Tiếp thị trực tuyến

Cung cấp các thông tin về tên công ty/ doanh nghiệp, ngành nghề hoạt động (có thể là sản xuất, kinh doanh, dịch vụ,…), lĩnh vực hoạt động (CNTT), nhận diện thương hiệu (logo, slogan),…

Công ty HKL

Sản xuất, kinh doanh Kính thông minh

Slogan: Huy không lo

. Không biết đường, bạn vẫn muốn tìm thấy onepiece như zoro noa zoro cùng đồng bọn? Hãy sắm cho mình chiếc kính HKL này, bạn chỉ cần ra khỏi nhà, mọi việc cứ để kính HKL lo :>

 Lựa chọn một sản phẩm/dịch vụ chính/chủ lực: Kính thông minh

 Phân tích SWOT về sản phẩm/dịch vụ.

+ Điểm mạnh:

Nghe, xem các nền tảng trực tuyến dễ dàng

Định vị ,chỉ đường qua bản đồ hình ảnh trên kính

Phù hợp cho tất cả các đối tượng

Tích hợp công nghệ AI

Thuận tiện, nhỏ gọn

Sạc bằng pin năng lượng mặt trời

Kính làm bằng vật liệu titan

Sản phẩm hiếm chưa từng có trên thị trường

Thời trang

+ Điểm yếu:

Giá cả cao

Khó sửa chữa khi hỏng do đây là sản phẩm thông minh có linh kiện cực kì nhỏ, cần đến trung tâm bảo hành nhưng là sản phẩm mới lên còn ít cơ sở đủ trình độ để sửa chữa.

Dễ gây tại nạn khi vừa đi đường, vừa tập trung coi phim trên kính.

+ Cơ hội:

Do độ hiếm, và mới xuất hiện trên thị trường lên cơ hội rất lớn

+ Thách thức

Chưa thuộc thương hiệu nào, đồng thời giá khởi điểm cao nên chưa được sự tin tưởng lớn từ khách hàng.

Làm bản thiết kế và mô tả về sản phẩm: (Đối với kinh doanh sản phẩm hữu hình)

Thiết kế hình ảnh sản phẩm (nếu là sản phẩm hiện có trong thực tế thì có hình ảnh, nếu là sản phẩm tự sáng tạo/tưởng tượng thì có thể hiện hình ảnh bằng máy tính, vẽ tay trên giấy).



 Giới thiệu, mô tả cấu tạo, các chức năng, công dụng, hướng dẫn sử dụng của sản phẩm.

Hình dáng tương tự 1 chiếc kính bình thường, có âm thanh được đặt ở gọng kính gần với tai – tương tự như tai nghe. Kính có chế độ coi phim, chỉ đường tương tự như điện thoại, tương tác bằng dọng nói của bản thân. Bảo mật khá tốt do kính sử dụng nhận dạng dọng nói. Kính tự động cảnh báo, chỉ đường khi người sử dụng đang đi đường. Có chế độ tùy chỉnh mức sáng ngoài trời, tránh ánh sáng xanh, tránh tia cực tím như 1 chiếc kính thông thường.

 Xác định thị trường: đối tượng khách hàng, phân đoạn thị trường (theo các tiêu chí), thị trường mục tiêu của sản phẩm. Đặc điểm, nhu cầu của từng nhóm khách hàng -> Phân khúc sản phẩm.

Đối tượng khách hàng: Mọi người dùng.

Phân loại thị trường:

+ Nhóm thiếu nhi: xem phim hoạt hình thay cho điện thoại.

+ Nhóm người ưa thích công nghệ: Mua về trải nghiệm

+ Nhóm người cao tuổi: Nghe nhạc, truyện tranh, xem phim không bị ảnh hưởng bởi thị giác

+ Nhóm đi phượt: Có thể thấy đường thông qua kính không cần phải sử dụng điện thoại

+….

Định giá cơ bản của sản phẩm /dịch vụ (để đơn giản hóa, bỏ qua chuyên môn về việc tính toán chi phí, định giá, giá cả), mức giá bán dự kiến (mức giá dự kiến khi đến tay người tiêu dùng).

$8000 cho 1 sản phẩm.

Dự kiến là tầm 150-180 triệu VND

Đến tay người dùng khoảng 200 triệu.

Cách thức mua-bán hàng (để đơn giản hóa, bỏ qua các yếu tố chuyên môn về kinh doanh, kinh tế, tài chính,…) (như bán buôn, bán lẻ; mua hàng truyền thống (tại cửa hàng, siêu thị), mua hàng trực tuyến (qua website của đơn vị, qua chợ thương mại điện tử,…); cách thức và phương thức thanh toán ra sao).

Đặt tại trang web, hoặc đến cửa hàng trực tiếp của công ti HKL

Chỉ nhận chuyển khoản. Không trả góp. Không free ship. Không vốt chờ giảm giá!!

