

TIẾP THỊ KỸ THUẬT SỐ TRONG THỜI ĐẠI SỐ

● NGUYỄN THỊ PHƯƠNG DUNG

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu tổng quan cơ sở lý thuyết về tiếp thị kỹ thuật số, xu hướng và tác động của tiếp thị kỹ thuật số trong thời đại số đến ngành Marketing cũng như hoạt động marketing của các doanh nghiệp hiện nay.

Từ khóa: tiếp thị kỹ thuật số, công nghệ số.

1. Đặt vấn đề

Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 bùng nổ buộc các Chính phủ và doanh nghiệp trên thế giới đẩy mạnh quá trình chuyển đổi số nhằm đáp ứng với nhu cầu của thời đại. Trong khi đó, marketing và tiếp thị bán hàng luôn là những vấn đề quan trọng đối với một doanh nghiệp, nhất là trong giai đoạn doanh nghiệp ra mắt sản phẩm hoặc dịch vụ mới. Chính vì vậy, việc tiếp thị qua các kênh truyền thông kỹ thuật số hay tiếp thị kỹ thuật số (Digital Marketing) dần trở nên phổ biến, được các doanh nghiệp và chuyên viên marketing quan tâm.

Sự xuất hiện của tiếp thị kỹ thuật số đang dần thay đổi vai trò của tiếp thị truyền thống. Với xu hướng số hóa toàn cầu, việc chuyển đổi kỹ thuật số trong marketing là điều tất yếu để cạnh tranh và phát triển trong kỷ nguyên số.

Bật máy tính và điện thoại thông minh lên, bạn sẽ ngạc nhiên khi thấy sản phẩm bạn muốn mua, nội dung bạn muốn đọc, bộ phim mới bạn muốn xem,... được hiển thị cho bạn như thể những thiết bị thông minh này có thể đọc được tâm trí của bạn. Đó chỉ là bề nổi của tảng băng chìm. Sâu bên trong tảng băng chìm là các hoạt động nghiên cứu hiểu

biết về khách hàng, diễn ra thông qua các chiến dịch tiếp thị kỹ thuật số.

Do vậy, bài viết nghiên cứu đề tài “Tiếp thị kỹ thuật số trong thời đại số”, nhằm có cái nhìn tổng quát về tiếp thị kỹ thuật số, xu hướng và tác động của tiếp thị kỹ thuật số đến ngành Marketing.

2. Tiếp thị kỹ thuật số là gì

Theo Philips Kotler (2021): “Tiếp thị kỹ thuật số là quá trình lập kế hoạch về sản phẩm, giá, phân phối và xúc tiến đối với sản phẩm, dịch vụ và ý tưởng để đáp ứng nhu cầu của tổ chức và cá nhân dựa trên các phương tiện điện tử và Internet”.

Theo Joel Reedy (2000): “Tiếp thị kỹ thuật số bao gồm tất cả các hoạt động để thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của khách hàng thông qua internet và các phương tiện điện tử”.

Như vậy, “Tiếp thị kỹ thuật số là hành động tiếp thị mà doanh nghiệp hoặc tổ chức thực hiện nhằm quảng bá hình ảnh, sản phẩm hoặc dịch vụ của doanh nghiệp thông qua các kênh truyền thông kỹ thuật số, như: website công ty; website của các đơn vị báo chí, truyền thông; mạng xã hội (Zalo, Facebook, Tiktok,...); ứng dụng trên smartphone; email.... thay vì quảng bá/giới thiệu theo phương

pháp tiếp thị truyền thống (Ví dụ: báo in, truyền hình, tờ rơi,...)”.
 Tiếp thị kỹ thuật số cũng có thể được hiểu là sự xúc tiến thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ thông qua việc sử dụng tất cả các hình thức quảng cáo kỹ thuật số để tiếp cận khách hàng theo thời gian thực, có tính liên quan, cá nhân hóa và mang lại hiệu quả cao cho doanh nghiệp. (Hình 1)

Mục tiêu của tiếp thị kỹ thuật số là nhanh chóng tăng khả năng nhận diện thương hiệu, tạo niềm tin và tăng tỷ lệ chuyển đổi đơn hàng, từ đó doanh nghiệp vừa đạt được doanh số và lợi nhuận bán hàng, vừa có được nguồn dữ liệu khách hàng vô cùng quý giá.

