

A book written by Admin of Marketer With Love

Digital Marketing

HỌC SAO CHO ĐÚNG - LÀM SAO CHO TRÚNG

WE WIN
working together to success

MARKETER
With Love

CONTENT INSIDE

01

SƠ LƯỢC LỊCH SỬ NGÀNH MARKETING

Marketing là gì?	01
Bản chất Marketing là gì?	01
Hành trình từ Marketing 1.0 đến 4.0 và sự chuẩn bị cho cuộc cách mạng Marketing 5.0	02

02

TỔNG QUAN VỀ DIGITAL MARKETING

Khái niệm Digital Marketing	09
Những con số biết nói về thị trường Digital tại Việt Nam	10
Các công cụ phổ biến của Digital Marketing	11
Phân biệt Digital Marketing và Marketing truyền thống	18
Phân biệt Digital Marketing và Online Marketing	20

03

CHUYỆN LÀM “NGÀNH”

Vị trí trong ngành Digital Marketing	22
Những kỹ năng cần có của một Digital Marketing	27
Cơ hội nào dành cho Newbie trong Digital Marketing	34

LỜI NÓI ĐẦU

Digital Marketing là một trong những cụm từ xuất hiện vô cùng dày đặc trong thời đại công nghệ số hiện nay, đặc biệt là các bạn làm về Marketing, kinh doanh và Công nghệ thông tin thì đây là khái niệm phổ biến.

Với sự phát triển nhanh chóng trong thời đại 4.0, Digital Marketing đang trở thành một "hiện tượng" và là một trong những ngành HOT trên thị trường việc làm không chỉ nước ngoài mà còn tại Việt Nam.

Digital Marketing là một mảng nhỏ hơn của Marketing, yêu cầu những kiến thức chuyên sâu hơn các chiến lược marketing căn bản và khả năng sáng tạo.

Là một ngành mới nổi thế nên rất ít trường đại học đào tạo chính quy. Vậy tổng quan về ngành Digital Marketing như thế nào? Newbie hay trái ngành cần làm gì?.....

Đó là tất cả những gì mà đội ngũ Admin của Group **Marketer With Love** chúng mình mong muốn để định hướng rõ ràng hơn về một ngách nhỏ trong "đa vũ trụ" Marketing cho các bạn Newbie, Fresher.

SƠ LƯỢC LỊCH SỬ NGÀNH MARKETING

Chapter

01



KHÁI NIỆM

Theo Philip Kotler

Marketing là một dạng hoạt động của con người nhằm thoả mãn những nhu cầu và mong muốn của họ thông qua trao đổi.

Theo Hiệp hội Marketing Mỹ

Marketing là một nhiệm vụ trong cơ cấu tổ chức và là tập hợp các tiến trình để nhằm tạo ra, trao đổi, truyền tải các giá trị đến các khách hàng và nhằm quản lý quan hệ khách hàng bằng những cách khác nhau để mang về lợi ích cho tổ chức và các thành viên trong hội đồng cổ đông.

BẢN CHẤT

Hiểu đơn giản, bản chất Marketing là:

- Tìm ra nhu cầu thị trường
- Từ đó, đưa ra những giải pháp để thoả mãn những nhu cầu đó

Hành trình từ MARKETING 1.0 ĐẾN 4.0

MARKETING 1.0

Marketing 1.0 lấy sản phẩm làm trung tâm, cạnh tranh về chất lượng và chức năng của sản phẩm

MARKETING 2.0

Marketing 2.0 lấy khách hàng là trung tâm.

Đây là thời kỳ cạnh tranh về sự khác biệt trong định vị thương hiệu.

MARKETING 3.0

Marketing 3.0 lấy con người làm trung tâm

Với bối cảnh trong thời kỳ định vị dựa trên sứ mệnh, tầm nhìn và các giá trị doanh nghiệp mang đến cho xã hội

MARKETING 4.0

Marketing 4.0 lấy con người làm trung tâm trong kỷ nguyên kỹ thuật số



MARKETING 1.0

A good product will sell itself

Thời gian: Cuộc Cách Mạng Công Nghiệp (1760 – 1830) bùng nổ.

Nhu cầu thị trường tăng nhanh nhưng những doanh nghiệp áp dụng công nghệ vào sản xuất thì lại chưa đáp ứng kịp. Vì vậy, trong giai đoạn này họ không cần phân khúc thị trường để tìm ra nhóm người mua tốt nhất, hay nói cách khác họ đang kinh doanh trên thị trường đại chúng.

Sản phẩm là trung tâm, các yếu tố còn lại xoay quanh trung tâm này.

4P trong Marketing được sắp xếp về tầm quan trọng như sau:

- Sản phẩm - Product
- Giá cả - Price
- Phân phối - Place
- Quảng bá - Promotion

Hoạt động truyền thông được áp dụng trên các phương tiện truyền thống như truyền hình, đài phát thanh, báo in,... với các thông tin cơ bản về lợi ích, tính năng và cách sử dụng sản phẩm - dịch vụ.

Thế nhưng trong Marketing 1.0 cũng có những hạn chế riêng:

- Thông điệp Marketing chỉ truyền tải đến người tiêu dùng mà không có chiều ngược lại.
- Sự đo lường hiệu quả có nhiều khó khăn.



MARKETING 2.0

The customer is King

Thời gian: Cuộc Cách Mạng Công Nghệ Thông Tin

Marketing 2.0 hướng đến đáp ứng và thoả mãn nhu cầu của khách hàng trước khi mang về lợi nhuận cho doanh nghiệp



Từ Marketing 1.0 lên 2.0 là sự chuyển đổi “giao dịch” đến “tạo mối quan hệ” với khách hàng nhằm thoả mãn nhu cầu và duy trì lòng trung thành với thương hiệu.

