

ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG CÔNG NGHỆ VÀ THIẾT KẾ
| KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN KINH DOANH



ĐỒ ÁN CUỐI KỲ

Chiến Lược Marketing Kỹ Thuật Số Cho

Sản Phẩm Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc Cholimex Food

Học phần: MARKETING KỸ THUẬT SỐ

Mã lớp học phần: 24C1INF50903201

Giảng viên hướng dẫn: TS. Nguyễn Thành Huy

Nhóm sinh viên thực hiện:

Trịnh Ngọc Các - 31221020331

Trương Công Lợi - 31221024758

Phân Tuấn Minh - 31221024762

Trần Ngọc Nghĩa - 31221024764

Lê Đình Phong - 31221025185

Tôn Ánh Tuyết - 33221020478

Hồ Chí Minh, ngày 31 tháng 10 năm 2024

Mục Lục

Mục Lục.....	1
Danh Mục Hình Ảnh và Bảng Biểu	4
1. Tổng Quan:	5
1.1. Công ty Cổ phần Thực Phẩm Cholimex:	5
1.2. Phân tích kinh doanh Cholimex Food:	5
1.2.1. Thị trường gia vị Việt Nam và tình hình hoạt động kinh doanh của Cholimex Food:	5
1.2.1.1. Yếu tố kinh tế:	5
1.2.1.2. Yếu tố văn hóa, xã hội:	6
1.2.1.3. Yếu tố công nghệ:	6
1.2.1.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của Cholimex Food:	6
1.2.2. Mô hình kinh doanh Canvas của Cholimex Food:	7
1.2.2.1. Đề xuất giá trị:	7
1.2.2.2. Phân khúc khách hàng:	8
1.2.2.3. Kênh phân phối:	8
1.2.2.4. Quan hệ khách hàng:	8
1.2.2.5. Nguồn doanh thu	8
1.2.2.6. Tài nguyên chính:	8
1.2.2.7. Hoạt động chính:	9
1.2.2.8. Đối tác chính:	9
1.2.2.9. Chi phí:	9
1.2.3. Phân tích SWOT:	9
1.2.4. Mục tiêu cuối cùng:	10
1.3. Phân tích đối thủ cạnh tranh:	11
1.3.1. Chin-su:	11
1.3.1.1. Về điểm mạnh:	11
1.3.1.2. Về điểm yếu:	11
1.3.1.3. Về các cơ hội:	11
1.3.1.4. Về các thách thức:	11
1.3.2. Ajinomoto:	12
1.3.2.1. Về điểm mạnh:	12
1.3.2.2. Về điểm yếu:	12

1.3.2.3. Về các cơ hội:	12
1.3.2.4. Về các thách thức:	12
1.3.3. Ofood:	13
1.3.3.1. Về điểm mạnh(Strength)	13
1.3.3.2. Về điểm yếu:.....	13
1.3.3.3. Về các cơ hội:	13
1.3.3.4. Về các thách thức:	13
1.4. Phân tích 4P cho sản phẩm Xốt ướp thịt kiểu Hàn Quốc:	13
1.4.1. Về khía cạnh sản phẩm:	13
1.4.2. Về khía cạnh giá:	14
1.4.3. Về khía cạnh xúc tiến:.....	14
1.4.4. Về khía cạnh phân phối:	15
2. Chiến Lược Marketing Kỹ Thuật Số:.....	16
2.1. Tổng quan chiến lược: 4% lợi nhuận sau thuế, thời gian 6 tháng.....	16
2.1.1. Khách hàng mục tiêu:	16
2.1.2. Phân bổ budget:.....	16
2.1.3. Phân bổ thời gian:	16
2.2. Các kênh Marketing và phương thức đánh giá hiệu suất:.....	16
2.2.1. Website:	16
2.2.1.1. Mô tả sơ lược về website:.....	16
2.2.1.2. Yêu cầu chung về các nội dung được đăng tải:	17
2.2.1.3. Phân bổ ngân sách:	17
2.2.1.4. Phương thức đánh giá:.....	17
2.2.2. Facebook:	18
2.2.2.1. Mục tiêu:.....	18
2.2.2.2. Yêu cầu bài đăng:	18
2.2.2.3. Phân bổ ngân sách:	19
2.2.2.4. Các thức đo lường:	19
2.2.3. Instagram:	19
2.2.3.1. Mục tiêu:.....	20
2.2.3.2. Yếu tố bài đăng:.....	20
2.2.2.3. Phân bổ ngân sách:	20

2.2.3.4. Cách thức đo lường:	20
2.2.4. TikTok:	21
2.2.4.1. Mục tiêu:	21
2.2.4.2. Yếu tố bài đăng:.....	21
2.2.4.3. Phân bổ ngân sách:	21
2.2.4.4. Đánh giá:.....	22
2.3. Kế hoạch triển khai chiến lược trên các kênh Marketing:	22
2.3.1. Website:	22
2.3.1.1. Giai đoạn Awareness:	22
2.3.1.2. Giai đoạn Consideration:	23
2.3.1.3. Giai đoạn Conversion:	24
2.3.2: Facebook:	25
2.3.2.1. Giai đoạn Awareness:	25
2.3.2.2. Giai đoạn Consideration:	26
2.3.2.3. Giai đoạn Conversion:	27
2.3.3: Instagram:	28
2.3.3.1. Giai đoạn Awareness:	28
2.3.3.2. Giai đoạn Consideration:	29
2.3.3.3. Giai đoạn Conversion:	30
2.3.4. Tiktok:	32
2.3.4.1. Giai đoạn Awareness	32
2.3.4.2. Giai đoạn Consideration	34
2.3.4.3. Giai đoạn Conversion.	36
3. Tổng Kết Về Chiến Lược:	38
Tài Liệu Tham Khảo.....	39
Phụ Lục	40

Danh Mục Hình Ảnh và Bảng Biểu

Hình 1. Biểu đồ kết hợp cột và đường thể hiện doanh thu và lợi nhuận giai đoạn 2020-2023	7
Hình 2. Mô hình Business Canvas của Cholimex Food.....	7
Hình 3. Ảnh minh họa hệ thống phân phối sản phẩm của Cholimex Food	15
Bảng 2.1. Timeline chi tiết cho chiến lược trên website Giai đoạn Awareness.....	22
Bảng 2.2. Timeline chi tiết cho chiến lược trên website Giai đoạn Consideration	23
Bảng 2.3. Timeline chi tiết cho chiến lược trên website Giai đoạn Conversion.....	24
Bảng 3.1. Timeline chi tiết cho chiến lược trên Facebook Giai đoạn Awareness	25
Bảng 3.2. Timeline chi tiết cho chiến lược trên Facebook Giai đoạn Consideration....	26
Bảng 3.3. Timeline chi tiết cho chiến lược trên Facebook Giai đoạn Conversion.....	27
Bảng 4.1. Timeline chi tiết cho chiến lược trên Instagram Giai đoạn Awareness	28
Bảng 4.2. Timeline chi tiết cho chiến lược trên Instagram Giai đoạn Consideration ...	30
Bảng 4.3. Timeline chi tiết cho chiến lược trên Instagram Giai đoạn Conversion	31
Bảng 5.1. Timeline chi tiết cho chiến lược trên TikTok Giai đoạn Awareness	32
Bảng 5.2. Timeline chi tiết cho chiến lược trên TikTok Giai đoạn Consideration	34
Bảng 5.3. Timeline chi tiết cho chiến lược trên TikTok Giai đoạn Conversion	36

1. Tổng Quan:

1.1. Công ty Cổ phần Thực Phẩm Cholimex:

Công ty Cổ phần Thực Phẩm Cholimex, được thành lập vào năm 1983, là một trong những công ty hàng đầu tại Việt Nam trong lĩnh vực sản xuất và chế biến thực phẩm. Với hơn 40 năm kinh nghiệm, Cholimex đã xây dựng được thương hiệu uy tín và được biết đến rộng rãi với các sản phẩm đa dạng như nước chấm, gia vị, thực phẩm chế biến sẵn và các loại thực phẩm đông lạnh. Công ty có nhiều dòng sản phẩm nổi bật như nước mắm Cholimex, tương ớt Cholimex và bột ngọt. Cholimex không chỉ phục vụ thị trường nội địa mà còn xuất khẩu sản phẩm sang hơn 50 quốc gia trên thế giới, trong đó có các thị trường khó tính như Mỹ, châu Âu và Nhật Bản. Công ty cam kết mang đến sản phẩm an toàn và chất lượng cao, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế về an toàn thực phẩm. Cholimex cũng chú trọng đến việc áp dụng công nghệ hiện đại trong sản xuất, nâng cao quy trình kiểm soát chất lượng và bảo vệ môi trường. Đặc biệt, công ty luôn lắng nghe và nắm bắt nhu cầu của người tiêu dùng để phát triển sản phẩm mới, phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện đại. Với tầm nhìn phát triển bền vững, Cholimex không ngừng mở rộng quy mô sản xuất và đầu tư vào nghiên cứu, phát triển sản phẩm, góp phần nâng cao giá trị của ngành thực phẩm Việt Nam trên thị trường quốc tế.

1.2. Phân tích kinh doanh Cholimex Food:

1.2.1. Thị trường gia vị Việt Nam và tình hình hoạt động kinh doanh của Cholimex Food:

Trong thời gian vừa qua, các doanh nghiệp gia vị Việt Nam bắt đầu chú trọng hơn về ý định sản xuất công nghiệp, dẫn tới sự cạnh tranh quyết liệt giữa các doanh nghiệp Việt với các công ty đa quốc gia và các sản phẩm ngoại nhập. Chỉ trong một thời gian ngắn, nhiều doanh nghiệp thực phẩm đã đầu tư vào dây chuyền và máy móc thiết bị để nhảy vào cuộc đua tranh mới. Bên cạnh những sản phẩm gia vị thông dụng như bột ngọt, hạt nêm, nước mắm,..., các nhà sản xuất dần chuyển hướng sang phát triển các loại gia vị ướp và sốt chấm khác. Để đa dạng hóa sản phẩm, các hãng cung cấp nhiều dạng đóng gói cùng với nhiều hương vị khác nhau để khách hàng có thể dễ dàng lựa chọn theo nhu cầu. Theo đó, các hãng không chỉ cung cấp gia vị ở dạng bột, nhưng còn có dạng viên nén, sốt sệt,... với giá từ vài nghìn đồng đến vài chục nghìn đồng nhằm mở rộng đối tượng khách hàng từ bình dân đến cao cấp.

1.2.1.1. Yếu tố kinh tế:

Trích từ báo cáo cung cấp bởi Euromonitor năm 2022, thị trường gia vị Việt Nam mang tổng trị giá 33,5 ngàn tỷ đồng, với phân khúc sản phẩm nước chấm chiếm 64%. Theo báo cáo của Nielsen Việt Nam, tốc độ tăng trưởng bình

quân của thị trường gia vị Việt Nam trong giai đoạn 2016-2022 nằm trong khoảng từ 25-32% cho thấy tiềm năng phát triển của các doanh nghiệp trong thị trường.

Xét về các doanh nghiệp nói trên, Cholimex Food đứng trong top 4, theo sau Vedan, Ajinomoto và Masan; với doanh thu thuần nằm trong khoảng 2-4 ngàn tỷ đồng trong giai đoạn 2020-2022. Theo ban lãnh đạo của Cholimex Food, khoảng 70% doanh thu của doanh nghiệp đến từ thị trường trong nước với nguồn thu chủ yếu đến từ tương ớt, tương cà, nước tương và nước mắm. Ngoài các sản phẩm nước chấm, Cholimex Food cũng thể hiện sự “đa dạng hóa” thông qua các sản phẩm “Xốt bò kho”, “Xốt bún bò”, “Xốt ướp thịt xá xíu”,... và sản phẩm mới nhất mang tên “Xốt ướp thịt kiểu Hàn Quốc”.

Mặc dù đây không phải là nhóm hàng chủ lực, gia vị xốt ướp cho thấy mức tăng trưởng ổn định từ 20% đến 30% mỗi năm tại các siêu thị lớn, minh chứng cho tiềm năng phát triển mạnh mẽ.

1.2.1.2. Yếu tố văn hóa, xã hội:

Bản sắc văn hóa của dân tộc Việt Nam rất đa dạng và phong phú, lấy những yếu tố về thủ công, lao động, hiếu học và cộng đồng làm đặc trưng; đặc biệt, yếu tố về giá trị gia đình mang tầm quan trọng và được tôn trọng khắp đất nước Việt Nam. Dễ thấy rằng, những bữa cơm gia đình luôn được đề cao; và cùng với sự phát triển của xã hội, nhu cầu cải thiện đời sống, việc nâng cao chất lượng và vệ sinh của bữa ăn được quan tâm nhiều hơn. Nhiều người tiêu dùng sẽ có nhu cầu đa dạng hóa món ăn, tìm kiếm những hương vị mới, độc đáo hơn nhưng cũng muốn sự tiện lợi và an toàn sức khỏe trong việc chế biến và thưởng thức các món ăn.

