



Brandsketer Viet Nam
— Max Your Brand

CMO - **GIÁM ĐỐC MARKETING ONLINE**

BÀI BẢN - CHUYÊN NGHIỆP





THÔNG ĐIỆP CHƯƠNG TRÌNH

CMO - GIÁM ĐỐC MARKETING ONLINE là chuỗi các lớp cao cấp và chuyên sâu về Marketing Online, tập hợp bởi các chuyên đề quan trọng không thể thiếu trong kế hoạch marketing hiện đại. Đa phần những người làm marketing hiện tại đều chỉ tập trung vào digital mà quên đi mất digital chỉ là 1 phần rất nhỏ trong chuỗi chiến lược dài hơi của một thương hiệu, ngay cả những kỳ cựu trong làng marketing offline cũng bối rối khi truyền thống thoái trào, 4.0 lên ngôi. Vậy để làm thương hiệu cho doanh nghiệp đúng nghĩa cần có gì? Tư duy ra sao, công thức nào để làm nên một cấu trúc thương hiệu, rồi sau đó duy trì và phát triển.





CMO



**VAI TRÒ
GIÁM ĐỐC MARKETING**

Giám đốc Marketing đóng một vai trò quan trọng trong bất kỳ doanh nghiệp nào, là người chịu trách nhiệm đưa ra chiến lược tiếp thị, quản lý thương hiệu để đưa sản phẩm và dịch vụ của công ty đến với khách hàng mục tiêu. Công việc của giám đốc Marketing không chỉ liên quan đến triển khai chiến lược tiếp thị, mà còn đưa ra quyết định chiến lược chi tiết nhằm đảm bảo hiệu quả và đạt được mục tiêu kinh doanh.

Thách thức đầu tiên mà CMO gặp phải là việc đưa ra chiến lược tiếp thị phù hợp với thị trường và khách hàng mục tiêu. CMO cần phải nghiên cứu thị trường, đối thủ cạnh tranh để tìm hiểu về nhu cầu, thói quen tiêu dùng của khách hàng, từ đó đưa ra các chiến lược tiếp thị phù hợp để thu hút, giữ chân khách hàng. Tiếp đến, là việc quản lý ngân sách marketing, CMO phải đảm bảo rằng các hoạt động marketing đang được thực hiện với ngân sách phù hợp và hiệu quả, đồng thời cũng phải đảm bảo rằng chiến lược marketing của công ty đang được cập nhật liên tục để đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của khách hàng mục tiêu. Cuối cùng là việc tạo dựng và duy trì thương hiệu. Giám đốc Marketing cần phải đảm bảo rằng thương hiệu của công ty luôn được tạo dựng và duy trì một cách hiệu quả, để thu hút, giữ chân khách hàng, đồng thời cũng phải chắc chắn rằng hình ảnh của công ty luôn được duy trì với đội ngũ nhân viên và cộng đồng.



QUAN ĐIỂM GIẢNG DẠY

Marketing chính thống, không tà đạo thủ thuật, không dạy sử dụng tool, trích để bùng hay hack tài khoản của người khác. Lớp dạy cân bằng cả về thực hành lẫn tư duy, không nghiêng về 1 phía, lớp không chỉ riêng về "học chạy quảng cáo", có rất nhiều chuyên đề khác nhau, đảm bảo học viên sau khi học có năng lực lý thuyết tương đương với giám đốc marketing (CMO).

NỘI DUNG HỌC PHẦN

Tư duy & Kiến thức nền tảng phải có

- 1.1 - Định nghĩa lại về Marketing và vị trí của nó trong doanh nghiệp
- 1.2 - Marketing xưa và nay, từ Offline đến Online
- 1.3 - Năng lực, tố chất cần có của 1 CMO, CEO
- 1.4 - Tam giác cân trong mọi chiến lược Marketing Online
- 1.5 - Làm quen các chỉ số, các tên gọi và công thức
- 1.6 - Từ 4P cho đến 7P và 10P

01

Định vị thương hiệu doanh nghiệp

- 2.1 - Phân tích đối thủ, thị trường bằng SWOT và định vị 4P cho doanh nghiệp
- 2.2 - Core Value : Tầm nhìn - Sứ mệnh - Hệ giá trị
- 2.3 - Slogan, làm nên giá trị
- 2.4 - Logo : Icon & Text
- 2.5 - Câu chuyện thương hiệu
- 2.6 - Business profile

