

Phần 1: Kiến thức nền tảng

Module 1 - 2 - 3

KHÁI NIỆM, HIỂU BIẾT, TƯ DUY NỀN TẢNG

Nội dung chính

- 1- Giới thiệu tổng quan
- 2- Những khái niệm nền tảng
- 3- Những hiểu biết nền tảng
- 4- Tư duy nền tảng
- 5- Hỏi & đáp

1- GIỚI THIỆU TỔNG QUAN

Về khóa học, về ZDigital.Marketing & về mình

1-1. Tổng quan 12 module

1- Kiến thức nền tảng

Module 1: Khái niệm nền tảng

Module 2: Hiểu biết nền tảng

Module 3: Tư duy nền tảng

Module 4: Phân tích nền tảng

2- Hạ tầng truyền tải giá trị

Module 5: Website, landing page

Module 6: Nội dung

3- Kênh truyền tải giá trị

Module 7: SEO

Module 8: Google Ads Search

Module 9: Google Shopping

Module 10: Google Display Ads

Module 11: Facebook Ads

Module 12: Marketing Automation

www.zdigital.marketing

All you need to be expert in Digital Marketing

1-3. Về mình



TRẦN MINH NHÂN CHÍNH
Founder zdigital.marketing

1- Thích hệ thống hóa kiến thức và chia sẻ

2- Quan điểm

- “Mọi sự đều do sự học mà ra”
- Nhận thức đúng đắn sẽ tạo ra những hành động đúng đắn.
Tư duy đúng đắn sẽ tạo ra những hành động có hiệu quả

3- Niềm tin

- Luật hấp dẫn

4- Triết lý kinh doanh: Cho đi là nhận lại

5- Kinh nghiệm

Tư vấn, đào tạo, làm việc ở hạng mục Digital Marketing với một số doanh nghiệp lớn-nhỏ như



