

Portfolio

Nguyễn Chánh Danh

+84 88 686 7749

nguyenchanhdanh@gmail.com

Mục lục

Tổng quan nhu cầu, kinh nghiệm, năng lực:.....	03
Tổng quan kinh nghiệm:.....	04
Kinh nghiệm content:	06
Kinh nghiệm content (bài mẫu):	07
Kinh nghiệm SEO:	13
Kinh nghiệm thiết kế:	17
Kinh nghiệp chụp ảnh:	21
Kinh nghiệp qua dựng:	25

Tổng quan nhu cầu

Định hướng sự nghiệp: Giữ vai trò quản lý, lead team (1) Content hoặc (2) Marketing tại các doanh nghiệp có mục tiêu, sứ mệnh phù hợp.

Định hướng chuyên môn: Nâng cao (1) kỹ năng chuyên môn ở mảng Content hoặc SEO, (2) kỹ năng quản lý, điều phối dự án.

Hình thức làm việc: Ưu tiên fulltime, sẵn sàng nhận remote.

Địa điểm làm việc: Ưu tiên thành phố Đà Nẵng, sẵn sàng nhận ở tỉnh thành khác.

Tổng quan kinh nghiệm (Chung)

Quản lý: Điều phối và quản lý nhân sự, quản lý dự án.

Đồ họa: Photoshop, Lightroom nâng cao; Premiere, Illustrator, Audition cơ bản.

Office: Excel, Word nâng cao.

Workflow: Trello, Notion, Google Drive nâng cao.

Khác: Github, Firebase cơ bản.

Tổng quan kinh nghiệm (Marketing)

Quản lý: Xây dựng và triển khai kế hoạch Marketing tổng thể. Xây dựng và phát triển thương hiệu doanh nghiệp.

SEO: Xây dựng và triển khai kế hoạch SEO chi tiết (SEO onpage và offpage, backlink, website vệ tinh).

Content: Xây dựng và triển khai kế hoạch Content chi tiết (content website, content social, kịch bản tiktok, cấu trúc nhóm nội dung, biên tập và hoàn thiện content)

Quản trị website: Wordpress, Webflow, Astro (self-host, on Github) nâng cao.

Khác: HTML, CSS, Javascript cơ bản.

Kinh nghiệm content

08 năm kinh nghiệm viết Content Marketing trong các doanh nghiệp B2B, cụ thể: trang sức, vàng bạc đá quý, tài chính kinh doanh, vận hành khách sạn, nhập khẩu mỹ phẩm.

Vị trí từng đảm nhận: Nhân viên Content, trưởng team Content.

Công việc từng đảm nhận: Lập và triển khai kế hoạch content trên social lẫn website, báo chí.

Kinh nghiệm content

Tại sao khách sạn không nên chỉ cạnh tranh về giá? (1)

Trích đoạn:

Nếu khách sạn xác định giá phòng dựa trên sự cạnh tranh của đối thủ, bỏ qua các yếu tố khác như giá trị của khách sạn, nhu cầu của khách hàng... sẽ đem lại nhiều rủi ro đáng kể.

Đầu tiên, định vị thương hiệu của khách sạn sẽ bị lung lay, tính độc đáo riêng biệt sẽ không còn nữa. Bởi khách hàng của bạn sẽ đặt ra câu hỏi: chất lượng ở đâu trong một căn phòng giá rẻ mặt thế nào? Và điều ấy sẽ dẫn đến rủi ro tiếp theo.

Thứ hai, ảnh hưởng đến doanh thu tổng thể. Chấp nhận bán giá thấp hơn để có được nhiều khách hơn, nếu bán phòng tốt thì càng bán sẽ càng lỗ, còn nếu không bán tốt thì doanh thu không thể cải thiện lợi nhuận tổng thể.

Kinh nghiệm content

Tại sao khách sạn không nên chỉ cạnh tranh về giá? (2)

Trích đoạn:

Thứ ba, để không bị ảnh hưởng đến doanh thu, khách sạn buộc phải cắt giảm các dịch vụ, khoản chi không cần thiết. Chúng sẽ kéo giá trị thực tế của khách sạn đi xuống, khiến khách sạn trông như một lựa chọn bình thường chứ không có gì hấp dẫn.

