



CHIẾN LƯỢC MARKETING QUỐC TẾ CỦA APPLE

Nhóm 7

Nhóm 7

- ❑ Nguyễn Thị Thiên Duyên
- ❑ Nguyễn Thị Ngọc Hà
- ❑ Nguyễn Hoàng Hương
- ❑ Đoàn Minh Phụng
- ❑ Võ Ngọc Quý
- ❑ Nguyễn Bảo Việt
- ❑ Lê Thị Thanh Xuân



Outline

- ❑ Giới thiệu công ty
- ❑ Phân tích môi trường marketing
- ❑ Áp dụng mô hình marketing 7P
- ❑ Kết luận

cuu duong than cong. com

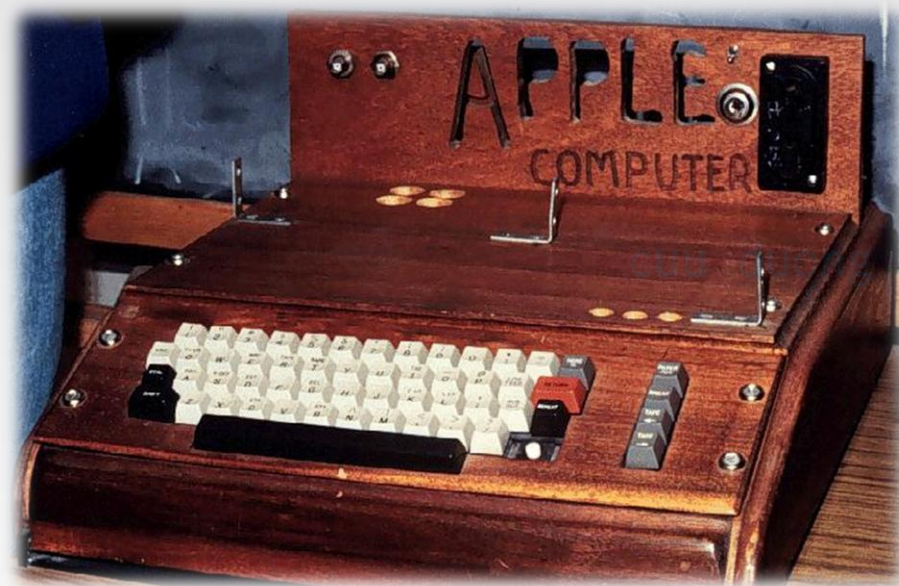


cuu duong than cong. com

cuu duong than cong. com

GIỚI THIỆU VỀ APPLE

1. SỰ KHỞI ĐẦU

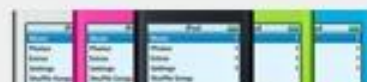


2. Giới thiệu Apple I

3. 1984: BÌNH MINH CỦA MAC







6G iPod nano

New iPod nano



Music

This Week Recent Hits



In Our Heads
Hot Chip



Scars & Stories
The Fray



Every Kingdom
Ben Howard



Suzie Cracks the Whip
Blues Traveler



Go
Motion City Soundtrack



Strange Clouds
B.o.B.

See All >

QUICK LINKS

Account Redeem
Purchased Support
iTunes Match
My Wish List
Browse
Buy iTunes Gifts
Inside iTunes

What's Hot

See All >



Mastered for iTunes

TOP SONGS >



10.11.11

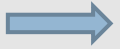


“Không ngừng sáng tạo, không ngừng thay đổi ở Apple”.

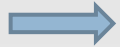
Phân tích môi trường

Môi trường vĩ mô

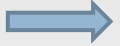
Dân số và nhân khẩu



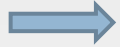
Môi trường kinh tế



Luật pháp

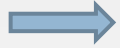


Môi trường Công Nghệ



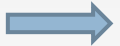
Môi trường vi mô-tác nghiệp

Đối thủ cạnh tranh



Nguồn cung ứng

Công nghệ của công ty



Trung gian Marketing

Môi trường nhân lực, quản lí

Nguồn tài chính



Customer



Phân khúc thị trường của Apple

- -Đối với các nền Kinh tế phát triển :
- các sản phẩm của Apple giá thành không phải quá cao so với mức thu nhập của họ.
 - (các dòng sản phẩm của Apple đã thỏa mãn người tiêu dùng nhờ sự sáng tạo không ngừng qua các thế hệ sản phẩm iPhone 4, iPhone 5, iPod touch, Mac Pro, ...)
- -Với nền Kinh tế phát triển chậm hoặc đang phát triển (với phân khúc bình dân) : Apple đưa ra các dòng sản phẩm giá rẻ:

Lựa chọn thị trường mục tiêu

- phù hợp với giới chuyên gia- máy tính phù hợp sở thích của cá nhân.
- đại diện cho máy tính xách tay chuyên dụng với màn hình 15 hay 17 inch. thiết kế cho khách hàng khó tính trong những ngành nghề đòi hỏi sự sáng tạo hay ứng dụng văn phòng.



