

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

-----o0o-----



KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

CHUYÊN NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

SINH VIÊN: HỨA THỊ TÂM

ĐỀ TÀI:

**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC KINH DOANH TRỰC TUYẾN
TRÊN NỀN TẢNG TIKTOK CHO HỢP TÁC XÃ CHÈ
ĐỨC CƯỜNG – THÁI NGUYÊN**

Thái Nguyên, tháng 06 năm 2023



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

-----o0o-----

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
CHUYÊN NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

ĐỀ TÀI:

**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC KINH DOANH TRỰC TUYẾN TRÊN NỀN
TẢNG TIKTOK CHO HỢP TÁC XÃ CHÈ ĐỨC CƯỜNG – THÁI NGUYÊN**

Giảng viên hướng dẫn: Th.S ĐÀM THỊ PHƯƠNG THẢO

Sinh viên thực hiện: HỨA THỊ TÂM

Lớp: TMĐT K18B

Mã sinh viên: DTC1953401220086

Thái Nguyên, tháng 6 năm 2023

LỜI CẢM ƠN

Em xin chân thành cảm ơn trường Đại học công nghệ thông tin và truyền thông – Đại học Thái Nguyên đã tạo điều kiện cho em thực hiện đề tài khóa luận tốt nghiệp này. Em xin chân thành cảm ơn cô Đàm Thị Phương Thảo đã tận tình hướng dẫn, chỉ bảo em trong suốt quá trình thực hiện khóa luận. Em cũng xin chân thành cảm ơn các thầy cô giáo trong khoa đã tận tình giảng dạy trang bị cho em những kiến thức cần thiết trong suốt quá trình học tập tại trường và đã giúp đỡ động viên trong suốt quá trình thực hiện bài khóa luận tốt nghiệp này.

Dù đã cố gắng hoàn thành bài khóa luận tốt nghiệp với tất cả những nỗ lực của bản thân, xong không tránh khỏi những thiếu sót nhất định, kính mong sự cảm thông và tận tình chỉ bảo của các thầy cô, sự góp ý của các bạn để khóa luận tốt nghiệp của em được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày 5 tháng 7 năm

2023

Sinh viên thực hiện

Tám

Hứa Thị Tám

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan khóa luận tốt nghiệp với đề tài “*Xây dựng chiến lược kinh doanh trực tuyến trên nền tảng Tiktok cho hợp tác xã chè Đức Cường – Thái Nguyên*” là công trình thuộc quyền sở hữu duy nhất của em. Những tài liệu tham khảo được sử dụng trong khóa luận đã được trích dẫn và nêu rõ trong mục Tài liệu tham khảo. Bên cạnh đó, những kết quả nghiên cứu hoàn toàn mang tính chất trung thực, không sao chép, đạo nhái từ bất kỳ công trình nào trước đây.

Nếu những lời cam đoan trên của em không chính xác, em xin chịu hoàn toàn trách nhiệm và chịu mọi hình thức kỷ luật từ khoa và nhà trường.

Em xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày 5 tháng 7 năm 2023

Sinh viên thực hiện

Tấm

Hứa Thị Tấm

MỤC LỤC

LỜI CẢM ON	i
LỜI CAM ĐOAN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	v
LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN TÀI LIỆU.....	3
1.1 Tổng quan về Marketing	3
1.1.1 Marketing là gì?.....	3
1.1.2 Đặc điểm và bản chất của marketing	3
1.1.3 Mục tiêu và vai trò của Marketing	4
1.1.4 Sự khác nhau giữa Marketing và quảng cáo	5
1.2 Marketing trên nền tảng TikTok.....	5
1.2.1 TikTok là gì?	5
1.2.2 TikTok hoạt động như thế nào?	7
1.3 Marketing trên nền tảng TikTok.....	7
1.3.1 Tiềm năng Marketing trên nền tảng TikTok	7
1.3.2 Có nên làm marketing trên TikTok hay không?	8
1.3.3 Những hình thức làm Marketing trên TikTok.....	9
1.3.4. Mẹo & Thủ thuật TikTok Marketing cho doanh nghiệp hiệu quả.....	11
1.3 Tiktok shop	13
1.3.1 Tiktok shop là gì?	13
1.3.2 Làm Tiktok shop cần lưu ý một số vấn đề gì?	13
1.3.3 Ưu điểm của Tiktok shop với các sàn TMĐT khác.....	14
1.3.4 Nhược điểm của Tiktok shop	16
1.3.5 Mô hình vận hành của Tiktok shop.....	17
1.3.6 Xây dựng nội dung chiến dịch marketing trên TikTok	21
1.3.7 Nghiên cứu content, xu hướng Marketing hiện nay	24
CHƯƠNG 2: KHẢO SÁT VÀ PHÂN TÍCH THIẾT KẾ HỆ THỐNG.....	29
2.1 Giới thiệu tổng quan về HTX chè Đức Cường.....	29
2.2 Thực trạng kinh doanh của HTX chè Đức Cường	30

