



CÁC BƯỚC XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC MARKETING ONLINE HIỆU QUẢ

Tác giả: Ban biên tập

CÁC BƯỚC XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC MARKETING ONLINE HIỆU QUẢ

Marketing Online đã trở thành một trong những kênh quảng cáo lớn nhất hiện nay. Các doanh nghiệp lớn nhỏ đều bắt đầu lên chiến lược Marketing Online cho riêng mình, bởi những hiệu quả vượt trội mà kênh quảng cáo này mang lại.

*Tuy nhiên, để xây dựng một Chiến Lược Marketing Online hiệu quả là một công việc **Không hề dễ** và cần phải được chuẩn bị hết sức kỹ lưỡng với một sự đầu tư hợp lý về thời gian, con người và tiền bạc.*

Vậy làm sao để có được một chiến lược marketing online hiệu quả? Bài viết sau sẽ giúp cho doanh nghiệp của bạn.

1. Xác định mục tiêu cho chiến lược marketing online

Trong Marketing thì mỗi chiến dịch quảng cáo đều có mục tiêu cụ thể khác nhau. Xét về mặt tổng quát mà nói thì mỗi chiến dịch quảng cáo sẽ có 1 trong 4 loại mục tiêu sau:

- Mục tiêu thông tin: Truyền bá thông tin về sản phẩm, dịch vụ, sự kiện... đến với đối tượng, khách hàng mục tiêu. Mục tiêu thông tin được sử dụng nhiều trong các chiến dịch quảng cáo cho sản phẩm mới.
- Mục tiêu thuyết phục: Thuyết phục, lôi kéo đối tượng, khách hàng mục tiêu mua sản phẩm, dịch vụ, hoặc chỉ đơn giản là suy nghĩ theo quan điểm của nội dung quảng cáo.
- Mục tiêu gợi nhớ: Cài vào bộ nhớ của đối tượng, khách hàng mục tiêu một nội dung nhất định. Nội dung ấy có thể là tên doanh nghiệp, nhãn hiệu sản phẩm, tên con người, địa danh...
- Mục tiêu so sánh và tấn công sản phẩm đối thủ cạnh tranh: So sánh lợi ích, công dụng sản phẩm của doanh nghiệp với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh.

2. Xây dựng ngân sách

Ngân sách chiến dịch marketing gồm 2 phần:

Chi phí thực hiện quảng cáo

Chi phí thường bao gồm: Chi phí thuê các Agency làm quảng cáo, chi phí phương tiện truyền thông, chi phí thuê diễn viên, chi phí đạo cụ, máy móc...

Lượng doanh thu nhờ vào quảng cáo

Doanh nghiệp cần phải ước tính được lượng doanh thu nhờ vào quảng cáo (cả trong dài hạn, lẫn ngắn hạn) để biết được có nên tiếp tục thực hiện chiến dịch quảng cáo, đặc biệt là đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Một số yếu tố ảnh hưởng đến ngân sách chiến dịch quảng cáo:

- Giai đoạn hiện tại của chu kỳ sống của sản phẩm: Ví dụ như 1 sản phẩm đang trong giai đoạn triển khai cần phải có một chiến dịch quảng cáo rầm rộ, nghĩa là doanh nghiệp cần phải bỏ ra chi phí lớn cho chiến dịch quảng cáo.
- Thị phần: Trong hầu hết các trường hợp, thị phần tỉ lệ thuận với chi phí quảng cáo và lợi nhuận thu về, nghĩa là thị phần càng lớn thì chi phí bỏ ra cho quảng cáo càng lớn cũng như là lợi nhuận thu về càng cao.

3. Xây dựng chiến lược marketing online

Việc xây dựng chiến lược quảng cáo bao gồm công việc thiết kế thông điệp quảng cáo và lựa chọn phương tiện truyền thông.

3.1. Thiết kế thông điệp quảng cáo

Thông điệp quảng cáo là yếu tố cốt lõi của chiến lược marketing online. Một chiến lược marketing online cho dù được đầu tư với quy mô rầm rộ bao nhiêu mà thông điệp quảng cáo sơ sài, khó hiểu, gây hiểu nhầm, không phù hợp với văn hóa, tôn giáo, luật pháp đều sẽ trở nên thất bại.

Nội dung thông điệp quảng cáo phần lớn dựa trên mục đích quảng cáo. Nếu quảng cáo nhằm mục đích thông tin, nội dung thông điệp sẽ tập trung vào nhãn hiệu, hình dáng, công dụng sản phẩm cũng như là cách thức mua sản phẩm.

Trong trường hợp quảng cáo nhằm mục đích thuyết phục, nội dung thông điệp sẽ tập trung vào lợi ích sản phẩm. Giả sử quảng cáo nhằm vào mục tiêu gợi nhớ, nội dung thông điệp thường chỉ đơn giản là làm nổi bật nhãn hiệu sản phẩm.

