

Tại sao cần phải quảng cáo trực tuyến ?

Viết bởi Ban Quản Trị

Thứ năm, 27 Tháng 5 2010 19:19 - Lần cập nhật cuối cùng Thứ bảy, 10 Tháng 12 2011 18:25



Internet đang dần trở thành kênh truy cập thông tin, giá trị số 1 thế giới. Ngày nay ta có ít thời gian để xem báo, xem tivi và đọc sách hơn. Thay vào đó, ngày nay tiêu dùng tìm kiếm và Internet để cung cấp thông tin tức thì, tìm kiếm thông tin, tham khảo thông tin và giá trị. Khi các khách hàng dành phần lớn thời gian của họ cho Internet, để tiếp cận và truy cập thông tin dễ dàng và thuận tiện cho khách hàng các doanh nghiệp cũng phải quan tâm đến việc duy trì quảng cáo trên Internet.

Không năng viết trại viết công nghệ thông tin biến thành kênh quảng cáo trực tuyến trở thành kênh quảng cáo duy nhất cho phép không ngừng tác giả và khách hàng và quảng cáo 24h/24h.

Chỉ bằng cách thử nghiệm đột phá, chúng ta có thể tìm kiếm cho doanh nghiệp lỗ hổng lớn chi phí thử nghiệm quang cáo. Vì vậy thay thế quảng cáo cũng rất dễ dàng và chi phí thấp.

Marketing Online: xu hướng tất yếu

Cục chay đua đột phá thường hữu vào tầm chú ý của khách hàng trên nền tảng kênh truy cập thông tin truy cập thông thường ngày càng trở nên khó khăn hơn vì phần lớn đã quá "ngán" các chuyên mục quảng cáo trên báo in và ngày nay xem tivi sốn sàng chuyen kenh ngay khi gấp quảng cáo. Đã đón lúc này làm công tác tiếp thị, chúng ta có cẩn trọng để tránh con đòn không nhẹ nhàng cho họ...

Tại Việt Nam, với hơn 20 triệu người sốt đong – và số đạt 28 triệu vào năm 2010 (1) – Internet đang là một kênh truy cập thông tin có tiềm năng quảng bá rất lớn mà không doanh nghiệp nào có thể bỏ qua.

Tuy nhiên, thời điểm Việt Nam còn quá nhỏ bé khi quảng cáo trực tuyến hiện mới chỉ 2,81 triệu Đô la Mỹ (năm 2008) và dự báo sẽ đạt 7,8 triệu Đô la (năm 2010), trong đó quảng cáo hiện thời chiếm đa số, chúng ta có theo dõi khảm khoán 10% tổng lượng quảng cáo trực tuyến (2).

Tiếp thị trực tuyến là gì?

Tiếp thị trực tuyến hay còn gọi là marketing online là tiếp thị sốn phim – cách viết trên Internet bằng cách (3):

- Tiếp thị bằng công cụ máy tìm kiếm (search engine marketing – SEM). Khi người sốt đong Internet gõ một từ khóa (keyword) đã được "mua" bởi một nhãn hàng, hoặc điều chỉnh tối ưu hóa công cụ thuần SEO (search engine optimization), trang web của nhãn hàng đó sẽ hiển lên đầu tiên trong

Tại sao cần phải quảng cáo trực tuyến ?

Viết bởi Ban Quản Trị

Thứ năm, 27 Tháng 5 2010 19:19 - Lần cập nhật cuối Thứ bảy, 10 Tháng 12 2011 18:25

danh sách khách quan tìm thấy. Tuy đó có thể là khách hàng ghé thăm trang web, mua sắm mua sắm phim hoặc cách chia sẻ tăng lên.

- Tiếp thị bằng email (e-mail marketing). Nhiều công ty cung cấp giải pháp e-mail (ESP) đều có gói quảng cáo này nên các doanh nghiệp có thể gửi thông tin tiếp thị đến hàng loạt đến cả email với chi phí rẻ. Tuy nhiên, hình thức này có thể không đạt hiệu quả cao khi tình trạng rác (spam) ngày càng tràn lan.

