

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

-----o0o-----



BÁO CÁO

ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

CHIẾN LƯỢC QUẢNG BÁ VÀ TIẾP CẬN KHÁCH HÀNG CHO KHÁCH SẠN CÔ TÔ MOONLIGHT TẠI QUẢNG NINH.

Giáo viên hướng dẫn : ThS Hồ Thị Tuyền

Sinh viên thực hiện : Trần Thị Thu Hương

Mã sinh viên : DTC17H524801040003

Lớp : HTTT-K16A

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan sản phẩm của đề tài là kết quả tìm hiểu, tham khảo tài liệu, nghiên cứu của bản thân, thực hiện với tinh thần tự giác nghiên cứu, trung thực, tôn trọng tính khách quan của khoa học. Đề tài tham khảo các tài liệu đã được trích dẫn trong báo cáo, dưới sự định hướng, đánh giá, kiểm tra của giáo viên hướng dẫn.

Thái Nguyên, ngày 14 tháng 2 năm 2022

SINH VIÊN THỰC HIỆN

Hương

Trần Thị Thu Hương

LỜI CẢM ƠN

Sau thời gian 04 tháng thực hiện, sinh viên đã hoàn thành đồ án tốt nghiệp: “Chiến lược quảng bá và tiếp cận khách hàng cho khách sạn Cô Tô Moonlight”. Đảm bảo yêu cầu về chất lượng và tiến độ đề ra.

Với lòng biết ơn sâu sắc nhất, em xin gửi đến cô giáo ThS.Hồ Thị Tuyền, giảng viên khoa CNTT, Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông Thái Nguyên, giáo viên hướng dẫn đồ án tốt nghiệp. Trong thời gian qua cô đã luôn nhiệt tình giúp đỡ, hướng dẫn, chỉ bảo, trau dồi cho em những kiến thức quý giá về các lĩnh vực trong đồ án. Sự gợi ý về ý tưởng, cung cấp tài liệu, số liệu, hướng dẫn của cô là một trong những nhân tố chính giúp em hoàn thành tốt đồ án của mình. Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn cô.

Em xin chân thành cảm ơn các Thầy, Cô trong khoa Công nghệ thông tin, Trường Đại Học Công nghệ thông tin và Truyền thông Thái Nguyên đã tận tình truyền đạt kiến thức trong những năm em học tập tại trường, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho chúng em học tập và cho phép em được tham gia nghiên cứu trong thời gian làm đồ án tốt nghiệp. Với vốn kiến thức được tiếp thu trong quá trình học không chỉ là nền tảng cho quá trình nghiên cứu đồ án mà còn là hành trang quý báu để em bước vào đời một cách vững chắc và tự tin.

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1 Trang chủ	34
Hình 2 Trang chủ (chi tiết)	34
Hình 3 Trang chủ (chi tiết)	35
Hình 4 Giới thiệu.....	35
Hình 5 Phòng khách sạn.....	35
Hình 6 Chi tiết phòng.....	36
Hình 7 Trang liên hệ.....	36
Hình 8 Trang tin tức	37
Hình 9 Live Chat(admin).....	37
Hình 10 Live Chat (Khách hàng).....	38
Hình 11 Trang quản trị	39
Hình 12 Chọn mục tiêu chiến dịch	43
Hình 13 Chi tiết mục tiêu	44
Hình 14 Xác định đối tượng tiếp cận.....	44
Hình 15 Cài đặt ngân sách.....	45
Hình 16 Ngân sách và lịch chạy	46
Hình 17 Định dạng bài chạy quảng cáo	47
Hình 18 Báo cáo kết quả	51
Hình 19 Tổng quan về chiến lược.....	51
Hình 20 Tổng quan hiệu quả theo giới tính.....	52
Hình 21 Tóm tắt trang	52
Hình 22 Chi tiết các bài viết đã đăng.....	53
Hình 23 Tổng số người theo dõi page.....	53
Hình 24 Tổng lượt thích page.....	54
Hình 25 Số người tiếp cận.....	54
Hình 26 Số lượt xem trang	55
Hình 27 Trang nên xem.....	55