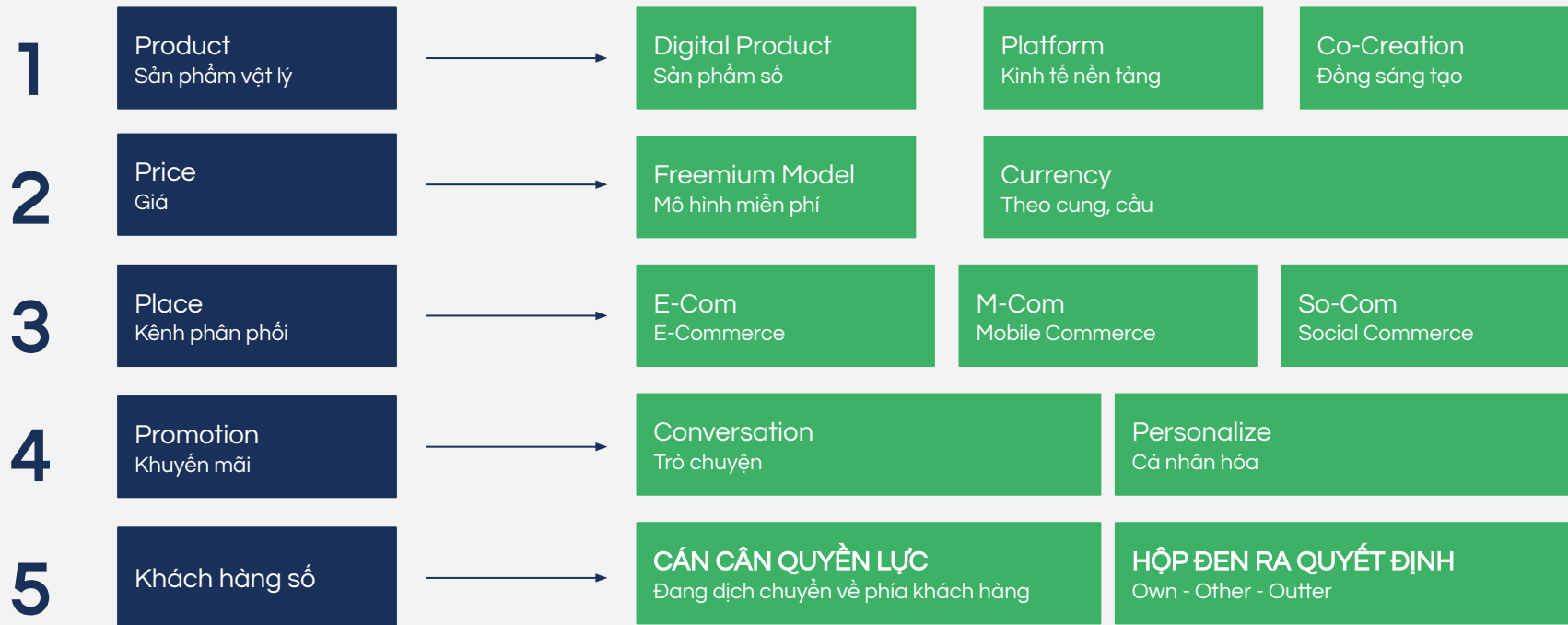
2- NHỮNG KHÁI NIỆM NỀN TẢNG

Marketing, Marketing Online, Digital Marketing...

2-1. Marketing - Marketing Online & Digital Marketing



2-2. Những điểm cốt lõi trong sự chuyển dịch số hóa



2-3. Phát triển năng lực Digital Marketing

Năng lực thực thi **Người thực thi**

Xây dựng hạ tầng truyền tải giá trị
Nội dung, Website, Landing page,...

Kênh, công cụ truyền tải giá trị
Google Ads, Facebook Ads, MKT Automation,...

Đo lường, báo cáo

Năng lực tư duy chiến lược **Người hoạch định**

Phân tích nền tảng
Khách hàng - Sản phẩm - Thị trường

Phương pháp tư duy

Nguyên liệu tư duy
Hiểu biết về thị trường, hiểu biết về thế giới, hiểu biết về kinh doanh

Năng lực tối ưu hóa

3- NHỮNG HIỂU BIẾT NỀN TẢNG

Bản đồ hành trình khách hàng

Các kênh Digital Marketing

Phát triển mục tiêu Digital Marketing

3-1. Bản đồ hành trình khách hàng

Bản đồ hành trình ra quyết định

Bản đồ triển khai các điểm chạm với
doanh nghiệp
Bản đồ hành trình trải nghiệm

Bản đồ hành trình một ngày của khách hàng

Bản đồ hành trình ra quyết định

Trong bản đồ hành trình khách hàng



Phát sinh nhu cầu

Mua hàng

Mua lại, ủng hộ

5A

Aware
Nhận biết

Appeal
Thu hút

Ask
Nghiên cứu

Act
Mua hàng

Advocate
Ủng hộ

TRUYỀN THÔNG

MARKETING, SALE

Search Marketing (SEO, Google Ads,...)
Content Marketing
ReMarketing
MKT Automation (Email, chatbot,...)
Social Seeding

CSKH

CRM
Referral Marketing

Bản đồ hành trình ra quyết định

Trong bản đồ hành trình khách hàng



3-2. Các mục tiêu Digital Marketing

1- Lead Generation (Call, form, email,...)

