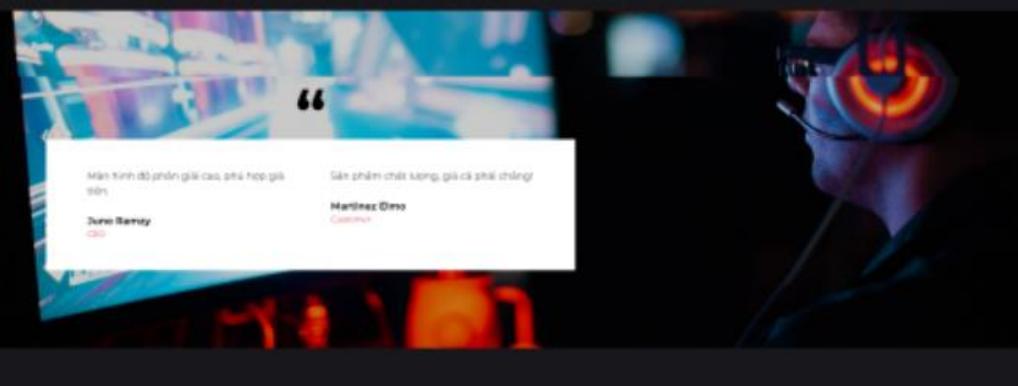
Cập Nhật Tin Tức Nhanh Chóng

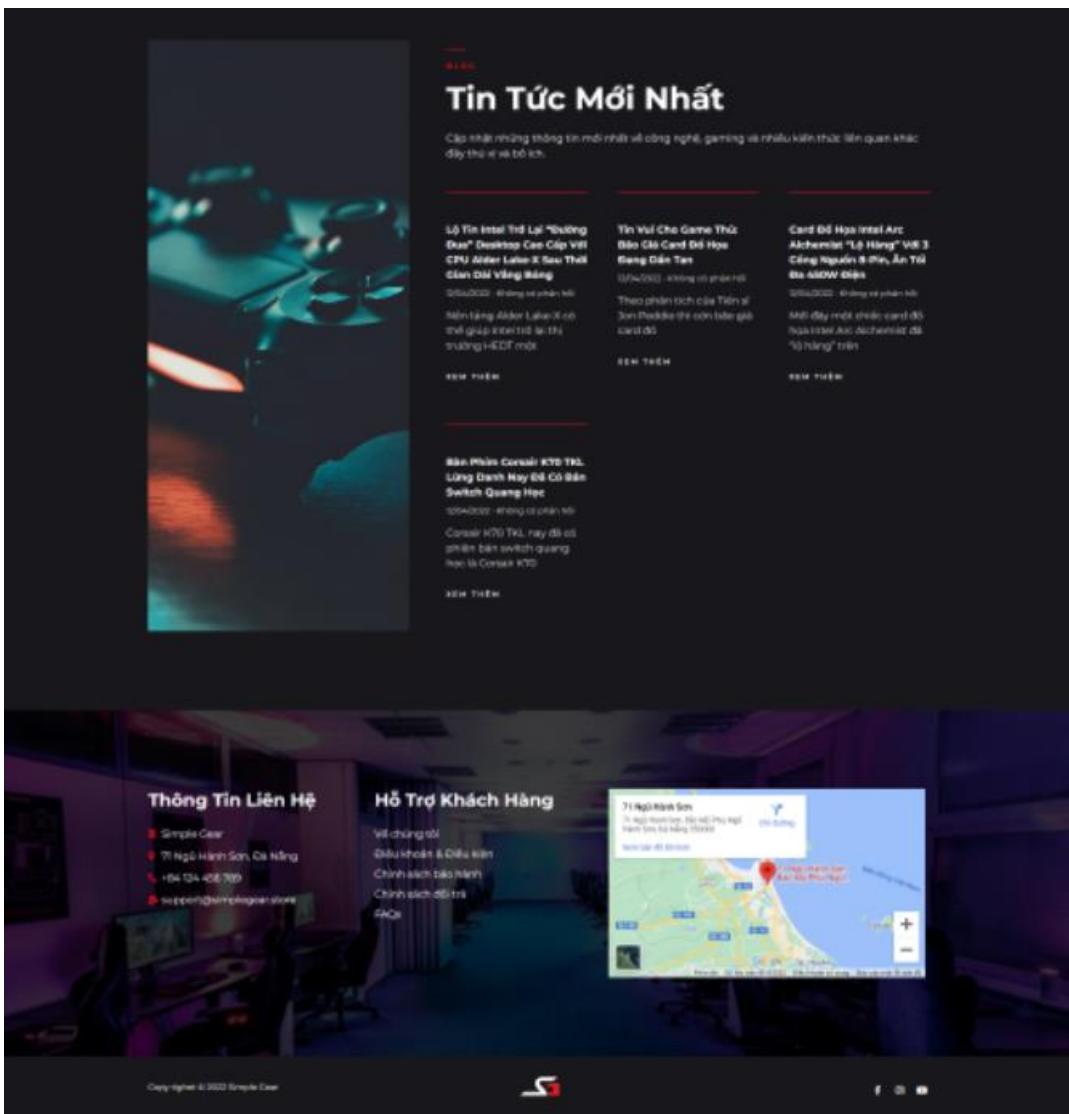
Không ký nhận thông tin khuyến mãi và các tin tức mới nhất về
gaming và các chủ đề liên quan ngày hôm nay!

Họ và tên

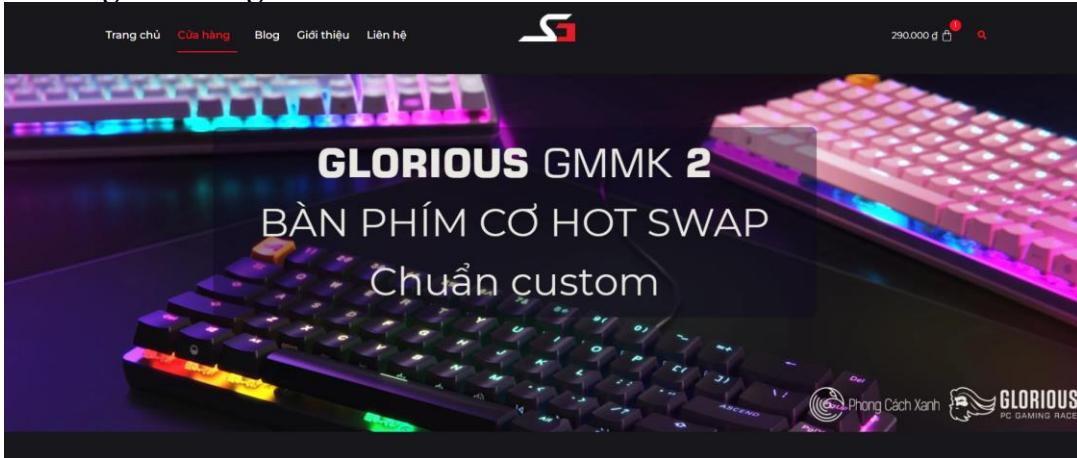
E-mail của bạn

BẠN LÀ





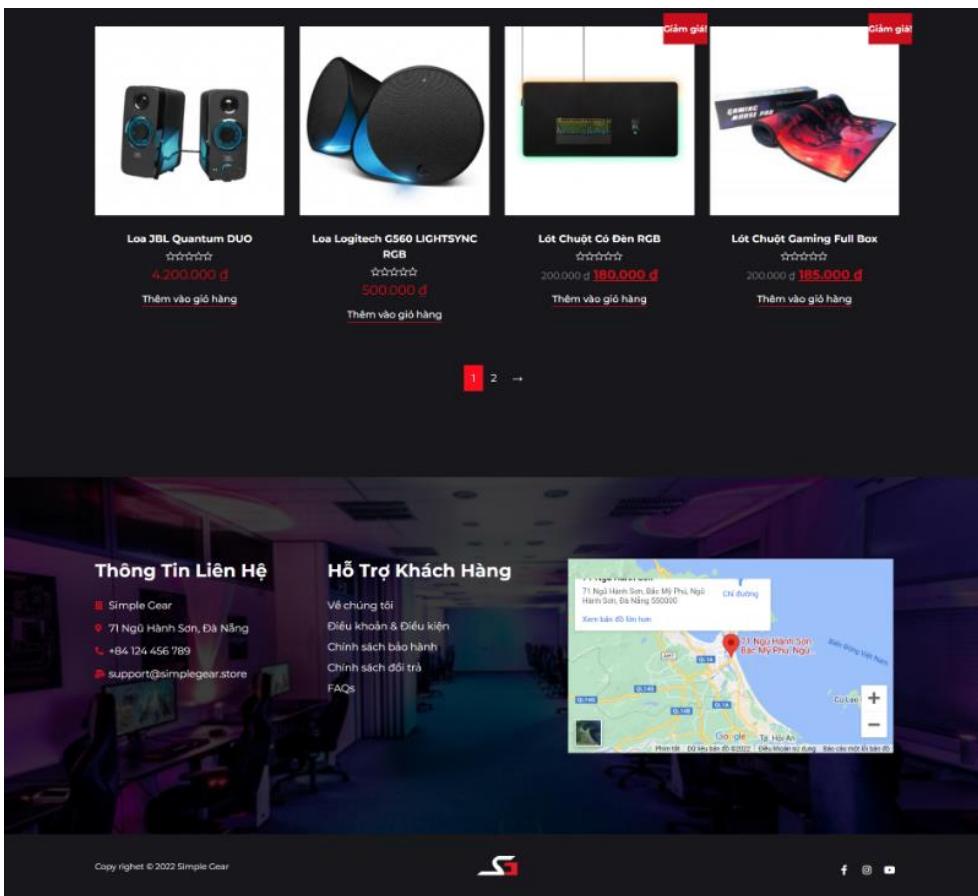
8.2. Trang cửa hàng



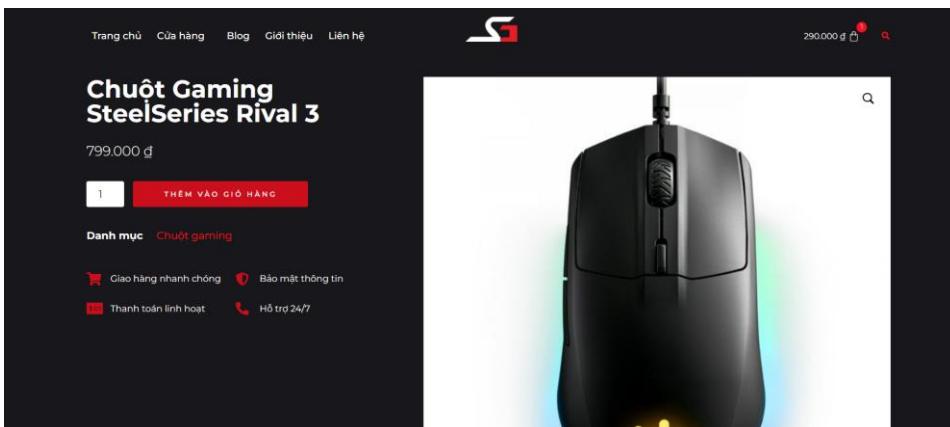
Hiển thị 1-16 của 18 kết quả

Thứ tự mặc định

			
Bàn Phím Cũ Akko 3068 Silent Bluetooth (Akko Switch V2) ★★★★★ 2.500.000 đ 2.200.000 đ Thêm vào giỏ hàng	Bàn Phím Cũ Dareu EK87 White ★★★★★ 2.000.000 đ Thêm vào giỏ hàng	Chuột Gaming Aerox3 Wireless ★★★★★ 650.000 đ 600.000 đ Thêm vào giỏ hàng	Chuột Gaming Steelseries Prime Neo Noir Edition ★★★★★ 500.000 đ 450.000 đ Thêm vào giỏ hàng
			
Chuột Gaming SteelSeries Rival 3 ★★★★★ 799.000 đ Thêm vào giỏ hàng	Chuột Gaming Steelseries Rival 5 ★★★★★ 1.800.000 đ 1.580.000 đ Thêm vào giỏ hàng	GHẾ GAMING COOLER MASTER CALIBER R2 ★★★★★ 800.000 đ 700.000 đ Lựa chọn các tùy chọn	Ghế Gaming VECVELO ★★★★★ 4.000.000 đ Lựa chọn các tùy chọn
			
Giá Kệ Laptop Bằng Nhựa ★★★★★ 150.000 đ 120.000 đ Thêm vào giỏ hàng	Giá Kệ Laptop Nhôm ★★★★★ 150.000 đ 125.000 đ Thêm vào giỏ hàng	Giá Treo Màn Máy Tính Human Motion T6 ★★★★★ 550.000 đ 500.000 đ Lựa chọn các tùy chọn	Ké Tay HyperX ★★★★★ 300.000 đ 290.000 đ Thêm vào giỏ hàng



8.3. Trang sản phẩm đơn



Mô tả | Đánh giá (0)

Mô Tả

Chuột Chơi Game SteelSeries Rival 3

Cảm biến TrueMove

Tận hưởng mượt đục tracking 1:1 được thiết kế dành riêng cho Rival 3. Với phạm vi từ 100 đến 8500 CPI (tính trên mỗi inch), bạn có thể di chuột nhanh, chính xác và hơn hết là cực kì nhẹ nhàng.

