

# **BÁO CÁO**

## **THỰC TẬP TỐT NGHIỆP**

**Tên đề tài:**

**NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TRANG  
FANPAGE HỌC NẤU ĂN CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN  
HƯỚNG NGHIỆP Á ÂU**

Tên cơ quan thực tập : Công ty Cổ Phần Hướng Nghiệp Á Âu  
Thời gian thực tập : 10/09/2012 – 23/12/2012  
Giảng viên hướng dẫn : Thầy Trần Trí Dũng  
Người hướng dẫn : Chị Nguyễn Thị Thu Trang  
Sinh viên thực hiện : Đặng Lê Mai Thanh  
Mssv : 093287  
Lớp : MK091

## TRÍCH YẾU

Trong suốt 4 năm học Đại Học, tôi đã học được rất nhiều kiến thức về ngành Marketing. Từ những kiến thức cơ bản ở những năm đầu cho đến những kiến thức chuyên ngành vào các năm cuối. Đa số những kiến thức mà sinh viên thu về được cho mình chỉ là những lý thuyết, công thức chung chung chưa được áp dụng một cách cụ thể vào thực tế. Ngoài ra, đó cũng là trở ngại lớn nhất của những sinh viên năm cuối khi ra trường và hầu hết khi đi làm thì họ đều được các Doanh Nghiệp đào tạo lại từ đầu. Hiểu được mối lo lắng của các bạn sinh viên, trường Đại học Hoa Sen ngay từ năm 2 đã có kế hoạch cho các bạn đi thực tập nhận thức hay còn được gọi là kiến tập, và thêm một đợt thực tập tốt nghiệp nữa vào năm cuối. Qua các lần thực tập trên, đã tạo ra rất nhiều cơ hội để sinh viên như tôi được làm việc trong môi trường doanh nghiệp như một nhân viên chính thức. Giúp tôi cảm nhận, hiểu rõ và tích lũy dần dần kinh nghiệm những gì tôi sắp phải đối mặt trong tương lai. Bên cạnh đó, thực tập tốt nghiệp cũng giúp tôi phân nào nhìn nhận, kiểm tra và đánh giá lại lượng kiến thức chuyên môn, năng lực cũng như trình độ của tôi sau 4 năm học.

Kết thúc thời gian 15 tuần thực tập tại công ty cổ phần Hướng Nghiệp Á Âu, tôi đã được hòa mình, cảm nhận và thử sức mình vào một môi trường làm việc đầy năng động và thách thức bên cạnh sự chỉ dạy và hướng dẫn nhiệt tình của các Anh/Chị trong bộ phận Marketing. Tại công ty cổ phần Hướng Nghiệp Á Âu, tôi không chỉ có dịp vận dụng các kiến thức chuyên ngành vào công việc mà còn tiếp thu được nhiều cách làm việc mới mẻ và có hiệu quả hơn, rút ra được nhiều kinh nghiệm quý giá cho bản thân. Từ đó tôi nhận thấy mình đang ngày càng trưởng thành, hoàn thiện bản thân từ cách giao tiếp với mọi người cho đến cách hỗ trợ nhau trong công việc và thực sự sau đợt thực tập này tôi đã xác định được cho mình một hướng đi hết sức rõ ràng trong tương lai và đủ tự tin để đối đầu với những thách thức.

## LỜI CẢM ƠN

Tôi xin chân thành cảm ơn trường Đại học Hoa Sen đã tạo cơ hội và điều kiện thuận lợi để tôi được tham gia đợt thực tập tốt nghiệp và hoàn thành tốt đề tài của mình.

Bên cạnh đó, tôi cũng xin chân thành cảm ơn các cá nhân đã tận tình hướng dẫn và hỗ trợ tôi thực hiện đề tài và hoàn chỉnh báo cáo tốt nghiệp:

✚ Giảng viên Dương Định Quốc – Trưởng bộ môn Marketing khoa Kinh Tế Thương Mại, đã giải đáp những câu hỏi và thắc mắc của tôi trong quá trình chọn và làm Chuyên đề.

✚ Giảng viên Trần Trí Dũng – Giảng viên Khoa Kinh Tế Thương Mại, đã hỗ trợ và hướng dẫn tôi cách thức làm báo cáo Thực tập Tốt Nghiệp, cách thực hiện chuyên đề và hình thức trình bày toàn bộ báo cáo.

✚ Anh Tạ Quang Tùng - CEO của công ty cổ phần Hương Nghiệp Á Âu, đã nhiệt tình hướng dẫn và tạo điều kiện tối đa cho tôi hòa mình vào môi trường, văn hóa làm việc của công ty.

✚ Chị Đào Phương – Manager của Bộ phận Tư Vấn, trong suốt 1 tuần đầu làm việc chị đã cung cấp cho tôi toàn bộ thông tin của các Khóa học (Bếp Trưởng, Quản lý Nhà Hàng, Pha chế - làm kem, làm bánh, lớp thành nghề Kinh Doanh, Bếp Âu, Bếp Á, Bếp Hoa ....) mà công ty cổ phần Hương Nghiệp Á Âu hay còn được gọi là trường Hương Nghiệp Á Âu đang giảng dạy. Chị còn chỉ thêm cho tôi cách tư vấn qua yahoo.

✚ Chị Nguyễn Thị Thu Trang – Marketing Leader đã tận tình hướng dẫn và hỗ trợ tôi làm quen với các công việc trong bộ phận Marketing (PR, Marketing online, Forum Seeding trên các diễn đàn, mạng xã hội, yahoo hỏi đáp, tổ chức và quản lý các event của trường). Cho tôi được trực tiếp lên một kế hoạch cho một cuộc thi ảnh online trên mạng xã hội Facebook, đồng thời cho tôi quyền được làm admin quản trị toàn bộ cuộc thi. Bên cạnh đó chị cũng chỉ tôi cách trình bày chuyên đề báo cáo.

Cuối cùng, tôi xin chân thành cảm ơn các Anh/Chị tại công ty cổ phần Hướng Nghiệp Á Âu (trường Hướng Nghiệp Á Âu) đã tạo nhiều điều kiện và cơ hội tốt để tôi được tham gia vào các dự án công việc, giúp tôi trải nghiệm thực tế, thu về cho mình nhiều kinh nghiệm hơn và hiểu rõ hơn về chuyên ngành học của mình, xác định được hướng đi trong tương lai sắp tới.

## MỤC LỤC

<b>TRÍCH YẾU.....</b>	<b>i</b>
<b>LỜI CẢM ƠN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MỤC LỤC .....</b>	<b>iv</b>
<b>DANH MỤC BẢNG BIỂU .....</b>	<b>vi</b>
<b>DANH MỤC HÌNH ẢNH .....</b>	<b>vii</b>
<b>DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT – THUẬT NGỮ CHUYÊN NGÀNH .....</b>	<b>x</b>
<b>DẪN NHẬP .....</b>	<b>1</b>
<b>NỘI DUNG BÁO CÁO .....</b>	<b>2</b>
<b>PHẦN I: GIỚI THIỆU CƠ QUAN THỰC TẬP.....</b>	<b>2</b>
<b>1. Tổng quan công ty thực tập.....</b>	<b>2</b>
1.1    Quá trình thành lập và phát triển.....	2
1.2    Lĩnh vực hoạt động .....	3
1.3    Phương châm hoạt động .....	3
1.4    Thị trường kinh doanh .....	4
1.5    Cơ sở vật chất.....	4
1.6    Khách hàng mục tiêu .....	5
1.7    Các bộ phận trong công ty .....	5
1.7.1    Bộ phận Tư Vấn .....	6
1.7.2    Bộ phận Hành Chánh – Nhân Sự .....	6
1.7.3    Bộ phận Tuyển sinh .....	6
1.7.4    Đội ngũ giảng viên .....	7
1.7.5    Bộ phận Đào tạo.....	8
1.7.6    Đối thủ cạnh tranh.....	9
<b>PHẦN II: CÁC CÔNG VIỆC THỰC TẬP.....</b>	<b>10</b>
<b>2. Bộ phận thực tập – Bộ phận Marketing.....</b>	<b>10</b>
2.1    Sơ đồ tổ chức bộ phận thực tập.....	10
2.2    Các công việc thực tập.....	13
2.2.1    Họp brainstorm.....	13

2.2.2	Tư vấn online .....	14
2.2.3	Tham dự buổi giới thiệu việc làm tại trung tâm Hướng nghiệp dạy nghề và giới thiệu việc làm thanh niên – Sàn giao dịch việc làm 29/9/2012 .....	15
2.2.4	Forum Seeding .....	16
2.2.5	Xây dựng Topic trên yahoo hỏi đáp.....	22
2.5.6	Chương trình Halloween – Bữa ăn của Quý và chương trình Mừng Ngày Nhà Giáo Việt Nam 20/11 .....	24
2.5.7	Chương trình truyền hình “Ước mơ của em” – trên kênh HTV7 .....	31
<b>PHẦN III: CHUYÊN ĐỀ TỐT NGHIỆP.....</b>		<b>33</b>
<b>3. Tổng quan về Digital marketing .....</b>		<b>33</b>
3.1	Digital Marketing: .....	33
3.2	SEM (Search Engine Marketing).....	35
3.3	Email Marketing .....	36
3.4	Email Sales.....	37
3.5	SMM (Social Media Marketing).....	42
3.6	Hiện trạng sử dụng digital marketing tại Doanh Nghiệp.....	48
3.6.1	Mảng SEM – Search Engine Marketing .....	48
3.6.2	Mảng Social Media Marketing: .....	49
3.7	Lý do chọn đề tài.....	50
3.8	Đề xuất & triển khai kế hoạch cuộc thi “CẢM XÚC VÀ ÂM THỰC” trên trang Fanpage Học Nấu Ăn.....	51
3.8.1	Lên kế hoạch cho cuộc thi.....	51
3.8.2	Các công tác chuẩn bị & triển khai cuộc thi .....	55
3.8.3	Kết quả sau khi thực hiện cuộc thi “Cảm xúc và Âm Thực” .....	67
3.8.4	Vấn đề phát sinh & Cách khắc phục: .....	69
<b>KẾT LUẬN .....</b>		<b>73</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>		<b>ix</b>
<b>NHẬN XÉT CỦA CƠ QUAN HƯỚNG DẪN THỰC TẬP.....</b>		<b>x</b>
<b>THÔNG TIN LIÊN HỆ CỦA SINH VIÊN .....</b>		<b>xi</b>

## **DANH MỤC BẢNG BIỂU**

Bảng 1- Sơ đồ tổ chức công ty .....	5
Bảng 2 - Sơ đồ tổ chức bộ phận Marketing.....	10
Bảng 3 - Các công cụ căn bản của Digital Marketing.....	35
Bảng 4 - Những mẫu Email Sales được đánh giá là Spam.....	40
Hình 5 - Bốn loại hình SMM44.....	44

## DANH MỤC HÌNH ẢNH

<i>Hình 1- Trường Hướng Nghiệp Á Âu .....</i>	<i>2</i>
<i>Hình 2 - Cơ sở vật chất.....</i>	<i>5</i>
<i>Hình 3 - Một số Giảng viên tiêu biểu .....</i>	<i>7</i>
<i>Hình 4 - Sàn giao dịch việc làm 2012 .....</i>	<i>16</i>
<i>Hình 5 - Mô hình hành vi khách hàng.....</i>	<i>17</i>
<i>Hình 6 - Kết quả Search trên google.....</i>	<i>18</i>
<i>Hình 7 - Diễn đàn Phunuviet.com .....</i>	<i>20</i>
<i>Hình 8 - Diễn đàn thời áo trắng .....</i>	<i>20</i>
<i>Hình 9 - Nội dung bài viết Món ăn sinh viên .....</i>	<i>21</i>
<i>Hình 10 - Chữ ký trong Forum.....</i>	<i>21</i>
<i>Hình 11 - Source Forum Thoiaotrang.com.....</i>	<i>22</i>
<i>Hình 12 - Yahoo hỏi đáp .....</i>	<i>23</i>
<i>Hình 13 - Vé Buffet tiệc Halloween.....</i>	<i>24</i>
<i>Hình 14 – Standee Kích thước 80x180cm .....</i>	<i>24</i>
<i>Hình 15 – Đăng thông tin về vé buffet lên Fb trường Hướng Nghiệp Á Âu .....</i>	<i>25</i>
<i>Hình 16 - Trang trí hội trường chuẩn bị cho tiệc Halloween .....</i>	<i>26</i>
<i>Hình 17 - Ảnh các bạn học viên trong quá trình thi Halloween .....</i>	<i>27</i>
<i>Hình 18 – Backdrop.....</i>	<i>28</i>
<i>Hình 19 - Bảng thông báo chương trình ca nhạc.....</i>	<i>28</i>
<i>Hình 20 - Standee .....</i>	<i>28</i>
<i>Hình 21- Vé tiệc mới Buffet .....</i>	<i>29</i>

<i>Hình 22 - Sticker dành cho những người mua vé tham gia.....</i>	<i>29</i>
<i>Hình 23 - Sticker dành cho BTC chương trình.....</i>	<i>29</i>
<i>Hình 24 - Trang trí hội trường .....</i>	<i>29</i>
<i>Hình 25 - Xây dựng các video trên Youtube.com.....</i>	<i>30</i>
<i>Hình 26 - Toàn bộ ekip chương trình “Ước mơ của Em.....</i>	<i>32</i>
<i>Hình 27 - Lượng tìm kiếm của người dùng từ năm 2004 – 2006.....</i>	<i>34</i>
<i>Hình 28 - Lượng tìm kiếm từ cuối năm 2006-2011 .....</i>	<i>35</i>
<i>Hình 29 - Email Marketing.....</i>	<i>37</i>
<i>Hình 30 - Email Sales.....</i>	<i>38</i>
<i>Hình 31 – Social Media Marketing .....</i>	<i>42</i>
<i>Hình 32 - Mô hình hành vi người dùng AISAS.....</i>	<i>46</i>
<i>Hình 33 - Sponsored Stories.....</i>	<i>47</i>
<i>Hình 34 – Thống kê lượng người dùng Facebook tại Việt Nam .....</i>	<i>48</i>
<i>Hình 35 – Kết quả phân tích lượng truy cập theo từ khóa tới trường hướng nghiệp Á Âu của Alexa.com .....</i>	<i>49</i>
<i>Hình 36 - Facebook trường Hướng Nghiệp Á Âu .....</i>	<i>50</i>
<i>Hình 37 - Trang Fanpage Học Nấu Ăn .....</i>	<i>50</i>
<i>Hình 38 - Tổng số lượt Like (từ ngày tạo Fanpage 27-11-2011 → 27-1-2011).....</i>	<i>51</i>
<i>Hình 39 - Bảng thông báo cuộc thi “Cảm xúc và Âm thực”.....</i>	<i>56</i>
<i>Hình 40 - Đăng thông tin cuộc thi lên thoiaotrang.com .....</i>	<i>57</i>
<i>Hình 41- Web mail.....</i>	<i>57</i>
<i>Hình 42 - Mặt trước của 3 phiếu Voucher .....</i>	<i>58</i>

<i>Hình 43 - Mặt sau của 3 phiếu Voucher.....</i>	<i>58</i>
<i>Hình 44 - Cách nhận và gửi phản hồi về bài dự thi.....</i>	<i>59</i>
<i>Hình 45 - Công bố danh sách các bạn đoạt giải.....</i>	<i>60</i>
<i>Hình 46 - Email của các bạn bức xúc về tình trạng auto like.....</i>	<i>61</i>
<i>Hình 47- Email của các bạn auto like.....</i>	<i>63</i>
<i>Hình 48 - Một số cảm nhận của các bạn về cuộc thi.....</i>	<i>63</i>
<i>Hình 49 - Giao diện mailchimp.....</i>	<i>64</i>
<i>Hình 50- Xây dựng nội dung thư mời.....</i>	<i>64</i>
<i>Hình 51 - Báo cáo kết quả số lượng người mở mail.....</i>	<i>64</i>
<i>Hình 52 - Thông tin chi tiết những người đã mở mail.....</i>	<i>64</i>
<i>Hình 53 - Giấy chứng nhận tham gia cuộc thi.....</i>	<i>65</i>
<i>Hình 54 - Bánh đãi Khách Mời.....</i>	<i>66</i>
<i>Hình 55 - Thống kê tốc độ tăng lượng Like từ ngày 01/09/2012 – 21/10/2012.....</i>	<i>67</i>
<i>Hình 56 - Thống kê tốc độ tăng lượng Like từ ngày 22/10/2012 – 01/12/2012.....</i>	<i>68</i>
<i>Hình 57 – Biểu đồ thể hiện lượng Like và Search trước và sau cuộc thi “Cảm xúc và Âm thực”.....</i>	<i>68</i>
<i>Hình 58 – Email đòi chứng minh bài sai luật của các bạn autolike.....</i>	<i>69</i>
<i>Hình 59 – Email trả lời các bài auto like.....</i>	<i>71</i>

## DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT – THUẬT NGỮ CHUYÊN NGÀNH

✚ MC script: kịch bản MC.

✚ Hiflex, PP, decal: các chất liệu in thường sử dụng trong quảng cáo.

✚ Backdrop: Thuật ngữ chuyên ngành để chỉ mặt vách ngăn ở phía sau khu vực hoạt động của doanh nghiệp, thường có kích thước lớn nên hiệu quả branding cao.

✚ Standee giá chữ X: Bảng quảng cáo được đặt phía trước khu vực tổ chức để giới thiệu và branding cho chương trình. Standee là một hình thức tạo hình tân tiến, đơn giản và hiện đại, tháo lắp dễ dàng. Có thể xếp nhỏ cho vào bao thuận tiện mang theo và sử dụng. Standee có nhiều loại và được làm bằng nhiều chất liệu khác nhau (thép cacbon, hợp kim nhôm kiên cố. Thường standee có 2 kích cỡ: 60x160cm với mức giá 170.000 VNĐ và 80x180cm với mức giá 220.000 VNĐ (giá đã bao gồm in PP).

✚ Backlink: đơn thuần là một link từ site khác tới site của bạn. Backlink là một phần tất yếu của SEO. Nếu muốn site đứng trong top của các công cụ tìm kiếm thì site của bạn phải có rank cao. Muốn có rank cao → cần tạo ra rất nhiều backlink.








✚ Dofollow: Những liên kết có thuộc tính dofollow sẽ mang tính chất quyết định giá trị liên kết. Dofollow mặc định có dạng như sau: `<a href="http://www.example.com"> Great Keyword</a>`.

✚ Nofollow: Những liên kết có thuộc tính nofollow sẽ không mang tính chất quyết định giá trị liên kết. Nofollow mặc định có dạng như sau: `<a href="http://www.example.com" rel="nofollow"> Great Keyword</a>`.

✚ Anchor text – word in link: Đoạn text dùng để link đến trang web (web page). Đây là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến vị trí xếp hạng của website trên trang kết quả tìm kiếm của google.

✚ Pagerank: là một thuật toán phân tích liên kết, được quyết định bởi các liên kết tới một trang web (incoming link hay còn gọi là backlink) và các liên kết ra bên ngoài (outcomming link). Pagerank có ảnh hưởng mạnh mẽ đến kết quả hiển thị trên SERP ( Search Engine Results Page), nhất là các từ hiển thị trong liên

kết (Anchor – text). Tuy nhiên Pagerank chỉ là 1 trong 200 yếu tố tác động đến SERP.

