

TRƯỜNG CAO ĐẲNG FPT POLYTECHNIC

BỘ MÔN: KINH TẾ

NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

CHUYÊN NGÀNH: DIGITAL MARKETING



**FPT POLYTECHNIC**

XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH

MOBILE MARKETING CHO CỬA HÀNG ĐỒ CẮM TRẠI, DÃ NGOẠI  
CAMPING EVERYWHERE

Mã môn học: DOM201

Giảng viên hướng dẫn: Hoàng Minh Hải

Sinh viên thực hiện: Nhóm 4

Võ Mến	MSSV: PD10391
Nguyễn Văn Tâm	PD10422
Nguyễn Bảo Linh	PD10235
Nguyễn Thị Minh Thư	PD10378
Lê Hoàng Kim	PD10361
Nguyễn Bảo Anh	PD10443

*Đà Nẵng, ngày 21 tháng 10 năm 2024*

TRƯỜNG CAO ĐẲNG FPT POLYTECHNIC

BỘ MÔN: KINH TẾ

NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

CHUYÊN NGÀNH: DIGITAL MARKETING



**FPT POLYTECHNIC**

XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH

MOBILE MARKETING CHO CỬA HÀNG ĐỒ CẮM TRẠI, DÃ NGOẠI  
CAMPING EVERYWHERE

Mã môn học: DOM201

Giảng viên hướng dẫn: Hoàng Minh Hải

Sinh viên thực hiện: Nhóm 4

Võ Mến	MSSV: PD10391
Nguyễn Văn Tâm	PD10422
Nguyễn Bảo Linh	PD10235
Nguyễn Thị Minh Thư	PD10378
Lê Hoàng Kim	PD10361
Nguyễn Bảo Anh	PD10443

*Đà Nẵng, ngày 21 tháng 10 năm 2024*

## **LỜI CẢM ƠN**

Lời đầu tiên nhóm xin được gửi lời cảm ơn chân thành đến thầy Hoàng Minh Hải. Cảm ơn thầy đã truyền đạt những kiến thức hay và bổ ích cũng như đã tận tình quan tâm, hướng dẫn cho nhóm em trong suốt quá trình học và tìm hiểu về môn Marketing trên di động. Cảm ơn thầy đã hướng dẫn, nhận xét cũng như góp ý trong quá trình nhóm làm assignment, giúp nhóm có một bản báo cáo dự án chỉnh chu, hoàn thiện. Một lần nữa, nhóm xin chân thành cảm ơn thầy! Chúc thầy luôn nhiệt huyết và thành công trong sự nghiệp giảng dạy của mình.

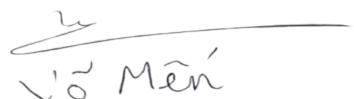
## LỜI CAM ĐOAN

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 21 tháng 10 năm 2024*

Nhóm cam đoan

*(Ký và ghi rõ họ tên)*



Võ Mến

## MỤC LỤC

<b>LỜI CẢM ƠN</b> .....	1
<b>LỜI CAM ĐOAN</b> .....	2
<b>MỤC LỤC</b> .....	3
<b>DANH MỤC BẢNG BIỂU</b> .....	5
<b>DANH MỤC SƠ ĐỒ, HÌNH</b> .....	7
<b>TỔNG QUAN DỰ ÁN</b> .....	8
<b>BÁO CÁO</b> .....	1
<b>N1. GIỚI THIỆU TỔNG QUAN DOANH NGHIỆP VÀ MÔI TRƯỜNG KINH DOANH</b> .....	1
1.1. Giới thiệu tổng quan về doanh nghiệp .....	1
1.2. Phân tích môi trường kinh doanh của doanh nghiệp .....	6
1.2.1. Phân tích chân dung khách hàng mục tiêu .....	6
1.2.2. Phân tích hoạt động Mobile Marketing đối thủ cạnh tranh.....	6
1.2.3. Môi trường công nghệ ảnh hưởng hoạt động marketing tại doanh nghiệp .....	14
1.3. Phân tích thực trạng hoạt động mobile marketing của doanh nghiệp .....	14
<b>N2. ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC VÀ XÂY DỰNG KẾ HOẠCH MOBILE MARKETING</b> .....	17
2.1. Mục tiêu doanh nghiệp trong 3 tháng (23/09 - 23/12/2024) .....	17
2.2. Định hướng chiến lược mobile marketing của doanh nghiệp trong giai đoạn tương lai (3 tháng) .....	18
2.3. Kế hoạch và chương trình hành động cụ thể .....	19
2.3.1. Kế hoạch .....	19
2.3.2. Lịch biên tập.....	22
2.3.3. Ngân sách.....	22
<b>N3. TRIỂN KHAI THỰC HIỆN KẾ HOẠCH MOBILE MARKETING</b> .....	23
3.1. Công nghệ giao tiếp trường gần .....	23
3.2. Tin nhắn di động .....	25
3.2.1. OTT (Over-The-Top) Apps .....	25
3.2.2. Ứng dụng di động .....	28
3.2.3. Mạng di động .....	33
3.3. Mobile Internet .....	35
3.3.1 Mobile Site.....	35

3.3.2 Social Media .....	53
3.3.3. Mobile Location-Based Google Map.....	57
<b>N4. ĐO LUỜNG VÀ ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ .....</b>	<b>59</b>
4.1. Đo lường & đánh giá hiệu quả thực hiện dự án .....	59
4.2. Rút ra bài học kinh nghiệm trong quá trình thực hiện dự án .....	61
4.3. Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động mobile marketing .....	61
<b>BẢNG ĐÁNH GIÁ – GIAI ĐOẠN 1.....</b>	<b>63</b>
<b>BẢNG ĐÁNH GIÁ – GIAI ĐOẠN 2.....</b>	<b>64</b>
<b>BẢNG ĐÁNH GIÁ – TOÀN BỘ DỰ ÁN .....</b>	<b>65</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>66</b>
<b>PHỤ LỤC.....</b>	<b>67</b>

## **DANH MỤC BẢNG BIỂU**

<b>Ký hiệu</b>	<b>Tên bảng biểu</b>	<b>Trang</b>
Bảng 1.1	Sản phẩm chủ yếu	2-3
Bảng 1.2	Hoạt động Mobile Marketing của đối thủ cạnh tranh	6 - 7
Bảng 1.3	Phân tích website của đối thủ	10 - 11
Bảng 1.4	Phân tích các kênh Social của đối thủ	12 - 13
Bảng 1.5	Phân tích thực trạng hoạt động mobile marketing của doanh nghiệp	14
Bảng 2.1	Mục tiêu Social Media	16
Bảng 2.2	Mục tiêu Mobile Site	16
Bảng 2.3	Định hướng chiến lược	17
Bảng 2.4	Kế hoạch QR code	18
Bảng 2.5	Kế hoạch Social Facebook	19
Bảng 2.6	Kế hoạch Mobile site	20
Bảng 2.7	Kế hoạch Mobile App	20
Bảng 2.8	Kế hoạch Mobile Location - Based	21
Bảng 2.9	Ngân sách	21
Bảng 3.1	Mã QR code các nền tảng	23
Bảng 3.2	Thiết lập app	25

Bảng 3.3	Tối ưu UI	33
Bảng 3.4	Demo giao diện	45 -52
Bảng 4.1	KPI giai đoạn nhận know (nhận thức)	58

## DANH MỤC SƠ ĐỒ, HÌNH

Ký hiệu	Tên sơ đồ,hình	Trang
Hình 1.1	Logo	1
Hình 1.2	Mô hình Canva	2
Hình 2.1	Lịch biên tập Facebook	21
Hình 3.1	Poster chứa QR tải app	22
Hình 3.2	Thư cảm ơn	24
Hình 3.3	Tin nhắn trả lời tự động	23
Hình 3.4	Tin nhắn trả lời tự động	24
Hình 3.5	Tin nhắn vắng mặt	24
Hình 3.6	Câu hỏi thường gặp 1	25
Hình 3.7	Câu hỏi thường gặp 2	25
Hình 3.8	Câu hỏi thường gặp 3	26
Hình 3.9	Bài viết chạy quảng cáo	33
Hình 3.10	Kết quả bài viết chạy quảng cáo	33
Hình 3.11	Lịch biên tập nội dung của Social Media	53
Hình 3.12	Google Map	57
Hình 4.1	Hiệu quả của nội dung trên Meta Business Suite	58
Hình 4.2	Hiệu suất trên PageSpeed Insights	59

## TỔNG QUAN DỰ ÁN

### 1. Lý do lựa chọn đề tài

- Sự phổ biến của điện thoại di động và tablet đã tăng lên đáng kể trong thập kỷ gần đây: Người tiêu dùng hiện nay chủ yếu truy cập internet và tương tác trực tuyến thông qua các thiết bị di động. Họ không chỉ dùng điện thoại để lướt web mà còn tìm kiếm thông tin về sản phẩm và dịch vụ. Theo We Are Social, tại Việt Nam, hơn 74% dân số sử dụng smartphone để mua sắm trực tuyến và tham gia vào các hoạt động liên quan đến sản phẩm tiêu dùng. Điều này cho thấy xu hướng người dùng ưu tiên sử dụng thiết bị di động, đặc biệt là trong các hoạt động giải trí và tìm hiểu về các sản phẩm phục vụ sở thích cá nhân như cắm trại và du lịch ngoài trời.

- Cắm trại và dã ngoại ngày càng trở nên phổ biến trong đời sống hiện đại: Với nhu cầu giải trí, thư giãn và tận hưởng thiên nhiên, cắm trại trở thành một hoạt động được ưa chuộng. Người tiêu dùng không chỉ mong muốn mua sắm các sản phẩm cắm trại cơ bản mà còn tìm kiếm những thiết bị chất lượng và tiện ích, giúp nâng cao trải nghiệm ngoài trời. Do đó, nhu cầu về các sản phẩm liên quan đến cắm trại không chỉ tập trung vào tiện ích mà còn ở sự hiện đại và đa dạng. Các sản phẩm như lều trại, bàn ghế xếp, đèn pin, và các phụ kiện cắm trại khác đều được người tiêu dùng đầu tư kỹ lưỡng.

- Theo thực trạng hiện nay, người tiêu dùng thường xuyên sử dụng điện thoại di động để tìm kiếm thông tin và mua sắm các sản phẩm ngoài trời trực tuyến: Ngành hàng cắm trại, du lịch ngoài trời cũng không ngoại lệ. Việc tìm kiếm địa điểm, mua sắm dụng cụ cắm trại và cập nhật xu hướng mới đều được thực hiện qua smartphone. Mobile marketing mang lại cơ hội lớn để tương tác với khách hàng mục tiêu của ngành này, nhờ tính tức thời và khả năng cá nhân hóa cao. Các kênh như ứng dụng di động, quảng cáo trên mạng xã hội và tin nhắn OTT có thể tạo ra sự gần gũi và kết nối nhanh chóng với người tiêu dùng yêu thích các hoạt động ngoài trời.

- Nhận thấy được tiềm năng của Mobile Marketing đối với ngành hàng cắm trại và dã ngoại, cùng với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ di động, chúng tôi đã quyết định chọn đề tài “**Xây dựng và triển khai kế hoạch Mobile Marketing cho cửa hàng đồ cắm trại, dã ngoại Camping Everywhere**”.

### 2. Mục tiêu dự án nghiên cứu

- Tổng quan về doanh nghiệp
- Định hướng chiến lược và xây dựng kế hoạch Mobile Marketing
- Triển khai thực hiện kế hoạch Mobile Marketing
- Đo lường và đánh giá hiệu quả chiến dịch Mobile Marketing

### **3. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu**

- Đối tượng nghiên cứu: Xây dựng và triển khai kế hoạch Mobile Marketing cho cửa hàng đồ cắm trại, dã ngoại Camping Everywhere
- Phạm vi nghiên cứu: Cửa hàng đồ cắm trại, dã ngoại Camping Everywhere
- + Phạm vi thời gian: Nghiên cứu thực hiện từ ngày

### **4. Phương pháp nghiên cứu**

- Phương pháp định tính: thảo luận nhóm, tham khảo ý kiến giảng viên.
- Phương pháp định lượng: đo lường thống kê

### **5. Ý nghĩa nghiên cứu**

- Ý nghĩa khoa học: Bài dự án của nhóm nhằm ghi nhận, tổng hợp lại kết quả tìm hiểu, nghiên cứu. Đây có thể là tài liệu lưu trữ, tham khảo cho những nghiên cứu sau.
- Ý nghĩa thực tiễn: Bài dự án là tài liệu tham khảo để sinh viên có những kiến thức cơ bản cho hành trình thực tế sau này. Ngoài ra đây cũng là tài liệu để các nhà quản trị doanh nghiệp cùng ngành tham khảo.

### **KẾ HOẠCH THỰC HIỆN DỰ ÁN**

Thời gian	Nội dung công việc	Người chịu trách nhiệm chính
9/9 - 11/9/2024	Tổng quan về doanh nghiệp và môi trường kinh doanh	Võ Mến
12/09 - 20/09/2024	Định hướng chiến lược và xây dựng kế hoạch Mobile Marketing	Võ Mến
21/09 - 10/10/2024	Triển khai thực hiện kế hoạch Mobile Marketing	Võ Mến
11/10/2024 -	Đo lường và đánh giá hiệu quả	Võ Mến

16/10/2024		
------------	--	--

Đà Nẵng, ngày 21 tháng 10 năm 2024

**Giáo viên hướng dẫn**

(ký và ghi rõ họ tên)

Hoàng Minh Hải

**Nhóm Sinh viên thực hiện**

Nhóm trưởng

Võ Mến

## BÁO CÁO

### N1. GIỚI THIỆU TỔNG QUAN DOANH NGHIỆP VÀ MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

#### 1.1. Giới thiệu tổng quan về doanh nghiệp

- Tên thương hiệu: Camping Everywhere

Ý nghĩa: Tên "Camping Everywhere" mang ý nghĩa rằng việc cắm trại có thể diễn ra ở bất kỳ đâu, không bị giới hạn bởi vị trí hay địa điểm. Nó thể hiện một lối sống khám phá, phiêu lưu và sự kết nối với thiên nhiên, khuyến khích mọi người tìm kiếm những trải nghiệm mới mẻ và thú vị trong các chuyến đi cắm trại.

- Slogan: Đừng đi một mình.

Ý nghĩa: Slogan này truyền tải thông điệp về sự gắn kết với cộng đồng. Nó khuyến khích mọi người tham gia các hoạt động cắm trại cùng nhau, tạo ra những kỷ niệm và trải nghiệm đáng nhớ bên bạn bè và người thân. Slogan cũng gợi ý rằng Camping Everywhere không chỉ cung cấp sản phẩm, mà còn là một người bạn đồng hành, hỗ trợ và khuyến khích khách hàng trong các cuộc phiêu lưu của họ.



Hình 1.1. Logo

- Fanpage: [Camping Everywhere](#)
- Website: [Camping Everywhere](#)
- Email: [Campingeverywhere.click@gmail.com](mailto:Campingeverywhere.click@gmail.com)

## - Hình thức kinh doanh, lĩnh vực hoạt động

KEY PARTNERSHIP (ĐỐI TÁC CHÍNH)	VALUE PROPOSITION (GIÁ TRỊ CỘT LỢI)	KEY ACTIVITIES (HOẠT ĐỘNG CHÍNH)	CUSTOMER RELATIONSHIP (QUAN HỆ KHÁCH HÀNG)	CUSTOMER SEGMENTS (PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG)
<p>Thương hiệu cung cấp lều trại dụng cụ cắm trại</p> <p>Shopee</p>	<p>+ Tâm làm gốc + Uy tín làm nền tảng phát triển + Lấy chất lượng làm tôn chỉ hành động + Tôn trọng chuẩn mực đạo đức vì một cộng đồng văn minh.</p> <p><b>KEY RESOURCE (NGUỒN LỰC CHÍNH)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nguồn hàng ổn định từ các đối tác uy tín.</li> <li>- Đội ngũ nhân viên có kinh nghiệm về bán hàng và cắm trại.</li> <li>- Website bán hàng chuyên nghiệp và dễ sử dụng.</li> </ul>	<p>+ Quản lý và cập nhật sản phẩm trên Shopee và website.</p> <p>+ Chạy các chiến dịch quảng cáo trên Shopee, website và các mạng xã hội.</p> <p>+ Cập nhật các chương trình khuyến mại.</p> <p>+ Xây dựng và quản lý website bán hàng.</p> <p>+ Tối ưu hóa trải nghiệm mua hàng trên website.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chăm sóc khách hàng qua chat trực tuyến trên Shopee và website.</li> <li>Xây dựng cộng đồng yêu thích cắm trại trên mạng xã hội.</li> <li>Tổ chức các sự kiện, chương trình khuyến mãi để tri ân khách hàng.</li> </ul> <p><b>CHANNELS (KÊNH PHÂN PHỐI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Shopee</li> <li>Website bán hàng</li> <li>Các mạng xã hội (Facebook, Tiktok,...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Độ tuổi: 20-40 tuổi</li> <li>Giới tính: Nam, nữ</li> <li>Nghề nghiệp: Người dã đi làm, nhân viên văn phòng, công nhân</li> <li>Thu nhập: &gt;8 triệu/tháng</li> <li>Sở thích và hành vi: <ul style="list-style-type: none"> <li>Yêu thích cắm trại, dã ngoại</li> <li>Thích phiêu lưu, mạo hiểm</li> <li>Thích hòa mình với khám phá thiên nhiên</li> </ul> </li> </ul>
COST STRUCTURE (CƠ CẤU CHI PHÍ)		REVENUE STREAMS (DÒNG DOANH THU)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Chi phí nhập hàng và lưu kho.</li> <li>Chi phí quảng cáo trên Shopee, website và các mạng xã hội.</li> <li>Chi phí vận chuyển.</li> <li>Chi phí duy trì và phát triển website.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Doanh thu từ việc bán lẻ, dụng cụ cắm trại trên Shopee và website.</li> <li>Thu nhập từ các chương trình liên kết hoặc hợp tác quảng bá với các thương hiệu cắm trại.</li> <li>Thu nhập từ quảng cáo trên website (nếu có).</li> </ul>		

Hình 1.2. Mô hình Canvas

## - Lĩnh vực hoạt động và sản phẩm chủ yếu

**- Lĩnh vực hoạt động:** Cung cấp các loại lều trại và các dụng cụ cần thiết phục vụ cho các chuyến đi dã ngoại, du lịch, cắm trại.

