

NHỮNG TIÊU CHUẨN MỚI CỦA CHUYÊN VIÊN TIẾP THỊ SỐ TRONG KỶ NGUYÊN INTERNET

ThS. Nguyễn Ngọc Bích Trâm¹
ThS. Nguyễn Anh Tuấn²
ThS. Trần Minh Tùng³

Tóm tắt: Tiếp thị số (Digital Marketing) đã và đang trở thành xu hướng phát triển mới của doanh nghiệp trong kỷ nguyên Internet vì mang lại nhiều hiệu quả và tầm ảnh hưởng của doanh nghiệp thông qua quảng bá hình ảnh, sản phẩm, thương hiệu của mình trong bối cảnh hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế toàn cầu. Internet và công nghệ số đã làm thay đổi mạnh mẽ cấu trúc thị trường kinh doanh dẫn đến nhu cầu nhân lực ngành này tại Việt Nam ngày càng tăng cao. Trong phạm vi bài viết chỉ đề cập xu hướng phát triển tiếp thị số và những tiêu chuẩn cần thiết đối với một chuyên viên tiếp thị số (Digital Marketer) khi tổ chức triển khai các chiến dịch marketing của doanh nghiệp trên Internet.

1. Đặt vấn đề

Cùng với sự phát triển không ngừng của mạng Internet tại Việt Nam, các hoạt động Marketing và kinh doanh trên môi trường Internet đang ngày một phát triển và trở thành xu hướng chung trên thị trường. Digital Marketing bao gồm một chuỗi các hoạt động marketing nhằm quảng bá và kinh doanh sản phẩm của mình đến khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả thông qua các phương tiện điện tử như: website, email, quảng cáo trên Google (SEM), quảng cáo trên mạng xã hội, quảng cáo trên các thiết bị di động,...

¹ Khoa Marketing – Trường ĐH Tài chính - Marketing

² Khoa Marketing – Trường ĐH Tài chính - Marketing

³ Khoa Công nghệ Thông tin – Trường ĐH Tài chính - Marketing

Chẳng hạn, Công ty Cổ phần Cà phê Trung Nguyên đã chủ động tạo ra những thông tin bổ ích, thú vị và đăng phát – chia sẻ - tương tác tới “*cộng đồng mạng*” trên các kênh số hóa khác nhau như: một ly cà phê cho thỏa chí sáng tạo, Shop online,...

Tuy nhiên, thực tế trên cũng đang tạo ra một sức ép lên đội ngũ marketing, kinh doanh và cả bộ phận kỹ thuật (IT) của các doanh nghiệp vì cả ba lãnh vực này là ba thành phần then chốt quan trọng khi triển khai các chiến dịch Digital Marketing tại doanh nghiệp. Riêng với đội ngũ marketing, nếu như trước đây những tiêu chí quan trọng để đánh giá một nhân viên marketing có tố chất thành công như: sáng tạo, linh hoạt và có độ “*nhạy*” trên thị trường thì hiện nay khả năng quản trị website, nắm được các công nghệ mới và làm chủ được các hoạt động mang tính chất kỹ thuật trên các website, mạng xã hội và công cụ tìm kiếm Google, chỉnh sửa hình ảnh,... đang được xem là những tiêu chí mới khi các doanh nghiệp có nhu cầu tuyển dụng nhân viên marketing.

Bill Gates đã từng nói rằng: “*Từ năm cho đến mười năm nữa nếu bạn không kinh doanh thông qua Internet thì tốt hơn hết bạn đừng nên kinh doanh gì nữa*”. Qua đó, chúng ta cũng nhận ra rằng xu hướng kinh doanh trên Internet là xu hướng phát triển chung của toàn cầu và cần được đẩy mạnh trong thời gian tới nhằm giúp doanh nghiệp mới có thể tăng lượng khách hàng, tăng doanh thu và độ nhận biết thương hiệu và tăng chất lượng phục vụ khách hàng.

Nếu như đây là thách thức mới cho các nhân viên marketing thì nó cũng mở ra những cơ hội mới cho các nhân viên công nghệ thông tin để có thể dễ dàng lấn sân sang một lãnh vực hoàn toàn mới dựa trên những hiểu biết của mình về công nghệ mới và Internet là một vấn đề được quan tâm trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Do đó, cần thiết phải có sự giao thoa giữa marketing và công nghệ thông tin để có thể tạo ra một đội ngũ Digital Marketing có chất lượng và có khả năng đáp ứng đúng nhu cầu nhân sự tại hầu hết các doanh nghiệp tại Việt Nam hiện nay.

