

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

CHUYÊN NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

SINH VIÊN: ĐINH THỊ MINH THÙY

ĐỀ TÀI:

**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC CONTENT
MARKETING CHO CÔNG TY TNHH THẢO
DƯỢC SKV, THÁI NGUYÊN**

THÁI NGUYÊN, 2021



ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
THAI NGUYEN UNIVERSITY OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
CHUYÊN NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

ĐỀ TÀI:

**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC CONTENT
MARKETING CHO CÔNG TY TNHH THẢO
DƯỢC SKV, THÁI NGUYÊN**

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN: ThS. Nguyễn Thu Hằng
SINH VIÊN THỰC HIỆN: Đinh Thị Minh Thùy
LỚP: TMDT – K16A
MÃ SV: DTC175523404060228

Thái Nguyên, tháng 6 năm 2021

LỜI CẢM ƠN

Khóa luận tốt nghiệp đại học chuyên ngành Thương Mại Điện Tử với đề tài “*Xây dựng chiến lược Content Marketing cho Công ty TNHH Thảo dược SKV, Thái Nguyên*” là kết quả của quá trình cố gắng nỗ lực từ bản thân và được sự giúp đỡ tận tình từ công ty, thầy cô, bạn bè. Em xin chân thành gửi lời cảm ơn đến những người đã giúp đỡ em trong thời gian học tập, thực hiện khóa luận.

Em xin chân thành cảm ơn các thầy (cô) giáo trong Khoa Hệ Thống Thông Tin Kinh Tế đã tận tình giúp đỡ, giảng dạy và truyền đạt những kiến thức bổ ích, những kinh nghiệm quý báu cho em trong suốt thời gian học tập tại trường.

Đặc biệt em xin gửi lời cảm ơn chân thành tới Cô Ths. Nguyễn Thu Hằng đã tận tình giúp đỡ, trực tiếp chỉ bảo, hướng dẫn em tổng suốt thời gian thực hiện khóa luận tốt nghiệp này.

Cuối cùng em xin gửi lời cảm ơn đến giám đốc, các anh (chị) tại Công ty TNHH Thảo dược SKV đã tạo điều kiện và hỗ trợ nhiệt tình để em có thể hoàn thành được bài báo cáo khóa luận tốt nghiệp này. Vì kiến thức bản thân còn hạn chế, trong quá trình hoàn thiện báo cáo khóa luận em không tránh khỏi những thiếu sót, kính mong nhận được những ý kiến đóng góp từ các thầy (cô) để bài báo cáo của em được hoàn thiện hơn. Em xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2021

Sinh viên thực hiện

Đinh Thị Minh Thùy

CAM ĐOAN

Em xin cam đoan đề tài: “*Xây dựng chiến lược Content Marketing cho Công ty TNHH Thảo dược SKV, Thái Nguyên*” là một công trình nghiên cứu độc lập dưới sự hướng dẫn của giáo viên hướng dẫn Ths. Nguyễn Thu Hằng, ngoài ra không có bất kì sự sao chép nào của người khác. Đề tài, nội dung báo cáo khóa luận là sản phẩm mà em đã nghiên cứu trong quá trình học tập tại trường và thực tập tại Công ty TNHH Thảo dược SKV, Thái Nguyên. Các kết quả, số liệu trình bày trong báo cáo hoàn toàn trung thực, em xin chịu hoàn toàn trách nhiệm, kỷ luật của khoa và nhà trường nếu có vấn đề xảy ra.

Thái nguyên, ngày tháng năm 2021

Tác giả đề tài

Đinh Thị Minh Thùy

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
Chương 1.....	3
TỔNG QUAN VỀ CONTENT MARKETING	3
1.1 Khái niệm.....	3
1.2 Lợi ích Content Marketing đối với Doanh nghiệp.....	3
1.2.1 Cung cấp thông tin.....	3
1.2.2 Tăng traffic.....	4
1.2.3 Tiếp cận khách hàng nhanh.....	4
1.2.4 Tăng hiệu quả kinh doanh.....	4
1.2.5 Content Marketing là xu hướng tất yếu	4
1.3 Các dạng Content Marketing	5
1.3.1 Website.....	5
1.3.2 Blogs	6
1.3.3 Videos	7
1.3.4 Ebook	8
1.3.5 Infographic	9
1.3.6 Email Marketing	10
1.3.7 Social Media	11
1.4 Nghiên cứu chiến lược Content Marketing.....	12
1.4.1 Nghiên cứu thị trường, nhu cầu của ngành hàng	12
1.4.2 Sử dụng Google Trend để nhận biết xu hướng.....	13
1.4.3 Thông qua báo cáo, khảo sát.....	13
1.4.4 Phân khúc thị trường.....	13
1.4.5 Xác định chân dung khách hàng mục tiêu	13
1.4.6 Phân tích khách hàng bằng ma trận SWOT	14
1.4.7 Định vị sản phẩm, dịch vụ	14
1.4.8 Xác định kênh truyền thông.....	14
1.4.9 Nghiên cứu content đối thủ.....	15
1.4.10 Xác định thông điệp truyền thông.....	16