Lĩnh vực máy
tính

- Ipod là thiết bị nghe nhạc phổ biến được Apple nhắm tới những khách hàng yêu thích âm nhạc, thích một thiết bị giải trí độc đáo ,chất lượng cao và dịch vụ hoàn hảo.



Lĩnh vực máy
nghe nhạc kỹ
thuật số

- Đối tượng nhắm tới của Iphone là những ai yêu thích công nghệ và muốn một chiếc điện thoại thiết kế độc đáo và có khả năng thoả mãn nhiều nhu cầu khác nhau về giải trí và nhiều ứng dụng khác



Lĩnh vực Điện
thoại

SWOT Analysis

Strengths



Weaknesses

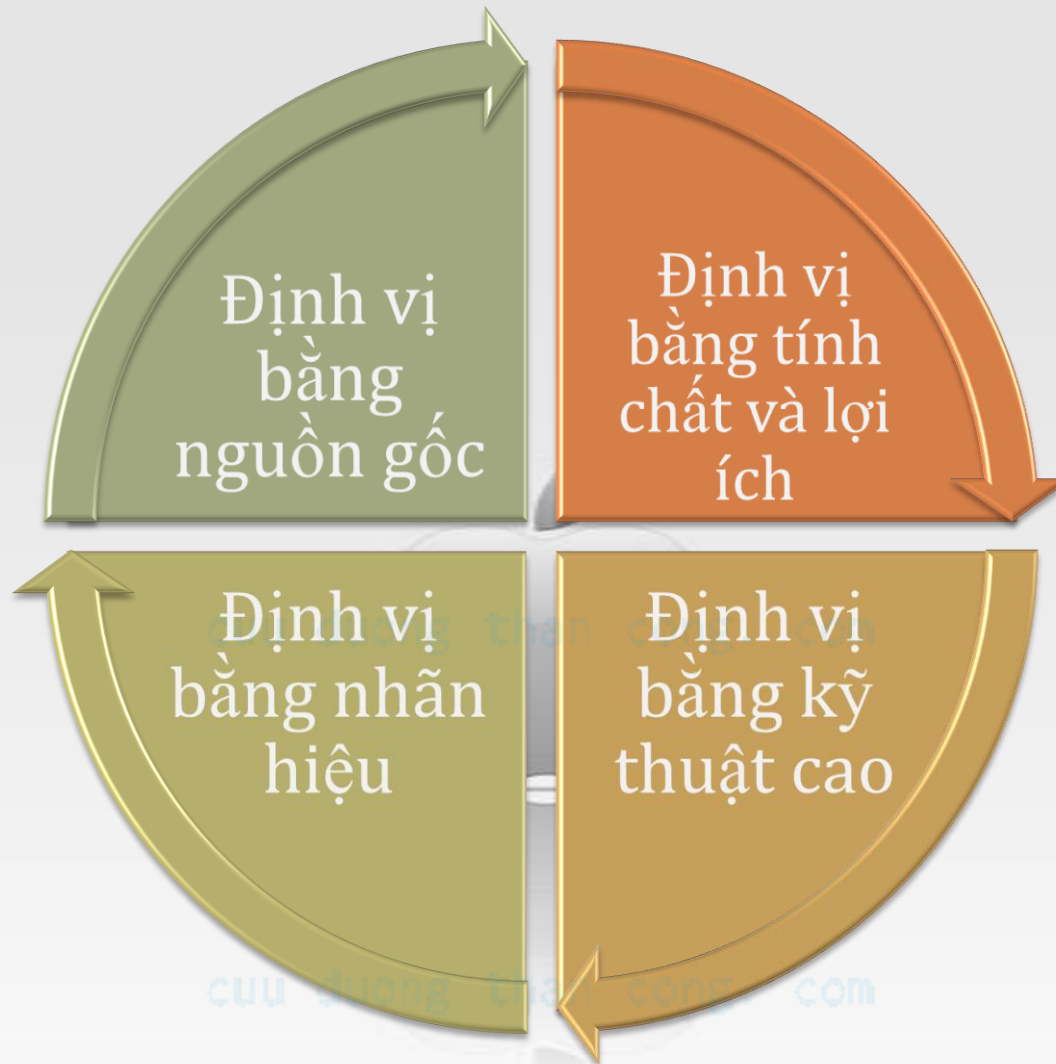


Opportunities



Threats





Dạng chiến lược: phân đoạn khác nhau, định vị giống nhau

Dân số và nhân khẩu:

Thế Giới chung: dân số > 6 tỉ,tăng hơn 100 triệu mỗi năm

Phân bố dân cư thế giới

Có thể nói dân cư thế giới hầu hết tập trung ở hai châu Á và Phi. Quy mô và tỷ lệ của nó ngày càng tăng



vùng	Dân số(triệu người)	Tỉ lệ kết cấu
Thế giới	6810	100,0
Châu Phi	999	14,7
Châu Mỹ	920	13,5
Châu Á	4.117	60,5
Châu Âu	738	10,8
Châu Đại Dương	36	0.5



Môi trường kinh tế:

- Thế giới đối mặt với khủng hoảng kinh tế, tăng trưởng Kinh tế xu hướng chậm lại.
- 2011, IMF công bố top 10 nền KT lớn nhất TG: Mỹ, TQ, Nhật Bản, Ấn độ, Đức, Anh, Pháp, Nga, Brazil, Italia
- **Dự báo top 10 nền Kinh tế tăng trưởng nhanh nhất TG 2013:**



Luật pháp

- ❑ Mỗi quốc gia trên TG có những quy phạm pháp luật riêng
- ❑ Riêng với Apple, các vụ kiện bản quyền tại các quốc gia khác nhau có các kết quả khác nhau
- ❑ Vụ tranh chấp bản quyền, bằng sáng chế với Samsung tại Mỹ

cuu duong than cong. com



Môi trường Công Nghệ

- ❑ Trung Quốc: bắt nhịp nhanh chóng với các sản phẩm giá rẻ...
- ❑ Hàn Quốc, ví dụ Samsung: Ra đời hàng loạt các dòng điện thoại mới với nhiều tính năng hấp dẫn,...
- Mỗi thị trường đều đối mặt với sự cạnh tranh công nghệ gay gắt, đòi hỏi mỗi công ty phải không ngừng sáng tạo



Môi trường vi mô,tác nghiệp

Đối thủ cạnh tranh

- ❑ Trên thị trường công nghệ, Apple gần như ko có đối thủ nào có thể vượt qua hiện tại

Các đối thủ trực tiếp:

- ❑ Điện thoại: Samsung – đối thủ số 1 với những vụ tranh chấp bản quyền lớn vẫn còn tiếp diễn.
- ❑ Ngoài ra,các sản phẩm của HTC, Rim(blackberry),ở các phân khúc thị trường nhỏ: Nokia,LG.....
- ❑ Laptop: Dell, Asus, Acer, Sony (Vaio)
- ❑ Máy nghe nhạc: Sony..



Công nghệ của công ty

- Các sản phẩm của Apple luôn được đánh giá tốt với công nghệ cao, thay đổi không ngừng: (iPhone 5 với hệ điều hành iOS 6...)
- Công đoạn, dây chuyền sản xuất: Do nhà sản xuất sản phẩm Apple là Foxconn có cơ sở, nhà máy tại rất nhiều nước nên các sản phẩm của Apple hiện tại nhiều bộ phận sản xuất tại các nước khác nhau



Nguồn tài chính

Apple: công ty giá trị nhất thế giới, giá trị thị trường của Apple hiện ở mức trên 623 tỉ USA(10/2012)

Customer

- Thị hiếu người tiêu dùng tại các khu vực khác nhau là khác nhau
- Tiêu biểu, cuộc đua công nghệ dòng sản phẩm trên nền tảng Android và IOS
- Mức độ trung thành của khách hàng vs sp Apple cao nhưng có xu hướng giảm và khách hàng của Apple đang bị già hóa độ tuổi.



Điểm mạnh:

- Người tiên phong của sản phẩm chất lượng tiên tiến và công nghệ cao như ipod, iphone, ipad và Mac
- Thương hiệu được công nhận trên toàn thế giới.
- Phân đoạn lớn với các khách hàng trung thành của "văn hóa của Apple"
- Bộ phận R&D mạnh.
- Cửa hàng bán lẻ cung cấp các sản phẩm bắt mắt và kinh nghiệm về các phần mềm của Apple.
- Hiện diện mạnh mẽ trong phân khúc giáo dục.