* Về bản chất, tiếp thị kỹ thuật số vẫn là truyền thông quảng cáo sản phẩm, dịch vụ, hình ảnh doanh

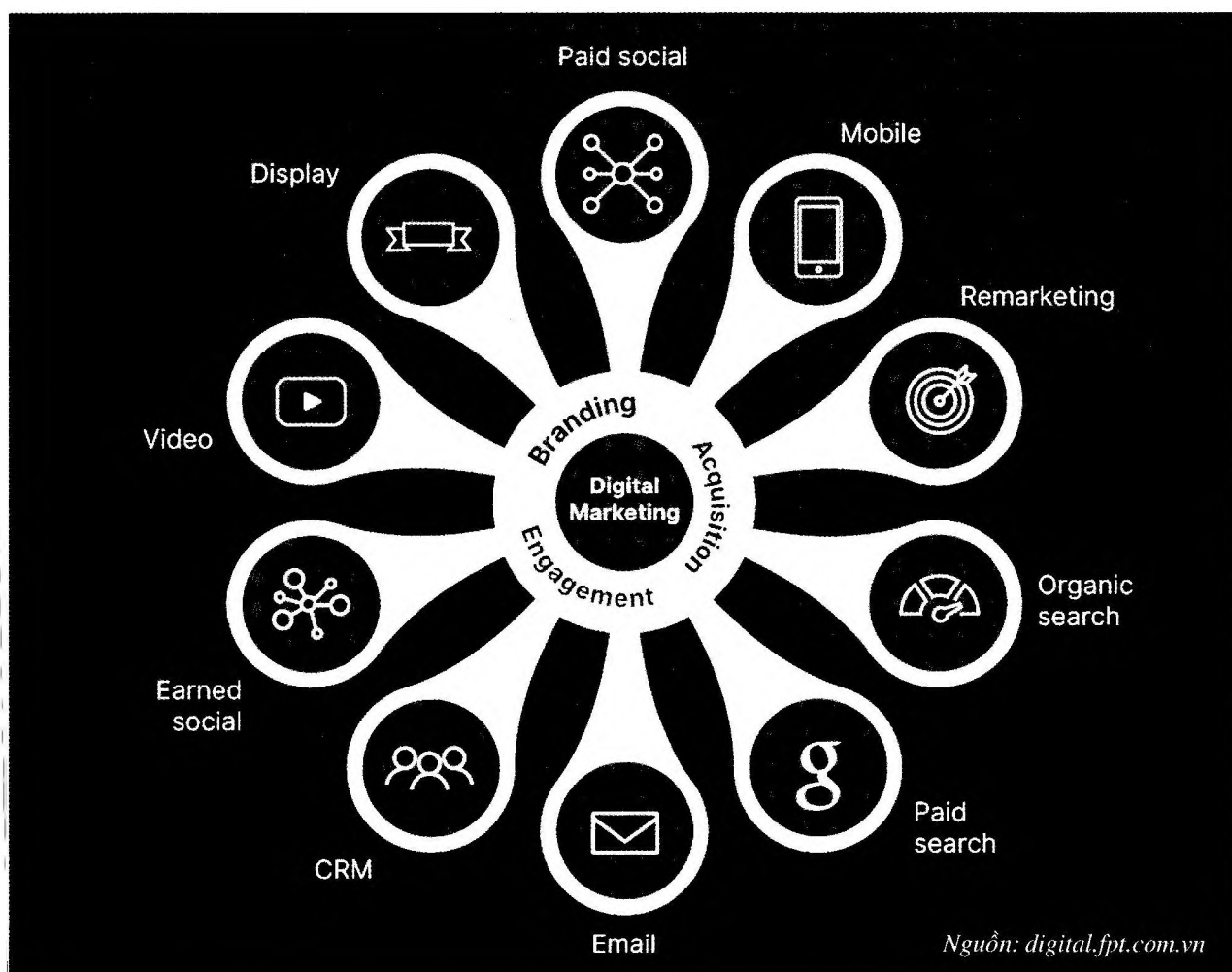
nh nghiệp; nhưng khác với tiếp thị truyền thống, tiếp thị kỹ thuật số sử dụng các công cụ, hình thức quảng bá khác nhau để đạt được mục đích truyền tải thông điệp của doanh nghiệp. Tiếp thị kỹ thuật số được chia thành 2 mảng riêng biệt là Online marketing và Digital Advertising.

