

Bài 04

TRÍ TUỆ NHÂN TẠO VÀ ỨNG DỤNG VÀO MARKETING

Giảng viên: PGS TS Đinh Tiên Minh



MỤC TIÊU BUỔI HỌC

• Nắm vững định nghĩa và các kiến thức nền tảng về nghiên cứu thị trường.

• Biết cách vận dụng AI một cách hợp lý vào từng giai đoạn/từng bước trong nghiên cứu thị trường.

• Biết đánh giá và chọn lọc nguồn thông tin nghiên cứu thị trường đáng tin cậy.



- 01** Nghiên cứu thị trường là gì?
- 02** Các loại dữ liệu và kỹ thuật thu thập
- 03** Quy trình nghiên cứu thị trường



- 01** **Nghiên cứu thị trường là gì?**
- 02** Các loại dữ liệu và kỹ thuật thu thập
- 03** Quy trình nghiên cứu thị trường



R: Research

S: Segmentation

T: Targeting

P: Positioning

MM: Marketing mix (4P/ 3P/ 12P)

I: Implementation

C: Controlling



Các anh/chị hãy trình bày **những hiểu biết** của anh/chị **về nghiên cứu thị trường?**



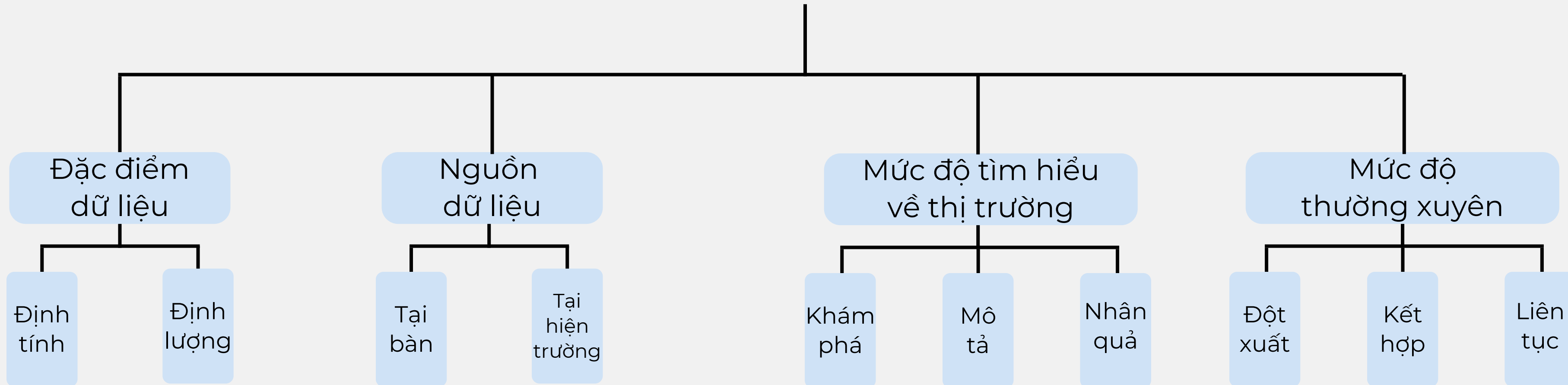
Nghiên cứu thị trường (nghiên cứu marketing) là quá trình **thu thập** và **xử lý dữ liệu thị trường** để cung cấp thông tin hỗ trợ cho **quá trình ra các quyết định** liên quan đến hoạt động marketing.

(Philip Kotler, 2012).

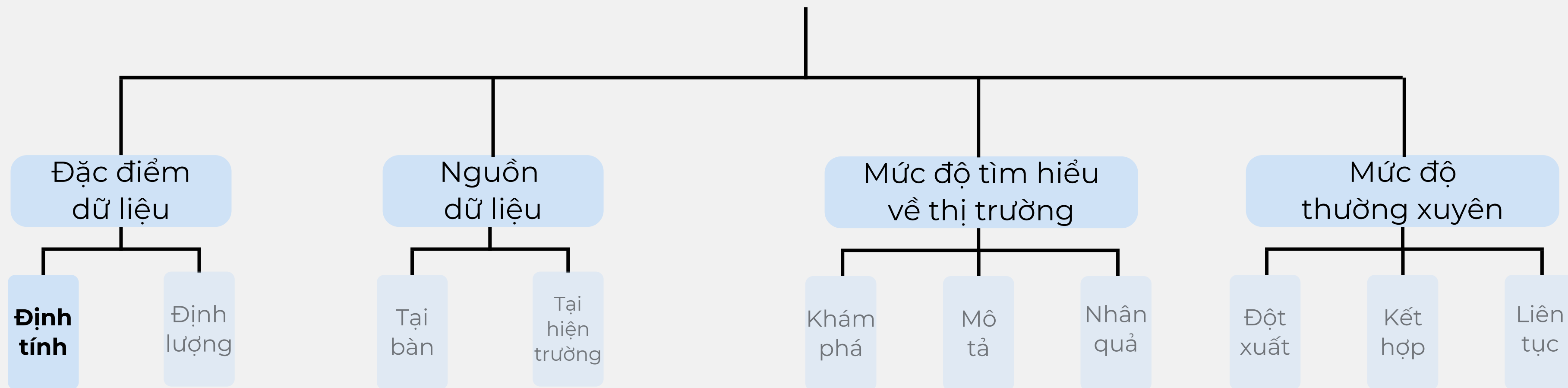
Nghiên cứu thị trường là chức năng **liên kết** giữa **nhà sản xuất** với **người tiêu dùng**, khách hàng và cộng đồng thông **qua thông tin**.

Nguồn: Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2007)- Nghiên cứu thị trường

CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG



CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

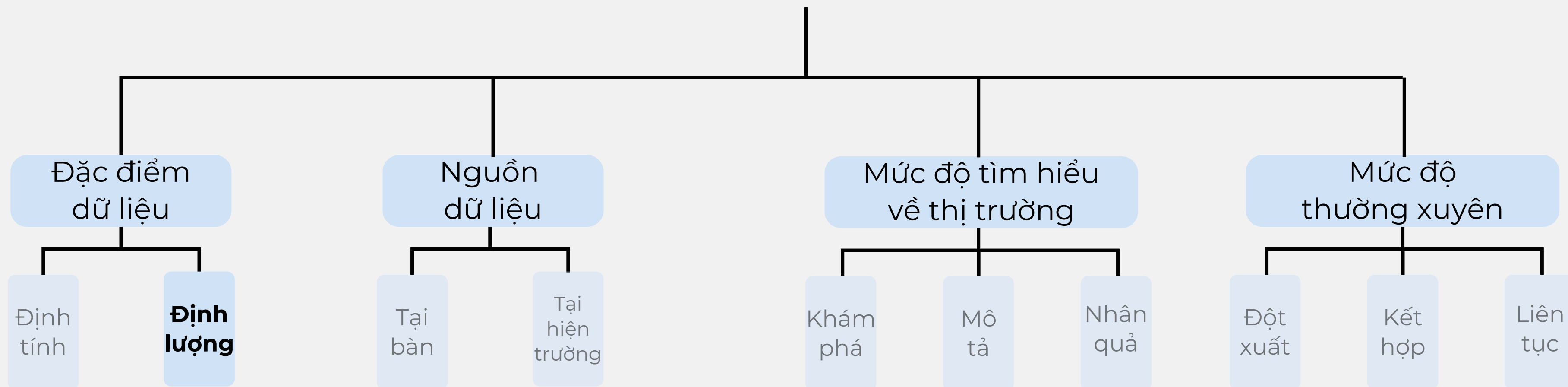


Nghiên cứu định tính: là các nghiên cứu trong đó dữ liệu thu thập được không thể đo lường bằng số lượng.

Vì sao anh/chị thích dùng thương hiệu này?

Cái gì trong thương hiệu này anh/chị cho là nổi bật nhất của thương hiệu?

CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

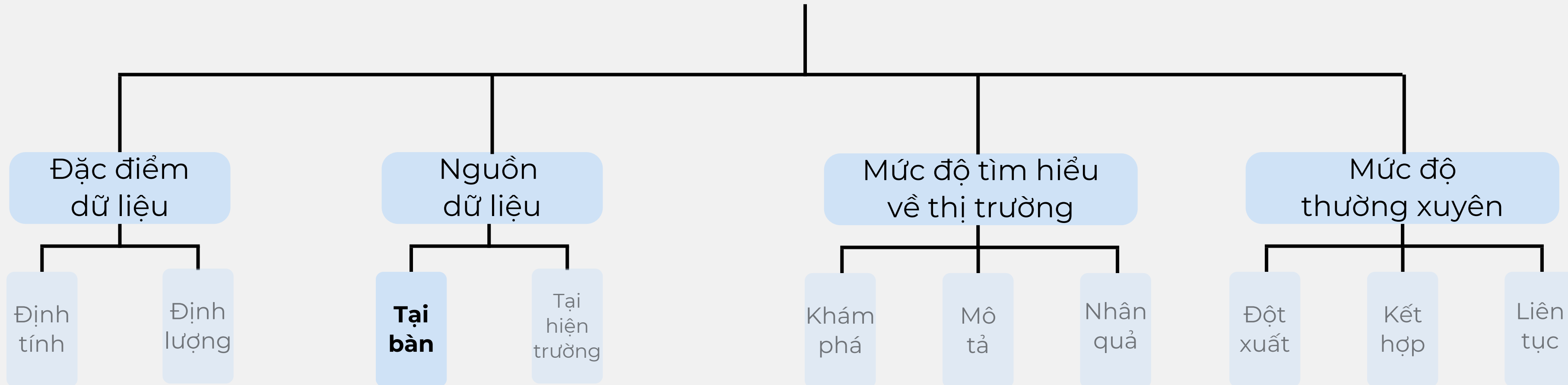


Nghiên cứu định lượng: là các nghiên cứu trong đó dữ liệu thu thập được là dữ liệu đo lường bằng số lượng.

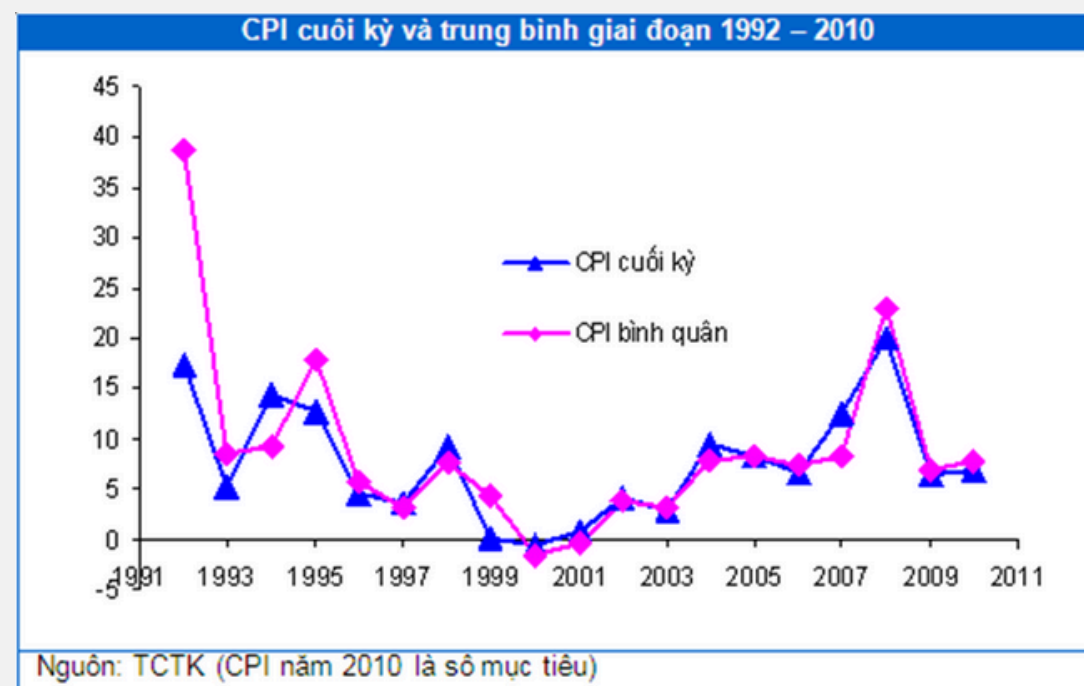
Thời gian anh/chị phải chờ đợi tại quầy check-in là bao nhiêu phút?

Anh/chị đã chi trung bình bao nhiêu tiền tại sân bay (ví dụ: mua sắm, ăn uống) trước chuyến bay?

CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG



Nghiên cứu tại bàn: là nghiên cứu mà dữ liệu cần thu thập cho nghiên cứu là dữ liệu thứ cấp (secondary data)



www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=217

TỔNG CỤC THỐNG KÊ
GENERAL STATISTICS OFFICE
Số 6B Hoàng Diệu - Ba Đình - Hà Nội
<http://www.gso.gov.vn>

Trang chủ | Thư tin | Góp ý | Trang liên kết | Hỗ trợ | Cấu trúc trang | Các dự án

ENGLISH

THÔNG TIN THỐNG KÊ HÀNG THÁNG 01 2011

TIN TỨC - SỰ KIỆN

Tình hình kinh tế- xã hội tháng một năm 2011 (27/01/2011)

Một số chỉ tiêu chủ yếu tháng 01 năm 2011 (tăng/giảm) so với tháng 01 năm 2010 (%)

Giá trị sản xuất công nghiệp	+16,1
Tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng	+22,1
Tổng kim ngạch xuất khẩu	+18,1
Tổng kim ngạch nhập khẩu	+15,5
Khách quốc tế đến Việt Nam	+8,9
Vốn đầu tư ngân sách nhà nước thực hiện so với kế hoạch năm	7,5
Chỉ số giá tiêu dùng bình quân tháng 01 năm 2011 so với cùng kỳ năm 2010	+12,17

GSO. THỜI SỰ KINH TẾ - XÃ HỘI

Dự thảo Danh mục dịch vụ xuất nhập khẩu Việt Nam 17/11/2010

Thư của Tổng thư ký Liên Hợp Quốc Ban Ki Moon gửi Chủ tịch nước CHXHCN Việt Nam Nguyễn Minh Triết về kỷ niệm ngày Thống kê Thế giới (14/10/2010)

Thống kê Việt Nam tăng cường hội nhập quốc tế (14/10/2010)

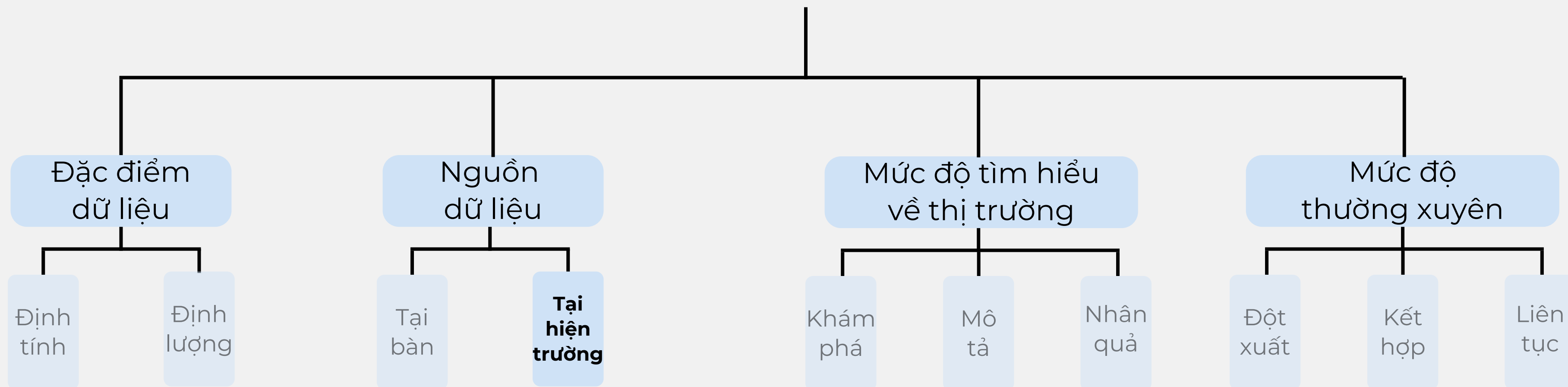
Chuyên đề phân tích
Công nghệ thông tin
Hoạt động khoa học thống kê
Hệ thống Phổ biến số liệu chung
Tập chí Con số và Sự kiện

