



TP. HCM, 15 tháng 12 năm 2024

CÔNG TY TNHH CLICK DIGITAL

Đề xuất số: GFI001

MST: 0316048470

Đề xuất marketing cho khóa học “Bản Đồ Đầu Tư Thành Công” của GFI Ventures

Lời đầu tiên, công ty TNHH Click Digital xin cảm ơn **GFI Blockchain** và **GFI Ventures** đã chia sẻ thông tin về khóa học "Bản Đồ Đầu Tư Thành Công". Sau khi nghiên cứu các thông tin chi tiết, chúng tôi đưa ra đề xuất chiến lược marketing nhằm giúp GFI Blockchain đạt được mục tiêu bán khóa học và gia tăng nhận diện thương hiệu.

1. Thông tin về chiến dịch

Mục tiêu chính của chiến dịch:

- **Tăng nhận diện thương hiệu** và xây dựng lòng tin đối với khách hàng tiềm năng.
- **Chuyển đổi khách hàng tiềm năng thành khách hàng thực tế**, thúc đẩy doanh thu khóa học.
- **Xây dựng lại nền tảng nhận diện khóa học và giảng viên**, giúp người dùng nhận thấy giá trị vượt trội của khóa học.

Thời gian chiến dịch: Kéo dài 3 quý, từ ngày 01 tháng 01 năm 2025 đến ngày 31 tháng 09 năm 2025.

Link khoá học: <https://openedu.net/courses/ban-do-dau-tu-thanh-cong>

The screenshot shows the OpenEdu course page for "Bản Đồ Đầu Tư Thành Công". The course is created by Phạm Hưởng and was last updated on 25/10/2024. It has 421 learners and is marked as "Content Completed". The course content includes four sections: "Tại sao nên đầu tư vào lĩnh vực Blockchain", "Đầu tư Crypto là đầu tư vào đâu", "Kiến thức cần có để đầu tư hiệu quả", and "Hướng dẫn tìm kiếm dự án đầu tư". The course price is VND 986,000, with a crossed-out price of VND 3,750,000. A "Buy this course" button and a "Share To Earn" button are visible.

Link landing page khóa học: <https://openedu.net/landing/ban-do-dau-tu>

The landing page features the headline "MỌI VƯƠNG MẮC ĐƯỢC MỞ KHOÁ TẠI KHÓA HỌC 'BẢN ĐỒ ĐẦU TƯ THÀNH CÔNG'". It lists four key benefits: access to GFI's top 1 Crypto investment decisions, 8 years of investment experience, direct teaching by GFI's investment director, and ongoing support for investment issues. The price is listed as 3,750,000đ with a super discount to 986.000đ. A bar chart shows the ROI of various projects: NEAR (6.8000%), GRT (9.0000%), LINK (12.5000%), AIOZ (15.0000%), ONE (20.0000%), and FLOW (40.0000%). The text "Lợi nhuận khủng của các dự án nổi bật" is written below the chart.

Project	ROI (%)
NEAR	6.8000%
GRT	9.0000%
LINK	12.5000%
AIOZ	15.0000%
ONE	20.0000%
FLOW	40.0000%

2. Thông tin về công ty TNHH Click Digital - Bên chạy chiến dịch

Công ty TNHH Click Digital là đơn vị cung cấp dịch vụ marketing toàn diện, với đội ngũ chuyên gia dày dặn kinh nghiệm trong lĩnh vực marketing và hiểu biết sâu rộng về thị trường crypto. Chúng tôi tự hào mang đến những giải pháp sáng tạo và hiệu quả, đáp ứng tốt các yêu cầu đa dạng của khách hàng trong thời đại công nghệ số.

Điểm mạnh nổi bật của Click Digital:

1. Đội ngũ giàu kinh nghiệm:

- Đội ngũ nhân sự đã triển khai thành công hàng chục chiến dịch marketing ở các lĩnh vực như tài chính, công nghệ, giáo dục, tuyển dụng.
- Kinh nghiệm thực chiến trong phân tích thị trường, định vị thương hiệu, và tối ưu hóa chiến dịch.

PORTFOLIO VỀ DỊCH VỤ MARKETING

File



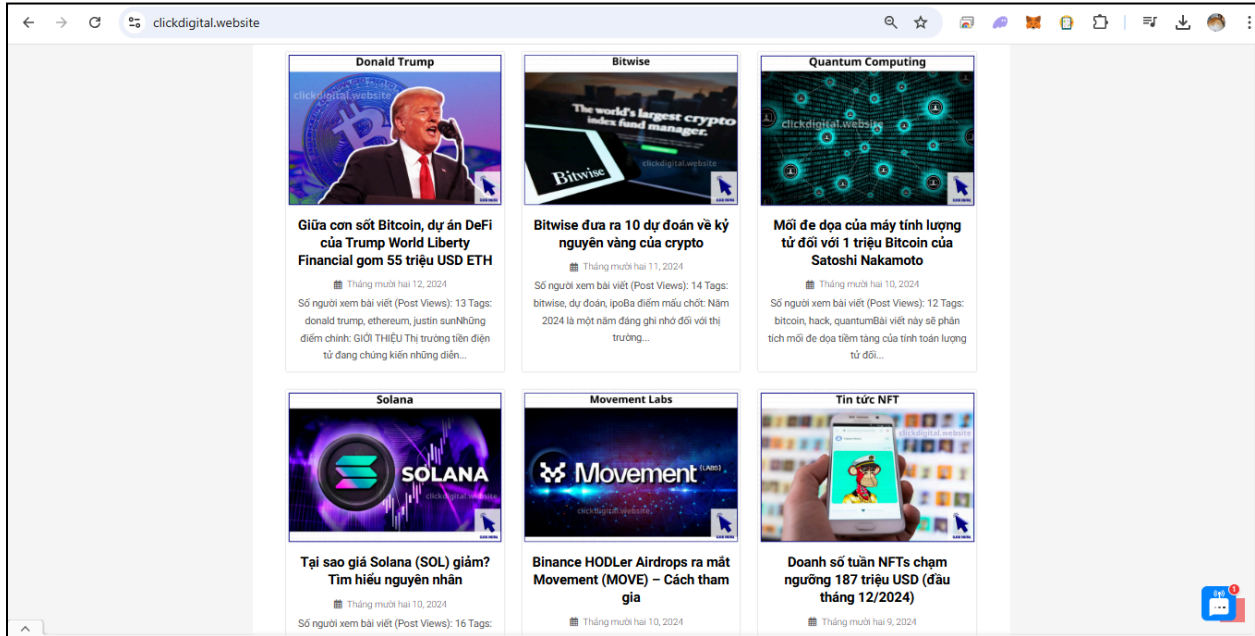
Hóa đơn VAT ví dụ của khách hàng đã chạy 50,000,000 vnd. (đã xin phép khách để public)

PARTNER



2. Hiểu biết sâu sắc về thị trường crypto:

- Với hơn 5.000 bài viết chuyên sâu về crypto và blockchain, chúng tôi đã xây dựng kiến thức nền tảng vững chắc về ngành, từ xu hướng thị trường đến hành vi khách hàng.



