

Tài liệu thuộc về: Công ty CP Công Nghệ Và Truyền Thông EQ

P1017, lầu 10, toàn nhà Giày Việt

180 – 182 Lý Chính Thắng, phường 9, quận 3

*** YÊU CẦU GHI RÕ NGUỒN: <http://imarketing.eqvn.net> KHI SAO CHÉP**

TÀI LIỆU MANG TÍNH CHẤT THAM KHẢO

KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG INTERNET CHO WEBSITE

WWW.VITINHNGUYENKIM.COM

Công ty TNHH Vi Tính Nguyên Kim, với thị trường kinh doanh chính là thị trường B2B, để mở rộng thị trường kinh doanh qua B2C, đồng thời với mục tiêu gia tăng sự nhận biết của khách hàng đối với công ty, củng cố niềm tin của khách và cung cấp cho khách hàng các thông tin mới cũng như các dòng sản phẩm mà công ty đang cung cấp cho khách hàng, đồng thời có thể xây dựng kênh tư vấn hỗ trợ khách hàng trực tiếp. Nguyên Kim đã đầu tư vào khai thác hệ thống website của công ty thông qua mạng internet. Hiện nay, để website của công ty đến được nhiều đối tượng khách hàng, khách hàng có thể tham khảo thông tin về sản phẩm và thú hút khách đến với showroom của mình, Nguyên Kim đã đầu tư xây dựng nhiều chương trình marketing để thu hút khách hàng và kế hoạch internet marketing cho website của công ty là một trong những phương pháp thực hiện.

Nội dung kế hoạch:

Gồm 9 phần

1. Giới thiệu sơ lược về cty Nguyên Kim và thị trường kinh doanh hiện nay 2
2. Nhận định tình hình hiện tại của website 4
3. Đối tượng truyền thông và thông điệp truyền đạt 4
4. Mục tiêu của kế hoạch..... 5
5. Chiến lược Marketing..... 5
6. Các công cụ thực hiện 6
7. Kế hoạch hành động 8
8. Kế hoạch ngân sách..... 14
9. Cách thức đo lường, đánh giá, điều chỉnh..... 15

1/ Giới thiệu sơ lược về cty Nguyên Kim và thị trường kinh doanh hiện nay

1.1 Giới thiệu công ty Nguyên Kim

Công ty TNHH Vi Tính Nguyên Kim được thành lập năm 2003 với mục đích trọng tâm ngay từ khi bắt đầu hoạt động là trở thành nhà phân phối chuyên nghiệp các giải pháp, các sản phẩm công nghệ thông tin hàng đầu thế giới. Trong suốt quá trình phát triển của mình được sự đánh giá cao của các hãng cung cấp cũng như sự hợp tác quý giá của quý khách hàng, các cty đối tác. Nên hiện nay công ty Vi Tính Nguyên Kim là một trong những công ty có nhiều uy tín tại Việt Nam trong lĩnh vực cung cấp các sản phẩm công nghệ thông tin của các công ty đa quốc gia lớn nhất thế giới như: IBM, HP, COMPAQ, DELL, LENOVO, ACER, SAMSUNG, TOSHIBA. Điều này được minh chứng qua các thành tựu mà công ty Nguyên Kim đạt được trong quá trình phát triển của mình.

* Năm 2005 - 2009 :

- HP công nhận là đại lý phân phối các sản phẩm HP (HP Business Partner 2005-2009), đại lý cấp cao của HP (HP Premier Business Partner 2009)

* Năm 2007 - 2009 :

- IBM công nhận là đại lý phân phối các sản phẩm IBM (IBM Business Partner), Đối tác vàng (Golden Partner) của IBM trong lĩnh vực phân phối máy chủ, giải thưởng TOPTEN đại lý phân phối xuất sắc thị trường miền Nam năm 2009.