-  MXH: Mạng xã hội.
-  Fanpage: Facebook Fanpage
-  Fanpage Insight : Phần thống kê insight của Fanpage
-  Wall: Tường của Fanpage
-  Fans: Người hâm mộ/ người đã like trang fanpage
-  Contest: cuộc thi do một đơn vị tổ chức trên môi trường MXH, có giải thưởng về mặt vật chất hay tinh thần đồng thời có quy tắc được công khai rõ ràng.
-  App: Các ứng dụng chạy trên nền MXH

## DẪN NHẬP

Ngày nay, khi mà internet đã trở thành thói quen của hàng triệu người Việt Nam trong tình trạng Internet đang bùng nổ, phát triển một cách mạnh mẽ và sẽ tăng theo cấp số nhân trong thời gian tới. Dẫn đến việc hầu hết các doanh nghiệp đều tập trung đầu tư toàn bộ chi phí và nguồn lực vào mảng Marketing online hay còn được gọi là e-marketing.

Đây là một hướng đi hết sức mới mẻ và khá thú vị xoay quanh rất nhiều vấn đề như xây dựng cộng đồng fanpage trên mạng xã hội, xây dựng các topic trên yahoo hỏi đáp, thực hiện và nuôi dưỡng các forum hay còn được gọi là forum Seeding.

Với mục đích phân tích và làm rõ các vấn đề xoay quanh quá trình e-marketing, tôi đã xác định và đặt ra cho bản thân những mục tiêu cụ thể như sau:

✚ **Mục tiêu 1:** nhanh chóng hòa nhập và xây dựng mối quan hệ tốt vào môi trường làm việc thực tế.

✚ **Mục tiêu 2:** Nắm rõ tình hình trường và chi tiết về các khóa học (như thời gian học, nội dung giáo trình, học phí ...) và biết cách tư vấn qua yahoo.

✚ **Mục tiêu 3:** Biết cách làm admin 2 trang facebook Học Nấu Ăn và trường Hướng Nghiệp Á Âu của trường (cách đăng bài, trả lời câu hỏi của fan, quản lý các cuộc thi và cách truyền tải thông tin, các sự kiện của trường đến cộng đồng để tăng branding và niềm tin của trường trong lòng các fan).

✚ **Mục tiêu 4:** Biết về các công việc của Marketing online. Học hỏi kinh nghiệm và kỹ năng làm việc từ người hướng dẫn thực tập và các Anh/Chị trong công ty thực tập.

✚ **Mục tiêu 5:** Trong quá trình thực tập phải luôn đảm bảo việc thực hiện tốt công việc được giao trong khả năng của mình.

✚ **Mục tiêu 6:** Hoàn thành báo cáo thực tập theo đúng tiêu chuẩn ISO.

✚ **Mục tiêu 7:** Được công ty mời ở lại làm việc sau khi thực tập.

## NỘI DUNG BÁO CÁO

### PHẦN I: GIỚI THIỆU CƠ QUAN THỰC TẬP

#### 1. Tổng quan công ty thực tập

Tên cơ quan: Công ty Cổ phần Hương Nghiệp Á Âu.

Hay còn được gọi là trường Hương Nghiệp Á Âu – viện đào tạo Đầu Bếp chuyên nghiệp hàng đầu Việt Nam.



Cơ sở 1



Cơ sở 2

*Hình 1- Trường Hương Nghiệp Á Âu*

Cơ sở 1: Số 59 đường số 14, khu biệt thự Chu Văn An, Phường 26, Quận Bình Thạnh, Tp.HCM

Cơ sở 2: Số 2-4 đường số 1, khu biệt thự Chu Văn An, Phường 26, Quận Bình Thạnh, Tp.HCM

Điện thoại: (84-8) 6294 8320 – (84-8) 6294 8387

Fax: (84-8) 6294 8387

Email: [daotao@huongnghiepaa.com](mailto:daotao@huongnghiepaa.com)

Website: <http://www.huongnghiepaa.com/2011/>  
<http://beptruong.edu.vn>

Facebook: <http://www.facebook/lamdaubep>  
<http://www.facebook.com/truong.aau?fref=ts>

Số lượng nhân viên: 27 người.

Số lượng giảng viên : 25 người.

#### 1.1 Quá trình thành lập và phát triển

Công ty cổ phần Hương Nghiệp Á Âu – Viện đào tạo đầu bếp chuyên nghiệp hàng đầu Việt Nam – Đơn vị duy nhất được Tổng Cục dạy nghề cấp phép đào tạo & cấp chứng chỉ Bếp Trưởng.

Công ty CP Hương Nghiệp Á Âu được thành lập vào ngày 01/05/2011 do ông Tạ Quang Tùng, bà Nguyễn Đức Thục Anh đồng sáng lập nên.

Đến thời điểm hiện nay Trường đã khai giảng được 38 lớp (15 HV/lớp) → Trường đã có tổng cộng 570 học viên.

## 1.2 Lĩnh vực hoạt động

Trường Hương Nghiệp Á Âu là trường hoạt động kinh doanh về mảng Giáo Dục, chuyên đào tạo những ngành nghề sau:

- Bếp trưởng Điều hành
- Bếp trưởng bếp Nhật
- Bếp trưởng bếp Việt
- Bếp trưởng bếp Hoa
- Bếp trưởng bếp Âu
- Bếp trưởng Bếp Bánh
- Bếp Á Âu Cơ bản – Nâng cao
- Đào tạo phụ bếp
- Nghệ thuật cắt tỉa
- Quản trị Nhà Hàng
- Bartender
- Pha chế thông dụng
- Làm kem
- Thành nghề kinh doanh

## 1.3 Phương châm hoạt động

Tạo nên một môi trường học tập đầy chuyên nghiệp và thân thiện, với những thầy cô là các Đầu bếp, chuyên gia Ẩm thực Hàng đầu tại Việt Nam. Trường Hương Nghiệp Á Âu ra đời với mong muốn giúp các bạn những người chưa biết gì về nghề Đầu Bếp nhưng lại rất đam mê nghề Bếp, hoàn toàn có thể tự ra mở Nhà Hàng hay trở thành Bếp chính ở các Nhà hàng, Khách sạn nổi tiếng.

Bên cạnh đó Nhà trường luôn bám sát và song hành cùng với 5 phương châm hoạt động như sau:



- **Đồng hành:** luôn đồng hành cùng học viên vượt qua mọi khó khăn, thử thách trong học tập cũng như trong sự nghiệp.

- **Sáng tạo – Năng động – Tạo dựng sự khác biệt:** luôn đổi mới tư duy và phương pháp giảng dạy, luôn đột phá và tạo nên sự khác biệt, không ngừng gia tăng giá trị thiết thực cho học viên.
- **Trọng tâm – Trọng tín:** sự chuyên nghiệp, tận tâm và uy tín đối với học viên là nguyên tắc ứng xử của mỗi thành viên trong trường Hướng Nghiệp Á Âu.
- **Xem nhân lực là tài sản quý giá nhất:** trường Hướng Nghiệp Á Âu xây dựng một môi trường làm việc thân thiện và chuyên nghiệp cùng một chính sách nhân sự tối ưu.
- **Tôn vinh giá trị đạo đức và nhân văn:** luôn đề cao các giá trị đạo đức và nhân văn thông qua môi quan tâm sâu sắc đến cộng đồng và xã hội.

### 1.4 Thị trường kinh doanh

Các nhà hàng Lion, Khách sạn Rex, Nhà hàng Chợ Mới, Bia Tô, khách sạn Metropole, khách sạn Lyberty, khách sạn Continental, khách sạn Park Hyatt, khách sạn Sheraton, khách sạn Intercontinental.

### 1.5 Cơ sở vật chất

	
<p>Phòng Thực hành Bếp – lầu 2</p>	<p>Phòng thực hành Bếp – lầu 1</p>

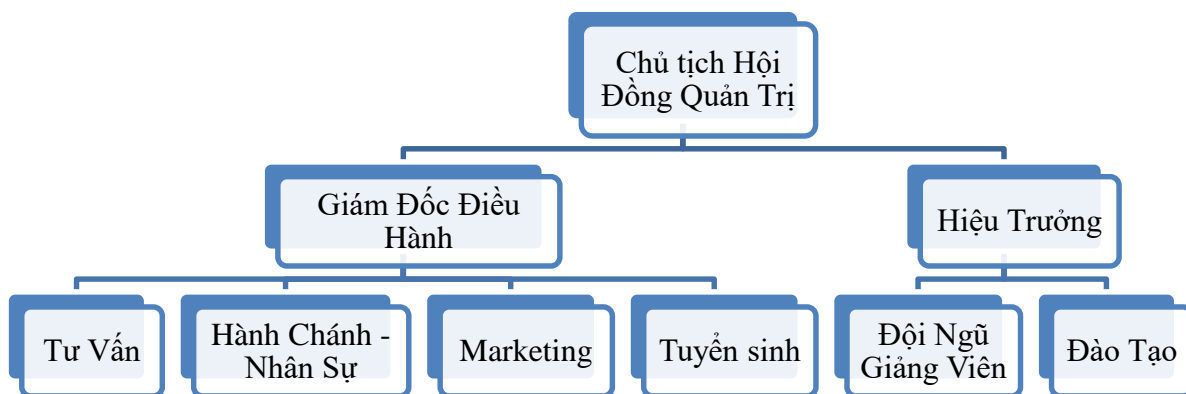


Hình 2 - Cơ sở vật chất

### 1.6 Khách hàng mục tiêu

- Các đối tượng là học sinh có niềm đam mê nấu ăn nhưng chưa định hình rõ ràng về nghề bếp (những đối tượng này chủ yếu là không có khả năng tiếp tục học văn hóa, muốn có nghề nghiệp ổn định) → trường sẽ giúp họ hiểu rằng nghề bếp là nghề sẽ phát triển trong tương lai và Đầu bếp hiện nay tại VN có thu nhập khá cao.
- Những nhà hàng, khách sạn muốn đào tạo nâng cao tay nghề của đội ngũ nhân viên.
- Các Đầu Bếp không chuyên ở các nhà hàng, khách sạn sẽ được đào tạo lên chuyên nghiệp.

### 1.7 Các bộ phận trong công ty



Bảng 1- Sơ đồ tổ chức công ty

(Nguồn: Công ty cung cấp)

### **1.7.1 Bộ phận Tư Vấn**

- Tư vấn tuyển sinh trực tiếp, tư vấn qua điện thoại, tư vấn online qua yahoo và skype.
- Chào đón và tiếp khách.
- Xếp lớp cho các khóa mới, dựa vào số lượng người đăng ký qua yahoo, điện thoại và skype.
- Hỗ trợ các bộ phận khác khi có chương trình.

### **1.7.2 Bộ phận Hành Chánh – Nhân Sự**

#### *Bộ phận Hành Chánh:*

- Chuẩn bị các biểu mẫu và hướng dẫn sử dụng, giám sát việc áp dụng.
- Chuẩn bị và quản lý cơ sở vật chất đầy đủ bao gồm máy móc, trang thiết bị, bàn ghế, văn phòng phẩm.
  - Chịu trách nhiệm trong việc lên kế hoạch thanh lý, khấu trừ, bổ sung cơ sở vật chất.
  - Giám sát đội ngũ hỗ trợ, vệ sinh.
  - Quản lý thu chi mua nguyên vật liệu giảng dạy hàng tuần.
  - Quản lý thu chi và kiểm soát tình hình đóng học phí của các bạn học viên.

#### *Bộ phận nhân sự:*

- Tổ chức tuyển dụng, sa thải và các hoạt động khen thưởng cho các nhân viên theo đánh giá kết quả hoạt động, đề xuất của Ban Giám Đốc Điều Hành và Chủ tịch Hội Đồng Quản Trị.
  - Thực hiện các chế độ lao động cho các thành viên.
  - Tổ chức tập huấn và rèn luyện kỹ năng cho các thành viên (tổ chức các buổi huấn luyện về các khóa học, tình hình hoạt động của trường cho nhân viên mới).

### **1.7.3 Bộ phận Tuyển sinh**

- Phòng tuyển sinh là cơ quan tham mưu, giúp Hiệu Trưởng thực hiện công tác xây dựng kế hoạch và tổ chức thực hiện về lĩnh vực Tuyển sinh trong phạm vi của Trường. Chịu sự lãnh đạo của Hội Đồng Quản Trị và Ban Giám Hiệu Nhà trường.

- Xây dựng kế hoạch và tổ chức thực hiện công tác tuyển sinh hằng năm, quản lý và theo dõi tiến độ đào tạo các chương trình.
- Tổ chức điều tra, khảo sát thu thập thông tin về nhu cầu đào tạo, báo cáo với Nhà trường để xây dựng, bổ sung chương trình đào tạo.
- Ghi danh tuyển sinh, thu hồ sơ tuyển sinh, nhập và lưu giữ dữ liệu đầu vào về toàn bộ công tác tuyển sinh liên kết để theo dõi.

#### 1.7.4 Đội ngũ giảng viên

Những Thầy Cô nhiều năm kinh nghiệm và giữ những chức vụ quan trọng như: Cố vấn ẩm thực, Bếp trưởng, Quản lý cấp cao, F&B manager... của các tập đoàn, Khu Du Lịch, Nhà hàng – Khách sạn nổi tiếng (Nhà hàng Lion, khách sạn Continental, khách sạn Rex, khách sạn Park Hyatt, khách sạn Sheraton, khách sạn Intercontinental, tập đoàn Hyundai...).

Một vài Giảng viên tiêu biểu:

			
<b>Thầy. Đoàn Minh Tâm</b> Giám Đốc Đào Tạo	<b>Cô. Nguyễn Đức Thục Anh</b> Hiệu Trưởng – Bộ môn Pha chế	<b>Thầy. Quách Hưng Hồng</b> Lớp Bếp Bánh	<b>Thầy. Trần Trung Vượng</b> Chuyên gia Âm Thực

Hình 3 - Một số Giảng viên tiêu biểu

- ✚ **Thầy Đoàn Minh Tâm** - Giám đốc Đào tạo Trường Hướng nghiệp Á Âu.
- Thầy từng Tốt nghiệp Bếp trưởng tại Cộng Hòa Liên Bang Đức.

- Bếp trưởng Lyberty Hotels, Metropole Hotel, Nhà hàng Lion.
- Setup và Quản lý các Nhà hàng trong hệ thống Nhà hàng Quê Hương , Công ty Benchmark, FB Solution.
- Thầy là chuyên gia Ẩm thực trong lĩnh vực bếp Âu, Chuyên gia Décor món ăn hàng đầu Việt Nam.

#### **Cô Nguyễn Đức Thục Anh**

- Hiệu Trưởng trường Hướng Nghiệp Á Âu.
- Có 12 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực Pha chế và chế biến các món ăn truyền thống.

#### **Thầy Quách Hưng Hồng**

- Thầy hiện phụ trách bếp Bánh của trường Hướng Nghiệp Á Âu.
- Thầy có 15 năm kinh nghiệm trong bếp Bánh.
- Chuyên set up và training nhân viên Bếp Bánh cho các nhà hàng – khách sạn 5 sao.

#### **Thầy Trần Trung Vượng**

Đã có trên 30 năm kinh nghiệm, thầy từng làm việc với vị trí Bếp trưởng tại các Nhà hàng Khách sạn lớn tại Hà Nội như: Phù Đổng, San Hồ, Tây Hồ, Sofitel...

### **1.7.5 Bộ phận Đào tạo**

- Phòng đào tạo có chức năng tham mưu giúp Hiệu Trưởng, quản lí, tổ chức, triển khai thực hiện công tác đào tạo, bao gồm kế hoạch, chương trình, tổ chức giảng dạy và chất lượng giảng dạy theo quy chế đào tạo của Bộ và quy định của Trường đã ban hành.

- Xây dựng kế hoạch giảng dạy, học tập (thời khóa biểu học hàng tuần) và điều kiện vật chất (phòng lý thuyết, phòng thực hành bếp, đồng phục, nguyên vật liệu) phục vụ cho việc giảng dạy và học tập.

- Tổ chức các kỳ thi chuyên cấp độ: cơ bản lên nâng cao, nâng cao lên chuyên sâu, thi tốt nghiệp hết khóa.

- Tổ chức các công tác xét tốt nghiệp, cấp chứng chỉ đào tạo, quản lý hồ sơ văn bằng.

- Quản lý định mức giảng dạy của giảng viên và chế độ về công tác giảng dạy.

- Quản lý kết quả học tập của học viên.

#### **1.7.6 Đối thủ cạnh tranh**

- Trường quản lý khách sạn Việt Úc
- Trường dạy nghề âm thực Netspace
- Trường TC nghề Việt Giao.
- Trường Tài Danh.

## PHẦN II: CÁC CÔNG VIỆC THỰC TẬP

### 2. Bộ phận thực tập – Bộ phận Marketing

#### 2.1 Sơ đồ tổ chức bộ phận thực tập



Bảng 2 - Sơ đồ tổ chức bộ phận Marketing

(Nguồn: công ty cung cấp)

#### Chức năng – Nhiệm vụ của bộ phận Marketing

##### TBP. Marketing - sale

- Xây dựng kế hoạch, tổ chức và triển khai thực hiện kế hoạch hoạt động của phòng. Đồng thời, định hướng mục tiêu cho từng bộ phận/CBNV để đảm bảo hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch đề ra.
  - Quản lý, điều hành mọi mặt hoạt động của phòng theo chức năng, nhiệm vụ:
    - Quản lý hoạt động truyền thông.
    - Quản lý hoạt động Sale .
    - Hoạt động quan hệ nhà đầu tư.
    - Hoạt động phát triển thương hiệu.
    - Thiết lập và tổ chức vận hành các quy trình tác nghiệp nội bộ phòng.
    - Thiết lập các quy trình tác nghiệp chung do phòng chủ trì.
    - Tổ chức lưu trữ các hồ sơ, tài liệu phát sinh.

- Tham gia thực hiện các phần công việc trong các quy trình có liên quan đến phòng.
- Lập bảng phân công cho các nhân sự trực thuộc để thực hiện kế hoạch của phòng.
- Quản lý, đào tạo và phát triển CBNV trực thuộc:
  - Tuyển chọn, huấn luyện, bố trí, theo dõi và đánh giá hoạt động và thành tích của CBNV trực thuộc.
  - Tạo điều kiện và hỗ trợ kịp thời từng cá nhân nhằm phát huy hết khả năng của CBNV nhằm nâng cao năng suất lao động và hiệu quả công việc.
  - Đánh giá, nhận xét các ưu/nhược điểm nhằm có kế hoạch đào tạo, định hướng phát triển.
  - Thực hiện các công việc khác theo sự phân công, phân nhiệm cụ thể của Ban Điều hành.

#### NV. Web - Thiết kế

- Chịu trách nhiệm thực hiện, hướng dẫn, kiểm tra đối với các mẫu thiết kế như: bandrol, backdrop, tờ phướn, standee, thiệp mời...của các chương trình, sự kiện của công ty.
- Đầu mối thực hiện thiết kế Bản tin nhà Tài Trợ, bản tin Hướng nghiệp Á Âu-HNAAU.
- Thực hiện thiết kế banner website cho chương trình quảng bá các khóa học của HNAAU.
- Tham mưu cho Lãnh đạo phòng về việc khai thác các nguồn hình ảnh/tư liệu phục vụ cho công tác thiết kế.
- Tham gia và/hoặc phối hợp với đối tác trong việc thực hiện các thiết kế ấn phẩm xuân: lịch treo tường, lịch để bàn, sổ tay, túi lộc, túi lì xì, thiệp xuân, thiệp chúc mừng...
- Tham gia các công tác liên quan phát triển thương hiệu của HNAAU.
- Định kỳ hàng tháng (ngày 28), cập nhật các công việc mới được phân công trong tháng vào bảng phân công công việc của mình.
- Quản lý web: Liên tục kiểm tra hoạt động của website HNAAU.

