

TRƯỜNG CAO ĐẲNG FPT POLYTECHNIC

BỘ MÔN: KINH TẾ

NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

CHUYÊN NGÀNH: DIGITAL MARKETING



FPT POLYTECHNIC

MÔN HỌC: DỰ ÁN 1

MÃ MÔN HỌC: PRO1132

BÁO CÁO DỰ ÁN MÔN HỌC

**Chuyên đề: XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN KẾ HOẠCH
QUẢNG BÁ WEBSITE BÁN HÀNG VÀ KÊNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN
TỬ CHO CỬA HÀNG LUXURY WATCH**

Giảng viên hướng dẫn: Đỗ Nguyễn Minh Khôi

Lớp : DM20101

Sinh viên thực hiện : Nhóm 2

Nguyễn Kim Khải

Trần Lê Khôi

Lê Thị Kiều Trinh

Hồ Nhật Hào

Phạm Tiến Đạt

Nguyễn Văn Tài

Trần Ngọc Phước

TRƯỜNG CAO ĐẲNG FPT POLYTECHNIC

BỘ MÔN: KINH TẾ

NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

CHUYÊN NGÀNH: DIGITAL MARKETING



FPT POLYTECHNIC

MÔN HỌC: DỰ ÁN 1

MÃ MÔN HỌC: PRO1132

BÁO CÁO DỰ ÁN MÔN HỌC

**Chuyên đề: XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN KẾ HOẠCH
QUẢNG BÁ WEBSITE BÁN HÀNG VÀ KÊNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN
TỬ CHO CỬA HÀNG LUXURY WATCH**

Giảng viên hướng dẫn: Đỗ Nguyễn Minh Khôi

Lớp : DM20101

Sinh viên thực hiện : Nhóm 2

Nguyễn Kim Khải

Trần Lê Khôi

Lê Thị Kiều Trinh

Hồ Nhật Hào

Phạm Tiến Đạt

Nguyễn Văn Tài

Trần Ngọc Phước

Đà Nẵng, ngày 2 tháng 12 năm 2024

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, em xin chân thành gửi lời cảm ơn tới giảng viên trường FPT Polytechnic đã giúp chúng em có kiến thức nền tảng để thực hiện đề tài này. Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn và lòng biết ơn sâu sắc nhất tới thầy Đỗ Nguyễn Minh Khôi người đã góp ý, hướng dẫn nhóm em trong suốt quá trình thực hiện đề tài này. Thầy đã trực tiếp hướng dẫn tận tình, sửa chữa và đóng góp nhiều ý kiến quý báu giúp nhóm chúng em hoàn thành tốt bài môn Dự án 1.

Một lần nữa nhóm chúng em xin chân thành cảm ơn thầy và chúc thầy luôn dồi dào sức khỏe. Trong thời gian một học kỳ thực hiện bài phân tích, em đã vận dụng kiến thức nền tảng đã tích lũy đồng thời kết hợp với việc học hỏi và nghiên cứu những kiến thức mới từ thầy, bạn bè và cũng như từ nhiều nguồn tham khảo. Nhờ đó mà em đã có thể hoàn thành đề tài và tiểu luận một cách hiệu quả nhất.

Tuy nhiên, vì kiến thức chuyên môn còn hạn chế và nhóm còn nhiều thiếu sót, em rất mong nhận được sự góp ý, chỉ bảo thêm từ thầy để hoàn thiện những kiến thức còn thiếu của nhóm, để em có thể dùng làm hành trang thực hiện tiếp các đề tài khác trong tương lai, cũng như là trong học tập hoặc làm việc sau này. Một lần nữa xin gửi đến thầy lời cảm ơn chân thành và tốt đẹp nhất!

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu, kết quả nêu trong Báo cáo là hoàn toàn trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

Đà Nẵng, ngày 2 tháng 12 năm 2024

Nhóm cam đoan

Nguyễn Kim Khải

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	3
LỜI CAM ĐOAN.....	4
MỤC LỤC.....	5
TỔNG QUAN DỰ ÁN.....	7
1. Lý do lựa chọn đề tài.....	7
2. Mục tiêu dự án nghiên cứu.....	7
3. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu	7
4. Phương pháp nghiên cứu.....	8
5. Ý nghĩa nghiên cứu.....	8
DANH MỤC BẢNG BIỂU.....	9
DANH MỤC SƠ ĐỒ, HÌNH VẼ.....	11
N1. TỔNG QUAN VỀ DOANH NGHIỆP VÀ PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TMĐT CỦA DOANH NGHIỆP.....	14
1.1 Khái quát về doanh nghiệp.....	14
1.1.1 Thông tin chung – Ý tưởng thực hiện dự án:.....	14
a. Thông tin chung:.....	14
b. Giá trị cốt lõi.....	14
c. Tầm nhìn và sứ mệnh.....	15
d. Lĩnh vực hoạt động và sản phẩm chủ yếu.....	15
1.1.2. Bộ nhận diện thương hiệu.....	16
1.1.3. Mô hình kinh doanh và doanh thu:.....	19
1.2. Phân tích thực trạng hoạt động của doanh nghiệp:.....	20
1.2.1. Mức độ ứng dụng TMĐT:.....	20
1.2.2. Hiệu quả hoạt động TMĐT:.....	22
1.2.3 Mô hình SWOT.....	24
1.2.4 Giải pháp.....	25
1.3. Khảo sát yêu cầu thực hiện dự án:.....	25
1.3.1. Ngành hàng và xu hướng tiêu dùng.....	25
1.3.2. Phân tích lắng nghe xã hội với Google Trend.....	26
1.4 Khảo sát thông tin & hành vi người dùng.....	30
1.4.1. Xây dựng kế hoạch nghiên cứu.....	30
1.4.2. Kế hoạch lấy mẫu.....	30
1.4.3. Kết quả nghiên cứu.....	39
N2. XÂY DỰNG KẾ HOẠCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CHO DOANH NGHIỆP LUXURY WATCH TỪ THÁNG 01/10/2024 ĐẾN THÁNG 01/03/2025..	47
2.1 Phân tích môi trường ảnh hưởng đến hoạt động TMĐT của DN.....	47
2.1.1 Đối thủ cạnh tranh.....	47

2.1.2. Phân tích hạ tầng/ nền tảng trong TMĐT.....	48
2.1.3 Phân tích sản phẩm và thị trường kinh doanh thương mại điện tử tại doanh nghiệp.....	52
2.2 Kế hoạch TMĐT cho doanh nghiệp.....	57
2.2.1 Mục tiêu kinh doanh (1/10/2024 đến 1/3/2025).....	57
2.2.2 Chiến lược bán hàng.....	58
2.2.3 Chương trình hành động cụ thể.....	61
2.2.4 Chương trình marketing hỗ trợ cho hoạt động thương mại điện tử tại doanh nghiệp.....	62
2.2.4.1 Chiến dịch 1.....	62
2.2.4.2 Chiến dịch 2.....	63
2.2.4.3 Chiến dịch 3.....	65
2.2.5 Hoạch định ngân sách.....	66
2.2.6. Phương pháp đo lường và đánh giá.....	67
N3. TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CHO DOANH NGHIỆP LUXURY WATCH TỪ 20/11/2024 ĐẾN THÁNG 30/11/2024.....	68
3.1. Thiết lập và tối ưu các nền tảng owned/semi-owned.....	68
3.1.1 Website.....	68
3.1.2 Sàn TMĐT.....	70
3.1.3 Kênh social media.....	75
3.2 Triển khai thực hiện kế hoạch thương mại điện tử cho doanh nghiệp Luxury Watch từ tháng 10 đến tháng 12.....	78
3.2.1 Triển khai chiến dịch trên website.....	78
3.2.2 Triển khai chiến dịch trên kênh social media.....	81
3.2.3 Triển khai chiến dịch trên sàn TMĐT.....	88
N4. ĐO LƯỜNG VÀ ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CHO DOANH NGHIỆP LUXURY WATCH TỪ THÁNG 10 ĐẾN THÁNG 12.....	91
4.1. Báo cáo và đánh giá hiệu quả thực hiện kế hoạch chiến dịch 1.....	91
4.1.1 Website.....	91
4.1.2 Sàn thương mại điện tử.....	93
4.1.3 Facebook.....	94
4.1.4 Đánh giá.....	96
4.2 Thuận lợi và khó khăn khi thực hiện dự án.....	97
4.3 Bài học kinh nghiệm.....	98

TỔNG QUAN DỰ ÁN

1. Lý do lựa chọn đề tài

Thị trường đồng hồ nam đang phát triển mạnh mẽ, với doanh thu toàn cầu đạt 61,85 tỷ USD vào năm 2022 và dự kiến đạt 88 tỷ USD vào năm 2028, với tốc độ tăng trưởng 5,2% mỗi năm. Đồng hồ nam chiếm khoảng 60% thị phần, trong đó phân khúc đồng hồ cao cấp đóng góp gần 30%. Ví dụ, hơn 25 triệu chiếc đồng hồ cao cấp đã được bán ra trong năm 2022, với giá trung bình mỗi chiếc khoảng 10.000 USD. Ở Việt Nam, thị trường đồng hồ đang tăng trưởng khoảng 7% mỗi năm, với sự gia tăng đáng kể nhu cầu về đồng hồ nam cao cấp như một biểu tượng thời trang và đẳng cấp.

- Dựa trên những số liệu này, việc tối ưu hóa SEO là cực kỳ quan trọng. Tối ưu hóa website, tạo nội dung hấp dẫn và quảng cáo hiệu quả sẽ giúp cải thiện thứ hạng tìm kiếm, tiếp cận đúng đối tượng khách hàng, và gia tăng doanh thu. Điều này đặc biệt cần thiết với doanh nghiệp Luxury Watch – một doanh nghiệp mới ra đời, với mong muốn mang đến cho người dùng những sản phẩm đồng hồ chất lượng, phục vụ cuộc sống tiện ích và sang trọng. Doanh nghiệp vẫn chưa có kinh nghiệm trong lĩnh vực SEO, vì vậy nhóm chúng tôi quyết định chọn đề tài: “Xây dựng và triển khai thực hiện kế hoạch quảng bá website bán hàng và TMĐT Luxury” nhằm giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả kinh doanh trực tuyến và tối ưu hóa sự hiện diện trên thị trường.

2. Mục tiêu dự án nghiên cứu

Tìm hiểu tổng quan về doanh nghiệp Luxury Watch: Phân tích thông tin cơ bản và môi trường kinh doanh để hiểu rõ vị trí và tiềm năng của doanh nghiệp trong thị trường đồng hồ.

Xây dựng website bán đồng hồ: Phát triển một trang web thương mại điện tử hiệu quả với giao diện thân thiện và tối ưu trải nghiệm người dùng.

Lên kế hoạch và triển khai SEO và marketing: Xây dựng chiến lược SEO và marketing để cải thiện thứ hạng tìm kiếm, thu hút khách hàng tiềm năng, và gia tăng doanh số bán hàng

3. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Xây dựng và triển khai thực hiện kế hoạch quảng bá website bán hàng và thương mại điện tử Luxury Watch

Phạm vi nghiên cứu:

Phạm vi nội dung: Xây dựng và triển khai SEO cho website, fanpage, sàn thương mại điện tử đồng hồ, bao gồm tối ưu hóa nội dung, từ khóa, và chiến lược marketing trực tuyến.

Phạm vi không gian: Tại website, fanpage, sàn TMĐT của Luxury Watch và trên thị trường toàn quốc.

Phạm vi thời gian: Nghiên cứu thực hiện từ ngày 26/10/2024 đến ngày 08/12/2024.

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu trong dự án được sử dụng là phương pháp tổng hợp, phương pháp thảo luận nhóm, quan sát thực tế, đọc thêm tài liệu ở các trang thông tin Google. Phương pháp thu thập dữ liệu, thống kê nguồn thông tin dữ liệu.

5. Ý nghĩa nghiên cứu

Ý nghĩa khoa học: Dự án ghi nhận và tổng hợp kết quả nghiên cứu về xây dựng và triển khai kế hoạch SEO cho website đồng hồ. Đây sẽ là tài liệu tham khảo quý giá cho các nghiên cứu sau này về SEO và marketing trực tuyến.

Ý nghĩa thực tế: Kết quả nghiên cứu cung cấp các giải pháp hiệu quả cho doanh nghiệp Luxury Watch trong việc xây dựng kế hoạch marketing và SEO, nhằm tăng doanh số và cải thiện sự hiện diện trực tuyến. Dự án cũng giúp hoàn thiện kỹ năng thiết kế website, SEO, SEM và tối ưu hóa trang web, đồng thời là tài liệu hữu ích cho các nhà quản trị doanh nghiệp trong cùng ngành

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Ký hiệu	Nội dung	Trang
Bảng 1.1	Danh mục sản phẩm chủ yếu	15
Bảng 1.2	Màu sắc thương hiệu	17
Bảng 1.3	Chiến dịch 1 Sale ngày đôi	23
Bảng 1.4	Mô hình SWOT	23
Bảng 1.5	Bảng khảo sát	30-38
Bảng 1.6	Kết quả phiếu khảo sát	38-45
Bảng 2.1	Đối thủ cạnh tranh	46
Bảng 2.2	Bảng phân tích sản phẩm	51-54
Bảng 2.3	KPI mục tiêu kinh doanh	56
Bảng 2.4	Promotion Luxury Watch	58
Bảng 2.5	Chương trình hành động cụ thể	60
Bảng 2.6	KPI chiến dịch 1	61
Bảng 2.7	Bảng kế hoạch hành động chiến dịch 1	62
Bảng 2.8	Bảng ngân sách chiến dịch 1	62
Bảng 2.9	KPI chiến dịch 2	63
Bảng 2.10	Bảng kế hoạch hành động giai đoạn 2	63
Bảng 2.11	Bảng ngân sách chiến dịch 2	64
Bảng 2.12	KPI chiến dịch 3	64
Bảng 2.13	Kế hoạch hành động chiến dịch 3	65
Bảng 2.14	Bảng ngân sách chiến dịch 3	65
Bảng 2.15	Hoạch định ngân sách	66
Bảng 3.1	Bảng. Định hướng nội dung kênh Facebook	77
Bảng 3.2	Nội dung bài đăng facebook	82-85
Bảng 4.1	Kết quả Google Analytics	91

Bảng 4.2	Kết quả chiến dịch 1	96
Bảng 4.3	Đánh giá kết quả chiến dịch 1 so với toàn dự án	96

DANH MỤC SƠ ĐỒ, HÌNH VẼ

Ký hiệu	Nội dung	Trang
Hình 1.1	Logo Luxury Watch	13
Hình 1.2	Dòng đồng hồ	14
Hình 1.3	Logo thương hiệu	16
Hình 1.4	Bảng thương hiệu	16
Hình 1.5	Card thương hiệu	16
Hình 1.6	Bao bì sản phẩm	17
Hình 1.7	Mô hình Canvas	18
Hình 1.8	PageSpeed Insight	19
Hình 1.9	Sàn Shopee	19
Hình 1.10	Fanpage Facebook	20
Hình 1.11	Analytics	21
Hình 1.12	Kết quả gian hàng	21
Hình 1.13	Kết quả tương tác Fanpage	22
Hình 1.14	Phân tích mức độ quan tâm theo thời gian “Đồng hồ nam”	25
Hình 1.15	Phân tích mức độ quan tâm theo thời gian “Đồng hồ Casio”	25
Hình 1.16	Phân tích mức độ quan tâm theo thời gian “Đồng hồ sang trọng”	26
Hình 1.17	Phân tích mức độ quan tâm theo thời gian “Đồng hồ cao cấp”	26
Hình 1.18	Phân tích mức độ quan tâm theo thời gian “Đồng hồ dây chính hãng”	27
Hình 1.19	Phân tích mức độ quan tâm theo thời gian “Đồng hồ chất lượng”	27
Hình 1.20	Phân tích mức độ quan tâm theo tiểu vùng	28

Hình 2.1	Giao diện Website Luxury Watch	47
Hình 2.2	Pagespeed insight của Luxury Watch	48
Hình 2.3	Giao diện fanpage	48
Hình 2.4	Bài viết của Luxury Watch	49
Hình 2.5	Giao diện Shopee	50
Hình 3.1	PageSpeed Insights	68
Hình 3.2	SEoQuake	69-70
Hình 3.3	Tối ưu sản phẩm	70
Hình 3.4	Mô tả sản Phẩm	71
Hình 3.5	Vi phạm SEO	72
Hình 3.6	Điền thông tin trên gian hàng	73
Hình 3.7	Trang trí gian hàng Shopee	73
Hình 3.8	Danh mục sản phẩm	74
Hình 3.9	Trang fanpage	75
Hình 3.10	Thông tin giới thiệu của trang	75
Hình 3.11	Tối ưu nội dung, Hashtag	76
Hình 3.12	Lịch biên tập	78
Hình 3.13	Bài blog trên website	78
Hình 3.14	Thiết kế banner	79
Hình 3.15	Blog đăng tải	79
Hình 3.16	Lưu lượng truy cập trang web	80
Hình 3.17	Chọn vị trí	80
Hình 3.18	Ngân sách và đặt giá thầu	80
Hình 3.19	Tiêu đề và nội dung mô tả	81
Hình 3.20	Tiến hành chạy	81
Hình 3.21	Lịch biên tập Facebook	81

Hình 3.22	Tiến hành chạy Facebook Ads	84
Hình 3.23	Chạy Facebook ads	86
Hình 3.24	Bài đăng trên Facebook	86
Hình 3.25	Bài viết đã đăng tải	87
Hình 3.26	Cửa hàng đồng hồ Luxury Watch	88
Hình 3.27	Đăng sản phẩm và cập nhật nội dung chuẩn SEO	88-89
Hình 3.28	Triển khai hoạt động sale lương về	90
Hình 4.1	Google Ads	92
Hình 4.2	Đăng tải sản phẩm	93
Hình 4.3	Phân tích bán hàng	94
Hình 4.4	Bài đăng Facebook	94
Hình 4.5	Kết quả Ads	95
Hình 4.6	Kết quả đạt được	95

N1. TỔNG QUAN VỀ DOANH NGHIỆP VÀ PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TMĐT CỦA DOANH NGHIỆP

1.1 Khái quát về doanh nghiệp

1.1.1 Thông tin chung – Ý tưởng thực hiện dự án:

a. Thông tin chung:

- Tên thương hiệu: Luxury Watch



Hình 1.1 Logo Luxury Watch

- Email: luxurywatch.world@gmail.com
- Fanpage : <https://www.facebook.com/61559594461821>
- Website: <https://donghonamluxury.com/>
- Hotline: 0905955472

b. Giá trị cốt lõi

- Tận tâm với khách hàng
- Tinh thần đồng đội
- Chính trực

c. Tầm nhìn và sứ mệnh

- Tầm nhìn: Trở thành thương hiệu đồng hồ đáng được lựa chọn để giúp phái mạnh tự tin, thu hút sự chú ý trước mọi người xung quanh. Luxury mong muốn hướng đến việc trở thành thương hiệu đồng hồ hàng đầu với tầm vóc quốc tế trong ngành đồng hồ cao cấp. Chúng tôi cam kết không ngừng đổi mới và sáng tạo để cung cấp những sản phẩm đồng hồ đạt tiêu chuẩn chất lượng vượt trội, tinh tế, và đẳng cấp cho người tiêu dùng.

- Sứ mệnh: Giúp phái mạnh tiếp cận được những chiếc đồng hồ tinh xảo, đẳng cấp về giá cả lẫn chất lượng, đồng thời đánh thức sự phong cách, tinh tế bí ẩn bên trong của mỗi người và dấu ấn cá nhân trên từng chiếc đồng hồ.

d. Lĩnh vực hoạt động và sản phẩm chủ yếu

- Lĩnh vực kinh doanh: Luxury Watch hoạt động trong lĩnh vực đồng hồ nam, các sản phẩm của thương hiệu là những chiếc đồng hồ được thiết kế dựa trên sự kết hợp hài hòa giữa nét đẹp tinh tế, đẳng cấp và hiện đại.



Hình 1.2 Dòng đồng hồ

- Các sản phẩm chủ yếu

Bảng 1.1 Danh mục sản phẩm chủ yếu

Sản phẩm		Hình ảnh
Theo thương hiệu	Casio	
	Seiko	
Theo mức giá	Dưới 5 triệu	
	Từ 5 – 20 triệu	
	Trên 20 triệu	
Theo chất liệu	Dây da	
	Dây kính loại	

1.1.2. Bộ nhận diện thương hiệu

Logo và slogan thương hiệu:

Logo: Được tạo thành dựa trên sự kết hợp L + W + Luxury Watch. Sự sắp xếp của hai chữ cái lớn "L" và "W" ở hai bên tạo ra sự cân đối trong thiết kế nhằm thể hiện sự chính xác và tinh tế – hai yếu tố quan trọng khi nói về đồng hồ cao cấp. Logo được thiết kế tối giản nhưng tinh tế, thể hiện rõ ràng phong cách của một thương hiệu đồng hồ nam cao cấp. Nó truyền tải những thông điệp về sự mạnh mẽ, chính xác và đẳng cấp, đồng thời mang đến cảm giác hiện đại và sang trọng.

Slogan “*Làm chủ thời gian - Đẳng cấp phái mạnh*”: là một câu ngắn gọn nhưng mạnh mẽ, thể hiện đúng tinh thần của thương hiệu đồng hồ nam cao cấp. Nó vừa nhấn mạnh đến chức năng quản lý thời gian của đồng hồ, vừa gợi mở đến phong cách và đẳng cấp của người đàn ông sử dụng sản phẩm, giúp thương hiệu khẳng định được vị thế trong lòng khách hàng mục tiêu.



Hình 1.3 Logo thương hiệu



Hình 1.4 Bảng thương hiệu



Hình 1.5 Card thương hiệu



Hình 1.6 Bao bì sản phẩm

Màu sắc thương hiệu (Brand colors):

Bảng 1.2 Màu sắc thương hiệu

Màu sắc	Mã số HEX
Trắng	#F5F5F5
Đen	#000000

- Đen: Tượng trưng cho sự sang trọng, quyền lực và sự tinh tế. Màu đen thường được sử dụng cho các sản phẩm cao cấp và mang lại cảm giác mạnh mẽ, nam tính.
- Trắng: Tạo cảm giác sạch sẽ, tinh khiết và hiện đại. Sự kết hợp giữa đen và trắng tạo nên một phong cách tối giản, thanh lịch.
- Sự kết hợp của đen và trắng không chỉ tạo ra một giao diện trang web đẹp mắt và chuyên nghiệp mà còn giúp nâng cao trải nghiệm mua sắm và tăng cường sự hấp dẫn của sản phẩm đối với khách hàng.

Phong cách giao tiếp (Brand voice):

- Luxury Watch mong muốn khách hàng cảm nhận được sự sang trọng, chuyên nghiệp và đẳng cấp, khẳng định giá trị và phong cách riêng khi sở hữu chiếc đồng hồ tinh hoa. Vì vậy, danh xưng "**Quý Khách – Chúng Tôi**" là một lựa chọn lý tưởng cho Luxury Watch để tạo mối quan hệ tôn trọng và chuyên nghiệp, đảm bảo trải nghiệm khách hàng đẳng cấp, đúng với tinh thần thương hiệu cao cấp.

+ **Website:** Đơn giản nhưng thể hiện sự tôn trọng và phù hợp với thương hiệu cao cấp. Ví dụ: “*Chúng tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến Quý khách đã tin tưởng và lựa chọn sản phẩm đồng hồ Luxury Watch.*” hay “*Khách hàng thân thiết của Luxury Watch sẽ luôn nhận được sự chăm sóc đặc biệt và những ưu đãi riêng biệt.*”

+ **Fanpage:** Dùng trong các bài đăng có tính chất thân thiện nhưng vẫn giữ được sự chuyên nghiệp. Ví dụ: “*Quý khách hàng yêu quý, đừng bỏ lỡ những mẫu đồng hồ mới ra mắt trong bộ sưu tập mùa xuân này.*” hay “*Chào các tín đồ đồng hồ, hôm nay chúng tôi xin giới thiệu mẫu đồng hồ mới nhất, mang đậm dấu ấn sang trọng và tinh tế.*”.

1.1.3. Mô hình kinh doanh và doanh thu:

Mô hình kinh doanh (B2C):

Doanh nghiệp (B) bán cho người tiêu dùng (C): Luxury Watch phân phối sản phẩm, dịch vụ trực tiếp đến người tiêu dùng mà không có sự tham gia của các trung gian như các cửa hàng bán lẻ, đại lý, hay nhà phân phối

Tập trung vào việc bán trực tiếp các sản phẩm đồng hồ nam cao cấp đến tay khách hàng thông qua nền tảng thương mại điện tử. Với chiến lược marketing mạnh mẽ, giao diện website thân thiện, và dịch vụ khách hàng chu đáo, Luxury Watch có thể xây dựng lòng tin và phát triển thị phần trong ngành bán lẻ đồng hồ cao cấp.

Mô hình Business Model Canvas

KEY PARTNERSHIP (ĐỐI TÁC CHÍNH)	VALUE PROPOSITION (GIÁ TRỊ CỐT LÕI)	KEY ACTIVITIES (HOẠT ĐỘNG CHÍNH)	CUSTOMER RELATIONSHIP (QUAN HỆ KHÁCH HÀNG)	CUSTOMER SEGMENTS (PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG)
<p>Đầu vào</p> <p>CASIO SEIKO</p> <p>Thương hiệu cung cấp đồng hồ nam</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tận tâm với khách hàng Tinh thần đồng đội Chính trực <p>KEY RESOURCE (NGUỒN LỰC CHÍNH)</p> <ul style="list-style-type: none"> Nguồn hàng ổn định từ các đối tác uy tín. Đội ngũ nhân viên có kinh nghiệm về bán hàng và chăm trải. Website bán hàng chuyên nghiệp. 	<ul style="list-style-type: none"> Quản lý và cập nhật sản phẩm trên Shopee và website. Chạy các chiến dịch quảng cáo trên Shopee, website và các mạng xã hội. Cập nhật các chương trình khuyến mại. Xây dựng và quản lý website bán hàng. Tối ưu hóa trải nghiệm mua hàng trên website. 	<ul style="list-style-type: none"> Chăm sóc khách hàng qua chat trực tuyến trên Shopee và website. Tổ chức các sự kiện, chương trình khuyến mãi để tri ân khách hàng. <p>CHANNELS (KÊNH PHÂN PHỐI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Shopee Website bán hàng Các mạng xã hội (Facebook) 	<p>Nhân khẩu học</p> <ul style="list-style-type: none"> Độ tuổi: 25 – 50 tuổi. <ul style="list-style-type: none"> 25 – 34 tuổi: Xây dựng sự nghiệp, yêu thích sản phẩm thời trang, hiện đại. 35 – 50 tuổi: Thu nhập ổn định, tìm kiếm sản phẩm đẳng cấp, thể hiện thành công. Giới tính: Nam. Thu nhập: Từ 15 triệu đồng/tháng trở lên. Nghề nghiệp: Nhân viên văn phòng, quản lý, doanh nhân, kỹ sư, luật sư, bác sĩ. Địa lý: Thành phố lớn: Hà Nội, TP.HCM, Đà Nẵng.
COST STRUCTURE (CƠ CẤU CHI PHÍ)			REVENUE STREAMS (DÒNG DOANH THU)	
<ul style="list-style-type: none"> Chi phí nhập hàng Chi phí quảng cáo trên Shopee, website và các mạng xã hội. Chi phí vận chuyển. Chi phí duy trì và phát triển website. 			<ul style="list-style-type: none"> Doanh thu từ việc bán đồng hồ trên Shopee và website. Thu nhập từ quảng cáo trên website (nếu có). 	

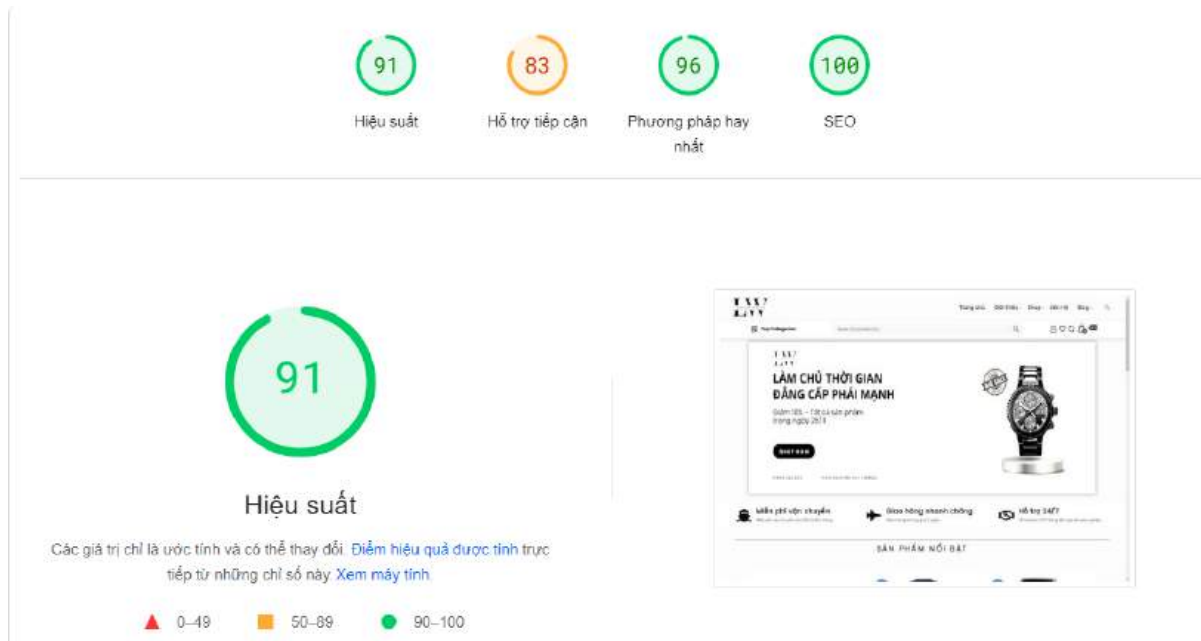
Hình 1.7 Mô hình Canvas

1.2. Phân tích thực trạng hoạt động của doanh nghiệp:

1.2.1. Mức độ ứng dụng TMDT:

Website: <https://donghonamluxury.com/>

- Giao diện website có phong cách đơn giản và hiện đại, phù hợp với thương hiệu đồng hồ cao cấp. Bố cục rõ ràng, với các danh mục và sản phẩm dễ tìm kiếm, giúp khách hàng dễ dàng duyệt qua các sản phẩm.



Hình 1.8 PageSpeed Insight

- Nhóm đã tối ưu khá tốt tốc độ tải trang, hiệu suất trang web ở mức tương đối cao. Điểm SEO đạt tuyệt đối Tuy nhiên, cần phải tối ưu Hỗ trợ tiếp cận.