Đối với quảng cáo với mục tiêu so sánh, nội dung thông điệp sẽ tập trung vào việc phân tích lợi ích sản phẩm của doanh nghiệp so với sản phẩm đối thủ. Một thông điệp quảng cáo hay sẽ bao gồm các yếu tố: ngắn gọn, dễ nhớ, xúc tích, ý nghĩa.

Một số lưu ý khi thiết kế thông điệp quảng cáo:

- Phù hợp với luật pháp tại quốc gia quảng bá.
- Phù hợp với văn hóa tại quốc gia quảng bá.
- Phù hợp với tôn giáo tại quốc gia quảng bá.
- Tuyệt đối không được sử dụng hình ảnh, logo, nhãn hiệu đã đăng ký của doanh nghiệp khác.

3.2. Lựa chọn phương tiện truyền thông

Việc lựa chọn phương tiện truyền thông cũng đóng vai trò rất quan trọng trong sự thành công chiến lược marketing online, bao gồm: lựa chọn loại phương tiện truyền thông; độ bao phủ, độ thường xuyên của quảng cáo trên phương tiện truyền thông; thời gian xuất hiện quảng cáo trên phương tiện truyền thông.

- Lựa chọn loại phương tiện truyền thông: Có rất nhiều loại phương tiện truyền thông (tham khảo phía dưới), tuy nhiên, việc lựa chọn loại nào sẽ dựa trên hành vi khách hàng mục tiêu. Dĩ nhiên, doanh nghiệp có thể chọn hết tất cả loại hình phương tiện truyền thông nhưng sẽ rất tốn kém và dẫn đến thua lỗ. Vì vậy tùy vào Sản Phẩm & Dịch Vụ, phân khúc đối tượng người dùng và khách hàng tiềm năng mà bạn muốn làm Truyền Thông Quảng Cáo đến họ. Ví dụ nếu khách hàng là những bà nội trợ thì nên chọn TV, nếu khách hàng là các bạn trẻ sinh viên hay dân văn phòng thì nên chọn Internet như Banner Quảng Cáo, Báo Điện Tử, Forum, SEO, Facebook Fanpage, Google Adword...
- Lựa chọn độ bao phủ, độ thường xuyên của quảng cáo trên phương tiện truyền thông: Phụ thuộc vào mức độ rầm rộ trong phân xác định mục tiêu quảng cáo
- Lựa chọn thời gian xuất hiện quảng cáo trên phương tiện truyền thông: Căn cứ vào hành vi của khách hàng mục tiêu. Khách hàng mục tiêu xem Các Kênh Truyền Thông mà bạn áp dụng vào những khung giờ nào, lướt web vào thời điểm nào,... Doanh nghiệp sẽ tiết kiệm được rất nhiều chi phí quảng cáo nếu việc lựa chọn phương tiện truyền thông được tối ưu hóa.

3.3. Đo lường hiệu quả chiến lược marketing online

Doanh nghiệp cần phải theo dõi quá trình chạy chiến dịch quảng cáo. Mục đích là để xử lý kịp thời trong trường hợp xảy ra sự cố như trục trặc kỹ thuật, sai thời điểm, thời lượng quảng cáo, khách hàng phản ánh và khiếu nại về quảng cáo...

Việc đánh giá mức độ thành công của chiến dịch quảng cáo dựa trên các tiêu chí:

- Phản ứng khách hàng: Ủng hộ, tò mò, kích thích, phản đối, thờ ơ, ức chế...
- Doanh thu sản phẩm: Tăng nhẹ, tăng đột biến, không tăng không giảm, giảm nhẹ, giảm mạnh.

Về mặt lý thuyết, một chiến dịch quảng cáo thành công phải được sự ủng hộ của khách hàng mục tiêu cũng như cải thiện doanh số sản phẩm. Tuy nhiên, trong thực tế, rất khó để đánh giá mức độ thành công của một chiến dịch quảng cáo nếu không phải là người trong cuộc bởi tiêu chí đánh giá còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác như thời gian, mục đích quảng cáo...

4. Lời kết

Việc xây dựng chiến lược Marketing Online tổng thể để quảng bá sản phẩm/dịch vụ trở nên quan trọng và cần thiết hơn bao giờ hết. Thông qua kênh quảng cáo này, cùng với chất lượng dịch vụ/sản phẩm tốt, giá cả phải chăng, doanh nghiệp của bạn có thể xây dựng mối quan hệ tốt với khách hàng và phát triển công việc kinh doanh đột phá.

Nếu doanh nghiệp bạn đang loay hoay trong việc định hướng và lên chiến lược Marketing Online để tăng độ nhận diện thương hiệu trực tuyến của mình, chúng tôi luôn sẵn sàng hỗ trợ bạn.