1.2.1.3. Yếu tố công nghệ:

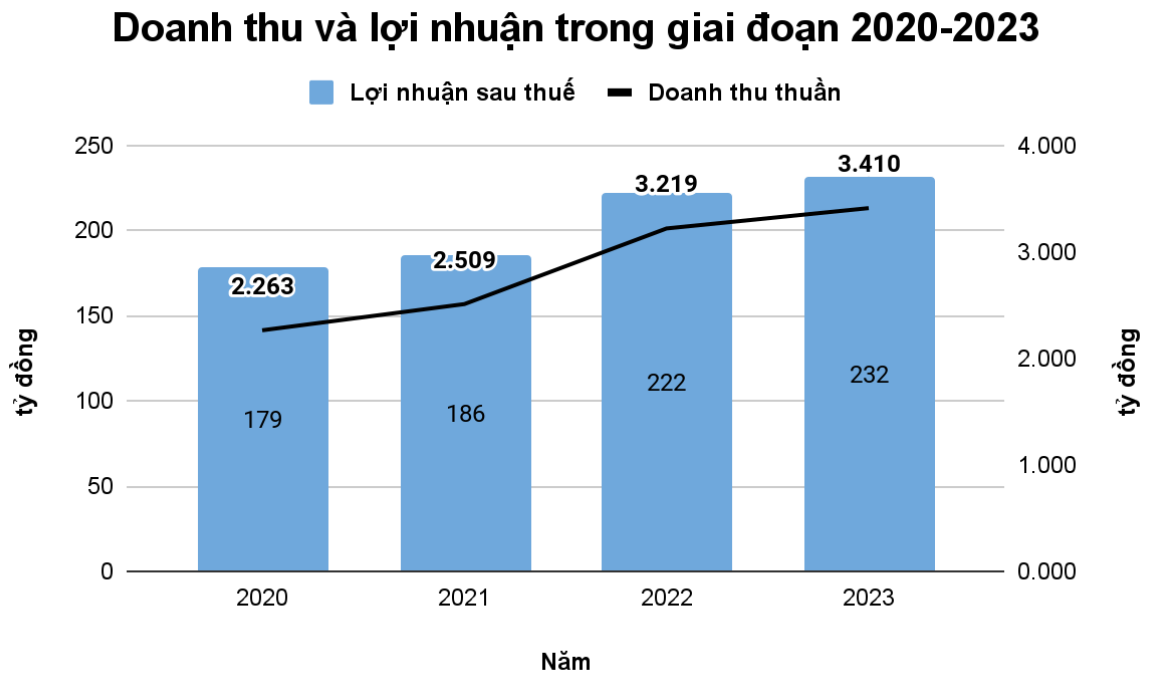
Sự phát triển về hình thức sản xuất gia vị thể hiện qua sự xuất hiện của các phương pháp, công cụ mới, giúp tăng hiệu suất trồng trọt, chế biến gia vị từ đó cho phép gia tăng cao hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp trong thị trường. Tuy nhiên, sự phát triển của công nghệ 4.0 cũng cho phép nhiều cách thức quảng bá thương hiệu, sản phẩm, giúp thu hút nhiều khách hàng hơn đến với các sản phẩm gia vị mới lạ, chẳng hạn, những hình thức như xúc tiến sản phẩm gia vị thông qua các video, blog về công thức món ăn và hướng dẫn chế biến món ăn.

1.2.1.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của Cholimex Food:

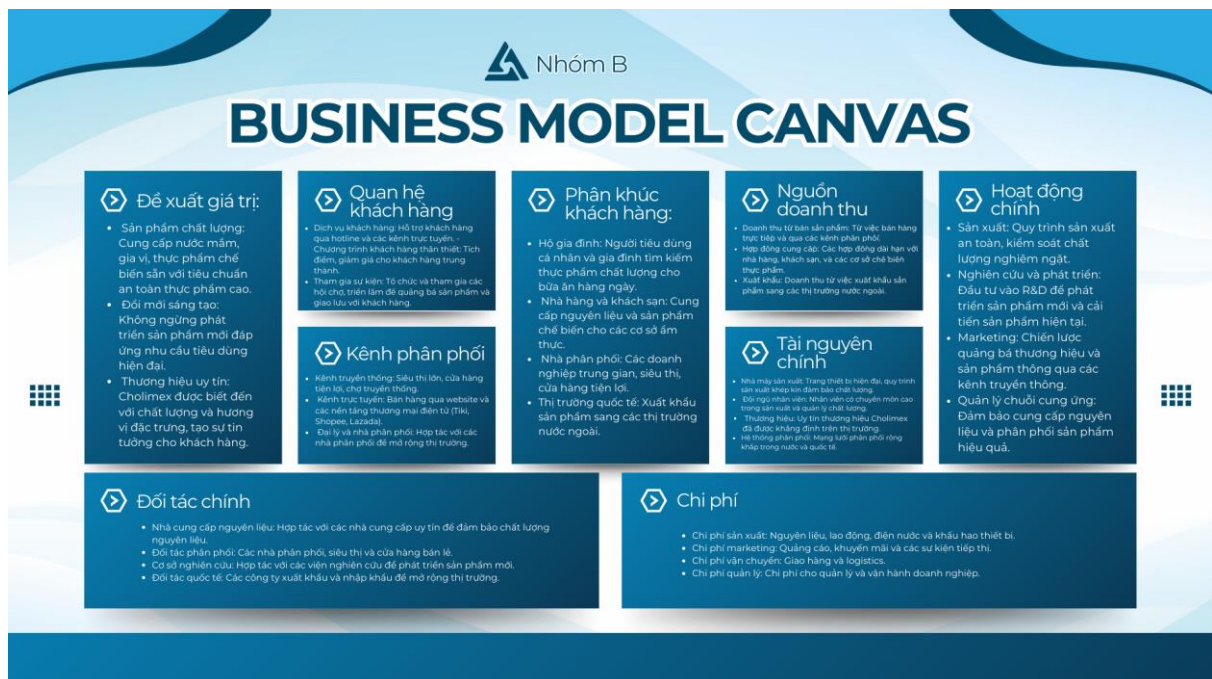
Về quy mô kinh doanh, Cholimex Food có hơn 120 nhà phân phối và 100 ngàn quầy hàng bán lẻ trên toàn quốc, cho thấy quy mô phân phối rộng rãi trong khu vực Việt Nam nói riêng, quốc tế nói chung. Xét về khía cạnh tài chính, báo cáo tài chính ở các năm cho thấy tình hình kinh doanh của Cholimex Food có dấu hiệu tăng trưởng ổn định. Cụ thể, trong giai đoạn 2020-2023, Cholimex Food chứng kiến sự tăng trưởng liên tục về doanh thu và lợi nhuận. Với doanh thu thuần

tăng 33,63%, từ 2,3 ngàn tỷ đồng đến 3,4 ngàn tỷ đồng; lợi nhuận sau thuế tăng 22,87%, từ 179 tỷ đồng đến 232 tỷ đồng.

Hình 1. Biểu đồ kết hợp cột và đường thể hiện doanh thu và lợi nhuận giai đoạn 2020-2023



1.2.2. Mô hình kinh doanh Canvas của Cholimex Food:



Hình 2. Mô hình Business Canvas của Cholimex Food

1.2.2.1. Đề xuất giá trị:

- **Sản phẩm chất lượng:** Cung cấp nước mắm, gia vị, thực phẩm chế biến sẵn với tiêu chuẩn an toàn thực phẩm cao.

- **Đổi mới sáng tạo:** Không ngừng phát triển sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hiện đại.

- **Thương hiệu uy tín:** Cholimex được biết đến với chất lượng và hương vị đặc trưng, tạo sự tin tưởng cho khách hàng.

1.2.2.2. Phân khúc khách hàng:

- **Hộ gia đình:** Người tiêu dùng cá nhân và gia đình tìm kiếm thực phẩm chất lượng cho bữa ăn hàng ngày.

- **Nhà hàng và khách sạn:** Cung cấp nguyên liệu và sản phẩm chế biến cho các cơ sở ẩm thực.

- **Nhà phân phối:** Các doanh nghiệp trung gian, siêu thị, cửa hàng tiện lợi.

- **Thị trường quốc tế:** Xuất khẩu sản phẩm sang các thị trường nước ngoài.

1.2.2.3. Kênh phân phối:

- **Kênh truyền thống:** Siêu thị lớn, cửa hàng tiện lợi, chợ truyền thống.

- **Kênh trực tuyến:** Bán hàng qua website và các nền tảng thương mại điện tử (Tiki, Shopee, Lazada).

- **Đại lý và nhà phân phối:** Hợp tác với các nhà phân phối để mở rộng thị trường.

1.2.2.4. Quan hệ khách hàng:

- **Dịch vụ khách hàng:** Hỗ trợ khách hàng qua hotline và các kênh trực tuyến. - Chương trình khách hàng thân thiết: Tích điểm, giảm giá cho khách hàng trung thành.

- **Tham gia sự kiện:** Tổ chức và tham gia các hội chợ, triển lãm để quảng bá sản phẩm và giao lưu với khách hàng.

1.2.2.5. Nguồn doanh thu

- **Doanh thu từ bán sản phẩm:** Từ việc bán hàng trực tiếp và qua các kênh phân phối.

- **Hợp đồng cung cấp:** Các hợp đồng dài hạn với nhà hàng, khách sạn, và các cơ sở chế biến thực phẩm.

- **Xuất khẩu:** Doanh thu từ việc xuất khẩu sản phẩm sang các thị trường nước ngoài.

1.2.2.6. Tài nguyên chính:

- **Nhà máy sản xuất:** Trang thiết bị hiện đại, quy trình sản xuất khép kín đảm bảo chất lượng.

- **Đội ngũ nhân viên:** Nhân viên có chuyên môn cao trong sản xuất và quản lý chất lượng.

- **Thương hiệu:** Uy tín thương hiệu Cholimex đã được khẳng định trên thị trường.

- **Hệ thống phân phối:** Mạng lưới phân phối rộng khắp trong nước và quốc tế.

1.2.2.7. Hoạt động chính:

- **Sản xuất:** Quy trình sản xuất an toàn, kiểm soát chất lượng nghiêm ngặt.

- **Nghiên cứu và phát triển:** Đầu tư vào R&D để phát triển sản phẩm mới và cải tiến sản phẩm hiện tại.

- **Marketing:** Chiến lược quảng bá thương hiệu và sản phẩm thông qua các kênh truyền thông.

- **Quản lý chuỗi cung ứng:** Đảm bảo cung cấp nguyên liệu và phân phối sản phẩm hiệu quả.

1.2.2.8. Đối tác chính:

- **Nhà cung cấp nguyên liệu:** Hợp tác với các nhà cung cấp uy tín để đảm bảo chất lượng nguyên liệu.

- **Đối tác phân phối:** Các nhà phân phối, siêu thị và cửa hàng bán lẻ.

- **Cơ sở nghiên cứu:** Hợp tác với các viện nghiên cứu để phát triển sản phẩm mới.

- **Đối tác quốc tế:** Các công ty xuất khẩu và nhập khẩu để mở rộng thị trường.

1.2.2.9. Chi phí:

- **Chi phí sản xuất:** Nguyên liệu, lao động, điện nước và khấu hao thiết bị.

- **Chi phí marketing:** Quảng cáo, khuyến mãi và các sự kiện tiếp thị.

- **Chi phí vận chuyển:** Giao hàng và logistics.

- **Chi phí quản lý:** Chi phí cho quản lý và vận hành doanh nghiệp.

1.2.3. Phân tích SWOT:

Về điểm mạnh:

- Cholimex đã xây dựng được một thương hiệu mạnh mẽ, được người tiêu dùng tin tưởng.

- Có lượng khách hàng trung thành nhất định.

- Được khách hàng đánh giá cao qua video trên nền tảng mạng xã hội.

- Đội ngũ nhân viên có kinh nghiệm, có kiến thức tốt trong ngành thực phẩm.

- Có quy trình sản xuất hiện đại đáng ứng về vấn đề chất lượng cũng như vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Đa dạng sản phẩm với các thiết kế bao bì bắt mắt.

- Xuất khẩu ra nhiều thị trường nước ngoài.

Về điểm yếu:

- Chưa tận dụng tối đa công nghệ, thể hiện qua việc thiếu áp dụng các công cụ digital marketing hiện đại. Ngoài ra, xét về độ phủ trên mạng xã hội, Cholimex Food hiện tại chỉ thực hiện xúc tiến thông qua nền tảng Facebook và chưa tham gia vào các nền tảng như TikTok, Instagram,...
- Nội dung trên các kênh digital chưa đủ sức thu hút và giữ chân khách hàng.
- Hoạt động tiếp cận khách hàng theo xu hướng phổ biến hiện nay là livestream chưa phát triển.

Về các cơ hội:

- Xu hướng mua sắm trực tuyến ngày càng tăng do đó các đại lý bán lẻ dễ đưa sản phẩm tới khách hàng.
- Công nghệ sản xuất phát triển giúp tăng năng suất và hiệu quả cũng như tăng giá trị sản phẩm.
- Thị trường gia vị chưa bao giờ giảm nhiệt ở trong cũng như ngoài nước.
- Xu hướng ẩm thực Hàn Quốc tại Việt Nam tạo cơ hội cho sản phẩm “Sốt ướp thịt hàn quốc của Cholimex” phát triển.