Sàn giao dịch TMDT: Shopee <https://shopee.vn/94akelsi9>

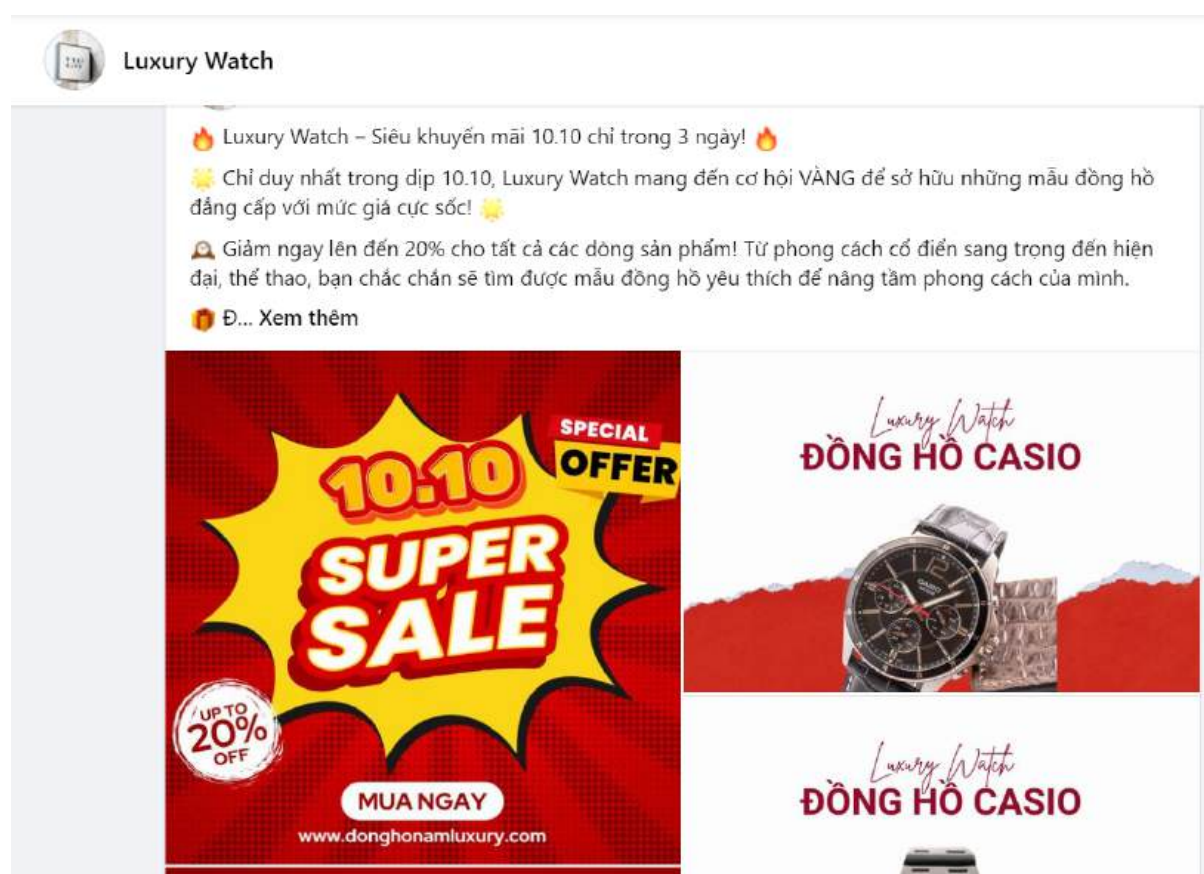


Hình 1.9 Sàn Shopee

- Giao diện thân thiện: Shopee có giao diện người dùng dễ dàng sử dụng, cho phép người mua tìm kiếm sản phẩm một cách nhanh chóng thông qua các bộ lọc và danh mục rõ ràng.
- Quá trình đặt hàng được tối ưu hóa, giúp người dùng có thể hoàn tất giao dịch chỉ trong vài bước.
- Giao hàng nhanh chóng: hợp tác với nhiều đơn vị vận chuyển, đảm bảo giao hàng nhanh chóng, thậm chí trong cùng ngày hoặc ngày hôm sau, tăng cường trải nghiệm khách hàng.
- Theo dõi đơn hàng: Người mua có thể theo dõi tình trạng đơn hàng dễ dàng qua ứng dụng, tạo sự yên tâm trong quá trình mua sắm.

Mạng xã hội: Fanpage <https://www.facebook.com/dongholuxurynam>

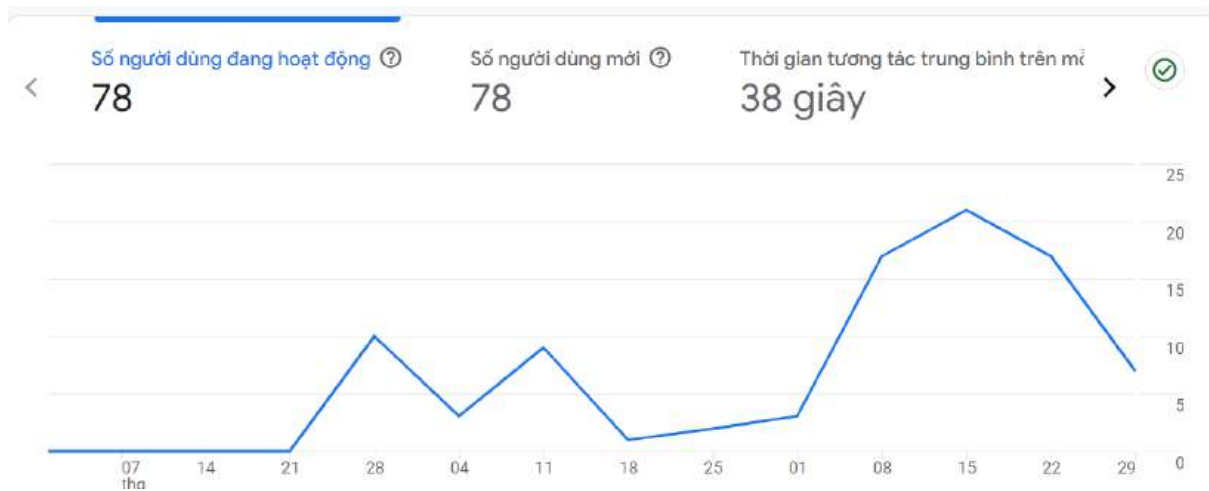
- Fanpage của Luxury Watch hướng đến đối tượng là những người yêu thích đồng hồ, đặc biệt là nam giới, những người đang tìm kiếm các mẫu đồng hồ cao cấp và sang trọng.



Hình 1.10 Fanpage Facebook.

1.2.2. Hiệu quả hoạt động TMDT:

Website:



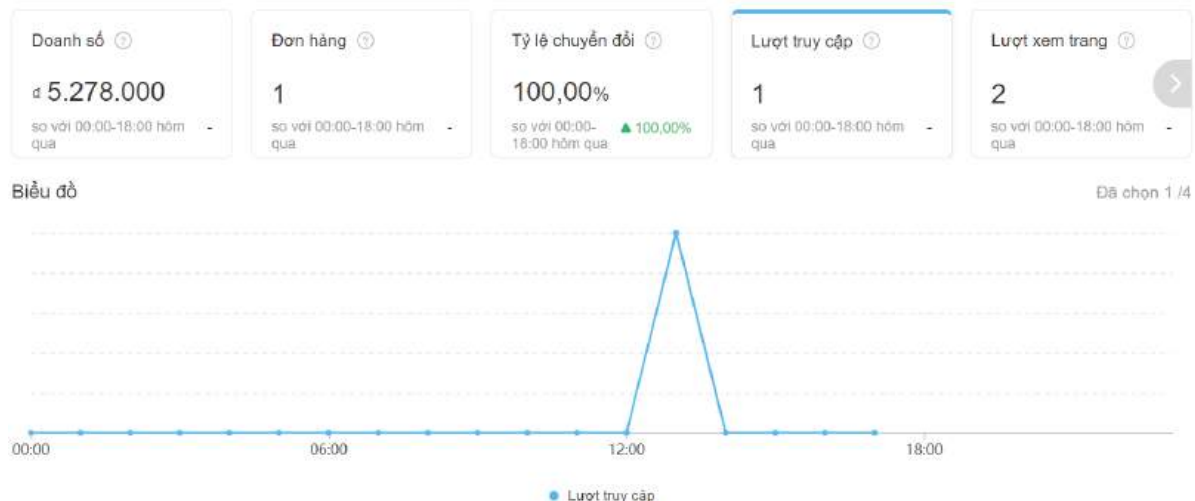
Hình 1.11 Analytics.

Các chỉ số tổng quan tương đối thấp như người dùng số phiên. Bên cạnh đó chỉ số thời gian trên trang vẫn còn thấp như vậy cho thấy doanh nghiệp đang cần phải cải thiện những nội dung và sản phẩm chất lượng trên trang để tăng thời gian ở lại trang của người dùng

Shopee:

Tổng quan:

Số lượng đơn hàng: 1



Hình 1.12 Kết quả gian hàng.

Giá trị trung bình đơn hàng: 5.278.000 VNĐ

Đánh giá: 0

Nhận xét: Cửa hàng mới thành lập, thiếu nhận diện thương hiệu và chiến lược marketing chưa đủ mạnh để thu hút khách hàng trong giai đoạn đầu hoạt động. Chính vì vậy mà chiến dịch chưa được lại kết quả tốt.

- Qua chiến dịch nhóm đã học hỏi được rất nhiều về các thiết lập kênh Shopee cũng như là cách cài đặt quảng cáo, cách vận đơn hàng, biết được một số kiến thức cơ bản về quy định của shopee. Từ đó Luxury Watch sẽ cải thiện tốt hơn trong các chiến dịch sau này.

Fanpage:

- Trang Fanpage chính thức của Luxury Watch có lượt tương tác khá tốt với số lượt like, lượt comment từ khách hàng. Qua đây cho thấy công việc chiến dịch trên Fanpage tương đối tốt có thể hỗ trợ cho việc bán hàng trên sàn thương mại điện tử Shopee.



Hình 1.13 Kết quả tương tác Fanpage

Bảng 1.3 Chiến dịch 1 Sale ngày đôi

Chiến dịch 1: "Sale ngày đôi 10.10 - Đồng hồ sang, giá ngۆ ngàng"				
Kênh	Chỉ số KPI	Mục tiêu	Kết quả	Hoàn thành
Shopee	Truy cập	20	1	5%
	Đơn hàng	5	1	20%
Fanpage Facebook	Tiếp cận	2000	1682	84.1%
	Tương tác	200	133	66.5%
	Đơn hàng	5	0	0

1.2.3 Mô hình SWOT

Bảng 1.4 Mô hình SWOT

Điểm mạnh (Strengths)	Điểm yếu (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - Giao diện dễ sử dụng và hiện đại. - SEO tốt, tốc độ tải trang cao. - Trải nghiệm khách hàng tốt, giao hàng nhanh chóng. - Tương tác tốt trên Fanpage Facebook. - Dễ dàng theo dõi đơn hàng. 	<ul style="list-style-type: none"> - Thiếu nhận diện thương hiệu rõ ràng. - Chuyển đổi từ truy cập thành đơn hàng còn thấp. - Chiến lược marketing chưa đủ mạnh. - Chưa tận dụng hết cơ hội từ Shopee.
Cơ hội (Opportunities)	Thách thức (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - TMDT phát triển mạnh mẽ, tăng trưởng mạnh mẽ. - Nhu cầu mua sắm trực tuyến tăng cao. - Tăng cường quảng cáo và khuyến mãi. - Mở rộng thị trường quốc tế. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ lớn. - Xây dựng uy tín và chất lượng sản phẩm là thách thức. - Thay đổi xu hướng tiêu dùng. - Chi phí quảng cáo cao.

1.2.4 Giải pháp

Tối ưu trải nghiệm người dùng: Tiếp tục cải thiện giao diện website và tốc độ tải trang, đặc biệt trên các thiết bị di động. Tăng cường tính năng tìm kiếm sản phẩm và tối ưu SEO để giữ vững thứ hạng tìm kiếm.

Quảng bá và xây dựng thương hiệu: Đầu tư mạnh vào quảng cáo trên các nền tảng như Google Ads, Facebook Ads để tiếp cận đúng đối tượng khách hàng. Tận dụng influencer marketing để xây dựng thương hiệu và thu hút khách hàng.

Tăng cường hoạt động trên Shopee: Thực hiện các chiến lược khuyến mãi như flash sale, giảm giá đặc biệt và livestream trên Shopee để thu hút khách hàng. Cải thiện cửa hàng trên Shopee để tăng nhận diện thương hiệu.

Dịch vụ khách hàng: Xây dựng dịch vụ chăm sóc khách hàng tận tâm để tạo sự tin tưởng và lòng trung thành từ khách hàng, đồng thời cải thiện quy trình chăm sóc sau mua.

1.3. Khảo sát yêu cầu thực hiện dự án:

1.3.1. Ngành hàng và xu hướng tiêu dùng

Phân khúc thị trường:

- Đồng hồ thời trang (Fashion watches): Nhắm đến người tiêu dùng trẻ với thiết kế đơn giản, hiện đại, giá cả phải chăng.
- Đồng hồ cao cấp (Luxury watches): Các thương hiệu như Casio, Seiko. Được sử dụng như phụ kiện thời trang và biểu tượng địa vị, nhắm đến đối tượng khách hàng doanh nhân, giới thượng lưu.

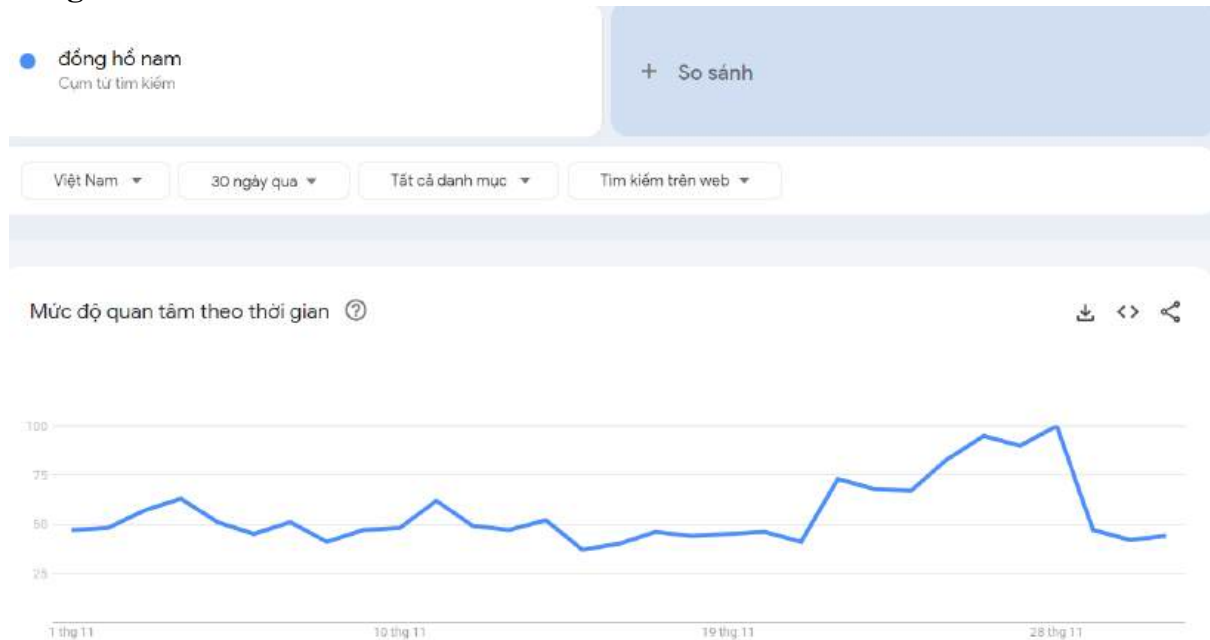
Các yếu tố cạnh tranh:

- Thương hiệu và uy tín: Khách hàng thường ưu tiên những thương hiệu có uy tín vì nỗi lo sản phẩm giả trong ngành đồng hồ.
- Chất lượng và độ bền: Với đồng hồ cơ hoặc cao cấp, khả năng vận hành ổn định và dịch vụ bảo hành là yếu tố quyết định.
- Thiết kế: Ngày càng có nhiều thương hiệu tập trung vào thiết kế độc đáo và cá nhân hóa để thu hút khách hàng.
- Giá cả: Tùy vào phân khúc, giá cả là yếu tố cạnh tranh chính với các sản phẩm thời trang và đồng hồ tầm trung.

- Kênh phân phối: Các kênh trực tuyến và đại lý truyền thống đóng vai trò quan trọng trong việc tiếp cận khách hàng.

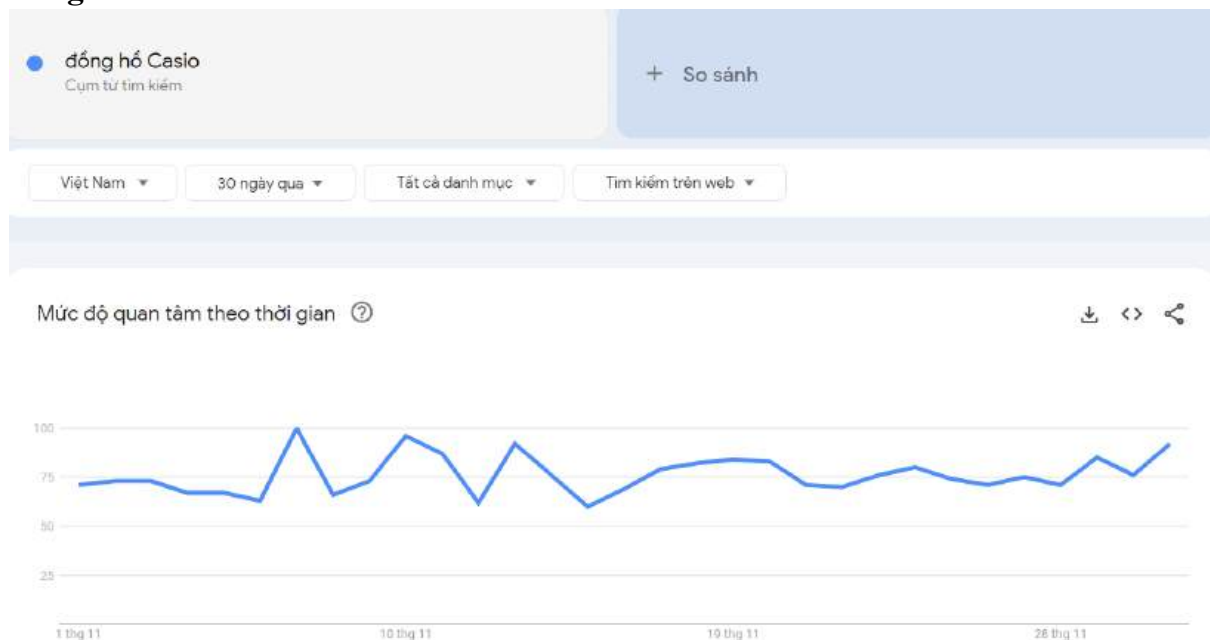
1.3.2. Phân tích lắng nghe xã hội với Google Trend

Đồng hồ nam



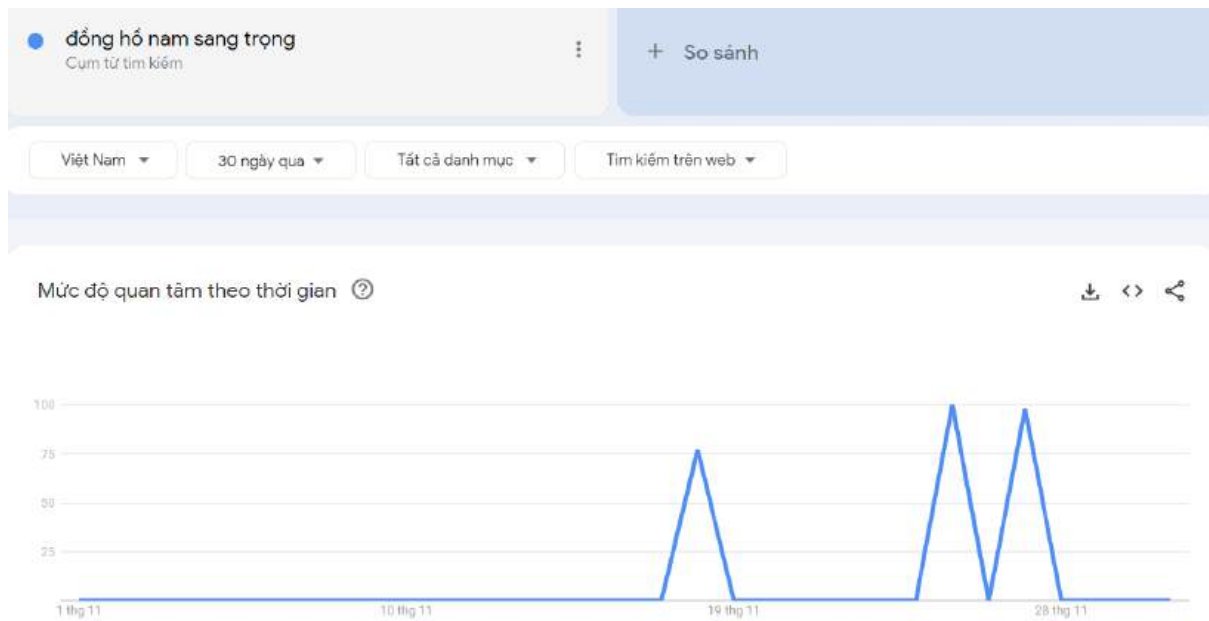
Hình 1.14 Phân tích mức độ quan tâm theo thời gian “Đồng hồ nam”

Đồng hồ Casio

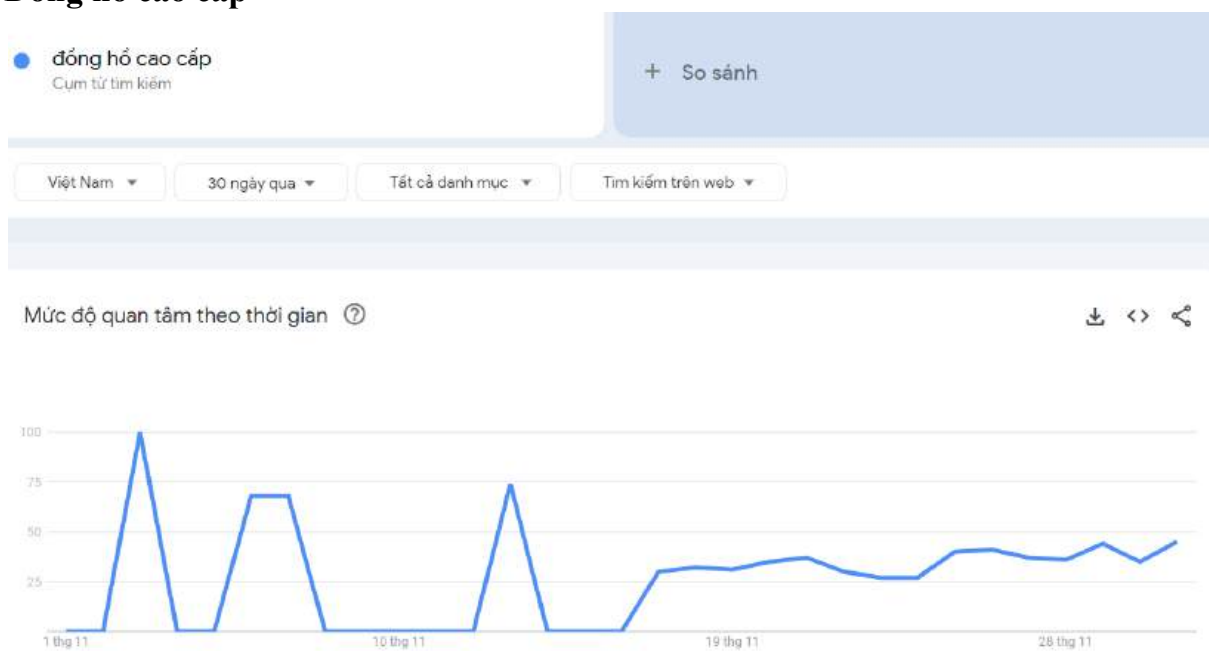


Hình 1.15 Phân tích mức độ quan tâm theo thời gian “Đồng hồ casio”

Đồng hồ nam sang trọng



Hình 1.16 Phân tích mức độ quan tâm theo thời gian “Đồng hồ sang trọng”
Đồng hồ cao cấp



Hình 1.17 Phân tích mức độ quan tâm theo thời gian “Đồng hồ cao cấp”

Đồng hồ chính hãng

● đồng hồ chính hãng
Cụm từ tìm kiếm

+ So sánh

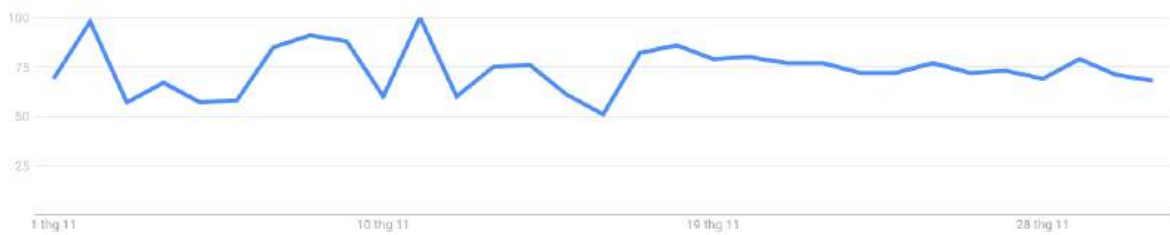
Việt Nam ▼

30 ngày qua ▼

Tất cả danh mục ▼

Tìm kiếm trên web ▼

Mức độ quan tâm theo thời gian ?



Hình 1.18 Phân tích mức độ quan tâm theo thời gian “Đồng hồ dây chính hãng”
Đồng hồ chất lượng

● đồng hồ chất lượng
Cụm từ tìm kiếm

+ So sánh

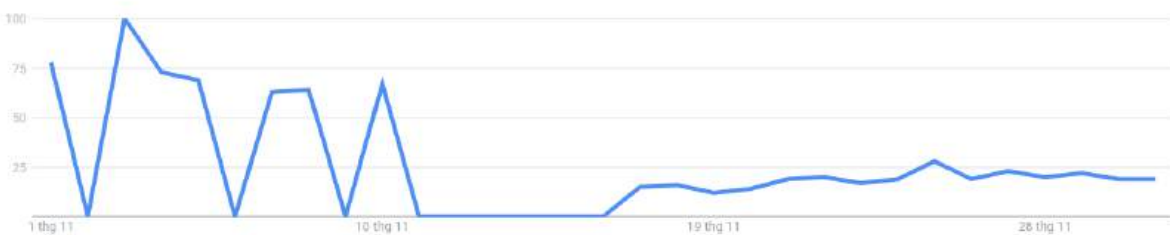
Việt Nam ▼

30 ngày qua ▼

Tất cả danh mục ▼

Tìm kiếm trên web ▼

Mức độ quan tâm theo thời gian ?



Hình 1.19 Phân tích mức độ quan tâm theo thời gian “Đồng hồ chất lượng”

Nhận xét:

- Chủ đề: đồng hồ nam
- Cụm từ tìm kiếm: "đồng hồ nam, đồng hồ Casio, đồng hồ sang trọng, đồng hồ chất lượng, đồng hồ chính hãng, đồng hồ cao cấp"
- Phạm vi: Việt Nam
- Khu vực: Việt Nam
- Khoảng thời gian: 30 ngày qua
- Tổng quan: Mức độ quan tâm đến cụm từ "đồng hồ nam" nhìn chung khá ổn định trong 30 ngày qua, dao động quanh mức 75/100. Điều này cho thấy lĩnh vực đồng hồ nam vẫn duy trì sức hút nhất định trong thời gian này.
- Biến động: Có một số biến động nhỏ trong mức độ quan tâm. Mức độ quan tâm giảm xuống mức thấp nhất (khoảng 50) vào khoảng ngày 2/10, sau đó tăng trở lại mức cao hơn.
- Xu hướng chung: Không có xu hướng tăng hoặc giảm rõ rệt. Mức độ quan tâm có xu hướng ổn định quanh mức 75.

Mức độ quan tâm theo tiểu vùng ?



Tiểu vùng		
1	Điện Biên	100
2	Lạng Sơn	72
3	Quảng Bình	69
4	Trà Vinh	66
5	Hồ Chí Minh	65

Hình 1.20 Phân tích mức độ quan tâm theo tiểu vùng

Nhận xét:

- Mức độ quan tâm theo tiểu vùng: Điện Biên là khu vực có mức độ quan tâm cao nhất đến hoạt động cắm trại (100 điểm). Tiếp theo là Lạng Sơn (72 điểm) và Quảng Bình (69 điểm). Các khu vực khác như Trà Vinh (66 điểm) và Hồ Chí Minh (65 điểm) có mức độ quan tâm thấp hơn.
- Xu hướng chung: Nhìn chung, nhu cầu về đồng hồ nam không chỉ tập trung ở các thành phố lớn mà còn mở rộng ra các tỉnh khác. Điều này có thể cho thấy xu hướng phát triển của thị trường này trên toàn quốc, với sự quan tâm từ nhiều vùng miền khác nhau.

1.4 Khảo sát thông tin & hành vi người dùng

1.4.1. Xây dựng kế hoạch nghiên cứu

Phương pháp thu thập dữ liệu

- Sử dụng công cụ Google Form để tạo một danh sách câu hỏi để thu thập dữ liệu và làm rõ các thông tin mà cửa hàng mong muốn như sau
 - + Thông tin cá nhân: Tên, email, SĐT, độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập.
 - + Thói quen mua sắm: Đã mua hàng chưa, phương thức thanh toán, trải nghiệm thanh toán.
 - + Đánh giá website: Giao diện, tốc độ, tính năng (lọc sản phẩm, theo dõi đơn hàng, hỗ trợ khách hàng).
 - + Trải nghiệm nội dung: Blog, thông báo, thông tin sản phẩm.
 - + Đề xuất cải thiện: Mong muốn bổ sung tính năng, phản hồi tổng quan.

1.4.2. Kế hoạch lấy mẫu

- Quy mô mẫu: 100 mẫu
- Phương pháp chọn mẫu: Phi xác suất, chọn mẫu thuận tiện.
- Phương pháp tiếp xúc: Tiếp xúc với các khách hàng mục tiêu qua các nền tảng mạng xã hội của Luxury Watch
- Thiết kế công cụ thu thập dữ liệu:

Bảng 1.5 Bảng khảo sát

KHẢO SÁT VỀ TRẢI NGHIỆM MONG MUỐN CỦA NGƯỜI DÙNG KHI MUA ĐỒNG HỒ TRÊN WEBSITE

Xin chào bạn, chúng mình là nhóm sinh viên lớp DM20101 thuộc ngành Digital Marketing trường Cao đẳng FPT Polytechnic Đà Nẵng.