- Xây dựng kế hoạch, kịch bản xử lý khi xảy ra các sự cố trên website.
- Quản lý thông tin, hình ảnh trên website.
- Cập nhật và hiệu chỉnh hình thức và nội dung trên website.
- Tham mưu cho các đơn vị phụ trách công tác cải tiến nội dung, hình thức trên website.
- Hỗ trợ thực hiện các banner, Flash banner trên website. Xây dựng và quản lý các quy trình liên quan đến công tác cập nhật thông tin trên website.
- Thực hiện công tác nâng cấp cải tiến website.
- Thực hiện các công việc liên quan đến website: tham gia các dự án xây dựng website mới của công ty.
- Tham mưu/Hỗ trợ công tác SEO trên Google, và kỹ thuật mạng Digital Marketing.
- Thực hiện công tác báo cáo định kỳ hàng tháng.
- Quản lý email [info@huongnghiepau.com](mailto:info@huongnghiepau.com).
- Thực hiện các công việc khác theo sự phân công của cấp quản lý.

#### **Nhân viên truyền thông**

- Nhân viên truyền thông: Thực hiện phim tư liệu, hình ảnh tư liệu của HNAAU.
- Xử lý khủng hoảng thông tin của công ty trên các phương tiện truyền thông.
- Thiết lập và phát triển mối quan hệ với phóng viên, biên tập viên các cơ quan thông tấn báo chí.
- Tiếp nhận, tham mưu và xử lý đề nghị tài trợ/quảng cáo, cung cấp thông tin, hình ảnh, tham gia các tọa đàm, phỏng vấn từ các cơ quan truyền thông.
- Xử lý các trường hợp khách hàng khiếu nại trên báo chí, mạng xã hội, diễn đàn...
- Cải tiến, thực hiện các quy trình, quy chế công việc liên quan.
- Tham mưu/hỗ trợ các phòng ban trực thuộc về các chương trình, dự án, sự kiện có liên quan đến hoạt động truyền thông.
- Tổng hợp các thông tin hoạt động hàng tháng của công ty.
- Hỗ trợ công tác tổ chức sự kiện.

- Thực hiện các công việc khác theo sự phân công của cấp quản lý .

#### **Digital marketing**

- Quản lý hệ thống nhận diện của HNAAU trên Google, Mạng xã hội, diễn đàn, website.
- Quản lý, mở rộng, phát triển hệ thống từ khóa tìm kiếm trên Google bằng SEM, SEO.
- Viết bài PR online
- Đăng Clip, Video trên youtube, facebook, website.

#### **NV. Sale**

- Lên kế hoạch và thực hiện tiếp cận khách hàng mục tiêu.
- Chuẩn bị tài liệu, tư liệu, hợp đồng liên quan khi tiếp cận khách hàng.
- Lưu trữ, mở rộng database khách hàng.
- Tham mưu, hỗ trợ với các bên hợp tác sale, tuyển sinh.
- Update thông tin, tài liệu cho các đơn vị hợp tác tuyển sinh, sale.
- Tham gia công tác tổ chức sự kiện.
- Phối hợp cùng phòng kế toán để nắm bắt thông tin các bên hợp tác về phần trăm hoa hồng và các điều khoản hợp tác.
- Hỗ trợ các thành viên trong bộ phận thực hiện công tác liên quan đến phát triển thương hiệu.
- Công tác tổng hợp: Cập nhật, tổng hợp các Thư mời tài trợ để báo cáo Tổng giám đốc theo định kỳ ngày 28 hàng tháng.
- Định kỳ hàng tháng (ngày 28), cập nhật các công việc mới được phân công trong tháng vào bảng phân công công việc.
- Thực hiện các công việc khác theo sự phân công của cấp quản lý.

## **2.2 Các công việc thực tập**

### **2.2.1 Họp brainstorm**

Họp brainstorm là cuộc họp mà tất cả các thành viên phụ trách chương trình hoặc toàn công ty cùng nhau thảo luận để tìm ra ý tưởng, nội dung cho việc phát triển chương trình.

**a. Những cuộc họp brainstorm được tham gia**

- ✚ Xây dựng bố cục, phát triển nội dung cho website mới  
<http://beptruong.edu.vn>
- ✚ Cuộc thi ảnh online trên mạng xã hội facebook “Cảm xúc và ẩm thực”.
- ✚ Kế hoạch khảo sát nhu cầu học nấu ăn của giới nhân viên văn phòng.
- ✚ Hội thảo phân công cho chương trình “Ước mơ của em” trên kênh HTV7”
- ✚ Chương trình “Halloween – Bữa tiệc của Quý”
- ✚ Chương trình “Mừng ngày Nhà Giáo Việt Nam – 20/11”
- ✚ Chương trình ra mắt “Hội Đầu Bếp Á Âu – Cùng Đầu Bếp Đỗ Bá Thiện”
- ✚ Chương trình “Giao lưu – Chia sẻ kinh nghiệm cùng Cheft Norbert”.

**b. Nhận xét**

Họp brainstorm giúp các team dự án có thể tìm ra các ý tưởng hay sau đó cùng nhau trao đổi và phát triển ý tưởng, thành viên tham dự cuộc họp là bất kể nhân viên nào trong công ty có mong muốn tham gia.

Trong quá trình brainstorm mọi người càng đưa ra nhiều ý tưởng càng tốt, và người chủ trì, dẫn dắt cuộc họp sẽ ghi lại. Sau đó mọi người cùng nhau phân tích những lợi ích và hạn chế của các ý tưởng từ đó bổ sung, hoàn thiện cho nhau.

**2.2.2 Tư vấn online****a. Công việc**

Đây là một công việc căn bản nhưng rất quan trọng, hầu hết mọi người làm ở bất kỳ bộ phận nào đều phải làm việc ở bộ phận tư vấn trong khoảng thời gian là một tuần để am hiểu tất cả chương trình học của trường (các khóa học, nội dung, chi phí,...) rồi sau đó mới có thể làm việc ở bộ phận khác.

*Cách tiếp cận công việc tư vấn:*

- Đọc các tài liệu, thông tin liên quan đến khóa học.
- Tham khảo bảng tổng hợp các câu hỏi và các câu trả lời thông qua tư vấn online bằng yahoo và skype → Biết cách trả lời (cách xưng hô, sử dụng ký hiệu smile,...).
- Tư vấn online (yahoo, skype) → Bước đầu quen dần với công việc. Tư vấn qua yahoo tiện lợi hơn nhiều so với tư vấn trực tiếp (face to face) đối mặt với

khách hàng. Chẳng hạn như, đang chat trên yahoo mà người hỏi lại hỏi bạn một câu nào đó mang tính chất mới mẻ và hơi khó thuyết phục → có thể tham khảo ý kiến của Trưởng bộ phận tư vấn và từ đó quen với công việc hơn → tự tin khi tư vấn trực tiếp.

- Tư vấn qua điện thoại theo số hotline.
- Tư vấn trực tiếp.

#### **b. Nhận xét**

- Tư vấn là một công việc đòi hỏi người tư vấn phải lanh lẹ, cẩn thận, tỉ mỉ, biết cách truyền tải nội dung, cách dẫn dắt câu chuyện theo đúng vấn đề, trọng tâm và có tính thuyết phục.

- Biết đánh giá từng đối tượng khách hàng khác nhau để truyền đạt nội dung theo đúng mong muốn của họ → Xác định khách hàng tiềm năng.

- Chất giọng tốt, giọng nói nhẹ nhàng, rõ ràng và không nói lắp. Ngoài ra, sẽ tốt hơn nếu nhân viên tư vấn nói theo được tiếng địa phương của khách hàng.

- Nắm rõ và thuộc nằm lòng các thông tin về các khóa học, hiện trạng của các lớp đang học (sĩ số, tốc độ đang theo học, chương trình học).

### **2.2.3 Tham dự buổi giới thiệu việc làm tại trung tâm Hướng nghiệp dạy nghề và giới thiệu việc làm thanh niên – Sàn giao dịch việc làm 29/9/2012**

#### **a. Công việc**

- Cùng với anh Hồ Ngọc Hải (Phó phòng Marketing – phụ trách mảng Marketing Trực tiếp) tham dự buổi giới thiệu việc làm tại trung tâm Hướng nghiệp dạy nghề và giới thiệu việc làm thanh niên (bắt đầu từ 8 am- 4pm).

- Tư vấn, trả lời câu hỏi và giải đáp thắc mắc cho những người quan tâm (có khoảng 45 người đã đặt câu hỏi và 2 người đăng ký học).

- Phát tờ rơi (phát được 200 tờ).



Hình 4 - Sàn giao dịch việc làm 2012

### b. Nhận xét

Chi phí để đặt một Bàn thông tin ở Hội chợ việc làm giao động ở mức giá trung bình từ 300.000-500.000vnd (giá trọn gói bao gồm chí phí về in ấn, treo bảng quảng cáo, bàn, ghế, nước uống...).

Đây là Hội chợ việc làm nên đa số mọi người tham gia hội chợ này chỉ muốn tới những quầy nộp đơn xin việc tại các công ty và xem thêm việc làm → ít ai có ý định đi học tiếp một ngành nghề nào đó → nên trường Hướng Nghiệp Á Âu khi tham gia hội chợ việc làm này chỉ với mục tiêu là tăng độ nhận biết thương hiệu, làm quen, xây dựng mối quan hệ và mở thêm hướng đi mới cho các bạn.

### 2.2.4 Forum Seeding

Forum Seeding (gieo mầm điện tử) là chỉ sự gieo mầm trên các diễn đàn, cộng đồng mạng nhằm mục đích truyền đạt thông điệp có lợi cho thương hiệu.

- ⇒ Tạo ra xu hướng và dư luận có lợi cho Thương hiệu.
- ⇒ Định hướng hành vi người dùng theo mong muốn của công ty.

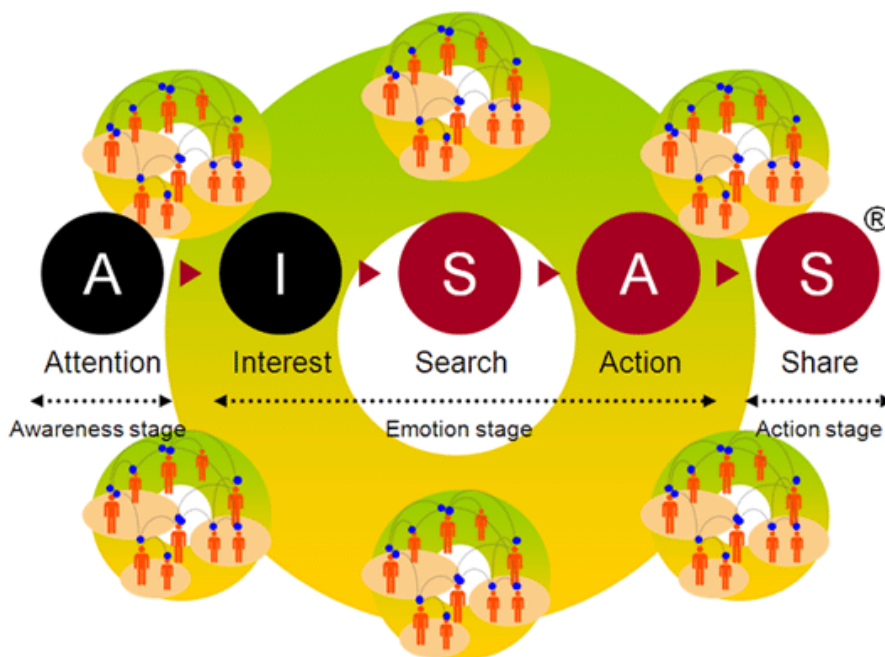
### Tại sao phải dùng Forum Seeding ?

Khách hàng có xu hướng tin vào lời khuyên từ người thân, bạn bè hơn là tin vào quảng cáo.

**Khi nào cần dùng Forum Seeding?**

*Chúng ta cùng xem xét mô hình hành vi Khách hàng trong thời đại Internet do Dentsu đề xuất:*

**The New Consumer Behavioral Model**

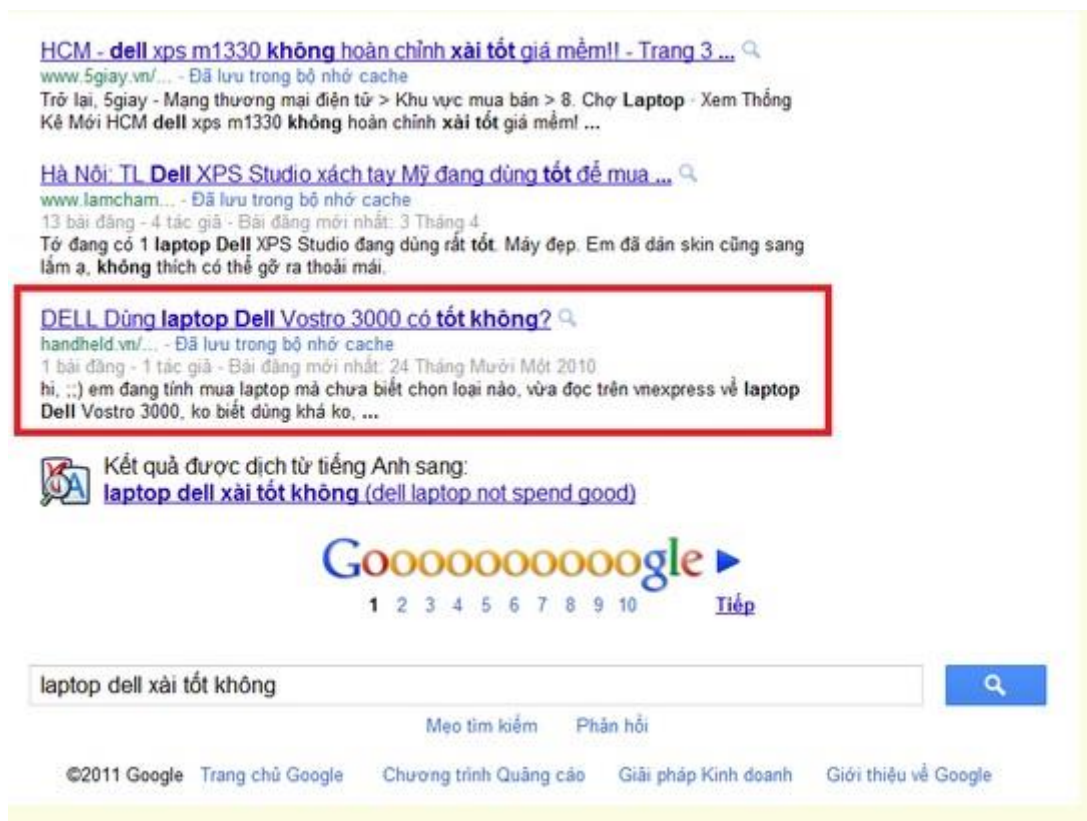


*Hình 5 - Mô hình hành vi khách hàng*

**Attention:** kịch bản này thường xảy ra với những sản phẩm chuẩn bị hoặc mới ra mắt thị trường. Thông điệp chính của những mẫu Seeding này phải ấn tượng với mục tiêu chính là gây sự chú ý và tò mò cho khách hàng tiềm năng.

**Interest:** tạo ra những mẫu đối thoại, topic xoay quanh thương hiệu, từ đó dẫn dắt câu chuyện theo hướng có lợi cho thương hiệu → Những bài viết cảm nhận về thương hiệu một cách nhẹ nhàng và khéo léo.

**Search:** khi có nhu cầu về sản phẩm hay dịch vụ, khách hàng sẽ tìm kiếm. Ví dụ nếu bạn đang cần có nhu cầu mua laptop Dell và thử search google với từ khóa “Laptop Dell xài tốt không?” và kết quả như sau:



Hình 6 - Kết quả Search trên google

Vấn đề này được gọi là “Social Media Optimization”, và forum seeding rất ảnh hưởng đến Social Media Optimization ở Việt Nam hiện nay.

**Action:** Khách hàng sẽ có hành động theo đúng hướng và mục tiêu mà các công ty đặt ra.

**Share:** đối với Mass media sau khi mua xong quá trình sẽ kết thúc, nhưng đối với thời đại internet như hiện nay, khách hàng họ sẽ chia sẻ cho bạn bè, người thân biết về sản phẩm, hoặc trên cộng đồng mạng, các trang xã hội, blog,...

### Quy trình Forum Seeding

1. Phân tích đối tượng – Lựa chọn Forum
2. Xác định mục tiêu – chọn thông điệp phù hợp

3. Kế hoạch thực hiện – Nhân sự
4. Dự đoán rủi ro – Cách thức xử lý khủng hoảng
5. Đo lường, đánh giá và hiệu chỉnh.

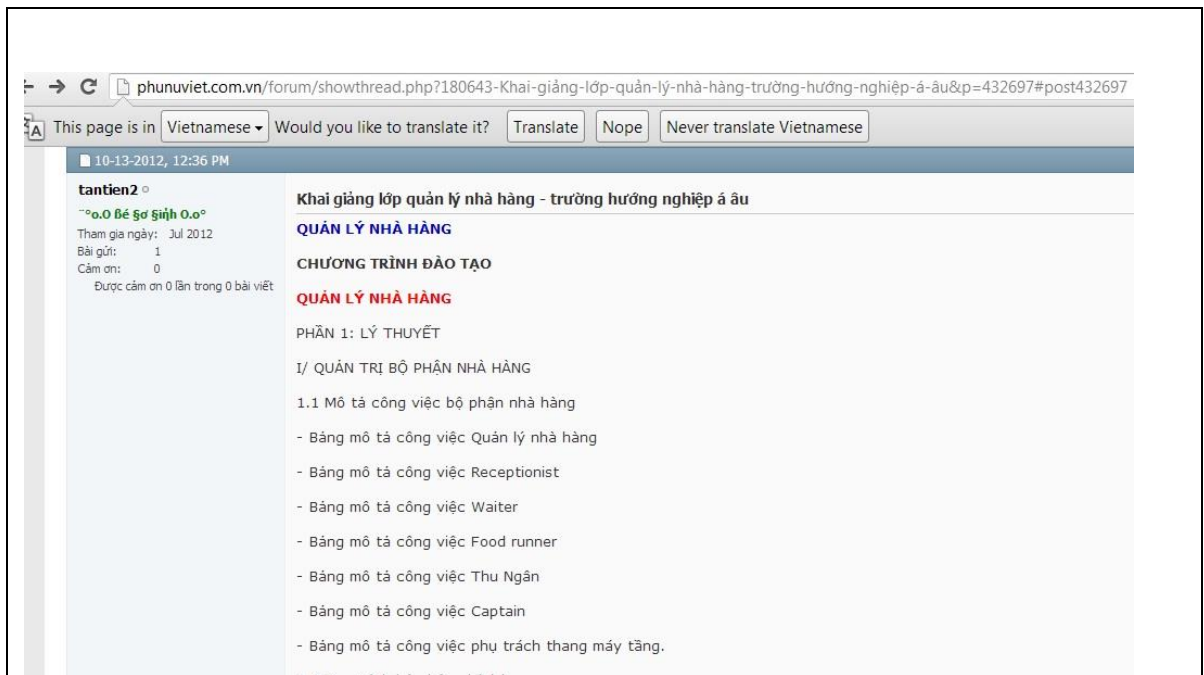
### **Một số lưu ý khi làm Forum Seeding**

1. Phải hiểu rõ hành vi người dùng và dẫn dắt câu chuyện một cách hợp lý
2. Biết cách quản lý những vấn đề xảy ra (các comment, ý kiến tiêu cực).
3. Nguyên tắc người nổi tiếng : Sử dụng những nickname, địa chỉ của những thành viên kỳ cựu, lâu năm trong diễn đàn để tạo niềm tin và sự tin cậy.
4. Nguyên tắc “Đầu – Cuối” : Mở đầu của Topic là đặt vấn đề và cuối của topic là hướng người xem tới website hoặc những tin tức có liên quan đến cái mà mình muốn.

