

Tại sao cần phải có quảng cáo trực tuyến ?

Viết bởi Ban Quản Trị



Internet đang dần trở thành kênh truyền thông, giải trí số 1 thế giới. Ngày nay ta có ít thời gian để xem báo, xem tivi và đọc sách báo. Thay vào đó, người tiêu dùng tìm kiếm với Internet để cập nhật tin tức, tìm kiếm thông tin, tham khảo thông tin và giải trí. Khi các khách hàng dành phần lớn thời gian của họ cho Internet, để tiếp cận và truyền thông đến khách hàng các doanh nghiệp cũng phải quan tâm đến việc đẩy mạnh quảng cáo lên Internet.

Khả năng vượt trội về công nghệ thông tin biến quảng cáo trực tuyến trở thành kênh quảng cáo duy nhất cho phép khả năng tiếp cận khách hàng và quảng cáo 24h/24h.

Chống lại các thiết kế lỗi thời, quảng cáo trực tuyến tiết kiệm cho doanh nghiệp lượng lớn chi phí thiết kế quảng cáo. Việc thay thế quảng cáo cũng rất dễ dàng và chi phí thấp.

Marketing Online: xu hướng tất yếu

Cuộc chạy đua để thu hút người vào tầm chú ý của khách hàng trên những kênh truyền thông truyền thống ngày càng trở nên khó khăn hơn vì phần lớn đã quá “ngán” các chuyên mục quảng cáo trên báo in và người xem tivi sẵn sàng chuyển kênh ngay khi gặp quảng cáo. Đã đến lúc người làm công tác tiếp thị, quảng cáo cần nghĩ đến một con đường mới của họ...

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

Tuy nhiên, theo thống kê Việt Nam còn quá nhỏ bé khi quảng cáo trực tuyến hiện mới chỉ có 2,81 triệu USD (năm 2008) và dự báo sẽ đạt 7,8 triệu USD (năm 2010), trong đó quảng cáo hiện thời chiếm đa số, quảng cáo theo từ khóa chiếm khoảng 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 sản phẩm – dịch vụ trên Internet bằng cách (3):

- Tiếp thị bằng công cụ máy tìm kiếm (search engine marketing – SEM). Khi người sử dụng Internet gõ một từ khóa (keyword) đã được “mua” bởi một nhãn hàng, hoặc được tối ưu hóa bằng kỹ thuật SEO (search engine optimization), trang web của nhãn hàng đó sẽ hiện lên đầu tiên trong

Tại sao cần phải quản lý các tài nguyên?

Vì tất cả Ban Quản Trị

danh sách khách tìm kiếm. Tất cả các khách hàng ghé thăm trang web, nhận thông tin và mua sắm sản phẩm hoặc dịch vụ sẽ tăng lên.

- Tiếp thị bằng thư điện tử (e-mail marketing). Nhiều công ty cung cấp gói pháp e-mail (ESP) để có gói quản lý các tài nguyên nên các doanh nghiệp có thể gửi thông tin tiếp thị đến hàng loạt địa chỉ e-mail với chi phí rẻ. Tuy nhiên, hình thức này có thể không đạt hiệu quả cao khi tình trạng thư rác (spam) ngày càng tràn lan.

- Quản lý các hiển thị như web banner/pop-ups hay quản lý các đa phương tiện (rich media) hay quản lý các tương tác (interactive advertising) như in-text/in-game. Đặt logo hay banner quản lý các trang web có số lượng truy cập lớn, trong đó có nhiều đối tượng khách hàng tiềm năng của sản phẩm. Hơn nữa, công nghệ đa phương tiện để tạo hình ảnh chuyển động ngay khi nhấp chuột trên trang web như flash. Hình thức này đòi hỏi số đầu tư cao về ý tưởng, thiết kế và thu thập. Bởi vậy, các thành phần đa phương tiện rất cuốn hút, sáng tạo và có khả năng tương tác giúp xác định đối tượng khách hàng.

