

Bàn về Internet Marketing

22/2/2016

(VTR) - Sự phát triển vượt bậc của công nghệ thông tin và đặc biệt là Internet đã mở ra cho các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ cơ hội khai thác một hình thức quảng cáo tiếp thị mới đầy hiệu quả với chi phí thấp, đó là marketing thông qua Internet. Vì thế, việc nghiên cứu, ứng dụng một số công cụ Internet Marketing vào kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch Việt Nam là hết sức cần thiết.

MARKETING QUA CÁC CÔNG CỤ CỦA INTERNET

Internet Marketing

Thời đại bùng nổ công nghệ thông tin cũng là lúc câu chuyện về quảng bá, tiếp thị các sản phẩm Internet mà hầu hết có thể đồng nghĩa với các hệ thống website, các blog trở thành câu chuyện quen thuộc. Thậm chí ở các quán trà đá, cafe vỉa hè ta cũng thường nghe thấy thuật ngữ “Internet Marketing”.

Marketing trong môi trường Internet thực chất là việc thực hiện hoạt động quảng cáo, tiếp thị khách hàng và bán sản phẩm thông qua mạng Internet. Đây là hình thức marketing khá phổ biến trên thế giới nhưng còn khá mới mẻ ở Việt Nam và hầu như chưa được các doanh nghiệp quan tâm khai thác đúng với tiềm năng của nó. Internet là mạng máy tính toàn cầu, chính vì thế, việc thực hiện marketing thông qua Internet mang lại hiệu quả cao hơn so với các phương tiện quảng bá truyền thống như báo chí hay tivi... mà lại giúp giảm thiểu được chi phí quảng bá cũng như khắc phục được nhiều hạn chế của các phương tiện hay công cụ quảng cáo truyền thống.

Doanh nghiệp có thể tận dụng tất cả các công cụ quảng bá trên Internet như website, blog, báo điện tử... để quảng bá, xây dựng cộng đồng trên mạng, tăng cường mối quan hệ với công chúng vốn đã trở nên hết sức quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh của doanh nghiệp.

Marketing trên môi trường Internet giúp doanh nghiệp giảm thiểu chi phí cho quảng bá hình ảnh của mình song lại mang lại hiệu quả ngoài mong đợi. Với quảng bá trên Internet, doanh nghiệp có thể đưa thông tin chi tiết, đầy đủ về sản phẩm cũng như về doanh nghiệp tới người tiêu dùng từ đó tạo nên nhu cầu về tiêu dùng sản phẩm của doanh nghiệp. Việc gửi các email quảng bá, thiết lập các forum, xây dựng blog... cho khách hàng tự đánh giá ưu và nhược điểm của sản phẩm, trao đổi kinh nghiệm sử dụng sản phẩm... giúp tạo niềm tin của khách hàng đối với hình ảnh của doanh nghiệp cũng như sản phẩm của doanh nghiệp.

Tính ưu việt của Internet Marketing

Internet - điểm tìm kiếm thông tin phổ biến nhất hiện nay

Mặc dù số lượng khách hàng tìm đến các cơ sở kinh doanh truyền thống vẫn chiếm số đông nhưng số người sử dụng Internet như một kênh thông tin quan trọng nhất, tiện lợi nhất, đang càng ngày càng tăng với số lượng chóng mặt. Đặc biệt, họ sử dụng các công cụ tìm kiếm như là cánh cổng của tri thức và các trang tìm kiếm hiện nay đang trở thành nơi được những người sử dụng Internet truy cập nhiều nhất. Các doanh nghiệp cần phải nhận ra rằng Internet bây giờ đã và đang trở thành sân chơi hữu ích, thiết thực của đông đảo khách hàng. Và bởi vậy, nếu muốn sản phẩm của mình được nhiều người biết đến, họ không thể đứng ngoài sân chơi lý tưởng này.