Về các thách thức:

- Cạnh tranh gay gắt: Nhiều đối thủ trong ngành thực phẩm đang áp dụng digital marketing mạnh mẽ. (Barona, O’Food, Chin-su,..)
- Cần có những chiến dịch quảng bá với độ phủ sóng rộng rãi trong thị trường gia vị.
- Nâng cao chất lượng sản phẩm bằng cách hạn chế sử dụng các chất phụ gia không tốt vì xu thế khách hàng hiện nay đều đề cập tới vấn đề tốt cho sức khỏe.

Dựa vào phân tích SWOT trên, một chiến lược WO tiềm năng là tận dụng niềm tin thương hiệu đối với thị trường sẵn có và tăng cường đẩy mạnh quảng bá thương hiệu qua các nền tảng mạng xã hội để tiếp cận với nhóm khách hàng tiềm năng. Đẩy mạnh nắm bắt xu thế để có những bài viết hay và thu hút để khiến hàng lựa chọn dùng sản phẩm. Tương tự, một chiến lược ST tiềm năng là đẩy mạnh các chiến dịch về quảng bá sản phẩm để gần hơn với khách hàng, giúp khách hàng tiềm năng nhận diện được thương hiệu.

1.2.4. Mục tiêu cuối cùng:

Qua phân phân tích doanh nghiệp, Cholimex Food đang phát triển tốt trong thị trường gia vị Việt Nam, với những con số ấn tượng như doanh thu thuần 3,4 ngàn tỷ đồng và lợi nhuận thuần lên đến 232 tỷ đồng. Xét về yếu tố sản phẩm, hầu

hết các sản phẩm nước chấm của Cholimex đã có cho mình một sự hiện diện đáng để tâm với bằng chứng là những con số ở trên. Tuy vậy, việc nâng cao sự hiện diện cũng như cố tăng doanh thu của các sản phẩm nước chấm hiện nay là chưa tối ưu vì các đối thủ cạnh tranh đã và đang đẩy mạnh về mặt hàng này.

Vì lẽ đó, mục tiêu của Cholimex Food cho chiến dịch quảng bá nên là mặt hàng xốt ướp, cụ thể hơn là “Xốt ướp thịt kiểu Hàn Quốc”, trong bối cảnh mặt hàng vẫn chưa có sự tác động mạnh từ phía các đối thủ cạnh tranh cũng như việc sản phẩm vẫn đem lại giá trị đáng để tâm và tiềm năng cao như đã phân tích ở trên. Thêm vào đó, lối sinh hoạt hiện nay của người dân cũng đang tạo điều kiện cho sản phẩm này qua việc tăng trưởng hoạt động cắm trại, leo núi,...

1.3. Phân tích đối thủ cạnh tranh:

1.3.1. Chin-su:

1.3.1.1. Về điểm mạnh:

- Chin-su là một doanh nghiệp lâu đời cũng như độ nổi tiếng cao tuy nhiên Chinsu nổi tiếng không chỉ về độ nhận diện mà còn về chất lượng của sản phẩm.

- Nguồn nguyên liệu chất lượng cũng như đội ngũ nghiên cứu với chuyên môn cao.

1.3.1.2. Về điểm yếu:

- Sản phẩm của Chinsu thường sẽ cao giá hơn các mặt hàng cùng loại.
- Đối với mặt hàng sốt ướp, Chin-su chưa tạo ra các dạng hủ đựng cho nhiều lần xài mà chỉ đóng gói theo gói.

- Chin-su có thiên hướng cho ra các sản phẩm mang phong cách Nhật Bản hơn là Hàn Quốc.

1.3.1.3. Về các cơ hội:

- Với việc quảng bá sản phẩm mạnh mẽ trên các kênh truyền hình cũng như chương trình giải trí, Chin-su đang có tiềm năng lớn ở hai lĩnh vực truyền hình và youtube.

- Đẩy mạnh thương hiệu trên thị trường Nhật Bản.

1.3.1.4. Về các thách thức:

- Với một thị trường gia vị đầy tiềm năng, Chin-su có cho mình 3 đối thủ cạnh tranh lớn cùng những thương hiệu nhỏ khác cũng đang làm rất tốt ở một vài mặt hàng nên thương hiệu sẽ không dễ dàng để tạo ra mặt hàng mới.

Việc đẩy mạnh quảng bá các kênh truyền thông khác là vô cùng khó khăn.

1.3.2. Ajinomoto:

1.3.2.1. Về điểm mạnh:

- Ajinomoto là một thương hiệu uy tín, dễ nhận biết, có vị trí trong nhận thức thương hiệu của người tiêu dùng, là thương hiệu toàn cầu có mặt ở rất nhiều quốc gia trên 4 châu lục.

- Được biết tới nhiều trên kênh tiktok của công ty với 38 nghìn lượt theo dõi và 408 nghìn lượt thích.

- Sản phẩm có sẵn tại nhiều cửa hàng và siêu thị, dễ dàng tiếp cận người tiêu dùng ở nhiều phân khúc.

- Nhà máy sản xuất hiện đại, công ty áp dụng sử dụng công nghệ để khách hàng dễ tìm hiểu về nhà máy qua website của công ty

1.3.2.2. Về điểm yếu:

- Kênh xã hội Facebook chưa thật sự thu hút được sự chú ý của khách hàng.

- Sản phẩm có thể có giá cao hơn so với một số thương hiệu khác, có thể khiến một số khách hàng từ bỏ.

- Nhiều thương hiệu khác cũng cung cấp sản phẩm tương tự, làm giảm khả năng nổi bật.

- Hoạt động tiếp cận khách hàng theo xu hướng phổ biến hiện nay là livestream chưa phát triển

1.3.2.3. Về các cơ hội:

- Khai thác kênh TikTok để tạo ra các video hướng dẫn nấu ăn sáng tạo, giới thiệu về sản phẩm và công thức dễ làm, từ đó thu hút sự chú ý từ người tiêu dùng trẻ tuổi, những người đang tìm kiếm thực phẩm chế biến sẵn và tiện lợi...

- Tận dụng sức mạnh thương hiệu để hợp tác với các influencer trong lĩnh vực ẩm thực, giúp quảng bá sản phẩm một cách tự nhiên và tin cậy.

- Sử dụng đội ngũ chăm sóc khách hàng hiệu quả để tương tác và hỗ trợ khách hàng qua các nền tảng trực tuyến, giúp nâng cao trải nghiệm mua sắm và xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

1.3.2.4. Về các thách thức:

- Người tiêu dùng có thể sẽ có xu hướng chuyển sang tìm kiếm sản phẩm tự nhiên và hữu cơ, không chất bảo quản nên sẽ hạn chế mua các sản phẩm có sẵn của công ty. Hoặc cần phải điều chỉnh công thức sản phẩm để đáp ứng nhu cầu này.

- Tăng cường cạnh tranh từ các thương hiệu mới do các thương hiệu mới nổi có thể áp dụng các chiến lược marketing sáng tạo để thu hút khách hàng hoặc những chính sách khuyến mãi hấp dẫn hơn.

- Với sự bùng nổ của nội dung số cũng như mua hàng online, việc giữ chân người tiêu dùng trở nên khó khăn hơn.

1.3.3. Ofood:

1.3.3.1. Về điểm mạnh(Strength)

- Thương hiệu uy tín: O'Food được công nhận rộng rãi tại Hàn Quốc và quốc tế, nổi bật với sản phẩm như kimchi và tương ớt Gochujang.

- Chất lượng sản phẩm: Sử dụng nguyên liệu tự nhiên, đảm bảo an toàn và sức khỏe cho người tiêu dùng.

- Đa dạng sản phẩm: Cung cấp nhiều loại sản phẩm đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng(Kimchi, Gochujang, Tương đậu Doenjang, Nước sốt và gia vị, thực phẩm chế biến sẵn).

1.3.3.2. Về điểm yếu:

- Giá thành: Sản phẩm O'Food thường có giá cao hơn, có thể khó cạnh tranh ở thị trường bình dân.

- Phụ thuộc vào nguồn cung: Nếu có vấn đề với nguồn cung cấp ớt từ Hàn Quốc, sản xuất Gochujang có thể bị ảnh hưởng.

1.3.3.3. Về các cơ hội:

- Mở rộng thị trường: Có thể mở rộng sang thị trường Mỹ, nơi thực phẩm Hàn Quốc ngày càng được yêu thích. O'Food có thể tập trung vào các thành phố lớn với cộng đồng K-Culture.

- Xu hướng tiêu dùng: Ngày càng nhiều người tìm kiếm thực phẩm lên men tốt cho sức khỏe, như kimchi, được công nhận là tốt cho tiêu hóa phù hợp với xu hướng ăn uống lành mạnh.

1.3.3.4. Về các thách thức:

- Cạnh tranh mạnh: Các thương hiệu như CJ và Bibigo cũng mạnh trong lĩnh vực thực phẩm Hàn Quốc.

- Biến động kinh tế: Sự suy thoái kinh tế toàn cầu có thể ảnh hưởng đến sức mua của khách hàng.

1.4. Phân tích 4P cho sản phẩm Xốt ướp thịt kiểu Hàn Quốc:

1.4.1. Về khía cạnh sản phẩm:

Sản phẩm xốt ướp thịt kiểu Hàn Quốc của Cholimex được ra đời giúp cho làm những bữa ăn tại gia thêm phần phong phú và hấp dẫn như được du ngoạn đến phố ẩm thực nước bạn.

Những đặc điểm nổi bật của sản phẩm:

- **Tiện lợi:** Sản phẩm xốt ướp thịt Cholimex giúp người tiêu dùng tiết kiệm thời gian trong việc chuẩn bị gia vị và đảm bảo món ăn có hương vị chuẩn Hàn Quốc mà không cần phải pha chế phức tạp.

- **Đa dạng sử dụng:** Sốt có thể được dùng cho nhiều món ăn khác nhau, không chỉ giới hạn ở món nướng.

- **Hương vị Hàn Quốc:** Xốt ướp này tái hiện đúng phong cách và hương vị của các món nướng cay Hàn Quốc, rất thích hợp cho những người yêu thích ẩm thực Hàn nhưng không có thời gian chế biến cầu kỳ.

1.4.2. Về khía cạnh giá:

Sản phẩm xốt ướp thịt kiểu Hàn Quốc của Cholimex nằm trong phân khúc giá trung bình, phù hợp với đa số người tiêu dùng tại Việt Nam. Thương hiệu Cholimex đã khẳng định vị thế trên thị trường với các sản phẩm gia vị tiện lợi, chất lượng ổn định với lợi điểm giá cả phù hợp.

Xét cụ thể về các mức giá của sản phẩm, Cholimex Food cung cấp hai hình thức như sau:

- Gói 90g - Giá 12k:

Thích hợp cho người mới thử: Giá cả hợp lý, giúp người tiêu dùng dễ dàng trải nghiệm hương vị mới mà không cần đầu tư nhiều.

Dễ sử dụng: Gói nhỏ gọn, tiện lợi cho việc nấu nướng nhanh mà không cần bảo quản lâu.

- Hũ 190g - Giá 23k:

Lựa chọn tiết kiệm: Giá thành tính theo gram rẻ hơn so với gói 90g, rất phù hợp cho những ai thường xuyên sử dụng.

Bảo quản dễ dàng: Hũ lớn dễ dàng bảo quản và có thể sử dụng nhiều lần, thuận tiện cho gia đình.

So với các sản phẩm nhập khẩu từ Hàn Quốc, sản phẩm của Cholimex có giá rẻ hơn do không chịu các chi phí nhập khẩu và thuế quan. Điều này giúp sản phẩm dễ dàng tiếp cận hơn đối với người tiêu dùng Việt Nam.

1.4.3. Về khía cạnh xúc tiến:

Xét về các hoạt động xúc tiến, Cholimex Food thường xuyên tổ chức, tham gia cũng như tài trợ các chương trình và cuộc thi về ẩm thực nói chung và gia vị nói riêng. Nổi bật, Cholimex Food tham gia vào chương trình “ĐUÔI HÀNG VIỆT VỀ CÔN ĐẢO 2024” diễn ra vào đầu tháng 10 năm 2024 với các sản phẩm xốt ướp được xúc tiến mạnh. Đồng thời, Cholimex Food còn có hoạt động xúc tiến ra thị trường quốc tế, cụ thể là sự kiện triển lãm thực phẩm và thức uống “SIAL Shenzhen” diễn ra tại Trung Quốc vào đầu tháng 9.

Ngoài các hoạt động xúc tiến trực tiếp, Cholimex Food cũng tích cực đăng bài trên nền tảng Facebook về các sự kiện với sự có mặt của Cholimex Food cũng như các bài posts giới thiệu về những sản phẩm xốt ướp mới, gồm cả sản phẩm “Xốt ướp thịt kiểu Hàn Quốc”.

