



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

CHUYÊN NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

SINH VIÊN: HOÀNG THỊ HÀ

ĐỀ TÀI:

**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC MARKETTING ONLINE
CHO CÔNG TY TNHH THẢO DƯỢC SKV VĨ NHAI,
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 MARKETING ONLINE
CHO CÔNG TY TNHH THẢO DƯỢC SKV VĨ NHAI,
THÁI NGUYÊN**

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN: TS.VŨ XUÂN NAM

SINH VIÊN THỰC HIỆN: HOÀNG THỊ HÀ

LỚP: TMĐTK16A

MÃ SV: DTC175523404060210

Thái Nguyên, tháng..... năm 20.....

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành bài báo cáo khóa luận tốt nghiệp, em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến Khoa Hệ Thống Thông Tin Kinh Tế - Trường Đại Học Công Nghệ Thông Tin và Truyền Thông đã tạo điều kiện để em có thể thực hiện bài báo cáo khóa luận tốt nghiệp này.

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

Đặc biệt em xin gửi lời cảm ơn trân thành tới Thầy T.S Vũ Xuân Nam đã tận tình giúp đỡ, trực tiếp chỉ bảo, hướng dẫn em trong suốt thời gian thực hiện đợt khóa luận tốt nghiệp này.

Cuối cùng em xin gửi lời cảm ơn đến các anh, chị ban lãnh đạo tại Công ty TNHH Thảo Dược SKV tại Thái Nguyên đã tạo điều kiện và hỗ trợ em nhiệt tình để em có thể hoàn thành được bài báo cáo khóa luận tốt nghiệp lần 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

Hoàng Thị Hà

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan đề tài : “Xây dựng chiến lược marketing online cho công ty TNHH thảo dược SKV võ nhai ,thái nguyên” là một công trình nghiên cứu độc lập dưới sự hướng dẫn của giáo viên hướng dẫn :TS Vũ Xuân Nam . Ngoài ra không có bất cứ sự sao chép của người khác . Đề tài nội dung báo cáo khóa luận tốt nghiệp là sản phẩm mà em đã nỗ lực nghiên cứu trong quá trình học tập tại trường cũng như tham gia thực tập tại công ty TNHH thảo dược SKV. Các số liệu , kết quả trình bày trong báo cáo hoàn toàn trung thực , em xin chịu toàn trách nhiệm kỉ luật của khoa và nhà trường về đề tài nếu có vấn đề gì xảy ra.

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2021

Tác giả đề tài

Hoàng Thị Hà

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	i
LỜI CAM ĐOAN.....	iv
MỤC LỤC.....	v
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	vii
LỜI MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1 : TỔNG QUAN VỀ MARKETING ONLINE.....	4
1. Tổng quan về Marketing online.....	4
1.1. Marketing Online là gì?.....	4
1.2 Các kênh Marketing Online hiệu quả nhất hiện nay.....	5
1.2.1 Website Marketing.....	5
1.2.2 Social Networking.....	6
1.2.3 Search engine Marketing (SEM).....	9
1.2.4 Email Marketing.....	12
1.2.5 Mobile Marketing.....	17
1.2.6 Viral Marketing.....	20
1.3 Ưu điểm của Marketing Online.....	23
1.3.1 Tiếp cận một khối lượng lớn đối tượng trong tích tắc.....	23
1.3.2 Marketing Online cho phép doanh nghiệp hoạt động 24/7.....	23
1.3.3 Marketing Online giúp bạn kết nối mọi lúc mọi nơi với khách hàng.....	23
1.3.4 Marketing Online giúp tiết kiệm chi phí và thời gian.....	24
1.3.5 Marketing Online giúp tăng phản ứng linh hoạt giữa bạn và khách hàng.....	25
1.3.6 Marketing Online mang đến khả năng thu thập và đo lường dữ liệu mạnh mẽ.....	25
1.4 Nhược điểm của Marketing Online.....	26
1.4.1 Tính nhiễu trong Marketing Online.....	26
1.4.2 Thông tin lan truyền nhanh là con dao 2 lưỡi.....	27
1.4.3 Marketing Online phụ thuộc nhiều vào thiết bị điện tử.....	27
1.4.4 Vấn đề bảo mật và quyền riêng tư.....	28
1.4.5 Sự thay đổi nhanh chóng về công nghệ và các quy tắc thương mại điện tử.....	28
1.4.6 Lỗ hổng từ các hoạt động Marketing Online lừa đảo.....	28