Bên bì và chắc chắn

Với chất liệu polymer cao cấp và công Switch 60 triệu lần nhấp – tính năng không thể thiếu dành cho những con chuột đắt nhất của Steelseries, mọi

Mô tả | Đánh giá (0)

Đánh Giá

Chưa có đánh giá nào.

Hãy là người đầu tiên nhận xét "Chuột Gaming SteelSeries Rival 3"

Đánh giá của bạn:

☆☆☆☆☆

Nhận xét của bạn:

GỬI ĐI

Sản Phẩm Tương Tự

Chuột Gaming Steelseries Rival 5

☆☆☆☆☆

1.600.000 ₫ **1.580.000 ₫**

[THÊM VÀO GIỎ HÀNG](#)

Chuột Gaming Steelseries Prime Neo Noir Edition

☆☆☆☆☆

500.000 ₫ **450.000 ₫**

[THÊM VÀO GIỎ HÀNG](#)

Chuột Gaming Aerox3 Wireless

☆☆☆☆☆

650.000 ₫ **600.000 ₫**

[THÊM VÀO GIỎ HÀNG](#)

Thông Tin Liên Hệ

- Simple Gear
- 71 Ngũ Hành Sơn, Đà Nẵng
- +84 124 456 789
- support@simplegear.store

Hỗ Trợ Khách Hàng

- Về chúng tôi
- Điều khoản & Điều kiện
- Chính sách bảo hành
- Chính sách đổi trả
- FAQs

71 Ngũ Hành Sơn
Hà Nội, Việt Nam

Địa chỉ: 71 Ngũ Hành Sơn, Phường Mỹ Phước, Quận Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Điện thoại: +84 124 456 789

Email: support@simplegear.store

Copyright © 2022 Simple Gear

f g

23 | Page

8.4. Trang blog

The screenshot displays the blog section of the Simple Gear website. At the top, there's a navigation bar with links to 'Trang chủ', 'Cửa hàng', 'Blog' (which is highlighted in red), 'Giới thiệu', and 'Liên hệ'. To the right of the navigation are search and login/membership icons.

The main header features the text 'Blog' in large white letters. Below it is a banner for 'REPUBLIC OF GAMERS' featuring a person wearing headphones and a monitor.

The first article in the main content area is titled 'Blog Gần Đây Nhất' (Recent Blogs) with a sub-section 'BLOG CỦA CHÚNG TÔI' (Our Own Blog). It includes a thumbnail of a person playing a game, the title, date, and a brief summary: 'Hãy cùng Simple Gear tìm hiểu và khám phá về những tin tức mới nhất gaming trong tuần vừa qua nhé!'.

Below this are several news cards, each with a thumbnail, title, date, and a brief description. Some cards have additional sections like 'ĐỌC THÊM' (Read More).

- Lộ Tin Intel Trở Lại "Đường Đua" Desktop Cao Cấp Với CPU Alder Lake-X Sau Thời Gian Dài Vắng Bóng**
12/04/2022 - Không có phản hồi
Nền tảng Alder Lake-X có thể giúp Intel trở lại thị trường HEDT một
- Tin Vui Cho Game Thủ: Bảo Giá Card Đồ Họa Đang Dần Tan**
12/04/2022 - Không có phản hồi
Theo phân tích của Tiến sĩ Jon Peddie thì còn bao giờ card đồ
- Card Đồ Họa Intel Arc Alchemist "Lộ Hàng" Với 3 Cổng Nguồn 8-Pin, Ăn Tối Đa 450W Điện**
12/04/2022 - Không có phản hồi
Mới đây, một chiếc card đồ họa Intel Arc Alchemist đã "lộ hàng" trên

At the bottom of the main content area, there are two more news cards:

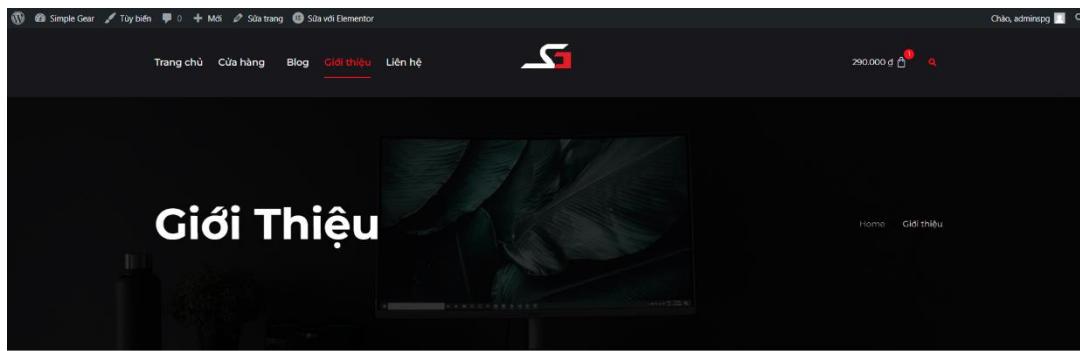
- Bàn Phím Corsair K70 TKL Lưng Danh Nay Đã Có Bàn Switch Quang Học**
12/04/2022 - Không có phản hồi
Corsair K70 TKL, nay đã có phiên bản switch quang
- Xuất Hiện Giường Gaming Cho Game Thủ Hardcore, Muốn "Thé Nào" Chiều "Thé Đó"**
12/04/2022 - Không có phản hồi
Xuất hiện giường gaming cho game thủ hardcore, muốn "thé nào" chiều "thé đó"

The footer contains two columns: 'Thông Tin Liên Hệ' and 'Hỗ Trợ Khách Hàng'. The footer also includes a copyright notice, social media links, and a map of Da Nang.

8.5. Trang FAQs

The screenshot shows the 'FAQs' page of the Simple Gear website. At the top, there is a navigation bar with links to 'Trang chủ', 'Cửa hàng', 'Blog', 'Giới thiệu', 'Liên hệ', and a search bar. The main header features a large 'FAQs' text next to an Xbox logo, with a background image of glowing video game controller buttons. Below the header, a section titled 'Câu hỏi thường gặp?' lists several frequently asked questions with arrows pointing to their answers. To the left of the questions is an image of a computer setup with a monitor displaying a tropical leaf wallpaper, a keyboard, and speakers. To the right of the questions are three smaller images of gaming controllers (one with red and blue lights, one with green lights, and one with orange lights). The bottom section contains two columns: 'Thông Tin Liên Hệ' (Contact Information) and 'Hỗ Trợ Khách Hàng' (Customer Support). The 'Thông Tin Liên Hệ' column includes links to Simple Gear's website, address (71 Ngũ Hành Sơn, Đà Nẵng), phone number (+84 124 456 789), and email (support@simplegear.store). The 'Hỗ Trợ Khách Hàng' column includes links to 'Về chúng tôi', 'Điều khoản & Điều kiện', 'Chính sách bảo hành', 'Chính sách đổi trả', and 'FAQs'. On the right side of the bottom section is a map showing the location of Simple Gear's store at 71 Ngũ Hành Sơn, Đà Nẵng. The footer of the page includes the copyright notice 'Copyright © 2022 Simple Gear', social media icons for Facebook, Instagram, and YouTube, and the SG logo.

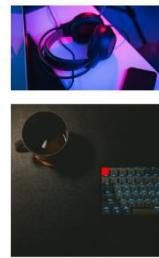
8.6. Trang giới thiệu



CHÀO MỪNG BẠN GHÉ THĂM CHUNG TÔI

Simple Gear

C húng tôi chuyên cung cấp các loại sản phẩm về công nghệ, thiết bị điện tử thiên về hướng gaming. Nhằm đem đến những sự lựa chọn tối ưu cho người dùng với mức giá hợp lý nhất tại thị trường Việt Nam, Simple Gear đã chính thức ra đời. Với hi vọng có thể mang lại những phút giây trải nghiệm tuyệt vời, chúng tôi cam kết về chất lượng dịch vụ của hệ thống cửa hàng đảm bảo sẽ làm hài lòng bạn, kể cả những khách hàng khó tính nhất.



Thời Gian Làm Việc

Lịch trình làm việc các ngày trong tuần của cửa hàng chúng tôi.

THỨ 2	7AM - 6PM
THỨ 3	7AM - 6PM
THỨ 4	7AM - 6PM
THỨ 5	7AM - 6PM
THỨ 6	7AM - 6PM
THỨ 7	7AM - 10PM
CHỦ NHẬT	7AM - 10PM

Thương Hiệu

Hợp tác với nhiều thương hiệu gaming hàng đầu tại Việt Nam, Simple Gear đã và đang trên đà xây dựng một thương hiệu riêng cho bản thân trong thế giới gear đầy màu sắc công nghệ này.

Đội Ngũ Nhân Viên

Chuyên nghiệp	Hiếu khách
Nhiệt tình	Tư vấn kĩ càng
Hỗ trợ 24/7	

Thông Tin Liên Hệ

Simple Gear
71 Ngũ Hành Sơn, Đà Nẵng
+84 124 456 789
support@simplegear.store

Hỗ Trợ Khách Hàng

Vé chúng tôi
Điều khoản & Điều kiện
Chính sách bảo hành
Chính sách đổi trả
FAQs



71 Ngũ Hành Sơn
71 Ngũ Hành Sơn, Đắc Môn Phường, Ngũ Hành Sơn, Đà Nẵng 550000
Chỉ đường
Xem bản đồ lớn hơn

Copy righted © 2022 Simple Gear



8.7. Trang liên hệ

The screenshot shows the contact page of a website. At the top, there is a navigation bar with links to Trang chủ, Cửa hàng, Blog, Giới thiệu, and Liên hệ. The logo consists of a stylized 'SG' monogram. On the right side of the header, there is a price of 290.000đ with a shopping cart icon and a search icon.

The main title "Liên Hệ" is displayed prominently in large white text. Below it, there are three sections: "ĐỊA CHỈ" (Address) with the text "71 Ngũ Hành Sơn, Quận Ngũ Hành Sơn, TP Đà Nẵng"; "LIÊN HỆ" (Contact) with the email "support@simplegear.store" and phone number "+84 123 456 789"; and "GIỜ LÀM VIỆC" (Working Hours) with the text "Thứ 2 - Thứ 6: 7h00 - 20h00" and "Thứ 7, Chủ nhật: 7h00 - 22h00".

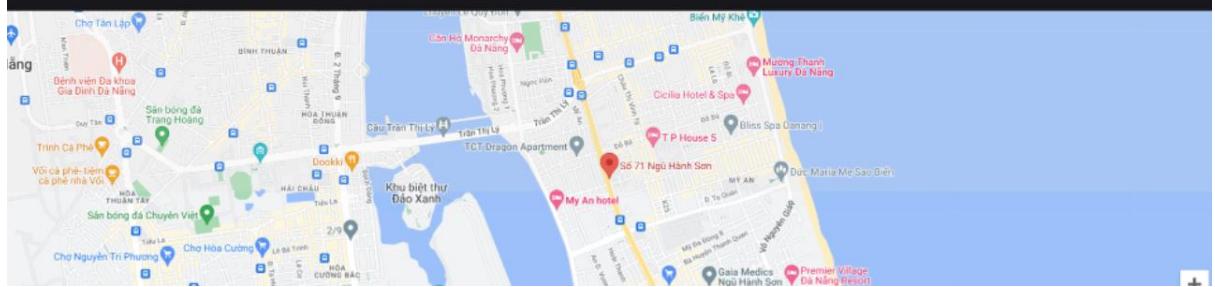
A modal window titled "LIÊN HỆ CHUNG TỎI" (Contact Us) is open, prompting the user to "Lên Lịch Đến Cửa Hàng" (Book a Store Visit). It contains four input fields: "Họ và tên" (Name), "Email", "Ngày hẹn" (Appointment Date), and "Nội dung" (Content), followed by a red "GỬI THÔNG TIN" (Send Information) button.

The background of the page features a close-up photograph of a black computer keyboard with red accents on the keys, including "Lock", "Control", "Shift", and "Super".

