

Digital marketing: Xu hướng tiếp thị trong thời đại số hóa

NGUYỄN PHÚC QUỲNH NHƯ¹

Trường ĐH Kinh tế Tài Chính, TP.HCM

NGUYỄN THỊ NGUYỆT ANH²

Nhận bài: 30/12/2020 - Duyệt đăng: 27/02/2021

Tóm tắt:

Cách mạng công nghiệp 4.0 đã và đang thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, đồng thời phá vỡ những lối mòn kinh doanh trong nền kinh tế thế giới nói chung và đặc biệt là ở VN nói riêng trong bối cảnh hội nhập kinh tế. Để có thể cạnh tranh và giữ vững vị thế trên thị trường, các doanh nghiệp không chỉ đơn thuần phải tìm cách đưa sản phẩm đến gần hơn với khách hàng mà còn phải có khả năng tương tác liên tục nhằm bắt kịp được nhu cầu, xu hướng và phản hồi của những nhóm khách hàng ngày càng khó tính. Digital marketing (DM) được xem là công cụ mới và dần khẳng định được vị trí của mình thông qua việc được ứng dụng rộng rãi trên phạm vi toàn thế giới. Bài viết với mục tiêu cung cấp một cái nhìn tổng quan về vai trò cũng như ứng dụng của DM tại một số quốc gia trên thế giới và tại VN để từ đó làm cơ sở đưa ra những kiến nghị và hàm ý quản trị cho các doanh nghiệp VN trong việc nâng cao khả năng tiếp cận khách hàng cũng như khẳng định được vị trí của mình trên thị trường.

Từ khóa: Digital marketing, tiếp thị số, CMCN 4.0, thời đại số hóa.

Abstract:

The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0) has been promoting economic growth as well as breaking business trails in the global economy and especially in Vietnam in the process of economic integration. To compete and maintain a position in the market, enterprises need to not only have to bring products closer to customers, but also can interact continuously to catch up with demand, trends, and feedback of demanding customers. Digital marketing (DM) is known as a new tool and increasingly asserted its position throughout the world. This article mainly aims to provide an overview of the role and the application of DM in some countries around the world and Vietnam. From there, the paper proposes solutions and management implications for Vietnamese businesses in improving access to customers as well as asserting their position in the market.

Keywords: Digital Marketing, Industry 4.0, the age of digitisation.