

CHIẾN LƯỢC MARKETING - BY VINALINK. ACADEMY

Chiến lược Kinh doanh

BCG

BMC (Business Model Canvas)

Giá trị sản phẩm đem lại là gì? (CLGT)

RSTPMMIC (Rồi Sẽ Tự Phải Mò Mẫm I chút)

+Nghiên cứu Thị trường
- Dung lượng, Tốc độ tăng trưởng.
+ Đối thủ (Mạnh yếu)
+ Insight khách hàng
+ SWOT (Yếu mạnh, cơ hội, thách thức)

ST : Segmentation - Phân khúc và Thị trường mục tiêu

P: Positioning - Định vị thương hiệu/ Khác biệt/ Nổi bật

Marketing MIX (Product, Price, Place, Promotion)

I: Implementation : Thực thi (HOW)
C : Control - Kiểm soát Chất lượng, hiệu quả

ĐCMN (Được gì, Cần trả, Mất gì, Niềm Tin)

Thực thi - Kiểm soát : 5W+1H

WHO : Khách hàng là ai

WHAT : Tính năng sản phẩm

WHY : Đáp ứng nỗi đau nào của khách hàng

When : Tiếp cận vào dịp nào hot nhất?

Where : Chọn thị trường nào, ở đâu? kênh nào phân phối tốt?

HOW : Tiếp cận bằng cách nào, Kênh nào, Thông điệp gì, thủ đoạn gì? Ý tưởng lớn gì? Chi phí?

Tiki, Lazada, Shopee, Sendo

50 Kênh tiếp cận khách

Đại lý online

Affiliates

Đa cấp

Kênh phân phối

Facebook

Google ads

Tiktok ads

Zalo ads

Trực tiếp (sales)

Chạy Ads

KOLs seeding

Native ads

Ad networks

Xây groups

Email sequence qua hệ thống Automation

CRM (Phần mềm quản lý quan hệ)

SEO

Kênh Youtube

Fanpage Cộng đồng

Mở Hội thảo chốt sales

Mini games, Giveaways

Tạo Zalo Group

Tham gia các CLB Offline, BNI

Tạo Phễu (Funnel)

3 Con đường tiếp cận

Tạo nhận thức trước (Branding)

Scandals

Thuê Celebs

Tài trợ Phim, Gameshow

TVC/ Pano

Sự kiện lớn quy mô lớn

Thi kỹ lục TG

Video Viral

PR

Thông điệp gì

RTBelive : Lý do họ sẽ tin mình

RTB : Reason To Buy - Lý do Mua hàng

RTA : Reason To Attention - Lý do họ quan tâm , thích thú (Gây ấn tượng)

RTS : Reason To Shares (Lý do họ sẽ bày tỏ quan điểm về mình và lan tới người khác)