Xây dựng chiến lược tiếp thị sản phẩm phù hợp (đặc biệt dựa trên nghiên cứu và phân khúc thị trường). Giới thiệu các kênh tiếp thị, các hình thức và phương thức tiếp thị cho sản phẩm (tiếp thị truyền thống, tiếp thị điện tử). Một số chính sách về tiếp thị (ưu đãi, khuyến mại/khuyến mãi, giảm giá).

1. Nghiên cứu và Phân khúc thị trường:

Xác định đối tượng mục tiêu: Người dùng tiềm năng của mắt kính thông minh, chẳng hạn như những người yêu công nghệ, người thích thể thao, người cần công cụ hỗ trợ công việc, v.v.

Nghiên cứu cạnh tranh: Đánh giá các sản phẩm mắt kính thông minh cạnh tranh và các chiến lược tiếp thị của họ.

2. Chiến lược Tiếp thị:

Kênh Tiếp thị:

Tiếp thị Trực tuyến: Tận dụng các nền tảng trực tuyến như trang web, mạng xã hội (Facebook, Instagram), trang web dự án Kickstarter hoặc Indiegogo để tạo cộng đồng và tạo sự tò mò.

Tiếp thị Truyền thống: Sử dụng quảng cáo truyền thống như truyền hình, radio hoặc quảng cáo trong các sự kiện và triển lãm công nghệ.

Tiếp thị trực tiếp: Xây dựng hệ thống phân phối và tạo cơ hội cho khách hàng tiềm năng thử nghiệm sản phẩm trực tiếp.

Hình thức Tiếp thị:

Nội dung Sáng tạo: Tạo nội dung quảng cáo và sáng tạo hấp dẫn để giới thiệu tính năng và lợi ích của mắt kính thông minh.

Tiếp thị Trải nghiệm: Cho phép người tiêu dùng thử nghiệm sản phẩm trước khi mua.

3. Chính sách Tiếp thị:

Ưu đãi: Cung cấp ưu đãi cho những người đặt hàng trước hoặc cho các khách hàng trung thành.

Khuyến mãi/Khuyến mại: Tạo chương trình khuyến mãi dựa trên sự kiện hoặc ngày lễ để kích thích mua sắm.

Giảm giá: Cân nhắc việc giảm giá sản phẩm sau một thời gian hoặc cho các đợt phát hành sau.

Quảng cáo sản phẩm (thiết kế video/clip ngắn giới thiệu và quảng cáo cho sản phẩm, poster, banner).

//// PPT

Kênh quảng cáo, tiếp thị qua website: Thiết kế, xây dựng một website tối giản (chỉ gồm 1 trang chủ và 1-2 trang con) hoặc landing page (triển khai trên localhost), tên miền dự kiến, thể hiện việc thiết kế bố cục và nội dung trang web, quảng cáo sản phẩm trên trang đó, ad (dạng banner, pop-up), hình ảnh, âm thanh, hiệu ứng.

//// website

Kênh quảng cáo, tiếp thị qua mạng xã hội (Facebook, Zalo,…): Tạo một FB page và xây dựng nội dung, đăng tải bài viết, cung cấp thông tin, chia sẻ, liên kết,…

/////fb

Kênh tiếp thị qua email: Thiết kế, xây dựng một số email tiếp thị, quảng cáo tới khách hàng về sản phẩm.

---

Subject: Khám phá sản phẩm mới - [Tên Sản Phẩm Của Bạn]

Chào quý khách hàng thân yêu,

Chúng tôi vô cùng phấn khích thông báo về sản phẩm mới nhất của chúng tôi - [Tên Sản Phẩm Của Bạn]! Với thiết kế đẹp mắt và tính năng ấn tượng, sản phẩm này đã được phát triển đặc biệt để đáp ứng nhu cầu của bạn.

[Tiếp theo, bạn có thể viết một đoạn ngắn miêu tả về sản phẩm, nhấn mạnh những tính năng và lợi ích chính của nó. Bạn cần thể hiện giá trị sản phẩm mang lại cho khách hàng.]

Tại sao bạn nên chọn [Tên Sản Phẩm Của Bạn]:

- [Tính năng 1]: Sản phẩm có [mô tả chi tiết về tính năng 1].

- [Tính năng 2]: [Mô tả chi tiết về tính năng 2].

- [Tính năng 3]: [Mô tả chi tiết về tính năng 3].

[Thêm một phần trong email để nêu rõ các ưu đãi, khuyến mãi, hoặc chương trình khuyến mãi đặc biệt nếu có.]

Chúng tôi sẽ rất vui khi bạn có cơ hội thử nghiệm [Tên Sản Phẩm Của Bạn] và trải nghiệm sự khác biệt mà nó mang lại. Đừng bỏ lỡ cơ hội này!

