



FOREIGN TRADE UNIVERSITY
ELECTRONIC COMMERCE DEPARTMENT

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Electronic Commerce- Business Intelligence

ThS. Nguyễn Thị Khánh Chi

Email: chintk@ftu.edu.vn

January 2010



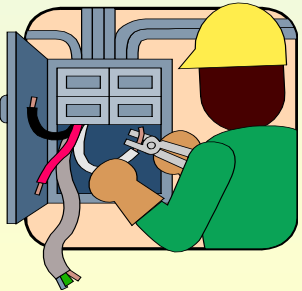
MARKETING TRỰC TUYẾN



Khách hàng

- Khách hàng mua gì?
- Giá trị sản phẩm nằm ở đâu?

Con người khác nhau với mong muốn, sở thích và nhu cầu khác nhau. Vì vậy, giá trị của sản phẩm cũng khác nhau



Marketing là ???

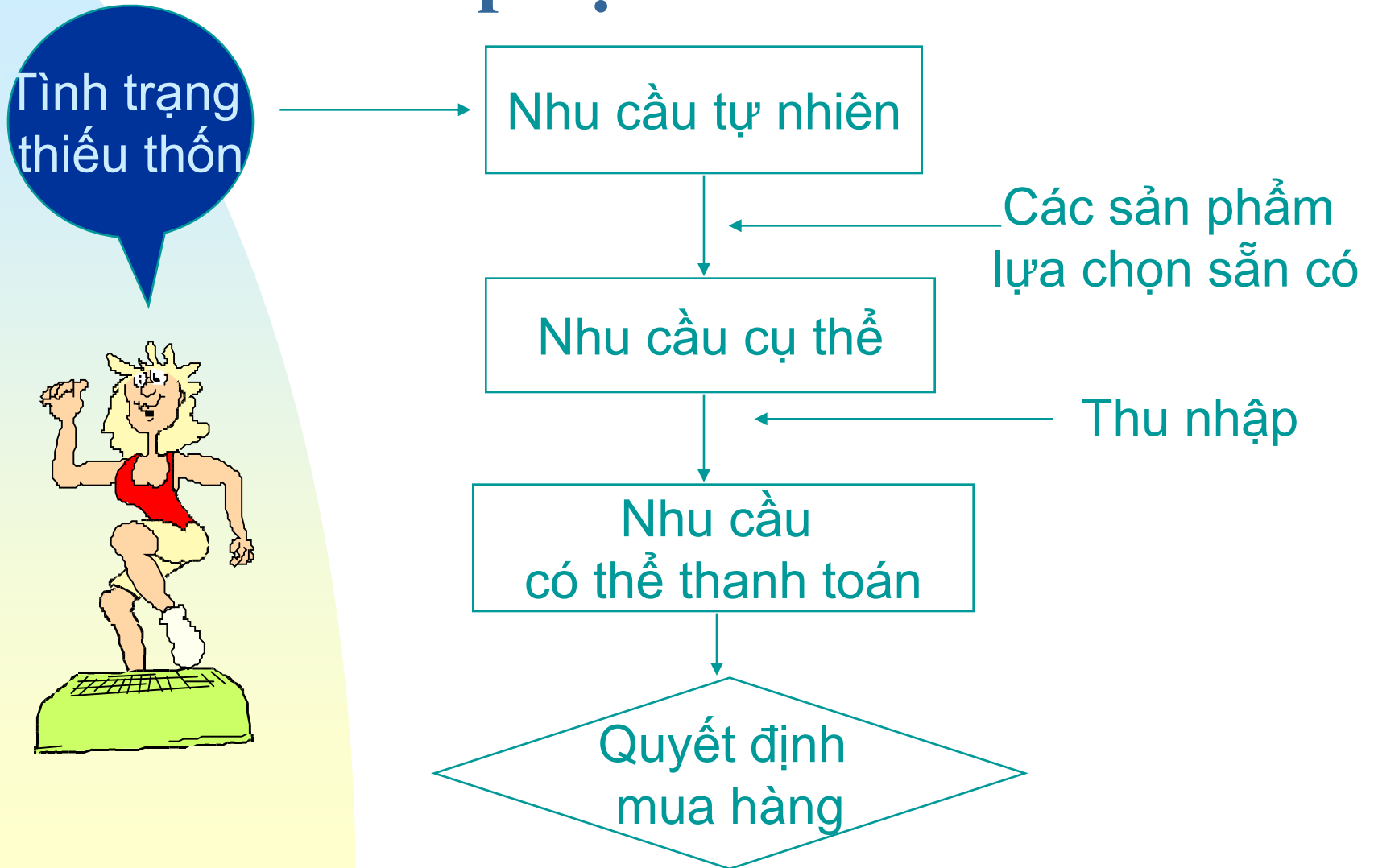
⇓ Sản xuất?