#### **a. Công việc:**

- Từ danh sách các địa chỉ diễn đàn + users + password mà công ty cung cấp → xây dựng topic liên quan đến các từ khóa SEO.
- Xây dựng topic và phát triển nội dung theo 2 hướng: làm cho người đọc hướng về website [huongnghiepau.com](http://huongnghiepau.com) hoặc trang facebook Học Nấu Ăn ([facebook.com/lamdaubep](https://facebook.com/lamdaubep)).

- Một số diễn đàn đã thực hiện:



Hình 7 - Diễn đàn Phunuviet.com, trang diễn đàn này cho đăng tin quảng cáo → đăng tin về các khóa học của trường, các lớp sắp khai giảng



Hình 8 - Diễn đàn thời áo trắng

Topic Món ăn sinh viên – Cánh gà chiên nước mắm đứng top với 5,765 lượt view.

Topic Cuộc thi “Cảm xúc và ẩm thực” đứng thứ 2 với 1,667 lượt view.

Topic Mì Yakisoba – món mì xào bình dân của Nhật đứng thứ 4 với 182 lượt view.



Hình 9 - Nội dung bài viết Món ăn sinh viên – Cánh gà chiên nước mắm trong trang dienanthoiaotrang.com

**Đặc biệt đây là forum có chức năng dofollow → xây dựng backlink → tăng pagerank cho trang facebook Học nấu ăn.**

**Hướng người xem tới Fb Học Nấu Ăn của trường Hướng Nghiệp Á Âu bằng cách để lại chữ ký:**



Hình 10 - Chữ ký trong Forum

Cách kiểm tra Dofollow theo mặc định sau:

<a href=http://www.example.com"> Great Keyword</a>

```
<td class="tfoot" align="right" width="100%">
  <div class="smallfont">
    <strong>
      <a href="http://www.thoiaotrang.com">Thời Áo Trắng</a> -
```

Hình 11 - Source Forum Thoiaotrang.com

### b. Nhận xét:

Forum seeding là một công việc khá thú vị, đòi hỏi sự khéo léo và tinh ý cao. Vì người làm công việc này cần phải biết dẫn dắt, lèo lái người xem đi theo đúng ý đồ của mình.

Tránh quảng cáo quá lộ liễu, vì đối với một số diễn đàn như webtretho.com họ chỉ cần đánh hơi được mùi PR, quảng cáo là họ sẽ khóa, xóa hoặc chặn tài khoản ngay → Đây là một công việc đòi hỏi phải bỏ ra nhiều công sức và mất rất nhiều thời gian để tạo được các username có chất lượng trên các diễn đàn.


## 2.2.5 Xây dựng Topic trên yahoo hỏi đáp

### a. Công việc

Việc xây dựng các topic trên yahoo hỏi đáp cũng giống như việc xây dựng topic trên các diễn đàn.

Xây dựng topic dựa trên các từ khóa như sau:

- Học nghề bếp chuyên nghiệp ở đâu?
- Bếp Âu là bếp gì ?
- Học nấu ăn ở đâu ?
- Cho em hỏi có trường nào dạy học làm đầu bếp mà sau này ra trường thì trường đó có xin việc làm cho mình luôn không ?
- Em muốn làm một nữ Bếp trưởng nổi tiếng nhất Việt Nam
- Học nghề bếp ở đâu là tốt nhất ?




**Câu hỏi đã giải đáp** Xem câu khác »

**Học đầu bếp chuyên nghiệp ở đâu ?**

Minh là nam , 20 t đam mê ẩm thực muốn tìm 1 trường dạy đầu bếp chuyên nghiệp ở tpHCM thật uy tín để theo đuổi đam mê . Ai đang theo học hay biết chỉ mình với .

cách đây 3 tháng Báo cáo vi phạm

---



**Câu trả lời hay nhất** - Do người đọc bình chọn

Ở tpHCM có 3 trường uy tín nhất nè bạn , mình sẽ chia sẻ info thông tin 3 trường cho bạn :

\*Trường SHT Nghiệp Vụ Du Lịch & Khách Sạn Số 23/8 Hoàng Việt , Phường 4, Quận Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh

+ trường này thành lập trên 20 năm , có kinh nghiệm giảng dạy , học các khoá dài hạn , học phí đóng 1 lần/1khóa học , học phí cao , chất lượng giảng dạy ok, tự mua nguyên liệu thực hành.bằng cấp giá trị


\*HƯỚNG NGHIỆP Á ÂU VIÊN ĐÀO TẠO ĐẦU BẾP CHUYÊN NGHIỆP HÀNG ĐẦU VIỆT NAM –ĐƠN VỊ DUY NHẤT ĐƯỢC TỔNG CỤC DẠY NGHỀ CẤP PHÉP ĐÀO TẠO & CẤP CHỨNG CHỈ BẾP TRƯỞNG 59 Khu Biệt Thự Chu Văn An, Đường số 14, P. 26, Q. Bình Thạnh, TP.HCM - TEL: (08) 6294 8320 - 6294 8387 FAX: (08) 6294 8387

+ trường này thành lập hơn 1 năm,cơ sở vật chất tốt , đội ngũ giảng viên khủng , học viên đông vì học phí hợp lý , khai giảng thường xuyên các khoá học ngắn hạn, bao đồng phục và nguyên liệu thực hành , học phí 20tr/9tháng, chia nhỏ ra 3 cấp độ , hỗ trợ nhà trọ, bảo lưu học bù, bằng cấp giá trị

---

**Trả lời khác (2)**



---




google

cách đây 3 tháng Báo cáo vi phạm

**0% 0 phiếu bầu**

0  0 



---



Chào bạn green, mình đang là học viên lớp nâng cao trường hướng nghiệp Á Âu, không phải quảng cáo nha , mình chính xác là khoá 12 . Trường này so với các trường khác ko có bề dày kinh nghiệm nhưng trường dạy rất tốt , cơ sở vật chất ok, được đóng học phí theo tháng , bạn có thể qua học thử, mình muốn người có cùng đam mê với mình có chỗ học tốt . call mình nói rõ thêm 0122 9911 252

cách đây 3 tháng Báo cáo vi phạm

**0% 0 phiếu bầu**

0  0 

Hình 12 - Yahoo hỏi đáp

**b. Nhận xét:**

Khác với Forum Seeding, yahoo hỏi đáp là nơi bạn tạo ra các câu hỏi mà người dùng hay hỏi và xây dựng câu trả lời, dẫn dắt câu chuyện xoay quanh câu hỏi, vấn đề đặt ra trên email yahoo cá nhân. Thường khi làm yahoo hỏi đáp, chúng ta thường tạo và đăng ký rất nhiều email yahoo khác nhau, từ đó nuôi dưỡng chúng trở thành những email, nickname có tiếng nói cao trong yahoo hỏi đáp → Tạo sự tin tưởng với người xem → câu trả lời của chúng ta có giá trị.

## 2.5.6 Chương trình Halloween – Bữa ăn của Quỷ và chương trình Mừng Ngày Nhà Giáo Việt Nam 20/11

### 🚩 Chương trình Halloween – Bữa ăn của Quỷ

#### ○ Công việc

- Điện thoại đến các cửa hàng lấy báo giá các vật dụng trang trí Halloween (bộ xương người 1,3m, lồng đèn quả bí, đầu lâu treo, màu thực phẩm – màu đỏ,...).
- Một số thiết kế chuẩn bị cho tiệc Buffet Halloween – Bữa ăn của quỷ.



Hình 13 - Vé Buffet tiệc Halloween



Hình 14 - Standee

Kích thước 80x180cm

- Thông báo địa điểm, thời gian, nội dung và hình thức bán vé của chương trình lên 2 trang facebook Học Nấu Ăn và Facebook trường Hướng Nghiệp Á Âu



Hình 15 – Đăng thông tin về vé buffet lên Fb trường Hướng Nghiệp Á Âu

- Trang trí và chuẩn bị hội trường tiệc buffet cho 100 người tham dự





*Hình 16 - Trang trí hội trường chuẩn bị cho tiệc Halloween*

- Chụp hình các bạn học viên trong lúc thi làm các món ăn cho Quỷ



*Hình 17 - Ảnh các bạn học viên trong quá trình thi Halloween*

- Chính sửa lại hình, cắt ghép clip, lồng nhạc → đăng lên youtube và 2 trang Fb Học Nấu Ăn, trường Hướng Nghiệp Á Âu → Tạo sân chơi cho các bạn học viên và tăng độ nhận biết thương hiệu trên mạng cộng đồng xã hội, tăng lượng Like của fanpage.

#### **🚩 Chương trình Chào Mừng Ngày Nhà Giáo Việt Nam 20-11-2012**

- Công việc
- Tham gia buổi họp brainstorm lên kế hoạch các hoạt động cho chương trình Mừng ngày nhà giáo Việt Nam 20-11.

- Soạn nội dung, thiết kế các bảng thông báo các hoạt động của chương trình đến các bạn học viên (chương trình văn nghệ, tiệc buffet, lễ tặng quà tri ân các thầy cô).
- Một số thiết kế cho chương trình
  - Backdrop: kích thước 300x320cm với màu sắc và tông nền chủ đạo theo màu hoa hướng dương – màu vàng làm backdrop của sân khấu.
  - Bảng thông báo chương trình Văn Nghệ: thiết kế bằng chương trình AI, khổ giấy A4. In thành 2 tờ, dán ở 2 bảng thông báo của 2 cơ sở, đăng lên website trang tin tức của trường và 2 trang facebook Học Nấu Ăn và Trường Hướng Nghiệp Á Âu.
  - Standee: kích thước 80x180cm in PP đặt trước cửa ra vào 2 cơ sở.
  - Vé Buffet: Thiết kế màu sắc, phong nền theo chủ đạo của chương trình. In ra với số lượng 150 vé, giá bán 99.000vnd/vé. Thông tin chương trình sẽ được đăng lên 2 trang facebook.
  - Sticker: có 2 loại sticker màu vàng và sticker mà đỏ. Sticker màu vàng sẽ dán cho những người mua vé tham gia chương trình → kiểm soát dễ dàng hơn.



Hình 18 - Backdrop  
Kích thước 300x320cm in hiflex



Hình 19 - Bảng thông báo chương trình ca nhạc



Hình 20 - Standee



- Trang trí hội trường



Hình 24 - Trang trí hội trường

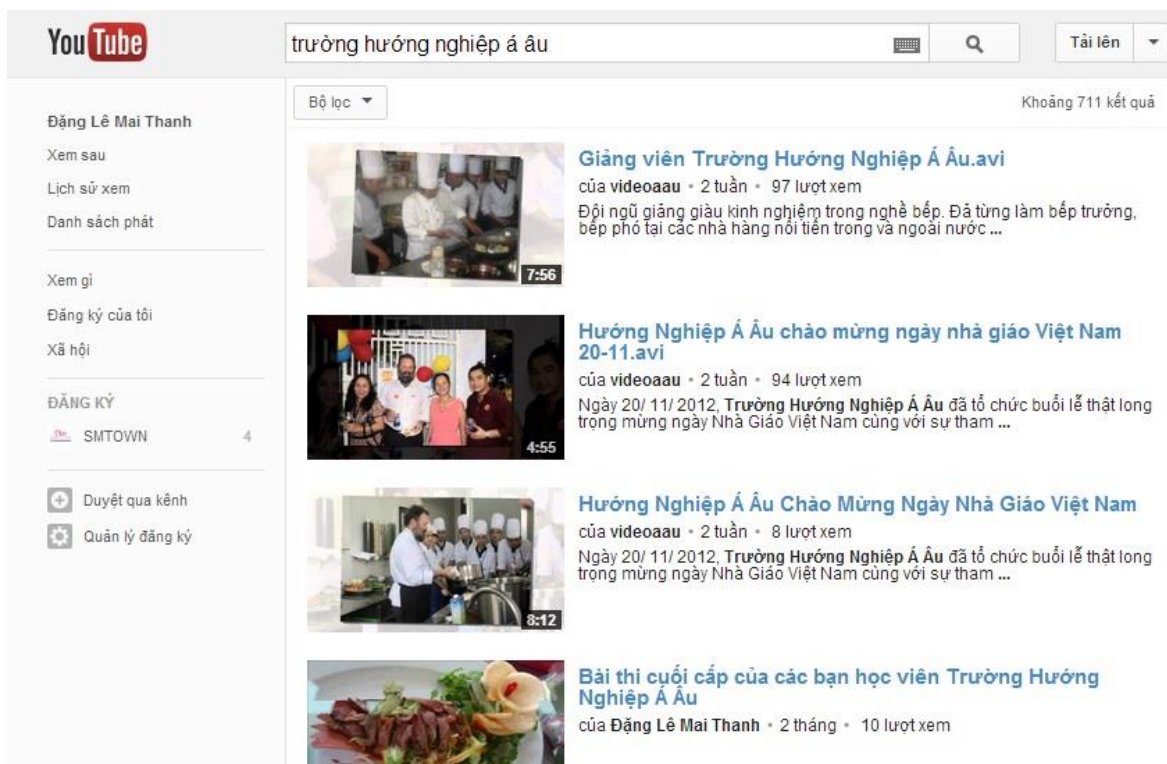
- Chụp hình, quay các tiết mục thi văn nghệ, tặng quà thầy cô.
- Phụ trách chương trình rút thăm trúng thưởng : Hướng dẫn những người mua vé đến tham gia chương trình ghi lại thông tin của mình vào phía sau tấm vé, bỏ vào thùng. Sau mỗi tiết mục văn nghệ, đại diện thầy cô của trường sẽ lên bốc, trúng tên bạn nào thì bạn đó lên nhận giải.
- Cơ cấu giải thưởng:
  - Giải nhất: 1 bộ đồ bếp (áo bếp, nón bếp, tạp dề, khăn).

Giải nhì: áo bếp + tạp dề

Giải ba: áo bếp

Giải khuyến khích: nón bếp.

- Đăng tải các hình ảnh hoạt động của trường lên facebook.
- Youtube:



Hình 25 - Xây dựng các video trên Youtube.com

○ **Nhận xét**

Trường Hướng Nghiệp Á Âu được thành lập vào ngày 01-05-2011 đến nay đã được gần 2 năm. Nhưng những chương trình như Halloween hay ngày Nhà Giáo Việt Nam thì năm nay mới tổ chức → Những sai sót là hoàn toàn không thể tránh khỏi. Nhưng chương trình 20/11 so với tiệc Halloween có phần chuyên nghiệp và rõ ràng hơn.

Ngoài ra, các chương trình này còn được xem như sự chăm sóc học viên của trường. Thực tế cho thấy, hầu hết các bạn khi có nhu cầu theo học tại một trường nấu ăn nào đó. Ngoài vấn đề về học phí, chất lượng đào tạo, trình độ của các giảng viên, bằng cấp, công việc làm sau khi tốt nghiệp ra trường, thì các bạn đó rất quan

tâm đến các hoạt động như trên. Và đây cũng là một điểm mạnh để thu hút học viên, vừa tạo được sân chơi cho các bạn học viên và cũng là những nội dung, hình ảnh thu hút người xem trên các trang mạng xã hội, diễn đàn – Facebook hiện nay đang là một kênh rất mạnh và có độ tương tác khá cao.

### 2.5.7 Chương trình truyền hình “Ước mơ của em” – trên kênh HTV7

Chương trình “Ước mơ của em” là một chương trình truyền hình thực tế bắt đầu phát sóng từ ngày 15 tháng 4 năm 2012, dành riêng cho lứa tuổi thiếu niên, nhi đồng. Chương trình do Đài Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh HTV và MCV hợp tác sản xuất và được phát sóng vào khung giờ 19:30-19:45 thứ năm và chủ nhật hàng tuần trên kênh HTV7.

Thông qua chương trình, các em sẽ được bày tỏ những ước mơ ấp ủ từ lâu mà chưa có cơ hội thổ lộ, hoặc bày tỏ nhưng không được lắng nghe. Chương trình sẽ hỗ trợ các em và mang đến cho các em cơ hội để thực hiện những ước mơ ấy.

Trong chương trình lần này, bé Huy có ước muốn học làm kem nên đài truyền hình HTV7 đã liên hệ và quay tập phim này tại trường Hướng Nghiệp Á Âu.

#### a. Công việc

- Chuẩn bị trang trí cảnh quay: Hướng dẫn bộ phận vệ sinh dọn dẹp, sắp xếp lại quầy Bar. Gắn logo, tên trường lên phía sau cảnh quay → khi lên truyền hình người xem đài biết đến.
- Chuẩn bị trang phục Bếp cho cô Hiệu Trưởng.
- Chuẩn bị các nguyên vật liệu làm kem.





**b. Nhận xét**

Hợp tác với những chương trình thực tế như thế này → trường Hương Nghiệp Á Âu đã có cơ hội trong việc quảng bá thương hiệu trên kênh truyền hình HTV7 mà lại không tốn nhiều chi phí.