2- Online Sale

3- Offline sale

1- Lượt hiển thị

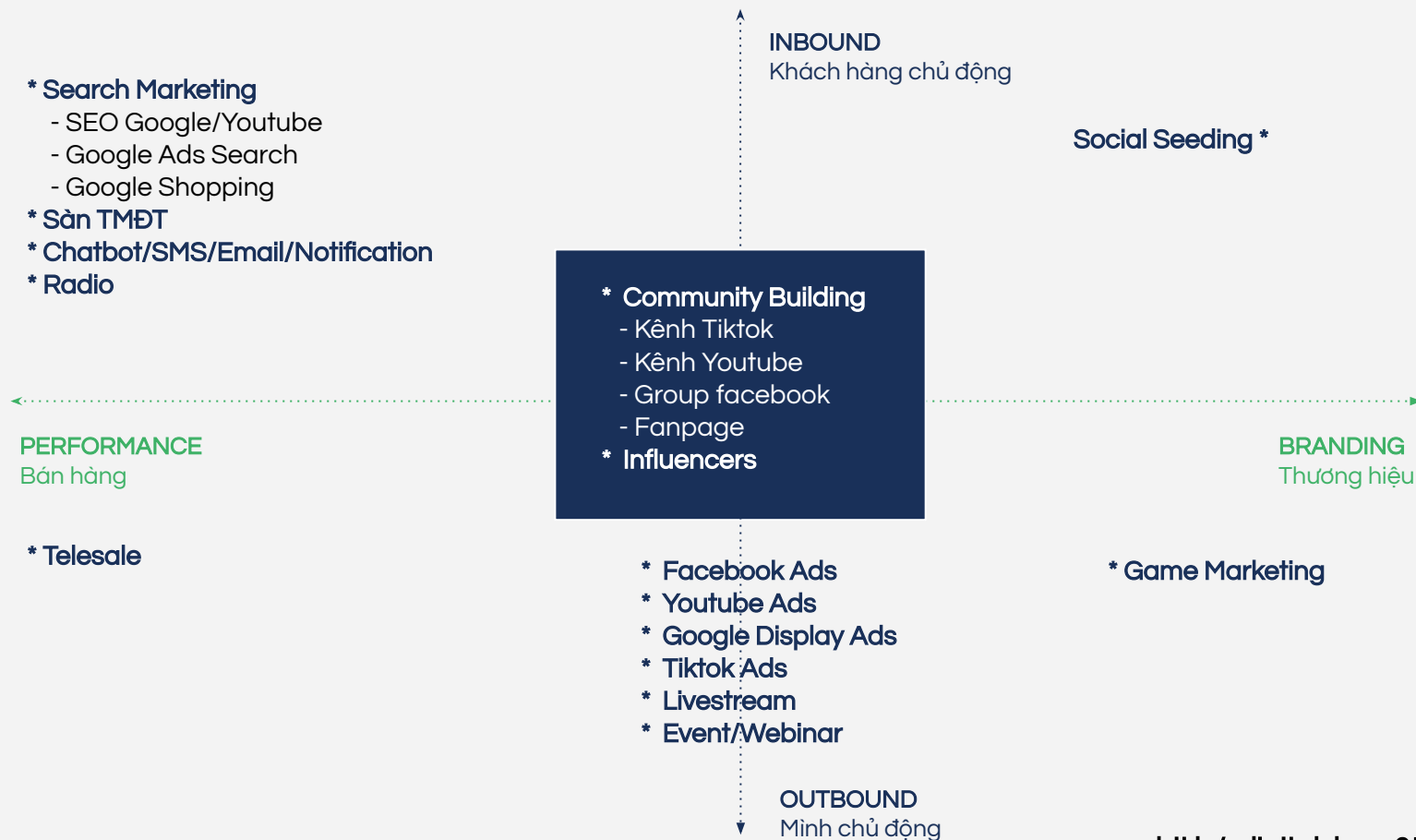
2- Số người nhấp chuột

3- Tỷ lệ nhấp chuột, thời gian đọc bài viết

PERFORMANCE
Bán hàng

BRANDING
Thương hiệu

3-3. Các kênh Digital Marketing



4- TƯ DUY NỀN TẢNG

Khách hàng là trung tâm

Inbound & Outbound Marketing

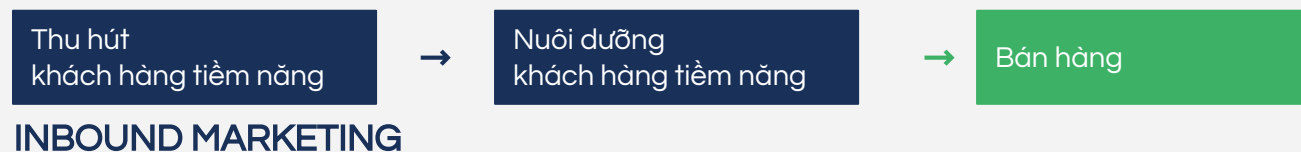
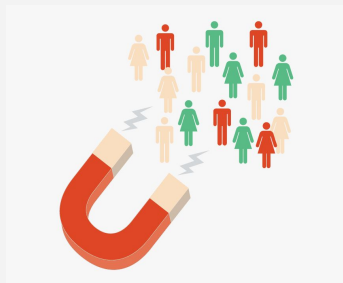
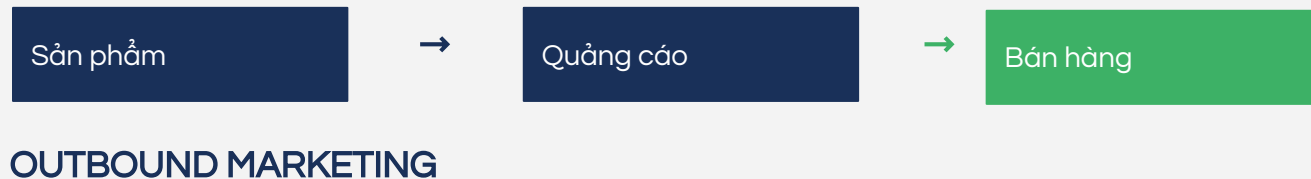
Funnel Marketing

Data-Driven

4-1. Khách hàng là trung tâm



4-2. Inbound Marketing & Outbound Marketing



4-2. Inbound Marketing & Outbound Marketing



MỨC GIÁ THUÊ TRUNG BÌNH
25 CHUNG CƯ QUẬN 9

Mức giá thuê trung bình của 25 chung cư Quận 9

Báo cáo thị trường • 15/05/2021

Tài liệu cung cấp Dữ liệu giá thuê thị trường căn hộ Quận 9 thời điểm năm 2021.

Tải ngay



MỨC GIÁ THUÊ TRUNG BÌNH
