

10 lý do nên đưa Internet vào chiến lược tiếp thị

Điều này đã không còn mới mẻ đối với các doanh nghiệp trong thời đại mà nền kinh tế mạng đang giữ vai trò thống soái. Tuy nhiên, cho đến nay, vẫn còn rất nhiều công ty, cả nhỏ lẫn lớn, chưa xây dựng được cho mình một chiến lược tiếp thị qua Internet.

Bắt đầu từ năm 1994, bất cứ một tổ chức nào không tạo dựng được chiến lược sử dụng Internet để tiếp thị sản phẩm hay dịch vụ của mình, có thể đều đang phạm một sai lầm lớn. Với các tổ chức hiện nay vẫn chưa ý thức được hiệu quả của việc tiếp thị qua Internet, chúng tôi sẽ đưa ra 10 lý do tại sao họ nên cân nhắc để tiến hành tiếp thị thông qua Internet.

1. Internet- điểm đến để tìm kiếm thông tin

Có lẽ lý do quan trọng nhất để các công ty cần có một chiến lược tiếp thị trên Internet là sự thay đổi ở cách thức các khách hàng tìm kiếm thông tin. Mặc dù số lượng khách hàng thăm viếng 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 tốc độ 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 chuyên gia tiếp thị cần phải nhận ra rằng Internet bây giờ đã và đang trở thành sân chơi hữu ích, thiết thực của đông đảo người tiêu dùng. Và bởi vậy, nếu muốn sản phẩm của mình được nhiều người biết đến, họ không thể đứng ngoài sân chơi lý tưởng này.

2. 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.

3. Qua Internet, các doanh nghiệp có thể nắm bắt được nhiều thông tin về khách hàng

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 ghé thăm 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 chuyên gia tiếp thị 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 bạn kịp thời đáp ứng nhu cầu của khách hàng, và nếu

làm được việc này, bạn sẽ có thể biến họ trở thành những khách hàng “ruột” của mình.

4. Internet giúp bạn dễ dàng tiếp thị đến đúng đối tượng mục tiêu

Cách làm hiệu quả nhất đối với các chuyên gia tiếp thị là nhắm vào những ai đang quan tâm đến những thứ mà họ chào bán. Tuy nhiên, việc này không hề dễ dàng thực hiện chút nào. Người ta có thể đang ném tiền qua cửa sổ khi các clip quảng cáo trên truyền hình không chuyển tải được thông điệp cần thiết đến khách hàng mục tiêu chỉ vì người tiêu dùng đang ngày càng trở nên bội thực với hàng hà sa số các quảng cáo. Trong khi đó, Internet lại là công cụ tiện lợi nhất để truyền tải thông tin với tốc độ nhanh nhất đến không chỉ một vài chục người, vài trăm người, mà là hàng triệu triệu người trong thế giới rộng mở không còn cách biệt bởi biên giới địa lý này.

5. Internet là 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 ông chủ 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 mạng quan tâm, khai thác triệt để. Tuy nhiên, việc nhiều khách hàng trở thành con nợ trong thời gian dài cần có sự kiểm soát vì nếu khách hàng nợ quá nhiều sẽ tác động tiêu cực đến hoạt động của các nhà tiếp thị trực tuyến.

6. 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 hàng trung thành khi chất lượng sản phẩm và dịch vụ đưa ra thỏa mãn được nhu cầu cá nhân của từng khách hàng. Điều này cho phép các chuyên gia marketing trực tuyến thực thi các chiến lược tiếp thị theo yêu cầu của khách hàng mà theo đó, khách hàng có thể được thoải mái, tự do lựa chọn sản phẩm hay dịch vụ mà họ yêu thích. Bản chất tương tác của Internet cho phép nhà sản xuất tạo ra sản phẩm cho riêng bạn, giúp cho việc lựa chọn mua sắm của bạn trở nên dễ dàng.

7. 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 người tiêu dùng 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... Nhờ đó, khách hàng có thể đưa ra quyết định ngay lập tức sau khi xem quảng cáo. Trước khi có Internet, công cụ quảng cáo phổ biến nhất đối với người tiêu dùng là gọi điện để mua hàng thông qua các kênh quảng cáo trên truyền hình hoặc báo chí. Tuy nhiên, việc chuyển khách hàng từ trạng thái không

vận động (ví dụ như ngồi xem tivi) sang trạng thái vận động (ví dụ khi nhắc máy điện thoại lên và quay số) là không hiệu quả so với việc họ có thể nhấp chuột trực tiếp lên các mẫu quảng cáo để từ đó đưa ra quyết định của mình.

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

Internet dễ dàng biến các nhà phân phối và 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. Thông qua trang web, người tiêu dùng dễ có cảm giác rằng, các cửa hàng kinh doanh trên mạng có một “cơ ngơi” hiện đại với nhiều chủng loại sản phẩm. Điều này có thể được thực hiện bằng cách đưa thông tin về sản phẩm và dịch vụ của công ty lên trang web, tuy nhiên, phía sau đôi khi “nhà sản xuất” lại là một đối tác kinh doanh truyền thống khác. Chỉ cần có sự thỏa thuận, sắp đặt về thời gian giao nhận hàng hóa, phương tiện vận chuyển sản phẩm..., bạn đã có thể cung cấp hàng hóa đến khách hàng có nhu cầu. Với cách sắp đặt như vậy, khách hàng sẽ cảm thấy như mình đang làm ăn trực tiếp với các nhà cung cấp cùng các dịch vụ hoàn hảo của họ, trong khi thực chất sản phẩm và dịch vụ lại được lấy từ các nguồn khác.

9. Internet cho phép người tiêu dùng sử dụng sản phẩm, dịch vụ với hi 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. Như đã phân tích ở trên, Internet có thể cho phép giảm thiểu chi phí vận hành và quản lý đồng thời cung cấp các giá trị tốt hơn cho khách hàng.

10. Internet hiện diện khắp nơi trên thế giới

Internet là kênh truyền thông và phân phối cho phép khách hàng tìm kiếm 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. Nếu như trước đây khi chưa có thương mại điện tử, các giao dịch quốc tế diễn ra phức tạp với chi phí khá tốn kém thì ngày nay, Internet đã kết nối tất cả mọi người với nhau thành một cộng đồng kinh doanh không biên giới quốc gia. Cho dù việc lập nên trang web không bảo đảm cho việc kinh doanh mang tính chất 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.