LỰA CHỌN TUYỆT VỜI

Sản Phẩm Phổ Biến

Chuột Gaming SteelSeries Rival 3 799.000 đ THÊM VÀO GIỎ HÀNG	Chuột Gaming Steelseries Rival 5 1.600.000 đ 1.580.000 đ THÊM VÀO GIỎ HÀNG	Giá Treo Màn Máy Tính Human Motion T6 550.000 đ 500.000 đ LỰA CHỌN CÁC TÙY CHỌN	Ké Tay Hyperx 300.000 đ 290.000 đ THÊM VÀO GIỎ HÀNG
---	--	---	---



9. Ecommerce features deployment

9.1. Thanh toán (Payment)

The screenshot shows a payment page with the following sections:

- HO VÀ TÊN ***: Input field for customer name.
- SỐ ĐIỆN THOẠI ***: Input field for customer phone number.
- DỊA CHỈ EMAIL ***: Input field for customer email address.
- TỈNH/THÀNH PHỐ ***: A dropdown menu for selecting the province/city.
- QUẬN/HUYỆN ***: A dropdown menu for selecting the district/county.
- CHỌN XÃ/PHƯỜNG**: A dropdown menu for selecting the ward/village.
- DỊA CHỈ ***: Input field for delivery address, with a note: "Ví dụ: Số 20, ngõ 90".
- Ghi chú đơn hàng (tùy chọn)**: Input field for delivery notes, with a note: "Ghi chú về đơn hàng, ví dụ: thời gian hay chỉ dẫn địa điểm giao hàng chi tiết hơn."
- Product Subtotal**: A table showing one item: Chuột Gaming Steelseries Rival 5 × 1 at 1.580.000 ₫.
- Subtotal**: Total amount: 1.580.000 ₫.
- Giao hàng**: Note: Nhập địa chỉ của bạn để xem các tùy chọn vận chuyển.
- Total**: Total amount: 1.580.000 ₫.
- Thanh toán**: Payment method selection:
 - Trả tiền mặt khi nhận hàng
 - Chuyển khoản ngân hàng
 - Quét Mã MoMo
 - Quét Mã QR ZaloPay
 - Quét Mã QR ShopeePay
- ĐẶT HÀNG**: Red button to place the order.

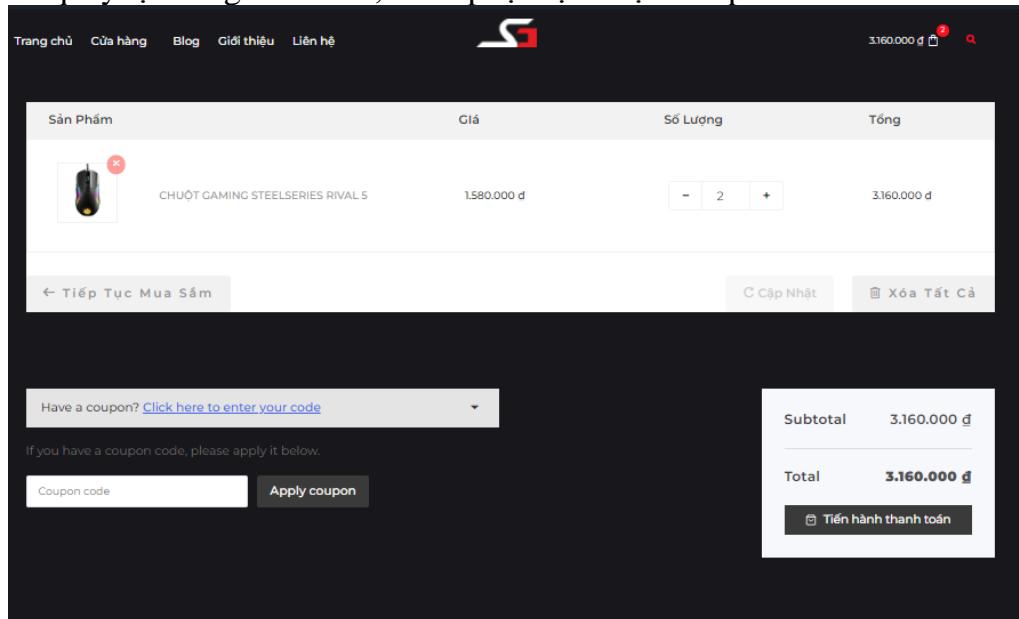
On the right side of the page, there is a sidebar with the following content:

- Chính sách đổi trả trong 14 ngày**: Policy: Hoàn trả 100% giá trị sản phẩm!
- Thanh toán Linh hoạt**, **Giao hàng Nhanh chóng**, **Bảo mật Thông tin**: Icons for payment flexibility, fast shipping, and information security.
- Dánh giá của khách hàng**: Customer reviews:
 - Samuel Seif** (UX DESIGN) rated 5 stars: SẢN PHẨM TUYỆT VỜI!
 - Jim Séchen** (UX DESIGN) rated 5 stars: NHÂN VIÊN TƯ VẤN NHIỆT TÌNH, GIAO HÀNG NHANH CHÓNG



9.2. Giỏ hàng (Shopping cart)

- Giỏ hàng chính là cầu nối trung gian giữa trang sản phẩm và quy trình thanh toán.
- Tính năng này cho phép khách hàng thanh toán trực tuyến và cung cấp thông tin cho doanh nghiệp. Khi khách hàng truy cập vào website bán hàng, giỏ hàng lúc này sẽ trống. Khách hàng sẽ xem các sản phẩm, cho vào giỏ hàng và đi đến quá trình thanh toán.
- Điều chỉnh số lượng sản phẩm: Khách hàng có thể dễ dàng điều chỉnh số lượng sản phẩm được thêm vào giỏ hàng nhanh chóng cũng như loại bỏ các sản phẩm không phù hợp hoặc không có nhu cầu mua hàng nữa.
- Điều này sẽ vô cùng tiện lợi cho khách hàng khi chẳng may đưa nhầm số lượng sản phẩm vào giỏ hàng. Thay vì việc xóa sản phẩm hoàn toàn và quay trở lại để chọn đúng số sản phẩm cần mua, bạn có thể tùy chỉnh ngay trên trang giỏ hàng.
- Hiển thị giá, tổng tiền, hình ảnh sản phẩm, tên sản phẩm: giúp khac
- Sử dụng được mã ưu đãi: người mua hàng có thể nhập mã và hoàn thành các bước thanh toán của mình.
- Có thể quay lại trang mua sắm, để tiếp tục lựa chọn sản phẩm.

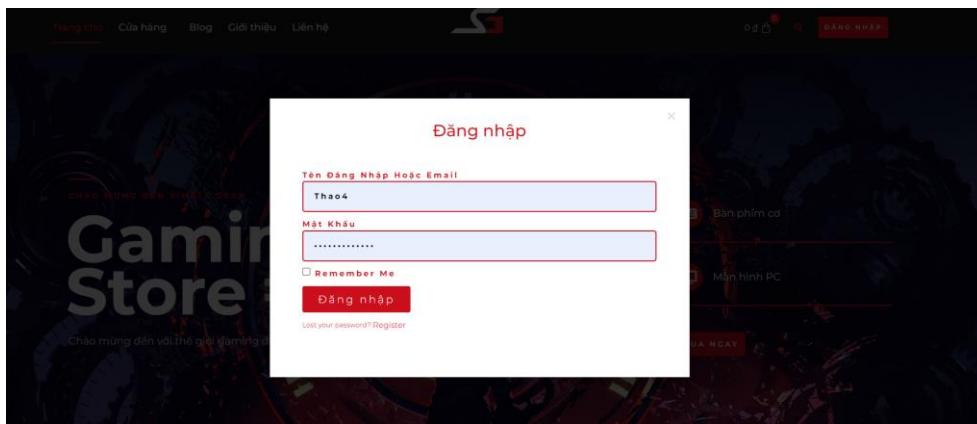


9.3. Đặt hàng (Place an order)

The screenshot shows a dark-themed e-commerce website. At the top, there's a navigation bar with links to 'Trang chủ', 'Cửa hàng', 'Blog', 'Giới thiệu', and 'Liên hệ'. A search bar and a 'ĐĂNG NHẬP' button are also present. The main content area displays a product table with one item: 'CHUỘT GAMING STEELSERIES RIVAL 5' priced at 1.580.000đ, quantity 1, and total 1.580.000đ. Below this is a summary box showing 'Subtotal 1.580.000đ', 'Giao hàng:' (Delivery:), and 'Total 1.580.000đ'. A red button labeled 'Tiến hành thanh toán' (Proceed to payment) is visible. The bottom section features a map showing the store's location at 71 Ngũ Hành Sơn, Đà Nẵng, with a pin pointing to the address. To the left, there are sections for 'Thông Tin Liên Hệ' (Contact Information) and 'Hỗ Trợ Khách Hàng' (Customer Support), both listing contact details like address, phone number, and email, along with links for terms and conditions, delivery policies, return policies, and FAQs. The footer contains copyright information 'Copyright © 2022 Simple Gear' and social media icons for Facebook, Instagram, and YouTube.

9.4. Đăng nhập/dăng xuất tài khoản người dùng (login/logout)

- Đây là nút đăng ký/ đăng nhập tài khoản nằm ở góc phải trang chủ. Tại đây khách hàng có thể đăng ký tài khoản của mình nhằm đăng nhập để lưu trữ lịch sử xem sản phẩm, đơn hàng đã mua,... Đăng nhập tài khoản giúp khách hàng có thể tìm lại lịch sử hoạt động của mình trên trang web hay theo dõi những chương trình khuyến mãi một cách nhanh chóng, kịp thời.



- Đăng xuất: Mọi người có thể đăng xuất khỏi tài khoản khi không sử dụng.

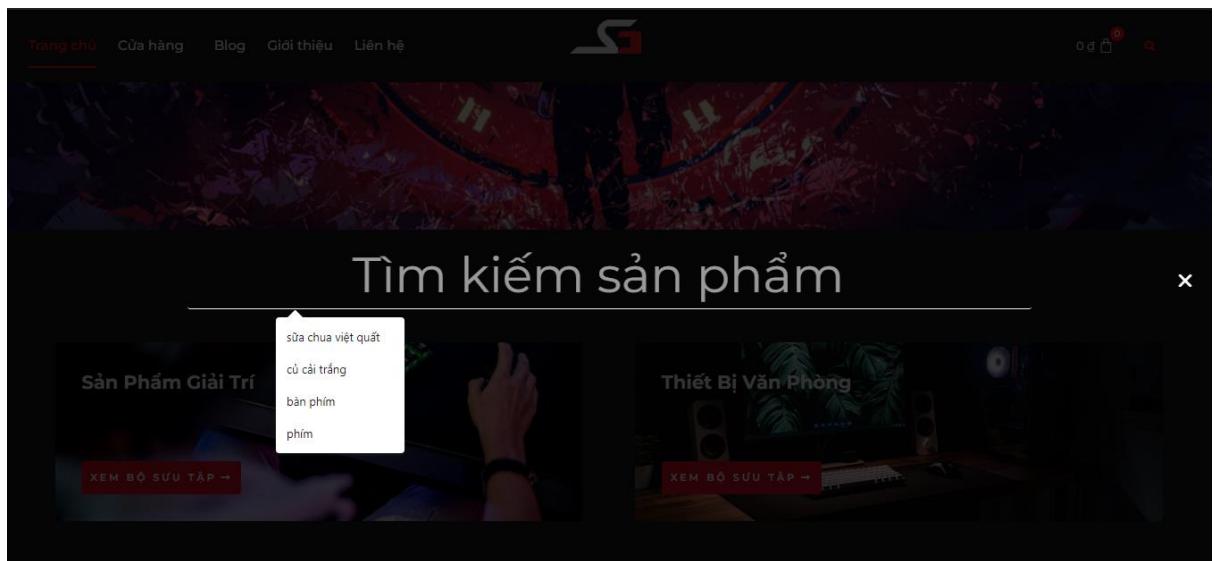
9.5. Đánh giá trong trang blog/trang sản phẩm (comment)

- Khách hàng sau khi mua hàng có thể viết đánh giá sản phẩm của mình vào đây, những người mua sau và cả doanh nghiệp có thể đọc được.

