



# BÀI 9

## CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG

PGS TS ĐÌNH TIÊN MINH



# MỤC TIÊU BÀI HỌC



- ▼ Hiểu các khái niệm cơ bản xoay quanh xây dựng chiến lược truyền thông
- ▼ Phân biệt được các loại hình truyền thông phổ biến

# NỘI DUNG BÀI HỌC



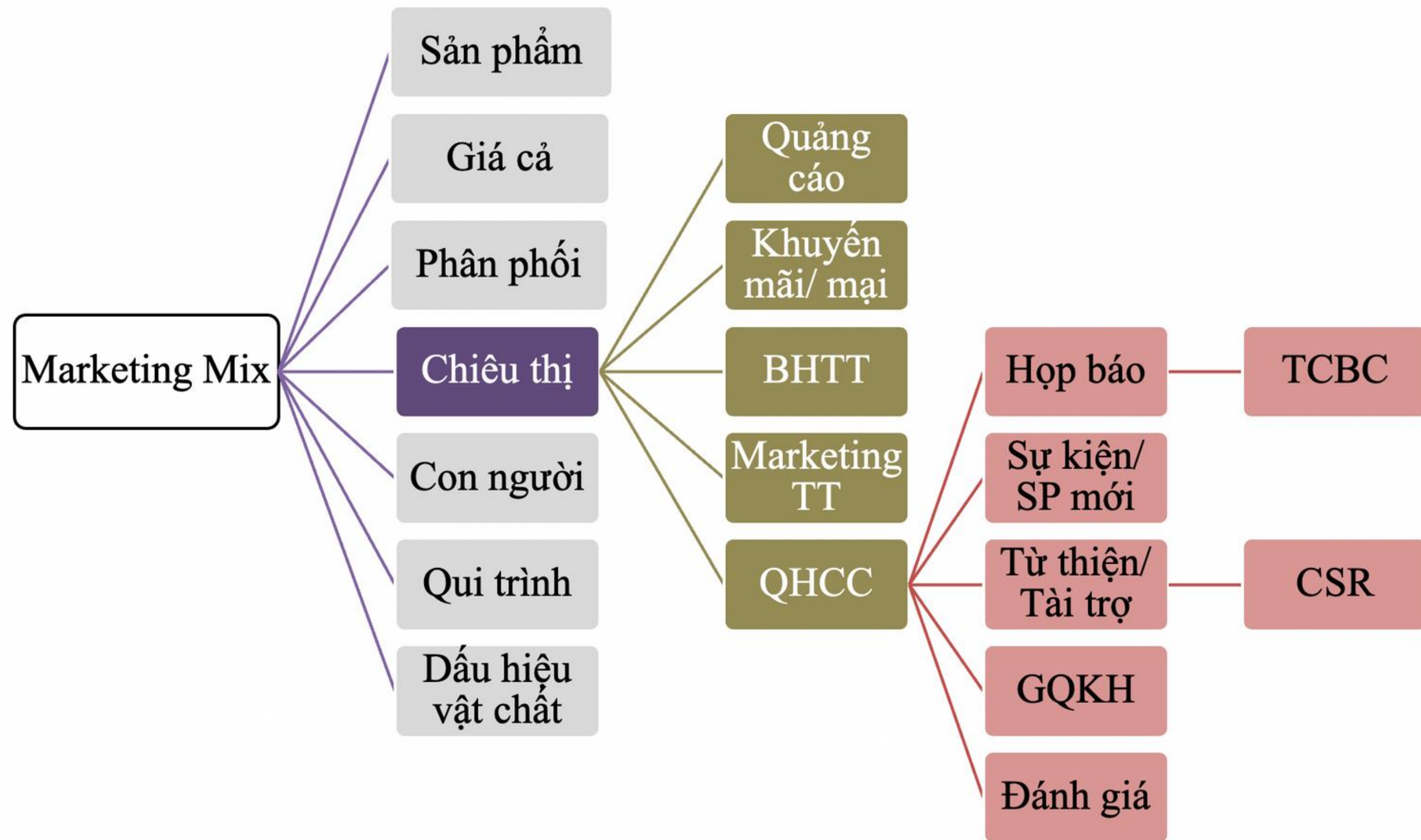
- 01** Chiến lược truyền thông
- 02** Các yếu tố ảnh hưởng đến truyền thông



