

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

SINH VIÊN: ĐÀM THỊ HƯƠNG

ĐỀ TÀI:

**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC FACEBOOK MARKETING GIÚP
NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CHO CÔNG TY TNHH
LỘC VÀNG ORFARM - BẮC GIANG**

THÁI NGUYÊN, NĂM 2023



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

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

ĐỀ TÀI:

**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC FACEBOOK MARKETING GIÚP
NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CHO CÔNG TY TNHH
LỘC VÀNG ORFARM -BẮC GIANG**

GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN : Th.S Lý Thu Trang

SINH VIÊN THỰC HIỆN : Đàm Thị Hương

LỚP : TMDT K18B

MÃ SV : DTC1953404060114

Thái Nguyên, tháng 7 năm 2023

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành tốt khoá luận với đề tài “Xây dựng chiến lược Facebook Marketing giúp nâng cao hiệu quả kinh doanh cho công ty TNHH Lộc Vàng ORFARM -Bắc Giang” ngoài sự nỗ lực, cố gắng của bản thân không thể thiếu sự hỗ trợ của các thầy cô cùng với gia đình và bạn bè. Qua đây em xin gửi lời cảm ơn đến:

Các thầy cô giáo trong Bộ môn Thương mại điện tử nói riêng và Khoa Hệ Thống Thông Tin Kinh Tế nói chung, người đã cung cấp cho em rất nhiều kiến thức cũng như kỹ năng cần thiết trong quá trình học vừa qua.

Cô giáo Lý Thu Trang, người đã tận tình hướng dẫn và giúp em có định hướng đúng trong việc lựa chọn cũng như thực hiện đề tài.

Xin cảm ơn công ty TNHH Lộc Vàng ORFARM , gia đình và bạn bè đã luôn quan tâm, động viên, giúp đỡ và tạo điều kiện tốt nhất để hoàn thành khoá luận tốt nghiệp này.

Trong quá trình thực hiện đề tài, mặc dù đã cố gắng nhưng do hạn chế về thời gian cũng như kiến thức nên đề tài còn nhiều thiếu sót, rất mong nhận được sự quan tâm đóng góp ý kiến của các thầy cô và các bạn để đề tài có thể ứng dụng vào thực tế hiệu quả nhất.

Em xin chân thành cảm ơn!

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan nội dung khoá luận không sao chép từ các khoá luận khác và sản phẩm của khoá luận là của chính bản thân em nghiên cứu xây dựng. Được thực hiện trên cơ sở nghiên cứu lý thuyết, khảo sát tình hình thực tiễn, dưới sự hướng dẫn của các thầy cô giáo, cùng những đóng góp của các anh chị khóa trên.

Em đã tham khảo một số tài liệu được nêu trong phần “Tài liệu tham khảo”, và một số trang web trực tuyến 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..... tháng.....năm 2023

Sinh viên

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
LỜI CAM ĐOAN	ii
MỤC LỤC.....	iii
DANH MỤC HÌNH ẢNH	v
LỜI MỞ ĐẦU	1
Chương 1. TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ , BÁN HÀNG TRÊN FACEBOOK VÀ ỨNG DỤNG TRONG KINH DOANH.....	3
1.1. Tổng quan về thương mại điện tử	3
1.1.1 Khái niệm	3
1.1.2 Sự phát triển của TMĐT tại Việt Nam	5
1.2 Thanh toán điện tử.....	7
1.2.1.Lợi ích của thanh toán điện tử.....	7
1.2.2. Các hình thức thanh toán điện tử	8
1.3 Tổng quan về Marketing online	10
1.3.1 Khái niệm Marketing	10
1.3.2. Lợi ích của marketing	11
1.3.3. Tổng quan về Marketing online	11
1.4. Tổng quan về mạng xã hội	17
1.4.1 Khái niệm mạng xã hội	17
1.4.2. Social Media marketing – Tiếp thị trên mạng xã hội.....	21
1.4.3. Facebook – mạng xã hội phổ biến nhất tại Việt Nam.....	23
Chương 2. KHẢO SÁT THỰC TRẠNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH LỘC VÀNG ORFARM , XÂY DỰNG FANPAGE CHO CÔNG TY	28
2.1. Sơ lược về công ty TNHH Lộc Vàng ORFARM.....	28
2.2. Thực trạng ứng dụng TMĐT trong hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH Lộc Vàng ORFARM	30
2.2.1. Vài nét về điểm mạnh, điểm yếu , cơ hội và thách thức của công ty trong những năm gần đây:	30