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	2
LỜI CẢM ƠN	3
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	4
MỤC LỤC	5
PHẦN MỞ ĐẦU	9
Chương 1 - TỔNG QUAN VỀ MARKETING ONLINE	12
1.1.Marketing online là gì?	12
1.2.Uưu nhược điểm của Marketing Online.....	12
1.2.1. Ưu điểm của Marketing online là gì?	12
1.2.2 Nhược điểm của Marketing Online là gì?	13
1.3.Một số loại hình Marketing Online phổ biến	14
1.3.1 Content Marketing	14
1.3.2 Social Media Marketing.....	14
1.3.3 Organic Social Media Marketing (miễn phí)	15
1.3.4 Paid Social Media Marketing (trả phí)	15
1.3.5 Search Engine Optimization.....	15
1.3.5.1 SEO On-page.....	16
1.3.5.2 SEO Off-page	16
1.3.6 Email Marketing	17
1.3.7 Paid Advertising	18
1.4 Các bước để xây dựng chiến lược Marketing Online	19
1.4.1 Những thay đổi trong tư duy chiến lược Marketing	19
1.4.2 Xác định vai trò của chiến lược Marketing Online trong chiến lược Marketing.....	20
1.4.2.1 Thị trường hiện tại – sản phẩm hiện tại	20
1.4.2.2 Sản phẩm hiện tại – thị trường mới	21
1.4.2.3 Sản phẩm mới – thị trường hiện tại	21
1.4.2.4 Sản phẩm mới – thị trường mới	21

1.4.2.5 Nếu IM khai thác thị trường mục tiêu mới	22
1.4.2.6 Nếu là khai thác thị trường mục tiêu hiện tại.....	22
1.4.3 Quy trình xây dựng chiến lược Marketing Online.....	22
Chương 2 - XÂY DỰNG FANPAGE, WEBSITE.....	23
2.1. Xây dựng fanpage	23
2.1.1. Fanpage là gì?.....	23
2.1.1.1. Chức năng của Fanpage	23
2.1.1.2. Các lợi ích từ Fanpage	24
2.1.1.3 Các loại Fanpage hiện nay	24
2.1.1.4 Cách tạo 1 Fanpage.....	25
2.1.2 Cách viết content cho Fanpage trên Facebook.	27
2.1.2.1 Sử dụng câu hỏi tạo sự tò mò	28
2.1.2.2 Súc tích ngắn gọn	28
2.1.2.3 Dùng hình ảnh trực quan để thu hút sự chú ý (visual content)... ..	28
2.1.2.4 Cung cấp nhiều giá trị hơn so với các đối thủ cạnh tranh của bạn	29
2.1.2.5 Lấy khách hàng làm trọng tâm.....	29
2.1.2.6 Khi mới bắt đầu không nên đặt việc thuê phòng lên đầu	29
2.1.2.7 Tập trung vào mối quan hệ giữa doanh nghiệp và khách hàng tiềm năng.....	30
2.2.Xây dựng website	30
2.2.1.Khảo sát	30
2.2.1.1 Giới thiệu về hệ thống.....	30
2.2.1.2 Hiện trạng của khách sạn	30
2.2.1.3 Yêu cầu hệ thống mới.....	31
2.2.2 PHÂN TÍCH THIẾT KẾ HỆ THỐNG	31
2.2.2.1 Biểu đồ Use Case.....	31
2.2.2.1.1 Biểu đồ use case tổng quát	31
2.2.2.1.2 Phân rã biểu đồ use case theo tác nhân Admin	32
2.2.2.2 Hình ảnh website	34

Chương 3 - Chiến lược quảng cáo	40
3.1.Quảng cáo Facebook Ads là gì?	40
3.2.Lợi ích của chạy quảng cáo Facebook	40
3.2.1.Hướng tới đúng đối tượng khách hàng tiềm năng	40
3.2.2.Khả năng lan truyền nhanh chóng.....	40
3.2.3.Chi phí thấp, linh động - Hiệu quả cao.....	40
3.2.4.Khả năng kết nối, tương tác với khách hàng	40
3.2.5. Tính linh hoạt cao	41
3.2.6.Phân phối quảng cáo hợp lý	41
3.3.7. Tạo các chương trình ưu đãi khách hàng.....	41
3.3. Các bước chạy quảng cáo	42
3.3.1.Các yếu tố quan trọng khi chạy quảng cáo	47
3.2.1.1 Hành động của các đối tượng.....	47
3.2.1.2 Tương tác với bài đăng	47
3.2.1.3 Bình luận trong bài đăng.....	48
3.2.1.4 Lướt chia sẻ bài đăng	48
3.2.1.5 Lướt nhấp chuột vào liên kết.....	48
3.2.1.6 Số lượt thích trang	49
3.2.1.7 Lướt hiển thị	49
3.2.1.8 CPM(Chi phí cho 1000 lần hiển thị)	50
3.2.1.9 Chi tiêu	50
3.3.2 Hình ảnh Kết quả khi chạy quảng cáo.....	50
3.3.2.1.Kết quả chi tiết.....	50
3.3.2.2.Tổng quan về hiệu quả của chiến lược	51
3.3.2.3. Thông tin chi tiết lượt tiếp cận trên fanpage	52
3.3.2.4.Trang nên xem	55
3.3.4.Chỉ số chạy quảng cáo	56
3.3.4.1.CTR(Tỷ lệ nhấp vào liên kết)	56
3.4.2.CPM(Chi phí trên 1000 lần hiển thị)	56
3.3.4.2 CPC (Chi phí phải trả cho mỗi lượt click).....	57