2.3 Xây dựng kênh Tik Tok và lựa chọn công cụ Marketing phù hợp cho HTX chè Đức Cường	31
2.4 Ứng dụng TikTok shop	32
2.5 Mô hình vận hành TikTok shop	33
2.6 Triển khai chạy ads cho kênh TikTok của HTX chè Đức Cường	36
2.7 Các bước để chạy quảng cáo trong trình quảng cáo tik tok ads	37
2.8 Chạy quảng cáo TikTok	40
2.9 Ưu nhược điểm của chạy quảng cáo TikTok	46
2.9.1 Ưu điểm	46
2.9.2 Nhược điểm	47
CHƯƠNG 3: KẾT QUẢ CỦA QUÁ TRÌNH ỨNG DỤNG TIKTOKSHOP VÀ CÁC CÔNG CỤ MARKETING ONLINE TRONG CÔNG TÁC BÁN HÀNG, TIÊU THỤ SẢN PHẨM CHO HTX CHÈ ĐỨC CƯỜNG	48
3.1. Mô tả bài toán.....	48
3.2. Xây dựng giải pháp và chiến lược marketing trên TikTok cho HTX chè Đức Cường .	48
3.2.1 Sáng tạo nội dung độc đáo phù hợp	50
3.2.2 Thêm âm nhạc và hiệu ứng cho video	50
3.2.3 Tận dụng các tính năng xuất bản nội dung của TikTok	50
3.2.4 Quyết định thời gian và tần suất đăng video trên TikTok	51
3.2.5 Chia sẻ nội dung do người dùng tạo hoặc trả lời lại bình luận của người dùng bằng video	52
3.2.6 Quảng cáo trên Tik Tok	52
3.2.7 Kết hợp với những người có ảnh hưởng trên Tik Tok.....	53
3.2.8 Sử dụng Fchat.....	54
3.3. Kết quả của quá trình ứng dụng TikTok shop và các công cụ Marketing Online trong công tác bán hàng, tiêu thụ sản phẩm cho hợp tác xã chè Đức Cường.....	55
KẾT LUẬN	61
TÀI LIỆU THAM KHẢO	62

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1 Marketing là gì?.....	3
Hình 1.2 Tỷ lệ người sử dụng TikTok.....	6
Hình 1.3 Bảng số liệu so sánh TikTok và các mạng xã hội khác.....	9
Hình 1.4 Tự tạo kênh làm Marketing trên TikTok.....	9
Hình 1.5 Dùng người có ảnh hưởng để lan truyền nội dung.....	10
Hình 1.6 Quảng cáo trên TikTok.....	11
Hình 1.7 Mô hình vận hành của Tiktok shop.....	17
Hình 1.8 Giao diện Cloutmeter.....	19
Hình 1.9 Giao diện Pentos.....	19
Hình 1.10 Định hướng Marketing – Video Marketing.....	24
Hình 2.1 Hình ảnh cơ sở của HTX Chè Đức Cường.....	29
Hình 2.2 Logo của HTX Chè Đức Cường.....	30
Hình 2.3 Trang page hiện tại của HTX Chè Đức Cường.....	30
Hình 2.4 Trang hồ sơ chính của HTX chè Đức Cường.....	31
Hình 2.5 Giao diện TikTok Shop Seller Center.....	33
Hình 2.6 Mô hình vận hành TikTok Shop HTX Chè Đức Cường.....	34
Hình 2.7 Quy trình vận hành đơn hàng thành công.....	35
Hình 2.8 Quy trình vận hành đơn hàng không thành công.....	35
Hình 2.9 Giao diện đăng ký tài khoản quảng cáo TikTok.....	36
Hình 2.10 Nhập mã code để thiết lập tài khoản.....	36
Hình 2.11 Bước đầu nạp tiền vào tài khoản.....	37
Hình 2.12 Lựa chọn hình thức thanh toán.....	37
Hình 2.13 Các cấp độ chiến dịch quảng cáo.....	38
Hình 2.14 Giao diện quảng cáo TikTok.....	39
Hình 2.15 Màn hình tổng quan khi tài khoản đang chạy quảng cáo TikTok.....	39
Hình 2.16 Chi phí quảng cáo.....	40
Hình 2.17 Lựa chọn chế độ trình quản lý quảng cáo.....	40
Hình 2.18 Lựa chọn mục tiêu quảng cáo.....	41
Hình 2.19 Đặt tên chiến dịch và ngân sách.....	41
Hình 2.20 Chọn vị trí hiển thị quảng cáo.....	42