2.2.2. Đánh giá chung thực trạng hoạt Marketing Online tại công ty TNHH Lộc Vàng ORFARM.	31
2.3. Giải pháp xây dựng chiến lược Facebook marketing nhằm đẩy mạnh hiệu quả kinh doanh cho công ty	33
2.3.1 Bài toán đặt ra	33
2.3.2 Giải pháp	35
Chương 3. ỨNG DỤNG FACEBOOK MARKETING GIÚP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CHO CÔNG TY TNHH LỘC VÀNG ORFARM BẮC GIANG	45
3.1. Định hướng và mục tiêu phát triển của công ty TNHH Lộc Vàng ORFARM	45
3.2. Hoạt động Facebook marketing cho công ty	45
3.3. Kết quả	55
KẾT LUẬN	60
TÀI LIỆU THAM KHẢO	61

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1. Marketing online trên các mạng xã hội.....	12
Hình 1.2. Mạng xã hội.....	17
Hình 1.3. Biểu tượng Facebook.....	19
Hình 1.4. Biểu tượng Tiktok.....	19
Hình 1.5. Biểu tượng Instagram.....	20
Hình 1.6. Biểu tượng Zalo.....	21
Hình 2.1. Một số sản phẩm của công ty.....	28
Hình 2.2. Sản phẩm trà công ty kinh doanh.....	29
Hình 2.3. Nguyên liệu trà sữa.....	29
Hình 2.4. Một số sản phẩm set nguyên liệu trà sữa của công ty.....	30
Hình 2.5. Các yếu tố còn tồn tại trong doanh nghiệp.....	32
Hình 2.6. Gian hàng trên Shopee của doanh nghiệp.....	34
Hình 2.7. Kênh Tiktok của doanh nghiệp.....	34
Hình 2.8. Thời gian sử dụng mạng xã hội.....	35
Hình 2.9. Dịch vụ quảng cáo Facebook Adds.....	37
Hình 2.10. Dạng quảng cáo cơ bản.....	38
Hình 2.11. Dạng quảng cáo được tài trợ.....	39
Hình 2.12. Dạng quảng cáo đề xuất bài đăng.....	40
Hình 2.13. Quy trình triển khai Facebook marketing.....	40
Hình 2.14. Tạo trang Fanpage.....	42
Hình 2.15. Chọn danh mục cho Fanpage.....	42
Hình 2.16. Thêm thông tin cho Fanpage.....	43
Hình 2.17. Thiết lập ảnh đại diện và ảnh bìa cho Fanpage.....	43
Hình 3.1. Giao diện Fanpage Trà sữa Lộc Vàng.....	46
Hình 3.2. Hình ảnh về nội dung Page Trà sữa Lộc Vàng.....	47

Hình 3.2.Tạo chiến dịch quảng cáo.....	50
Hình 3.4. Đối tượng mục tiêu quảng cáo	51
Hình 3.5.Vị trí quảng cáo	52
Hình 3.6.Tổng ngân sách quảng cáo	53
Hình 3.7. Chi phí quảng cáo hàng ngày.....	53
Hình 3.8.Xem trước giao diện xuất hiện quảng cáo	54
Hình 3.9.Hình ảnh chiến dịch quảng cáo của Fanpage Trà sữa Lộc Vàng.....	55
Hình 3.10. Lướt tiếp cận và tương tác với Fanpage trước quảng cáo.....	55
Hình 3.11.Lướt tiếp cận và tương tác với Fanpage sau quảng cáo	56
Hình 3.12.Tổng quan các bài viết và lướt tiếp cận khách hàng	56
Hình 3.13.Đối tượng, độ tuổi,khu vực quan tâm nhiều đến sản phẩm	57
Hình 3.14. Hộp thư trước khi quảng cáo.....	57
Hình 3.15. Tin nhắn khách hàng sau quảng cáo	58
Hình 3.16.Đánh giá của khách hàng	58