- Quảng cáo hiển thị như web banner/pop-ups hay quảng cáo đa phương tiện (rich media) hay quảng cáo tương tác (interactive advertising) như in-text/in-game. Đặt logo hay banner quảng cáo trên các trang web có sẵn lồng truy cập lồng, trong đó có nhiều điều tăng khích hàng tiềm năng của sản phẩm. Hình ảnh động công nghệ đa phương tiện để tạo hình ảnh chuyển động đặc biệt trên trang web như flash. Hình thức này đòi hỏi sự đầu tư cao về ý tưởng, thiết kế và thu hút. Bù lại, các thành phần đa phương tiện rất cuốn hút, sáng tạo và có khả năng tương tác giúp xác định điều tăng khích hàng.

- Quảng cáo qua Web 2.0 như blog hay các diễn đàn. Công đồng trên mạng luôn có chung những quy tắc, luật lệ hay những giá trị. Người làm tiếp thị sẽ dễ dàng xác định điều gì tăng khích hàng tiềm năng tùy theo đặc tính của công đồng và truy cập đến những thông tin tiếp thị, quảng cáo một cách nhạy nhàng, kín đáo nhưng có khả năng lây lan (viral marketing) trong cộng đồng.

Ví dụ xuất hiện của hàng loạt xu hướng mới như mạng xã hội, bao gồm xã hội (social filtering), người dùng lồng đám đông (crowd sourcing), bao đánh dấu xã hội (social book marking), blog và tệp blog (microblogging) như myspace.com, facebook.com, twitter.com, digg.com, createdebate.com, predictify.com, zing.vn, henantrau.vn, yume.vn, tamtay.vn, cyvee.com, nhanguy.com, aicoly.com... người làm tiếp thị càng có nhiều lối chia sẻ tiếp thị qua cộng đồng.

Theo Yahoo!, tại châu Á, doanh thu quảng cáo trên các mạng xã hội đã tăng từ 43 triệu đô la (năm 2006) lên 260 triệu đô la vào năm nay. Chiến dịch tranh cử thành công và qua câu Tổng thống Mỹ Barack Obama đã có sự đóng góp rất lớn của tiếp thị trực tuyến vào các mạng xã hội do Chris Hughes, đồng sáng lập viên của Facebook, dẫn dắt.

Tại sao tiếp thị trực tuyến?

Các kênh truy cập thông tin truy cập thông tin như báo in hay truy cập hình ảnh toàn hàng đều có một nhược điểm. Dù giá cả một phút quảng cáo trên truy cập hình ảnh có thể đắt, doanh nghiệp vẫn bị mất thời gian mong muốn quảng cáo có thể hiển thị trên trang web mà không có khả năng tăng thêm.

Theo anh Lê Tân Hùng, Giám đốc truy cập thông tin Công ty TLK, số xuất hiện của quá nhiều kênh truy cập thông tin làm đứt kết nối khách hàng càng ngày càng phân tán số truy cập trung bình khi có việc kiểm soát hiệu quả quảng cáo và mang tính thời gian dài nên khó khăn.

Tại sao cần phải quảng cáo trực tuyến ?

Viết bởi Ban Quản Trị

Thứ năm, 27 Tháng 5 2010 19:19 - Lần cập nhật cuối Thứ bảy, 10 Tháng 12 2011 18:25

Nếu cách đây 20 năm chúng ta có khoảng 18 loại kênh truyền thông như báo in, tạp chí, truyền hình, phát thanh, ngoài trời... thì đến nay đã có 33 loại và nhiều kênh mới như podcasts, blogging, mạng xã hội, video blog... Một ví dụ điển hình khác là số kênh truyền hình trong nước và quốc tế tại Việt Nam trong vòng chục năm đã tăng lên hơn 100.

Tại Việt Nam bây giờ, không chỉ xem đặc biệt truyền hình qua... ti-vi, khách hàng còn có thể xem qua điện thoại di động và Internet. Nếu người xem chúng ta có chia sẻ 30 phút để lướt qua một kênh cho đến khi chúng ta đặc biệt chosing trình duyệt ý, thì có bao nhiêu người sẽ chăm chú theo dõi hai phút của đoạn phim quảng cáo nhãnh hàng 4?