Nhóm chúng mình đang thực hiện nghiên cứu về một đề tài: **“KHẢO SÁT VỀ TRẢI NGHIỆM MONG MUỐN CỦA NGƯỜI DÙNG KHI MUA ĐỒNG HỒ TRÊN WEBSITE”**

Đây là bảng khảo sát được tạo ra nhằm mong muốn hiểu rõ hơn về các trải nghiệm của người tiêu dùng khi sử dụng website là kênh lựa chọn và mua sản phẩm về đồng hồ.

Chúng mình cam kết bảo mật, không chia sẻ thông tin bạn cung cấp với bên thứ ba và chỉ phục cho nghiên cứu này. Chúng mình rất mong nhận được sự giúp đỡ của bạn.

Nhóm mình xin chân thành cảm ơn!

Câu hỏi	Trả lời
Câu 1: Bạn vui lòng cho biết họ tên của mình là gì?	Nhập câu trả lời
Câu 2: Bạn vui lòng cho biết địa chỉ Email của mình là gì?	Nhập câu trả lời
Câu 3: Bạn có thể cho biết SĐT của mình không? (Không bắt buộc)	Nhập câu trả lời
Câu 4: Bạn thuộc độ tuổi nào?	Dưới 18 tuổi
	Từ 18 - 20 tuổi
	Từ 21 đến 30 tuổi
	Trên 31 tuổi

Câu 5: Nghề nghiệp của bạn là gì?	Quản lý cấp cao
	Nhân viên văn phòng
	Nhân viên công chức/viên chức
	Ngành nghề giải trí, thời trang
	Khác...
Câu 6: Thu nhập của bạn là bao nhiêu?	Dưới 10.000.000 VNĐ
	Từ 10.000.000 VNĐ -20.000.000 VNĐ
	Từ 20.000.000 VNĐ - 50.000.000 VNĐ
	Trên 50.000.000 VNĐ
Câu 7: Bạn đã từng mua sản phẩm đồng hồ nào thông qua website chưa?	Đã từng (Qua phần 2)
	Chưa từng (Gửi biểu mẫu)
Câu 8: Khi truy cập website lần đầu, bạn cảm thấy giao diện website như thế nào?	Dễ sử dụng và thân thiện
	Dễ sử dụng nhưng thiếu thân thiện
	Khó sử dụng và không thân thiện
	Cần cải thiện lại
	Khác...

Câu 9: Bạn đánh giá tốc độ tải trang web như thế nào? (Từ 1-5 sao)	<div> <div>5</div> <div>★</div> </div> <div> <div>1</div> <div>☆</div> <div>2</div> <div>☆</div> <div>3</div> <div>☆</div> <div>4</div> <div>☆</div> <div>5</div> <div>☆</div> </div>
Câu 10: Khi di chuột vào sản phẩm, bạn muốn xem trước điều gì?	Thông tin sản phẩm
	Chỉ hình ảnh
	Không cần hiển thị gì
	Khác...
Câu 11: Bạn muốn trang web bổ sung chức năng nào để dễ dàng tìm kiếm sản phẩm hơn?	Bộ lọc sản phẩm
	Gợi ý sản phẩm
	Lưu danh sách sản phẩm thường mua
	Không cần
	Khác...
Câu 12: Bạn cảm thấy thế nào về phong cách thiết kế và màu sắc của trang web?	Hài hòa, dễ nhìn
	Đẹp nhưng chưa đủ sự thu hút
	Cần cải thiện nhiều hơn
	Khác...
Câu 13: Khi thêm sản phẩm vào giỏ hàng, thông báo trạng thái bạn thấy trong giỏ hàng hiển thị thế nào?	Rõ ràng đầy đủ
	Thiếu nhiều thông tin
	Không thấy thông báo

	Khác...
Câu 14: Bạn có muốn theo dõi sản phẩm đã xem gần đây hoặc lịch sử mua hàng trên website không?	Thường xuyên muốn theo dõi
	Đôi khi cần phải theo dõi
	Không cần thiết
	Khác...
Câu 15: Khi sử dụng trang web, bạn có gặp phải lỗi nào không?	Web tốt không có lỗi
	Thỉnh thoảng bị lỗi vặt
	Thường xuyên gặp lỗi, cần khắc phục
	Khác...
Câu 16: Bạn thường xuyên sử dụng phương thức thanh toán nào khi mua sắm trực tuyến không?	Thẻ tín dụng/Ghi nợ
	Ví điện tử (MoMo, ZaloPay, vv)
	COD (Thanh toán khi nhận hàng)
	Chuyển khoản ngân hàng
Câu 17: Bạn đánh giá trang web tương thích như thế nào khi sử dụng trên thiết bị di động?	Dễ thao tác dễ hiểu
	Có vẻ hơi khó thao tác
	Quá khó sử dụng
	Khác...
Câu 18: Khi truy cập trang chi tiết sản phẩm, bạn thấy trình bày thông tin như thế nào?	Rõ ràng và dễ hiểu
	Còn thiếu chi tiết và mơ hồ

	Không hiểu
	Khác...
Câu 19: Bạn có muốn nhận thông báo về sản phẩm có chương trình khuyến mãi không?	Có, cần thiết cho việc mua hàng của tôi
	Thi thoảng cần cho việc mua hàng
	Không cần thiết và làm phiền
	Khác...
Câu 20: Bạn đánh giá quá trình thanh toán sau khi hoàn tất mua hàng như thế nào?	Tiện lợi, nhanh chóng và đầy đủ phương thức
	Tốt nhưng cần cải thiện thêm
	Quá rườm rà và phức tạp
	Khác...
Câu 21: Bạn cảm thấy menu hỗ trợ khách hàng trên trang web có dễ truy cập và sử dụng không?	Truy cập rất dễ dàng, mọi thông tin rõ ràng
	Rõ ràng xóa nhưng có thể sắp xếp lại
	Tìm kiếm khó, cần cải thiện
	Khác...
Câu 22: Khi cần hỗ trợ, bạn muốn chọn kênh nào trên website	Trò chuyện trực tuyến
	E-mail
	Điện thoại

	Câu hỏi thường gặp (FAQ)
Câu 23: Bạn đánh giá thời gian phản hồi từ bộ phận hỗ trợ khách hàng như thế nào?	Nhanh chóng và kịp thời
	Hợp lý nhưng cần cải thiện
	Phản ứng chậm lại
Câu 24: Phần Câu hỏi thường gặp (FAQ) có đáp ứng nhu cầu thông tin của bạn không?	Rất hữu ích và đầy đủ thông tin
	Cơ sở thông tin cần được chi tiết hơn
	Câu trả lời cần thiết được tìm thấy khó khăn
Câu 25: Bạn cảm thấy thế nào về thông tin trong Hướng dẫn mua hàng?	Rất dễ hiểu và hữu ích
	Đủ thông tin nhưng nên bổ sung thêm chi tiết
	Khó hiểu, cần sắp xếp lại
Câu 26: Nếu bạn sử dụng tính năng trò chuyện trực tuyến, bạn sẽ đánh giá tính năng này như thế nào?	Hữu ích, phản hồi nhanh
	Cơ bản nhưng cần cải thiện tốc độ phản hồi
	Không hữu ích, phản hồi chậm
	Khác....
Câu 27: Bạn có thường xuyên sử dụng mục Theo dõi đơn hàng trên website không?	Thường xuyên, rất hữu ích
	Đôi khi sử dụng
	Không sử dụng

Câu 28: Phần Thông tin liên hệ có giúp bạn dễ dàng kết nối với bộ phận hỗ trợ khách hàng không?	Liên hệ rất dễ dàng, rõ ràng thông tin
	Khá đầy đủ nhưng cần dễ tìm hơn
	Khó tìm thấy hoặc thiếu thông tin
Câu 29: Khi liên hệ hỗ trợ qua các menu hỗ trợ khách hàng, bạn cảm thấy trải nghiệm tổng thể có thể như thế nào?	Hỗ trợ tốt và thân thiện
	Cần cải thiện về tốc độ và hiệu quả
	Hỗ trợ chưa được đáp ứng như mong đợi
Câu 30: Bạn có muốn trang web bổ sung thêm tính năng đánh giá độ hài hước về dịch vụ hỗ trợ không?	Có, sẽ giúp cải thiện dịch vụ tốt hơn
	Đôi khi cần thiết
	Không cần thiết
Câu 31: Bạn cảm thấy nội dung các bài viết trên blog của trang web như thế nào?	Hữu ích và liên kết đến nhu cầu
	Hữu ích nhưng cần chi tiết hơn
	Yêu cầu chưa thực sự cần thiết
Câu 32: Phong cách trình bày và thiết kế blog trên trang web có khiến bạn cảm thấy dễ chịu khi đọc không?	Dễ chịu và bắt mắt
	Đủ tốt nhưng cần cải thiện màu sắc và phông chữ chữ
	Đọc hoặc tải thông tin khó khăn
Câu 33: Bạn có muốn xem thêm các nội dung so sánh, đánh giá sản phẩm trên blog không?	Rất mong muốn
	Có thể cần thiết
	Không cần

Câu 34: Các bài viết chia sẻ phong cách thời trang liên quan đến đồng hồ có thu hút sự quan tâm của bạn không?	Thu hút và thú vị
	Đôi khi quan tâm
	Không quan tâm
Câu 35: Bạn cảm thấy các tùy chọn thanh toán trên trang web có đáp ứng nhu cầu của mình không?	Đầy đủ và tiện lợi
	Tương đối đủ, cần bổ sung thêm lựa chọn
	Thiếu nhiều tùy chọn phù hợp
Câu 36: Giao diện thanh toán của website có dễ sử dụng không?	Việc sử dụng và kết nối mạch cực kỳ dễ dàng
	Rõ ràng nhưng có thể đơn giản hóa
	Khó hiểu và cần sắp xếp lại
Câu 37: Bạn có thấy rõ các biểu tượng và hướng dẫn thanh toán trên trang web rõ ràng không?	Rõ ràng và dễ hiểu
	Đủ hiểu nhưng cần thêm hướng dẫn
	Khó hiểu và cần làm rõ
Câu 38: Bạn có muốn tính năng lưu thông tin thanh toán cho lần mua sắm tiếp theo không?	Có, rất tiện lợi
	Có thể, nhưng cần có bảo mật
	Không muốn lưu thông tin
Câu 39: Khi thanh toán, bạn có gặp khó khăn trong việc tìm hiểu các tài khoản phí (phí vận hành, thuế, vv) không?	Clear và minh bạch
	Đôi khi khó hiểu một số khoản phí
	Khó hiểu và cần giải chi tiết

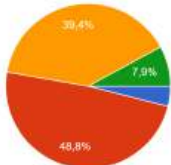
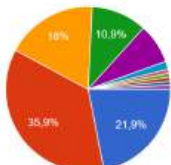
Câu 40: . Bạn có muốn trang thanh toán hiển thị đầy đủ thông tin giao dịch trên một màn hình hay từng bước một không?	Hiện thị đầy đủ trên một màn hình
	Từ bước một với chi tiết hướng dẫn
	Tùy chọn sản phẩm hoặc giao dịch

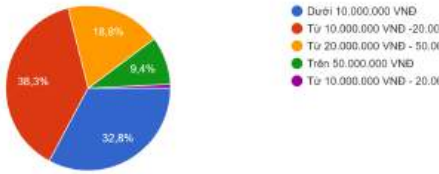
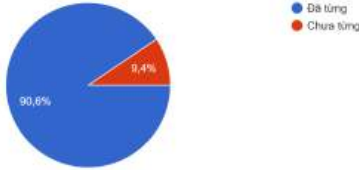
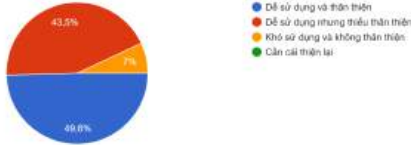
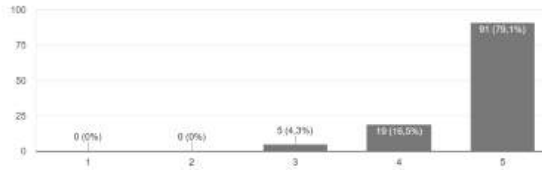
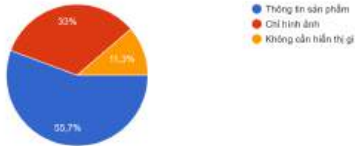
Xem chi tiết: [Link](#)

1.4.3. Kết quả nghiên cứu

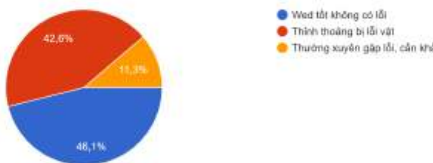
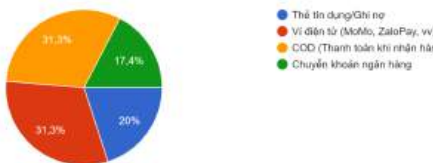
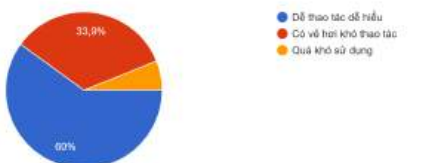
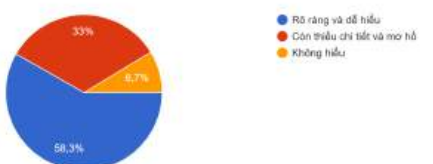
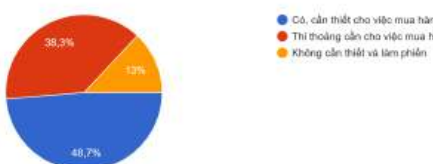
Bảng 1.6 Kết quả phiếu khảo sát

Tổng số phiếu phát ra	150
Tổng số phiếu thu lại	128
Tổng số phiếu hợp lệ	128
Tổng số phiếu không hợp lệ	0

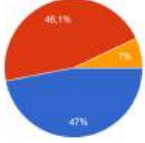
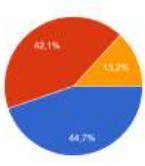
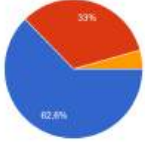
Câu hỏi	Biểu đồ	Kết quả
Bạn thuộc độ tuổi nào	<p>Câu 4: Bạn thuộc độ tuổi nào? 127 câu trả lời</p>  <ul style="list-style-type: none"> Dưới 18 tuổi Từ 18 - 20 tuổi Từ 21 đến 30 tuổi Trên 31 tuổi 	Nhận xét; Nhóm trẻ, dưới 30 tuổi, sử dụng phần lớn trong khảo sát, phản ánh xu hướng nghiên cứu mẫu tập trung vào nhóm đối tượng trẻ.
Nghề nghiệp của bạn là gì?	<p>Câu 5: Nghề nghiệp của bạn là gì? 128 câu trả lời</p>  <ul style="list-style-type: none"> Quản lý cấp cao Nhân viên văn phòng Nhân viên công chức/viên chức Ngành nghề giải trí, thời trang Sinh viên Phục vụ Học sinh/Sinh viên Sinh viên 	Nhận xét: Phần lớn tập trung vào các nhóm ổn định như nhân viên văn phòng và công chức, trong khi các nhóm như ngành giải trí, thời trang, và phục vụ vẫn chưa chiếm ưu thế. Tuy nhiên, những nhóm nhỏ này có thể đang phát triển và có thể thay đổi trong tương lai.

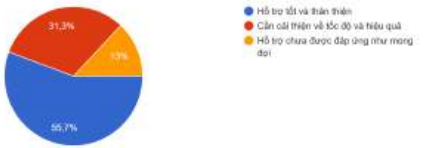
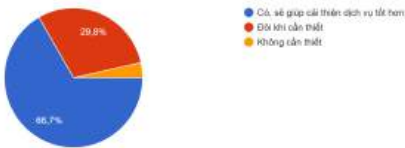
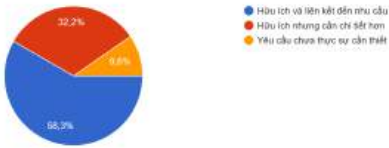
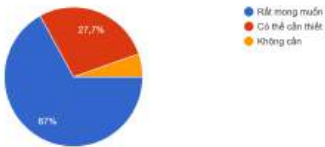
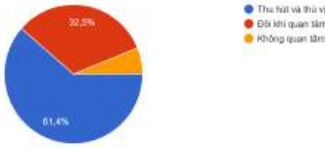
Thu nhập của bạn là bao nhiêu	<p>Câu 6: Thu nhập của bạn là bao nhiêu? 128 câu trả lời</p> 	Nhận xét: Đối tượng chính trong cuộc khảo sát này là những người có thu nhập trung bình, từ 10 đến 50 triệu đồng.
Bạn đã từng mua sản phẩm đồng hồ qua website chưa	<p>Câu 7: Bạn đã từng mua sản phẩm đồng hồ nào trông qua website chưa? 128 câu trả lời</p> 	Nhận xét: có thể thấy rằng việc mua sản phẩm qua website đã trở nên phổ biến và được chấp nhận rộng rãi trong nhóm người được khảo sát. Điều này cho thấy thương mại điện tử đang ngày càng phát triển và được người dùng ưa chuộng.
Khi truy cập website lần đầu, bạn cảm thấy giao diện website như thế nào	<p>Câu 8: Khi truy cập website lần đầu, bạn cảm thấy giao diện website như thế nào? 115 câu trả lời</p> 	Nhận xét: đa số người tham gia khảo sát đánh giá website là "Dễ sử dụng", bất kể là "thân thiện" hay "không thân thiện". Điều này cho thấy giao diện và tính năng của website đang được đánh giá tích cực từ người dùng.
Bạn đánh giá tốc độ tải trang web	<p>Câu 9: Bạn đánh giá tốc độ tải trang web như thế nào? (Từ 1-5 sao) 115 câu trả lời</p> 	Nhận xét: đa số người tham gia khảo sát (trên 95%) đánh giá tải trang web ở mức cao, từ 4 điểm trở lên. Điều này cho thấy tốc độ tải trang web được người dùng đánh giá là khá nhanh và đáp ứng tốt nhu cầu.
Khi di chuột vào sản phẩm, bạn muốn xem trước điều gì	<p>Câu 10: Khi di chuột vào sản phẩm, bạn muốn xem trước điều gì? 115 câu trả lời</p> 	Nhận xét: Dựa trên biểu đồ, người được hỏi ưu tiên "Thông tin sản phẩm" và "Chi tiết ảnh" khi mua sắm, cho thấy thông tin chi tiết và hình ảnh sản phẩm đều rất quan trọng.

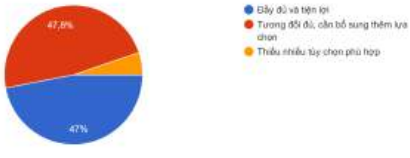
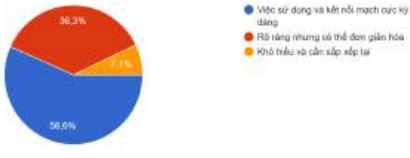
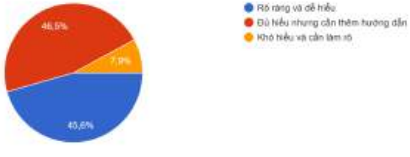
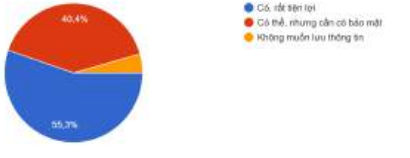
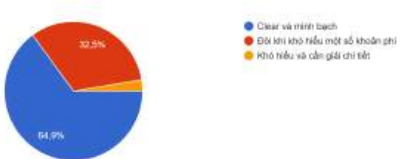
<p>Bạn muốn trang web bổ sung chức năng nào để dễ dàng tìm kiếm sản phẩm hơn?</p>	<p>Câu 11: Bạn muốn trang web bổ sung chức năng nào để dễ dàng tìm kiếm sản phẩm hơn? 115 câu trả lời</p>  <p> ● Bộ lọc sản phẩm ● Gợi ý sản phẩm ● Lưu danh sách sản phẩm thường mua ● Không cần </p>	<p>Nhận xét: Nhìn chung, người dùng rất quan tâm đến các tính năng bổ sung như bộ lọc sản phẩm, gợi ý và lưu danh sách sản phẩm thường mua</p>
<p>Bạn cảm thấy thế nào về phong cách thiết kế và màu sắc của trang web?</p>	<p>Câu 12: Bạn cảm thấy thế nào về phong cách thiết kế và màu sắc của trang web? 115 câu trả lời</p>  <p> ● Hài hòa, dễ nhìn ● Đẹp nhưng chưa đủ sự thu hút ● Cần cải thiện nhiều hơn </p>	<p>Nhận xét: Trang web nhận được đánh giá tích cực về sự hài hòa và dễ nhìn, nhưng vẫn cần cải thiện để tăng tính thu hút</p>
<p>Khi thêm sản phẩm vào giỏ hàng, thông báo trạng thái bạn thấy trong giỏ hàng hiển thị thế nào?</p>	<p>Câu 13: Khi thêm sản phẩm vào giỏ hàng, thông báo trạng thái bạn thấy trong giỏ hàng hiển thị thế nào? 115 câu trả lời</p>  <p> ● Rõ ràng đầy đủ ● Thiếu nhiều thông tin ● Không thấy thông báo </p>	<p>Nhận xét: Thông thông báo giỏ hàng được đánh giá khá tốt với hơn một nửa người dùng hài lòng, nhưng vẫn còn hơn 35% cho rằng thông tin chưa đầy đủ và 10% không thấy thông báo</p>
<p>Khi thêm sản phẩm vào giỏ hàng, thông báo trạng thái bạn thấy trong giỏ hàng hiển thị thế nào?</p>	<p>Câu 13: Khi thêm sản phẩm vào giỏ hàng, thông báo trạng thái bạn thấy trong giỏ hàng hiển thị thế nào? 115 câu trả lời</p>  <p> ● Rõ ràng đầy đủ ● Thiếu nhiều thông tin ● Không thấy thông báo </p>	
<p>Bạn có muốn theo dõi sản phẩm đã xem gần đây hoặc lịch sử mua hàng trên website không?</p>	<p>Câu 14: Bạn có muốn theo dõi sản phẩm đã xem gần đây hoặc lịch sử mua hàng trên web không? 115 câu trả lời</p>  <p> ● Thường xuyên muốn theo dõi ● Chỉ khi cần phải theo dõi ● Không cần thiết </p>	<p>Nhận xét : Tính năng theo dõi lịch sử mua sắm được đánh giá tích cực, cần linh hoạt hơn để đáp ứng nhu cầu người dùng</p>

<p>Khi sử dụng trang web, bạn có gặp phải lỗi nào không?</p>	<p>Câu 15: Khi sử dụng trang web, bạn có gặp phải lỗi nào không? 115 câu trả lời</p>  <table><tr><th>Lỗi gặp phải</th><th>Tỷ lệ</th></tr><tr><td>Web tốt không có lỗi</td><td>46,1%</td></tr><tr><td>Thỉnh thoảng bị lỗi vặt</td><td>42,6%</td></tr><tr><td>Thường xuyên gặp lỗi, cần khắc phục</td><td>11,3%</td></tr></table>	Lỗi gặp phải	Tỷ lệ	Web tốt không có lỗi	46,1%	Thỉnh thoảng bị lỗi vặt	42,6%	Thường xuyên gặp lỗi, cần khắc phục	11,3%	<p>Nhận xét: Mặc dù gần một nửa người dùng không gặp lỗi khi sử dụng trang web, vẫn có hơn 40% gặp lỗi thường xuyên hoặc thỉnh thoảng</p>		
Lỗi gặp phải	Tỷ lệ											
Web tốt không có lỗi	46,1%											
Thỉnh thoảng bị lỗi vặt	42,6%											
Thường xuyên gặp lỗi, cần khắc phục	11,3%											
<p>Bạn thường xuyên sử dụng phương thức thanh toán nào khi mua sắm trực tuyến không?</p>	<p>Câu 16: Bạn thường xuyên sử dụng phương thức thanh toán nào khi mua sắm trực tuyến không? 115 câu trả lời</p>  <table><tr><th>Phương thức thanh toán</th><th>Tỷ lệ</th></tr><tr><td>Thẻ tín dụng/Ghi nợ</td><td>17,4%</td></tr><tr><td>Ví điện tử (MoMo, ZaloPay, vv)</td><td>20%</td></tr><tr><td>COD (Thanh toán khi nhận hàng)</td><td>31,3%</td></tr><tr><td>Chuyển khoản ngân hàng</td><td>31,3%</td></tr></table>	Phương thức thanh toán	Tỷ lệ	Thẻ tín dụng/Ghi nợ	17,4%	Ví điện tử (MoMo, ZaloPay, vv)	20%	COD (Thanh toán khi nhận hàng)	31,3%	Chuyển khoản ngân hàng	31,3%	<p>Nhận xét : Phương thức thanh toán trực tuyến được ưa chuộng nhất là COD và ví điện tử, tiếp theo là thẻ tín dụng và chuyển khoản. Điều này cho thấy người dùng có xu hướng ưu tiên phương thức thanh toán tiện lợi và an toàn</p>
Phương thức thanh toán	Tỷ lệ											
Thẻ tín dụng/Ghi nợ	17,4%											
Ví điện tử (MoMo, ZaloPay, vv)	20%											
COD (Thanh toán khi nhận hàng)	31,3%											
Chuyển khoản ngân hàng	31,3%											
<p>Bạn đánh giá trang web tương thích như thế nào khi sử dụng trên thiết bị di động?</p>	<p>Câu 17: Bạn đánh giá trang web tương thích như thế nào khi sử dụng trên thiết bị di động? 115 câu trả lời</p>  <table><tr><th>Đánh giá tương thích</th><th>Tỷ lệ</th></tr><tr><td>Dễ thao tác dễ hiểu</td><td>60%</td></tr><tr><td>Có vẻ hơi khó thao tác</td><td>33,9%</td></tr><tr><td>Quá khó sử dụng</td><td>5,7%</td></tr></table>	Đánh giá tương thích	Tỷ lệ	Dễ thao tác dễ hiểu	60%	Có vẻ hơi khó thao tác	33,9%	Quá khó sử dụng	5,7%	<p>Nhận xét: Đa số người dùng đánh giá trang web dễ thao tác, nhưng vẫn cần cải thiện để hỗ trợ nhóm người dùng gặp khó khăn khi tải.</p>		
Đánh giá tương thích	Tỷ lệ											
Dễ thao tác dễ hiểu	60%											
Có vẻ hơi khó thao tác	33,9%											
Quá khó sử dụng	5,7%											
<p>Khi truy cập trang chi tiết sản phẩm, bạn thấy trình bày thông tin như thế nào?</p>	<p>Câu 18: Khi truy cập trang chi tiết sản phẩm, bạn thấy trình bày thông tin như thế nào? 115 câu trả lời</p>  <table><tr><th>Trình bày thông tin</th><th>Tỷ lệ</th></tr><tr><td>Rõ ràng và dễ hiểu</td><td>58,3%</td></tr><tr><td>Còn thiếu chi tiết và mơ hồ</td><td>33%</td></tr><tr><td>Không hiểu</td><td>8,7%</td></tr></table>	Trình bày thông tin	Tỷ lệ	Rõ ràng và dễ hiểu	58,3%	Còn thiếu chi tiết và mơ hồ	33%	Không hiểu	8,7%	<p>Nhận xét: Thông tin sản phẩm được trình bày rõ ràng, dễ hiểu, nhưng nên khắc phục các vấn đề về hình ảnh và độ chi tiết để nâng cao trải nghiệm người dùng</p>		
Trình bày thông tin	Tỷ lệ											
Rõ ràng và dễ hiểu	58,3%											
Còn thiếu chi tiết và mơ hồ	33%											
Không hiểu	8,7%											
<p>Bạn có muốn nhận thông báo về sản phẩm có chương trình khuyến mãi không?</p>	<p>Câu 19: Bạn có muốn nhận thông báo về sản phẩm có chương trình khuyến mãi không? 115 câu trả lời</p>  <table><tr><th>Ý kiến về thông báo</th><th>Tỷ lệ</th></tr><tr><td>Có, cần thiết cho việc mua hàng</td><td>48,7%</td></tr><tr><td>Thỉnh thoảng cần cho việc mua hàng</td><td>38,3%</td></tr><tr><td>Không cần thiết và làm phiền</td><td>13%</td></tr></table>	Ý kiến về thông báo	Tỷ lệ	Có, cần thiết cho việc mua hàng	48,7%	Thỉnh thoảng cần cho việc mua hàng	38,3%	Không cần thiết và làm phiền	13%	<p>Nhận xét: Nhu cầu nhận thông báo khuyến mãi khá phổ biến, nhưng cần cân nhắc cách tiếp cận để không làm phiền người dùng</p>		
Ý kiến về thông báo	Tỷ lệ											
Có, cần thiết cho việc mua hàng	48,7%											
Thỉnh thoảng cần cho việc mua hàng	38,3%											
Không cần thiết và làm phiền	13%											