- Acer công nhận là đại lý phân phối các dòng sản phẩm của Acer (Acer Business Partner) tại Việt Nam

* Năm 2008 - 2009 :

- SAMSUNG công nhận là đại lý phân phối các dòng sản phẩm máy in và mực in của SAMSUNG tại Việt Nam, Đại diện phân phối mực in SamSung chính hãng duy nhất tại miền Nam

- Giải thưởng Đại lý phân phối máy in SamSung xuất sắc nhất năm 2008

* Năm 2009

- LENOVO công nhận là đại lý phân phối sản phẩm Idea (LENOVO Business Partner)

- MICROSOFT công nhận là đại lý phân phối sản phẩm (Microsoft Certified Partner)

TIÊU CHÍ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

“ Cty Vi Tính Nguyên Kim cam kết đáp ứng tối đa yêu cầu của khách hàng bằng các giải pháp phù hợp và công nghệ tiên tiến nhất nhằm giúp khách hàng đạt được những giá trị tối ưu.”

Công ty Vi Tính Nguyên Kim không chỉ cung cấp các sản phẩm từ những hệ thống máy chủ siêu mạnh, máy tính để bàn, máy tính xách tay, máy in, vật tư in, thiết bị ngoại vi và linh kiện máy tính, màn hình tinh thể lỏng Ngoài ra Vi Tính Nguyên Kim còn là nhà cung cấp và tư vấn chuyên nghiệp các sản phẩm trọn gói, các giải pháp cho khách hàng về ứng dụng CNTT, hệ thống lưu trữ và bảo mật, các dịch vụ bảo hành bảo trì hệ thống thông tin... dành cho doanh nghiệp thương mại, các văn phòng đại diện, các tổ chức tài chính, ngân hàng, các tổ chức giáo dục và y tế...

Qua nhiều năm hoạt động trong lĩnh vực cung cấp công nghệ và thiết bị CNTT cho nhiều đơn vị trong cả nước với đội ngũ nhân viên công ty nắm vững các công nghệ hiện đại, có kinh nghiệm và lòng nhiệt tình phục vụ khách hàng, chúng tôi không chỉ cung cấp kịp thời cho khách hàng các sản phẩm công nghệ thông tin có chất lượng cao với giá hợp lý, mà còn cung cấp cho khách hàng những dịch vụ hậu mãi tin cậy. cùng chế độ bảo hành đạt tiêu chuẩn cao nhằm đảm bảo mang đến cho khách hàng sự yên tâm trong suốt quá trình sử dụng.

MỤC TIÊU VÀ ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

- Trở thành công ty cung cấp chuyên nghiệp trong lĩnh vực công nghệ thông tin, là lựa chọn số 1 đối với khách hàng nhờ uy tín và khả năng cung cấp sản phẩm dịch vụ và các giải pháp CNTT toàn diện và phù hợp cho khách hàng.
- Mở rộng mạng lưới và đa dạng hoá các hoạt động kinh doanh, củng cố bộ máy vững mạnh, năng động và chuyên nghiệp, tập trung phát triển các sản phẩm trọn gói cho khách hàng về ứng dụng CNTT.
- Xây dựng công ty thành một tổ chức chuyên nghiệp có trách nhiệm với xã hội, một công ty lớn mạnh và phát triển bền vững, tạo dựng công ăn việc làm ổn định, môi trường làm việc chuyên nghiệp, năng động, thu nhập cao cho toàn bộ thành viên công ty.

1.2 Thị trường kinh doanh của công ty hiện nay

Hoạt động trong thị trường cung cấp máy tính và các thiết bị linh kiện điện tử. Hiện nay mạng lưới kinh doanh của công ty bao gồm hệ thống bán sỉ cho các cơ quan và doanh nghiệp và hệ thống bán lẻ cho khách hàng. Trong đó hệ thống bán sỉ là hệ thống kinh doanh chính hiện nay, chiếm hơn 80% doanh số bán hàng của công ty.

Hiện nay, công ty chủ trương phát triển hệ thống bán lẻ nhằm nâng cao doanh số bán hàng, và đưa thương hiệu của công ty đến với nhiều người tiêu dùng.

Đối thủ cạnh tranh chính hiện nay của công ty là công ty “Phong Vũ”, máy tính “Nguyễn Hoàng” , ngoài ra còn có các đối thủ cạnh tranh khác như: Thế giới di động, các trung tâm máy tính, các siêu thị điện máy, và các cơ sở buôn bán máy tính khác.