- Am hiểu các công cụ, nền tảng, và cộng đồng trong lĩnh vực blockchain và tài sản số, giúp tối ưu hóa khả năng tiếp cận và chuyển đổi khách hàng.

3. Khả năng sáng tạo linh hoạt:

- Phát triển các chiến lược marketing cá nhân hóa, phù hợp với từng phân khúc khách hàng (nhà đầu tư F0, nhà đầu tư truyền thống).
- Kết hợp đa kênh (Facebook, Google, YouTube, TikTok, Telegram) để tối ưu hóa hiệu quả tiếp cận.

Tầm nhìn và sứ mệnh:

Chúng tôi hướng đến việc trở thành đối tác marketing hàng đầu cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực crypto, blockchain và tài chính, giúp khách hàng tăng cường nhận diện thương hiệu, mở rộng tệp khách hàng, và đạt được mục tiêu kinh doanh dài hạn.

Cam kết:

Click Digital cam kết cung cấp những giải pháp marketing toàn diện, đo lường hiệu quả bằng các KPI rõ ràng và luôn sẵn sàng đồng hành cùng GFI Blockchain trong việc xây dựng thương hiệu và thúc đẩy doanh thu cho khóa học “Bản Đồ Đầu Tư Thành Công”.

3. Ưu nhược điểm của khóa học "Bản Đồ Đầu Tư Thành Công"

- **Điểm mạnh:**
 - GFI Blockchain có uy tín cao từ các nhà lãnh đạo trong ngành crypto, giúp tạo ra niềm tin cho học viên khi tham gia khóa học.
 - Khóa học cung cấp thông tin giá trị về đầu tư, giúp học viên hiểu rõ cách thức đầu tư hiệu quả, tăng thu nhập tốt hơn.
- **Điểm yếu:**
 - **Giá khóa học** 986.000 VND cao hơn nhiều so với các khóa học khác như của Unica (299.000 VND) hoặc Coin98 (miễn phí), có thể khiến khách hàng băn khoăn về mức độ giá trị của khóa học.
 - **Chưa được quảng bá rộng rãi** trên các kênh truyền thông, gây khó khăn trong việc tiếp cận khách hàng tiềm năng.
 - **Trang landing page** chưa hấp dẫn và có sai sót chính tả, điều này cần phải được cải thiện để tạo ấn tượng tốt hơn với khách hàng.

4. Bảng các khóa học crypto cạnh tranh khác

Dưới đây là bảng cập nhật với các thay đổi bạn yêu cầu:

Tên khóa học cạnh tranh	Bên tổ chức	Học phí	Điểm mạnh	Điểm yếu	Cách đối phó
Khóa học đầu tư Crypto cơ bản	CIC	Miễn phí	Hoàn toàn miễn phí, kiến thức cơ bản, dễ tiếp cận.	Chỉ giới hạn ở mức cơ bản, không có chiều sâu, không hỗ trợ phân tích kỹ thuật.	Nhấn mạnh sự đầy đủ và nâng cao của nội dung GFI dành cho người muốn đi xa hơn trong crypto.
Đầu tư Crypto 101	Coin98	Miễn phí	Miễn phí, có uy tín nhờ thương hiệu Coin98, phù hợp với người mới tìm hiểu về crypto.	Chỉ cung cấp kiến thức cơ bản, thiếu bài tập thực hành và ứng dụng thực tế.	Nhấn mạnh sự khác biệt của GFI trong việc hướng dẫn ứng dụng thực tế và các bài tập chuyên sâu.
Hành trình triệu đô Crypto	Unica	299,000đ	Giá rẻ, dễ tiếp cận, phù hợp với người muốn bắt đầu tìm hiểu cách	Nội dung chưa chuyên sâu, tập trung nhiều vào "tài chính nhanh" hơn là nền tảng công nghệ và	Nhấn mạnh giá trị bền vững và chiến lược lâu dài trong khóa học của GFI, thay vì chỉ hướng

			kiếm tiền từ crypto.	chiến lược đầu tư bài bản.	đến lợi nhuận ngắn hạn.
Hiểu và kiếm tiền từ Crypto currency	Văn Thượn g Hĩ - KhoKh oahoc	699,000đ	Giá hợp lý, nội dung dễ hiểu, phù hợp với người mới bắt đầu.	Thiếu các kiến thức nâng cao về blockchain và phân tích kỹ thuật.	Tập trung vào sự toàn diện của nội dung GFI, nhấn mạnh cả về công nghệ và ứng dụng thực tế trong đầu tư.
Khóa học Crypto từ A-Z	Onus	Miễn phí	Miễn phí, tập trung vào các chiến lược trading, phù hợp với người muốn giao dịch ngắn hạn.	Thiếu kiến thức cơ bản, không phù hợp cho người mới.	Nhấn mạnh nội dung toàn diện của GFI bao gồm cả căn bản, trung cấp và ứng dụng thực tế.
Khóa Blockchain & Crypto	Tài chính tâm an	5 - 10 triệu	Có hệ thống video bài giảng cơ bản, hữu ích; nhiều nội dung miễn phí trên Youtube.	Giá cao, các khóa học không được tổ chức thường xuyên.	Tập trung vào lợi thế giá hợp lý của GFI, tổ chức đều đặn và dễ tiếp cận hơn.

Khóa Blockchain 101	200Lab	Miễn phí	Nội dung bài giảng chi tiết, phù hợp với người học muốn tìm hiểu kỹ lưỡng về công nghệ blockchain.	Chỉ tập trung vào blockchain, không bao quát các nội dung về đầu tư crypto.	Đề cập đến tính đa dạng của GFI trong việc kết hợp giữa công nghệ blockchain và chiến lược đầu tư thực tiễn.
---------------------	--------	----------	--	---	--

Nhận xét:

1. **Khóa miễn phí** (CIC, Coin98, Onus, 200Lab): Dễ tiếp cận, nhưng thiếu tính toàn diện.
2. **Khóa học giá cao** (Tài chính tâm an): Giá cao, dễ gặp rào cản với người mới, GFI có thể tận dụng lợi thế giá và nội dung đa dạng.
3. **Chiến lược nổi bật của GFI**: Nhấn mạnh giá trị cân bằng giữa lý thuyết, thực hành, và ứng dụng thực tế, phù hợp cho người mới lẫn người muốn nâng cao kỹ năng.