9.6. Tìm kiếm/ tìm kiếm theo bộ lọc như trang chủ, trang sản phẩm (search)

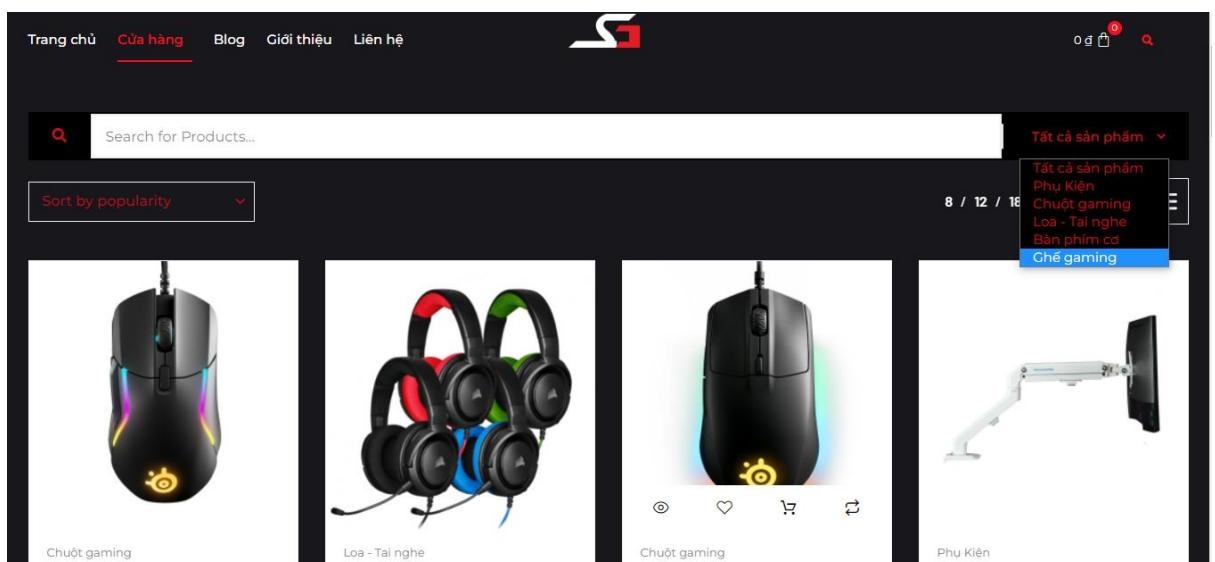
❖ Thanh tìm kiếm trang chủ

Đây là thanh tìm kiếm sản phẩm tại trang chủ. Tại đây khách hàng có thể tìm kiếm sản phẩm mà mình muốn mua. Điều này sẽ giúp khách hàng tìm kiếm sản phẩm một cách nhanh chóng. Bên cạnh đó, khi khách hàng nhập tên sản phẩm vào thanh tìm kiếm sẽ đề xuất cho khách hàng sản phẩm mà họ đang có nhu cầu tìm kiếm.



❖ Thanh tìm kiếm tại trang sản phẩm

Đối với thanh tìm kiếm tại trang sản phẩm, khách hàng có thể nhập hoặc không nhập tên sản phẩm muốn tìm. Thay đó, có thể nhập vào chữ “Tất cả sản phẩm”. Tại đây sẽ hiện danh mục sản phẩm mà cửa hàng đang bán. Bên cạnh đó, khách hàng có thể lọc sản phẩm theo một số đề xuất đã đưa ra tại nút “Sort by Popularity” như lọc theo mức giá, lọc theo sản phẩm phổ biến, lọc theo tỉ lệ đánh giá.



9.7. Đặt câu hỏi (FAQS)

The screenshot shows the Simple Gear website's FAQ page. At the top, there is a navigation bar with links to Trang chủ, Cửa hàng, Blog, Giới thiệu, Liên hệ, a search bar, and a login button labeled "ĐĂNG NHẬP". The main header features the word "FAQs" over a background image of glowing video game controllers. Below the header, a section titled "Câu hỏi thường gặp?" (FAQs) contains a list of frequently asked questions with arrows pointing to their answers. To the left of the list is an image of a computer setup on a desk. Further down the page are three images of glowing gaming peripherals: a controller, a keyboard, and a mouse. At the bottom, there are two columns: "Thông Tin Liên Hệ" (Contact Information) and "Hỗ Trợ Khách Hàng" (Customer Support), each with a list of links. A map of Da Nang is also visible.

Trang chủ > FAQs

Câu hỏi thường gặp?

- + Tôi có thể thanh toán theo hình thức nào? >
- + Các mức phí vận chuyển ngoại thành nội thành? >
- + Trung bình thời gian giao hàng là bao lâu sẽ nhận được hàng ngoại thành và nội thành? >
- + Mua hàng online có nhận được các ưu đãi và khuyến mãi như offline không? >
- + Những sản phẩm công nghệ như chuột, bàn phím... đều được Simple Gear bảo hành. Nên bạn có thể tin tưởng và an tâm khi mua hàng của chúng tôi Điều kiện & điều khoản >

Thông Tin Liên Hệ

- Simple Gear
- 71 Ngũ Hành Sơn, Đà Nẵng
- +84 124 456 789
- support@simplegear.store

Hỗ Trợ Khách Hàng

- Về chúng tôi
- Điều khoản & Điều kiện
- Chính sách bảo hành
- Chính sách đổi trả
- FAQs

Copy right © 2022 Simple Gear

f i y

9.8. Điền form nhận thông tin về event, tin tức nổi bật

The screenshot shows a dark-themed sign-up form. At the top left is a small red 'GET UPDATED' button. The main title 'Cập Nhật Tin Tức Nhanh Chóng' is centered in large white font. Below the title is a sub-headline in smaller white font: 'Đăng ký nhận thông tin khuyến mãi và các tin tức mới nhất về gaming và các chủ đề liên quan ngay hôm nay!'. To the right of the title are two input fields: 'Họ và tên' (Name) and 'Email của bạn' (Your email). A red 'ĐĂNG KÝ' (Sign Up) button is located at the bottom right of the form area.

10. Kiểm tra, xuất bản và bảo trì website

10.1. Kiểm tra

- Xem xét và kiểm tra trang web trước khi trang web hoạt động để tránh các lỗi khi khách hàng truy cập trang web từ đó cần khắc phục để tạo ra trải nghiệm người dùng tốt.
- Tạo và kiểm tra website của mình trên một máy chủ nội bộ trước khi xuất bản lên Internet, sử dụng các phần mềm máy chủ web được cài đặt trên máy tính
- Kiểm tra xem giao diện web như thế nào khi được xuất bản
- Những yêu cầu cơ bản về SEO: Website Title, Meta description, các liên kết, hình ảnh, và các tính năng khác có hoạt động không
- Khả năng tương thích của các trình duyệt, thiết bị, xem xét và kiểm tra trên màn hình thiết bị di động và máy tính bảng thông thường để đảm bảo trải nghiệm người dùng tốt và xác nhận rằng trang web đang hiển thị như dự kiến.
- Xác nhận trang web sử dụng Google Analytics đã được cài đặt và sẵn sàng triển khai. Google Analytics giúp đánh giá điểm chuẩn và theo dõi cách trang web mới hoạt động trong và sau khi khởi chạy.

10.2. Xuất bản, bảo trì web

- Sau khi đã tạo trang web, phải xuất bản nó trên Internet để trang web có thể truy cập được.
- Các bước xuất bản và duy trì:
 - + **Đăng ký một tên miền:** tên miền ngắn gọn và mô tả được về doanh nghiệp.
 - + **Lưu trữ web** trên một dịch vụ miễn phí.
 - + **Kiểm tra website** trên máy chủ nội bộ (như bước kiểm tra)
 - + **Tải website lên máy chủ** web có kết nối internet đảm bảo truy cập được.
 - + **Quảng bá website:** mạng xã hội, truyền miệng, tối ưu hóa website,..Quá trình quảng bá website giúp tiếp cận được nhiều khách hàng, từ đó làm tăng số lượng người biết đến trang web, lưu lượng truy cập vào website sẽ được cải thiện.
 - + **Cập nhật thông tin:** đảm bảo kịp thời và chính xác, các liên kết trên web cần phải được kiểm tra thường xuyên bảo đảm những liên kết đó vẫn hoạt động.
 - + **Giải quyết các vấn đề liên quan đến xuất bản trên web:** các vấn đề pháp lý, đạo đức như nghi thức mạng, bảo vệ các bí mật cá nhân, khi bị hacker xâm nhập và phá hoại cố gắng khắc phục, bản quyền và các sở hữu trí tuệ, khi liên kết với các website khác cần được sự cho phép của họ.
 - + **Đánh giá web** (chất lượng, tính chính xác, kịp thời của thông tin, khả năng tương thích với các thiết bị) và tính dễ truy cập (đảm bảo khách hàng biết cách sử dụng ngay lần đầu truy cập và web)

11. Semantics check

https://simplegear.dmcfood.store/



Performance

Values are estimated and may vary. The [performance score is calculated](#) directly from these metrics. [See calculator](#).

▲ 0–49 ■ 50–89 ● 90–100



METRICS

Expand view

● First Contentful Paint

0.7 s

■ Time to Interactive

2.8 s

● Speed Index

1.3 s

● Total Blocking Time

140 ms

■ Largest Contentful Paint

1.3 s

● Cumulative Layout Shift

0.022



Performance

Values are estimated and may vary. The [performance score is calculated](#) directly from these metrics. [See calculator](#).

▲ 0–49 ■ 50–89 ● 90–100



METRICS

Expand view

● First Contentful Paint

0.7 s

■ Time to Interactive

2.8 s

● Speed Index

1.3 s

● Total Blocking Time

140 ms

■ Largest Contentful Paint

1.3 s

● Cumulative Layout Shift

0.022



Best Practices

GENERAL

▲ Browser errors were logged to the console ▼

▲ Issues were logged in the [Issues](#) panel in Chrome Devtools ▼

○ Detected JavaScript libraries ▼

TRUST AND SAFETY

○ Ensure CSP is effective against XSS attacks ▼

PASSED AUDITS (11)

Show

NOT APPLICABLE (1)

Show



SEO

These checks ensure that your page is following basic search engine optimization advice. There are many additional factors Lighthouse does not score here that may affect your search ranking, including performance on [Core Web Vitals](#). [Learn more](#).

CONTENT BEST PRACTICES

- ⚠ Document does not have a meta description

Format your HTML in a way that enables crawlers to better understand your app's content.

CRAWLING AND INDEXING

- ⚠ Links are not crawlable

To appear in search results, crawlers need access to your app.

ADDITIONAL ITEMS TO MANUALLY CHECK (1)

Show

Run these additional validators on your site to check additional SEO best practices.

PASSED AUDITS (10)

Show



Accessibility

These checks highlight opportunities to [improve the accessibility of your web app](#). Only a subset of accessibility issues can be automatically detected so manual testing is also encouraged.

CONTRAST

- ⚠ Background and foreground colors do not have a sufficient contrast ratio.

These are opportunities to improve the legibility of your content.

NAMES AND LABELS

- ⚠ Links do not have a discernible name

These are opportunities to improve the semantics of the controls in your application. This may enhance the experience for users of assistive technology, like a screen reader.

NAVIGATION

- ⚠ Heading elements are not in a sequentially-descending order

These are opportunities to improve keyboard navigation in your application.

12. Implementation Analysis

- **Kiểm tra Thư mục, tệp và cách đặt tên URL:** Do sử dụng URL của trang web trong nhiều ngữ cảnh khác nhau. Do vậy phải kiểm tra xem cấu trúc thư mục và quy ước đặt tên được sử dụng có dễ hiểu, nhất quán hay không.
 - + URL được đặt theo đúng tên trong menu và các danh mục của website.
 - + URL chuẩn SEO phải luôn chứa từ khóa, ngắn gọn, có ý nghĩa, dễ copy, dễ nhớ, không chứa những từ không cần thiết, không chứa các ký tự đặc biệt, url không có dấu,...v.v
 - + Độ dài của URL không quan trọng bằng ý nghĩa mà chúng truyền tải vì cấu trúc URL có thể được đọc như một cụm từ.
 - + Tránh dư thừa trong việc đặt tên cho thư mục hoặc tệp. URL đến trang chủ của trang web không cần quá phức tạp. Ví dụ: <https://simplegear.com>
 - + Không sử dụng cả chữ in hoa và in thường trong URL

Đây là giao diện sau khi đăng nhập vào Google Search Console.

Chào mừng bạn đến với Google Search Console

Để bắt đầu, hãy chọn loại sản phẩm

The screenshot shows the initial landing page of Google Search Console. It features two main options: 'Miền mới' (New Domain) on the left and 'Tiền tố URL' (URL Prefix) on the right. Both sections include a brief description of what each option entails and a text input field for entering a URL, followed by a 'TIẾP TỤC' (CONTINUE) button.