- Quản lý các qua Web 2.0 như blog hay các diễn đàn. Công nghệ trên mạng luôn có chung những quy tắc, luật lệ hay những giá trị. Những người làm tiếp thị sẽ dễ dàng xác định đối tượng khách hàng tiềm năng tùy theo đặc tính của công nghệ và truy cập thông tin tiếp thị, quản lý các mặt cách như nhàn, kín đáo nhưng có khả năng lây lan (viral marketing) trong công nghệ.

Với sự xuất hiện của hàng loạt xu hướng mới như mạng xã hội, bộ lọc xã hội (social filtering), nguồn dữ liệu tập đám đông (crowd sourcing), bộ đánh dấu xã hội (social bookmarking), blog và tiểu blog (microblogging) như myspace.com, facebook.com, twitter.com, digg.com, createdebate.com, predictify.com, zing.vn, hienantrua.vn, yume.vn, tamtay.vn, cyvee.com, nhanguoi.com, aicoly.com... người làm tiếp thị càng có nhiều lựa chọn để tiếp thị qua công nghệ.

Theo Yahoo!, tại châu Á, doanh thu quản lý 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 của qua của 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 đầu.

Tại sao tiếp thị trực tuyến?

Các kênh truyền thông truyền thống như báo in hay truyền hình là lựa chọn an toàn hàng đầu của mọi nhà kinh doanh. Dù giá của một phút quảng cáo trên truyền hình là rất đắt, doanh nghiệp vẫn bám dính chi trả với mong muốn quảng cáo của họ có thể hiển thị càng nhiều khách hàng càng tốt.

Theo anh Lê Tấn Hoàng, Giám đốc truyền thông của Công ty TLK, sự xuất hiện của quá nhiều kênh truyền thông làm đối tượng khách hàng càng ngày càng phân mảnh và phân tán sự tập trung của họ khiến việc kiểm soát hiệu quả quảng cáo vẫn chưa mang tính đồng nhất nên khó khăn.

Tại sao cần phải quảng cáo trực tuyến?

Viết bởi Ban Quản Trị

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 với những kênh mới như podcasts, blogging, mạng xã hội, tin blog... Một ví dụ điển hình khác là số kênh truyền hình trong nước và quốc tế tại Việt Nam trong vòng chưa đến 10 năm đã tăng lên hơn 100.

Tại Việt Nam bây giờ, không chỉ xem được truyền hình qua... ti-vi, khách hàng còn có thể xem qua điện thoại di động và Internet. Nếu người xem chỉ có chưa đầy ba phút để lướt qua kênh cho đến khi chuyển đến chương trình tiếp theo, thì có bao nhiêu người sẽ chăm chú theo dõi hai phút của đoạn phim quảng cáo nhãn hàng?

Tiếp cận trực tuyến với những người đi tìm sau đã thu hút sự quan tâm của người làm tiếp thị:

- Chi phí hợp lý: Với những cách tính phí linh động như CPC (Cost-Per-Click) hay CPA (Cost-Per-Action hay Cost-Per-Acquisition), quảng cáo trực tuyến tiết kiệm được chi phí mà dung lượng quảng cáo lại 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, dịch vụ của doanh nghiệp.

Không những thế, với mức ngân sách khiêm tốn cho tiếp cận trực tuyến, kết quả đạt được có hiệu quả hơn hẳn tiếp cận qua những kênh truyền thông. 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 ngân sách chỉ có 30.000 Đô la, bấy nhiêu đã quá đủ cho quảng cáo trực tuyến.

- Hiệu quả cao: Internet phá bỏ mọi giới hạn về không gian, thời gian và những cách với dòng thông tin trao đổi liên tục trên toàn cầu. Tiếp cận trên Internet, mọi vật thể qua được những giới hạn đó và trở nên có lợi thế hơn những kênh truyền thông truyền thống. Những doanh nghiệp nào có thể tiếp cận sản phẩm và dịch vụ của họ 24/7 trên toàn thế giới.

