

# 2

## MARKETING AN INTRODUCTION

Armstrong/Kotler

Global Edition

---

**Chiến lược kinh doanh và chiến lược Marketing**

Hợp tác cùng tạo dựng quan hệ khách hàng

# Nội dung tóm tắt

- Lập kế hoạch chiến lược cho DN: Xác định vai trò của Marketing
- Thiết kế hồ sơ kinh doanh
- Lập kế hoạch Marketing: Hợp tác để xây dựng mối quan hệ với khách hàng
- Chiến lược Marketing và Phối thực Marketing
- Quản trị nỗ lực Marketing
- Đo lường và quản trị tỷ lệ hoàn vốn Marketing

# Lập kế hoạch chiến lược

Sự phù hợp  
giữa cơ hội  
Marketing với  
mục tiêu và  
khả năng của  
tổ chức



# Lập kế hoạch chiến lược cho DN



# Xác định sứ mệnh của DN

Thị trường được định hướng dựa trên sự thỏa mãn nhu cầu khách hàng

Ý nghĩa, rõ ràng và có tính thúc đẩy

Tuyên bố sứ mệnh

Nhấn mạnh vào năng lực của DN trên thị trường

**KHÔNG** nên ấn định vào lợi nhuận và bán hàng

# Thiết lập mục tiêu cho doanh nghiệp

## Mục tiêu Marketing là gì ?

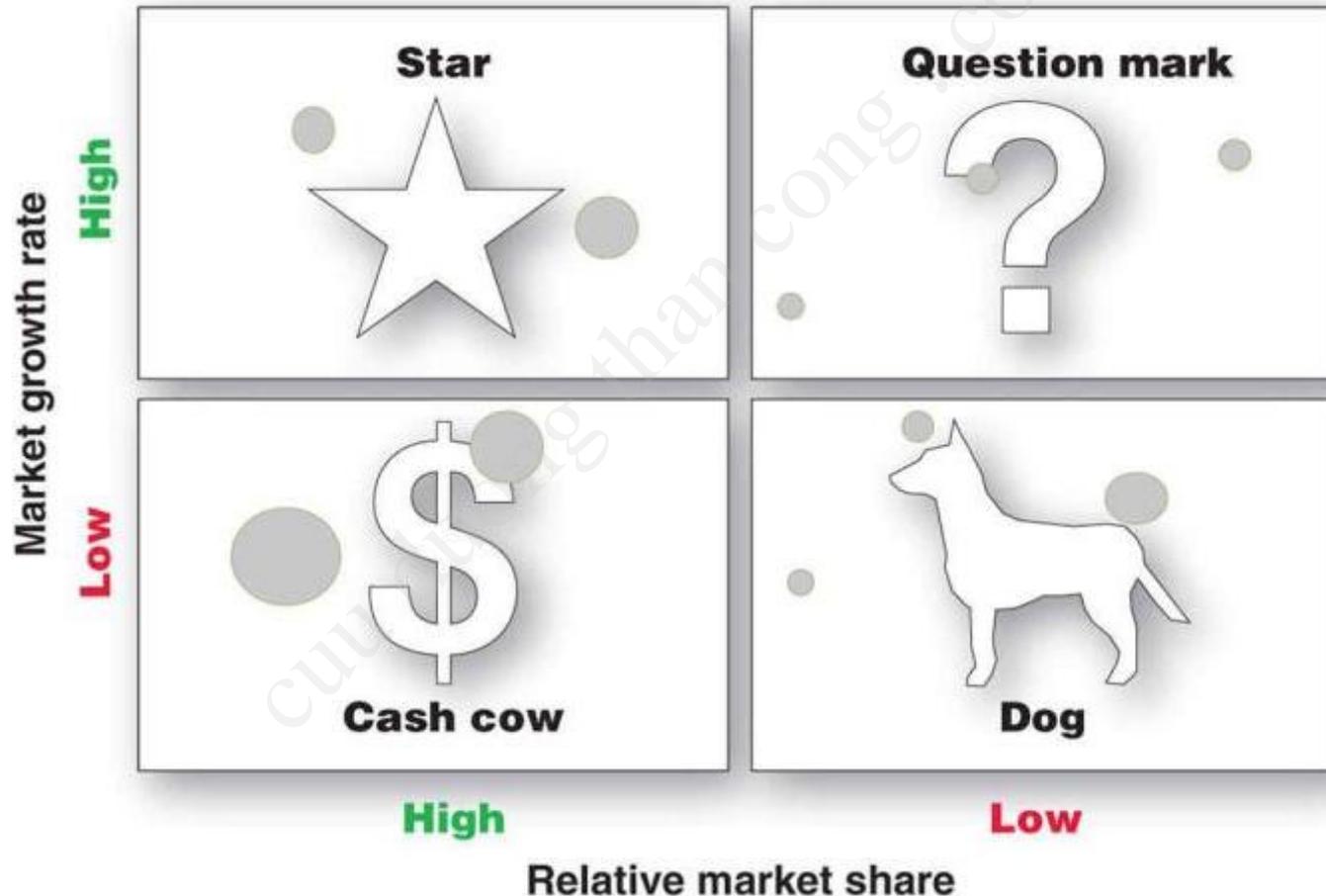


# Thiết kế hồ sơ kinh doanh

**HỒ SƠ kinh doanh** là tập hợp những công việc kinh doanh và các sản phẩm của công ty từ trước đến nay

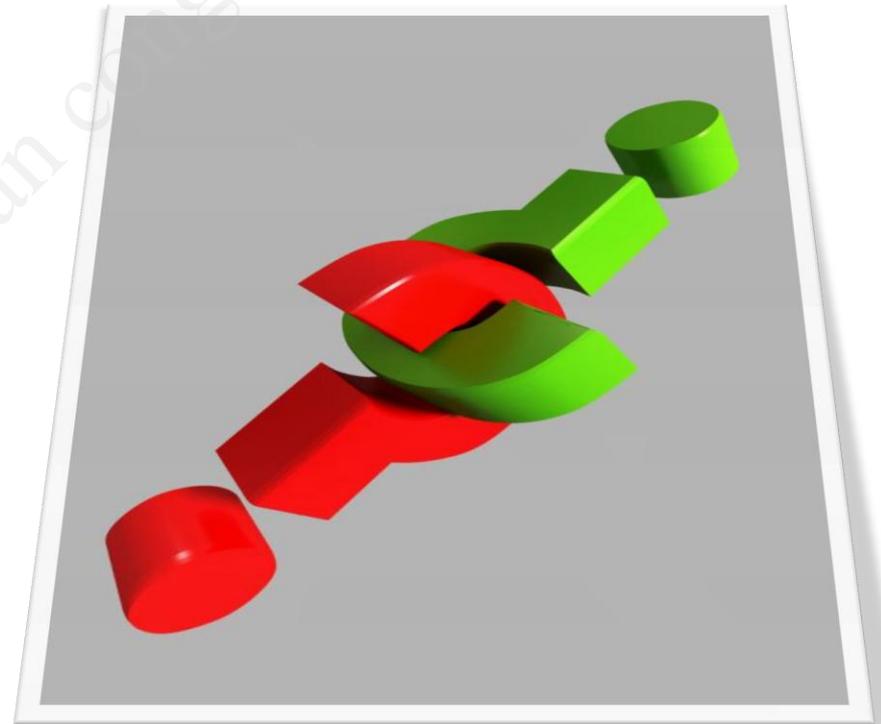


# Tiếp cận của tập đoàn tư vấn Boston Ma trận Tăng trưởng – Thị phần

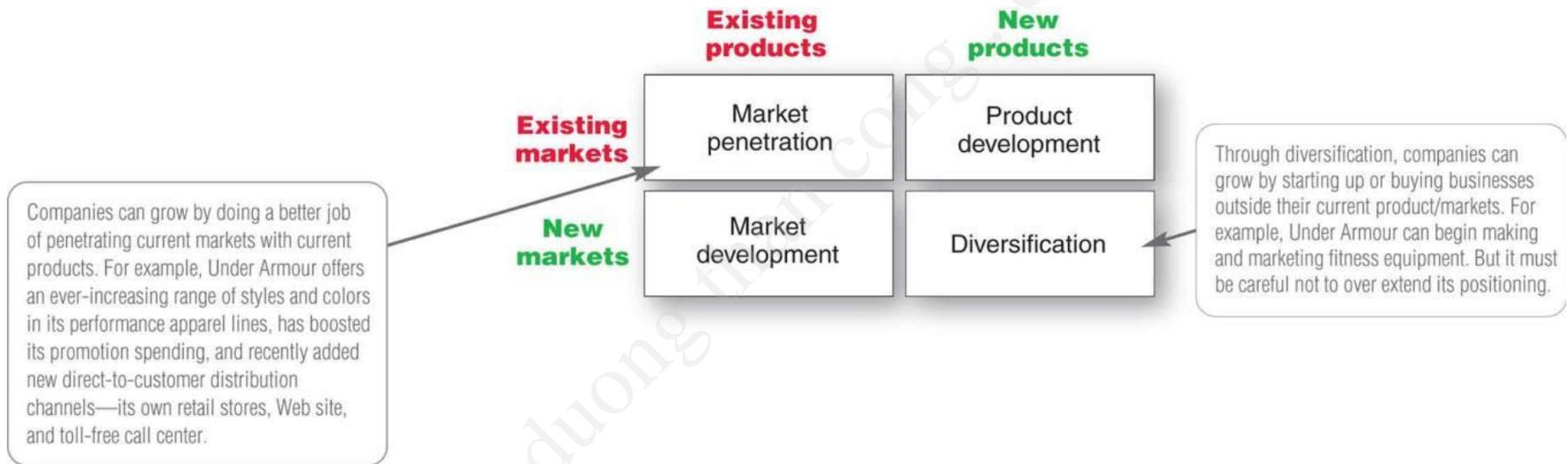


# Câu hỏi thảo luận

Hạn chế của cách tiếp cận theo ma trận trên là gì ?



