Xây dựng chiến dịch online marketing - Biến trang web thành văn phòng ảo



Tạo Trang web, dưới con mắt của những người làm marketing, là một trung tâm triển lãm và giao dịch ảo của doanh nghiệp trên mạng Internet. Trang web truyền tải thông tin, nhận dạng thương hiêu, giao dịch trực tuyến ....

Trang web - cầu nối doanh nghiệp và khách hàng

Để một trang web thực sự trở thành công cụ hỗ trợ kinh doanh, đáp ứng được yêu cầu về chức năng tìm kiếm, kỹ thuật và cả yếu tố thẩm mỹ, giúp khách hàng cảm thấy thoải mái và thuận tiện khi truy cập thì doanh nghiệp cần lưu tâm ba vấn đề chính:

Giao diện trang web:

Đơn giản, chuyên nghiệp, phù hợp với cá tính thương hiệu và đáp ứng đúng nhu cầu của đối tượng mục tiêu mà trang web nhắm đến. Giao diện là một thành phần trong hệ thống nhận diện thương hiệu nên cần được thiết kế phù hợp với các ấn phẩm tĩnh của doanh nghiệp như: name card, brochure…

Nội dung:

Lập web phong phú, bổ ích, có sức lôi cuốn và được cập nhật thường xuyên. Cần xây dựng nội dung trên tinh thần đáp ứng nhu cầu thông tin của khách hàng mục

tiêu. Chỉ có bản thân doanh nghiệp mới tạo ra được nội dung hấp dẫn, không có agency nào thay thế được doanh nghiệp khi thực hiện điều này.

Cũng cần lưu ý đến vấn đề công nghệ, nếu một trang web không tải xuống được trong khoảng thời gian tính bằng giây, cơ hội để người sử dụng quay lại trang web đó gần như là bằng không.

Chức năng tương tác:

Đơn giản, thuận tiện, dễ sử dụng. Tính tương tác thể hiện ở các hoạt động như: đăng ký thành viên, yêu cầu báo giá, hỗ trợ khách hàng… Nếu khai thác tính năng này tốt, doanh nghiệp có thể nhận diện khách hàng mục tiêu dễ dàng, thu thập dữ liệu về khách hàng thuận tiện.

Điểm mấu chốt quyết định thành công của một trang web chính là sự am hiểu về khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp. Trước đây, nhiều người nghĩ rằng trang web phải do bộ phận IT của doanh nghiệp xây dựng, quản lý và điều hành thì nay công việc này nên xuất phát từ phòng marketing bởi những người làm tiếp thị sẽ đưa ra thông điệp gần gũi với khách hàng của doanh nghiệp hơn.

Đường dẫn là tướng, nội dung là vương

31,5 triệu là số trang web được tạo mới trong năm 2008. Riêng tại Việt Nam, theo thống kê của VNNIC tính đến tháng 2.2009 đã có gần 100.000 tên miền .vn đã được đăng ký.

Nếu không nỗ lực quảng bá, trang web của bạn sẽ chìm sâu trong "đại dương" Internet và những đầu tư cho trang web sẽ là "công dã tràng". Việc truyền thông trước hết phải thực hiện từ nội bộ. Chính những nhân viên trong công ty, thông qua các mối quan hệ của mình sẽ là những người đầu tiên quảng bá trang web doanh nghiệp.

Đừng bao giờ đưa ra bên ngoài các ấn phẩm marketing tĩnh như namecard, brochure… mà không đặt lên đó địa chỉ trang web của doanh nghiệp. Hãy xây dựng một kế hoạch quảng bá web lâu dài và gắn kết với hoạt động marketing của doanh nghiệp: có mục tiêu, có ngân sách, có theo dõi, và đánh giá.

Tùy theo quy mô doanh nghiệp mà sử dụng cá nhân chuyên trách hay thuê dịch vụ bên ngoài (outsource) cho công tác vận hành. Để tăng hiện diện và quảng bá trang web trên môi trường Internet, doanh nghiệp có thể quảng bá bằng các hoạt động như:

đặt banner, mua từ khóa, trao đổi link với các trang web khác, tham gia mạng cộng đồng...

Luôn nhớ rằng trang web không phải là một dự án làm một lần, mà là quá trình hoàn thiện không ngừng theo chu trình ***4C***: ***Conception (ý tưởng) → Construction (xây dựng) → Communication (truyền thông) → Continuation (vận hành, tiếp tục)***

.