Sản xuất phát triển, số lượng người bán ngày càng tăng giúp người mua gia tăng sự lựa chọn. Cùng với đó, sự phát triển của thông tin và truyền thông, người tiêu dùng có thể dễ dàng so sánh và tìm kiếm thông tin về sản phẩm - dịch vụ tương tự.

Trong Marketing 2.0, khách hàng ngày càng có nhiều kiến thức, hiểu biết và nhu cầu cao hơn. Việc lựa chọn thành công phân khúc nhóm khách hàng mục tiêu sẽ ảnh hưởng tới toàn bộ hoạt động Marketing từ định vị, phát triển sản phẩm, định giá, phân phối đến truyền thông. Do đó, công việc Marketing được nâng cấp độ từ chiến thuật lên tầm chiến lược.

MARKETING 3.0

Relationship with customer determine THE COMPANY'S FUTURE

Thời gian: Thời đại công nghệ tương tác và cuộc khủng hoảng toàn cầu đầu những năm 2000

Marketing 3.0 là thời kỳ đỉnh cao về quyền lực của người tiêu dùng chi phối đến Marketing và nâng tầm vai trò của Marketing trong chiến lược kinh doanh.

Nếu như Marketing 2.0 lấy khách hàng làm trung tâm thì Marketing 3.0 vừa đáp ứng nhu cầu cho nhóm khách hàng mục tiêu còn hướng tới tạo ra các giá trị tốt đẹp cho xã hội. Mỗi quan hệ còn có thêm sự tham gia của cả những người không phải là khách hàng, hình thành nên sự tương tác đa thể.



Chuyển sang Marketing 3.0, sự khác biệt trong định vị đã được “tiến hóa” bao gồm cả về mặt giá trị doanh nghiệp. Bước chuyển biến này khiến cho vai trò của Marketing tham gia sâu hơn vào quá trình hoạch định chiến lược kinh doanh.

Marketing 3.0 là thời kỳ đỉnh cao về quyền lực của người tiêu dùng chi phối đến Marketing và nâng tầm vai trò của Marketing trong chiến lược kinh doanh.

Tuy nhiên, chưa dừng lại tại đó, Marketing 4.0 ra đời và có những tác động mạnh mẽ đến hiệu quả Marketing

MARKETING 4.0

Content is King

Thời gian: Năm 2017 bởi Philip Kotler

Khi các người dùng được kết nối bởi công nghệ và mạng xã hội, hành vi mua hàng của họ cũng bị chi phối bởi những người xung quanh. Marketing 4.0 đề cập một cách tiếp cận dẫn dắt khách hàng đi từ nhận biết đến ủng hộ thương hiệu của doanh nghiệp trong môi trường phát triển của công nghệ số.

Marketing 4.0 đề xuất sự thích nghi của các doanh nghiệp với bản chất thay đổi của hành vi khách hàng trong nền kinh tế số cùng với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Marketing 4.0 cho rằng sự hội tụ của công nghệ cuối cùng sẽ dẫn đến sự hội tụ giữa Marketing kỹ thuật số và marketing truyền thống



Theo Philip Kotler, Marketing 4.0 liên quan đến “một phương pháp Marketing kết hợp giữa tương tác online và offline, giữa các doanh nghiệp và người tiêu dùng”.

Nếu như Marketing 3.0 là thời đại bùng nổ của Internet thì bước sang 4.0, đây chỉ là một thành phần của kỷ nguyên số. Những công nghệ số được ứng dụng trong Marketing 4.0 phải kể đến:

- Internet of Things (vạn vật kết nối)
- Cloud (điện toán đám mây)
- Big Data (dữ liệu lớn)
- AI (trí tuệ nhân tạo)

SỰ CHUẨN BỊ THIẾT YẾU CHO MARKETING 5.0



Nhờ cuộc cách mạng kỹ thuật số, các nhà tiếp thị thời kỳ 4.0 đã cung cấp các giải pháp mang tính cá nhân hóa. Và công nghệ tiếp tục hỗ trợ các hoạt động tiếp thị, đưa các marketer đến với thế giới Marketing 5.0.

Trí tuệ nhân tạo và thực tế ảo đang được sử dụng ngày càng rộng để nâng cao trải nghiệm khách hàng. Các công ty đang dần chuyển mình để nắm bắt công nghệ và sử dụng các phương pháp Marketing 5.0 như một yếu tố tạo sự khác biệt trong cạnh tranh.

**CÁC THƯƠNG HIỆU CẦN LÀM GÌ
TRONG THẾ GIỚI MARKETING 5.0?**



NHÂN CÁCH HÓA THƯƠNG HIỆU

NTD ngày nay mong muốn thương hiệu có tính cách, ý kiến và quan điểm của con người.

Họ muốn thương hiệu cần có lập trường về những vấn đề trong xã hội. Đứng lên án những quan điểm hay tổ chức sai trái.

Những thương hiệu này không chỉ được tin tưởng mà còn dễ dàng được tha thứ trong trường hợp có sai sót.



"THE FACE" CỦA THƯƠNG HIỆU

70% NTD cảm thấy có mối liên hệ với thương hiệu có CEO họ biết đến.

Các nền tảng truyền thông ngày nay tạo cơ hội kết nối với những CEO và lắng nghe câu chuyện của họ.

Có phải bạn đã quá quen mặt các CEO như Shark Hưng, Shark Liên... Vậy bạn có tự nhận thấy mình cũng đang có sự tin tưởng nhất định nào đó đối với các thương hiệu của họ không?