# Chiến lược cho mở rộng sản phẩm /thị trường

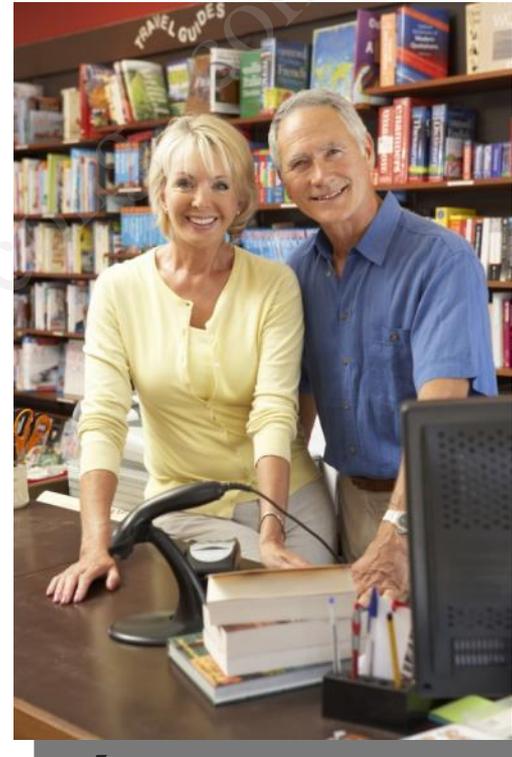


# Hợp tác để xây dựng các mối quan hệ với khách hàng



**Bộ phận chức năng khác  
trong công ty**

*Giá trị bên trong*

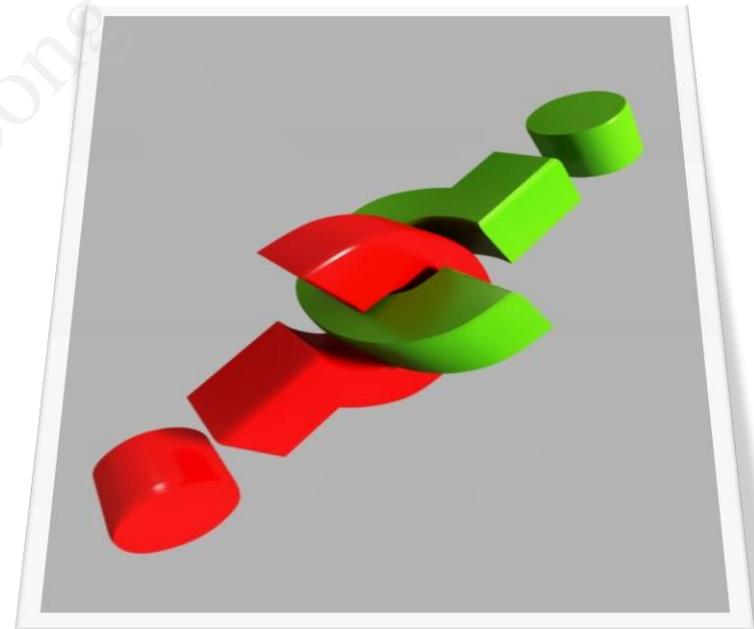


**Đôi tác khác trong  
hệ thống Marketing**

