MARKETING STRATEGY



Brand / Business Name :

Planning Period: :

Prepared by: :

Version: :

Date: :

SANSAN ACADEMY

TỔNG QUAN CHIẾN LƯỢC

Mục tiêu của Marketing Strategy

Marketing Strategy xác định doanh nghiệp muốn tiếp cận thị trường như thế nào, phục vụ nhóm khách hàng nào và sử dụng nguồn lực Marketing ra sao để đạt mục tiêu kinh doanh.

Thông tin cần điền:

01 Thời gian áp dụng chiến lược :

02 Sản phẩm / dịch vụ trọng tâm :

03 Thị trường triển khai :

04 Mục tiêu kinh doanh liên quan :

05 Người chịu trách nhiệm :

SANSAN ACADEMY

BUSINESS &
MARKETING OBJECTIVES

Doanh nghiệp muốn đạt điều gì?

Xác định những mục tiêu Marketing cần hỗ trợ trực tiếp cho mục tiêu kinh doanh.

Ví dụ nhóm mục tiêu:

- Tăng nhận diện
- Thu hút khách hàng mới
- Tăng Lead
- Tăng doanh thu
- Giữ chân khách hàng
- Phát triển thị trường mới

Điền vào:

01 Business Goal : _____

02 Marketing Goal : _____

03 Mục tiêu ưu tiên : _____

04 Kết quả mong muốn : _____

05 Thời gian hoàn thành : _____

SANSAN ACADEMY

SITUATION ANALYSIS

Doanh nghiệp đang ở đâu?

Phân tích tình hình hiện tại trước khi quyết định hướng Marketing.

5Cs Analysis

Khung phân tích giúp nhìn rõ bối cảnh hiện tại của doanh nghiệp.

01 Company
Doanh nghiệp đang có lợi thế và hạn chế gì?

02 Customers
Khách hàng hiện tại và tiềm năng là ai?

03 Competitors
Đối thủ đang cạnh tranh bằng yếu tố nào?

04 Collaborators
Đối tác hoặc kênh nào đang hỗ trợ doanh nghiệp?

05 Context
Yếu tố thị trường nào đang ảnh hưởng đến hoạt động?

SANSAN ACADEMY

SWOT ANALYSIS

Tóm tắt những yếu tố ảnh hưởng lớn nhất

Strengths

Điểm mạnh nội bộ của doanh nghiệp.

Weaknesses

Điểm hạn chế cần cải thiện.

Opportunities

Cơ hội từ thị trường hoặc hành vi khách hàng.

Threats

Rủi ro và sức ép từ bên ngoài.

SANSAN ACADEMY

Strengths

Weaknesses

Opportunities

Threats

Kết luận chiến lược

Điểm nào nên tận dụng và vấn đề nào cần ưu tiên xử lý?

TARGET MARKET

Doanh nghiệp sẽ tập trung vào thị trường nào?

Không phải mọi khách hàng đều cần được tiếp cận cùng lúc. Phần này xác định nhóm thị trường có mức độ phù hợp cao nhất với mục tiêu hiện tại.

Phân khúc thị trường theo:

01 Địa lý

02 Nhân khẩu học

03 Nhu cầu

04 Hành vi

05 Khả năng chi trả

06 Mức độ sẵn sàng mua

Thị trường mục tiêu:

Lý do lựa chọn:

SANSAN ACADEMY

TARGET CUSTOMER

Khách hàng mục tiêu là ai?

Mô tả nhóm khách hàng mà chiến lược cần tập trung tiếp cận.

Customer Profile

01 Độ tuổi / nhóm nghề nghiệp

02 Nhu cầu chính

03 Vấn đề đang gặp

04 Điều họ quan tâm khi lựa chọn

05 Rào cải khiến họ chưa mua

06 Kênh thường sử dụng

07 Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định

Customer Insight

Khách hàng thực sự muốn đạt được điều gì phía sau nhu cầu bề mặt?

SANSAN ACADEMY

Positioning

Thương hiệu muốn được ghi nhớ như thế nào?