**Bảng 1.1 Sản phẩm chủ yếu**

Loại sản phẩm	Sản phẩm	Hình ảnh minh họa
Lều - Phụ kiện	Lều 3-4 người tự bung 2 cửa	 
	Lều 1-2 người tự bung	 
	Lều cắm trại 4 người	 
Balo - Túi ngủ	Balo Daiwa đa năng	 

	Balo gấp gọn 25L	
	Túi ngủ dã ngoại	
Bếp - Dụng cụ nấu nướng	Bếp gas công suất lớn	
	Dụng cụ đánh lửa	
	Thùng giữ nhiệt	

Bàn ghế dã ngoại	Bàn dã ngoại hợp kim nhôm		
	Ghế xếp có tay tựa		
Đèn - Thiết bị thắp sáng	Đèn dây đeo đầu		
	Đèn lồng Led CPX6.0V		

### Mission, Vision, Core Value

#### - **Tầm nhìn:**

Camping Everywhere mong muốn trở thành nhà cung cấp sản phẩm cắm trại đa dạng, chất lượng cao và uy tín nhất trong những năm sắp tới, đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng. Thành nơi cung cấp hàng đầu Việt Nam về lều cắm trại và các dụng cụ trại cần thiết cho những chuyến đi.

**- Sứ mệnh:**

Cung cấp những sản phẩm chất lượng cao giúp mọi người tận hưởng trải nghiệm cắm trại an toàn, thoái mái và thú vị.

**- Giá trị cốt lõi:**

- + Tâm làm gốc
- + Uy tín làm nền tảng phát triển
- + Lấy chất lượng làm tôn chỉ hành động
- + Tôn trọng chuẩn mực đạo đức vì một cộng đồng văn minh.

**1.2. Phân tích môi trường kinh doanh của doanh nghiệp**

**1.2.1. Phân tích chân dung khách hàng mục tiêu**

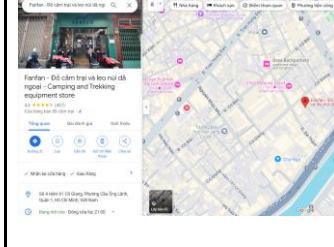
**Phân khúc khách hàng tầm trung:**

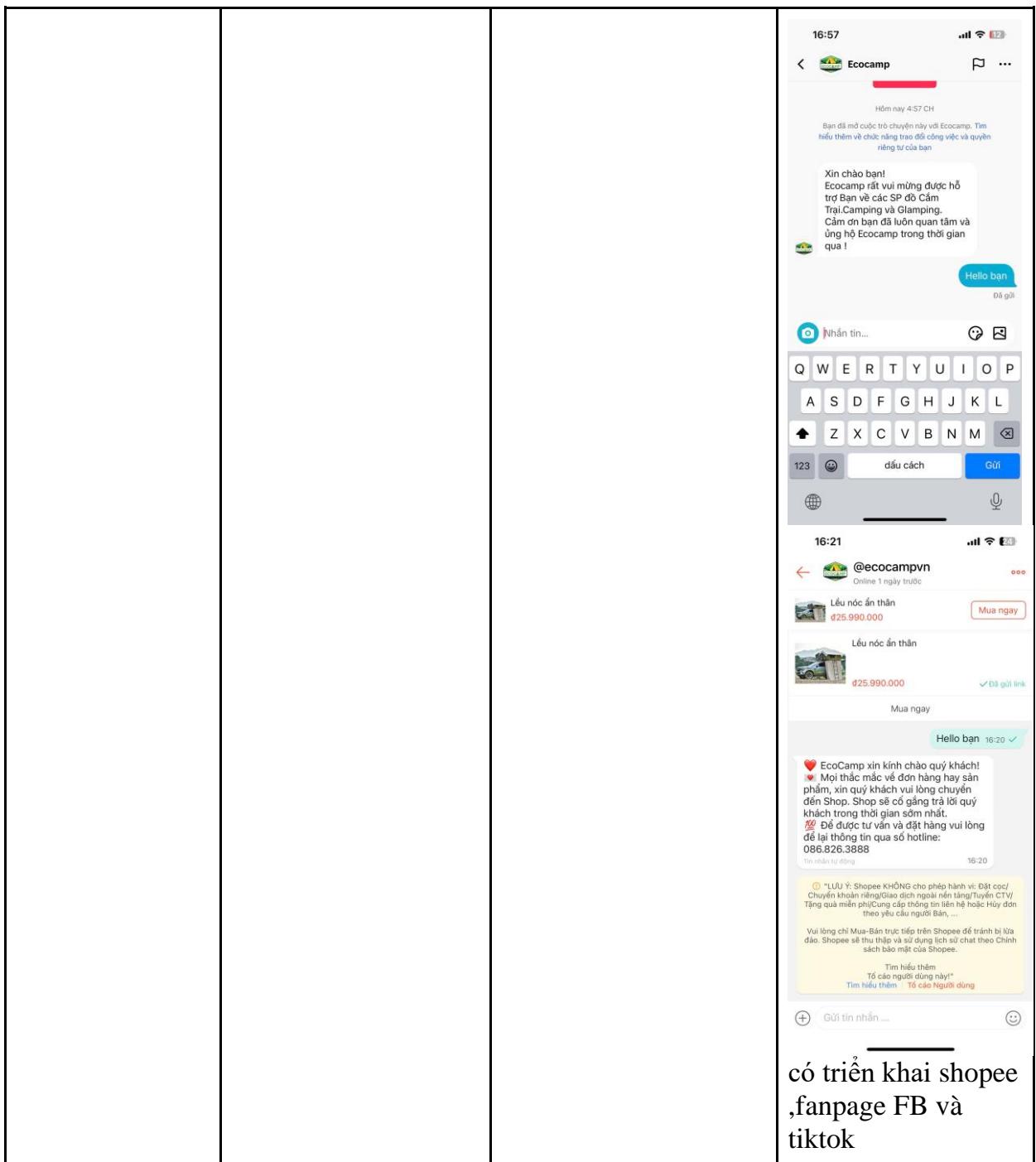
- Độ tuổi: Từ 20 - 40 tuổi
- Nghề nghiệp: Đa dạng, bao gồm công nhân viên văn phòng, giáo viên, kỹ sư, v.v.
- Thu nhập: Từ 8 triệu đồng trở lên
- Lối sống: Quan tâm đến chất lượng cuộc sống, mong muốn được hưởng thụ những tiện nghi và dịch vụ tốt.
- Nhu cầu tiêu dùng: Có nhu cầu đa dạng, từ các sản phẩm thiết yếu đến các sản phẩm cao cấp.
- Hành vi mua sắm: Cân nhắc kỹ lưỡng trước khi mua hàng, quan tâm đến chất lượng, giá cả và thương hiệu.
- Tiếp cận thông tin: Sử dụng internet và mạng xã hội để tìm kiếm thông tin và mua sắm trực tuyến.

**1.2.2. Phân tích hoạt động Mobile Marketing đối thủ cạnh tranh**

**Bảng 1.2: Hoạt động Mobile Marketing của đối thủ cạnh tranh**

Thương hiệu	Quân Camp	Fanfan	Ecocamp
Logo			
Sản phẩm	<ul style="list-style-type: none"><li>- Túi dã ngoại</li><li>- Lều dã ngoại</li><li>- Ghế dã ngoại</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Trang phục dã ngoại</li><li>- Giày-Dép</li><li>- Balo - Túi du lịch</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Lều dã ngoại</li><li>- Ghế dã ngoại</li><li>- Bàn dã ngoại</li></ul>

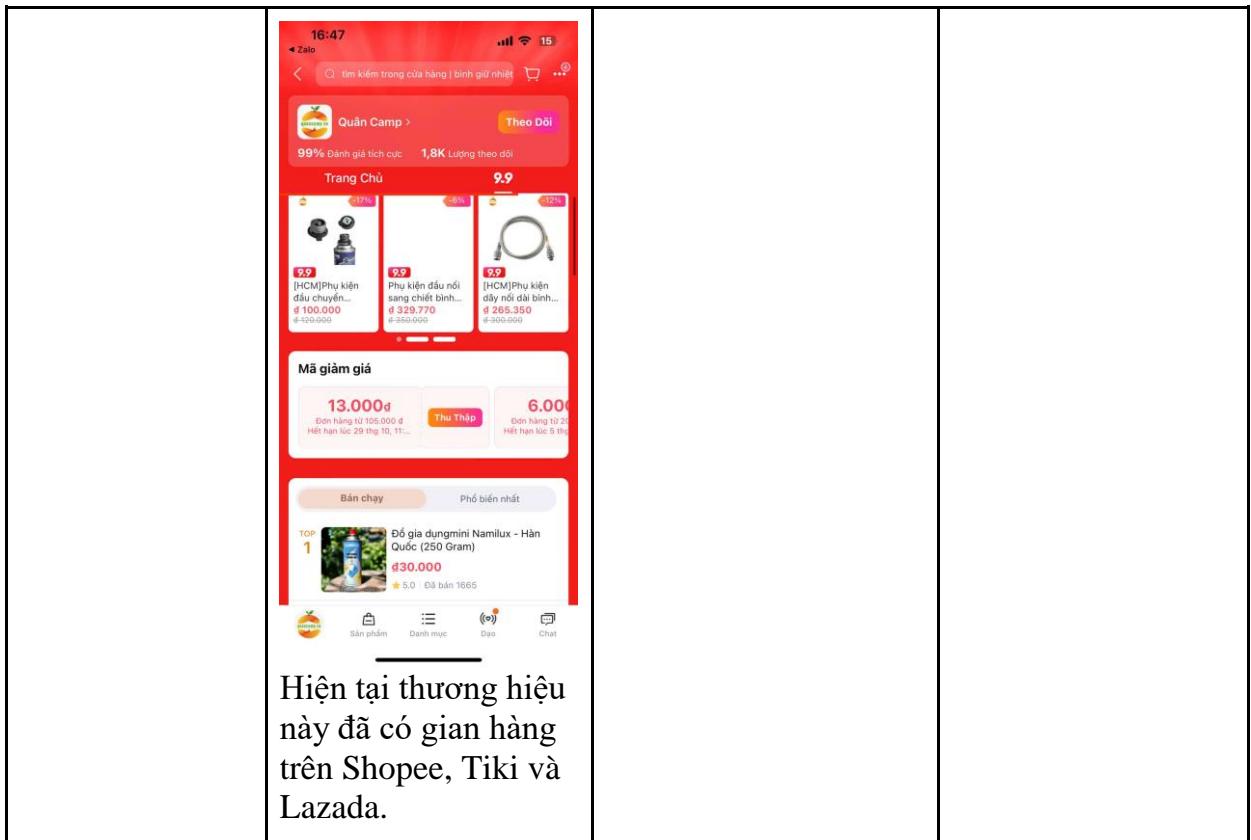
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bàn dã ngoại</li> <li>- Phụ kiện cắm trại</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dao - Dụng cụ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bếp</li> <li>- Đèn</li> </ul>
<b>Vị trí</b>	Số 5, Đường Nguyễn Cù, KP 4, Phường Thảo Điền, Quận 2, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	- 61/4 Cô Giang, P.Cầu Ông Lãnh, Q1, Tp Hồ Chí Minh, Việt Nam	Nhà Số 1 – Dãy C2 Thôn 25 – Mai Đình – Sóc Sơn – Hà Nội
<b>Giá cả</b>	25.000VND - 30.000.000 VND	50.000VNĐ - 13.000.000 VNĐ	60.000VND - 30.000.000 VND
<b>Kênh phân phối</b>	Website, shopee, tiki, lazada, Facebook.	Website, shopee, Facebook.	Website, Shopee,
<b>Google map</b>			
<b>Email</b>	<a href="mailto:sales@quancamp.vn">sales@quancamp.vn</a>	<a href="mailto:nor@fanfan.vn">nor@fanfan.vn</a>	<a href="mailto:ecocamp.hn@gmail.com">ecocamp.hn@gmail.com</a>
<b>Tin nhắn OTT</b>	<p>QuanCamp.vn / Đồ c... v - X</p> <p>bạn muốn nhận tin nhắn từ chúng tôi ư? Bất cứ lúc nào bạn cũng có ...</p> <p>Nhận thông tin ...</p> <p>em muốn mua máy xay cà phê ngoại và cần được tư vấn a</p> <p>Xin chào, cảm ơn bạn đã liên hệ với www.quancamp.vn. Chúng tôi đã nhận được tin nhắn của bạn và sẽ sớm trả lời.</p> <p>Triển khai trên fanpage FB</p>	<p>16:40 ← Facebook FanFan</p> <p>Đoạn chat với doanh nghiệp</p> <p>FANFAN</p> <p>FanFan</p> <p>Thường trả lời trong vòng một giờ</p> <p>24K người thích Trang này</p> <p>Giải trí</p> <p>Xem trang cá nhân</p> <p>16:38</p> <p>Hello bạn</p> <p>Chào Bảo Linh, FanFan làm việc từ 9h - 21h hàng ngày. Hãy để lại tin nhắn, chúng tôi sẽ phản hồi bạn ngay!</p> <p>Dạ có shop!</p> <p>Aa</p>	<p>16:27 ← Lazada Ecocamp -Tổng Kho Lều Trại Gia...</p> <p>Đoạn chat với doanh nghiệp</p> <p>ECOCAMP</p> <p>Ecocamp -Tổng Kho Lều Trại Glamping</p> <p>Thường trả lời trong vòng một giờ</p> <p>3,1K người thích Trang này</p> <p>Dịch vụ mua sắm</p> <p>Xem trang cá nhân</p> <p>16:25</p> <p>Hello bạn</p> <p>dạ, em chào chị a</p> <p>Aa</p>



# Sàn thương mại điện tử

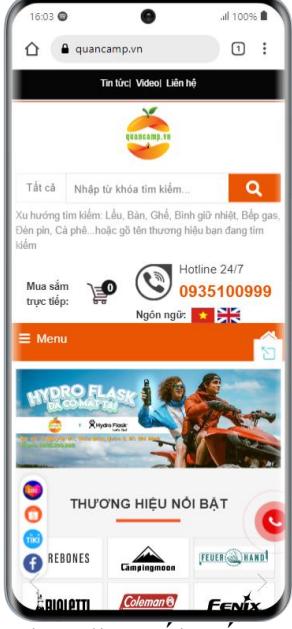
The figure consists of three screenshots from the Shopee mobile application, illustrating different online stores for camping gear:

- Top Left Screenshot:** Shows the homepage of "Quân Camp, cửa hàng online |..." (Quân Camp, online store). It features a search bar, a "Theo dõi" (Follow) button, and tabs for "Cửa Hàng", "Sản Phẩm", "Bộ Sưu Tập", and "Giá Sốc Hôm Nay". Below this, a section titled "Bán chạy nhất" (Best-selling) displays four products:
  - Ly cốc giữ nhiệt Stanley Quencher H2.0 Flowstate... (Stanley Quencher H2.0 Flowstate...) - 1.150.000đ
  - Bình giữ nhiệt thể thao Hydro Flask Flip Straw... (Hydro Flask Flip Straw...) - 990.000đ
  - Bình giữ nhiệt thể thao Hydro Flask Insulated Shaker... (Hydro Flask Insulated Shaker...) - 1.251.000đ (-10%)
- Top Middle Screenshot:** Shows the "Chi tiết Shop" (Shop details) page for "fanfan official". It includes a profile picture, a "Yêu thích" (Favorites) button, and statistics: 4.9/5 (2.3k reviews), 92% reply rate, 1.4k products, 3 years active, and a note about being a FanFan store.
- Top Right Screenshot:** Shows the "Chi tiết Shop" (Shop details) page for "ECOCAMP - WITH YOU TO NATURE". It includes a profile picture, a "Yêu thích" (Favorites) button, and statistics: 4.8/5 (894 reviews), 57% reply rate, 147 products, 5 years active, and a note about being a partner of EcoCamp.
- Bottom Screenshot:** Shows the homepage of "QuanCamp.vn, Cửa hàng trực... |..." (QuanCamp.vn, online store). It features a search bar, a "Theo dõi" (Follow) button, and tabs for "Shop", "Sản Phẩm", and "Danh Mục". It highlights two discount offers: "Giảm 3k Đến tối thiểu 50k Hạn Sử Dụng: 28.09.2024" and "Giảm 5k Đến tối thiểu 100k Hạn Sử Dụng: 28.09". Below this, a section titled "Gợi ý cho bạn" (Recommendations) shows three products:
  - Ly cốc giữ nhiệt Stanley Quencher... (Stanley Quencher...) - 1.145.000đ (-10%)
  - Vòng đai ngoài siêu nhẹ KALA Hammock (KALA Hammock) - 278.000đ (-10%)
  - Phụ kiện vòi gas bằng vòi... (Gas burner) - 47.500đ (-10%)

