

“Đẩy” và “Kéo” trong kinh doanh trực tuyến



Trong hoạt động tiếp thị và quảng bá ngoại tuyến (offline) cho các sản phẩm và dịch vụ, có hai nhóm chiến lược cơ bản và “đẩy” và “kéo”. Các chiến lược “đẩy” sử dụng đội ngũ nhân viên bán hàng của doanh nghiệp và các hoạt động quảng bá, khuyến mãi để tạo ra nhu cầu về một sản phẩm....

Trong khi đó, các chiến lược “kéo” đòi hỏi doanh nghiệp phải chi nhiều tiền cho các hoạt động quảng cáo và thu hút người tiêu dùng để từ đó hình thành nên nhu cầu về sản phẩm. Các doanh nghiệp có thể áp dụng hai nhóm chiến lược trên với chi phí thấp để bán sản phẩm và dịch vụ của mình trên các thị trường ảo

Các chiến lược “đẩy”

1. Các chương trình liên kết:

Nếu không xây dựng một chương trình tiếp thị liên kết cho sản phẩm hay dịch vụ đang chào bán, doanh nghiệp sẽ có thể bị mất doanh thu hoặc chi quá nhiều tiền để tự quảng cáo cho mình.

2. Tìm hiểu thêm khách hàng bằng điện thoại:

Hầu hết các trang web nhảy (landing page) sử dụng trong quảng cáo trực tuyến đều tạo cơ hội cho doanh nghiệp thu thập số điện thoại, nhưng các doanh nghiệp lại không bao giờ sử dụng các số điện thoại này để liên lạc với các khách hàng tiềm năng. Để tăng

hiệu quả tiếp thị, doanh nghiệp nên sử dụng phối hợp hai phương tiện thư điện tử và điện thoại để liên lạc với các khách hàng tiềm năng.

3. **Gửi thư trực tiếp:**

Nếu doanh nghiệp có thể thu thập địa chỉ thư điện tử của khách hàng thì nên sử dụng địa chỉ này để gửi thư trực tiếp cho họ và chào bán sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp, sau đó gọi điện thoại cho khách hàng để tìm hiểu thêm. 4. Quảng cáo: Mức độ thường xuyên của quảng cáo sẽ quyết định đến thành công của các chiến lược “đẩy” khác. Nếu không quảng cáo, doanh nghiệp sẽ chẳng có khách hàng tiềm năng nào để gửi thư hay điện thoại cho họ. Nên kết hợp quảng cáo trên các trang web liên kết để tiết kiệm chi phí, đồng thời nâng cao được hiệu quả.

Các chiến lược “kéo”

1. **Sử dụng quảng bá lan truyền:**

Đa số doanh nghiệp đều hiểu được sức mạnh của các hoạt động marketing lan truyền nhưng lại chưa thực hiện được hoạt động tương ứng. Một số cách làm tiếp thị lan truyền là: viết một bài báo trên Internet dạng in ra được để người đọc có thể chia sẻ

đường kết nối hay logo của doanh nghiệp cho bạn bè, người thân của họ; viết bài gửi cho các trang web miễn phí; gửi các bản tin về một sản phẩm hay dịch vụ miễn phí đang được cung cấp trên trang web của doanh nghiệp; tin đăng trên trang web của doanh nghiệp; giúp khách hàng gửi từ trang web của doanh nghiệp; tạo ra trò chơi điện tử mang thông điệp tiếp thị mà khách hàng có thể tải từ trang web của doanh nghiệp về máy tính của họ.

2. **Sử dụng các trang web xây dựng quan hệ xã hội:**

Tranh thủ đưa các thông điệp về nhãn hiệu, logo của doanh nghiệp lên các trang web xây dựng quan hệ xã hội như Youtube, Facebook, Friendster...

3. **Sử dụng blog:**

Cá nhân hóa các trang nhật ký điện tử (blog) của doanh nghiệp bằng cách sử dụng logo và các đường dẫn đến trang web của doanh nghiệp.

4. **Tham gia các cuộc hội thảo:**

Việc làm này sẽ giúp mở rộng quan hệ và tăng cường quảng cáo truyền miệng.