02

Content - Design - Video : Tone Mood

- 3.1 - Viết bài SEO trên website
- 3.2 - Bài ngắn trên các nền tảng Social : Facebook, Google Maps, LinkedIn, Zalo...
- 3.3 - Bài Pr trên báo, website
- 3.4 - Công thức quảng cáo : Phản content - So sánh - Chim mồi
- 3.5 - Sáng tạo hình ảnh truyền thông số
- 3.6 - Sáng tạo video, từ kịch bản - thực thi - tới thành phẩm

03

Digital Marketing

- 4.1 - Từ nền chủ động đến quảng cáo bị động : Facebook, Google, Zalo, Tiktok
- 4.2 - Ads Flow : Sơ đồ chiến dịch quảng cáo

04

Website và nội dung

- 5.1 - Landing page hay Homepage, có sẵn hay code mới.
- 5.2 - Quy trình thiết kế nên 1 website
- 5.3 - Quy chuẩn trên 1 website hiện tại : Màu sắc, bố cục, chức năng
- 5.4 - Sáng tạo nội dung trên website
- 5.5 - Các công cụ hỗ trợ : Tracking code, CTA, App

05

NỘI DUNG HỌC PHẦN

Con người & Hoạt động

- 6.1 - Bố trí nhân sự & Setup 1 phòng marketing
- 6.2 - Truyền thông nội bộ

06

Marketing plan : Từ online đến offline

- 7.1 - B1 : Xây dựng chân dung khách hàng
- 7.2 - B2 : SWOT và Xác định sự khác biệt của doanh nghiệp với thị trường
- 7.3 - B3 : Key Message - Thông điệp chính cho từng chiến dịch
- 7.4 - B4 : Chọn kênh/công cụ tiếp thị
- 7.5 - B5 : Hoàn thiện kế hoạch truyền thông cho từng giai đoạn
- 7.6 - B6 : Xác định ngân sách và dự trù khả năng
- 7.7 - B7 : Kế hoạch hành động, phân công công việc
- 7.8 - B8 : Xây dựng công cụ đo lường
- 7.9 - B9 : Triển khai & theo dõi
- 7.10 - B10 : Điều chỉnh và cải thiện

07

Tổng kết & lễ tốt nghiệp

- 8.1 - Bài luận cuối khoá
- 8.2 - Lễ tốt nghiệp + trao bằng

08



NHỮNG GIÁ TRỊ CHƯƠNG TRÌNH

01

Kiến thức và kỹ năng tiếp thị toàn diện

Được trang bị các kiến thức, kỹ năng tiếp thị hiện đại và thực tiễn nhất, giúp xây dựng cũng như quản lý các chiến dịch marketing hiệu quả.

02

Chiến lược tiếp thị đột phá

Nắm vững kiến thức mới nhất trong lĩnh vực tiếp thị, tạo ra các chiến lược tiếp thị và kế hoạch hiệu quả, củng cố vị trí thị trường của doanh nghiệp.

03

Mạng lưới chuyên gia và đối tác

Nâng cao kiến thức chuyên môn, có cơ hội trao đổi với các chuyên gia trong ngành marketing, mở rộng mạng lưới quan hệ và hợp tác với những đối tác tiềm năng.

04

Giá trị nghề nghiệp

Nâng cao giá trị nghề nghiệp và cơ hội thăng tiến trong sự nghiệp của mình, được trang bị các kỹ năng, kiến thức tiếp thị tốt nhất trong ngành.