Internet - điều kỳ vọng của khách hàng

Internet không chỉ là nơi tập trung các nguồn thông tin khác nhau về mọi loại hình sản phẩm, dịch vụ, mà nó còn đang được kỳ vọng là nơi mà các khách hàng có thể nghiên cứu về các sản phẩm cũng như thực hiện việc mua bán một cách đơn giản nhất, tốn ít thời gian nhất. Điều này đặc biệt hiệu quả đối với các khách hàng trẻ tuổi. Tại nhiều nước trên thế giới, chứng “nghiền” Internet đang ngày càng phổ biến, đặc biệt là trong giới trẻ. Khi các thành viên này trở thành người quản lý gia đình và doanh nghiệp, chắc chắn họ sẽ mong đợi sự hiện diện của các sản phẩm, dịch vụ của công ty mình trên Internet.

Internet - nguồn thông tin về khách hàng lý tưởng của các doanh nghiệp

Là một công cụ thu thập thông tin, Internet đóng vai trò vô cùng hiệu quả trong việc cung cấp thông tin về hoạt động của khách hàng. Mỗi khi có người truy cập một trang web, chắc chắn họ đã để lại một số “dấu vết” trên trang web đó: họ đã kích vào mục nào, họ đã mua bán món hàng gì... và hàng loạt các thông tin khác. Khi gắn kết phương thức nhận biết khách hàng, ví dụ như các công cụ truy nhập, các doanh nghiệp có thể biết được khách hàng quay trở lại trang web của mình như thế nào. Việc nắm bắt được các hành vi và sở thích của khách hàng sẽ giúp doanh nghiệp kịp thời đáp ứng nhu cầu của khách hàng, và nếu làm được việc này, doanh nghiệp sẽ có thể biến họ trở thành những khách hàng “ruột” của mình.

Internet – dễ dàng hướng đến khách hàng mục tiêu

Internet là công cụ tiện lợi nhất để truyền tải thông tin, hình ảnh về doanh nghiệp với tốc độ nhanh nhất đến không chỉ một vài chục người, vài trăm người, mà là hàng triệu người trong thế giới rộng mở không còn cách biệt bởi biên giới địa lý này.

Internet - công cụ hữu hiệu kích thích tâm lý mua hàng tùy hứng

Bất kể khách hàng có thích sản phẩm hay không, Internet đã tỏ ra là công cụ rất tốt để thúc đẩy các trường hợp tiêu dùng mang tính tùy hứng. Sự tiến bộ của công nghệ cao có thể giúp các doanh nghiệp dễ dàng làm được việc này. Chỉ cần đưa ra các gợi ý về sản phẩm dựa trên việc nghiên cứu thái độ, tâm lý của khách hàng, các nhà sản xuất hoặc cung cấp dịch vụ đã có thể tổ chức tốt các giao dịch trực tuyến. Tâm lý thích mua trước trả sau,

thích mua nhiều để được giảm giá... của người tiêu dùng trong các giao dịch trực tuyến chính là điều mà các công ty kinh doanh và tiếp thị qua mạng quan tâm, khai thác triệt để.

Internet - cho phép nhà sản xuất chào bán các sản phẩm và dịch vụ theo yêu cầu cá nhân của khách hàng

Trong thời đại bùng nổ của Internet, các nhà sản xuất hay cung cấp dịch vụ có thể phát triển lượng khách mua hàng trung thành khi chất lượng sản phẩm và dịch vụ đưa ra thoả mãn được nhu cầu cá nhân của từng khách hàng. Điều này cho phép các doanh nghiệp thực hiện hoạt động marketing trực tuyến, tiếp thị theo yêu cầu của khách hàng mà theo đó, khách hàng có thể được thoả mái, tự do lựa chọn sản phẩm hay dịch vụ mà họ yêu thích.

Internet - mở ra cơ hội giao dịch trực tuyến tiện lợi nhất, linh động nhất cho khách hàng

Internet là một đại lộ thông tin, một siêu thị khổng lồ, nơi mà khách hàng có thể ghé thăm hay mua sắm tùy thích. Internet cho phép khách hàng xem sản phẩm mẫu trên mạng, từ cây kim sợi chỉ cho đến xe hơi, biệt thự, phòng khách sạn... Nhờ đó, khách hàng có thể đưa ra quyết định ngay lập tức sau khi xem quảng cáo.