⇓ Bán ?

⇓ Quảng
cáo?

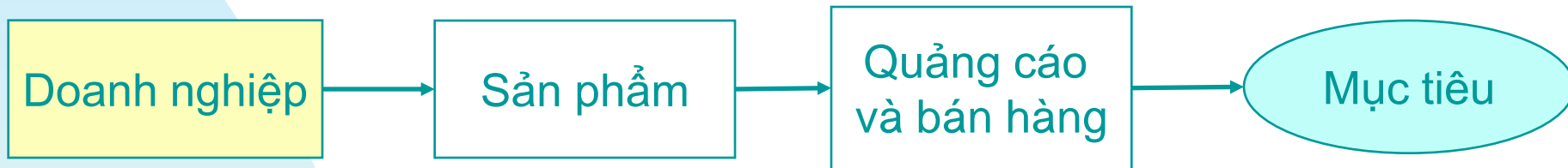
***Marketing là
quá trình tìm hiểu,
phát hiện, tạo ra
nhu cầu của khách hàng
và tìm cách thoả mãn
nhu cầu đó nhằm đạt mục đích
của công ty/tổ chức***

Các cấp độ của nhu cầu

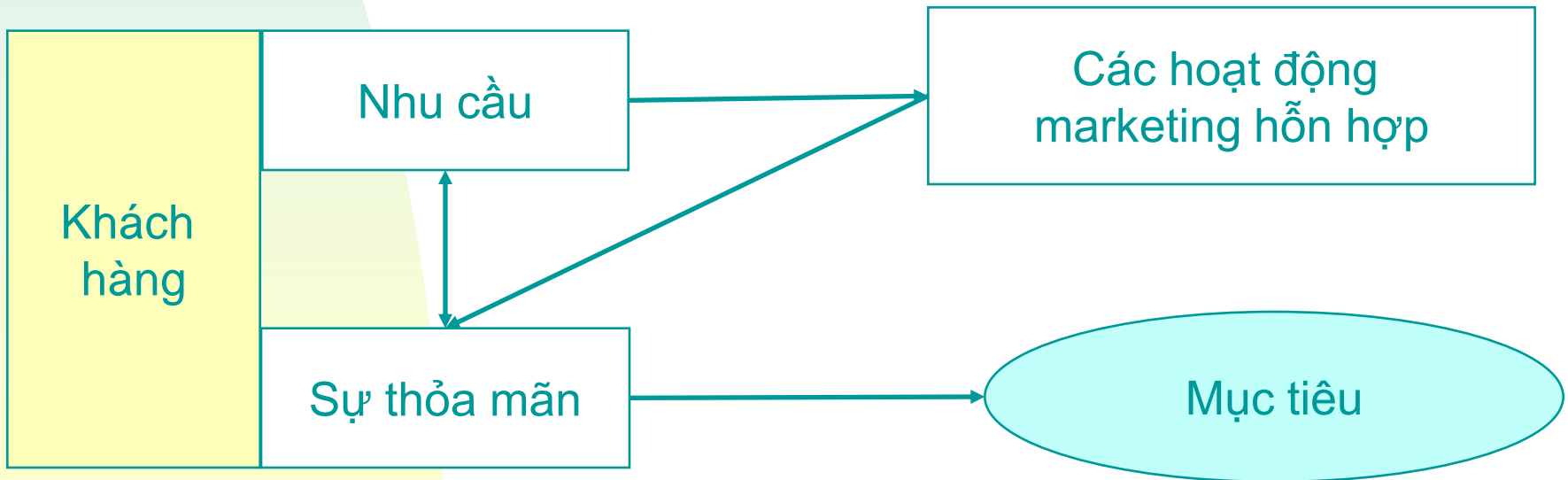


Hai quan điểm về marketing

Quan điểm về sản xuất và bán hàng



Quan điểm marketing hiện đại



Marketing theo quan điểm bán hàng

- ◆ Sản xuất những gì có khả năng
- ◆ Cố gắng khuếch trương sản phẩm và bán được càng nhiều hàng càng tốt