32 CHUNG CƯ QUẬN 2

Mức giá thuê trung bình của 32 chung cư Quận 2

Báo cáo thị trường • 13/05/2021

Tài liệu cung cấp Dữ liệu giá thuê thị trường căn hộ Quận 2 thời điểm năm 2021.

Tải ngay



MỨC GIÁ THUÊ TRUNG BÌNH
25 CHUNG CƯ QUẬN 9

Tài liệu tham khảo: Mức giá thuê trung bình của 25 chung cư Quận 9

Có câu hỏi, gọi ngay: 1800234546

Đăng ký và nhận tài liệu miễn phí

Vui lòng điền đầy đủ thông tin

Tên*

Họ*

Số điện thoại*

Email*

TẢI TÀI LIỆU NGAY

☐ ☐ ☐

☐ ☐ Công ty TNHH Công N.

Hộp thư đến Muốn trở thành môi giới BĐS giỏi, phải biết Digital Marketing - Hãy cùng Rever sở hữu ngay C

☐ ☐ Thông tin Rever

Hộp thư đến Những chủ đầu tư nào triển khai nhiều dự án nhất TP Thủ Đức? - đội ngũ Rever... Rever - Mua

☐ ☐ Thông tin Rever

Hộp thư đến [Rever Cafe] 1001 Cách xem nhà mùa Covid - nghệ tại Rever hỗ trợ khách hàng ra sao? W21-C