Ngoài ra, việc khảo sát thông tin người sử dụng Internet thông qua tiếp cận trực tuyến được thực hiện khá dễ dàng và đáng tin cậy, giúp các doanh nghiệp định hướng chính xác khách hàng tiềm năng của mình, cũng như thu thập được một lượng lớn các số liệu khách hàng trong mọi chi nhánh và chi phí cực kỳ rẻ.

- Công nghệ tiên tiến: Với sự hỗ trợ và đổi mới công nghệ không ngừng, tiếp cận trực tuyến gần như không có giới hạn về công nghệ cũng như không gian sáng tạo, đặc biệt là hình thức quảng cáo đa phương tiện.

- Tính tương tác cao: Các kênh truyền thông trực tuyến như phát thanh hay truyền hình thông qua thông tin một chiều, người tiêu dùng luôn thụ động trong quá trình tiếp nhận thông tin. Nhưng với Internet, doanh nghiệp có thể hỏi đáp tức thì và tương tác trực tiếp với người tiêu dùng. Người tiêu dùng, người dùng cũng có thể tiếp cận thông tin, lựa chọn thông điệp nào mà mình muốn nhận hay chia sẻ những trải nghiệm, suy nghĩ, đánh giá...

Dựa vào việc phân tích hành vi của người sử dụng Internet, người làm tiếp thị có thể biết được thói quen, sở thích của từng cá nhân, xác định rõ xem người đó có nằm trong nhóm khách hàng mục tiêu hay không, phân loại họ với những nhu cầu khác nhau...

- Để xác định phân khúc khách hàng mục tiêu: Mục tiêu đang trên Internet đều có nhóm đối tượng tham gia nhất định. Việc khảo sát thông tin người tham gia để có thể hiểu hơn khả năng giới tính và đáng tin cậy thông qua các hình thức tương tác với người sử dụng như bình phiếu bầu (poll), bình khảo sát (online survey), hay đăng ký thành viên... Việc tiếp thị trên Internet trở nên tập trung hơn thay vì triển khai trên diện rộng như nhiều kênh truyền thông truyền thống.

Tiếp thị trực tuyến tại Việt Nam

Tiếp thị, quảng cáo trực tuyến tại Việt Nam chưa phát triển tương xứng với tốc độ tăng trưởng Internet rộng lớn với hơn 20 triệu người sử dụng, tức 20 triệu khách hàng tiềm năng. Chưa hiểu hiện nay vẫn là quảng cáo dạng banner/pop-ups hay mua thuê khóa click công cụ tìm kiếm, nhưng còn rất nghèo nàn, đơn điệu về hình thức, cũng như thiếu chuẩn hóa (ví dụ chuẩn Display Impressions năm 2003 hay Digital Video Impressions năm 2006 như của IAB, Mỹ). Nhưng hình thức tiếp thị, quảng cáo trực tuyến khác còn sơ khai và chưa thể so sánh được với những gì đang diễn ra 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 mạnh mẽ của Internet, các nhà làm tiếp thị đổ bộ rì vào camp không nhận biết được 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 hợp đồng với doanh nghiệp có sẵn phễu nhắm vào phân khúc khách hàng lớn tuổi hơn.

Hơn nữa, số thiếu sót sàng lọc và thiếu chuẩn hóa của các công cụ tiếp thị trực tuyến, công cụ đo lường hiệu quả, công cụ thanh toán trực tuyến và thiếu đồng bộ tại Việt Nam cũng khiến cho nhiều nhà làm tiếp thị e dè. Ông Vũ Minh Trí, Tổng giám đốc Yahoo! Việt Nam, cho biết: “Các cuộc khảo sát của công ty nghiên cứu thị trường TNS cho thấy, có đến 30% người sử dụng Internet vào các trang web xem banner quảng cáo, nhưng hiệu quả thực sự thì chưa thể khẳng định. Tất cả những điều chúng ta đang nói chỉ là dự đoán theo xu hướng chung của thế giới.”