Điều kiện cho doanh nghiệp thành công

- ◆ Quảng cáo tốt, kỹ năng bán hàng giỏi
- ◆ May mắn có sản phẩm mà thị trường cần

Marketing theo quan điểm hiện đại

Marketing là quá trình :

- Tìm hiểu, xác định nhu cầu của khách hàng
- Thiết kế, cung cấp các sản phẩm nhằm thoả mãn những nhu cầu đó.
- Đảm bảo thực hiện mục tiêu một cách có hiệu quả nhất

E- Marketing / Online Marketing

- Khái niệm
- Sự giống và khác nhau giữa E-Marketing và Marketing
- Các hoạt động E-marketing phổ biến
- Ứng dụng E- Marketing
- Kỹ năng Marketing trực tuyến

Khái niệm E- Marketing

- Marketing điện tử là quá trình lập kế hoạch về 4Ps - Sản phẩm, Giá, Phân phối, Xúc tiến đối với sản phẩm và dịch vụ, và ý tưởng để đáp ứng nhu cầu của tổ chức và cá nhân dựa trên phương tiện điện tử và Internet.

Vị trí của marketing điện tử trong chuỗi giá trị

Mua sắm trực tuyến

- Mua nguyên liệu trực tuyến (sản xuất ô tô, máy bay...)
 - Đấu thầu trực tuyến để mua nguyên liệu
- VD: Covisint

- Quản trị đặt hàng trực tuyến

- Ký kết hợp đồng tự động qua mạng
- Quản trị quá trình thực hiện hợp đồng

- Theo dõi bán hàng trực tuyến

- Hỗ trợ khách hàng trực tuyến
 - Quản trị quan hệ khách hàng
- VD: Amazon

Sản phẩm và Dịch vụ 1

Inbound

Xử lý nghiệp vụ 3

Outbound

Marketing Bán

Dịch vụ sau

R&D trực tuyến

- Thiết kế SP mới quần áo, máy tính
- Phát triển sản phẩm mới nhanh hơn (ô tô): VD: GM

Sản xuất điện tử

- Sản xuất theo đơn hàng của khách hàng: Build to order
 - Hợp tác giữa nhà sản xuất linh kiện và lắp ráp
- VD: Dell

Marketing theo đối tượng KH

- Nghiên cứu thị trường điện tử
 - Quảng cáo điện tử
 - Tương tác với khách hàng
 - Bán hàng trực tuyến
 - Xử lý giao dịch trực tuyến
- VD: P&G

E- Marketing versus Traditional Marketing

Giống nhau:

- Mục tiêu: doanh số, lợi nhuận, thị phần
- Đối tượng hướng đến là khách hàng

“Mọi công ty đều phải chú trọng tới khách hàng, hướng tới nhu cầu của khách hàng trước khi đề cập tới sản phẩm của mình, cho dù trong thời đại công nghệ thông tin hay các thời đại khác”.

(Jeff Bezos – Amazon CEO)

Khác nhau:

- Môi trường kinh doanh
- Phương tiện thực hiện

Benefits of e-Marketing

- ◆ Tăng tốc độ giao dịch
- ◆ Mở rộng thời gian hoạt động
- ◆ Mở rộng phạm vi hoạt động
- ◆ Đa dạng hóa sản phẩm
- ◆ Tăng cường quan hệ khách hàng
- ◆ Tự động hóa các giao dịch

Điều kiện áp dụng marketing điện tử

- Điều kiện chung: cơ sở vật chất, kỹ thuật, pháp lý,...
- Nhận thức:
 - ◆ Khách hàng:
 - ☞ tỷ lệ người sử dụng và chấp nhận Internet
 - ☞ thói quen mua sắm qua mạng
 - ◆ Doanh nghiệp
 - ☞ Nhận thức tầm quan trọng của CNTT
 - ☞ Đánh giá được lợi ích của đầu tư vào Marketing điện tử
 - ☞ Đánh giá được các hiểm họa nếu không đầu tư vào Marketing điện tử

