

3.Lập kế hoạch tiếp thị điện tử cho ngành học của anh/chị trong kỳ thi tuyển sinh đại học năm học 2023 – 2024

Để lập kế hoạch tiếp thị điện tử hiệu quả cho ngành học kinh doanh quốc tế của chúng em trong kỳ thi tuyển sinh đại học năm học 2023-2024, em sẽ:

Bước 1: Phân tích thị trường:

- ✓ **Khách hàng:** lứa tuổi từ 16-18, đang trong giai đoạn chọn lựa ngành học phù hợp
- ✓ **Đối thủ cạnh tranh:** các trường đại học trong cùng Thành phố
- ✓ **Các yếu tố khác tác động đến doanh nghiệp:** nhu cầu của khách hàng, nhiều

hình thức quảng cáo điện tử phát triển hơn, học phí, cơ sở vật chất tại trường

Bước 2 Xác định Thị Trường Mục Tiêu:

- **Tiến hành điều tra khách hàng quen thuộc, tham gia trả lời phản hồi trực tuyến:**
 - ✓ Tiến hành khảo sát về nguyện vọng và chuyên ngành mà sinh viên mong muốn hướng đến
 - ✓ Trả lời tin nhắn góp ý, bình luận tiêu cực lẫn tích cực của sinh viên khi đang phân vân về ngành học
 - ✓ Phân tích lợi thế về ngành học
- **Phân tích cạnh tranh:**
 - ✓ Khảo sát thị trường của các trường Đại học khác
 - ✓ Xem mong muốn môi trường Đại học mà sinh viên muốn hướng đến
- **Theo dõi khách hàng truy cập:**
 - ✓ Thống kê mỗi tuần số lượng khách hàng ra vào web Trường đại học của mình
 - ✓ Trò chuyện trực tiếp với sinh viên trên các live stream các nền tảng xã hội

Bước 3: Mục tiêu cho tiếp thị ngành học

- ✓ Tăng số lượng sinh viên nộp hồ sơ học bạ nhiều hơn 20% so với cùng kì năm trước

Mở rộng quy mô số lượng tuyển sinh

- ✓ Đem lại trải nghiệm học tập tốt hơn cho sinh viên trong trường hiện tại, nhằm thu hút lượng sinh viên vào học tại trường mình nhiều hơn

Bước 4: Xác định mục tiêu

- ✓ **Xác định mục tiêu và đối tượng khách hàng:** Điều này giúp bạn biết rõ đối tượng khách hàng của mình là ai, cần gì, thích gì, từ đó đưa ra các chiến lược marketing phù hợp.
- ✓ **SEO website:** Tối ưu hóa website để tăng cường sự hiển thị của website của bạn trên các công cụ tìm kiếm như Google.

- ✓ **Quảng cáo Google Adwords:** Sử dụng Google Adwords để quảng bá dịch vụ của bạn trên các kênh khác nhau, thu hút khách hàng mới.
- ✓ **Chăm sóc Khách hàng:** Tạo ra chiến lược chăm sóc khách hàng đầy đủ, tạo sự kết nối giữa khách hàng và nhà cung cấp, giải quyết các thắc mắc, tăng cường sự trung thực của khách hàng.
- ✓ Những bước trên sẽ giúp bạn xây dựng và triển khai chiến dịch marketing điện tử cho ngành học

Bước 5: Thiết kế kế hoạch hành động

- Phân bổ công việc đều cho mọi thành viên
- Xây dựng web tiếp thị cần chú ý những điểm sau
 - ✓ Tiết kiệm chi phí nhân sự
 - ✓ Tải trang web nhanh hơn
 - ✓ Graphics & Thông tin chuyên nghiệp hơn
 - ✓ Outsourcers hiểu luật Copyright
 - ✓ Đăng ký trang web với công cụ tìm kiếm
 - ✓ Sử dụng thẻ meta, từ khóa và các thẻ HTML
- Tick: Liên kết tới những website miễn phí
- ✓ Kết hợp trang web Địa chỉ trên tất cả các media
- ✓ Xem xét Banner quảng cáo

Bước 6: Phát triển ngân sách Ngân sách triển khai:

Quỹ ban đầu để hỗ trợ một trang web đến từ vốn tài trợ của nhà trường

Bước 7: Phát triển kế hoạch đánh giá:

Nhận thức: Đo lường truy cập và impression

Thái độ: Đánh giá yêu thích phản hồi của sinh viên đang theo học tại trường Doang nghiệp sẽ sử dụng AOV và LTV

Giao dịch: đo lường lượt truy cập, lưu lượt trang web

3. Phân tích các bước lập kế hoạch e marketing cho thương hiệu sản phẩm, thương hiệu... ABC (đề thi chỉ định 1 sản phẩm cụ thể, các ý chỉ gạch đầu dòng)

Các bước lập kế hoạch e marketing cho thương hiệu mỹ phẩm:

***B1: Xác định đối tượng tiếp cận.** + Phái nữ từ 18 – 40 tuổi

+ Người dân sinh sống và làm việc ở Việt Nam. Đặc biệt là người dân sống và làm việc tại các thành phố lớn trên cả nước như là Hồ Chí Minh và Hà Nội

+ Là những bạn trẻ: chưa có nhiều kiến thức về mỹ phẩm và làm đẹp, đang có nhu cầu tìm nơi tư vấn cách làm đẹp, trang điểm, cách sử dụng mỹ phẩm

***B2: Liệt kê các điểm khác biệt.** + Đội ngũ có kiến thức chuyên môn và nhiều kinh nghiệm + Website và fanpage được xây dựng bài bản cả hình thức và nội dung

+ Luôn có hoạt động khuyến khích chia sẻ, thảo luận,...