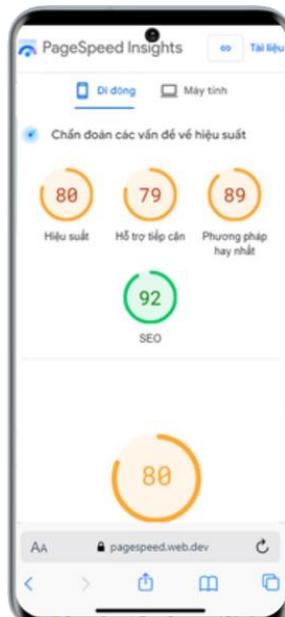


## Phân tích website đối thủ

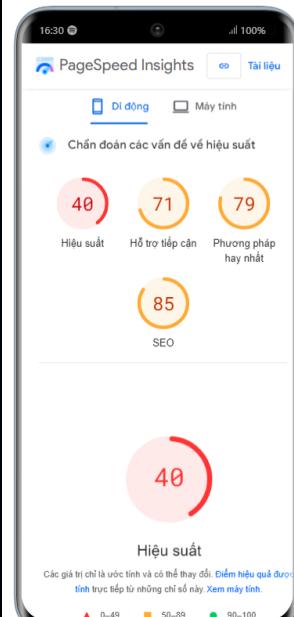
Bảng 1.3 Phân tích website của đối thủ

Thương hiệu	Quân Camp	Fanfan	Ecocamp
Tên miền	<a href="https://quancamp.vn/">https://quancamp.vn/</a>	<a href="https://fanfan.vn/">https://fanfan.vn/</a>	<a href="https://ecocamp.com.vn/">https://ecocamp.com.vn/</a>
Giao diện di động	 <p>Giao diện rõ ràng, dễ nhìn, với nhiều nút bấm và banner nhỏ. Bố cục giao diện mobile chưa được khoa học.</p>	 <p>Giao diện bắt mắt với banner lớn, bố cục được sắp xếp ưa nhìn, không quá nhiều thông tin trong phạm vi màn hình người dùng.</p>	 <p>Bố cục đẹp, ưa nhìn tuy nhiên các nút liên hệ quá to và banner nhỏ.</p>

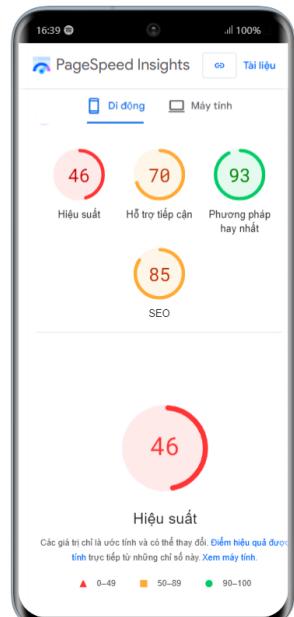
## Tốc độ tải trang trên thiết bị di động



Quancamp có điểm số rất tốt về hiệu suất cũng như về điểm SEO là trên 80

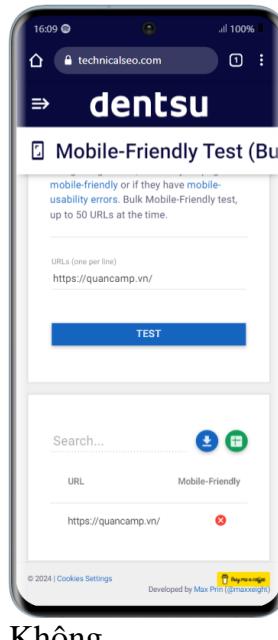


Thương hiệu này có điểm số hiệu suất thấp 40/100

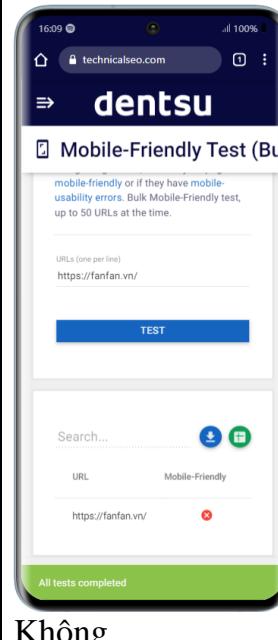


Ecocamp đã làm tốt về mặt SEO nhưng về mặt hiệu suất của trang thì chỉ đạt 51/100

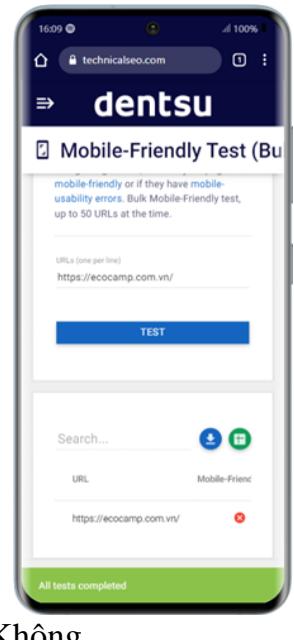
## Thân thiện với di động



Không



Không



Không

- Phân tích Social của đối thủ

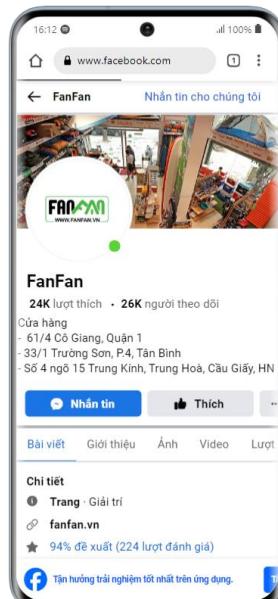
**Bảng 1.4: Phân tích các kênh Social của đối thủ**

Kênh	Quân Camp	Fanfan	Ecocamp
------	-----------	--------	---------

## Facebook



Lượt thích: 17k  
Người theo dõi: 18k  
Tuy nhiên lượt tương tác thấp  
<https://www.facebook.com/quancamp.vn>

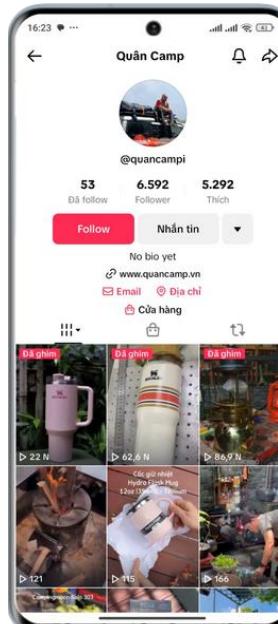


Lượt thích: 24k  
Người theo dõi: 26k  
Có sự tương tác nhưng vẫn thấp  
<https://www.facebook.com/fanfan.vn>



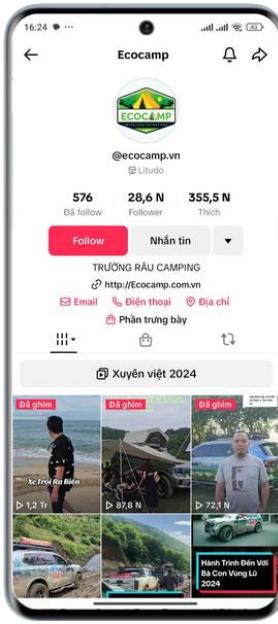
Lượt thích: 4,2k  
Người theo dõi: 2,6k  
trang kém hiệu quả

## Tiktok



Người theo dõi: 6,6k  
Lượt thích: 5278  
Có các video ăn đè xuất tuy nhiên các video gần nhất có

Không có hoặc không tìm thấy



Người theo dõi: 28,6k  
Lượt thích: 351,4k  
Kênh của thương hiệu mạnh. Đã có

	lượt phát thấp chỉ tầm 100-200 lượt phát <a href="https://www.tiktok.com/@quancampi">https://www.tiktok.com/@quancampi</a>		những video viral thu hút được lượng lớn người xem và tương tác <a href="https://www.tiktok.com/@ecocamp.vn">https://www.tiktok.com/@ecocamp.vn</a>
--	---	--	--

### 1.2.3. Môi trường công nghệ ảnh hưởng hoạt động marketing tại doanh nghiệp

#### Xu hướng công nghệ mới

- Trí tuệ nhân tạo (AI): Giúp Camping Everywhere phân tích dữ liệu, tự động hóa chăm sóc khách hàng, tối ưu quảng cáo và cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm. Chatbot AI hỗ trợ tư vấn nhanh chóng.
- Thực tế ảo (VR): Tạo trải nghiệm thử sản phẩm trực tuyến như lều trại, balo, giúp khách hàng hình dung sản phẩm trước khi mua.

#### Công cụ và nền tảng marketing

- Mạng xã hội: Facebook xây dựng thương hiệu, chia sẻ kinh nghiệm cắm trại và kết nối với cộng đồng camping, dã ngoại.
- Quảng cáo trực tuyến: Google Ads và Facebook Ads giúp tiếp cận khách hàng mục tiêu nhanh chóng, kết hợp SEO và PPC để tối ưu chi phí.

#### Dữ liệu và phân tích

- Phân tích dữ liệu: Giúp cá nhân hóa chiến dịch, tối ưu hóa SEO và tăng tỷ lệ chuyển đổi từ dữ liệu hành vi khách hàng trên mạng xã hội và website.

#### Rào cản công nghệ và giải pháp

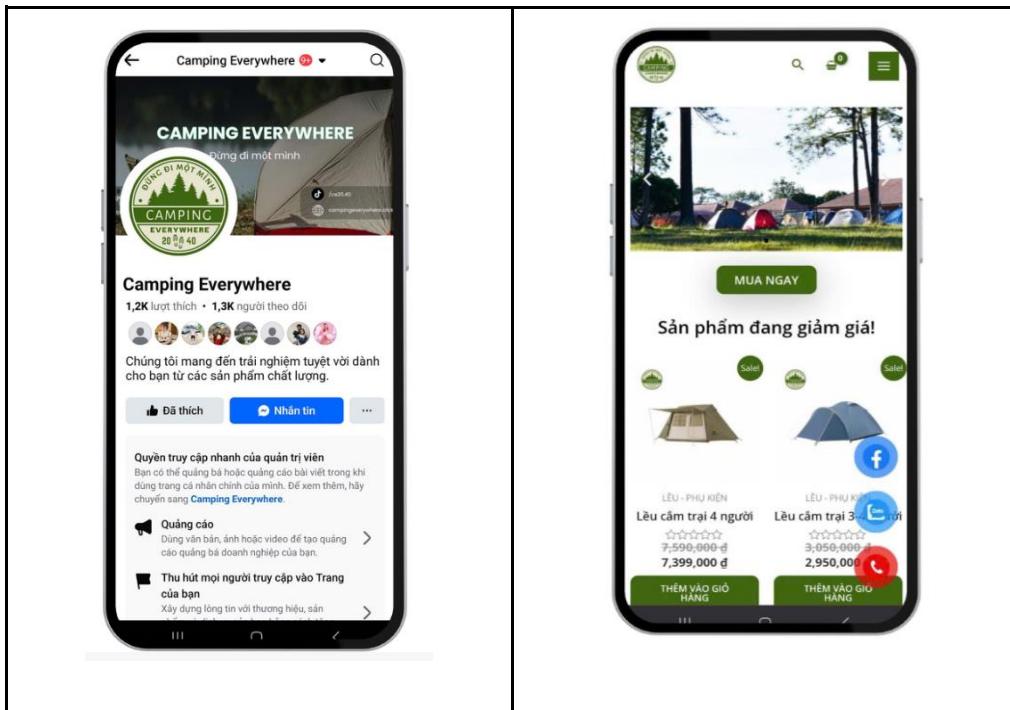
- Thiếu kỹ năng: Đào tạo nội bộ hoặc thuê chuyên gia để triển khai các công nghệ mới.
- Chi phí đầu tư: Bắt đầu với chatbot AI và quảng cáo tự động hóa, sau đó mở rộng khi có nguồn lực.

### 1.3. Phân tích thực trạng hoạt động mobile marketing của doanh nghiệp

Camping Everywhere là một thương hiệu mới, nên các nền tảng Mobile Marketing đang trong quá trình hoàn thiện và phát triển. Hiện tại Camping Everywhere chỉ có triển khai trên hai nền tảng: Website và Facebook.

**Bảng 1.5: Phân tích thực trạng hoạt động mobile marketing của doanh nghiệp**

Facebook	Website
----------	---------



**Đề xuất triển khai các kênh Mobile Marketing phù hợp với Camping Everywhere:**  
**Công nghệ giao tiếp trường gần:**

**- QR Code**

- + Tạo mã QR dẫn người dùng đến website Camping Everywhere
- + Tạo mã QR dẫn người dùng đến Social Media (Facebook)
- + Tạo mã QR Thanh toán
- + Tạo mã QR nhận các voucher giảm giá

**Tin nhắn di động:**

**- OTT (Over-The-Top) Apps:**

- + Sử dụng ứng dụng nhắn tin tự động Facebook Messenger để chăm sóc khách hàng, cung cấp thêm thông tin về sản phẩm và ưu đãi.
- + Tận dụng tính năng đa phương tiện của Facebook Messenger để chia sẻ hình ảnh và video.

**- Ứng dụng di động:**

- + Tạo App bán hàng: Tích hợp tính năng bán sản phẩm, chăm sóc khách hàng Cho phép khách hàng đặt lịch hẹn với sản phẩm hoặc dịch vụ, gửi các thông báo ưu đãi đến với khách hàng.

- **Mạng di động:** Sử dụng quảng cáo trên Facebook để nhắm đến người dùng tìm kiếm sản phẩm cắm trại, cung cấp khuyến mại cho người dùng khi đã tải

app hoặc thông qua link quảng cáo từ Facebook hướng dẫn họ đến trang web mua sắm.

## **Mobile Internet**

### **- *Mobile Site:***

+ Mobile Site: Các phần của trang web được tối ưu hóa để phản ánh giao diện người dùng thân thiện với màn hình cảm ứng và kích thước nhỏ của thiết bị di động.

+ Pagespeed Insight đo chỉ số tối ưu trên di động.

### **- *Social Media:***

+ Camping Everywhere tiếp tục đẩy mạnh nội dung trên nền tảng mạng xã hội xã hội: Facebook

### **- *Mobile Location-Based:***

+ SEO Map Google: Để khách hàng tìm kiếm địa chỉ dễ dàng hơn khi tìm kiếm cửa hàng trên Google Map.

## N2. ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC VÀ XÂY DỰNG KẾ HOẠCH MOBILE MARKETING

### 2.1. Mục tiêu doanh nghiệp trong 3 tháng (23/09 - 23/12/2024)

- Tăng độ nhận diện thương hiệu.

Bảng 2.1: Mục tiêu Social Media

	Facebook
Theo dõi	1400
Lượt tiếp cận	20.000
Like	20like/bài
Bình luận	15cmt/bài

Bảng 2.2. Mục tiêu Mobile Site

Website	
Hiệu suất mobile	70%

- Tăng lượt tương tác trên mobile:

- + Tối ưu UX: Cải thiện gian hàng sản phẩm trên website, để khách hàng dễ dàng thêm vào giỏ hàng và thanh toán mà không gặp khó khăn.
- + Tối ưu UI: Cải thiện trang website mobile với màu sắc, phông chữ, hình ảnh và bố cục rõ ràng thu hút người xem dễ dàng tương tác với sản phẩm. Tạo phần kêu gọi hành động rõ hơn so với các thành phần khác nhằm thu hút được sự chú ý của khách hàng.

- Cải thiện hình ảnh thương hiệu:

- + Xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp: Sử dụng màu sắc, phông chữ, hình ảnh đồng nhất trên tất cả các nền tảng truyền thông để tạo ra sự nhận diện mạnh mẽ cho thương hiệu.
- + Chăm sóc khách hàng: Đảm bảo khách hàng nhận được sự hỗ trợ ngay lập tức thông qua kênh chat trên kênh mạng xã hội. Cải thiện sản phẩm và dịch vụ thông qua đóng góp của khách hàng. Lắng nghe và quan tâm đến nhu cầu của họ.

## 2.2. Định hướng chiến lược mobile marketing của doanh nghiệp trong giai đoạn tương lai (3 tháng)

Bảng 2.3: Định hướng chiến lược

Giai đoạn	KNOW (Nhận thức)	LIKE (Thích)	TRUST (Tin tưởng)
Mục tiêu khách hàng	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tạo nhận thức mạnh mẽ về thương hiệu trong phân khúc sản phẩm cắm trại, khám phá ngoài trời.</li> <li>- Giới thiệu sản phẩm nổi bật như lều cắm trại, túi ngủ, và các phụ kiện thiết yếu thông qua các kênh trực tuyến chính.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kết nối khách hàng với thương hiệu, tạo cảm giác thân thuộc qua việc chia sẻ các nội dung hấp dẫn liên quan đến cắm trại.</li> <li>- Tăng sự quan tâm đến sản phẩm qua các bài viết hữu ích về mẹo cắm trại, cách chọn lều, chia sẻ tip chụp ảnh, quay video hoặc trải nghiệm từ khách hàng khác.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Củng cố niềm tin với thương hiệu thông qua các đánh giá tích cực, trải nghiệm mua sắm mượt mà, và dịch vụ hậu mãi tuyệt vời.</li> <li>- Chứng minh sản phẩm chất lượng cao với các thông tin chi tiết về tính năng và bảo hành sản phẩm.</li> </ul>
Mục tiêu doanh nghiệp	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tăng nhận diện thương hiệu qua các nội dung và quảng cáo trên Facebook.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tăng tương tác trên mạng xã hội bằng cách khuyến khích khách hàng chia sẻ trải nghiệm cá nhân.</li> <li>- Tăng lượt theo dõi và tham gia các nhóm cộng đồng cắm trại trên mạng xã hội.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tăng độ tin cậy thông qua đánh giá tích cực trên ứng dụng, nền tảng mạng xã hội và trang web.</li> <li>- Nâng cao niềm tin thương hiệu thông qua các review tích cực, dịch vụ hỗ trợ nhanh chóng, và chính sách đổi trả dễ dàng.</li> </ul>
Thông điệp tiếp cận	"Khám phá mùa thu cùng Camping Everywhere!"	"Kết nối cùng Camping Everywhere"	"Camping Everywhere niềm tin vững chắc "
Kênh tiếp cận	Facebook, Website	Facebook, Website	Facebook, Website

KPI	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fanpage</li> <li>+ Theo dõi: Tăng lên 1325</li> <li>+ Lượt like: 10 lượt/bài</li> <li>+ Lượt bình luận: 5 lượt/bài</li> <li>+ Lượt tiếp cận: 3.000 lượt</li> <li>- Website:</li> <li>+ Hiệu suất mobile: 58%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fanpage</li> <li>+ Theo dõi: Tăng lên 1360</li> <li>+ Lượt like: 20 lượt/bài</li> <li>+ Lượt bình luận: 10 lượt/bài</li> <li>+ Lượt tiếp cận: 5.000 lượt</li> <li>- Website:</li> <li>+ Hiệu suất mobile: 65%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fanpage</li> <li>+ Theo dõi: Tăng lên 1400</li> <li>+ Lượt like: 25 lượt/bài</li> <li>+ Lượt bình luận: 20 lượt/bài</li> <li>+ Lượt tiếp cận: 12.000 lượt</li> <li>- Website:</li> <li>+ Hiệu suất mobile: 70%</li> </ul>
-----	--	---	--