BẮT SÓNG SUY NGHĨ CỦA NTD

Người tiêu dùng ngày càng mong đợi các thương hiệu đóng một vai trò quan trọng hơn trong việc cải thiện cuộc sống. Kỳ vọng này chỉ tăng lên trong thời gian diễn ra đại dịch.

Mới đây, nghiên cứu của WARC cho thấy rằng nếu thương hiệu muốn kết nối trực tiếp với người tiêu dùng hãy để cho họ biết thương hiệu đã hỗ trợ như thế nào trong đại dịch thì người tiêu dùng sẵn sàng tiếp tục tương tác.

TỔNG QUAN VỀ DIGITAL MARKETING

Chapter

02

ĐỊNH NGHĨA DIGITAL MARKETING



PHILIPS KOTLER

Digital Marketing 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.



JOEL REEDY

Digital Marketing bao gồm tất cả các hoạt động để thoả mãn nhu cầu và mong muốn của khách hàng thông qua Internet và các phương tiện điện tử.

Như vậy, Digital Marketing nhấn mạnh đến 3 yếu tố:

- Sử dụng các phương tiện kĩ thuật số
- Tiếp cận khách hàng trong môi trường kĩ thuật số
- Tương tác với khách hàng.

những con số biết nói về thị trường **DIGITAL** tại Việt Nam

Số liệu từ báo cáo Digital in Vietnam 2021

73.7%

Người dùng mạng xã hội tại Việt Nam

70.3%

Người Việt đang sử dụng Internet

97%

Tỷ lệ người Việt Nam sở hữu thiết bị di động

6g47p

Thời gian trung bình người Việt vào Internet mỗi ngày

Những con số “biết nói” trên chắc hẳn phần nào đã chỉ ra tầm ảnh hưởng vô cùng lớn của Internet đến cuộc sống của người Việt Nam và không có dấu hiệu ngừng lại.

CÁC CÔNG CỤ PHỔ BIẾN CỦA DIGITAL MARKETING



SEO



**CONTENT
MARKETING**



**EMAIL
MARKETING**



**SOCIAL MEDIA
MARKETING**



**AFFILIATE
MARKETING**

Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm, hay SEO, về mặt kỹ thuật là một công cụ tiếp thị chứ không phải là một hình thức tiếp thị.

Trong SEO, không có tiêu chí đánh giá định lượng hoặc quy tắc nhất quán để xếp hạng cao.

Google thay đổi thuật toán của mình gần như liên tục vì vậy không thể đưa ra dự đoán chính xác. Những gì bạn có thể làm là theo dõi chặt chẽ hiệu suất trang và thực hiện điều chỉnh phù hợp.

Lợi ích lớn nhất từ SEO là khiến người dùng nhìn thấy bạn nhiều hơn, từ đó tăng khả năng truy cập và độ nhận diện thương hiệu đồng thời thúc đẩy quá trình mua sản phẩm.

SEO



Có một số cách tiếp cận SEO để tạo lưu lượng truy cập đến trang Web của bạn bao gồm:

- **SEO On-page:** Loại SEO này tập trung vào tất cả các nội dung tồn tại “trên trang” khi xem trang Web.
- **SEO Off-page:** Loại SEO này tập trung vào tất cả các hoạt động diễn ra “ngoài trang” khi tìm cách tối ưu hóa trang Web của bạn.
- **SEO Technical:** Loại SEO này tập trung vào phần phụ trợ của trang Web bạn và cách các trang của bạn được mã hóa.



84%

NTD mong đợi các nội dung giải trí và hữu ích

62%

Các công ty có ít nhất 5.000 nhân viên sản xuất nội dung mỗi ngày

92%

Marketer tin rằng công ty của họ coi trọng nội dung như một tài sản quan trọng

Từ những số liệu trên đã chứng minh cho ta thấy tầm quan trọng của Content Marketing

Như trong bất kỳ chiến lược tiếp thị nào, mục tiêu của tiếp thị nội dung là thu hút khách hàng tiềm năng cuối cùng chuyển đổi thành khách hàng.

Nhưng nó làm rất khác so với quảng cáo truyền thống. Thay vì thu hút khách hàng tiềm năng bằng giá trị tiềm năng từ sản phẩm hoặc dịch vụ, nó cung cấp giá trị miễn phí dưới dạng tài liệu viết.

Các kênh có thể đóng góp một phần trong chiến lược Content Marketing của bạn bao gồm:

- Bài đăng blog
- Ebooks và Whitepapers
- Infographics

**CONTENT
MARKETING**

Social Media Marketing là thúc đẩy lưu lượng truy cập và nhận thức về thương hiệu bằng cách thu hút mọi người thảo luận trực tuyến.

Bởi vì tiếp thị truyền thông xã hội liên quan đến sự tham gia tích cực của khán giả, nó đã trở thành một cách phổ biến để thu hút sự chú ý.

96%

Marketer B2C coi đây là phương tiện nội dung phổ biến

Nhiều thương hiệu sử dụng tiếp thị trên mạng xã hội để bắt đầu đối thoại với khán giả hơn là khuyến khích họ chỉ tiền ngay lập tức.

Điều này đặc biệt phổ biến ở các thương hiệu nhắm mục tiêu đến đối tượng lớn tuổi hoặc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ không phù hợp với hành vi mua sắm bốc đồng. Tất cả phụ thuộc vào mục tiêu của công ty bạn.

61%

Marketer B2B đã tăng cường sử dụng MXH trong năm nay.

Các nền tảng phổ biến cho tiếp thị truyền thông xã hội là:

- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- Tiktok.

**SOCIAL MEDIA
MARKETING**

Affiliate Marketing cho phép ai đó kiếm tiền bằng cách quảng bá doanh nghiệp của người khác.