***B3: Bắt tay xây dựng các kênh tiếp cận khách hàng.**

1. Website: Định hướng giao diện trẻ trung, phù hợp với giới trẻ, nội dung cập nhật thường xuyên chia sẻ những mẹo vặt hữu ích liên quan đến làm đẹp, trang điểm, mỹ phẩm
Website giới thiệu hoạt động, sản phẩm công ty, cung cấp thông tin hữu ích liên quan đến sản phẩm
Thích ứng thiết bị di động
Có chức năng hỗ trợ trực tuyến
Tích hợp mua hàng trực tuyến, thiết kế trực quan sinh động
Tích hợp chia sẻ mạng xã hội
 2. Xây dựng fanpage facebook
Văn phong gần gũi, tự nhiên
Nội dung chia sẻ những trải nghiệm thực tế của người dùng sản phẩm
Hình ảnh thực tế, màu sắc đẹp, rõ ràng, dễ hiểu và bổ ích
Chia sẻ các kinh nghiệm hữu ích, cập nhật các xu hướng làm đẹp
 3. Tăng sự hiện diện bằng quảng cáo google ads, facebook
 - Quảng cáo google là thật sự cần thiết đối với sản phẩm của bạn, thử nghĩ xem khách hàng của bạn đang mong muốn tìm mua một sản phẩm mỹ phẩm của bạn trên internet mà lại không có sự xuất hiện của bạn, khách hàng sẽ rơi vào tay đối thủ của bạn
 - Với nội dung trên fanpage, sẽ thật phí phạm khi bạn viết nội dung trên mạng xã hội mà không ai đọc. Hãy nghĩ ngay đến việc đem nội dung của bạn đến nhiều khách hàng mục tiêu hơn với việc quảng cáo facebook ads
 4. Instagram: là một kênh quảng bá cực kỳ phù hợp với sản phẩm mỹ phẩm làm đẹp
 5. Xây dựng kênh youtube chuyên nghiệp: để thu hút khách hàng
- *B4: Xây dựng nội dung hữu ích**
Nội dung mới lạ, thông tin thú vị hữu ích, hình ảnh đẹp, hấp dẫn lôi cuốn là một trong những yếu tố làm nên sự vượt trội trong việc bán hàng online

của bạn. Hãy thật sự chú ý đến việc nội dung hữu ích, thương hiệu mỹ phẩm của bạn sẽ được yêu thích hơn nhiều

2. Xây dựng bảng đặc tính nhóm khách hàng để e marketing cho sản phẩm .. ABC (đề thi chỉ định 1 sản phẩm cụ thể).

1. Độ tuổi: Theo độ tuổi, bạn có thể chia khách hàng thành các nhóm như trẻ em, thanh niên, người trung niên, người cao tuổi.
2. Giới tính: Theo giới tính, bạn có thể chia khách hàng thành các nhóm là nam và nữ.
3. Thu nhập: Theo mức thu nhập, bạn có thể chia khách hàng thành các nhóm là thu nhập thấp, thu nhập trung bình và thu nhập cao.
4. Vị trí địa lý: Theo vị trí địa lý, bạn có thể chia khách hàng thành các nhóm theo quốc gia, khu vực, thành phố hoặc khu vực đô thị.
5. Sở thích: Theo sở thích, bạn có thể chia khách hàng thành các nhóm là người yêu thích du lịch, người yêu thích thể thao, người yêu thích âm nhạc, người yêu thích mua sắm, vv.
6. Nhu cầu sản phẩm: Theo nhu cầu sản phẩm, bạn có thể chia khách hàng thành các nhóm là người cần mua sản phẩm để sử dụng, người cần mua sản phẩm để tặng, vv.
7. Thói quen mua hàng: Theo thói quen mua hàng, bạn có thể chia khách hàng thành các nhóm là người mua hàng trực tuyến thường xuyên, người mua hàng trực tuyến không thường xuyên, vv.
8. Trình độ học vấn: Khách hàng được phân loại theo trình độ học vấn của họ, ví dụ như trung học, đại học, sau đại học.
9. Tình trạng hôn nhân: Khách hàng được chia theo tình trạng hôn nhân của họ, ví dụ như độc thân, đã kết hôn, đã ly hôn.
10. Tính đa dạng văn hóa: Khách hàng được phân theo tính đa dạng văn hóa của họ, ví dụ như khách hàng người Mỹ, người Trung Quốc, người Ấn Độ,
11. Tính chất công việc: Khách hàng được phân theo tính chất công việc của họ, ví dụ như công việc văn phòng, công nhân, nông dân, vv.
12. Tính chất hoạt động: Khách hàng được chia theo tính chất hoạt động của họ, ví dụ như người thường xuyên đi du lịch, người thích thể thao, vv.
13. Tính chất sử dụng sản phẩm: Khách hàng được phân loại theo tính chất sử dụng sản phẩm, ví dụ như sản phẩm dùng trong gia đình, sản phẩm dùng trong công việc