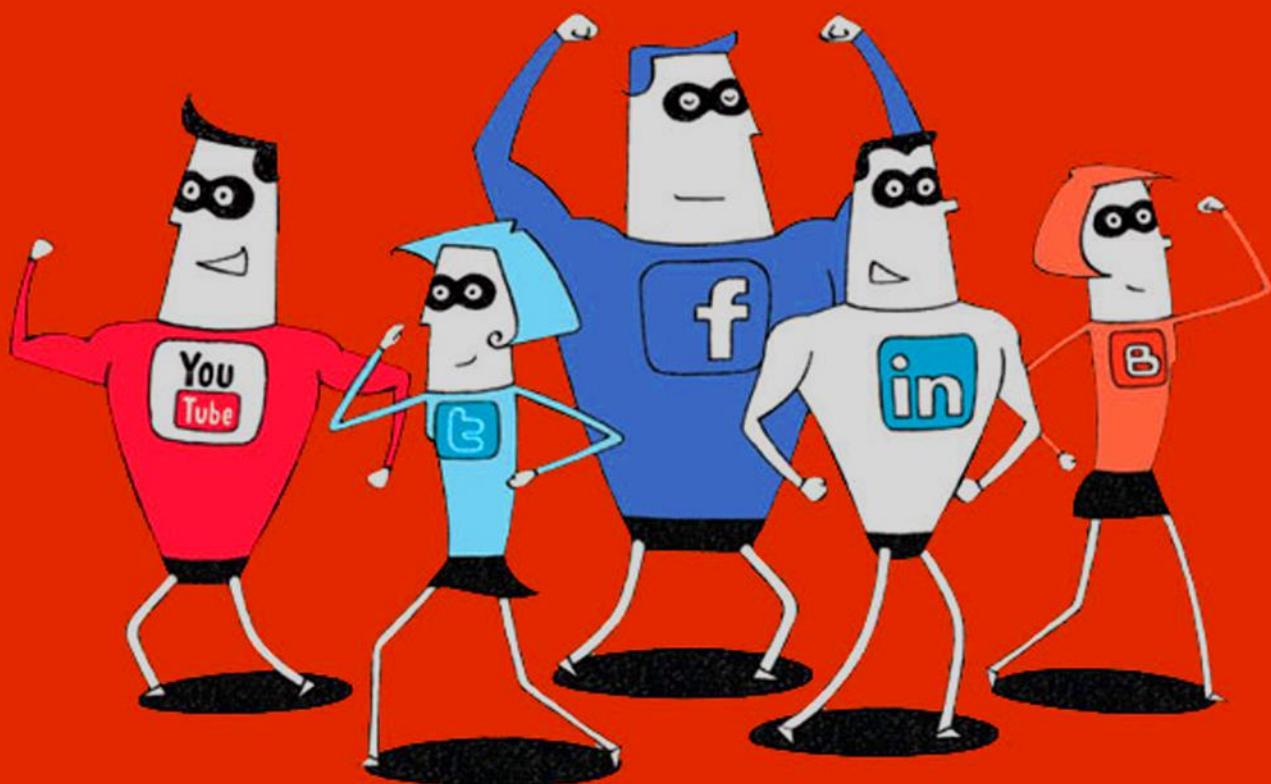


RICH DAD LOC™

NEW

# MARKETING ONLINE

Cho Doanh nghiệp NHỎ  
thành Doanh nghiệp VĨ ĐẠI



CẨM NANG BỎ TÚI CHO DOANH NGHIỆP



# Cẩm nang

# MarketingOnline

## cho Doanh nghiệp NHỎ

## thành Doanh nghiệp VĨ ĐẠI

- Vì sao bạn cần Marketing online?
- Nắm bắt tâm lý và cảm xúc khách hàng
- Sáng tạo đột phá trong Marketing
- 10 chiến lược thành công với Marketing online
- 4 Công cụ Marketing online quan trọng nhất
- Xây dựng hệ thống Marketing online khép kín như thế nào?
- Những ví dụ điển hình ứng dụng Marketing online thành công
- Hành trình 30 ngày Marketing online thành công

## Các bạn thân mến!

Chào mừng bạn đến với cuốn sách gối đầu giường của rất nhiều các bạn trẻ, người đi làm, doanh nhân thành đạt ngày nay, cuốn sách: **“Marketing Online cho Doanh nghiệp nhỏ thành Doanh nghiệp Vĩ đại”**.



Nếu bạn đang sở hữu một doanh nghiệp nhỏ, cuốn sách này sẽ là kim chỉ nam cho bạn, dẫn dắt bạn từng bước đưa doanh nghiệp của mình thành một doanh nghiệp Vĩ đại.

Cuốn sách này là một vũ khí marketing lợi hại cho bạn khi bắt đầu kinh doanh trên internet.

Bạn đang có một niềm đam mê rất mạnh mẽ với Internet và muốn biến nó thành một công việc kinh doanh hiệu quả trên Internet. Hay bạn đang có một ước mơ lớn trở thành một triệu phú Internet với những khởi đầu rất thấp. Vâng, thật may mắn cho bạn vì tôi có đủ kiến thức và kinh nghiệm của mình để chỉ ra cho bạn những phương pháp chính xác và hiệu quả với Internet. Cách mà bạn có thể bắt đầu nó với con số gần như bằng “0”. Chỉ cần bạn có một niềm tin mãnh liệt và quyết tâm theo nó đến cùng bạn chắc chắn sẽ tỏa sáng chỉ sau 1 năm.

Cuốn sách này là một cuốn cẩm nang vừa đủ rộng, vừa đủ dài, vừa đủ bao quát trong lĩnh vực Marketing trên Internet. Cuốn sách này

được viết như một món quà đặc biệt dành tặng tới những học viên **Khóa huấn luyện Internet Marketing 3H, 6Key, Mega Internet Marketing, Internet Bootcamp, Tài năng Internet Marketing, Internet Business Mastery, Internet Marketing Coaching, Super Coaching...** Những khóa học của Công ty Cổ phần ONNET và RichdadLoc. Tôi cũng xin dành tặng món quà này tới những người quan tâm đến marketing và xây dựng doanh nghiệp trên Internet.

Những gì trong cuốn sách này viết đó là sự đúc kết bằng “xương máu” của cá nhân tôi khi tham gia vào lĩnh vực mới mẻ này. Tôi sẽ nỗ lực hết sức mình để trau truốt những từ ngữ để bạn có thể dễ hiểu được nhất.

Tôi rất cảm kích nếu bạn cho tôi những cảm nhận sau khi đọc xong cuốn sách này trên website chính thức của tôi **Richdadloc.com**. Cuối cùng tôi mong gặp lại bạn trong các chương trình đào tạo, huấn luyện của tôi. Chúc bạn thành công nhanh hơn với con đường bạn đã theo đuổi.

Thân Ái,

**RichdadLoc – CEO ONNET**

## Lời cảm ơn

Lời cảm ơn chân thành của tôi tới những người có ảnh hưởng đến cuộc sống của tôi rất nhiều. Nhờ có họ mà tôi mới có thương hiệu RichdadLoc và cuộc sống tốt đẹp như ngày hôm nay.

Cảm ơn tới bố mẹ tôi, những đã sinh ra tôi và luôn luôn dạy tôi những điều tích cực trong cuộc sống. Luôn yêu thương tôi và dành cho tôi tất cả thời gian để tôi có thể học tập, nghiên cứu và làm việc trong suốt nhiều năm qua. Nhờ có họ mà tôi mới có thể sống những ước mơ lớn của mình.

Cảm ơn tới người vợ xinh đẹp đã sinh ra 2 cô công chúa tuyệt vời cho tôi. Người đã giúp tôi có những nguồn cảm hứng sáng tác và làm việc trong tất cả những thời gian tôi có thể. Có lẽ động lực lớn nhất cuộc đời này mà tôi muốn phấn đấu đó là vì gia đình nhỏ bé của tôi.

Cảm ơn tới những người thầy vĩ đại của tôi **Anthony Robbins** – Người đã truyền động lực và ngọn lửa sáng ngời trong tôi khi còn đang ở độ tuổi thanh niên chưa định hình được ước mơ và cuộc sống.

**T.Harv Eker** – Người đã giúp tôi có tư duy tích cực về tiền bạc và tài chính cho cá nhân cũng như doanh nghiệp, đồng thời cũng đã giúp tôi khai sáng tư duy khi còn lộn xộn nhiều vấn đề chưa được giải quyết.



**Blair Singer, Brian Tracy** – Người đã giúp tôi có những kiến thức bán hàng tuyệt vời, nhờ có những kiến thức này mà tôi đã có thể kiếm tiền nhiều hơn với khả năng của mình.

**Ewen Chia** – Người đã giúp tôi có được những kiến thức kinh doanh trên Internet với hệ thống Affiliate (bán hàng liên kết) tuyệt vời đến vậy.

**Ewen Chia** – Người đã giúp tôi có được những kiến thức kinh doanh trên Internet với hệ thống Affiliate (bán hàng liên kết) tuyệt vời đến vậy. Cảm ơn **Adam Khoo** – Người có ảnh hưởng đến tôi trong các khóa huấn luyện rất nhiều.

Và đặc biệt tôi cảm ơn tới người cha giàu của mình: **Robert Kiyosaki** – Tác giả bộ sách dạy còn làm giàu nổi tiếng nhất thế giới. Nhờ có ông mà tôi đã có thể tỏa sáng không chỉ những kiến thức học được mà hình ảnh con người tôi trong suốt những năm qua. Sứ mệnh về một người cha giàu đang ăn sâu vào tôi cũng chính được tạo bởi ông, một lần nữa thực sự cảm ơn ông.

Cảm ơn tới người bạn **Phạm Tuấn Sơn** – CEO của Babylons, người đã đưa tôi lần đầu tiên tới Singapore và giúp tôi tiếp cận với Internet Marketing từ khi còn rất sớm. Nhờ có anh mà hình ảnh RichdadLoc đã được gắn liền với Internet Marketing như hiện nay.

**Phạm Quang Ngọc** – CEO Cơn Bão Triệu Phú, **Phạm Thành Long** – CEO Luật Gia Phạm đã sát cánh cùng với tôi qua các chương trình huấn luyện cho hàng nghìn người Việt Nam có được những tư duy, kiến thức về Internet.

**Lê Thúy Hạnh** – CEO DigiMarketing – Nữ hoàng tên miền Việt Nam, người đã giúp tôi có được những tư duy về ngoại giao số và những kiến thức sâu xa về tên miền.

Cám ơn tới người em **Nguyễn Văn Dũng** – CEO NetLink – Triệu phú Internet trẻ tuổi nhất Việt Nam đã giúp tôi có được những kiến thức về đầu tư trên Internet và cách quản trị một doanh nghiệp lớn. Và đặc biệt cảm ơn tới người anh **Phan Phúc Thành** – CEO Micronet đã cho tôi những tư duy về nền kinh tế Internet, xây dựng thương hiệu số và những tầm nhìn xa trong 15-20 năm với lĩnh vực tôi đang chọn.

Cảm ơn đặc biệt tới **Mark Zuckerberg** – CEO Facebook, **Larry Page** – CEO Google, **Simon Grabowski** – CEO Getresponde đã cho thế giới này những công cụ Marketing tuyệt vời như thế.

Cảm ơn các đồng nghiệp trong Công ty Cổ phần ONNET và đặc biệt cảm ơn bạn **Trần Thị Nam** đã giúp tôi hoàn thành cuốn sách này.

**RichdadLoc – CEO ONNET**

**T**rong cuốn sách này, bạn sẽ thường xuyên bắt gặp các biểu tượng, đó chính là thông điệp mà tôi muốn gửi đến cho bạn.

Hãy chủ động đọc, nghiên cứu, thực hành và trả lời tất cả những câu hỏi mà tôi đưa ra cho bạn. Đó chính là cách mà bạn có thể học nhanh nhất.



**Hãy đọc**



**Hãy nghiên cứu**



**Hãy thực hành**



**Hãy viết câu trả lời của bạn**



**Hãy truy cập để tham khảo**



**Hãy viết cảm nhận và bài học của bạn**

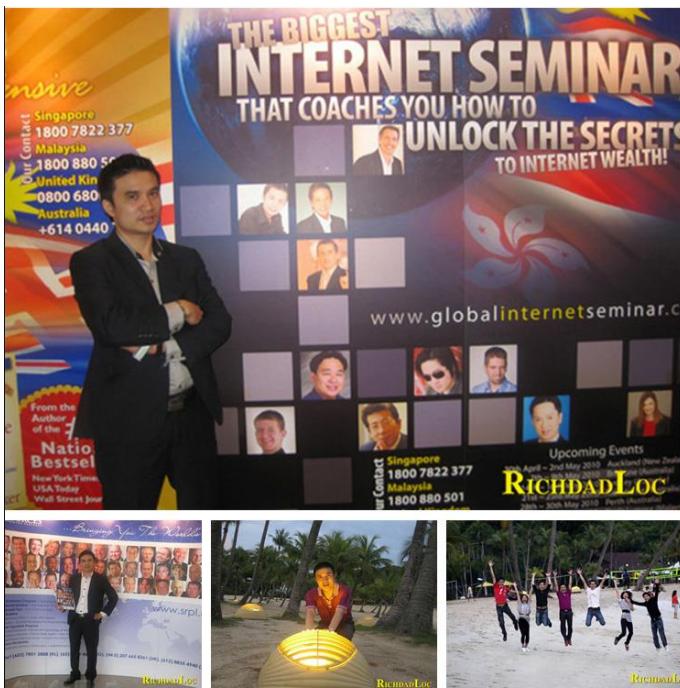


## Câu chuyện của tôi!

Năm 2009, lần đầu tiên tôi đến Singapore tham dự một chương trình mang tên “**Global Internet Seminar – Hội nghị Internet Toàn cầu**”, lúc đó tôi bắt đầu được tiếp cận Internet Marketing như một món ăn mới. Ba ngày hội nghị tôi được tiếp cận rất nhiều về những phương pháp kinh doanh và kiếm tiền từ các diễn giả đến từ Amazon, Ebay, Twitter... Có hai điều mà tôi giác ngộ được và sau này nó thực sự thay đổi thực sự công việc kinh doanh của tôi, đó là: “**Tương lai của kinh doanh là KINH DOANH INTERNET**” và “**Tương lai của truyền thông là TRUYỀN THÔNG MỚI.**”

Mặc dù không quá hiểu được những gì mà diễn giả hội nghị truyền đạt, nhưng tôi hiểu rằng có một thị trường mới mang tên Internet Marketing đã được tạo ra. Và lúc đó, tôi cảm thấy mình may mắn khi có mặt tại hội nghị đó. Tôi đã không bỏ lỡ cơ hội bằng cách ghi chép mọi thứ rất cẩn thận và tôi đã ra quyết định ngay buổi tối của ngày thứ nhất bằng việc đăng ký tên miền InternetMarketing.vn và những thương hiệu liên quan đến Internet Marketing. Tôi đã có suy nghĩ rằng mình có thể trở thành chuyên gia marketing chuyên nghiệp và bán được mọi thứ trên Internet. Đó là lý do tôi ra đời ONNET.

Trong 5 năm qua, đã từng chia sẻ và đào tạo cho gần 100.000 người Việt Nam về Kiến thức Internet Marketing tôi đã lớn lên rất nhiều. Và ngày hôm nay tôi vui mừng tin để chia sẻ với bạn.





**Liệt kê những công cụ Marketing Online miễn phí bạn biết?**

.....

.....

.....

**Liệt kê những công cụ Marketing Online trả phí bạn biết?**

.....

.....

.....

**Facebook có những chức năng Marketing nào?**

.....

.....

.....

**Những Blog miễn phí nào bạn biết?**

.....

.....

**Những hiểu biết của bạn về Remarketing và Retargeting?**

.....

.....



# Vì sao bạn cần Marketing Online?



Marketing là gì?

Marketing online là gì?

Vì sao bạn lại cần Marketing Online?



**M**arketing là gì?

Marketing là gì trong câu chuyện bán giày ở  
Châu Phi?

Tôi tin bạn đã từng nghe câu chuyện này:

Có một hãng giày của Mỹ đã cử hai nhân viên marketing đến Châu Phi. Cả hai người đều phát hiện ra ở đó người dân toàn đi

chân trần. Thế nhưng mỗi người lại báo cáo về công ty theo một hướng khác nhau:

Nhân viên marketing thứ nhất: “Sếp, ở đây không ai đi giầy, mình sẽ khó có thể bán giầy ở đây”.

Nhân viên marketing thứ hai: “Sếp, ở đây mọi người không quen đi giầy, đây sẽ là cơ hội bởi thị trường rất lớn”.

Có thể hiểu marketing là quá trình tìm kiếm và phát hiện ra nhu cầu và đáp ứng nhu cầu của họ, dựa trên những nền tảng (sản phẩm, dịch vụ, hệ thống,...) mà chúng ta đang có.

Có thể hiểu, Market là Chợ và Marketing là Ra chợ bán hàng, bao gồm việc Chọn chợ, chọn sản phẩm, chọn chỗ ngồi (ít đối thủ, đông khách)

## M **arketing Online là gì?**

---

Marketing Online nghĩa là tiếp thị trực tuyến. Tương tự khái niệm Marketing trong kinh doanh truyền thống. Marketing gồm có 4 thành phần (4Ps) : Product; Price ; Place & Promotion. Marketing Online là một chuỗi các hoạt động tiếp thị nhằm quảng bá sản phẩm đến người tiêu dùng qua các công cụ quảng cáo trực tuyến.