TỈ GIÁ HỐI ĐOẠI (15/2/2011)

NT	Mua vào	Bán ra
USD	19495,00	19500,00
JPY	245,18	253,84
HKD	2633,34	2701,82
SGD	15908,46	16322,19
EUR	27419,77	28020,00
GBP	32431,88	33275,33

ĐIỀU TRA DÂN SỐ VIỆT NAM

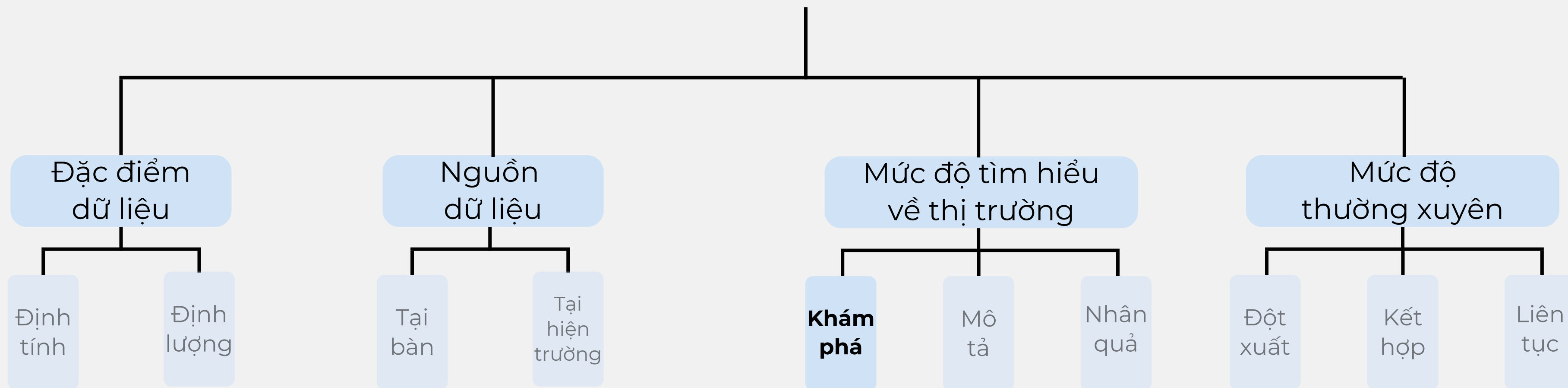
CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG



Nghiên cứu tại hiện trường: là các nghiên cứu dữ liệu thu thập cho nghiên cứu là dữ liệu sơ cấp (primary data)

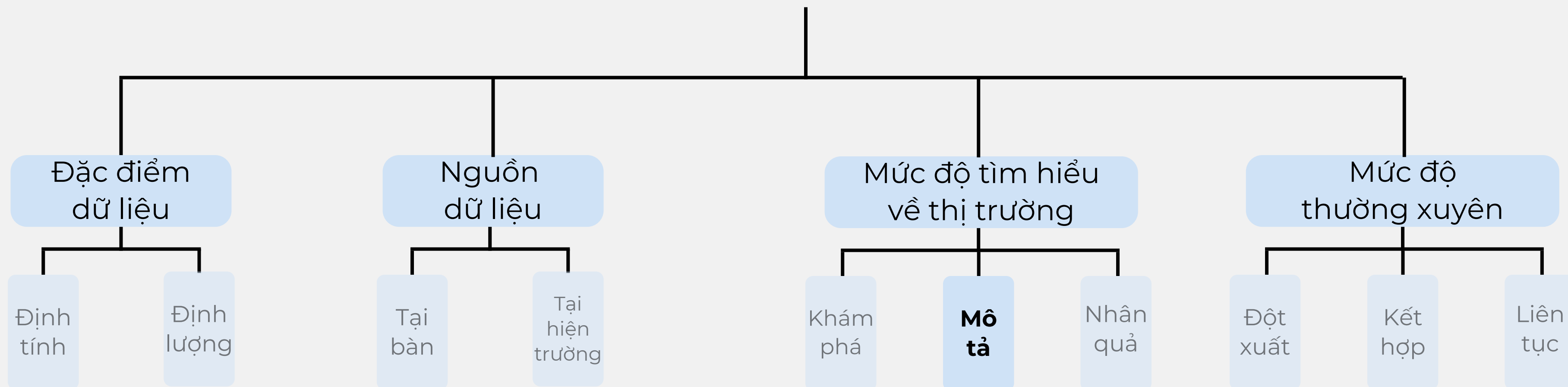
Để tìm hiểu thái độ của người tiêu dùng về hạng vé, nhà nghiên cứu có thể trực tiếp thảo luận, phỏng vấn họ để thu thập dữ liệu.

CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG



Nghiên cứu khám phá: là bước đầu tiên trong nghiên cứu, dùng để tìm hiểu sơ bộ vấn đề nghiên cứu và khẳng định lại các vấn đề nghiên cứu và biến của nó. Thường được thực hiện bằng phương pháp nghiên cứu tại bàn, nghiên cứu kinh nghiệm và các kỹ thuật trong nghiên cứu định tính.

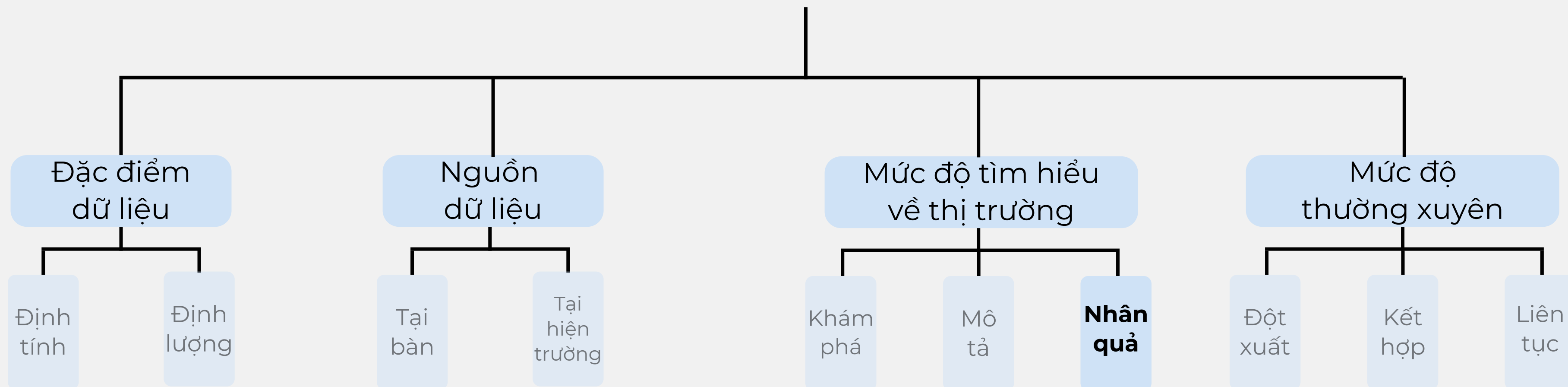
CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG



Nghiên cứu mô tả: dùng để mô tả thị trường. Thường được thực hiện thông qua kỹ thuật nghiên cứu định lượng.