01

# Chiến lược truyền thông

# KHÁI QUÁT VỀ TRUYỀN THÔNG



# QUIZZ: Các công cụ truyền thông thương hiệu



4:59

Mobile Ad	Pinterest	Viber	Linkedin	Bluetooth	AR	Zalo	Facebook	QR
Social Ad	Youtube	SMS	Instagram	Web banner	Line	Sponsored	Microsite	SEM
SEO	Landing page	Application	Skype	Twitter	Coporate site	Momo		

Website

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Search

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Digital Media

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Social Media

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Mobile

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Game

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Submit Answers



# QUIZZ: Các công cụ truyền thông hiệu

Correct Answers

✓ 6

## Website

Coporate site ✓	Microsite ✓	Landing page ✓

## Search

SEO ✓	SEM ✓	

## Digital Media

Web banner ✓	Mobile Ad ✓	Social Ad ✓

## Social Media

Linkedin ✓	Youtube ✓	Twitter ✓
Zalo ✓	Pinterest ✓	Sponsored ✓
Instagram ✓	Facebook ✓	Skype ✓
Viber ✓	Line ✓	

## Mobile

QR ✓	SMS ✓	Bluetooth ✓
Momo ✓	Application ✓	

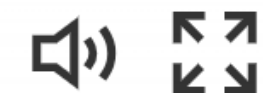
## Game

AR ✓		

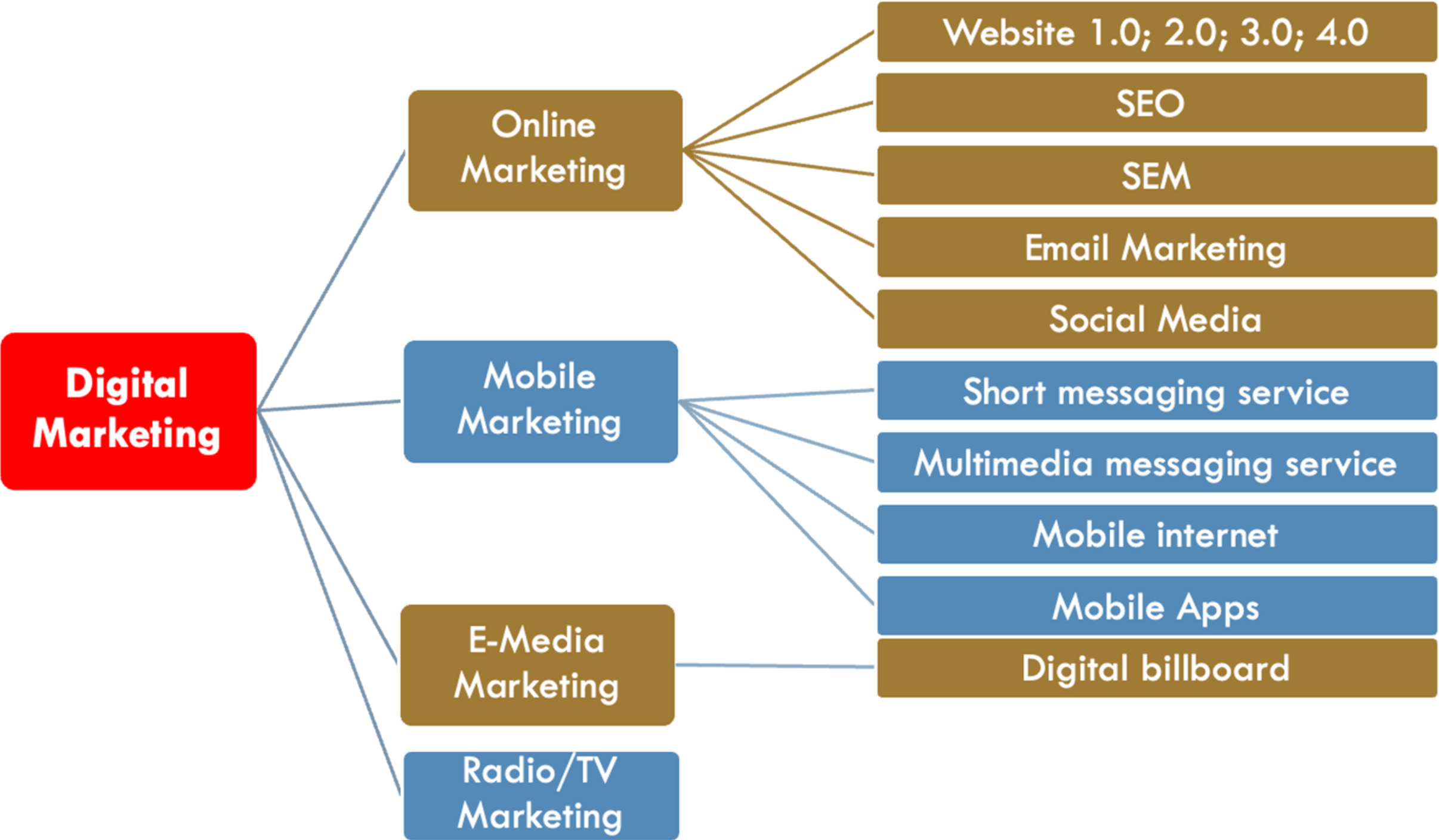


My Answers

Back



# KHÁI QUÁT VỀ TRUYỀN THÔNG

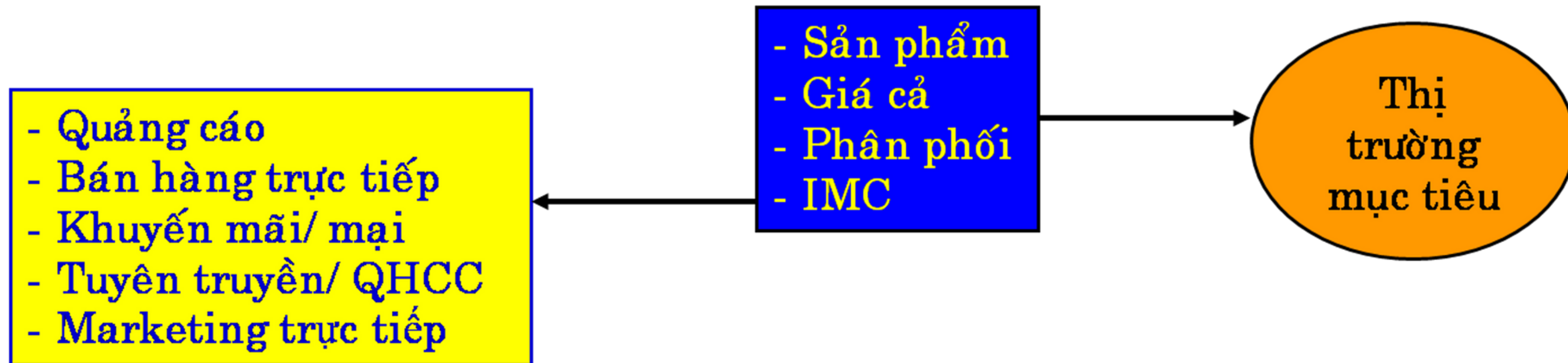


Nguồn: Ian Fenwick, Kent Wertime, Tiếp thị số - Hướng dẫn thiết yếu cho Truyền thông mới và Digital Marketing, NXB Tri Thức, 2009, trang 60.