## **Các công cụ quảng cáo Online phổ biến hiện nay:**

- 1. Website
- 2. SEM (Search Engine Marketing) Quảng cáo trả tiền theo click chuột trên Google.com.vn )
- 3. Social Media Marketing (Facebook, G+, Youtube, Slideshare)
- 4. Email Marketing
- 5. Forum Marketing
- 6. Blog Marketing
- 7. Article Marketing
- 8.Banner Marketing (Google Display Networks & Adnetworks)

# Vì sao bạn lại cần Marketing Online?

Chúng ta cùng tìm hiểu 10 lý do tại sao Marketing Online lại quan trọng:

## 1. Xây dựng thương hiệu trực tuyến

Lý do chính để bắt đầu một chiến dịch Internet Marketing là nâng cao tính nhận diện thương hiệu của sản phẩm hoặc dịch vụ của doanh nghiệp. Hầu hết mọi người đều lên các trình duyệt web để thực hiện các thao tác tìm kiếm nên biết đâu đó người tiêu dùng có thể lướt qua tên hoặc logo của công ty bạn và biết đâu đấy họ quan tâm đến những gì công ty bạn cung cấp.



## 2. Đáp ứng sự thay đổi của xu hướng thời đại

Quảng cáo truyền hình, đài phát thanh và tài liệu in vẫn có những vị trí quan trọng trong ngành công nghiệp tiếp thị, nhưng với xu hướng công nghệ ngày càng tăng, ngày càng nhiều người tiêu dùng truy cập vào các trang web. Chỉ bằng cách bắt đầu một chiến dịch Internet Marketing, các doanh nghiệp có thể bắt kịp với xu hướng thay đổi công nghệ này.



### 3. Bắt kịp xu hướng tiêu dùng

Mua hàng trực tuyến đã tăng mạnh trong vài năm qua. Điều này một phần do lối sống ngày càng bận rộn của con người và cũng do sự tiện lợi của việc tìm kiếm thông tin và đặt, mua hàng trên Internet. Chủ doanh nghiệp có thể tận dụng sự tiện lợi này bằng cách cung cấp cho người tiêu dùng thông tin về các sản phẩm mà họ quan tâm.



### 4. Hiệu quả cao, chi phí thấp

Internet Marketing là một trong những phương pháp hiệu quả nhất của quảng cáo. Các chi phí liên quan đến việc xây dựng một trang web, và sau đó, sử dụng bài viết tiếp thị hoặc truyền thông xã hội để thiết lập một sự nhận diện thương hiệu trực tuyến là rất nhỏ khi so sánh với chi phí của các hình thức quảng cáo truyền thống.



### 5. Tăng lượt truy cập vào website

Việc sử dụng các bài báo hay truyền thông xã hội như một chiến lược tiếp thị chắc chắn tăng lượng truy cập đến trang web của doanh nghiệp. Càng có nhiều người truy cập trang web, chứng tỏ càng có nhiều người quan tâm đến sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp hơn.



## 6. Tăng doanh thu

Bằng cách cung cấp cho người tiêu dùng cơ hội mua các sản phẩm trực tuyến mà không phải là lái xe đến một địa điểm nào đó hoặc gửi một mẫu đơn đặt hàng qua đường bưu điện, sẽ thúc đẩy người tiêu dùng mua hàng một cách tiện lợi hơn. Điều này dẫn đến việc tăng doanh thu cho các doanh nghiệp và chào đón sự trở lại tuyệt vời của ROI.



## 7. Luôn luôn có sẵn cho người tiêu dùng

Lịch làm việc và lối sống có thể có ảnh hưởng nhất định đến khả năng tiêu dùng của mỗi người. Bằng cách sử dụng các kỹ thuật tiếp thị Internet, doanh nghiệp có thể cung cấp cho người tiêu dùng một cửa hàng 24 giờ cho việc tìm kiếm các sản phẩm mà họ muốn.



## 8. Tiếp cận đúng đối tượng mục tiêu

Quảng cáo trực tuyến là một cách rất hiệu quả để tiếp cận và cung cấp dịch vụ cho các nhân khẩu học mục tiêu. Chiến lược Internet Marketing thường đưa ra quảng cáo được đặt trong một cách nào đó mà các đối tượng mục tiêu sẽ nhìn thấy và sau đó họ sẽ phản hồi lại nếu đó là điều họ đang cần.

## 9. Truyền thông

Như là một phần của bất kỳ chiến dịch Internet Marketing nào, điều quan trọng là phải để được các trang đích trên trang web của doanh nghiệp, trong đó người tiêu dùng có thể nhập địa chỉ email của họ để đăng ký vào các bản tin. Các bản tin sẽ nuôi giữ các mối quan tâm người tiêu dùng, sau khi họ đã mua một sản phẩm từ doanh nghiệp.



## 10. Tăng sự tin tưởng, tín nhiệm

Tạo ra sự nhận diện thương hiệu trực tuyến thông qua Internet Marketing là một cách tuyệt vời để theo kịp với xu hướng thời đại và cung cấp cho người tiêu dùng tất cả các cơ hội mà họ cần trong suốt 24 giờ. Với một chút thời gian và công sức ban đầu và một ít đầu tư nhỏ, chủ doanh nghiệp có thể đạt được thành công vượt qua cả những giấc mơ ngông cuồng nhất của họ.



***Bill Gates từng nói nhiều năm trước rằng: “Từ 5 cho đến 10 năm nữa nếu bạn không kinh doanh thông qua Internet thì tốt hơn hết Bạn đừng nên kinh doanh gì nữa.”***

Hoạt động Marketing Online của các doanh nghiệp cần được đẩy mạnh, chỉ có như vậy mới tăng được khách hàng, tăng doanh thu. Và tôi sẽ chia sẻ cho bạn làm cách làm để doanh nghiệp của bạn đạt được điều đó.

# Nắm bắt tâm lý và cảm xúc khách hàng



## Khi chưa chiến thắng Tâm lý khách hàng, đừng vội bán hàng

Còn hẵn khi bạn kinh doanh trên Internet, bạn không thể bán hàng nếu không có sự nghiên cứu về hành vi mua hàng của khách hàng cũng như những yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến việc bán hàng đó.

Vậy đâu là những nhân tố tạo gây ảnh hưởng đến tâm lý khách hàng mà chúng ta cần lưu tâm trong quá trình phát triển doanh nghiệp mình? Trong quá trình làm kinh doanh trên Internet, tôi đã đúc kết ra được một số những nhân tố này. Tôi hy vọng rằng bạn sẽ ứng dụng được nó cho doanh nghiệp của bạn.

Trong kinh doanh thì Marketing là thứ có tác động tích cực đến tâm lý khách hàng với mong muốn sẽ bán được nhiều hàng hơn. Việc gây tác động đến tâm lý khách hàng và bán hàng nhanh sẽ cần bắt đầu với việc nắm bắt được “điểm yếu” của khách hàng và “thể mạnh” của sản phẩm của bạn. Khi xây dựng một chiến dịch marketing quảng bá cho một sản phẩm nào đó, các kế hoạch nên

được phát triển xung quanh mục đích cố gắng làm cho công việc trở nên hiệu quả và có tầm ảnh hưởng nhất, để việc khách hàng ra quyết định mua hàng sẽ hoàn toàn nghiêng về phía sản phẩm công ty bạn.



***RichdadLoc - CEO ONNET, chuyên gia Internet Marketing***

Hãy nhớ rằng mọi người đều thích nhận được thứ gì đó miễn phí đặc biệt là khi không có bất kỳ điều kiện nào kèm theo. Chính vì vậy trong marketing, hai chữ “miễn phí” luôn là một từ đầy quyền năng. Vì vậy hãy tận dụng nó như là các bí quyết bạn có thể tận dụng nhằm gây tác động tích cực đến tâm lý khách hàng.

Nếu bạn là người đã làm kinh doanh Internet, chắc chắn bạn hiểu rằng “**Miễn phí**” là thứ thu hút khách hàng nhất. Nhưng để có phương thức đúng đắn nhất khi ứng dụng nó bạn cần phải tuân theo hai nguyên tắc: MIỄN PHÍ phải có GIÁ TRỊ, MIỄN PHÍ phải quy thành TRỊ GIÁ.

Bạn sẽ được tôi chia sẻ “miễn phí” một cách tối ưu để tăng độ nhận biết thương hiệu và lòng trung thành của khách hàng. Những chiến lược này không chỉ được áp dụng bởi những nhân viên bán hàng cực thành công mà cũng bởi các công ty lớn khác.

Bạn đều biết Google, Facebook, Youtube... Họ đều MIỄN PHÍ nhưng đằng sau họ là một cỗ máy kiếm tiền khổng lồ bởi số người dùng miễn phí rất lớn.

***“Những công ty mà được phễu MIỄN PHÍ càng lớn, thì doanh nghiệp đó thành công càng lớn.”***

Một trong những mục tiêu của bất kỳ doanh nghiệp nào là vượt trội hơn đối thủ của mình không chỉ ở mảng tăng doanh số bán hàng mà còn bán được nhiều hàng hơn đối thủ trong khoảng thời gian ngắn hơn. Để đạt được điều này, dưới đây là những bước chiến lược gây tác động tích cực lên tâm lý khách hàng và bán hàng được nhanh.

Trước khi bạn được tôi chia sẻ những bí quyết này. Tôi cũng khuyên bạn nếu sản phẩm của bạn không thể đáp ứng được những tiêu chí trên đây, đừng mất công quảng bá nó vì bạn sẽ chỉ phí hoài công sức mà thôi.

## *Cung cấp MIỄN PHÍ cho khách hàng của bạn thứ gì đó có giá trị*

Doanh nghiệp của bạn có thể bắt đầu với một chiến dịch nhỏ như gửi tặng thứ gì đó miễn phí nhưng có giá trị đến khách hàng.

Với bất kỳ thứ gì, quà tặng miễn phí hay vật dụng có giá trị, mục tiêu của bạn ở đây là cho phép khách hàng được trải nghiệm sản phẩm hay dịch vụ của công ty của bạn mà không phải trả tiền. Nếu họ đã cảm thấy hài lòng với sản phẩm, họ chắc chắn sẽ mua nó trong những lần kế tiếp.



Miễn phí là cái có thể thu hút rất nhiều và đánh đúng tâm lý khách hàng rất lớn nếu bạn kết hợp thêm chiến lược về các con số thần kỳ. Tôi lấy ví dụ, bạn là một Trung tâm tiếng anh, bạn có thể có 1 chiến lược miễn phí với học viên của bạn cho một chương trình nhỏ với giá trị 1.000.000 đồng và dành cho 50 người đầu tiên. Với chiến lược này, khách hàng sẽ rất nhanh chóng đăng ký vì họ thấy

ngay trị giá là 1 triệu đồng và họ chỉ là 1 trong 50 người nhanh nhất.

***Trong chiến lược MIỄN PHÍ, có thể áp dụng đa số các sản phẩm dịch vụ của bạn.***

Những công ty phần mềm tận dụng tối đa bí quyết này. Họ sản xuất một phần mềm chất lượng và cho khách hàng tải dùng bản miễn phí với hy vọng sẽ gầy dựng được một lòng tin với thương hiệu của mình. Sau đó, họ sẽ bán những phiên bản nâng cấp cho cùng đối tượng khách hàng đã tải những bản dùng thử miễn phí đó. Việc tặng cho khách hàng những bản dùng thử miễn phí giúp tạo dựng lòng tin nơi khách hàng với thương hiệu của bạn; nó cũng giúp khách hàng có cơ hội cảm nhận được những tiêu chuẩn của công ty bạn và trên hết, tạo dựng nơi họ sự tự tin khi tìm hiểu về công ty bạn và giới thiệu cho những người khác.



Một bí quyết khác là hãy bắt đầu với những sản phẩm giá trị cao, nhưng vẫn bảo đảm rằng công ty của bạn chỉ phải trả một khoản chi phí nhỏ hoặc thậm chí không mất chi phí khi sản xuất nó. Tôi làm trong lĩnh vực Internet tôi thường sử dụng: Sách điện tử miễn phí, Tư vấn miễn phí. Trước khinhận sách hay tư vấn miễn phí của tôi với trị giá một khoản tiền tôi quy định và điều kiện để nhận sản phẩm thông tin này đơn giản bằng cách họ nhập thông tin vào mẫu tôi thiết kế sẵn. Và khi khách hàng đã vào hệ thống của mình rồi, họ sẽ trở thành người mua hàng trong những lần tiếp tới. Tôi kết hợp thêm chiến thuật (Upsell), bán kèm thêm sản phẩm.



Một bí quyết nữa bạn có thể sử dụng trong khi gửi tặng khách hàng những món quà miễn phí là tạo ảnh hưởng đến khách hàng để tạo

nên cam kết giữa họ với công ty của bạn; cách này có thể tạo ra lợi nhuận cho công ty bạn về lâu dài. Bí quyết này bao gồm từng bước nhỏ, hướng khách hàng tiến gần mục tiêu, mà không khiến họ cảm thấy đang bị ép buộc. Chẳng hạn, khi một khách hàng yêu cầu được cung cấp một vài thông tin, hãy cho họ những thông tin có liên quan đến vấn đề họ quan tâm và yêu cầu họ điền vào một bảng kê khai thông tin cá nhân của họ phòng trường hợp cần liên lạc để có thêm thông tin. Điều này giống như việc bạn tạo ra một cam kết nhỏ với khách hàng và qua đó họ có thể nhận được những ưu đãi và thông tin từ các sản phẩm của công ty bạn sau này.

Chiến lược MIỄN PHÍ bạn sẽ thành công nếu áp dụng cả Online và Offline. Hãy nhớ rằng khách hàng “**Rất thích được tặng quà có giá trị**”. Họ sẽ hành động nhanh hơn nếu như bạn cho họ nhiều hơn những gì họ muốn có. Khách hàng thích “**Món hời**”. Đó là cách mà các Marketer họ luôn hiểu để chiến thắng khách hàng của họ.

***Chỉ bằng chiến lược MIỄN PHÍ, mỗi năm ONNET tôi có thêm 10.000 khách hàng mới. Điều đó TUYỆT VỜI không có bạn?***



# Khách hàng của bạn là ai?

---

Đây có lẽ là một điểm mấu chốt để trả lời thắc mắc của bạn. Hiểu được khách hàng, nắm được hành vi tiêu dùng và thói quen sinh hoạt là một trong những yếu tố đầu tiên để bạn thắng trong trận chiến marketing, cho dù là marketing dưới hình thức nào. Bạn nên có được báo cáo khảo sát về đối tượng khách hàng mục tiêu của mình.

Nếu bạn đang ở thị trường Việt Nam, đối tượng khách hàng của bạn trong độ tuổi từ 16 – 35, sinh sống ở các thành phố lớn thì gần như đáp án chắc chắn là bạn phải sử dụng marketing online, vì đây là đang là nhóm đối tượng chủ yếu có thể tiếp cận trong môi trường này. Nhưng nếu khách hàng của bạn là nông dân, sản phẩm của bạn chủ yếu lâu nay được tiếp thị qua kênh phân phối, khuyến mại truyền thống, như các sản phẩm thuốc thú y, thì bạn cần phải có các tìm hiểu thêm để biết rằng ở thời điểm này, marketing online đã thực sự cần thiết chưa.

Những thông tin cơ bản để vẽ chân dung khách hàng bạn cần phải biết bao gồm nhưng không hạn chế: Độ tuổi, nơi sinh sống, thu nhập, hành vi tiêu dùng, hành vi sử dụng các kênh truyền thông, mục đích sử dụng các kênh truyền thông, xu hướng sử dụng các kênh truyền thông của nhóm khách hàng mục tiêu này thay đổi ra sao trong những năm gần đây. Liệu khách hàng mục tiêu của bạn

có đang sử dụng hoặc tiến tới sử dụng các kênh digital không? Tốt nhất là bạn cần tham khảo các báo cáo về khảo sát người dùng hoặc báo cáo về mức độ tiêu thụ các kênh truyền thông của khu vực mà thị trường của bạn đang hướng đến.

**Bây giờ chúng ta cùng xét đến những yếu tố ảnh hưởng đến việc mua hàng của khách hàng.**



**Đa số khách hàng mua hàng quyết định bởi 4 lý do:**

**TÂM LÝ:** Tâm lý muốn mua giá rẻ, thích nhiều mẫu mã, thích nhiều quà tặng, thích mua hàng hiệu giá rẻ, thích giao hàng ngay, thích có người tin tưởng giới thiệu...



Đánh đúng tâm lý muốn Miễn phí

**CẢM XÚC:** Màu sắc, bao bì ấn tượng, không gian ấn tượng, website ấn tượng, nội dung marketing thu hút, giá ấn tượng...



Cảm xúc vì giá ấn tượng  
Ở ĐÂU BÁN RẺ, CHÚNG TÔI BÁN RẺ HƠN

**LỢI THẾ CẠNH TRANH:**Tính độc quyền, sản phẩm công nghệ cao, giao hàng nhanh, sản phẩm có sẵn, nguồn nhập giá tốt...

Làm thế nào để có ngay đặc sản nổi tiếng Nam Định khi vẫn ở Hà Nội xem WORLDCUP?