Mô tả đặc tính người tiêu dùng (tuổi, giới tính, nghề nghiệp, trình độ văn hóa ...)

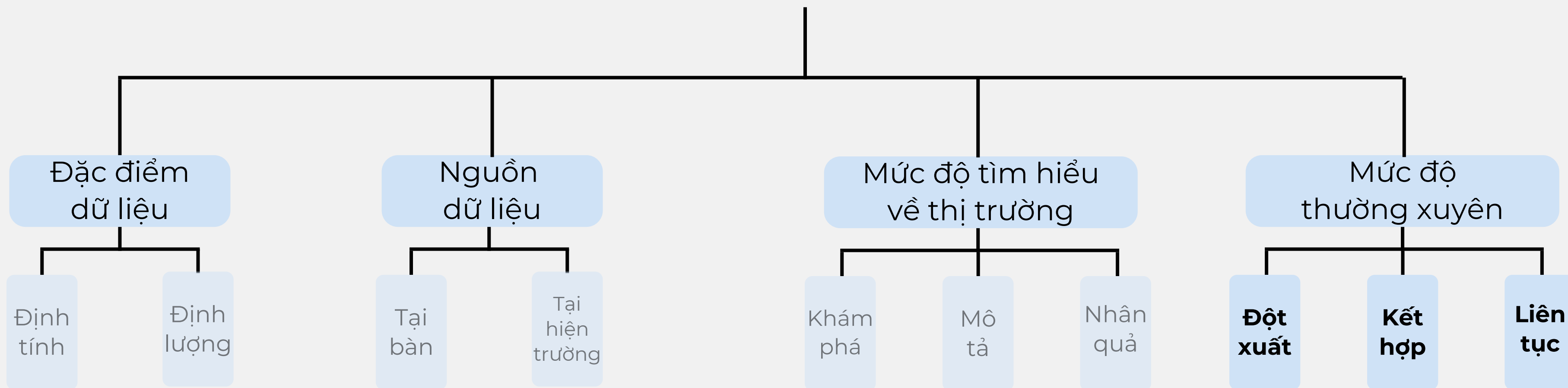
CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG



Nghiên cứu nhân quả: dùng để tìm mối quan hệ nhân quả giữa các biến trong thị trường.

Mối quan hệ giữa chi phí quảng cáo và mức độ nhận biết đối với một thương hiệu.

CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG



- **Nghiên cứu đột xuất:** dùng để giải quyết vấn đề marketing mà công ty đang gặp phải. Kết quả nghiên cứu đột xuất là sản phẩm riêng của các công ty.
- **Nghiên cứu liên tục:** là nghiên cứu được thực hiện liên tục để theo dõi thị trường.
- **Nghiên cứu kết hợp:** là nghiên cứu thực hiện cho nhiều khách hàng khác nhau và mỗi khách hàng cần những loại thông tin khác nhau.

CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

Phương pháp nghiên cứu	Nghiên cứu tài liệu	Nghiên cứu định tính	Nghiên cứu định lượng
Dạng thông tin	Thông tin thứ cấp	Thông tin sơ cấp	Thông tin sơ cấp
Cách thức thu thập	Tra cứu, phân tích data có sẵn	Phỏng vấn chuyên sâu Thảo luận nhóm	Phỏng vấn trực tiếp Phỏng vấn mail/internet Phỏng vấn qua điện thoại
Mục tiêu nghiên cứu	Khám phá các biến & giả thuyết thị trường	Khám phá các biến & giả thuyết thị trường	Mô tả biến & giả thuyết thị trường Kiểm định mối quan hệ

CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

- Làm rõ vấn đề marketing.
- Xác định lại cơ sở lý thuyết quản trị.
- Phát triển các biến thị trường cần khảo sát .
(động cơ, lợi ích tìm kiếm, hành vi tiêu dùng, ...).
- Phát triển các giả thuyết thị trường hay quản trị.

Nghiên cứu khám phá
(Tài liệu, định tính)

Nghiên cứu mô tả
(Định lượng)

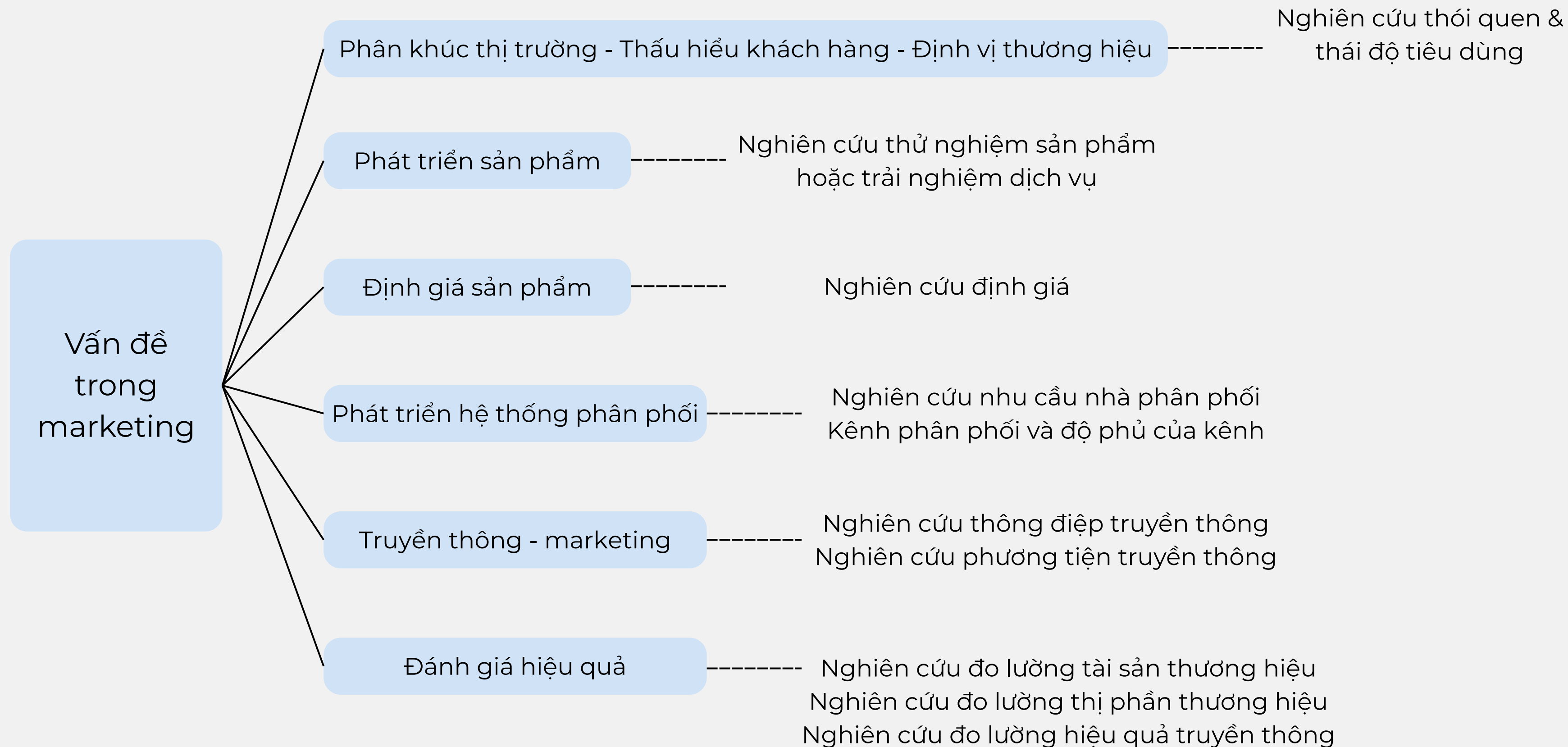
- Mô tả các thông tin về nhu cầu, động cơ, hành vi.
- Mô tả các xu thế tiêu dùng và cạnh tranh .
- Mô tả các mối quan hệ hay sự khác biệt giữa các biến thị trường.