## PHẦN III: CHUYÊN ĐỀ TỐT NGHIỆP

### Nâng cao hiệu quả hoạt động trang Fanpage Học Nấu Ăn của Công ty Cổ Phần Hương Nghiệp Á Âu

#### 3. Tổng quan về Digital marketing

##### 3.1 Digital Marketing:

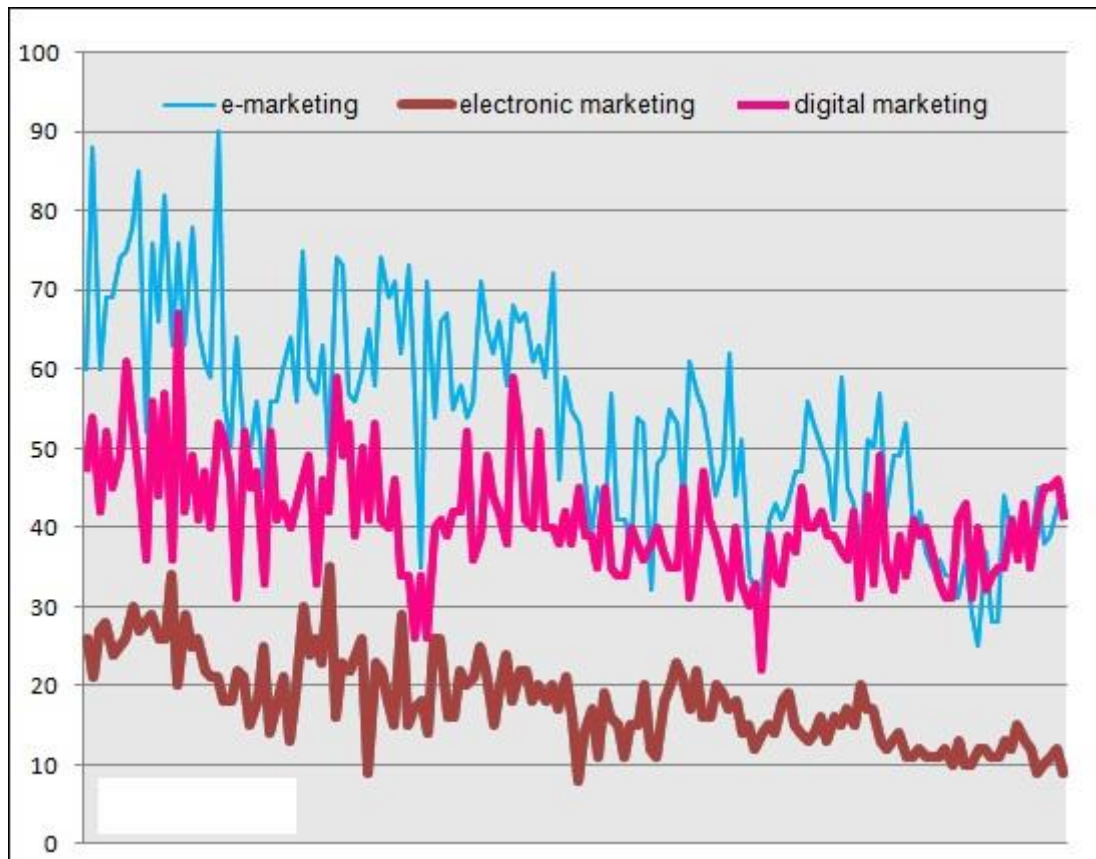
**Khái niệm:** Digital Marketing (tiếp thị số) là việc sử dụng internet làm phương tiện cho các hoạt động marketing và truyền thông.

##### Đặc điểm phương tiện truyền thông của Digital Marketing

Digital Media = Traditional Media (Marketing truyền thống)

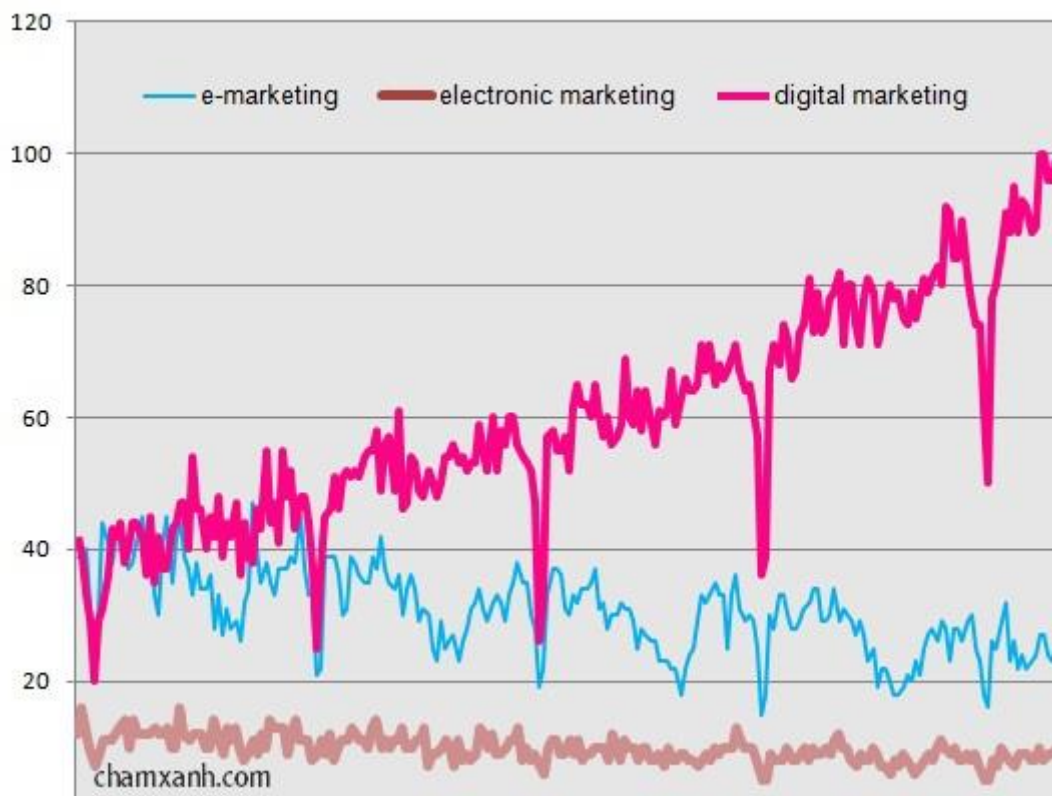
- + Measurable (có khả năng đo lường)
- + Targetable (nhắm đúng khách hàng mục tiêu)
- + Optimize able (có thể tối ưu)
- + Addressable (xác định)
- + Interactively (có tính tương tác)
- + Relevancy (tính liên quan)
- + Viral able (có khả năng phát tán)
- + Accountable

Tiếp thị số là việc thực hiện các hoạt động quảng bá sản phẩm và dịch vụ, trong đó sử dụng các kênh phân phối trực tuyến – định hướng theo cơ sở dữ liệu nhằm tiếp cận đến khách hàng đúng thời điểm thích hợp, cá nhân hóa và chi phí hợp lý. Quản lý và thực hiện các hoạt động marketing, trong đó sử dụng các phương tiện điện tử như: website, email, phương tiện không dây kết hợp với các dữ liệu số về đặc điểm hành vi của khách hàng.



Hình 27 - Lượng tìm kiếm của người dùng từ năm 2004 – 2006

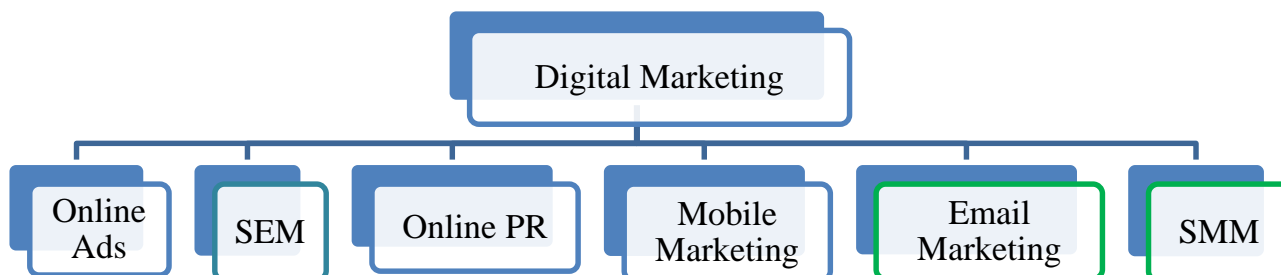
Giai đoạn này tên gọi e-marketing phổ biến hơn Digital Marketing



Hình 28 - Lượng tìm kiếm từ cuối năm 2006-2011

Khái niệm Digital Marketing ngày càng phổ biến, vượt xa e-marketing  
(Nguồn Chamxanh.com)

**Các công cụ căn bản của Digital Marketing:**



Bảng 3 - Các công cụ căn bản của Digital Marketing

Ở chuyên đề “Nâng cao hiệu quả hoạt động trang Fanpage của Công ty Cổ Phần Hướng Nghiệp Á Âu”, tôi chỉ tập trung phân tích vào 3 công cụ đó là **SEM**, **Email Marketing** và **Social Media Marketing (SMM)**.

**3.2 SEM (Search Engine Marketing)**

Là từ viết tắt của **Search Engine Marketing** là công cụ / cỗ máy tìm kiếm. SEM chính là sự tổng hợp của nhiều phương pháp tiếp thị nhằm mục đích giúp cho trang web của bạn đứng ở vị trí như bạn mong muốn trong kết quả trên mạng Internet tìm kiếm.

**✚ Thành phần của SEM:**

- **SEO (Search Engine Optimization):** Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm.

Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm là phương pháp làm tăng thứ hạng của bạn thông qua cách xây dựng cấu trúc trang web như thế nào, cách bạn biên tập và đưa nội dung vào trang web, sự chặt chẽ, kết nối với nhau giữa các trang trong trang web.

- **PPC (Pay Per Click):** Đây là hình thức quảng cáo dưới dạng nhà tài trợ trên Internet, tác dụng của hình thức quảng cáo này là làm tăng lưu lượng người truy cập vào trang web thông qua việc đăng tải các banner quảng cáo về trang web của bạn ngay bên cạnh phần tìm kiếm kết quả. Theo hình thức này thì các đơn vị đặt quảng

cáo sẽ phải chi trả cho bộ máy tìm kiếm một khoản phí được quy định trên mỗi cú nhấp chuột vào mẫu quảng cáo.

 Để lên Top khi search Google:

SEO = PageRank + >200 yếu tố khác

Dựa vào điểm chất lượng do:

- Tỷ lệ nhấp chuột (CTR)
- Chất lượng trang đích (landing Page)
- Sự liên quan giữa từ khóa, mẫu quảng cáo, trang đích.

### Sự khác nhau giữa SEO và PPC

SEO (Search Engine Optimization)	PPC (Pay Per Click)
Khó đạt kết quả nhanh nhưng lâu dài	Hiện thị tức thì, sau khoảng 15 phút
Không phải trả tiền khi có người click	Chỉ trả tiền khi có người click
Liên tục xuất hiện, không cần ngân sách	Chọn thời gian, vị trí hiển thị quảng cáo
Lượng tìm kiếm nhiều hơn	Đo lường hiệu quả quảng cáo
Áp dụng cho các chiến lược ngắn hạn	Áp dụng cho các chiến lược dài hạn

### 3.3 Email Marketing

Là một hình thức quảng cáo trực tiếp trong đó sử dụng thư điện tử như một phương tiện giao tiếp với khách hàng. Trong ý nghĩa rộng nhất của nó, thuật ngữ này thường được dùng để chỉ việc gửi email với mục đích tăng cường mối quan hệ với khách hàng mới và khách hàng hiện có để khuyến khích lòng trung thành của khách hàng và tăng việc kinh doanh lặp lại.

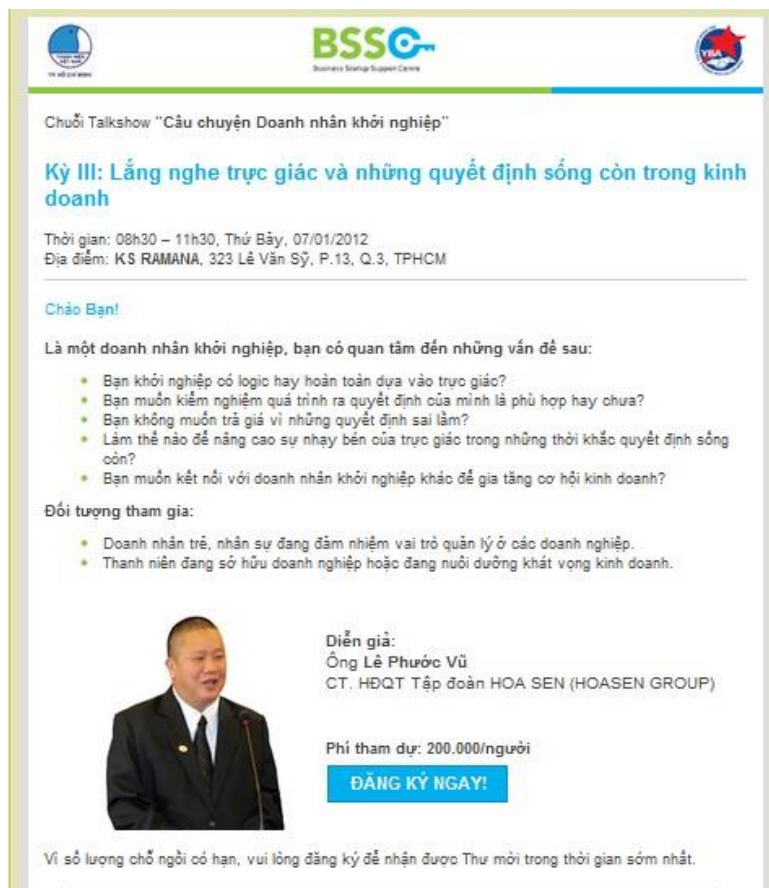
*(Theo định nghĩa về Email Marketing của Google)*



Hình 29 - Email Marketing

### 3.4 Email Sales

Là hình thức bán hàng trực tiếp trong đó sử dụng thư điện tử như một phương tiện để giao tiếp với khách hàng. Mục đích lớn nhất của Email Sales là giới thiệu sản phẩm hay dịch vụ đến với khách hàng tiềm năng và mục tiêu chính là thúc đẩy hoạt động kinh doanh, biến khách hàng tiềm năng thành khách hàng → lấy được niềm tin và lòng trung thành từ họ.



Hình 30 - Email Sales

### Kết hợp Email Marketing và Email Sales như thế nào?

Áp dụng nguyên tắc 80/20 (nếu một tháng bạn gửi 5 Email cho khách hàng thì nên có 4 Email Marketing và 1 Email Sales – nếu bạn gửi một email cho khách hàng thì có 80% nội dung là Marketing và 20% Sales).

### Ưu điểm & Khuyết điểm của Email Marketing

Ưu điểm	Khuyết điểm
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiết kiệm ít nhất 75% so với các hình thức quảng cáo khác.</li> <li>- Gửi thông điệp đến đúng khách hàng tiềm năng.</li> <li>- Có thể đo lường, theo dõi được kết quả.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dễ dàng bị khách hàng cho là Spam khi truyền tải nội dung không liên quan, toàn những thông tin quảng cáo các sản phẩm mà họ đang không có nhu cầu.</li> <li>- Để khách hàng đặt niềm tin và đồng ý</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Có thể lan truyền thông điệp quảng cáo bằng hình thức chuyển tiếp (forward).</li> <li>- Có thể lưu trữ thông điệp để theo dõi sau này.</li> <li>- Phân phối khối lượng thông điệp lớn, không giới hạn thời gian và địa lý.</li> <li>- Chủ động điều chỉnh thời gian gửi đến khách hàng.</li> <li>- Tiết kiệm được nhiều thời gian, công sức và chuyên nghiệp hơn.</li> <li>- Giúp doanh nghiệp xây dựng mối quan hệ tốt với khách hàng.</li> <li>- Có rất nhiều chương trình gửi email tự động và đầy đủ các tính năng trên internet (mailchimp)</li> </ul>	<p>nhận email của công ty là một khoảng thời gian dài.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nội dung phải hữu ích cho người đọc, phải biết lọc và phân loại khách hàng để gửi thông tin.</li> </ul>
--	---

**Sự giống và khác nhau giữa email Marketing và Spam**

	<b>Email Marketing</b>	<b>Spam mail</b>
Sự cho phép	Có sự đồng ý của người nhận	Không có sự đồng ý của người nhận
Nội dung	Người nhận quan tâm đến nội dung. Được thiết kế riêng cho từng nhóm khách hàng.	Người nhận không quan tâm đến nội dung Không có sự phân biệt từng nhóm khách hàng (đại trà)
Người nhận	Là một đối tượng xác định Có sự giao tiếp giữa người nhận và người gửi	Không xác định người nhận rõ ràng (gửi đại trà). Không có sự giao tiếp thông tin giữa người nhận và người gửi.
Quản lý	Có sự quản lý những email tiếp tục nhận email và những email	Không có quản lý

	từ chối nhận email	
Nguồn thông tin	Được thu thập từ hồ sơ khách hàng	Được mua lại, thu thập trên mạng, quét từ các website
Chất lượng thông tin	Thông tin người nhận có chất lượng cao	Thông tin người nhận kém chất lượng
Số lần gửi	Có giới hạn, có kiểm soát	Gửi nhiều lần, không kiểm soát
Người gửi	Địa chỉ người gửi rõ ràng, xác thực	Địa chỉ người gửi không rõ ràng, không đáng tin cậy

Quần Skinny Giã Jean 95k   Bộ Ly Thủy Tinh 70k   Mặt Ống Rừng 84k   Tinh Dầu 50ml	8:30 pm
Đồng Hồ Thời Trang 65k   Vé Ca Nhạc Lan Anh 75k   Bao Da Viva Iphone 325k - Logo	Mar 1
Phấn Phủ Revlon 100% USA 168k   Bộ 05 Thố INOX 55k   Sữa Tắm White Care 52k - Lc	Feb 29
Thẻ Nhớ ĐT Kingston 8G 125k   Bộ 05 Lọ Sơn Móng 60k   Massage Thư Giãn 49k - Log	Feb 28
Quần Skinny Giã Jean 118k   Hair Nguyễn Nam 65k   Khăn Choàng Cotton 60k   Dầu D	Feb 27
Máy Duỗi Tóc Mini 137k   Tiếng Anh Chuyên Ngành Tài Chính 900k   Nối Lông Mi 120k	Feb 26
Giảm 48% Khách Sạn YASAKA NHA TRANG 4* Đạt Chuẩn Quốc Tế [blacked out] Nếu	Feb 25
Hộp Đựng Kem Đánh Răng Tự Động 85k   Bluetooth IPHONE 4 210k   Salon Tóc Huyền	Feb 24
Miếng Ốp IPHONE 4 Silicon Dẻo 109k   Bò Bắp Cuốn Bánh Tráng 64k   Bộ Đầm Ngủ F	Feb 23
Cafe Hát Với Nhau 35k   Thóc Mộc Lông Mây 107k   Máy Làm Móng Tay 99k [blacked out]	Feb 23
Học Anh Văn tại iSEE Academy 100k   Nước Hoa Gracefull 146k   Khóa Học Trang Điểm	Feb 22
Giảm 47% Resort 3* Monkey Island Cát Bà Hải Phòng Chỉ Có 690k [blacked out] Nếu	Feb 21
Combo 02 Quần Legging Đạp Gót 90k   Máy Cạo Lông Cho Phái Nữ 72k   Bộ 04 Quần	Feb 21
Đáng Mãn Hình Điện Thoại 35k   Đèn Học Để Bàn Bin Sạc 130k [blacked out] Nếu bại	Feb 20
Sữa Rửa Mặt The Face Shop 80k   Kem BB Cream Hàn Quốc 169k   Đồng Hồ Cẩm Búi	Feb 19
Sữa Lotion Bath&BodyWorks 100% USA 124k   Kem Che Khuyết Điểm Hàn Quốc 169k	Feb 18

Bảng 4 - Những mẫu Email Sales được đánh giá là Spam

**✚ Thiết kế email Marketing**

- Người gửi “From”
- Rõ ràng, gắn với thương hiệu
- Ngắn gọn.
- Giao diện chuẩn (email template)

- Bố cục
- Hình ảnh
- Màu sắc
- Cấu trúc nội dung
- 600-800px (rộng)
- Ít hình ảnh
- Tiêu đề (Subject):
- Ít hơn 35 ký tự.
- Thấy rõ lợi ích
- Ngắn gọn
- Nội dung:
- Tại sao người ta muốn đọc email của bạn?
- Nội dung email của bạn có gì hữu ích?
- Bạn muốn người đọc làm gì sau khi đọc email?
- Cá nhân hóa
- Hướng đến khách hàng
- Liên kết sản phẩm, website
- Call to action links

#### **Cấu trúc nội dung email**

1. Lời chào
2. Ngày tháng
3. Logo
4. Call to action
5. Địa chỉ văn phòng
6. Liên kết từ chối

#### **Một số lưu ý về lịch gửi email**

- Bảng tin điện tử 1-4 lần/tháng
- Thông báo, thư mời: theo sự kiện
- Chào hàng, khuyến mãi: theo sự kiện, chương trình, không gửi cùng 1 nội dung cho một người nhiều hơn 3 lần/tháng.

