

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

CHUYÊN NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

SINH VIÊN: TRỊNH HOÀNG KIỀU

ĐỀ TÀI:

**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC FACEBOOK ADS NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ
KINH DOANH CHO CÔNG TY TNHH XÂY LẬP ĐẶT ĐIỆN VÀ THƯƠNG
MẠI HÙNG HƯNG THÁI NGUYÊN**

THÁI NGUYÊN 2023



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

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

CHUYÊN NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

ĐỀ TÀI:

**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC FACEBOOK ADS NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ
KINH DOANH CHO CÔNG TY TNHH XÂY LẮP ĐẶT ĐIỆN VÀ THƯƠNG
MẠI HÙNG HỨNG THÁI NGUYÊN**

Giảng viên hướng dẫn: TH.S LÝ THU TRANG

Sinh viên thực hiện: TRỊNH HOÀNG KIỀU

Lớp: TMDT K18B

Mã sv: DTC195340122DT0008

Thái Nguyên, tháng 6 năm 2023

LỜI CẢM ƠN

Được sự phân công của Khoa hệ thống thông tin kinh tế Trường Đại học công nghệ thông tin và truyền thông Thái Nguyên và sự đồng ý của giáo viên hướng dẫn Th.s Lý Thu Trang em đã thực hiện đề tài **“Xây dựng chiến lược Facebook Ads nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh cho công ty TNHH xây lắp đặt điện và thương mại Hùng Hưng Thái Nguyên”**

Để hoàn thành khóa luận này, em xin trân thành cảm ơn các thầy cô giáo trong khoa đã tận tình hướng dẫn và giúp đỡ em trong quá trình học tập và rèn luyện tại trường. Đặc biệt em xin tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới cô hướng dẫn Th.s Lý Thu Trang đã tận tình hướng dẫn, chỉ bảo em trong suốt quá trình thực hiện và hoàn thành đề tài.

Trong quá trình thực hiện đề tài, do trình độ hiểu biết và kiến thức kinh nghiệm còn hạn chế nên đề tài không tránh khỏi những sai sót, kính mong quý thầy, cô chỉ bảo, góp ý để đề tài của em được hoàn thiện hơn!

LỜI CAM ĐOAN

Trong quá trình học tập tại trường đại học công nghệ thông tin và truyền thông Thái Nguyên, cùng với sự kết hợp, vận dụng giữa lý thuyết được tiếp thu trong quá trình học và kiến thức thực tế tại nơi thực tập, em đã nghiên cứu và tập hợp các tài liệu để hoàn thành đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình.

Em xin cam đoan toàn bộ nội dung trong khóa luận này là công trình nghiên cứu do chính bản thân em tự tìm hiểu, nghiên cứu và hoàn thành dưới sự hướng dẫn của Th.S Lý Thu Trang.

Em xin cam đoan khóa luận tốt nghiệp không sao chép từ bất kỳ một đề tài hay một sản phẩm nào khác.

Thái nguyên, ngày....tháng.... năm 2023

Sinh viên

MỤC LỤC

MỤC LỤC	I
DANH MỤC HÌNH ẢNH	IV
LỜI CẢM ƠN	VI
LỜI CAM ĐOAN	VII
LỜI MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài	1
2. Mục đích nghiên cứu đề tài:	1
3. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu	1
4. Phạm vi nghiên cứu	3
5. Kết cấu đề tài	3
6. Yêu cầu	3
Chương 1: TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ, MARKETING ONLINE VÀ CÔNG CỤ ADS	4
1.1. Khái quát về thương mại điện tử	4
1.1.1. Khái niệm thương mại điện tử	4
1.1.2. Lợi ích của thương mại điện tử	5
1.1.3. Hạn chế	5
1.1.4. Các hình thức thương mại điện tử	6
1.2. Tổng quan về marketing online	7
1.2.1. Cơ sở lý luận về marketing	7
1.2.2. Khái niệm marketing online	7
1.2.3. Đặc điểm của marketing online	8
1.2.4. Bản chất của marketing online	9
1.2.5. Lợi ích và hạn chế của marketing online	10
1.3. Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm	12
1.3.1. SEO (Search Engine Optimization)	12
1.3.2. SEM (Search Engine Marketing)	14
1.3.3. Content Marketing (Tiếp thị nội dung)	15
1.3.4. Social Media Marketing (Tiếp thị truyền thông qua mạng xã hội)	15
1.3.5. Email Marketing (Tiếp thị qua thư điện tử)	15