(i). Online marketing bao gồm:

+ SEO - SEM: Doanh nghiệp sẽ sử dụng các công cụ tìm kiếm như Google, Bing,... và tối ưu hóa website của mình nhằm đạt thứ hạng cao hơn trên top search của các công cụ tìm kiếm, từ đó góp phần tăng lượng truy cập vào website của doanh nghiệp.

+ Mobile marketing: Doanh nghiệp thông qua các ứng dụng trên smartphone để tối ưu hóa website nhằm nâng lượt hiển thị, tăng độ nhận

Hình 1: Tiếp thị kỹ thuật số với mỗi mục đích sử dụng các loại hình tiếp thị chính khác nhau



diện của các quảng cáo trong các ứng dụng này, hướng đến khuyến khích người dung cài đặt ứng dụng của mình.

+ Email marketing: Doanh nghiệp gửi các quảng cáo đến email của khách hàng có trong cơ sở dữ liệu của mình nhằm giới thiệu thương hiệu, sản phẩm và dịch vụ của mình, hay cập nhật các tin tức, chương trình khuyến mãi của doanh nghiệp. Từ đó, xây dựng mối quan hệ, tạo độ quen thuộc, xây dựng lòng tin với khách hàng.

+ Content marketing: Doanh nghiệp đăng tải các nội dung có khả năng thu hút hoặc tương tác tốt với người dung nhằm tăng độ nhận diện thương hiệu, qua đó gia tăng lượt truy cập, lượt xem.

+ Social marketing: Thông qua các mạng xã hội (Facebook, Twitter, Zalo,...), doanh nghiệp quảng cáo và tuyên tải các thông điệp tới người dùng nhằm gia tăng độ nhận diện của thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ.

+ Display: Thông qua các dịch vụ do bên truyền thông cung cấp, doanh nghiệp quảng cáo các sản phẩm, dịch vụ trên các website trong hệ thống được cung cấp với các hình ảnh, videp clip, flash, banner,...

(ii). Digital Advertising bao gồm:

+ SMS: Thông qua ứng dụng tin nhắn trên điện thoại, doanh nghiệp gửi đến người dùng các mẫu quảng cáo về sản phẩm, dịch vụ, thương hiệu.

+ TV/Radio: Thông qua các kênh truyền hình và đài phát thanh, doanh nghiệp chạy các đoạn TVC quảng cáo về thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp.

+ LCD/Banner/Poster: Thông qua các màn hình hiển thị LCD treo tại một số nơi, các bảng hiệu điện tử, các băng rôn, phướn treo tại các nơi công cộng, doanh nghiệp đưa ra các quảng cáo về thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ của mình.

** Tiếp thị kỹ thuật số nhấn mạnh đến 3 yếu tố, là:*

- Tiếp cận khách hàng: Khách hàng kỹ thuật số có thể được tiếp cận ở bất kỳ chỗ nào có khả năng truy cập internet và phù hợp với chiến dịch quảng bá của doanh nghiệp.