2/ Nhận định tình hình hiện tại của website “www.vinhthinhnguyenkim.com”

Website “www.vinhthinhnguyenkim.com” được đưa vào sử dụng từ cuối tháng 10/2009. Do trước đây công ty kinh doanh chủ yếu trên thị trường B2B nên khi định hướng mở rộng thị trường kinh doanh qua B2C, công ty đã gặp phải nhiều khó khăn trước các rào cản xâm nhập thị trường như cạnh tranh từ các doanh nghiệp kinh doanh lâu năm (“Phong Vũ”, “Nguyễn Hoàng”...) Trước tình thế này, công ty quyết định chuyển hướng sang sử dụng mạng Internet làm kênh truyền thông chính để quảng bá thông tin của doanh nghiệp mình cũng như có thể tiếp cận với đông đảo người tiêu dùng mục tiêu thông qua hệ thống website riêng của công ty.

Tính đến cuối tháng 11/2009, theo thống kê từ Alexa.com website đang đứng ở hạng 9270 tại Việt Nam với 3319 lượt người truy cập. Hệ thống website còn mang tính chất đơn điệu, chưa có sự tương tác giữa người xem và ban quản trị web. Hình thức chủ yếu của website là giới thiệu sản phẩm mà hiện nay công ty đang kinh doanh như laptop, màn hình, máy in Với các thông số về kỹ thuật và hình ảnh của sản phẩm.

Hệ thống website của công ty đã xuất hiện trên một số diễn đàn và mạng xã hội dưới hình thức các bài viết quảng cáo về các dòng sản phẩm mới, tuy nhiên mức độ bao phủ và tần suất xuất hiện còn thấp.

Hiện nay, công ty đang xây dựng thêm hệ thống Forum để gia tăng sự tương tác với khách hàng và cung cấp thêm các thông tin, các tiện ích máy tính, phần mềm miễn phínhằm thu hút lượng người truy cập vào website, đồng thời xây dựng hệ thống nhân viên tư vấn trực tiếp để gia tăng sự tương tác với khách hàng qua hệ thống website khi khách có nhu cầu.

3/ Đối tượng truyền thông và thông điệp truyền đạt

- Đối tượng truyền thông:

Khách hàng biết sử dụng máy tính và mạng internet, quan tâm đến các thiết bị số như laptop, PC, điện thoại, máy ảnh

+ Có nhu cầu mua sản phẩm

+ Có nhu cầu tìm kiếm các thông tin liên quan đến sản phẩm và dịch vụ hỗ trợ sản phẩm của công ty.

- Thông điệp chính cần truyền tải đến khách hàng

“Nguyễn Kim _ tương lai số”

4/ Mục tiêu của kế hoạch

4.1 Các mục tiêu về Marketing

- Gia tăng sự nhận biết của khách hàng đối với công ty Nguyên Kim
- Xây dựng hình ảnh và niềm tin của khách hàng đối với Nguyên Kim
- Thuyết phục khách hàng đến các showroom của công ty để tham quan

4.2 Các mục tiêu về internet marketing

- Khuyến khích khách hàng tìm hiểu các thông tin về sản phẩm
- Quảng bá website của công ty đến các đối tượng khách hàng

4.3 Các mục tiêu cụ thể

- Website:
 - + Thứ hạng website: đứng thứ 1000 tại Việt Nam
 - + Số lượng người truy cập vào website: tăng 10% mỗi tháng, những tháng có chương trình khuyến mãi tăng từ 15% – 20% lượng người truy cập; thời gian lưu trú trung bình ở mỗi trang là 05 phút
 - + Số lượng người đăng ký làm thành viên của diễn đàn tăng 15% mỗi tháng
- Search Engine: Đứng trong top 5 website trên trang tìm kiếm Google với mỗi từ khóa chính
- Social Media: Mở rộng độ bao phủ thông tin trên các blog cá nhân, forum, các website về công nghệ thông tin, máy tính

5/ Chiến lược Marketing

- Sử dụng SEO để tăng lượng người truy cập website trên trang tìm kiếm
- Thực hiện chương trình khuyến mại “Đón tân niên, Bước vào tương lai số”
- Chiến lược email marketing vào các dịp lễ tết, các thời điểm có mua sắm tăng cao như mùa hè, mùa nhập học của học sinh-sinh viên (tháng 9, tháng 10)
- Tổ chức campaign về hội thảo chuyên đề đến một số trường Đại Học tại Tp.HCM với chủ đề “Cùng sinh viên bước vào Tương Lai Số”
- Quảng cáo trên các website dưới hình thức flash banner file