Điểm Yếu:

- Thất bại của hai sản phẩm đáng chú ý là Mac Mini và Apple TV
- Thị phần thấp hơn và giá cao hơn so với Microsoft và các đối thủ cạnh tranh khác.
- Quyết định hạn chế Iphone đối với một nhà điều hành là không phổ biến ở một số thị trường trên toàn thế giới
- Phụ thuộc vào Steves Jobs, một chiến thuật nguy hiểm



Cơ hội:

- Mọi quan hệ tốt thông qua liên doanh với các công ty lớn khác cùng để đưa ra "hits" mới
- Tốc độ tăng trưởng liên tục của ngành công nghiệp máy tính và điện thoại di động
- Mở rộng quốc tế hơn giống như các nước châu Á.
- Nhu cầu ngày càng tăng của âm nhạc trực tuyến và các ứng dụng khác như các dịch vụ dựa trên dịch vụ lưu trữ đám mây
- Phát triển thị trường "xanh" và các sản phẩm năng lượng hiệu quả.

cuuduongthancong.com

Đe dọa:

- Cạnh tranh trong công nghệ với gã khổng lồ ngành công nghiệp máy tính khác như Dell, HP, Lenovo và gã khổng lồ ngành công nghiệp điện thoại di động như Nokia.
- Sản phẩm đắt tiền so với các đối thủ cạnh tranh khác như Dell, Nokia, Microsoft
- Cái chết của Steves Jobs
- Sản phẩm thay thế chất lượng cao ảnh hưởng trong thị trường công nghệ sáng tạo và cạnh tranh

cuuduongthancong.com





ÁP DỤNG MÔ HÌNH MARKETING 7P

Product



cuu duong than cong .com

cuu duong than cong .com



Product

- Hướng tới nhiều đối tượng sử dụng khác nhau
 - ▣ Cá nhân: iPod, iPhone, iPad, Macbook...
 - ▣ Doanh nghiệp: Xserve
- Đa dạng
 - ▣ Phần mềm: Mac OS X, iOS, iCloud...
 - ▣ Phụ kiện: Apple EarPods, In-Ear Headphones
 - ▣ Thiết bị ngoại vi: Magic Trackpad, Magic Mouse
 - ▣ Máy vi tính: Macbook, iMac
 - ▣ Thiết bị di động: iPod, iPhone, iPad
 - ▣ Thiết bị giải trí khác: Apple TV

Product

- ❑ Thiết kế: Phong cách thanh lịch, nổi bật so với các sản phẩm khác trên thị trường
- ❑ Công nghệ và chất lượng: Thể hiện ở việc hãng nghiêm khắc với các đối tác sản xuất
- ❑ Giá trị: Ổn định ít bị thay đổi. Chế độ bảo hành hợp lý với chuỗi các đại lý hỗ trợ người dùng.

cuu duong than cong. com

Product

- Tính hữu dụng: Thiết kế hướng đến sự đơn giản
→ Dễ dàng nắm bắt. Nội dung phong phú
- Kho trực tuyến iTunes và App Store cung cấp phim ảnh, nhạc số, ứng dụng, sách...
- Phụ kiện: Rất nhiều, không chỉ đến từ Apple mà còn các nhà sản xuất khác



Price

- Cung cấp các sản phẩm cao cấp tới khách hàng có thu nhập cao
- Tuy nhiên hãng cũng có chính sách hỗ trợ người tiêu dùng mua được sản phẩm với mức giá tốt – không chỉ ở Mỹ mà còn ở thị trường nhiều quốc gia khác trên thế giới
 - iPhone 5 phiên bản quốc tế có giá \$649, nhưng khi đăng kí hợp đồng với nhà mạng chỉ còn \$199



Promotion

- Đại lý cấp 1:
 - ▣ Được hỗ trợ trong các chiến dịch quảng cáo, khuyến mại, tung sản phẩm mới
 - ▣ Thiết kế đồng bộ
- Sản phẩm mới
 - ▣ Đặc biệt kín kẽ trong các đợt ra mắt sản phẩm mới
 - Nguyên tắc cầu toàn, nghiêm khắc trong chiến dịch quảng bá sản phẩm

People

“Bạn quan tâm đến khách hàng như thế nào”
“Niềm đam mê sản phẩm Apple của bạn lớn đến đâu”.