2. Những tiêu chuẩn của một chuyên viên tiếp thị số trong kỷ nguyên Internet

Cũng giống như các lĩnh vực khác, các doanh nghiệp sẽ phải đối mặt với những khó khăn và thách thức để có thể tối ưu hiệu quả kinh doanh. Và trong kỷ nguyên Internet thì yếu tố công nghệ là rào cản lớn nhất khi các doanh nghiệp hướng đến các hoạt động Digital Marketing để phát triển hoạt động kinh doanh của mình.

Những người làm marketing trên các phương tiện truyền thông truyền thống trước đây sẽ gặp phải rất nhiều khó khăn để có thể đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp vì những nền tảng công nghệ mà họ sử dụng nhiều nhất có thể chỉ là các phần mềm Microsoft Office. Trong khi đó, các nhân viên công nghệ thông tin thì hoàn toàn có thể làm được những nội dung trên nhưng lại không biết cách làm thế nào cho đúng, làm cho hay để tác động đúng đến nhu cầu và đáp ứng đầy đủ những hành vi của người tiêu dùng khi mua bán, trao đổi hàng hóa, dịch vụ trực tuyến để ngân sách đầu tư cho marketing thực sự đem lại hiệu quả.

Như vậy để đáp ứng xu hướng phát triển của Digital Marketing, thực sự các doanh nghiệp cần phải đảm bảo nguồn nhân lực có đủ trình độ kiến thức về marketing, am hiểu về công nghệ thông tin để có thể quản lý sự hiện diện của thương hiệu trên phương tiện truyền thông mới trên Internet cũng như tiếp nhận những thông tin phản hồi và tạo ra những nội dung mới có giá trị đối khách hàng và khách hàng tiềm năng. Bên cạnh đó, những rủi ro từ việc áp dụng Digital Marketing không đúng cách như: sử dụng các kênh mạng xã hội để thúc đẩy doanh số bán hàng nhưng lại không có sự tương tác với khách hàng, không trả lời những ý kiến phản hồi tiêu cực gây tổn hại nghiêm trọng đến danh tiếng thương hiệu của doanh nghiệp và ảnh hưởng đến vị thế của doanh nghiệp trong cuộc chiến cạnh tranh.

Để triển khai một hệ thống Digital Marketing cho doanh nghiệp không đơn giản vì doanh nghiệp cần phải có những nguồn lực nhất định, trong đó yếu tố nhân lực rất quan trọng để vận hành hệ thống hiệu quả. Những tiêu chuẩn cơ bản nhất mà một chuyên viên tiếp thị số (digital marketer) cần có để triển khai và vận hành hệ thống Digital Marketing gồm:

- Am hiểu về marketing trực tuyến, PR trực tuyến, quảng cáo trực tuyến. Nghiên cứu và phân tích số liệu từ thị trường để nắm bắt thị hiếu, sở thích và nhu cầu của người dùng trên Internet.

- Thiết kế, phát triển và quản trị website nhằm quản lý và giám sát các hoạt động cập nhật nội dung, tin tức, bảo trì và xử lý các sự cố của website.

- Lập kế hoạch và triển khai chiến lược SEO, quảng cáo sản phẩm qua Email, SMS,...

- Biết tổ chức và triển khai các sự kiện trên các trang mạng xã hội như: Facebook, Youtube, Google+, Zing Me, Google Plus, Slideshare, Pinterest,... Đây là mảnh đất màu mỡ và giàu tiềm năng mà các công ty hiện nay đang khai thác nhờ tính trực quan và tương tác đa chiều với khách hàng tiềm năng.

- Xây dựng và triển khai kế hoạch kinh doanh trực tuyến, theo dõi và phân tích các hoạt động marketing trực tuyến của đối thủ cạnh tranh và lập báo cáo định kỳ để cung cấp thông tin kịp thời và nhanh chóng hỗ trợ lãnh đạo ra quyết định.

- Có khả năng làm việc nhóm và đào tạo nhóm nhằm tạo ra nhiều ý tưởng và phát huy tiềm năng tư duy và sáng tạo ở mỗi nhân viên. Sẵn sàng phối hợp thực hiện các chương trình marketing khác khi có yêu cầu.

3. Kết luận

Digital Marketing đã tạo ra nhiều thách thức và cơ hội việc làm mới trong thời đại bùng nổ công nghệ số. Các doanh nghiệp cần có chính sách đầu tư, chiến lược đào tạo và phát triển dài hạn đối với nhân lực tham gia xây dựng kế hoạch, quản lý và lộ trình triển khai cũng như ngân sách đối với Digital Marketing và các kênh phân phối khác. Ngoài ra, công ty cần tính toán đến việc đầu tư hạ tầng kỹ thuật và thuê các nhà cung cấp dịch vụ khi xây dựng chiến lược phát triển Digital Marketing trong thời đại hội nhập kinh tế quốc tế./.