Nói tóm lại, khách đặt phòng cảm thấy số tiền họ bỏ ra không tương xứng với những gì khách sạn đã quảng cáo, kết quả là – họ sẽ để lại nhiều đánh giá tiêu cực, từ đó ảnh hưởng tiêu cực đến giải pháp và hình ảnh của khách sạn bạn.

Kinh nghiệm content

Chênh lệch giá phòng là gì và tác động của nó đến doanh thu khách sạn ra sao?
(1)

Trích đoạn:

Tại sao chênh lệch giá phòng lại nghiêm trọng với khách sạn? Là bởi tác động của nó ảnh hưởng đến 2 khía cạnh: khách hàng và khách sạn. Tác động của nó cũng ảnh hưởng đến các kênh OTA, nhưng họ hầu như được bảo vệ khỏi tác động tiêu cực bởi các hợp đồng – và nếu giá trên kênh OTA thấp hơn website khách sạn, điều ấy sẽ đem lại lợi thế bán phòng cho họ.

Đối với khách hàng, vấn đề là sự tin tưởng, uy tín. Nếu website thể hiện mức giá với thông điệp Giá phòng tốt nhất, nhưng lại đắt hơn trên kênh OTA, khách hàng sẽ không tin vào lời khách sạn nói, và khiến họ cho rằng kênh OTA đang cung cấp mức giá khuyến mãi, giá thực của phòng.

Kinh nghiệm content

Chênh lệch giá phòng là gì và tác động của nó đến doanh thu khách sạn ra sao?
(2)

Trích đoạn:

Đối với khách sạn, mức giá thấp hơn khi đặt phòng qua kênh OTA sẽ khiến khách sạn không còn động lực phát triển kênh bán phòng trực tiếp, và vẫn phải trả thêm hoa hồng cho các kênh OTA đó.

Nếu khách sạn của bạn thường xuyên gặp phải tình trạng chênh lệch giá phòng, hãy lưu ý rằng không phải lúc nào điều ấy cũng là chủ ý, mà có thể là bởi tình cờ. Chênh lệch giá phòng thường là do các vấn đề quản lý.

Kinh nghiệm content

Hướng dẫn cải thiện lòng trung thành của du khách trong khách sạn (1)

Trích đoạn:

Trong ngành khách sạn, lòng trung thành của khách hàng là chỉ chọn một vài chỗ đặt phòng nhất định, chứ không tìm kiếm các khách sạn khác. Chúng liên quan đến trải nghiệm tích cực khi lần đầu họ đặt phòng, trải dài từ dịch vụ cho đến nhân viên, trải nghiệm tất cả mọi thứ.

Khi du khách càng đặt phòng nhiều, ở càng lâu thì lòng trung thành của họ càng tăng, bởi dần tạo nên được sự gắn kết. Điều này có thể áp dụng cho mọi khách sạn, không riêng các khách sạn độc lập hay theo chuỗi, bởi cách để thực hiện thì đều tương tự nhau.

Kinh nghiệm content

Hướng dẫn cải thiện lòng trung thành của du khách trong khách sạn (2)

Trích đoạn:

Khi du khách ở càng lâu trong khách sạn, họ có xu hướng chi tiêu nhiều hơn, từ đó tạo ra doanh thu. Ví dụ, ở Mỹ trong năm 2019 thì có đến 54 lượt đặt phòng đến từ khách hàng thân thiết. Khi nhu cầu lưu trú tăng, các khách sạn có thể dựa vào đó để đặt giá cao hơn.

Trong Marketing, một quan điểm bất biến là chi phí để có khách hàng mới (Customer Acquisition Cost) cao gấp 5 lần giữ chân khách hàng hiện tại (Customer Retention). Đối với các khách sạn, khách hàng trung thành đem đến nhiều lượt đặt phòng trực tiếp hơn, từ đó tiết kiệm được rất nhiều chi phí hoa hồng khi bán qua kênh bán phòng trực tiếp.