<p>Bạn đánh giá quá trình thanh toán sau khi hoàn tất mua hàng như thế nào?</p>	<p>Câu 20: Bạn đánh giá quá trình thanh toán sau khi hoàn tất mua hàng như thế nào? 115 câu trả lời</p>  <table><tr><td>Tiện lợi, nhanh chóng và dễ dàng</td><td>56.5%</td></tr><tr><td>Tốt nhưng cần cải thiện thêm</td><td>33.9%</td></tr><tr><td>Quá rườm rà và phức tạp</td><td>9.6%</td></tr></table>	Tiện lợi, nhanh chóng và dễ dàng	56.5%	Tốt nhưng cần cải thiện thêm	33.9%	Quá rườm rà và phức tạp	9.6%	<p>Nhận xét: Hầu hết người dùng đánh giá quá trình đánh giá sau mua là dễ dàng, nhưng vẫn có một số người cảm thấy tốn thời gian, cần cải thiện để thuận tiện hơn</p>		
Tiện lợi, nhanh chóng và dễ dàng	56.5%									
Tốt nhưng cần cải thiện thêm	33.9%									
Quá rườm rà và phức tạp	9.6%									
<p>Bạn cảm thấy menu hỗ trợ khách hàng trên trang web có dễ truy cập và sử dụng không?</p>	<p>Câu 21: Bạn cảm thấy menu hỗ trợ khách hàng trên trang web có dễ truy cập và sử dụng không? 115 câu trả lời</p>  <table><tr><td>Truy cập rất dễ dàng, mọi thông tin đều rõ ràng</td><td>65.2%</td></tr><tr><td>Rõ ràng xóa nhưng có thể sắp xếp lại</td><td>27.8%</td></tr><tr><td>Tìm kiếm khó, cần cải thiện</td><td>7%</td></tr></table>	Truy cập rất dễ dàng, mọi thông tin đều rõ ràng	65.2%	Rõ ràng xóa nhưng có thể sắp xếp lại	27.8%	Tìm kiếm khó, cần cải thiện	7%	<p>Nhận xét: Đa số người dùng đánh giá menu hỗ trợ dễ sử dụng và rõ ràng, nhưng vẫn cần cải thiện sự sắp xếp để dễ dàng tìm kiếm hơn. Việc tối ưu hóa giao diện và tổ chức lại menu sẽ nâng cao trải nghiệm người dùng</p>		
Truy cập rất dễ dàng, mọi thông tin đều rõ ràng	65.2%									
Rõ ràng xóa nhưng có thể sắp xếp lại	27.8%									
Tìm kiếm khó, cần cải thiện	7%									
<p>Khi cần hỗ trợ, bạn muốn chọn kênh nào trên website?</p>	<p>Câu 22: Khi cần hỗ trợ, bạn muốn chọn kênh nào trên website? 115 câu trả lời</p>  <table><tr><td>Trò chuyện trực tuyến</td><td>53%</td></tr><tr><td>E-mail</td><td>27.8%</td></tr><tr><td>Điện thoại</td><td>17.4%</td></tr><tr><td>Câu hỏi thường gặp (FAQ)</td><td>1.8%</td></tr></table>	Trò chuyện trực tuyến	53%	E-mail	27.8%	Điện thoại	17.4%	Câu hỏi thường gặp (FAQ)	1.8%	<p>Nhận xét: Kênh chat trực tuyến được ưa chuộng nhất, cho thấy người dùng thích giao tiếp nhanh chóng và thuận tiện. Tuy nhiên, các kênh như email và điện thoại cũng vẫn giữ vai trò quan trọng</p>
Trò chuyện trực tuyến	53%									
E-mail	27.8%									
Điện thoại	17.4%									
Câu hỏi thường gặp (FAQ)	1.8%									
<p>Bạn đánh giá thời gian phản hồi từ bộ phận hỗ trợ khách hàng như thế nào?</p>	<p>Câu 23: Bạn đánh giá thời gian phản hồi từ bộ phận hỗ trợ khách hàng như thế nào? 115 câu trả lời</p>  <table><tr><td>Nhanh chóng và kịp thời</td><td>60.9%</td></tr><tr><td>Hợp lý nhưng cần cải thiện</td><td>34.8%</td></tr><tr><td>Phản ứng chậm lại</td><td>4.3%</td></tr></table>	Nhanh chóng và kịp thời	60.9%	Hợp lý nhưng cần cải thiện	34.8%	Phản ứng chậm lại	4.3%	<p>Nhận xét: Khách hàng đánh giá cao phản hồi nhanh chóng, nhưng vẫn cần cải thiện thời gian và chất lượng phản hồi để nâng cao sự hài lòng.</p>		
Nhanh chóng và kịp thời	60.9%									
Hợp lý nhưng cần cải thiện	34.8%									
Phản ứng chậm lại	4.3%									

<p>Phần Câu hỏi thường gặp (FAQ) có đáp ứng nhu cầu thông tin của bạn không?</p>	<p>Câu 24: Phần Câu hỏi thường gặp (FAQ) có đáp ứng nhu cầu thông tin của bạn không? 115 câu trả lời</p>  <ul style="list-style-type: none"> ● Rất hữu ích và đầy đủ thông tin ● Cơ sở thông tin cần được chi tiết ● Câu trả lời cần thiết được tìm thấy 	<p>Nhận xét: FAQ hữu ích với nhiều người, nhưng cần cải thiện và bổ sung thông tin để đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng.</p>
<p>Bạn cảm thấy thế nào về thông tin trong Hướng dẫn mua hàng?</p>	<p>Câu 25: Bạn cảm thấy thế nào về thông tin trong Hướng dẫn mua hàng? 115 câu trả lời</p>  <ul style="list-style-type: none"> ● Rất dễ hiểu và hữu ích ● Đủ thông tin nhưng nên bổ sung thêm chi tiết ● Khó hiểu, cần sắp xếp lại 	<p>Nhận xét: Hướng dẫn mua hàng khá hữu ích và đáp ứng phần lớn nhu cầu, nhưng cần bổ sung thêm thông tin và sắp xếp hợp lý hơn để cải thiện trải nghiệm người dùng.</p>
<p>Nếu bạn sử dụng tính năng trò chuyện trực tuyến, bạn sẽ đánh giá tính năng này như thế nào?</p>	<p>Câu 26: Nếu bạn sử dụng tính năng trò chuyện trực tuyến, bạn sẽ đánh giá tính năng này như thế nào? 114 câu trả lời</p>  <ul style="list-style-type: none"> ● Hữu ích, phản hồi nhanh ● Cơ bản nhưng cần cải thiện tốc độ phản hồi ● Không hữu ích, phản hồi chậm 	<p>Nhận xét: Tính năng trò chuyện trực tuyến được đánh giá cao về tính hữu ích, nhưng tốc độ phản hồi chưa tối ưu. Đây là điểm cần tập trung cải thiện để nâng cao sự hài lòng của khách hàng.</p>
<p>Bạn có thường xuyên sử dụng mục Theo dõi đơn hàng trên website không?</p>	<p>Câu 27: Bạn có thường xuyên sử dụng mục Theo dõi đơn hàng trên website không? 115 câu trả lời</p>  <ul style="list-style-type: none"> ● Thường xuyên, rất hữu ích ● Đôi khi sử dụng ● Không sử dụng 	<p>Nhận xét: Tính năng theo dõi đơn hàng được người dùng đánh giá cao và sử dụng thường xuyên, thể hiện tính tiện lợi</p>
<p>Phần Thông tin liên hệ có giúp bạn dễ dàng kết nối với bộ phận hỗ trợ khách hàng không?</p>	<p>Câu 28: Phần Thông tin liên hệ có giúp bạn dễ dàng kết nối với bộ phận hỗ trợ khách hàng không? 115 câu trả lời</p>  <ul style="list-style-type: none"> ● Liên hệ rất dễ dàng, rõ ràng thông tin ● Khá đầy đủ nhưng cần dễ tìm hơn ● Khó tìm thấy hoặc thiếu thông tin 	<p>Nhận xét: Phần lớn người dùng cảm thấy thông tin liên hệ hữu ích và dễ sử dụng. Tuy nhiên, vẫn cần cải thiện cách hiển thị hoặc sắp xếp thông tin để giảm thiểu khó khăn cho một số người dùng.</p>

<p>Khi liên hệ hỗ trợ qua các menu hỗ trợ khách hàng, bạn cảm thấy trải nghiệm tổng thể có thể như thế nào?</p>	<p>Câu 29: Khi liên hệ hỗ trợ qua các menu hỗ trợ khách hàng, bạn cảm thấy trải nghiệm tổng thể có thể như thế nào? 115 câu trả lời</p>  <p> ● Hỗ trợ tốt và thân thiện ● Cần cải thiện về tốc độ và hiệu quả ● Hỗ trợ chưa được đáp ứng như mong đợi </p>	<p>Nhận xét: Dịch vụ hỗ trợ khách hàng được đánh giá cao về thái độ và sự thân thiện. Tuy nhiên, tốc độ và hiệu quả giải quyết vẫn là một điểm cần được ưu tiên cải thiện để đáp ứng kỳ vọng của khách hàng</p>
<p>Bạn có muốn trang web bổ sung thêm tính năng đánh giá độ hài hước về dịch vụ hỗ trợ không?</p>	<p>Câu 30: Bạn có muốn trang web bổ sung thêm tính năng đánh giá độ hài hước về dịch vụ hỗ trợ không? 114 câu trả lời</p>  <p> ● Có, sẽ giúp cải thiện dịch vụ tốt hơn ● Đôi khi cần thiết ● Không cần thiết </p>	<p>Nhận xét: Phần lớn khách hàng mong muốn có tính năng đánh giá hài hước để tăng sự tương tác và cải thiện dịch vụ hỗ trợ</p>
<p>Bạn cảm thấy nội dung các bài viết trên blog của trang web như thế nào?</p>	<p>Câu 31: Bạn cảm thấy nội dung các bài viết trên blog của trang web như thế nào? 115 câu trả lời</p>  <p> ● Hữu ích và liên kết đến nhu cầu ● Hữu ích nhưng cần chi tiết hơn ● Yếu cầu chưa thực sự cần thiết </p>	<p>Nhận xét: Hơn 58% người tham gia cảm thấy bài viết hữu ích nhưng cần chi tiết hơn. Điều này có thể chỉ ra rằng người đọc muốn thông tin cụ thể và rõ ràng hơn để giải quyết nhu cầu của họ.</p>
<p>Bạn có muốn xem thêm các nội dung so sánh, đánh giá sản phẩm trên blog không?</p>	<p>Câu 33: Bạn có muốn xem thêm các nội dung so sánh, đánh giá sản phẩm trên blog không? 112 câu trả lời</p>  <p> ● Rất mong muốn ● Có thể cần thiết ● Không cần </p>	<p>Nhận xét: 67% người tham gia cho rằng nội dung so sánh, đánh giá sản phẩm có thể cần thiết. Điều này có thể giúp gia tăng giá trị bài viết và đáp ứng nhu cầu tìm hiểu sản phẩm.</p>
<p>Các bài viết chia sẻ phong cách thời trang liên quan đến đồng hồ có thu hút sự quan tâm của bạn không?</p>	<p>Câu 34: Các bài viết chia sẻ phong cách thời trang liên quan đến đồng hồ có thu hút sự quan tâm của bạn không? 114 câu trả lời</p>  <p> ● Thu hút và thú vị ● Đôi khi quan tâm ● Không quan tâm </p>	<p>Nhận xét: Hầu hết người tham gia đều quan tâm đến bài viết về đồng hồ và phong cách thời trang, với 61,4% cho biết bài viết thu hút và thú vị.</p>



<p>Bạn cảm thấy các tùy chọn thanh toán trên trang web có đáp ứng nhu cầu của mình không?</p>	<p>Câu 35: Bạn cảm thấy các tùy chọn thanh toán trên trang web có đáp ứng nhu cầu của mình không? 115 câu trả lời</p>  <p> ● Tiện lợi và hữu ích ● Tương đối đủ, cần bổ sung thêm lựa chọn ● Thiếu nhiều tùy chọn phù hợp </p>	<p>Nhận xét: 47% cảm thấy tùy chọn thanh toán tương đối đủ, nhưng cần bổ sung thêm lựa chọn, điều này có thể là một điểm cần cải thiện cho website.</p>
<p>Giao diện thanh toán của website có dễ sử dụng không?</p>	<p>Câu 36: Giao diện thanh toán của website có dễ sử dụng không? 113 câu trả lời</p>  <p> ● Rất sử dụng và kết nối mạch cực kỳ dễ dàng ● Dễ dàng nhưng có thể đơn giản hóa ● Khó hiểu và cần sắp xếp lại </p>	<p>Nhận xét: Hơn 56% cho biết giao diện thanh toán khá khó hiểu và cần được đơn giản hóa để dễ sử dụng hơn.</p>
<p>Bạn có thấy rõ các biểu tượng và hướng dẫn thanh toán trên trang web rõ ràng không?</p>	<p>Câu 37: Bạn có thấy rõ các biểu tượng và hướng dẫn thanh toán trên trang web rõ ràng không? 114 câu trả lời</p>  <p> ● Rõ ràng và dễ hiểu ● Dễ hiểu nhưng cần thêm hướng dẫn ● Khó hiểu và cần làm rõ </p>	<p>Nhận xét: Mặc dù 46,5% thấy hướng dẫn đủ hiểu nhưng cần thêm, nhưng cũng có đến 45,6% người tham gia cho rằng cần làm rõ hơn nữa.</p>
<p>Bạn có muốn tính năng lưu thông tin thanh toán cho lần mua sắm tiếp theo không?</p>	<p>Câu 38: Bạn có muốn tính năng lưu thông tin thanh toán cho lần mua sắm tiếp theo không? 114 câu trả lời</p>  <p> ● Có rất tiện lợi ● Có thể, nhưng cần có bảo mật ● Không muốn lưu thông tin </p>	<p>Nhận xét: Hơn 40% người tham gia thấy tính năng lưu thông tin thanh toán tiện lợi, tuy nhiên, 55,3% cảm thấy cần có bảo mật.</p>
<p>Khi thanh toán, bạn có gặp khó khăn trong việc tìm hiểu các tài khoản phí (phí vận hành, thuế, vv) không?</p>	<p>Câu 39: Khi thanh toán, bạn có gặp khó khăn trong việc tìm hiểu các tài khoản phí (phí vận hành, thuế, vv) không? 114 câu trả lời</p>  <p> ● Clear và minh bạch ● Dễ khi khó hiểu một số khoản phí ● Khó hiểu và cần giải chi tiết </p>	<p>Nhận xét: 64,9% người tham gia cho rằng một số khoản phí đôi khi khó hiểu, do đó, cần cung cấp thông tin chi tiết và rõ ràng hơn.</p>

N2. XÂY DỰNG KẾ HOẠCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CHO DOANH NGHIỆP LUXURY WATCH TỪ THÁNG 01/10/2024 ĐẾN THÁNG 01/03/2025

2.1 Phân tích môi trường ảnh hưởng đến hoạt động TMĐT của DN

2.1.1 Đối thủ cạnh tranh

Bảng 2.1 Đối thủ cạnh tranh

Thương hiệu	WatchStore	Hải Triều
Logo		
Sản phẩm	Đồng hồ nam	Đồng hồ nam, nữ, trang sức, phụ kiện, ...
Kênh phân phối	Cửa hàng truyền thống, đại lý, online	Cửa hàng truyền thống, online
Mô hình kinh doanh	B2C (Business to Consumer), cung cấp sản phẩm trực tiếp từ cửa hàng và qua kênh trực tuyến đến người tiêu dùng cuối cùng.	B2C (Business to Consumer), cung cấp sản phẩm trực tiếp từ cửa hàng và qua kênh trực tuyến đến người tiêu dùng cuối cùng
Điểm mạnh	<ul style="list-style-type: none"> - Nguồn lực tài chính mạnh, khả năng đầu tư lớn. - Thương hiệu uy tín, được khách hàng tin tưởng. - Đội ngũ nhân sự chất lượng cao, giàu kinh nghiệm. - Chương trình khuyến mãi, ưu đãi thường xuyên 	<ul style="list-style-type: none"> - Thương hiệu uy tín, được khách hàng tin tưởng. - Mạng lưới phân phối rộng khắp, tiếp cận khách hàng dễ dàng. - Đa dạng sản phẩm
Điểm yếu	<ul style="list-style-type: none"> - Giá thành sản phẩm/dịch vụ cao. - Chất lượng sản phẩm/dịch vụ chưa ổn định. 	<ul style="list-style-type: none"> - Giá thành sản phẩm/dịch vụ cao. - Chưa có sự đổi mới, sáng tạo trong sản phẩm/dịch vụ.

2.1.2. Phân tích hạ tầng/ nền tảng trong TMĐT

a. Website/ứng dụng di động:

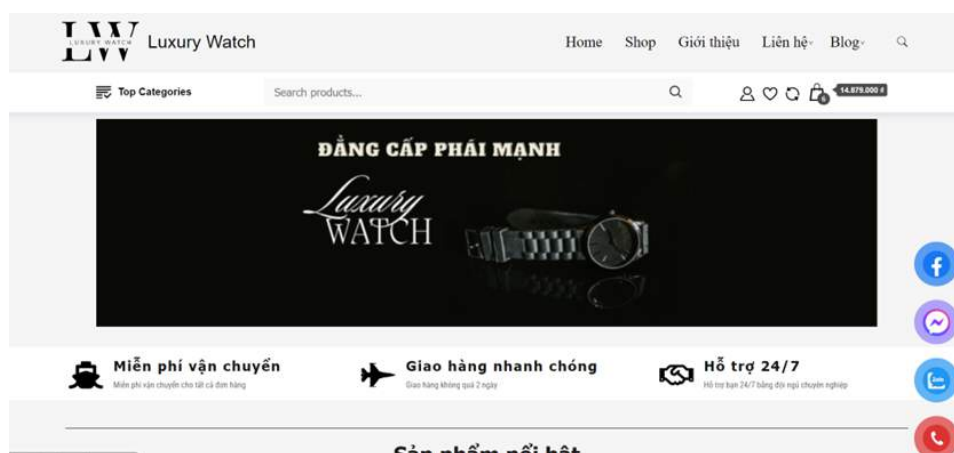
- Nền tảng: Xây dựng website trên nền tảng Wordpress.

Cơ sở vật chất:

+ Hosting: TinoHost: Nhà cung cấp Web Hosting, VPS, Tên Miền & Email

+ Domain: donghonamluxury.com

- Website được thiết kế với giao diện đơn giản, cùng màu chủ đạo của logo, có bố cục rõ ràng từng mục giúp khách hàng dễ dàng tìm kiếm và thao tác trên website.



Hình 2.1 Giao diện Website Luxury Watch

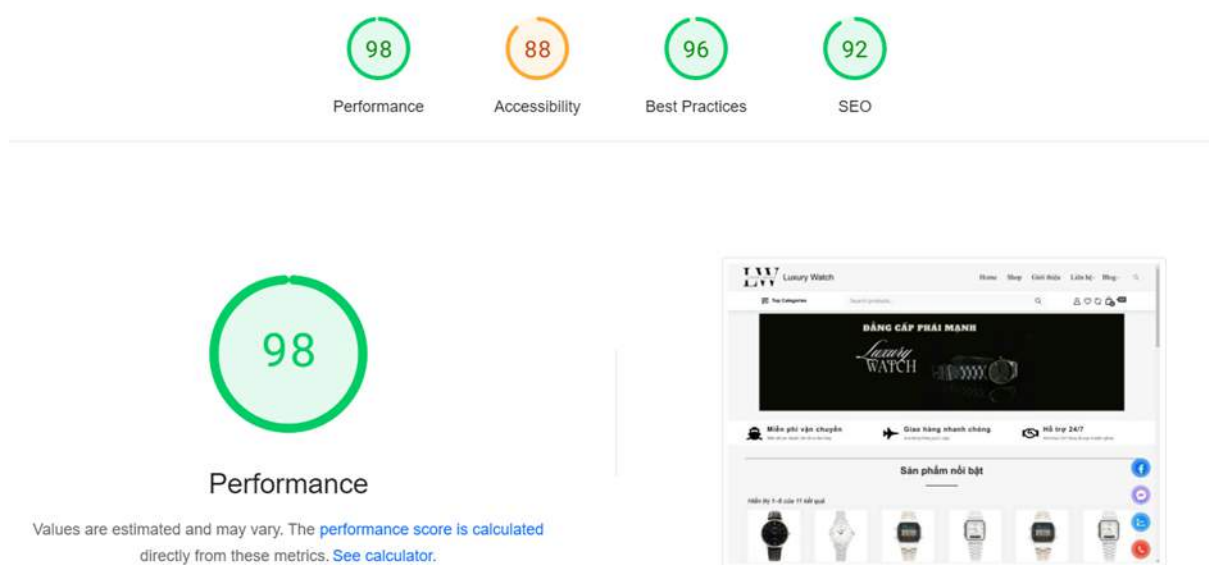
- Sản phẩm được bán trên website đều có đầy đủ thông tin chi tiết về giá cả, các danh mục sản phẩm hiển thị rõ ràng, dễ dàng thao tác lựa chọn.

- Sử dụng khoảng cách giữa các thành phần.

- Font chữ không bị lỗi, đồng đều.

- Sắp xếp bố cục rõ ràng, hợp lý để người dùng có thể thuận tiện trong việc tìm kiếm.

Tốc độ tải trang



Hình 2.2 Pagespeed insight của Luxury Watch

b. Fanpage:

- Tối ưu URL của Fanpage: <https://www.facebook.com/dongholuxurynam/>
- Tối ưu URL trở nên ngắn gọn và dễ nhớ
- Tên URL khớp với tên trang facebook hoặc thương hiệu thì sẽ giúp tăng cường khả năng nhận diện thương hiệu của khách hàng tốt hơn.
- Tối ưu nội dung, hashtag



Hình 2.3 Giao diện Fanpage



Luxury Watch

5 tháng 10 · 🌐

..

Đồng Hồ Seiko SNKE04K1: Sự Kết Hợp Hoàn Hảo Giữa Đẳng Cấp và Phong Cách

✨ Seiko SNKE04K1 là mẫu đồng hồ tự động nam mang đậm chất thanh lịch với thiết kế mặt số sang trọng và tông màu vàng ánh kim nổi bật. Đây là lựa chọn lý tưởng cho những quý ông yêu thích phong cách hiện đại và đẳng cấp.

◆ Thiết kế tinh xảo: Với sự kết hợp giữa hai màu vàng và bạc, Seiko SNKE04K1 nổi bật với vẻ ngoài sang trọng, phù hợp cho cả môi trường công sở lẫn các sự kiện đặc biệt. Vành đồng hồ được mạ vàng tinh tế, kết hợp cùng các chi tiết vạch số nổi bật trên nền mặt trắng.

◆ Độ bền vượt trội: Được trang bị vỏ thép không gỉ và khả năng chống nước lên đến 50m, bạn hoàn toàn yên tâm khi sử dụng trong các hoạt động thường ngày.

◆ Máy Automatic 21 chân kính: Đồng hồ Seiko SNKE04K1 hoạt động với bộ máy tự động bền bỉ, sử dụng chuyển động cổ tay để duy trì năng lượng, không cần pin, mang lại cảm giác truyền thống mà không kém phần hiện đại.

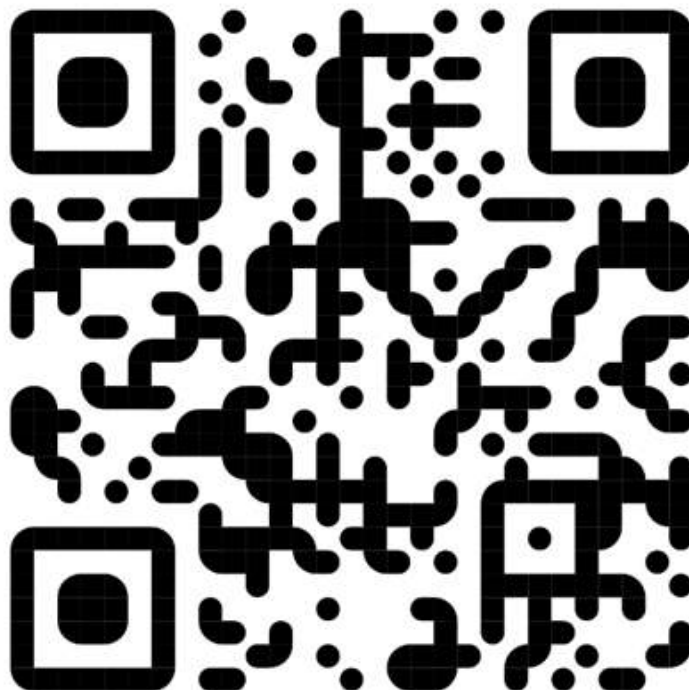
◆ Phong cách đa năng: Dễ dàng kết hợp với nhiều trang phục, từ lịch lãm cho đến năng động, Seiko SNKE04K1 giúp quý ông luôn tự tin, tỏa sáng trong mọi hoàn cảnh.

☀️ Sở hữu ngay Seiko SNKE04K1 để trải nghiệm vẻ đẹp đẳng cấp và sự tiện ích từ một trong những thương hiệu đồng hồ hàng đầu thế giới.

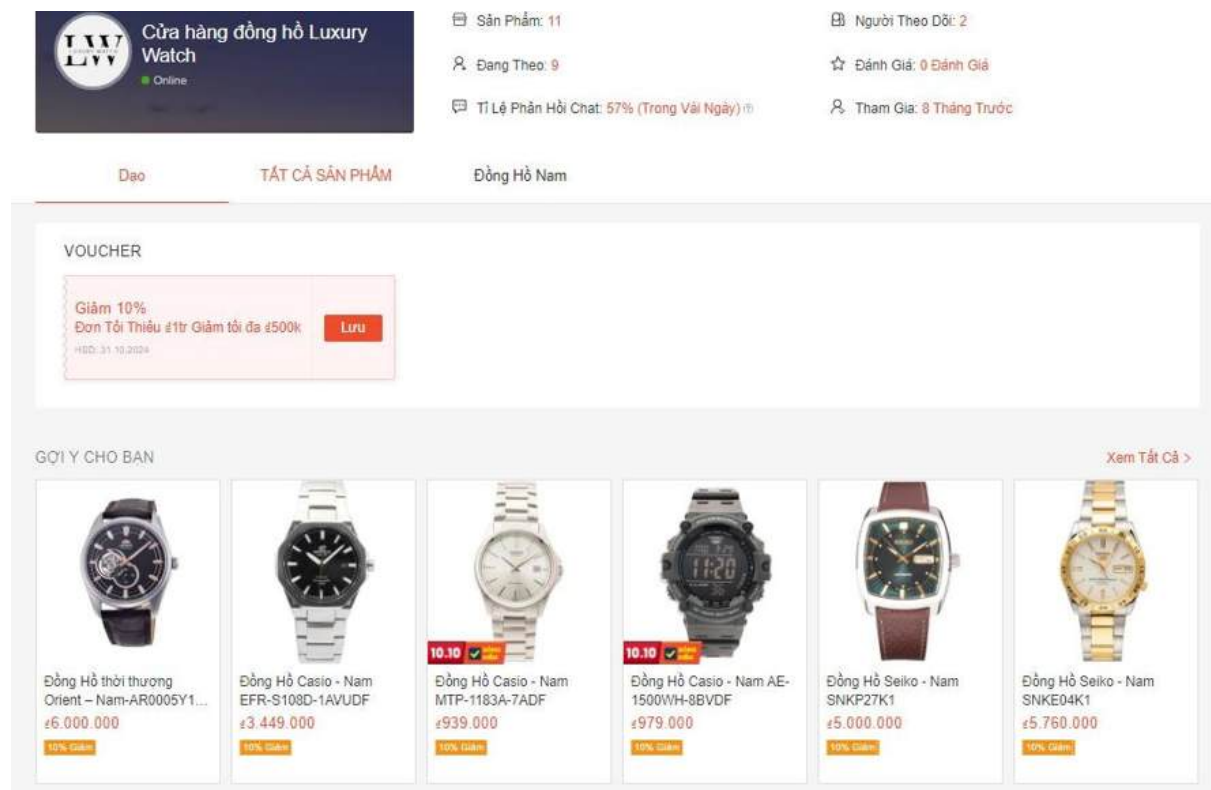
#Seiko #SNKE04K1 #ĐồngHồNam #PhongCáchLịchLãm #SangTrọng #Automatic #luxurywatch

Hình 2.4 Bài viết của Luxury Watch

c. Shopee



Link shopee: <https://shopee.vn/shop/1173856289>



Hình 2.5 Giao diện Shopee

d. Hệ thống thanh toán trực tuyến:

- Các phương thức thanh toán hỗ trợ: tích hợp nhiều phương thức thanh toán, bao gồm thẻ tín dụng/ghi nợ, ví điện tử (Momo, ZaloPay), và chuyển khoản ngân hàng để đảm bảo sự thuận tiện cho khách hàng khi thanh toán
- Tính bảo mật và độ tin cậy: Hệ thống thanh toán được tích hợp các tiêu chuẩn bảo mật cao như OTP cho các giao dịch lớn và mã hóa dữ liệu.
- Phí giao dịch: Phí giao dịch sẽ được cập nhật và hiển thị rõ ràng cho khách hàng trước khi thanh toán, để tránh bất kỳ sự không rõ ràng nào trong quá trình mua hàng.

e. Hệ thống vận chuyển:


- Đối tác vận chuyển: Hợp tác với các đối tác uy tín như Giao hàng tiết kiệm, Giao hàng nhanh, và Viettel Post để đảm bảo dịch vụ giao hàng an toàn, đáng tin cậy và nhanh chóng.
- Phạm vi và thời gian giao hàng: Phạm vi giao hàng toàn quốc và hỗ trợ vận chuyển quốc tế cho các thị trường trọng điểm. Thời gian giao hàng dự kiến từ 2-5 ngày làm việc trong nước và từ 7-10 ngày đối với quốc tế, tùy theo khu vực.
- Theo dõi đơn hàng: Hệ thống sẽ cung cấp mã theo dõi đơn hàng để khách hàng có thể kiểm tra tình trạng đơn hàng của mình theo thời gian thực trên website hoặc ứng dụng di động.

2.1.3 Phân tích sản phẩm và thị trường kinh doanh thương mại điện tử tại doanh nghiệp


a. Phân tích sản phẩm:

Bảng 2.2 Bảng phân tích sản phẩm

Nhóm sản phẩm	Mô tả sản phẩm	Giá	Hình ảnh sản phẩm
Theo thương hiệu: Casio và Seiko	Đồng hồ Casio Edifice ECB-40DB-1ADF: - Là mẫu đồng hồ nam thể thao, lấy cảm hứng từ giải đua xe công thức 1, với thiết kế vỏ và dây kim loại bền bỉ, kính cứng và bộ máy Quartz. Đồng hồ có tính năng kết nối - Bluetooth để đồng bộ thời gian và cài đặt tiện lợi, hiển thị giờ thế giới, bấm giờ, đếm ngược, báo thức và tự động điều chỉnh giờ qua ứng dụng. Sản phẩm	6.500.000 VND	

	phối màu đen-xanh nổi bật, phù hợp cho nam giới yêu thích phong cách mạnh mẽ và đa chức năng.		
	<p>Seiko 5 Sports Field SRPG39K1:</p> <p>- Là mẫu đồng hồ cơ quân đội tầm trung đến từ thương hiệu Nhật Bản. Với thiết kế đậm chất “phong trần”, bụi bặm, đồng hồ có nhiều chức năng nổi bật, trong đó có chống nước đến 10ATM và bộ máy cơ tích cót 41 giờ mạnh mẽ.</p>	10.500.000 VND	
<p>Theo mức giá:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dưới 5 triệu - Từ 5 triệu - 20 triệu - Trên 20 triệu 	<p>Đồng hồ Seiko – Nam SNKP15J1</p> <p>có thiết kế tinh tế và mạnh mẽ với kích thước mặt 42mm, phù hợp với cổ tay trung bình đến lớn. Vỏ đồng hồ làm từ thép không gỉ, bền bỉ và chống trầy xước, kết hợp với dây đeo thép không gỉ ôm sát tay, dễ dàng điều chỉnh. Mặt số đen với các cọc số vạch và kim chỉ dạ quang giúp dễ dàng xem giờ trong mọi</p>	4.350.000 VNĐ	

	<p>điều kiện ánh sáng. Mặt kính Hardlex chống trầy xước và va đập, đồng hồ còn có tính năng lên cút tự động, không cần thay pin.</p>		
	<p>Đồng hồ Nam SEIKO 5 Sports Automatic SRPD55K3S:</p> <p>sở hữu thiết kế thể thao, bộ máy tự động mạnh mẽ và tính năng tiện ích vượt trội. Màu sắc mặt số đen nổi bật với các chỉ số giờ và kim giờ được phủ dạ quang, tạo sự dễ dàng khi đọc giờ trong điều kiện ánh sáng yếu.</p>	5.300.000 VND	
<p>Theo chất liệu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dây da - Dây kim loại 	<p>Đồng hồ CASIO EDIFICE EFV-600L</p> <p>- Là lựa chọn tuyệt vời cho các quý ông yêu thích phong cách thanh lịch nhưng mạnh mẽ. Thiết kế với mặt số màu xanh đậm độc đáo và tinh tế. Sản phẩm này không chỉ thu hút ánh nhìn mà còn rất phù hợp cho nhiều hoàn cảnh khác nhau, từ công</p>	5.999.000	

	việc cho đến các hoạt động hàng ngày.		
	<p>Casio Edifice ECB-40DB-1ADF</p> <p>Sở hữu nhiều thương hiệu phụ mang phong cách khác nhau, trong đó Edifice hướng đến nam giới thích kiểu dáng sang trọng, kết hợp chức năng bấm giờ thể thao đa năng.</p>	5.799.999	

b. Mô hình SWOT sản phẩm:

Điểm mạnh (Strengths):

- Chất lượng và độ bền cao: được chế tác từ vật liệu đắt tiền, bền bỉ như vàng, thép không gỉ, da thật, và được chế tác tinh xảo, giúp gia tăng độ bền và giá trị sản phẩm.
- Thiết kế độc đáo: Sản phẩm có thiết kế tinh xảo, kiểu dáng đa dạng, sang trọng, và không bị lỗi thời, tạo nên phong cách và cá tính riêng cho người sử dụng.
- Khả năng giữ giá và đầu tư: giữ giá tốt hoặc thậm chí tăng giá trị theo thời gian, do đó có thể xem là một khoản đầu tư an toàn.