Positioning xác định vị trí mà doanh nghiệp muốn chiếm trong nhận thức của khách hàng so với các lựa chọn khác.

Lưu ý

- Positioning cần rõ ràng, đơn giản và dễ ghi nhớ.
- Tập trung vào một nhóm khách hàng cụ thể.
- Thể hiện sự khác biệt so với đối thủ.
- Phù hợp với năng lực và giá trị cốt lõi của doanh nghiệp.

Template Positioning

ĐIỀN THÔNG TIN PHÙ HỢP VỚI DOANH NGHIỆP

01	**Dành cho:** Nhóm khách hàng mục tiêu là ai?	
02	**Thương hiệu / sản phẩm:** Bạn đang cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ gì?	
03	**Giúp khách hàng:** Giải quyết vấn đề gì hoặc đáp ứng nhu cầu gì?	
04	**Khác biệt nhờ:** Yếu tố nào giúp bạn khác biệt so với đối thủ?	
05	**Điểm khác biệt chính:** Một câu ngắn gọn thể hiện vị trí mong muốn trong tâm trí khách hàng.	

SANSAN ACADEMY

Value Proposition

Làm rõ vấn đề của khách hàng, giải pháp của thương hiệu và giá trị khác biệt mang lại.

Lưu ý

- Tập trung vào nhu cầu thực tế của khách hàng mục tiêu.
- Giải pháp và lợi ích cần rõ ràng, cụ thể và khác biệt so với đối thủ.

01 Customer Problem
Vấn đề của khách hàng

Khách hàng đang gặp vấn đề gì?

02 Solution
Giải pháp của thương hiệu

Thương hiệu cung cấp giải pháp gì?

03 Benefit
Lợi ích mang lại

Giải quyết vấn đề đó mang lại lợi ích gì cho khách hàng?

04 Reason to Believe
Lý do để tin tưởng

Điều gì chứng minh thương hiệu có thể mang lại lợi ích này?

Value Proposition Statement

Tổng hợp thành một câu ngắn gọn thể hiện giá trị khác biệt mà thương hiệu mang lại cho khách hàng.

CUSTOMER INSIGHT

Khách hàng thực sự muốn đạt được điều gì?

Hiểu sâu động cơ, nhu cầu và hành vi của khách hàng để tạo nội dung và chiến lược phù hợp.



Template Customer Insight

ĐIỀN THÔNG TIN PHÙ HỢP VỚI DOANH NGHIỆP

01 Đối tượng khách hàng	
02 Nhu cầu / mong muốn thực sự	
03 Nỗi đau / vấn đề đang gặp	
04 Hành vi & thói quen	
05 Insight cốt lõi	

SANSAN ACADEMY

ACTION PLAN

Từ insight đến hành động cụ thể như thế nào?

Lập kế hoạch triển khai dựa trên insight để tạo kết quả thực tế.



SANSAN ACADEMY

Template Action Plan

ĐIỀN THÔNG TIN PHÙ HỢP VỚI DOANH NGHIỆP

01	Mục tiêu	
02	Chiến lược / hướng tiếp cận	
03	Hoạt động triển khai	
04	Nguồn lực / phân công	
05	Đo lường & tối ưu	

MEASUREMENT & OPTIMIZATION

Đo lường và tối ưu như thế nào?

Theo dõi kết quả và liên tục tối ưu để đạt hiệu quả cao hơn.



Template ĐIỀN THÔNG TIN PHÙ HỢP VỚI DOANH NGHIỆP

01 Chi số đo lường chính (KPI)	
02 Công cụ đo lường	
03 Tần suất theo dõi	
04 Cách đánh giá kết quả	
05 Hướng tối ưu tiếp theo	

SANSAN ACADEMY

CHANNEL STRATEGY

Triển khai kênh phù hợp như thế nào?

Lựa chọn và phối hợp các kênh để tiếp cận đúng khách hàng, đúng thời điểm.