Kinh nghiệm SEO

Tăng traffic từ 15 (04/2021, mỗi tháng) lên 12.000 (02/2024), đưa lên và giữ top bộ từ khóa dịch vụ sản phẩm, gián tiếp chuyển đổi thành lead chất lượng cao cho công ty.



Kinh nghiệm SEO

Từ khóa: channel manager là gì

Volume: 100


Nhóm: từ khóa về sản phẩm, dịch vụ

channel manager là gì

Keyword difficulty: 22.29% (for google.com database) — View [full report](#) for this keyword

Tất cả Hình ảnh Video Mua sắm Tin tức Web Sách : Thêm Công cụ

Channel Manager là một công cụ kết nối giữa khách sạn và các kênh OTA (Online Travel Agent), giúp kiểm soát tình trạng phòng trống và giá trên nhiều kênh phân phối online.



Blue Jay Pms
<https://bluejaypms.com> › article › channel-manager-la-gi...

1. Channel Manager (CMS) là gì và dùng CMS sao để hiệu quả ...

AS: 0 Visits: 0 Pages/Visit: 0 Avg. Visit: 0 Bounce rate: 0
Get **domain authority, visits and engagement data** with a free Semrush account - [Connect](#)

L: 0 LD: 2.96K I: 234; whois </> source Rank: 9.8M

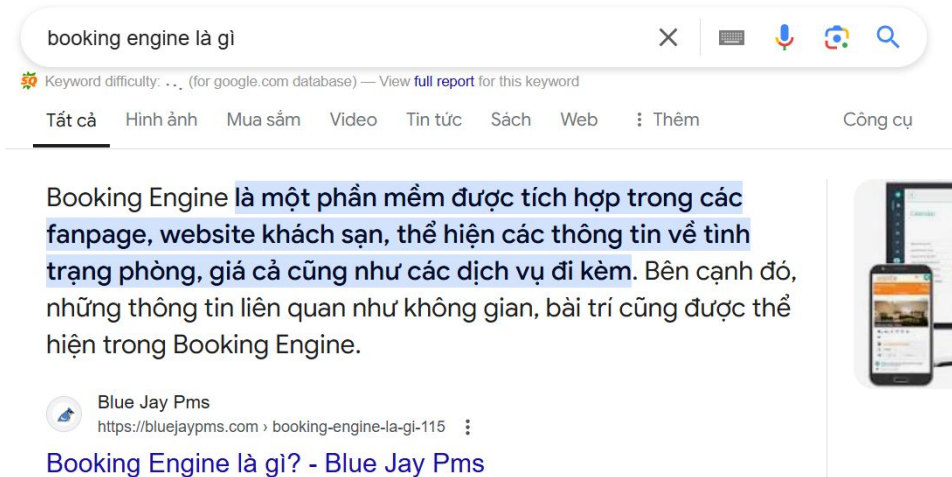
Giới thiệu về đoạn trích nổi bật • Ý kiến phản hồi