6/ Các công cụ thực hiện

- Trên website: www.vitinhnguyenkim.com

- SEM: sử dụng SEO

Trên thế giới hiện có khoảng 263 công cụ tìm kiếm, phổ biến nhất là Google, Yahoo và Bing. Tuy nhiên ở Việt Nam, Google được sử dụng phổ biến nhất - chiếm đến 90% số lượng tìm kiếm. Khoảng 74% người dùng Internet ở Việt Nam truy cập hàng ngày vào Google trong khi đó Yahoo chỉ có 14% (theo khảo sát của công ty VinaLink). Hơn nữa trên trang google, phần bên trái hiển thị các kết quả tìm kiếm tự nhiên là thị trường dành cho SEO. Các khảo sát của quốc tế cho thấy khoảng 70% người tìm kiếm không xem hết quá trang kết quả đầu tiên, 97% không xem tới trang kết quả tìm kiếm thứ 3. Do đó, nếu làm SEO tốt sẽ tăng được lượng người truy cập từ các trang web tìm kiếm

Chính vì vậy mà website của Nguyễn Kim chỉ tập trung làm SEO trên Google.

Sử dụng KeywordToolExternal của google để tìm từ khóa
(<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>)

- Online Display Ads:

Thiết kế các flash banner theo các nội dung về công ty, về các chương trình khuyến mại, các dòng sản phẩm mới

Các website dự kiến đặt quảng cáo

<http://www.pcworld.com.vn>

<http://sinhvienit.net>

<http://chodientu.vn>

<http://www.123mua.com.vn>

- Social media Marketing

Các blog cá nhân của các nhân viên công ty trên các mạng xã hội như: yahoo-plus, blogspot, cyworld, wordpress, opera

Các forum: diễn đàn tin học (ddth.com; diendantinhoc.net); diễn đàn về đồ họa (hocdohoa.com)

Yahoo answer

- Email Marketing

+ Thông điệp: “Đón tân niên, Bước vào tương lai số” ; “Nguyễn Kim_ Tương lai số”

+ Danh sách email: lấy trên database của công ty và mua dữ liệu từ website sinhviênIT

+ Chương trình gửi email: không mua các chương trình gửi email, các nhân viên công ty sẽ tự gửi email cho khách hàng (trung bình một ngày gửi 20 email), trong tất cả các email sử dụng chung theme màu vàng và đỏ (theo đúng gam màu chủ đạo của doanh nghiệp); chữ ký trong email phải đầy đủ các nội dung: logo Nguyễn Kim, tên công ty, địa chỉ, điện thoại, website, email hỗ trợ”

7. Kế hoạch hành động

7.1 Sử dụng SEO để tăng lượng người truy cập website trên trang tìm kiếm

Thuê công ty dịch vụ làm SEO, đồng thời các nhân viên trong công ty sẽ phối hợp thực hiện để gia tăng hiệu quả.

- Lựa chọn các từ khóa chính và các từ khóa phụ

+ Từ khóa chính:

- Nhà phân phối HP
- Trung tâm bảo hành HP
- Mua máy tính HP
- Driver HP
- Laptop HP
- Laptop Dell
- Laptop Acer

+ Từ khóa phụ: phân phối máy tính HP, phân phối laptop HP, nhà phân phối laptop HP tại việt nam, nhà phân phối HP việt nam, nhà phân phối chính thức của HP, nhà phân phối HP compaq, mua máy tính HP tốt, chỗ mua máy tính HP, mua máy tính HP chính hãng, máy tính HP Compaq, nhà phân phối máy vi tính ...

- Tối ưu lại cấu trúc trang web để thân thiện hơn với Google như chỉnh sửa phần mềm (code), cách trình bày và cấu trúc của trang web.

- Tiếp thị trang web đó với các công cụ tìm kiếm và các website khác.

Các nhân viên chịu trách nhiệm thực hiện chương trình lên các website về công nghệ thông tin, các diễn đàn về máy tính, laptop, tham gia viết bài, trả lời các bài viết của các thành viên khác trên diễn đànvề các nội dung liên quan đến máy vi tính, laptop, PC và các thiết bị khác như máy in ...