3.3.4.3.Lượt hiển thị	58
3.3.4.5.Kết luận	58
KẾT LUẬN VÀ HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA ĐỀ TÀI	60
1.1. Những kết quả đã đạt được	60
1.2.Những mặt hạn chế.....	60
1.3.Hướng phát triển	60
NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN	61

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Thương mại điện tử là một trong những xu hướng tất yếu của nền kinh tế hiện đại. Với sự hỗ trợ của công nghệ, sự bùng nổ của các thiết bị kết nối internet, doanh nghiệp ngày càng có cơ hội mở rộng kênh bán hàng, tiếp thị sản phẩm đến người tiêu dùng. Các website ra đời đã góp phần quan trọng và to lớn trong việc thúc đẩy kinh doanh phát triển nhanh chóng, các sản phẩm, dịch vụ đến gần hơn với khách hàng. Đặc biệt các website giới thiệu khách sạn ngày càng được xây dựng nhiều hơn.

Với mong muốn đưa hình ảnh của khách sạn Moonlight tới nhiều khách hàng hơn nữa. Em đã thực hiện đề tài: “Chiến lược quảng bá và tiếp cận khách hàng cho Khách sạn Coto Moonlight”. Em tin tưởng rằng đây sẽ là một đề tài rất hay và có thể giúp ích rất nhiều cho khách sạn.

Trong quá trình thực hiện đề tài, em đã nhận được rất nhiều sự chỉ bảo, giúp đỡ và những góp ý chân thành của cô Hồ Thị Tuyền. Cô đã giúp em rất nhiều trong quá trình hoàn thiện đề tài của mình. Mặc dù em đã cố gắng hết sức, xong không tránh khỏi những thiếu sót, hạn chế. Em rất mong được sự đóng góp ý kiến của thầy cô và các bạn để đề tài của em được hoàn thiện hơn.

2. Mục tiêu của đề tài

Sinh viên thực hiện đề tài: “Chiến lược quảng bá và tiếp cận khách hàng cho khách sạn cô tô Moonlight”, với mục tiêu cụ thể như sau:

1. Xây dựng website quảng bá cho khách sạn
2. Xây dựng fanpage cho khách sạn
3. Thực hiện chiến lược maketing online cho khách sạn

3. Đối tượng nghiên cứu

Sinh viên đặt ra các đối tượng nghiên cứu chính là:

- Hệ thống hoạt động của khách sạn
- Khách hàng tiếp cận.
- Chạy quảng cáo cho fanpage, website.

- Tìm hiểu về wordpress

4. Phương pháp nghiên cứu

1. Phương pháp thực nghiệm: Dựa vào nội dung chương trình môn học chuyên ngành liên quan đến chuyên đề có thể thu được kết quả mong muốn.

2. Phương pháp nghiên cứu khảo sát thực tế: Thực tế chiến lược kinh doanh của khách sạn Moonlight.

3. Phương pháp nghiên cứu phần mềm có trước: Tham khảo các chiến lược marketing của các khách sạn khác.

4. Phương pháp nghiên cứu tài liệu: Tìm kiếm và thu thập tài liệu liên quan trên mạng, thư viện. Tham khảo các chuyên đề, luận án luận văn của những người đã thực hiện trước đó. Trích lọc những thông tin phục vụ cho thực hiện chuyên đề.

5. Nội dung nghiên cứu

Nội dung 1: Chiến lược quảng bá và tiếp cận khách hàng.

Nội dung 2: Tìm hiểu về Wordpress

Nội dung 3: Xây dựng website, fanpage cho khách sạn.

6. Phạm vi nghiên cứu

Trong khuôn khổ phục vụ cho đồ án tốt nghiệp hệ Đại học chính quy, sinh viên định hướng đề tài tập trung nghiên cứu về chiến lược marketing online.

7. Sản phẩm của đề tài

Sản phẩm của đề tài bao gồm:

1. Quyển báo cáo đề tài, nội dung và hình thức đúng theo quy định.
2. Báo cáo đề tài bản mềm, Slide thuyết minh, chương trình ứng dụng mô phỏng và các tài liệu tham khảo.

9. Thời gian thực hiện

Đề tài được thực hiện trong khoảng thời gian từ tháng 01/2018 đến tháng 05/2018. Sản phẩm hoàn thiện gồm có Quyển báo cáo đề tài và đĩa DVD lưu trữ các nội dung đã đề cập tại mục 10.