- Tương tác với khách hàng: Doanh nghiệp có thể tương tác trực tiếp với nhóm khách hàng mà doanh nghiệp hướng tới thông qua các diễn đàn

(bình luận trên website, mạng xã hội, câu hỏi tương tác), qua các livestream của doanh nghiệp,...

- Sử dụng các phương tiện kỹ thuật số, như: (1) Các kênh phân phối dựa trên nhu cầu và sở thích của nhóm khách hàng (website, mạng xã hội, kênh Youtube, Blog, Email tiếp thị, ứng dụng trên smartphone) để đăng tải các bài quảng cáo và tương tác với đối tượng thông qua kênh giao tiếp mà đối tượng thường sử dụng. (2) Doanh nghiệp tổ chức các sự kiện tiếp thị trực tuyến để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp.

* Lợi ích của ứng dụng tiếp thị kỹ thuật số: Tiếp thị kỹ thuật số hiện được coi là thế mạnh của nhiều doanh nghiệp, chiếm phần ngân sách không nhỏ trong đà phát triển của thị trường và công nghệ hiện nay. Tiếp thị kỹ thuật số mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp ứng dụng, sự hiện diện của tiếp thị kỹ thuật số không thay thế cho tiếp thị truyền thống mà bổ trợ và khắc phục những hạn chế của tiếp thị truyền thống, tận dụng những thay đổi không ngừng của thị trường hiện đại. Những lợi ích của việc ứng dụng tiếp thị kỹ thuật số như sau:

- Tính thuận tiện: Với tiếp thị kỹ thuật số, doanh nghiệp có thể hoạt động mà không cần bận tâm đến thời gian và không gian. Khách hàng có thể chủ động tìm kiếm, đặt hàng, xem đánh giá, bàn luận về sản phẩm, dịch vụ một cách dễ dàng ở bất kỳ đâu có kết nối internet.

- Chi phí khởi điểm thấp: Với tiếp thị kỹ thuật số, doanh nghiệp có thể bắt đầu triển khai kế hoạch tiếp thị mà không cần bận tâm nhiều đến ngân sách ban đầu, được quyền tự quyết định các hoạt động như cách thức tiếp cận, chi phí cụ thể cho từng chiến dịch tiếp thị, thời gian triển khai chiến dịch,... phù hợp với kế hoạch và mục tiêu đề ra.

- Tiếp cận sâu, rộng và nhanh chóng hơn: khi triển khai các chiến dịch tiếp thị kỹ thuật số, doanh nghiệp có khả năng kết nối và tiếp cận khách hàng ở phạm vi lớn, không bị giới hạn bởi vị trí địa lý. Doanh nghiệp có thể bán hàng ở bất kỳ đâu, bất kỳ thời gian nào dù không có cửa hàng trực tiếp tại nơi đó. Thông qua các chiến dịch tiếp thị kỹ thuật số, các thông tin trên website, email hay các kênh mạng xã hội của doanh nghiệp được truyền đi một cách nhanh chóng.

- Dễ dàng kiểm soát và đo lường: Với các công cụ kỹ thuật số, doanh nghiệp có thể đo lường và kiểm soát kết quả, đánh giá hiệu quả các chiến dịch tiếp thị một cách dễ dàng. Doanh nghiệp cũng có thể biết được chính xác mức độ quan tâm của nhóm khách hàng tiềm năng đối với sản phẩm/chiến dịch quảng cáo của mình. Do đó, doanh nghiệp có thể chủ động thay đổi/điều chỉnh các chiến dịch tiếp thị sao cho phù hợp với ngân sách và mục tiêu đề ra.