Internet - truyền cảm giác về một nhà cung cấp dịch vụ hoàn hảo, toàn diện

Internet dễ dàng biến các nhà phân phối đại lý trở thành nhà cung cấp sản phẩm hay dịch vụ với chất lượng hoàn hảo, toàn diện. Không như các nhà cung cấp sản phẩm, dịch vụ truyền thống, các trang Web bán hàng trực tuyến tạo cho người tiêu dùng cảm giác tốt đẹp về nhà cung cấp.

Internet - cho phép người tiêu dùng sử dụng sản phẩm, dịch vụ với chi phí thấp, giá thành hạ, chất lượng dịch vụ tốt

Công nghệ Internet đang thay thế các phương thức cung cấp sản phẩm và dịch vụ truyền thống cũng như trong việc nắm bắt các thông tin về nhu cầu của khách hàng. Người ta dễ dàng thấy được khả năng tiết kiệm chi phí trong việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ dưới dạng số hóa (ví dụ như âm nhạc, ấn phẩm, thiết kế đồ họa...), trong đó, chi phí sản xuất và vận chuyển bị loại ra khỏi giá thành sản phẩm. Người bán hàng cũng được hưởng lợi thông qua việc khuyến khích khách hàng thu thập thông tin về sản phẩm trên mạng trước khi có giao dịch trực tiếp. Điều này giúp nhà sản xuất tiết kiệm thời gian trong việc giải thích các thông tin sơ lược về công ty và sản phẩm để có thể dành nhiều thời gian hơn cho việc nắm bắt và giải quyết các vấn đề quan tâm của khách hàng.

Internet - hiện diện khắp nơi trên thế giới

Internet là kênh truyền thông và phân phối cho phép khách hàng tiềm năng trên toàn cầu truy cập tới các sản phẩm và dịch vụ của công ty. Thông qua trang web, các nhà kinh doanh ở khắp nơi trên thế giới có thể mở rộng thị trường mục tiêu ra gấp nhiều lần. Cho dù việc lập nên trang web không bảo đảm cho việc kinh doanh mang tính toàn cầu (còn cần

tiến hành nhiều việc khác để trang web có tính thương mại toàn cầu), Internet vẫn được coi là một bước nhảy vọt trong việc kinh doanh mang tầm cỡ toàn cầu.

MỘT SỐ HÌNH THỨC CỦA INTERNET MARKETING

Hiện nay, trong môi trường Internet có rất nhiều hình thức để thực hiện Internet Marketing, trong khuôn khổ bài báo này chỉ xin giới thiệu một số hình thức Internet Marketing mang tính phổ biến, được nhiều doanh nghiệp trên thế giới ưa dùng.

Marketing thông qua Email

Với sự phát triển của Internet hiện nay, ngày càng có nhiều người sử dụng công cụ hữu hiệu này để thay thế các hình thức liên lạc truyền thống như thư viết tay hay điện thoại... GoogleMail, YahooMail và Hot Mail là các nhà cung cấp địa chỉ email miễn phí với dung lượng lưu trữ lên đến hàng Gigabyte.

Hoạt động Email Marketing được thực hiện dưới 2 hình thức: Email Marketing được sự cho phép của người nhận (Solicited Commercial Email); Email Marketing không được sự cho phép của người nhận (Unsolicited Email Marketing hay Unsolicited Commercial Email-UCE) còn gọi là Spam. Đây là hai hình thức Marketing bằng Email đầu tiên xuất hiện trên Internet.

Rõ ràng là việc sử dụng Email để Marketing sẽ tiết kiệm cho doanh nghiệp rất nhiều thời gian trong việc gửi thông tin vì nếu doanh nghiệp gửi thông tin theo cách thông thường thì sẽ mất khá nhiều thời gian trong việc trình bày các thông tin cũng như thời gian gửi các thông tin đó. Với các doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ chắc không đủ nguồn nhân lực cần thiết để làm được việc này. Ngoài ra, phương pháp này không mang tính xâm nhập đột ngột như tiếp thị qua điện thoại. Doanh nghiệp có thể gửi thông điệp của mình đến mười ngàn người khác nhau, ở bất kỳ đâu, trong thời gian ngắn nhất. Tuy nhiên, để không quấy rầy khách hàng như các Spam, Email Marketing nên xác nhận yêu cầu được cung cấp thông tin hoặc sự chấp thuận của khách hàng. Nếu không, các thông điệp Email được gửi đến sẽ bị cho vào thùng rác. Để tránh điều này, mọi thông tin do doanh nghiệp gửi đi phải mới mẻ, hấp dẫn và có ích đối với khách hàng.