5. Rào cản cho chiến dịch marketing khóa học

1. Rào cản về lòng tin:

- Crypto là một thị trường mới nổi và tiềm ẩn rủi ro, đặc biệt đối với nhà đầu tư F0 hoặc những người chưa có kinh nghiệm. Đồng thời, khách hàng dễ nghi ngờ về tính minh bạch, uy tín và chất lượng của các khóa học.

2. Quy định pháp lý chưa rõ ràng:

- Việt Nam chúng ta vẫn đang chờ khung pháp lý chính thức cho thị trường crypto. Việc pháp lý chưa rõ ràng làm gia tăng lo ngại từ phía

nhà đầu tư và gây khó khăn trong việc quảng bá trên các nền tảng lớn như Facebook hoặc Google.

3. Độ phức tạp của sản phẩm:

- Crypto không chỉ là một lĩnh vực tài chính mà còn liên quan đến công nghệ blockchain, khiến nhiều khách hàng cảm thấy khó tiếp cận và cần nội dung marketing đơn giản, dễ hiểu.

4. Cạnh tranh cao:

- Nhiều đối thủ như Coin98, Unica, KhoKhoahoc đã cung cấp các khóa học với mức phí thấp hơn (hoặc miễn phí), đặt ra thách thức lớn trong việc thuyết phục khách hàng sẵn sàng trả phí cao hơn cho giá trị thực sự của khóa học.

Cách giải quyết:

- **Tăng cường tính minh bạch:** Chia sẻ thông tin chi tiết về giảng viên, nội dung khóa học và kết quả thực tế mà học viên có thể đạt được.
- **Cá nhân hóa nội dung:** Tập trung xây dựng nội dung đơn giản, giải thích lợi ích cụ thể phù hợp với từng nhóm khách hàng mục tiêu (nhà đầu tư F0 hoặc truyền thống).
- **Tạo niềm tin qua cộng đồng:** Xây dựng cộng đồng khách hàng để kết nối và tương tác, tạo cảm giác gắn bó và uy tín.

6. Đối tượng khách hàng

Khách hàng mục tiêu của khóa học "Bản Đồ Đầu Tư Thành Công" được chia thành hai nhóm chính: **Nhà đầu tư F0** và **Nhà đầu tư từ thị trường tài chính truyền thống**. Dưới đây là phân tích chi tiết từng nhóm, bao gồm thông tin về hành vi, tâm lý và chiến lược tiếp cận cụ thể:

A. Nhà đầu tư F0 (Người mới bắt đầu)

Đặc điểm nhân khẩu học:

- **Độ tuổi:** 18-36 tuổi (chiếm ~85% theo báo cáo Coin98 Insights).
- **Giới tính:** 85% nam giới, 15% nữ giới.
- **Thu nhập:**
 - 26% có thu nhập dưới 10 triệu VNĐ/tháng.
 - 46% có thu nhập từ 10-25 triệu VNĐ/tháng.
 - Đây là nhóm sẵn sàng chi trả nếu được chứng minh giá trị thực sự.

1. Tâm lý đầu tư và insight:

1. **Tò mò:** Lần đầu tiếp cận với thị trường crypto, họ cần nội dung cơ bản và dễ hiểu để bắt đầu.
2. **Lo ngại rủi ro:** Sợ mất tiền và muốn tìm khóa học giúp giảm thiểu rủi ro.
3. **FOMO (Fear of Missing Out):**
 - **35,7% thua lỗ do FOMO**, nhưng vẫn bị thu hút bởi các xu hướng hot và nội dung lợi nhuận cao.
4. **Quan tâm đến uy tín:**
 - **85% ưu tiên giảng viên có kinh nghiệm thực chiến.**
 - Họ muốn thấy minh bạch và uy tín từ nội dung khóa học.

2. Hành vi tiếp cận thông tin:

- **Nguồn thông tin chính:**
 - 80% dựa vào lời khuyên từ bạn bè, người thân hoặc cộng đồng.
 - Tự nghiên cứu thông qua YouTube, TikTok, và các nhóm Telegram.
- **Ưu tiên giáo dục:** Yêu cầu các case studies thực tế và dễ áp dụng ngay.

4. Động lực mua khóa học:

1. Học cách đầu tư cơ bản để bắt đầu một cách an toàn.

2. Xây dựng kiến thức nền tảng để tham gia các dự án hoặc xu hướng hot (ví dụ: NFT, DeFi, memecoin).

3. Mong muốn kiếm tiền nhanh với tỷ suất lợi nhuận cao.

4. Chiến lược tiếp cận:

- **Nội dung marketing:**

- Tạo video hướng dẫn ngắn về kiến thức cơ bản (TikTok, YouTube).
- Tận dụng FOMO bằng cách giới thiệu các câu chuyện thành công thực tế từ học viên.

- **Kênh marketing:**

- Ưu tiên quảng cáo trên TikTok, YouTube, và Telegram, nhắm vào nội dung hấp dẫn và trực quan.
- Tổ chức minigame hoặc livestream để tạo tương tác.

- **Ưu đãi khuyến mãi:**

- Tặng học thử miễn phí, giảm giá nhóm, hoặc voucher để kích thích quyết định mua hàng.

B. Nhà đầu tư từ thị trường tài chính truyền thống

1. Đặc điểm nhân khẩu học:

- **Độ tuổi:** 35-50 tuổi.
- **Giới tính:** Nam giới chiếm đa số (~70%), nữ giới chiếm ~30%
- **Thu nhập:**
 - Phần lớn thuộc nhóm có thu nhập từ 25 triệu VNĐ trở lên.
 - Họ có khả năng chi trả cao hơn, nhưng yêu cầu giá trị tương xứng: trình bày sản phẩm chuyên nghiệp hơn, thông tin đa dạng hơn, yêu cầu về uy tín của giảng viên cao hơn.