Kinh nghiệm SEO

Từ khóa: booking engine là gì

Volume: 100

Nhóm: từ khóa về sản phẩm, dịch vụ



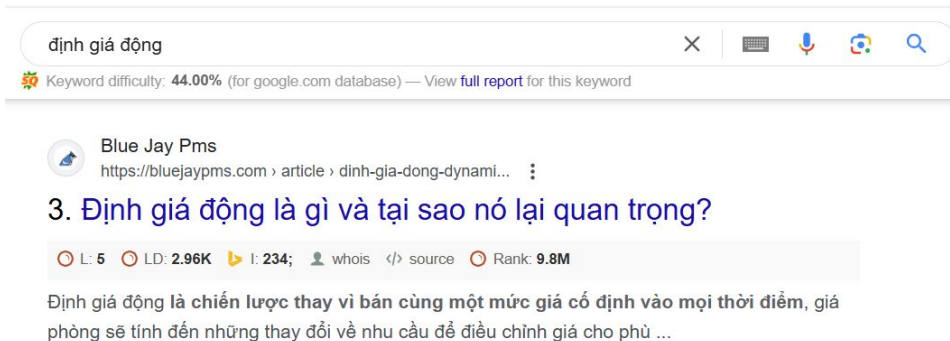
The screenshot shows a Google search interface. The search bar contains the text "booking engine là gì". Below the search bar, there is a link to "Keyword difficulty: ... (for google.com database) — View full report for this keyword". The search results are categorized by "Tất cả" (All), "Hình ảnh" (Images), "Mua sắm" (Shopping), "Video", "Tin tức" (News), "Sách" (Books), "Web", and "Thêm" (More). The "Tất cả" category is selected. The search results show a snippet from "Blue Jay Pms" with the URL "https://bluejaypms.com > booking-engine-la-gi-115". The snippet text is: "Booking Engine là một phần mềm được tích hợp trong các fanpage, website khách sạn, thể hiện các thông tin về tình trạng phòng, giá cả cũng như các dịch vụ đi kèm. Bên cạnh đó, những thông tin liên quan như không gian, bài trí cũng được thể hiện trong Booking Engine." To the right of the text, there is a small image of a smartphone displaying a booking engine interface.

Kinh nghiệm SEO

Từ khóa: định giá động

Volume: 100

Nhóm: từ khóa về nghiệp vụ, kiến thức ngành



The screenshot shows a keyword research interface. At the top, the search bar contains the text 'định giá động'. Below the search bar, a status bar indicates 'Keyword difficulty: 44.00% (for google.com database)' and provides a link to 'View full report for this keyword'. The main results section shows a snippet from 'Blue Jay Pms' with the URL 'https://bluejaypms.com › article › dinh-gia-dong-dynami...'. Below the snippet, a section titled '3. Định giá động là gì và tại sao nó lại quan trọng?' is visible. At the bottom of the snippet, a row of metrics is displayed: 'L: 5', 'LD: 2.96K', 'I: 234', 'whois', '</> source', and 'Rank: 9.8M'. The main text of the snippet describes dynamic pricing as a strategy where prices are set based on market conditions and demand.

định giá động

Keyword difficulty: 44.00% (for google.com database) — View [full report](#) for this keyword

Blue Jay Pms
<https://bluejaypms.com › article › dinh-gia-dong-dynami...>

3. Định giá động là gì và tại sao nó lại quan trọng?

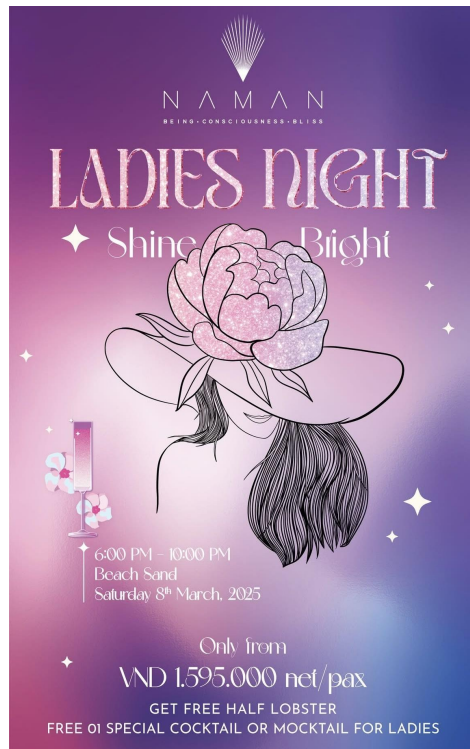
L: 5 LD: 2.96K I: 234; whois </> source Rank: 9.8M

Định giá động là chiến lược thay vì bán cùng một mức giá cố định vào mọi thời điểm, giá phòng sẽ tính đến những thay đổi về nhu cầu để điều chỉnh giá cho phù ...

Kinh nghiệm thiết kế



Kinh nghiệm thiết kế



Kinh nghiệm thiết kế



Kinh nghiệm thiết kế



Kinh nghiệm quay dựng



Thông tin liên lạc



Nguyễn Chánh Danh

+84 88 686 7749

nguyenchanhdanh@gmail.com

nhavantuonglai.com