## 5 LÝ DO CHỌN TPFOOD

- 1 Phục vụ NHANH tại nhà sau 15 phút
- 2 Đáp ứng số lượng từ NHỎ đến RẤT LỚN
- 3 Sản phẩm tươi ngon, sản xuất trong ngày
- 4 Giá mềm nhất Hà Nội
- 5 Ăn không ngon TRẢ LẠI TIỀN

**ƯU ĐÃI NHẤT MÙA WORLD CUP**



The yellow-bordered frame contains two images: one showing a bowl of soup and a large pile of shredded meat (Nem Nǎm) on a banana leaf, and another showing a large mound of shredded meat (Nem Nǎm) garnished with red chili peppers and surrounded by green leaves. In the center of the frame is a circular seal with the word "Fresh!" in red, "That's Our Promise" in white, and "100% MONEY BACK GUARANTEE" in green.

5 Lợi thế cạnh tranh bán Nem Nǎm Ngon Ngon online

**DỊCH VỤ SAU BÁN HÀNG:**Các chương trình chăm sóc khách hàng thường xuyên, quà tặng khách hàng thân thiết, thẻ thành viên VIP...

**TÂM LÝ:** Liệt kê được 5-10 lý do khách hàng sẽ mua sản phẩm của bạn

.....  
.....  
.....

**CẢM XÚC:** Liệt kê những yếu tố ảnh hưởng đến cảm xúc khách hàng của bạn

.....  
.....  
.....

**LỢI THẾ CẠNH TRANH:** Liệt kê được 5 lợi thế cạnh tranh doanh nghiệp của bạn so với đối thủ

.....  
.....  
.....

**DỊCH VỤ SAU BÁN HÀNG:** Liệt kê những dịch vụ hậu mãi của bạn

.....  
.....  
.....



# Sáng tạo đột phá trong Marketing

**S**áng tạo đơn giản chỉ là tìm ra một cách mới để làm việc hoặc làm cho công việc đó trôi chảy và thành công.



Trong marketing, sự cộng hưởng đồng sáng tạo là yếu tố cần thiết để giúp cho chiến lược hoàn thiện, hiệu quả.

Chúng ta biết rằng, những người làm marketing không tạo ra nhu cầu về địa vị xã hội. Họ tác động bằng cách làm ra sản phẩm thích hợp, hấp dẫn, vừa túi tiền và dễ tìm kiếm cho những người tiêu dùng mục tiêu. Sự tác động này có mang đến hiệu quả như mong đợi hay không là sự tương tác từ nhiều phía, trong đó yếu tố đồng sáng tạo trong ý tưởng hành động là giá trị cốt lõi để tiếp cận được khách hàng nhanh nhất.

# G iá trị

Công việc của người làm marketing là bán những lợi ích hay dịch vụ chưa đựng trong những sản phẩm vật chất, chứ không phải là mô tả những tính chất vật lý của sản phẩm, dịch vụ. Những người bán chỉ chú tâm đến sản phẩm vật chất chứ không phải nhu cầu của người tiêu dùng là người mắc bệnh "**thiển cận marketing**". Hiểu đúng và hiểu chính xác những giá trị đó sẽ giúp cho người làm marketing tập trung đúng hướng, tạo nên tính tương tác cao với cộng đồng và mang giá trị cốt lõi gần hơn với nhu cầu của thị trường.



Khi những giá trị vật chất được khai thác đúng sẽ giúp cho chiến lược của bạn được cộng đồng tiếp nhận, mang đến lợi nhuận cao. Đồng thời, khi những giá trị vật chất được khai thác tối đa nó sẽ tự tạo ra giá trị tinh thần cho người dùng và biến họ thành kênh marketing hiệu quả nhất với sự lan truyền thông điệp.

## X ã hội hóa

---

Một chiến lược marketing hoàn hảo phải tập trung, bao phủ tất cả các kênh.

Theo thống kê gần đây, hầu hết mọi người đều đã sở hữu cho mình một địa chỉ email và thường xuyên cập nhật những tin tức online; họ thích sử dụng internet và thích dùng internet để thỏa mãn mọi nhu cầu trong đời sống thường nhật. Điều đó mang đến cho chúng ta những cơ hội kết nối với toàn thế giới. Một chiến lược marketing hoàn hảo phải tập trung, bao phủ tất cả các kênh, không bỏ sót, loại trừ bất cứ đối tượng khách hàng nào.

Để có sự thay đổi tích cực trước sự phát triển của thời đại công nghệ và sự cạnh tranh khốc liệt của thị trường, người làm marketing phải làm sao biến khái niệm thị trường quay lại điểm xuất phát là khái niệm marketing, marketing để tiếp cận khách hàng và biến khách hàng thành nhân viên marketing giỏi nhất. Đó là những hoạt động của con người diễn ra trong mối quan hệ với

thị trường, biến những trao đổi tiềm ẩn thành hiện thực với mục đích là thỏa mãn những nhu cầu và mong muốn của con người, tạo nên sự tương tác cao về giá trị, vật chất và tinh thần cho đôi bên.



điện thoại

Nếu một bên tích cực tìm kiếm cách trao đổi hơn bên kia, thì ta gọi bên thứ nhất là người làm marketing còn bên thứ hai là khách hàng tiềm năng. Người làm marketing tìm kiếm một phản ứng từ phía bên kia để bán hoặc mua một thứ gì đó. Nói cách khác, người làm marketing có thể là người bán hay người mua.

Làm marketing theo mô hình “**Làn sóng mới**” là phải làm sao để doanh nghiệp bạn và thị trường đều tích cực tìm cách trao đổi, phải làm sao để cả hai bên đều là người làm marketing.

Hiện nay, với sự phát triển vượt bậc, mạng xã hội đã trở thành công cụ, phương tiện marketing hữu dụng, ai cũng có thể làm được và nó dần tạo thành một trào lưu, một xu hướng. Tuy nhiên, có người thành công, cũng có rất nhiều người tốn thời gian, công sức, chi phí nhưng thất bại, nguyên nhân chính là ở tầm nhìn, cách làm và chiến lược làm.

Marketing ở công nghệ số là marketing liên kết, một mình bạn không tạo nên một chiến lược tối ưu mà nó đòi hỏi có tính tương

tác cao từ cộng đồng và biến cộng đồng thành kênh marketing cộng hưởng.

Marketing làn sóng mới với bốn giá trị mới đồng sáng tạo - giá trị - xã hội hóa và đối thoại sẽ tạo ra rất nhiều giá trị về vật chất, tinh thần, sự tiện lợi trong liên kết. Thông điệp sẽ được lan tỏa rộng khắp trong các khách hàng hiện tại, tạo ra tiếng vang lớn với những khách hàng tiềm năng và làm thức tỉnh các đối thủ cạnh tranh.

Đó cũng là cách thức để khởi động một sản phẩm, dịch vụ mới, chiếm lĩnh thị phần và xây dựng một thương hiệu mạnh.

Hãy quên đi những hình thức marketing truyền thống! Hãy tham gia, hãy hành động để trở thành những doanh nghiệp tiên phong đón đầu Marketing Làn Sóng Mới.

Sau đây chúng ta hãy cùng xem thử một số chiến dịch marketing của các doanh nghiệp lớn. Đó thực sự là những chiến dịch quảng bá hình ảnh vô cùng ấn tượng và có một không hai trên thế giới.



Newcastle Brown Ale ra mắt bằng một chiến dịch mang tên “The One and Only.” Bạn đã sẵn sàng được chìm trong bia chưa? Chiến dịch này tập hợp tất cả những gì sáng tạo nhất có thể, buồn cười nhất có thể để quảng bá hình ảnh thương hiệu của họ. Và nó đã tạo ra được một sự tương tác vô cùng hiệu quả! Chiến dịch **Trapped in a Schooner**, tạm dịch Mắc kẹt trong một cốc bia khổng lồ. Bạn thấy đấy, khi đứng lên chiếc bệ đó, trông bạn giống như đang bị mắc kẹt trong nửa lít bia của chiếc cốc khổng lồ mang thương hiệu Newcastle Brown Ale. Chắc hẳn bạn cũng muốn được chui vào chiếc cốc bự đó đúng không ?



Đây là hình ảnh bên ngoài của một trong những tòa nhà lớn nhất thế giới. Hình ảnh quảng cáo này được tạo ra ở Columbus, Hoa Kỳ, bởi Nationwide Insurance, nơi rộng 400 mét vuông. Nó quảng bá hình ảnh sản phẩm của Coop's Paints, mô tả những thùng sơn đổ ngập ngụa lên các tòa nhà, bãi đỗ và một vài chiếc xe đang đỗ. Liệu khi được đứng trong một khung cảnh như thế này, bạn có muốn được chụp một vài tấm ảnh và đưa nó lên trên mạng xã hội khoe với bạn bè của mình không ?



Và đây là một trong những hình ảnh quảng bá cho World Cup 2010, một cầu thủ khổng lồ đang hăng say với trái bóng.



Đây là cách mà vị bác sĩ nha khoa Dr.John Mullaly đã gắn name card của mình vào một “hàm răng” như thế này trên đường phố



Bạn có muốn mang két nước này về nhà mình không ?



Ai đi qua Coca-Cola cũng sẽ đều bị kéo lại như thế này đây



Cùng nhau ăn kem, uống nước no say nhé !



Khoai tây của chúng tôi là dành cho bạn đấy !



# P hân tích Campaign "SHARE A COKE"

---

Nhãn hiệu Coca – Cola

## Background

Kỷ nguyên công nghệ số, phương thức giao tiếp của con người bắt đầu thay đổi. Những bữa tiệc, những cuộc gặp gỡ bên ngoài dần nhường chỗ cho việc giao tiếp và kết bạn trên các phương tiện truyền thông xã hội (Facebook, Twitter, Google Plus...).

Mặt khác, ngành công nghiệp đồ uống nhẹ (soft drink) chưa bao giờ cạnh tranh hơn. Những thức uống có gas từng một thời là “vua của giới trẻ” nay không nhận được nhiều sự quan tâm của giới trẻ Australia. Coca Cola cần thay đổi để thích ứng với sự thay đổi này.



Coca Cola cần một chiến dịch hấp dẫn thu hút, để tăng tương tác của người tiêu dùng với thương hiệu trên cả 2 kênh online và offline, đặc biệt với đối tượng những người trẻ trong độ tuổi 24. Một chiến dịch phải khiến giới trẻ nói nhiều hơn về thương hiệu một lần nữa.

### Mục tiêu Marketing

Tăng doanh thu của doanh nghiệp vào mùa hè, và khuấy động thế giới của những người trẻ tuổi, khiến họ “nói nhiều hơn về Coca Cola, rồi tiêu thụ nhiều hơn” (more talk, more consume).

**Challenge**  
With 50% of teens and young adults having no anxiety & 75% of them saying they don't have anyone to connect with Australia...

**Idea**  
We printed the 100 most popular Australian names on Coca-Cola cans and asked Australians to "Share a Coke" whichever name they wanted. It was either you or your friends name on advertising Coca-Cola had once more become part of social mixing together through the best conversation starter of all - a first name.

**Results**  
In three weeks:  
- Total adult consumption increased 7%  
- Volume increased 4%  
- 10% more Aussies enjoying Coca-Cola

**Coca-Cola**

## Mục tiêu Truyền thông

Chia sẻ một chai Coke với những người bạn của mình, có thể là một người bạn thân, một người bạn cũ hay thậm chí một người bạn mới quen, cùng với chiến dịch “Share a coke”

## Ý tưởng sáng tạo

Chiến dịch “Share a coke” bắt nguồn từ ý tưởng chủ đạo: Kết nối, đoàn viên và chia sẻ những giây phút thoải mái bên nhau cùng với Coke. Coca Cola bắt đầu in 150 cái tên phổ biến nhất ở Australia lên những chai coke để nhắc nhở mọi người ở đây về một người bạn mà đã lâu họ không liên lạc, hay thậm chí chỉ là một người bạn mới quen với thông điệp : “Nếu bạn yêu/ muốn gặp gỡ/ nhớ/ thích/ lâu rồi chưa gặp Liam/..., chia sẻ 1 chai Coke (với cái tên Liam được in trên vòi chai ) với anh ấy. (Nguyên văn: If you have a crush on/ want to meet/ miss/ haven't met/ LIAM, share a coke with him)

Trong suốt chiến dịch, những ý tưởng, nội dung luôn được thay đổi để kịp thời thích ứng với nguyện vọng của người tiêu dùng, luôn đảm bảo mang lại cho người tiêu dùng những phút giây bất ngờ nhất, tạo được những làn sóng hội thoại trên cả 2 kênh online và offline.

## Thực hiện

Những chai coke được in tên riêng trên vòi chai lần lượt xuất hiện trong các tủ lạnh bán hàng di động khắp nước Úc, khơi nguồn cho những cuộc hội thoại đầu tiên trên social media.



Print ads về chiến dịch xuất hiện trên trang thứ 3 của tờ “The Australian”. Các TVC với hình ảnh các tình nguyện viên “share a coke” với bạn bè mình được lên sóng vào sự kiện thể thao cuối tuần lớn nhất nước Úc – AFL (Australian Football League), và NRL (National Rugby League) (phủ sóng đến với 30% dân số Úc).

Chiến dịch còn sử dụng hình ảnh của những người nổi tiếng, và phong trào chia sẻ những chai Coke với cộng đồng Fan của mình.

Những người tham gia vào chiến dịch tự tạo những mô hình chai Coke của riêng mình, TVC với tên, hình ảnh bạn bè mình trên đó, rồi chia sẻ trên Facebook. Sau đó, hàng ngàn chia sẻ với những cái tên `mới xuất hiện. Coca Cola sẵn sàng với 18 ki ốt bán hàng để mời những người tiêu dùng chia sẻ những cái tên mà họ mong đợi được chia sẻ cùng.

Sau khi lắng nghe ý kiến của 65.000 người tiêu dùng, 50 cái tên mới nữa được thêm vào và in ra trên các vỏ chai Coke.

### Kết quả

Chiến dịch vượt ngoài sự mong đợi với sự tham gia của hàng triệu người dân Úc. Lượng tiêu thụ Coke tăng 7% , tạo nên mùa hè 2011 thành công nhất từ trước đến nay. Hiệu quả thu hút truyền thông (earned media) nhận được trong chiến dịch là 18 triệu lượt nhìn thấy trên các kênh social media.

Lượng traffic trên Fanpage của Coca Cola tăng 870% và 76,000 mô hình các vỏ chai Coke được tạo ra và chia sẻ trên facebook. 378,000 chai coke được sản xuất ra với những tên riêng trên vỏ chai.

Quan trọng hơn hết, chiến dịch đã làm thay đổi thái độ của người tiêu dùng trẻ ở Úc về thương hiệu, tạo nên một ấn tượng tích cực với Coca Cola. Coca Cola được nhắc đến như “một thương hiệu luôn tạo nên điều mới mẻ”, “thương hiệu mà tôi yêu thích”, “Cho người mà tôi quý...”

Tại Việt Nam, năm nay ý tưởng in tên người tiêu dùng trên bao bì từ chiến dịch "**Share a Coke - Trao Coca-Cola, kết nối bạn bè**" lại một lần nữa khuấy đảo giới trẻ Việt. Tên riêng in trên lon Coca-Cola như lời nhắc nhở mọi người về những người bạn thân thiết, những người từ lâu rồi chưa liên lạc hay cả những người bạn mới quen với thông điệp "**Trao là kết nối**".

Một số bạn trẻ còn sáng tạo, ghép lon Coca-Cola có dòng chữ "Anh yêu" và lon in tên người họ đang "thương thầm" như một cách tỏ tình đặc biệt hoặc dùng tên trên sản phẩm để đoán tên một người bạn mới quen cho cuộc gặp gỡ thêm vui vẻ. Sắp đến ngày Gia đình Việt Nam, nhiều bạn trẻ cũng lên kế hoạch sưu tầm bộ quà Ông yêu - Bà yêu, Bố yêu - Mẹ yêu, Anh yêu - Chị yêu hay Em yêu - Út cưng để trao tặng cho mọi người thân trong gia đình.

Ra đời tại đất nước của những chú chuột túi, ý tưởng in tên người tiêu dùng lên nhãn sản phẩm được Coca-Cola Australia triển khai



thành công trong năm 2011. Hãng đã chọn rất nhiều cái tên thông dụng và thể hiện nó tươi mới bên cạnh logo 128 năm tuổi, biến chiếc lon Coca-Cola đã trở thành một vật kỷ niệm đặc biệt và món quà thú vị để trao tặng bạn bè cùng những người thân yêu.

Kết quả chỉ trong mùa hè 2011, thương hiệu Coca-Cola được nhắc đến như "thương hiệu mà tôi yêu thích", "chia sẻ cho người mà tôi mến". Chương trình "Share a Coke - Trao Coca-Cola, kết nối bạn bè" đã lan tỏa đến 53 quốc gia khác nhau. Việt Nam cùng 69 quốc gia khác trên thế giới cũng đã đồng loạt triển khai chương trình trong mùa hè này.