Các website như: yahoo answer; <http://www.pcworld.com.vn>; <http://sinhvienit.net>; <http://chodientu.vn>; <http://tinhte.com>; ddth.com; diendantinhoc.net; hocdohoa.com, diễn đàn 5s, 123mua, u2laptop,

Nội dung bài viết: Viết bài về công ty Nguyên Kim với tư cách là một khách hàng đã mua hàng ở Nguyên Kim và cảm thấy rất hài lòng về sản phẩm và cách phục vụ tại showroom nên muốn chia sẻ kinh nghiệm với bạn bè và các thành viên khác trên diễn đàn, yêu cầu của bài viết: không mang tính quảng cáo, mang tính khách quan tương đối, bài viết ngắn gọn, dễ hiểu, có sử dụng các từ khóa chính và phụ trong bài viết, đưa link của website Nguyên Kim, tiêu đề bài viết thu hút sự chú ý hay gợi sự tò mò như “bất ngờ sau một ngày chọn mua laptop” “mua máy tính đẹp và nhận được cả một rừng quà” “điều thú vị khi chọn mua máy tính”

Tham gia trả lời trên “Yahoo! Answer” về các nội dung câu hỏi liên quan đến máy tính và phần mềm; đưa link website chính của công ty hay các trang khác như trang giới thiệu sản phẩm, diễn đàn của công ty vào nội dung trả lời ...

Đặt các câu hỏi liên quan đến các dòng máy tính mà công ty cung cấp như HP, Acer,; tự trả lời hay tự comment các bài viết của mình và của các thành viên khác trong công ty ... với mục đích chính là để làm nóng các diễn đàn.

7.2 Thực hiện chương trình khuyến mại “Đón tân niên, Bước vào tương lai số”

Nội dung chương trình: Gồm 2 phần chính là dành cho các khách hàng tham quan showroom và dành cho khách hàng mua hàng tại Nguyên Kim

7.2.1 Dành cho khách đến tham quan tại showroom

- Thời gian thực hiện: từ ngày 28/1/2010 đến hết ngày 06/02/2010
- Phạm vi áp dụng: tại 2 showroom của công ty hiện nay_ showroom 1: 117 Nguyễn Cư Trinh, Q.1, TP.HCM; showroom 2: 122C-D Trần Đình Xu, Q.1, TP.HCM
- Hình thức khuyến mại: Tặng quà trực tiếp

Mỗi khách hàng khi đến tham quan showroom trong thời gian khuyến mại từ 28/01/2010 đến 06/02/2010 sẽ được nhận một món quà nhỏ là hộp



đựng giấy notebook khổ 12cmx8cmx3cm (hộp giấy làm bằng bìa cứng); kích thước giấy 10cmx7.5cm; số lượng mỗi hộp 200 tờ . Phía trên cùng của giấy in tên công ty và logo, phía cuối in website của công ty.

- Sản phẩm khuyến mãi mẫu: (hình ảnh chỉ mang tính chất minh họa)
- Đối tác: Cty in ấn Chu Lai: 91/40 Nguyễn Hồng Đào

7.2.2 Dành cho các khách hàng mua sắm tại Nguyễn Kim

- Thời gian thực hiện: từ 27/12/2009 đến 13/2/ 2010
- Hình thức khuyến mãi: bốc thăm trúng thưởng

Khách hàng khi mua sản phẩm của công ty, sẽ về lên website của công ty đăng ký vào form tham gia chương trình khuyến mãi. Khách hàng nhập mã hóa đơn của mình vào form đăng ký với các thông tin khác như địa chỉ, CMND, số điện thoại, địa chỉ email

Vào ngày 20/02/2010 công ty sẽ tổ chức họp mặt đầu xuân với các nhân viên công ty đồng thời tổ chức quay số trúng thưởng cho khách hàng. Các hóa đơn trúng giải sẽ được đăng tải trên website công ty và thông báo đến địa chỉ của các khách hàng. Khách hàng sẽ lên nhận giải vào ngày 22/02/2010 (ngày mở cửa hàng) và chụp ảnh với ban lãnh đạo công ty.