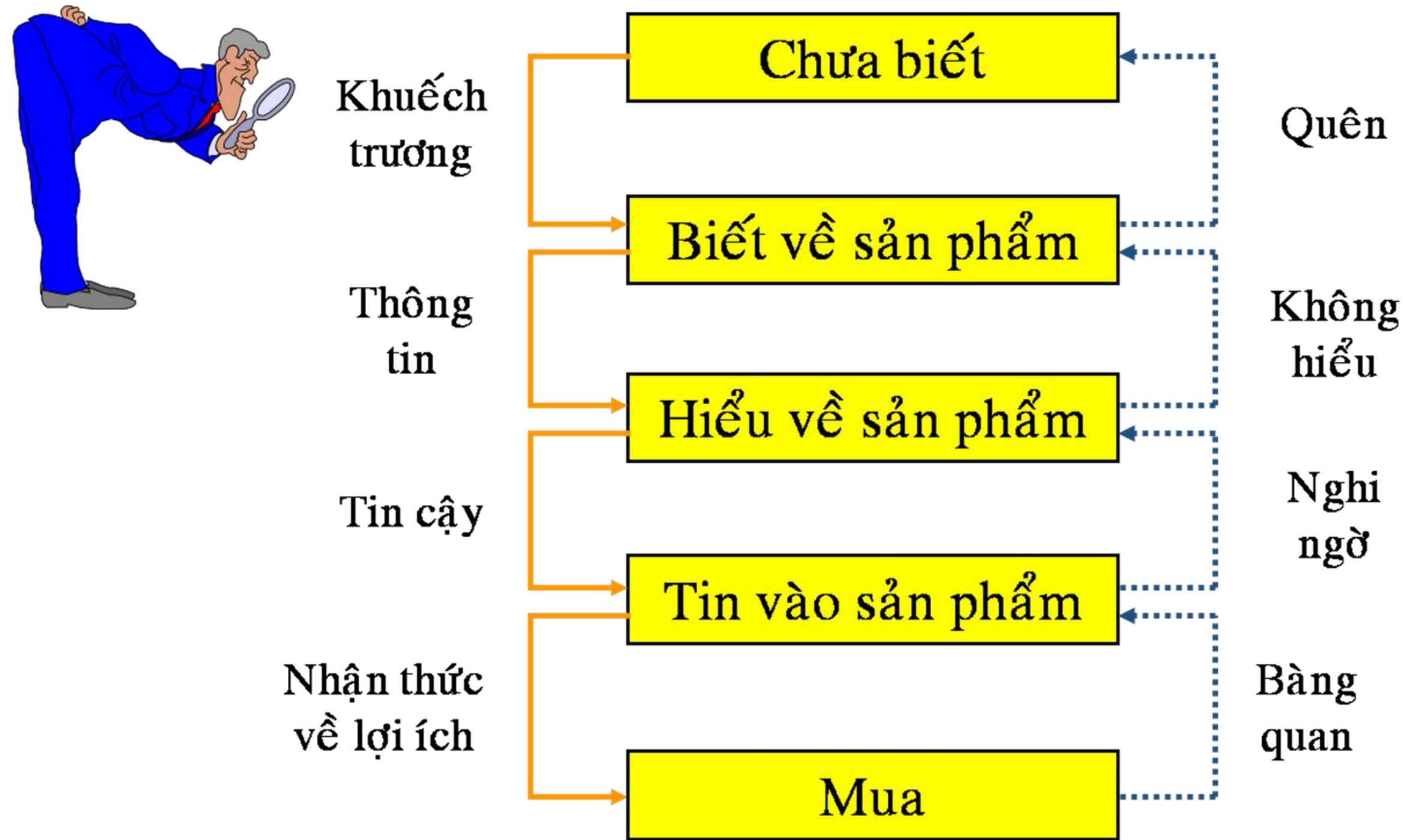


## Chiến lược truyền thông

### CÁC HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG



# MÔ HÌNH THỨ BẬC - HIỆU QUẢ



Nguồn: Philip Kotler & ctg, 1994

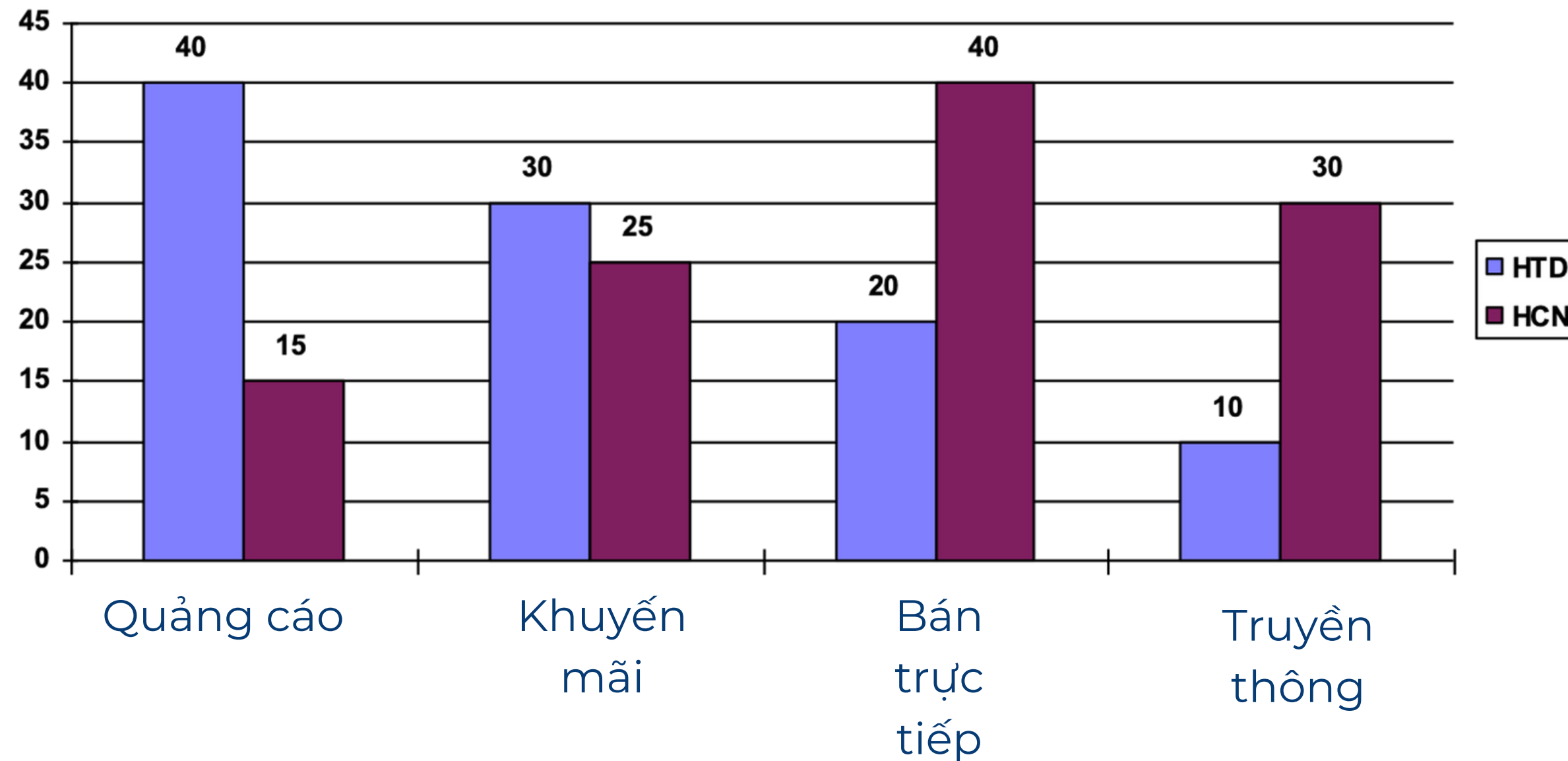
02

## **Các yếu tố ảnh hưởng đến truyền thông**



# CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TRUYỀN THÔNG

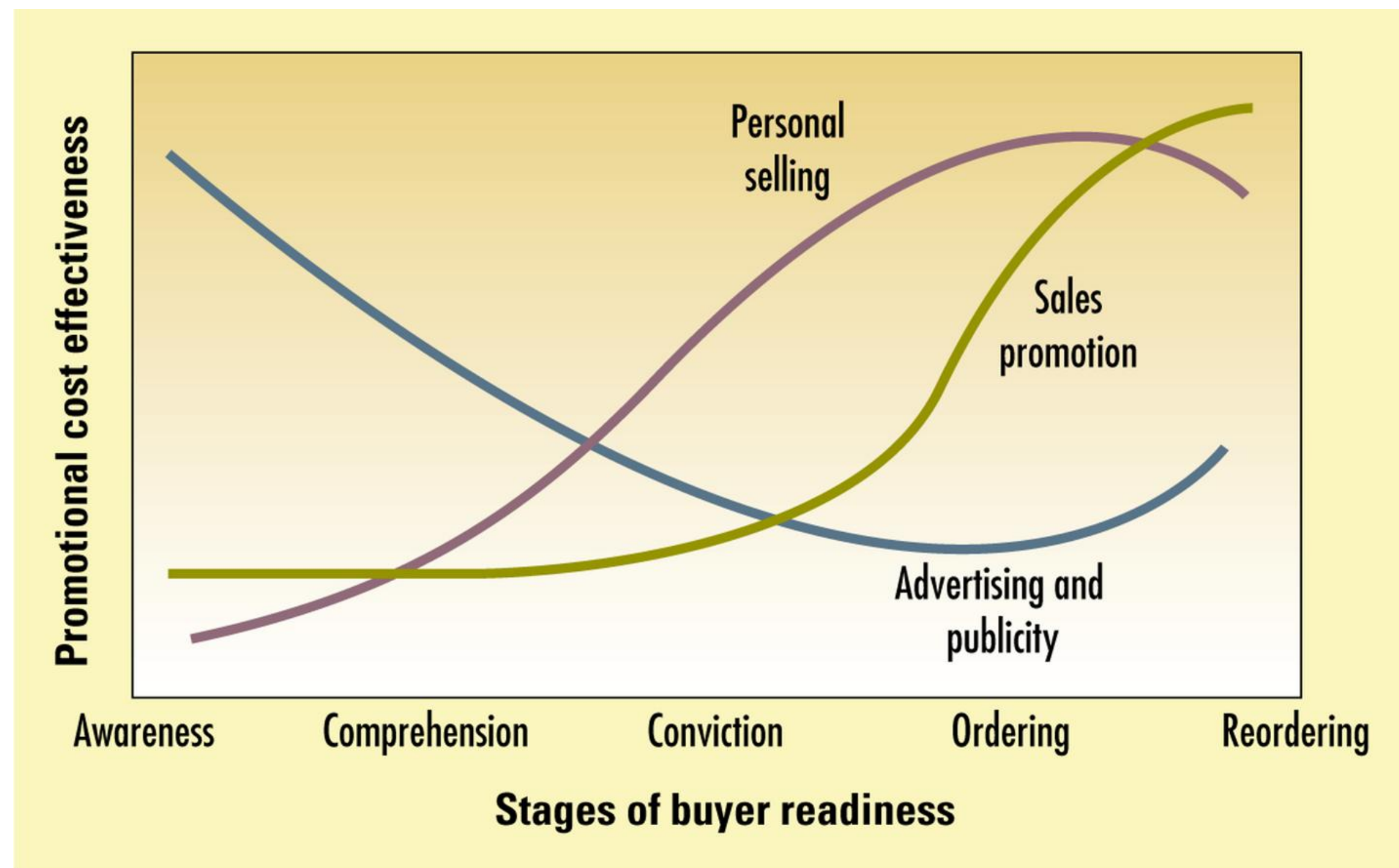