Khi mà nền tảng kinh doanh này đang dần phát triển và phổ biến tại Việt Nam, người dân cũng quen dần với việc mua sắm trực tuyến, do vậy hình thức Affiliate Marketing đã sớm được áp dụng trên thị trường e-commerce Việt Nam với Access Trade, Lazada, Masoffer, Zalora,...

Các kênh Affiliate Marketing phổ biến

- Thông qua các blogger
- Media Website
- Danh sách Email
- Influencer

Các hình thức của Affiliate Marketing tại Việt Nam

- Product Launch
- Niche site
- Authority site
- CPA



Mặc dù còn khá mới mẻ ở Việt Nam nhưng Affiliate Marketing đang là phương thức kiếm tiền qua mạng hiệu quả nhất so với các phương thức kiếm tiền online khác.

AFFILIATE MARKETING



Marketing Automation sử dụng phần mềm để cung cấp năng lượng cho các chiến dịch tiếp thị kỹ thuật số, cải thiện hiệu quả và mức độ phù hợp của quảng cáo.

Marketing Automation cho phép các thương hiệu:

- Thu thập và phân tích thông tin người tiêu dùng
- Thiết kế các chiến dịch tiếp thị được nhắm mục tiêu
- Gửi và đăng thông điệp đúng thời điểm đúng đối tượng
- Nhiều công cụ tự động hóa sử dụng mức độ tương tác của khách hàng tiềm năng với một thông điệp cụ thể để xác định thời điểm và cách tiếp cận tiếp theo.

Nhiều tác vụ marketing bạn có thể tự động hóa các tác vụ lặp đi lặp lại thay vì làm thủ công, chẳng hạn như:

- Bản tin Email
- Lên lịch đăng nội dung trên mạng xã hội
- Quy trình nuôi dưỡng khách hàng tiềm năng
- Theo dõi và báo cáo chiến dịch

MARKETING AUTOMATION

Email marketing là hình thức sử dụng email mang nội dung thông tin về bán hàng, tiếp thị, giới thiệu sản phẩm đến nhóm khách hàng tiềm năng mà doanh nghiệp hướng đến.



Các loại Email bạn có thể gửi trong chiến dịch bao gồm:

- Blog đăng ký bản tin
- Email theo dõi cho khách truy cập trang Web
- Email chào mừng
- Tri ân khách hàng
- Mẹo hoặc Email hàng loạt cho khách hàng tiềm năng.

82%

Marketer đồng ý đây là chiến lược chính để tăng tỷ lệ khách hàng tiềm năng và tỷ lệ chuyển đổi.

89%

Chuyên gia công nhận Email Marketing là công cụ tạo khách hàng tiềm năng hiệu quả nhất.

Mục đích chủ yếu là:

- Thu hút khách hàng mới
- Xây dựng, cải thiện mối quan hệ với khách hàng hiện tại
- Phát triển lòng tin, lòng trung thành của khách hàng với DN
- Cung cấp cho khách hàng nhận thức về thương hiệu

**EMAIL
MARKETING**

PHÂN BIỆT

MARKETING TRUYỀN THỐNG & DIGITAL MARKETING

DIGITAL MARKETING

MARKETING TRUYỀN THỐNG

PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG

- Các phương tiện kỹ thuật số
- Các phương tiện điện tử như SEO, SEM, PPC,

- TV
- Điện thoại
- Biểu ngữ
- Phát thanh
- Giao hàng
- Tài trợ

CHI PHÍ

Hiệu quả về chi phí.

Không hiệu quả hơn về chi phí

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU

Hiệu quả và nhanh chóng để xây dựng thương hiệu.

Không quá tốt để xây dựng thương hiệu.

ĐO LƯỜNG

Dễ dàng hơn với sự trợ giúp của các công cụ phân tích.

Marketing truyền thống rất khó đo lường.



PHÂN BIỆT

DIGITAL MARKETING & ONLINE MARKETING

DIGITAL MARKETING

ONLINE MARKETING

CÁCH THỨC TRUYỀN TẢI

Truyền thông điệp trên bất kỳ thiết bị số nào dù có kết nối với internet hay không

Chỉ nhận được thông điệp khi khách hàng kết nối internet (có dây hoặc không dây).

HÌNH THÁI

Đa dạng và biến ảo hơn

Chỉ xoay quanh các banner và hiệu ứng liên quan đến web.

PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN TẢI

- NFC
- Bluetooth
- Các thiết bị lưu trữ
- Billboard
- Internet

Chỉ gắn liền với internet.

ĐO LƯỜNG

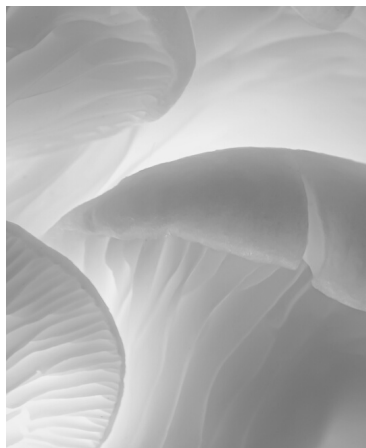
Đôi lúc cần thu thập dữ liệu thủ công nên mất nhiều thời gian.

Đễ dàng hơn với sự giúp sức của các công cụ, các chỉ số

CHUYỆN LÀM “NGÀNH”

Chapter

03



VỊ TRÍ TRONG NGÀNH DIGITAL MARKETING



01

SOCIAL MEDIA MANAGER

TRÁCH NHIỆM

Với vị trí này, bạn sẽ chịu trách nhiệm quản lý các nền tảng mạng xã hội: Twitter, Facebook, Pinterest và Instagram để kết nối với khách hàng của mình.

Ngoài ra bạn cũng phải quản lý và trả lời các nhận xét, bài đăng của khách hàng hay kể cả việc tạo nội dung và lên lịch cho các bài đăng.