### 2.3. Kế hoạch và chương trình hành động cụ thể

#### 2.3.1. Kế hoạch

- Công nghệ giao tiếp trường gần

Bảng 2.4: Kế hoạch QR code

Kế hoạch thiết lập	Kế hoạch chi tiết	Ngân sách	Thời gian thực hiện
Tạo QR code	Sử dụng công cụ để tạo QR code (Canva, tool,...)	Miễn phí	23/09/2024
Triển khai QR code trên các nền tảng của thương hiệu	Đăng tải QR code lên trang mạng xã hội (Facebook), poster khi quét mã sẽ hướng về Website hoặc một chương trình ưu đãi.		23/9 - 23/12
Tạo thư cảm ơn chứa QR code	- Tạo thư cảm ơn và gói cùng gói sản phẩm, khi khách hàng mua sản phẩm của Camping Everywhere ở lần tiếp theo sẽ được giảm 10% khi theo dõi Fanpage thông qua QR trong thư.	Miễn phí	23/9 - 23/12

## Social Media

- Fanpage Facebook:

**Bảng 2.5: Kế hoạch Facebook**

Kế hoạch thiết lập	Kế hoạch chi tiết	Ngân sách	Thời gian thực hiện
Sáng tạo nội dung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tạo nội dung truyền cảm hứng và cung cấp thông tin hữu ích cho những ai yêu thích hoạt động cắm trại và khám phá thiên nhiên.</li> <li>- Đăng nội dung chất lượng</li> <li>- Đều đặn đăng bài</li> <li>- Sử dụng hashtag hợp lý</li> </ul>	Miễn phí	01/10/2024 - 23/12/2024
Tương tác trên Fanpage	Phản hồi nhanh chóng các bình luận và tin nhắn từ người theo dõi để tạo cảm giác gần gũi.	Miễn phí	01/10/2024 - 23/12/2024
Tin nhắn OTT	Thiết lập tin nhắn tự động phản hồi.	Miễn phí	09/10/2024 - 10/10/2024
Chạy Ads	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiến hành chạy các bài cần tiếp cận và đã được Facebook đề xuất.</li> </ul>	200.000 VND	01/10/2024 - 23/12/2024
Phân tích, đánh giá hiệu suất Fanpage	Theo dõi các chỉ số, phân tích và đánh giá về nội dung, hiệu quả của kênh.	Miễn phí	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 23/10/2024</li> <li>- 30/11/2024</li> <li>- 23/12/2024</li> </ul>

- Mobile site:

**Bảng 2.6: Kế hoạch Mobile site**

Kế hoạch nội dung	Kế hoạch thiết lập	Kế hoạch chi tiết	Ngân sách	Thời gian thực hiện
<b>Mobile Website</b>	Tối ưu ux và ui	Tạo giao diện thân thiện với người dùng, dễ dàng sử dụng Dùng công cụ Page speed insight để đo lường và tiến hành tối ưu khắc phục các lỗi trên Pagespeed insight.	Miễn phí	01/10 - 17/10/2024
	Đăng ký Google doanh nghiệp, địa chỉ Google Map	Đăng ký địa chỉ trên Google Map Khai báo và xác nhận quyền sở hữu trên Google My Business	Miễn phí	24/9/2024

- Mobile App:

**Bảng 2.7: Kế hoạch Mobile App**

Kế hoạch nội dung	Kế hoạch thiết lập	Kế hoạch chi tiết	Ngân sách	Thời gian thực hiện
<b>Mobile App</b>	<b>Nghiên cứu</b>	Tham khảo các mẫu app cùng chủ đề để lên ý tưởng thiết kế	Miễn phí	26/9/2024 - 28/9/2024
		Phân tích người dùng	Miễn phí	26/9/2024 - 28/9/2024
	<b>Lên kế hoạch thiết kế</b>	Thông nhất về kiểu, font chữ, màu sắc, các thành phần khác có trong app.	Miễn phí	29/9/2024
	<b>Thiết kế app</b>	Sử dụng Figma để tạo giao diện app	Miễn phí	1/10/2024 - 6/10/2024
	<b>Triển khai đưa app vào hoạt động</b>	Đăng ký tải app lên kho ứng dụng (App Store/CH play)	3.000.000 VNĐ	17/11/2024 - 24/11/2024
	<b>Quảng bá app</b>	Sử dụng các kênh social để kêu gọi người dùng tải app	Miễn phí	25/11/2024 - 10/12/2024
		Sử dụng các kênh quảng cáo trả phí để thúc đẩy lượt tải cho app.	500.000 VNĐ	11/12/2024 - 23/12/2024

- Mobile Location-Based:

**Bảng 2.8: Kế hoạch Mobile Location - Based**

Kế hoạch thiết lập	Kế hoạch chi tiết	Ngân sách	Thời gian thực hiện
Khai báo địa chỉ doanh nghiệp trên Google Maps	Khai báo và đăng ký địa chỉ doanh nghiệp trên Google my business	Miễn phí	23/09/2024

### 2.3.2. Lịch biên tập Facebook

Ngày	Nội Dung	Loại Content	Người Chịu Trách Nhiệm	Hashtags	Tình trạng	Ghi Chú
02/10/2024	👉 BẠN ĐÃ BAO GIỜ NGHĨ ĐẾN VIỆC CAMP TRẠI VÀO MÙA THU CHưa? 🌳	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	Kèm link website sản phẩm
03/10/2024	👉 KHÁM PHÁ MÙA THU CÙNG CAMPING EVERYWHERE 🍂	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	Kèm link sản phẩm bán chạy
04/10/2024	meme	meme	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	Kèm mã QR nhận voucher
04/10/2024	🌿 CÙNG KHÁM PHÁ 10 BÍ KÍP GIÚP CHUYỂN CAMP TRẠI MÙA THU TRỎ NÉN TUYẾT VỐI! 🎉	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	
07/10/2024	🌿 HƯỚNG DẪN CHỌN LĒU PHỦ HỢP CHO MÙA THU 🍂	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	Kèm link website sản phẩm
8/10/2024	THÔNG TIN ĐỊA ĐIỂM CAMP TRẠI Ở ĐÀ LẠT MÀ ANH EM CẦN	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	
10/10/2024	⌚ TIPS CHỤP ẢNH XINH LUNG LINH CHO CÁC NÀNG KHI ĐI CAMP NGOẠI 📸	Hình ảnh + mô tả		#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	
12/10/2024	🌿 TRẢI NGHIỆM CAMP TRẠI NHƯ THẾ NÀO CHO NGƯỜI MỚI BẮT ĐẦU? 🌳	Hình ảnh + mô tả		#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	
13/10/2024	🌿 5 LÝ DO BẠN NÊN CAMP TRẠI MÙA THU 🍂	Hình ảnh + mô tả		#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	
14/10/2024	Meme	Meme		#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	
23/10/2024	🌲 TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG: CẨU CHUYÊN VỀ NHỮNG CHUYẾN CAMP TRẠI ĐÁNG NHỚ 🌳	Hình ảnh + mô tả		#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	
26/10/2024	🎃 HALLOWEEN CAMPING: CÁCH TỐ CHỨC MỘT ĐÊM CAMP TRẠI KINH DỊ! 🎃	Hình ảnh + mô tả		#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	

Hình 2.1: Lịch biên tập Facebook

Xem chi tiết tại: [Link](#)

### 2.3.3. Ngân sách

Bảng 2.9: Ngân sách

Kênh	Ngân sách
Mobile App	3.500.000 VNĐ (Google Play, App Store)
Facebook	200.000 VND
QR Code	Miễn phí
Chi phí khác	500.000 VND
<b>Tổng</b>	<b>4.200.000 VNĐ</b>

### N3. TRIỂN KHAI THỰC HIỆN KẾ HOẠCH MOBILE MARKETING

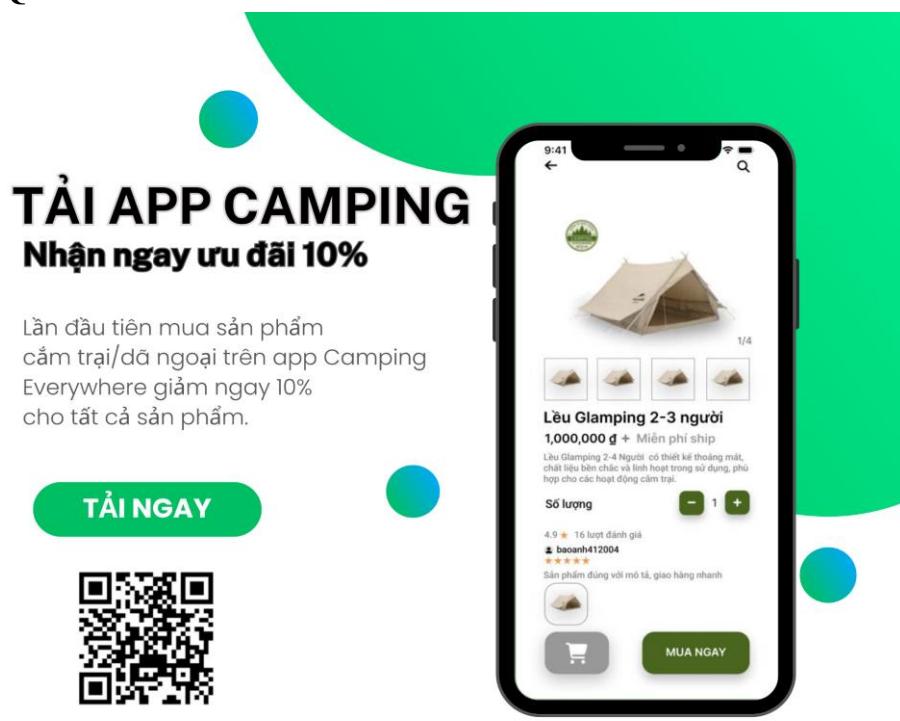
#### 3.1. Công nghệ giao tiếp trường gần

Camping Everywhere sử dụng mã QR để tối ưu trải nghiệm khách hàng và nâng cao hiệu quả marketing. Việc tạo mã QR dẫn đến website giúp người dùng truy cập nhanh, tăng lưu lượng và doanh thu. Ngoài ra, mã QR liên kết với Facebook sẽ tăng tương tác, giúp thương hiệu xây dựng cộng đồng. Bên cạnh đó, mã QR thanh toán và nhận voucher giảm giá không chỉ mang lại sự tiện lợi cho khách hàng mà còn thúc đẩy doanh số và hiệu quả các chương trình khuyến mãi.

Bảng 3.1. Mã QR code các nền tảng

Website	Facebook
	

Poster chứa QR



Hình 3.1. Poster chứa QR tải app

- Poster này sẽ được đăng tải khi đã tạo App và đăng ký trên Google Play, App Store để khuyến khích khách hàng tải App. Khi khách hàng tải App thành công sẽ được nhận voucher giảm 10% khi mua sản phẩm trên App

#### Thư cảm ơn chứa QR dẫn về Fanpage



- Thư cảm ơn sẽ được gói cùng sản phẩm để cảm ơn cũng như tri ân khách hàng, khuyến khích khách hàng theo dõi Fanpage để nhận ngay voucher giảm 10% khi mua sản phẩm vào lần tới!

#### Banner (Hero section)



- Banner Website, mã QR này sẽ chứa mã giảm giá cho khách hàng mua sản phẩm trên Website trong ngày 10/10 - 31/10.

## 3.2. Tin nhắn di động

### 3.2.1. OTT (Over-The-Top) Apps

The screenshot shows the 'Hộp thư > Tin trả lời tự động' (Email inbox > Automated replies) section. It includes tabs for 'Xác định tin nhắn chưa trả lời', 'Giờ hoạt động' (Working hours), 'Vị trí' (Location), and 'Bình luận để nhận tin' (Comments to receive messages). Below these are sections for 'Tin trả lời tự động của bạn' (Your automated replies) and a search bar. A table lists various automated reply templates with columns for status, name, purpose, and channel.

Trạng thái	Tên	Mục tiêu	Kênh
<input checked="" type="radio"/>	Tin trả lời nhanh	Chào mừng mọi người	Chính sửa
<input checked="" type="radio"/>	Câu hỏi thường gặp	Chia sẻ thông tin	Chính sửa
<input type="radio"/>	Tin nhắn vắng mặt	Chào mừng mọi người	Chính sửa
<input checked="" type="radio"/>	Từ khóa tùy chỉnh - Thời gian giao hàng	Chia sẻ thông tin	Chính sửa
<input checked="" type="radio"/>	Từ khóa tùy chỉnh - Bảo hành	Chia sẻ thông tin	Chính sửa
<input checked="" type="radio"/>	Thông tin liên hệ	Chia sẻ thông tin	Chính sửa

Hình 3.4: Tin nhắn trả lời tự động

Thực hiện cài đặt tin nhắn tự động trên Fanpage, để chăm sóc khách hàng tốt và tối ưu tin nhắn với khách hàng hơn.

The screenshot shows the 'Hộp thư > Tin trả lời tự động > Chính sửa tin trả lời tự động' (Email inbox > Automated replies > Edit automated replies) section for the 'Vắng mặt' (Away) template. It includes fields for 'Kênh' (Channel), 'Khi nào điều này diễn ra?' (When this occurs), and 'Chọn khung giờ mà bạn vắng mặt mỗi tuần'. On the right, a preview window shows a sample message from 'Camping Eve...' to 'Mến Võ'.

Hình 3.5: Tin nhắn vắng mặt

- **Tin nhắn vắng mặt** trong khung thời gian từ 00h00 - 06h00 sẽ được phản hồi như sau: “Cảm ơn {Họ tên người nhận} đã nhắn tin. Dù vắng mặt và không thể trả lời ngay lúc này nhưng chúng tôi rất cảm kích vì bạn đã liên hệ, chúng tôi sẽ phản hồi lại bạn trong thời gian sớm nhất!”

- **Câu hỏi thường gặp:**

**Câu 1:**

Câu hỏi: Camping Everywhere bán gì?

Câu trả lời: Xin chào {Họ và tên người nhận}. Chúng tôi cung cấp đồ cắm trại như lều, ghế, và dụng cụ dã ngoại.

The screenshot shows a software interface for managing frequently asked questions. On the left is a vertical toolbar with icons for home, search, messages, calendar, and other functions. The main area has a header "Hộp thư > Tin trả lời tự động > Chính sửa tin trả lời tự động". A section titled "Câu hỏi thường gặp" is shown, with a switch labeled "Đang bật" (Enabled). Below it, a note says "Gợi ý những câu hỏi mọi người có thể hỏi Trang của bạn. Sau đó thiết lập tin trả lời tự động cho các câu hỏi đó." The "Câu hỏi" section contains a text input field with placeholder "Sản phẩm có bảo hành không?" and character count "27/80". The "Tin trả lời tự động" section contains a text input field with placeholder "Xin chào [Mền Võ X], Chúng tôi cung cấp đồ cắm trại như lều, ghế, và dụng cụ dã ngoại." and character count "95/500". Below these are "Nhân nút" and "URL trang web" fields, and "Thêm vào câu trả lời" buttons for "File phương tiện" and "Nút". A note about adding to the menu is present. At the bottom are "Hủy" and "Lưu thay đổi" buttons.

Hình 3.6: Câu hỏi thường gấp 1

Câu 2:

Câu hỏi: Sản phẩm có bảo hành không?

Câu trả lời: Xin chào “Họ và tên người nhận”, hiện tại các sản phẩm bên Camping Everywhere đều được bảo hành từ 3 - 6 tháng tùy theo sản phẩm.

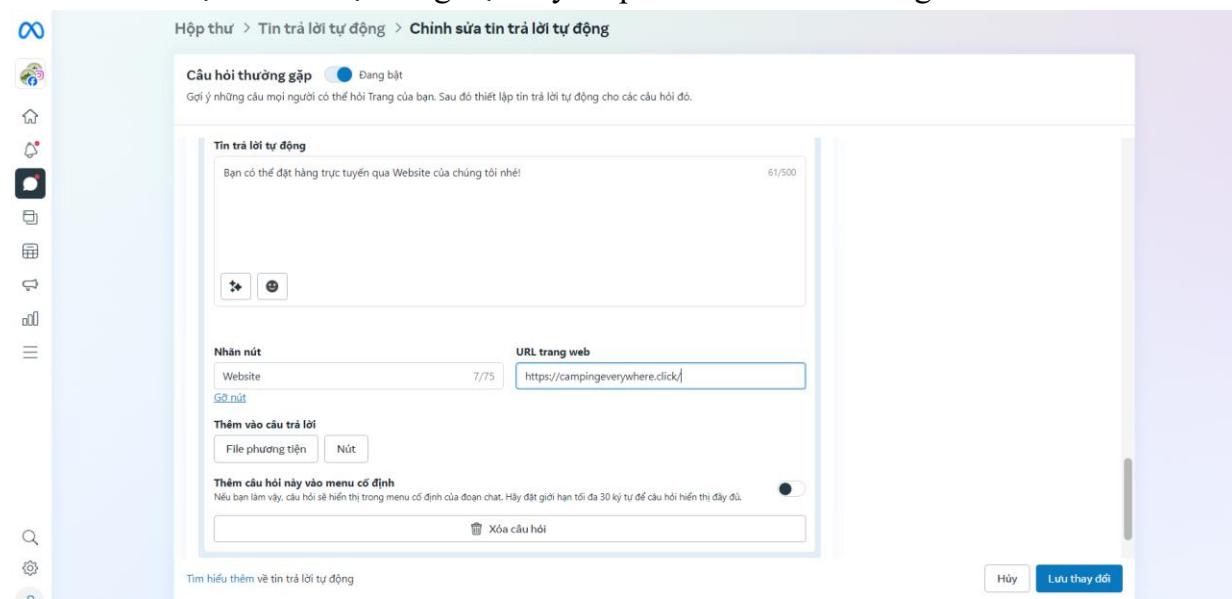
This screenshot shows the same software interface as Figure 3.6, but with different content in the "Tin trả lời tự động" section. The text input field now contains "Xin chào [Mền Võ X], hiện tại các sản phẩm bên Camping Everywhere đều được bảo hành từ 3 - 6 tháng tùy theo sản phẩm." and character count "126/500". The rest of the interface is identical to Figure 3.6.