Miền mới

- Tất cả URL trên tất cả miền phụ (m., www. ...)
- Tất cả URL trên https hoặc http
- Yêu cầu phải xác minh DNS

hoặc

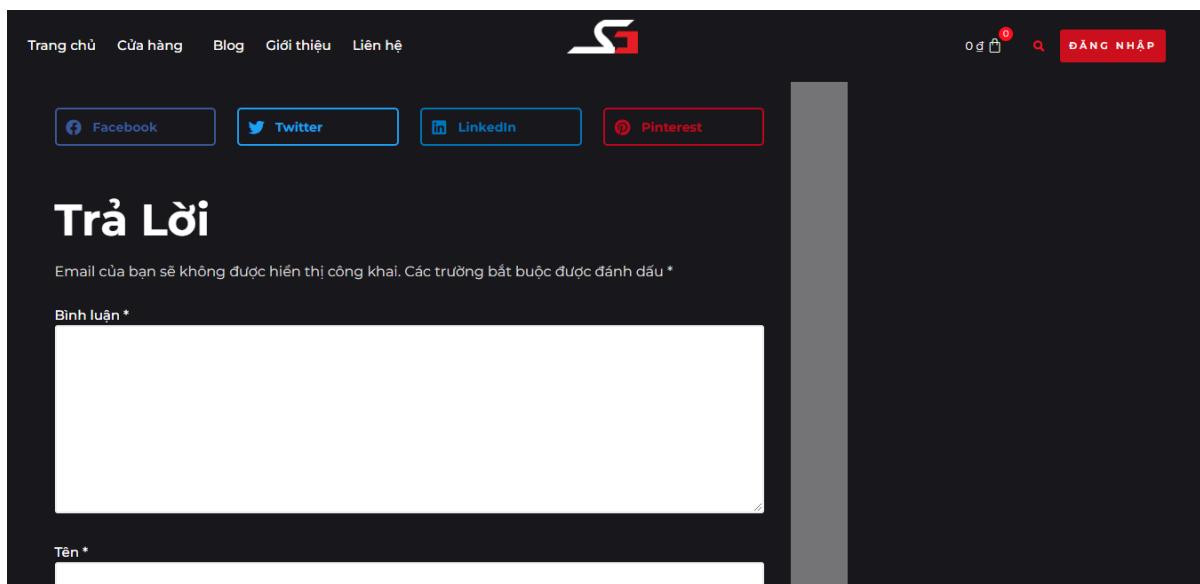
Tiền tố URL

- Chỉ các URL trong địa chỉ đã nhập
- Chỉ các URL trong giao thức đã chỉ định
- Cho phép nhiều phương thức xác minh

- **Kiểm tra HTML, CSS bằng W3C:** Bước đầu tiên trong quá trình triển khai cần kiểm tra để đảm bảo rằng HTML triển khai web là chính xác.

The screenshot shows the W3C Markup Validation Service website. It has a blue header bar with the W3C logo and the text 'Markup Validation Service'. Below the header are three buttons: 'Validate by URI', 'Validate by File Upload', and 'Validate by Direct Input'. The main area is titled 'Validate by URI' and contains a sub-section for 'Validate a document online'. It includes a URL input field containing 'https://simplegear.dmcfood.store/' and a 'Check' button.

- **Xác thực liên kết (Liên kết bên trong và bên ngoài):** Một khía cạnh khác của việc kiểm tra các liên kết của một trang web là kiểm tra các liên kết trong một bài viết. Đảm bảo các liên kết chính xác, truy cập được và cập nhật theo thời gian.



13. Promotion plan

13.1. SEM plan

13.1.1. SEO onpage

- Tối ưu nội dung trước khi tối ưu Onpage . Bởi Nội dung là yếu tố quan trọng nhất với website, độc giả và công cụ tìm kiếm. Tạo ra nội dung chất lượng có giá trị cho người đọc, khi được người dùng quan tâm thì Google cũng sẽ quan tâm đến.
- Viết theo lối tự nhiên truyền tải nội dung một cách dễ hiểu và đơn giản nhất có thể
- Những việc phải làm để có thể tối ưu onpage mà Simple Gear áp dụng cho bài viết:
- Xác định từ khóa mục tiêu cho mỗi Page bằng cách sử dụng các công cụ: Google Keyword Planner, Google Trends, Keywordtool.io, Google Search, Keyword Discover. Nhóm ưu tiên sử dụng Keyword Planner.
- Các bước tiến hành xác định từ khóa mục tiêu:
 - + Bước 1: Chọn những từ khóa tiềm năng, những từ khóa liên quan tới sản phẩm là gaming gear.
 - + Bước 2: Phân tích qua công cụ Keyword Planner sẽ cho biết số lượng tìm kiếm/tháng của mỗi từ khóa, danh sách những từ khóa gợi ý, lựa chọn từ khóa phù hợp cho nội dung.
 - + Bước 3: Lựa chọn những từ khóa dựa trên gợi ý và kinh nghiệm
- Các Thẻ Onpage quan trọng: Title, Description, Heading, ...
- **Title:** Thẻ tiêu đề của trang, thường được sử dụng trên trang kết quả của tìm kiếm (SERPs) hiển thị trong các đoạn preview, cung cấp thông tin cho người tìm kiếm
 - + Mô tả thông tin quan trọng nhất của trang
 - + Chứa từ khóa ngay phần đầu của thẻ
 - + Nội dung duy nhất, không trùng lặp cho từng page
 - + Độ dài từ 35 – 65 ký tự (không để quá ngắn hoặc quá dài)
 - + Tránh nhồi nhét từ khóa quá 2 lần
 - + Meta Descriptions cung cấp lời mô tả ngắn gọn về nội dung của trang web, được sử dụng trong các kết quả tìm kiếm hiển thị preview cho trang web, tương tự như Title tag, là 2 thông tin quan trọng quyết định khách tìm kiếm có đến trang web của doanh nghiệp không
 - + Mô tả ngắn gọn nội dung trang web
 - + Mô tả duy nhất, không trùng lặp cho từng trang
 - + Độ dài khuyến nghị từ 100-155 ký tự

- + Đặt từ khóa chính ngay phần đầu của thẻ mô tả không quá 3 lần
- + Chỉ sử dụng 1 thẻ Description cho 1 trang
- + Heading: Các thẻ Heading là yếu tố xếp hạng rất quan trọng với SEO đặc biệt là thẻ H1, các thẻ H2 thể hiện nội dung có phân cấp và có cấu trúc rõ ràng thân thiện và dễ hiểu hơn với Search Engine.
- + H1: là tiêu đề bài viết, có chứa từ khóa ngay phía đầu và chỉ sử dụng duy nhất 1 thẻ H1 cho mỗi trang.
- + H2: nội dung tổ chức thành các mục và mỗi thẻ H2 thể hiện những điểm chính của từng đoạn trong bài viết, H2 có chứa từ khóa 1 lần, và chứa các biến thể của từ khóa.
- + H3: Tương tự như H2 nếu nội dung phân cấp H2 có nhiều mục con
- Vị trí đặt từ khóa – Keyword Place
 - + Từ khóa xuất hiện ở TITLE
 - + Xuất hiện ở URL
 - + Xuất hiện ở thẻ mô tả Description
 - + Xuất hiện trong thẻ H1
 - + Xuất hiện ở đoạn đầu tiên của nội dung
 - + Xuất hiện trong thuộc tính ALT của ảnh, trong tên ảnh
 - + Xuất hiện trong Body
 - + Xuất hiện trong các heading H2, H3 (sử dụng từ khóa phụ, biến thể từ khóa)
 - + Xuất hiện trong thẻ B, U, I
 - + Xuất hiện trong Internal, External link
 - + Mật độ từ khóa
 - + Tối ưu hình ảnh: Do công cụ tìm kiếm không hiểu thông tin hình ảnh vì thế cần tối ưu hóa hình ảnh.
- Hình ảnh phải liên quan đến nội dung bài viết
- Mỗi nội dung có ít nhất 3 hình ảnh, đặt ở ngữ cảnh nội dung liên quan để thể hiện rõ hơn về thông tin DN muốn truyền tới khách hàng
- Tối ưu hình ảnh trước khi upload: Resize, Compression
- Chọn định dạng file: GIF, JPG, PNG
- Sử dụng tên ảnh, thuộc tính ALT, để mô tả ảnh
- Đặt tên không dấu phân tách các từ bởi ký tự gạch ngang
- Dung lượng không nên quá 100K cho ảnh lớn, 50K cho ảnh trung bình, 30K cho ảnh nhỏ
- Đặt ảnh ở các vùng text có nội dung liên quan tới hình ảnh Các bước DN áp dụng để tối ưu hoá hình ảnh:
 - + Bước 1: sử dụng keyword trong tên ảnh
 - + Bước 2: sử dụng keyword trong thuộc tính ALT của ảnh
 - + Bước 3: tối ưu trang có chứa hình ảnh
 - + Bước 4: Đặt những hình ảnh gần nội dung có chứa từ khóa
 - + Bước 5: Giới hạn số hình ảnh trên 1 trang
 - + Bước 6: Sử dụng chia sẻ hình ảnh lên các trang, mạng xã hội
- Xây dựng liên kết nội bộ (Internal link)
 - + Nên đặt tối thiểu 3 và tối đa 10 liên kết nội bộ trong một trang tùy độ dài của nội dung.
 - + Liên kết trong ngữ cảnh một cách tự nhiên trong nội dung bài viết và phải đặt phía đầu nội dung
- Xây dựng liên kết ra ngoài trang (Outbound link)

- + Dẫn link sang các bài liên quan theo ngữ cảnh, các nguồn tham khảo tin cậy và có chỉ số DA, PA cao tăng niềm tin với các công cụ tìm kiếm.
- + Số lượng liên kết ra ngoài khoảng 2 -3 link cho mỗi bài viết.
- + Tích hợp các nút chia sẻ lên mạng xã hội: Tương tác của mạng xã hội cũng là một yếu tố xếp hạng, vì vậy DN cũng nên tích hợp các Plug-in cho các mạng xã hội để người đọc dễ dàng chia sẻ bài viết.
- + Các yếu tố Onpage khác như Giao diện website thân thiện và đáp ứng với các thiết bị, tốc độ load trang web trong kết quả tìm kiếm của Google phải nhanh

13.1.2. SEO offpage

Các kỹ thuật xây dựng offpage:

- **Xây dựng liên kết backlink:** rất quan trọng cho lưu lượng truy cập giới thiệu trong SEO, như một phiếu bầu về sự uy tín cho website
- **Xây dựng liên kết Follow - No Follow:**
 - + Follow: liên kết trỏ tới một trang khác và truyền giá trị tới cho trang đích.
 - + Nonfollow: liên kết tới một trang khác nhưng không truyền giá trị tới trang đích,
- **Đặt liên kết trên nội dung:** điều này sẽ giúp truyền nhiều giá trị cho trang đích hơn so với đặt ở các vùng khác trên trang như Menu head, sidebar Nav.
- **Liên kết Tốt và Xấu:** Không phải liên kết nào cũng giống nhau, Liên kết tốt tác động tích cực tới traffic và xếp hạng hướng tới người dùng.

13.1.3. Google Ads

- Mục tiêu: “Tăng doanh số bán hàng hay lượt chuyển đổi từ khách hàng đã sẵn sàng hành động”

Mục tiêu chiến dịch của bạn là gì?

Chọn mục tiêu của bạn

Chọn một mục tiêu để điều chỉnh trải nghiệm của bạn cho phù hợp với các mục tiêu và tùy chọn cài đặt sẽ mang lại hiệu quả tốt nhất cho chiến dịch của bạn

<input checked="" type="checkbox"/> Doanh số Thúc đẩy bán hàng trực tuyến, trong ứng dụng, qua điện thoại hoặc tại cửa hàng	<input type="checkbox"/> Khách hàng tiềm năng Nhận được khách hàng tiềm năng và các chuyển đổi khác bằng cách khuyến khích khách hàng thực hiện hành động	<input type="checkbox"/> Lưu lượng truy cập trang web Có được người phù hợp truy cập vào trang web của bạn	<input type="checkbox"/> Sự cân nhắc về thương hiệu và sản phẩm Khuyến khích mọi người khám phá các sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn
<input type="checkbox"/> Mức độ nhận biết thương hiệu và phạm vi tiếp cận Tiếp cận nhiều đối tượng và xây dựng nhận thức	<input type="checkbox"/> Quảng bá ứng dụng Tăng số lượt cài đặt, tương tác và đăng ký trước cho ứng dụng của bạn	<input type="checkbox"/> Chương trình khuyến mãi và lượt ghé qua cửa hàng thực tế tại địa phương Thúc đẩy lượt ghé qua cửa hàng địa phương, bao gồm cả nhà hàng và đại lý.	<input type="checkbox"/> Tạo một chiến dịch mà không cần hướng dẫn về mục tiêu Trước tiên, hãy chọn một loại chiến dịch mà không áp dụng đề xuất dựa trên mục tiêu của bạn.

- Mục tiêu chuyển đổi

Dùng những mục tiêu chuyển đổi này để cải thiện Doanh số

① Thay đổi này sẽ ghi đè thông tin thiết lập mục tiêu tài khoản của bạn. Lúc này, chiến dịch của bạn sẽ tối ưu hóa cho các mục tiêu được nêu bên dưới.