- Cơ cấu giải thưởng:
 - + **01** Giải nhất: 1 máy ảnh Canon Digital IXUS 95 IS
 - + **02** Giải nhì: mỗi giải 1 máy nghe nhạc MP3
 - + **03** giải ba: mỗi giải 1 phần mềm antivirus của Kaspersky Intenet Security

7.3 Chiến lược email marketing:

Thư chúc tết vào dịp lễ tết, Thư chúc mừng sinh nhật khách hàng các ngày sinh nhật khách hàng, Thư cảm ơn với các khách hàng tham gia mua sắm tại Nguyễn Kim, Thư giới thiệu sản phẩm mới và các chương trình khuyến mại vào các thời điểm có mua sắm tăng cao như mùa hè, mùa nhập học của học sinh-sinh viên (tháng 9, tháng 10)

- Thời gian thực hiện: liên tục trong cả năm
- Phạm vi áp dụng: trên toàn quốc
- Hình thức: Sẽ gửi email đến tất cả các khách hàng. Nhân viên bộ phận Sales và nhân viên bộ phận chăm sóc khách hàng sẽ tìm kiếm thông tin khách hàng trên database và gửi email (ước tính mỗi ngày gửi khoảng 15 -20 email). Riêng với các dữ liệu khách hàng được mua trên từ diễn đàn sinhviênit, chủ yếu gửi email giới thiệu sản phẩm mới và các chương trình khuyến mại

- Nội dung thư: Phải cá nhân hóa từng khách hàng bằng cách viết tên người mua và nhắc lại sản phẩm họ đã mua. Ví dụ thư chúc tết

Chào bạn “Nguyễn Ngọc Bích Trâm”. Nhân dịp đầu xuân năm mới, công ty Nguyên Kim kính chúc bạn một mùa xuân tràn ngập niềm hạnh phúc và tin yêu. Chúc Bạn một năm mới dồi dào sức khỏe, an khang thịnh vượng, vạn sự như ý và thành công. Chúc bạn mãi xinh đẹp và đáng yêu như lúc bạn ghé vào showroom của Nguyên Kim nhé

Thư cảm ơn: Chào bạn “Nguyễn Ngọc Bích Trâm”. Bạn nhận được email này từ ban quản trị của công ty Nguyên Kim. Công ty chúng tôi cảm ơn bạn vì đã tin nhiệm và chọn mua sản phẩm của chúng tôi. Nếu bạn có bất cứ thắc mắc hay cần dịch vụ tư vấn hỗ trợ sử dụng sản phẩm, hãy liên lạc với chúng tôi qua website “www.vitinhnguyenkim.com” Chúng tôi rất vui khi nhận được sự góp ý và tham gia tư vấn của bạn. Chúc bạn một ngày làm việc tốt lành ...

7.4 Tổ chức campaign về hội thảo chuyên đề đến một số trường Đại Học tại Tp.HCM với chủ đề “Cùng sinh viên bước vào Tương Lai Số”

- Mục đích: Nhằm quảng bá thương hiệu Nguyên Kim và website vitinhnguyenkim.com đến đối tượng khách hàng tiềm năng là sinh viên các trường Đại Học và Cao Đẳng

- Yêu cầu:

- + Đối tượng tham gia là sinh viên các trường đại học, cao đẳng trong thành phố Hồ Chí Minh.
- + Thu hút được đông đảo sinh viên tham gia.
- + Tạo được hình ảnh tốt trong sinh viên và gửi thông điệp “Nguyên Kim, tương lai số”.
- + Đông đảo sinh viên biết đến website của công ty và thường xuyên lên website tìm hiểu về sản phẩm và các tiện ích trên diễn đàn

- NỘI DUNG:

- + Chủ đề: **“Cùng sinh viên bước vào tương lai số”**
- + Thời gian: 30/3/2010 đến 30/4/2010
- + Địa điểm: Tại một số trường đại học, cao đẳng trong thành phố Hồ Chí Minh
 - Trường ĐH Khoa Học Tự Nhiên
 - Trường ĐHDL Ngoại Ngữ Tin Học
 - Trường ĐH Tôn Đức Thắng
 - Trường ĐH Quốc Tế

- Trường ĐH Tài chính – Marketing
- Trường ĐH Kinh tế Tp.HCM
- Trường ĐH FPT
- Trường ĐHDL Công Nghệ Kỹ Thuật Tp.HCM

+ Nội dung chương trình:

- Hướng dẫn sinh viên sử dụng và bảo quản máy tính xách tay một cách hiệu quả.
- Giới thiệu những sản phẩm uy tín, mẫu mã đẹp, có những chức năng phù hợp với từng đối tượng khác nhau.
- Tổ chức cho sinh viên dùng thử những sản phẩm của các hãng khác nhau, cho sinh viên tự cảm nhận. (Bằng hình thức mang máy tính xách tay đến hội thảo cho các bạn truy cập vào trang web của công ty).
- Tổ chức một vài cuộc thi nhỏ nhằm thu hút sinh viên tham gia như thi “Mười ngón tay vàng” ai gõ nhanh nhất, thi kiến thức về máy tính bằng cách cho sinh viên đăng nhập vào trang web và vào phần dự thi để trả lời câu hỏi (thiết kế bảng hỏi trả lời đúng thì vào trả lời tiếp những câu sau, cho khoảng 30 câu). Tất cả những nội dung trên đều có quà thưởng hấp dẫn. Quà tặng với mỗi bạn đạt giải trò chơi là USB Transcend JetFlash 4GB
- Tặng quà lưu niệm: móc khóa, bút, sổ có in website của công ty.

+ BIỆN PHÁP THỰC HIỆN:

- Thành lập Ban Tổ chức
- Thành lập các tiểu ban
 - Tiểu ban nội dung:
 - Phụ trách: ...
 - Nhiệm vụ: Chuẩn bị các kế hoạch, lên kịch bản chương trình.
 - Tiểu ban thực hiện: ...
 - Phụ trách: ...
 - Nhiệm vụ: Liên hệ với các trường đại học, cao đẳng trong thành phố thông qua tổ chức Đoàn – Hội (kết hợp tổ chức hội thảo hoặc tài trợ hoặc trực tiếp tổ chức cho các trường).
 - Tiểu ban thiết kế:
 - Phụ trách: ...
 - Nhiệm vụ: thiết kế tờ rơi, áp phích, băng rôn, thư ngỏ,...
 - Tiểu ban tuyên truyền:
 - Phụ trách: ...

- Nhiệm vụ: tuyên truyền sâu rộng tại các trường ĐH trước khi tổ chức, các bài viết trên các báo như hssv, tuổi trẻ quảng bá chương trình trên website công ty, thông báo trên các diễn đàn, blog Và đặt các flash banner file về chương trình tại các website...

7.5 Quảng cáo trên các website dưới hình thức flash banner file

- Hình thức các flash: chạy hình ảnh logo của Nguyễn Kim, hình ảnh chương trình khuyến mãi (trong thời gian có khuyến mãi), hình ảnh quảng bá cho campaign “Cùng sinh viên bước vào tương lai số” (trong thời gian diễn ra chiến dịch), “Hình ảnh các sản phẩm mới”
- Các trang web và kích thước flash banner
 - + Trang *pcworld.com.vn*: đặt quảng cáo Top Banner , kích thước 730x90 px , dạng chia sẻ 3 (mỗi banner xuất hiện 15 giây)
 - + Trang *sinhvienit.net* : Top Banner tất cả các trang forum kích thước 600x125px
 - + Trang *chodientu*: banner bên trái 200x120px
 - + Trang *www.123mua.com.vn*
- Liên hệ để trao đổi banner với các website khác như: *www.chopc.com*; *www.webmuaban.com* *trang web của các trường Đại Học hay các forum của các trường*

*** LỊCH TRÌNH THỰC HIỆN (DỰ KIẾN)**

		SOE	Km tại showroom	Km qua website	Email Marketing	Campaign	Quảng Cáo
THÁNG 12/2009	T1						
	T2						
	T3						
	T4						
THÁNG 1/2010	T1						
	T2						
	T3						
	T4						
THÁNG 2	T1						
	T2						
	T3						
	T4						
THÁNG 3	T1						
	T2						
	T3						
	T4						
THÁNG 4	T1						
	T2						
	T3						
	T4						
THÁNG 5	T1						

	T2					
	T3					
	T4					
	THÁNG 6	T1				
	T2					
	T3					
	T4					
	THÁNG 7	T1				
	T2					
	T3					
	T4					
	THÁNG 8	T1				
	T2					
	T3					
	T4					
	THÁNG 9	T1				
	T2					
	T3					
	T4					
	THÁNG 10	T1				
	T2					
	T3					
	T4					
	THÁNG 11	T1				
	T2					
	T3					
	T4					

*** KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG**

- **KẾ HOẠCH NHÂN SỰ**

Hạng mục	Tự làm	Thuê ngoài
Tìm đối tác thực hiện SEO		X
Tổ chức nhân viên phối hợp	X	
Tối ưu cấu trúc website		X
Tổ chức nhân sự viết bài	X	
Tìm đối tác đặt quà KM		X
Đăng QC trên web công ty	X	X
In poster quảng cáo		X
T.kế Form t.tin cho chtr KM		X
Mua CRM quản lý KH	X	X
Triển khai KM tại showroom	X	
Triển khai KM trên web	X	
Tổ chức quay số	X	
Công bố kết quả	X	
Tổ chức trao giải	X	
Mua Database		X
Thiết kế Form cho Email		X
Tìm đối tác thực hiện E.M		X
Tổ chức gửi E.M	X	X
L.hệ trường học về campain	X	
Quảng cáo campain	X	
In ấn poster, thư ngỏ ...		X
Viết kịch bản cho ch.tr	X	X
Mua quà tặng cho campain	X	
Thuê nhân sự phối hợp TH	X	
TK Flash cho các banner		X
Liên hệ các web đặt banner	X	
Trao đổi banner	X	X

8. Kế hoạch ngân sách

Đơn vị tính: 1.000VNĐ

Tên chương trình	Nội dung công việc	Chi phí	Số lượng	Thành tiền	Ghi chú	
SEO	Thuê ngoài			5000		
	Tối ưu lại web			5000		
	Tổ chức nhân sự viết bài			2000		
Chi phí tổ chức chương trình khuyến mãi tại showroom và bốc thăm	In ấn(brochure, leaflet)			8000		
	In giấy notebook + hộp	5	2000	10000		
	Túi đựng quà	2	2000	4000		
	Quảng cáo trên chodientu		1 tháng	24000		
	Quảng cáo trên 123 mua		1 tháng	18000		
	Giải thưởng		3900	1	3900	
			1800	2	3600	
			250	3	750	
		Mua CRM			10000	
	Thiết kế Form cho ch.tr KM			1500		
Email Marketing	Thuê ngoài làm email marketing			5000		
	Thiết kế Form cho email			3000		
	Nhân viên gửi email			2000		
	Mua dữ liệu khách hàng			50000		
Tổ chức campaign	Liên hệ tổ chức	500	8	4000		
	In ấn Bandrol(1m2*6m)	60 /m2	05*3	6480		
	Tổ chức	5000	8	40000		
	Quảng cáo trên pc world		1 tháng	18000		
	Quang cáo trên báo hssv		1ky	3000		
	Chi phí nhân sự			100000		
	Quà tặng:					
	USB	100	40	4000		
	Bút, sổ, móc khóa	2	160	320		
	Vật dụng hỗ trợ			5000		
TỔNG CỘNG:				728600		

	Chi phí phát sinh dự kiến (10%)	72860	
	TỔNG CỘNG	801460	

9. Cách thức đo lường, đánh giá, điều chỉnh

Giám sát và kiểm tra trên cả 4 khía cạnh:

- Kiểm tra kế hoạch năm
- Kiểm tra lợi nhuận
- Kiểm tra hiệu quả
- Kiểm tra chiến lược

-Sử dụng công cụ đo lường Google Analysis

- Theo dõi số lượng người truy cập và số lượng thành viên trang web hàng tuần và hàng tháng

- Tính toán từng tháng xem có thực hiện đúng theo mục đích ban đầu hay không? Tỷ lệ truy cập trong những tháng khuyến mại và campaign có tăng hay không? Nếu tăng thì tăng bao nhiêu? Nếu không tăng thì tìm hiểu lý do và hiệu chỉnh lại

- Tổng hợp doanh số trong từng tháng, quý và so sánh với cùng kỳ năm ngoái để xem có sự chênh lệch hay không?

* Kiểm tra kế hoạch năm:

- Đảm bảo công ty đạt được các mục tiêu trong kế hoạch năm
 - Bước 1: Lập mục tiêu
 - Bước 2: Đo lường kết quả
 - Bước 3: Chuẩn đoán nguyên nhân
 - Bước 4: Hành động hiệu chỉnh
- Xây dựng quy trình kiểm tra



-----THE END!-----