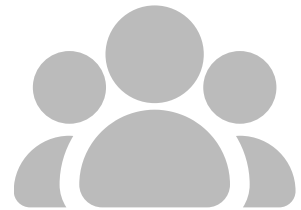


Brandsketer Viet Nam

— Max Your Brand



ĐỐI TƯỢNG THAM GIA



1. Chuyên viên marketing đang mong muốn trở thành nhà quản lý marketing trong tương lai.
2. Giám đốc marketing cần nâng cao kiến thức và kỹ năng quản lý để phát triển bộ phận marketing hiệu quả hơn.
3. Nhà sáng lập và chủ doanh nghiệp muốn tìm hiểu sâu hơn về marketing để đưa ra các quyết định kinh doanh đúng đắn hơn.
4. Nhà quản lý sản phẩm đang có ý định tìm hiểu về quản lý sản phẩm kết hợp với marketing để tạo ra các chiến lược kinh doanh tối ưu hơn.
5. Nhà quản lý thương hiệu, những người mong muốn tìm hiểu rõ hơn về quản lý thương hiệu để tạo ra giá trị và nâng cao thương hiệu của doanh nghiệp

THÔNG TIN CHƯƠNG TRÌNH



Brandsketer Viet Nam

— Max Your Brand



Thời lượng

Tổng cộng 15 buổi,
học trong 3 tháng



Chi tiết chương trình

Vui lòng truy cập
Website : www.brandsketer.com



Phí tham dự chương trình

Phí tham dự vui lòng liên hệ
Brandsketer để được nhận ưu
đãi tốt nhất.

Contact Us



Liên hệ tư vấn viên để được hỗ trợ :

- Ms. Anh Thư | 0359391091

- Mr. Tấn Trung | 0393678959

Hoặc quét mã QR code
để tìm hiểu thêm thông tin về chương trình



Cộng đồng CMO | Giám đốc Marketing Online

GIẢNG VIÊN ĐỨNG LỚP



Lê Hoàng, CEO & Foudner của Brandsketer Việt Nam, với hơn 6 năm kinh nghiệm thực thi trên 1000 project marketing lớn nhỏ từ offline đến online qua nhiều giai đoạn, thị trường và một số chuyên gia khác. Cùng đội ngũ, công ty Brandsketer đã góp công xây dựng hình ảnh thương hiệu cho các doanh nghiệp SMEs tại Việt Nam, triển khai các chiến dịch đó trên nhiều kênh truyền thông khác nhau.



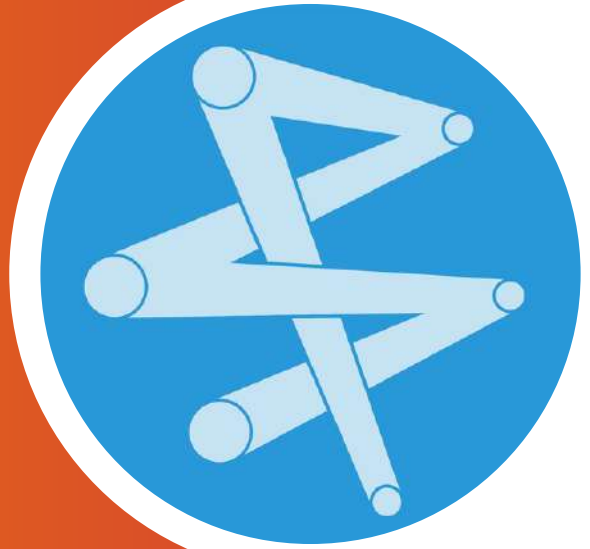
Brandsketer Viet Nam

— Max Your Brand



**HỘI NHẬP TOÀN CẦU
VỚI CHỨNG NHẬN TỪ
CHƯƠNG TRÌNH CMO**

Brandsketer Việt Nam



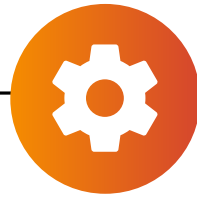
Advertising

Facebook, Google, Zalo,
TikTok Digital Marketing



Training

Đào tạo online/offline
các khoá học digital,
marketing



Branding

Xây dựng và định vị
thương hiệu trên thị
trường bắt đầu
từ con số 0

About Our Company

Là một Agency trong lĩnh vực Marketing với kinh nghiệm hơn 6 năm trong ngành từ cuối 2016, chúng tôi hiểu rõ giá trị thực sự của việc triển khai ý tưởng sáng tạo nhiều hơn là việc chỉ tập trung vào công cụ.



+(84) 35 9391 091

Address : 39 Đông Hưng Thuận 2, Q. 12, TP. HCM
Phone : 035 9391 091
Mailbox : info.brandsketer@gmail.com