

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
KHOA HỆ THỐNG THÔNG TIN KINH TẾ

ĐẶNG THỊ THÁI NGUYỄN

NGHIÊN CỨU VÀ XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC MARKETING ONLINE
QUA MẠNG XÃ HỘI NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CHO
CÔNG TY TNHH ĐẦU TƯ VÀ DỊCH VỤ HÀ SƠN, HÀ NỘI

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

NGÀNH HỆ THỐNG THÔNG TIN QUẢN LÝ

THÁI NGUYỄN, NĂM 2023

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
KHOA HỆ THỐNG THÔNG TIN KINH TẾ



Ảnh 3x4

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

Ngành Hệ thống thông tin quản lý

Đề tài:

**NGHIÊN CỨU VÀ XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC MARKETING
ONLINE QUA MẠNG XÃ HỘI NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH
DOANH CHO CÔNG TY TNHH ĐẦU TƯ VÀ DỊCH VỤ HÀ SƠN, HÀ
NỘI**

Sinh viên thực hiện: ĐẶNG THỊ THÁI NGUYỄN

Lớp: TMĐT – K18A Hệ chính quy

Giảng viên hướng dẫn: ThS Lê Triệu Tuấn

Thái Nguyên, năm 2023

LỜI CẢM ƠN

Trước hết, em xin chân thành cảm ơn các thầy cô của trường Đại học Công Nghệ Thông tin và truyền thông Thái Nguyên đã luôn tạo điều kiện thuận lợi cho em trong suốt quá trình học.

Em xin gửi lời cảm ơn các thầy cô cán bộ trong Thư viện trường Đại học Công Nghệ Thông tin và truyền thông Thái Nguyên đã hỗ trợ tận tình cho em trong việc tìm kiếm các tư liệu nghiên cứu để hoàn thành tốt khóa luận tốt nghiệp lần này.

Em xin chân thành cảm ơn tất cả các quý thầy cô đã nhiệt tình giảng dạy chuyên ngành Thương mại điện tử.

Em cũng hết lòng biết ơn sự quan tâm và ủng hộ của gia đình và bạn bè. Đó cũng chính là nguồn động lực rất lớn về tinh thần để em có thể theo đuổi và hoàn thành khóa luận này.

Đặc biệt, em cũng vô cùng tri ân sự hướng dẫn tận tình và theo dõi sát sao của thầy Lê Triệu Tuấn trong suốt quá trình em thực hiện khóa luận tốt nghiệp.

Cuối cùng em muốn gửi lời cảm ơn đến toàn bộ quý thầy cô của khoa Hệ thống thông tin kinh tế, trường Đại học Công Nghệ Thông tin và truyền thông Thái Nguyên, những người có vai trò rất lớn trong suốt quá trình em theo học tại trường.

Trong quá trình thực hiện khóa luận tốt nghiệp, nhận thấy mình đã cố gắng nhưng kiến thức còn hạn hẹp nên vẫn còn nhiều sự thiếu sót, mong thầy cô bỏ sung để bài khóa luận được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

LỜI CAM ĐOAN

Từ những kiến thức cũng như ứng dụng thực tế qua thời gian được học tại trường Đại học Công Nghệ Thông tin và Truyền thông Thái Nguyên và thực tập thực tế tại công ty, tôi xin cam đoan khóa luận tốt nghiệp là công trình nghiên cứu độc lập của tôi. Các thông tin dữ liệu được sử dụng trong luận văn là trung thực, khách quan và có nguồn gốc rõ ràng.

Nếu có bất cứ vấn đề liên quan đến gian lận trong bài khóa luận này thì tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về mọi hình thức kỷ luật theo quy định của nhà trường.