- **Yêu cầu:**
Ít nhất 2 năm kinh nghiệm
- **Mức lương:**
7 triệu - 15 triệu/tháng.

Các nhà quản lý trên các kênh mạng xã hội sẽ là người lập những chiến lược để làm sao cho các hoạt động marketing được phát huy hiệu quả tối đa trên các kênh này.



02

SEO

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

SEO MANAGER

Một SEO Manager cần có tốt chất như:

- Khả năng sáng tạo nội dung,
- Thiết kế bố cục website
- Kỹ năng máy tính thành thạo
- Hiểu biết về kỹ thuật số.

Mức lương dao động từ 18 triệu đến 20 triệu /tháng.

SEO LEADER

Chịu trách nhiệm:

- Xây dựng kế hoạch plan SEO
- Xây dựng KPI cho từng thành viên

Mức lương dao động từ 12 đến 15 triệu /tháng.

NHÂN VIÊN SEO

Chịu trách nhiệm:

- Setup vệ tinh
- Xây dựng backlink
- Web 2.0
- Tối ưu hóa onpage cơ bản trong content
- Lỗi search console,...

Mức lương giao động từ 7 triệu đến 10 triệu/tháng.



03

CONTENT MARKETING

NHIỆM VỤ

Nhiệm vụ sáng tạo nội dung cho bằng ngôn ngữ và cách diễn đạt gây sự chú ý cho người xem.



INTERN

- Không yêu cầu kinh nghiệm
- Mức lương: 1-5 triệu /tháng.

JUNIOR

- Kinh nghiệm: 1 - 3 năm
- Mức lương: 5-8 triệu /tháng.

SENIOR

- Kinh nghiệm: 4-8 năm
- Mức lương: 10 - 25 triệu /tháng.

CREATIVE DIRECTOR

- Kinh nghiệm: 9-10 năm.
- Mức lương: 30 - 50 triệu /tháng.

04

DIGITAL MARKETING MANAGER

NHIỆM VỤ

- Xây dựng chiến lược marketing trên các kênh
- Lên kế hoạch và kiểm soát hình ảnh trên kênh digital
- Giám sát hiệu quả SEO
- Cập nhật insight liên tục
- Quản lý đội ngũ chuyên viên Digital
- Báo cáo lên CMO về hiệu quả trên các kênh truyền thông số
- Quản lý về hiệu quả và chi phí các chiến dịch

KỸ NĂNG

- Kỹ năng thiết kế UX
- Kỹ năng SEO & SEM
- Kỹ năng quản lý content
- Kỹ năng Social Media
- Kỹ năng thiết kế
- Kỹ năng kết nối đối tác
- Kỹ năng phân tích và ứng dụng công cụ công nghệ
- Kỹ năng quản lý phân phối công việc
- Kỹ năng nắm bắt tâm lý
- Xây dựng team và tạo động lực

**Mức lương trung bình:
Từ 12 - 34 triệu/tháng.**



7 KỸ NĂNG CỦA DIGITAL MARKETER

KỸ NĂNG SEO

Digital Marketing sẽ có 2 dạng phổ biến:

- **Organic**
- **In-organic** bao gồm Paid Advertising và Pay Per Click

Với Organic Digital sẽ cần nhiều thời gian để chuyển đổi khách hàng nhưng nếu được triển khai đúng cách sẽ mang lại kết quả cực kỳ tốt.

SEO có thể giúp doanh nghiệp:

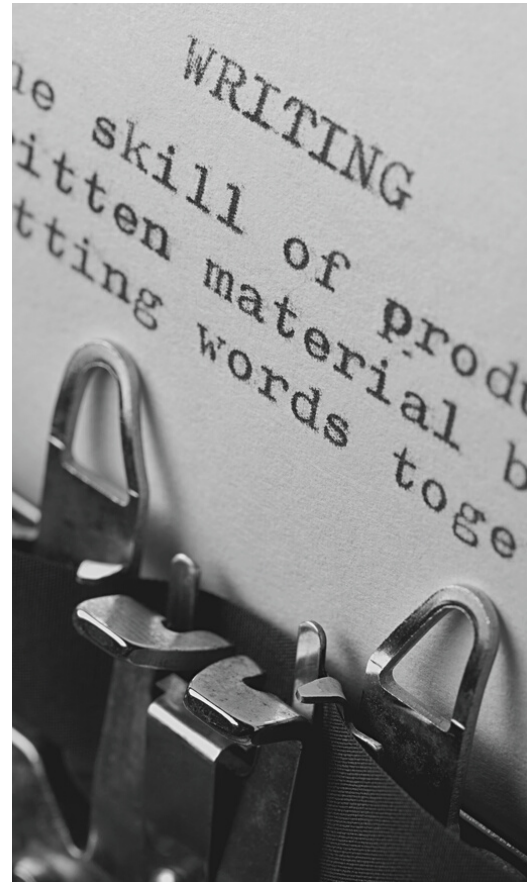
- ✓ Tăng phạm vi tiếp cận
- ✓ Khả năng được hiển thị trên các kết quả tìm kiếm

Với những lợi ích của mình, hiện nay SEO trở thành một trong những kiến thức nền tảng quan trọng mà bất cứ một Digital Marketer nào cũng nên có

Nếu bạn không có kỹ năng SEO thì khả năng cao bạn sẽ bị tụt hậu so với đối thủ.

93%

Hoạt động trực tuyến bắt đầu với công cụ tìm kiếm và đảm bảo tính hiệu quả liên tục của SEO



KỸ NĂNG SOCIAL MEDIA

Trong thời đại công nghệ ngày nay, ai cũng dành phần lớn thời gian trong ngày trên các nền tảng mạng xã hội.