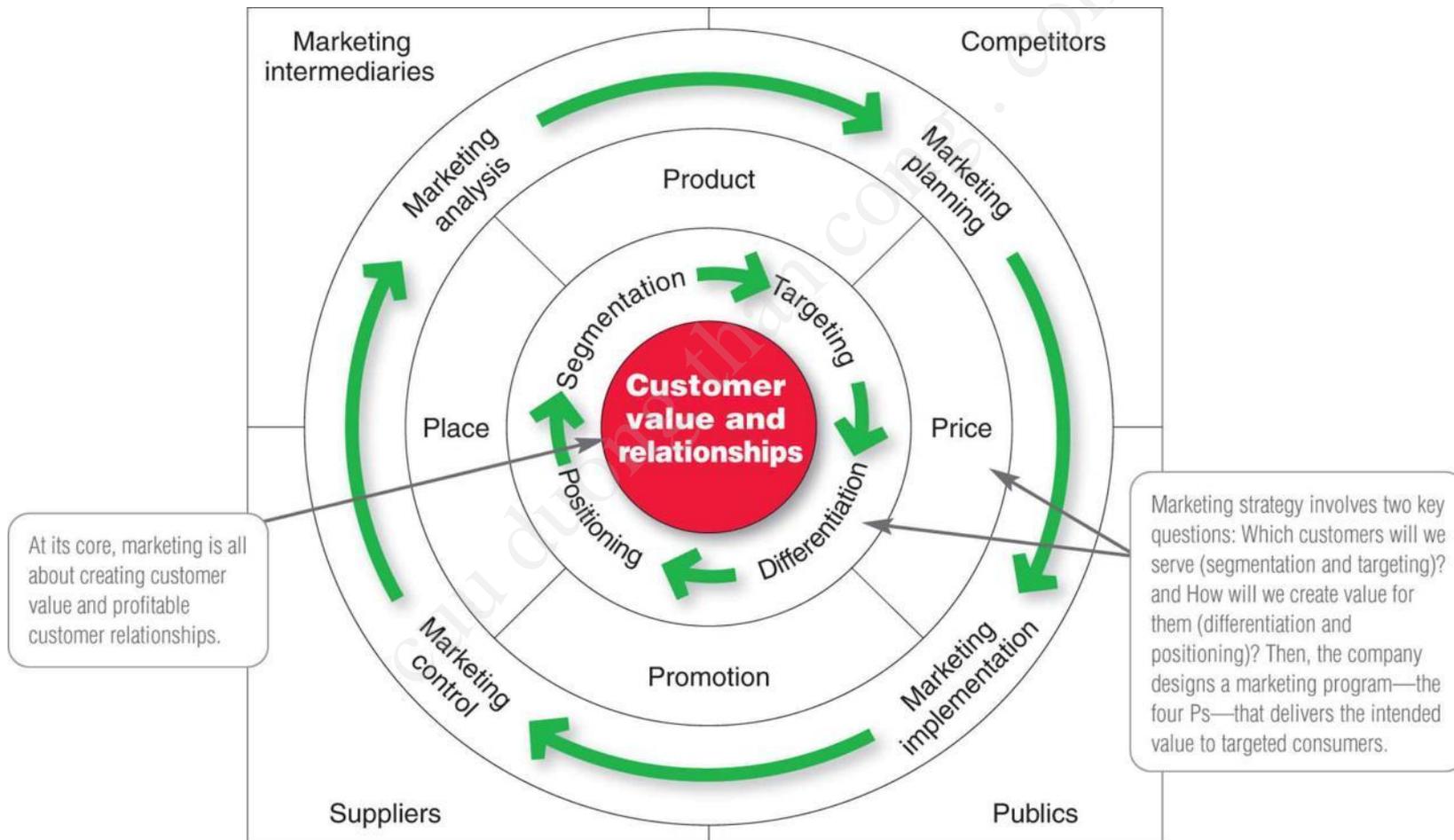
*Mạng lưới phân phối giá trị*

# Câu hỏi thảo luận

Nhà quản trị Marketing của một công ty hàng tiêu dùng đóng gói như Frito Lay có thể phối hợp như thế nào với chuỗi giá trị bên trong và mạng lưới phân phối giá trị?