Template Channel Strategy

ĐIỀN THÔNG TIN PHÙ HỢP VỚI DOANH NGHIỆP

01 Mục tiêu	
02 Danh sách kênh	
03 Vai trò của từng kênh	
04 Cách phối hợp giữa các kênh	
05 Chỉ số đánh giá hiệu quả	

SANSAN ACADEMY

CONTENT PLAN

Lập kế hoạch nội dung như thế nào?

Xây dựng kế hoạch nội dung có hệ thống để triển khai consistent và hiệu quả.



SANSAN ACADEMY

Template Content Plan

ĐIỀN THÔNG TIN PHÙ HỢP VỚI DOANH NGHIỆP

01 Mục tiêu nội dung	
02 Chủ đề chính (Content Pillar)	
03 Chủ đề chi tiết (Topic Cluster)	
04 Định dạng nội dung	
05 Kênh triển khai & tần suất	

CAMPAIN PLAN

Lập kế hoạch chiến dịch như thế nào?

Từ mục tiêu đến triển khai, đo lường và tối ưu để đạt kết quả mong muốn.



SANSAN ACADEMY

Template Campaign Plan

ĐIỀN THÔNG TIN PHÙ HỢP VỚI DOANH NGHIỆP

01 Mục tiêu chiến dịch	
02 Đối tượng mục tiêu	
03 Thông điệp chính	
04 Kênh triển khai	
05 Kế hoạch đo lường & tối ưu	

BUDGET PLAN

Lập kế hoạch ngân sách như thế nào?

Phân bổ và quản lý ngân sách hợp lý để tối ưu hiệu quả chiến dịch.



Template Budget Plan

ĐIỀN THÔNG TIN PHÙ HỢP VỚI DOANH NGHIỆP

01 Tổng ngân sách	
02 Phân bổ theo kênh	
03 Tỷ lệ ngân sách	
04 Kế hoạch sử dụng	
05 Đánh giá & điều chỉnh	

SANSAN ACADEMY

PERFORMANCE TRACKING

Theo dõi và đánh giá như thế nào?

Sử dụng các chỉ số và công cụ đo lường để theo dõi tiến độ và hiệu quả chiến dịch.



Template Performance Tracking

ĐIỀN THÔNG TIN PHÙ HỢP VỚI DOANH NGHIỆP

01	Chỉ số đo lường (KPI)	
02	Công cụ đo lường	
03	Tần suất theo dõi	
04	Cách đánh giá hiệu quả	
05	Hành động tối ưu	

SANSAN ACADEMY

RISK MANAGEMENT

Quản trị rủi ro như thế nào?

Nhận diện, đánh giá và xây dựng phương án xử lý để hạn chế rủi ro trong chiến dịch Marketing.



Template Risk Management

ĐIỀN THÔNG TIN PHÙ HỢP VỚI DOANH NGHIỆP

01	Nhận diện rủi ro	
02	Đánh giá mức độ ảnh hưởng	
03	Nguyên nhân & kịch bản	
04	Phương án xử lý	
05	Theo dõi & tối ưu	

SANSAN ACADEMY

CRISIS MANAGEMENT

Quản trị khủng hoảng như thế nào?

Chủ động xử lý khủng hoảng để bảo vệ thương hiệu và duy trì niềm tin khách hàng.



Template Crisis Management

ĐIỀN THÔNG TIN PHÙ HỢP VỚI DOANH NGHIỆP

01 Nhận diện khủng hoảng	
02 Đánh giá mức độ ảnh hưởng	
03 Nguyên nhân & kịch bản xử lý	
04 Kế hoạch truyền thông	
05 Rả soát & phòng ngừa	

SANSAN ACADEMY

SMART OBJECTIVE

Đặt mục tiêu Marketing hiệu quả như thế nào?

Ứng dụng nguyên tắc SMART để xây dựng mục tiêu rõ ràng, do lường được và khả thi.



Template SMART Objective

ĐIỀN THÔNG TIN PHÙ HỢP VỚI DOANH NGHIỆP

S	Specific (Cụ thể)	
M	Measurable (Do lường được)	
A	Achievable (Khả thi)	
R	Relevant (Phù hợp)	
T	Time-bound (Có thời hạn)	

SANSAN ACADEMY