1.5 Một số công cụ giúp tạo Content Marketing chất lượng	16
1.5.1 BuzzSumo	16
1.5.2 Portent	16
1.5.3 SemRush	17
1.5.4 Feedly	17
1.5.5 Google Analytics	17
1.5.6 Keyword Everywhere	17
1.5.7 Copyscape	17
1.5.8 Canva	18
1.6 Ý tưởng Content Marketing hay	18
1.6.1 Tập trung những gì phổ biến nhất	18
1.6.2 Khảo sát và nghiên cứu những câu trả lời	18
1.6.3 Kết hợp phân tán nội dung	18
1.7 Những xu hướng Content Marketing phổ biến nhất	19
1.7.1 Xu hướng Content Marketing trực quan sinh động	19
1.7.2 Xu hướng Video Marketing	19
1.7.3 Xu hướng công nghệ thực tế ảo VR	20
1.7.4 Infographic	20
1.7.5 Social Media	21
1.8 Điều cần nhớ khi một chiến lược Content marketing	21
1.9 Sai lầm phổ biến trong Content Marketing	23
1.10 Tổng quan về Facebook Marketing	23
Chương 2	26
THỰC TRẠNG TẠI CÔNG TY TNHH THẢO DƯỢC SKV, THÁI NGUYÊN ...	26
2.1 Giới thiệu Công ty TNHH Thảo dược SKV, Thái Nguyên	26
2.1.1 Vài nét về công ty	26
2.1.2 Lịch sử hình thành	26
2.1.3 Tầm nhìn và sứ mệnh	27
2.1.4 Lĩnh vực hoạt động	27
2.1.5 Nhân sự	27
2.1.6 Hệ thống phòng khám	28
2.1.7 Sản phẩm được khách hàng đón nhận	28

2.2 Kênh bán hàng online của Công ty TNHH Thảo dược SKV	29
2.2.1 Fanpage Facebook	29
2.2.2 Website.....	30
2.2.3 Youtube.....	31
2.2.4 Tiktok.....	32
2.2.5 Zalo	33
2.3 Chuỗi cửa hàng	34
2.4 Phân tích các nhân tố ngành ảnh hưởng đến doanh nghiệp	35
2.4.1 Đối thủ cạnh tranh.....	35
2.4.2 Nhân tố thị trường.....	35
2.4.3 Khách hàng	36
2.4.4 Mối quan hệ và uy tín của doanh nghiệp trên thị trường.....	36
2.5 Phân tích SWOT của Công ty TNHH Thảo dược SKV	36
2.6 Chiến lược marketing của công ty TNHH Thảo dược SKV.....	38
2.7 Đánh giá hiện trạng marketing của công ty TNHH Thảo dược SKV	39
2.8 Quy trình chiến lược Content Marketing Fanpage Facebook.....	39
2.9 Quy trình chiến lược Content Marketing Website	41
Chương 3.....	44
XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC CONTENT MARKETING CHO CÔNG TY TNHH THẢO DƯỢC SKV, THÁI NGUYÊN.....	44
3.1 Đặt vấn đề	44
3.2 Xây dựng chiến lược Content Marketing.....	44
3.2.1 Chiến lược Content Marketing Fanpage Facebook	44
3.2.2 Chiến lược Content Marketing Website	49
3.3 Đo lường hiệu quả.....	55
KẾT LUẬN	62
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	63

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1	Ảnh minh họa Content Marketing	3
Hình 1.2	Ảnh minh họa website	5
Hình 1.3	Ảnh minh họa blog	6
Hình 1.4	Ảnh minh họa Youtube	8
Hình 1.5	Ảnh minh họa eBook	9
Hình 1.6	Ảnh minh họa Infographic	10
Hình 1.7	Ảnh minh họa Email Marketing	11
Hình 1.8	Ảnh minh họa Social Media	12
Hình 1.9	Ảnh minh họa Facebook	24
Hình 2.1	Quá trình hình thành và phát triển Thảo dược SKV	27
Hình 2.2	Hệ thống phòng khám	28
Hình 2.3	Page Công ty TNHH Thảo dược SKV	29
Hình 2.4	Page sản phẩm chủ đạo Nội tiết tố nữ SKV	30
Hình 2.5	Page sản phẩm chủ đạo Xương khớp SKV	30
Hình 2.6	Website Công ty TNHH Thảo dược SKV	31
Hình 2.7	Youtube của Công ty TNHH Thảo dược SKV	32
Hình 2.8	Tiktok của Công ty TNHH Thảo dược SKV	32
Hình 2.9	Ảnh minh họa Zalo	33
Hình 2.10	Ảnh minh họa chuỗi cửa hàng	34
Hình 2.11	Phân tích SWOT của Công ty TNHH Thảo dược SKV	37
Hình 3.1	Phân tích nhân khẩu học trên Fanpage Facebook	45
Hình 3.2	Xác định mật độ content marketing	45
Hình 3.3	Lên lịch nội dung đăng tải	46
Hình 3.4	Content chia sẻ kiến thức	46
Hình 3.5	Content liên kết	47
Hình 3.6	Content bán hàng	47
Hình 3.7	Content câu chuyện	48
Hình 3.8	Content phản hồi khách hàng	48
Hình 3.9	Chia sẻ lên các hội nhóm	49
Hình 3.10	Google Trends	50
Hình 3.11	Nghiên cứu content và từ khóa từ đối thủ	50