# Chiến lược Marketing và Phối thức Marketing



# Chiến lược Marketing định hướng khách hàng

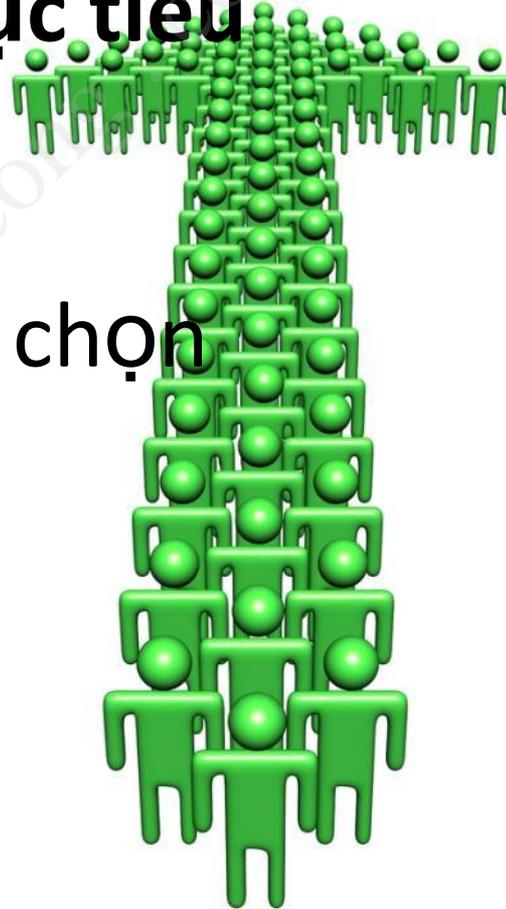
**Phân đoạn thị trường** là quá trình phân chia khách hàng thành những nhóm khác nhau dựa trên sự khác biệt về nhu cầu, tính cách, hành vi... hay thành những nhóm khách hàng đòi hỏi sản phẩm hoặc chương trình Marketing riêng biệt



# Chiến lược Marketing hướng về khách hàng

## Xác định thị trường mục tiêu

liên quan đến đánh giá sự hấp dẫn của từng đoạn thị trường rồi lựa chọn một hay nhiều đoạn thị trường để tiến vào



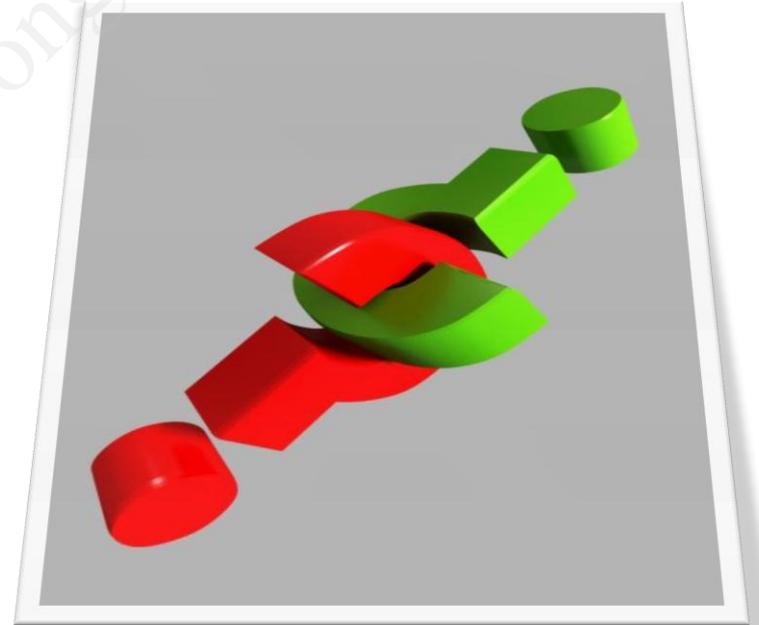
# Chiến lược Marketing hướng về khách hàng

**Định vị** là làm cho sản phẩm chiếm được một vị trí mong muốn khác biệt, rõ ràng trong tâm trí khách hàng so với các sản phẩm của đối thủ cạnh tranh