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2023

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
LỜI CAM ĐOAN.....	iii
DANH MỤC THUẬT NGỮ VIẾT TẮT	vii
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	viii
LỜI NÓI ĐẦU	ix
CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ MARKETING ONLINE VÀ CÔNG CỤ TRUYỀN THÔNG MẠNG XÃ HỘI.....	3
1.1. Tổng quan về Marketing.....	3
1.1.1. Khái niệm về Marketing.....	10
1.1.2. Đặc điểm của Marketing:.....	10
1.1.3. Vai trò của Marketing.....	12
1.1.4. Mục tiêu của Marketing.....	13
1.2. Cơ sở lý thuyết về Marketing Online.....	15
1.2.1 Phân loại Marketing.....	15
1.2.2. Những hình thức chính của Marketing Online.....	16
1.2.3. Những ưu điểm của Marketing Online.....	17
1.2.4. Nhược điểm của Marketing Online.....	19
1.3. Cách triển khai chiến lược Marketing Online.....	20
1.3.1. Xác định mục tiêu.....	21
1.3.2. Định vị khách hàng mục tiêu.....	21
1.3.3. Hiểu về đối thủ cạnh tranh.....	21
1.3.4. Hiểu về thương hiệu.....	22
1.3.5. Xác định những chỉ số đo lường.....	22
1.3.6. Tiêu chí đánh giá hoạt động của Marketing trong Doanh nghiệp.....	22
1.4 . Giới thiệu về công cụ truyền thông mạng xã hội.....	23
1.4.1. Đặc điểm, chức năng của công cụ truyền thông mạng xã hội.....	23
1.4.2. Tác động của mạng xã hội đến đời sống.....	25

1.4.3. Các loại hình Mạng xã hội phổ biến hiện nay.	27
1.4.4. Các hoạt động chủ yếu trên mạng xã hội.	29
1.4.5. Các vấn đề của mạng xã hội.	31
1.4.6. Ứng dụng của các trang mạng xã hội.	32
CHƯƠNG 2. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG KINH DOANH VÀ QUY TRÌNH MARKETING ONLINE CỦA CÔNG TY TNHH ĐẦU TƯ VÀ DỊCH VỤ HÀ SƠN	34
2.1. Khái quát về công ty TNHH Đầu tư và dịch vụ Hà Sơn	34
2.2. Phân tích sản phẩm và các nhân tố ảnh hưởng đến Marketing cho công ty TNHH Đầu tư và dịch vụ Hà Sơn trên nền tảng mạng xã hội.....	36
2.2.1. Phân tích mục tiêu chiến lược chính của công ty.....	36
2.2.2. Xây dựng chiến lược phát triển kinh doanh của công ty.....	37
2.2.3. Phân khúc thị trường sản phẩm và khách hàng mục tiêu của công ty.	37
2.2.4. Những khó khăn và thuận lợi trong kinh doanh của công ty.....	39
2.3. Lựa chọn nền tảng mạng xã hội để xây dựng Marketing Online cho công ty.	40
2.4. Xây dựng chiến lược Marketing Online trên nền tảng mạng xã hội Facebook... ..	44
2.4.1. Xây dựng nội dung trên trang Fanpage Facebook	44
2.4.2. Quy trình thực hiện chiến lược Marketing Online bằng Facebook Advertising.	47
2.4.3.Đánh giá và đo lường hiệu quả Marketing cho công ty.	52
CHƯƠNG 3. TRIỂN KHAI CHIẾN LƯỢC MARKETING ONLINE QUA MẠNG XÃ HỘI VÀ KẾT QUẢ	55
3.1. Triển khai Marketing Online qua mạng xã hội.	55
3.2. Kết quả đạt được sau khi ứng dụng Marketing Online trên nền tảng mạng xã hội.	58
KẾT LUẬN	65
TÀI LIỆU THAM KHẢO	66

DANH MỤC THUẬT NGỮ VIẾT TẮT

Thuật ngữ	Giải thích
SEO	Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm
SNS	Dịch vụ mạng xã hội
TMĐT	Thương mại điện tử
CNTT	Công nghệ thông tin
MXH	Mạng xã hội
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
ISO	Tiêu chuẩn hóa quốc tế