2. Tâm lý đầu tư và insight:

1. **Bảo thủ:** Họ quen thuộc với các kênh đầu tư truyền thống (chứng khoán, bất động sản) và cần thuyết phục về tính an toàn của crypto. Họ lo ngại về rào cản pháp lý, các vụ hack, sự khó khăn trong thao tác.
2. **Kỳ vọng lợi nhuận cao:**
 - Bị thu hút bởi lãi suất cao của crypto trong giai đoạn thị trường tăng trưởng.
3. **Hứng thú với đổi mới:**
 - Một số người mong muốn khám phá cơ hội đầu tư mới để đa dạng hóa danh mục đầu tư.
4. **Yêu cầu cho khóa học:**
 - Trình bày sản phẩm chuyên nghiệp hơn
 - Thông tin đa dạng hơn, chuyên sâu hơn, bao gồm phương pháp quản lý rủi ro và tối ưu hóa danh mục đầu tư.
 - Yêu cầu về uy tín của giảng viên cao hơn

3. Hành vi tiếp cận thông tin:

- **Hành vi:** Chủ động tìm kiếm thông tin
- **Nguồn thông tin chính:**
 - Tham khảo thông tin trên các website, search thông tin trên Google
 - Các báo cáo phân tích chuyên sâu từ Coin98 Insights, Kyros Ventures.
 - Tham khảo ý kiến từ các chuyên gia, KOLs, hoặc người quen có chuyên môn, đáng tin cậy (cho nên Word-of-mouth cũng quan trọng).
- **Ưu tiên học tập:**
 - Cần nội dung chuyên sâu hơn, bao gồm phương pháp quản lý rủi ro và tối ưu hóa danh mục đầu tư.

4. Động lực mua khóa học:

1. Tìm hiểu về cơ hội đầu tư crypto an toàn.
2. Đánh giá tiềm năng của thị trường crypto so với các kênh đầu tư truyền thống.
3. Nâng cao khả năng quản lý danh mục đầu tư trong môi trường mới.

5. Chiến lược tiếp cận:

- **Nội dung marketing:**
 - Tập trung vào các bài viết chuyên sâu, webinar với các chuyên gia uy tín.
 - Nhấn mạnh tính an toàn và khả năng quản lý rủi ro.
- **Kênh marketing:**
 - LinkedIn, báo cáo phân tích, và quảng cáo Facebook nhắm mục tiêu nhóm tuổi cao hơn.
 - Sử dụng YouTube với nội dung chuyên sâu và các buổi thảo luận từ chuyên gia.
- **Ưu đãi khuyến mãi:**
 - Giảm giá cho nhóm học viên tham gia dài hạn hoặc theo nhóm.

C. Ước tính số lượng của tệp khách hàng mục tiêu

- **Dân số Việt Nam (2024):** ~100 triệu người.
- **Người trưởng thành (18-50 tuổi):** ~55% dân số (~55 triệu người).
- **Tỷ lệ người quan tâm đến đầu tư tài chính:**
 - Theo báo cáo từ Coin98 Insights, khoảng **11-12 triệu người Việt** có tham gia hoặc quan tâm đến đầu tư tài chính (chứng khoán, bất động sản, crypto).
- **Tỷ lệ người quan tâm đến crypto:**

- **6,1 triệu người Việt (2023)** sở hữu hoặc tham gia giao dịch crypto, theo Chainalysis Crypto Adoption Index 2023.
- Trong đó, **80% thuộc nhóm nhà đầu tư F0.**

Nhóm 1: Nhà đầu tư F0

- **Tỷ lệ F0 trong tổng số người tham gia crypto: 80%** (theo Coin98 Insights).
- **Số lượng nhà đầu tư F0: ~80% của 6,1 triệu người = ~4,9 triệu người.**

Thu hẹp đối tượng mục tiêu:

1. Thu nhập:

- **46% nhà đầu tư có thu nhập từ 10-25 triệu VNĐ/tháng: ~2,3 triệu người.**

2. Tâm lý và nhu cầu thực tế:

- Trong số này, chỉ khoảng **50-60% (tức ~1,1 - 1,4 triệu người)** có nhu cầu học tập để giảm rủi ro và nâng cao kiến thức cơ bản.

Cho nên:

Tập nhà đầu tư F0 tiềm năng thực tế là **~1,1 - 1,4 triệu người.**

Nhóm 2: Nhà đầu tư từ thị trường tài chính truyền thống

- **Tỷ lệ người từ thị trường tài chính truyền thống có quan tâm đến crypto: ~10-20%** (theo Kyros Ventures).
- **Số lượng nhà đầu tư truyền thống quan tâm đến crypto: ~10-20% của 11 triệu = ~1,1 - 2,2 triệu người.**

Thu hẹp đối tượng mục tiêu:

1. Thu nhập:

- **28% nhà đầu tư truyền thống có thu nhập trên 25 triệu VNĐ/tháng: ~310.000 - 620.000 người.**

2. Tâm lý và nhu cầu thực tế:

- Trong số này, khoảng **50-70% (tức ~150.000 - 430.000 người)** mong muốn tìm hiểu thêm về crypto để đa dạng hóa danh mục đầu tư.

Cho nên:

Tập nhà đầu tư truyền thống tiềm năng thực tế là **~150.000 - 430.000 người.**

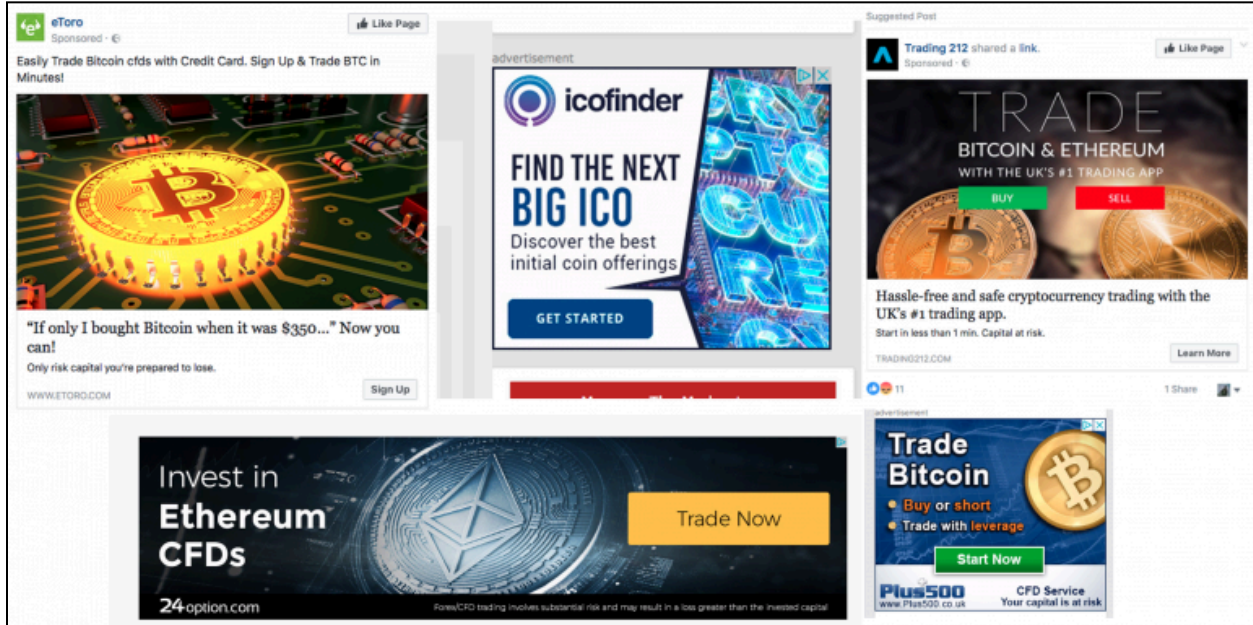
Kết lại: Số lượng tệp khách hàng mục tiêu:

1. **Nhà đầu tư F0: ~1,1 - 1,4 triệu người.**
2. **Nhà đầu tư truyền thống: ~150.000 - 430.000 người.**
3. **Tổng quy mô tệp khách hàng tiềm năng: ~1,25 - 1,83 triệu người.**

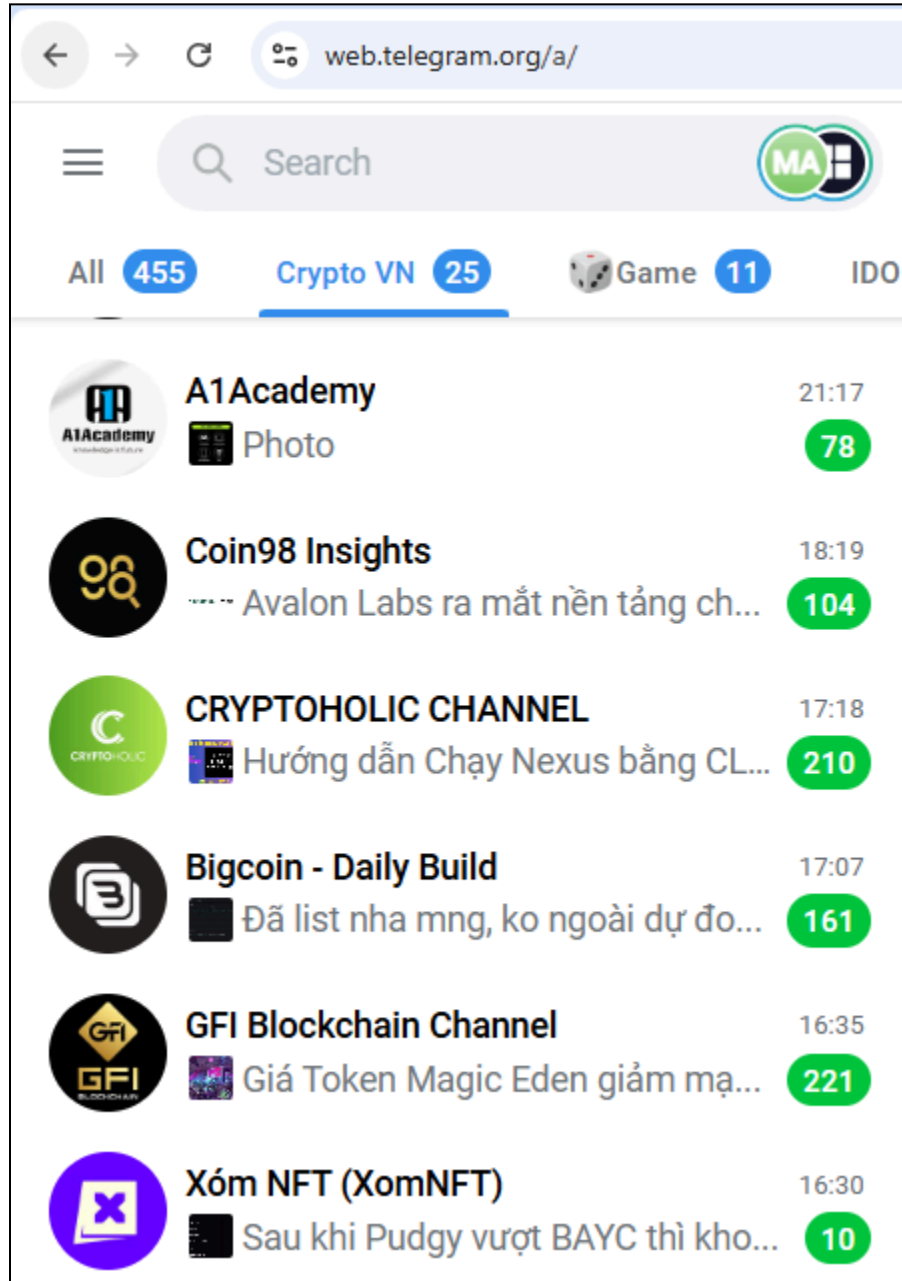
7. Các kênh marketing

Chúng tôi đề xuất triển khai chiến dịch marketing trên các kênh sau:

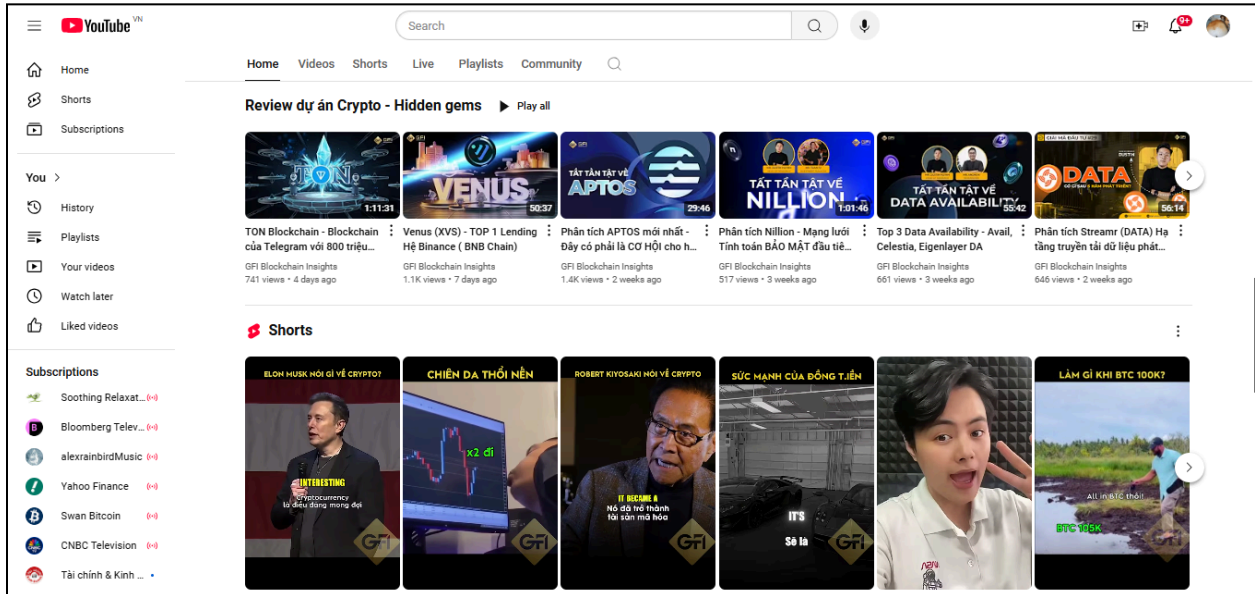
- **Facebook Ads:** Facebook là kênh phổ biến nhất, đảm bảo khả năng tiếp cận tối đa và tạo nhận diện thương hiệu nhanh chóng.



