



## Ndung digital marketing

Xác xuất thống kê (Trường Đại học Văn Lang)

## 1. Tổng quan về digital Marketing:

Digital Marketing là một số lượng lớn những nguồn lực và cách thức sử dụng kỹ thuật số để kết nối với người dùng khi họ lên mạng. Digital Marketing bao gồm một loạt các hoạt động như tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO), quảng cáo trả tiền mỗi lần nhấp chuột (PPC), marketing trên mạng xã hội, marketing nội dung, email marketing, và nhiều hình thức khác. Digital Marketing là một hướng đi hay nhánh nhỏ trong các phương thức Marketing truyền thống cũng như là hình thức quảng bá thương hiệu và giới thiệu sản phẩm nhằm mục đích gia tăng nhận thức về sản phẩm của thương hiệu, kích thích hành vi mua hàng dựa trên nền tảng Internet và các thiết bị số (Digital Devices).

### *Định nghĩa:*

Digital Marketing (hay còn gọi là marketing số/ tiếp thị số) là toàn bộ các hoạt động marketing có sử dụng các thiết bị điện tử hay Internet để kết nối với khách hàng và quảng cáo cho sản phẩm/dịch vụ/thương hiệu của doanh nghiệp. Sự phát triển của Internet cũng như công nghệ trong thời đại 4.0 đã thay đổi hoàn toàn cách thức khách hàng tìm kiếm thông tin và ra quyết định mua hàng. Điều này đóng vai trò như chất xúc tác cho sự phát triển của Digital Marketing, trở thành một phần không thể thiếu trong kế hoạch marketing tổng thể của các doanh nghiệp.

## 2. Môi trường hoạt động Digital Marketing

Phân tích môi trường và nghiên cứu Marketing là yếu tố quan trọng khi xây dựng kế hoạch và triển khai bất cứ chiến dịch Digital Marketing nào. Điều này giúp các hoạt động Digital Marketing phù hợp với bối cảnh thị trường, thực trạng, mong muốn và vấn đề của doanh nghiệp, đáp ứng đúng nhu cầu, mong muốn và **insight khách hàng**.

### Các yếu tố của môi trường hoạt động Digital Marketing

Các yếu tố môi trường hoạt động Digital Marketing mà các Marketers cần quan tâm đến bao gồm môi trường vĩ mô, môi trường vi mô và nội bộ doanh nghiệp, sản phẩm. Việc phân tích các yếu tố này giúp doanh nghiệp phát hiện ra được các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức theo mô hình **Marketing mix**. Từ đó mới vạch ra được định hướng cho chiến lược Digital Marketing đúng đắn, phù hợp.

#### 1. Môi trường vi mô

Môi trường vi mô bao gồm các yếu tố liên quan trực tiếp đến doanh nghiệp, thương hiệu và các lực lượng bên ngoài. Trước khi lập kế hoạch bất cứ một chiến dịch Digital Marketing nào, doanh nghiệp cần xem xét và phân tích thông tin liên quan đến nhà cung cấp, khách hàng, đối tác, đối thủ cạnh tranh, công chúng,...

## 2. Môi trường vĩ mô

Môi trường vĩ mô ảnh hưởng đến hoạt động Digital Marketing cấu thành từ các lực lượng tác động tới môi trường chung của toàn ngành và không có ảnh hưởng trực tiếp tới doanh nghiệp. Thông thường, môi trường vĩ mô bao gồm 5 thành phần: nhân khẩu học, kinh tế, công nghệ, văn hóa xã hội, pháp lý chính trị.

## 3. Nội bộ doanh nghiệp

Môi trường nội bộ doanh nghiệp cấu thành từ các yếu tố bên trong của tổ chức, các lực lượng có ảnh hưởng đến các hoạt động Digital Marketing, cụ thể bao gồm nhân lực, ngân sách, máy móc công nghệ, chiến lược kinh doanh, lịch sử, văn hóa doanh nghiệp,... Doanh nghiệp cần xác định rõ, đâu là yếu tố không thể thay đổi, yếu tố nào cần đưa vào truyền thông và hoạt động Digital Marketing, điểm mạnh có thể khai thác, yếu tố nào phải thay đổi, có thể thay đổi.

