



# Content Marketing

- **Biên soạn: Nguyễn Đình Trung**
- **YM/Skype: luckyandlove2006**
- **Website:**  
**<http://hocinternetmarketing.vn/>**
- **Email: dinhtrung.ec@gmail.com**

# Content Marketing

- 1 Tìm hiểu khách hàng là ai.
- 2 Kiểm soát lại nội dung hiện tại
- 3 Xây dựng chiến lược nội dung cho mọi chu kỳ
- 4 Lên lịch trình tạo nội dung, sáng tạo nội dung
- 5 Kênh Marketing phát triển nội dung

# 1 Tìm kiếm khách hàng là ai

- Xác định đối tượng khách hàng là ai để xây dựng nội dung phù hợp
- Mỗi khi tiếp cận nội dung. quan tâm của khách hàng, nhu cầu, lợi ích của khách hàng
- Thông tin gì họ thường tìm kiếm
- Xu hướng đang ảnh hưởng tới hành vi, thói quen đọc, tìm kiếm thông tin của khách hàng.
- Phương thức tiếp cận của họ qua công cụ tìm kiếm, mạng xã hội, blog

# 2 Kiểm soát nội dung hiện tại

- Kiểm soát nội dung hiện tại sẽ giúp tìm ra những công việc và bổ sung thêm nội dung mới. (qua công cụ google analytics)
- Nội dung nào đang cung cấp trên website
- Nội dung nào đang được quan tâm nhất
- Người dùng tiếp cận
- Thời gian tạo nội dung
- Khách hàng tiềm năng
- Xem lại tất cả các phần nội dung từ: video, bài viết, bài viết blog, nội dung trên social, ebook, podcast
- -> Đưa ra nhận xét và có những kết luận về nội dung đang được chú ý, không được chú ý.

# 3 Xây dựng chiến lược nội dung cho mọi chu kỳ của khách hàng

- ❖ Xác định các chủ đề nội dung cần tạo
- ❖ Hình thành bản đồ nội dung

# 3 Xây dựng chiến lược nội dung cho mọi chu kỳ của khách hàng

- ❖ Xác định các chủ đề nội dung, hình thức nội dung cần tạo
  - Kể một câu chuyện về sản phẩm, dịch vụ
  - Phần Q&A, hỏi đáp
  - Nội dung thực tế với khách hàng, bài viết tư vấn chuyên sâu
  - Dạng thông số kỹ thuật sản phẩm
  - Sử dụng đoạn video, Podcasts, slide
  - Những tin tức, sự kiện trong doanh nghiệp
  - Nội dung hình ảnh, video, cập nhật trên social

# 3 Xây dựng chiến lược nội dung cho mọi chu kỳ của khách hàng

- ❖ Hình thành bản đồ nội dung
  - Nội dung tạo ra thường rất khác nhau theo từng chu kỳ khác nhau, qua đó cần tạo ra những nội dung cho tất cả các chu kỳ, gồm 4 chu kỳ:



# 3 Xây dựng chiến lược nội dung cho mọi chu kỳ của khách hàng

## ❖ Hình thành bản đồ nội dung

### **Nhận thức**

Triển vọng được làm quen với thương hiệu hoặc nhận ra họ có một nhu cầu sản phẩm / dịch vụ.

### ***Nghiên cứu***

Khách hàng tiềm năng xác định các vấn đề và nghiên cứu các giải pháp tiềm năng, bao gồm cả sản phẩm / dịch vụ.