1.4.4. Về khía cạnh phân phối:

Cholimex Food đã cải thiện mô hình phân phối để tăng hiệu quả và giảm chi phí. Công ty cũng thâm nhập vào các chuỗi đồ ăn nhanh, nhà hàng để mở rộng kênh phân phối.

Hiện nay, sản phẩm có mặt ở 80.000 quầy bán lẻ, hơn 4.000 nhà hàng, chuỗi thức ăn nhanh và hơn 5.000 siêu thị trên toàn quốc, đồng thời xuất khẩu sang hơn 30 quốc gia, vùng lãnh thổ, vào được các chuỗi siêu thị nổi tiếng thế giới như Marks and Spencer (M&S) của Anh Quốc; COOP, MIGROS của Thụy sĩ; METRO, REAL của CHLB Đức; Auchan, CORA, CARREFOUR (Pháp).



Hình 3. Ảnh minh họa hệ thống phân phối sản phẩm của Cholimex Food

2. Chiến Lược Marketing Kỹ Thuật Số:

2.1. Tổng quan chiến lược:

2.1.1. Khách hàng mục tiêu:

Với vai trò đảm nhận việc nấu nướng trong gia đình, các bà nội trợ chính là đối tượng mà công ty hướng tới. Bên cạnh đó, sản phẩm cũng hướng tới nhóm người trẻ từ 18 đến 25 - những người dùng sản phẩm xốt ướp thịt cho những bữa picnic, BBQ với bạn bè của mình.

2.1.2. Phân bổ budget:

Sau khi xác định hướng đi của chiến dịch, cộng thêm những kinh nghiệm của các chiến dịch quảng cáo khác, nhóm quyết định sử dụng 4% lợi nhuận sau thuế vào chiến dịch marketing lần này và phân bổ vào 4 kênh truyền thông:

- + Facebook chiếm 40% tổng ngân sách chiến lược.
- + Website chiếm 30% tổng ngân sách.
- + Instagram chiếm 20% tổng ngân sách.
- + Tiktok chiếm 10% tổng ngân sách.

2.1.3. Phân bổ thời gian:

Chiến lược gồm ba giai đoạn: Awareness, Consideration và Conversion. Để có thể quản lý tốt các vấn đề phát sinh trong quá trình triển khai chiến lược, nhóm quyết định chọn mốc thời gian từ 5-6 tháng và sẽ được phân bổ như sau:

- + Giai đoạn Awareness kéo dài 1 tháng.
- + Giai đoạn Consideration kéo dài từ 2-3 tháng.
- + Giai đoạn Conversion kéo dài 2 tháng.

2.2. Các kênh Marketing và phương thức đánh giá hiệu suất:

2.2.1. Website:

Đối với chiến lược trên website của Cholimex Food, mục tiêu chính của hoạt động marketing trên website là thu hút và chuyển đổi khách hàng sau khi đã tăng độ nhận diện về sản phẩm thông qua giai đoạn đầu tiên. Chiến lược Digital Marketing trên website của Cholimex được chia làm ba giai đoạn chính như đã được đề cập: giai đoạn Awareness, giai đoạn Consideration và giai đoạn Conversion. Phần lớn các hoạt động trên website sẽ được đẩy mạnh vào hai giai đoạn Consideration và Conversion.

2.2.1.1. Mô tả sơ lược về website:

Cholimex Food hiện quản lý duy nhất một website tại địa chỉ: <https://cholimexfood.com.vn/>. Website của Cholimex được thiết kế với ba màu chủ đạo: trắng, đỏ và vàng cùng với tagline “Gia vị cuộc sống” được đặt ở hầu hết các banner trong trang. Nhìn chung về bố cục website, các nội dung trong trang được bố trí phù hợp và dễ nắm bắt thông tin, các mục cũng như trang con trong website được phân chia rõ ràng và dễ định vị. Về hoạt động trên website, những

nội dung trên website được cập nhật thường xuyên. Cụ thể, những nội dung về quảng bá thương hiệu và sản phẩm đăng tải tại mục “Tin tức” và “Thư viện ẩm thực” được đăng với tần suất 3-4 nội dung/tuần.

2.2.1.2. Yêu cầu chung về các nội dung được đăng tải:

Về nội dung, các bài viết và video đăng tải trên website sẽ nhấn mạnh sự độc đáo về hương vị thịt nướng Hàn Quốc nhằm thuyết phục khách hàng trải nghiệm món ăn; đồng thời, các bài viết sẽ nhấn mạnh vào yếu tố tiện ích về tiết kiệm thời gian khi sử dụng sản phẩm để ướp thịt, theo đó cung cấp những bước làm phổ biến trong công đoạn chế biến cũng như các phương pháp sử dụng sản phẩm thích hợp. Dựa vào tần suất được nêu ở mục 2.2.1.1, các hoạt động về viết và đăng tải nội dung liên quan đến sản phẩm “Xốt ướp thịt kiểu Hàn Quốc” trên website sẽ được thực hiện với tần suất trung bình 1 bài/tuần.

Về yêu cầu chung của các bài blog đăng trên website, nội dung cần phải được bố cục hợp lý nhằm dễ nắm bắt thông tin. Đồng thời, các hình ảnh minh họa cần phải rõ nét và bắt mắt.

2.2.1.3. Phân bổ ngân sách:

Về ngân sách chi trên website, chiến lược trên website phân bổ ngân sách tương đối đồng đều trên ba giai đoạn, với phần lớn ngân sách được đầu tư ở giai đoạn Consideration nhằm đẩy mạnh việc thu hút và thuyết phục những khách hàng đã tiếp xúc với sản phẩm. Cụ thể:

- Trong giai đoạn Awareness, các hoạt động sẽ chiếm khoảng 30% tổng ngân sách chi trên website.
- Trong giai đoạn Consideration, các hoạt động sẽ chiếm khoảng 40% tổng ngân sách chi trên website.
- Trong giai đoạn Conversion, các hoạt động sẽ chiếm khoảng 30% tổng ngân sách chi trên website.

2.2.1.4. Phương thức đánh giá:

Nhằm thực hiện đánh giá hiệu quả, nhóm đề xuất sử dụng công cụ Google Analytics để thực hiện thu thập và phân tích các số liệu về hiệu quả hoạt động website. Đồng thời, nhóm đề xuất đánh giá hiệu quả chiến lược trên website dựa theo số liệu đến từ các kênh: Direct, Organic và Paid Search, Paid Social cung cấp trong đánh giá của Google Analytics. Cụ thể, các số liệu nhóm nhắm đến là:

● Users:

Thang đo Users chỉ đến số lượng truy cập vào trang trong khoảng thời gian nhất định. Nhóm sử dụng thang đo này nhằm đánh giá độ phủ của các nội dung được đăng tải trên trang.

● Engagement Rate (ER):

Thang đo Engagement Rate thể hiện mức độ tương tác của các phiên truy cập. Theo Google Analytics, một lượt truy cập được xem *có tương tác* nếu thời gian làm việc của phiên kéo dài hơn 10 giây hoặc phiên làm việc có ít nhất một sự kiện chuyển đổi (sự kiện click chuột vào các trang khác trên website hoặc click vào đường link dẫn đến sản phẩm Xốt Ướp). Engagement Rate được tính bằng tỷ lệ giữa các phiên làm việc *có tương tác* trên tổng các phiên làm việc. Thang đo này được nhóm sử dụng nhằm để đánh giá mức độ thu hút của nội dung được đăng tải trên trang.

- **Average Engagement Time Per Session (AET):**

Thang đo Average Engagement Time thể hiện thời lượng trung bình các người truy cập tương tác với trang. Đây cũng là một thang đo tiềm năng để đánh giá mức độ thu hút của nội dung được đăng tải trên trang.

- **Click-Through-Rate (CTR):**

Thang đo Click-Through-Rate là một phương thức đánh giá hiệu quả chạy quảng cáo thông dụng. Thang đo CTR thể hiện tỉ lệ giữa lượt click vào quảng cáo trên tổng cộng tất cả các lần quảng cáo xuất hiện (còn gọi là impression). Chẳng hạn, với quảng cáo xuất hiện 100 lần và có 6 lượt click sẽ có giá trị CTR là 6%.

2.2.2. Facebook:

Với những hiệu quả mà Facebook Marketing mang lại, công ty cổ phần thực phẩm Cholimex cũng tạo dựng hình ảnh thương hiệu của công ty trên Facebook và hướng đến bán các sản phẩm của công ty. Hiện nay, công ty Cholimex có 1 trang Fanpage Công ty Cổ Phần Thực Phẩm Cholimex với 7.6 ngàn lượt thích và 10 ngàn lượt theo dõi.

2.2.2.1. Mục tiêu:

Tăng số lượng theo dõi Fanpage Công ty Cổ Phần Thực Phẩm Cholimex vào cuối tháng 3/2025 lên thành 13 nghìn (so với 10 nghìn của tháng 09/2024) với các chỉ số KPI chung:

- 80 - 100 like/1 bài viết
- 10 - 20 comment/1 bài viết
- 10 - 15 share/1 bài viết

2.2.2.2. Yêu cầu bài đăng:

- **Thông điệp:** Giúp món ngon chuẩn vị Hàn không cần tốn thời gian.
- **Hình ảnh:** trong mỗi bài viết phải có độ phân giải cao, sắc nét, sáng màu. Nội dung của mỗi bức ảnh phải độc đáo, kích thích thị giác và cảm xúc người đọc.

- **Thời điểm đăng bài:** Các bài viết đều được lựa chọn thời gian để đăng tải dựa vào thời gian trực tuyến của người xem, chủ yếu vào hai khung giờ: 11 - 12 giờ trưa và 8 giờ tối.

2.2.2.3. Phân bổ ngân sách:

Ngân sách được phân chia cho mỗi từng giai đoạn tương ứng với số lượng bài đăng trên Fanpage. Với mục tiêu tăng nhận diện sản phẩm trong giai đoạn trước Tết để đạt được hiệu quả tối đa, doanh nghiệp sẽ đầu tư kinh phí nhiều nhất trong 2 tháng 11 và 12, sau đó sẽ duy trì kinh phí ở mức ổn định vào các giai đoạn sau của chiến dịch. Cụ thể:

- Trong giai đoạn Awareness gồm có tổng cộng 9 bài đăng và 9 bài quảng cáo chiếm 40% tổng ngân sách chi trên Facebook.

- Trong giai đoạn Consideration gồm có 6 bài đăng và 5 bài quảng cáo chiếm 30% tổng ngân sách chi trên Facebook.

- Trong giai đoạn Conversion gồm có 7 bài đăng và 5 bài quảng cáo chiếm 30% tổng ngân sách chi trên Facebook.

2.2.2.4. Các thước đo lường:

Với kế hoạch đề xuất vào giữa tháng 09/2024, để đo lường chính xác hiệu quả của chiến dịch, ta có thể dựa vào kết quả của các chỉ tiêu KPIs về lượt reach, lượt reaction, lượt comment, lượt share bài viết so với KPIs để đo lường mức độ hiệu quả của chiến dịch.

Facebook Insights là một công cụ hữu ích để tìm hiểu về các yếu tố cơ bản trong phân tích hiệu quả truyền thông khi cung cấp chi tiết các chỉ số đo đạc của Fanpage. Từ đó, doanh nghiệp có cái nhìn tổng quan hơn về mức độ hiệu quả của Fanpage và có thể đưa ra điều chỉnh kịp thời trong kế hoạch marketing.

Các số liệu thống kê được phân chia theo thẻ (tab) gồm: Overview (Tổng quan), Likes (Lượt thích), Reach (Số người xem), Visits (Lượt truy cập), Posts (Bài viết), People (Người – Nhân khẩu học). Mỗi thẻ sẽ cung cấp chi tiết số liệu thống kê, biểu đồ minh họa cũng như xu hướng theo các mốc thời gian khác nhau.

2.2.3. Instagram:

Instagram hiện đang là một trong những nền tảng mạng xã hội phát triển nhanh chóng, với hàng triệu người dùng hoạt động mỗi ngày. Nền tảng này không chỉ là nơi để chia sẻ hình ảnh và video cá nhân, mà còn là một công cụ mạnh mẽ cho các thương hiệu trong việc kết nối với khách hàng và xây dựng nhận thức thương hiệu. Nhận thấy tiềm năng này, Cholimex đã quyết định lập một kênh Instagram mới để giới thiệu sản phẩm và nâng cao sự hiện diện trực tuyến của mình.

2.2.3.1. Mục tiêu:

Tăng số lượng người theo dõi lên 1000 followers và số lượt thích lên 500 sau khi kết thúc chiến dịch vào tháng 4 năm 2025 với các chỉ số KPI chung:

- Lượt view trung bình nằm trong khoảng 150.
- Lượt thích trung bình trong khoảng 20-35.
- Lượt chia sẻ trung bình 2-5.