## 3. Công cụ để hoạt động Digital marketing:

### 1. Social Media Marketing:

-Đây là công cụ mang lại rất nhiều lợi ích cho việc quảng bá sản phẩm/dịch vụ mới. Công cụ này rất hiệu quả, ít tốn chi phí lại sử dụng đơn giản. Bạn có thể dùng để tăng Traffic, tăng độ nhận diện thương hiệu, cải thiện người dùng và giữ chân khách hàng lâu hơn. Nội dung tiếp thị trên social media sẽ có đôi chút khác biệt so với các kênh khác. Nội dung nhanh, bắt mắt, độc đáo, gây hài, hay giật gân, v.v. đang là xu hướng và dễ dàng thu hút sự chú ý của người dùng.

Một số Social Media Marketing phổ biến hiện nay gồm: Facebook, Pinterest, Twitter, Instagram, LinkedIn, Youtube, Snapchat,... Ngoài ra, bạn có thể sử dụng một số công cụ hỗ trợ như: Hootsuite, Promo Republic, Buffer, Hootsuite, Podium, Tailwind, SocialPilot,...

### 2. Search Engine Optimization (SEO) – Công cụ quan trọng nhất trong Digital Marketing:

-SEO là tập hợp các phương pháp giúp đưa Website của bạn lên vị trí tốt hơn trong kết quả của các công cụ tìm kiếm. Thói quen của người Việt là trước khi mua sắm một sản phẩm nào đó cũng lên Google để tìm hiểu kỹ về thông tin. Vì vậy mà SEO luôn được xem là một công cụ quan trọng nhất trong Digital Marketing. Đây là một công cụ quan trọng không thể thiếu giúp nội dung của bạn được hiển thị trên kết quả tìm kiếm và dễ dàng lọt vào “mắt xanh” của người dùng.

Bạn có thể sử dụng một số công cụ hỗ trợ cho SEO như: Uber Suggest, Google Keyword Planner, Yoast SEO,...

### 3. Mobile Marketing:

-Mobile là vật bất ly thân đối với rất nhiều người. Ngày càng có nhiều hoạt động mà chúng ta có thể làm trên điện thoại mà không cần phải đến nơi trực tiếp. Do đó Mobile

marketing (tiếp thị qua di động) cũng dần trở nên phổ biến hơn. Đây là công cụ điện tử được sử dụng nhiều hơn bất cứ thiết bị nào. Vì vậy, Mobile cũng trở thành kênh truyền thông quan trọng cho các chiến dịch Marketing của các doanh nghiệp.

Các hình thức mobile marketing hiệu quả và phổ biến điển hình là: SMS, Push notifications, WAP (giao thức ứng dụng không dây), App-based marketing (marketing trong ứng dụng), Mobile search ads (quảng cáo tìm kiếm di động), Sử dụng mã QR code, In game mobile marketing (tiếp thị trong trò chơi mobile), v.v.

#### *4. Công cụ phân tích*

Các công cụ phân tích chỉ số giúp cho các nhà Marketing đánh giá được hiệu quả của chiến dịch từ đó tối ưu hóa tốt nhất hiệu quả marketing

Hiện nay có rất nhiều công cụ giúp bạn theo dõi các chỉ số như Google Analytics, Google Trends,...

#### *5. Pay Per Click (PPC)*

Pay per click (PPC) advertising là hình thức quảng cáo trả phí, trong đó marketer hay doanh nghiệp không trả phí cho lượt xem mà trả phí trên mỗi lượt nhấp của người dùng vào quảng cáo của họ. Hiểu đơn giản đó là việc trả tiền cho mỗi lần nhấp chuột.

Đây là hình thức quảng cáo trực tuyến phổ biến và hữu ích nhất, giúp thúc đẩy thứ hạng của website hay ứng dụng trên công cụ tìm kiếm. Việc đo lường kết quả cũng dễ thực hiện. Google Ads đang là nền tảng phổ biến nhất để cài đặt và triển khai PPC.