- Kiểm chứng và lựa chọn.
- giải pháp quản trị tối ưu.
- Kiểm định lại các mối quan hệ.
- sự khác biệt của các biến thị trường.
- Kiểm định lại các giả thuyết.

Nghiên cứu nhân quả
(Định lượng)

CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

STT	Loại nghiên cứu	Mục tiêu
1	Nghiên cứu khám phá (Monitoring research)	<ul style="list-style-type: none">•Phát hiện vấn đề•Thực hiện quan sát liên tục để phát hiện vấn đề•Đưa ra giải thuyết cho bước nghiên cứu kế tiếp
2	Nghiên cứu sơ bộ (Preliminary research)	<ul style="list-style-type: none">•Thu thập dữ liệu làm rõ vấn đề được giả thuyết•Khái niệm đúng vấn đề•Tìm hiểu về bối cảnh•Có được thông tin phản hồi
3	Nghiên cứu thăm dò (Exploratory study)	<ul style="list-style-type: none">•Tìm kiếm và lượng giá các hoạt động sẽ được tiến hành•Quy mô nhỏ•Nguồn thông tin hẹp



Vấn đề trong marketing

Phân khúc thị trường - Thấu hiểu khách hàng - Định vị thương hiệu

Phát triển sản phẩm

Nghiên cứu thử nghiệm sản phẩm
hoặc trải nghiệm dịch vụ

Định giá sản phẩm

Nghiên cứu định giá

Phát triển hệ thống phân phối

Nghiên cứu nhu cầu nhà phân phối
Kênh phân phối và độ phủ của kênh

Truyền thông - marketing

Nghiên cứu thông điệp truyền thông
Nghiên cứu phương tiện truyền thông

Đánh giá hiệu quả

Nghiên cứu đo lường tài sản thương hiệu
Nghiên cứu đo lường thị phần thương hiệu
Nghiên cứu đo lường hiệu quả truyền thông