3 tiêu chí

- ✓ Khả năng vượt qua sức ép và những tình huống khó khăn trong công việc
- ✓ Khả năng hỗ trợ trải nghiệm của khách hàng khi sử dụng thiết bị, dịch vụ của Apple
- ✓ Khả năng truyền đạt ý tưởng một cách mạch lạc, tự tin



Process

“Sự tinh thông trong quá trình hoạt động là một tài sản lớn cho Apple cũng như sự đổi mới sản phẩm hoặc marketing. Họ đã thực hiện quá trình hoạt động xuất sắc tới mức chưa từng thấy trước đây.”

- Yêu cầu chất lượng sản phẩm vô cùng nghiêm ngặt kiểm soát mọi phần của chuỗi cung ứng từ thiết kế đến các cửa hàng bán lẻ → kiểm soát việc giới thiệu sản phẩm đại trà mà không phải duy trì số lượng hàng tồn kho lớn và bào mòn lợi nhuận
- Mở rộng thị trường và hướng đến thị trường mục tiêu thông qua sự kiện đại chúng (MacWorld Expo), quảng cáo hình ảnh ứng dụng nhưng **“bí mật tuyệt đối”** trước ngày tung ra sản phẩm mới

Process

Apple Store *“full service”*

- Lễ phép chào hỏi, nhiệt tình với khách hàng ngay khi họ bước chân vào cửa hiệu
- Khách hàng không bị giới hạn thời gian sử dụng thử thiết bị với *“trải nghiệm người sở hữu”*
- Trợ lý bán hàng mặc áo phông Apple *vui vẻ trò chuyện với bạn về sản phẩm* chứ không hề cố nài nỉ bạn mua hàng.



Physical Evidences

Trụ sở chính Apple đặt tại Cupertino, California có 6 toà nhà với tổng diện tích 79000 m² được xây dựng năm 1993

Ngoài ra, Apple có 1 trụ sở đặt tại Cork, Ai-len phục vụ thị trường châu Âu khai trương vào 1980



1. Trụ sở

- Apple đang tiến hành xây dựng trụ sở mới tại Cupertino, California với diện tích 260.000 m², sẽ là nơi làm việc của 13 000 nhân viên, hoàn thành vào năm 2015



2. Chi nhánh/văn phòng giao dịch

- Đặt tại những nơi đánh thuế thấp như Ai-len, Hà Lan, Lúc-xăm-bua, Quần đảo Virgin (BVI)...
- Cắt giảm thuế phải trả cho toàn sản phẩm trên thế giới bằng cách chuyển lợi nhuận thông qua các công ty con này.
- Năm 2012, Apple chỉ đóng thuế 713 triệu USD cho khoản lợi nhuận 36,8 tỷ USD (~1.93%)

3. Cửa hàng bán lẻ

- Hiện nay, Apple có đến 375 cửa hàng bán lẻ (Apple Store) trên toàn thế giới
- Doanh thu bán lẻ đạt 4.7 tỷ USD năm 2012



4. Trung tâm bảo hành và dịch vụ

- Đặt khắp nơi trên thế giới, chỗ nào có cửa hàng bán lẻ đều có trung tâm bảo hành và dịch vụ đi kèm
- Trong các hãng công nghệ máy tính, dịch vụ chăm sóc khách hàng Apple được đánh giá tốt nhất (theo Consumer Reports, 2010)

cuu duong than cong. com

5. Thành tựu

- Công ty có giá trị vốn hoá lớn nhất thế giới, đạt 619 tỷ USD (22/8/2012)
- Apple sở hữu hàng nghìn bằng sáng chế, phát minh trên toàn thế giới: cảm ứng, thiết kế...
- Môi trường làm việc cạnh tranh, đáng mơ ước

cuu duong than cong. com

Sự khác biệt-nguyên tắc thành công



Tập trung nhân sự tốt nhất cho dự án quan trọng nhất

Sự khác biệt-nguyên tắc thành công

Hãy biết giữ bí mật

Tại Apple, việc giữ bí mật không đơn giản chỉ ở việc không công bố với giới truyền thông rằng bạn đang làm việc gì. Ngoài ra nó còn bao gồm việc giữ bí mật ngay cả với đồng nghiệp về dự án mà họ đang tham gia.





Quan tâm đến chi tiết

Apple luôn quan tâm đến thiết kế và xây dựng sản phẩm của mình

Sự khác biệt-nguyên tắc thành công

Hãy quan tâm đến người dùng

**Chỉ một vài người
nên quan tâm đến
tuyên bố lỗi, lỗi**





cuu duong than cong. com

***Cám ơn thầy và các bạn
đã lắng nghe !***

cuu duong than cong. com