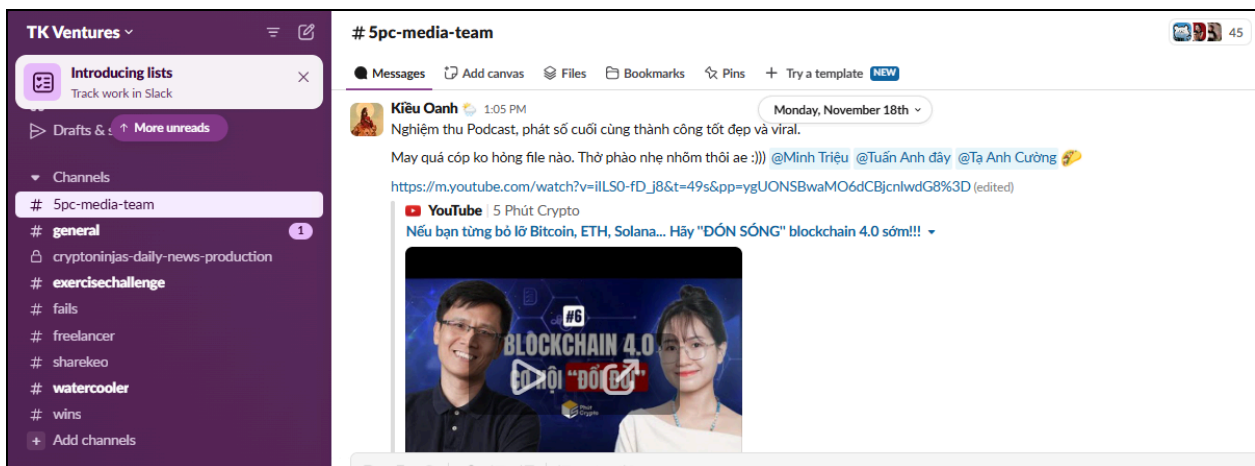
- **Google Ads:** Chạy quảng cáo với từ khóa ngách, nhắm đúng đối tượng đang tìm kiếm thông tin về “khóa học đầu tư crypto”.
- **Social Media:** Tăng cường quảng cáo và nội dung trên Facebook, Instagram, LinkedIn, và Telegram để xây dựng cộng đồng và tương tác trực tiếp với khách hàng.



- **YouTube:** Sản xuất video hướng dẫn chi tiết và quảng cáo YouTube nhắm vào khách hàng mục tiêu.



- **Influencer Marketing:** Hợp tác với các influencers, tận dụng các mối quan hệ của Click Digital trong ngành crypto và blockchain để tăng cường sự hiện diện cùng với lòng tin của khách hàng.




- **SEO (nếu có):** Tập trung vào tối ưu hóa công cụ tìm kiếm để tăng cường sự hiện diện trên Google và các công cụ tìm kiếm khác, hiển thị cho những từ khóa liên quan như “khóa học crypto, học đầu tư crypto, tìm hiểu blockchain...”) và vượt qua đối thủ cạnh tranh.


Google

gfi blockchain khóa học


All Images News Videos Shopping Web Books More Tools

 GFI Blockchain
<https://gfiblockchain.com> · [Translate this page](#)


Hướng dẫn đăng ký tham gia Khoá Học Bản Đồ Đầu Tư ...
Apr 10, 2024 — Thị trường Blockchain & Crypto là lĩnh vực tạo được tỷ suất lợi nhuận lớn nhất lịch sử ngành tài chính với hàng trăm dự án tăng trưởng từ ...

 GFI Blockchain
<https://gfiblockchain.com> · [Translate this page](#)

GFI Blockchain - A Premier Blockchain Channel In Vietnam
GIỚI THIỆU CHƯƠNG TRÌNH AFFILIATE CỰC KHỦNG CHO KHOÁ HỌC BĐT THÀNH CÔNG Chính Thức Ra Mắt Chương Trình Affiliate CỰC KHỦNG Cho Khóa Học BẢN ĐỒ ĐẦU TƯ ...

 GFI Blockchain
<https://gfiblockchain.com> · [Translate this page](#)

Hướng dẫn tham gia chương trình affiliate cho Khóa học ...
Oct 24, 2024 — Chính Thức Ra Mắt Chương Trình Affiliate CỰC KHỦNG Cho Khóa Học BẢN ĐỒ ĐẦU TƯ THÀNH CÔNG Cùng Quỹ Đầu Tư GFI. Chương trình này dành cho tất ...

 vbiacademy.edu.vn
<https://vbiacademy.edu.vn> · [Translate this page](#)

Vietnam Blockchain Innovation Academy: Học viện VBI
Các khoá học ngắn hạn, trại hè về lập trình Blockchain cho các Trường Đại học về Công nghệ thông tin nhằm định hướng nghề nghiệp, giúp cho sinh viên tiếp cận ...

8. Các gói marketing

Chúng tôi cung cấp 5 gói marketing với ngân sách và mục tiêu khác nhau để GFI Blockchain lựa chọn.



Gói	Tổng số lead đăng ký khóa học (giá khóa học: ~1,000,000đ / người)	Số lead hàng tháng (Thời gian: 9 tháng)	Chi phí / tháng (VND)
1	400,000	44,444	777,777,778
2	300,000	33,333	583,333,333
3	250,000	27,777	486,111,111
4	200,000	22,222	388,888,889
5	100,000	11,111	194,444,444

Chi phí trên đã bao gồm chi phí chạy quảng cáo.

Chất lượng lead: Tỷ lệ chuyển đổi 2-8%.