Search Engine Marketing

Search Engine Marketing thực chất là hình thức quảng bá doanh nghiệp thông qua các công cụ tìm kiếm. Khi khách hàng sử dụng các công cụ tìm kiếm và đánh những từ khóa, nếu từ khóa đó là từ khóa website của doanh nghiệp, khách hàng sẽ tìm thấy website của doanh nghiệp, hoặc các thông tin về doanh nghiệp, sản phẩm của doanh nghiệp trên các trang web khác. Khi khách hàng đã tìm đến website, phần việc còn lại thuộc về doanh nghiệp.

Muốn thực hiện chiến lược Search Engine Marketing doanh nghiệp nên đăng ký website của mình với các trang web có cung cấp kỹ thuật tìm kiếm nổi tiếng như: www.google.com, www.yahoo.com, www.altavista.com...

Website Marketing

Website là một tập hợp các trang web (webpage) được bố trí, sắp xếp theo một trật tự nhất định, các trang web này có thể chứa đựng thông tin bao gồm cả hình ảnh và âm thanh.

Website Marketing là phương pháp marketing dựa trên trang web có chứa thông tin, hình ảnh về một sản phẩm dịch vụ hay một doanh nghiệp nào đó với mục đích giới thiệu, quảng cáo, tiếp thị tới khách hàng. Thông qua website, khách hàng có được thông tin về sản phẩm của doanh nghiệp, các đợt khuyến mãi (nếu có) hoặc các dịch vụ kèm theo khi mua hàng.

Website giới thiệu các sản phẩm trực tuyến. Các thông tin về sản phẩm (hình ảnh, chất lượng, các tính năng, giá cả,...) được hiển thị 24 giờ mỗi ngày và 365 ngày trong một năm, sẵn sàng phục vụ người tiêu dùng. Khách hàng có thể đặt hàng các sản phẩm, dịch vụ, và thanh toán trực tiếp trên mạng. Để thu hút sự chú ý và tạo dựng lòng trung thành nơi người tiêu dùng, doanh nghiệp phải đáp ứng đúng nhu cầu, thị hiếu của thị trường.

Blog Marketing

Blog là từ gọi tắt của weblog, là một dạng nhật ký trực tuyến, bắt đầu bùng nổ từ cuối thập niên 90 của thế kỷ 20.

Xu thế quảng bá trên blog đang ngày càng trở nên phổ biến trên thế giới và bắt đầu giành được sự quan tâm của các doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, vào thời điểm hiện tại, các doanh nghiệp Việt Nam đặc biệt là các doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ mới chỉ dừng lại ở mức biết đến chứ chưa có kế hoạch thực hiện một blog quảng bá hay giới thiệu về công ty cũng như các sản phẩm của mình. Với các doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ, dường như các phương tiện quảng cáo truyền thống vẫn có tầm quan trọng hơn. Điều này dẫn đến thực trạng, trong chiến lược kinh doanh dài hạn của các doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ chưa thấy quan tâm đúng mức hay thậm chí không thấy đề cập đến việc xây dựng, duy trì và phát triển blog quảng bá cho doanh nghiệp của mình.

Một điều cần lưu ý, các doanh nghiệp du lịch không thể áp dụng máy móc hình thức tiếp thị trực tuyến, bởi so với các hình thức tiếp thị truyền thống, thì hình thức Internet Marketing có những đòi hỏi về mặt công nghệ cũng như kỹ thuật riêng. Thêm nữa, các doanh nghiệp du lịch nên có những nghiên cứu, tìm tòi kỹ lưỡng trước khi lựa chọn công cụ Internet Marketing nào phù hợp với thực tiễn kinh doanh của mình, đặc biệt là công cụ blog, không nên áp dụng một cách thiếu sáng tạo, “bong bóng” vì nó có thể là con dao hai lưỡi, có những tác động xấu đến kinh doanh của doanh nghiệp.

Thái Ninh - (Nguồn: Tạp chí Du lịch)