2.2.3.2. Yếu tố bài đăng:

Về phần hình ảnh: Sử dụng hình ảnh sắc nét, rõ ràng và hấp dẫn, tập trung vào sản phẩm xốt ướp thịt Hàn Quốc và các món ăn chế biến từ sản phẩm kết hợp với bối cảnh thân thiện và ấm cúng, có thể là trong bếp hoặc không gian ăn uống, nhằm tăng cảm giác gần gũi và thực tế cho người xem.

Về phần nội dung và thông điệp: Truyền tải thông điệp một cách ngắn gọn và súc tích về lợi ích nhanh gọn và tiện lợi khi dùng sản phẩm, giúp người xem dễ dàng nhận biết lợi ích sản phẩm. Sử dụng đồng nhất các hashtag liên quan đến thương hiệu và sản phẩm như #Cholimex, #XotUopCholimex, #ThitNuongCholimex, #CholimexCooking để tăng khả năng tìm kiếm và nhận diện.

Thời gian đăng bài: Chọn thời điểm đăng bài vào những giờ cao điểm mà người dùng thường hoạt động nhiều trên Instagram, thường là vào buổi tối và cuối tuần.

2.2.2.3. Phân bổ ngân sách:

Trong chiến lược marketing trên Instagram, ngân sách được phân bổ hợp lý cho từng giai đoạn nhằm tối ưu hóa hiệu quả quảng cáo. Tuy nhiên, do Instagram là một kênh mới, chi phí dành cho nền tảng này không quá lớn, chủ yếu nhằm tăng cường độ nhận diện thương hiệu cho khách hàng. Việc đầu tư này không chỉ giúp thu hút sự chú ý từ đối tượng mục tiêu mà còn tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển lâu dài trên kênh Instagram, đặc biệt trong thời điểm cao điểm như trước Tết. Cụ thể:

- Giai đoạn Awareness sẽ có 7 bài đăng, trong đó 3 bài sẽ chạy quảng cáo, chiếm 40% tổng ngân sách chi cho Instagram.

- Trong giai đoạn Consideration, sẽ có 6 bài đăng với 2 bài chạy quảng cáo, chiếm 30% ngân sách.

- Trong giai đoạn Conversion bao gồm 7 bài đăng và 2 bài quảng cáo, cũng chiếm 30% ngân sách.

2.2.3.4. Cách thức đo lường:

Số lượng người theo dõi: Vì đây là kênh mạng xã hội mới của công ty nên ta theo dõi sự gia tăng số lượng người theo dõi hàng tháng để đánh giá mức

độ thu hút của nội dung và chiến dịch, với mục tiêu tăng đến khoảng 1000 followers sau khi chiến dịch kết thúc.

Xem xét số lượt xem cũng như tương tác của bài đăng để đánh giá hiệu quả truyền tải thông điệp và sức hấp dẫn của video, từ đó điều chỉnh nội dung đăng bài phù hợp với xu hướng thị hiếu của khách hàng.

Vì đây là kênh mới lập nên chi phí đầu tư cho chiến dịch (quảng cáo, sản xuất nội dung) sẽ ít hơn so với các nền tảng khác để tối ưu chi phí, tập trung vào những mục khác có hiệu quả hơn.

Để đo lường việc khách hàng có mua sản phẩm nhờ vào nội dung Instagram, ta sử dụng khảo sát trên Instagram để thu thập phản hồi từ khách hàng về sản phẩm và nội dung quảng bá để cải thiện cho các chiến dịch sau.

2.2.4. TikTok:

TikTok hiện nay đang là một trang mạng đang được rất nhiều sự quan tâm của mọi người trên toàn thế giới, với lượt truy cập lớn mỗi ngày, và cũng là kênh bán hàng tiềm năng của mọi nhãn hàng. Cholimex cũng có cho mình một kênh riêng trên nền tảng này. Tuy nhiên, nhãn hàng vẫn chưa đẩy mạnh quảng cáo nên chỉ mang về cho mình 406 lượt theo dõi và 1122 lượt thích (tính đến thời điểm tháng 9/2024)

2.2.4.1. Mục tiêu:

Tăng số lượng người theo dõi lên 10 nghìn và số lượt thích lên 20 nghìn sau khi kết thúc chiến dịch vào tháng 3 năm 2025 với các chỉ số KPI chung:

- Lượt view trung bình nằm trong khoảng 400.
- Lượt thích trung bình trong khoảng 5-10.
- Lượt chia sẻ trung bình 5-10.

2.2.4.2. Yếu tố bài đăng:

Về phần hình ảnh: sẽ gồm những khung hình quay cận vào phân cảnh chế biến cũng như món ăn, kết hợp với không gian với tông màu đơn giản và sáng.

Về phần nội dung và thông điệp: không chèn nhiều vào trong khung hình mà chỉ chèn vào đầu và cuối của video cũng như chủ yếu là ở phần caption.

2.2.4.3. Phân bổ ngân sách:

Trong chiến lược marketing trên nền tảng Tiktok, ngân sách sẽ được phân bổ nhiều hơn ở giai đoạn Awareness so với hai giai đoạn còn lại. Nguyên nhân là do Tiktok hiện còn rất yếu, và cũng như chi phí dành cho nền tảng này không quá lớn nên ngân sách sẽ chủ yếu nhắm vào mục tiêu tăng cường độ nhận diện thương hiệu cho khách hàng, xây dựng cho thương hiệu một lượng người theo dõi tốt trên trang mạng xã hội tiềm năng này. Cụ thể:

- Giai đoạn Awareness sẽ có 7 bài đăng, trong đó 7 bài sẽ chạy quảng cáo, chiếm 40% tổng ngân sách chi cho Instagram.

- Trong trong giai đoạn Consideration, sẽ có 6 bài đăng với cả 6 bài chạy quảng cáo, chiếm 30% ngân sách.

- Trong giai Conversion bao gồm 7 bài đăng và 7 bài quảng cáo, cũng chiếm 30% ngân sách.

Vì chi phí quảng cáo của Tiktok với lượng Reach đặt ra trong phần KPI là không quá cao nên hầu hết các bài đăng đều sẽ chạy quảng cáo.

2.2.4.4. Đánh giá:

Để đánh giá sự thành công của chiến dịch, nhóm sẽ đưa ra KPIs cho từng bài đăng và dựa vào kết quả thực tế để đánh giá. Tương tự với Facebook, nhóm sẽ sử dụng công cụ TikTok Insights để thu thập số liệu về lượt view, lượt thích và lượt chia sẻ.

2.3. Kế hoạch triển khai chiến lược trên các kênh Marketing:

2.3.1. Website:

2.3.1.1. Giai đoạn Awareness:

Giai đoạn Awareness được thực hiện trong vòng 1 tháng. Song song với việc giới thiệu sản phẩm đến khách hàng mục tiêu ở các kênh Facebook, Instagram và TikTok, nhóm sẽ thực hiện tạo các nội dung cung cấp thêm thông tin về sản phẩm trên website của Cholimex Food thông qua các bài blog cũng như landing page để thu hút các khách hàng mục tiêu đến với sản phẩm.

Đối landing page, nhóm sẽ đính kèm tại các bài đăng trên Facebook, Instagram và Tiktok cũng như đăng ký Search Ads trên Google. Để thực hiện đo hiệu quả Search Ads, nhóm sử dụng thang đo Click-Through-Rate (CTR) với mục tiêu là 6-7%.

Chi tiết về các hoạt động trong giai đoạn Awareness được trình bày như bảng:

Bảng 2.1. Timeline chi tiết cho chiến lược trên website Giai đoạn Awareness

Thời Gian	Hoạt Động	Tiêu Đề	Nội Dung	Keyword Nhắm Đến	KPI		
					Users	ER	AET
04-07/11/2024	Tạo Landing Page	Cholimex Food - Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc	Landing Page cung cấp các thông tin về sản phẩm và cách sử dụng cùng với các hình ảnh về nước xốt cũng như món ăn sau khi được ướp với sản phẩm. Nhằm giúp tăng độ nhận diện sản phẩm, landing page cần phải sử dụng hợp lý ba màu trắng, đỏ và vàng cũng như màu đỏ đô và cam của sản phẩm.	cholimex, thịt nướng, xốt ướp thịt, xốt hàn quốc	500	70%	1m0s

08/11/2024	Đăng Blog	Cuối Tuần Ăn Gì? Thường Thức Thịt Nướng Với Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc	Giới thiệu về sản phẩm Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc cũng như các phương pháp ướp thịt cùng với sản phẩm	thịt nướng, xốt ướp, gia vị ướp	500	60%-70%	0m40s-1m0s
11/11/2024		Ẩm thực Hàn Quốc Tại Nhà Với Xốt Ướp Thịt kiểu Hàn Quốc	Giới thiệu về món ăn thịt nướng Hàn Quốc và các lý do món ăn thường được yêu thích. Giới thiệu về sản phẩm Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc, nêu lên sự tiện lợi về công sức và thời gian khi sử dụng sản phẩm trong khâu chuẩn bị.	thịt nướng hàn quốc, thịt nướng, xốt ướp, đồ ăn hàn quốc	500	60%-70%	0m40s-1m0s
19/11/2024	Chạy Search Ads		Bắt đầu chạy search ads cung cấp bởi Google Ads cho landing page		xem trên tóm tắt		
22/11/2024	Đăng Blog	Thịt nướng Hàn Quốc có gì khác biệt?	So sánh giữa thịt nướng Hàn Quốc và các loại món ăn tương tự như thịt BBQ, thịt xông khói. Nhấn mạnh những nổi bật về hương vị và hình thức của thịt nướng Hàn Quốc. Giới thiệu về sản phẩm Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc.	thịt nướng, thịt nướng hàn quốc, BBQ	500	60%-70%	0m40s-1m0s

2.3.1.2. Giai đoạn Consideration:

Đến với giai đoạn Consideration, giai đoạn sẽ kéo dài từ 2-3 tháng với các nội dung nhằm vào việc cung cấp nhiều thông tin về sản phẩm nhằm thuyết phục khách hàng mục tiêu lựa chọn sản phẩm thông qua việc nhấn mạnh vào sự tiện ích của sản phẩm. Đồng thời, nhằm tăng tương tác với trang, nhóm thực hiện việc tạo mã khuyến mãi trên Shopee và Lazada khi mua Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc vào dịp Lễ Giáng Sinh. Ngoài các nội dung về sự tiện lợi và tiết kiệm thời gian của sản phẩm, nhóm đồng thời những nội dung cung cấp hướng dẫn, mẹo, bí quyết để thực hiện chuẩn bị thịt nướng Hàn Quốc một cách tốt nhất và tiện lợi nhất. Chi tiết về các hoạt động ở giai đoạn Consideration được trình trong bảng sau:

Bảng 2.2. Timeline chi tiết cho chiến lược trên website Giai đoạn Consideration

Thời Gian	Hoạt Động	Tiêu Đề	Nội Dung	Keyword Nhắm Đến	KPI		
					Users	ER	AET
26/11/2024	Đăng Blog	Vì sao chọn Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc? Tìm hiểu ngay về những tiện lợi của sản phẩm	So sánh sản phẩm Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc với các sản phẩm xốt ướp thịt nướng khác. Nhấn mạnh về sự tiện lợi của sản phẩm cùng với hương vị không quá khác biệt với hương vị thịt nướng Hàn Quốc truyền thống.	xốt ướp thịt, ướp thịt hàn quốc, xốt ướp thịt nướng, ướp thịt nhanh, ướp thịt tiện lợi	700	70%	0m40s-0m50s

04/12/2024		Những hương vị Cholimex đem đến trong Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc	Giới thiệu về nguyên liệu, gia vị được sử dụng trong Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc.	xốt ướp thịt, thịt nướng hàn quốc	700	70%	0m40s-0m50s
13/12/2025	Đăng Video	Thưởng thức thịt nướng Hàn Quốc chỉ với một vài bước đơn giản	Hướng dẫn chuẩn bị và trình bày món thịt nướng Hàn Quốc sử dụng sản phẩm Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc.	thịt nướng, ướp thịt nướng, chuẩn bị thịt nướng hàn quốc	700	70%	1m0s
20/12/2024	Đăng Blog kèm Khuyến Mãi	Giáng Sinh bên gia đình cùng với thịt nướng Hàn Quốc! Nhận ngay mã giảm 20% khi mua Xốt Ướp Thịt tại Lazada	Nếu một số chi tiết thể hiện sự phù hợp của món ăn thịt nướng Hàn Quốc trong thời tiết lạnh mùa Giáng Sinh. Giới thiệu một số các công thức chuẩn bị thịt nướng Hàn Quốc sử dụng Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc. Đính kèm mã giảm giá Lazada khi mua sản phẩm xốt ướp trên Shopee và Lazada.	món ăn giáng sinh, xốt ướp thịt, thịt nướng	1000	80%	0m50s-1m0s
26/12/2024	Đăng Blog	Các bí quyết ướp thịt chuẩn vị Hàn Quốc không thể bỏ qua!	Nếu một số điểm lưu ý và bí quyết khi thực hiện ướp thịt đúng hương vị Hàn Quốc. Giới thiệu sản phẩm Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc, nhấn mạnh về việc sử dụng sản phẩm như một phương án thay thế.	thịt nướng, chế biến thịt nướng hàn, ướp thịt nướng hàn quốc	700	70%	0m40s-0m50s
07/01/2025	Đăng Video	Hướng dẫn ướp thịt nướng theo kiểu Hàn Quốc với Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc	Video hướng dẫn người xem các bước trong khâu ướp thịt chuẩn theo vị Hàn Quốc sử dụng sản phẩm Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc	thịt nướng, chế biến thịt nướng kiểu hàn, cách ướp thịt	700	70%	1m0s
14/01/2025	Đăng Blog	Những phần thịt phù hợp nhất với Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc	Giới thiệu và so sánh những phần thịt heo và thịt bò khác nhau. Đề xuất các phần thịt ngon nhất khi ướp với Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc	thịt nướng hàn quốc, ướp thịt nướng	700:	70%	0m40s-0m50s