*Loại sản phẩm*



*Nguồn: Philip Kotler & ctg, 1994*

# CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TRUYỀN THÔNG

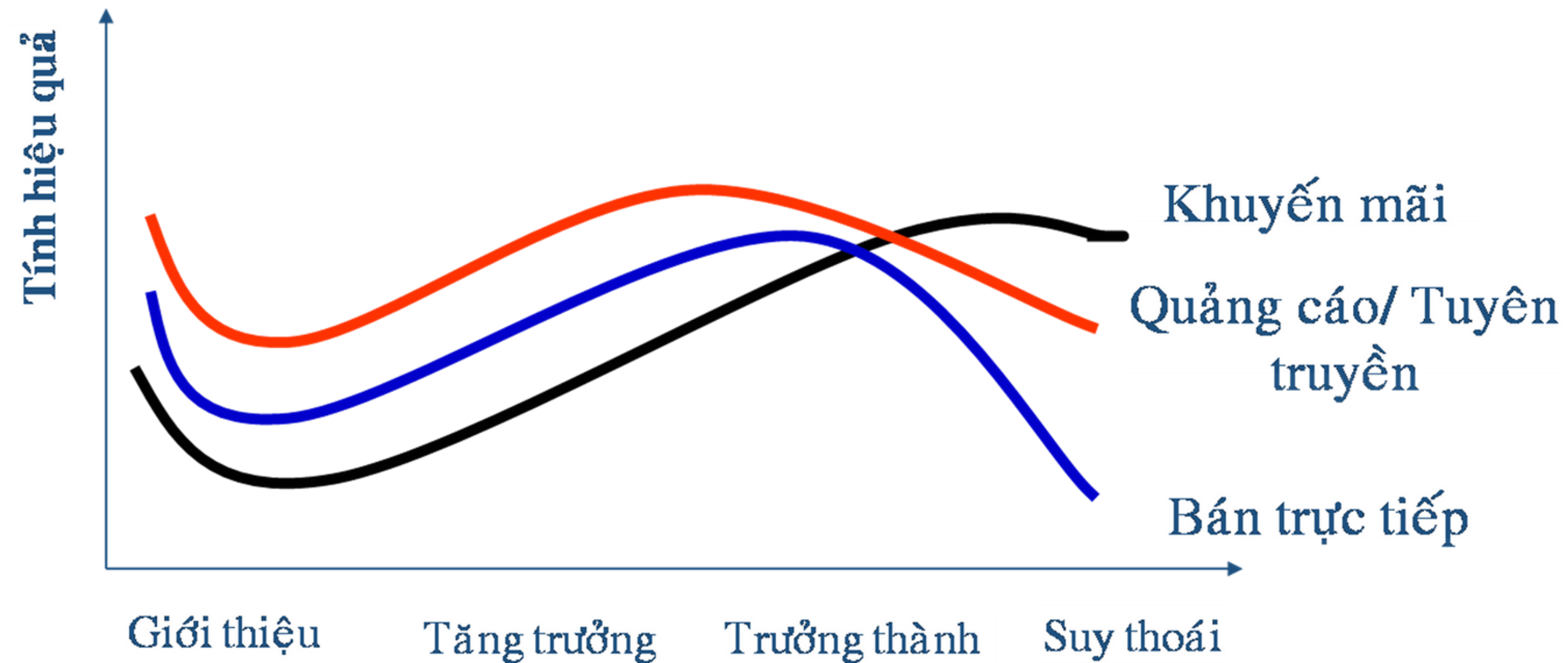
Sự sẵn sàng của NTD



Nguồn: Philip Kotler & ctg, 1994

# CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TRUYỀN THÔNG

Chu kỳ sống sản phẩm