Tiếp thị trực tuyến với những lưu điểm sau đã thu hút sự quan tâm của người làm tiếp thị:

- Chi phí hợp lý: Việc quảng cáo cách tính phí linh hoạt như CPC (Cost-Per-Click) hay CPA (Cost-Per-Action hay Cost-Per-Acquisition), quảng cáo trực tuyến tiết kiệm đặc chi phí mà dung lượng quảng cáo không giới hạn. Người làm tiếp thị chỉ phải trả tiền cho những khách hàng tiềm năng nhất, những người đang quan tâm đến sản phẩm, dù chỉ với cung doanh nghiệp.

Không những thế, với một ngân sách khiêm tốn cho tiếp thị trực tuyến, kết quả đạt được có hiệu quả hơn hẳn tiết kiệm qua những kênh truyền thống. Theo ông Ram Kapoor, Giám đốc điều hành của Công ty Quảng cáo Y&R Wunderman Vietnam, để làm một phim quảng cáo phải tốn ít nhất 300.000 Đô la, một quảng cáo trên báo in là 80.000 Đô la, những người quảng cáo có 30.000 Đô la, bấy nhiêu đã quá đắt cho quảng cáo trực tuyến.

- Hiệu quả cao: Internet phá bỏ mua giật hụt và không gian, thời gian và khoảng cách với dòng thông tin trao đổi liên tục trên toàn cầu. Tiếp thị trên Internet, như vậy vượt qua đặc tính không giới hạn đó và từ đó có thể hụt hụt những kênh truyền thông truyền thống. Những doanh nghiệp có thể tiếp thị sản phẩm và dịch vụ 24/7 trên toàn thế giới.

Ngoài ra, việc khai thác thông tin người sử dụng Internet thông qua tiếp thị trực tuyến đặc biệt hiệu quả khi kết hợp với dữ liệu, giúp các doanh nghiệp đánh giá chính xác khách hàng tiềm năng của mình, cũng như thu thập đặc điểm lối sống của số đông khách hàng trong mỗi chi nhánh địa chỉ với chi phí thấp.

- Công nghệ tiên tiến: Việc sử dụng và đặc biệt công nghệ không ngừng, tiếp thị trực tuyến gần như không có giới hạn và công nghệ cũng như không gian sáng tạo, đặc biệt hình thức quảng cáo đa phương tiện.

- Tính tương tác cao: Các kênh truyền thông trực tiếp đây như phát thanh hay truyền hình thường chỉ thông tin một chiều, người tiêu dùng luôn thay đổi trong quá trình tiếp nhận thông tin. Nhưng với Internet, doanh nghiệp có thể hỏi đắc đáp về thông tin cá nhân, xác định rõ xem người đó có nằm trong nhóm khách hàng mục tiêu hay không, phản ứng cung cấp thông tin, là chìa khóa để nào mà mình muốn hay chia sẻ những trải nghiệm, suy nghĩ, để báo...

Đến vào việc phân tích hành vi của người sử dụng Internet, người làm tiếp thị có thể biết đặc điểm thói quen, sở thích của cá nhân, xác định rõ xem người đó có nằm trong nhóm khách hàng mục tiêu hay không, phản ứng cung cấp thông tin, là chìa khóa để nào mà mình muốn hay chia sẻ những trải nghiệm, suy nghĩ, để báo...

Tại sao cần phải quan sát cáo trộc tuyênn?

Viết bởi Ban Quản Trị

Thứ năm, 27 Tháng 5 2010 19:19 - Lần cập nhật cuối Thứ bảy, 10 Tháng 12 2011 18:25

- Để xác định phân khúc khách hàng mục tiêu: Mỗi công đồng trên Internet đều có nhóm đối tượng tham gia nhất định. Việc khảo sát thông tin người tham gia đặc biệt cần khai thác và đáng tin cậy thông qua các hình thức tác động như i-survey (poll), bùn khảo sát (online survey), hay đăng ký thành viên... Việc tiếp thị trên Internet thường trung hâm thay vì triền khai trên diễn rông như nhiều kênh truyền thông truyền thống.