2.3.1.3. Giai đoạn Conversion:

Giai đoạn Conversion sẽ diễn ra trong khoảng 2 tháng. Các nội dung được đăng tải trong giai đoạn này nhằm đến việc thuyết phục khách hàng mua sản phẩm thông qua các nội dung tăng uy tín sản phẩm, sự đa dụng của sản phẩm. Giống với giai đoạn trước, nhóm cũng thực hiện tạo khuyến mãi trong dịp Lễ Valentine nhằm tăng tương tác với website. Chi tiết về các hoạt động được thể hiện ở bảng sau:

Bảng 2.3. Timeline chi tiết cho chiến lược trên website Giai đoạn Conversion

Thời Gian	Hoạt Động	Tiêu Đề	Nội Dung	Keyword Nhắm Đến	KPI		
					Users	ER	AET
21/01/2025	Đăng Video	Tìm hiểu về công đoạn sản xuất Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc	Trình bày sơ lược quy trình sản xuất xốt ướp nhằm giúp người xem hiểu rõ hơn về nguồn gốc sản phẩm	cholimex, xốt ướp thịt nướng, cách làm xốt ướp thịt nướng	700-800	70%	0m50s-1m0s
03/02/2025		Trải nghiệm ẩm thực Hàn Quốc cùng với	Chế biến và trình bày thịt nướng Hàn Quốc được ướp với Xốt Ướp Thịt Kiểu	thịt nướng hàn quốc, ướp thịt nướng, xốt ướp	1000	70%	1m0s

		Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc	Hàn Quốc. Thực hiện thử món ăn và đưa ra các đánh giá về món ăn nói chung và Xốt ướp nói riêng	thịt nướng			
11/02/2025	Đăng Blog kèm Khuyến Mãi	Thưởng thức bữa tối lãng mạn cùng với thịt nướng Hàn Quốc	Đề xuất thịt nướng Hàn Quốc làm món ăn dịp Valentine. Giới thiệu Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc và một số tiện lợi của của sản phẩm. Đính kèm mã khuyến mãi khi mua trên Shopee và Lazada.	món ăn valentine, thịt nướng hàn quốc, cách ướp thịt, xốt ướp thịt nướng	900	80%	0m40s-0m50s
18/02/2025	Đăng Blog	Một số các món ăn ngon khác với Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc	Giới thiệu một số các món ăn khác sử dụng Xốt Ướp Thịt kiểu Hàn Quốc	thịt nướng, xốt ướp thịt	700-800	70%	0m40s-0m50s
05/03/2025		Thể hiện tình cảm thông qua thịt nướng Hàn Quốc tại nhà!	Đề xuất và hướng dẫn chuẩn bị thịt nướng Hàn Quốc sử dụng Xốt Ướp Thịt Kiểu Hàn Quốc cho các bạn nam trước 08/03.	quốc tế phụ nữ, thịt nướng hàn quốc, cách ướp thịt nướng, xốt ướp thịt	1000	70%	0m40s-0m50s

2.3.2: Facebook:

2.3.2.1. Giai đoạn Awareness:

Tăng nhanh độ nhận diện thương hiệu của sản phẩm vào giai đoạn đầu của chiến dịch, làm cho khách hàng nhớ đến thương hiệu trước thời điểm Tết.

Bảng 3.1. Timeline chi tiết cho chiến lược trên Facebook Giai đoạn Awareness

Thời gian	Hình thức	Tiêu đề	Nội dung	Hastag	Quảng cáo	KPI			
						Reach	React	Comment	Share
06/11/2024	Video	Sốt ướp thịt hàn quốc - “LINH HỒN” CHO MÓN NƯỚNG NGON CHUẨN VỊ HÀN	Giới thiệu sản phẩm sốt ướp thịt và cách sử dụng	#xotuoiphitnuong #cholimex #xotuoiphitnuongh anquoc	Có	5000	80	10	5
10/11/2024	Hình ảnh	Top những món ăn dễ làm với nồi chiên không dầu	Giới thiệu cách làm các món ăn bằng nồi chiên không dầu có sử dụng xốt ướp thịt nướng Cholimex	#xotuoiphitnuong #cholimex #xotuoiphitnuongh anquoc #noichienkhongda u	Có	5000	80	10	5
14/11/2024	Hình ảnh	Cách làm nước sốt ướp thịt chuẩn vị Hàn Quốc	Hướng dẫn cách làm nước sốt ướp thịt và giới thiệu nước sốt của Cholimex nếu người xem không có đủ nguyên liệu hoặc thời gian để làm như công thức	#xotuoiphitnuong #cholimex #xotuoiphitnuongh anquoc	Có	5000	80	10	5

18/11/2024	Hình ảnh	Những lý do khiến món thịt nướng của bạn không đúng vị hàn quốc	Chỉ ra những lỗi sai mà mọi người hay mắc phải khi làm món thịt nướng, đưa ra một cách làm dễ hơn là sử dụng xốt ướp thịt nướng	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Có	5000	80	10	5
22/11/2024	Hình ảnh	Trộn vụn bữa dã ngoại với gói xốt ướp thịt nướng hàn quốc	Chỉ ra sự tiện lợi của gói xốt ướp thịt khi mang đi trong những chuyến dã ngoại	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Có	5000	80	10	5
26/11/2024	Hình ảnh	Xốt ướp thịt nướng Hàn Quốc - chọn gói hay hủ	So sánh sự tiện lợi giữa gói và hũ chứa xốt ướp, cho người tiêu dùng chọn được sản phẩm phù hợp	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Có	5000	80	10	5
30/11/2024	Hình ảnh	5 công thức món ăn tuyệt ngon với xốt ướp thịt nướng Hàn Quốc!	Cung cấp các công thức nấu ăn sử dụng xốt, mỗi công thức kèm theo hướng dẫn chi tiết và hình ảnh hấp dẫn của món ăn đã hoàn thiện.	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Có	5000	80	10	5

2.3.2.2. Giai đoạn Consideration:

Duy trì và thu hút thêm sự quan tâm, tăng lượt tương tác, lượt tiếp cận của khách hàng trên fanpage bằng các bài đăng về hướng dẫn nấu ăn.

Bảng 3.2. Timeline chi tiết cho chiến lược trên Facebook Giai đoạn Consideration

Thời gian	Hình thức	Tiêu đề	Nội dung	Hastag	Quảng cáo	KPI			
						Reach	React	Com-ment	Share
07/12/2024	Video	Hướng dẫn làm món sườn nướng tại nhà	Hướng dẫn cho người xem cách làm món sườn nướng với xốt ướp thịt nướng tại nhà	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Có	7000	100	15	10
14/12/2024	Video	Hướng dẫn làm món thịt kho trứng tại nhà	Hướng dẫn cho người xem cách làm món thịt kho trứng với xốt ướp thịt nướng tại nhà	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Có	7000	100	15	10
21/12/2024	Video	Hướng dẫn làm món thịt xá xíu tại nhà	Hướng dẫn cho người xem cách làm món thịt xá xíu với xốt ướp thịt nướng tại nhà	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Không	2000	100	15	10
28/12/2024	Video	Hướng dẫn làm món gà kho tại nhà	Hướng dẫn cho người xem cách làm món gà kho với xốt ướp thịt nướng tại nhà	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Có	7000	100	15	10

04/01/2025	Video	Hướng dẫn làm món thịt xiên nướng tại nhà	Hướng dẫn cho người xem cách làm món thịt xiên nướng với xốt ướp thịt nướng tại nhà	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Có	7000	100	15	10
11/01/2025	Hình ảnh	Sản phẩm giúp việc chế biến món ăn trong những bữa ăn cuối năm	Nêu lên sự tiện ích của việc sử dụng xốt ướp thịt trong việc chế biến các món ăn trong thời điểm Giáp Tết	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Có	15000	140	35	15

2.3.2.3. Giai đoạn Conversion:

Duy trì và thu hút thêm sự quan tâm, lượt tiếp cận của khách hàng trên Fanpage qua các bài đăng nhắm vào nhu cầu và sở thích của họ.

Bảng 3.3. Timeline chi tiết cho chiến lược trên Facebook Giai đoạn Conversion

Thời gian	Hình thức	Tiêu đề	Nội dung	Hashtag	Quảng cáo	KPI			
						Reach	React	Comment	Share
18/01/2025	Hình ảnh	Bật mí nguyên liệu làm ra xốt ướp thịt nướng Hàn Quốc	Giới thiệu nguồn gốc các nguyên liệu được dùng để làm xốt ướp thịt	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Không	3000	110	20	10
25/01/2025	Hình ảnh	Xốt ướp thịt nướng Hàn Quốc có gì khác biệt so với các loại xốt khác?	So sánh giữa xốt ướp Hàn Quốc và các loại xốt BBQ khác trên thị trường, làm nổi bật những điểm mạnh của xốt Hàn Quốc	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Có	9000	110	20	10
01/02/2025	Hình ảnh	Khám phá lịch sử và văn hóa ẩm thực đằng sau xốt ướp thịt nướng Hàn Quốc!	Chia sẻ một câu chuyện thú vị về nguồn gốc của món nướng Hàn Quốc và cách mà người Hàn Quốc thưởng thức món nướng với các loại xốt đặc trưng	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Có	9000	110	20	10
08/02/2025	Hình ảnh	Xốt ướp thịt nướng Hàn Quốc – Phù hợp cho mọi bữa tiệc và sự kiện	Gợi ý các dịp sử dụng xốt như tiệc BBQ ngoài trời, dã ngoại, tụ họp gia đình, hoặc các buổi tiệc cuối tuần. Nhấn mạnh tính đa dụng của sản phẩm trong nhiều tình huống.	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Không	3000	110	20	10
15/02/2025	Hình ảnh	Các món ngon bất ngờ khi kết hợp với xốt ướp thịt nướng Hàn Quốc	Gợi ý các món có thể ướp bằng xốt thịt nướng hàn quốc như thịt gà,..	#xotuphitnuong #cholimex #xotuphitnuongh anquoc	Có	9000	110	20	10

22/02/2025	Hình ảnh	Cách nướng thịt ngon như nhà hàng Hàn Quốc ngay tại nhà!	Chia sẻ các mẹo để nướng thịt ngon hơn, từ cách ướp thịt đúng cách, thời gian ướp đến nhiệt độ và cách lật thịt. Nhấn mạnh cách xốt thấm đều vào thịt để mang lại hương vị thơm ngon như món nướng Hàn Quốc.	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc #valentine	Có	9000	110	20	10
01/03/2025	Hình ảnh	Cách bảo quản hũ xốt ướp thịt trong một thời gian dài không sử dụng	Chỉ cho người dùng cách bảo quản hũ xốt ướp trong 1 thời gian dài không sử dụng.	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc	Có	9000	110	20	10
08/03/2025	Hình ảnh	Gợi ý món quà ý nghĩa dành cho nửa kia nhân dịp Lễ 8/3	Hướng dẫn cách làm món ăn dễ làm cho cánh đàn ông trong ngày 20/10	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc #quoctephunu #8/3	Có	18000	150	40	15

2.3.3: Instagram:

2.3.3.1. Giai đoạn Awareness:

Trong giai đoạn Awareness, mục tiêu chính là tạo ra nhận thức và hứng thú cho người tiêu dùng về sản phẩm. Các chiến lược truyền thông có thể bao gồm việc sử dụng mạng xã hội, quảng cáo trực tuyến, và nội dung video hấp dẫn để giới thiệu về hương vị độc đáo và lợi ích của sốt ướp thịt.