Hình 2.21 Cài đặt quảng cáo	43
Hình 2.22 Lựa chọn mối quan tâm và hành vi	44
Hình 2.23 Đặt ngân sách và lịch trình	45
Hình 2.24 Thiết lập hiển thị.....	46
Hình 3.1 Video về trà tôm nõn trên kênh tiktok của HTX chè Đức Cường	49
Hình 3.2 Khung giờ vàng đăng bài trên tiktok.....	51
Hình 3.3 Kênh TikTok sau một tháng hoạt động	53
Hình 3.4 Hình ảnh tin nhắn được gửi tự động ở Fchat.....	54
Hình 3.5 Hình ảnh tin nhắn khách hàng trở lại mua hàng sau khi xem kênh tiktok	54
Hình 3.6 Giao diện kênh tiktok của HTX chè Đức Cường	55
Hình 3.7 Quảng cáo bằng video	55
Hình 3.8 Dữ liệu chính	56
Hình 3.9 Hiệu suất sản phẩm.....	57
Hình 3.10 Cài đặt tin nhắn tự động	57
Hình 3.11 Trạng thái vận hành đơn của cửa hàng sau 7 ngày.....	58
Hình 3.12 Tỷ lệ đơn hàng được giao thành công	59
Hình 3.13 Tổng quan số lượng đơn hàng.....	59
Hình 3.14 Tình hình tài chính của cửa hàng sau khi chạy TikTok Ads.....	60

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Ngày nay chúng ta đang sống trong thời đại kỉ nguyên 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 là trong nền kinh tế tri thức mang tính toàn cầu hóa như hiện nay. Sự phát triển của internet đã giúp việc tiếp cận giữa người mua với người bán thông qua các công cụ trực tuyến giúp trong giao dịch trở nên dễ dàng hơn so với trước đây, tạo điều kiện thúc đẩy cho thương mại phát triển và góp phần nâng cao nền kinh tế quốc dân.

Ngày nay, Internet thương mại điện tử ngày càng phát triển mạnh mẽ ở Việt Nam nói riêng và Thế giới nói chung, nó đóng vai trò không nhỏ trong trong sự thành công hay thất bại của một cá nhân hay một doanh nghiệp. Hầu hết cá nhân hay doanh nghiệp ngày nay đều xây dựng cho mình một website riêng trên mạng nhằm giới thiệu, quảng bá thương hiệu, trao đổi mua bán... phục vụ lợi ích riêng của mình. Các ứng dụng thương mại điện tử thường được thiết kế dựa trên giải pháp mạng Internet, cho phép doanh nghiệp và cá nhân giới thiệu sản phẩm của mình, đồng thời tương tác với khách hàng trực tuyến thông qua trang web, khách hàng có thể truy cập trang web bất cứ lúc nào và ở bất cứ nơi đâu.

Nắm bắt được những lợi thế đó và với mong muốn hiểu biết thêm kiến thức về marketing và Tiktok shop nên em đã chọn đề tài: ***“Xây dựng chiến lược kinh doanh trực tuyến trên nền tảng Tiktok cho hợp tác xã chè Đức Cường – Thái Nguyên”***. Được sự hướng dẫn nhiệt tình của cô Đàm Thị Phương Thảo cùng thầy cô trong khoa và bạn bè đã tạo điều kiện giúp đỡ cùng sự nỗ lực của bản thân với kiến thức được học tại trường em đã hoàn thành bài báo cáo khóa luận tốt nghiệp của mình. Song với trình độ và thời gian hạn chế, bản thân cũng chưa có nhiều kinh nghiệm, mặt khác marketing trên nền tảng Tiktok và Tiktok shop còn khá là mới. Do vậy bài báo cáo này còn nhiều thiếu sót vì thế em mong quý thầy cô bổ sung ý kiến để bài báo cáo của em được hoàn chỉnh hơn.

2. Mục đích nghiên cứu

Tìm hiểu thêm về marketing và Tiktok shop để có thể ứng dụng xây dựng được giải pháp marketing hiệu quả trên nền tảng Tiktok. Từ đó áp dụng vào việc xây dựng kênh,

chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp và phát triển trên thị trường kinh doanh mà doanh nghiệp hướng tới. Đồng thời nâng cao lợi nhuận và hiệu quả. Đẩy mạnh công tác tiêu thụ các sản phẩm của công ty, xây dựng thương hiệu và góp phần giúp công ty phát triển.

3. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Thực trạng hoạt động marketing trên nền tảng tik tok của hợp tác xã chè Đức Cường – Thái Nguyên.

Phạm vi nghiên cứu: Hợp tác xã chè Đức Cường – Thái Nguyên trong khoảng thời gian từ 29/03/2022 đến 09/07/2022

4. Phương pháp nghiên cứu

- + Nghiên cứu tài liệu
- + Phương pháp quan sát
- + Phương pháp điều tra
- + Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp
- + Phương pháp phân tích tổng hợp

5. Nội dung chính

- Xây dựng kênh TikTok cho hợp tác xã chè Đức Cường.
- Sử dụng giải pháp marketing trên nền tảng TikTok để quảng bá thương hiệu và tìm kiếm, tiếp cận khách hàng mục tiêu.
- Ứng dụng TikTok shop
- Xây dựng đẩy mạnh chiến lược kinh doanh trên nền tảng TikTok

7. Bố cục của bài gồm 3 chương

Chương 1: Tổng quan về cơ sở lý thuyết

Chương 2: Thực trạng kinh doanh của hợp tác xã chè Đức Cường – Thái Nguyên

Chương 3: Xây dựng chiến lược kinh doanh trực tuyến trên nền tảng Tiktok cho hợp tác xã chè Đức Cường – Thái Nguyên