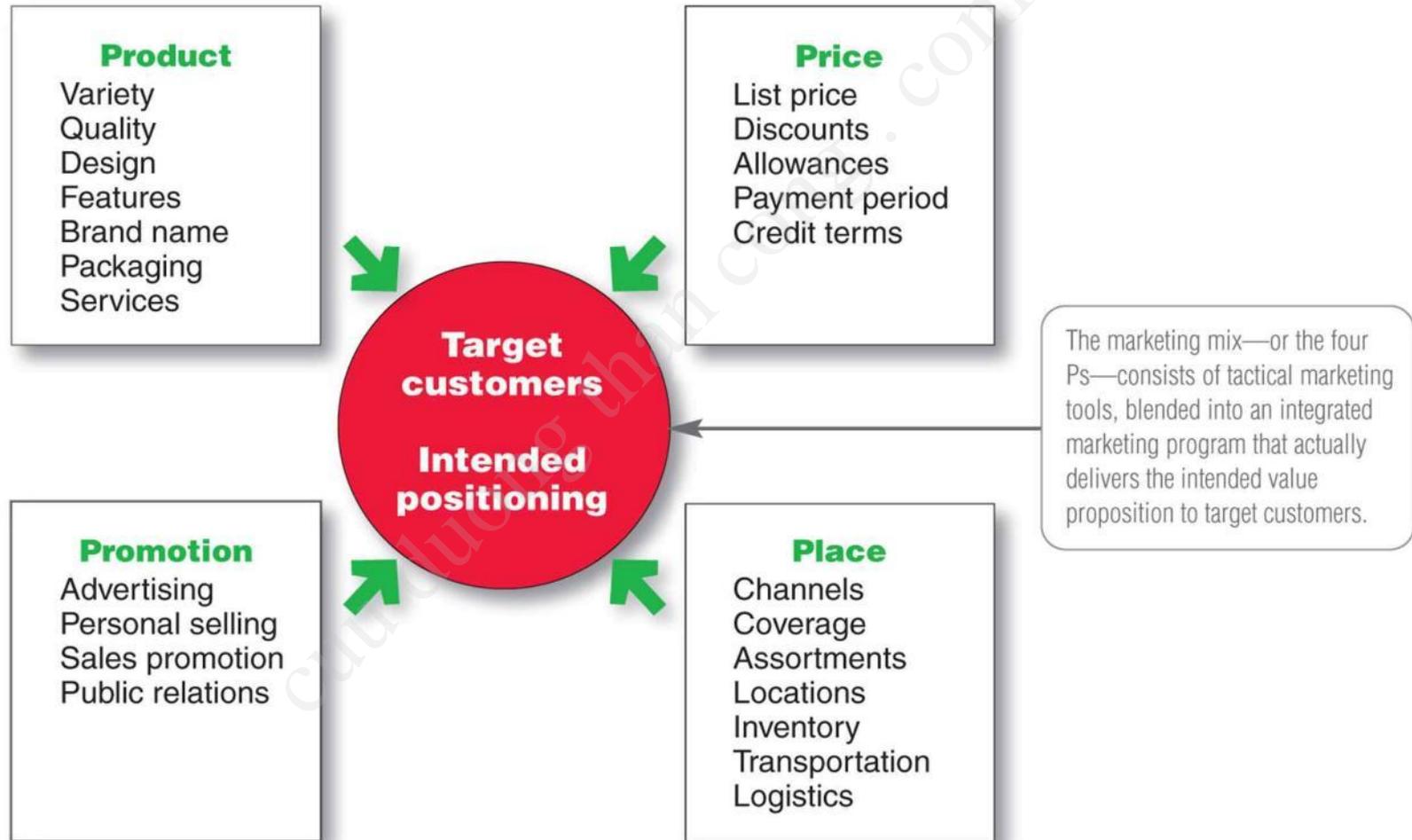


# Câu hỏi thảo luận

Thử nghĩ tới một nhà hàng cạnh trường đại học của bạn. Họ có thể phân đoạn thị trường như thế nào? Đây là thị trường mục tiêu của họ? Họ định vị như thế nào ở thị trường mục tiêu của mình?