Tại Việt Nam, Coca-Cola Việt Nam đã lựa chọn rất nhiều tên riêng phổ biến để in trên nhãn sản phẩm như Nam, Thảo, Quỳnh, Hiền, Yến cho đến Linh, Tùng, Tuấn, Đức, Hà...., nhắc mọi người về tất cả các mối quan hệ, từ bạn online, bạn ấu thơ, đồng nghiệp, người yêu.

Hãng còn bổ sung thêm 8 cách gọi thân thương trong gia đình trên bao bì sản phẩm. Ý tưởng sáng tạo này xuất phát từ sự thấu hiểu truyền thống gia đình của người Việt, thường quây quần bên nhau mỗi tối, dùng cơm chung và lúc nào cũng phải có sẵn vài lon nước giải khát Coca-Cola cho ông yêu, bà yêu, bố yêu, em yêu hay út cưng.

**Bài học về sự sáng tạo trong Marketing của Coca-cola mà bạn rút ra được là gì ?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....



**Bạn sẽ tạo ra sự đột phá như thế nào trong chiến dịch marketing cho những sản phẩm và dịch vụ của bạn?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....



# 10 chiến lược thành công với marketing online



- █ Chiến lược 1: Xây dựng thương hiệu
- █ Chiến lược 2: Cho đi miễn phí càng nhiều càng tốt
- █ Chiến lược 3: Tập trung vào một sản phẩm mũi nhọn
- █ Chiến lược 4: Triệt để kênh Facebook và Google
- █ Chiến lược 5: Đầu tư nhiều hơn cho quảng cáo
- █ Chiến lược 6: Đầu tư nhiều vào nội dung
- █ Chiến lược 7: Tạo chiến dịch Marketing thường xuyên
- █ Chiến lược 8: Liên kết chéo với các đối tác
- █ Chiến lược 9: Kể về câu chuyện khách hàng của bạn
- █ Chiến lược 10: Theo dõi và sửa đổi thường xuyên

# 1

## Tập trung xây dựng thương hiệu Online

---

Khi tôi gặp những khách hàng của tôi câu hỏi đầu tiên mà tôi dành cho họ là “**Tầm nhìn kinh doanh Internet của anh là bao lâu?**”. Nếu họ chỉ muốn công việc kinh doanh của họ để kiếm tiền thì tôi khuyên họ nên học các marketing để bán sản phẩm dịch vụ. Nếu như họ muốn công việc kinh doanh của họ lâu dài với doanh nghiệp của họ, chắc chắn Xây dựng thương hiệu Online là sự lựa chọn đúng đắn.

Dù cho bạn đang xây dựng thương hiệu cho sản phẩm hay dịch vụ, xây dựng thương hiệu luôn luôn là một phần quan trọng không thể thiếu nếu muốn đạt được thành công.

Trên thực tế, thương hiệu tượng trưng cho bản sắc độc đáo của doanh nghiệp và góp phần giúp phân biệt doanh nghiệp với các đối thủ khác.

Xây dựng thương hiệu Online cũng là cách gia tăng khách hàng trung thành với doanh nghiệp của bạn. Đó là cách giúp bạn bền vững trên môi trường trực tuyến.

Thật vậy, xây dựng thương hiệu Online chính là tăng sự nhận diện lên nhiều kênh khác nhau. Dưới đây là những gợi ý của tôi về tăng nhận diện thương hiệu doanh nghiệp của bạn:

### A. Logo

Lý tưởng nhất là tên thương hiệu bắt nguồn từ chính tính cách thương hiệu của công ty bạn.

Mẫu logo là sự diễn đạt tên thương hiệu bằng hình ảnh, logo có thể kết hợp giữa các kiểu chữ hoặc nhiều yếu tố đồ họa tượng trưng hay trừu tượng.

Vì logo luôn luôn xuất hiện trên mọi phương tiện truyền thông , marketing của thương hiệu. Do đó, logo phải có khả năng thay đổi kích cỡ vài milimet đến vài mét, có thể dễ dàng tái bản qua nhiều hình thức in ấn khác nhau

Hình dáng độc đáo của chai Cocacola, những “**mái vòm bằng vàng**” khác biệt của McDonald’s, biểu tượng hình tròn màu trắng và xanh dương của thương hiệu xe hơi BMW hay hình quả táo cắn dở của Apple là những thí dụ nổi bật cho việc thương hiệu được nhận ra dễ dàng qua logo



Các tổ chức thường có những khoản đầu tư đáng kể cho logo của họ nhằm mục đích quảng bá thương hiệu. Theo Henderson & Cote, một logo đạt yêu cầu cần:

- *Thúc đẩy sự nhận biết thương hiệu thông qua việc khơi gợi trong tâm trí khách hàng.*
- *Tạo nên sự nhận biết về một chuỗi quen thuộc những sự kết hợp có liên quan đến thương hiệu*
- *Có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn thương hiệu*

Qua nhiều năm làm lĩnh vực Logo tôi thấy rằng sự khác biệt của thương hiệu không chỉ nằm ở việc làm cho thương hiệu đó trở nên nổi bật mà cơ bản là tìm kiếm một thuộc tính quan trọng đối với khách hàng và tìm cách duy trì tính cách đặc trưng đó theo cách đem lại lợi nhuận. Việc xây dựng logo cho thương hiệu nên được thực hiện một cách chiến lược hơn là chiến thuật. Nói cách khác, tầm nhìn mà một thương hiệu hướng tới nên điều khiển các ý tưởng về giá trị cốt lõi của bản chất thương hiệu – Điều nên được sử dụng như một bản tóm lược dành cho các nhà thiết kế. Việc màu sắc hay loại font chữ có phù hợp hay không sẽ được đánh giá thông qua việc chúng giúp ích thế nào trong việc thể hiện thương hiệu.



## B. Website

Website là một phần nằm trong bộ nhận diện thương hiệu của doanh nghiệp và cần đảm bảo những yêu cầu khắt khe về màu sắc, font chữ, đường nét...

onnet
Grow Your Internet Business
TRANG CHỦ
GIỚI THIỆU
TƯ VẤN
GIẢI PHÁP
KHOÁ HỌC
TIN TỨC
BLOG
LIÊN HỆ

**200 vé TƯ VẤN DOANH NGHIỆP MIỄN PHÍ**  
Dành cho các CEO doanh nghiệp  
trên 20 nhân viên

**CLICK NHẬN NGAY**

**ONNET LÀM GÌ**

PHÁT TRIỂN KINH DOANH CÙNG BẠN

ONNET đã và đang tạo ra các hệ thống có sự thu hút và quan tâm của hàng triệu người và góp phần làm giá tăng giá trị cho các cá nhân và doanh nghiệp.

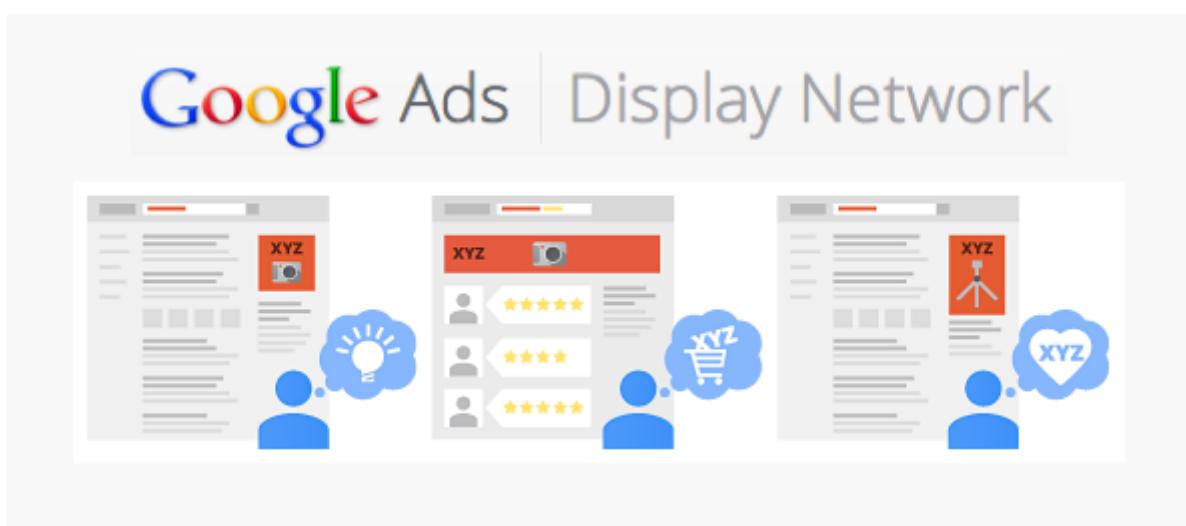
Chụp ảnh

Chụp ảnh

Chụp ảnh

### C. Quảng cáo trực tuyến

Việc xây dựng thương hiệu trực tuyến ảnh hưởng rất nhiều đến các mạng quảng cáo như: Facebook, Google Adwords, Google Display Network... Do đó, để tăng khả năng nhận diện thương hiệu bạn có thể dùng các mạng quảng cáo của các mạng để gia tăng độ phủ lớn.



### D. Mạng xã hội

Mạng xã hội đã trở thành một phần không thể tách rời đời sống hiện đại. Năm 2013 là năm ghi nhận những con số đầy ấn tượng trong lĩnh vực này, và năm 2014, 2015 đang còn tiếp tục tăng. 95% người sử dụng facebook đăng nhập vào tài khoản của họ như một thói quen thường nhật, hơn 15% thời gian sử dụng internet dành cho facebook, hơn 35 triệu ảnh “tự sướng” đã được đăng trên Instagram kể từ khi thành lập, và Twitter cũng không kém cạnh khi có tới 231,7 triệu người sử dụng tích cực với trung bình 170 phút sử dụng trong mỗi tháng.



Những con số biết nói trên chính là lí do vì sao các công ty ngày càng để mắt ngày một nhiều hơn đến mảnh đất màu mỡ này. Hẳn nhiên, Facebook, Twitter và Instagram sẽ là ba mạng xã hội được sử dụng nhằm tối ưu hóa chiến lược branding nói riêng và marketing nói chung.

## 2

### Cho đi miễn phí càng nhiều càng tốt

---

Trong phần Tâm lý khách hàng tôi đã chia sẻ cho bạn cách cho đi Miễn phí như thế nào? Và tôi muốn bạn biết rằng **MIỄN PHÍ LÀ QUAN HỆ ĐA CHIỀU**

Ở ONNET, tôi sử dụng chiến thuật Marketing Funel. Tôi chia làm 3 tầng phễu. Và phần miệng phễu tôi cho đi điên cuồng nhất có thể trong nhiều năm qua. Và kết quả là tôi có một lượng khách hàng tiềm năng trở thành khách hàng trung thành rất nhiều.



Tôi cho đi hàng trăm hội thảo miễn phí, thu hút hàng chục nghìn người tham gia



**Cẩm nang  
MARKETING ONLINE**  
Cho doanh nghiệp NHỎ  
thành doanh nghiệp VĨ ĐẠI

FREE 200 BẢN - 80 TRANG

**NHẬN NGAY!** 

Tôi cho đi các Ebook miễn phí



**200 vé TƯ VẤN DOANH NGHIỆP MIỄN PHÍ**  
**Dành cho các CEO doanh nghiệp**  
**trên 20 nhân viên**

**CLICK NHẬN NGAY**

Các chuyên gia tư vấn



Tôi cho đi các chương trình tư vấn miễn phí

# 3

## Tập trung vào một sản phẩm mũi nhọn

---

Bạn biết rằng, sản phẩm là một phần quan trọng để bạn có thể marketing được. Bạn không cần một sản phẩm tốt nhất nhưng cần có một sản phẩm tốt.

- Khi **Ebay.com** phát triển thương hiệu của họ, họ định vị sản phẩm mũi nhọn là **Đồ chơi trẻ em** là sản phẩm mũi nhọn.
- Khi **Amazon.com** phát triển thương hiệu của họ, họ định vị sản phẩm mũi nhọn là **Sách** là sản phẩm mũi nhọn.
- Khi **Google.com** phát triển thương hiệu của họ, họ định vị sản phẩm mũi nhọn là **Tìm kiếm** là sản phẩm mũi nhọn.
- Khi **Vatgia.com** phát triển thương hiệu của họ, họ định vị sản phẩm mũi nhọn là **Bán gian hàng** là sản phẩm mũi nhọn.
- Khi **Zing.vn** phát triển thương hiệu của họ, họ định vị sản phẩm mũi nhọn là **MP3** là sản phẩm mũi nhọn.

Khi Steve Jobs lên điều hành Apple, ông có hàng trăm sản phẩm để lựa chọn, sau đó ông quyết định chọn Ipod là sản phẩm mũi nhọn và thương hiệu Apple đã rạng danh đến ngày hôm nay.



# 4

## Triệt để kênh Facebook và Google

Facebook và Google đang có sức ảnh hưởng rất lớn đến người dùng Internet bởi 2 nhóm khách hàng: THỤ ĐỘNG và CHỦ ĐỘNG

Chúng ta đều biết sức mạnh của Facebook vì có tới hàng tỷ người dùng tương tác với nhau hàng ngày. Khách hàng đến từ Facebook phần lớn là khách hàng THỤ ĐỘNG, họ nhìn thấy quảng cáo, sự kiện... và nhanh chóng trở thành khách hàng.

Chúng ta đều biết sức mạnh của Google vì có tới hàng tỷ lượt search mỗi ngày. Khách hàng đến từ Facebook phần lớn là khách hàng CHỦ ĐỘNG, họ có nhu cầu trước và tìm kiếm để lựa chọn nó.



# 5

## Đầu tư nhiều hơn cho quảng cáo

Sức mạnh internet đang thu hút người tiêu dùng ngày càng dành nhiều thời gian hơn cho các hoạt động trên mạng của họ như: Vào Facebook, đọc tin tức, tra cứu thông tin, tài liệu, chia sẻ, công việc...

Doanh nghiệp "nhà giàu" hay "nhà nghèo" đều có thể triển khai internet marketing với bất kỳ một ngân sách quảng cáo nào

Ngân sách quảng cáo trực tuyến tùy vào ngân sách doanh nghiệp mà bạn có thể ném hảng tỷ đồng hay thậm chí chỉ với vài trăm ngàn đồng cho một chiến dịch quảng cáo trên internet, một vài doanh nghiệp cá biệt với đội ngũ nhân lực bao gồm những con người am hiểu và có kỹ năng về internet marketing thậm chí còn không mất một xu tiền mặt để đưa doanh nghiệp mình tiếp cận tới hàng triệu khách hàng tiềm năng.

- **Hãy dùng Facebook để quảng cáo sản phẩm:**Những sản phẩm trào lưu, xu hướng, độc lạ, thời trang, mỹ phẩm, làm đẹp, sản phẩm tiêu dùng giá rẻ, đào tạo... Facebook ngoài là kênh bán sản phẩm rất tốt, thì nó còn là kênh tạo khách hàng tiềm năng cực kỳ hiệu quả.
- **Hãy dùng Google Adwords để quảng cáo những sản phẩm:**Nội thất, đồ gia dụng, đồ thể thao, hoa và quà tặng, dịch vụ tại nhà...
- **Hãy dùng Google Display Network để quảng cáo những sản phẩm:** Du lịch, trẻ em, điện thoại...

# 6

## Đầu tư nhiều vào nội dung

---

Marketing nội dung (Content Marketing) đang ngày càng phổ biến bởi nhiều lợi ích mà nó mang lại. Tuy nhiên, để xây dựng marketing nội dung tốt bạn cần có một chiến lược lâu dài để xây dựng và phát triển nó.

### Các nội dung Marketing bao gồm:

**Nội dung mang tính chất thời sự:** Những bài viết đề cập đến những vấn đề nóng của xã hội đang diễn ra như: Vấn đề Biển Đông, tai nạn máy bay, những Hotgirl, ca sỹ nổi tiếng... Mục đích để tăng lượng truy cập cho website. Chỉ phù hợp với những trang vệ tinh cho công ty của bạn hoặc trang chính thống thông tin bạn đang có.

### Một số ví dụ:

- + Liệu bao giờ Trung Quốc rời giàn khoan HD981 khỏi Biển Đông?
- + Ngọc Trinh đầy sexy dạo phố Paris
- + The Voice nhí, giám khảo ấn tượng với cậu bé “Hàn Quốc”

**Nội dung mang tính chất Xu hướng (Trending):** Những bài viết chia sẻ về xu hướng thời trang, công nghệ...

### Một số ví dụ:

- + 10 mẫu thời trang công sở ăn khách nhất mùa hè năm 2014
- + Iphone 6 độ dáng cùng Samsung Galaxy S6

**Nội dung mang tính chất chia sẻ (How to):** Những bài viết chia sẻ về thủ thuật, kinh nghiệm, hướng dẫn...

Hãy nhớ rằng tất cả mọi người trên thế giới này đều có vấn đề, do đó họ rất cần tìm những nội dung để giải quyết những vấn đề đó của họ. Do vậy, nội dung về sự chia sẻ giúp rất nhiều cho các chủ website, các blogger.

**Một số ví dụ:**

- + 9 bước để xây dựng thương hiệu cá nhân trên Internet
- + Làm thế nào để gia tăng thu nhập với kênh đầu tư ủy thác?
- + 6 thủ thuật dọn sạch Windows trước mùa Noel

**Nội dung mang tính chất đánh giá (Review):** Những bài viết chia đánh giá về công nghệ, nhà hàng, món ăn, tour du lịch...