1.3.6. Mobile Marketing (tiếp thị qua di động)	15
1.3.7. Affiliate Marketing (Tiếp thị liên kết)	15
1.3.8. Quảng cáo Banner Online	16
1.3.9. SMO- Social Media Optimization	16
1.4. Tổng quan về công cụ Facebook Ads	16
1.4.1. Quảng cáo Facebook bắt đầu từ khi nào?	16
1.4.2. Khái niệm Facebook Ads	17
1.4.3. Lợi ích của chạy quảng cáo Facebook	17
1.4.4. Các hình thức của Facebook Ads	19
1.4.5. Hình thức quảng cáo phổ biến tại Việt Nam	19
1.4.6. Cách tính phí khi triển khai Facebook Ads	21
Chương 2: KHẢO SÁT HIỆN TRẠNG TẠI CÔNG TY TNHH XÂY LẮP ĐẶT ĐIỆN VÀ THƯƠNG MẠI HÙNG HƯNG THÁI NGUYÊN	22
2.1. Giới thiệu về công ty TNHH xây lắp đặt điện và thương mại Hùng Hưng Thái Nguyên	22
2.1.1. Hiện trạng công ty hiện nay	22
2.2. Hiện trạng công ty hiện nay	22
2.2.1. Khái niệm bán tại công ty	22
2.2.2. Phương pháp bán hàng của công ty	22
2.2.3. Hạn chế của công ty khi bán hàng	23
2.2.4. Thực trạng hoạt động marketing tại công ty	23
2.3. Lựa chọn phương tiện truyền thông marketing	26
2.3.1. Kênh truyền thông trực tiếp	26
2.3.2. Kênh truyền thông gián tiếp	27
2.4. Hệ thống cổ động (promotion – mix)	27
2.4.1. Đặc điểm của công cụ cổ động	27
2.5. Lựa chọn công cụ phương pháp giúp nâng cao hiệu quả kinh doanh cho công ty xây lắp đặt điện và thương mại Hùng Hưng Thái Nguyên	29
2.5.1. Thực trạng mạng xã hội Facebook ở Việt Nam	29
2.5.2. Sử dụng mạng xã hội Facebook để hướng đến bộ phận người quan tâm	31

Chương 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ ỨNG DỤNG CÔNG CỤ FACEBOOK ADS TẠI CÔNG TY TNHH XÂY LẮP ĐẶT ĐIỆN VÀ THƯƠNG MẠI HÙNG HÙNG THÁI NGUYÊN	40
3.1. Đặt bài toán	40
3.2. Các dạng quảng cáo Facebook phổ biến	40
3.2.1. Quảng cáo cơ bản	40
3.2.2. Quảng cáo được tài trợ	41
3.2.3. Quảng cáo đề xuất	41
3.3. Cách xác định mục tiêu của Facebook Ads	42
3.4. Những điểm lưu ý khi làm Facebook Ads	42
3.5. Thẻ VISA và thẻ MASTER	44
3.6. Chạy quảng cáo Facebook Ads	44
3.7. Làm việc với Fanpage khi chạy quảng cáo	49
3.8. Ứng dụng Pancake V2 vào quản lý	51
3.8.1. Khái niệm Pancake	51
3.8.2. Các tính năng của phần mềm Pancake	52
3.8.3. Cách tạo đơn hàng trên Pancake	56
KẾT LUẬN	58
TÀI LIỆU THAM KHẢO	60