Điểm yếu (Weaknesses):

- Giá thành cao: Đồng hồ cao cấp thường có giá rất cao, gây khó khăn trong việc tiếp cận đến đối tượng khách hàng rộng rãi.
- Chi phí bảo trì và sửa chữa: Việc bảo trì và sửa chữa đồng hồ cao cấp đòi hỏi kỹ thuật cao và chi phí không nhỏ, có thể khiến khách hàng ngần ngại.
- Thiếu tính năng hiện đại: So với các đồng hồ thông minh, đồng hồ cao cấp truyền thống có ít tính năng công nghệ như theo dõi sức khỏe, GPS, và kết nối điện thoại, có thể làm giảm sức hấp dẫn với người tiêu dùng trẻ.
- Phụ thuộc vào thị trường ngách: Đồng hồ cao cấp phục vụ đối tượng khách hàng thuộc phân khúc cao cấp, dễ bị ảnh hưởng khi nền kinh tế khó khăn.

Cơ hội (Opportunities):

- Mở rộng sang thị trường trực tuyến: Với xu hướng thương mại điện tử ngày càng phát triển, doanh nghiệp có thể đẩy mạnh bán hàng trực tuyến để tiếp cận nhiều khách hàng hơn.
- Xu hướng tiêu dùng cao cấp: Nhu cầu sử dụng hàng hóa xa xỉ, bao gồm đồng hồ cao cấp, đang gia tăng.
- Hợp tác với người nổi tiếng và influencer: Tận dụng xu hướng marketing qua influencer để quảng bá sản phẩm đến khách hàng tiềm năng trên các nền tảng xã hội như Instagram, TikTok.

Thách thức (Threats):

- Cạnh tranh cao: Thị trường đồng hồ cao cấp rất cạnh tranh với nhiều thương hiệu lớn đã có uy tín, và cạnh tranh với các thương hiệu mới nổi mang phong cách hiện đại hơn.
- Biến động kinh tế: Khi nền kinh tế suy thoái, nhu cầu mua các mặt hàng xa xỉ có thể giảm, ảnh hưởng đến doanh số bán hàng.
- Xu hướng đồng hồ thông minh: Các đồng hồ thông minh của Apple, Samsung và Garmin ngày càng phổ biến, đặc biệt trong thế hệ trẻ, có thể tạo ra một áp lực cạnh tranh về tính năng.

2.2 Kế hoạch TMDT cho doanh nghiệp

2.2.1 Mục tiêu kinh doanh (1/10/2024 đến 1/3/2025)

Mục tiêu thương hiệu

Xây dựng nhận diện thương hiệu Luxury Watch qua các kênh truyền thông, đạt 3000 lượt theo dõi mới trên Facebook và 250 lượt theo dõi trên Shopee, với mức tiếp cận tối thiểu 1.000 người.

Mục tiêu doanh thu

Đạt doanh thu 30.000.000 VND trên website và Shopee thông qua việc tăng traffic 1.000 lượt, tối ưu bounce rate còn 30%, và đạt 50 lượt nhấp.

Bảng 2.3 KPI mục tiêu kinh doanh

Nền tảng/Kênh	KPI	Thời gian
Website	- Tăng traffic 1000. - Tỷ lệ nhấp 600 - Doanh thu 30 triệu	Từ tháng 10/2024 – tháng 3/2025
Shopee	- 250 lượt follow - 700 lượt truy cập - Doanh thu 30 triệu	Từ tháng 10/2024 – tháng 3/2025
Social media	Facebook - 7000 follow - 120 lượt like/bài - 70 cmt/bài - Tiếp cận 10.000 người	Từ tháng 10/2024 – tháng 3/2025

2.2.2 Chiến lược bán hàng

❖ Product (Sản phẩm)

- Sản phẩm thuộc lĩnh vực thời trang: Các sản phẩm nhóm lựa chọn trong lĩnh vực đồng hồ nam, các sản phẩm của thương hiệu là những chiếc đồng hồ được thiết kế dựa trên sự kết hợp hài hòa giữa nét đẹp tinh tế, đẳng cấp và hiện đại, bao gồm:
 - + Theo thương hiệu: Casio và Seiko
 - + Theo mức giá: dưới 2 triệu, từ 2 triệu – 5 triệu, trên 5 triệu
 - + Theo chất liệu: dây da, dây kim loại
- Đặc điểm nổi bật của sản phẩm: Luxury Watch chuyên cung cấp các sản phẩm có thiết kế tinh xảo, sang trọng, có thể bao gồm các chi tiết độc đáo như bộ máy cơ khí tự động, khả năng chống nước cao cấp, và sự kết hợp giữa tính cổ điển và hiện đại.
- Chất lượng sản phẩm tốt, phong phú đa dạng để nâng cao được uy tín, tạo thương hiệu đồng thời giữ chân được khách hàng

❖ Price (Giá):

- Phương pháp định giá: Hiện tại Luxury Watch định giá sản phẩm dựa trên phương pháp định theo chi phí.

Giá bán = Giá nhập sản phẩm + Phí Marketing + lợi nhuận mong muốn

- Áp dụng các chiến lược giá:
 - + Thâm nhập thị trường.
 - + Theo hình ảnh.
 - + Theo dòng sản phẩm.
 - + Định giá theo tâm lý khách hàng: nâng cao mức giá của sản phẩm rồi kèm mã giảm giá. Khách hàng dễ mua hơn với những sản phẩm khuyến mại.
- Giá sản phẩm của Luxury Watch được công khai giúp khách hàng biết được giá tiền của sản phẩm định mua.
- Giá sản phẩm hiển thị cụ thể giá gốc và giá đã giảm giá (% giảm giá)

❖ Place (Phân phối):



Hình 2.5 Place của Luxury Watch

❖ Promotion (Xúc tiến):

- Các hình thức xúc tiến Luxury Watch sử dụng gồm: Quảng cáo online, Khuyến mại, Marketing trực tiếp, Bán hàng cá nhân, Marketing trên các trang mạng xã hội, PR...
- Quảng cáo: Các hoạt động xúc tiến bán của Luxury Watch được triển khai trên các nền tảng online:
 - + Quảng cáo miễn phí:

Bảng 2.4 Promotion Luxury Watch

	Facebook	Shopee
Dạng nội dung	<ul style="list-style-type: none"> - Văn bản - Hình ảnh - Video - Infographic - Story 	<ul style="list-style-type: none"> - Văn bản - Hình ảnh - Video
Xây dựng nội dung	<ul style="list-style-type: none"> - Tiếp cận tệp khách hàng mục tiêu - Chăm sóc khách hàng - Bán hàng - Chăm sóc khách hàng sau mua 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiếp cận tệp khách hàng mục tiêu - Chăm sóc khách hàng - Bán hàng - Chăm sóc khách hàng sau mua

- Khuyến mại:

- + Xây dựng những chương trình khuyến mại
- + Tặng voucher giảm giá cho khách hàng mua lần thứ 2 từ 5 – 10% tùy vào tổng giá trị đơn hàng
- + Chương trình ưu đãi giữa tháng, cuối tháng, các dịp đặc biệt

- Bán hàng cá nhân:

- + Cài chatbox, hotline tự động hỗ trợ việc bán hàng dễ dàng hơn.

- Marketing trực tiếp:

- + Thiết kế form phản hồi của khách hàng giúp doanh nghiệp tiếp nhận những phản hồi, đóng góp của khách hàng đồng thời có thêm thông tin của khách hàng cụ thể là email giúp DN có sẵn data khách hàng để thực hiện chiến dịch marketing trực tiếp.

- PR:

Trong từng sản phẩm của Luxury Watch, có mục đánh giá sản phẩm của DN. Khách hàng có thể thoải mái bình luận, đánh giá về chất lượng sản phẩm và giá cả, ... đồng thời PR online cho DN

2.2.3 Chương trình hành động cụ thể

Bảng 2.5 Chương trình hành động cụ thể

Chương trình hành động	Hạng mục công việc	Thời gian
Chiến dịch 1: “Làm chủ thời gian - Đăng cấp phái mạnh”	<ul style="list-style-type: none">- Website: Thiết kế lại, hình ảnh, nội dung cho chiến dịch-Facebook: Nội dung, hình ảnh, ads, đối tượng khách hàng, thông tin về chiến dịch- Shopee: trang trí gian hàng, tạo voucher cho chiến dịch	30/10/2024 - 30/11/2024
Chiến dịch 2: “Đồng hồ Tết 2025”	<ul style="list-style-type: none">- Website: Tạo nội dung blog về cách chọn đồng hồ, chia sẻ các items phù hợp với Tết.- Facebook: Quay video, bài viết về cách lựa chọn, phối đồ ngày Tết cùng đồng hồ. (Lấy video từ các nguồn khác nhau)- Shopee: Cung cấp mẫu mã đồng hồ phù hợp ngày Tết cùng mã giảm 10%, kèm theo các phụ kiện đi kèm hộp đựng..	01/12/2024 - 31/12/2024
Chiến dịch 3: “Xuân mới - Đồng hồ mới”	<ul style="list-style-type: none">- Website: thiết kế giao diện phù hợp với ngày xuân, tạo các banner, bài viết chủ đề mùa xuân, chạy Google Ads giảm giá 10%- Facebook: Khuyến mãi Tết với bộ quà tặng đặc biệt, Chạy quảng cáo truyền thông giới thiệu sản phẩm ngày Tết- Shopee: voucher giảm giá tối đa 500k đối với đơn hàng từ 1.000.000 vnd	10/01/2025 - 10/02/2025

2.2.4 Chương trình marketing hỗ trợ cho hoạt động thương mại điện tử tại doanh nghiệp

2.2.4.1 Chiến dịch 1

- Tên chiến dịch: “Làm chủ thời gian - Đăng cấp phái mạnh”
- Thời gian: 20/11/2024 - 30/11/2024
- Đăng cấp: Luxury Watch không chỉ mang đến đồng hồ – một phụ kiện thời trang – mà còn là biểu tượng của đẳng cấp, thành công và sự tự tin. Đồng hồ là lời khẳng định giá trị và phong cách của phái mạnh.
- Làm chủ thời gian: Mỗi chiếc đồng hồ đều được thiết kế với chất lượng vượt thời gian, mang lại giá trị lâu dài và sự tự hào khi sở hữu.
- Mục tiêu

Bảng 2.6 KPI chiến dịch 1

<i>Website</i>	<i>Shopee</i>
<ul style="list-style-type: none">- Tăng truy cập 200- Tăng tỉ lệ nhấp 100- Doanh thu 5 triệu	<ul style="list-style-type: none">+ 50 người theo dõi+ 100 lượt truy cập+ Đạt doanh số 5 triệu
<i>Facebook</i>	
<ul style="list-style-type: none">- 1500 follow- 20 lượt like/bài- 10 cmt/bài- Tiếp cận 2.000 người	

- Kế hoạch hành động:

Bảng 2.7 Bảng kế hoạch hành động chiến dịch 1

Chương trình: Tạo chương trình khuyến mãi giảm giá 10% tất cả sản phẩm
- Website: Tạo banner chương trình khuyến mãi. Thiết kế giao diện, giảm giá tất cả các sản phẩm
- Shopee: Tạo voucher giảm giá 10% cho tất cả sản phẩm trong cửa hàng
- Facebook: Chia sẻ các bài viết về đồng hồ, tạo mini thu hút khách hàng tham gia, qua đó xây dựng thương hiệu.

- Ngân sách thực hiện:

Bảng 2.8 Bảng ngân sách chiến dịch 1

STT	Công việc	Chi phí
1	Chạy quảng cáo Google Ads	150.000 VND
2	Chạy quảng cáo Facebook Ads	150.000 VND
3	Chi phí phát sinh khác	100.000 VND
		Tổng: 400.000 VND

2.2.4.2 Chiến dịch 2

- Tên chiến dịch: "Đồng Hồ Tết 2025" (01/12/2024 - 31/12/2024)

- **Slogan:** "Đón Tết với Luxury Watch."

- **Thông điệp:** Chọn một chiếc đồng hồ cao cấp cho dịp Tết Nguyên Đán để thể hiện sự tinh tế và đẳng cấp trong mỗi khoảnh khắc. Món quà hoàn hảo cho gia đình và bạn bè.

- Mục tiêu:

Bảng 2.9 KPI chiến dịch 2

<i>Website</i>	<i>Shopee</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Tăng truy cập 300 - Tỷ lệ nhấp 200 - Doanh thu 10 triệu 	<ul style="list-style-type: none"> + 100 người theo dõi + 300 lượt truy cập + Đạt doanh số 10 triệu
<i>Facebook</i>	
<ul style="list-style-type: none"> - 2000 follow - 50lượt like/bài - 30 cmt/bài - Tiếp cận 4.000 người 	

- Kế hoạch hành động:

Bảng 2.10 Bảng kế hoạch hành động giai đoạn 2

Chương trình: Tạo chương trình khuyến mãi giảm giá 10% tất cả sản phẩm
<ul style="list-style-type: none"> - Website: Viết các bài blog hướng dẫn chọn đồng hồ cho ngày Tết, Gợi ý các mẫu đồng hồ phù hợp cho dịp Tết, Tối ưu hóa SEO để thu hút người đọc tìm kiếm thông tin về đồng hồ cho Tết. - Shopee: Tạo gian hàng chuyên biệt cho sản phẩm đồng hồ Tết, Đưa ra các mã giảm giá 10% cho các sản phẩm đồng hồ trong tháng 12, Kèm theo các phụ kiện như hộp đựng đồng hồ, dây đeo, để khách hàng có trải nghiệm tốt hơn. - Facebook: Quay video giới thiệu các mẫu đồng hồ phù hợp với trang phục Tết, Đăng bài viết chia sẻ mẹo phối đồ Tết cùng đồng hồ, sử dụng video từ các nguồn khác nhau để làm phong phú nội dung (có thể là influencer, khách hàng sử dụng đồng hồ).

- Ngân sách:

Bảng 2.11 Bảng ngân sách

STT	Công việc	Chi phí
1	Chạy quảng cáo Google Ads	200.000 VND
2	Chạy quảng cáo Facebook Ads	200.000 VND
3	Chi phí phát sinh khác	100.000 VND
		Tổng: 500.000 VND

2.2.4.3 Chiến dịch 3

- **Slogan:** "Khởi đầu một năm mới với đồng hồ mới."

- **Thông điệp:** Bắt đầu năm mới với một chiếc đồng hồ cao cấp, thể hiện phong cách và thành công trong mọi lĩnh vực.

- **Mục tiêu:**

Bảng 2.12 KPI chiến dịch 3

<i>Website</i>	<i>Shopee</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Tăng truy cập 500 - Tỷ lệ nhấp 300 - Doanh thu 15 triệu 	<ul style="list-style-type: none"> + 100 người theo dõi + 300 lượt truy cập + Đạt doanh số 15 triệu
<i>Facebook</i>	
<ul style="list-style-type: none"> - 3000 follow - 50lượt like/bài - 30 cmt/bài - Tiếp cận 4.000 người 	

- Kế hoạch thực hiện:

Bảng 2.13 Kế hoạch hành động chiến dịch 3

Chương trình: Tạo chương trình khuyến mãi giảm giá 10% tất cả sản phẩm	
<p>- Website: Thiết kế giao diện website bắt mắt với chủ đề mùa xuân, Tạo banner quảng bá đồng hồ Tết, Viết các bài blog, chia sẻ về đồng hồ phù hợp cho mùa xuân, Chạy Google Ads giảm giá 10% cho khách hàng mua đồng hồ.</p> <p>- Shopee: Cung cấp voucher giảm giá cho khách hàng mua hàng trên Shopee với điều kiện đơn hàng tối thiểu 1.000.000 VND, Quảng bá các mẫu đồng hồ phù hợp cho Tết, kèm theo các voucher và quà tặng đi kèm.</p> <p>- Facebook: Quay video giới thiệu các mẫu đồng hồ phù hợp với trang phục Tết, Chạy quảng cáo giới thiệu sản phẩm đồng hồ phù hợp Tết và mùa xuân.</p>	

- Ngân sách thực hiện

Bảng 2.14 Ngân sách chiến dịch 3

STT	Công việc	Chi phí
1	Chạy quảng cáo Google Ads	300.000 VND
2	Chạy quảng cáo Facebook Ads	300.000 VND
3	Chi phí phát sinh khác	100.000 VND
		Tổng: 700.000 VND

2.2.5 Hoạch định ngân sách

Bảng 2.15 Hoạch định ngân sách

STT	Công việc	Chi phí
1	Chạy quảng cáo Google Ads	650.000 VND
2	Chạy quảng cáo Facebook Ads	650.000 VND
3	Chi phí phát sinh khác	300.000 VND

2.2.6. Phương pháp đo lường và đánh giá

a. Thiết lập các tiêu chí đánh giá:

- Số lượng người tiếp cận, tương tác trên mạng xã hội
- Lượt truy cập, tỷ lệ nhấp trên website
- Tỷ lệ chuyển đổi
- Doanh số bán hàng
- Chi phí cho mỗi chuyển đổi

b. Phương pháp đánh giá : Nhóm sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng

Sử dụng các công cụ:

- Google Analytics: Đo lường lưu lượng truy cập website, hành vi người dùng, hiệu quả của các chiến dịch marketing.
- Facebook Insights: Đo lường hiệu quả các chiến dịch quảng cáo trên Facebook, tương tác của người dùng.
- Theo dõi các chỉ số KPI: Theo dõi các chỉ số đã đề cập ở phần trên để đánh giá hiệu quả hoạt động.

c. Hoạt động và giai đoạn kiểm soát

- Theo dõi định kỳ: theo dõi các chỉ số biến động nhanh như doanh số bán hàng, lượt truy cập,...
- Đánh giá hiệu quả chiến dịch:
 - + So sánh kết quả thực tế với mục tiêu đã đặt ra.
 - + Phân tích nguyên nhân thành công hoặc thất bại của từng chiến dịch.
- Điều chỉnh kế hoạch:
 - + Điều chỉnh ngân sách, phân bổ nguồn lực cho các hoạt động marketing hiệu quả.
 - + Tối ưu hóa các chiến dịch quảng cáo.
 - + Cải thiện sản phẩm, dịch vụ dựa trên phản hồi của khách hàng.

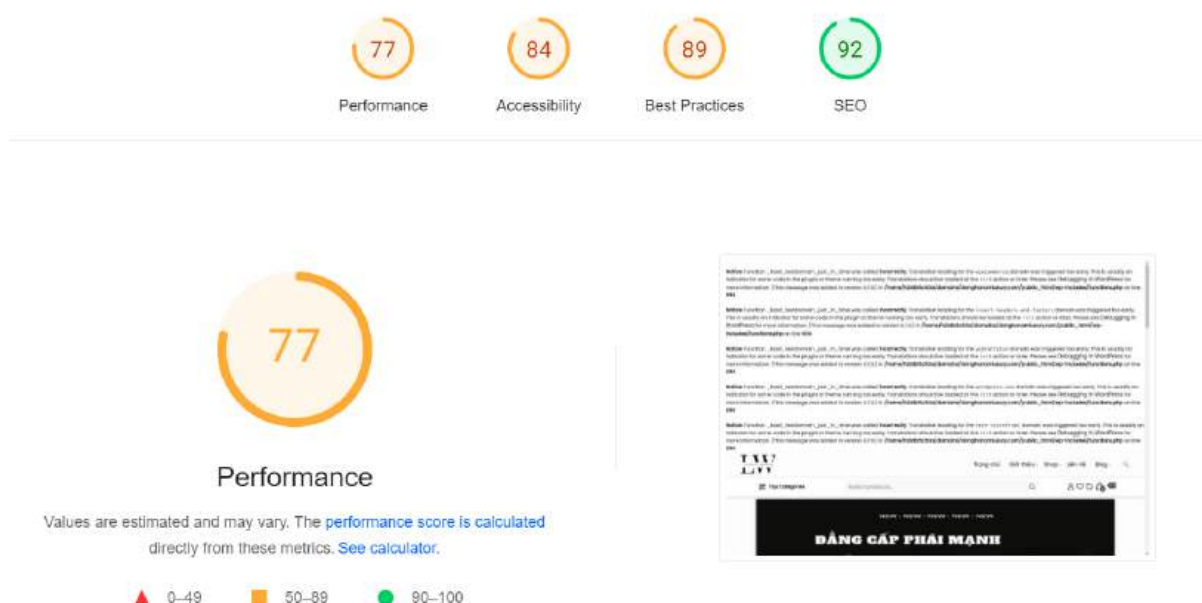
N3. TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CHO DOANH NGHIỆP LUXURY WATCH TỪ 20/11/2024 ĐẾN THÁNG 30/11/2024

3.1. Thiết lập và tối ưu các nền tảng owned/semi-owned

3.1.1 Website

PageSpeed Insights:

- Sử dụng công cụ PageSpeed Insights đo lường và tối ưu hiệu suất website



Hình 3.1 PageSpeed Insights

- Nhận xét:

- + Performance (Hiệu suất): tốc độ tải cần cần thiện, tối ưu hóa cho người dùng.
- + Accessibility (Khả năng truy cập): Điểm số 84 cho thấy vẫn có một số yếu tố trên website chưa hoàn toàn thân thiện với tất cả người dùng: độ tương phản màu sắc, nhãn cho các biểu mẫu và nút bấm, hoặc cung cấp mô tả đầy đủ cho hình ảnh.
- + Best Practices (Thực tiễn tốt nhất): Điểm số 89, tuân thủ các tiêu chuẩn phát triển web hiện tại, cần rà soát lại các vấn đề nhỏ như sử dụng HTTPS, tránh sử dụng API hoặc tính năng lỗi thời.
- + SEO (Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm): tối ưu SEO tương đối tốt, giúp trang web dễ dàng xuất hiện trên các kết quả tìm kiếm của Google và thu hút lưu lượng truy cập tự nhiên.

SEOQuake:

PAGE SEO AUDIT

✓

Passed: 13

⚠

Error: 2

🔊

Warning: 7

Get 100-pages audit for FREE in 5 minutes

provided by samrush.com

Page analysis

URL

✓

20 characters — optimal.
donghonamluxury.com/

Tips ▾

Canonical

✓

A canonical tag is set for this page and the link is working fine.
https://donghonamluxury.com/

Tips ▾

Title

🔊

6 characters — average. Most optimal 10 - 70 characters.
Home -

Tips ▾

Meta description

🔊

138 characters — average. Most optimal 160 - 300 characters.
Được sáng lập bởi nhóm bạn trẻ đầy khát vọng, Luxury Watch không chỉ là nơi bán những chiếc đồng hồ chất lượng mà còn là biểu tượng của sự

Tips ▾

Headings

⚠

We suggest implementing HTML headings.
H1 (0), H2 (8), H3 (9), H4 (0), H5 (0), H6 (0)

<H2>:

View others ▾

Tips ▾

Robots.txt

✓

Good, it looks like your website has a robots.txt file.
https://donghonamluxury.com/robots.txt

Tips ▾

XML Sitemaps

✓

Good! Your website contains an XML sitemap.
https://donghonamluxury.com/sitemap.xml

Tips ▾

Language

✓

Great! You have specified your websites language.
vi

Tips ▾

Doctype

✓

Great! You have specified the doctype.
HTML5

Tips ▾

Encoding

✓

Declaring a character/language encoding will significantly strengthen your SEO. It also prevents complication when rendering page.
UTF-8

Tips ▾

Google™ Analytics

✓

Google™ Analytics is monitoring your website. This is a great tool and should be taking advantage of.

Tips ▾

Favicon

✓

It's good that you have a favicon image.
https://donghonamluxury.com/wp-content/uploads/2024/07/Screenshot-2024-07-07-162947-100x100.png

Tips ▾

PAGE INFO

Basic info:

Title: Home -
Meta description:
Internal links: 76 (1 nofollow)
External links: 6 (0 nofollow)
Server:

Hình 3.2 SEoQuake

- Nhận xét: Đã tối ưu URL, thẻ Canonical, tiêu đề, mô tả, hình ảnh. Chưa tối ưu đủ từ H1 đến H6, các thẻ heading đều chứa từ khóa hoặc từ hóa liên quan.

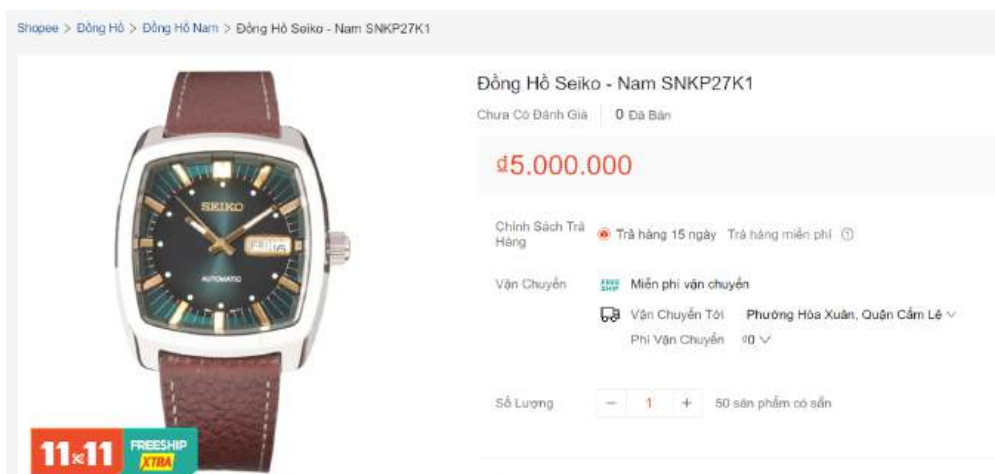
3.1.2 Sàn TMDT

Tối ưu gian hàng Shopee:

- Tên gian hàng: Chọn tên dễ nhớ, liên quan đến sản phẩm và thương hiệu.
- Mô tả gian hàng: Mô tả rõ ràng, hấp dẫn về sản phẩm, dịch vụ và ưu đãi.
- Ảnh đại diện và ảnh bìa: Sử dụng hình ảnh chất lượng cao, chuyên nghiệp, thể hiện rõ nét sản phẩm và thương hiệu.
- Thông tin liên hệ: Cung cấp đầy đủ thông tin liên hệ để khách hàng dễ dàng liên lạc.
- Chính sách bán hàng: Nêu rõ chính sách vận chuyển, đổi trả, bảo hành để tạo niềm tin cho khách hàng.

Tối ưu sản phẩm:

+ Tên sản phẩm: Sử dụng từ khóa liên quan đến sản phẩm, ngắn gọn, dễ hiểu.



Hình 3.3 Tối ưu sản phẩm

+ Mô tả sản phẩm: Mô tả chi tiết, đầy đủ thông tin về sản phẩm, lợi ích, cách sử dụng.

MÔ TẢ SẢN PHẨM

Đồng Hồ Seiko Nam SNKP27K1 - Sự Sang Trọng Từ Chất Liệu Đến Thiết Kế

1. Thông số kỹ thuật:

Thương hiệu: Seiko

Xuất xứ: Nhật Bản

Đối tượng: Nam

Chống nước: 5 ATM (chịu được nước khi rửa tay, đi mưa nhỏ)

Loại máy: Cơ tự động (Automatic)

Chất liệu kính: Hardlex Crystal (kính cứng chống trầy xước, va đập)

Chất liệu dây: Dây da cao cấp

Kích thước mặt đồng hồ: 41mm

2. Công dụng và lợi ích:

Thiết kế tinh tế, lịch lãm: Với dây da cao cấp và mặt kính Hardlex Crystal, đồng hồ Seiko Nam SNKP27K1 mang đến phong cách thời thượng và đẳng cấp, phù hợp cho các quý ông yêu thích sự lịch lãm và sang trọng.

Tính năng tiện ích: Đồng hồ được trang bị dạ quang, lịch thứ, lịch ngày, giúp bạn dễ dàng theo dõi thời gian và lịch trình ngay cả trong điều kiện ánh sáng yếu. Cơ chế máy cơ tự động giúp đồng hồ tự động nạp năng lượng từ chuyển động của cổ tay, không cần thay pin.

Lợi ích: Khả năng chống nước 5 ATM bảo vệ đồng hồ khỏi những tác động nước hàng ngày. Dây da mềm mại và thoải mái, kết hợp với thiết kế mặt đồng hồ 41mm mang lại sự cân đối và dễ chịu khi đeo.

3. Chế độ bảo hành:

Bảo hành: 12 tháng chính hãng, bảo hành toàn quốc tại các trung tâm của Seiko.

Đổi trả: Hỗ trợ đổi trả trong 7 ngày nếu có lỗi từ nhà sản xuất (theo chính sách của Shopee).

Hình 3.4 Mô tả sản phẩm

+ Hình ảnh sản phẩm: Sử dụng ảnh chất lượng cao, chụp từ nhiều góc độ, thể hiện rõ nét sản phẩm.

- Giá cả: Cạnh tranh, hợp lý, có thể kết hợp với các chương trình khuyến mãi.