#### **Các phần mềm email Marketing**

- CRM (sugar CRM)
- PHP List
- Interspire Email Marketer
- Open EMM
- Mailchimp

### 3.5 SMM (Social Media Marketing)

Là các thể loại online media, nơi mà mọi người có thể nói chuyện, tham gia, chia sẻ, liên kết,... Điểm chung của các SMM là đều có hệ thống discussion, feedback, comment, vote.



Hình 31 – Social Media Marketing

#### ✚ **Thực trạng Mạng Xã Hội (MXH) hiện nay trên thế giới:**

- Mạng xã hội chiếm hơn 50% dân số thế giới dưới 30 tuổi.
- 96% người thuộc thế hệ mới đã từng tham gia mạng xã hội.
- Facebook qua mặt Google tại Mỹ với lượng truy cập nhiều nhất.
- Tại Mỹ cứ 8 cặp đôi cưới nhau thì có 1 cặp đôi tìm hiểu qua mạng xã hội.
- Số năm để đạt được 50 triệu người:

- Radio: 38 năm.
  - TV mất 13 năm.
  - Internet mất 4 năm.
  - Ipod mất 3 năm.
- ⇒ **Facebook** đã đón nhận **200 triệu thành viên** trong thời gian **chưa đầy 1 năm**.

*“We don’t have a choice on whether we do social media, the question is how well we do it”* – “Chúng ta không có sự lựa chọn sử dụng MXH hay không mà là chúng ta sử dụng MXH như thế nào cho tốt”.

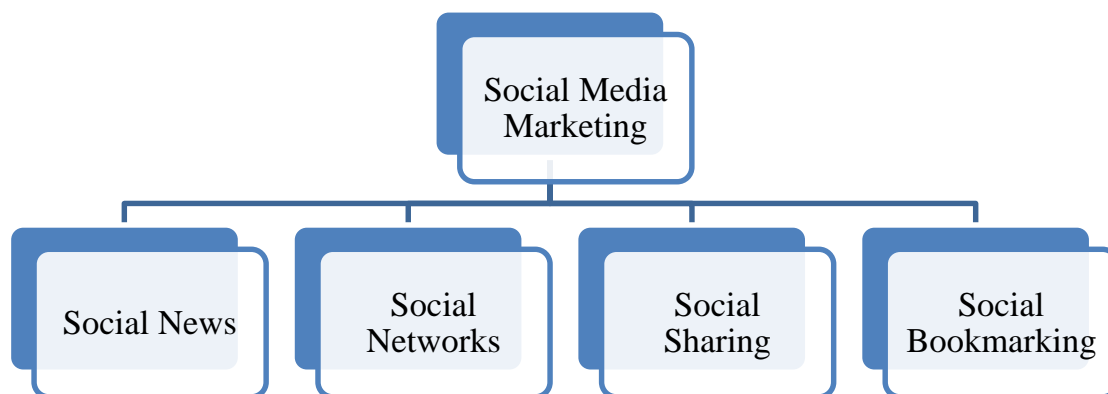
*(Theo Erik Qualman)*

- Nếu Facebook là một quốc gia thì nó sẽ có dân số đứng thứ 3 trên thế giới, chỉ sau Trung Quốc và Ấn Độ.
- Theo nghiên cứu của bộ Hoa Kỳ thì hiện nay, số sinh viên học và làm trực tuyến tốt hơn những sinh viên nhận sự chỉ dẫn trực tiếp.
- 80% công ty tuyển dụng qua mạng xã hội.
- 95% công ty tuyển dụng qua mạng LinkedIn.
- Youtube: bộ máy tìm kiếm lớn thứ 2 trên thế giới.
- Có hơn 200 triệu Blog → một người nói và cả thế giới cùng phát tán.

### **Tại sao chúng ta nên xây dựng mạng xã hội ?**

- Hiện nay, người dùng quan tâm đến vị trí xã hội sản phẩm, dịch vụ của bạn nhiều hơn thứ hạng của chúng trên Google.
- 78% khách hàng tin tưởng và lời khuyên của bạn bè và chỉ 14% là tin vào quảng cáo.
- Chỉ 18% chiến dịch quảng cáo trên TV đem về lợi nhuận dương cho doanh nghiệp.
- 90% người dùng bỏ qua quảng cáo trên TiVo/DVR
- Việc phát triển máy đọc sách như Kindle eBooks → 24 trong 25 tờ báo lớn nhất đang gặp vấn đề về suy giảm kỷ lục bán ra.

- 60 triệu status được cập nhật hàng ngày trên Facebook → Chúng ta không cần tìm tin tức nữa mà tin tức tìm đến chúng ta. Chúng ta sẽ không phải tìm kiếm sản phẩm dịch vụ nữa, mà chúng sẽ tự tìm đến với chúng ta qua mạng xã hội.



Bảng 5 - Bốn loại hình SMM

Loại Hình	Ưu điểm	Nhược điểm
Social News	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Là những website cho phép mọi người cùng thảo luận và chia sẻ thông tin thu thập được từ nhiều nơi trên thế giới.</li> <li>- Tiềm năng quảng cáo lớn</li> <li>- Dễ dàng cập nhật và chia sẻ thông tin.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Không đảm bảo hoàn toàn nguồn thông tin là chính xác.</li> <li>- Do nó được chia sẻ và thảo luận bởi những người sử dụng nên đôi khi mang tính chất chủ quan.</li> <li>- Khó kiểm soát được những nguồn thông tin bất lợi.</li> </ul>
Social Networks	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dễ dàng cập nhật và chia sẻ thông tin.</li> <li>- Tích hợp tốt với các mạng xã hội khác như Twitter, Facebook.</li> <li>- Tính tương tác cao.</li> <li>- Khả năng kết nối phong phú</li> <li>- Nhiều tính năng hấp dẫn: kết bạn, tìm bạn, tạo groups,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thông tin cá nhân của người dùng không được đảm bảo.</li> <li>- Nhiều trang phải đăng nhập mới cập nhật được tin tức.</li> <li>- Khả năng bị spam cao.</li> <li>- Khó sử dụng tại một số nước.</li> <li>- Dễ gây “nghiện”</li> </ul>

	<p>Fanpage.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Khả năng chia sẻ hình ảnh, video, các link dễ dàng.</li> <li>- Nhiều ứng dụng, games đa dạng.</li> <li>- Tiềm năng quảng cáo lớn.</li> </ul>	
Social Sharing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bạn dễ dàng chia sẻ các đoạn video và hình ảnh cho bạn bè, gia đình và cả thế giới xem chỉ trong vòng vài phút.</li> <li>- Là nơi cập nhật những hình ảnh, clip hấp dẫn.</li> <li>- Có tiềm năng quảng cáo lớn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Còn nhiều vấn đề liên quan tới xâm phạm bản quyền.</li> <li>- Là nơi có thể dễ dàng thu hút lượng người xem cao với những vấn đề tiêu cực gây ảnh hưởng tới xã hội.</li> <li>- Những nội dung không phù hợp vẫn chưa có biện pháp ngăn cấm đối với trẻ em.</li> </ul>
Social Bookmarking	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp dễ dàng lưu lại, đánh dấu, chia sẻ đường link yêu thích của bạn với bạn bè.</li> <li>- Phân loại từ khóa, nội dung thuộc lĩnh vực gì để đỡ mất công tìm kiếm.</li> <li>- Là một công cụ mạnh mẽ cho các chuyên gia SEO.</li> <li>- Có tiềm năng quảng cáo lớn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Muốn social bookmarking thì phải có các tài khoản trên cá nhân social bookmark đó.</li> <li>- Khó sử dụng tại một số nước vì ngôn ngữ tiếng anh là chủ yếu.</li> </ul>

**Nguyên nhân khiến một số tin tức trên SMM được xem là Spam:**

- Sai lầm do lười tìm hiểu: Tình trạng chung của một số doanh nghiệp khi triển khai marketing hiện nay là sự lười suy nghĩ về làm nội dung, lười sáng tạo, lười tìm hiểu. Tất cả những cái lười đó cộng lại khiến họ marketing theo hình thức mà mọi người hay hiểu là Spam.

- Sai lầm do làm nội dung kém: Chú trọng hơn về làm nội dung hoặc tổ chức event hoặc contest (cuộc thi) trên các mạng xã hội nhưng làm quá sơ sài hoặc không hiểu làm nội dung thế nào cho phù hợp → Họ tạo ra được cộng đồng nhưng không thể hướng cộng đồng chú ý vào sản phẩm của mình được. Thiếu tính chuyên nghiệp trong khâu tổ chức nên dẫn đến việc cuộc thi ít người tham gia so với công sức và tiền bạc bỏ ra, thậm chí nhiều doanh nghiệp còn khiến cho cả cộng đồng phản đối tẩy chay dữ dội.

- Doanh nghiệp thuê các đơn vị trung gian thiếu chuyên nghiệp: Nhiều doanh nghiệp vốn biết tự lượng sức mình không đủ khả năng hoặc thiếu hiểu biết để làm marketing trên mạng xã hội, nên họ đã tìm đến 1 đơn vị bên ngoài để làm trọn gói các dịch vụ này. Nhưng họ lại tìm đến các đơn vị thiếu chuyên nghiệp dẫn tới kết quả là tiền mất tật mang.

### Áp dụng mô hình AISAS cho Fanpage trên mạng xã hội Facebook



Hình 32 - Mô hình hành vi người dùng AISAS

- Chú ý (Attention): với một Fanpage mới, việc gây chú ý đến khách hàng tiềm năng là rất khó. Ngoài phương pháp sử dụng nội dung thật sự tốt (Text, Image, Apps...) hoặc tổ chức Contest, phương án tốt và nhanh nhất là chạy Facebook Ads

để gây sự chú ý cho đúng khách hàng tiềm năng của bạn (độ tuổi, giới tính, khu vực).

- Thích (Interest): sau khi đạt được một số fan nhất định, bạn có thể gây thích thú với Sponsored Stories (nhắm đúng target đối tượng khách hàng mục tiêu).



Hình 33 - Sponsored Stories

- ⇒ **Khi khách hàng xem xong Sponsored Stories sẽ có 2 trường hợp xảy ra:**
- *Trường hợp 1:* khách hàng tiềm năng thích thú với nội dung Sponsored Stories về Socola Boniva, họ có thể dùng Google để sang bước Search với một số từ khóa như “Sococla Boniva, tác dụng Socola Boniva, mua Socola Boniva ở đâu...” → Dùng SEO hoặc chạy Google Adwords để đánh chiếm các vị trí tốt nhất trên Google → hướng khách hàng về website → mua hàng (action).
  - *Trường hợp 2:* khách hàng tiềm năng có thể click thẳng về link trên bài đăng để về thẳng website.
  - Chia sẻ (Share): bạn phục vụ khách hàng tốt, sản phẩm bạn tốt → Fan trên Fanpage sẽ nói tốt về bạn.
- Facebook tại Việt Nam**

**List of Countries on Facebook**

Timeline: Last 6 months | Last 3 months | Last month | Last 2 weeks | Last week

#	Country	Number of Users	Change	(±%)	Penetration
1	United States	168 594 460	0	0.00	54.34%
2	Brazil	63 390 320	0	0.00	31.52%
3	India	61 431 940	0	0.00	5.24%
18	Malaysia	13 560 000	0	0.00	47.96%
19	Taiwan	13 157 660	0	0.00	57.47%
20	Egypt	12 070 000	0	0.00	15.00%
21	Australia	11 762 120	0	0.00	54.67%
22	Venezuela	9 952 000	+11 200	+0.11%	36.56%
23	Vietnam	9 927 420	0	0.00	11.08%

Hình 34 – Thống kê lượng người dùng Facebook tại Việt Nam

(Nguồn: <http://www.socialbakers.com>)

⇒ **Viet Nam** được **xếp thứ 23** với số lượng người dùng Facebook là 9.927.420 người dùng.

### 3.6 Hiện trạng sử dụng digital marketing tại Doanh Nghiệp

#### 3.6.1 Mảng SEM – Search Engine Marketing

Về mảng này công ty chỉ làm phần SEO và chủ yếu là thuê lực lượng bên ngoài để làm. Chủ yếu xây dựng các từ khóa như:

### Top Queries from Search Traffic

The top queries driving traffic to [huongnghiepau.com](http://huongnghiepau.com) from search engines. Updated monthly.

Query	Percent of Search Traffic
1 <a href="#">truong day dao tao dau bep</a>	4.53%
2 <a href="#">khao dao tao bep truong</a>	4.46%
3 <a href="#">khoa dao tao bep truong</a>	4.39%
4 <a href="#">truong huong nghiep a au</a>	4.37%
5 <a href="#">truong day bep truong</a>	4.30%
6 <a href="#">bep au la bep qi</a>	4.11%
7 <a href="#">hoc nghề nấu ăn</a>	4.10%
8 <a href="#">đào tạo đầu bếp</a>	4.10%
9 <a href="#">truong dao tao dau bep o tphcm</a>	4.09%
10 <a href="#">nghề đầu bếp</a>	3.66%

Hình 35 – Kết quả phân tích lượng truy cập theo từ khóa tới trường hướng nghiệp Á Âu của Alexa.com

### 3.6.2 Mạng Social Media Marketing:

#### Trang Facebook trường Hướng Nghiệp Á Âu

Trang Fb riêng của trường: được tạo với mục tiêu chia sẻ những thông tin về các khóa học, hình ảnh hoạt động của trường, tin tức, chương trình – sự kiện, hỏi đáp và là nơi giao lưu chia sẻ kinh nghiệm, chuyện trò của các thầy cô và các bạn học viên.



Hình 36 - Facebook trường Hướng Nghiệp Á Âu

✚ **Trang Fanpage Học Nấu Ăn** (<http://facebook.com/lamdaubep>) của trường Hướng Nghiệp Á Âu ra đời vào ngày 27/11/2011.

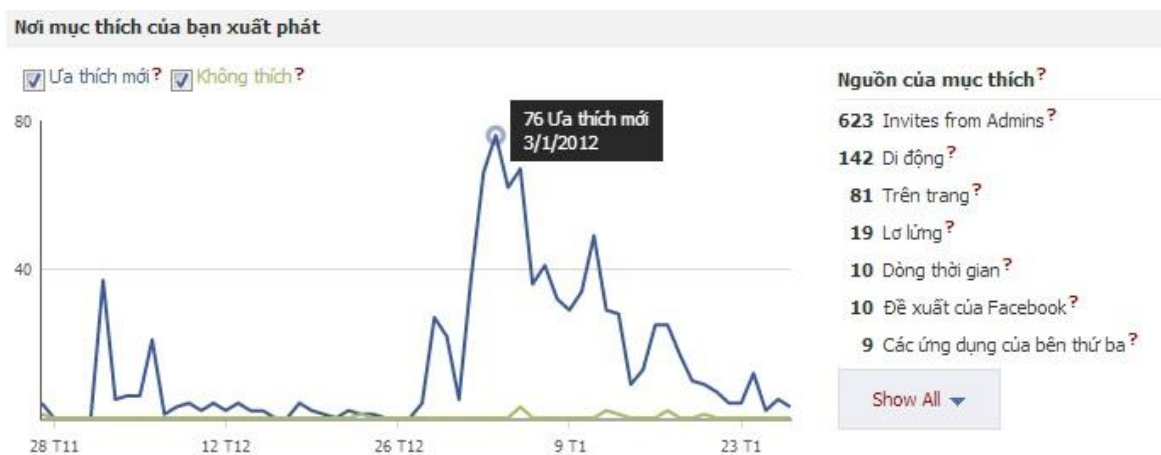


Hình 37 - Trang Fanpage Học Nấu Ăn của trường Hướng Nghiệp Á Âu

(<http://facebook.com/lamdaubep>)

### 3.7 Lý do chọn đề tài

Vào thời điểm mới thành lập trang, admin chỉ chủ yếu đăng các công thức món ăn: món Âu, món Á, món Việt, những món ăn dân gian, ăn vặt, gia đình,... → chưa tạo được mối quan hệ, tương tác với các Fans.



Hình 38 - Tổng số lượt Like (từ ngày tạo Fanpage 27-11-2011 → 27-1-2011)

⇒ Nhằm tăng mức độ tương tác, số lượng Like và xây dựng, cải thiện mối quan hệ với các Fans. Tôi đã đề xuất và lập kế hoạch tổ chức một Contest – cuộc thi Ảnh và Bài cảm nhận online “**CẢM XÚC VÀ ẨM THỰC**” trên trang Fanpage Học Nấu Ăn.

### 3.8 Đề xuất & triển khai kế hoạch cuộc thi “CẢM XÚC VÀ ẨM THỰC” trên trang Fanpage Học Nấu Ăn.

#### ▪ Mục tiêu của cuộc thi:

- Tăng lượng Like.
- Tăng lượng Reach (những người quan tâm và nói về Fanpage)
- Mở rộng và quảng bá hình ảnh Thương Hiệu.

#### ▪ Quá trình triển khai cuộc thi:

#### 3.8.1 Lên kế hoạch cho cuộc thi

### CUỘC THI “CẢM XÚC VÀ ẨM THỰC”

#### Nội dung chương trình

*Các bạn thân mến!*

Chắc hẳn trong mỗi chúng ta, ai cũng có những khoảnh khắc, những kỷ niệm riêng thật đẹp trong những lần chúng ta vào bếp để trở tài nấu nướng cho chính bản thân, gia đình và bạn bè phải không ?

Khi chúng ta vừa biết làm một món nào đó, ta luôn muốn cho những người xung quanh thưởng thức hay thậm chí là còn chụp hình lại viết vài dòng cảm nhận sau tấm hình. Bếp là nơi bạn thể hiện sự quan tâm, lo lắng, tình cảm, tình yêu thương của bạn đối với những người mà bạn trân trọng.

Chính vì thế, trường Hướng Nghiệp Á Âu tổ chức một cuộc thi dành cho các bạn yêu thích nấu ăn, có cơ hội để khoe với cộng đồng những khoảnh khắc đẹp cũng như những phút giây hạnh phúc nhất khi vào Bếp.

Hãy tham gia cuộc thi “**CẢM XÚC VÀ ẤM THỰC**”, để nhận được những phần quà hấp dẫn từ Trường Hướng Nghiệp Á Âu và nhất là để thể hiện bàn tay khéo léo, con mắt nghệ thuật và một tâm hồn nghệ sĩ của chính bạn!



**TRƯỜNG HƯƠNG NGHIỆP Á ÂU**  
Viện đào tạo **ĐẦU BẾP** chuyên nghiệp hàng đầu Việt Nam

**Đối tượng tham gia**  
Thành viên (bằng cách Like) trang  
<http://www.facebook.com/lamdaubep>

**Thể lệ cuộc thi**  
Viết bài cảm nhận từ 300-500 từ chia sẻ về kỷ niệm khi bạn vào Bếp + Bức ảnh (định dạng jpg) có liên quan đến nội dung bài cảm nhận.  
Gửi kèm Họ tên, địa chỉ, số điện thoại, Email, CMND, Tên đơn vị công tác, Tên bài thi.  
Mỗi thí sinh có thể gửi nhiều bài thi.