Tiếp thị trộc tuyênn tại Việt Nam

Tiếp thị, quảng cáo cáo trộc tuyênn tại Việt Nam chưa phát triển rộng rãi trên Internet rông lòn vẫn hâm 20 triệu người sử dụng, trong 20 triệu khách hàng tiềm năng. Chưa yết hiên nay vẫn là quan sát cáo đồng banner/pop-ups hay mua khóa cửa công cộng để tìm kiếm, nhưng còn rất nghèo nàn, đòn đập vỡ hình thức, cũng như thu hút hóa (ví dụ chuỗi Display Impressions năm 2003 hay Digital Video Impressions năm 2006 như của IAB, M&P). Nhưng hình thức tiếp thị, quảng cáo cáo trộc tuyênn khác còn số khai và chưa sử dụng số đòn số sử dụng rõ ràng rãi trong giới làm tiếp thị tại Việt Nam.

Theo ông Aaron Cross, Giám đốc điều hành Công ty Nghiên cứu thị trường Nielsen Vietnam, do tính chất phân nhánh mảnh mai của Internet, các nhà làm tiếp thị đều rủi vào cảnh không nhận biết đòn số phân khúc thị trường và khách hàng mục tiêu để quảng cáo. Chưa kể đa số người sử dụng Internet Việt Nam là giới trẻ (50% dưới 30 tuổi (5)) đã không happy đến như doanh nghiệp có sốn phím nhằm vào phân khúc khách hàng lòn tuôn hâm.

Hơn nữa, số thiều sốn sàng và thiều thu hút hóa cửa các công cụ tiếp thị trộc tuyênn, công cụ đo lường hiệu quả, công cụ thanh toán trộc tuyênn và thênh toán mồi đòn tò tòi Việt Nam cũng khiêm cho nhiều nhà làm tiếp thị e dè. Ông Vũ Minh Trí, Tổng giám đốc Yahoo! Việt Nam, cho biết: "Các cuộc khảo sát cửa công ty nghiên cứu thị trường TNS cho thấy, có đòn 30% người sử dụng Internet vào các trang web xem banner quảng cáo, nhưng hiệu quả thực sự thì chưa thêng kê đòn. Tất cả những điều chúng ta đang nói chỉ là dự đoán theo xu hướng chung của thế giới."

Khá nhiều ý kiến cửa nhà ngang ngại i làm tiếp thị cho rông, Việt Nam tiếp thị, quảng cáo trộc tuyênn chỉ là hình thức bùi trộ (compliment) cho tiếp thị, quảng cáo truyền thống. Ông Triệu Tôn Phong, Giám đốc điều hành Công ty MSV, lôi cho rông: "Chìa khóa cửa mốt kinh doanh chính tiếp thị thành công là "tích hợp" (integrated). Số tích hợp đúng đòn và chốt chốt giao nhau phênh thêc tiếp thị truyênn và tiếp thị trộc tuyênn, cũng như giao nhau phênh thêc tiếp thị trộc tuyênn với nhau số quyết định sốn thành công. Giám đốc tiếp thị cũng như người bùi thuộc, các vò thuộc thì ai cũng biết, nhưng liệu lòn gì thê nào cho cửa đòn bùi nhau thì mồi gởi là thêc hay!".

Đo eo happy ngân sách tiếp thị, quảng cáo vì khêng hoêng kinh tò, nhiều doanh nghiệp đang tìm hông đi mồi, có hiêu quay hâm và chi phí happy lý. Tiếp thị, quảng cáo trộc tuyênn chính là lôi giê cho bài toán khó này. Số quan tâm cửa doanh nghiệp Việt Nam đòn vòi tiếp thị, quảng cáo trộc tuyênn ngày càng tăng.

Tại sao cần phải quảng cáo trực tuyến?