- Xây dựng mối quan hệ với khách hàng: Thông qua các ứng dụng công nghệ, các nền tảng mạng xã hội, doanh nghiệp có thể trao đổi và trò chuyện với khách hàng một cách đơn giản. Từ đó, doanh nghiệp có thể tiếp nhận, thu thập các ý kiến của khách hàng về chất lượng sản phẩm, trải nghiệm dịch vụ hay chiến dịch tiếp thị và có sự điều chỉnh sao cho phù hợp và đáp ứng tốt nhất nhu cầu/mong muốn của khách hàng. Từ đó, giúp doanh nghiệp xác định nhóm khách hàng mục tiêu của từng chiến dịch và tập trung quảng cáo trên các kênh phù hợp với nhóm khách hàng đó với tần suất lớn mà chi phí không quá nhiều.

- Đưa ra được nhóm khách hàng mục tiêu: Với tiếp thị kỹ thuật số, doanh nghiệp có thể chọn lựa và đưa ra được nhóm khách hàng mục tiêu để thực hiện chiến dịch quảng cáo dựa vào nền tảng dữ liệu sẵn có về khách hàng.

- Môi trường hoạt động và các yếu tố của môi trường hoạt động tiếp thị kỹ thuật số.

- Môi trường vi mô (gồm các yếu tố liên quan trực tiếp đến doanh nghiệp, thương hiệu của doanh nghiệp) và môi trường vĩ mô (gồm nhân khẩu học, kinh tế, công nghệ, văn hóa xã hội, pháp lý chính trị).

- Nội bộ doanh nghiệp.

- Hành trình khách hàng: Được đánh giá là yếu tố thiết yếu, quan trọng mà doanh nghiệp cần quan tâm khi muốn triển khai chiến dịch tiếp thị kỹ thuật số thành công. Hành trình khách hàng giúp đo lường mức độ hiệu quả, mức độ tương tác của khách hàng trong chiến dịch tiếp thị, giúp cải thiện từng bước trong quá trình mua hàng, phát hiện thiếu sót của chiến lược tiếp thị và điều chỉnh kịp thời cho phù hợp, giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí quảng cáo.

- Quy trình và các công cụ nghiên cứu tiếp thị kỹ thuật số.

3. Xu hướng tiếp thị kỹ thuật số

Sự phát triển của Internet là nền tảng cho sự gia tăng của các kênh truyền thông kỹ thuật số. Sự gia tăng của các kênh truyền thông kỹ thuật số và các nền tảng mạng xã hội giúp người tiêu dùng ngày nay dễ dàng chia sẻ thông tin, bày tỏ kỳ vọng về chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

Trong nền kinh tế số, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trở nên khốc liệt hơn bao giờ hết. Việc ứng dụng công nghệ sẽ giúp doanh nghiệp bước nhanh hơn và đạt được lợi thế cạnh tranh thông qua các chiến dịch siêu cá nhân hóa và đặc biệt là phân tích dữ liệu thời gian thực.

** Chuyển đổi tiếp thị kỹ thuật số - Yếu tố quan trọng của doanh nghiệp:*

Truyền thông tiếp thị trong tương lai sẽ tạo ra sự chuyển đổi toàn diện trong tổ chức bằng cách tích hợp và đồng bộ hóa các nền tảng kỹ thuật số vào hệ thống hoạt động, tối ưu hóa hiệu quả quản lý dữ liệu, thương mại điện tử và trải nghiệm người dùng đa kênh.

Các doanh nghiệp sử dụng các giải pháp này để số hóa việc quản lý tất cả các khía cạnh của cơ sở dữ liệu khách hàng và tiếp thị quảng cáo trên cùng một nền tảng. Các lợi ích bao gồm: quản lý tất cả các phương tiện truyền thông xã hội và các kênh marketing tiếp cận khách hàng; tạo và triển khai các chiến dịch marketing quy mô lớn bằng cách sử dụng bộ công cụ thiết kế tự động, với thao tác đơn giản “kéo và thả” của các trang web, quảng cáo pop-ups (cửa sổ bật),...; tự động hóa và quản lý quy trình làm việc, đầu mối bán hàng và quản lý khách hàng để đạt được hiệu quả hoạt động; thu thập thông tin phân tích chuyên sâu về dữ liệu khách hàng và dữ liệu giao dịch để theo dõi phân tích marketing 360 độ về khách hàng tiềm năng hoặc khách truy cập vào trang web hoặc nhấp vào quảng cáo của họ.