Hình 3.7: Câu hỏi thường gấp 2

### Câu 3:

Câu hỏi: Làm sao để đặt hàng?

Câu trả lời: Bạn có thể đặt hàng trực tuyến qua Website của chúng tôi nhé!



Hình 3.8: Câu hỏi thường gấp 3

### 3.2.2. Ứng dụng di động

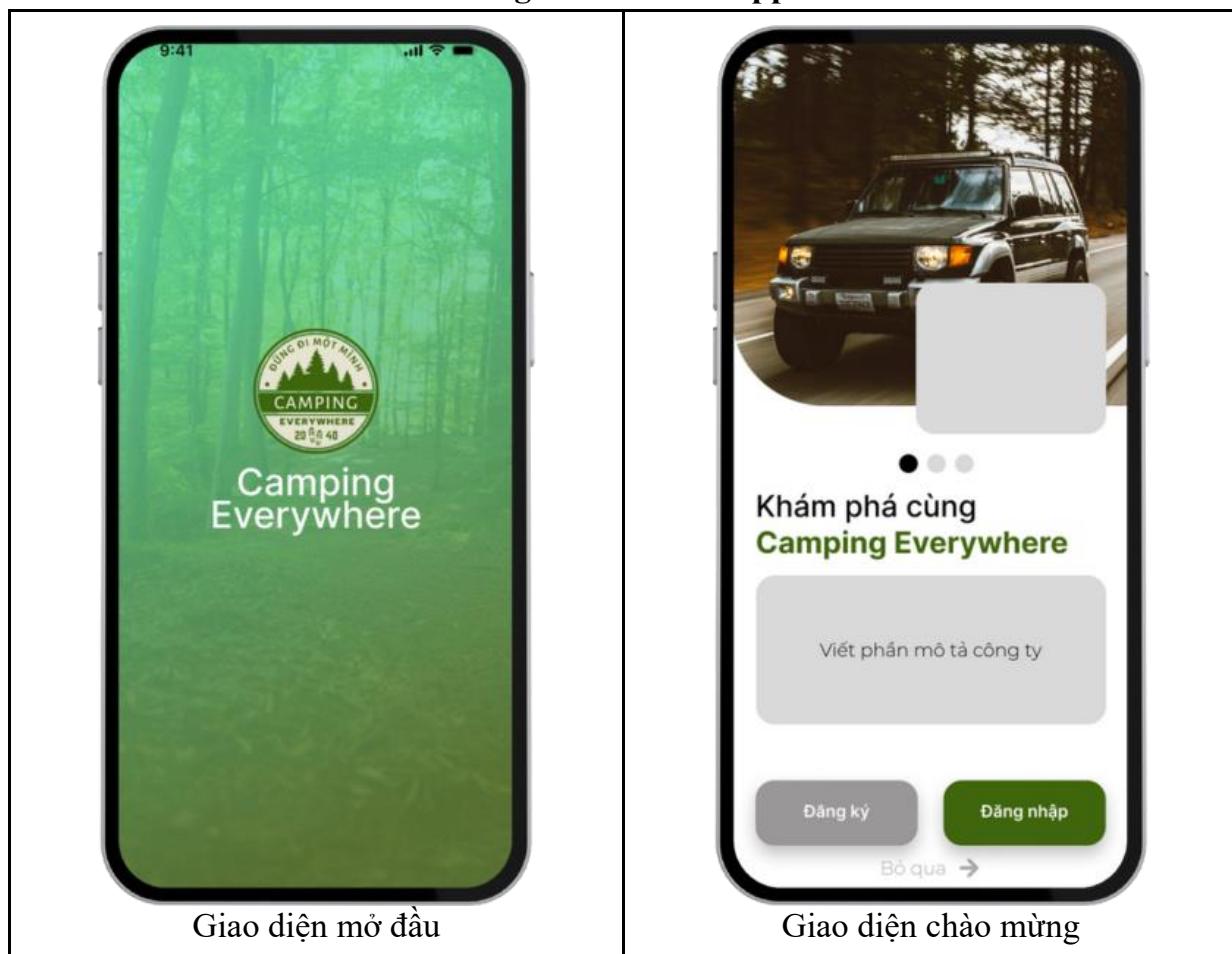
- Nghiên cứu: Theo [DataReportal](#) về việc sử dụng và tiếp nhận công nghệ số tại Việt Nam vào đầu năm 2024 cho thấy có 168,5 triệu kết nối di động tại Việt Nam. Đây là phương tiện để tăng được độ nhận diện thương hiệu và tăng sự tương tác giữa người dùng với thương hiệu.

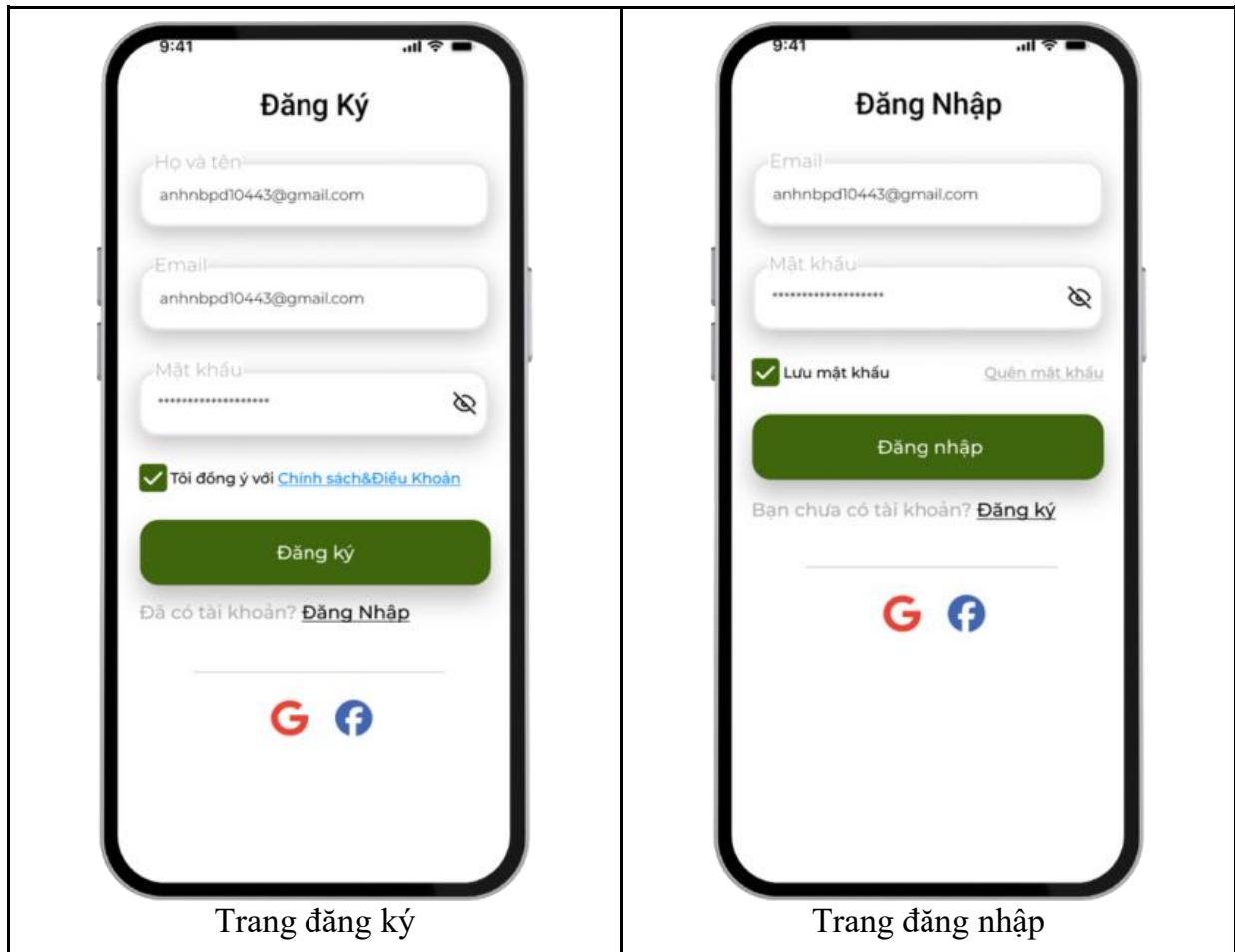
- Thiết kế:

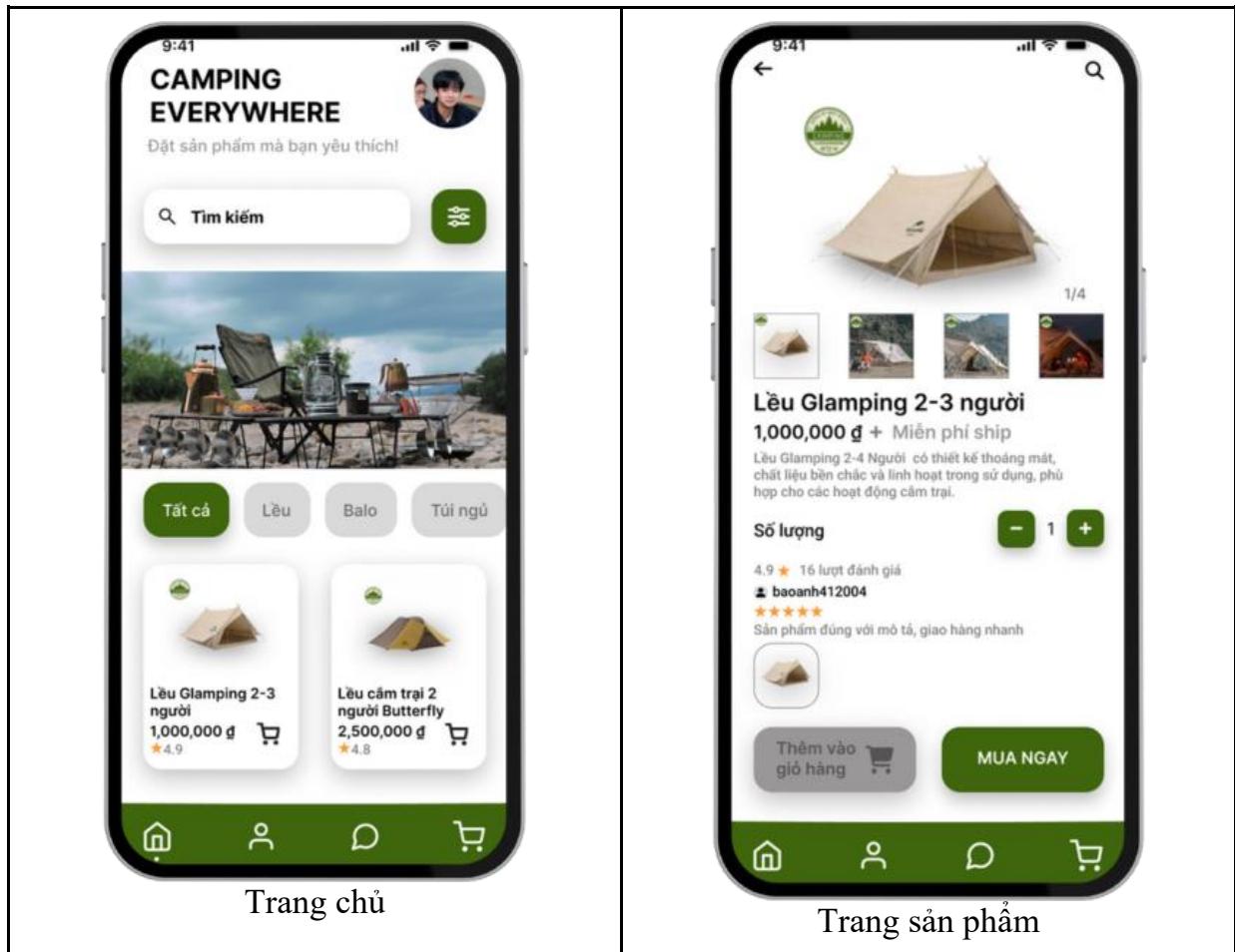
- + Font chữ: Open Sans
- + Màu sắc: Màu xanh lá cây đậm (#3f660c), Màu trắng (#ffffff)

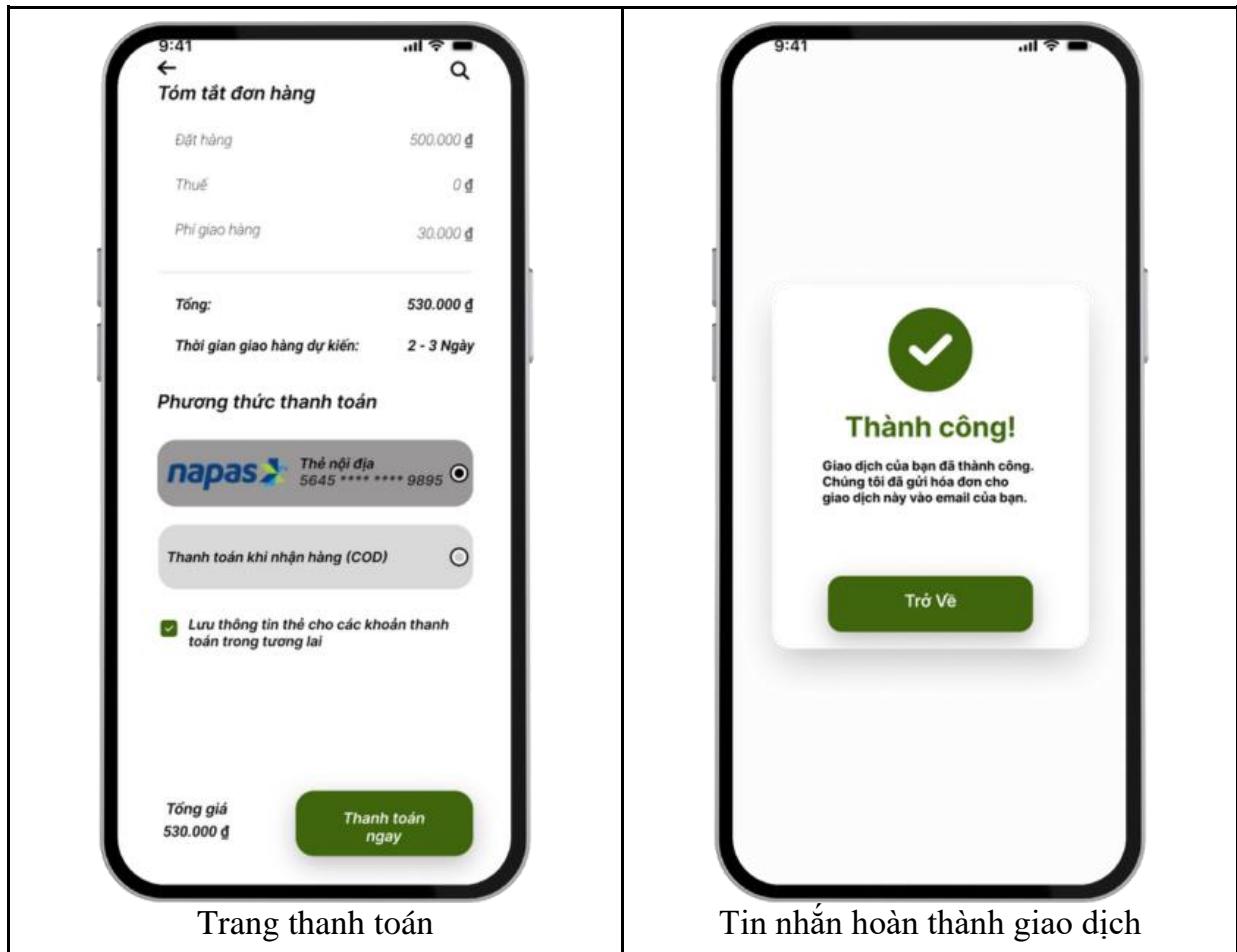
- Thiết kế app:

Bảng 3.2: Thiết kế app







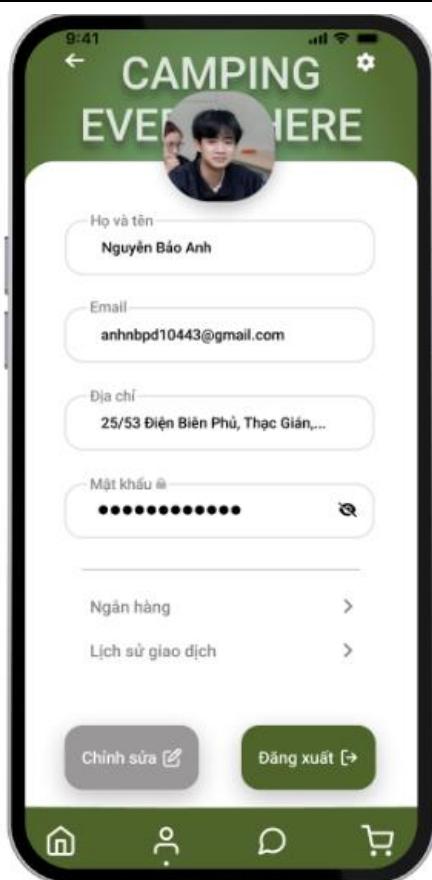


Trang thanh toán

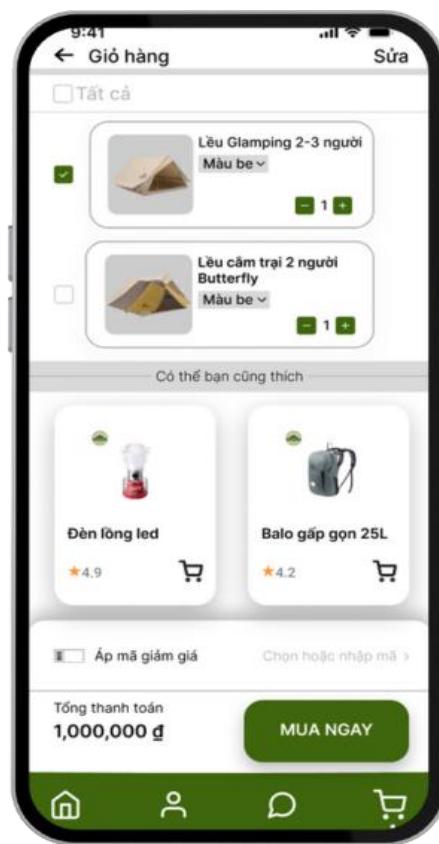
Tin nhắn hoàn thành giao dịch



Tin nhắn chăm sóc khách hàng



Hồ sơ người dùng



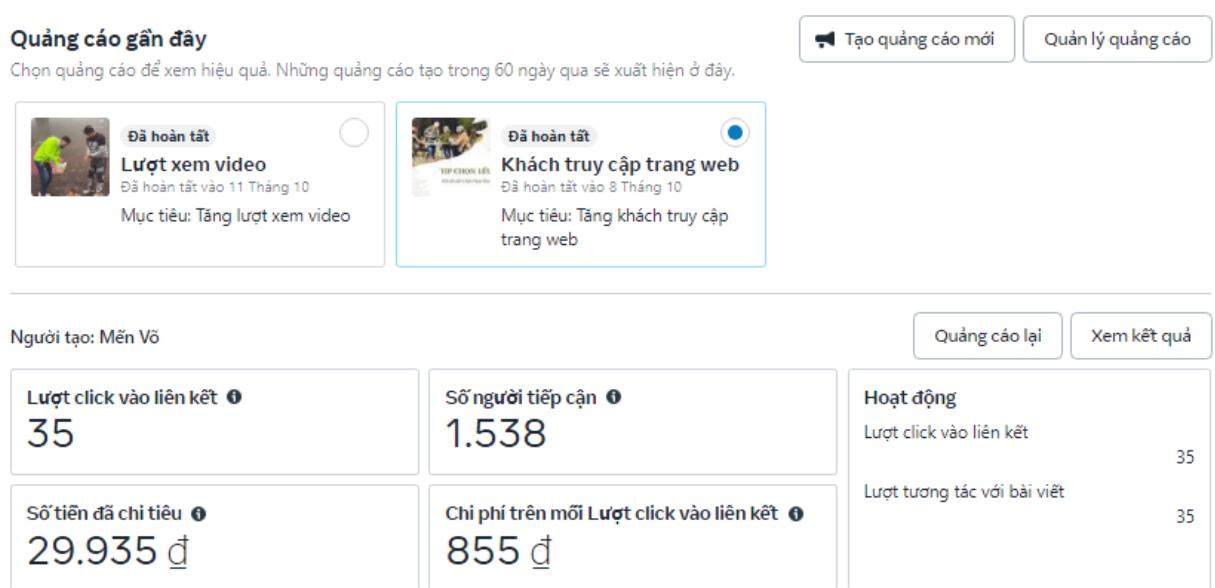
## Giỏ hàng

### 3.2.3. Mạng di động

- Sử dụng quảng cáo trên Facebook để nhắm đến người dùng tìm kiếm sản phẩm cắm trại, cung cấp khuyến mại cho người dùng thông qua link quảng cáo từ Facebook hướng dẫn họ đến trang web mua sắm.



Hình 3.9. Bài viết chạy quảng cáo



Hình 3.10. Kết quả bài viết chạy quảng cáo

- Kết quả: Với chi phí bỏ ra là 30.000 VND tiếp cận được 1.538 nghìn người, trong đó có 35 nghìn lượt tương tác với bài viết. Kết quả này khá tốt, tuy nhiên sẽ đầu tư thêm vào lần chạy quảng cáo sau để thu về kết quả tốt hơn nữa.

### 3.3. Mobile Internet

#### 3.3.1 Mobile Site

Bảng 3.3 Tối ưu UI/UX

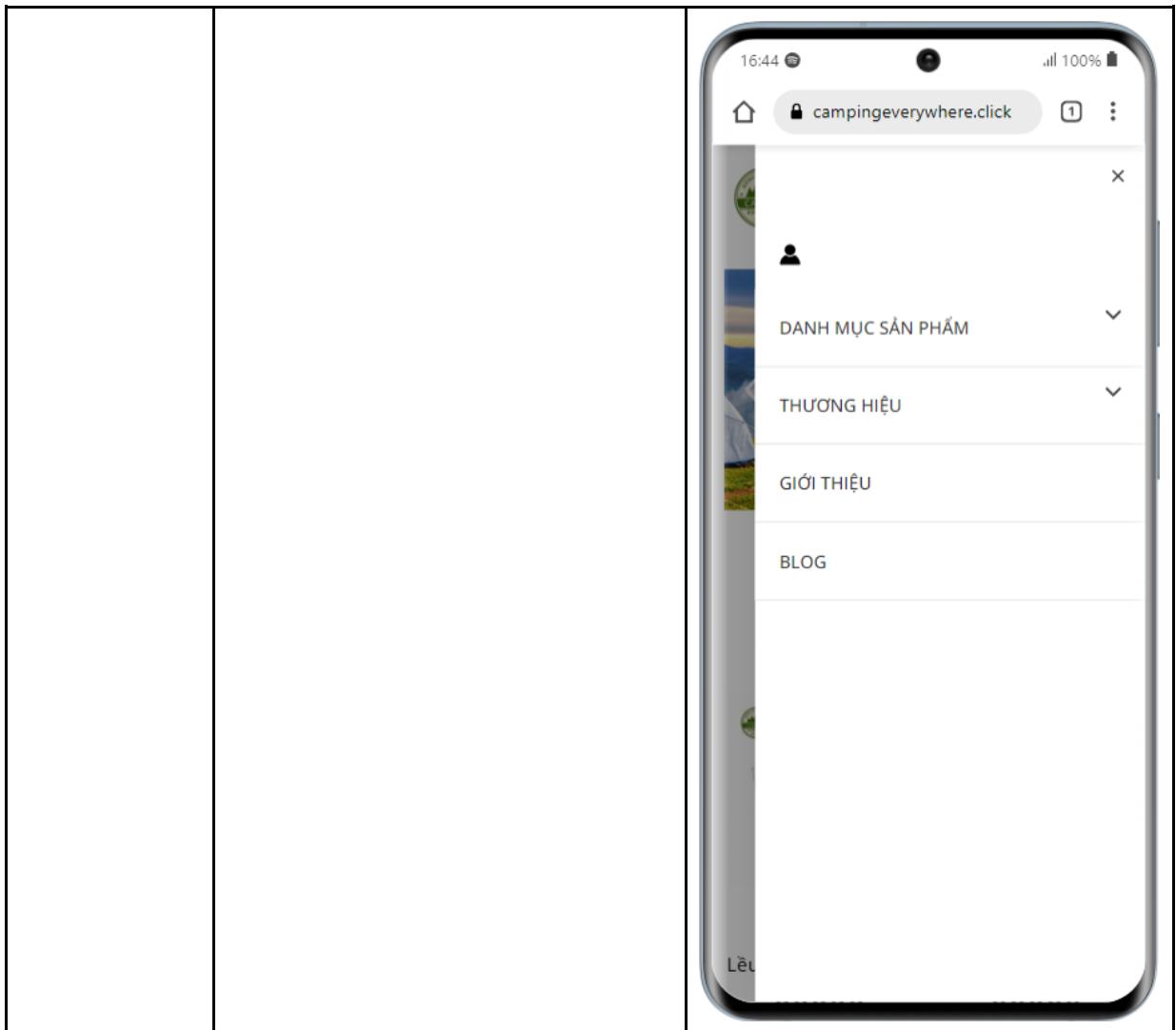
Tối ưu UI		
Yếu tố	Nhận xét	Hình Ảnh
Giao diện	Giao diện web cho thiết bị di động được thiết kế đơn giản, có bố cục rõ ràng. Trang chủ không quá nhiều thành phần gây mất tập trung cho người dùng.	

Sản phẩm	Hình ảnh sản phẩm đồng nhất, rõ ràng. Thông tin, giá cả sản phẩm đầy đủ và minh bạch.	
----------	---	--

Màu sắc	<p>Web được thiết kế với màu sắc thương hiệu làm điểm nhấn.</p> <p>Với 2 màu Trắng (#ffffff) và màu xanh lá đậm (#3f660c)</p> <p>Nhằm tạo sự tương phản cho web</p>	
---------	---	--

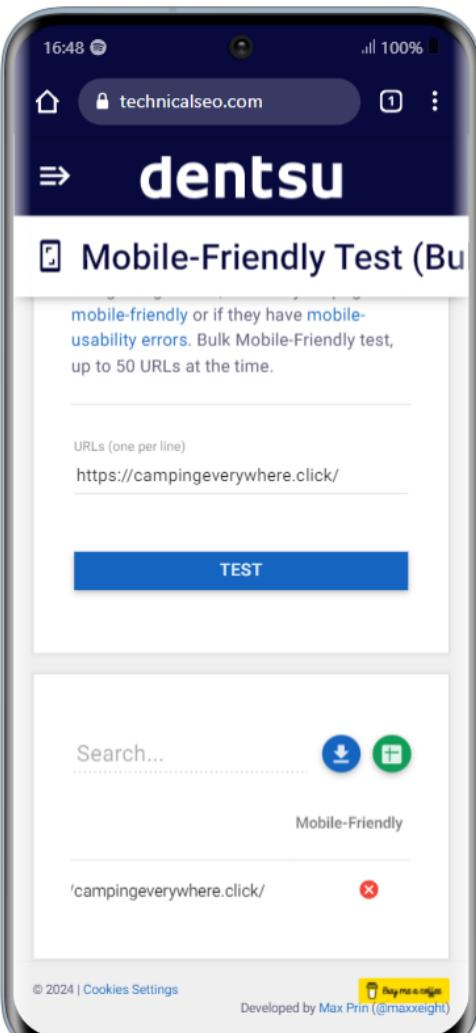
Font chữ	<p>Sử dụng font chữ (<b>Open Sans</b>) và phân cấp cho các loại chữ (Title, heading, body text,...), sử dụng khoảng cách phù hợp để không gây khó chịu cho độc giả.</p>	 <p>là nơi có khí hậu mát mẻ quanh năm, rất phù hợp cho các hoạt động cắm trại ngoài trời.</p> <p>kinh-nghiem-cam-trai-mua-thu</p> <p><b>Lưu ý về điều kiện thời tiết và địa hình</b></p> <p>Thời tiết mùa thu tuy mát mẻ nhưng có thể thay đổi nhanh chóng. Hãy luôn kiểm tra dự báo thời tiết trước khi khởi hành để tránh các hiện tượng thời tiết xấu như mưa hoặc sương mù dày đặc. Đặc biệt, địa hình ở các khu miền núi có thể trơn trượt sau mưa, vì vậy bạn cần chuẩn bị lều và túi ngủ chống thấm nước để đảm bảo thoải mái.</p> <p>Để có một chuyến cắm trại mùa thu an toàn và thú vị, bạn không thể thiếu những sản phẩm chất lượng từ Camping Everywhere. Camping Everywhere cung cấp đầy đủ các thiết bị cần thiết cho chuyến đi của bạn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#"></a></li> <li><a href="#"></a></li> <li><a href="#"></a></li> </ul>
<b>Tối ưu UX</b>		

Tiện ích	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Google Map được tích hợp vào web mobile để khách hàng có thể đến tận cửa hàng xem sản phẩm.</li> <li>- Các nút bấm liên kết đến các nền tảng mạng xã hội và liên kết đến phương thức liên hệ với cửa hàng giúp cho khách hàng liên hệ với cửa hàng nếu có nhu cầu.</li> <li>- Thanh menu được tích hợp thành 1 phần tử giúp giải phóng không gian không gây khó chịu cho người dùng.</li> </ul>	<p>The screenshot displays a mobile application interface. At the top, it shows the time (16:44), battery level (100%), and signal strength. Below this is a section titled "Danh mục sản phẩm" (Product Categories) listing items such as "Lều - Phụ kiện" (Tents - Accessories), "Bàn ghế dã ngoại" (Outdoor tables and chairs), "Bếp - Dụng cụ nấu nướng" (Stove - Cooking utensils), "Đèn - Thiết bị thắp sáng" (Lamps - Lighting equipment), and "Balo - Túi ngủ" (Bags - Sleep bags). Further down is a "Thông tin" (Information) section with an email address ("Email: campingeverywhere@gmail.com") and a phone number ("SĐT: 035.220.5900"). A "Địa chỉ" (Address) is also provided: "72 Đảo Đoàn Dịch, Hòa Minh, Cẩm Lệ, Đà Nẵng". Below this is a "Bản đồ" (Map) section showing the location of "Cửa hàng Camping Everywhere" on a map of Da Nang. The map includes icons for "Sân Bóng Đá" (Football Field), "Trà Lá Nhà" (Home Tea), and "Google". There are also social media sharing icons for Facebook and TikTok, and a red call-to-action button at the bottom right.</p>
----------	--	---

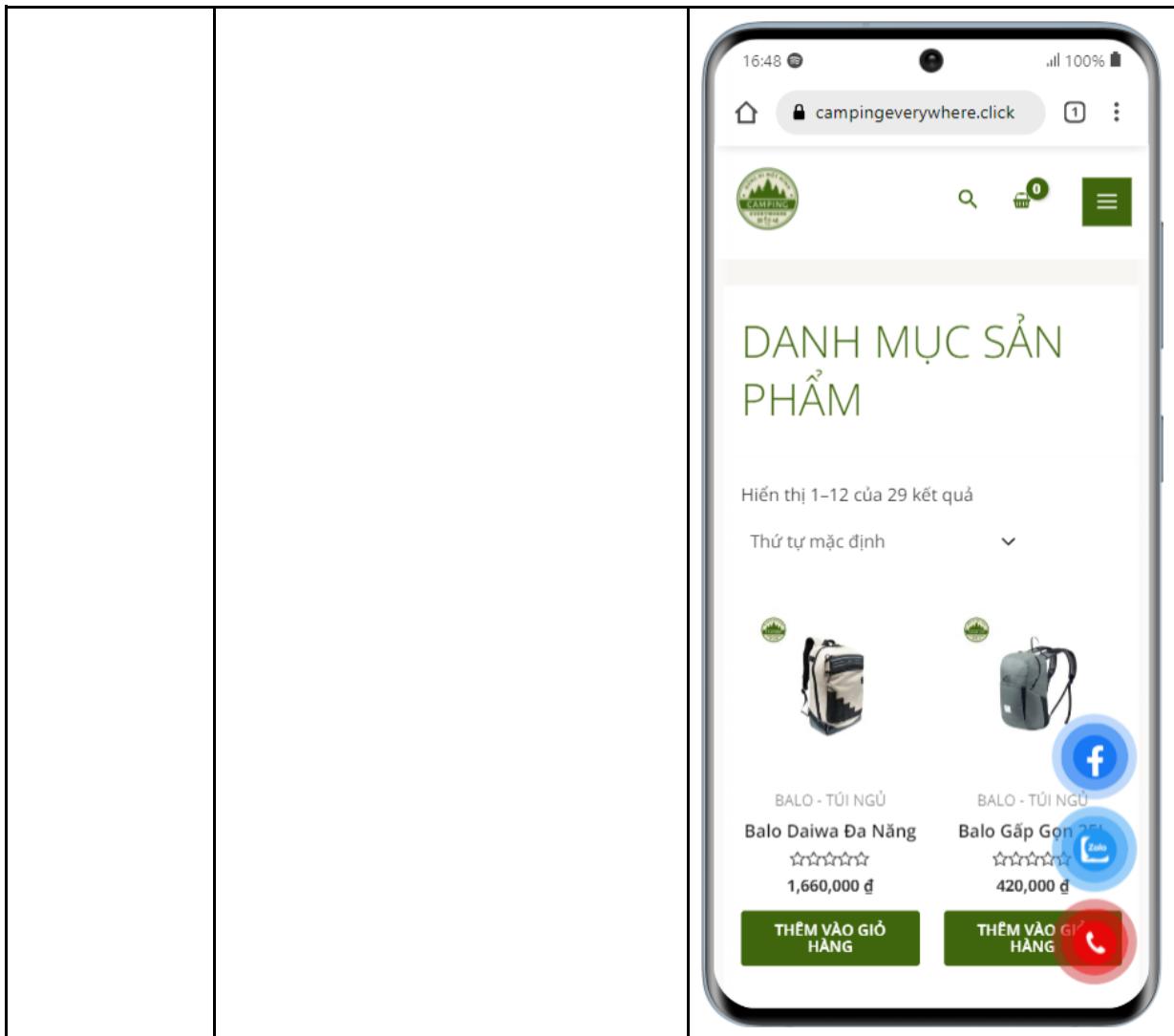


Nút Bấm	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Các nút bấm sử dụng màu sắc thương hiệu</li> <li>- Văn bản nút bấm sử dụng CTA như mua ngay, thêm vào giỏ hàng, nhầm kêu gọi hành động.</li> </ul>	
---------	---	--

Tốc độ tải trang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Điểm hiệu xuất chưa tốt tuy nhiên so với lúc chưa được tối ưu cũng đã có cải thiện khá ổn từ 58 lên 65 điểm.</li> <li>- Một số yếu tố cần khắc phục như Javascript (không có chuyên môn), thiếu thuộc tính alt ở ảnh, định dạng hình ảnh chưa tối ưu,</li> <li>...</li> </ul>	<p>PageSpeed Insights</p> <p>Thời gian tạo báo cáo: 17:45:04 11 thg 10, 2024</p> <p>https://campingeverywhere.com</p> <p><b>Di động</b></p> <p>Khám phá nội dung người dùng thực tế của bạn đang trải nghiệm</p> <p>Không có dữ liệu</p> <p>Chẩn đoán các vấn đề về hiệu suất</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Đánh giá</th> <th>Điểm</th> <th>Mô tả</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hiệu suất</td> <td>65</td> <td>Mobile friendly</td> </tr> <tr> <td>Hỗ trợ tiếp cận</td> <td>80</td> <td>Best practices</td> </tr> <tr> <td>Phương pháp hay nhất</td> <td>96</td> <td>SEO</td> </tr> <tr> <td></td> <td>92</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Đánh giá	Điểm	Mô tả	Hiệu suất	65	Mobile friendly	Hỗ trợ tiếp cận	80	Best practices	Phương pháp hay nhất	96	SEO		92	
Đánh giá	Điểm	Mô tả															
Hiệu suất	65	Mobile friendly															
Hỗ trợ tiếp cận	80	Best practices															
Phương pháp hay nhất	96	SEO															
	92																