Sản phẩm kinh doanh qua mạng

- ◆ Văn hóa phẩm
- ◆ Sản phẩm số hóa
- ◆ Dịch vụ du lịch
- ◆ Dịch vụ tài chính, ngân hàng, bảo hiểm điện tử
- ◆ Dịch vụ công điện tử
- ◆ Dịch vụ giáo dục và đào tạo trực tuyến

Sản phẩm kinh doanh qua mạng

- Thương hiệu mạnh, dễ nhận biết, hoặc được nhà cung cấp đáng tin cậy đứng ra bảo lãnh: Dell, Sony, eBay, Cisco
- Uy tín được đảm bảo: Ford, Charles Shwab, Amazon
- Khả năng số hóa: phần mềm, âm nhạc, phim
- Giá cao: thiết bị điện tử, văn phòng
- Hàng hoá được tiêu chuẩn hoá: sách, đĩa CD, vé máy bay
- Mặt hàng đóng gói: thực phẩm, vitamin, hoa, quà tặng

Các hoạt động phổ biến e-Marketing

- ◆ Email
- ◆ Quảng cáo
 - ➡ Banner Ads
 - ➡ Pop up
 - ➡ Quảng cáo trung gian
 - ➡ Đăng ký vào cổng thông tin thương mại điện tử
 - ➡ Quảng cáo lan tỏa - viral marketing
 - ➡ Quảng cáo qua các công cụ tìm kiếm

Ứng dụng e-Marketing

- Nghiên cứu thị trường qua mạng
- Phân đoạn thị trường và xác định thị trường mục tiêu
- Các chiến lược Marketing điện tử hỗn hợp (e-marketing mix)

Nghiên cứu thị trường

- Phỏng vấn nhóm khách hàng: forum, chatroom, netmeeting
 - + Ưu điểm: tự do đưa ra các ý kiến, thời gian tiến hành, địa điểm tiến hành, thông tin thu thập được
 - + Nhược điểm: tính chân thực, yêu cầu kỹ thuật, tiến độ thực hiện phỏng vấn

Nghiên cứu thị trường

- Phỏng vấn các chuyên gia: nhóm thư điện tử (email group), chatroom, netmeeting...
 - Ưu điểm: tập trung được nhiều câu hỏi, phỏng vấn nhiều chuyên gia, thông tin chi tiết
 - Nhược điểm: yêu cầu kỹ thuật, tiến độ thực hiện

Nghiên cứu thị trường

- Điều tra bằng bảng câu hỏi qua mạng
 - ◆ Ưu điểm: tốc độ nhanh hơn, phạm vi điều tra rộng hơn
 - ◆ Nhược điểm: mức độ phản hồi thấp

ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 3: e-Marketing


Nghiên cứu thị trường

http://www.vietravel.com.vn/vi/index.php

Google vietravel Go Bookmarks 0 blocked Check AutoLink AutoFill Send to vietravel


Vietravel - Trang Chủ

NHA TRANG - ĐÀ LẠT (5 ngày , 4 đêm)



Đến Nha Trang, thành phố biển nổi tiếng với tháp Bà, cầu Xóm Bóng, và vịnh biển đẹp, du khách thích phiêu lưu mạo hiểm sẽ thú vị với ...

PHÁP- BỈ- HÀ LAN (9 ngày , 8 đêm)



Chương trình du lịch tại Pháp, Bỉ, Hà Lan được thiết kế hợp lý, với những dịch vụ cao cấp, phục vụ chu đáo và những điểm tham quan ...

travel.com.vn
managed by Vietravel

tuyệt vời **SẮC ĐẸP VIỆT**

Tra cứu thông tin du lịch

SMS 8122

Thăm Dò Ý Kiến

Bạn thường đi du lịch nước nào vào mùa hè?