Một nghiên cứu gần đây cho thấy ngân sách hoạt động tiếp thị chuyển từ truyền thông sang MarTech - nền tảng và công cụ phục vụ tiếp thị và AdTech - công nghệ quảng cáo với mục tiêu tăng hiệu quả và tỷ lệ chuyển đổi, lên đến 30-40% (3).

Ngoài ra, sự tăng trưởng trong chỉ tiêu tiếp thị kỹ thuật số tiếp tục vượt xa quảng cáo truyền thống. Các nhà tiếp thị có kế hoạch chi tiêu nhiều hơn 12,3% cho quảng cáo kỹ thuật số trong 12 tháng tới, trong khi chi tiêu cho quảng cáo truyền thống sẽ giảm 1,2% so với cùng kỳ.

Trong bối cảnh đó, chuyển đổi marketing với trọng tâm là chuyển đổi số là cánh cửa mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp chuyên nghiệp hóa hệ thống vận hành và thúc đẩy hiệu quả kinh doanh.

** Xu hướng tiếp thị kỹ thuật số trong năm 2022:*

- Trí tuệ nhân tạo (AI): Hiện nay, tiếp thị kỹ thuật số sử dụng công nghệ AI trong rất nhiều chiến dịch tiếp thị thông qua các quảng cáo trên các nền tảng mạng xã hội hoặc các công cụ tìm kiếm. Nhiều chuyên gia cho rằng, AI vẫn đang được xây dựng, ngày càng hoàn thiện và ước tính sẽ tăng trưởng khoảng 50% trong vài năm tới.

- Phát sóng trực tuyến (Livestream): Theo một nghiên cứu về marketing, hiện nay có khoảng 80% người dùng cho biết họ thích xem livestream hơn đọc một bài quảng cáo trên các nền tảng mạng xã hội.

- Các video mobie: Với xu hướng tiêu dùng hiện tại, người sử dụng dành nhiều thời gian cho các thiết bị smartphone, do vậy, các website doanh nghiệp cần tối ưu hóa khi chạy trình duyệt trên smartphone. Theo dự đoán, thông qua video mobile, sự tiêu thụ có thể tăng lên đến 30%.

- Marketing trải nghiệm khách hàng: Các doanh nghiệp đang tập trung vào trải nghiệm khách hàng nhằm tạo ra các trải nghiệm khách hàng tốt hơn, từ đó tạo ra sự trung thành của khách hàng.

- Content marketing: Hình thức content marketing đang dần trở thành xu thế thay cho các quảng cáo của doanh nghiệp, xu hướng này cũng sẽ giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí quảng cáo hơn so với các hình thức khác.

- Tìm kiếm bằng giọng nói: Đây là ứng dụng đang dần trở nên phổ biến hơn với các smartphone và thiết bị di động thông minh.

- Quảng cáo không phát sóng trên truyền hình (với các nền tảng như Youtube, Netflix, Social Media).

- Tập trung vào thế hệ Z: Với sự phát triển của

công nghệ, thế hệ Z được dự đoán là những người sẽ đón đầu và tiêu dùng chính trong thời gian tới.

- Minh bạch: Doanh nghiệp cần tập trung cải thiện chất lượng sản phẩm, dịch vụ, bởi khách hàng ngày càng coi trọng tính minh bạch trong các chiến dịch tiếp thị, họ sẽ tiến hành đánh giá và đọc các bình luận đánh giá cũng như tìm kiếm thông tin về sản phẩm, doanh nghiệp trước khi tiến hành đặt hàng.