Đa số khách hàng trước khi mua một sản phẩm trên mạng đều có xu hướng là tra cứu, so sánh hoặc xem những chia sẻ của người khác. Do vậy, những bài viết đánh giá sẽ rất giúp ích cho sản phẩm và thương hiệu của bạn.

**Một số ví dụ:**

- + Ấn tượng với không gian Spa tại Hidden Hà Nội
- + Cầm trên tay Iphone 6 mới xách tay về Việt Nam
- + Khách Nga yêu thích ẩm thực 3 miền tại Quán Ngon

# 7

## Tạo ra chiến dịch Marketing thường xuyên

---

Hoạt động marketing của doanh nghiệp phải được tổ chức thường xuyên bạn mới có thể thu hút được lượng người quan tâm lớn. Bạn hãy tận dụng những dịp lễ, những sự kiện lớn đang diễn ra tại Việt Nam cũng như trên Thế giới.

Nếu bạn là công ty du lịch, bạn cần lợi dụng các dịp lễ như: 30/4, 1/5, 2/9, Noel, Tết...

Nếu bạn là những doanh nghiệp kinh doanh khác ngoài những ngày lễ của Quốc gia, bạn cần tận dụng những thời vụ vào Hè, vào Thu... hoặc những ngày Sinh Nhật công ty, ký kết đối tác, khai trương kho hàng, mở rộng chi nhánh... Nói chung bạn cần tạo ra nó !

Tôi đang viết cuốn Ebook này đúng dịp World Cup 2014, đó là một sự kiện lớn nhất thế giới. Rất nhiều nhà tiếp thị coi đây là một sự kiện lớn để họ tận dụng quảng bá những sản phẩm của mình.

Bạn hãy nhớ rằng MARKETING + SALE = INCOME (Tiếp thị + Bán hàng = Doanh thu), bạn càng thu hút khách hàng đến, bạn càng có nhiều đơn hàng được bán ra.



# 8

## Liên kết chéo với các đối tác

Một cách mà bạn không mất quá nhiều chi phí Marketing chính là liên kết chéo với các đối tác trong lĩnh vực của bạn nhưng không trùng sản phẩm và dịch vụ của nhau.

Nếu bạn làm về dịch vụ cho thuê váy cưới: Bạn có thể liên kết với các đơn vị như Thuê xe, Tour du lịch, Hoa cưới...

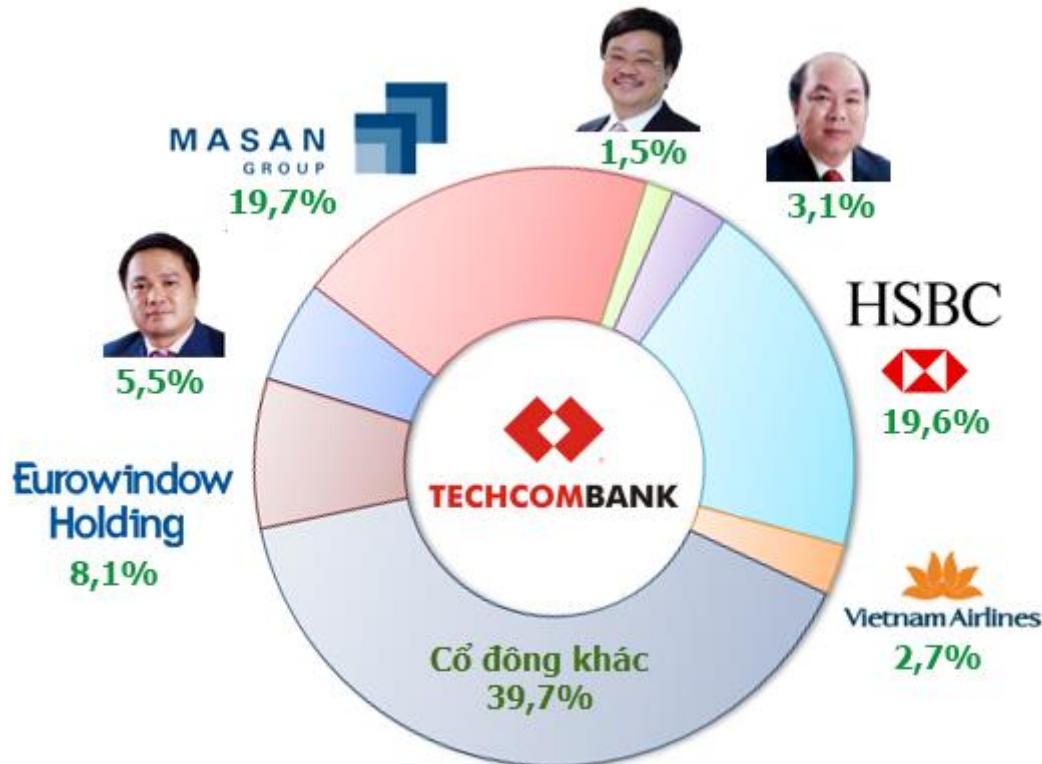
Nếu bạn làm về dịch vụ phần mềm: Bạn có thể liên kết với các đơn vị Thuê đầu số SMS, công ty đào tạo CNTT..

Thật vậy, các doanh nghiệp liên kết chéo sẽ không chỉ tạo ra một sức mạnh về khách hàng mà còn khẳng định thêm uy tín thương hiệu.



Liên kết chéo giữa Techcombank và Vietnam Airlines

Không chỉ là liên kết chéo, những doanh nghiệp lớn có thể cổ phần chéo



# 9

## Kể câu chuyện khách hàng của bạn

---

Với sự bùng nổ các kênh truyền thông, các câu chuyện thương hiệu ngày nay có sức mạnh hơn bao giờ hết. Sản phẩm có thể "chết" vì cạnh tranh hoặc lỗi mốt, còn câu chuyện thương hiệu thì tồn tại mãi với thời gian. Khách hàng của bạn sẽ có xu hướng thích câu chuyện khách hàng của bạn và từ đó họ có niềm tin để tiến đến những giao dịch khác.

Câu chuyện khách hàng của bạn được sinh ra và nuôi dưỡng theo thời gian. Nền tảng cho mối quan hệ này được xây dựng trên những câu chuyện được chia sẻ giữa các nhãn hiệu cho người tiêu dùng, khách hàng với thương hiệu và người tiêu dùng cho người tiêu dùng.

Như vậy, câu chuyện khách hàng nằm trong chiến lược chứ không phải là một chiến thuật quảng cáo. Nó đòi hỏi thời gian bền bỉ hơn và cách thức tiếp cận tinh tế hơn là những quảng cáo rầm rộ.

# 10

## Theo dõi và sửa đổi thường xuyên

---

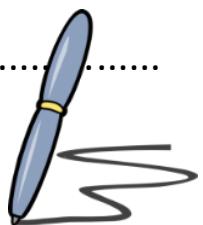
Chiến lược Marketing của bạn chỉ có thể thành công khi bạn thường xuyên theo dõi những kết quả. Kết quả của bạn thể hiện bằng Số lượt click, tỷ lệ chuyển đổi và khách hàng thực sự.

Để đi vào khái niệm tỷ lệ chuyển đổi (CR), chúng ta cùng tìm hiểu trước về một khái niệm quan trọng trong kinh tế học ROI (Return on Investment) – Tỷ lệ lợi nhuận ròng so với chi phí. Trong marketing online tỷ lệ ROI được đo lường thông qua đo lường CR. Phương pháp chính xác mà bạn sử dụng để tính ROI tùy thuộc vào các mục tiêu của bạn.

Một cách để xác định ROI là  $(\text{Doanh thu} - \text{Giá vốn hàng bán}) / \text{Giá vốn hàng bán}$ .

ROI là mục tiêu của bạn, có thể là doanh thu bán hàng, số lần xem trang, khách hàng tiềm năng ... Vậy để tăng ROI bạn cần tăng CR trên một mức ngân sách dành cho Marketing online không đổi.

## Chiến lược Marketing Online của bạn là gì?



# 4 Công cụ Marketing Online



Khi đi học bạn cần có dụng cụ học tập

Khi đi lại bạn cần phương tiện

Và khi có một ý tưởng kinh doanh trên Internet, bạn cần những công cụ.

Trong cuốn sách này tôi sẽ chia sẻ với bạn những Công cụ Marketing Online hiệu quả nhất mà tôi đang dùng và nó đã mang lại cho tôi những thành công trị giá triệu đô.



Google



## Hãy liệt kê các công cụ Marketing Online mà bạn đang sử dụng

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....
- 6.....
- 7.....
- 8.....
- 9.....
- 10.....
- 11.....
- 12.....
- 13.....
- 14.....
- 15.....





## FACEBOOK MARKETING

---

Trong những năm gần đây Facebook có sức ảnh hưởng rất lớn với cộng đồng online. Tại Việt Nam Facebook là một môi trường rất tốt để xây dựng các mối quan hệ, marketing thương hiệu và tăng doanh thu bán hàng.

Sức mạnh của Facebook được thể hiện qua việc tham gia của trên 20 triệu tài khoản, chiếm một lượng dân số rất lớn tại Việt Nam. Facebook đang khai thác rất triệt để các mối quan hệ trên Facebook để tạo ra các hoạt động Marketing cho các cá nhân và doanh nghiệp. Khi bạn tham gia Facebook, Fanpage, Ads, Apps hay Event là những phương pháp Marketing tuyệt vời.

T

### ĂNG LIKE FANPAGE NHƯ THẾ NÀO?

Số lượng Like trên Facebook Fanpage của bạn không chỉ là một con số ảo, mà nó còn thể hiện mức độ quan tâm

của một người đối với một doanh nghiệp. Các doanh nghiệp đã mở một kênh giao tiếp 24/7 với khách hàng mục tiêu. Điều đó rất quan trọng!



Việc tăng Like Facebook có thể thực hiện bằng nhiều phương pháp khác nhau. **Và đây là 5 phương pháp tương đối hiệu quả và dễ áp dụng nhất.**

# 1

## Tổ chức một cuộc thi

Tổ chức cuộc thi là cách dễ nhất để thu hút các công chúng mục tiêu mới tới Fanpage . Với những phần thưởng hấp dẫn là cách thích hợp để hướng tới thị trường mục tiêu cụ thể của bạn. Làm cách nào đó để người sử dụng sẵn sàng Like và trở thành Fan của page mà không cần đắn đo hay do dự.

## CASE STUDY: “Ngon Đúng Địệu” của Knorr

Bạn có năng khiếu nấu ăn, bạn có khả năng sáng tạo và niềm đam mê vô tận với ẩm thực; hay chỉ đơn giản là bạn thích nấu các món ăn ngon cho gia đình và muốn chia sẻ với mọi người? Tham gia chương trình “**Ngon Đúng Địệu**” để cùng nhau sáng tạo ra nhiều món ăn ngon đúng địệu với Knorr Gia Vị Hoàn Chỉnh.



Rất nhiều những giải thưởng hấp dẫn từ Knorr đang chờ đón bạn, đặc biệt là cơ hội đồng hành cùng Vua Đầu Bếp Mỹ Christine Hà trong một sự kiện vô cùng hấp dẫn.

## CASE STUDY: “Mưa” quà tặng ngày nắng của Nagakawa

Chào hè 2014, cùng với sự kiện ra mắt dòng sản phẩm mới điều hòa Crystal 2014 (DK), Công ty Cổ phần Nagakawa Việt Nam còn có chương trình “Mưa” quà tặng ngày nắng!

Hãy cùng Nagakawa tận hưởng không khí trong lành, mát mẻ như đang ở trong một khu rừng nhiệt đới và khám phá “cơn mưa quà tặng” đầy hấp dẫn.



## CASE STUDY: "Nét mộc tỏa sáng" của Cetaphil

Bạn là cô nàng tự tin với phong cách sành điệu hay cô nàng dịu dàng yêu những nét nữ tính? Dù thuộc tuýp con gái nào, hãy tự tin cùng Cetaphil tham gia cuộc thi "Nét mộc tỏa sáng" - nơi vẻ đẹp tự nhiên nhất luôn được trân trọng.



**Bạn có thể tìm hiểu cách tạo một cuộc thi ảnh bằng ứng dụng tại đây:**  
<http://bit.ly/1jF8inH>

# 2 Mã Coupon giảm giá

Mã giảm giá Coupon là cách tuyệt vời để thúc đẩy sự tương tác của công chúng mục tiêu. Chỉ đơn giản như khi họ tặng 1 Coupon 20% giảm giá khi mua hàng, không những khuyến khích họ tìm hiểu sản phẩm mà còn tăng được lượng like cho Page đáng kể.



Bạn có thể tìm hiểu ứng dụng Coupon trên Facebook  
tại đây:

<http://bit.ly/1j0IKbL>

## Sách điện tử miễn phí

# 3

Đôi khi, nội dung về giáo dục lại có sức hút mạnh mẽ hơn so với việc giảm giá hay những phần quà giá trị. Tùy thuộc vào loại hình doanh nghiệp và thị trường mục tiêu của bạn. Các công ty B2B thu hút hàng triệu fan và khách hàng bởi việc cung cấp những kiến thức hữu ích miễn phí mang tính cộng đồng cao.

Đa phần doanh nghiệp Việt là vừa và nhỏ, do vậy những thông tin mang tính chất giáo dục rất quan trọng với họ. Và, ebook là phương pháp tuyệt vời để có được lượng like cho fanpage của họ.



## Chạy quảng cáo

# 4

Quảng cáo Facebook là các quảng cáo được hiển thị tại các vị trí đặt quảng cáo cố định trên website và là cách tăng Like hiệu quả nhất với khách hàng mục tiêu bạn

chọn. Facebook Ads có thể được hiện thị rất nhiều lần cho cùng một người dùng.

Bạn có thể dùng quảng cáo Facebook để tham gia cuộc thi, mã giảm giá, sách điện tử miễn phí... Đó là cách nhanh chóng để có một lượng fan chất lượng.

The screenshot shows the 'Advertise on Facebook' interface. At the top, it asks 'What kind of results do you want for your ads?'. On the left, a sidebar lists objectives: Page Post Engagement, Page Likes (which is highlighted in blue), Clicks to Website, Website Conversions, App Installs, App Engagement, Event Responses, and Offer Claims. To the right, a detailed view of the 'Page Likes' objective is shown, featuring a large thumbs-up icon, the text 'Create ads that boost your posts and increase likes, comments, shares, video plays and photo views.', and a sub-section titled 'Page Likes' with the sub-instruction 'Get Page likes to grow your audience and build your brand.' It includes a text input field 'Choose Page or enter its URL' and a 'Continue' button. At the bottom of the page, there are links for About, Create Ad, Create Page, Developers, Careers, Privacy, Cookies, Terms, and Help.

5

## Thêm nút Like, Share, Comment vào website của bạn.

Việc thêm nút Like, Share, Comment vào bài viết của bạn để khách hàng của bạn dễ chia sẻ và hành động dễ dàng khi họ thích sẽ tăng đáng kể lượng like thật cho fanpage của bạn. Ngoài ra bạn có thể thêm nút Like và Share lên thanh Header của website.



## QUẢNG CÁO FACEBOOK NHƯ THẾ NÀO HIỆU QUẢ?



Hoạt động Marketing trên Facebook ảnh hưởng rất nhiều đến doanh thu của các cá nhân và doanh nghiệp. Do đó, họ tận dụng một cách tốt đà nó. Một cách dễ dàng và nhanh chóng có được

khách hàng tiềm năng trên Facebook đó chính là Facebook Ads (Quảng cáo trên Facebook).

Facebook cho phép các nhà quảng cáo có thể tự vận hành quảng cáo, tự đưa ra ngân sách chạy, tự điều chỉnh chiến dịch sâu theo đối tượng và có thể tạm dừng bất kỳ thời điểm nào. Có rất nhiều hình thức chạy quảng cáo trên facebook như: Tham gia vào bài viết trên trang , Số lượt thích trang, Truy cập vào trang web hay Chuyển đổi trang web... Đó là những hình thức để gia tăng khách hàng tiềm năng rất nhanh chóng.

Là một người tham gia hoạt động trên Facebook như một Maketer, ngày hôm nay tôi chia sẻ với **6 yếu tố chính để tăng doanh thu từ quảng cáo Facebook.**

**Thứ nhất:** Bạn cần có tài khoản cá nhân thường xuyên sử dụng (Có sự tương tác Like, comment thường xuyên). Ưu tiên những tài khoản có trên 6 tháng.

**Thứ hai:** Bạn cần có một Fanpage liên quan đến chủ đề bạn định chạy facebook (Ví dụ: Nếu bạn muốn bán sản phẩm cho trẻ em thì bạn nên có những Page cộng đồng liên quan đến trẻ em...)

**Thứ ba:** Bạn cần có một tài khoản Visa hay Master tại những ngân hàng tốt như: HSBC, Vietcombank, Techcombank hay ACB. Nếu bạn làm thẻ tại ACB thì chỉ sau 15 phút là bạn có thể lấy thẻ được luôn.