Bảng 4.1. Timeline chi tiết cho chiến lược trên Instagram Giai đoạn Awareness

Thời gian	Hình thức	Tiêu đề	Nội dung	Hashtag	Quảng cáo	KPI			
						Reach	React	Comment	Share
01/11/2024	hình ảnh	Sản phẩm mới " Xốt ướp thịt hàn quốc " siêu ngon đến từ Cholimex	khuyến khích sự tò mò của khách hàng về sản phẩm mới, nội dung úp mở	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex #CholimexCooking	Có	200	50	10	5
08/11/2024	Video và hình ảnh	Khám Phá Hương Vị xốt ướp Thịt Cholimex	giới thiệu về các loại xốt ướp thịt Cholimex, nhấn mạnh hương vị đặc trưng của sản phẩm.	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex #CholimexCooking	Có	200	50	10	5

15/11/2024	video	Sự Khác Biệt Của Cholimex	Nổi bật lên ưu điểm của sản phẩm về nguyên liệu để khách hàng nhận diện sản phẩm này	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex #CholimexCooking	không	20	20	10	2
22/11/2024	video	Dễ Dàng Sử Dụng	Chỉ cần ướp thịt với sốt Cholimex trong thời gian ngắn, bạn đã có ngay món ăn ngon mà không cần thêm gia vị phức tạp.	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex #CholimexCooking	Không	20	20	10	2
29/11/2024	Hình ảnh	Bảo quản đúng cách	Lưu ý cho khách hàng nếu không sử dụng hết sản phẩm cần đậy kín lại hoặc chuyển sốt vào một hộp kín và để ngăn mát tủ lạnh. Sau đó, trước khi sử dụng, hãy kiểm tra mùi và vị của sốt. Nếu có dấu hiệu lạ, như mùi ôi thiu hoặc thay đổi màu sắc thì không được sử dụng	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex #CholimexCooking	Có	200	50	10	5
06/12/2024	video	Biến Món Ăn Thường Ngày Thành Kiệt Tác Với Sốt ướp Thịt Hàn Quốc Cholimex	Chia sẻ hình ảnh và video về sản phẩm, quy trình sản xuất và các món ăn sáng tạo từ sản phẩm.	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex #CholimexCooking	không	20	20	10	2
13/12/2024	hình ảnh	Cách làm món thịt nướng chuẩn vị Hàn với sản phẩm sốt ướp thịt	Video ngắn 2 phút hướng dẫn và kèm theo lời mời gọi: "Cảm ơn các bạn đã theo dõi video! Hãy thử làm món này với sốt ướp thịt Cholimex và chia sẻ kết quả với chúng tôi qua hashtag #Cholimex." "Đừng quên nhấn like và theo dõi để không bỏ lỡ các công thức nấu ăn hấp dẫn khác!"	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex #CholimexCooking	không	20	20	10	2

2.3.3.2. Giai đoạn Consideration:

Chủ yếu đăng những video trình bày cách chế biến món ăn một cách sinh động và hấp dẫn, và ưu điểm của sản phẩm. Người xem có thể thấy rõ quy trình nấu nướng, từ việc ướp thịt cho đến hoàn thiện món ăn, giúp họ hình dung dễ dàng hơn về cách sử dụng sản phẩm trong bữa ăn hàng ngày.

Bảng 4.2. Timeline chi tiết cho chiến lược trên Instagram Giai đoạn Consideration

Thời gian	Hình thức	Tiêu đề	Nội dung	Hashtag	Quảng cáo	KPI			
						Reach	React	Comment	Share
20/12/2024	Video	Khám Phá Hương Vị Hàn Quốc Tại Nhà	Tập trung vào việc mang đến trải nghiệm ẩm thực Hàn Quốc ngay tại nhà. Giới thiệu cách sử dụng xốt ướp thịt Cholimex để chế biến các món ăn truyền thống như thịt nướng, thịt xào	#Cholimex #XotUopCholime x #ThitNuongCholi mex #CholimexCookin g	có	200	50	10	5
27/12/2024	Video	Món Nướng Hoàn Hảo Cho Mọi Bữa Tiệc	Quảng bá xốt ướp thịt Cholimex như một phần không thể thiếu trong các bữa tiệc BBQ, picnic hoặc họp mặt gia đình. Nhấn mạnh cách sốt giúp thịt thêm đậm đà và hấp dẫn.	#Cholimex #XotUopCholime x #ThitNuongCholi mex #CholimexCookin g	không	20	20	10	2
06/01/2025	Video	Sự kết hợp hoàn hảo từ xốt ướp thịt hàn quốc và Sa tế nướng ngũ vị	Chia sẻ công thức nấu ăn của sản phẩm kèm theo sản phẩm khách của công ty	#xotuoithitnuong #cholime x #xotuoithitnuongh anquoc	Không	20	20	10	2
16/01/2025	Video	tiết kiệm thời gian của bạn với xốt ướp thịt hàn quốc	Nhấn mạnh các lợi ích như dễ sử dụng, tiết kiệm thời gian của sản phẩm	#xotuoithitnuong #cholime x #xotuoithitnuongh anquoc	không	20	20	10	2
26/01/2025	Video	Giảm Giá 20% nhân dịp cuối năm Giáp Thìn	giảm 20% sản phẩm xốt ướp thịt online và offline trong 3 ngày 26/1 -> 28/1	#xotuoithitnuong #cholime x #xotuoithitnuongh anquoc	có	200	50	10	5
05/02/2025	hình ảnh	Chào mừng năm mới	thông điệp chúc mừng năm mới khách hàng kèm theo hình ảnh các sản phẩm nổi bật của công ty bao gồm xốt ướp thịt	#xotuoithitnuong #cholime x #xotuoithitnuongh anquoc	không	20	20	10	2

2.3.3.3. Giai đoạn Conversion:

Nội dung video về các món ăn với công thức đơn giản cho bữa ăn nhanh gọn đến những món ăn cầu kỳ cho dịp đặc biệt. Điều này không chỉ kích thích sự tò mò mà còn tạo ra cảm giác mà khách hàng muốn tham gia vào hành trình ẩm thực này cùng với sốt ướp thịt Cholimex.

Bảng 4.3. Timeline chi tiết cho chiến lược trên Instagram Giai đoạn Conversion

Thời gian	Hình thức	Tiêu đề	Nội dung	Hashtag	Quảng cáo	KPI			
						Reach	React	Comment	Share
15/02/2025	video	mỗi ngày một món : Thịt Heo Chiên Giòn	Cách làm : Thái thịt heo thành miếng mỏng, ướp với sốt Cholimex trong 30 phút. Lăn thịt qua bột chiên giòn. Chiên thịt trong dầu nóng cho đến khi vàng và giòn. Dọn ra đĩa, có thể ăn kèm với nước chấm hoặc tương ớt.	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex #CholimexCooking	Không	20	20	10	2
25/02/2025	video	mỗi ngày một món : Gà Nướng Sốt Ớt	Cách làm : Ướp đùi gà với sốt ướp Cholimex, hành tây và tỏi băm trong khoảng 1 giờ. Nướng gà trên vỉ nướng hoặc trong lò nướng ở nhiệt độ 200°C trong 25-30 phút, cho đến khi gà chín và có màu vàng đẹp. Dọn ra đĩa, ăn kèm với salad và nước chấm.	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex #CholimexCooking	không	20	20	10	2
07/03/2025	Hình ảnh, video	Combo Quà Tặng 8.3	cung cấp combo sản phẩm sốt ướp thịt kèm theo một món quà nhỏ cho khách hàng nữ, như một tập đề, muỗng,...	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex #CholimexCooking	Có	200	50	10	5
17/03/2025	Hình ảnh	mỗi ngày một món : Thịt Nướng Hàn Quốc (Galbi)	Cách làm : Thái thịt ba chỉ thành miếng vừa ăn. Trộn thịt với sốt ướp Cholimex, tỏi băm, hành lá và tiêu. Ướp trong khoảng 30 phút. Nướng thịt trên vỉ nướng hoặc bếp than đến khi thịt chín vàng và có mùi thơm. Dọn ra đĩa, ăn kèm với rau sống và kim chi.	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex #CholimexCooking	Không	20	20	10	2
27/03/2025	Hình ảnh	mỗi ngày một món : Bún Thịt Nướng	Cách làm : Ướp thịt với sốt Cholimex trong khoảng 30 phút. Nướng thịt cho đến khi	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex	không	20	20	10	2

			chín và thơm. Dọn bún ra đĩa, cho thịt nướng lên trên, thêm rau sống và dưa chuột. Rưới thêm nước mắm chua ngọt và thưởng thức.	#CholimexCooking					
06/04/2025	Hình ảnh	Cholimex Trong Cuộc Sống Hàng Ngày	Giới thiệu cách sốt ướp thịt Cholimex có thể dễ dàng được sử dụng trong bữa ăn hàng ngày. Chia sẻ hình ảnh từ những bữa ăn gia đình, picnic hoặc tiệc nướng	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex #CholimexCooking	không	20	20	10	2
16/04/2025	Hình ảnh	Khuyến Mãi "Xanh" chào mừng ngày Trái Đất (22 tháng 4)	Với hóa đơn mua hàng từ 239k các sản phẩm của Cholimex tại các hệ thống siêu thị (Coopmart, Bige và Winmart) trong đó có ít nhất 1 sản phẩm sốt ướp thịt sẽ được tặng ngay " bộ ống hút giấy xinh xiu "	#Cholimex #XotUopCholimex #ThitNuongCholimex #CholimexCooking	có	200	50	10	5

2.3.4. Tiktok:

2.3.4.1. Giai đoạn Awareness

Ở giai đoạn này sẽ làm những video với nội dung nhằm giới thiệu sản phẩm và những thử thách giải trí để nhiều người biết đến.

Bảng 5.1. Timeline chi tiết cho chiến lược trên TikTok Giai đoạn Awareness

Thời gian	Hình thức	Tiêu đề	Nội dung	Hashtag	Quảng cáo	KPI		
						Lượt xem	Lượt tim	Lượt Share
06/11/2024	Video	"Khám Phá Hương Vị Hàn Quốc Với Cholimex!"	Thời gian: 15-30 giây. Mở đầu bằng hình ảnh bắt mắt của sốt ướp thịt Hàn Quốc trên nền nhạc vui tươi. Giới thiệu ngắn gọn: "Khám phá hương vị Hàn Quốc ngay tại nhà với sốt ướp thịt Cholimex!" Hiện lên các điểm nổi bật: "Nguyên liệu tự nhiên", "Không chất bảo quản", "Dễ sử dụng". Kết thúc: Khuyến khích người xem thử ngay và tag bạn bè. Hashtag: #Cholimex #XotUopHanQuoc	#Cholimex #XotUopHanQuoc #FoodLovers #YeuThichAmThuc	Có	50000	500	5

			#FoodLovers #YeuThichAmThuc					
10/11/2024	Video	"Nướng Thịt Ngon Miệng Với Xốt Cholimex!"	Thời gian: 30-60 giây. Giới thiệu món ăn cụ thể (ví dụ: thịt nướng Hàn Quốc). Trình bày từng bước: Cắt thịt thành miếng vừa ăn. Thoa xốt đều lên thịt và để trong 30 phút. Nướng trên bếp hoặc vỉ nướng. Hiện hình ảnh món ăn hoàn thành, kèm theo một câu như: “Thường thức ngay vị ngon chuẩn Hàn!”	#Cholimex #XotUopHanQuoc #FoodLovers #YeuThichAmThuc	Có	50000	500	5
14/11/2024	Video	"Thử Thách: Thịt ướp Xốt Cholimex vs Không ướp!"	Thời gian: 30-45 giây Hiển thị hai phần thịt: một phần ướp với sốt Cholimex và một phần không ướp. Quay cảnh chiên, nướng và thử nghiệm hương vị. Thể hiện phản ứng của người thử nghiệm khi ăn thử từng món. Kết luận: “Hãy cảm nhận sự khác biệt với sốt Cholimex!”	#Cholimex #XotUopHanQuoc #FoodLovers #YeuThichAmThuc	Có	50000	500	5
18/11/2024	Video	"Tham Gia Thử Thách Nấu Ăn Cùng Cholimex!"	Thời gian: 15-30 giây. Giới thiệu thử thách: “Tham gia thử thách nấu ăn cùng Cholimex!” Khuyến khích người dùng tạo món ăn từ sốt ướp thịt Hàn Quốc, ghi hình và chia sẻ. Cung cấp phần thưởng cho video sáng tạo nhất. Hashtag: #CholimexChallenge #CookingChallenge	#CholimexChallenge #CookingChallenge	Có	50000	500	5
22/11/2024	Video	"Khách Hàng Nói Gì Về Sốt Ướp Thịt Hàn Quốc"	Thời gian: 30-60 giây. Chọn một vài video từ khách hàng đã sử dụng sản phẩm. Cắt ghép phản hồi tích cực và hình ảnh món ăn họ đã làm. Kết thúc bằng một câu: “Cùng trải nghiệm vị ngon từ Cholimex!”	#Cholimex #XotUopHanQuoc #FoodLovers #YeuThichAmThuc	Có	50000	500	5

26/11/2024	Livestream	"Livestream Nấu Ăn: Khám Phá Món Ngon Với Cholimex!"	Thời gian: 30-60 phút. Giới thiệu sản phẩm và công thức nấu ăn trực tiếp. Tương tác với người xem qua câu hỏi và nhận xét. Khuyến khích người xem tham gia bằng cách gửi câu hỏi và nhận phần quà nhỏ.	#Cholimex #XotUopHanQuoc #FoodLovers #YeuThichAmThuc	Có	50000	500	5
30/11/2024	Video	"Hành Trình Sản Xuất Xốt Ướp Thịt Hàn Quốc!"	Thời gian: 30-45 giây. Giới thiệu quá trình sản xuất xốt từ việc chọn nguyên liệu đến đóng gói. Nhấn mạnh cam kết chất lượng và sự an toàn thực phẩm. Kết thúc bằng thông điệp: “Xốt Ướp Thịt Hàn Quốc Cholimex – Đem hương vị Hàn Quốc đến từng bữa ăn gia đình!”	#Cholimex #XotUopHanQuoc #FoodLovers #YeuThichAmThuc	Có	50000	500	5

2.3.4.2. Giai đoạn Consideration

Tập trung vào những video với nội dung mang tính so sánh với các sản phẩm trên thị trường hiện nay, cũng như chất lượng của sản phẩm.