Viết bởi Ban Quản Trị

Thứ năm, 27 Tháng 5 2010 19:19 - Lần cập nhật cuối Thứ bảy, 10 Tháng 12 2011 18:25

Cục hàng không Saigon Digital Marketing ngày 23/5/2009 tại Khách sạn New World vào 14 giờ và gần 550 lượt khách tham dự đã chứng minh điều này. Số thành công của "Là con gái thời tuyêt" của Diana, "Dutch Lady – Ngày của mèo", "Tìm em nơi đâu" của Close up hay "Happiness Factory" của Coca-Cola... là những ví dụ điển hình khích doanh nghiệp vui nồng nhiệt hơn phô trương thực tiễn thay, quảng cáo trực tuyến trong những khát vọng sếp tài của mình.

Hãy dù tiếp tục, quảng cáo trực tuyến trở thành xu hướng tốt nhất của tomorrow lại thay vì chỉ là những giải pháp ngắn hạn trong thời kỳ khẩn hoang.

TBKTBN



Bảng giá quảng cáo trên Công thông tin thương mại điện tử khu vực Tây Nguyên:

www.taynguyen24h.com.vn

(Chỉ áp dụng trong năm 2010)

Trân trọng kính mến các doanh nghiệp, HTX, công ty sản xuất, kinh doanh, các nhà hàng, khách sạn, quán cà phê... trên cả nước có nhu cầu gửi thông tin, quảng bá sản phẩm của mình đến với thị trường Tây Nguyên và khách hàng cả nước xin liên hệ để đặt quảng cáo trên Công thông tin thương mại điện tử khu vực Tây Nguyên: www.taynguyen24h.com.vn

1. Công thông tin thương mại điện tử khu vực Tây Nguyên: www.taynguyen24h.com.vn cung cấp một liên kết với những thông tin thời tiết 5 tỉnh Tây Nguyên gồm: Đắk Lắk, Đắk Nông, Lâm Đồng, Gia Lai và Kon Tum. Bên cạnh đó, www.taynguyen24h.com.vn cũng luôn cung cấp một số thông tin thời tiết khác nhau và "nóng" nhất của đợt nắng và thời gian.
2. Ngoài những thông tin thời tiết, www.taynguyen24h.com.vn liên tục cung cấp một số thông tin giá cả thời trang nông sản như: giá cà phê tại Luân Đôn, giá FOB HCM và giá thu mua cà phê nguyên liệu tại 5 tỉnh Tây Nguyên, giá hàng tiêu, cao...
3. Đặc biệt với cho người dân và doanh nghiệp trên địa bàn 5 tỉnh Tây Nguyên chung đồng trong sinh hoạt và sản xuất, www.taynguyen24h.com.vn sẽ liên tục cung cấp một số thông tin về 5 tỉnh Tây Nguyên do Đài truyền hình cung cấp.
4. Đặc biệt với khách du lịch, www.taynguyen24h.com.vn sẽ cung cấp một số thông tin về 5 tỉnh Tây

THÍ SAO CÓN PHÓI QUÁNG CÁO TRÓC TUYÁN ?

VĨET bÃi Ban QuÁn TrÃ

ThÁm, 27 ThÁng 5 2010 19:19 - LÃn cÓp nhÃt cuÁi ThÁ bÃy, 10 ThÁng 12 2011 18:25

Nguyễn, hÃ thÁng khách sÃn, nhà nghỉ, nhà hàng, quán ăn, các quán cà phê và đÃm du lÃch nÃi tiÁng tÃi ĐÃk LÃk, ĐÃk Nông, Lâm ĐÃng, Gia Lai và Kon Tum đÃu khách khÃi bÃsót nhÃng khu du lÃch nÃi tiÁng khi đÃn du lÃch và khám phá Tây Nguyên.

5. ĐÃo tÃo đÃu kÃnh thuÁn lÃi cho các doanh nghiệp và người dân giao thÁng mua bán,www.taynguyen24h.com.vn

cung cÓp nhuÃu danh mÃc nhÃ: mua bán nhà, đất, vÃn, trang trÃi, xe cÃ các loÃi, các mÃt hàng gia dÃng, cao cÓp, cung cÓp dÃch vÃ dÃch thuÁt, gia sÃ, đăng tuyÁn thông tin tuyÁn dÃng nhân sÃ, ngÃnh i xin viÁc tÃ giÁi thiÁu u vÃi nhà tuyÁn dÃng...