Nghiên cứu thói quen &
thái độ tiêu dùng

Động cơ tiêu dùng

Lợi ích tìm kiếm

Hành vi tiêu dùng

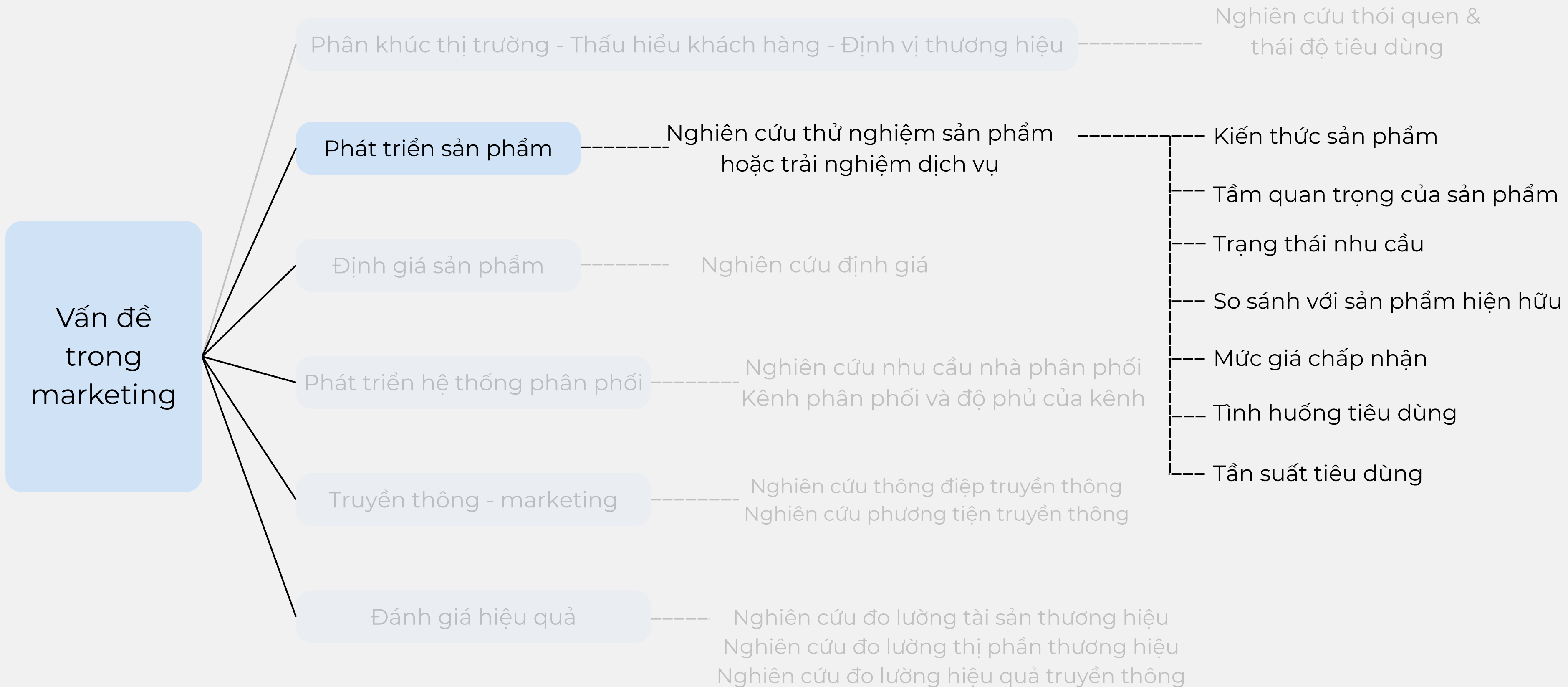
Nhận biết thương hiệu

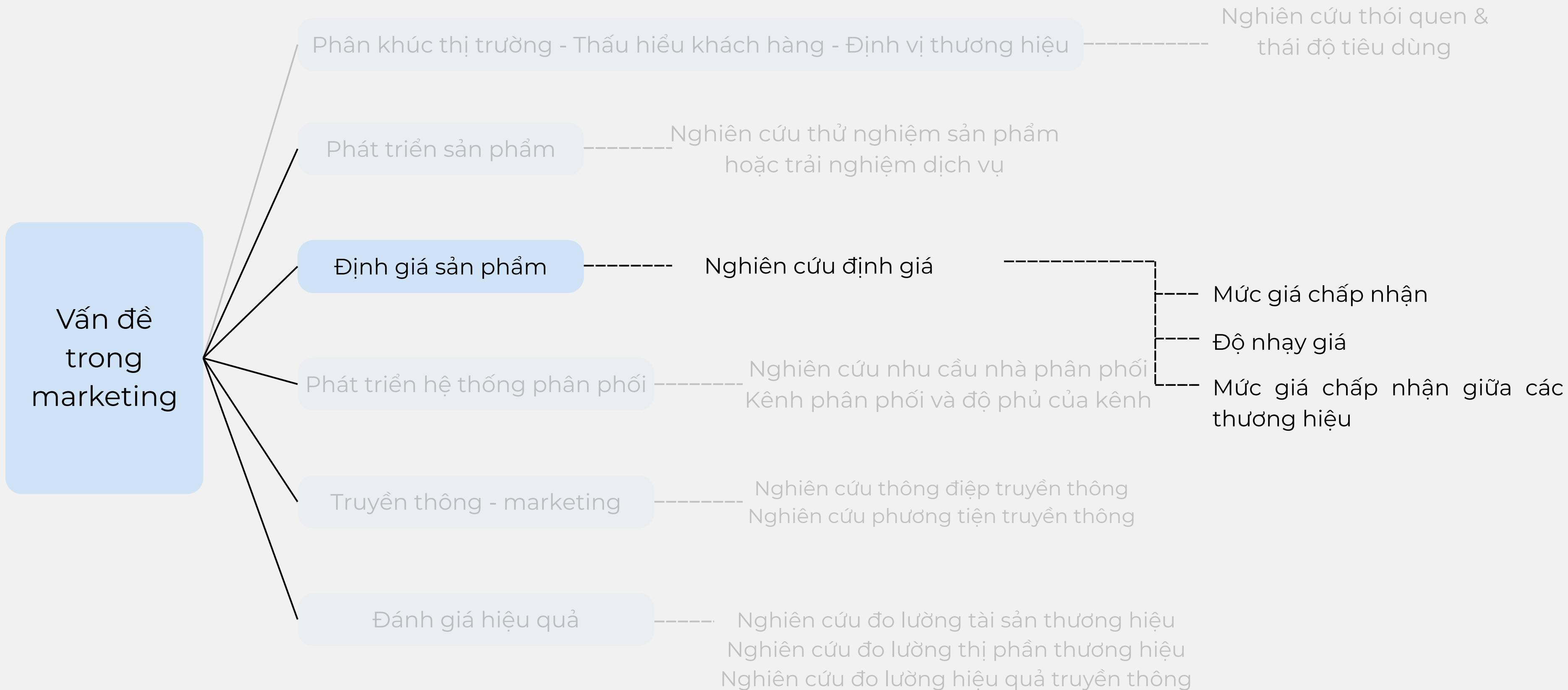
Tiêu dùng thương hiệu

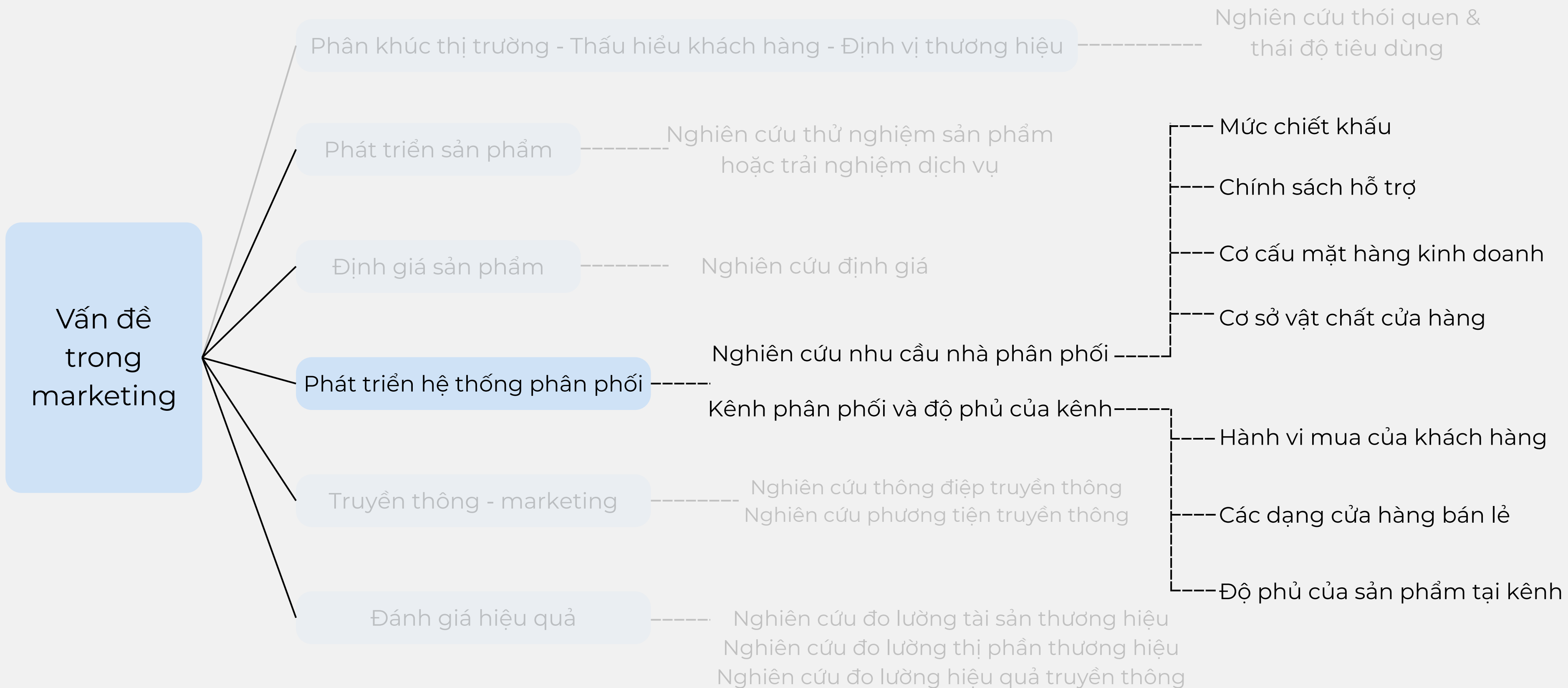
Đánh giá cảm nhận thương hiệu

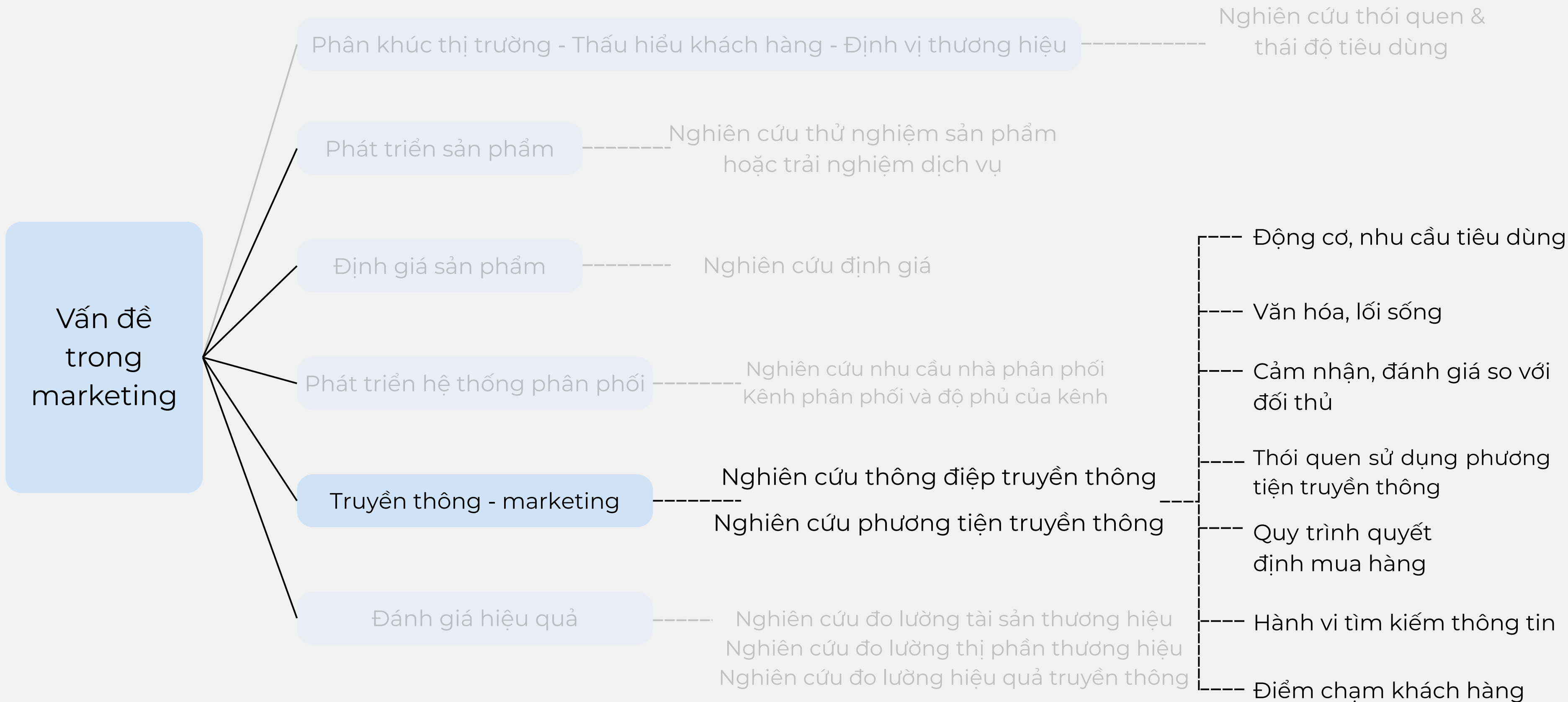
Văn hóa, lối sống, tính cách

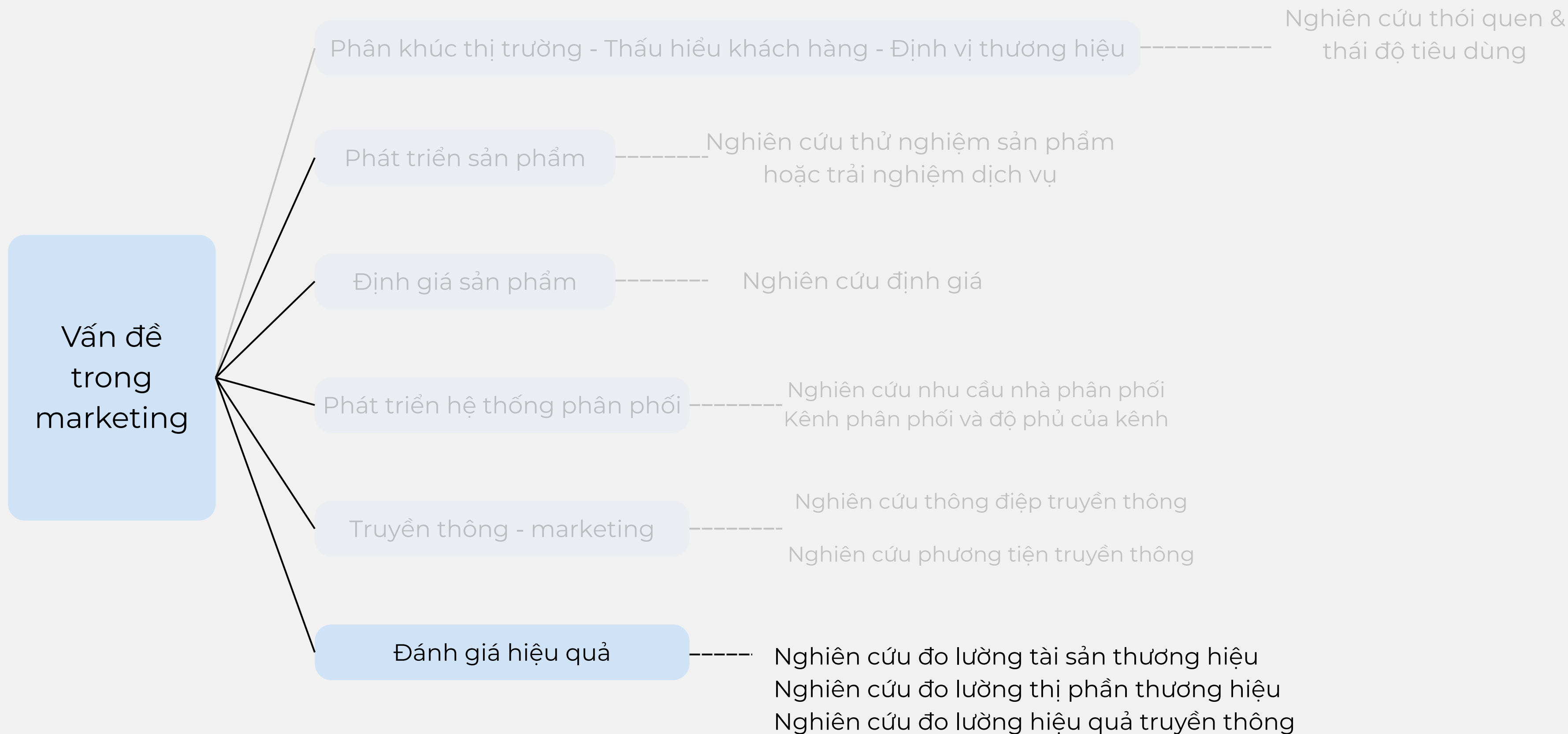
Thông tin nhân khẩu









