

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: VŨ THU HOÀI

ĐỀ TÀI:
XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC CONTENT MARKETING CHO CHÈ ĐẶC SẢN
THÁI NGUYÊN TẠI WEBSITE CHEDACSAN.COM

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 CONTENT MARKETING CHO CHÈ ĐẶC SẢN
THÁI NGUYÊN TẠI WEBSITE CHEDACSAN.COM

SINH VIÊN THỰC HIỆN: VŨ THU HOÀI
LỚP: TMĐT - K18ĐT
MÃ SINH VIÊN: DTC1953401220037
GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN: TS. VŨ XUÂN NAM

Thái Nguyên, tháng 7 năm 2023

LỜI CẢM ƠN

Khóa luận tốt nghiệp đại học chuyên ngành Thương Mại Điện Tử với đề tài “Xây dựng chiến lược content marketing cho Chè đặc sản Thái Nguyên tại website chedacsan.com” là kết quả của quá trình cố gắng nỗ lực từ bản thân và được sự giúp đỡ tận tình từ thầy cô, bạn bè. Em xin chân thành gửi lời cảm ơn đến những người đã giúp đỡ em trong thời gian học tập, thực hiện khóa luận. Em xin chân thành cảm ơn các thầy (cô) giáo trong Khoa Hệ Thống Thông Tin Kinh Tế đã tận tình giúp đỡ, giảng dạy và truyền đạt những kiến thức bổ ích, những kinh nghiệm quý báu cho em trong suốt thời gian học tập tại trường. Đặc biệt em xin gửi lời cảm ơn chân thành tới thầy Vũ Xuân Nam đã tận tình giúp đỡ, trực tiếp chỉ bảo, hướng dẫn em tòng suốt thời gian thực hiện khóa luận tốt nghiệp này. Vì kiến thức bản thân còn hạn chế, trong quá trình hoàn thiện báo cáo khóa luận em không tránh khỏi những thiếu sót, kính mong nhận được những ý kiến đóng góp từ các thầy (cô) để bài báo cáo của em được hoàn thiện hơn. Em xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2023

Sinh viên thực hiện

Vũ Thu Hoài

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan đề tài: “Xây dựng chiến lược content marketing cho Chè đặc sản Thái Nguyên tại website chedacsan.com” là một công trình nghiên cứu độc lập dưới sự hướng dẫn của giáo viên hướng dẫn TS. Vũ Xuân Nam, ngoài ra không có bất kì sự sao chép nào của người khác. Đề tài, nội dung báo cáo khóa luận là sản phẩm mà em đã nghiên cứu trong quá trình học tập tại trường và thời gian thực hiện khóa luận. Các kết quả, số liệu trình bày trong báo cáo hoàn toàn trung thực, em xin chịu hoàn toàn trách nhiệm, kỷ luật của khoa và nhà trường nếu có vấn đề xảy ra.

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2023

Sinh viên thực hiện

Vũ Thu Hoài

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	1
LỜI CAM ĐOAN	2
MỤC LỤC	3
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	6
DANH MỤC BẢNG BIỂU.....	8
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	9
LỜI NÓI ĐẦU.....	10
1. Tính cấp thiết của đề tài.....	10
2. Mục tiêu nghiên cứu	10
3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu.....	11
3.1. Đối tượng nghiên cứu	11
3.2. Phạm vi nghiên cứu.....	11
4. Phương pháp nghiên cứu.....	11
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ CONTENT MARKETING	12
1.1. Tổng quan về marketing.....	12
1.1.1. Khái niệm về marketing.....	12
1.1.2. Vai trò của Marketing trong doanh nghiệp	14
1.1.3. Chức năng của Marketing trong doanh nghiệp.....	15
1.2. Content Marketing.....	16
1.2.1. Khái niệm Content Marketing.....	16
1.2.2. Phân loại Content Marketing	17
1.2.3. Vai trò của content marketing đối với doanh nghiệp.....	19
1.2.4. Các yếu tố đo lường độ hiệu quả của content	21
1.2.5. Một số công cụ đo lường hiệu quả content marketing.....	22
1.3. Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm.....	25
1.3.1. Khái niệm SEO- tối ưu hóa công cụ tìm kiếm.....	25
1.3.3. Các yếu tố quan trọng khi SEO web	26
1.3.4. Quy trình SEO website	28
1.3.5. Một số công cụ nghiên cứu từ khóa SEO	30
Chương 2: TỔNG QUAN VỀ WEBSITE CHEDACSA.COM VÀ QUY TRÌNH CONTENT MARKETING CỦA WEBSITE.....	37