6. www.taynguyen24h.com.vn còn cung cÓp các thôn tin hÃu ích nhÃ: tÃ giá ngoÁi tÃ, giá vàng; chÃng khoáng trÃc tuyÁn; văn bÃn pháp luÁt; bÃn tin dÃ báo thÁi tiÁt; tra tÃ đÃnh và dÃch trÃc tuyÁn; xem truyÁn hình trÃc tuyÁn; tra cÃu danh bÃ đÃnh thoÁi...

NhÃ nguÁn thông tin phong phú, đa dÃng và hÃu ích nên lÃtt truy cÓp vào, www.taynguyen24h.com.vn không

ngÃng tăng nhanh khoÁng 250%/tháng.

ĐÃ hÃ trÃ cho các doanh nghiệp, các đÃn vÃ sÃn xuÁt, các đÃm du lÃch, nhà hàng, khách sÃn, nhà nghỉ, quán ăn, quán cà phê...quÁng bá, giÁi thiÁu mÃt cách nhanh nhÃt vÃi khách hàng và du khách vÃ doanh nghiệp, cÃ sÃ và sÃn phÃm cÃa mình, chúng tôi sÃ nhanh chóng đÃa thông tin cÃa quý vÃ đÃn vÃi khách hàng mÃt cách nhanh nhÃt, hiÁu quÁ nhÃt vÃi mÃc chi phí rÃ nhÃt và hÃp lý nhÃt.

Chúng tôi xin trân trọng giÁi thiÁu bÃng giá quÁng cáo trên www.taynguyen24h.com.vn trong năm 2010 nhÃ sau:

- VÃ trí 1: **Banner ngang (giÁa), kích thÃu c 600 x 81 pixels: 500.000 VND/tháng.**
- VÃ trí 2: **MÃc QUÁNG CÁO VIP1, VIP2, VIP3, kích thÃu c 200 x 90 pixels: 300.000 VND/tháng.**
- VÃ trí 3: **MÃc QUÁNG CÁO - BANNER, kích thÃu c 120 x 80 pixels: 150.000 VND/tháng.**
- VÃ trí 4: **Banner mÃc THÔNG BÁO, kích thÃu c: 198 x 210 pixels: 150.000 VND/3 ngày; 250.000 VND/tuÁn và 1.000.000 VND/tháng.**
- VÃ trí 5: **MÃc QUÁNG CÁO Video : Thời lượng tÃ 15s - 30s, dung lÃng 4 Mb: giá 300.000VND/3 ngày; 500.000VND/tuÁn; 1.800.000 VND/tháng.**

- Ngoài ra, chúng tôi còn thÃc hiÁn các bài viÁt PR (giÁi thiÁu vÃ doanh nghiệp) vÃi mÃc giá khá rÃ và sÃ đÃc thÃa thuÁn khi có yêu cÃu.

* LÃu ý: Chi phí trên chÃa bao gÃm hóa đÃn

MÃi chi tiÁt, xin liên hÃ:

Tại sao cần phải quét cáo trộc tuyêt?

Viết bởi Ban Quản Trị

Thứ năm, 27 Tháng 5 2010 19:19 - Lần cập nhật cuối: Thứ bảy, 10 Tháng 12 2011 18:25

Nguyễn Công Luân

Điện thoại: 0500.3601954 – 0983463940

Email: // nguyencongluan@gmail.com // '); //]]> Đảm bảo email này đã được bảo vệ khỏi spam bots, bạn cần kích hoạt Javascript để xem nó. //

hoặc //

taynguyen24h@gmail.com

// '); //]]>

Đảm bảo email này đã được bảo vệ khỏi spam bots, bạn cần kích hoạt Javascript để xem nó. //

Website: www.taynguyen24h.com.vn