Mức độ thân thiện trên di động	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qua phân tích công cụ dentsu website được đánh giá là chưa thân thiện với mobile</li> </ul>	 <p>The screenshot shows a mobile phone displaying the Dentsu mobile-friendly test interface. At the top, it says "16:48" and "100%". The URL "technicalseo.com" is in the address bar. The main heading is "dentsu". Below it, there's a section titled "Mobile-Friendly Test (Bu)". A sub-section says "mobile-friendly or if they have mobile-usability errors. Bulk Mobile-Friendly test, up to 50 URLs at the time.". There's a text input field for "URLs (one per line)" containing "https://campingeverywhere.click/". A blue "TEST" button is below. The result for the URL is shown in a box: "Search..." followed by a green checkmark icon and the text "Mobile-Friendly". Below this, there's a link "Developed by Max Prin (@maxwright)".</p>
--------------------------------	--	--

Tính năng khác	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Có công cụ tìm kiếm giúp khách hàng tìm kiếm sản phẩm, bài viết cần tìm một cách nhanh chóng và dễ dàng.</li> <li>- Tích hợp phân loại sản phẩm theo thương hiệu, theo giá, ....</li> </ul>	
----------------	--	--



Demo giao diện:

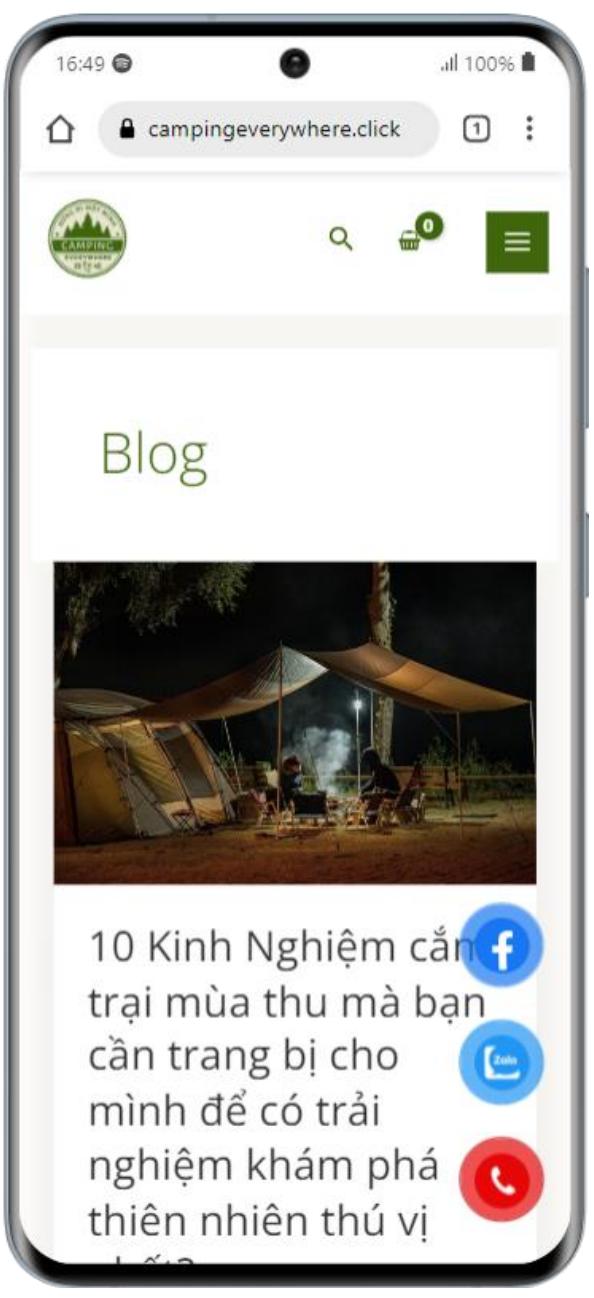
Bảng 3.4 Demo giao diện

Trang	Hình ảnh
Trang chủ	 <p>The screenshot shows the homepage of the website campingeverywhere.click. At the top, there is a header with a logo, a search icon, a shopping cart icon with '0' items, and a menu icon. Below the header, a large promotional banner for a 'SIÊU HỘI vouche' (Super Sale) is displayed, offering a 10% discount on bills over 1 million VND from October 10 to November 31. A 'MUA NGAY' (Buy Now) button is visible below the banner. Below the banner, there is a section titled 'Sản phẩm đang giảm giá!' (Products on sale!) featuring two items: a tent and a blue umbrella, both labeled 'Sale!'. Each item has a small circular badge with the word 'Sale!' above it. Below each product image, there is a link to 'LỀU - PHỤ KIỆN' (Tent - Accessories) and a star rating. To the right of the products, there is a red circular button with a white phone icon.</p>

## Danh mục sản phẩm



## Blog



## Thương hiệu

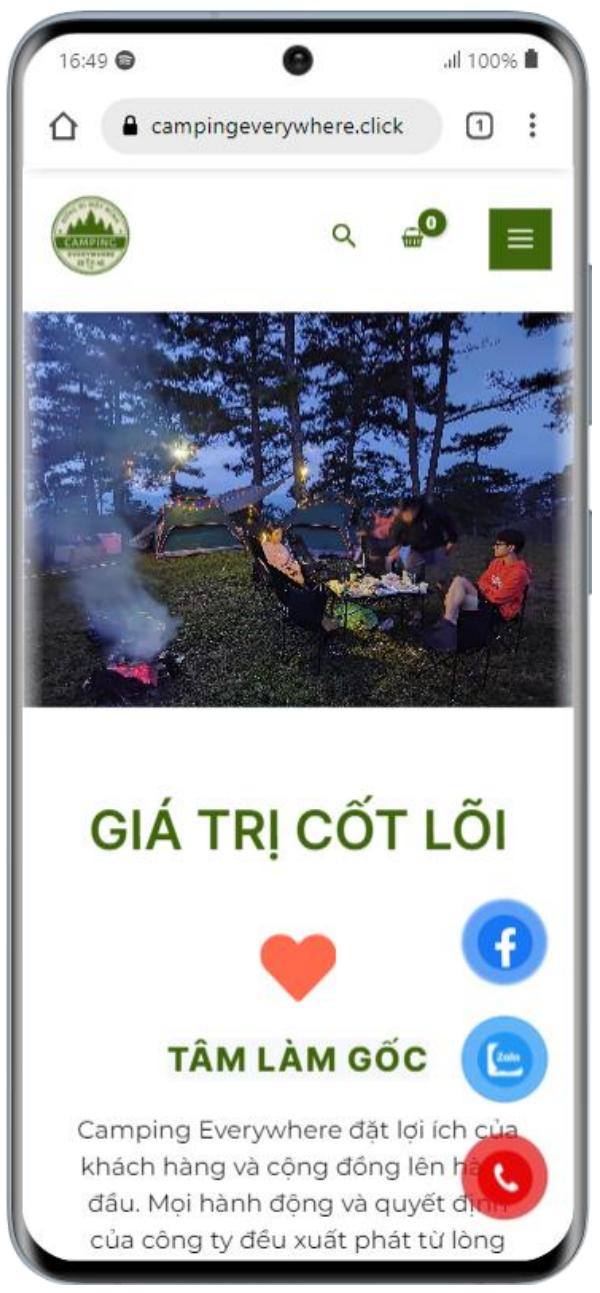
# THƯƠNG HIỆU NỔI BẬT

Chào mừng bạn đến với **Camping Everywhere** – điểm đến lý tưởng cho những người yêu thích cắm trại và dã ngoại! Tại đây, chúng tôi chuyên cung cấp các sản phẩm chất lượng cao từ ba thương hiệu nổi tiếng: **CAMPING MOON**, **COLEMAN**, và **NATUREHIKE**. Hãy cùng khám phá đặc điểm riêng của từng thương hiệu và lý do tại sao chúng lại được yêu thích đến vậy!

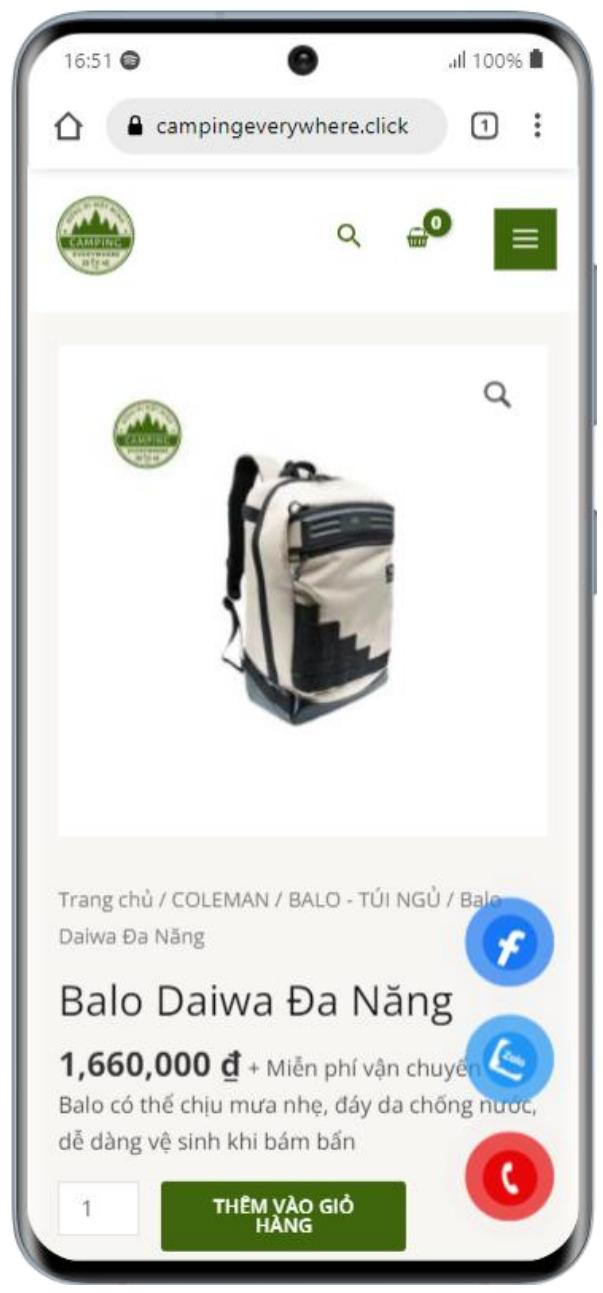
## CAMPING MOON



## Giới thiệu

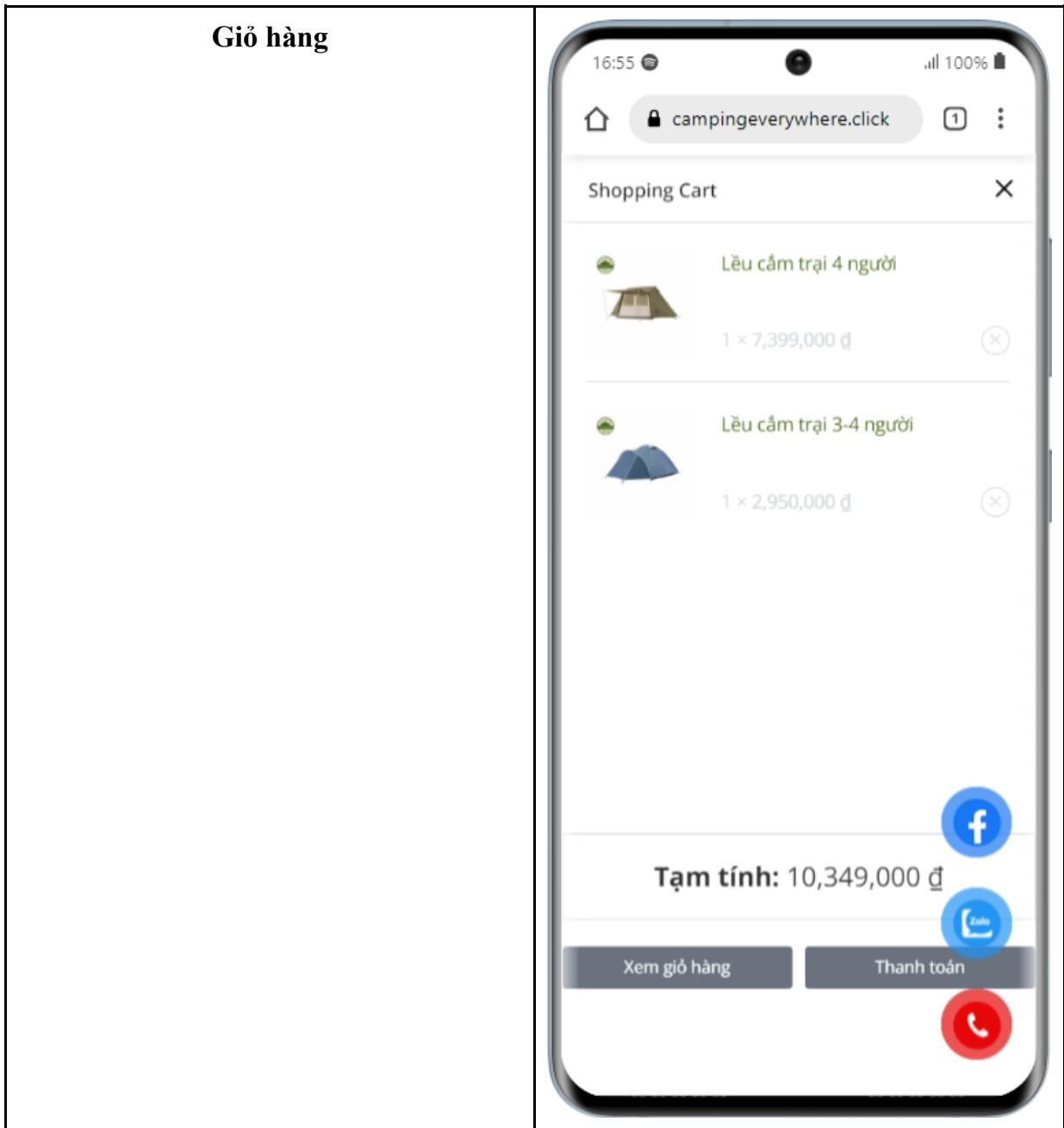


## Sản phẩm



## Trang tài khoản





### 3.3.2 Social Media

- Hiện tại, chúng tôi đã và đang triển khai các nội dung theo đúng kế hoạch biên tập. Những bài đăng về mẹo cắm trại, chia sẻ trải nghiệm thực tế đã thu hút sự chú ý đáng kể từ cộng đồng, với lượt tương tác ngày càng tăng. Mỗi ngày, chúng tôi đăng tải một đến hai bài viết chất lượng, kết hợp giữa hình ảnh, video hướng dẫn, và các chương trình khuyến mãi hấp dẫn nhằm tăng cường sự nhận diện thương hiệu, tăng lượt theo dõi và tăng lượt tương tác.

Ngày	Nội Dung	Loại Content	Người Chịu Trách Nhiệm	Hashtags	Tình trạng	Ghi Chú
02/10/2024	👉 BẠN ĐÃ BAO GIỜ NGHỈ ĐÊN VIỆC CÁM TRẠI VÀO MÙA THU CHƯA? 🌱	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Đã đăng tải	Kèm link website sản phẩm
03/10/2024	👉 KHÁM PHÁ MÙA THU CÙNG CAMPING EVERYWHERE 🎉	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Đã đăng tải	Kèm link sản phẩm bán chạy
04/10/2024	Meme	Meme	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Đã đăng tải	Kèm mã QR nhận voucher
04/10/2024	🌿 CÙNG KHÁM PHÁ 10 BÍ KÍP GIÚP CHUYÊN CÁM TRẠI MÙA THU TRỎ NÉN TUYẾT VỐI! 🍂	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Đã đăng tải	
07/10/2024	🌿 HƯỚNG DẪN CHỌN LỀU PHÙ HỢP CHO MÙA THU 🍂	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Đã đăng tải	Kèm link website sản phẩm
8/10/2024	THÔNG TIN ĐỊA ĐIỂM CÁM TRẠI Ở ĐÀ LẠT MÀ ANH EM CẦN	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Đã đăng tải	
11/10/2024	📷 TIPS CHỤP ẢNH XINH LUNG LINH CHO CÁC NĂNG KHI ĐI CAMPING 📸	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Đã đăng tải	
12/10/2024	Lều còn không giữ được, huống gì giữ được em 😭 #viral #reels	Video	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Đã đăng tải	
13/10/2024	⚠️ CÁM TRẠI KHÔNG CHỈ LÀ TRÁI NGHIỆM, MÀ CÒN LÀ HÀNH TRÌNH GHI LẠI KHOÁNH KHẮC 🏜	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Đã đăng tải	Gắn bot rep comment và trả lời tin nhắn tự động
14/10/2024	Meme về những khó khăn khi cắm trại lần đầu	Meme	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	
15/10/2024	🌿 LÝ DO BẠN NÊN CHỌN LỀU NHẸ KHI ĐI CÁM TRẠI MÙA THU 🍂🌿	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	
17/10/2024	🌲 TOP 5 ĐỊA ĐIỂM CÁM TRẠI ĐẸP VÀO MÙA THU Ở VIỆT NAM 🇻🇳	Hình ảnh + mô tả	Mèn	#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai	Chưa bắt đầu	

Hình 3.11. Lịch biên tập nội dung của Social Media

Xem chi tiết tại: [Link](#)

CHỦ ĐỀ	NỘI DUNG	HÌNH ẢNH BÀI VIẾT
□ BẠN ĐÃ BAO GIỜ NGHỈ ĐẾN VIỆC CẮM TRẠI VÀO MÙA THU CHƯA?	<p>Tôi vừa mới có một chuyến đi như vậy và phải nói rằng, mùa thu thực sự là thời điểm hoàn hảo để cắm trại! Không khí thì mát rượi, trời không quá nóng cũng chẳng quá lạnh. Chúng tôi quây quần bên bếp lửa, nướng BBQ thơm lừng, nói chuyện đến tận khuya mà chẳng muộn về.</p> <p>Còn cảnh sắc ư? Lá vàng, lá đỏ, mọi thứ đẹp như một bức tranh! Mỗi góc nhỏ đều là nơi bạn có thể chụp ảnh sống ảo.</p> <p>Và quan trọng nhất, nhờ bộ dụng cụ gọn nhẹ từ Camping Everywhere, mọi thứ trở nên thật tiện lợi. Chỉ cần gói ghém đồ đạc vào balo và xách lên đường là đủ!</p> <p>Nếu bạn đang nghĩ đến một chuyến đi “đổi gió” mùa thu này, thì hãy thử cắm trại nhé. Tin tôi đi, mùa thu ngoài kia tuyệt vời hơn bạn tưởng! 🌲🍁</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Thông tin liên hệ:</li> <li>🌐 Website: <a href="http://campingeverywhere.click">campingeverywhere.click</a></li> <li>💻 Tik Tok: @ce20.40</li> <li>✉ Email: <a href="mailto:campingeverywhere.click@gmail.com">campingeverywhere.click@gmail.com</a></li> <li>📞 Hotline: 0352205900</li> <li>Shopee: Camping Everywhere</li> <li>#camping #campingvietnam #campingeverywhere #leucamtrai #dodungcamtrai</li> </ul>	

# HƯỚNG DẪN CHỌN LỀU PHÙ HỢP CHO MÙA THU

Mùa thu là thời điểm tuyệt vời để cắm trại, với thời tiết mát mẻ và khung cảnh thiên nhiên đẹp như tranh vẽ. Tuy nhiên, việc chọn một chiếc lều phù hợp là điều quan trọng để đảm bảo chuyến đi của bạn thật thoải mái và an toàn. Dưới đây là những yếu tố cần cân nhắc khi chọn lều cho mùa thu:

Chọn lều 2 lớp chống gió và giữ ấm

👉 Mùa thu có thể có gió lớn và nhiệt độ ban đêm giảm mạnh. Hãy chọn lều có 2 lớp với khả năng cách nhiệt tốt để giữ ấm cơ thể và chống lại những cơn gió lạnh.