[Khôi phục các mục tiêu tài khoản](#)

Mục tiêu chuyển đổi

Nguồn chuyển đổi

Hành động chuyển đổi

 **Lượt gửi biểu mẫu khách hàng tiềm năng** (mục tiêu mặc định của tài khoản)

Trang web

 1 hành động

⋮

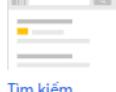
 Vào web

Trang web

 1 hành động

⋮

Chọn loại chiến dịch

 **Tìm kiếm**

Tiếp cận những khách hàng quan tâm đến sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn bằng quảng cáo dạng văn bản

 **Tối đa hóa hiệu suất**

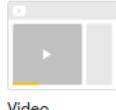
Tiếp cận đối tượng trên khắp Google bằng một chiến dịch duy nhất. [Xem cách hoạt động](#)

 **Hiển thị**

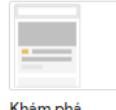
Chạy các loại quảng cáo khác nhau trên web

 **Mua sắm**

Quảng bá các sản phẩm của bạn với Quảng cáo mua sắm

 **Video**

Tiếp cận và thu hút người xem trên YouTube và trên web

 **Khám phá**

Chạy quảng cáo trên YouTube, Gmail, Khám phá và các sản phẩm khác

Chọn các cách thức bạn muốn đạt được mục tiêu ②

Lượt truy cập trang web

Cuộc gọi điện thoại

Lượt ghé thăm cửa hàng thực tế

Nhập vị trí ở bước tiếp theo

Lượt tải xuống ứng dụng

Tên chiến dịch

Tìm kiếm chuột (Doanh số) tháng 5

- Loại chiến dịch thực hiện:

Chọn loại chiến dịch

Tìm kiếm
Tiếp cận những khách hàng quan tâm đến sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn bằng quảng cáo đang văn bản

Tối đa hóa hiệu suất
Tiếp cận đối tượng trên khắp Google bằng một chiến dịch duy nhất. [Xem cách hoạt động](#)

Hiển thị
Chạy các loại quảng cáo khác nhau trên web

Mua sắm
Quảng bá các sản phẩm của bạn với Quảng cáo mua sắm

Video
Tiếp cận và thu hút người xem trên YouTube và trên web

Khám phá
Chạy quảng cáo trên YouTube, Gmail, Khám phá và các sản phẩm khác

Chọn các cách thức bạn muốn đạt được mục tiêu [?](#)

- Lượt truy cập trang web
- Cuộc gọi điện thoại
- Lượt ghé thăm cửa hàng thực tế
Nhập vị trí ở bước tiếp theo
- Lượt tải xuống ứng dụng

- Đặt tên chiến dịch có hệ thống để dễ dàng quản lý với cú pháp: [Loại chiến dịch] + [Sản phẩm/Dịch vụ] + [Mục tiêu] + [Thời điểm thực hiện chiến dịch]

Tên chiến dịch

Ngân sách và đặt giá thầu:

Ngân sách và đặt giá thầu

Chọn các tùy chọn đặt giá thầu và ngân sách phù hợp nhất với mục tiêu của bạn

Ngân sách

Đặt ngân sách trung bình hàng ngày của bạn cho chiến dịch này

1.000.000 ₫

Số tiền bạn chi tiêu trong tháng sẽ không vượt quá ngân sách hàng tháng (ngân sách hàng tháng = ngân sách hàng ngày x số ngày trung bình của một tháng). Chi tiêu của bạn có thể thấp hơn ngân sách hàng ngày trong một số ngày và có thể cao hơn gấp đôi trong một số ngày khác. [Tim hiểu thêm](#)

Đặt giá thầu

Bạn muốn tập trung vào điều gì? [?](#)

Lượt chuyển đổi

Được đề xuất cho chiến dịch của bạn

Đặt giá mỗi hành động mục tiêu (không bắt buộc)

CPA Mục tiêu [?](#)

3.000 ₫

 Chiến dịch này sẽ sử dụng chiến lược giá thầu **Tối đa hóa lượt chuyển đổi** để giúp bạn nhận được nhiều lượt chuyển đổi nhất trong phạm vi ngân sách và CPA mục tiêu của mình

Xoay vòng quảng cáo

 **Tối ưu hóa:** Ưu tiên những quảng cáo hoạt động tốt nhất

Hiển thị các quảng cáo dự kiến nhận được nhiều nhấp chuột hoặc chuyển đổi hơn. Đây là cài đặt

Cài đặt chiến dịch

Mạng

Mạng tìm kiếm

Quảng cáo có thể xuất hiện gần kết quả của Google Tìm kiếm và các trang web khác của Google khi mọi người tìm kiếm những cụm từ có liên quan đến từ khóa của bạn

Bao gồm các đối tác tìm kiếm của Google [?](#)

Mạng Hiển thị

Cách đơn giản giúp bạn tăng thêm số lượt chuyển đổi với mức chi phí tương đương hoặc thấp hơn so với Mạng Tìm kiếm bằng cách sử dụng ngân sách chưa dùng cho Mạng Tìm kiếm.

Bao gồm Mạng hiển thị của Google [?](#)

Vị trí

Chọn vị trí để nhắm mục tiêu [?](#)

Tất cả quốc gia và vùng lãnh thổ

Việt Nam

Nhập một vị trí khác

 **Tùy chọn vị trí**

Ngôn ngữ

Chọn ngôn ngữ mà khách hàng của bạn sử dụng. [?](#)

Bắt đầu nhập hoặc chọn ngôn ngữ

[Tiếng Việt](#) [X](#)
[Tiếng Anh](#) [X](#)

Phân khúc đối tượng

Chọn các phân khúc đối tượng để thêm vào chiến dịch của bạn. Bạn có thể tạo các phân khúc mới trong [Công cụ quản lý đối tượng](#). [?](#)

Tim kiếm	Duyệt xem	Đã chọn 6 mục	Xóa tất cả
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="flex-grow: 1;"> <input type="text" value="trò chơi điện tử"/> (X) </div> ▲ <div style="flex-grow: 1; border: 1px solid #ccc; padding: 5px; background-color: #f9f9f9;"> <div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 0.8em;"> Công nghệ > Người thích công nghệ mới Tin đồ máy tính cao cấp (X) </div> <div style="margin-top: 10px;"> Truyền thông và giải trí > Người chơi trò chơi Game thủ máy tính (X) </div> <div style="margin-top: 10px;"> Truyền thông và giải trí > Người chơi trò chơi Game thủ máy chơi trò chơi (X) </div> <div style="margin-top: 10px;"> Truyền thông và giải trí > Người chơi trò chơi Người hâm mộ thể thao điện tử (X) </div> <div style="margin-top: 10px;"> Phân khúc đang cần nhắc mua hàng (X) </div> <div style="margin-top: 10px;"> Truyền thông và giải trí Trò chơi điện tử (X) </div> <div style="margin-top: 10px;"> Máy tính & thiết bị ngoại vi Đầu liên lạc Liên kết mua sắm (X) </div> </div> </div>			
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Điều mà họ đang chủ động tìm kiếm thông tin hoặc điều mà họ đang lên kế hoạch (13) Xem thêm </div> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Phân khúc đang cần nhắc mua hàng Trò chơi điện tử <input type="checkbox"/> Phân khúc đang cần nhắc mua hàng Thiết bị ngoại vi và phụ kiện chơi trò chơi <input type="checkbox"/> Phân khúc đang cần nhắc mua hàng Lên kế hoạch & đồ dùng cho buổi tiệc <input type="checkbox"/> Phân khúc đang cần nhắc mua hàng Trang thiết bị giải trí ngoài trời <input type="checkbox"/> Phân khúc đang cần nhắc mua hàng Trò chơi cờ bàn <input type="checkbox"/> Phân khúc đang cần nhắc mua hàng Xe vượt chướng ngại vật & xe ô tô nhỏ 			

Chế độ cài đặt nhắm mục tiêu cho chiến dịch này [?](#)

Nhắm mục tiêu
Thu hẹp phạm vi tiếp cận của chiến dịch cho các phân khúc đã chọn, với tùy chọn để điều chỉnh giá thầu

Quan sát (được đề xuất)
Không thu hẹp phạm vi tiếp cận của chiến dịch, với tùy chọn để điều chỉnh giá thầu trên các phân khúc được chọn

Ngày bắt đầu và ngày kết thúc

Ngày bắt đầu
30 tháng 5, 2022

Ngày kết thúc
 Không có
 23 tháng 6, 2022

Quảng cáo của bạn sẽ tiếp tục chạy trừ khi bạn chỉ định ngày kết thúc.

Lịch quảng cáo

Thứ Hai - Thứ Sáu	20:00	đến	23:45
Thứ Hai - Thứ Sáu	0:00	đến	2:15
Thứ Bảy - Chủ Nhật	10:15	đến	23:45
Thứ Bảy	0:00	đến	3:30
Chủ Nhật	0:00	đến	1:30

[Thêm](#)

Dựa trên múi giờ của tài khoản: (GMT+07:00) Giờ Đông Dương
Lưu lịch quảng cáo này sẽ loại bỏ các cài đặt bạn đã thay đổi và thêm cài đặt mới, đặt lại bất kỳ dữ liệu hiệu suất nào

Từ khoá và quảng cáo

Từ khóa

Nhận các gợi ý từ khóa

 Nhập URL trang web có liên quan

 Nhập sản phẩm hoặc dịch vụ

[Thay đổi từ khóa](#)

Nhập từ khóa

Từ khóa là những từ hoặc cụm từ dùng để đổi sánh quảng cáo của bạn với những cụm từ mà mọi người đang tìm

"Chuột gaming"
"Chuột giá rẻ"
"Thiết kế công thái học"
"Gaming công thái học"
"Chuột steelseries"
"Chuột công thái học"
"Chuột gaming giá rẻ"
"Chuột gaming giá tốt"
"Chuột chất lượng"

Quảng cáo

Bạn thêm càng nhiều dòng tiêu đề thì càng có cơ hội đạt được hiệu quả hoạt động tốt hơn

Độ mạnh của quảng cáo

Tốt

Thêm dòng tiêu đề [Xem ý tưởng](#)

Thêm các từ khóa phổ biến [Xem ý tưởng](#)

Tạo các dòng tiêu đề khác biệt [Xem ý tưởng](#)

Tạo các nội dung mô tả khác biệt [Xem ý tưởng](#)

URL cuối cùng

<https://simplegear.dmcfood.store/san-ph>

URL này được dùng để gợi ý dòng tiêu đề và nội dung mô tả

Hiển thị đường dẫn

simplegear.dmcfood.store / [san-pham](#) / [chuot-rival-3](#)

8 / 15 13 / 15

Dòng tiêu đề 11/15

Để đạt được hiệu quả tối ưu từ quảng cáo, hãy thêm những từ khóa sau vào các dòng tiêu đề của bạn

- Chuột chất lượng Chuột gaming giá tốt
- Chuột gaming giá rẻ
- Chuột công thái học Chuột steelseries

Xem trước

Quảng cáo · simplegear.dmcfood.store/san-pham

Với thiết kế công thái học | Chuột chơi game giá rẻ | Chuột Gaming chất lượng

Chuột SteelSeries Rival 3 - Thiết kế kiểu dáng công thái học dành cho người thuận tay phải. Hàng chuyên sản xuất GAMING GEAR nổi tiếng đến từ ĐAN MẠCH với giá thành hợp lý.

Bản xem trước này hiển thị những quảng cáo tiềm năng được tạo ra bằng cách kết hợp các nội dung của bạn. Không phải tất cả các kiểu kết hợp đều được hiển thị. Các nội dung có thể hiển thị theo bất kỳ thứ tự nào, do đó, hãy đảm bảo rằng các nội dung này có ý nghĩa khi đứng riêng lẻ hoặc khi kết hợp với nhau cũng như không vi phạm các chính sách của chúng tôi hoặc pháp luật địa phương. Văn bản quảng cáo cũng có thể bị rút ngắn ở một số định dạng. Bạn có thể đảm bảo một số văn bản nhất định sẽ xuất hiện trong quảng cáo của mình. [Tim hiểu thêm](#)

Phân mảng rộng

Phân mảng rộng

Nhận được nhiều lượt nhấp hơn và thúc đẩy khách hàng thực hiện các hành động có giá trị bằng cách thêm thông tin chính về doanh nghiệp của bạn

Phân mảng rộng về đường liên kết trang web

Chọn và tạo phân mảng rộng cấp chiến dịch về đường liên kết trang web

Thêm ít nhất 2 tiện ích liên kết trang web

Tim kiếm	Đã chọn 2 mục	Xóa tất cả
<input checked="" type="checkbox"/> 11 phân mảng rộng về đường liên kết trang web	Bàn phím cơ Bàn phím cơ custom giá rẻ Chất lượng giá thành tốt	<input type="button" value="X"/>
<input type="checkbox"/> Nền thơm vỏ quế Mùi thơm dịu nhẹ đặc trưng, hỗ trợ thư giãn hiệu quả	Chuột gaming Các sản phẩm chuột gaming uy tín Cung cấp các sản phẩm chất lượng	<input type="button" value="X"/>
<input type="checkbox"/> Nến thơm hương chanh Mùi hương thoang thoảng, không gắt thích hợp khi cẩn khử mùi âm mộc		
<input checked="" type="checkbox"/> Chuột gaming Các sản phẩm chuột gaming uy tín Cung cấp các sản phẩm chất lượng		
<input checked="" type="checkbox"/> Bàn phím cơ Bàn phím cơ custom giá rẻ Chất lượng giá thành tốt		
<input type="checkbox"/> Phân mảng rộng mới về đường liên kết trang web		