CHƯƠNG 2 : KHẢO SÁT DOANH NGHIỆP	30
2.1 Giới thiệu công ty TNHH thảo dược SKV	30
2.1.1 Mục tiêu	30
2.1.2 Tầm nhìn và Sứ mệnh.....	30
2.1.3 Lịch sử hình thành	31
2.1.4 Lĩnh vực hoạt động	31
2.1.5 Nhân sự	31
2.1.6 Hệ thống phòng khám.....	31
2.1.7 Sản phẩm dược khách hàng đón nhận	33
2.1.8 Đối tượng khách hàng mà doanh nghiệp phục vụ.....	33
2.2 Các kênh bán hàng online của công ty TNHH thảo dược SKV	34
2.2.1 Fanpage.....	34
2.2.2 Youtube.....	36
2.2.4 Website kết nối các kênh online	38
CHƯƠNG 3: XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC MARKETTING ONLINE CHO CÔNG TY TNHH THẢO DƯỢC SKV VĨ NHAI , THÁI NGUYÊN.....	44
3.1 Chiến lược Marketing trên website.....	44
3.1.1 Viết bài chuẩn SEO và SEO website.....	44
3.1.2 Tối ưu nội dung chuẩn seo qua 5 bước.....	45
3.2 Chiến lược tăng tương tác Fanpage	60
3.2.1. Tại sao lượt tương tác trên Fanpage Facebook quan trọng?.....	60
3.2.2. Cách tăng tương tác cho Fanpage Facebook hiệu quả	62
3.3 Youtube	65
3.3.1 Quảng bá thương hiệu công ty.....	65
3.3.2 Marketing đa nền tảng	65
3.3.3 Seo youtube.....	66
TÀI LIỆU THAM KHẢO	77

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình ảnh 1.1 : Minh họa Marketing online	4
Hình ảnh 1.2 : Minh họa website.....	5
Hình ảnh 1.3 Minh họa Social Network.....	7
Hình ảnh 1.4 Minh họa Search engine Marketing.....	10
Hình ảnh 1.5 : hiển thị kết quả tìm kiếm trên google	11
Hình ảnh 1.6 : Hình ảnh minh họa Email marketing.....	13
Hình ảnh 1.7 : Minh họa Mobile Marketing	17
Hình ảnh 2.1: Hình ảnh fanpagefacebook.....	34
Hình ảnh 2.2: Hình ảnh kênh Youtube	37
Hình ảnh 3.1 : Kết quả hiển thị trên google	46
Hình ảnh 3.2 : Bản phác thảo bài viết	49
Hình ảnh 3.3: Bài viết hoàn chỉnh	51
Hình ảnh 3.4: Tối ưu hình ảnh trên google	54
Hình ảnh 3.5 : kết quả SEO bài viết trên Google	60
Hình ảnh 3.6 : Minh họa bài đăng với biểu tượng cảm xúc	63
Hình ảnh 3.7: Phản hồi từ khách hàng khi dùng sản phẩm của công ty.....	63
Hình ảnh 3.8: Trước khi áp dụng phương pháp Marketing.....	64
Hình ảnh 3.9 : Sau áp dụng dụng phương pháp Marketing.....	65
Hình ảnh 3.10: Kênh youtube công ty.....	68
Hình ảnh 3.11: Chia sẻ lên trang facebook đào tạo bán hàng	69
Hình ảnh 3.12 : Chia sẻ link lrrn trang facebook bán hàng	70
Hình ảnh 3.13: kết quả quá trình áp dụng Marketing youtube.....	71
Hình ảnh 3.14 Hình ảnh kết quả hiển thị bài viết trên Google.....	72
Hình ảnh 3.15: Hình ảnh lượt tiếp cận Website.....	72
Hình ảnh 3.16: Hình ảnh Đơn hàng đã bán trên website.....	73
Hình ảnh 3.18 : Hình ảnh kết quả lượt thích và xem trang sau chiến dịch.....	74
Hình ảnh 3.19: Hình ảnh khách hàng mua hàng trên Fanpage.....	75
Hình ảnh 3.20: Hình ảnh phân tích số liệu trên Youtube.....	75

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Tại Việt Nam có 64 triệu người sử dụng Internet trên tổng số 97 triệu dân (thống kê 2019), Theo báo cáo cho thấy có tới 84% người dùng internet có thao tác tìm kiếm thông tin khi muốn mua sắm online.