Theo thống kê, một người bình thường dành hơn bốn tiếng một ngày cho các trang MXH.



Một người làm Digital Marketing cần phải tận dụng lợi thế này để tìm và nhắm đến khách hàng tiềm năng.

Không chỉ là khách hàng, MXH hiện nay, điển hình là Tiktok, đang trở thành một kênh để doanh nghiệp truyền tải những văn hóa doanh nghiệp mà họ đang hướng đến.

Có nhiều kỹ thuật SMM (Social Media Marketing) khác nhau mà bạn sẽ phải học và hiểu để xây dựng một chiến lược marketing hiệu quả.

PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

Các công cụ phân tích dữ liệu được sử dụng trong quy trình cốt lõi của các kỹ thuật làm Digital Marketing.

Các công cụ này cung cấp cho các người làm Digital Marketing thông tin và dữ liệu phù hợp để đưa ra quyết định điều chỉnh và nhắm mục tiêu chính xác hơn.

Để phân tích được dữ liệu, bạn cần:

- ✓ Thành thạo các kỹ thuật phân tích dữ liệu phù hợp:
 - Bạn sẽ hình dung rõ nét hơn về mô hình tiêu dùng của khách hàng.
- ✓ Làm quen với quy trình lọc dữ liệu nhằm loại bỏ dữ liệu
 - Không chính xác
 - Không đầy đủ

Là một người làm Digital, bạn phải luôn có cách tiếp cận phù hợp để phân tích tất cả dữ liệu người tiêu dùng có sẵn.



KỸ NĂNG PPC

Đây là một trong những hình thức quảng cáo trực tuyến phổ biến nhất hiện nay.

PPC là viết tắt của cụm từ Pay Per Click, trong đó một nhà quảng cáo bị tính phí mỗi khi ai đó nhấp vào một trong những quảng cáo của doanh nghiệp.

Các công cụ tìm kiếm phổ biến hiện nay như Google và Bing cung cấp dịch vụ PPC.

Có rất nhiều doanh nghiệp có đủ tài nguyên để tăng phạm vi tiếp cận trực tuyến nhưng lại không biết cách tiếp cận đúng để tận dụng các tài nguyên này tạo ra ROI (Return on investment) tốt cho khoản đầu tư của họ.

Bạn có thể tìm hiểu và nắm vững các kỹ thuật quảng cáo PPC và sau đó ứng dụng lên chính dự án của mình.

EMAIL MARKETING

Dù là khái niệm không mới nhưng Email Marketing vẫn là một cách tốt để xây dựng mối quan hệ khách hàng. Và đây được coi là một trong những kênh Digital Marketing hiệu quả nhất hiện nay.

Sử dụng các công cụ Email Marketing sẽ cung cấp cho bạn các số liệu thiết yếu như: tỷ lệ mở Email, tỷ lệ nhấn vào đường dẫn,.. sẽ cực kỳ hữu ích cho bạn trong việc xây dựng và đánh giá chiến lược Email Marketing.

Để xây dựng một chiến lược Email marketing hiệu quả, bạn cần phải làm quen với các công cụ và chiến lược phù hợp.

Một số công cụ Email Marketing phổ biến như:

- Mailchimp
- Benchmark
- Webmail
- Bizfly
- Mautic



KỸ NĂNG COPYWRITING & CONTENT CREATION

Kỹ năng biên tập (Copywriting) và sáng tạo nội dung (Content Creation) là một khía cạnh không thể thiếu trong Digital Marketing.

Nếu bạn đang tự hỏi rằng liệu Content Marketing có phải là chìa khóa giúp doanh nghiệp xây dựng mối quan hệ với khách hàng và tạo ra giá trị cho chính mình hay không? Thì 100% Marketer sẽ trả lời là có.

Trở thành một nhà Digital Marketing, bạn phải:

- ✓ Thành thạo kỹ năng Content Marketing để có truyền tải đúng thông điệp đến khách hàng.
- ✓ Làm quen, thành thạo với các kỹ thuật SEO để tìm các từ khóa (keywords) có lợi nhuận và ít cạnh tranh hơn:
 - Tối ưu hóa từ khóa sẽ giúp các bài viết trên Web của bạn xếp hạng tốt hơn trên các công cụ tìm kiếm.
 - Từ đó, bạn sẽ có được lưu lượng truy cập cao hơn và tăng cơ hội chuyển đổi thành khách hàng, doanh số và doanh thu.



THIẾT KẾ CƠ BẢN

>90%

Các chiến dịch quảng cáo hoạt động tốt hơn khi đi kèm với hình ảnh và các định dạng thú vị như Video, GIF,...

Trong vũ trụ Marketing, chữ viết không quyết định tất cả.

Bạn sẽ cần đến hình ảnh để truyền tải những gì mà bạn mong muốn trong thông điệp đến khách hàng tiềm năng

Tuy nhiên, bạn không cần phải là một chuyên gia hay một Designer chuyên nghiệp. Chỉ cần bạn có kiến thức thiết kế cơ bản cũng giúp bạn thể hiện dễ dàng thể hiện thông điệp một cách phù hợp và sáng tạo nhất.



CƠ HỘI NÀO DÀNH CHO NEWBIE TRONG NGÀNH DIGITAL MARKETING

21.600

Ngành Marketing – Truyền thông
– Quảng cáo cần đến 21.600
người/năm

~ 60%

Marketer đang rất cần kỹ năng
của Digital Marketing.

Theo Vietnamworks

02

Đứng thứ 2 trong nhóm ngành
thu hút nhiều nhân lực nhất
2020 – 2025.