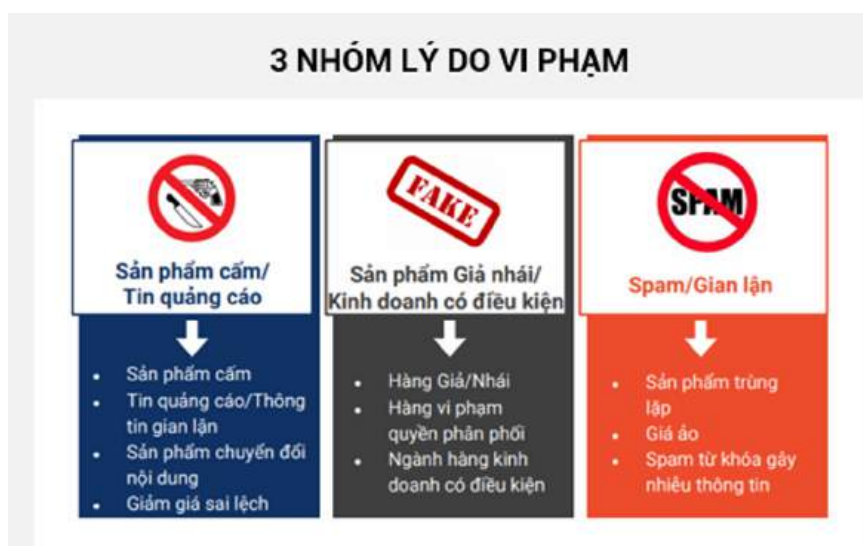
- Phân loại sản phẩm: Phân loại sản phẩm theo danh mục, giúp khách hàng dễ dàng tìm kiếm.

- Hashtag: Sử dụng hashtag liên quan đến sản phẩm để tăng khả năng hiển thị.

- Đánh giá sản phẩm: Khuyến khích khách hàng đánh giá sản phẩm để tăng độ tin cậy

Tối ưu SEO:

- Nghiên cứu từ khóa: Tìm hiểu từ khóa mà khách hàng thường tìm kiếm để áp dụng vào tên sản phẩm, mô tả sản phẩm và hashtag.
- Tối ưu tiêu đề và mô tả sản phẩm: Sử dụng từ khóa một cách tự nhiên, không nhồi nhét từ khóa.
- Tối ưu hình ảnh: Đặt tên file ảnh chứa từ khóa, sử dụng thẻ alt để mô tả hình ảnh.
- Liên kết nội bộ: Liên kết giữa các sản phẩm trong gian hàng để tăng khả năng hiển thị. Cập nhật sản phẩm thường xuyên: Sản phẩm mới sẽ được ưu tiên hiển thị hơn.
- Chăm sóc khách hàng: Trả lời tin nhắn nhanh chóng: Giải đáp thắc mắc của khách hàng nhanh chóng và chuyên nghiệp. Giải quyết khiếu nại kịp thời: Xử lý khiếu nại của khách hàng một cách công bằng và hợp lý.
- Chương trình khách hàng thân thiết: Tri ân khách hàng thân thiết bằng các chương trình ưu đãi đặc biệt.
- Theo dõi và phân tích: Sử dụng Shopee Analytics: Theo dõi hiệu quả kinh doanh, phân tích hành vi khách hàng để điều chỉnh chiến lược phù hợp.
- Tham khảo đối thủ: Tìm hiểu cách đối thủ tối ưu gian hàng để học hỏi kinh nghiệm
- Tránh vi phạm chính sách



Hình 3.5 Vi phạm SEO

Điền thông tin trên gian hàng:

- Tên shop: Cửa hàng đồng hồ Luxury Watch
- Hình đại diện: Thay ảnh logo của thương hiệu

Thông tin cơ bản Xem Shop của tôi Chỉnh sửa

Tên Shop

Cửa hàng đồng hồ Luxury Watch

Logo của Shop



- Kích thước hình ảnh tiêu chuẩn: Chiều rộng 300px, Chiều cao 300px
- Dung lượng file tối đa: 2.0MB
- Định dạng file được hỗ trợ: JPG, JPEG, PNG

Mô tả Shop

Chào các bạn thân mến đã đến với Luxury Watch chuyên cung cấp đồng hồ thương hiệu . Hoạt động 24/7 Địa chỉ : 166 Nguyễn huy tương , phường hóa minh Tp Đà nẵng. <https://donghonamluxury.com>

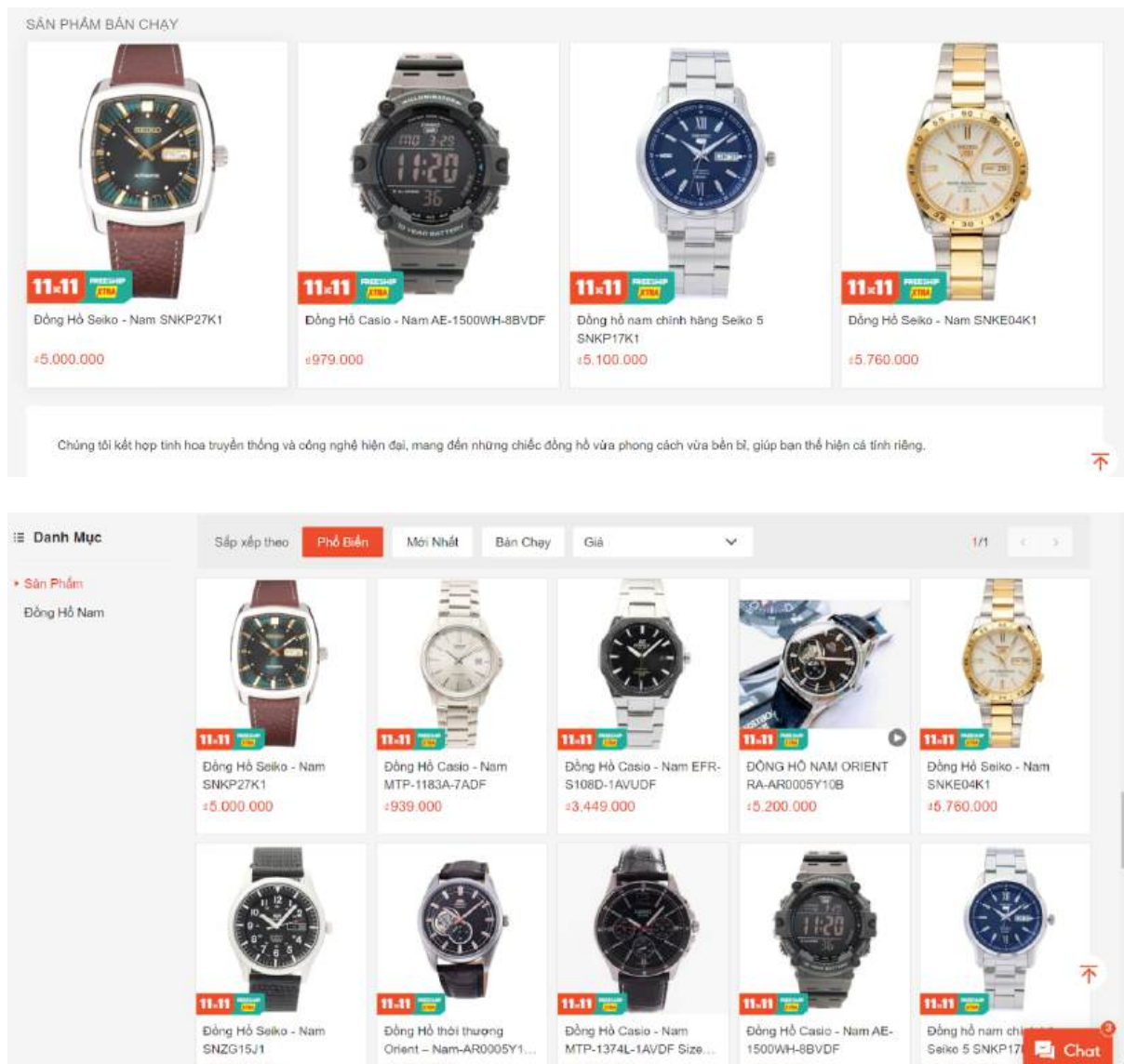
Hình 3.6 Điền thông tin trên gian hàng

Trang trí gian hàng Shopee:



Hình 3.7 Trang trí gian hàng Shopee

- Danh mục sản phẩm:

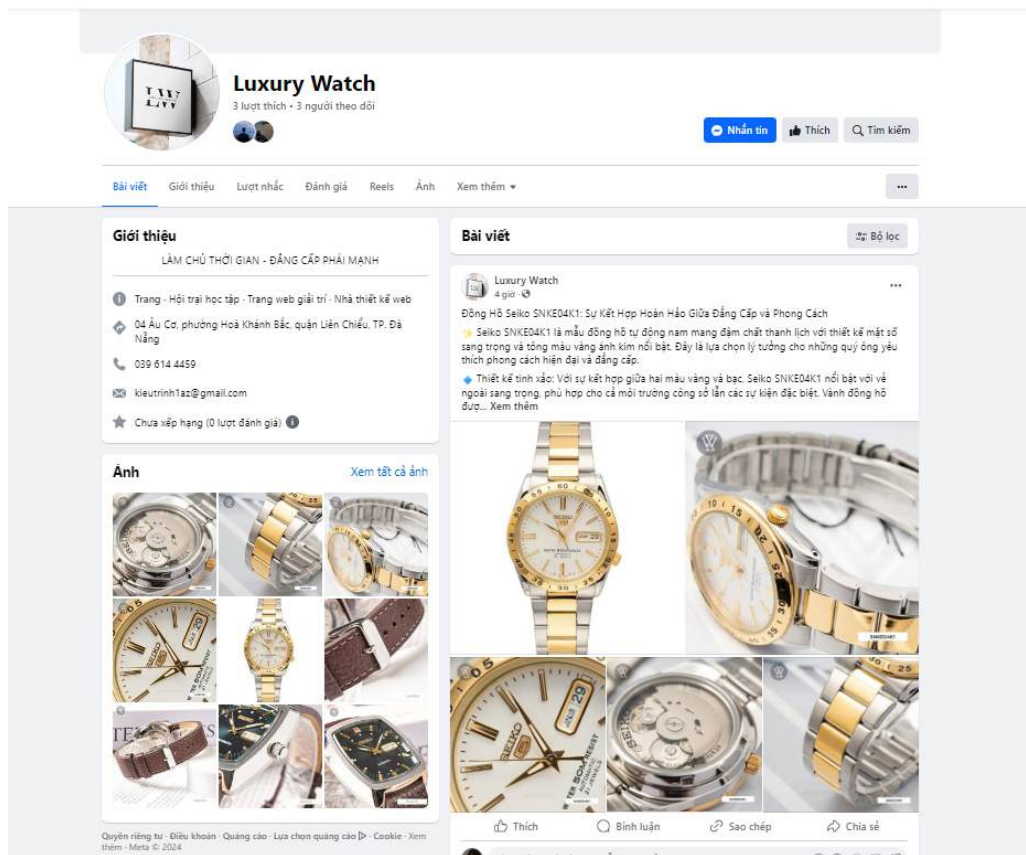


Hình 3.8 Danh mục sản phẩm

- Tiêu đề sản phẩm: Tiêu đề rõ ràng, cụ thể và bao gồm từ khóa chính.
- Giá cả: Dao động từ 5.000.000 VNĐ trở lên
- Chính sách trả hàng: đổi trả 15 ngày
- Phí vận chuyển: Miễn phí
- Mô tả sản phẩm: Cung cấp thông tin chi tiết về sản phẩm, bao gồm chất liệu, kích thước, màu sắc, tính năng nổi bật và hướng dẫn sử dụng.

3.1.3 Kênh social media

a. Tối ưu Fanpage Facebook của Luxury Watch



Hình 3.9 Trang fanpage

- Thông tin hồ sơ của trang Fanpage



Hình 3.10: Thông tin giới thiệu của trang

- Tối ưu URL của Fanpage: <https://www.facebook.com/dongholuxurynam/>
- Tối ưu URL trở nên ngắn gọn và dễ nhớ. Tên URL khớp với tên trang facebook hoặc thương hiệu thì sẽ giúp tăng cường khả năng nhận diện thương hiệu của khách hàng tốt hơn.
- Tối ưu nội dung, Hashtag



Luxury Watch
 8 tháng 10 · 🌐

🔥 Luxury Watch – Siêu khuyến mãi 10.10 chỉ trong 3 ngày! 🔥

☀️ Chỉ duy nhất trong dịp 10.10, Luxury Watch mang đến cơ hội VÀNG để sở hữu những mẫu đồng hồ đẳng cấp với mức giá cực sốc! ☀️

👤 Giảm ngay lên đến 20% cho tất cả các dòng sản phẩm! Từ phong cách cổ điển sang trọng đến hiện đại, thể thao, bạn chắc chắn sẽ tìm được mẫu đồng hồ yêu thích để nâng tầm phong cách của mình.

🎁 Đặc biệt:
 Tặng kèm hộp quà sang trọng cho mỗi đơn hàng.
 Free ship toàn quốc.

⌚ Chương trình chỉ kéo dài từ 9/10 – 11/10/2024. Hãy nhanh tay sẵn ngay cho mình một chiếc đồng hồ Luxury đẳng cấp!

🌟 Sở hữu đẳng cấp, thể hiện bản lĩnh – Luxury Watch luôn đồng hành cùng quý ông lịch lãm.

Fanpage: Luxury Watch
 Địa chỉ: 116 Nguyễn Huy Tưởng - phường Hòa An - quận Cẩm Lệ - TP. Đà Nẵng
 Hotline: 0333567924
 Email: luxurywatch5z@gmail.com
[#LuxuryWatch](#) [#KhuyenMai1010](#) [#DongHoNam](#) [#LuxuryTimepiece](#)




Bài 3.11 Tối ưu nội dung, Hashtag

- Tối ưu hình ảnh, Video

b. Định hướng nội dung kênh:

Bảng 3.1 Định hướng nội dung kênh Facebook

Tên trang		Định hướng xây dựng kênh Luxury Watch			
Đối tượng truyền thông mục tiêu	<ul style="list-style-type: none">- Nhóm thu nhập ổn định, cao: Nam giới từ 30-45 tuổi, làm việc trong các ngành nghề như quản lý cấp cao, ngân hàng,...- Đam mê sưu tầm: Thường là những người có hiểu biết sâu về đồng hồ, đặc biệt là các dòng đồng hồ cổ điển.- Yêu thích thời trang: Là các fashionista, influencer, hoặc những người hoạt động trong ngành công nghiệp thời trang.				
	Định vị kênh				
	Phong cách kênh				
	Topic chính của kênh				
Thông tin SP		Chia sẻ kinh nghiệm sử dụng		Bán hàng	Khác (livestream, ...)
Tỉ trọng		30%	20%	40%	10%
Cách thức thể hiện		Video, hình ảnh, bài viết			
Tần suất		3 bài/tuần			
Hashtag chính		#luxurywatch, #donghonam, #dongho, #dongholuxury + hashtag phù hợp			
Giá trị kênh mang lại		Chia sẻ các xu hướng mới trong thế giới đồng hồ, cung cấp thông tin sản phẩm, tạo sự kết nối lâu dài với khách hàng và tạo dựng cộng đồng đam mê đồng hồ cao cấp.			

3.2 Triển khai thực hiện kế hoạch thương mại điện tử cho doanh nghiệp Luxury Watch từ tháng 10 đến tháng 12

3.2.1 Triển khai chiến dịch trên website

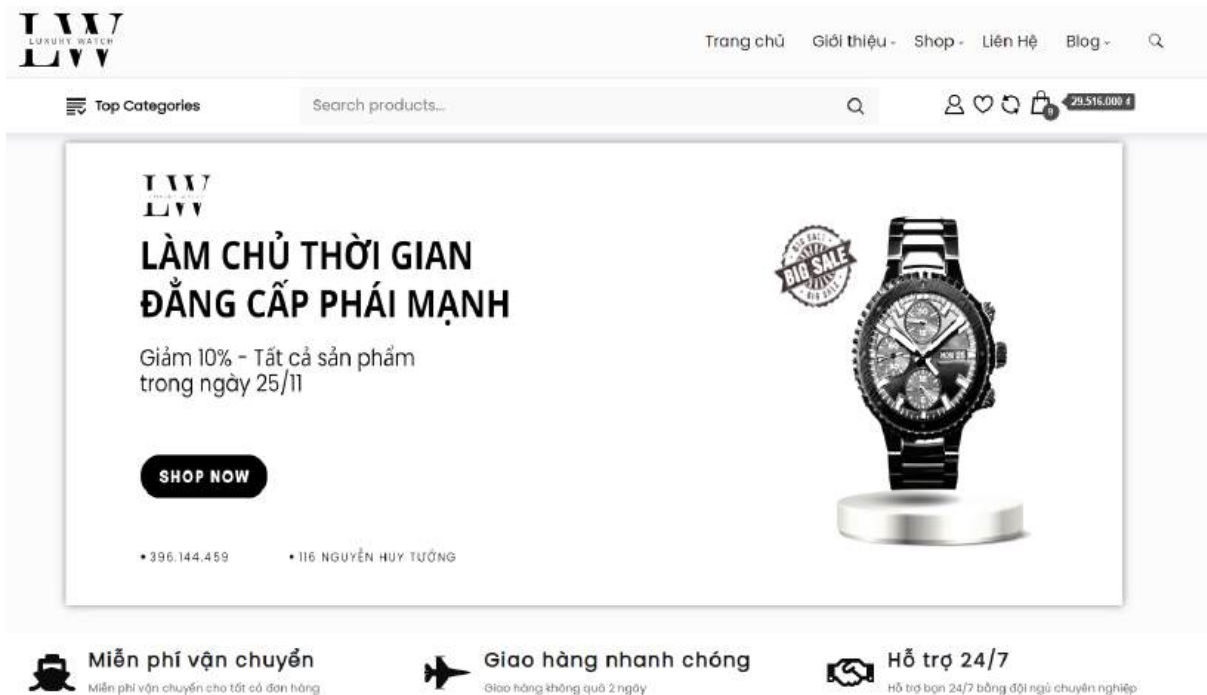
a. Đăng tải bài viết

Họ tên	Loại nội dung	Kênh	Chủ đề/Tiêu đề	Ngày xuất bản	Tình trạng	Link bài viết
Kim Khải	Blog	Website	Cách sửa chữa máy hút ẩm đồng hồ nam cao cấp	23/11/2024	Hoàn thành	Link bài viết
	Blog	Website	Quy Trình Thay Pin Đồng Hồ Casio Đúng Cách	24/11/2024	Hoàn thành	Link bài viết
	Blog	Website	Sửa đồng hồ có bị chết không chạy	25/11/2024	Hoàn thành	Link bài viết
Lê Khôi	Blog	Website	Đồng Hồ Thể Thao – Phụ Kiện Hoàn Hảo Cho Người Năng Động	26/11/2024	Hoàn thành	Link bài viết
	Blog	Website	Đồng Hồ Casio GM-2100-1ADR	27/11/2024	Hoàn thành	Link bài viết
	Blog	Website	Da Đồng Hồ Orient – Vẻ Đẹp Sang Trọng và Bền Bỉ	28/11/2024	Hoàn thành	Link bài viết
Kiểu Trinh	Blog	Website	Đồng Hồ Classic – Vẻ Đẹp Vượt Thời Gian Và Sự Sang Trọng	29/11/2024	Chưa Hoàn thành	Link bài viết
	Blog	Website	Size đồng hồ nam và cách chọn size	30/11/2024	Chưa Hoàn thành	Link bài viết
	Blog	Website	Đồng Hồ Classic – Vẻ Đẹp Vượt Thời Gian Và Sự Sang Trọng	1/12/2024	Chưa Hoàn thành	Link bài viết
Nhật Hào	Blog	Website	Thay Pin Đồng Hồ Đeo Tay Đơn Giản Tại Nhà	2/12/2024	Chưa Hoàn thành	Link bài viết
	Blog	Website	Hướng dẫn Vệ sinh Dây Da Đồng Hồ Tại Nhà Đơn Giản	3/12/2024	Chưa Hoàn thành	Link bài viết
	Blog	Website	Vệ Sinh Đánh Bóng Đồng Hồ Luôn Sang Trọng	4/12/2024	Chưa Hoàn thành	Link bài viết
Tiến Đạt	Blog	Website	Da Đồng Hồ Orient – Vẻ Đẹp Sang Trọng và Bền Bỉ	5/12/2024	Chưa Hoàn thành	Link bài viết
	Blog	Website	Thay Pin Đồng Hồ Đeo Tay Đơn Giản Tại Nhà	6/12/2024	Chưa Hoàn thành	Link bài viết
	Blog	Website	Size đồng hồ nam và cách chọn size	7/12/2024	Chưa Hoàn thành	Link bài viết
Văn Tài	Blog	Website	Sửa đồng hồ có bị chết không chạy	8/12/2024	Chưa Hoàn thành	Link bài viết
	Blog	Website	Cách sửa chữa máy hút ẩm đồng hồ nam cao cấp	9/12/2024	Chưa Hoàn thành	Link bài viết

Hình 3.12 Lịch biên tập

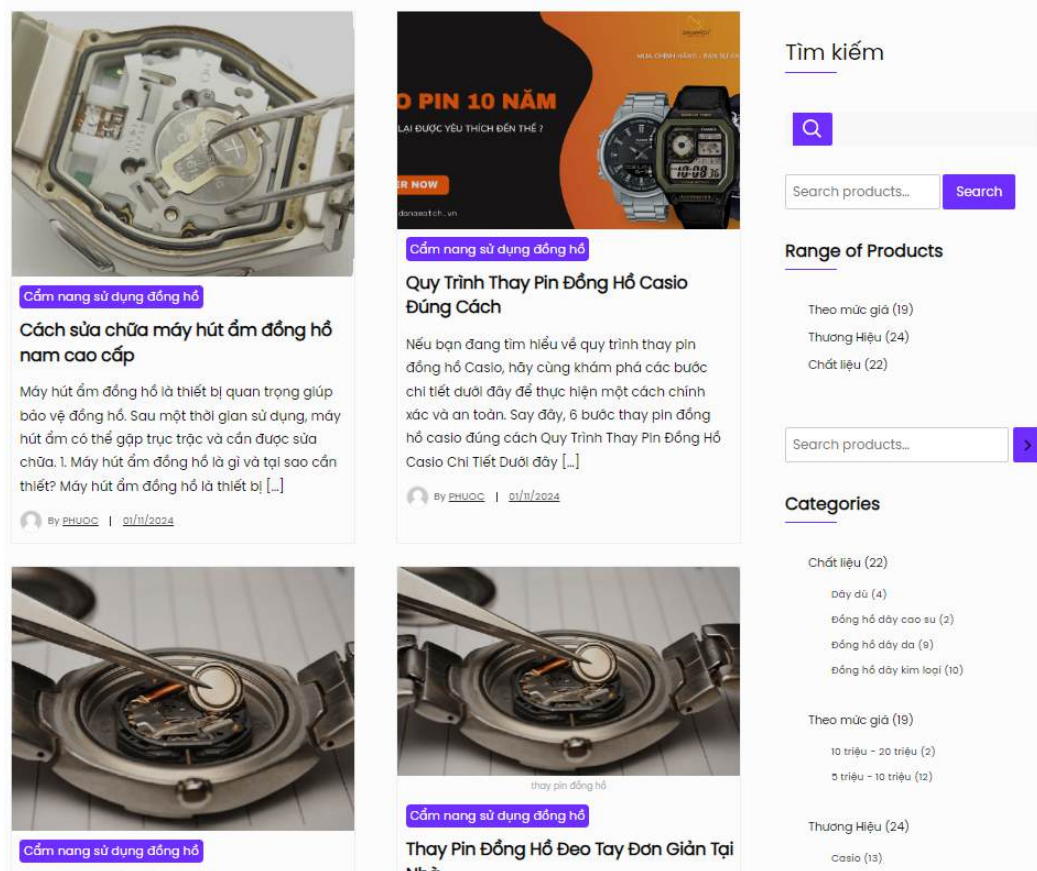
<input type="checkbox"/> Tiêu đề	Tác giả	Danh mục	Thẻ	👤	Thời gian	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Đồng Hồ Nam Guess	vi	Tư vấn chọn mua	---	---	Đã xuất bản 24/11/2024 lúc 1:05 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 1 0
<input type="checkbox"/> Đồng Hồ Thể Thao – Phụ Kiện Hoàn Hảo Cho Người Năng Động	vi	Tư vấn thương hiệu	---	---	Đã xuất bản 01/11/2024 lúc 8:57 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 2 3 Phiên bản 6.7
<input type="checkbox"/> Đồng Hồ Nam Luxury Watch – Sự Kết Hợp Hoàn Hảo	vi	Tư vấn thương hiệu	---	---	Đã xuất bản 01/11/2024 lúc 8:58 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 1 3
<input type="checkbox"/> Đồng Hồ Casio GM-2100-1ADR	PHUOC	Tư vấn chọn mua	---	---	Đã xuất bản 01/11/2024 lúc 9:40 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 1 3
<input type="checkbox"/> Cách sửa chữa máy hút ẩm đồng hồ nam cao cấp	PHUOC	Cẩm nang sử dụng đồng hồ	---	---	Đã xuất bản 01/11/2024 lúc 8:36 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 1 0
<input type="checkbox"/> Da Đồng Hồ Orient – Vẻ Đẹp Sang Trọng và Bền Bỉ	PHUOC	Tư vấn chọn mua	---	---	Đã xuất bản 01/11/2024 lúc 8:29 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 1 0
<input type="checkbox"/> Đồng Hồ Classic – Vẻ Đẹp Vượt Thời Gian Và Sự Sang Trọng	vi	Tư vấn chọn mua	---	---	Đã xuất bản 01/11/2024 lúc 9:07 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 1 0
<input type="checkbox"/> Quy Trình Thay Pin Đồng Hồ Casio Đúng Cách	PHUOC	Cẩm nang sử dụng đồng hồ	---	---	Đã xuất bản 01/11/2024 lúc 7:56 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 1 3
<input type="checkbox"/> Sửa đồng hồ có bị chết không chạy	PHUOC	Cẩm nang sử dụng đồng hồ	---	---	Đã xuất bản 01/11/2024 lúc 7:47 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 1 0
<input type="checkbox"/> Thay Pin Đồng Hồ Đeo Tay Đơn Giản Tại Nhà	vi	Cẩm nang sử dụng đồng hồ	---	---	Đã xuất bản 01/11/2024 lúc 7:46 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 1 3
<input type="checkbox"/> Vệ Sinh Đánh Bóng Đồng Hồ Luôn Sang Trọng	vi	Cẩm nang sử dụng đồng hồ	---	---	Đã xuất bản 01/11/2024 lúc 7:41 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 1 3
<input type="checkbox"/> Hướng dẫn Vệ sinh Dây Da Đồng Hồ Tại Nhà Đơn giản	vi	Cẩm nang sử dụng đồng hồ	---	---	Đã xuất bản 01/11/2024 lúc 7:29 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 1 0
<input type="checkbox"/> Size đồng hồ nam và cách chọn size	PHUOC	Cẩm nang sử dụng đồng hồ	---	---	Đã xuất bản 01/11/2024 lúc 7:26 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 0 0
<input type="checkbox"/> Luxury Watch – Nơi Hội Tụ Đồng Cấp Thời Gian	vi	Tư vấn thương hiệu	---	---	Đã xuất bản 10/07/2024 lúc 9:41 chiều	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 1 0

Hình 3.13 Bài blog trên website



Hình 3.14 Thiết kế banner

Danh mục: Cẩm nang sử dụng đồng hồ



Hình 3.15 Blog đăng tải

b. Tiến hành chạy Google Ads

- Tiến hành tạo chiến dịch “Đăng cấp phái mạnh cùng Luxury Watch” với tiêu chí chạy ads là “lưu lượng truy cập trang web”.

Chiến dịch mới

Tìm một trang hoặc chiến dịch

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

- Doanh số**
Thúc đẩy bán hàng trực tuyến, trong ứng dụng, qua điện thoại hoặc tại cửa hàng
- Khách hàng tiềm năng**
Khuyến khích khách hàng hành động để thu hút khách hàng tiềm năng và thúc đẩy các hoạt động chuyển đổi khác
- Lưu lượng truy cập trang web**
Thu hút người dùng mục tiêu truy cập vào trang web của bạn
- Quảng cáo ứng dụng**
Tăng số lượt cài đặt, tương tác và đăng ký trước cho ứng dụng của bạn
- Mức độ nhận biết và cân nhắc**
Tiếp cận nhiều đối tượng và thu hút sự quan tâm đến sản phẩm hoặc thương hiệu của bạn
- Chương trình khuyến mãi và lượt ghé thăm cửa hàng thực tế tại địa phương**
Thúc đẩy lượt ghé thăm tại cửa hàng địa phương, bao gồm cả nhà hàng và đối lý.
- Tạo một chiến dịch mà không cần hướng dẫn về mục tiêu**
Trước tiên, hãy chọn một loại chiến dịch mà không áp dụng để xuất phát từ mục tiêu của bạn.

