

MỤC LỤC

| | |
|---|-----------|
| MỤC LỤC | 1 |
| <i>Lời nói đầu</i> | 4 |
| Về chúng tôi | 6 |
| Phần I. Content marketing | 7 |
| 1. Content marketing là gì..... | 7 |
| 2. Marketing concept | 8 |
| 3. Selling concept | 9 |
| 4. Bí quyết Content Marketing, Digital Marketing, Quảng cáo trực tuyến và Bán hàng hiệu quả. | 10 |
| 5. 10 nguyên tắc tiếp thị trên mạng xã hội..... | 13 |
| 6. Thương hiệu và thiết kế..... | 16 |
| 7. Công thức cho chiến lược marketing trực tuyến “tất cả trong 1” | 18 |
| 8. Kỹ năng người làm content marketing cần có | 19 |
| 9. Marketing bằng tư duy lãnh đạo | 21 |
| 10. Bí quyết xây dựng nội dung tiếp thị | 23 |
| 11. Quan niệm sai lầm trong tiếp thị bằng nội dung..... | 25 |
| 12. Nâng cao chất lượng nội dung tiếp thị | 26 |
| 13. 10 mẹo hoàn thiện kế hoạch tiếp thị nội dung | 28 |
| 14. Nên PR hay tiếp thị nội dung?..... | 30 |
| 15. Học cách tiếp thị bằng nội dung hiệu quả | 31 |
| 16. Câu hỏi cần trả lời khi làm content marketing | 33 |
| 17. Tiếp thị nội dung: Dễ mà khó..... | 35 |
| 18. Chọn kênh nào cho tiếp thị nội dung? | 37 |
| 19. Lý do thất bại của chiến dịch content marketing..... | 39 |
| Phần II. Digital marketing, kinh nghiệm SEO và quảng cáo trực tuyến | 42 |
| 1. Digital Marketing là gì ? | 42 |
| 2. 8 xu hướng SEO đáng chú ý năm 2017..... | 43 |
| 3. Google hay Facebook ? | 45 |
| 4. WordPress và thiết kế website | 46 |
| 5. Khóa học bán hàng online | 60 |
| 6. Kinh nghiệm bán hàng online | 61 |

| | |
|---|-----|
| 7. 5 thủ thuật tiếp thị trực tuyến – kinh doanh trực tuyến | 63 |
| 8. Bốn kỹ năng cần có của người bán hàng online | 65 |
| 9. Có gì ở khóa học marketing online và bán hàng trực tuyến? | 67 |
| 10. Yếu tố quyết định chọn lớp học bán hàng online – marketing trực tuyến | 68 |
| 11. Bí quyết bán hàng online thành công | 69 |
| 12. 5 cách giúp website bán hàng thu hút hơn | 71 |
| 13. Kiếm một triệu USD trong 8 tháng từ bán hàng online | 72 |
| 14. Gỡ Đồng Kỵ theo gót Cá kho làng Vũ Đại bán online | 73 |
| 15. Internet tác động thế nào đến hành vi mua hàng | 74 |
| 16. Lỗ vốn vì nhận tiền mặt khi bán hàng online | 75 |
| 17. 200 Title – headlines câu view | 77 |
| 18. 10 bước đơn giản SEO Onpage | 80 |
| 19. SEO on page các lỗi thường gặp | 83 |
| 20. Thương hiệu và thiết kế | 85 |
| 21. Công thức cho chiến lược marketing trực tuyến “tất cả trong 1” | 87 |
| 22. Tiếp Thị Trực Tuyến với Tiêu Đề Đơn Giản Mà Hiệu Quả – P1 | 88 |
| 23. SEO On-Page Khám phá hiệu quả nơi đặt từ khóa | 89 |
| 24. Bí mật SEO đơn giản 1 website | 92 |
| 25. Chuẩn AMP là gì? | 94 |
| 26. Cách đưa bài viết lên twiter và fanpage Fb tự động qua RSS | 96 |
| 27. Chiêu thức cũ hiệu quả trong tiếp thị trực tuyến | 98 |
| 28. Hiểu về bộ máy tìm kiếm | 100 |
| 29. Toán tử tìm kiếm google | 102 |
| 30. Toán tử của bộ máy tìm kiếm khác | 104 |
| 31. Tìm hiểu về bộ tìm kiếm | 105 |
| 32. Web index và cách lấy thông tin của google | 107 |
| 33. Bí ẩn của Cache google | 109 |
| 34. Chuẩn mới kết quả tìm kiếm | 110 |
| 35. Những lỗi thường gặp khi tối ưu Onpage | 111 |
| 36. TÚT dò quét và dữ liệu | 113 |
| 37. Điều khiển hoạt động của bộ tìm kiếm | 117 |
| 38. Mã trạng thái 404 – 500 | 120 |
| 39. Điều quan trọng của URL | 121 |

| | |
|--|-----|
| 40. Tốc độ site – Tầm quan trọng và cách tối ưu..... | 123 |
| 41. Sitemap và RSS Feeds | 125 |
| 42. Những điều cần tránh..... | 128 |
| 43. RSS feeds: Cách tối ưu | 129 |
| 44. Những lỗi thường gặp của website | 130 |
| 45. Những tool cần biết quản trị website | 132 |
| 46. Google chrome và firebug | 133 |
| 47. Các công cụ cho website | 134 |
| 48. Chặn robots bảo vệ vùng bí mật..... | 135 |
| 49. Các công cụ cho website | 136 |
| 50. Chặn robots bảo vệ vùng bí mật..... | 137 |
| Phần III. Dịch vụ, đào tạo | 141 |
| 1. Dịch vụ | 141 |
| 2. Đào tạo | 141 |
| Tài liệu tham khảo | 142 |

Lời nói đầu

TIẾP THỊ TRỰC TUYẾN MARKETING ONLINE

Mục tiêu ban đầu của Tiếp thị trực tuyến Marketing online là **Giảm** chi phí quảng cáo, **Tăng** tỷ suất lợi nhuận – ROI trong quá trình quảng bá sản phẩm của Quý Khách.