**Cách thức chấm giải**  
Phần điểm bình chọn Like chiếm 100% tổng số điểm. Nếu 2 bài có số Like bằng nhau, Thí sinh gửi bài trước sẽ đoạt giải.  
Bài dự thi không được vi phạm bản quyền hay sao chép từ các trang web khác, thuộc quyền sở hữu của người dự thi.

**1 Giải Nhất**  
Phần thưởng tiền mặt trị giá 1.500.000vnd

**1 Giải Nhì**  
Phần thưởng tiền mặt trị giá 1.000.000vnd

**2 Giải Ba**  
Phần thưởng tiền mặt trị giá 500.000vnd

**5 Giải Khuyến Khích**  
Phần thưởng tiền mặt trị giá 300.000vnd

**Đặc Biệt**  
Học bổng 1 khóa học nấu ăn trong vòng 1 tháng tại Trường Hương Nghiệp Á Âu (các lớp làm Bánh-làm kem, Pha chế, các món Á-Âu, món Nhật,...) dành cho tất cả các giải.

**Bài dự thi gửi về địa chỉ email**  
[maithanh@huongnghiepaa.com](mailto:maithanh@huongnghiepaa.com)

**Thông tin cuộc thi**  
<http://www.facebook.com/lamdaubep>  
<http://www.facebook.com/truong.aau?fref=ts>



## I/ ĐỐI TƯỢNG THAM GIA CUỘC THI

- Tất cả mọi người đam mê, thích thú nấu ăn.
- Là thành viên của trang facebook Hocnauan (bằng cách like)

<http://www.facebook.com/lamdaubep>

## II/ CÁCH THỨC THAM GIA

- **Tiêu chuẩn bài dự thi**
  - Người dự thi sẽ viết bài cảm nhận ngắn từ 300-500 từ kèm với một BỨC ẢNH (định dạng JPG, chất lượng ảnh tốt, rõ ràng) có liên quan đến nội dung bài cảm nhận chia sẻ về một kỷ niệm gắn liền với món ăn của bạn.
  - Ảnh/bài dự thi phải thuộc quyền sở hữu của thí sinh tham gia cuộc thi, Ban tổ chức không chấp nhận các hình thức dùng ảnh/ bài của người khác tham gia cuộc thi. Thí sinh tự chịu trách nhiệm về tranh chấp, khiếu nại, đòi bồi thường liên quan đến bản quyền, quyền sở hữu ảnh dự thi.
  - Bài dự thi hợp lệ là ảnh phải được gửi kèm cùng mẫu thông tin đầy đủ đã quy định ở điều 2.

**Thành viên khi tham gia cuộc thi cần gửi kèm thông tin cá nhân đầy đủ và chính xác:**

- |                          |                    |
|--------------------------|--------------------|
| 1/ Họ tên người tham gia | 5/ Địa chỉ         |
| 2/ Tên bài thi           | 6/ Địa chỉ email   |
| 3/ Số CMND               | 7/ Đơn vị công tác |
| 4/ Số điện thoại         |                    |

### **III/ THỜI GIAN TỔ CHỨC – CÁCH THỨC GỬI BÀI DỰ THI**

- Cuộc thi diễn ra từ ngày 22/10/2012 đến 20/11/2012
- Nội dung cuộc thi sẽ được đăng tải chính trên:  
<http://www.facebook.com/lamdaubep>
- Thời gian nhận bài dự thi: Từ ngày phát động cuộc thi đến hết ngày 20/11/2012.
- Cách thức tham dự: Người dự thi gửi bài dự thi về địa chỉ email  
[maithanh@huongnghiepaau.com](mailto:maithanh@huongnghiepaau.com)

### **IV/ CHẤM VÀ CÔNG BỐ KẾT QUẢ DỰ THI**

- **Cơ cấu giải thưởng:**
  - 1 giải nhất:
    - Học bổng 1 khóa học nấu ăn trong vòng 1 tháng tại trường Hương Nghiệp Á Âu (các lớp như làm bánh – làm kem, pha chế, các món ăn Âu – Á).
    - Phần thưởng tiền mặt trị giá 1.500.000vnd
  - 1 giải nhì:
    - Học bổng 1 khóa học nấu ăn trong vòng 1 tháng tại trường Hương Nghiệp Á Âu (các lớp như làm bánh – làm kem, pha chế, các món ăn Âu – Á).
    - Phần thưởng tiền mặt trị giá 1.000.000vnd
  - 2 giải ba:
    - Học bổng 1 khóa học nấu ăn trong vòng 1 tháng tại trường Hương Nghiệp Á Âu (các lớp như làm bánh – làm kem, pha chế, các món ăn Âu – Á).
    - Phần thưởng tiền mặt trị giá 500.000vnd
  - 5 giải khuyến khích

- Học bổng 1 khóa học nấu ăn trong vòng 1 tháng tại trường Hướng Nghiệp Á Âu (các lớp như làm bánh – làm kem, pha chế, các món ăn Âu – Á).
- Phần thưởng tiền mặt 300.000vnd
  - o **Cách thức chấm giải:**
- Phần điểm bình chọn (like) chiếm 100% tổng số điểm.
- Nếu 2 bài có số like bằng nhau, bài nào nộp trước sẽ được giải.
  - o **Cách thức Trao Giải:**

Liên hệ trực tiếp tại Trường Hướng nghiệp Á Âu để nhận giải thưởng.

- o **Các quy định khác:**
- Kết quả chung cuộc sẽ được BTC thông báo trên facebook Trường Hướng Nghiệp Á Âu và facebook Học Nấu Ăn. BTC sẽ liên lạc với người đoạt giải qua email và điện thoại mà người dự thi cung cấp.
- Mỗi thành viên có thể gửi nhiều bài thi.
- Quá 10 ngày mà người đoạt giải không liên hệ với trường Hướng Nghiệp Á Âu thì trường sẽ hủy kết quả.
- Không được có bất cứ hành động gian lận nào trong cuộc thi, BTC sẽ hủy bài thi ngay lập tức mà không cần thông báo lý do.
- Quyết định của BTC là quyết định cuối cùng.

### **3.8.2 Các công tác chuẩn bị & triển khai cuộc thi**

- **Giai đoạn 1 (từ ngày 8/10-19/10)**
- Phổ biến cuộc thi “Cảm xúc và Âm thực” cho toàn bộ nhân viên trong công ty, kêu gọi mọi người tham gia.
- Thiết kế bảng thông báo về cuộc thi khổ 60x80cm in bằng chất liệu PP (file AI) dán lên 2 cơ sở của trường.



Hình 39 - Bảng thông báo cuộc thi “Cảm xúc và Ẩm thực”

- Đăng thông tin về cách thức tham gia, cơ cấu giải thưởng của cuộc thi lên các diễn đàn, Facebook, website... → Dùng nhiều tài khoản khác để bình luận, chia sẻ kêu gọi mọi người tham gia.

21-10-2012, 10:37 PM

bagboy Học sinh Tham gia: 07-20  
Bài viết: 1

**Cuộc Thi "CẢM XÚC VÀ ẨM THỰC"**

Các bạn thân mến!  
 Chắc hẳn trong mỗi chúng ta, ai cũng có những khoảnh khắc, những kỷ niệm riêng thật đẹp trong những lần chúng ta vào bếp để trở tài nấu nướng cho chính bản thân, gia đình và bạn bè phải không ?  
 Khi chúng ta vừa biết làm một món nào đó, ta luôn muốn cho những người xung quanh thưởng thức hay thậm chí là còn chụp hình lại viết vài dòng cảm nhận sau tấm hình. Bếp là nơi bạn thể hiện sự quan tâm, lo lắng, tình cảm, tình yêu thương của bạn đối với những người mà bạn trân trọng.  
 Chính vì thế, trường Hướng Nghiệp Á Âu tổ chức một cuộc thi dành cho các bạn yêu thích nấu ăn, có cơ hội để kh với cộng đồng những khoảnh khắc đẹp cũng như những phút giây hạnh phúc nhất khi vào Bếp.  
 Hãy tham gia cuộc thi "**CẢM XÚC VÀ ẨM THỰC**", để nhận được những phần quà hấp dẫn từ **Trường Hướng Nghiệp Á Âu** và nhất là để thể hiện bàn tay khéo léo, con mắt nghệ thuật và một tâm hồn nghệ sĩ của chính bạn!

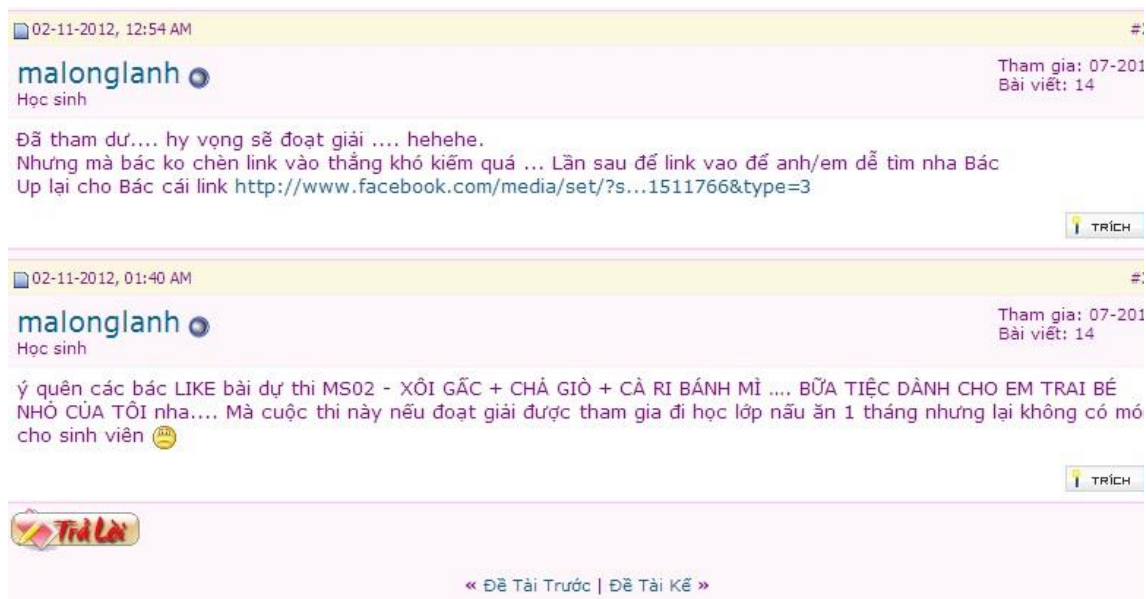
**I/ ĐỐI TƯỢNG THAM GIA CUỘC THI**

- Tất cả mọi người đam mê, thích thú nấu ăn.
- Là thành viên của trang facebook Hocnauan (bằng cách like) [www.facebook.com/lamdaubep](http://www.facebook.com/lamdaubep)

**II/ CÁCH THỨC THAM GIA**

- Tiêu chuẩn bài dự thi
- Người dự thi sẽ viết bài cảm nhận ngắn từ 300-500 từ kèm với một BỨC ẢNH (định dạng JPG, chất lượng ảnh tốt, rõ ràng) có liên quan đến nội dung bài cảm nhận chia sẻ về một kỷ niệm gắn liền với món ăn của bạn.
- Ảnh/bài dự thi phải thuộc quyền sở hữu của thí sinh tham gia cuộc thi, Ban tổ chức không chấp nhận các hình thức dùng ảnh/ bài của người khác tham gia cuộc thi. Thí sinh tự chịu trách nhiệm về tranh chấp, khiếu nại, đòi bồi thường liên quan đến bản quyền, quyền sở hữu ảnh dự thi.
- Bài dự thi hợp lệ là ảnh phải được gửi kèm cùng mẫu thông tin đầy đủ đã quy định ở điều 2.

**Thành viên khi tham gia cuộc thi cần gửi kèm thông tin cá nhân đầy đủ và chính xác:**  
**Họ tên người tham gia:**  
**Địa chỉ:**  
**Số điện thoại:**  
**Địa chỉ email:**



Hình 40 - Đăng thông tin của cuộc thi lên diễn đàn thoiaotrang.com

- Setup hệ thống web mail để nhận bài thi



Hình 41- Web mail

- Chuẩn bị sẵn 2 bài thi mẫu.
- Tham khảo một số forum diễn đàn, các trang facebook đã từng tổ chức các cuộc thi online trên mạng → Biết cách trình bày bố cục các bài thi (cách đăng ảnh, đăng bài cảm nhận, cách trả lời thắc mắc,...)
- Thiết kế voucher → tặng cho các bạn tham gia cuộc thi nhưng không đoạt giải. Tạo cơ hội cho các bạn yêu thích và muốn học nấu ăn nhưng chưa có dịp → Xây dựng mối quan hệ giữa trường với các bạn → các bạn sẽ có một

hương nói tích cực về trường trên trang facebook (word of mouth). → tăng branding thương hiệu.

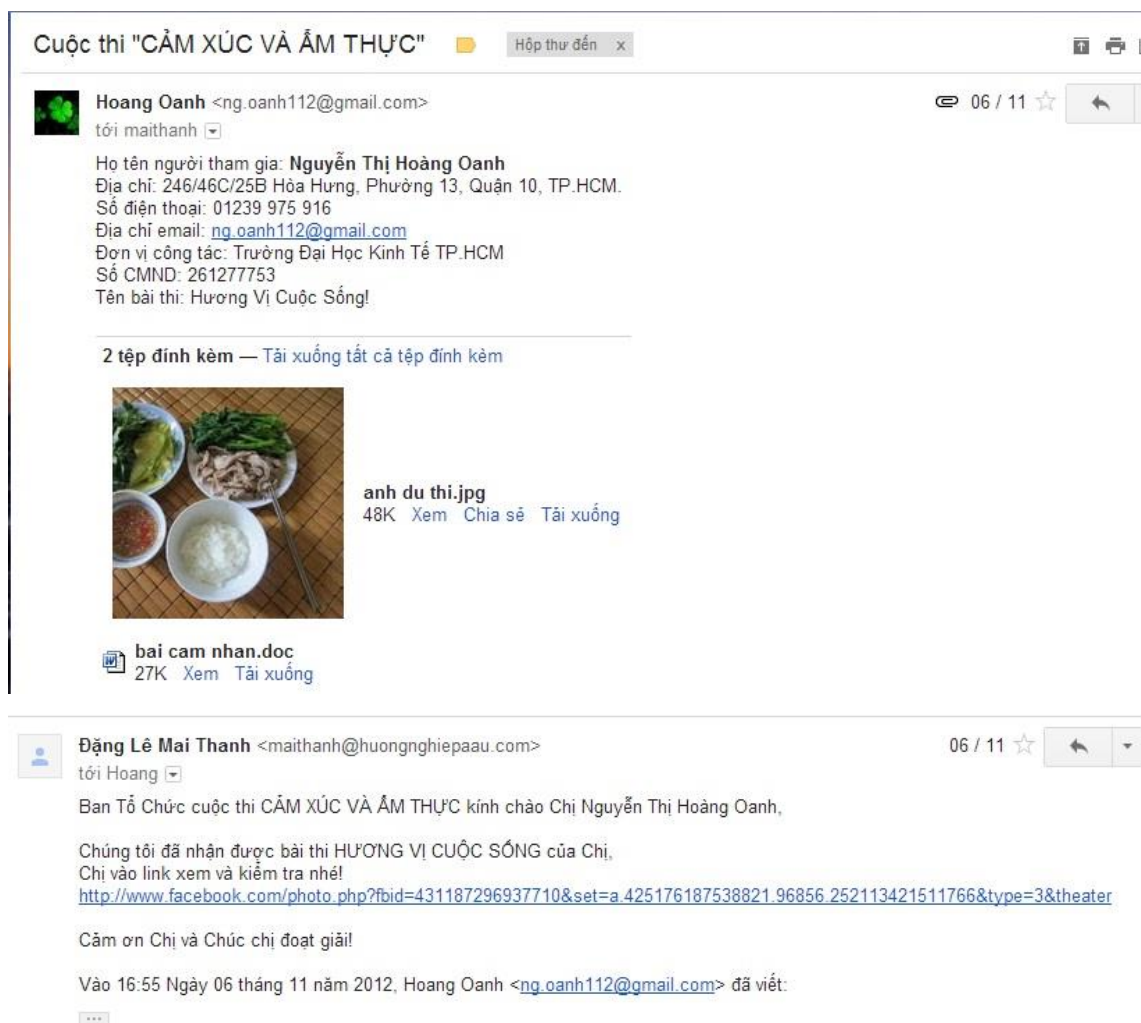


Hình 42 - Mặt trước của 3 phiếu Voucher

Hình 43 - Mặt sau của 3 phiếu Voucher

▪ **Giai đoạn 2 (từ ngày 22/10 – 20/11)**

- Nhận bài, đăng bài và lưu trữ các bài tham gia dự thi cùng với thông tin người dự thi, ngày gửi bài, tên bài dự thi...



Hình 44 - Cách nhận và gửi phản hồi về bài dự thi

- Tổng hợp và công bố lượng like hàng ngày → Giám sát thật chặt, tránh tình trạng auto like. Vì hiện nay, không có một công cụ hay chương trình nào có thể kiểm tra các bài có tính chất auto like. Cách duy nhất để quản lý tình trạng auto like là phải thường xuyên theo dõi lượng like hàng ngày của các bài đăng, địa chỉ những trang facebook đã like bài dự thi đó (nếu có nhiều địa chỉ người nước ngoài, đặc biệt là của người Ấn Độ → bài đó auto like). Hay những bài có lượng like tăng một cách bất thường.
- Trả lời, giải đáp thắc mắc cho các bạn tham gia cuộc thi, hay những bạn quan tâm đến cuộc thi.
- Lên kế hoạch cho buổi trao giải offline.
  - **Giai đoạn 3 (từ ngày 21/11 – 1/12)**
- Tổng hợp, chốt lượng like và công bố danh sách các bạn đoạt giải.

- Xử lý, hủy và email thông báo đến các bài auto like.

Admin cuộc thi CẢM XÚC VÀ ẨM THỰC thân chào các Bạn!

Cảm ơn các bạn đã theo dõi và tham gia cuộc thi CẢM XÚC VÀ ẨM THỰC của Học Nấu Ăn trong suốt 1 tháng qua!

Trong mỗi một cuộc thi thì lúc nào cũng có những sai sót, hạn chế hay gian lận. Và trong những ngày cuối cùng của cuộc thi tình trạng ấy đã diễn ra và cũng đã có rất nhiều bạn bức xúc với mình về tình trạng auto like vừa qua, ad rất hiểu cho nỗi bức xúc của các bạn:

- Có bạn vận động like đến nỗi bị khóa cả facebook.
- Có bạn gửi rất nhiều bài dự thi với những hình ảnh rất đẹp.
- Có bạn gửi những bài dự thi kèm với những câu chuyện của mình, những hạnh phúc vui buồn trong món ăn
- Những bài có hiện tượng auto like ad hủy hết rồi, mọi người cho phép ad không công bố các bài đó nha. Riêng bạn nào có thắc mắc thì cứ email cho ad [maithanh@huongnghiepaau.com](mailto:maithanh@huongnghiepaau.com)

Ad xin ghi nhận tất cả mọi nỗ lực, tình cảm mà các bạn dành cho cuộc thi và theo như đã nói ban đầu ở cuộc thi thì này là cuộc thi mà Học nấu ăn tổ chức với mục đích tăng lượt like fanpage nên chấm điểm chủ yếu dựa vào số like chứ không dựa vào hình thức trang trí, bài cảm nhận hay bất kỳ yếu tố nào khác. Và thực tế những tiêu chí đó cũng có những mặt hạn chế nhất định. Chẳng hạn như chấm nghiêng về yếu tố hình thức, thì một số bạn thấy món ăn đó đẹp nhưng số khác lại không, mỗi người một cách nhìn thì lại càng khổ cho ad. Các bạn hãy hiểu cho ad nhé!