Khả năng ý kiến của những người làm tiếp thị cho rằng, tại Việt Nam tiếp thị, quảng cáo trực tuyến chỉ là hình thức bề ngoài (compliment) cho tiếp thị, quảng cáo truyền thống. Ông Triu Tôn Phong, Giám đốc điều hành Công ty MSV, lại cho rằng: “Chìa khóa của một kế hoạch tiếp thị thành công là “tích hợp” (integrated). Sự tích hợp đúng đắn và chặt chẽ giữa những phương thức tiếp thị truyền thống với tiếp thị trực tuyến, cũng như giữa những phương thức tiếp thị trực tuyến với nhau sẽ quy tụ thành công. Giám đốc tiếp thị cũng như người bán hàng, các nhà thu mua thì ai cũng biết, nhưng liệu ngành nào cho chưa được bổ nhào thì mới gọi là thay đổi hay!”.

Do eo hẹp ngân sách tiếp thị, quảng cáo vì khủng hoảng kinh tế, nhiều doanh nghiệp đang tìm hướng đi mới, có hiệu quả hơn và chi phí hợp lý. Tiếp thị, quảng cáo trực tuyến chính là giải pháp cho bài toán khó này. Sự quan tâm của doanh nghiệp Việt Nam đối với tiếp thị, quảng cáo trực tuyến ngày càng tăng.

Tôi sao cần phải quảng cáo trực tuyến ?

Vị trí ban Quản Trị

Cuối hè thị trường Saigon Digital Marketing ngày 23/5/2009 tôi Khách sạn New World với 14 điểm giờ và gần 550 lượt khách tham dự đã chứng minh điều này. Sự thành công của “Là con gái thì tuyệt” của Diana, “Dutch Lady – Ngày của mẹ”, “Tìm em nơi đâu” của Close up hay “Happiness Factory” của Coca-Cola... là những ví dụ điển hình khuyến khích doanh nghiệp và những nhà đầu tư nên phải quảng cáo trực tuyến, quảng cáo trực tuyến trong những kênh hoàn hảo sắp tới của mình.

Hãy đừng tiếp tục, quảng cáo trực tuyến trở thành xu hướng tất yếu của thế giới thay vì chỉ là những gì pháp luật hạn chế trong thời kỳ khủng hoảng.

TBKTVN



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

www.taynguyen24h.com.vn

(Chiếm áp dụng trong năm 2010)

Trên thị trường kính mời các doanh nghiệp, HTX, công sở sản xuất, kinh doanh, các nhà hàng, khách sạn, quán cà phê... trên công nghệ có nhu cầu giới thiệu, quảng bá sản phẩm của mình đến với thị trường Tây Nguyên và khách hàng công nghệ xin liên hệ để được tư vấn quảng cáo trên Cổng thông tin thương mại điện tử khu vực Tây Nguyên: www.taynguyen24h.com.vn

1. Cổng thông tin thương mại điện tử khu vực Tây Nguyên: www.taynguyen24h.com.vn có phạm vi liên kết những thông tin thị trường 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 có phạm vi những thông tin thị trường mới nhất và "nóng" nhất của đất nước và thế giới.

2. Ngoài những thông tin thị trường, www.taynguyen24h.com.vn liên kết có phạm vi thông tin giá cả thị trường 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 heo tiêu, cao su...

3. Để phục vụ cho người dân và doanh nghiệp trên địa bàn 5 tỉnh Tây Nguyên chúng tôi đang trong sinh hoạt và sản xuất, www.taynguyen24h.com.vn sẽ liên kết có phạm vi liên kết chụp ảnh tại 5 tỉnh Tây Nguyên do Điện lực của 5 tỉnh Tây Nguyên cung cấp.

4. Để với khách du lịch, www.taynguyen24h.com.vn sẽ cung cấp bản đồ du lịch 5 tỉnh Tây

Tôi sao cần phải quảng cáo trên taynguyen24h.com.vn ?