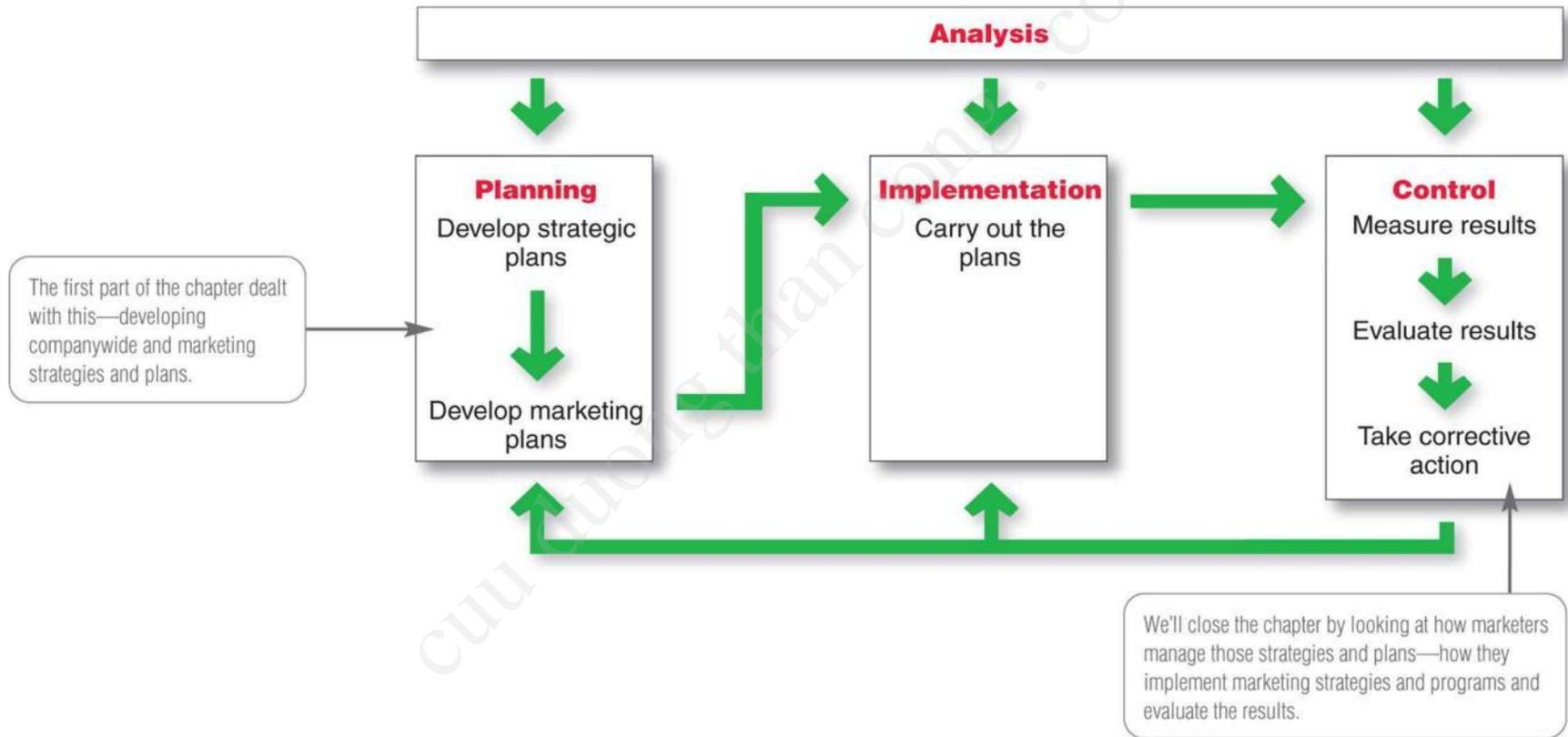


# Phát triển phối thức Marketing tích hợp



# Quản trị các nỗ lực Marketing

## Phân tích Marketing



# Phân tích Marketing



# Lập kế hoạch Marketing

## Những yếu tố của một kế hoạch Marketing

Khái quát về kế hoạch

Tình hình Marketing hiện tại

Phân tích cơ hội và thách thức

Mục tiêu và các vấn đề

Chiến lược Marketing

Chương trình hành động

Ngân sách

Kiểm soát



# Kiểm soát và điều chỉnh

Thiết lập mục tiêu Marketing

Đo lường kết quả đạt được

Xác định nguyên nhân của sự khác nhau giữa kết quả và thực tế

Đưa ra sự điều chỉnh đúng đắn

# Đo lường và quản trị tỷ lệ hoàn vốn đầu tư cho Marketing

Tỷ lệ hoàn vốn đầu tư Marketing (marketing ROI) là nguồn tiền thuần thu được từ đầu tư Marketing chia cho tổng chi phí đầu tư cho Marketing



# Tỷ lệ hoàn vốn đầu tư