- ☐ Thái Lan
- ☐ Trung Quốc
- ☐ Hồng Kong
- ☐ Singapore
- ☐ Malaysia
- ☐ Hàn Quốc
- ☐ Các nước khác

Chọn Kết quả

Bản quyền của Vietravel 2007 . Bảo lưu mọi quyền

ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 3: e-Marketing

Nghiên cứu thị trường

http://www.vietravel.com.vn/vi/index.php?option=com_poll&task=results&id=1&mosmsg=C%E1%BA%A3m+%C6%A1n+b%E1%BA%A1n+%C4%91%C3%A3+ch

Google viettravel Go 0 blocked Check AutoLink AutoFill Send to viettravel

Vietravel - Bạn thường đi du lịch nước nào vào m...

Trang Chủ Giới Thiệu Du Lịch Dịch Vụ Danh Thắng Tin Tức Hỗ Trợ Hỏi Đáp

Cảm ơn bạn đã cho ý kiến!

Chọn cuộc bình chọn: Bạn thường đi du lịch nước n: ▼

Bạn thường đi du lịch nước nào vào mùa hè?

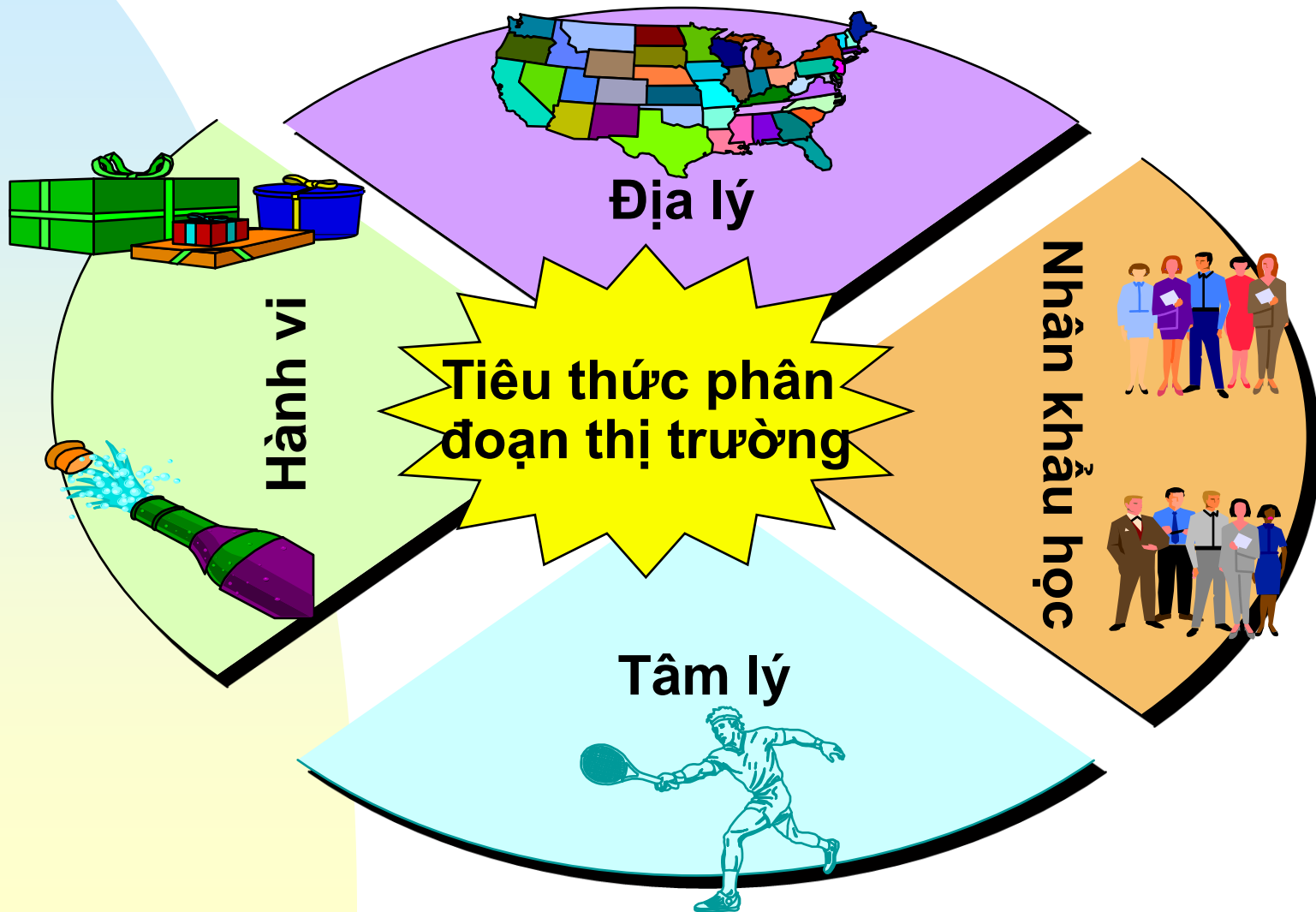
Singapore	219	22.1%	
Thái Lan	214	21.6%	
Trung Quốc	201	20.2%	
Các nước khác	150	15.1%	
Hồng Kong	82	8.3%	
Hàn Quốc	71	7.2%	
Malaysia	56	5.6%	