Hủy Tiếp tục

Hình 3.16 Lưu lượng truy cập trang web

Cài đặt chiến dịch

Vị trí

Chọn vị trí cho chiến dịch này

- ☐ Tất cả quốc gia và vùng lãnh thổ
- ☒ Việt Nam
- ☐ Nhập một vị trí khác

[Tùy chọn vị trí](#)

Hình 3.17 Chọn vị trí

Ngân sách và đặt giá thầu

Ngân sách

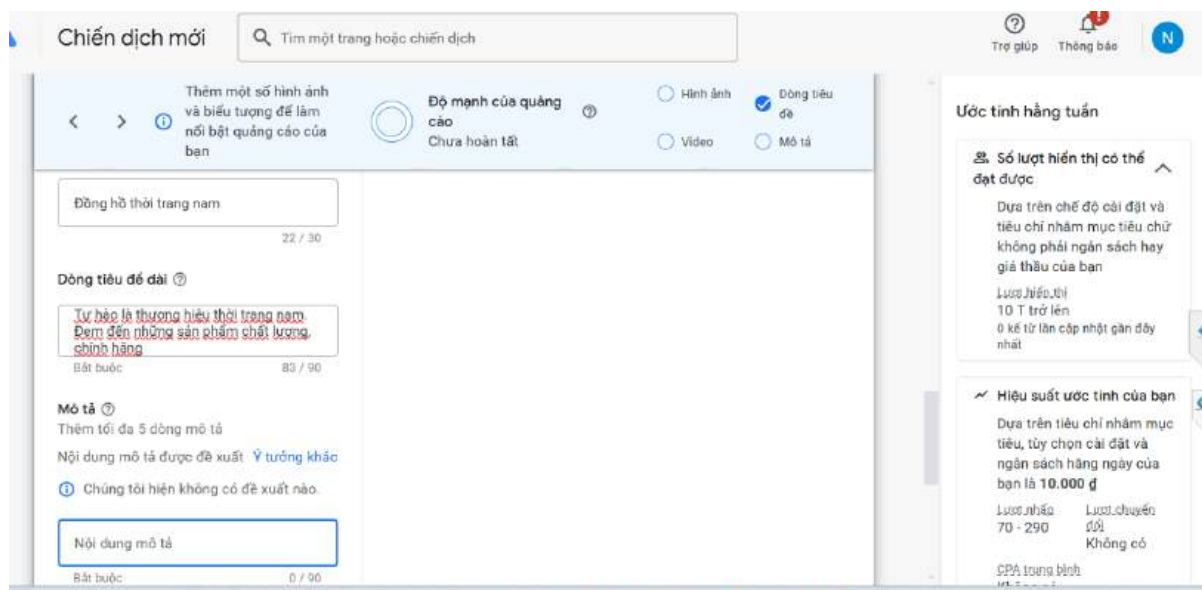
Đặt ngân sách trung bình hằng ngày của bạn cho chiến dịch này

10.000 đ

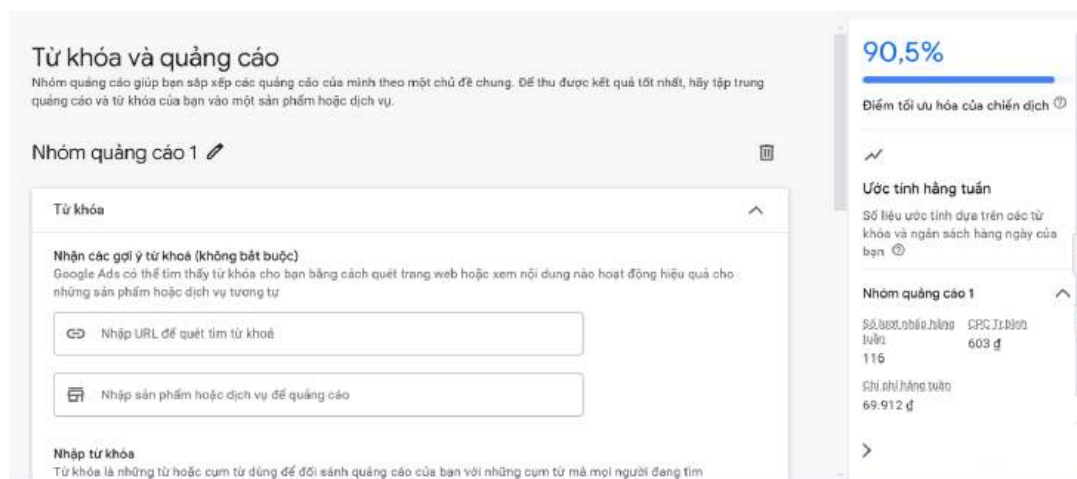
Số tiền tối đa bạn phải trả mỗi tháng sẽ bằng ngân sách hằng ngày của bạn nhân với 30,4 (số ngày trung bình trong một tháng). Có những ngày mức chi tiêu của bạn có thể cao hơn hoặc thấp hơn ngân sách hằng ngày.

[Tìm hiểu thêm](#)

Hình 3.18 Ngân sách và đặt giá thầu



Hình 3.19 Tiêu đề và nội dung mô tả



Hình 3.20 Tiến hành chạy

- Tiến hành chạy Google Ads với 10 từ khóa, ngân sách 160.000 VNĐ trong 2 ngày 26-28/11/2024

3.2.2 Triển khai chiến dịch trên kênh social media

Ngày xuất bản	Kênh	Loại nội dung	Nội dung	Tình trạng	Người đăng
2024-11-25	Facebook	Video ngắn	Luxury Watch – Bí quyết phong cách cho phái mạnh	Đã đăng	Lê Khôi
2024-11-26	Facebook	Bài viết + hình ảnh	Khám phá chương trình ưu đãi lớn nhất năm	Đã đăng	Kiều Trinh
2024-11-27	Facebook	Bài viết + hình ảnh	Hành trình hon tạo ra những kiệt tác thời gian của Luxury Watch	Đã đăng	Kim Khải
2024-11-28	Facebook	Bài viết + hình ảnh	Thăng hạng phong cách với đồng hồ Luxury Watch	Đã đăng	Nhật Hào
2024-11-29	Facebook	Bài viết + hình ảnh	Giới thiệu bộ sưu tập và ưu đãi đặc biệt – Chỉ có trong 4 ngày!	Đã đăng	Văn Tài
2024-11-30	Facebook	Bài viết + hình ảnh	Vi sao đồng hồ Luxury Watch là lựa chọn hàng đầu?	Chưa đăng	Tiến Đạt
2024-12-08	Facebook	Bài viết + hình ảnh	Luxury Watch cảm ơn bạn đã đồng hành – Chương trình ưu đãi!	Chưa đăng	Kiều Trinh
2024-12-09	Facebook	Bài viết + hình ảnh	Luxury Watch Giảm đến 30% cho đồng hồ cao cấp	Chưa đăng	Kiều Trinh
2024-12-10	Facebook	Bài viết + hình ảnh	Top 3 mẫu đồng hồ nam đẳng cấp không thể bỏ qua	Chưa đăng	Kiều Trinh
2024-12-11	Facebook	Bài viết + hình ảnh	Bộ sưu tập đồng hồ sang trọng – Cơ hội giảm giá 30%	Chưa đăng	Kiều Trinh
2024-12-12	Facebook	Bài viết + hình ảnh	Những khoảnh khắc đẳng cấp với Luxury Watch	Chưa đăng	Kiều Trinh

Hình 3.21 Lịch biên tập Facebook

Bảng 3.2 Nội dung bài đăng facebook

Tiêu đề	Nội dung
<p>Khám phá chương trình ưu đãi lớn nhất năm tại Luxury Watch! 💎</p>	<p>🌟Luxury Watch tự hào mang đến chương trình ưu đãi hấp dẫn nhất năm – một cơ hội không thể bỏ lỡ để sở hữu những mẫu đồng hồ đẳng cấp với mức giá ưu đãi đặc biệt!</p> <p>🕒 Từ ngày 24/11 đến 26/11/2024, tất cả sản phẩm trong bộ sưu tập đều được giảm ngay 10%! Đây là dịp hoàn hảo để bạn nâng tầm phong cách hoặc dành tặng một món quà ý nghĩa cho người thân yêu.</p> <p>👉 Tại sao nên chọn Luxury Watch?</p> <p>🌟 Thiết kế tinh tế: Mỗi chiếc đồng hồ là sự kết hợp hoàn hảo giữa nghệ thuật và công nghệ.</p> <p>🔗 Chất liệu cao cấp: Được chế tác từ thép không gỉ, kính sapphire chống xước, mang lại sự bền bỉ và đẳng cấp vượt thời gian.</p> <p>📅 Chính sách bảo hành vượt trội: Bảo hành chính hãng 2 năm và vệ sinh miễn phí trọn đời.</p> <p>⚡ Số lượng có hạn, đừng bỏ lỡ!</p> <p>Website: https://donghonamluxury.com/</p> <p>#luxurywatch #donghonam #dongho #dongholuxury</p>
<p>Hành trình tạo nên những kiệt tác thời gian tại Luxury Watch</p>	<p>Bạn có biết? Mỗi chiếc đồng hồ của Luxury Watch là kết tinh của hàng ngàn giờ lao động tỉ mỉ và sáng tạo, kết hợp giữa kỹ thuật thủ công đỉnh cao và công nghệ hiện đại nhất.</p> <p>🔍 Từ chất liệu đến sự hoàn hảo:</p> <p>Chúng tôi lựa chọn những chất liệu cao cấp nhất: thép không gỉ, kính sapphire chống trầy và các chi tiết tinh xảo mang đến độ bền vượt thời gian.</p> <p>Từng đường nét thiết kế đều được chăm chút kỹ lưỡng, tạo nên những tác phẩm nghệ thuật phản ánh phong cách và đẳng cấp riêng của người sở hữu.</p>

	<p>Quá trình lắp ráp được thực hiện chính xác đến từng chi tiết, đảm bảo mỗi chiếc đồng hồ đều đạt chất lượng hoàn hảo trước khi đến tay khách hàng.</p> <p>🌟 Luxury Watch – Đồng hồ không chỉ là một sản phẩm, mà còn là câu chuyện về sự đẳng cấp và bản lĩnh. Hãy để Luxury Watch đồng hành cùng bạn, ghi dấu ấn trong mọi khoảnh khắc quan trọng.</p> <p>👉 Website: https://donghonamluxury.com/</p> <p>#luxurywatch #dongho #donghonam #dongholuxury</p>
<p>Thăng hạng phong cách với đồng hồ Luxury Watch: Bí quyết phối đồ chuẩn quý ông 🕒 ✨</p>	<p>Phong cách không chỉ là cách bạn ăn mặc, mà còn là cách bạn khẳng định cá tính và vị thế của mình. Một chiếc đồng hồ Luxury Watch không chỉ đơn thuần để xem giờ, mà còn là điểm nhấn hoàn hảo giúp bạn nổi bật ở mọi nơi. Dưới đây là những gợi ý phối đồ chuẩn quý ông để cùng đồng hồ Luxury Watch tỏa sáng:</p> <p>📅 1. Lịch lãm tại văn phòng</p> <p>Trang phục: Bộ vest may đo vừa vặn, sơ mi trắng cổ điển và cà vạt trơn màu hoặc họa tiết nhẹ.</p> <p>Phụ kiện: Chọn đồng hồ dây kim loại hoặc dây da màu đen của Luxury Watch để tôn lên vẻ chuyên nghiệp.</p> <p>Gợi ý thêm: Kết hợp giày Oxford cùng màu với thắt lưng để tổng thể thêm hài hòa.</p> <p>🎉 2. Nổi bật trong các buổi tiệc</p> <p>Trang phục: Áo blazer kết hợp quần chinos tối màu và áo len mỏng cổ chữ V.</p> <p>Phụ kiện: Đồng hồ mặt số ánh kim hoặc mạ vàng từ bộ sưu tập Luxury Watch sẽ là điểm nhấn đầy sang trọng.</p> <p>Gợi ý thêm: Một chiếc khăn túi ngực hoặc ghim cài áo sẽ làm tăng vẻ thời thượng.</p> <p>🌟 3. Trẻ trung, năng động cuối tuần</p> <p>Trang phục: Áo polo hoặc áo thun basic kết hợp với quần jeans hoặc quần kaki sáng màu.</p>

	<p>Phụ kiện: Đồng hồ dây cao su hoặc dây NATO từ Luxury Watch, thiết kế khỏe khoắn và đầy năng lượng.</p> <p>Gợi ý thêm: Thêm đôi sneakers trắng để tạo nên phong cách casual hoàn hảo.</p> <p>🏖️ 4. Phong cách du lịch thoải mái</p> <p>Trang phục: Áo sơ mi linen, quần short kaki, kính râm và mũ fedora.</p> <p>Phụ kiện: Một chiếc đồng hồ chống nước của Luxury Watch sẽ là lựa chọn lý tưởng để bạn vừa thoải mái, vừa giữ được phong cách khi đi biển hay thăm thú thành phố.</p> <p>Gợi ý thêm: Đừng quên mang theo túi đeo chéo hoặc balo nhỏ gọn để hoàn thiện outfit.</p> <p>✨ Với mỗi hoàn cảnh, một chiếc đồng hồ Luxury Watch đều có thể giúp bạn thể hiện cá tính và phong cách của mình một cách tinh tế.</p> <p>👉 Website: https://donghonamluxury.com/</p> <p>#luxurywatch #donghonam #dongho #dongholuxury #phongcachquyong</p>
<p>MINIGAME - CƠ HỘI NHẬN VOUCHER 500,000 ĐỒNG</p>	<p>Chào các bạn yêu, chúng tôi mang đến một mini game cực kỳ thú vị với phần thưởng hấp dẫn! 🕒💎</p> <p>🌟 QUÀ TẶNG: Voucher trị giá 500,000 đồng áp dụng cho mọi sản phẩm đồng hồ Luxury Watch. Tham gia ngay để nhận quà siêu hấp dẫn!</p> <p>THẺ LỆ MINI GAME:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Chia sẻ bài viết này công khai ở trang cá nhân 2. Tag 2 người bạn thân vào cmt cùng số dự đoán <p>Mini game em sẽ công bố giải 21h ngày 05/11/2024</p> <p>Người thắng giải là người dự đoán đúng & làm đủ các bước.</p> <p>Trường hợp dự đoán đúng trùng nhau sẽ trao giải cho người cmt sớm nhất! 🥳</p> <p>Thời gian tham gia: Từ 24/11/2024 đến hết 25/11/2024</p>

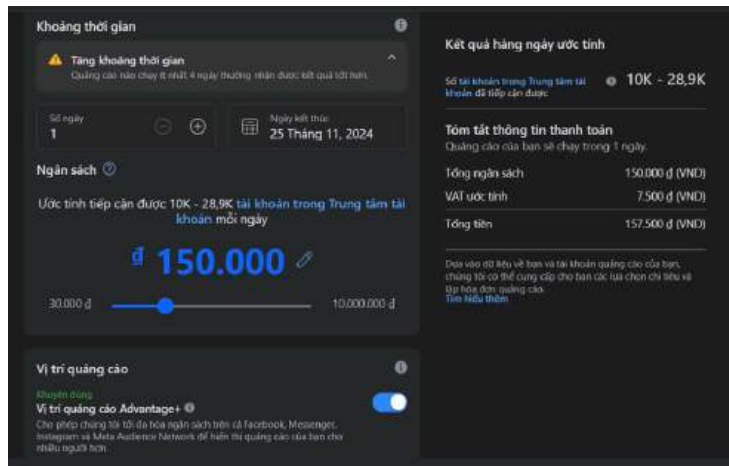
	<p>QUÀ TẶNG:</p> <p>1 giải thưởng duy nhất trị giá 500,000 đồng voucher mua đồng hồ cao cấp.</p> <p>Voucher có thể áp dụng cho bất kỳ sản phẩm nào trong bộ sưu tập Luxury Watch.</p> <p>📌 Lưu ý:</p> <p>Mỗi người chơi chỉ được tham gia một lần.</p> <p>Website: https://donghonamluxury.com/</p> <p>Hãy nhanh tay tham gia mini game để rinh voucher trị giá 500,000 đồng và sở hữu chiếc đồng hồ sang trọng từ bộ sưu tập Luxury Watch! 🕒🎁</p> <p>#LuxuryWatch #MiniGame #Voucher500000 #DongHoNam #CaoCap #LuxuryTimepiece</p>
--	--

- Tiến hành chạy ads









The screenshot displays the Facebook Ads campaign setup screen. On the left, under 'Khoảng thời gian' (Duration), there's a warning 'Tăng khoảng thời gian' (Increase duration) and a slider for 'Số ngày' (Number of days) set to 1, with a 'Ngày kết thúc' (End date) of 25 Tháng 11, 2024. Below this, the 'Ngân sách' (Budget) section shows a daily budget of 150,000 VND, with a range from 30,000 to 10,000,000 VND. On the right, the 'Kết quả hàng ngày ước tính' (Estimated daily results) section shows a reach of 10K - 28.9K accounts. Below that, the 'Tóm tắt thông tin thanh toán' (Payment information summary) shows a total budget of 150,000 VND, VAT of 7,500 VND, and a total of 157,500 VND. At the bottom, there's a section for 'Vị trí quảng cáo' (Ad placement) with a toggle for 'Ưu tiên vị trí Advantage+' (Prioritize Advantage+ placements) turned on. The bottom bar includes a link to the Meta terms of service and a 'Đăng' (Post) button.

Hình 3.22 Tiến hành chạy Facebook Ads

Tiến hành chạy chiến dịch Facebook Ads từ 24/11/2024 – 25/11/2024



Hình 3.23 Chạy Facebook ads

Tiêu đề	Ngày đăng ↓	Số người tiếp cận	Ti.	Lượt thích và cảm xúc	Ti.	Bình luận	Ti.	Lượt chia sẻ	Ti.
 (MINIGAME) - CƠ HỘI NHẬN VOUCHER 500.000... <small>Luxury Watch</small>	<div>Quảng cáo</div> 24 Tháng 11 11:54	259 <small>Số người tiếp cận</small>	4 <small>Cảm xúc</small>	1 <small>Bình luận</small>	0 <small>Lượt chia sẻ</small>				
 Khám phá chương trình ưu đãi lớn nhất năm tại Luxury ... <small>Luxury Watch</small>	<div>Quảng cáo</div> 24 Tháng 11 9:30	8 <small>Số người tiếp cận</small>	3 <small>Cảm xúc</small>	0 <small>Bình luận</small>	0 <small>Lượt chia sẻ</small>				
 Post:  Luxury Watch - Siêu khuyến mãi 1... <small>Không thể quảng cáo</small>	9 Tháng 10 12:12	1,2K <small>Số người tiếp cận</small>	—	—	—				
 Luxury Watch - Siêu khuyến mãi 10,10 chỉ trong 3 n... <small>Luxury Watch</small>	<div>Quảng cáo</div> 8 Tháng 10 22:09	1,2K <small>Số người tiếp cận</small>	7 <small>Cảm xúc</small>	4 <small>Bình luận</small>	0 <small>Lượt chia sẻ</small>				
 Đồng Hồ Sáo Sừng SNEE04K1: Sự Kết Hợp Hoàn Hảo Giữa ... <small>Luxury Watch</small>	<div>Quảng cáo</div> 5 Tháng 10 11:56	25 <small>Số người tiếp cận</small>	1 <small>Cảm xúc</small>	0 <small>Bình luận</small>	0 <small>Lượt chia sẻ</small>				
 Đồng Hồ Sáo Sừng - Nam SNEE27K1: Vẻ Đẹp Nam Tính, Sa... <small>Luxury Watch</small>	<div>Quảng cáo</div> 5 Tháng 10 11:28	20 <small>Số người tiếp cận</small>	1 <small>Cảm xúc</small>	0 <small>Bình luận</small>	0 <small>Lượt chia sẻ</small>				
 Video của bạn <small>Đã ...</small>	<div>Quảng cáo</div> 3 Tháng 10 10:51	20 <small>Số người tiếp cận</small>	0 <small>Cảm xúc</small>	0 <small>Bình luận</small>	0 <small>Lượt chia sẻ</small>				

Luxury Watch
ngay đây là Kỷ lục
12 giờ

Khám phá chương trình ưu đãi lớn nhất năm tại Luxury Watch!

Luxury Watch tự hào mang đến chương trình ưu đãi hấp dẫn nhất năm - một cơ hội không thể bỏ lỡ để sở hữu những mẫu đồng hồ đẳng cấp với mức giá ưu đãi đặc biệt.

Từ ngày 24/11 đến 26/11/2024 tất cả sản phẩm trong bộ sưu tập đều được giảm ngay 10%! Đây là dịp hoàn hảo để bạn nâng tầm phong cách hoặc dành tặng một món quà ý nghĩa cho người thân yêu.

Tại sao nên chọn Luxury Watch?

- Thiết kế tinh tế: Mỗi chiếc đồng hồ là sự kết hợp hoàn hảo giữa nghệ thuật và công nghệ.
- Chất liệu cao cấp: Được chế tác từ thép không gỉ, kính sapphire chống xước, mang lại sự bền bỉ và đẳng cấp vượt thời gian.
- Chính sách bảo hành vượt trội: Bảo hành chính hãng 2 năm và vệ sinh miễn phí trọn đời.
- Số lượng có hạn, đừng bỏ lỡ!

Website: <https://donghoxamluxury.com/>

#luxurywatch #donghoxamluxury #dongho #donghoxamluxury

25.11
LUXURY WATCH

UP TO **10%** OFF

PROMO PERIOD:
24/11 - 26/11/2024

MUA NGAY

donghoxamluxury.com

25.11
LUXURY WATCH

donghoxamluxury.com

(MINIGAME) - CƠ HỘI NHẬN VOUCHER 500.000 ĐỒNG

Chào các bạn yêu, chúng tôi mang đến một mini game cực kỳ thú vị với phần thưởng hấp dẫn!

QUÀ TẶNG: Voucher trị giá 500.000 đồng áp dụng cho mọi sản phẩm đồng hồ Luxury Watch. Tham gia ngay để nhận quà siêu hấp dẫn!

THỂ LỆ MINIGAME:

- Chỉ số bài viết này công khai ở trạng thái công khai.
- Tập 2 người bạn thân vào một trong số địa điểm.
- Mini game vui vẻ công bố giải 21h ngày 05/11/2024.
- Người thắng giải là người đạt điểm đúng 0, làm chỉ các bước.
- Trong hợp đồng đăng trình trình sẽ trao giải cho người chơi sớm nhất.
- Thời gian tham gia: Từ 24/11/2024 đến hết 25/11/2024.

QUÀ TẶNG:

1. Giải thưởng duy nhất trị giá 500.000 đồng voucher mua đồng hồ cao cấp.

Voucher có thể áp dụng cho bất kỳ sản phẩm nào trong bộ sưu tập Luxury Watch.

Lưu ý:

Mỗi người chơi chỉ được tham gia một lần.

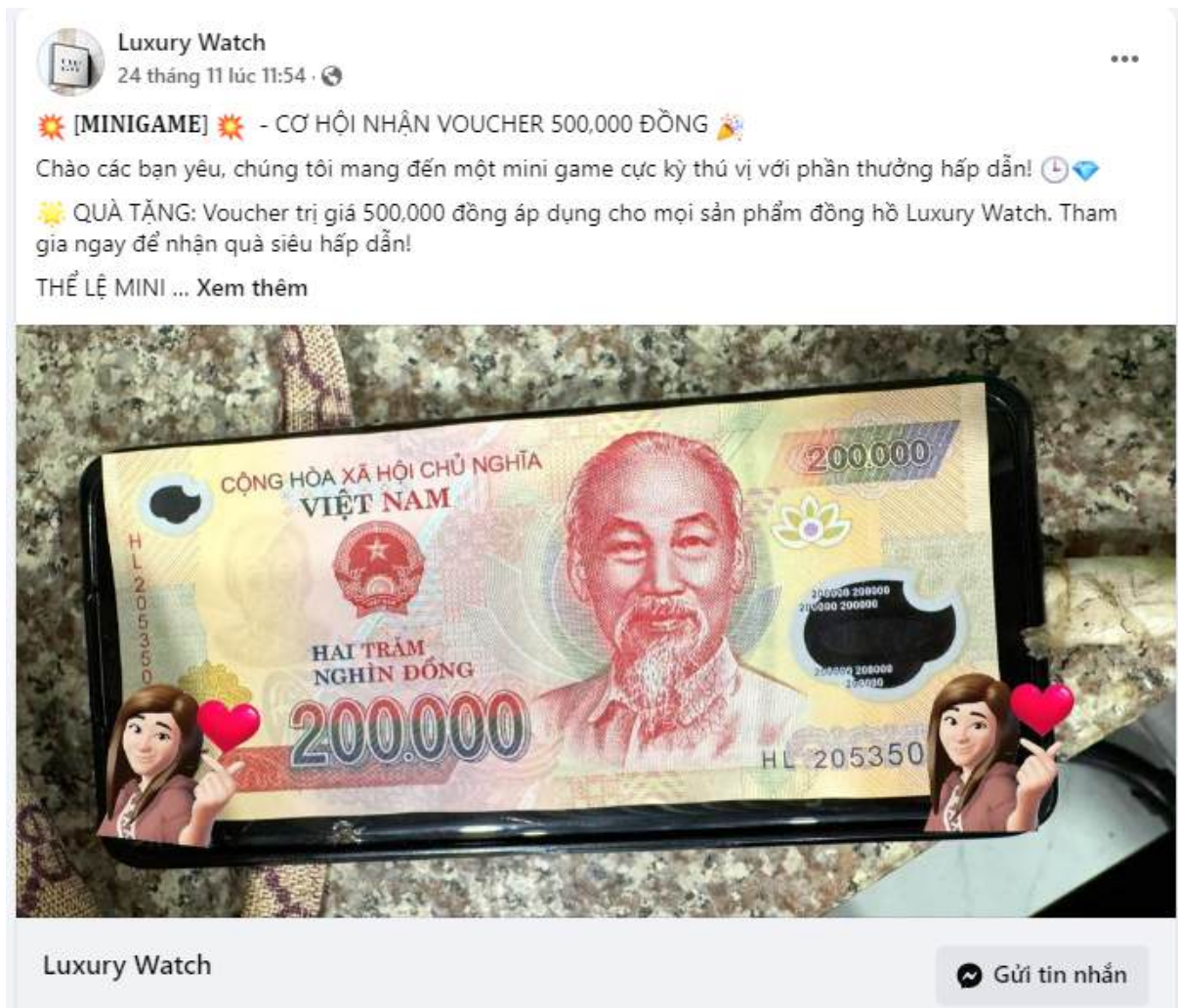
Website: <https://donghoxamluxury.com/>

Hãy nhanh tay tham gia mini game để nhận voucher trị giá 500.000 đồng và sở hữu chiếc đồng hồ sang trọng từ bộ sưu tập Luxury Watch! donghoxamluxury.com

#LuxuryWatch #MiniGame #Voucher500000 #dongho #dongho #donghoxamluxury

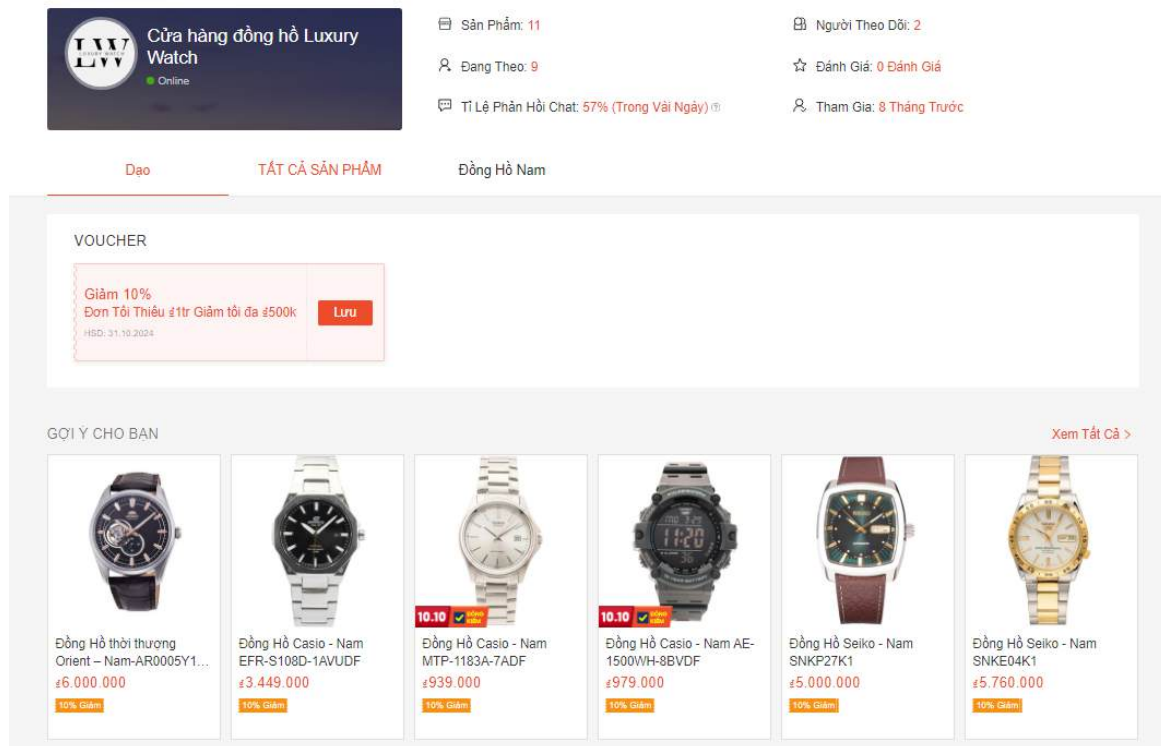
Hình 3.24 Bài đăng trên Facebook

- **Nhận xét:** Nhóm đã triển khai các nội dung theo lịch biên tập, tiến hành chạy ads theo chiến dịch và đăng tải nội dung hàng ngày



Hình 3.25 Bài viết đã đăng tải

3.2.3 Triển khai chiến dịch trên sàn TMĐT



Hình 3.26 Cửa hàng đồng hồ Luxury Watch

- Tiến hành đăng sản phẩm và cập nhật nội dung chuẩn SEO

* Hình ảnh sản phẩm ☒ Hình ảnh tỷ lệ 1:1 ☐ Hình ảnh tỷ lệ 3:4 [View Example](#)

* Ảnh bìa

Video sản phẩm

* Tên sản phẩm

Đồng Hồ Seiko - Nam SNZG15J1 28/120

* Mô tả sản phẩm	<p>Đồng Hồ Seiko Nam SNZG15J1 - Phong Cách Quân Đội Mạnh Mẽ</p> <p>1. Thông số kỹ thuật:</p> <p>Thương hiệu: Seiko</p> <p>Xuất xứ: Nhật Bản</p> <p>Đối tượng: Nam</p> <p>Dòng sản phẩm: Seiko 5 Quân Đội</p> <p>Chống nước: 10 ATM (chịu được bơi lội, lặn nông)</p> <p>Loại máy: Cơ tự động (Automatic)</p> <p>Chất liệu kính: Hardlex Crystal (kính cứng chống va đập, trầy xước)</p> <p>Chất liệu dây: Dây dù/vải bền bỉ, thoải mái</p> <p>Kích thước mặt đồng hồ: 42mm</p> <p>Khoảng trữ cút: 40 tiếng</p> <p>2. Công dụng và lợi ích:</p> <p>Thiết kế quân đội mạnh mẽ: Đồng hồ Seiko Nam SNZG15J1 mang đậm phong cách quân đội với dây dù/vải chắc chắn, tạo nên vẻ ngoài khỏe khoắn và cá tính. Kích thước mặt đồng hồ 42mm vừa vặn và nổi bật, phù hợp với những ai yêu thích sự mạnh mẽ, năng động.</p> <p>Tính năng tiện ích: Đồng hồ được trang bị da quang, lịch thứ và lịch ngày, giúp bạn dễ dàng quản lý thời gian ngay cả trong điều kiện thiếu sáng. Cơ chế máy cơ tự động tự động nạp năng lượng từ chuyển động cổ tay, giúp đồng hồ hoạt động liên tục mà không cần thay pin.</p> <p>Lợi ích: Với khả năng chống nước 10 ATM, đồng hồ có thể sử dụng thoải mái trong các hoạt động thể thao dưới nước. Dây dù/vải mềm mại, thoáng mát, mang đến sự thoải mái khi đeo trong thời gian dài.</p> <p>3. Chế độ bảo hành:</p> <p>Bảo hành: 12 tháng chính hãng, bảo hành toàn quốc tại các trung tâm Seiko.</p>
------------------	--

Bảng 3.27 Đăng sản phẩm và cập nhật nội dung chuẩn SEO

- Triển khai chiến dịch “Sale lương về 25/11” giảm giá 10% tất cả các sản phẩm

Thông tin cơ bản

Loại mã

Voucher toàn Shop

Tên chương trình giảm giá

Lương Về - Sale To

19/100

Tên Voucher sẽ không được hiển thị cho Người mua

Mã voucher

LUXU LV25

4/5

Vui lòng chỉ nhập các kí tự chữ cái (A-Z), số (0-9), tối đa 5 kí tự.
Mã giảm giá đầy đủ là: LUXULV25

Thời gian sử dụng mã

22:52 24-11-2024

—

23:52 25-11-2024

☐ Cho phép lưu mã trước Thời gian sử dụng

Thiết lập mã giảm giá

Loại Voucher

☒ Khuyến Mãi
 ☐ Hoàn Xu

Mã giảm giá thông minh

Loại giảm giá | Mức giảm

Theo phần ...