**Thứ tư:** Bạn cần có sản phẩm tốt để quảng bá (Sản phẩm bán trên Facebook nên dưới 500K, ưu tiên những dòng sản phẩm như: Món ăn, thẩm mỹ, spa, sản phẩm xu hướng, độc và lạ. Những sản phẩm giá cao, bạn cần có giá khuyến mại cao và quà tặng giá trị.

**Thứ năm:** Bạn cần có một trang Đích đẹp mắt và giới thiệu chuyên sâu về sản phẩm đó.

**Thứ sáu:** Bạn cần biết cách viết được quảng cáo hay và lôi cuốn khách hàng



**Để viết được quảng cáo hay lôi cuốn khách hàng bạn cần tuân theo CÔNG THỨC sau:**

**TÂM LÝ + LỢI THẾ CẠNH TRANH + LỜI KÊU GỌI HÀNH ĐỘNG (CALL TO ACTION)**

Để viết được quảng cáo hay lôi cuốn khách hàng bạn hiểu TÂM LÝ khách hàng và đưa ra được LỜI KÊU GỌI HÀNH ĐỘNG.



Internet Marketing

Được tài trợ -

Trở thành Chuyên gia Marketing Online sau 10 kỹ năng. Cô ý THÀNH CÔNG như thế nào. CLICK !



### Vân Ngọc 19 tuổi

Đây là một Dự án công đồng nhằm hỗ trợ sinh viên, những người đang đi làm công ăn lương và giới trẻ Việt Nam tạo ra các “Tài năng Internet Marketing”.

ONNET.EDU.VN

Đăng ký

Thích · Bình luận · Chia sẻ · 3424 338 173

**Thu hút khách hàng vì Kể được câu chuyện thành công**



Internet Marketing

Được tài trợ ·

Tìm kiếm đối tác viết PR với thù lao 10.000 đồng/tù. Kênh đa dạng. ĐĂNG KÝ NGAY !

**VIẾT BÀI PR  
10.000 đ/ tù  
PRWEB**



### Thử viết bài PR nhận \$\$\$

Tại PRWeb luôn trân trọng và thấu hiểu triết lý “Content is King”. Chúng tôi đang tìm kiếm đối tác viết PR để triển khai các đơn hàng của hệ thống PRWeb.

PRWEB.VN

[Đăng ký](#)

Thích · Bình luận · Chia sẻ · 736 67 42

**Thu hút được khách hàng vì con số khủng “10.000 đ/ tù”**



Aothun.vn

Được tài trợ -

Thích trang

Sản phẩm 100% made in Việt Nam , được làm từ 100% cotton và wash siêu mềm thoáng mát .

Aothun.vn

VIETNAM T-SHIRT PROJECT

FIGHTER CLOTHING

shop.Aothun.vn

**149k – 129k**  
**100% COTTON**  
MADE IN VIETNAM

Giao hàng toàn quốc , giá cực sốc chỉ 129k , hơn 20 màu sắc tuyệt đẹp . Sản phẩm made in Viet Nam , người Việt ủng hộ hàng Việt Nam .

SHOP.AOTHUN.VN

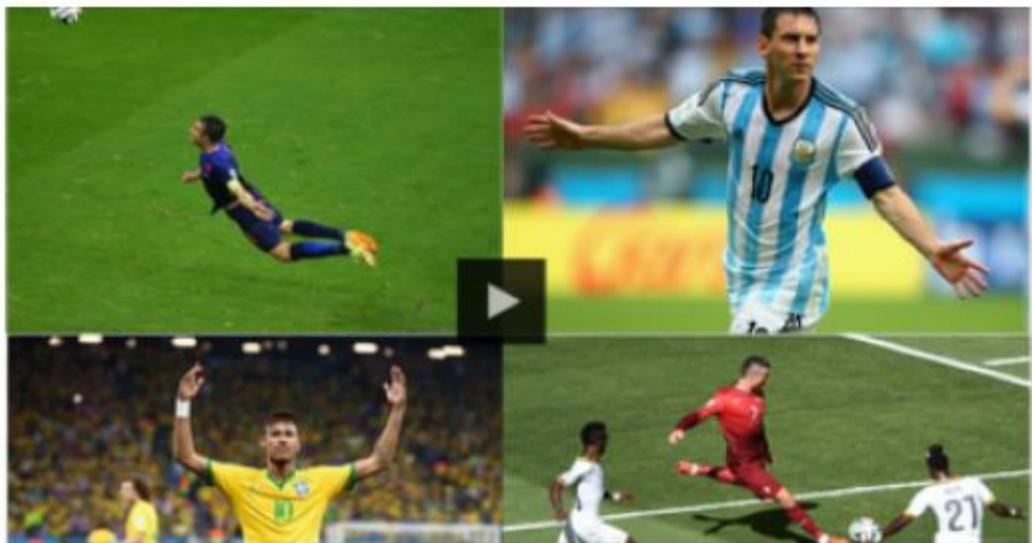
Mua ngay

Thích · Bình luận · Chia sẻ · 5.173 486 79

**Một quảng cáo có khuyến mại cao rất ăn khách**



VIDEO: 10 bàn thắng đẹp nhất World Cup 2014. Click vào ảnh dưới đây để xem ngay!



### Xem các bàn thắng tại đây

Messi đá phạt, Neymar sút xa, Ronaldo vô lê - World Cup 2014 đã chứng kiến rất nhiều bàn thắng đẹp! Hãy cùng ballball xem lại 10 bàn đẹp nhất cho đến lúc này.

[WWW.BALLBALL.COM](http://WWW.BALLBALL.COM)

Thích · Bình luận · Chia sẻ · 4.715 121 65

### Quảng cáo đúng thời điểm Worldcup

Để chạy được quảng cáo bạn truy cập vào đường link

<http://www.facebook.com/ads/>

Và làm theo hướng dẫn của Facebook

muốn tìm hiểu thêm các bước để vận hành quảng cáo Facebook Chuyên nghiệp, bạn có thể tham gia các Khóa học được tổ chức bởi ONNET. Bạn tìm hiểu tại <http://onnet.edu.vn/>



---

Có lẽ bạn quá quen với cỗ máy số 1 thế giới Google. Thật vậy, hàng tỷ lượt tìm kiếm mỗi ngày cho thấy Google là gã khổng lồ trong marketing. Nếu như Facebook là kênh Marketing khách hàng THỤ ĐỘNG nhiều hơn, thì Google là kênh Marketing khách hàng CHỦ ĐỘNG nhiều hơn.

Công cụ Marketing trên Google có rất nhiều: SEO, Adwords, Google Display... Và nó đều hiệu quả với những sản phẩm dịch vụ đã được định hình sẵn.

## **SEO (Search Engine Optimization)**

Chủ đề này đã quá nhiều diễn đàn viết, quá nhiều chuyên gia giỏi họ chia sẻ và dạy rồi. Với một người làm về Marketing thì SEO là một công cụ hiệu quả nhưng khá tốn công sức. SEO vẫn ảnh hưởng từ Content và Backlink. Nói vậy thôi chứ làm được hai điều đó cũng là khá oái đấy. Cần một đội ngũ làm SEO thường xuyên và có tay nghề.

SEO ngày nay ảnh hưởng bởi 4 thành phần chính: Content Marketing, Technical SEO, Social Media và PR Online.



Hãy xem 1 mô hình dành cho Social Media SEO



## GOOGLE ADWORDS

---

Quảng cáo google là một hệ thống mà Google đã phát triển để hỗ trợ bạn quảng cáo các sản phẩm, dịch vụ của mình trên công cụ tìm kiếm của Google và các trang liên kết của nó. Thông qua việc sử dụng các văn bản quảng cáo được đặt khi người dùng tìm kiếm những cụm từ có liên quan tới từ khóa của bạn.

Quảng cáo Adwords hoạt động dựa trên hình thức trả tiền cho mỗi nhấp chuột (CPC). Nghĩa là sau khi cài đặt, Quảng cáo của bạn sẽ xuất hiện khi người dùng tìm kiếm những cụm từ liên quan, nhưng chỉ khi người tìm kiếm Nhấp chuột vào mẫu quảng cáo và vào thăm website thì Nhà quảng cáo mới mất tiền.

Quảng cáo trên Google là cách quảng cáo dễ dàng và nhanh chóng trên Google và đối tác quảng cáo của Google, bất kể ngân sách của bạn nhiều hay ít. Với các tìm kiếm trên Google và số lần xem trang trên Mạng Google mỗi ngày, quảng cáo trên Google AdWords của bạn sẽ tiếp cận được một số lượng lớn đối tượng.

Quảng cáo Google Adwords: Là hình thức quảng cáo mà bạn sẽ trả tiền để hiển thị (CPM) hoặc được click (CPC) ở những vị trí ưu tiên trên trang kết quả tìm kiếm hoặc mạng lưới của Google thông qua việc lựa chọn những từ khoá liên quan đến sản phẩm/dịch vụ mà công ty bạn cung cấp. Bạn chỉ trả phí khi những khách hàng mục tiêu ghé vào web của bạn.

## Làm thế nào để một quảng cáo Google Adwords hiệu quả?

**Yếu tố #1:** Lựa chọn từ khóa

**Yếu tố #2:** Trang đích (Landing Page)

**Yếu tố #3:** Điểm chất lượng

**Yếu tố #4:** Nội dung quảng cáo

**Yếu tố #5:** Đo lường

Để trở thành một chuyên gia Adwords chuyên nghiệp chắc chắn rằng bạn cần rèn luyện và có nhiều kỹ năng. Thật may mắn cho bạn, bạn có thể học từ các Blog, các video hay các chương trình đào tạo ngay tại Việt Nam.

Trong khuôn khổ của Ebooks này, tôi chia sẻ với bạn Nội dung quảng cáo có tác động như thế nào với hành vi mua hàng. Chắc chắn rồi, viết quảng cáo hay là cách nhanh nhất để có khách hàng.

Để viết được quảng cáo như vậy bạn cần đưa ra được

**Từ khóa chính:** Dùng các từ khóa từ 4-6 ký tự

**Hiểu tâm lý khách hàng:** Muốn giá rẻ, miễn phí hoặc được nhiều món hời.

**Lời kêu gọi hành động:** Rõ ràng, thúc giục như là ĐẶT HÀNG NGAY, MUA NGAY, ĐĂNG KÝ NGAY, CHỈ CÒN 9 SUẤT...

### Máy Ảnh Canon Chính Hãng - Lazada.vn

Ad [canon.cameras.lazada.vn/](http://canon.cameras.lazada.vn/) ▾

Giao Miễn Phí - Đặt Hàng Ngay. Giá Siêu Tốt Duy Nhất tại Lazada\*!

### Xả hàng điện thoại iP 5s - dvs.vn

Ad [www.tech365.vn/iphone-5-s](http://www.tech365.vn/iphone-5-s)

Giảm 50% Dùng thử 30 ngày. Trả góp chỉ cần CMT&BLX lãi xuất 0%

## GOOGLE DISPLAY NETWORKS

Quảng cáo **Google Display Network** cho phép nhà quảng cáo đặt Banner, mẫu nội dung Text lên hàng nghìn website Publisher của hệ thống Mạng hiển thị Google. Hình thức quảng cáo này giúp các doanh nghiệp nhắm vào thị trường quảng cáo với các mục tiêu rõ ràng theo chủ đề, theo địa lý, theo ngữ cảnh, theo sở thích, độ tuổi và theo list website hiển thị.

Tại Việt Nam hiện nay các website lớn như: Dân Trí, 24h, Tuổi trẻ đều thuộc mạng quảng cáo Google.

Theo hình thức này, phần lớn những công ty phải có những sản phẩm khuyến mại giá tốt và phải chạy chiến dịch liên tục mới hiệu quả.



Tuy nhiên thật may cho những chủ quảng cáo, Google đã tạo ra một phương pháp Remarketing (Tiếp thị lại) với khách hàng đã vào website. Và đây là cách bám đuối khách hàng khá hiệu quả.





## EMAIL MARKETING OPT-IN

---

Nếu bạn đang làm trong lĩnh vực dịch vụ, Thương mại điện tử... thì Email Marketing Opt-In là một công cụ vô cùng tối ưu, chi phí rẻ, nhanh và vô cùng hiệu quả.

### Tại sao phải Opt-in?

Là một hình thức Email Marketing hợp pháp do có sự đồng ý của người nhận email. Người nhận khi đăng ký vào form họ cần phải xác nhận email để đảm bảo Email của họ sau này luôn vào trong Inbox.

Hôm nay tôi giới thiệu cho bạn một công cụ Email Marketing Opt-in mà tôi đã dùng trong 2 năm qua, nó giúp tôi có hàng nghìn khách hàng mỗi tháng.



Bạn truy cập theo link sau:

<http://bit.ly/1j2TUFk>

Hệ thống email này giúp tôi đơn giản hóa quá trình đăng ký của khách hàng, form mẫu được tạo sẵn. Mỗi khi có ai đó đăng ký, nó tự động gửi một email xác nhận với nội dung được thiết kế trước, bao gồm cả các thông tin mà khách hàng đăng ký. Điều

này giúp cho tôi tạo ra các vé tham dự khóa học và gửi cho khách hàng rất đơn giản, đẹp và tiện.

Nhưng không chỉ có thế, hệ thống còn có một tính năng rất tuyệt vời đó là dùng để thay thế cho một nhân viên chăm sóc khách hàng mãn cán. Khi được thiết lập, nó sẽ tự động gửi các email theo chu kỳ hoặc ấn định thời gian gửi trong tương lai.

## **Đây là những ƯU VIỆT của Getresponse**

### **1. LANDING PAGE**

Bạn có thể tạo những Mẫu Landing Page dễ như trở bàn tay, chỉ bằng kéo & thả. Nó đẹp đến lung linh, bắt mắt đến lạ kỳ. Hệ thống cho phép bạn chọn mẫu không giới hạn (Khi bạn sử dụng tài khoản trả tiền).

Nếu bạn đang dùng tài khoản miễn phí, bạn chỉ chọn được 1 mẫu mà thôi.

Bạn có thể tham khảo phí của nó trong mục BẢNG GIÁ.

Bạn có thể lựa chọn mẫu: Bán hàng, mẫu có Video, mẫu lấy thông tin khách hàng...

The grid displays eight different website templates:

- Relax and Plan**: A vacation planning page for kids with sections for sailing, survival, and martial arts camps.
- Your Vacation Reboot**: A vacation reboot guide with a free eBook offer.
- Plain Template**: A simple template for a primary page with a logo placeholder and a sign-up form.
- Real Estate**: A real estate listing for "Green Hill Estates" featuring a house image and details.
- Holiday Resort Offer**: An offer for "Super Splash" at "Innacura Santiago" with a 15% discount.
- Secrets to Success**: A copywriting webinar landing page with a yellow header and a sign-up form.
- Copywriting Webinar**: A dark-themed copywriting webinar page featuring a speaker and a megaphone.
- Last Minute**: A last-minute travel offer with a 50% discount and a sign-up form.

Đây là số 1 mẫu tôi tạo ra:

<http://camnangmarketingonline.gr8.com>

<http://nemnamngon.gr8.com>

<http://imtdonnet.gr8.com/>

## 2. FORM

Bạn có thể tạo form rất dễ dàng, với nhiều trường tùy biến khác nhau. Form giúp bạn thu thập thông tin dễ dàng của khách hàng.

Bạn có thể Add trực tiếp form vào trong website của bạn để khách hàng có thể thao tác ngay trên đó.



**BẠN VUI LÒNG ĐĂNG KÝ THEO**

**FORM SAU:**

Họ tên: \_\_\_\_\_

Đi động: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_

Bạn cần điện Email thật của bạn. Sau đó xác nhận qua Email để hoàn tất thủ tục đăng ký

Bạn là:

- Sinh viên
- Người đi làm
- Chủ doanh nghiệp
- Khác

Mong muốn của bạn khi tham gia chương trình:

ĐĂNG KÝ NGAY!

### 3. NEWSLETTER

Các mẫu thư của Getresponde rất đẹp và chuyên nghiệp. Bạn có thể gửi nó để Quảng cáo sản phẩm, dịch vụ. Bạn có thể dùng nó để gửi bản tin điện tử cho khách hàng hàng tuần để chăm sóc họ.

Nó có thể hiện thị tốt cả trên máy để bàn và Mobile. VÀ VÔ CÙNG TUYỆT VỜI !

Bạn có thể dùng mẫu có sẵn, hoặc tự tạo ra.

## Create Newsletter



Discover the pure joy of creating beautiful email messages with the new Email Creator.

```
table width="100%" bgcolor="#FFFFFF" cellpadding="0">
|  |  | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| |  | |--| |  | |--| |
| HTML Source Editor |

```

If you're an advanced user and know your way around HTML, choose the HTML Source Editor.

Những mẫu có sẵn chuyên nghiệp lắm rồi.

The grid displays ten different newsletter templates:

- Your vacation reboot**: A vacation guide with a photo of a beach and a call to action for a free e-book download.
- Relax and plan**: A summer break guide with sections for upcoming events and boot camps.
- Easter Menu**: An Easter menu featuring food items like Easter Sunday, Easter lamb, and Easter cake.
- Spring Sale**: A spring sale newsletter with a woman's face and offers for dresses and accessories.
- Spring Decor**: A spring home decor guide with sections for window decorations, bookends, and scented candle collections.
- Spring Workout**: A spring workout guide with sections for yoga, pilates, and kickboxing.
- Serenity**: A relaxation guide with a woman in a hammock and sections for yoga classes, massage, and aromatherapy.
- Greek Vacation**: A Greek vacation guide with a photo of Santorini and special offer sections for flights and accommodations.

