**HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC MARKETING ONLINE**

**1. Phân tích và nghiên cứu thị trường**

- Phân tích thị trường tiềm năng, các đặc trưng của môi trường kinh doanh online...

- Phân tích đối tượng khách hàng mục tiêu: hành vi tiêu dùng, đặc trưng, sở thích,...thu nhập, lối sống…

- Phân tích đối thủ cạnh tranh: sản phẩm, chiến lược marketing, tình hình kinh doanh, thị phần, sức mạnh thương hiệu hiện tại...

- Trong giai đoạn nghiên cứu, các doanh nghiệp thường sử dụng ma trận SWOT để nghiên cứu tổng quan và chi tiết trước khi hoạch định chiến lược

**2. Xác định mục tiêu**

- Mục tiêu thông tin: Quảng bá thương hiệu, sản phẩm dịch vụ … đến với các đối tượng khách hàng mục tiêu. (Chủ yếu đạt hiệu quả về mặt branding, thường áp dụng cho các sản phẩm mới, mục tiêu đạt hiệu quả về mặt nhận diện, doanh số không phải đích đến)

- Mục tiêu thuyết phục: Thuyết phục khách hàng ra quyết định lựa chọn sử dụng sản phẩm dịch vụ của mình, educate hành vi và nhu cầu khách hàng (giáo dục, định hịnh ..hướng khách hàng đến sản phẩm của công ty)

- Mục tiêu gợi nhớ: Thường mang tính chất nhắc nhớ đến thương hiệu, tên doanh nghiệp hoặc một đặc trưng nổi bật của sản phẩm, của thương hiệu. Đối tượng của mục tiêu này là các khách hàng cũ, đã từng biết hoặc nghe về branding của ta

Mục tiêu cạnh tranh: So sánh lợi ích, công dụng của sản phẩm doanh nghiệp với đối thủ cạnh tranh

Đồng thời cũng thiết lập mục tiêu kinh doanh: mục tiêu về thị phần, mục tiêu về lợi nhuận...

**3. Xây Dựng Ngân Sách**

Chi phí thực hiện quảng cáo thường bao gồm:

- Chi phí thuê các Agency làm quảng cáo.

- Chi phí phương tiện truyền thông, chi phí thuê celeb, chi phí đạo cụ, máy móc, chi phí các sản phẩm để marketing cho chiến dịch….

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.

## **4. Xây dựng kế hoạch marketing online**

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

### - Thiết kế thông điệp quảng cáo

Thông điệp quảng cáo là yếu tố cốt lõi của chiến lược marketing online.

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.

Lưu ý: Thông điệp quảng cáo luôn phải:

* 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.

### - 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, tuy nhiên, việc lựa chọn loại nào sẽ dựa trên hành vi khách hàng mục tiêu.
* Lựa chọn độ bao phủ, độ thường xuyên của quảng cáo trên phương tiện truyền thông: Phụ thuộc vào mức độ rầm rộ trong phần xác định mục tiêu quảng cáo
* Lựa chọn thời gian xuất hiện quảng cáo trên phương tiện truyền thông

## **5. Đo lường hiệu quả chiến lược marketing online**

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.