[Bạn có thể đưa ra một cuộc gọi đến hành động, ví dụ: "Nhấn vào đường dẫn bên dưới để mua ngay hôm nay" hoặc "Liên hệ chúng tôi để biết thêm thông tin chi tiết."]

[Chèn liên kết đến trang web sản phẩm hoặc cửa hàng trực tuyến.]

Chúng tôi luôn sẵn sàng hỗ trợ bạn. Nếu bạn có bất kỳ câu hỏi hoặc yêu cầu nào, xin vui lòng liên hệ với chúng tôi qua [thông tin liên hệ].

Cảm ơn bạn đã luôn ủng hộ chúng tôi. Chúng tôi hy vọng bạn sẽ yêu sản phẩm mới của chúng tôi như chúng tôi đã làm. Xin cảm ơn!

Trân trọng,

[Tên Công Ty Của Bạn]

---

Subject: 🌟 Sản phẩm mới đã ra mắt: [Tên Sản Phẩm]

Chào bạn,

Chúng tôi vô cùng phấn khích thông báo rằng sản phẩm mới của chúng tôi đã chính thức ra mắt - [Tên Sản Phẩm]! Đây là lý do tại sao bạn nên quan tâm:

🚀 [Tính năng 1]: [Mô tả ngắn về tính năng 1].

🌈 [Tính năng 2]: [Mô tả ngắn về tính năng 2].

💰 [Tính năng 3]: [Mô tả ngắn về tính năng 3].

Chúng tôi tin rằng [Tên Sản Phẩm] sẽ đáp ứng hoặc vượt quá mong đợi của bạn. Đừng bỏ lỡ cơ hội để trải nghiệm điều này!

[Nút "Mua Ngay" hoặc "Tìm hiểu thêm" để đưa khách hàng đến trang web sản phẩm hoặc cửa hàng trực tuyến.]

Nếu bạn cần thêm thông tin hoặc có bất kỳ câu hỏi nào, đừng ngần ngại liên hệ với chúng tôi.

Cảm ơn bạn đã luôn ủng hộ chúng tôi. Hy vọng bạn sẽ yêu [Tên Sản Phẩm]!

Trân trọng,

[Tên Công Ty Của Bạn]

---

Thiết kế và xây dựng mẫu khảo sát (khuyến khích ở dạng trực tuyến, có thể dùng FB, GG form) để thăm dò ý kiến khách hàng, người dùng; đánh giá chất lượng sản phẩm và tiếp thị sản phẩm.

\*\*Mẫu Khảo Sát Ý Kiến Khách Hàng và Đánh Giá Sản Phẩm\*\*

\*\*Phần 1: Thông tin cá nhân (tùy chọn)\*\*

1. Tên:

2. Địa chỉ email:

3. Số điện thoại:

\*\*Phần 2: Đánh giá sản phẩm\*\*

4. Sản phẩm của chúng tôi là gì? (Tên sản phẩm):

5. Vui lòng đánh giá sản phẩm của chúng tôi từ 1 đến 5, với 1 là rất kém và 5 là xuất sắc.

- [X] Thời gian giao hàng.

- [X] Chất lượng sản phẩm.

- [X] Dịch vụ khách hàng.

- [X] Giá trị tổng cộng.

\*\*Phần 3: Ý kiến của bạn\*\*

6. Bạn có ý kiến hoặc góp ý gì về sản phẩm hoặc dịch vụ của chúng tôi không?

\*\*Phần 4: Tiếp thị sản phẩm\*\*

7. Làm thế nào bạn biết đến sản phẩm của chúng tôi?

- [ ] Quảng cáo trực tuyến (Facebook, Google Ads, v.v.).

- [ ] Mạng xã hội (Facebook, Instagram, Twitter, v.v.).

- [ ] Tìm kiếm trên Internet.

- [ ] Từ bạn bè hoặc người thân.

- [ ] Khác (vui lòng ghi rõ):

\*\*Phần 5: Phản hồi thêm (tùy chọn)\*\*

8. Có điều gì chúng tôi có thể cải thiện để cung cấp dịch vụ tốt hơn cho bạn?

\*\*Phần 6: Kết luận\*\*

9. Cảm ơn bạn đã dành thời gian tham gia khảo sát của chúng tôi. Phản hồi của bạn rất quý báu và sẽ giúp chúng tôi phát triển sản phẩm và dịch vụ tốt hơn.

\*\*Phần 7: Cuối cùng, bạn có muốn nhận thông tin mới nhất và ưu đãi từ chúng tôi không?\*\*

- [ ] Có

- [ ] Không

\*\*Phần 8: Gửi khảo sát\*\*

[Thêm một nút "Gửi" để khách hàng có thể gửi khảo sát.]

---