Số người bỏ phiếu : 993
Phiếu đầu tiên : 20/10/2006 16:00

Tin Tức

- Tin Tức Du Lịch
- Tin Tức Vietravel
- Ấm Thực Khám Phá
- Làng Nghề
- Văn Hoá Phong Tục
- Câu Lạc Bộ Du Lịch
- Guinness Du Lịch
- Non Nước Việt Nam
- Vòng Quanh Thế Giới
- Điểm Đến Mới
- Thư Giãn
- Thị Trường Du Lịch Nóng

Phân đoạn thị trường



Phân đoạn thị trường

- Người xem hàng hóa (viewers):
website cần thật sự ấn tượng để thu hút được những khách hàng này, bằng từ ngữ và hình ảnh đặc biệt để tạo dấu ấn.
- Người tìm hiểu về hàng hóa (seekers):
website cần có công cụ để so sánh các sản phẩm, dịch vụ, nhận xét của khách hàng, gợi ý, tư vấn.
- Người mua hàng hóa (shoppers):
website cần được tổ chức và thiết kế sao cho việc mua hàng thuận tiện nhất

Chiến lược e- Marketing

- ◆ Chiến lược sản phẩm
- ◆ Chiến lược giá
- ◆ Chiến lược phân phối
- ◆ Chiến lược xúc tiến bán

Chiến lược sản phẩm

- Internet tạo ra các sản phẩm hoàn toàn mới
- Sản phẩm cốt lõi: thông tin, tài nguyên số hóa
 - Sản phẩm hiện thực: thư điện tử, website, catalogue điện tử, báo điện tử, chat, diễn đàn
 - Sản phẩm bổ sung: Dịch vụ sau bán hàng, các dịch vụ công, đào tạo trực tuyến, ngân hàng điện tử

Chiến lược giá

- Chiến lược giá truyền thống thường căn cứ vào:
 - ◆ chi phí,
 - ◆ giá của đối thủ cạnh tranh,
 - ◆ giá trên các thị trường chính,
 - ◆ giá tại sở giao dịch,
 - ◆ khả năng thanh toán của khách hàng...
- Chiến lược giá trong marketing điện tử phụ thuộc vào yếu tố nào?

Chiến lược phân phối

Hai hình thức phân phối trong thương mại điện tử:

- Hàng hoá số hoá:
 - ◆ Gửi trực tiếp qua mạng: phần mềm, âm nhạc, game ...
 - ◆ Download: phần mềm, âm nhạc, game...
- Hàng hoá hữu hình Internet hỗ trợ để nâng cao hiệu quả
 - ◆ Phối hợp hiệu quả: Nhà kinh doanh và Nhà phân phối
 - ◆ Kiểm soát hàng hoá: FedEx, DHL...
 - ◆ Mở rộng kênh phân phối đến các vùng địa lý mới: website thay cho các phòng trưng bày truyền thống

Chiến lược xúc tiến- promotion

- ◆ Các chương trình giải thưởng
- ◆ Phiếu giảm giá (Coupon)
- ◆ Hàng mẫu và dùng thử miễn phí
- ◆ Các cuộc thi và trò chơi

Chiến lược xúc tiến- promotion

- ◆ Các chương trình giải thưởng
- ◆ Phiếu giảm giá (Coupon)
- ◆ Hàng mẫu và dùng thử miễn phí
- ◆ Các cuộc thi và trò chơi