

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

KHOA HỆ THỐNG THÔNG TIN KINH TẾ

NGÔ THỊ XUÂN BẮC

XÂY DỰNG GIẢI PHÁP MARKETING ĐIỆN TỬ NHẪM THU HÚT
KHÁCH HÀNG CHO CỬA HÀNG MỸ PHẨM THÁI NGUYÊN

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

KHOA HỆ THỐNG THÔNG TIN KINH TẾ



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Đề tài:

**XÂY DỰNG GIẢI PHÁP MARKETING ĐIỆN TỬ NHẪM THU HÚT
KHÁCH HÀNG CHO CỬA HÀNG MỸ PHẨM THÁI NGUYÊN**

Sinh viên thực hiện : NGÔ THỊ XUÂN BẮC

Lớp : TMDT K15A

Giảng viên hướng dẫn : Ths.LÝ THU TRANG

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.

Để hoàn thành tốt bài báo cáo này, em xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến cô giáo Lý Thu Trang đã tận tình giúp đỡ, trực tiếp chỉ bảo, hướng dẫn em trong suốt thời gian thực hiện đợt khóa luận tốt nghiệp này.

Vì thời gian có hạn nên không tránh khỏi những thiếu sót, em rất mong nhận được đóng góp ý kiến từ thầy cô và các bạn. Em xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày 27 tháng 05 năm 2020

Sinh viên thực hiện

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan bài khóa luận này là do tự bản thân thực hiện và không sao chép các công trình nghiên cứu của người khác để làm sản phẩm của riêng mình. Các thông tin thứ cấp sử dụng trong khóa luận là có nguồn gốc và được trích dẫn rõ ràng. Em đã tham khảo một số tài liệu được nêu trong phần “Tài liệu tham khảo” và các tài liệu được cho phép sử dụng cùng các diễn đàn mạng uy tín trên Internet.

Em xin cam đoan những lời trên là đúng, nếu có thông tin sai lệch em xin hoàn toàn chịu trách nhiệm trước Hội đồng.

Thái nguyên, ngày 27 tháng 05 năm 2020

Sinh viên thực hiện

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
LỜI CAM ĐOAN	ii
MỤC LỤC.....	iii
DANH MỤC HÌNH ẢNH	vi
LỜI MỞ ĐẦU.....	1
Chương 1:	3
TỔNG QUAN VỀ MARKETING ĐIỆN TỬ.....	3
1.1. Các khái niệm cơ bản về Thương mại điện tử	3
1.1.1. Sự hình thành và phát triển của mạng Internet	3
1.1.2 Khái niệm Thương mại điện tử.....	5
1.1.3 Lợi ích của Thương mại điện tử	7
1.1.4. Hạn chế của Thương mại điện tử.....	12
1.2. Định nghĩa về Marketing điện tử.....	13
1.2.1 Đặc điểm và quy trình của Marketing điện tử	14
1.2.2 Lợi ích của việc ứng dụng Marketing điện tử.....	16
1.2.3 Hạn chế của Marketing điện tử	20
1.3 Một số công cụ marketing điện tử	23
Chương 2:	30
THỰC TRẠNG BÁN HÀNG CỦA CỬA HÀNG MỸ PHẨM THÁI NGUYÊN	30
2.1 Giới thiệu cửa hàng mỹ phẩm Thái Nguyên.....	30

2.2 Khảo sát và xác định đối tượng khách hàng	30
2.2.1 Khảo sát khách hàng	30
2.2.2 Xác định đối tượng khách hàng mục tiêu	31
2.2.3 Phân tích khách hàng mục tiêu dựa trên đối thủ cạnh tranh	35
2.3 Thực trạng phương thức bán hàng của cửa hàng mỹ phẩm Thái Nguyên.....	36
2.3.1 Phương thức bán hàng trực tiếp	36
2.3.2 Trang Fanpage, Website của cửa hàng mỹ phẩm Thái Nguyên.....	41
2.4 Đề xuất giải pháp.....	44
2.4.1 Facebook marketing.....	44
2.4.2. Ứng dụng Mailchimp trong Email marketing	47
Chương 3:	51
XÂY DỰNG GIẢI PHÁP MARKETING ĐIỆN TỬ NHẪM THU HÚT KHÁCH HÀNG CHO CỬA HÀNG MỸ PHẨM THÁI NGUYÊN.....	51
3.1 Đặt vấn đề.....	51
3.2 Giải pháp Marketing điện tử thu hút khách hàng cho cửa hàng mỹ phẩm Thái Nguyên.....	52
3.2.1 Facebook Marketing	52
3.2.2 Sử dụng Email Marketing để phát triển chiến lược marketing trực tuyến cho cửa hàng.....	59
3.2.2.2 Đăng ký và sử dụng MailChimp	63
KẾT LUẬN.....	75
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	76

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1 Mạng internet.....	3
Hình 1.2 Website bán hàng.....	23
Hình 1.3 Mạng xã hội.....	25
Hình 1.4 Công cụ gửi email marketing.....	26
Hình 1.5 Công cụ chat trực tuyến – Live Chat.....	27
Hình 1.6 SEO.....	28
Hình 2.1 Xác định chân dung khách hàng.....	32
Hình 2.2 Năm giai đoạn của quá trình mua sắm.....	38
Hình 2.3 Các bước giữa việc đánh giá và quyết định mua.....	40
Hình 2.4 Những cách xử lý khi người tiêu dùng không hài lòng.....	41
Hình 2.5 Trang chủ của cửa hàng Mỹ Phẩm Thái Nguyên.....	42
Hình 26 Trang web của cửa hàng Mỹ Phẩm Thái Nguyên.....	43
Hình 2.7 Facebook Marketing là gì.....	44
Hình 2.8 Giới thiệu về Mailchimp.....	48
Hình 3.1 Fanpage cửa hàng.....	53
Hình 3.2 Đăng bài.....	54
Hình 3.3 Quy trình quảng cáo.....	55
Hình 3.4 Chiến dịch quảng cáo.....	56
Hình 3.5 Đối tượng khách hàng.....	57
Hình 3.6 Vị trí quảng cáo.....	58