Các giai đoạn vòng đời sản phẩm

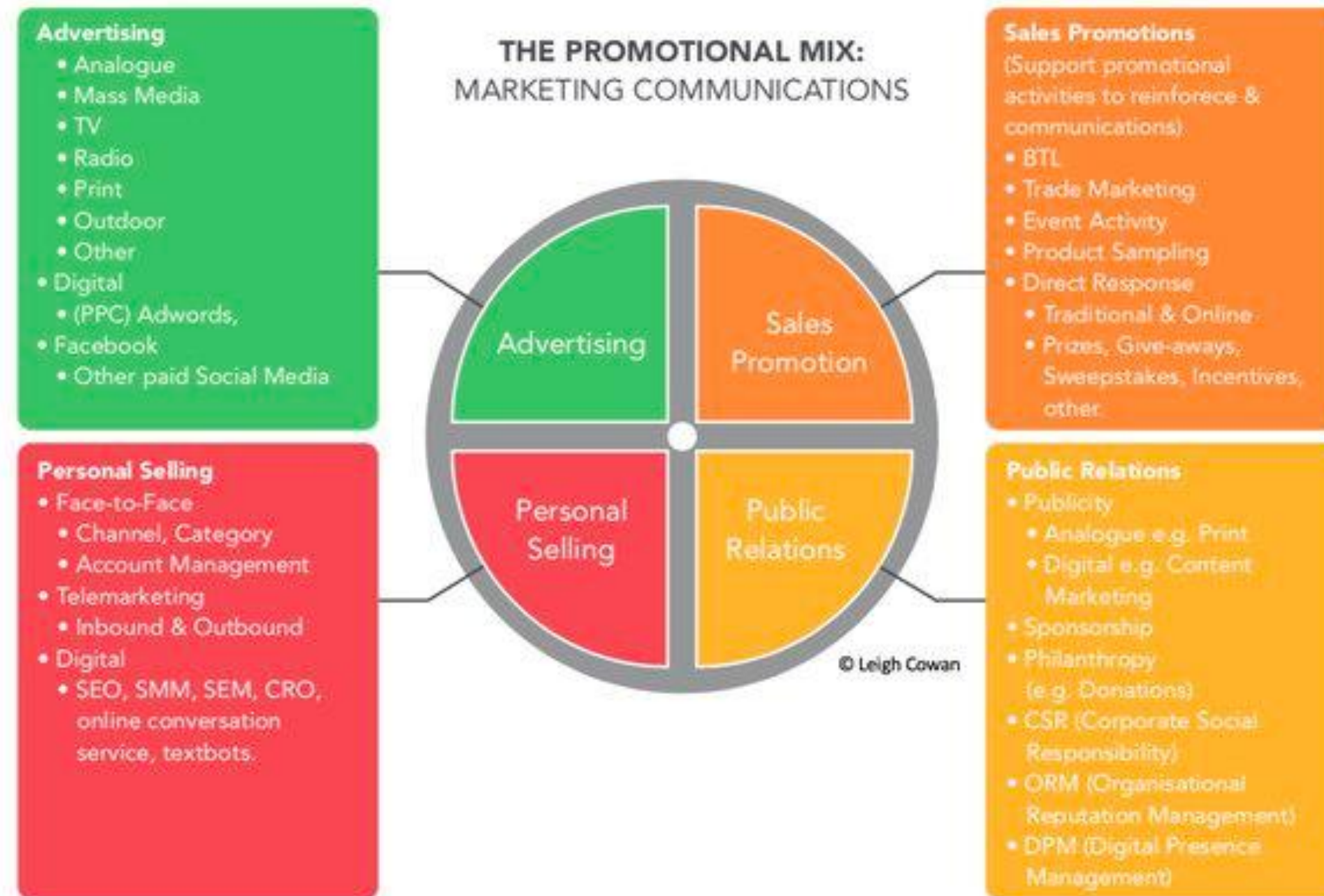
Nguồn: Philip Kotler & ctg, 1994



## Chiến lược truyền thông

NPP	NTD	NPP công nghiệp
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Giảm giá</li> <li>– Thưởng</li> <li>– Tặng quà</li> <li>– Trưng bày SP</li> <li>– Huấn luyện NV</li> <li>– Demo SP</li> <li>– Hỗ trợ bán hàng...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sản phẩm mẫu</li> <li>– Phiếu giảm giá</li> <li>– Coupon</li> <li>– Tặng quà</li> <li>– Tăng số lượng</li> <li>– Xổ số (Lottery)</li> <li>– Thi (Contest)</li> <li>– Trò chơi (Games)</li> <li>– Thử miễn phí</li> <li>– Thẻ VIP</li> <li>– Trả lại tiền</li> <li>– Giảm tiền</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Hội chợ</li> <li>– Tài liệu</li> <li>– Hội nghị</li> <li>– Seminar</li> <li>– Giảm tiền</li> <li>– SP mẫu</li> </ul>

Nguồn: Philip Kotler,  
2003



**Figure 4:** Executives who perceive "Marketing" as meaning "advertising", "promotion" or "selling" are in for a world of pain. These disciplines form part of "Marketing Communications" which is a subset of marketing

THANK YOU  
SO MUCH