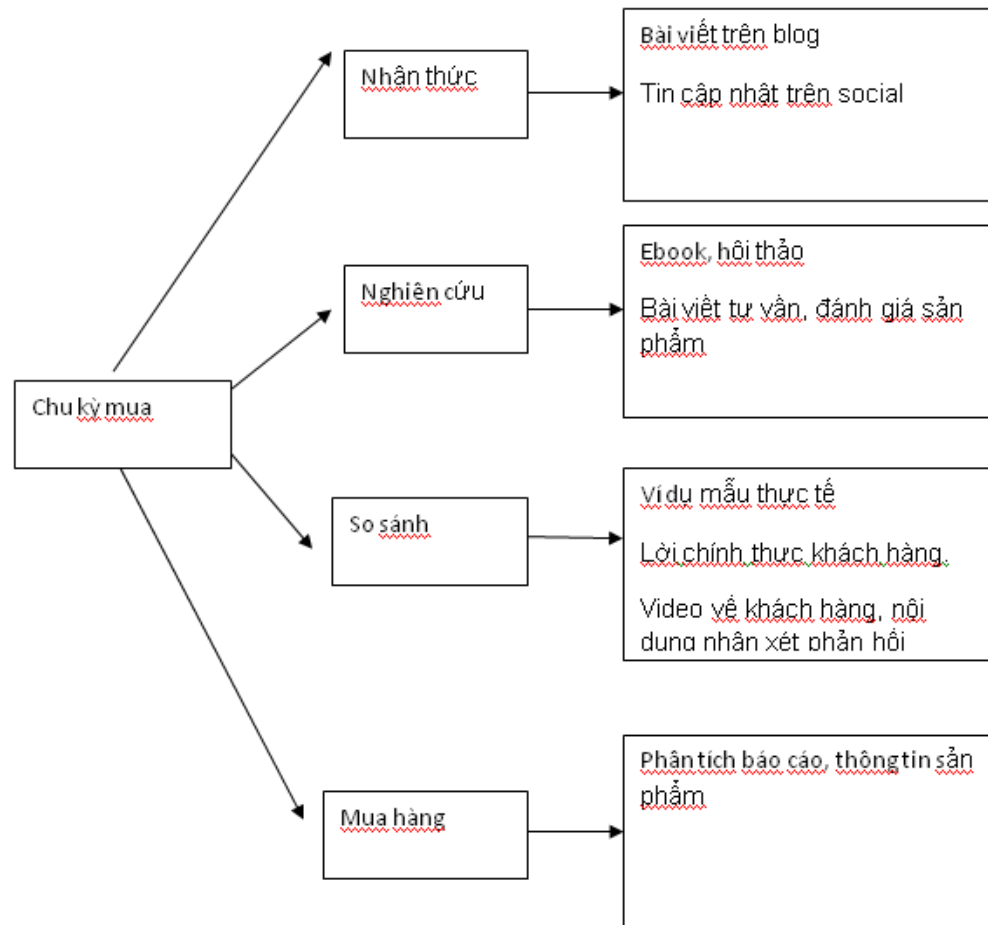
### ***So sánh / xác nhận***

Khách hàng tiềm năng xem xét các tùy chọn và bắt đầu thu hẹp danh sách các nhà cung cấp.

### ***Mua hàng***

Khách hàng tiềm năng quyết định từ người mua.

# Bản đồ nội dung



# 4 Lên lịch trình tạo nội dung, sáng tạo nội dung

- Lịch trình biên tập như một lộ trình sáng tạo nội dung, các nội dung được tạo ra, đó là những gì các chủ đề cần quan tâm và nhắm đúng mục tiêu.
- Phân nhóm các phần nội dung theo từng chuyên mục chủ đề theo sơ đồ.
- Xây dựng thời gian tạo ra các bài viết theo một lịch trình chi tiết, cập nhật các phần nội dung theo ngày, và hình thành kho nội dung.
- Chú ý tới từ khóa SEO cho toàn bộ nội dung đưa lên website theo một bộ từ khóa mục cho toàn website và bộ từ khóa mở rộng.
- Tái tạo và sử dụng nội dung: Sử dụng và tái tạo nội dung của một chủ đề với những định dạng khác. Đưa một bài đăng trên blog hay bài viết tư vấn vào một video, hay đưa nội dung vào một dạng đồ họa tiết thú vị cho người dùng

# 5 Kênh marketing phát triển nội dung

- Nội dung lên website
- Nội dung lên blog
- Nội dung lên Social Marketing
- Gửi nội dung qua email đến khách hàng
- Gửi nội dung lên các báo mạng

## **Tư vấn hỗ trợ:**

- YM/Skype: luckyandlove2006
- Email: admin@hocinternetmarketing.vn