Hình 3.12 Gợi ý từ khóa của Google	51
Hình 3.13 Nghiên cứu từ khóa từ Keyword Everywhere	51
Hình 3.14 Nghiên cứu từ khóa bằng Keyword Tool.io	52
Hình 3.15 Kế hoạch từ khóa và nội dung.....	52
Hình 3.16 Đăng tải content website	53
Hình 3.17 Các bài viết trên website	53
Hình 3.18 Content website	54
Hình 3.19 Liên kết content trên Facebook.....	54
Hình 3.20 Thống kê lượng tương tác Fanpage Facebook.....	55
Hình 3.21 Lướt theo dõi Fanpage Facebook.....	55
Hình 3.22 Lướt thích Fanpage Facebook.....	56
Hình 3.23 Lướt tiếp cận Fanpage Facebook	56
Hình 3.24 Các hoạt động tương tác khác	57
Hình 3.25 Đánh giá lượt tương tác bài viết.....	57
Hình 3.26 Tạo doanh thu từ Facebook.....	58
Hình 3.27 Đo lường truy cập bằng Google Analytics	58
Hình 3.28 Đo lường truy cập bài viết.....	59
Hình 3.29 Nguồn truy cập vào website.....	59
Hình 3.30 Biểu đồ nguồn truy cập vào website	60
Hình 3.31 Quản trị website bằng Google Search Console.....	60
Hình 3.32 Tạo doanh thu từ website	61
Hình 3.33 Đưa bài viết lên Google	61

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

Công nghệ phát triển, Internet ngày càng được sử dụng rộng rãi và mang lại nhiều lợi ích không lồ. Bất cứ ai hay một doanh nghiệp đều muốn phát triển hoạt động kinh doanh, quảng bá hình ảnh sản phẩm, thương hiệu đến với công chúng. Bên cạnh đó sẽ làm tăng sức ép cạnh tranh thương mại điện tử. Chính vì vậy, vấn đề đặt ra là làm sao để thương hiệu tạo ra được những nét hấp dẫn thu hút khách hàng và nổi bật trên thị trường. Một thương hiệu có Content đủ mạnh sẽ nhận được sự quan tâm của khách hàng một cách tự nhiên mà không cần nhờ nhiều quảng cáo. Vậy làm thế nào để có một nội dung tốt, tạo ra sự lan truyền giúp thu hút khách hàng, đạt được lợi ích và mục tiêu cho Doanh nghiệp. Để làm được điều đó cần có chiến lược Content Marketing cụ thể, là nền tảng sáng tạo nội dung mang lại giá trị cho khách hàng.

Chính vì vậy mà em chọn đề tài “*Xây dựng chiến lược Content Marketing cho Công ty TNHH Thảo dược SKV, Thái Nguyên.*”

2. Mục tiêu nghiên cứu

Nghiên cứu lĩnh vực Content Marketing, các chiến lược Content Marketing, cách thức và hiệu quả hoạt động của chiến lược, cách xây dựng chiến lược Content Marketing.

Nghiên cứu thực trạng của Công ty TNHH Thảo dược SKV để xây dựng chiến lược Content Marketing phù hợp với mục tiêu công ty.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: nghiên cứu chiến lược Content Marketing.

Phạm vi nghiên cứu: sản phẩm của Công ty TNHH Thảo dược SKV.

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp phân tích tổng hợp: thu thập và phân tích số liệu, sản phẩm, các thông tin liên quan trên báo chí, internet, sách vở, các công cụ đo lường trực tuyến và tài liệu về công ty.

Phương pháp khảo sát thực tế.

Phương pháp tư duy.

5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu

Giúp thương hiệu, sản phẩm của Công ty TNHH Thảo dược SKV được nhiều người biết đến, mang lại giá trị cho người dùng.

Xây dựng chiến lược Content Marketing quảng bá hình ảnh thương hiệu, sản phẩm đến cộng đồng.