9. Các kênh sẽ thực hiện

Click Digital dự kiến sẽ thực hiện marketing tập trung vào các kênh sau một cách hiệu quả:

Kênh marketing	Tỷ trọng ngân sách (%)	Chiến lược triển khai

Facebook Ads	40%	Chạy quảng cáo nhắm vào độ tuổi 18-50 tại TP.HCM, Hà Nội. Tạo nội dung ngắn gọn, nhấn mạnh lợi nhuận cao.
Google Ads (Search)	20%	Tập trung từ khóa như "học đầu tư crypto", "kiếm tiền từ blockchain", kết hợp landing page chuyển đổi cao.
YouTube Ads	10%	Quảng cáo video giải thích lợi ích khóa học, case study thành công. Tập trung các kênh công nghệ và tài chính.
TikTok Ads	8%	Sản xuất video ngắn (15-60 giây) nhấn mạnh ROI cao, câu chuyện thành công, nội dung FOMO.
Social Media Content	8%	Xây dựng nội dung đều đặn trên Facebook, Telegram, Threads. Tăng tương tác và niềm tin từ khách hàng tiềm năng.
Influencer Marketing	5%	Hợp tác với micro-influencers trong ngành crypto hoặc tài chính để tăng độ tin cậy và lan tỏa nội dung.

Promotion Program	4%	Tạo các chương trình khuyến mãi như giảm giá, học thử miễn phí, quà tặng để thu hút khách hàng.
Xây dựng cộng đồng	3%	Xây dựng cộng đồng riêng trên Telegram và Facebook. Tổ chức các hoạt động như minigame, thảo luận nhóm.
		Chi phí trên chưa bao gồm VAT 10%

Lý do cho việc phân bổ tỷ trọng ngân sách

- **Facebook Ads và Google Ads** chiếm tổng cộng 70% ngân sách vì đây là hai kênh có khả năng tiếp cận nhanh nhất và mang lại ROI cao nhất.
- **YouTube và TikTok Ads** hỗ trợ việc tạo nội dung trực quan và hấp dẫn, nhắm mục tiêu sâu hơn vào nhóm khách hàng tiềm năng.
- **Influencer Marketing và Promotion Program** đóng vai trò bổ trợ, giúp tăng niềm tin và kích thích hành động mua hàng.
- **Xây dựng cộng đồng** tuy chiếm tỷ trọng nhỏ nhưng là nền tảng quan trọng để giữ chân khách hàng và tạo giá trị lâu dài.

10. Triển khai chi tiết từng kênh

1. Facebook Ads (40%)

Lý do tỷ trọng cao nhất:

- Facebook là kênh phổ biến nhất, đảm bảo khả năng tiếp cận tối đa và tạo nhận diện thương hiệu nhanh chóng.

Mục tiêu:

- Tăng nhận diện thương hiệu và tiếp cận tối đa đối tượng mục tiêu.
- Tạo FOMO để kích thích quyết định đăng ký khóa học.

Kế hoạch:

- **Target Audience:**
 - Độ tuổi: 18-50.
 - Khu vực: TP.HCM, Hà Nội.
 - Hành vi: Quan tâm đến crypto, blockchain, đầu tư tài chính.
- **Nội dung quảng cáo:**
 - Video ngắn giới thiệu khóa học (10-15 giây).
 - Hình ảnh với các con số ấn tượng về lợi nhuận crypto.
 - CTA rõ ràng: “Đăng ký ngay để bắt đầu hành trình đầu tư crypto.”
- **Chiến lược triển khai:**
 - **Giai đoạn 1 (3 tháng):** Tăng nhận diện thương hiệu với các video ngắn.
 - **Giai đoạn 2 (3 tháng):** Remarketing nhắm vào những người đã click hoặc tương tác.
 - **Giai đoạn 3 (3 tháng):** Chạy các chiến dịch khuyến mãi để chốt lead.

2. Google Ads (Search) (20%)

Lý do: Google Ads là kênh phù hợp để thu hút khách hàng tiềm năng với ý định rõ ràng, tăng khả năng chuyển đổi thành học viên.

Mục tiêu:

- Tiếp cận khách hàng có nhu cầu cụ thể thông qua các từ khóa liên quan.
- Tăng tỷ lệ chuyển đổi từ tìm kiếm sang đăng ký khóa học.

Kế hoạch:

- **Từ khóa tập trung:**
 - “Học đầu tư crypto cho người mới.”
 - “Khóa học blockchain cơ bản.”
 - “Cách đầu tư tiền ảo an toàn.”
- **Landing Page:**
 - Tối ưu hóa trang đích với nội dung rõ ràng, testimonial từ học viên cũ, và nút đăng ký nổi bật.
- **Chiến lược triển khai:**
 - **Giai đoạn 1 (2 tuần):** Chạy quảng cáo tập trung vào từ khóa cơ bản để thu hút nhóm F0.
 - **Giai đoạn 2 (3 tuần):** Mở rộng từ khóa ngách để tăng lead chất lượng.
 - **Giai đoạn 3 (2 tuần):** Remarketing đến những người đã truy cập landing page nhưng chưa đăng ký.

3. YouTube Ads (10%)

Lý do: YouTube hiệu quả cho cả nhà đầu tư F0 và nhà đầu tư truyền thống, đặc biệt trong việc cung cấp hình ảnh, video trực quan đi kèm với thông tin chi tiết về khóa học.

Mục tiêu:

- Cung cấp nội dung trực quan để giải thích giá trị của khóa học.

- Tạo niềm tin thông qua case studies và lời chia sẻ từ giảng viên.

Kế hoạch:

- **Nội dung quảng cáo:**
 - Video ngắn (15-30 giây) giới thiệu khóa học và lợi ích cụ thể.
 - Video chuyên sâu (1-2 phút) chia sẻ kinh nghiệm đầu tư từ học viên cũ hoặc giảng viên.
- **Chiến lược triển khai:**
 - Quảng cáo trên các kênh liên quan đến tài chính và công nghệ.
 - Tập trung vào thời điểm tối ưu (buổi tối và cuối tuần).
 - Remarketing với những người đã xem video nhưng chưa đăng ký.

4. TikTok Ads (8%)

Lý do: TikTok là nền tảng phổ biến với giới trẻ, nơi nhóm F0 dễ bị thu hút bởi nội dung sinh động và trực quan.

Mục tiêu:

- Thu hút nhóm nhà đầu tư F0 trẻ tuổi với nội dung sáng tạo, dễ hiểu.
- Tạo viral content để tăng lượt tiếp cận tự nhiên.

Kế hoạch:

- **Nội dung quảng cáo:**
 - Video ngắn (15 giây) nhấn mạnh ROI từ đầu tư crypto hoặc câu chuyện thành công.
 - Sử dụng hashtag như #cryptoVN, #dautucrypto.
- **Chiến lược triển khai:**

- Tập trung vào nội dung vui nhộn, giải trí nhưng vẫn mang tính giáo dục.
- Hợp tác với các TikTok creators để tăng khả năng lan truyền.

5. Social Media (8%)

Lý do: Social media giúp duy trì tương tác liên tục, xây dựng lòng tin và nuôi dưỡng khách hàng tiềm năng.