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1. Đặc điểm của Marketing	12
Hình 1.2. Ba cấp độ mô hình 7p	14
Hình 2.1. Thông tin chung về công ty	34
Hình 2.2. Sơ đồ tổ chức của công ty	35
Hình 2.3. Xếp hạng mạng xã hội phổ biến nhất năm 2023	40
Hình 2.4. Giao diện Youtube trang NeskiMilk.....	43
Hình 2.5. Trang web của công ty	43
Hình 2.6. Giao diện của trang NeskiMilk.....	44
Hình 2.7. Tạo phần nội dung quảng cáo.....	48
Hình 2.8. Chọn file phương tiện để quảng cáo.	49
Hình 2.9. Lựa chọn đối tượng quảng cáo.	50
Hình 2.10. Lựa chọn thời gian chạy quảng cáo.	51
Hình 2.11. Thông tin chi tiết về bài viết nổi bật của Fanpage.....	53
Hình 2.12. Đánh giá mức sử dụng website qua công cụ Mobile Friendly.....	53
Hình 2.13. Đánh giá chất lượng website thông qua công cụ PageSpeed Insights.....	54
Hình 3.1. Giao diện chính của Fanpage NeskiMilk.....	56
Hình 3.2. Nội dung bài viết trên Fanpage NeskiMilk.....	56
Hình 3.3. Chiến dịch quảng cáo cho Fanpage	57
Hình 3.4. Kết quả tiếp cận trên Fanpage	58
Hình 3.5. Kết quả xu hướng quảng cáo trên Fanpage.....	59
Hình 3.6. Hiệu quả của quảng cáo Facebook	59
Hình 3.7. Số liệu về người tiếp cận bài viết	60
Hình 3.8. Tổng quan toàn bộ đối tượng tiếp cận qua quảng cáo	61
Hình 3.9. Tổng quan vị trí quảng cáo.....	62
Hình 3.10. Tóm tắt tổng quan kết quả quảng cáo	63

LỜI NÓI ĐẦU

Ngày nay chúng ta đang sống trong thời đại công nghệ số, một xã hội bùng nổ thông tin. Sự phát triển của mạng Internet đã mang lại những lợi ích vô cùng to lớn đối với con người đặc biệt trong nền kinh tế tri thức mang tính toàn cầu hóa như hiện nay. Với sự phát triển của Internet đã giúp cho việc tiếp cận việc giao dịch trở nên dễ dàng hơn so với trước đây, tạo điều kiện thúc đẩy cho thương mại phát triển và kinh tế tăng trưởng hơn.

Một thương hiệu khi có Marketing mạnh thì sẽ nhận được sự quan tâm của khách hàng tự nhiên, nhưng làm thế nào để có thể sáng tạo ra những nội dung phong phú và đầy tính thu hút cho cửa hàng để phát triển. Để làm được điều đó chúng ta cần có những chiến lược marketing phù hợp, thu hút nhằm mang lại doanh thu cho công ty.

1.Mục đích:

Xây dựng chiến lược Marketing cho công ty trên nền tảng mạng xã hội, nâng cao sự nhận diện thương hiệu, tăng cao doanh thu, hiệu quả kinh doanh.

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

Phạm vi nghiên cứu: Nghiên cứu, tìm hiểu Marketing cho công ty TNHH Đầu tư và dịch vụ Hà Sơn.

Đối tượng: Công ty TNHH Đầu tư và dịch vụ Hà Sơn

3. Phương pháp nghiên cứu:

Phương pháp tư duy, nghiên cứu tài liệu, ứng dụng thực tiễn lấy thông tin từ thực tế.

4. Bố cục đề tài:

Ngoài phần mở đầu và kết luận báo cáo thực tập gồm 3 chương chính sau:

- Chương 1: Tổng quan về Marketing Online và công cụ truyền thông mạng xã hội.
- Chương 2: Phân tích thực trạng kinh doanh và quy trình Marketing online của công ty TNHH Đầu tư và dịch vụ Hà Sơn.
- Chương 3: Triển khai chiến lược Marketing online qua mạng xã hội và kết quả

5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của bài thực tập chuyên ngành:

Giúp tăng độ hiểu biết về việc áp dụng Marketing vào thực tiễn, quảng bá, nâng cao doanh thu và tìm ra nhiều khách hàng tiềm năng hơn cho công ty.

Vì còn thiếu sót nhiều kinh nghiệm nên bài khóa luận của em vẫn còn nhiều sai sót. Kính mong sự quan tâm và chỉ bảo của thầy cô giáo cùng quý công ty để bài khóa luận của em được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn thầy giáo hướng dẫn Lê Triệu Tuấn và toàn thể nhân viên Công ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Đầu tư và Dịch vụ Hà Sơn đã giúp em hoàn thành bài khóa luận tốt nghiệp này.

Em xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2023

Sinh viên thực hiện