Cách thức hoạt động của PPC là các nhà quảng cáo sẽ đặt giá thầu trên các từ khóa cho các nhấp chuột về website hay ứng dụng của họ. Nhà quảng cáo sẽ chỉ phải trả tiền khi có người nhấp vào quảng cáo của họ. Đó có thể là một hình ảnh hiển thị, điều hướng người nhấp chuột đến một trang web.

#### *6. Email*

Đây là công cụ dễ thực hiện nhất trong Digital Marketing giúp khách hàng và doanh nghiệp kết nối với nhau dựa trên sự đồng ý của khách hàng. Hầu hết các email gửi tới khách hàng đều được mở để xem nội dung của email khi họ đã cung cấp email cho doanh nghiệp.

Ngoài ra, doanh nghiệp của bạn cũng có thể gửi email tới những người chưa cung cấp Email bằng cách nhờ hỗ trợ của bên thứ ba. Họ sẽ cung cấp cho bạn những công cụ tự động để bạn có thể dễ dàng thiết kế mẫu email, lên chiến dịch và gửi email theo lịch đã có sẵn. Công cụ tự động cũng có chức năng phân tích dữ liệu, cung cấp cho bạn tỷ lệ người dùng đã mở email, click vào thông tin quảng cáo nào và nhiều chức năng hữu ích khác nữa.

Một số phần mềm email marketing giúp doanh nghiệp bạn chia sẻ đến mọi người như: Mailchimp, Getresponse, AWeber,...

## 4. Các chỉ số đo lường để đánh giá các hoạt động digital marketing

### 1. Chỉ số Traffic ( chỉ lưu lượng truy cập )

Website là một kênh truyền thông quan trọng của một doanh nghiệp. Một website thu hút được nhiều lượt truy cập đóng góp một phần trong việc thành công để thu hút khách hàng tiềm năng đến với doanh nghiệp.

Theo dõi lượt truy cập website cho phép bạn đánh giá hiệu quả của nhiều chiến dịch marketing

### 2. Chỉ số Roi viết tắt Return on Investment ( tỷ suất hoàn vốn )

ROI là tỷ lệ lợi nhuận ròng trên tổng chi phí đầu tư, cho thấy hiệu suất của những khoản đầu tư từ doanh nghiệp. ROI càng lớn chứng tỏ các hoạt động đầu tư của doanh nghiệp càng hiệu quả.

Cách tính ROI:  $ROI = (\text{Doanh thu} - \text{Chi phí}) / \text{Chi phí}$

### 3. Chỉ số CR viết tắt của Conversion rate ( tỷ lệ chuyển đổi )

Tỷ lệ chuyển đổi sẽ cho chúng ta thấy khả năng chuyển đổi khách hàng tiềm năng thành khách hàng thật sự của doanh nghiệp trên 1 kênh quảng cáo bất kỳ.

Lợi ích của việc theo dõi chỉ số CR định kỳ sẽ giúp bạn đo lường độ hiệu quả chiến dịch quảng cáo theo các mốc thời gian khác nhau đồng thời so sánh các sản phẩm khác nhau và tìm ra sản phẩm nào đang có tỷ lệ chuyển đổi tốt nhất.

$CR = (\text{Số lượng đơn hàng} / \text{Số lượng khách tiềm năng}) * 100$

### 4. Chỉ số Impression (Hiển thị)

Đây là một chỉ số rất phổ biến bạn phải nắm khi chạy quảng cáo, Impression chỉ ra tần suất mà nội dung quảng cáo bạn đã được hiển thị. Tuy nhiên, hiển thị là chỉ xuất hiện trên màn hình và không quan trọng việc người dùng có quan sát thấy quảng cáo hay không.

$\text{Hiển thị} = \text{Tiếp cận} * \text{Số lần quảng cáo hiển thị lên 1 người dùng}$

### 5. Chỉ số RR viết tắt của Run Rate ( Tỷ lệ hoàn thành mục tiêu )

Chỉ số Run Rate cho ta biết tốc độ hoàn thành mục tiêu của toàn bộ chiến dịch đạt được so với kế hoạch tổng thể ban đầu.

$\text{Tỷ lệ hoàn thành mục tiêu} = (\text{Thời gian thực tế} / \text{Kế hoạch}) * 100$