Mục tiêu:

- Duy trì sự hiện diện thương hiệu và tương tác thường xuyên với khách hàng tiềm năng.

Kế hoạch:

- **Nội dung chính:**
 - Bài viết chia sẻ kiến thức đầu tư cơ bản.
 - Case studies từ học viên thành công.
 - Livestream với giảng viên hoặc các chuyên gia.
- **Kênh triển khai:**
 - **Facebook Page:** Đăng bài hàng ngày, tập trung vào nội dung FOMO và khuyến mãi.
 - **Telegram:** Tạo không gian chia sẻ thông tin hữu ích và thảo luận trực tiếp với cộng đồng.
 - **Threads:** Dẫn đầu các xu hướng crypto và tạo tương tác nhanh.
- **Chiến lược thời gian:**
 - **Giai đoạn 1:** Đẩy mạnh các bài viết giới thiệu giá trị khóa học và chia sẻ case studies.

- **Giai đoạn 2:** Tăng tương tác thông qua minigame, câu hỏi/đáp, và livestream.

6. Influencer Marketing (5%)

Lý do: Người mới bắt đầu thường dựa vào lời khuyên từ các chuyên gia hoặc KOLs đáng tin cậy.

Mục tiêu:

- Xây dựng niềm tin và tăng độ uy tín cho khóa học thông qua lời giới thiệu từ các influencers.

Kế hoạch:

- **Chọn influencers:**
 - Micro-influencers trong lĩnh vực crypto hoặc tài chính, có lượng fan từ 10.000 - 50.000 người.
- **Nội dung hợp tác:**
 - Đăng bài chia sẻ về giá trị khóa học và lợi ích từ việc tham gia.
 - Bài post review khóa học trên Facebook/YouTube.
- **Chiến lược triển khai:**
 - Tập trung hợp tác với 3-5 influencers có ảnh hưởng lớn trong cộng đồng crypto để tạo độ phủ ban đầu.

7. Promotion Program (4%)

Lý do: Khuyến mãi là chiến lược phổ biến và hiệu quả để thu hút khách hàng, đặc biệt khi giá khóa học tương đối cao so với đối thủ.

Mục tiêu:

- Kích thích khách hàng đăng ký qua các chương trình ưu đãi và giảm giá.

Kế hoạch:

- **Các chương trình khuyến mãi:**
 - Giảm giá 10-20% cho học viên đăng ký sớm.
 - Combo giảm giá khi đăng ký theo nhóm.
 - Tặng khóa học thử miễn phí 1 buổi cho khách hàng tiềm năng.
- **Chiến lược triển khai:**
 - Kết hợp với remarketing để thúc đẩy quyết định mua hàng.
 - Tăng cường quảng bá các chương trình này qua Facebook và Google Ads.

8. Xây dựng cộng đồng (3%)

Lý do: Đây là cách hiệu quả để nuôi dưỡng lead, xây dựng lòng tin và tăng cơ hội chuyển đổi trong dài hạn.

Mục tiêu:

- Tạo một môi trường gắn kết và nuôi dưỡng khách hàng tiềm năng lâu dài.

Kế hoạch:

- **Kênh triển khai:**
 - Telegram: Tạo nhóm cộng đồng để chia sẻ thông tin hữu ích, tổ chức thảo luận và giải đáp câu hỏi.
 - Facebook Group: Quản lý và tạo nội dung cho nhóm học viên tiềm năng.
- **Hoạt động chính:**
 - Tổ chức minigame và thảo luận nhóm hàng tuần.

- Mời giảng viên hoặc học viên thành công chia sẻ kinh nghiệm trong cộng đồng.

11. Timeline

Giai đoạn 1: Tăng nhận diện thương hiệu (Tháng 1 - Tháng 3/2025)

- **Hoạt động:**
 - Chạy quảng cáo Facebook Ads và Google Ads để thu hút lượng truy cập vào landing page khóa học.
 - Triển khai nội dung viral trên TikTok và YouTube để tạo FOMO trong cộng đồng đầu tư.
 - Xây dựng cộng đồng Telegram và Facebook để chia sẻ thông tin và tương tác ban đầu.

Giai đoạn 2: Thu hút lead và chuyển đổi (Tháng 4 - Tháng 6/2025)

- **Hoạt động:**
 - Đẩy mạnh remarketing đến những người đã tương tác với nội dung quảng cáo hoặc truy cập landing page.
 - Tổ chức minigame trong cộng đồng để giới thiệu nội dung khóa học và xây dựng niềm tin.
 - Hợp tác với influencers trong ngành để review khóa học và lan tỏa thông tin.

Giai đoạn 3: Chốt doanh thu và tối ưu hóa (Tháng 7 - Tháng 9/2025)

- **Hoạt động:**
 - Triển khai các chương trình khuyến mãi (giảm giá nhóm, học thử miễn phí) để thúc đẩy quyết định đăng ký.

- Đánh giá hiệu quả từng kênh marketing và tối ưu hóa chiến lược dựa trên số liệu thực tế (CPL, conversion rate).
- Tiếp tục remarketing cho những khách hàng tiềm năng chưa chuyển đổi.

12. Thanh toán thành 3 giai đoạn

- **Giai đoạn 1** (từ tháng 01 đến tháng 03/2024): Thanh toán 30% khi ký hợp đồng.
- **Giai đoạn 2** (từ tháng 04 đến tháng 06/2024): Thanh toán 40% khi triển khai chiến dịch.
- **Giai đoạn 3** (từ tháng 07 đến tháng 09/2024): Thanh toán 30% khi kết thúc chiến dịch.

13. Nghiệm thu theo KPI

Click Digital sẽ nghiệm thu chiến dịch dựa trên tỷ lệ % KPI đạt được.

14. Trách nhiệm của 2 bên

- **GFI Blockchain:**
 - Đảm bảo nội dung quảng cáo chất lượng và thông điệp đúng với sứ mệnh của khóa học.
 - Hỗ trợ thông báo thông tin liên quan đến khóa học lên các kênh hiện có.
- **Click Digital:**
 - Tư vấn chiến lược marketing tổng thể
 - Triển khai các chiến dịch quảng cáo hiệu quả.
 - Báo cáo kết quả chiến dịch hàng tháng
 - Điều chỉnh chiến lược cho phù hợp với tình hình thực tế.



Click Digital hy vọng rằng đề xuất này sẽ giúp GFI Ventures đạt được mục tiêu kinh doanh và xây dựng được nền tảng vững chắc cho sự phát triển lâu dài. Click Digital rất mong được hợp tác cùng GFI Ventures.

Trân trọng,

TP.HCM, ngày 15 tháng 12 năm 2024

Công ty TNHH Click Digital