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Thời gian gần đây TMĐT đã không còn là những khái niệm xa lạ đối với nhiều người dân Việt Nam. Thậm chí, nhiều ý kiến còn cho rằng chuyện mua bán hàng hoá và thanh toán qua mạng giờ đã trở thành một trong những hình thức không thể thiếu trong giao dịch thương mại. Với TMĐT người mua hoàn toàn có thể giao dịch bất cứ lúc nào, bất cứ nơi đâu. Người mua và người bán thật sự có được sự nhanh chóng, tiện lợi khi mua bán hàng hóa; đặc biệt là phạm vi rộng khắp với dải sản phẩm đa dạng, phong phú cùng với sự tham gia của các doanh nghiệp và các tổ chức tài chính, ngân hàng. TMĐT hiện đang phát triển với tốc độ rất nhanh chóng. Ngày nay, TMĐT đang phát triển mạnh mẽ trên thế giới, các phương thức mới ra đời đã đem lại sự thuận tiện, nhanh chóng và tiết kiệm cho cả các doanh nghiệp và người tiêu dùng. Đề tài nghiên cứu: Như chúng ta cũng thấy trong thị trường hiện nay việc cạnh tranh về kinh doanh ngày càng trở nên quyết liệt và hầu hết những nhà kinh doanh, những công ty lớn đều rất chú tâm đến việc làm thoả mãn khách hàng một cách tốt nhất. So với kinh doanh truyền thống thì TMĐT chi phí thấp hơn, hiệu quả đạt cao hơn. Hơn thế nữa, với lợi thế của công nghệ Internet nên việc truyền tải thông tin về sản phẩm nhanh chóng, thuận tiện. Kết hợp với bộ phận giao hàng tận nơi, là thông qua bưu điện và ngân hàng để thanh toán tiền, càng tăng thêm thuận lợi để loại hình này phát triển. Việc xây dựng trang fanpage bán hàng và giới thiệu sản phẩm là một trong những giải pháp tiết kiệm chi phí mà mang lại hiệu quả cao cho doanh nghiệp.

Do vậy, em đã lựa chọn đề tài: **“Xây dựng chiến lược Facebook Marketing giúp nâng cao hiệu quả kinh doanh cho công ty TNHH Lộc Vàng ORFARM - Bắc Giang”**. Làm nội dung báo cáo khóa luận tốt nghiệp. Giải quyết đề tài này sẽ giúp cho cửa hàng có một giải pháp toàn diện để cải thiện hiệu quả bán hàng.

2. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Nghiên cứu về thương mại điện tử và ứng dụng cho công ty Lộc Vàng ORFARM

- Phạm vi nghiên cứu:

+ Về không gian: công ty TNHH Lộc Vàng ORFARM

+ Thời gian: tháng 29/03- 09/07

3. Mục tiêu nghiên cứu

Một là Nghiên cứu tổng quan về cơ sở lý thuyết, tài liệu liên quan đến ứng dụng việc xây dựng facebook marketing cho công ty Lộc Vàng

Hai là đánh giá thực trạng xây dựng fanpage nhằm quảng bá sản phẩm và đẩy mạnh hoạt động kinh doanh, hoàn thiện phân tích, thiết kế chương trình nhằm ứng dụng xây dựng fanpage cho công ty

4. Ý nghĩa đề tài

- Ý nghĩa khoa học: Đề tài thực tập có dựa trên những tìm hiểu về các đề tài khoa học về ứng dụng Facebook marketing bán hàng. Làm rõ nội dung và lợi ích khi ứng dụng TMĐT bán hàng trong kinh doanh.

- Ý nghĩa thực tiễn: Bài báo khóa luận tốt nghiệp. Dựa trên những phân tích và nghiên cứu, đề tài cũng mang lại những giải pháp giúp cho những doanh nghiệp muốn ứng dụng Facebook marketing

Bằng phương pháp nghiên cứu cụ thể, phân tích, đánh giá thực trạng và hiệu suất ứng dụng thanh toán điện tử trong phát triển kinh doanh, chỉ ra những ưu điểm, phát hiện ra những hạn chế, xác định vấn đề cần phải giải quyết để hoàn thiện ứng dụng việc xây dựng fanpage bán hàng trong phát triển kinh doanh. - Thông qua tổng quan những công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài đã chỉ ra tồn tại trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

5. Bố cục của đề tài

Chương 1: Tổng quan về lý thuyết TMĐT , bán hàng trên facebook và ứng dụng trong kinh doanh

Chương 2 : Khảo sát thực trạng kinh doanh tại công ty TNHH Lộc Vàng ORFARM , xây dựng fanpage cho công ty

Chương 3: Ứng dụng facebook marketing giúp nâng cao hiệu quả kinh doanh cho công ty TNHH Lộc Vàng ORFARM – Bắc Giang