**Đây là một mẫu chúng tôi gửi cho khách hàng**



#### **4. AUTORESPONDER**

Một điều tuyệt vời trong Getresponde là bạn có thể tự làm các kịch bản trả lời tự động theo thời gian. Mức độ từ NGAY LẬP TỨC sau khi họ xác nhận email đến 30 ngày ++

Toàn bộ quá trình này do bạn thiết lập kịch bản theo từng mẫu Newsletter và đặt chế độ tự động. Tuyệt vời lắm, bạn thử đi !

## Create Autoresponder

The interface shows a row of triggers: Time-based (selected), Clicked, Opened, Subscribed, and Goal reached. Below is a condition section with a calendar icon and the text "On day 0". A dropdown menu shows "in open\_business".

Time-based autoresponders							<a href="#">What happened to my old follow-ups?</a>	<a href="#">Create new</a>
Show autoresponders in campaign: open_business ▾								
0 	1	2	3	4	5	6		
7	8	9	10	11	12	13		
14	15	16	17	18	19	20		
21	22	23	24	25	26	27		

**Đây là một ví dụ của tôi:**

## **2 ngày nữa Nguyễn Huy Lan sẽ nhận được...**

Bạn Nguyễn Huy Lan ơi. Tôi viết email này để nói với bạn rằng bạn. Bạn chắc chắn sẽ nhận được CẨM NANG MARKETING ONLINE cho doanh nghiệp nhỏ thành doanh nghiệp VĨ ĐẠI của tôi. Đây là cuốn ebook chuyên nghiệp và nhiều kiến thức mới lạ.

Bạn có thể đăng ký thêm cho người thân của bạn [Click »](#)

**P/S: Vào tối 4.7 tôi có 1 chương trình phù hợp với các bạn độ tuổi 20-25 muốn gia tăng thu nhập**

**TÌM HIỂU NÓ**

Thân ái,

RichdadLoc - CEO ONNET

ONNET, Hapulico Tower, Ngay Nhu Kon Tum, 73076888, Thanh Xuan, Vietnam

Bạn có thể [hủy đăng ký](#) hoặc [thay đổi thông tin của bạn](#) bất cứ lúc nào.

## **5. REPORT**

Hệ thống Getresponde báo cáo rất đầy đủ theo từng chiến dịch của bạn. Nó đó lường cho bạn về tỷ lệ chuyển đổi. Và đây là điều kỳ diệu. Tất cả những Email tôi sử dụng Optin thì tỷ lệ mở cao đến ngất trời

Một chiến dịch gửi cho khách hàng mới để thông báo của tôi.

## GetResponse Email Analytics

Campaign(s) open\_business ▾

Newsletter IMTD 0407 ▾ Compare Sent date: 2014-07-03 15:23:56 [view message](#)

Total Sent: 151	Opened 129	Clicked 20	Goals 0	Social 0	Unsubscribed 0
--------------------	---------------	---------------	------------	-------------	-------------------

[Summary](#) [Unique](#)

Total sent: 151



**85.43%** open rate

**13.25%** click rate

**0** goals

## Một chiến dịch gửi cho khách hàng cũ của tôi

Campaign(s) open\_business ▾

Newsletter Marketing Online ▾ Compare Sent date: 2014-06-30 16:36:16 [view message](#)

Total Sent: 528	Opened 582	Clicked 288	Goals 0	Social 0	Unsubscribed 0
--------------------	---------------	----------------	------------	-------------	-------------------

[Summary](#) [Unique](#)

Total sent: 528



**112%** open rate

**55.60%** click rate

**0** goals

*Tóm lại, tôi đã dùng nó 2 năm qua và trên 50.000 khách hàng đang có trong hệ thống, tôi có thể giao tiếp với họ bất kỳ lúc nào. Tôi có thể chăm sóc họ một cách chuyên nghiệp. Và đây là cách giúp công việc kinh doanh của tôi càng ngày càng tăng trưởng. Hãy làm cho DATABASE của bạn nhiều lên bạn nhé.*

**DATABASE = MONEY**

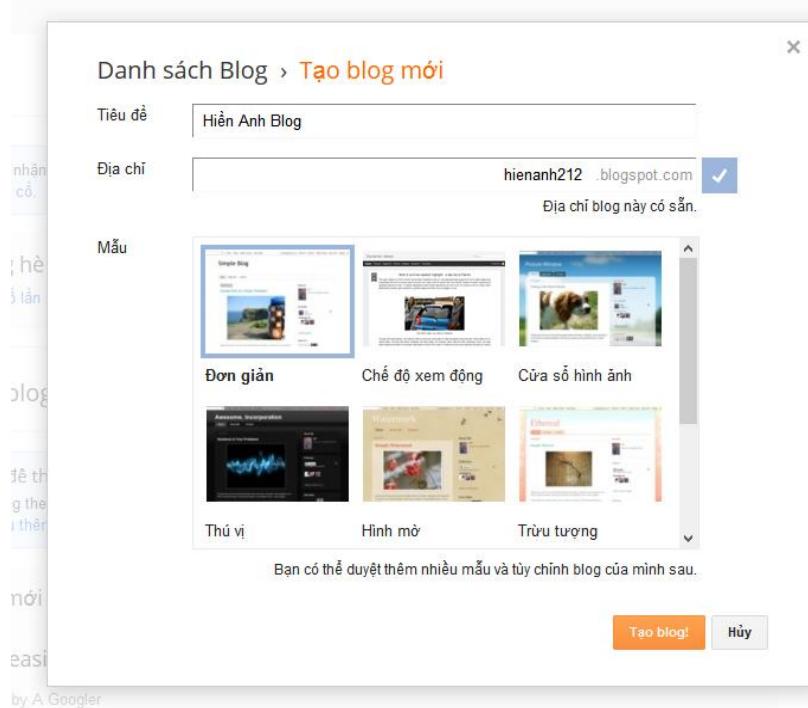


## BLOG MARKETING

**Blog Marketing** không chỉ là một kênh tiếp thị hiệu quả mà nó còn là một cách để gia tăng uy tín với khách hàng của bạn. Blog có thiên hướng là do cá nhân viết, nội dung cũng là do cá nhân đưa lên. Như chúng ta đã biết Google rất ưu tiên những bài viết do cá nhân viết, vì Google có khả năng đo lường những điểm trùng lặp về nội dung nên có xu hướng đưa những bài viết không bị trùng lặp về nội dung lên để gia tăng uy tín cho blog đó.

Để làm được một Blog bạn có thể làm theo một vài cách sau:

### 1. Sử dụng Blogger.com để tạo ra Blog



Bạn vào mục Mẫu và Sao lưu/khôi phục tải những mẫu đẹp lên

Hiền Anh Blog · Mẫu

Sao lưu / Khôi phục



Bắt đầu bằng mẫu cơ sở và tùy chỉnh nền, bố cục, màu sắc, phông chữ và nhiều đặc

Trực tiếp trên Blog



Tùy chỉnh

Chỉnh sửa HTML

Điện thoại di  
động



Rất nhiều trang web có mẫu Blogger Miễn phí:



<http://btemplates.com>

<http://dhetemplate.com>

<http://soratemplates.com>

Bạn có thể xem Blog của tôi

<http://richdadloc.blogspot.com>

Bạn có thể trả tên miền của bạn về Blog đã tạo như Blog cá  
nhân của con gái tôi: <http://www.hienanh.com/>

## 2. Sử dụng Wordpress.com để tạo ra Blog

Bạn vào <http://www.wordpress.com/> để đăng ký tài khoản và  
dễ dàng tạo ra Blog.



Blog là một ví dụ điển hình về giá trị của nội dung, minh chứng cho câu : “**Content is King**”. Ngày nay blog có thể phát triển ở nhiều lĩnh vực khác nhau. Blog có thể là một bài review. Blog có thể là một câu chuyện, một câu chuyện thành công hay một câu chuyện thất bại mà từ đó chúng ta học được điều gì đó trong cuộc sống. Blog có thể là sự đánh giá về các nhà hàng, các món ăn mà chúng ta ưa thích. Blog là đánh giá về những người nổi tiếng, những ban nhạc nổi tiếng. Blog là những quan điểm về kinh tế, chính trị, xã hội. Blog là những bài viết nói về xu hướng của công nghệ, thời trang, ẩm thực, du lịch. Những người viết blog được gọi là blogger.

Họ rất chú trọng vào những nội dung chuyên sâu, thường là những kinh nghiệm của họ, họ chia sẻ về những bí quyết, những trải nghiệm, chia sẻ những vấn đề liên quan đến thị trường chung dưới góc độ mà một chuyên gia.

Ngày nay thì blog thường viết trên những nền tảng như blogger, wordpress hoặc cao hơn nữa họ sử dụng những nền tảng công nghệ cao hơn từ website, tuy nhiên với những người bình thường thì tôi cũng khuyên chúng ta nên sử dụng blogger và wordpress, vì đó là những nền tảng công nghệ gần nhất với chúng ta.

Chúng ta có thể truy cập vào blogger.com hoặc wordpress.com và chúng ta có thể sử dụng bản online. Đối với blog cái quan trọng nhất là nội dung, nội dung là chất lượng, ngoài ra thì blog không chỉ là một kênh marketing tuyệt vời để đăng tải nội dung lên website và có lượng người truy cập mà blog còn giúp chúng ta tăng tính nhận diện, nhận diện thương hiệu của doanh nghiệp. Blog có thể giúp chúng ta đẩy lượng traffic vào các hệ thống khác nhau và chính blog cũng có thể kiếm được tiền. Nếu blog của chúng ta có lượng truy cập nhiều, chúng ta hoàn toàn có thể kiếm tiền từ các banner quảng cáo, google adsense.



## 20 cách tạo ra nội dung hấp dẫn cho Blog của bạn

- Biên dịch những bài viết hay từ 10 blog ưa thích nhất trong lĩnh vực của bạn
- Hỏi ý tưởng từ những người bạn: Online, Offline và Blogger khác
- Hỏi độc giả của bạn bằng mẫu Feedback
- Phỏng vấn một ai đó liên quan đến chủ đề bạn định viết
- Để người khách có thể viết nội dung trên Blog của bạn
- Viết về những case study tốt nhất
- Viết về những case study dở nhất và bạn học được những gì
- Review một cái gì đó: Sản phẩm dịch vụ mà bạn thích hoặc không thích
- Chia sẻ thành công của bạn
- Chia sẻ thất bại của bạn và những gì bạn học được
- Viết về những người nổi tiếng: Diễn viên, ca sĩ, cầu thủ bóng đá....
- Viết về những anh hùng, doanh nhân mà bạn yêu mến
- Đi dạo để lấy ý tưởng về bài viết
- Xem một vở kịch để lấy ý tưởng bài viết
- Viết về những trải nghiệm của bạn qua các nhà hàng, món ăn, các tour

**Một số tiêu đề ví dụ viết Blog:**

**7 Thủ thuật** tăng Like thật Facebook nhanh mà hiệu quả

**Review Iphone 6** vừa sách tay về Việt Nam

**Liveshow The Voice Kids**, Đàm Vĩnh Hưng được “mùa”

**RichdadLoc** một lần quay ngược với quá khứ



Bạn có thể xem thêm mục Blog trên  
website <http://Richdadloc.com>

**PHÁT HÀNH 10.9.2014**



**280 TRANG  
Bản in ĐẸP**



**Lập kế hoạch Marketing Online**

**MỚI**

**10 chiến lược thành công với marketing online (chuyên sâu)**

**MỚI**

**8 Công cụ marketing online (Chuyên sâu)**

**MỚI**

**100 Kịch bản Marketing**

**MỚI**

**Xây dựng hệ thống Marketing online khép kín (Chuyên sâu)**

**MỚI**

**150.000 đ (Sách + DVD) chỉ 1000 khách hàng đầu tiên**

**ĐẶT MUA: 0988 33 0988**

**Tài khoản Gmail của tôi là**

- 1.....
- 2.....
- 3.....

**Landing page của tôi là**

- 1.....
- 2.....
- 3.....

**Tài khoản facebook của tôi là**

- 1.....
- 2.....
- 3.....

**Tài khoản Blogger của tôi là**

- 1.....
- 2.....
- 3.....



# Xây dựng hệ thống Marketing Online khép kín như thế nào?

T<sub>rước</sub> khi tôi bắt đầu chia sẻ về **hệ thống Marketing Online khép kín** tôi cần chắc chắn bạn đã hiểu về những điều quan trọng nhất trong kinh doanh Online đó là. **Con người, Sản phẩm và Marketing**

Marketing Online đã trở thành một công cụ đắc lực để các chủ website để có được khách hàng. Hoạt động Marketing tùy theo cấp độ kinh doanh, cấp độ sản phẩm và nhu cầu thị trường. Marketing Online đã chuyển mình từ hành vi mua hàng của khách hàng sang khách hàng thực sự. Để làm tốt Marketing Online điều đầu tiên bạn cần hiểu về THỊ TRƯỜNG và đặc biệt là TÂM LÝ khách hàng.

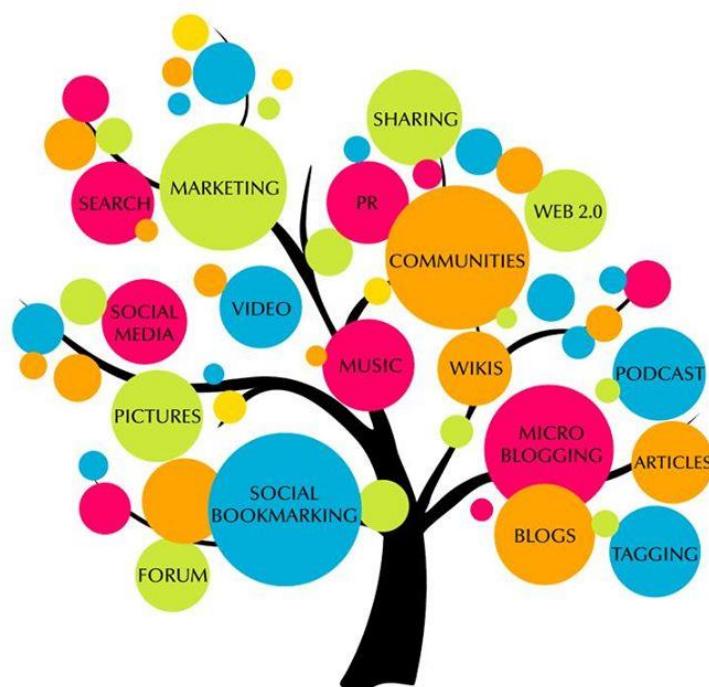
- *Nếu bạn đang là một sinh viên hay người đi làm mong muốn kiếm thêm thu nhập bằng việc bán quần áo, mỹ phẩm trên mạng thì công cụ Marketing đắc lực cho bạn là Facebook, Enbac, Muare, Sendo.*
- *Nếu bạn đang là một sinh viên hay người đi làm mong muốn kiếm thêm thu nhập bằng việc bán máy tính cũ, điện thoại cũ trên mạng thì công cụ Marketing đắc lực cho bạn là Facebook, Chotot, Nhattao, Vatgia*

- *Nếu bạn đang là một sinh viên hay người đi làm mong muốn kiếm thêm thu nhập bằng việc bán **Nội thất cũ, máy móc cũ** trên mạng thì công cụ Marketing đắc lực cho bạn là Google (SEO & Adwords), các diễn đàn và rao vặt (đặc biệt chotot)*
- *Nếu bạn đang là một sinh viên hay người đi làm mong muốn kiếm thêm thu nhập bằng việc cung cấp các dịch vụ của mình như: **Dịch vụ gia sư tại nhà, dịch vụ làm báo cáo thuế, dịch vụ sửa chữa máy tính, cài đặt win, vệ sinh tài nhà...** thì công cụ Marketing đắc lực cho bạn là Google (SEO & Adwords), các diễn đàn và rao vặt.*
- *Nếu bạn là chủ cửa hàng hay chủ doanh nghiệp phải thuê nhân viên và văn phòng làm việc thì hoạt động kinh doanh của bạn không chỉ là kênh đơn lẻ rời rạc. Bạn cần xây dựng cho mình một hệ thống Marketing khép kín để đảm bảo đối thủ sẽ khó vượt qua được bạn và bạn có lợi nhuận cao trong ngành.*

**Hệ thống Marketing khép kín mà tôi nghiên cứu bao gồm các thành phần sau:**

- **Mạng truyền thông xã hội:** Facebook, Youtube, Google+, Slideshare.net
- **Blog:** Wordpress, Blogger, Google Site
- **Website:** Website chính và các website vệ tinh (Subdomain hoặc website ngách)
- **PR Online:** Vnexpress, 24h, Dantri, VTV online...
- **Forum, Rao vặt:** Các diễn đàn, rao vặt có PR cao

- **Hỏi đáp:** Yahoo Answers, Google Giải đáp, Vật Giá hỏi đáp
- **Địa điểm:** Google Place for Business, Diadiem.com
- **Hình ảnh:** Flickr, Picasa
- **Công cụ tư vấn và chăm sóc khách hàng:** Getresponde và Subiz
- **Công cụ tiếp thị lại khách hàng:** ReMarketing (Google Display Network) và Retargeting (Facebook Ads)



## Cách thực hiện

- Tạo các tài khoản trên các kênh (Đồng bộ hóa Tài khoản)
- Có logo nhận diện và các hình ảnh của thương hiệu
- Kê khai thông tin đầy đủ trên các website

- Viết bài thường xuyên và liên tục (Có các đường link đẩy về website chính)
- SEO nhiều từ khóa: Từ khóa từ 30-50 từ, thậm chí nhiều hơn
- Liên tục đo lường và chuyển đổi khách hàng

# Những ví dụ điển hình ứng dụng marketing online thành công

## CASE STUDY: LAZADA

Công cụ Marketing chính: Google Display Networks, Facebook, Adwords... (Gần như kênh nào có lượng visitor lớn, Lazada đều quảng bá).



