Chúng tôi có thể tìm hiểu chi tiết hơn và áp dụng các chiến lược tiếp thị cho các loại nền tảng và kênh khác nhau, nếu chúng tôi muốn. Dưới đây là một số ví dụ về các lĩnh vực khác nhau mà bạn có thể áp dụng các chiến lược cho các phương pháp tiếp cận khách hàng khác nhau:

 **Chiến lược Socal media marketing**: Chiến lược này có thể bao gồm cả chiến lược xã hội không phải trả tiền và chiến lược xã hội có trả tiền trên các nền tảng.

 **Chiến lược email marketing**: Tiếp thị qua email có thể nhanh chóng trở nên phức tạp. Có một kế hoạch là điều cần thiết.

 **Chiến lược Inbound marketing**: Chiến lược này bao gồm các chiến lược thu hút khách hàng – thay vì sử dụng các chiến thuật gây rối, chẳng hạn như quảng cáo truyền thống.

 **Chiến lược Content marketing**: Kết hợp chặt chẽ với tiếp thị trong nước nhưng đặc biệt tập trung hơn vào việc tạo ra nội dung thu hút khán giả.

 **Chiến lược biên tập**: Đối với các nhà xuất bản thương hiệu, một chiến lược biên tập, giống như những gì một tổ chức truyền thông hoặc tin tức sẽ có, có thể là điều cần thiết.

 **Chiến lược Social marketing**: Một chiến lược tập trung chủ yếu vào thông điệp thương hiệu của bạn.

 **Chiến lược Digital marketing**: Có thể bao gồm tất cả tiếp thị kỹ thuật số (ví dụ như PPC, SEO, phương tiện truyền thông xã hội có trả tiền và không phải trả tiền, email – tất cả những thứ kỹ thuật số).

 **Chiến lược Marketing nội bộ**: Các tổ chức lớn cũng có thể có nhu cầu tiếp thị nội bộ, chẳng hạn như thuyết phục các bên liên quan nội bộ hỗ trợ các sáng kiến hoặc chỉ cần thông báo và đưa nhân viên vào sứ mệnh của công ty.

 **Chiến lược Quan hệ Công chúng (PR)**: Các chiến lược PR thường có thể phức tạp và ngoài khách hàng, phải xem xét việc xây dựng mối quan hệ với công chúng và các bên liên quan, như giới truyền thông, những người ra quyết định của chính phủ và các tổ chức và thực thể có ảnh hưởng khác.

 **Chiến lược SEO marketing**: Tìm kiếm không phải trả tiền là một trong những trình điều khiển lưu lượng truy cập quan trọng nhất cho bất kỳ trang web hoặc doanh nghiệp nào trên Internet. Bạn đoán nó thành công đòi hỏi một chiến lược.

Bất kể bạn lập kế hoạch và thực hiện loại chiến lược nào, tất cả chúng đều tuân theo các nguyên tắc cơ bản giống nhau:

 **Bạn đang cố gắng tiếp cận ai?**Đây là những khách hàng mục tiêu hoặc đối tượng mà bạn cần để mua sản phẩm, quyên góp, thuyết phục ủng hộ một ý tưởng hoặc thực hiện một hành động khác hỗ trợ mục tiêu của bạn.

 **Bạn sẽ cố gắng tiếp cận họ ở đâu?**Các chiến lược và kênh cụ thể này đặt trọng tâm vào lĩnh vực này.

 **Bạn sẽ truyền cảm hứng cho họ hành động và mua hàng của bạn như thế nào?**Thương hiệu, kênh và chiến thuật của bạn phát huy tác dụng ở đây.

 **Bạn sẽ đo lường thành công bằng những cách nào?**Nếu bạn không thể đo lường nó, thì nó đã không xảy ra. Bạn phải chứng minh chiến lược của bạn thúc đẩy kết quả.