## Kích thước lều

💻 Nếu bạn đi cùng gia đình hoặc nhóm bạn, hãy chọn lều có không gian đủ rộng để thoải mái chứa đựng tất cả mọi người và các thiết bị cá nhân. Một chiếc lều từ 3-4 người là lựa chọn lý tưởng.

## Khả năng chống thấm nước

🌧️ Mùa thu có thể có những cơn mưa bất chợt. Lều cần có khả năng chống thấm nước tốt để đảm bảo bạn không bị ướt và giấc ngủ không bị gián đoạn.

## Thông gió tốt

🍃 Dù mùa thu không quá nóng, nhưng lều cần có hệ thống thông gió tốt để duy trì không khí trong lành và tránh ngưng tụ hơi ẩm bên trong.

## Trọng lượng và độ bền

🔨 Lều không chỉ cần nhẹ để dễ mang theo mà còn phải bền để đối phó với thời tiết khắc nghiệt như gió mạnh và mưa to.

## TIP TỪ CAMPING EVERYWHERE

🔍 Trước khi mua, hãy kiểm tra kỹ các



<p>thông số kỹ thuật của lều và đọc các đánh giá từ người dùng. Đừng quên ghé thăm Camping Everywhere để tìm thấy chiếc lều hoàn hảo cho chuyến đi mùa thu sắp tới của bạn!</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Thông tin liên hệ:</li> </ul> <p> Website: campingeverywhere.click  Tik Tok: @ce20.40  Email:  campingeverywhere.click@gmail.com  Hotline: 0352205900  Shopee: Camping Everywhere  <a href="#">#camping #camping vietnam</a>  <a href="#">#camping everywhere #leucamtrai</a>  <a href="#">#dodongcamtrai</a></p>	
---	--

Xem chi tiết tại: [Camping Everywhere](#)

### 3.3.3. Mobile Location-Based

#### Google Map

Camping Everywhere có trên Google Maps giúp khách hàng dễ dàng tìm kiếm địa điểm, xem đánh giá, và nhận chỉ dẫn đường đến cửa hàng. Điều này không chỉ tăng độ tin cậy, mà còn giúp Camping Everywhere tiếp cận khách hàng địa phương hiệu quả hơn, đồng thời cung cấp thông tin về sản phẩm và dịch vụ nhanh chóng, thuận tiện. Dưới đây là cửa hàng Camping Everywhere trên Google Map:



Hình 3.12. Google Map

**Nhận xét:** Sau khi tạo, nhận được 16 lượt đánh giá 5 sao, cùng với 16 bài đánh giá tích cực về thương hiệu, shop đã chứng minh được chất lượng dịch vụ của mình. Những phản hồi này không chỉ thể hiện trải nghiệm tuyệt vời của khách hàng mà còn giúp tăng cường độ uy tín của shop, khiến những khách hàng mới cảm thấy yên tâm hơn khi quyết định mua sắm. Ngoài ra, có thể cung cấp các thông tin liên hệ địa chỉ, giờ hoạt động, trang web, giúp khách hàng dễ dàng liên hệ hơn.

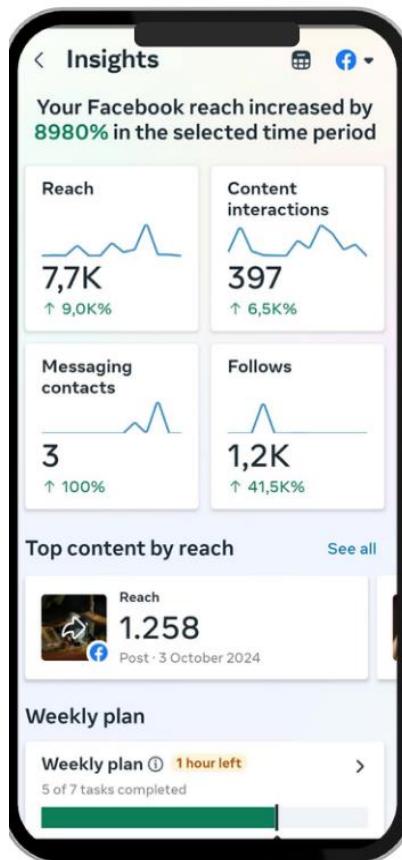
## N4. ĐO LƯỜNG VÀ ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ

### 4.1. Đo lường & đánh giá hiệu quả thực hiện dự án

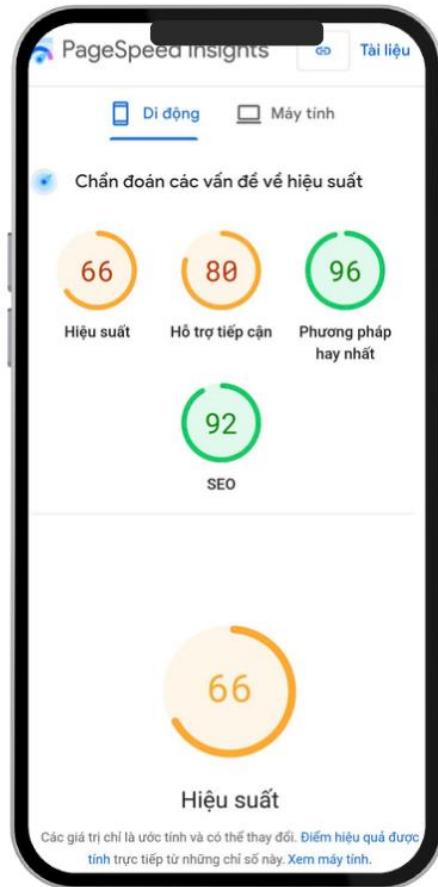
#### KPI Giai đoạn KNOW (Nhận thức)

Bảng 4.1 KPI giai đoạn nhận know (nhận thức)

Nền tảng	Chỉ số KPI	Mục tiêu	Kết quả đạt được	Kết luận
Facebook	Theo dõi	1325	1401	Đạt
	Lượt tiếp cận	3.000	7.700	Đạt
	Lượt like	10 like/bài	16 like/bài	Đạt
	Bình luận	5 bình luận/bài	6 bình luận/bài	Đạt
Website	Hiệu suất trên PageSpeed Insights	Hiệu suất 58%	Hiệu suất 66%	Đạt



Hình 4.1. Hiệu quả của nội dung trên Meta Business Suite



*Hình 4.2. Hiệu suất trên PageSpeed Insights*

- **Kết luận:** Chiến dịch nhìn chung đã đạt và vượt hết các chỉ tiêu của giai đoạn nhận thức, đặc biệt là về lượng tiếp cận và tương tác trên Facebook. Tuy nhiên, cần chú trọng hơn vào việc kích thích thêm bình luận từ người dùng để tăng tương tác hai chiều. Website đã có sự cải thiện về hiệu suất, góp phần nâng cao trải nghiệm người dùng.
- Từ kết quả đạt được, có thể thấy rằng việc xây dựng nội dung hấp dẫn và chiến lược quảng bá đúng đối tượng đã giúp tăng cường tương tác và tiếp cận người dùng hiệu quả trên Facebook. Tuy nhiên, việc tăng cường bình luận vẫn là một thách thức. Điều này cho thấy cần tập trung vào các hoạt động kích thích thảo luận nhiều hơn, nhóm sẽ chuyển qua đăng thêm nhiều bài viết dưới dạng đặt câu hỏi tương tác, tổ chức mini-game hoặc khuyến khích khách hàng chia sẻ ý kiến cá nhân. Đồng thời, tiếp tục cải thiện hiệu suất website cho các giai đoạn tiếp theo để mang lại kết quả tốt hơn nữa. Từ đó nhóm nhận thấy tầm quan trọng của trải nghiệm người dùng trực tuyến trong việc giữ chân và chuyển đổi khách hàng.

## **4.2. Rút ra bài học kinh nghiệm trong quá trình thực hiện dự án**

Quá trình thực hiện dự án đã giúp nhóm nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của Mobile Marketing và tích lũy nhiều kiến thức quý báu. Từ các chỉ số KPI và phản hồi của khách hàng, nhóm đã xác định được các điểm mạnh và điểm yếu cần khắc phục.

- + Việc hiểu rõ đối tượng khách hàng và thói quen của họ rất quan trọng. Kết quả từ giai đoạn nhận thức cho thấy nội dung đã thu hút nhiều người, nhưng cần khảo sát sâu hơn để hiểu rõ sở thích và nhu cầu cụ thể của họ, từ đó tối ưu hóa chiến lược tiếp thị.
- + Nội dung cần hấp dẫn và sáng tạo hơn để thu hút sự chú ý. Mặc dù hiệu suất website đã tăng, nhưng việc tối ưu hóa trải nghiệm người dùng vẫn cần được tiếp tục. Tốc độ tải trang và giao diện sử dụng là những yếu tố quan trọng để giữ chân khách hàng và khuyến khích họ tương tác.
- + Quảng cáo cần được thực hiện một cách chiến lược và hợp lý. Nhóm cần theo dõi hiệu quả quảng cáo thường xuyên để điều chỉnh ngân sách và chiến lược kịp thời nhằm đạt hiệu quả tối đa. Hình ảnh cũng cần được chăm chút về mặt thẩm mỹ để thu hút sự chú ý hơn.
- + Cuối cùng, việc đo lường và đánh giá hiệu quả chiến dịch là rất cần thiết. Mặc dù các chỉ số KPI cho thấy chiến dịch đã đạt và vượt các mục tiêu đề ra, nhóm cần tiếp tục theo dõi để cải thiện những khía cạnh chưa tốt, từ đó hoàn thiện hơn trong tương lai.

## **4.3. Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động mobile marketing**

Từ kết quả dự án đã thực hiện, nhóm đã ghi nhận sự tăng trưởng trong tiếp cận và tương tác khách hàng. Để nâng cao hiệu quả hoạt động mobile marketing, nhóm đề xuất một số giải pháp đề xuất để cải thiện hoạt động mobile marketing cho Camping Everywhere.

- Tối ưu hóa Website và Ứng dụng di động
  - + Tối ưu hóa tốc độ tải trang: Đảm bảo website tải nhanh trên các thiết bị di động để nâng cao trải nghiệm người dùng.
  - + Thiết kế giao diện Website tương thích với mọi kích thước màn hình, giúp người dùng dễ dàng truy cập thông tin.
- Sản xuất nội dung hấp dẫn, nắm bắt xu hướng và thói quen của người tiêu dùng

- + Tạo nội dung đa dạng: Kết hợp video, hình ảnh, và bài viết
  - + Thực hiện các mini-game, tặng phần quà và cuộc thi
- Sử dụng thêm các kênh mạng xã hội khác như Instagram, Threads,... để tăng độ phủ và độ tiếp cận với khách hàng.
- Tư vấn khách hàng trên mọi nền tảng, hỗ trợ khách hàng trực tuyến, giải đáp thắc mắc ngay lập tức.
- Đào tạo đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp hơn, giúp nhân viên hiểu rõ hơn về cách tương tác với khách hàng qua di động và nâng cao kỹ năng marketing.

## BẢNG ĐÁNH GIÁ – GIAI ĐOẠN 1

HIỆU QUẢ LÀM VIỆC CỦA CÁC THÀNH VIÊN TRONG NHÓM

Môn học: Marketing trên di động

Mã môn:

Nhóm: 4

Tiêu chí đánh giá	Tỉ lệ %	Mức độ % đóng góp từng thành viên					
		Võ Mén	Nguyễn Thị Minh Thư	Nguyễn Văn Tâm	Lê Hoàng Kim	Nguyễn Bảo Anh	Nguyễn Bảo Linh
1. Mức độ tham gia buổi họp nhóm.	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
2. Tham gia đóng góp ý kiến.	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
3. Hoàn thành công việc được giao theo đúng thời hạn.	Tối đa 20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
4. Hoàn thành công việc được giao đảm bảo chất lượng.	Tối đa 20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
5. Có ý tưởng mới, sáng tạo đóng góp cho nhóm.	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
6. Tinh thần hợp tác, hỗ trợ, đoàn kết với các thành viên trong nhóm.	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
(2) Tổng % đóng góp cho nhóm	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Chữ ký xác nhận của từng thành viên							
(3) Điểm trình bày							
(4) Điểm cá nhân được quy đổi (4)= [(1)*(2)+(3)]/3							

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 29 tháng 09 năm 2024

Nhóm trưởng  
(ký và ghi rõ họ và tên)

## BẢNG ĐÁNH GIÁ – GIAI ĐOẠN 2

HIỆU QUẢ LÀM VIỆC CỦA CÁC THÀNH VIÊN TRONG NHÓM

Môn học: Marketing trên di động

Mã môn: DOM201

Nhóm: 4

Tiêu chí đánh giá	Tỉ lệ %	Mức độ % đóng góp từng thành viên					
		Võ Mén	Nguyễn Thị Minh Thư	Nguyễn Văn Tâm	Lê Hoàng Kim	Nguyễn Bảo Anh	Nguyễn Bảo Linh
1. Mức độ tham gia buổi họp nhóm.	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
2. Tham gia đóng góp ý kiến.	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
3. Hoàn thành công việc được giao theo đúng thời hạn.	Tối đa 20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
4. Hoàn thành công việc được giao đảm bảo chất lượng.	Tối đa 20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
5. Có ý tưởng mới, sáng tạo đóng góp cho nhóm.	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
6. Tinh thần hợp tác, hỗ trợ, đoàn kết với các thành viên trong nhóm.	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
(2) Tổng % đóng góp cho nhóm	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Chữ ký xác nhận của từng thành viên							
(3) Điểm trình bày							
(4) Điểm cá nhân được quy đổi $(4) = [(1)*(2)+(3)]/3$							

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 13 tháng 10 năm 2024

Nhóm trưởng  
(ký và ghi rõ họ và tên)

## BẢNG ĐÁNH GIÁ – TOÀN BỘ DỰ ÁN

HIỆU QUẢ LÀM VIỆC CỦA CÁC THÀNH VIÊN TRONG NHÓM

Môn học: Marketing trên di động

Mã môn: DOM201

Nhóm: 4

Tiêu chí đánh giá	Tỉ lệ %	Mức độ % đóng góp từng thành viên					
		Võ Mén	Nguyễn Thị Minh Thư	Nguyễn Văn Tâm	Lê Hoàng Kim	Nguyễn Bảo Anh	Nguyễn Bảo Linh
1. Mức độ tham gia buổi họp nhóm.	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
2. Tham gia đóng góp ý kiến.	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
3. Hoàn thành công việc được giao theo đúng thời hạn.	Tối đa 20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
4. Hoàn thành công việc được giao đảm bảo chất lượng.	Tối đa 20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
5. Có ý tưởng mới, sáng tạo đóng góp cho nhóm.	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
6. Tinh thần hợp tác, hỗ trợ, đoàn kết với các thành viên trong nhóm.	Tối đa 15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
(2) Tổng % đóng góp cho nhóm	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Chữ ký xác nhận của từng thành viên							
(3) Điểm trình bày							
(4) Điểm cá nhân được quy đổi (4)= [(1)*(2)+(3)]/3							

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 21 tháng 10 năm 2024

Nhóm trưởng  
(ký và ghi rõ họ và tên)

## **DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. We Are Social - Toàn cảnh digital tại Việt Nam đầu tháng 1/2024 (Phần 1): Thời gian trung bình người Việt sử dụng Internet là 6 giờ 18 phút (marketingai.vn)

## **PHỤ LỤC**

1. Lịch biên tập: [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1B9W1DIByw074mcnjFKTon\\_zGFlwGeZeu9oUAb09exE/edit?gid=1765395963#gid=1765395963](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1B9W1DIByw074mcnjFKTon_zGFlwGeZeu9oUAb09exE/edit?gid=1765395963#gid=1765395963)
2. Website: <https://campingeverywhere.click/>
3. Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=61559670517563>