Hiện nay mọi người đều sở hữu ít nhất một chiếc smart-phone có kết nối Internet . Do đó, việc tiếp cận khách hàng trực tuyến của doanh nghiệp dễ dàng hơn bao giờ hết.

Bởi vậy, công ty cần phải xây dựng dịch vụ marketing độc đáo, hoàn hảo để có thể cạnh tranh với đối thủ , cũng như có thể tiếp cận được lượng khách hàng tiềm năng này . Để tận dụng điều này, các doanh nghiệp tiến hành đẩy mạnh chiến dịch marketing online nhằm thu hút sự quan tâm của hàng triệu khách hàng.

Chính vì vậy mà em chọn đề tài: “Xây dựng chiến lược Marketing online cho công ty TNHH thảo dược SKV Võ Nhai ,Thái Nguyên.”

Với đề tài này, em xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ tận tình của thầy Vũ Xuân Nam và đơn vị thực tập đã giúp em hoàn thành đề tài này.

Em xin chân trọng cảm ơn các thầy cô và ban lãnh đạo trường Đại học Công nghệ thông tin và truyền thông đã nhiệt tình giảng dạy và truyền đạt kiến thức cho em.

Với sự hiểu biết còn hạn hẹp, vì vậy đề tài của em còn nhiều thiếu sót rất mong sự góp ý của thầy, cô và bạn bè để bài thực tập của em được hoàn thiện hơn.

2. Mục đích

- Đưa sản phẩm và thương hiệu của công ty đến với đông đảo khách hàng
- Tạo uy tín cho công ty, xây dựng quan hệ với khách hàng .
- Tiếp cận được đúng khách hàng mục tiêu.
- Tiết kiệm chi phí về nhân lực.
- Mở rộng khả năng tương tác với khách hàng ,tương tác 24/7.
- Kích thích tâm lý mua hàng của khách hàng .
- Xây dựng quảng bá và nâng cao tầm thương hiệu

- Tăng doanh thu và lợi nhuận cho Công ty

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng:

Những khách hàng có nhu cầu sử dụng thảo dược trong việc điều trị các bệnh lý về xương khớp dạ dày hoặc những sản phẩm chăm sóc sức khỏe từ thảo dược . Cung cấp thông tin tìm kiếm khách hàng tiềm năng có mong muốn là nhà phân phối

- *khách hàng cá nhân*

khách hàng có nhu cầu về đau nhức xương khớp, thoái hóa đốt sống, thoát vị đĩa đệm; các vấn đề về da liễu; các vấn đề về hô hấp; Đau dạ dày cấp và mãn tính có HP dương tính; các vấn đề về rụng tóc, tóc bạc sớm, tóc khô sơ.....

- *Khách hàng phân phối*

Khách hàng nhà phân phối, đại lý, Spa làm đẹp, phòng khám chẩn trị y học cổ truyền.

Phạm vi : Những khách hàng sử dụng Internet tại Việt Nam

4. Phương pháp nghiên cứu

- *Phương pháp quan sát:* Người nghiên cứu tự thu thập số liệu, tư liệu qua quan sát, theo dõi, nghe, nhìn từ đó đem lại cho mình những số liệu và tìm ra được bản chất vấn đề. Nhưng nhược điểm của phương pháp này là tốn nhiều thời gian, chi phí và quy mô thực hiện nhỏ.

- *Phương pháp tư duy:* Tư duy Tổng hợp các số liệu từ thực tế ,tư duy kết hợp phân tích các số liệu

- *Phương pháp phân tích:* Từ những số liệu và thông tin thu thập được từ thực tế sau đó tổng hợp thông và phân tích

- *Phương pháp tin học*

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

Thị trường tiếp cận

- Tiếp cận được thị trường rộng với chi phí nhỏ

Chất lượng phục vụ khách hàng cung cấp thông tin