Vị trí banner Ban Quản Trị

Nguyên, hàng tháng khách sạn, nhà nghỉ, nhà hàng, quán ăn, các quán cà phê và điểm du lịch nổi tiếng tại Đắk Lắk, Đắk Nông, Lâm Đồng, Gia Lai và Kon Tum để du khách khi bắt đầu chuyến du lịch khi đến du lịch và khám phá Tây Nguyên.

5. Để tạo điểm thu hút cho các doanh nghiệp và người dân giao thương mua bán, www.taynguyen24h.com.vn

cung cấp nhiều danh mục như: mua bán nhà, đất, vườn, trang trại, xe cộ các loại, các mặt hàng gia dụng, cao cấp, cung cấp dịch vụ dịch vụ thu hút, giá rẻ, đăng tuyển thông tin tuyển dụng nhân sự, người xin việc tìm kiếm việc làm và nhà tuyển dụng...

6. www.taynguyen24h.com.vn còn cung cấp các thông tin hữu ích như: giá gạo, giá vàng; khoáng sản tuyển; văn bản pháp luật; bản tin địa báo thời tiết; tra tìm điểm và dịch vụ tuyển; xem tuyển hình tuyển; tra cứu danh bạ điểm thông tin...

Những nguồn thông tin phong phú, đa dạng và hữu ích nên bạn hãy truy cập vào, www.taynguyen24h.com.vn không
ngừng tăng nhanh khoảng 250%/tháng.

Đặc biệt cho các doanh nghiệp, các điểm và sản xuất, các điểm du lịch, nhà hàng, khách sạn, nhà nghỉ, quán ăn, quán cà phê...quảng bá, giới thiệu một cách nhanh chóng tới khách hàng và du khách về doanh nghiệp, cơ sở và sản phẩm của mình, chúng tôi sẽ nhanh chóng đưa thông tin của quý về điểm và khách hàng một cách nhanh chóng, hiệu quả nhất và miễn phí cho bạn.

Chúng tôi xin trân trọng giới thiệu bảng giá quảng cáo trên www.taynguyen24h.com.vn trong năm 2010 như sau:

- **Vị trí 1: Banner ngang (giữa), kích thước 600 x 81 pixels: 500.000 VND/tháng.**
- **Vị trí 2: Mục Quảng cáo VIP1, VIP2, VIP3, kích thước 200 x 90 pixels: 300.000 VND/tháng.**
- **Vị trí 3: Mục QUẢNG CÁO - BANNER, kích thước 120 x 80 pixels: 150.000 VND/tháng.**
- **Vị trí 4: Banner mục THÔNG BÁO, kích thước: 198 x 210 pixels: 150.000 VND/3 ngày; 250.000 VND/tuần và 1.000.000 VND/tháng.**
- **Vị trí 5: Mục Quảng cáo Video : Thời lượng từ 15s - 30s, dung lượng 4 Mb: giá 300.000VND/3 ngày; 500.000VND/tuần; 1.800.000 VND/tháng.**
- Ngoài ra, chúng tôi còn thực hiện các bài viết PR (giới thiệu về doanh nghiệp) với mức giá khá rẻ và sẽ được đưa lên khi có yêu cầu.

* Lưu ý: Chi phí trên chưa bao gồm hóa đơn

Mọi chi tiết, xin liên hệ :

Tôi sao cần phải quăng cáo trộm tui ?

Viet bả Ban Quản Tr

Nguyễn Công Luân

Điện thoại: 0500.3601954 – 0983463940

Email: // nguyencongluan@gmail.com // '); //]]> Đây là email này đã được báo về từ spam bots, bạn cần kích hoạt Javascript để xem nó. //

học // taynguyen24h@gmail.com

// '); //]]>

Đây là email này đã được báo về từ spam bots, bạn cần kích hoạt Javascript để xem nó. //

Website: www.taynguyen24h.com.vn