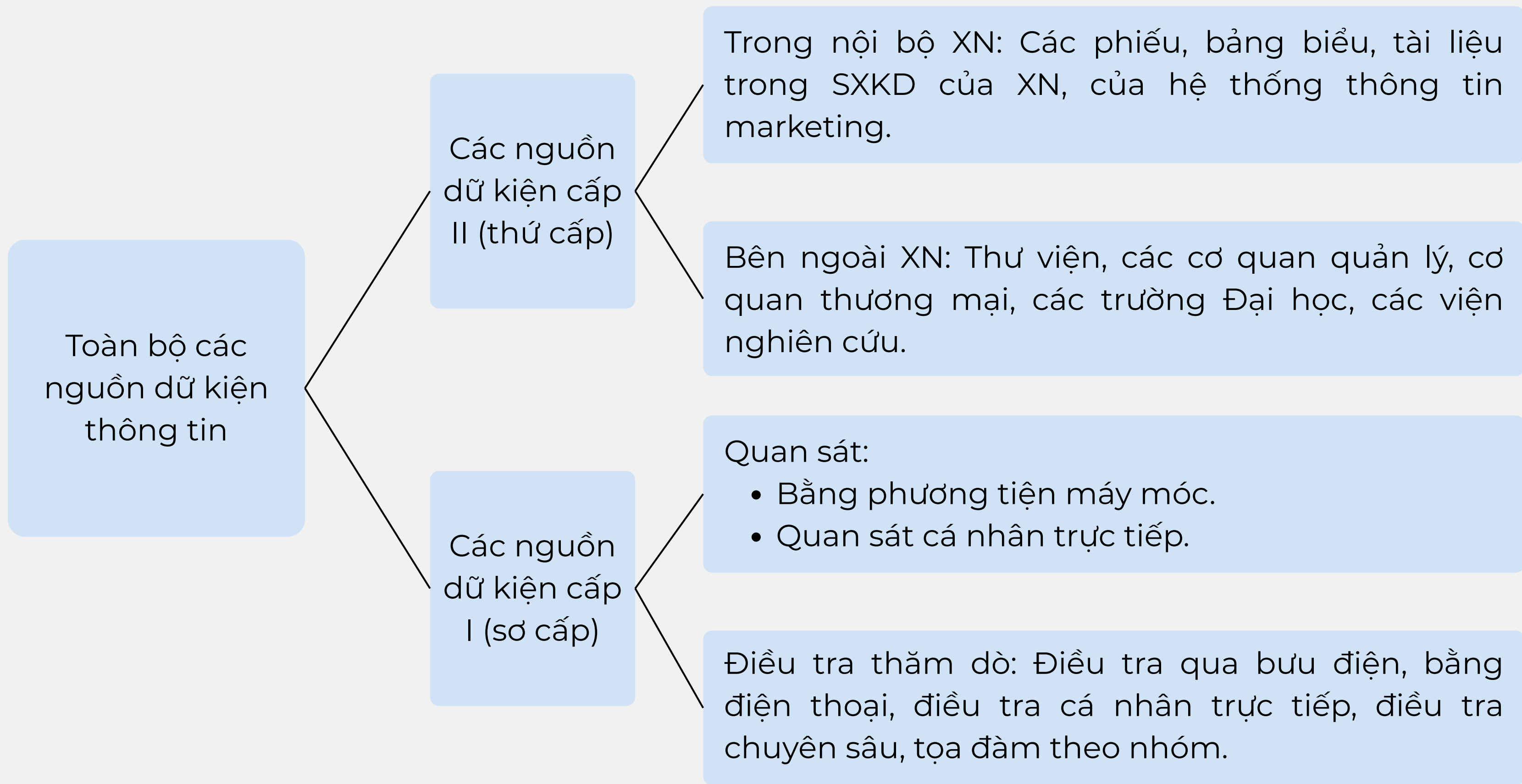




01 Nghiên cứu thị trường là gì?

02 **Các loại dữ liệu và kỹ thuật thu thập**

03 Quy trình nghiên cứu thị trường





KIẾN THỨC NỀN TẢNG VỀ NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

ỨNG DỤNG AI VÀO NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

Tiêu chí	Sơ cấp	Thứ cấp
Phù hợp với mục tiêu nghiên cứu	Cao	Thấp
Độ tin cậy	Cao	Thấp
Tính cập nhật	Cao	Thấp
Tính kinh tế	Thấp	Cao
Tốc độ thu thập	Chậm	Nhanh