**Trung tâm dự báo nhu cầu nhân lực và thông tin thị
trường lao động TP.HCM:**

44%

Nhu cầu về các Digital Marketing
vượt xa nguồn cung.

**Theo Xu hướng tuyển dụng Marketing*.*

Từ những số liệu trên, chắc hẳn bạn đã phần nào hình dung được thị trường "đói khát" của ngành Digital Marketing tại Việt Nam.

Thực tế cho thấy, Digital Marketing ngày càng quan trọng trong chiến lược quảng cáo của các công ty từ bé đến lớn.

Digital Marketing là một ngành dễ vào thế nhưng cũng rất dễ ra. Tỷ lệ đào thải của ngành vô cùng cao nếu bạn không chịu thường xuyên đáp ứng những công nghệ thay đổi từng giờ.

Vì thế sự trau dồi và cập nhật kiến thức, công nghệ là luôn luôn liên tục hằng ngày. Trong giới Digital, bạn lạc hậu là bạn thua.

HỌC DIGITAL MARKETING Ở ĐÂU?

Hiện tại, ngành Digital Marketing tại Việt Nam còn khá ít trường đại học đào tạo, chủ yếu chỉ có các khóa học ngắn hạn.

Đối với các bạn học sinh đang có định hướng theo đuổi ngành Digital Marketing:

Một nguyện vọng vào ngành Marketing là một lựa chọn không tồi. Vì cuối cùng Digital Marketing cũng là sự phát triển đi lên từ những kiến thức nền tảng Marketing truyền thống.

Bên cạnh đó, học hỏi thêm kiến thức Digital bằng cách đi làm thực tế hoặc tham gia các khóa học ngắn hạn.

Nắm một "nền móng" vững chắc và bổ sung thêm về kiến thức Digital sẽ giúp bạn có tư duy chuẩn trong các chiến lược của mình.

Đối với sinh viên trái ngành

Bạn có thể tham khảo các khóa học ngắn hạn tại các trung tâm.

Hãy theo đuổi nó một cách nghiêm túc, ngành Digital Marketing chẳng quan tâm bạn học ngành nào, mà nó chỉ yêu cầu kĩ năng của bạn có phù hợp với công việc đó hay không.

Với những người trái ngành thì bạn cần nỗ lực 200% so với những người trong ngành.

HỌC DIGITAL MARKETING Ở ĐÂU?

Những trường đại học đào tạo ngành Marketing:

- Đại học Kinh tế Quốc Dân (Hà Nội)
- Học viện công nghệ bưu chính viễn thông (Hà Nội và Tp Hồ Chí Minh)
- Đại học Thương Mại (Hà Nội) .
- Đại học tài chính – Marketing (Tp Hồ Chí Minh) ..
- Đại học RMIT (Hà Nội và Tp Hồ Chí Minh)
- Đại học Tài nguyên Môi trường
- Đại học Công nghiệp Hà Nội
- Học viện Báo chí tuyên truyền
- Học viên ngân hàng (Chuyên ngành Marketing – ngành Quản trị kinh doanh)

Thi tuyển vào đại học đối với ngành Marketing thường có các tổ hợp xét tuyển sau:

- A00 (Toán, Vật Lý, Hóa học)
- A01 (Toán, Vật Lý, Tiếng Anh)
- D01 (Toán, Ngữ Văn, Tiếng Anh)
- D07 (Toán, Hóa học, Tiếng Anh)
- D96 (Toán, Khoa học xã hội, Anh)
- C00 (Văn, Lịch sử, Địa Lý)

5 LỜI KHUYẾN DẪNH CHO NEWBIE

TIẾNG ANH CỰC KỲ QUAN TRỌNG

Một khi vốn tiếng Anh của bạn đã dồi dào, bạn sẽ có thể tự tin tìm hiểu những kiến thức viết bằng tiếng nước ngoài, hoặc mạnh dạn apply vào các công ty đa quốc gia.

Với một môi trường cạnh tranh như hiện nay, IELTS 8.0 hay TOEIC 900 có lẽ khiến chúng ta không còn cảm thấy quá cao siêu nữa rồi. Hơn nữa, Marketing là một ngành đòi hỏi sự cập nhật kiến thức mỗi ngày. Nếu Tiếng Anh bạn không tốt thì sao có thể đọc hiểu những tài liệu nước ngoài được?

Nếu có tiền thì vào trung tâm học, siêng năng muốn tự lực thì lên Internet... Giờ cái gì cũng có trên mạng hết, chịu khó tìm kiếm sẽ có kết quả. Hãy đảm bảo thành tiếng Anh của bạn tốt nhé!

ĐI LÀM CÀNG SỚM CÀNG TỐT

Nhiều bạn nói rằng: "Em mới năm nhất làm ăn gì" hay "Giờ công ty nào cũng đòi bằng Đại học hết đó".

Nhưng thực tế, đã có rất rất nhiều người đi làm từ năm hai, thậm chí là năm nhất. Không có kinh nghiệm thì sẽ được đào tạo từ đầu, chỉ cần có thái độ nghiêm túc, cầu tiến.

Một vài trang web tuyển dụng uy tín bạn có thể tham khảo như: Vietnamwork, Topcv, Ybox.... điều bạn cần là thái độ mà thôi.

ĐỪNG SỢ SAI ĐỪNG SỢ QUÊ

Một sai lầm phổ biến khi là một thực tập sinh hay nhân viên mới mới là sợ hãi. Bạn sợ hãi đủ thứ, nào là sợ làm sai điều gì đó, bị la mắng, bị sa thải và thiếu kinh nghiệm. Hãy để sự sợ hãi chuyển hóa thành động lực phải biết cố gắng, biết nỗ lực hơn, đừng để nó đóng băng con người bạn!