4. Tác động của chuyển đổi kỹ thuật số đối với tiếp thị

Chuyển đổi kỹ thuật số trong tiếp thị giúp tối ưu hóa việc sử dụng các kênh kỹ thuật số để hiểu sâu hơn và cải thiện hành trình của khách hàng.

Tác động của chuyển đổi kỹ thuật số đến bộ phận marketing của doanh nghiệp:

- Tinh chỉnh các kênh kỹ thuật số: Doanh nghiệp cần đánh giá và xem xét các công cụ tìm kiếm và kênh tiếp thị như website, các nền tảng mạng xã hội, cơ sở dữ liệu khách hàng,... để lựa chọn các giải pháp/chiến dịch tiếp thị tốt hơn, phù hợp hơn đối với từng nhóm sản phẩm/dịch vụ và thương hiệu của doanh nghiệp.

- Phá vỡ silo: Từ góc độ doanh nghiệp, silo là một trạng thái tâm lý khi một số bộ phận không muốn hợp tác và chia sẻ thông tin với những người khác trong cùng một công ty. Khi các công cụ tiếp thị hoạt động ở trạng thái silo, doanh nghiệp sẽ không thể chuyển đổi tất cả các hoạt động hiện tại. Chuyển đổi kỹ thuật số sẽ giúp phá vỡ những lỗ hổng này, thống nhất các hoạt động của kênh tiếp thị như một chuỗi kết nối, cung cấp cho các nhà tiếp thị cái nhìn toàn diện về dữ liệu khách hàng.

- Tối ưu hóa hành trình của khách hàng: Tiếp thị theo hướng tích hợp các kênh giúp doanh nghiệp dễ dàng thu thập thông tin chất lượng cao, hỗ trợ việc xoay chuyển chiến lược kinh doanh của mình. Với cái nhìn tổng thể toàn diện về các kênh, doanh nghiệp không chỉ có thể dễ dàng xác định những điểm yếu cần cải thiện mà còn có thể tạo ra những trải nghiệm siêu cá nhân hóa phù hợp hơn với khách hàng.

Chuyển đổi kỹ thuật số là một cuộc hành trình, do vậy, để duy trì sự phát triển đòi hỏi doanh nghiệp phải cải tiến và đổi mới liên tục hệ thống.

Luôn cập nhật các xu hướng tiếp thị mới nhất và thực hiện các bước đi táo bạo sẽ đưa thương hiệu doanh nghiệp của bạn đi đầu trong thời gian tới.

5. Kết luận

Trước sự phát triển như vũ bão của cách mạng công nghiệp lần thứ 4, chuyển đổi số là xu hướng

của thời đại, tiếp thị kỹ thuật số ra đời là sự tất yếu và dần thay đổi cho các phương pháp tiếp thị truyền thống. Nếu doanh nghiệp có thể ứng dụng và phát triển tiếp thị kỹ thuật số sẽ nâng cao khả năng cạnh tranh và phát triển hoạt động kinh doanh của mình trong thời đại số ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ducange, P.; Pecori, R.; Mezzina, P. A. (2018). *Glimpse on big data analytics in the framework of marketing strategies*. Soft Comput.
2. Vinerean, S.; Opreana, A. (2015). *A New Development in Online Marketing: Introducing Digital Inbound Marketing*. Expert J. Mark.
3. Tổng quan digital marketing trong thời đại số (2019). Truy cập tại <https://digital.fpt.com.vn/linh-vuc/tong-quan-digital-marketing-trong-thoi-dai-so.html>

Ngày nhận bài: 16/1/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 16/2/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 26/2/2022

Thông tin tác giả:

NGUYỄN THỊ PHƯƠNG DUNG

Học viện Ngân hàng

DIGITAL MARKETING IN THE DIGITAL AGE

● **NGUYEN THI PHUONG DUONG**

Banking Academy

ABSTRACT:

This paper reviews the theoretical basis of digital marketing, trends and impacts of digital marketing in the Digital Age on the marketing industry as well as marketing activities of businesses.

Keywords: digital marketing, digital technology.