[Xem trước](#)

❖ KPI

- + Lượt hiển thị mục tiêu đạt 50.000 lượt
- + Tỷ lệ nhấp chuột 5%
- + Chi phí CPC < 1500đ
- + Điểm chất lượng từ khóa là 8/10

13.2. Social media

- Mục đích: Nhằm tăng nhận thức và quảng bá về thương hiệu đối với đến khách hàng đồng thời trên các kênh social media

❖ Facebook, Instagram:

- Xác định đối tượng khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp là giới trẻ trong độ tuổi từ 18-30 tuổi, tiếp cận nhiều với internet nói chung và MXH nói riêng để có những chiến lược marketing trên các nền tảng phù hợp nhất.
- Xây dựng fanpage song song với quá trình tạo website. 2 tuần đầu sau khi hoàn thiện fanpage, thường xuyên đăng bài để tăng tương tác. Tối thiểu ngày 5 bài, chia đều vào các khung giờ: **1h sáng, 8h sáng, 11h30 trưa, 5h chiều, 8h tối**.
- Nội dung đa dạng, tuy nhiên phải xoay quanh về lĩnh vực công nghệ và đặc biệt là về ngách gaming gear như: chia sẻ tip vệ sinh đồ công nghệ, những món hàng gaming gear không thể thiếu,... bên cạnh đó xen kẽ các bài đăng về bán sản phẩm gaming gear. Tuy nhiên, ở giai đoạn này số lượng bài viết bán hàng không nhiều, chỉ 2 bài/ ngày.
- Sau 2 tuần, tăng lượng bài viết về bán sản phẩm lên fanpage, tổ chức minigame vào những ngày dịp đặc biệt: Black Friday, Giáng Sinh, 12 tháng 12,...Nội dung trên mạng xã hội có thể linh hoạt, sử dụng nhiều thể loại để mang đến cảm giác mới mẻ, trọn vẹn cảm xúc cho khách hàng

❖ Tiktok:

- Nên duy trì đăng tải 3-5 videos mỗi tuần để đạt hiệu quả tương tác tốt nhất. Yêu cầu Video chuẩn form 9:16 (full màn hình dọc). Video từ 30s - 60s sẽ thu hút lượng tương tác lớn nhất, những video ít hơn 10s đều bị hạn chế tương tác. Nói ngay sẽ làm gì trong video từ 6 giây đầu tiên để khán giả không bỏ qua video. Tham gia vào các trend đang hot hiện nay để tăng thêm followers hoặc sử dụng các sticker/trending music.
- Với 1 doanh nghiệp bán hàng, Simple Gear cần không được để xuất hiện hình thức quảng cáo công khai nào hay nội dung có tính chất thương mại trong video và cả caption (giá cả, chương trình khuyến mãi, địa chỉ mua hàng/link mua hàng...)

13.3. Email marketing plan

- Tiếp thị qua email đóng một vai trò quan trọng trong chiến lược marketing giúp doanh nghiệp có thêm khách hàng tiềm năng, nhận thức về thương hiệu cũng như xây dựng mối quan hệ và giữ chân khách hàng.

13.3.1. Xây dựng danh sách email

- Trước khi thực hiện các chiến dịch tiếp thị email thành công thường bắt đầu với một danh sách email có đầy đủ các khách hàng tiềm năng thật sự quan tâm đến những gì bạn cung cấp.
- Cách tốt nhất để xây dựng danh sách email đạt chuẩn là chuyển đổi khách truy cập trang web của bạn thành người theo dõi website hoặc có khả năng đăng ký nhận tin tức.
- Tuy nhiên, đối với doanh nghiệp mới xây dựng lượt truy cập chưa cao độ phổ biến chưa rộng thì data khách hàng còn rất hạn chế.
- Có 3 cách để thu nhập data đó chính là:
 - + **Cách 1: Mua data**, cách này khá phổ biến đối với nhiều doanh nghiệp vì đây là cách nhanh nhất. Tuy nhiên việc mua data có sự hên xui đối với dữ liệu mua được và mất nhiều thời gian để xử lý chúng.
 - + **Cách 2: Lượm nhặt data** trên các forum, group người ta comment email rất nhiều các bạn chỉ cần vô đó mà nhặt. Cái này thì không có thường xuyên, nhưng nếu may mắn nhiều lúc cũng lượm được nhiều email đúng target, đặc biệt là ở các group, page mà làm cùng dịch vụ, sản phẩm với doanh nghiệp. Tuy nhiên

- cách này không có tính ứng dụng cao đối với nhóm khách hàng có hiểu biết về công nghệ mà doanh nghiệp hướng đến.
- + Cách 3: **Xây dựng danh sách email chuẩn của doanh nghiệp**, cách này thì khó và lâu hơn, nhưng thể hiện sự chuyên nghiệp, đàng hoàng. Các bạn thử suy nghĩ xem mình có cách gì để khách hàng phải đưa email cho mình hay không? Đầu tiên bạn đánh giá lại xem là trong quá trình tiếp xúc khách hàng, mình có chủ đích để lấy email của khách hàng không, nếu chưa thì bắt đầu.
 - Xây dựng các nội dung hữu ích trên blog và khuyến khích người đọc điền thông tin vào form đăng ký theo dõi Email (subscribe Email form).
 - Chạy quảng cáo Facebook thu thập subscribe Email qua form đăng ký.
 - Tặng ebook, tài liệu, khóa học miễn phí.
 - Tổ chức các mini game, tổ chức các giải đấu và thu thập email của người tham dự.
 - Tặng các mã giảm giá, khuyến mãi
 - Một lưu ý ở đây đó là doanh nghiệp nên **hạn chế vấn đề mua data**, danh sách email. Một chiến dịch email marketing chỉ thực sự hiệu quả khi các thông điệp được gửi tới đúng người nhận. Việc mua data sẽ khiến doanh nghiệp tốn kém chi phí và nguồn lực.

13.3.2. Xác định mục tiêu rõ ràng

- Bất cứ chiến dịch nào khi thực hiện cần xác định được mục tiêu cần đạt được, email marketing cũng không ngoại lệ. Mỗi chiến dịch chỉ nhắm đến một mục tiêu cụ thể, một vài mục tiêu mà chính thường có:
 - + Nuôi dưỡng khách với giới thiệu công ty.
 - + Chăm sóc khách hàng.
 - + Nuôi dưỡng người theo dõi hiện có bằng cách cung cấp cho họ thêm nhiều sản phẩm/dịch vụ giá trị hơn và hiệu quả hơn.
 - + Giữ mối quan hệ với khách hàng cũ: Mời gọi lại những người đăng ký cũ hoặc những người đã lâu rồi chưa truy cập website của bạn.
 - + Giới thiệu ưu đãi.
 - + Đặt mục tiêu tiếp thị qua email theo mục tiêu chuyển đổi của mình.
- Thường thì kênh email chỉ đi sâu tới mức là giới thiệu ưu đãi, rất khó ra đơn ngay trên kênh email.

13.3.3. Hiểu tính năng từng loại email

- Tìm hiểu xem có những loại email và sử dụng tính năng từng loại như nào cho hợp lý vô cùng cần thiết. Chỉ khi biết và hiểu những tính năng của từng loại email thì mới có thể áp dụng chúng sao cho hiệu quả, phù hợp với chiến dịch nhất.
- Dưới đây là 3 loại email phổ biến nhất thường được các doanh nghiệp kinh doanh sử dụng:
 - + **Email quảng cáo** (Promotion email): nhiệm vụ chính là bán hàng, cung cấp ưu đãi và quan trọng là quảng bá sản phẩm của công ty hay quảng bá doanh nghiệp.
 - + **Email quan hệ khách hàng** (Relational Email): Dùng để trao đổi trực tiếp với khách hàng cũng như khuyến khích hàng đăng ký theo dõi trang thông qua việc cung cấp tin tức về sản phẩm hàng tuần, các chương trình tặng miễn phí và các thông tin hữu ích khách.
 - + **Email giao dịch** (Transactional emails) thường tập trung vào các nội dung: xác nhận đặt hàng hoặc mua hàng, xác nhận thay đổi thông tin của người đăng ký trang, tin nhắn chào mừng. Email giao dịch thường được kích hoạt khi người

truy cập thực hiện một hành động nào đó trên website của bạn đòi hỏi phải cung cấp địa chỉ email.

13.3.4. Xác định đối tượng khách hàng

- Với người mới bắt đầu, để xác định đối tượng khách hàng có phần khó khăn, việc duy nhất có thể làm là dựa trên hiểu biết và phán đoán của mình để nhận định ai sẽ có khả năng quan tâm đến những gì bạn cung cấp.
- Từ từ thu thập thông tin sau những chiến dịch đầu để lấy dữ liệu thực tế cho các chiến dịch sau của doanh nghiệp.
- Có thể sử dụng các công cụ hỗ trợ như Facebook Audience Insight hay Google Analytic để xác định khách hàng mục tiêu, các công cụ trên có thể xác định được các dữ liệu về nhân khẩu học, vị trí, sở thích cá nhân kèm các thuộc tính khác sẽ cung cấp cho bạn một cái nhìn bao quát về khách hàng của mình và những gì họ quan tâm.
- Xác định đúng chân dung khách hàng mục tiêu là một bước khởi đầu tốt để tạo các chiến dịch email marketing thành công.

13.3.5. Lựa chọn công cụ gửi

- Hiện nay có rất nhiều công cụ hỗ trợ các chiến dịch email marketing giúp đem lại kết quả chiến dịch cao hơn và các thao tác được tự động hóa hơn. Việc sử dụng hết những tính năng mà công cụ lựa chọn hỗ trợ là một điều ai cũng biết tuy nhiên không phải ai cũng làm điều đó
- Một số tính năng có thể sử dụng trong chiến dịch email marketing của doanh nghiệp
 - + Tạo và tự động hóa chiến dịch email marketing với các templates đẹp mắt cùng với bản quy trình công việc hoàn thiện
 - + Tích hợp với phần mềm mà doanh nghiệp đang sử dụng đó là WordPress
 - + Cách để phân khúc đối tượng tiềm năng bằng các thẻ tag
 - + Phân tích chuyên sâu về hiệu suất chiến dịch email marketing
- Doanh nghiệp lựa chọn Ladiflow làm công cụ gửi và sử dụng tính năng tự động hóa giúp lên lịch gửi email giao dịch. Tạo và gửi email quảng cáo hiệu quả và nhanh chóng.

13.3.6. Phân nhóm gửi theo từng tag

- Sau khi có được danh sách hoàn hảo rồi, thì ta sẽ tiếp tục phân nhóm danh sách đó để cuối cùng đạt được các mục tiêu chiến dịch đề ra và tăng tỷ lệ đến đúng khách hàng đang có nhu cầu hơn.
- Dưới đây là một vài cách phân nhóm khách hàng:
 - + Khách hàng mới
 - + Khách hàng thân thiết
 - + Khách hàng hoạt động 1 tháng, 3 tháng, 6 tháng gần đây
 - + Khách hàng quá 6 tháng không hoạt động
 - + Khách hàng có mối quan tâm đến nhóm sản phẩm bàn phím cơ, chuột.
- Phân nhóm khách là một bước ban đầu có thể không có ý nghĩa nhưng về sau nó tác động rất nhiều đến các chiến dịch email về sau.

13.3.7. Kịch bản và tần suất gửi

- Đối với các chiến dịch có mục tiêu là chăm sóc khách hàng hay quảng cáo, gửi thông tin thì chỉ cần lập kế hoạch theo từng quý: nội dung gửi trong quý, tần suất gửi, thời gian gửi.
- Còn đối với mục tiêu nuôi dưỡng khách hàng thì người thực hiện cần lên kịch bản để gửi chuỗi email cho khách hàng vào hệ thống. Số lượng kịch bản nhiều hay ít phụ thuộc vào mục đích của doanh nghiệp.