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1. Minh họa thương mại điện tử	4
Hình 1.2. Các hình thức thương mại điện tử	6
Hình 1.3. Marketing Online	8
Hình 1.4. Minh họa SEO	13
Hình 1.5. Minh họa SEM	14
Hình 1.6. Hình minh họa Facebook Story	20
Hình 1.7. Minh họa cách tính phí Facebook Ads	21
Hình 2.1. Một số sản phẩm của công ty	24
Hình 2.2. Một số sản phẩm của công ty	24
Hình 2.3. Một số sản phẩm của công ty	25
Hình 2.4. Các kênh quảng cáo phổ biến nhất năm 2021	30
Hình 2.5. Thời gian truy cập mạng xã hội ở Việt Nam	31
Hình 2.6. Đăng nhập tài khoản tạo trang	32
Hình 2.7. Điền thông tin trang	33
Hình 2.8. Ảnh đại diện Fanpage	34
Hình 2.9. Ảnh bìa của Fanpage	34
Hình 2.10. Thêm vai trò trên trang	35
Hình 2.11. Giao diện Fanpage sau khi tạo xong	35
Hình 2.12. Hình ảnh về nội dung Page	38
Hình 3.1. Quảng cáo căn bản	40
Hình 3.3. Quảng cáo đề xuất	42
Hình 3.4. Thẻ thanh toán quốc tế VISA/MASTER CARD	44
Hình 3.5. Tạo quảng cáo	45
Hình 3.6. Tạo chiến dịch quảng cáo	45
Hình 3.8. Điền thông tin	46
Hình 3.9. Quảng cáo đang được đăng	47
Hình 3.10. Bài chạy quảng cáo	47
Hình 3.11. Trước khi chạy quảng cáo	48
Hình 3.12. Kết quả đạt được sau khi chạy quảng cáo	48

Hình 3.13. Kết quả đạt được sau khi chạy quảng cáo	49
Hình 3.14. Tin nhắn khách hàng	49
Hình 3.15. Giao diện chính của phần mềm Pancake	52
Hình 3.16. Các tính năng của Pancake	53
Hình 3.17. Trả lời tin nhắn khách hàng trên Pancake	53
Hình 3.18. Một số chức năng của Pancake	55
Hình 3.19. Một số chức năng của Pancake	56
Hình 3.20. Giao diện tin nhắn khách hàng Page Rạng Đông	57
Hình 3.21. Mẫu thông tin tạo đơn Pancake	57

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong thời đại bùng nổ của cuộc cách mạng công nghệ thông tin, nền kinh tế đã thay đổi một cách nhanh chóng mặt dưới sức ép của toàn cầu hóa, sự phát triển như vũ bão của công nghệ thông tin đã tạo nên một thị trường mới, nơi mà mọi khoảng cách về không gian và thời gian và thời gian đều trở nên vô nghĩa. Đó chính là môi trường Internet, việc kinh doanh online trên các kênh của Internet mở ra nhiều cơ hội và thách thức với các doanh nghiệp. Khi mà các hình thức marketing truyền thống dần trở nên không hiệu quả mà chi phí rất cao. Marketing online như một làn gió mới cho những nhà kinh doanh thời đại mới. Có thể kể tới một số kênh Marketing online phổ biến và hiệu quả như: Mạng xã hội, website, Email marketing, ... với lượng người sử dụng đông đảo và khả năng tương tác rất cao, mức độ hiệu quả của marketing trở nên vượt trội. Marketing online đã trở thành sự lựa chọn số một của các doanh nghiệp. Dù vậy marketing online vẫn là một khái niệm khá mới đối với các doanh nghiệp Việt Nam, cần phải không ngừng cập nhật thông tin trau dồi kiến thức để có thể hiểu và vận dụng, xây dựng nên được một chiến dịch marketing đúng đắn đem lại hiệu quả tối đa đối với doanh nghiệp.

Với rất nhiều những ưu điểm cũng như sự phát triển của các hình thức của marketing online, việc xây dựng lên một chiến dịch marketing đúng đắn và hợp lý là vô cùng quan trọng với mỗi doanh nghiệp. Vì vậy em đã chọn đề tài “ **Xây dựng chiến lược Facebook ads nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh cho công ty TNHH xây lắp đặt điện và thương mại Hùng Hưng Thái Nguyên**” để làm đề tài khóa luận tốt nghiệp.

2. Mục đích nghiên cứu đề tài:

Marketing online là một khái niệm mới, vì vậy nó mở ra rất nhiều cơ hội việc làm lớn.

Tìm hiểu về thương mại điện tử và xu hướng phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam, tìm hiểu về hoạt động marketing trên mạng xã hội. Từ đó đề xuất chiến lược bán hàng cho công ty nhằm tăng doanh thu, nâng cao hiệu quả kinh doanh.

3. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

- **Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng mà em hướng để làm trong đề tài này là công tác marketing online của công ty TNHH xây lắp đặt điện và thương mại Hùng Hưng Thái Nguyên. Giới thiệu về