Lazada được biết đến như là một Amazon thứ hai của thế giới và nó cũng được mệnh danh là Amazon lớn nhất tại Đông Nam Á, một mô hình bán hàng thương mại điện tử với sự tăng trưởng bậc nhất trong khu vực. Lazada cung cấp sản phẩm đa dạng từ hàng điện tử, hàng tiêu dùng, mỹ phẩm, đến quần áo... tại 4 nước Indonesia, Malaysia, Philippines, Thái Lan và Việt Nam. Mua sắm trực tuyến hiện chỉ mới chiếm 1% doanh tổng doanh thu bán lẻ tại Đông Nam Á, khá bé nhỏ so với mốc 8% tại Trung Quốc và hơn 10% tại Mỹ, Anh. Thị trường Đông Nam Á rộng lớn với hơn 600 triệu người tiêu dùng đang là một kho tàng quý báu để Lazada khám phá và thâm nhập. Theo nguồn tin từ CNBC, trong

vòng 6 tháng đầu năm 2014, doanh thu của Lazada tăng hơn gấp đôi với hơn 1 triệu lượt truy cập mỗi ngày.

The screenshot shows the Lazada.co.id homepage with the following key features:

- Header:** Includes the Lazada logo, navigation links (Banluen, Konfirmasi Pembayaran, Status Order, Wishlist, Daftar, Login), a phone icon with number 021 28490200, a shopping cart icon with 'BANYAK PILIHAN dari berbagai brand', a delivery icon with 'PENGIRIMAN gratis\*', a warranty icon with 'GARANSI uang kembali', a Facebook like button ('Like 930K'), and a DailyVISA deals banner.
- Sidebar Promotions:**
  - FASHION WEEK:** From All Fashion Brands, June 19th - 26th.
  - PROMO & BLENDER:** Up to 32% off.
  - BEAUTY WEEK:** From All Beauty Brands, June 22nd - 28th.
- Search Bar:** Cari lebih dari 20000 produk unggulan.
- Categories:** Komppter & Laptop, Handphone & Tablet, Kamera, Peralatan Elektronik, Elektronik Rumah Tangga, Peralatan Rumah Tangga, Kesehatan & Kecantikan, Mainan & Bayi, Tas & Koper, Otomotif, Olahraga & Musik, Fashion & Aksesoris, MEGA PROMO.
- Center Content:**
  - SAMSUNG GALAXY MEGA Pre-Order:** 6.3 inch HD Super Clear LCD, Rp 5.499.000.
  - BANK MEGA:** GRATIS 1 bulan cicilan, Cicilan 0%, GRATIS Asuransi ADIRA Selama 6 bulan\*.
  - Dominos:** Samsung GALAXY Camera GC 100 WHITE, VISA Debit Rp 4.000.000,- EXTRA 10% CASHBACK, FREE MOBILE WI-FI INTERNET 1.2GB + perangkat for 6 months.
  - Smartfren Xtreem EV-DO:** 299.000, Disc. -13%.
  - SONY DSC-W730 - 16.1 MP:** 1.385.000.
- Bottom Section:**
  - PEN CAMERA EPI 6 - Mini DV:** Disc. -33%, 199.000.
  - Lazada Spesial:** BlackBerry Smarfrien 9330 - Hitam/Metalik, Denpoo DT-022D Pemanggang Roti, Mini DV Kamera - Maks. 5 MP - Hitam, Samsung Galaxy Tab 2 7.0 Espresso WiFi P3110, Fujifilm FinePix S2980 - 14 MP - Hitam + Tas.

Lazada có những mẫu thiết kế gần như hoàn hảo cho việc, các đợt giảm giá khủng đậm ngay vào mắt khách hàng, các con số giảm giá 30% -50% luôn thu hút được các lượt click khi đi kèm với các hình ảnh, mẫu mã đẹp mắt.

Lời kêu gọi hành động XEM NGAY thôi thúc khách hàng click chuột để được nhận sản phẩm với giá khuyến mãi trong mùa World Cup.



Với các đợt giảm siêu khủng lazada thông báo cho khách hàng giảm trung bình 30%-50% hay những ưu đãi khủng với các voucher giảm giá. Đối với khách hàng, đó là những chiến dịch quảng cáo siêu khủng.



Lazada còn sở hữu hệ thống Logistic hoàn hảo. Lazada đảm bảo giao hàng nội thành 24h và khác tỉnh trong 3-4 ngày, hệ thống quản lý kho hàng bằng công nghệ mới nhất và kết nối với hệ thống website đảm bảo thông suốt tất cả các khâu. Mô hình này lazada áp dụng giống như amazon, trong khi ngay cả vatgia cũng đang chật vật trên con đường này.

## CASE STUDY: CHOTOT.VN

Công cụ Marketing chính: Google Display Networks, Facebook, Adwords, Truyền hình... (Gần như kênh nào có lượng visitor lớn, Chotot.vn đều quảng bá).



Theo số liệu từ Comscore, hiện Việt Nam có 5 website rao vặt trực tuyến lớn nhất, trong đó Chotot.vn đang chiếm vị trí quán quân. Tính theo số lượng khách truy cập duy nhất (unique visitors), ChợTốt.vn đã có hơn 2 triệu người , gấp đôi so với website ở vị trí thứ hai.

Ở ChợTốt.vn, bạn sẽ tha hồ thể hiện khả năng rao hàng, đưa ra những lời mời gọi mua hàng ấn tượng, ngẫu hứng và sáng tạo miễn là không được vi phạm thuần phong mỹ tục, để tăng thêm độ hot và sự hấp dẫn cho món hàng. Bạn sẽ thường xuyên được bắt gặp những câu chào hàng rất đời thường và thân thuộc.



NẾU CÓ 100K, BẠN SẼ MUA GÌ?

Chợ Tốt.vn  
CHỢ CỦA NGƯỜI VIỆT



VÀ ĐÔI KHI THÀNH CÔNG ĐƠN GIẢN CHỈ LÀ...

## **Yêu thích trẻ con**

### **KÊNH MARKETING CHÍNH LÀ SEO, GOOGLE DISPLAY NETWORKS**

---

**Phạm Quang Tiến (Học viên ONNET)** – Sinh năm 1983, được biết đến như một doanh nhân thành đạt. Anh bắt đầu với website Shoptretho.com.vn vào những năm 2010. Bằng sự linh hoạt và nền tảng công nghệ. Sau 4 năm, anh đã đưa Shoptretho.com.vn trở thành một website TOP 500 của Việt Nam, anh mở được chuỗi cửa hàng về trẻ em tại Hà Nội và TP HCM.



## **Yêu thích món ăn**

### **KÊNH MARKETING CHÍNH LÀ CONTENT MARKETING**

---

**Đặng Thanh Hường (Học viên ONNET)** – Sinh năm 1984, sau khi làm nhiều công việc chưa tìm ra được công việc kinh doanh rõ ràng. Vào một ngày đẹp trời, Đặng Thanh Hường đến với ONNET và từ đó cô phát triển được ý tưởng kinh doanh nhà hàng theo một phong cách hết sức gần gũi và đầy tinh tế.



## **Yêu thích chia sẻ Video**

### **KÊNH MARKETING CHÍNH LÀ YOUTUBE**

**Nguyễn Khánh Phương (Học viên ONNET)** – Sinh năm 1992, được biết đến như một chuyên gia Youtube vì anh có niềm đam mê với chia sẻ Video. Anh lập các kênh Youtube để chia sẻ những Video như: Thời trang, công nghệ, văn hóa, giải trí... và anh có thể kiếm tiền với nó đều đặn hàng tháng.



**Yêu thích bán máy tính cũ**

**KÊNH MARKETING CHÍNH LÀ CHOTOT.VN**

---

**Nguyễn Đức Mạnh (Học viên ONNET)** – Sinh năm 1993 được biết đến như một chuyên gia về Laptop bởi anh có niềm đam mê kinh doanh máy tính ngay từ nhỏ. Anh bắt đầu với công việc này từ năm 2013, và cho đến nay đã tạo được thu nhập hàng trăm triệu đồng mỗi tháng và giúp đỡ được 5-7 bạn sinh viên khác có thêm thu nhập.



## **Yêu thích nghề Dược**

### **KÊNH MARKETING CHÍNH LÀ BLOG, WEBSITE**

---

**Cô Cao Thu Hương (Học viên ONNET)** – Tuổi cũng đã cao nhưng cô và người bạn đời của cô vẫn quyết tâm đến với các khóa học để mang đến những kiến thức nhằm chia sẻ cho người Việt về lĩnh vực Dược. Hàng ngày loay hoay với việc làm nội dung. Sau gần 2 năm gia nhập với nó, cô Cao Thu Hương đã được biết đến như một Maketer không chỉ chia sẻ được kiến thức cho rất nhiều người bệnh mà đã tạo được doanh thu không chỉ cho cô chú mà nhiều bạn trẻ khác.



# Hành trình 30 ngày Marketing Online

## Công cụ chuẩn bị:

- Website hoặc Landing Page
- Sản phẩm, nguồn hàng
- Tài khoản Gmail.com, Facebook.vn, Getresponde.com
- Có Fanpage cộng đồng
- Có tài khoản Visa hoặc Master ở các Ngân hàng như Vietcombank, Techcombank, HSBC, ACB...

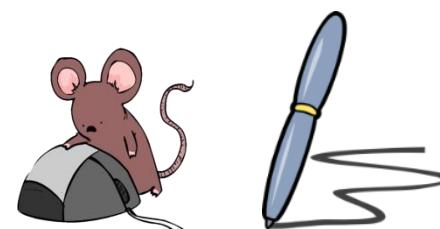
Tuần 1	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tìm nguồn hàng, phân tích sản phẩm, lợi thế cạnh tranh</li><li>• Thiết lập đội nhóm vận hành (cơ bản nhất)</li></ul>
Tuần 2	<ul style="list-style-type: none"><li>• Đăng tải sản phẩm lên website, Landing Page</li><li>• Viết nội dung cho website bán hàng</li></ul>
Tuần 3	<ul style="list-style-type: none"><li>• Thiết lập tài khoản Facebook</li><li>• Thiết lập tài khoản Google Adwords</li><li>• Thiết lập hệ thống Email Marketing Optin</li><li>• Thiết kế mẫu quảng cáo (Hình ảnh, text)</li></ul>
Tuần 4	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vận hành quảng cáo</li><li>• Vận hành tư vấn khách hàng mua hàng</li><li>• Vận hành xử lý đơn hàng</li></ul>



## Hành trình Marketing Online của bạn là:

.....

	Thứ 2	Thứ 3	Thứ 4	Thứ 5	Thứ 6	Thứ 7/CN
Tuần 1						
Tuần 2						
Tuần 3						
Tuần 4						

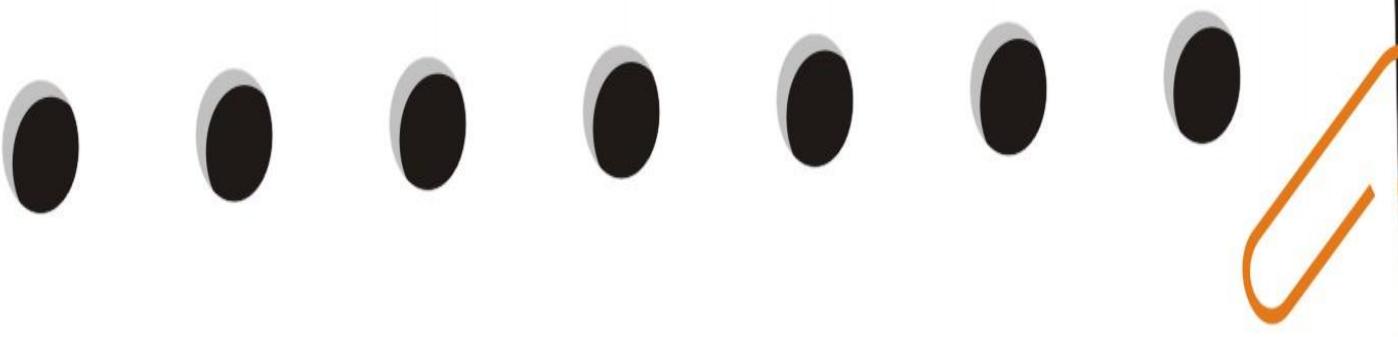




## THAY LỜI KẾT

Sau khi đọc xong cuốn sách này tôi tin rằng bạn đã có được những nền tảng kiến thức về Marketing Online để có thể coi nó như hành trang dẫn bạn đến con đường thành công trong công việc kinh doanh trên Internet. Tuy nhiên thành công sẽ chỉ đến với những con người thực sự khao khát, thực sự đam mê, dám ước mơ và dám dấn thân, dám hy sinh vì điều mà mình mơ ước.

Như ông tổ của quảng cáo hiện đại David Ogilvy từng nói: “Nếu bạn có một ý tưởng thực sự lớn, chiến thuật kém cỏi không giết chết ý tưởng đó được. Nhưng nếu bạn không có ý tưởng lớn, chiến thuật tốt cũng chẳng có ích gì” (If you have a truly big idea, the wrong technique won’t kill it. If you don’t have a big idea, the right technique won’t help you). Để có được thành công trên Internet bằng Marketing Online, bạn phải thực sự dám thay đổi, dám sáng tạo, dám phấn đấu.



Hãy mạnh dạn bước chân ra khỏi an toàn của mình, hãy đừng chấp nhận những chuỗi ngày tẻ nhạt mà mình đang đi, hãy mong muốn làm được một điều gì đó lớn lao hơn, vượt ra khỏi tiếng nói nhỏ trong bạn, vượt ra khỏi những thứ tầm thường trong bạn vì trong mỗi con người đều có những giấc mơ ngông cuồng, giấc mơ đang ngủ yên nhưng cũng đang sục sôi muôn trỗi dậy để bứt phá. Có một câu nói mà tôi đã từng nghe: Tất cả chúng ta đều sinh ra với tấm thân trần trụi, thế nên đừng sợ thất bại mà hãy luôn hướng đến phía trước, thế nên đừng đọc xong cuốn sách này để rồi cất nó vào trong một góc nhỏ bé nào đó trong ngôi nhà của bạn mà hãy ngay lập tức hành động. Hãy nghĩ ra một ý tưởng điên rồ nào đó, vượt qua những gì người khác nghĩ rằng bạn có thể làm được, hãy đi tìm một người thầy, đi tìm những bằng hữu cùng chí hướng với bạn, hãy tìm một sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn muốn mang đến cho người khác, hãy lập các tài khoản mà bạn cần, hãy sử dụng các công cụ mà tôi đã chia sẻ với bạn. Và cuối cùng là hãy đi vào trong cơn bão thị trường khốc liệt kia để vượt qua và tận hưởng cảm giác của người chiến thắng.

**PHÁT HÀNH 10.9.2014**



**280 TRANG  
Bản in ĐẸP**



Lập kế hoạch Marketing Online

MỚI

10 chiến lược thành công với marketing online (chuyên sâu)

MỚI

8 Công cụ marketing online (Chuyên sâu)

MỚI

100 Kịch bản Marketing

MỚI

Xây dựng hệ thống Marketing online khép kín (Chuyên sâu)

MỚI

**150.000 đ (Sách + DVD) chỉ 1000 khách hàng đầu tiên**

**ĐẶT MUA: 0988 33 0988**

Các kênh Marketing Online giúp tăng DOANH THU ●

5 bước để có một HỆ THỐNG Marketing Online thành công ●

Được TÀI TRỢ 100% học phí + Môi trường học chuyên nghiệp ●



Huấn luyện trực tiếp bởi

ĐINH VĂN LỘC (RichdadLoc)

CEO ONNET - Chuyên gia Internet Marketing



Internet  
**MARKETING.vn**

\$ KinhdoanhInternet.vn



## TRÊN 1000 HỌC VIÊN ĐÃ THAM GIA



ĐĂNG KÝ

Truy cập NGAY  
**ONNET.EDU.VN/OMM**

## CÔNG TY CỔ PHẦN ONNET

Add: Tầng 10, tòa nhà Hapulico Complex, số 1 Nguyễn Huy Tưởng, Thanh Xuân, Hà Nội

Tel: 04. 7307 6868 \* Fax: 04. 7307 8686

Email: contact@onnet.com.vn

Website: onnet.com.vn onnet.edu.vn, internetmarketing.vn, kinhdoanhinternet.vn



HOTLINE: 0988 33 0988 - 012 868686 99