☐ ☐ Thông tin Rever

Hộp thư đến [Rever Cafe] - 1001 cách xem nhà mùa Covid - nào của Rever hỗ trợ khách hàng xem nhà mù

☐ ☐ Hà từ Rever

Hộp thư đến Rever gửi Chính ebook Cẩm nang A- Z cho môi giới đang tìm kiếm khách hàng bất động sản -

☐ ☐ LinkedIn

Hộp thư đến You appeared in 2 searches this week - companies - REVER - DXC Technology Vietnam See al

4-3. Tư duy phễu

Tư duy về phễu sẽ cho bạn một cái nhìn tổng quát về dòng chảy của
Sản phẩm - Traffic - Khách hàng

Phễu sản phẩm

Sản phẩm mời câu (free/giá rất rẻ)

Cafe sữa đá chỉ 11K
Cạo vôi răng chỉ 99K

Sản phẩm chủ lực

Anh có muốn dùng thử món best
seller bên em là trà đào cam sả
giá 39K không ạ?

Sản phẩm bán kèm

Có bánh mì nướng nữa nè
anh có đói bụng không...

Phễu traffic

Traffic

Từ Google Ads, Facebook Ads,...

Lead

Call, đặt hàng,...

Sale

Số lượng đơn chốt được

Phễu khách hàng

Members

Tổng số lượng người sử dụng
canva

Paid members

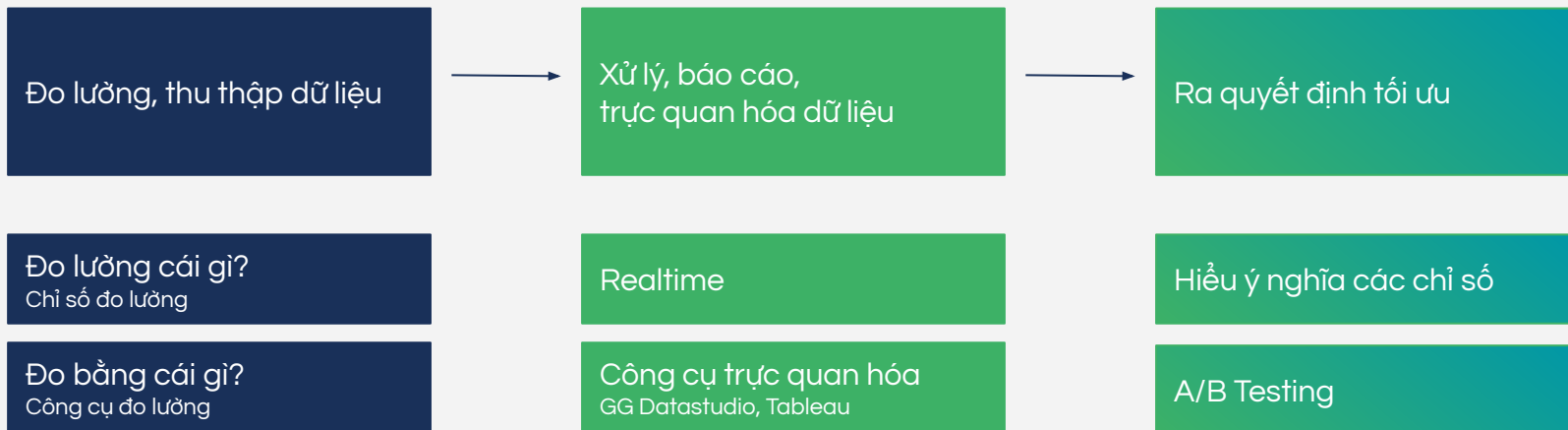
Số lượng người trả phí để sử dụng
canva

"Earned" members

Số lượng người giới thiệu
cho người khác

4-4. Data-Driven Decision Making

“Cái gì không đo lường được thì không quản lý được” - Peter Drucker



Không được bằng lòng !

5- HỎI & ĐÁP