Kịch bản up-sale/cross-sale sau khi mua hàng

Thời gian	Nội dung	Mục đích	Tình huống và giải quyết
Ngày 1	Gửi mail xác nhận đơn hàng	Tận dụng lịch sử mua hàng để bắt đầu chiến dịch up-sale, cross-sale	Chưa có sự ảnh hưởng lớn đến kịch bản
Ngày 15	Gửi mail về trải nghiệm dùng sản phẩm cho khách hàng	Ghi nhận phản hồi và gắn tag cho khách hàng	Nếu khách hàng đánh giá xấu thì gửi danh sách về bộ phận CSKH để khắc phục Nếu khách hàng không đánh giá hay đánh giá tốt thì tiếp tục thực hiện chiến dịch
Ngày 16	Gửi mail về các gợi ý dựa trên lịch sử mua hàng hay trình duyệt	Up-sale/cross-sale	Nếu khách hàng tiến hành giao dịch thì thêm tag/ điểm thưởng nuôi dưỡng khách hàng Nếu khách hàng không tiến hành giao dịch thì tiếp tục chiến dịch
Ngày 16	Gửi mail cảm ơn	Giúp khách hàng cảm thấy mình có giá trị với doanh nghiệp	Chỉ gửi mail đối với những khách hàng đã đặt hàng
Ngày 20	Gửi mail về offer về một sản phẩm bổ sung của đơn hàng trước đó và kèm voucher khuyến mãi	Up-sale/cross-sale	Nếu khách hàng bấm vào chuyển đổi thì thông báo với bộ phận sale để tăng cơ hội up-sale Nếu khách hàng không bấm vào lượt chuyển đổi thi thêm tag “clearance sale”

13.3.8.Tạo lập nội dung email

- Nội dung tiêu đề giữ vai trò quan trọng trong việc khuyến khích người nhận nhập mở và đọc email marketing của bạn.
- Tương tự như tiêu đề trên mỗi bài blog, tiêu đề của email marketing phải được trình bày sao cho thật thu hút người dùng và khiến họ muốn tương tác nhiều hơn với bạn.
- Tiêu đề email chỉ nên từ 41-50 ký tự

- Cá nhân hóa email marketing với người nhận bằng cách thêm tên của họ vào dòng tiêu đề để tăng thêm sự gắn kết với người nhận cảm thấy được tôn trọng và có giá trị với doanh nghiệp.
- Tránh các từ cảm về bán hàng, các ký tự không được phép và sử dụng hình ảnh được nén gọn nhẹ, không dẫn link lạ để đảm bảo email không bị đưa vào thùng rác.
- Sáng tạo phần nội dung email bằng nhiều cách thức có thể liên quan đến câu chuyện của doanh nghiệp hay cung cấp giá trị nhất định cho người đọc.
- Đảm bảo cuối nội dung email marketing là lời kêu gọi hành động (CTA) giúp hướng người dùng tới nơi mà marketer mong muốn.

13.3.9. Báo cáo đo lường

- Các chỉ số đo lường được trong email là:
- + Tổng lượt mở email (Total Open)
 - + Tỷ lệ email được mở (Open Rates)
 - + Tỷ lệ click (CTR)
 - + Tỷ lệ chuyển đổi (Conversion rate) là tỷ lệ người nhận email hoàn thành một hành động mà bạn mong muốn khi nhấp vào một liên kết trong email. Hành động đó có thể là điền form đăng ký nhận voucher, tải ebook
 - + Báo cáo lạm dụng (Abuse Report)
 - + Tỷ lệ email bị từ chối (Bounce Rate)
 - + Tỷ lệ hủy đăng ký (Unsubscribe Rate)
- Nếu tỷ lệ mở trên 20% thì chiến dịch có nội dung ổn và hướng đúng đối tượng khách hàng
- Nếu tỷ lệ mở thấp hơn 15% thì cần xem lại nội dung và nhắm lại khách hàng mục tiêu
- Nếu tỷ lệ mở thấp hơn 7% thì cần xem lại danh sách gửi xem đã tốt chưa, được phân nhóm kỹ chưa, nguồn dữ liệu có thực sự đúng với doanh nghiệp hay không.

13.4. One year event circle

Thời gian	Sự kiện	Thông tin sự kiện	Mục tiêu	Nền tảng thực hiện	KPI
Tháng 1	01/01 Tết Dương Lịch	Giới thiệu đến khách hàng bộ sản phẩm sắp ra mắt đang được giới Gaming ưa thích.	- Thu hút khách truy cập vào Website. - Tăng lượt tương tác trên Facebook, Tiktok, Instagram.	- Social media (Facebook, Tiktok, Instagram) - Chạy quảng cáo Google Ads	- Facebook (700 lượt like, >1000 lượt tiếp cận, 100 lượt share). - Tik Tok (2k lượt xem, 1k lượt thích, 300 lượt follow). - 1,5k lượt truy cập vào website.
Tháng 2	14/02 Lễ Tình Nhân	- Đăng bán sản phẩm trên Facebook, Instagram bao gồm hình ảnh, video. - Đăng tải video lên Tiktok kèm theo link mua hàng.	Đánh giá sản phẩm nào bán chạy, sản phẩm nào bán kém để đưa ra chiến lược marketing phù hợp.	Social media (Facebook, Tiktok, Instagram)	- Số lượng bán ra ở mỗi danh mục sản phẩm phải đạt ở mức 100 sản phẩm.
Tháng 3	8/03 Ngày Quốc Tế Phụ Nữ	Tặng voucher giảm giá 10% cho các sản phẩm như Ghế Gaming, Bàn phím cơ.	Tăng lượt truy cập khách hàng và tỷ lệ chuyển đổi mua hàng.	- Website - Social Media (Facebook, Tiktok)	- 1000 khách hàng truy cập vào website với tỷ lệ chuyển đổi mua hàng là 30%
Tháng 4	12/5-13/5 Black Friday	- Khách hàng khi mua sản phẩm có hóa đơn >3 triệu sẽ được giảm 30% khi mua sản phẩm thứ 3 trong danh sách.	- Thúc đẩy doanh số - Tăng lượt tương tác, tiếp cận trên Facebook, Tiktok, Instagram. - Tăng lượng khách hàng truy cập vào website	- Website - Social media (Facebook, Instagram, Tiktok)	Các bài đăng trên Facebook đạt >500k lượt like, >50 lượt share, Instagram (200 like), Tiktok (3k lượt xem, 2000 lượt thích) - Bán được 300 sản phẩm mới

Thời gian	Sự kiện	Thông tin sự kiện	Mục tiêu	Nền tảng thực hiện	KPI
Tháng 5	06/06 Ngày Sale lớn trên sàn thương mại điện tử	- Đăng bài ra mắt sản phẩm mới trên nền tảng bán hàng, mạng xã hội. - Chạy quảng cáo trên google ads, Fb Ads.	Giới thiệu đến khách hàng sản phẩm mới của công ty. Thu hút được 1 lượng khách hàng mua hàng nhất định	Social media (Facebook, Instagram, Tiktok), Website	- Các bài đăng trên Facebook đạt ở mức 1k lượt like, 100 lượt share, Instagram (700 like), Tiktok (5k lượt xem, 2000 lượt thích). - Bán được 350 sản phẩm mới.
Tháng 6	01-05/07 Sự kiện “Lắp đội ăn ý, nhận quà hợp lý”	- Tổ chức sự kiện đấu game cùng đồng đội. Ở mỗi cột mốc tương ứng chiến thắng sẽ có phần quà rương tương thích. - Kèm theo đó đấu giờ, cuối giờ trân đấu quảng cáo đến người dùng sản phẩm mới của doanh nghiệp.	Thu hút thêm khách hàng tiềm năng và khách hàng mới. Đây cũng cách PR doanh nghiệp, giới thiệu tên tuổi công ty đến gần với khách hàng.	Livestream trực tiếp trên nền tảng Tiktok, Facebook	2k lượt xem trực tiếp, 1k lượt share. 1k lượt khách hàng truy cập vào website thông qua link mua sản phẩm.
Tháng 7	10-15/08/2022 Thanh toán online nhận ngay quà tặng.	- Khi mua hàng và thanh toán online khách hàng sẽ được 1 voucher tích điểm cho lần mua sau.	- Phổ biến hơn hình thức thanh toán trực tuyến, thanh toán ngay sau khi đặt hàng, đảm bảo tính chắc chắn.	- Website	50% khách hàng mua online sẽ thực hiện thanh toán qua ví điện tử.
Thời gian	Sự kiện	Thông tin sự kiện	Mục tiêu	Nền tảng thực hiện	KPI
Tháng 8	19/09/2022 Sinh nhật Simple Gear	Tổ chức Minigame đoán đúng, trúng quà khủng. Nội dung liên quan đến xu hướng gaming, sản phẩm đang được gamer ưa thích.	- Kỷ niệm ngày sinh nhật của shop. - Tăng độ nhận diện thương hiệu - Tăng lượt tương tác Fanpage và lượt truy cập trang web	Facebook	Với lượt tương tác như sau: 500 lượt thích, 1k lượt bình luận, 1k lượt share
Tháng 9	10-15/10 Tuần lễ vàng.	Chương trình Giờ vàng giá Shock, giảm giá một số mặt hàng nhất định như chuột, bàn phím vào khung giờ 10-12h hàng ngày trong tuần lễ vàng.	- Thu hút và tiếp cận lượt khách hàng mới mua hàng - Tăng doanh số bán hàng của 2 mặt hàng chuột và bàn phím trong năm.	- Website - Social	- 300 khách hàng mới mua hàng. - Số lượng chuột và bàn phím bán được phải đạt mức 800 sản phẩm
Tháng 10	10-15/10 Tuần lễ vàng.	Chương trình Giờ vàng giá Shock, giảm giá một số mặt hàng nhất định như chuột, bàn phím vào khung giờ 10-12h hàng ngày trong tuần lễ vàng.	- Thu hút và tiếp cận lượt khách hàng mới mua hàng - Tăng doanh số bán hàng của 2 mặt hàng chuột và bàn phím trong năm.	- Website - Social	- 300 khách hàng mới mua hàng. - Số lượng chuột và bàn phím bán được phải đạt mức 800 sản phẩm
Thời gian	Sự kiện	Thông tin sự kiện	Mục tiêu	Nền tảng thực hiện	KPI
Tháng 11	15-16/11 Siêu sale giữa tháng.	Tặng một phụ kiện bất kỳ khi khách hàng mua sản phẩm Loa JBL Quantum DUO	- Thanh lý xà bót các phụ kiện tồn kho. - Tăng doanh số, tăng lượng khách hàng.	Website	Số lượng sản phẩm bán được của Loa JBL và Quantum DUO là 300 sản phẩm.
Tháng 12	25/12 Christmas Day	- Nhập mã giảm giá “SGTHANG12” khi mua hàng trên website Simple Gear để được giảm 200k cho đơn hàng trên 2 triệu.	- Thúc đẩy doanh số bán hàng vào cuối năm.	Website	Số lượng đơn hàng bán được là 700 đơn hàng.

Tài liệu tham khảo:

- [1] 94Now, *Vì sao website bán hàng không thể thiếu tính năng giỏ hàng*, năm 2018
<https://94now.com/blog/vi-sao-website-ban-hang-khong-the-thieu-tinh-nang-gio-hang.html#:~:text=Gi%E1%BB%8F%20h%C3%A0ng%20gi%C3%BAp%20kh%C3%A1ch%20h%C3%A0ng,v%C3%A0o%20bi%E1%BB%83u%20m%E1%BA%ABu%20thanh%20t%C3%A1o%C3%A1n> [Ngày truy cập 10/5/2022]
- [2] Nguyễn Đỗ, *Hướng dẫn chạy chiến dịch Email Marketing thành công cho doanh nghiệp*, năm 2021
<https://gtvseo.com/email-marketing/chien-dich-email-marketing/> [ngày truy cập 10/5/2022]
- [3] KANmar, *Marketing trên TikTok – 4 chiến lược hiệu quả cho doanh nghiệp 2022*, năm 2022
<https://buildbrandon.com/marketing-tren-tiktok-chien-luoc-hieuqua/> [Truy cập ngày 9/5/2022]
- [4] Quý Nguyễn, *Hướng dẫn chi tiết cách lập kế hoạch Email Marketing*
<https://triggerm.digital/ke-hoach-email-marketing/> [ngày truy cập 10/5/2022]
- [5] Ecommage, *Những tính năng giỏ hàng cần có trên trang website thương mại điện tử*, năm 2021
<https://94now.com/blog/vi-sao-website-ban-hang-khong-the-thieu-tinh-nang-gio-hang.html#:~:text=Gi%E1%BB%8F%20h%C3%A0ng%20gi%C3%BAp%20kh%C3%A1ch%20h%C3%A0ng,v%C3%A0o%20bi%E1%BB%83u%20m%E1%BA%ABu%20thanh%20t%C3%A1o%C3%A1n>.
- [6] Mạnh Tuấn, Trang đích là gì? Làm thế nào để một trang đích trở nên hiệu quả?, năm 2020
<https://casmedia.vn/trang-dich-la-gi> [Ngày truy cập 11/5/2022]
- [7] Trần Chiến Việt, *Hướng dẫn xây dựng chuỗi EMA*, năm 2020
<https://tranchien.com/xay-dung-chuoi-email-marketing-automation/> [ngày truy cập 11/5/2022]
- [8] 29 Tuyệt Chiêu Khuyến Mãi Bùng Nổ Doanh Số, năm 2017
<https://www.chili.vn/blogs/ban-hang-hieu-qua/ap-dung-29-tuyet-chieu-khuyen-mai-la-bung-no-doanh-so.html#26-nguyen-tac-80-20>
[ngày truy cập 9/5/2022]