Nhiệm vụ:

Trong vai trò team Martech chuẩn bị thuê đối tác nghiên cứu thị trường, hãy tìm và tổng hợp tối thiểu 8 nguồn nghiên cứu thị trường uy tín hiện nay (ưu tiên tại Việt Nam; có thể bổ sung regional/global). Sau đó:

1

Lập bảng tổng hợp cho từng công ty gồm các cột:

- Tên công ty
- Dịch vụ chính (qual/quant, U&A, concept test, brand tracking, social listening, shopper/retail audit, v.v.).
- Ngành mạnh (FMCG, fintech, retail, beauty...).
- Điểm mạnh trong nghiên cứu.

2

Dùng GenAI để phân tích điểm mạnh - điểm yếu của từng công ty

VD:

Q&ME:

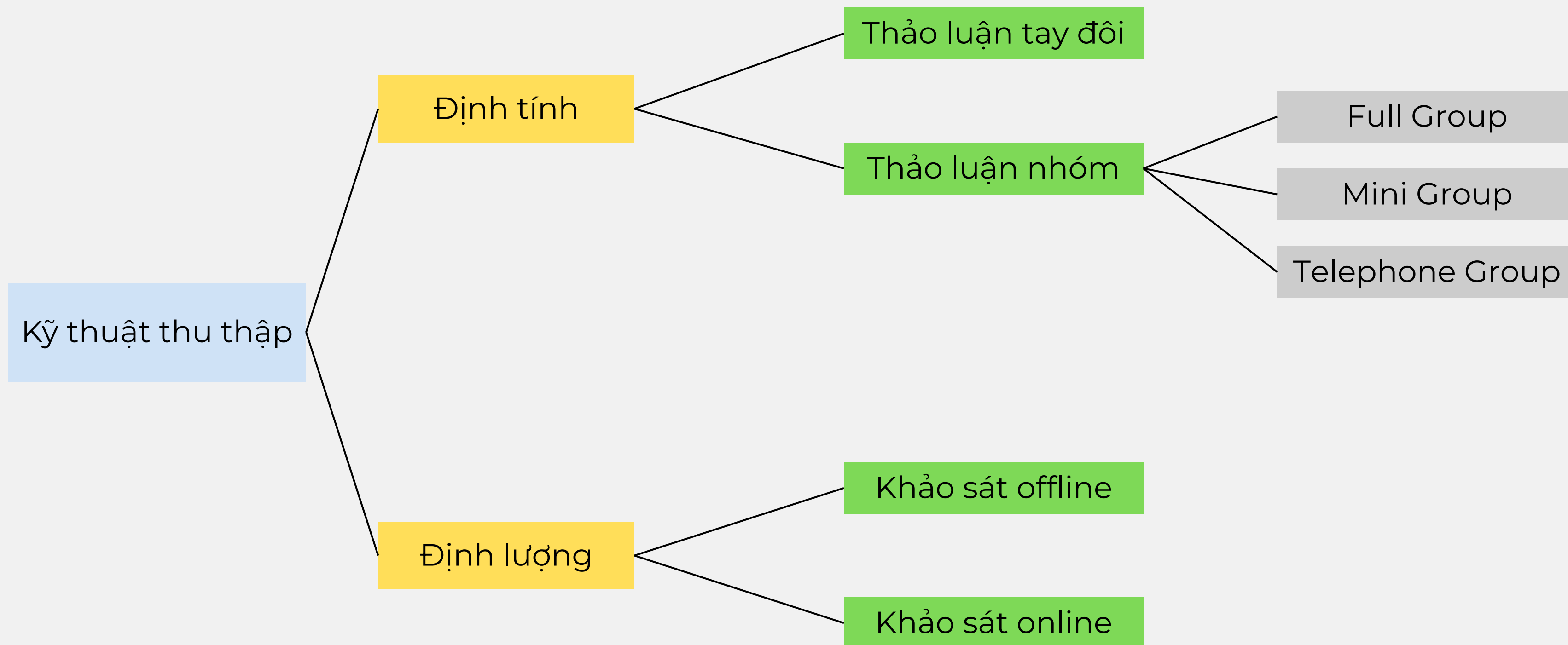
- Điểm mạnh: Miễn phí, các báo cáo chi tiết theo ngành, cập nhật theo xu hướng thị trường, dễ dàng tìm kiếm trên website.
- Điểm yếu: Khối lượng dữ liệu chưa lớn, một số báo cáo dữ liệu khá cũ.

3

Đối chiếu tính đúng của AI

- Với mỗi nhận định của AI, hãy tìm ít nhất 2 nguồn độc lập để kiểm chứng.
- Đánh dấu Verified / Partly verified / Unverified / False và ghi rõ link.

DỮ LIỆU VÀ KỸ THUẬT THU THẬP





- 01 Nghiên cứu thị trường là gì?
- 02 Các loại dữ liệu và kỹ thuật thu thập
- 03 Quy trình nghiên cứu thị trường**

QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

1 - Xác định vấn đề nghiên cứu

- Nhu cầu thông tin
- Vấn đề nghiên cứu
- Mục tiêu, mô hình nghiên cứu

2 - Thiết kế nghiên cứu

- Phương pháp nghiên cứu
- Thiết kế mẫu nghiên cứu
- Thiết kế bảng câu hỏi

3 - Thu thập thông tin

- Tổ chức thông tin
- Mã hóa dữ liệu
- Nhập thông tin vào máy tính

4 - Phân tích và báo cáo

- Phân tích dữ liệu
- Viết báo cáo
- Trình bày kết quả



01 Ứng dụng AI trong nghiên cứu thị trường

02 Thực hành



01 Ứng dụng AI trong nghiên cứu thị trường

02 Thực hành



Theo em, có thể **ứng dụng AI vào những giai đoạn nào** của một NCTT?

Ways to Use AI in Market Research



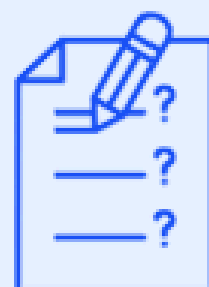
Open-ended
Text Analysis



Conversational
Insight



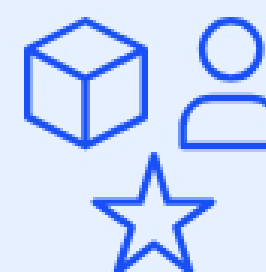
Auto Report
Generation



Preparing
Questionnaire



Advanced Secondary
Research



Customer Success
Automation



01 Ứng dụng AI trong nghiên cứu thị trường

02 Thực hành

THỰC HÀNH

Nhà hàng A muốn khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng về độ hài lòng khi dùng bữa để cải tiến chất lượng và dịch vụ.

Nhiệm vụ của bạn:

Hãy viết lệnh xây dựng một bảng câu hỏi khảo sát gồm 10–15 câu, nhằm đo lường mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ của nhà hàng A.

Yêu cầu chi tiết:

- Câu hỏi cần bao quát các khía cạnh của 7Ps trong dịch vụ.
- Ghi rõ dạng câu hỏi (trắc nghiệm, thang điểm, câu hỏi mở...)
- Chỉ cần nộp bảng câu hỏi, không cần phân tích hay triển khai.

KẾT THÚC