Quý Khách hàng mà Tiếp thị trực tuyến Marketing online – TMO hân hạnh được phục vụ là Nhân viên kinh doanh, Chủ cửa hàng – Shop – Hộ kinh doanh *nhỏ*, Bán hàng partime kiếm thêm thu nhập và Startup – Khởi nghiệp ... tất cả có một điểm chung là mong muốn *giảm* chi phí quảng cáo ít nhất có thể và *tăng* lợi nhuận tối đa.



Tiếp thị trực tuyến
Giảm chi phí quảng cáo, tăng tỷ suất lợi nhuận

Digital Marketing
Content Marketing
Quảng cáo trực tuyến

Sự hài lòng của Quý khách sẽ là thành công của TMO, TMO cam kết gắn bó lâu dài với Quý khách.

Tiếp thị trực tuyến

Cách đây vài năm, phương pháp bán hàng gọi là Telesale, SMS, Email được dùng phổ biến vì nó thành công nhưng nay không được dùng nhiều vì nhiều lý do. Hiện tại, **tiếp thị trực tuyến marketing online** trở nên sôi động, bạn thấy mọi người đều có facebook, zalo, viber, ... và tìm kiếm trên google, cốccốc, yahoo, bing cùng với các dịch vụ quảng cáo và phần mềm ra đời.

Bạn suy nghĩ ra cách bán hàng từ các ứng dụng đó,

– Với facebook bạn cố gắng kết nhiều bạn, tạo group, fanpage ... cuối cùng tài khoản bạn bị khóa và mọi công sức xem như xong.

Bạn thấy vậy nên suy nghĩ cần trả phí cho facebook quảng cáo, đúng là có tiếp cận mọi người nhưng đó không phải là khách hàng tiềm năng của bạn và bạn mất một khoảng tiền vô ích cùng bài học kinh nghiệm sâu sắc chưa tính đến chi phí cơ hội thời gian bỏ ra ...

Bạn bắt đầu nghĩ tới việc mua phần mềm quảng cáo facebook ... nhưng bạn không biết rằng facebook đủ thông minh để biết đâu là phần mềm spam và kết quả là không thấy khách hàng gì hết mà chỉ thấy tốn tiền mua phần mềm.

– **Zalo, Viber** hay **OTT** đều giống vậy.

Google search và Google adword

Bạn nghĩ đến Google search và Google adword

– Bạn sợ tốn tiền nên chỉ tạo blog hay blog chuyển tên miền không dùng hosting, bạn không biết gì coding hay thậm chí thiết kế nhưng mài mò trên mạng cuối cùng cũng làm được mặc dù tốn thời gian thiệt. Nhưng bạn không biết rằng các nhà mạng chặn những thứ này và sau thời gian dài bạn mới nhận ra điều đó ...

– Bạn tìm đến nhà thiết kế website và được hứa hẹn hỗ trợ lên Top Google nhưng điều này có nghĩa bạn phải trả phí.

Sau một thời gian cũng không thấy khách hàng tìm đến, bạn được tư vấn phải dùng Google adword và cách này có vẻ hiệu quả nhưng bạn nhận thấy chi phí nó không hề nhỏ và thậm chí không có lời. Hay nếu có lời, bạn gặp phải sự cạnh tranh gay gắt từ nhiều phía...

Vậy đâu là hiệu quả ?

Sự kết hợp giữa digital marketing, content marketing và bán hàng trực tiếp; nếu sản phẩm của bạn mang lại **giá trị** cho khách hàng thì sẽ có khách hàng.

Câu hỏi đặt ra là chi phí bao nhiêu và có lợi nhuận không ?

– Nếu bạn không có thời gian, TMO hân hạnh phục vụ Quý khách các dịch vụ digital marketing và content marketing.

Quan trọng nhất vẫn là sản phẩm có **giá trị** và bán hàng trực tiếp, việc mở rộng và duy trì mối quan hệ bán hàng chính là yếu tố này.

– Nếu bạn có thời gian, TMO sẽ cung cấp tài liệu và tư vấn, đào tạo bao gồm thực hành, học thuật, kinh nghiệm thực tế.

Cam kết gắn bó lâu dài

Sự hài lòng của Quý khách sẽ là thành công của TMO;
Chúng tôi cam kết gắn bó lâu dài với Quý khách.

Tài liệu tham khảo

[1] Về tạp chí, Doanh nhân Sài Gòn và Thời báo Kinh tế Sài Gòn.

[2] Về học thuật,

- Philip Kotler và Gary Armstrong, *Nguyên lý tiếp thị*;
- N. Gregory Mankiw, *Nguyên lý Kinh tế học*;
- Alex Blyth, *Tiếp thị trực tuyến thông minh*;
- Dharmesh Shah và Brian Halligan, *Tiếp Thị Trực Tuyến Trong Kỷ Nguyên Mới*;
- David Meerman Scott, *Quy Luật Mới của PR Và Tiếp Thị*;
- Kent Wertime – Ian Fenwick, *Tiếp thị số*.

[3] Các thuật ngữ, khái niệm tham khảo từ Google Adword, Facebook Business và WordPress.

[4] SEO, YouTube, Zalo và OTT.

[5] Google search, CốcCốc search, Bing search và Yahoo search.

[6] Kinh nghiệm thực tế tiếp thị trực tuyến.