2.1. Giới thiệu về website CheDacSan.com	37
2.2. Quy trình content marketing của website CheDacSan.com	38
2.2.1. Xác định mục tiêu cho chiến lược.....	40
2.2.2. Nghiên cứu và phân tích cho chiến lược content marketing.....	40
2.2.3. Xác định thông điệp truyền thông.....	44
2.2.4. Đưa ra định hướng nội dung và kế hoạch Content Marketing.....	45
2.2.5. Xác định chủ đề chính cho chiến lược Content Marketing.....	45
2.2.6. Phát triển ý tưởng content	45
2.2.7. Lên lịch nội dung	46
2.2.8. Thực hiện tạo content và tối ưu hóa.....	46
2.2.9. Đăng bài và đo lường hiệu quả	47
3.1. Tổng quan chiến lược content marketing cho chè đặc sản thái nguyên tại website chedacsan.com.....	48
3.1.1. Thiết lập mục tiêu cho kế hoạch	48
3.1.2 Khách hàng mục tiêu của chiến dịch	48
3.1.3 Ưu Nhược điểm của sản phẩm và website của Chè Đặc Sản	49
3.1.4 Đối thủ cạnh tranh.....	50
3.1.6 Định hướng nội dung và chủ đề chính	51
3.2 Chiến dịch Content Marketing đăng trên Website	53
3.2.1 Nghiên cứu từ khóa	53
3.2.2 Xây dựng nội dung cho Website.....	55
3.2.3 Thực hiện tạo bài viết cho Website chedacsan.com	55
3.2.4 Thực hiện đăng tải bài viết lên website.....	57
3.3 Chiến dịch content marketing trên các kênh social	58
3.3.1 Đăng bài trên trang Fanpage Facebook.....	59
Sử dụng công cụ Meta Business Suite để lên lịch đăng bài và theo dõi, đo lường.....	60
3.3.3 Thực hiện đăng tải trên kênh TikTok.....	62
3.4. Đo lường hiệu quả chiến dịch.....	63
3.4.1 Đối với Website	63
3.4.2 Đo lường kết quả trên trang Fanpage.....	64
3.4.3 Kết quả của kênh TikTok	66
KẾT LUẬN	67

TÀI LIỆU THAM KHẢO	68
--------------------------	----

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1 Marketing là gì?.....	13
Hình 1.2 Tăng doanh thu	14
Hình 1.3 Xây dựng lòng tin của khách hàng	15
Hình 1.4 Content Marketing.....	17
Hình 1.5 Minh họa video.....	17
Hình 1.6 Minh họa blog.....	18
Hình 1.7 Minh Họa E-mail	19
Hình 1.8 Lượng truy cập	21
Hình 1.9 Google Analytics	23
Hình 1.10 Công cụ Socialbakers	24
Hình 1.11 Công cụ Chartbeat	24
Hình 1.12 Công cụ Social Mention	25
Hình 1.13 Minh họa SEO	25
Hình 1.14 Quy trình SEO website	28
Hình 1.15 Tối ưu onpage cho trang web	30
Hình 1.16 Hình ảnh google trend	31
Hình 1.17 Phần mềm SEMrush	32
Hình 1.18 Google Keyword Planner	33
Hình 1.19 Công cụ KeywordTool.io	34
Hình 1.20 Công cụ Rank Tracker.....	35
Hình 2.1 Hình ảnh website CheDacSan.com	37
Hình 2.2 Hình ảnh trang Văn hóa trà của CheDacSan.com	38
Hình 2.3 Quy trình thực hiện chiến lược content marketing cho website.....	40
Hình 2.4 Sơ đồ SWOT	41
Hình 3.1 Ứng dụng Google Trend	53
Hình 3.2 Phân tích từ khóa trên ứng dụng ranktracker	54
Hình 3.3 List từ khóa SEO cho website trên trang tính	55
Hình 3.4: Kế hoạch đăng bài cho Website	55
Hình 3.5 Giao diện soạn bài viết trên website.....	56
Hình 3.6 Công cụ smallseo tools.....	57
Hình 3.7 Thêm thẻ vào bài đăng	58

Hình 3.8 Lịch nội dung cho kênh social.....	59
Hình 3.9 Công cụ Meta Business Suite	60
Hình 3.10 Chia sẻ bài đăng lên hội nhóm	61
Hình 3.11 Quảng cáo bài viết trên FaceBook	61
Hình 3.12 Trang quản lý quảng cáo trên Meta Business Suite	62
Hình 3.13 Thực hiện đăng tải video trên TikTok.....	62
Hình 3.14 Tổng quan bài đăng trên Website	63
Hình 3.15 Bài viết đã được đăng lên chedacsan.com.....	63
Hình 3.16 Số người tiếp cận trên trang facebook.....	64
Hình 3.17 Phân tích người tiếp cận trung bình trên mỗi loại bài đăng	64
Hình 3.18 Phân tích tương tác trung bình trên mỗi loại bài đăng	65
Hình 3.19 Khán giả phân theo độ tuổi và giới tính	65
Hình 3.20 Kênh TikTok chedacsan.com	66
Hình 3.21 Trang TikTok for business	66

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 3.1 Bảng nội dung biết- hiểu – tin - yêu	51
Bảng 3.2 Định hướng nội dung	53
Bảng 3.3 Tỷ lệ content của mỗi loại bài.....	60