Bảng 5.2. Timeline chi tiết cho chiến lược trên TikTok Giai đoạn Consideration

Thời gian	Hình thức	Tiêu đề	Nội dung	Hashtag	Quảng cáo	KPI		
						Lượt xem	Lượt tim	Lượt Share
07/12/2024	Video	"Cách Làm Thịt Nướng Hàn Quốc Ngon Nhất!"	<p>Giới thiệu món ăn: “Hôm nay, mình sẽ hướng dẫn các bạn cách làm món thịt nướng Hàn Quốc ngon tuyệt với sốt ướp thịt hàn quốc Cholimex!”</p> <p>Chi tiết từng bước:</p> <ol style="list-style-type: none"> Cắt thịt (nạc vai hoặc sườn) thành miếng vừa ăn. Thoa đều sốt lên thịt và để ướp trong 30 phút. Nướng trên vỉ hoặc chảo đến khi thịt chín vàng. 	#xotuoithitnuong #cholimex #xotuoithitnuonghanquoc	Có	80000	600	10

			Kết thúc: Hình ảnh món ăn hoàn thành, kèm theo câu nói “Thưởng thức ngay với cơm hoặc bánh mì!”					
14/12/2024	Video	"Sốt Ướp Thịt Hàn Quốc Cholimex: Nguyên Liệu Tiện Lợi, An Toàn Cho Gia Đình!"	Giải thích chi tiết về các thành phần trong sốt, nhấn mạnh sự tiện lợi, an toàn. So sánh với các sản phẩm khác trên thị trường.	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc	Có	80000	600	10
21/12/2024	Video	"Biến Tấu Món Ngon Từ Sốt Ướp Thịt Hàn Quốc!"	Giới thiệu: “Không chỉ nướng, bạn có biết sốt ướp thịt Hàn Quốc còn có thể làm gì khác không?” Gợi ý các món ăn: 1. Thịt xào với rau củ: Thoa sốt lên thịt, xào nhanh với rau. 2. Món nướng kiểu Hàn: Nướng kèm với kim chi. Kết thúc: Khuyến khích người xem thử nghiệm và chia sẻ món ăn của họ.	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc	Có	80000	600	10
28/12/2024	Video	"Đánh Giá Thực Tế Từ Food Blogger!"	Giới thiệu influencer: “Hôm nay, chúng ta có [Tên influencer] đến thử sốt ướp thịt Hàn Quốc Cholimex!” Quá trình thử nghiệm: <ul style="list-style-type: none">Quay cảnh influencer ướp thịt và nướng.Phản ứng khi thưởng thức món ăn. Kết luận từ influencer: “Sốt ướp thịt Hàn Quốc thật sự mang lại hương vị tuyệt vời cho món ăn!”	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc	Có	80000	600	10
04/01/2025	Video	"Ưu Đãi Đặc Biệt Cho Người Yêu Thích Xốt Ướp Thịt Hàn Quốc"	Thông báo chương trình khuyến mãi hoặc mã giảm giá cho sản phẩm. Khuyến khích người xem mua hàng ngay để tận hưởng ưu đãi.	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc	Có	80000	600	10

11/01/2025	Hình ảnh	"Top 5 Món Ăn Hàn Quốc Không Thể Bỏ Qua!"	Liệt kê các món ăn Hàn Quốc phổ biến mà người tiêu dùng có thể làm với sốt, cùng hình ảnh minh họa hấp dẫn.	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc	Có	80000	600	10
------------	----------	---	---	--	----	-------	-----	----

2.3.4.3. Giai đoạn Conversion.

Những video trong khoảng thời gian này sẽ là về những cách chế biến ngon, cũng như về chất lượng của sản phẩm, đặc biệt là những thông tin góp phần hỗ trợ cho việc ra quyết định.

Bảng 5.3. Timeline chi tiết cho chiến lược trên TikTok Giai đoạn Conversion

Thời gian	Hình thức	Tiêu đề	Nội dung	Hashtag	Quảng cáo	KPI		
						Lượt xem	Lượt tìm	Lượt Share
18/01/2025	Video	"Mua Sốt Ướp Thịt Hàn Quốc Dễ Như Chơi!"	Hướng dẫn từng bước cách đặt hàng online. Hiển thị các trang web hoặc ứng dụng có bán sản phẩm. Kêu gọi hành động: "Hãy nhấn vào link dưới video để đặt hàng ngay!"	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc	Có	100000	700	10
25/01/2025	Video	"Khách Hàng Nói Về Sốt Ướp Thịt Hàn Quốc Cholimex!"	Cắt ghép video từ khách hàng thực tế chia sẻ trải nghiệm sử dụng sản phẩm. Nhấn mạnh sự hài lòng và khuyến khích người xem mua hàng.	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc	Có	100000	700	10
01/02/2025	Video	"Giảm Giá Đặc Biệt Cuối Năm Cho Xốt Ướp Thịt Hàn Quốc Cholimex!"	Thông báo về chương trình giảm giá hoặc khuyến mãi giới hạn thời gian. Kêu gọi hành động: "Nhanh tay mua ngay trước khi hết hàng!"	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc	Có	100000	700	10
08/02/2025	Video	"Cuối Tuần Nấu Món Với Xốt Ướp Thịt Hàn Quốc Cholimex!"	Hướng dẫn nấu món ăn hấp dẫn với sốt ướp thịt Hàn Quốc. Kêu gọi hành động mua xốt để cùng trải nghiệm món ăn ngon	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc	Có	100000	700	10
15/02/2025	Video	"Tại Sao Xốt Cholimex Là Lựa Chọn Hoàn Hảo?"	Giới thiệu các tính năng nổi bật của sản phẩm (như hương vị, thành phần tự nhiên). Kêu gọi hành động: "Trải nghiệm ngay hương vị khác biệt!"	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc	Có	100000	700	10

22/02/2025	Video	"Cảm Nhận Sau Khi Mua Sốt Ướp Thịt Hàn Quốc Cholimex!!"	Chia sẻ các mẹo để nướng thịt ngon hơn, từ cách ướp thịt đúng cách, thời gian ướp đến nhiệt độ và cách lật thịt. Nhấn mạnh cách xốt thấm đều vào thịt để mang lại hương vị thơm ngon như món nướng Hàn Quốc.	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc #valentine	Có	100000	700	10
08/03/2025	Video	Gợi ý món quà ý nghĩa dành cho nửa kia nhân dịp Lễ 8/3	Hướng dẫn cách làm món ăn dễ làm cho cánh đàn ông trong ngày 8/3	#xotuoophitnuong #cholimex #xotuoophitnuongh anquoc #quoctephunu #8/3	Có	150000	1000	15

3. Tổng Kết Về Chiến Lược:

Nhìn lại về bối cảnh thị trường gia vị Việt Nam, các số liệu được đề cập tại mục 1.2.1 thể hiện tiềm năng phát triển lớn của các doanh nghiệp tham gia vào thị trường nói chung cũng như tiềm năng của Cholimex Food. Những sản phẩm Cholimex cung cấp đều được sử dụng thường xuyên trong cuộc sống hằng ngày nhằm phục vụ cho nhu cầu ăn uống, nhưng đồng thời cũng phục vụ cho mục đích tăng hương vị của món ăn. Dễ thấy qua tagline “Gia vị cuộc sống” của Cholimex Food, các sản phẩm không chỉ dừng lại ở gia vị nêm và nước chấm cơ bản mà còn có những sản phẩm sốt chấm độc đáo cũng như sốt ướp tiện lợi. Thông qua việc phân tích hoạt động kinh doanh, nhóm đã nhận thấy được tiềm năng phát triển của sản phẩm “Sốt ướp thịt kiểu Hàn Quốc”. Ngoài ra, cùng với điểm hạn chế về hoạt động Marketing của Cholimex Food trên các kênh truyền thông, nhóm quyết định đề xuất chiến lược Digital Marketing với hi vọng nhằm thu hút và chuyển đổi những khách hàng tiềm năng đến với Cholimex nói chung và sản phẩm nói riêng.

Về chiến lược được đề xuất, nhóm sử dụng những số liệu tài chính cung cấp bởi báo cáo đăng ngay tại website của Cholimex Food, cùng với những hoạt động trên các kênh của Cholimex Food để đề xuất ngân sách và thời gian phù hợp cho chiến lược. Cụ thể, chiến lược sẽ kéo dài từ 5-6 tháng và bắt đầu từ tháng 11 năm 2024, với ngân sách chiến lược chiếm khoảng 4% lợi nhuận sau thuế. Xét về mục tiêu, chiến lược hướng đến hai nhóm khách hàng chính là nhóm khách hàng trẻ trong độ tuổi 18-25 cũng như nhóm người phụ nữ nội trợ với nhu cầu mong muốn sự tiện lợi trong việc nấu ăn. Với đối tượng khách hàng được nêu, thông điệp chung trong tất cả các nội dung của chiến lược đều nhắm đến khía cạnh tiện lợi và tiết kiệm thời gian của sản phẩm nhưng vẫn giữ được hương vị thịt nướng Hàn Quốc chuẩn. Về timeline chi tiết, chiến lược được phân bổ trên bốn kênh chính gồm Facebook, Instagram và TikTok cũng như trên website của Cholimex Food. Trong chiến lược, phần lớn ngân sách sẽ được chi cho các hoạt động trên Facebook, theo sau là Instagram, website của Cholimex Food và TikTok với đa số là các bài blog và bài viết cũng như các video nhắm đến thông điệp được nêu trên.

Tài Liệu Tham Khảo

Vietdata Research, (2022), *Khám phá những doanh nghiệp sản xuất gia vị tại Việt Nam: Những người gìn giữ nền ẩm thực đa dạng và phong phú*,

<https://www.vietdata.vn/vi/post/kham-phá-những-doanh-nghiệp-sản-xuất-gia-vị-tại-việt-nam-những-người-gìn-giữ-nền-ẩm-thực-đa-dạng-và>

Cholimex Food, (2023), *BÁO CÁO TÀI CHÍNH NĂM 2022 ĐÃ KIỂM TOÁN*,

<https://cholimexfood.com.vn/bao-cao-tai-chinh-nam-2022-da-kiem-toan/>

Cholimex Food, (2024), *BÁO CÁO TÀI CHÍNH NĂM 2024 ĐÃ KIỂM TOÁN*,

<https://cholimexfood.com.vn/bao-cao-tai-chinh-nam-2023-da-kiem-toan/>

Google, (n.d.), *[GA4] Analytics dimensions and metrics - Analytics Help*,

<https://support.google.com/analytics/table/13948007?hl=en>

Phụ Lục

Bảng Phân Công Công Việc

STT	MSSV	Họ và Tên	Công việc phụ trách	Mức độ hoàn thành
1	31221020331	Trịnh Ngọc Các (Nhóm trưởng)	Nội dung: <ul style="list-style-type: none"> + Phân tích thị trường và tình hình hoạt động kinh doanh + Phân tích khía cạnh Promotion trong phân tích 4P + Quản lý chiến lược trên website + Tổng kết về chiến lược Thuyết trình	100%
2	31221024758	Trương Công Lợi	Nội dung: <ul style="list-style-type: none"> + Mô hình kinh doanh Canvas + Phân tích khía cạnh Price trong phân tích 4P + Quản lý chiến lược trên Facebook 	100%
3	31221024762	Phan Tuấn Minh	Nội dung: <ul style="list-style-type: none"> + Mô hình kinh doanh Canvas + Phân tích đối thủ Ofood + Phân tích khía cạnh Product trong phân tích 4P + Quản lý chiến lược trên TikTok Thiết kế Slide	100%
4	31221024764	Trần Ngọc Nghĩa	Nội dung: <ul style="list-style-type: none"> + Mục tiêu cuối cùng + Phân tích đối thủ Chinsu + Tổng quan chiến lược + Quản lý chiến lược trên TikTok Thuyết trình	100%
5	31221025185	Lê Đình Phong	Nội dung: <ul style="list-style-type: none"> + Phân tích thị trường và tình hình hoạt động kinh doanh + Phân tích khía cạnh Place trong phân tích 4P + Tổng quan chiến lược + Quản lý chiến lược trên Facebook 	100%

			Thuyết trình	
6	33221020478	Tôn Tuyết Ánh	Nội dung: <ul style="list-style-type: none"> + Phân tích SWOT Cholimex Food + Phân tích đối thủ Ajinomoto + Quản lý chiến lược trên Instagram Thiết kế Slide	100%