Sai lầm là chuyện bình thường! Có sai có sửa, có sai mới có khôn! Như những ngày bé, bạn làm sai, bố mẹ sẽ trách phạt bạn, nhưng tất cả cũng vì muốn tốt cho bạn mà thôi. Nên đừng thấy tự ái khi bị la nhé, đi làm một thời gian, bạn sẽ nhận ra chuyện này là bình thường thôi...

Nếu bạn bị kỷ luật trong thời gian thực tập, đừng quá coi thường vấn đề đó; người quản lý và đồng nghiệp của bạn chỉ đang cố gắng dạy bạn. Học hỏi từ sai lầm và tiếp tục phát triển.

HỌC, HỌC NỮA, HỌC MÃI

Là một người học viêc, bạn nên tiếp thu tất cả những kiến thức có thể và học được nhiều nhất có thể từ môi trường xung quanh mình.

Kiến thức là sức mạnh, và không phải mọi thứ bạn học được ở trường đại học đều có thể áp dụng vào môi trường làm viêc. Đặc biệt là trong cuộc chơi lớn của các công ty Marketing Agency, nơi thông tin thay đổi nhanh chóng và Google cập nhật liên tục xu hướng mới do người dùng thay đổi.

Internet chính là một thư viện trực tuyến, chứa đầy các diễn đàn và blog khác nhau có thể nâng cao kiến thức của bạn. Ngoài ra, đừng quên những mối quan hệ xung quanh bạn như đàn anh đàn chị giàu kinh nghiệm và hiểu biết về ngành. Họ đã từng như bạn, bắt đầu với vị trí một thực tập sinh, vì vậy bạn luôn có thể yêu cầu họ trợ giúp và các mẹo nhỏ sẽ chia.

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN

Đơn giản đó chỉ là một sự nhận diện của mọi người về bạn. Bạn cần tạo một profile của mình trên các kênh Internet; mạng xã hội như Facebook, Instagram, LinkedIn, Skype... để người khác dễ dàng nhận diện liên lạc. Bạn nên dùng Facebook để PR, Marketing làm cho hình ảnh cá nhân của bạn trở nên đẹp hơn trong mắt người khác.

Đừng dùng mạng xã hội chỉ để giải trí, giết thời gian hãy dùng chúng để chia sẻ các kiến thức, hiểu biết của bạn về marketing, các công cụ marketing, các cách làm marketing tối ưu...

Đó chính là cách để xây dựng thương hiệu cá nhân cho bạn. Càng về sau này, bạn sẽ càng thấy thương hiệu cá nhân quan trọng đến mức nào trong việc quyết định sự thành công của mình.

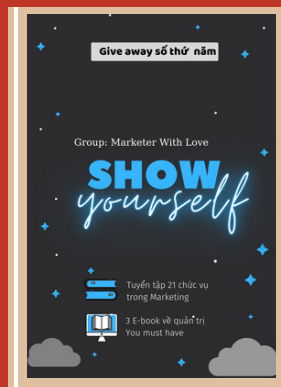
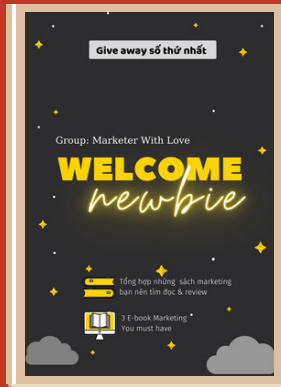


TÌM HIỂU THÊM CÁC BÀI VIẾT KHÁC VỀ DIGITAL MARKETING

- [Từ Điển Từ A-Z Về Digital Marketing](#)
- [10 Kỹ Năng Mà Mọi Digital Marketing Manager Cần Phải Có](#)
- [8 Chỉ Số KPI Trong Digital Marketing](#)
- [Tương Lai Của AI Marketing Trong Digital Marketing](#)
- [9 Chỉ Số Quan Trọng Trong Digital Marketing Mà Bạn Không Nên Bỏ Qua](#)
- [5 Công Cụ Phổ Biến Của Digital Marketing](#)
- [7 Nguyên Tắc Chính Trong Digital Marketing](#)
- [7 Hoạt Động Marketing Có Thể Sử Dụng Marketing Automation](#)
- [Cách Xây Dựng Omnichannel Marketing Thành Công](#)
- [Affiliate Marketing Là Gì? Các Hình Thức Affiliate Marketing](#)
- [11 Công Cụ Instagram Marketing Hữu Ích Cho Doanh Nghiệp](#)
- [5 Công Cụ Marketing Automation Tối Ưu Và Hiệu Quả Nhất](#)
- [Cách Viết Email Quảng Cáo Trong Email Marketing](#)
- [Cách Thức Xây Dựng Thương Hiệu Trên Social Media](#)
- [Bạn Có Phân Biệt Được KOL Và KOC?](#)
- [Social Media Và Các Thành Phần Của Social Media](#)
- [13 Chiến Thuật Thông Minh Để Thúc Đẩy Social Media Marketing](#)
- [5 Điều Khách Hàng Muốn Thấy Ở Fanpage Facebook Doanh Nghiệp](#)

CÁC CHƯƠNG TRÌNH GIVE AWAY KHÁC CỦA WEWIN MEDIA

Xem thêm tại: <https://wewin.com.vn/blog/>



Mong rằng NOTELOVE này sẽ hữu ích đối với quý thành viên. Nếu cảm thấy chương trình Give Away có ý nghĩa, bạn đừng quên mời bạn bè cùng tham gia Group để tạo động lực, tiếp thêm năng lượng cho đội ngũ admin nhé!

**Những số give away sau bạn mong muốn nhận được gì?
Mọi ý kiến đóng góp vui lòng liên hệ: huongdt@wewin.com.vn**