10

%GIẢM

Mức giảm tối đa

☒ Giới hạn
 ☐ Không giới hạn

₫

500000

Giá trị đơn hàng tối thiểu

₫

1000000

Tổng lượt sử dụng tối đa

1

Tổng số Mã giảm giá có thể sử dụng

Lượt sử dụng tối đa/Người m...

1

Tên Voucher Mã voucher	Loại mã	Sản phẩm áp dụng	Người mua mục tiêu	Giảm giá	Tổng lượt sử dụng tối đa	Đã dùng	Thao tác
<div>Sắp diễn ra</div> <div>Lương Về - Sale To</div> <div>Mã voucher LUXULV25</div>	Mã giảm giá toàn Shop	Tất cả sản phẩm	Tất cả Người mua	10%GIẢM	1	0	Chỉnh sửa Sao chép Đơn hàng Xóa
<div>Đã kết thúc</div> <div>Sale ngày đôi 10.10 - Đồng hồ sang...</div> <div>Mã voucher 54AKTLK</div>	Mã giảm giá trên sản phẩm	Tổng cộng 10 sản phẩm	Tất cả Người mua	20%GIẢM	1	0	Chi tiết Đơn hàng Sao chép
<div>Đã kết thúc</div> <div>Giảm 10%</div> <div>Mã voucher 54AKLXR</div>	Mã giảm giá toàn Shop	Tất cả sản phẩm	Tất cả Người mua	10%GIẢM	1	0	Chi tiết Đơn hàng Sao chép

Hình 3.28 Triển khai hoạt động Sale lương về

90

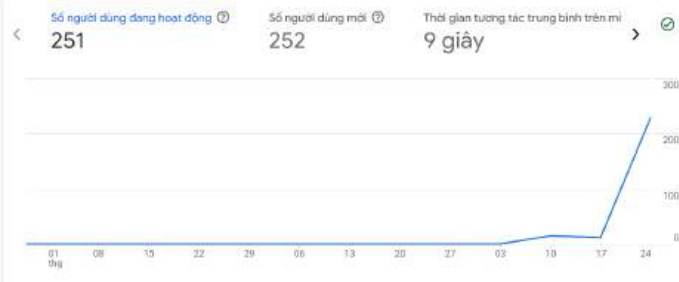

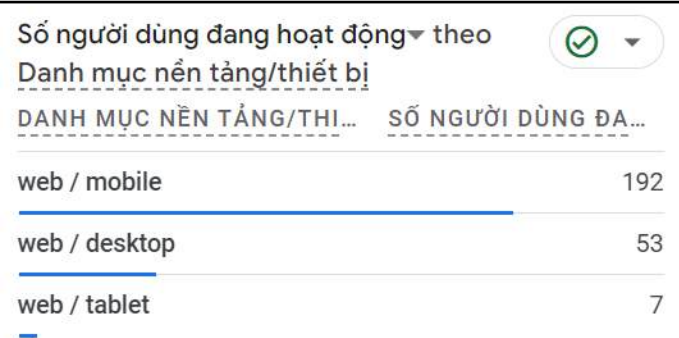
N4. ĐO LƯỜNG VÀ ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CHO DOANH NGHIỆP LUXURY WATCH TỪ THÁNG 10 ĐẾN THÁNG 12

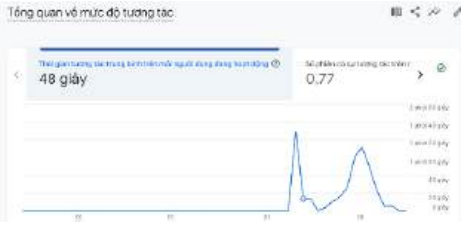
4.1. Báo cáo và đánh giá hiệu quả thực hiện kế hoạch chiến dịch 1

4.1.1 Website

Google Analytics

Bảng 4.1 Kết quả Google Analytics

ST T	Các chỉ số	Kết quả đạt được
1	 <p>Tổng quan</p>	<p>Người dùng: 251 người</p> <p>Thời gian tương tác trung bình: 9s</p>
2	 <p>Vị trí địa lý</p>	<p>Việt Nam: 202</p> <p>United States: 7</p> <p>Sweden: 1</p> <p>Australia: 1</p>
3	 <p>Thiết bị công nghệ</p>	<p>Web/desktop: 53</p> <p>Web/mobile: 192</p>

4	 <p>Mức độ tương tác</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Số phiên tương tác trên mỗi người dùng: 9s - Thời gian tương tác trung bình/phiên: 29s <p>Page view: 396 lượt</p>
---	---	--

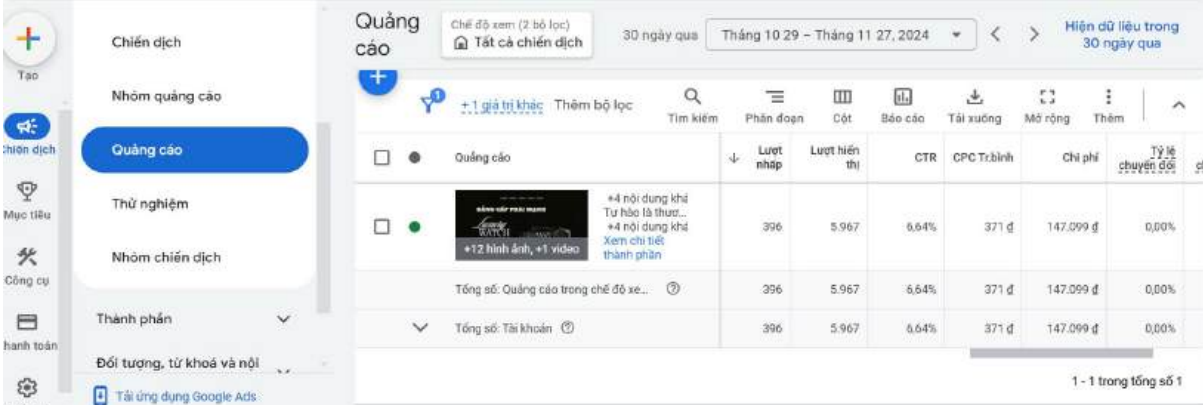
- Nhận xét:

+ Các chỉ số tổng quan tăng như người dùng số phiên bên cạnh đó chỉ số thời gian trên trang thì giảm đi như vậy cho thấy doanh nghiệp đang cần phải cải thiện những nội dung và sản phẩm chất lượng trên trang để tăng thời gian ở lại trang của người dùng.

+ Các chỉ số nhân khẩu thu được trên trang đem lại các chỉ số về địa lý, độ tuổi trùng với insight mà nhóm đã nghiên cứu đối tượng nhắm đến.

+ Ngoài ra trên Google Analytics còn thu được các chỉ về công nghệ từ đó giúp cho doanh nghiệp biết được hành vi online của khách hàng chủ yếu là thiết bị nào nhằm để tối ưu và cải thiện tốt hơn để đem trải nghiệm tốt cho người dùng.

Google Ads



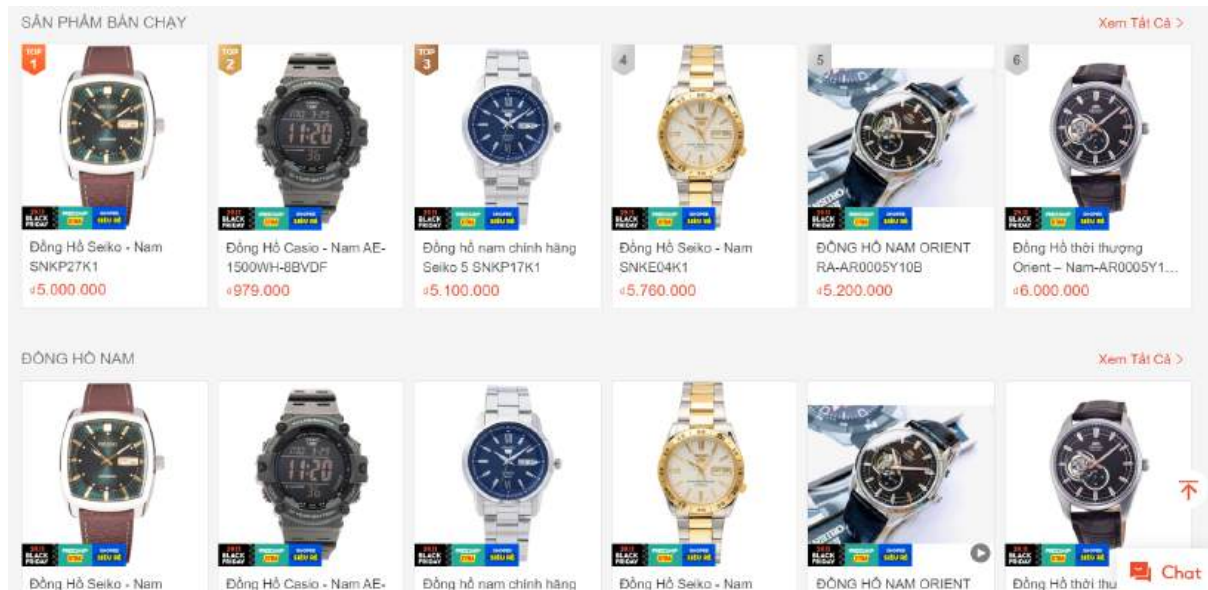
	Lượt nhập	Lượt hiển thị	CTR	CPC Tr. bình	Chi phí	Tỷ lệ chuyển đổi
Quảng cáo	396	5.967	6,64%	371 đ	147.099 đ	0,00%
Tổng số: Quảng cáo trong chế độ x...	396	5.967	6,64%	371 đ	147.099 đ	0,00%
Tổng số: Tài khoản	396	5.967	6,64%	371 đ	147.099 đ	0,00%

Hình 4.1 Google Ads

- Nhận xét: Lượt hiển thị là 5967 và có 396 lượt nhấp vào quảng cáo, tỉ lệ này vượt ngoài mong đợi khi nhóm chỉ mới bước đầu chiến dịch với lượng nhấp này là tín hiệu tốt với chiến dịch này.

4.1.2 Sàn thương mại điện tử

- Đăng tải sản phẩm



Hình 4.2 Đăng tải sản phẩm

- Mô tả sản phẩm

Đồng Hồ Seiko Nam SNKP27K1 - Sự Sang Trọng Từ Chất Liệu Đến Thiết Kế

1. Thông số kỹ thuật:

Thương hiệu: Seiko

Xuất xứ: Nhật Bản

Đối tượng: Nam

Chống nước: 5 ATM (chịu được nước khi rửa tay, đi mưa nhỏ)

Loại máy: Cơ tự động (Automatic)

Chất liệu kính: Hardlex Crystal (kính cứng chống trầy xước, va đập)

Chất liệu dây: Dây da cao cấp

Kích thước mặt đồng hồ: 41mm

2. Công dụng và lợi ích:

Thiết kế tinh tế, lịch lãm: Với dây da cao cấp và mặt kính Hardlex Crystal, đồng hồ Seiko Nam SNKP27K1 mang đến phong cách thời thượng và đẳng cấp, phù hợp cho các quý ông yêu thích sự lịch lãm và sang trọng.

Tính năng tiện ích: Đồng hồ được trang bị dạ quang, lịch thứ, lịch ngày, giúp bạn dễ dàng theo dõi thời gian và lịch trình ngay cả trong điều kiện ánh sáng yếu. Cơ chế máy cơ tự động giúp đồng hồ tự động nạp năng lượng từ chuyển động của cổ tay, không cần thay pin.

Lợi ích: Khả năng chống nước 5 ATM bảo vệ đồng hồ khỏi những tác động nước hàng ngày. Dây da mềm mại và thoải mái, kết hợp với thiết kế mặt đồng hồ 41mm mang lại sự cân đối và dễ chịu khi đeo.

3. Chế độ bảo hành:

Bảo hành: 12 tháng chính hãng, bảo hành toàn quốc tại các trung tâm của Seiko.

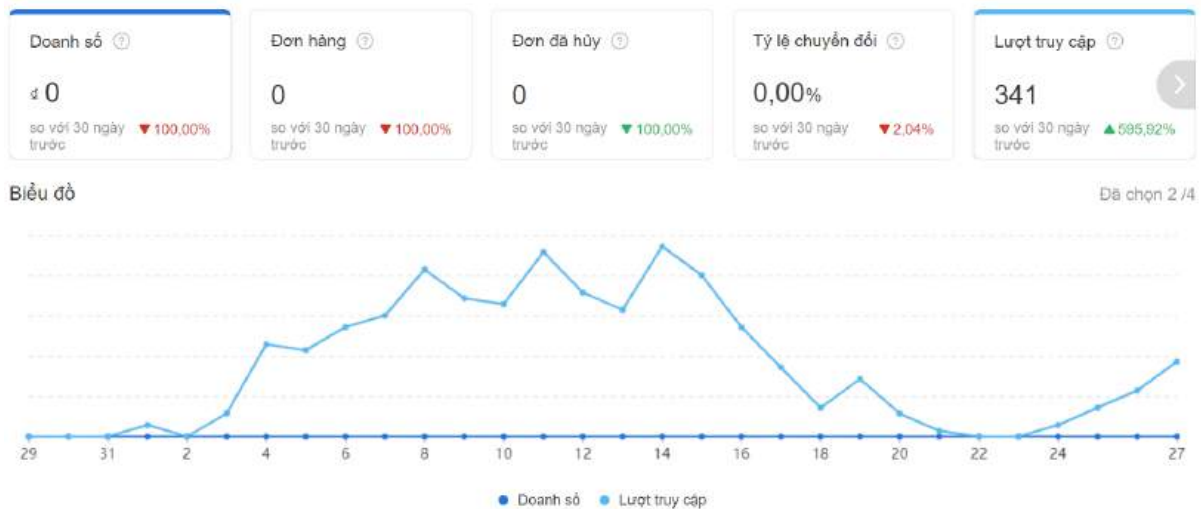
Đổi trả: Hỗ trợ đổi trả trong 7 ngày nếu có lỗi từ nhà sản xuất (theo chính sách của Shopee).

✦ Đồng hành cùng sự lịch lãm, sang trọng của bạn trong mọi khoảnh khắc!

🍯 Cam kết hàng chính hãng 100%

- Phân tích bán hàng

Tổng quan

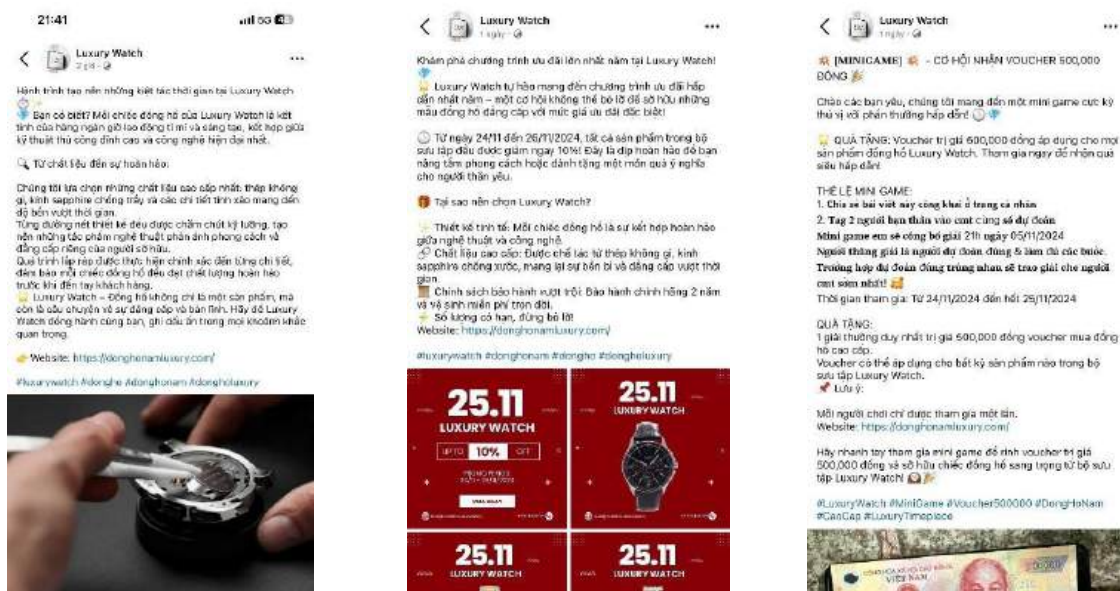


Hình 4.3 Đăng tải sản phẩm

- Thông qua việc nhóm cập nhật thông tin sản phẩm, cập nhật banner thì kênh đã có 341 lượt truy cập mới và 573 lượt xem mới thì số liệu này tương đối cao vì nhóm chỉ mới triển khai giai đoạn đầu của chiến dịch.

4.1.3 Facebook

- Bài viết đã đăng



Hình 4.4 Bài đăng Facebook

- Kết quả Ads

Bài viết nổi bật
28 ngày qua

Xem tất cả

Hãy quảng cáo bài viết này để tiếp cận thêm lên đến 19021 người khi bạn chi tiêu đ1,788 nhé.

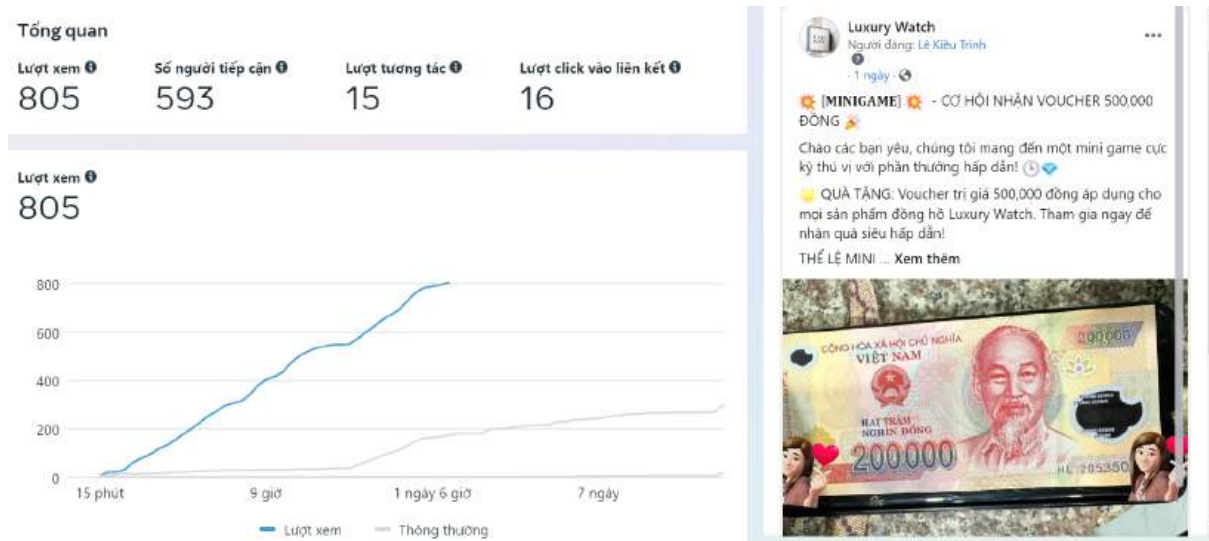
**[MINIGAME]** - CƠ HỘI NHẬN VOUCHER 500,000 ĐỒNG 🎁 Chào các bạn yêu, chúng tôi mang đến một mini game cực kỳ thú vị với phần thưởng...

Người đăng: Lê Kiều Trinh
· Hôm qua lúc 11:54 · 🌐

Lượt hiển thị bài viết	Số người bài viết tiếp cận	Lượt tương tác với bài viết
686	591	106

Hình 4.5 Kết quả Ads

- ⇒ Với mục tiêu tăng nhận diện thương hiệu thì mục tiêu của Facebook Ads nhắm tới lượng tương tác và tiếp cận, sau một ngày chạy ads kết quả thu về tương đối tốt với ngân sách nhỏ, lượng ngân sách còn lại sẽ được triển khai ở cuối chiến dịch.



Hình 4.6 Kết quả đạt được

- **Nhận xét:** Nhóm đã triển khai các nội dung theo lịch biên tập, tiến hành chạy ads có gắn link liên kết tới website và Shopee, các bài viết khác cũng được link dưới phần bình luận để thu hút thêm lượt truy cập, với lượt tương tác và lượt tiếp cận cao thông qua chạy ads.

4.1.4 Đánh giá

a. Kết quả chiến dịch 1

Bảng 4.2 Kết quả chiến dịch 1

Kênh	Mục tiêu	Kết quả	Tỉ lệ
Website	Tăng lượt traffic lên 200.	237	118,5%
	Tăng tỉ lệ nhấp: 100 lượt	33 lượt	33%
	Doanh thu 5 triệu	0	0
Shopee	50 lượt follow	2 follow	4%
	100 lượt truy cập	341	341%
	Doanh thu 5 triệu	0 (chưa đạt)	0
Facebook	1500 follow	2100 follow	140%
	20 lượt like/bài	5 like/bài	25%
	10 cmt/bài	3 cmt/bài	30%
	Tiếp cận 1.000 người	591	59,1%

b. Đánh giá kết quả chiến dịch 1 so với toàn dự án

Bảng 4.3 Đánh giá kết quả chiến dịch 1 so với toàn dự án

Kênh	KPI	Kết quả	Tỉ lệ
Website	- Tăng traffic 1000.	237	23,7%
	- Tỉ lệ nhấp 600	33	5,5%
	- Doanh thu 30 triệu	0	0
Shopee	- 250 lượt follow	2	0
	- 700 lượt truy cập	341	48,7%
	- Doanh thu 30 triệu	0	0
Social media	Facebook		
	- 7000 follow	2100	30%
	- 120 lượt like/bài	5	4,1%
	- 70 cmt/bài	3	4.2%
	- Tiếp cận 10.000 người	591	5,9%

c. Nhận xét

Thành công: Kết quả trên Shopee với lượt truy cập vượt mục tiêu là một điểm sáng, nhưng việc chuyển đổi sang doanh thu và follow lại là yếu.

Cần cải thiện:

- **Tỷ lệ nhấp và chuyển đổi:** Cần cải thiện tỷ lệ nhấp vào website và doanh thu bằng cách tối ưu hóa trang sản phẩm, giảm bớt rào cản mua sắm (ví dụ: tối ưu hóa quy trình thanh toán, thêm các chương trình ưu đãi).
- **Khuyến mãi và ưu đãi:** Các chiến dịch khuyến mãi, mã giảm giá và quà tặng có thể cần được làm rõ hơn hoặc thúc đẩy mạnh mẽ hơn, đặc biệt trên các nền tảng như Shopee và Facebook.
- **Tăng cường sự tương tác trên mạng xã hội:** Nội dung trên Facebook cần được cải tiến để tăng tương tác, có thể thử các chiến lược quảng cáo sáng tạo hơn hoặc làm nổi bật những lợi ích cụ thể của sản phẩm.

4.2 Thuận lợi và khó khăn khi thực hiện dự án

❖ Nhân lực:

- Thuận lợi:
 - + Các thành viên nắm được cơ bản kiến thức về thương mại điện tử cũng như xây dựng Website chuẩn SEO, tối ưu sàn thương mại điện tử và social media.
 - + Các thành viên trong nhóm có ý thức học tập và xây dựng công việc nhóm.
 - + Được sự hướng dẫn, chỉ dạy rất nhiệt tình của giảng viên.
- Khó khăn:
 - + Một số thành viên chưa tự giác trong việc xây dựng phát triển web.
 - + Không đủ thời gian dành cho SEO.
 - + Độ cạnh tranh trong SEO ngày càng tăng.
 - + Khó khăn tạo dựng nội dung.

❖ Hệ thống:

- Thuận lợi:
 - + Tối ưu được website chuẩn thương mại điện tử.
 - + Tối ưu SEO cho website, tối ưu kênh social và sàn thương mại điện tử khá tốt.
 - + Sử dụng được các tiện ích cho website, kênh social và sàn thương mại

- **Khó khăn:** Giai đoạn đầu triển khai, nhóm gặp không ít khó khăn do đây là lần đầu thực hiện dự án. Tuy nhiên, với tinh thần đoàn kết và sự hỗ trợ lẫn nhau, chúng tôi đã nhanh chóng thích nghi và vượt qua giai đoạn khó khăn này. Diễn hình là trong quá trình triển khai chiến dịch, website của nhóm đã gặp sự cố bị xóa toàn bộ dữ liệu và kết quả trước đó đã xây dựng. Nhóm phải tập trung toàn bộ nhân lực trong 1 tuần để xây dựng web và SEO lại từ đầu. Nhờ sự kiên trì và nỗ lực, chúng tôi đã khắc phục thành công sự cố này, rút ra bài học kinh nghiệm quý báu về việc đảm bảo tính ổn định của hệ thống cho các dự án về sau.
- **Giải pháp:**
 - + Triển khai xây dựng các hệ thống vệ tinh website.
 - + Tối ưu và phát triển các hệ thống backlink đã thực hiện cũng như xây dựng thêm hệ thống backlink mới.
 - + Tạo dựng nội dung phong phú cho website, kênh social và sàn thương mại điện tử
 - + Tìm hiểu về cách thức thiết lập hệ thống cửa hàng thương mại điện tử.

4.3 Bài học kinh nghiệm

- **Nâng cao kiến thức:** Tham gia các buổi đào tạo để nâng cao kiến thức về quản lý dự án, kỹ thuật, và các công cụ hỗ trợ. Bên cạnh đó mỗi cá nhân trong nhóm đều tìm kiếm và học hỏi từ những dự án thành công khác, những bài viết, khóa học liên quan.
- **Xây dựng kế hoạch dự phòng:** Lập kế hoạch chi tiết để đối phó với các rủi ro có thể xảy ra, đặc biệt là các rủi ro kỹ thuật.
- **Biết sử dụng các công cụ:** Google Search Console, Google Analytics, Seoquake, ...
- **Biết cách thiết kế trang web, kênh social và sàn thương mại điện tử**

BẢNG ĐÁNH GIÁ – GIAI ĐOẠN 1
HIỆU QUẢ LÀM VIỆC CỦA CÁC THÀNH VIÊN TRONG NHÓM

Môn học: Dự án 1

Mã môn: PRO1132

(1) Điểm giai đoạn (GVHD chấm):

Tiêu chí đánh giá	Tỷ lệ	Mức độ % đóng góp từng thành viên						
		Kim Khải	Lê Khôi	Kiều Trình	Nhật Hào	Tiến Đạt	Văn Tài	Ngọc Phước
Mức độ tham gia buổi họp nhóm	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Tham gia đóng góp ý kiến	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Hoàn thành công việc được giao theo đúng thời hạn	Tối đa 20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Hoàn thành công việc được giao đảm bảo chất lượng	Tối đa 20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Có ý tưởng mới, sáng tạo đóng góp cho nhóm	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Tinh thần hợp tác, hỗ trợ, đoàn kết với các thành viên trong nhóm	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
(2) Tổng % đóng góp cho nhóm	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Chữ ký xác nhận của từng thành viên		Khải	Khôi	Trình	Hào	Đạt	Tài	Phước
(3) Điểm trình bày (nếu có)								
(4) Điểm cá nhân được quy đổi (4) = [(1)*(2) +(3)]/2								

Ghi chú:

- GV sẽ cho điểm tổng của nhóm từng bài tập.

- Điểm cá nhân theo từng bài tập nhóm được quy đổi = % đóng góp x điểm nhóm

Đà Nẵng, ngày 02 tháng 12 năm 2024

Nhóm trưởng

Khải

Nguyễn Kim Khải

BẢNG ĐÁNH GIÁ – GIAI ĐOẠN 2
HIỆU QUẢ LÀM VIỆC CỦA CÁC THÀNH VIÊN TRONG NHÓM

Môn học: Dự án 1

Mã môn: PRO1132

(1) Điểm giai đoạn (GVHD chấm):

Tiêu chí đánh giá	Tỷ lệ	Mức độ % đóng góp từng thành viên						
		Kim Khải	Lê Khôi	Kiều Trình	Nhật Hào	Tiến Đạt	Văn Tài	Ngọc Phước
Mức độ tham gia buổi họp nhóm	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Tham gia đóng góp ý kiến	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Hoàn thành công việc được giao theo đúng thời hạn	Tối đa 20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Hoàn thành công việc được giao đảm bảo chất lượng	Tối đa 20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Có ý tưởng mới, sáng tạo đóng góp cho nhóm	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Tinh thần hợp tác, hỗ trợ, đoàn kết với các thành viên trong nhóm	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
(2) Tổng % đóng góp cho nhóm	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Chữ ký xác nhận của từng thành viên		Khải	Khôi	Trình	Hào	Đạt	Tài	Phước
(3) Điểm trình bày (nếu có)								
(4) Điểm cá nhân được quy đổi (4) = [(1)*(2) +(3)]/2								

Ghi chú:

- GV sẽ cho điểm tổng của nhóm từng bài tập.

- Điểm cá nhân theo từng bài tập nhóm được quy đổi = % đóng góp x điểm nhóm

Đà Nẵng, ngày 02 tháng 12 năm 2024

Nhóm trưởng

Khải

Nguyễn Kim Khải

BẢNG ĐÁNH GIÁ – TOÀN BỘ DỰ ÁN
HIỆU QUẢ LÀM VIỆC CỦA CÁC THÀNH VIÊN TRONG NHÓM

Môn học: Dự án 1

Mã môn: PRO1132

(1) Điểm giai đoạn (GVHD chấm):

Tiêu chí đánh giá	Tỷ lệ	Mức độ % đóng góp từng thành viên						
		Kim Khải	Lê Khôi	Kiều Trinh	Nhật Hào	Tiến Đạt	Văn Tài	Ngọc Phước
Mức độ tham gia buổi họp nhóm	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Tham gia đóng góp ý kiến	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Hoàn thành công việc được giao theo đúng thời hạn	Tối đa 20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Hoàn thành công việc được giao đảm bảo chất lượng	Tối đa 20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Có ý tưởng mới, sáng tạo đóng góp cho nhóm	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Tinh thần hợp tác, hỗ trợ, đoàn kết với các thành viên trong nhóm	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
(2) Tổng % đóng góp cho nhóm	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Chữ ký xác nhận của từng thành viên		Khải	Khôi	Trinh	Hào	Đạt	Tài	Phước
(3) Điểm trình bày (nếu có)								
(4) Điểm cá nhân được quy đổi (4) = [(1)*(2) +(3)]/2								

Ghi chú:

- GV sẽ cho điểm tổng của nhóm từng bài tập.

- Điểm cá nhân theo từng bài tập nhóm được quy đổi = % đóng góp x điểm nhóm

Đà Nẵng, ngày 2 tháng 12 năm 2024

Nhóm trưởng

Khải

Nguyễn Kim Khải