Và đây kết quả mà 2 ngày qua ad đã cực lực xem xét và suy nghĩ sao cho thỏa sự mong đợi mà các bạn dành cho ad. File excel này gồm 10 giải và ad đã có ghi rõ mã số bài dự thi của các bạn trong đó. *Đặc biệt, ad đã bổ sung thêm rất nhiều giải cho các bạn (đó là Voucher học nấu ăn tại trường Hướng Nghiệp Á Âu - trị giá từ 500.000 đến 1.500.000 VNĐ) đối với những giải này thì ad không có ghi trong file mà sẽ liên hệ trực tiếp với những bạn đó, trong chiều nay. Nên các bạn nào chưa được giải trong file ad gửi thì khoan buồn đã nhé! ad đã hứa là không làm các bạn thất vọng mà.*

Về buổi trao giải thì ad cũng sẽ công bố trong chiều nay cho mọi người luôn.  
**Lời cuối cùng, ad muốn các bạn khi nhận được email này thì nói cho ad biết cảm nhận của các bạn qua cuộc thi này với, để ad rút kinh nghiệm cho những lần sau (khen, chê, trách móc) ad đều lấy làm vui vì các bạn đã quan tâm đến face học nấu ăn của ad!**

*Hình 45 - Công bố danh sách các bạn đoạt giải*

 **Ngọc Anh Nguyen** 21 / 11 ☆  

tới Đăng ▾

Chào BTC cuộc thi:  
 Vài ngày gần đây mình cảm thấy rất buồn..và có đôi lời muốn chia sẻ với BTC:

ban đầu mình rất hào hứng và vui khi đi thi cuộc thi này...mình đã nhắn tin cho từng đứa bạn bè của mình nhờ like ủng hộ...nhắn tin trả lời cách nấu những món của mình cho các bạn yêu thích...cũng chính vì trả lời cách nấu món gà sốt me đó mà tài khoản facebook của mình bị khóa 1 tháng..những nỗ lực đó lại ko đáng khi phải thi cùng những bạn gian lận...chừng vài phút thôi tăng lên cả 2000 like..danh sách friend trong fb của mình rất ít..chừng 200 mấy thôi...nhưng dc những người bạn thân ủng hộ lên dc con số 600 mấy...đối với mình là quá hạnh phúc rồi...nhưng dù sao cũng cảm ơn cuộc thi, có đậ hay rút gị thi sở thích và cam xuc nấu ăn của mình cũng sẽ như vậy....qua cuộc thi này mình cảm nhận dc tình bạn và người thân của mình rất quan tâm và thích những món mình nấu...  
 vài dòng tâm sự ngắn ngủi.. cảm ơn BTC đã đọc tin nhắn này...

---

Từ: Đăng Lê Mai Thanh <[maithanh@huongnghiepaau.com](mailto:maithanh@huongnghiepaau.com)>  
 Đến: Ngọc Anh Nguyen <[clara.ngocanh@yahoo.com.vn](mailto:clara.ngocanh@yahoo.com.vn)>  
 Đã gửi 0:08 Thứ Sáu, 16 tháng 11 2012  
 Chủ đề: Re: Về:

**Ngoc Anh Nguyen** 21 / 11 ☆  
 Chào BTC cuộc thi: Vài ngày gần đây mình cảm thấy rất buồn...và có đôi lời muỗ...

**Đặng Lê Mai Thanh** <maithanh@huongnghiepaau.com> 21 / 11 ☆  
 tới Ngoc ▾  
 Ngoc Anh ơi,  
 BTC sẽ hủy tất cả những bài gian lận ... kết quả khác thực tế nhiều lắm .... bạn đừng nản sớm như vậy chứ :D  
 Mình đang trao đổi với công ty để mở rộng thêm giải cho các bạn. Bạn yên tâm đi ha ... Mình theo dõi bài bạn suốt mình hiểu mà.  
 Chúc bạn vui  
 Thân ái,  
 Vào 16:28 Ngày 21 tháng 11 năm 2012, Ngoc Anh Nguyen <clara.ngocanh@yahoo.com.vn> đã viết:  
 ...

Re: Ảnh tham dự cuộc thi " Cảm xúc và ảm thực" Hộp thư đến x

**Kim Ngọc** 21 / 11 ☆  
 tới maithanh ▾  
 Chào Ad,  
 Mình đang rất bức xúc về việc bài của mình bị người khác đi auto like, mình còn nhớ rõ số like của mình vào lúc 10h là 1546 like, hai bài của bạn mình là mã số 28 là 1514 và mã số 29 là 1435 , mình thấy việc này không đơn giản như vậy, mình không cố tranh giành giải thưởng làm gì, nhưng việc này làm mình rất bức xúc, nếu ai thấy chời xấu lên tiếng thì cũng bị như vậy sao?  
 Mong bạn xem xét  
 Vào 01:34 Ngày 09 tháng 11 năm 2012, Kim Ngọc <ngkimngoc301@gmail.com> đã viết:  
 ----- Thư đã chuyển tiếp -----  
 Từ: **Kim Ngọc** <ngkimngoc301@gmail.com>  
 Ngày: 16:32 Ngày 09 tháng 11 năm 2012  
 Chủ đề: Ảnh tham dự cuộc thi " Cảm xúc và ảm thực"  
 Đến: [maithanh@huongnghiepaau.com](mailto:maithanh@huongnghiepaau.com)

Hình 46 - Email của các bạn bức xúc về tình trạng auto like

**Trang Đặng Huyền** 22 / 11 ☆  
 tới Đặng ▾  
 Chị cho em hỏi bài của em bị sao hả chị? có điều gì để chứng minh là auto like k, khi mà lượng like của em là tăng đều và thời gian gửi bài là từ sớm, cũng như lượt tag và share của bài dự thi. Em nghĩ giải thưởng cũng chỉ là 1 phần thôi, giống như món ăn em đem dự thi, bạn bè cũng tự hiểu là từ đâu mà có. Nhưng nếu bên Page mình mà chứng minh được là em dùng auto like thì em sẽ k có ý kiến, đấng này rất vô lý. Và rằng CẢM XÚC VÀ ẨM THỰC k phải là cuộc thi đầu tiên và cuộc thi duy nhất em đứng giải nhất, nếu chị cần e sẽ share cho chị thấy là em đã từng đạt giải cuộc thi ảnh ở những Page khác nên em mới đủ can đảm để dự thi cuộc thi này. Em mong chờ 1 câu trả lời thỏa đáng, chứ k phải 1 email kiểu này đâu a. E nói thật là em làm truyền thông nên em đủ sức để kêu gọi like cũng như đủ sức để cho mọi người thấy rằng Page không công bằng khi mà đánh đồng những bài cùng like cao.  
 Tks chị và BTC  
 Vào 12:36 Ngày 22 tháng 11 năm 2012, Đặng Lê Mai Thanh <maithanh@huongnghiepaau.com> đã viết:  
 Admin cuộc thi CẢM XÚC VÀ ẨM THỰC thân chào các Bạn!  
 ...

**MyVan NguyenThi** 22 / 11 ☆  
 Tham gia cũng có lúc thắng lúc thua,thua thì có hơi buồn,nhưng dù sao ad cũng...

**My** 22 / 11 ☆  
 Chao ad, Cam on ad da to chuc 1 cuoc thi thu vi cho moi nguoi, nau an va duoc...

**Le Tuyen** 22 / 11 ☆  
 Ôiiiiiiiiii Yeahhhh, Cảm ơn Học nấu ăn nhiều lắm mmm m :x :x :X

**Kết quả cuộc thi CẢM XÚC VÀ ẨM THỰC**

**Đăng Lê Mai Thanh** <maithanh@huongnghiepaa.com>  
 tới Trang, bcc: Trang

22 / 11

Chào bạn,

BTC đã xem xét lại bài dự thi của bạn, trong quá trình tham dự, BTC thấy có rất nhiều dấu hiệu bất thường trong việc bình chọn cho bài dự thi của bạn. Để công bằng hơn cho các bài dự thi khác, BTC quyết định hủy quyền tham dự của bạn.

Vấn đề này xin dừng lại ở đây

Chân thành cảm ơn

Thân,

**anh tjen**  
 tới Đăng

22 / 11

Cứ like nhiều là auto like, hack like, Admin không có bằng chứng mà cứ vu đũa cả nắm !  
 Làm ăn vớ vẩn !

**From:** Đăng Lê Mai Thanh <maithanh@huongnghiepaa.com>  
**To:** vthngoc@yahoo.com; nguyensexuanhien2792@gmail.com; letuyen12a1@gmail.com; phamlenhuthaont@gmail.com; trieutien.tran@gmail.com; tronvo1991@gmail.com; ng.oanh112@gmail.com; nguyenthi.myvan@yahoo.com; mickey@olympiavn.net; phambichthuy.mac@gmail.com; thuyvynhngoc@gmail.com; ntb TUYEN.ueh@gmail.com; lielvu@yahoo.com; tieuquy\_9365@yahoo.com; fairy.v2k@gmail.com; clara.ngocanh@yahoo.com; ngochan\_cn@yahoo.com; lytrinhkieu@yahoo.com; ngkimngoc301@gmail.com; kimlien17580@yahoo.com; Tuongvi\_0605\_di@yahoo.com; nvanh\_0308@gmail.com; oanhonnoinghiadia@gmail.com; hoangvan.312@gmail.com; hiennguyen7491@gmail.com; duynamtrn90@gmail.com; thuha23893@gmail.com; besieunhan94@gmail.com; cantloseu0310@yahoo.com.vn; tranthaotranquiel@gmail.com; iluvmina97@yahoo.com.vn; dhtrang2106@gmail.com; minhngoc52b1@gmail.com; mypth@yahoo.com.vn; banthithiennga@gmail.com; lee.tram@gmail.com; mecghi\_pham@yahoo.com; quangnam.bichphuong@gmail.com; memory\_smilingpasta@yahoo.com; l4m4nh7jen@yahoo.com; letham0505@gmail.com; small\_star\_tt@yahoo.com; nguyenthuynga95@yahoo.com; sansanstellar.92@gmail.com; phuong\_lan521@yahoo.com; beyeu2511\_one@yahoo.com; thangngo\_60@yahoo.com; yenkute9288@gmail.com; thanh dang <thanhhsu@gmail.com>  
**Cc:** Trang Nguyen <nguyentrangaau@gmail.com>  
**Sent:** Thursday, November 22, 2012 12:36 PM  
**Subject:** Kết quả cuộc Thi "CẢM XÚC VÀ ẨM THỰC"

**Đăng Lê Mai Thanh** <maithanh@huongnghiepaa.com>  
 tới anh

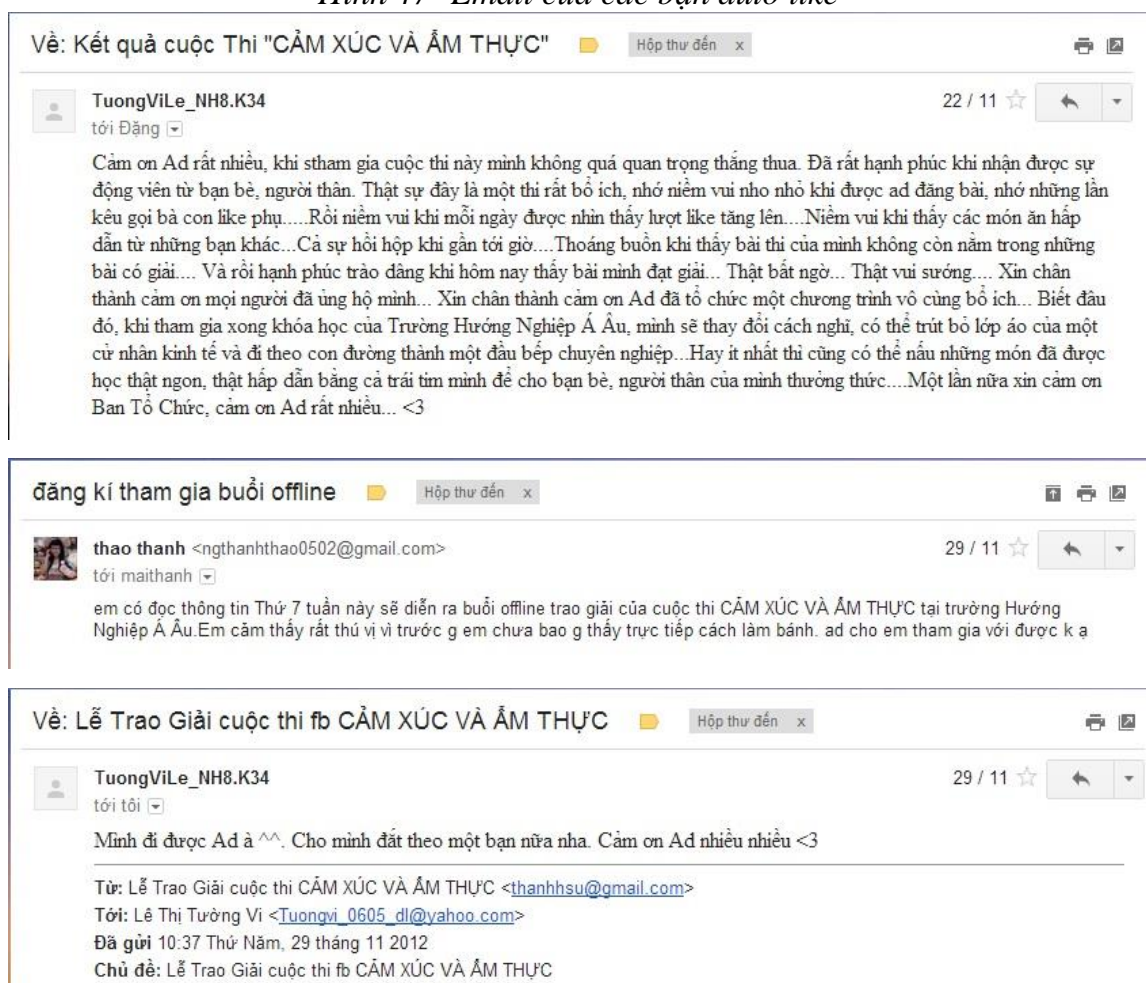
22 / 11

Bài của bạn gửi cho ad vào ngày thứ 2/19/11 gần ngày kết thúc cuộc thi là ngày 20/11 ... chưa kể bạn không gửi hình cho ad ... ad điện nhắc thì tới chiều bạn mới gửi cho ad tấm hình ... và 9am sáng 20/11 lượt like của bạn là 1200... các bạn kể cả bạn giải nhất tham gia với ad cả tháng mà gần cuối mới được chửi đống đó like (ad tính không nhận bài nữa nhưng sợ bạn buồn nên ad mới post rồi ad tính nếu bạn không được giải thì ad tặng bạn voucher .... coi như là cảm ơn bạn đã quan tâm tới cuộc thi của ad...2 đũa đều vui) ... Ad mong mọi việc dừng ở đây nhé !

Thân ái,

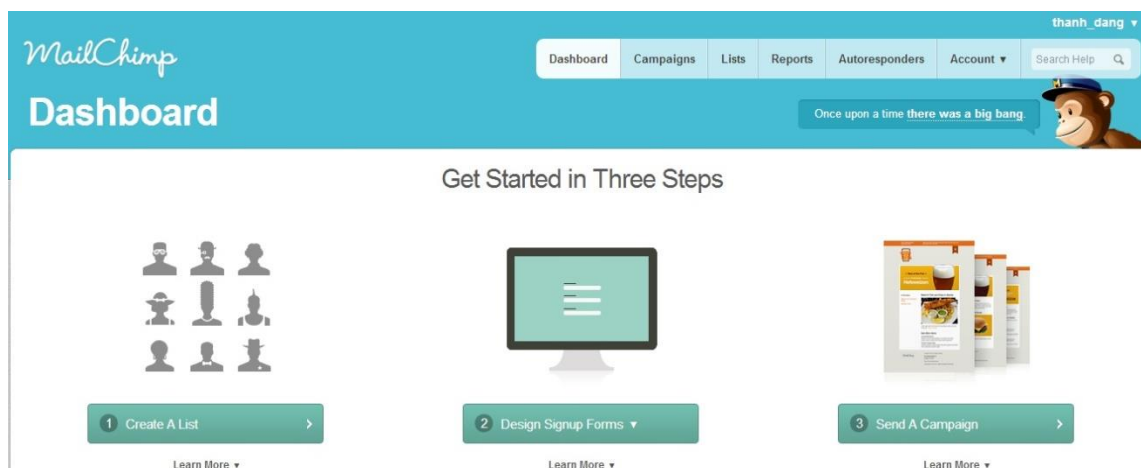
Vào 20:03 Ngày 22 tháng 11 năm 2012, anh tjen <l4m4nh7jen@yahoo.com> đã viết:

Hình 47- Email của các bạn auto like

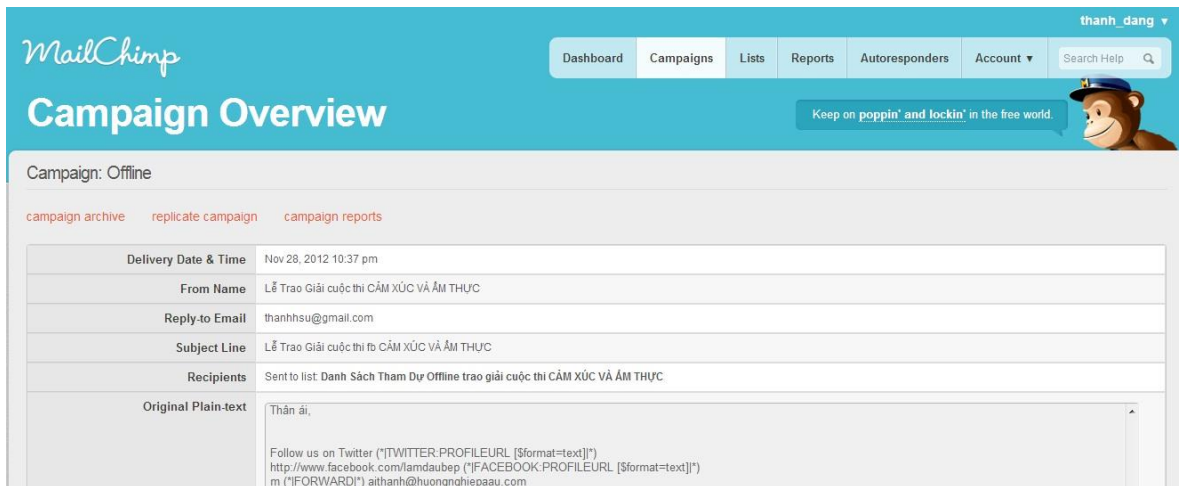


Hình 48 - Một số cảm nhận của các bạn về cuộc thi

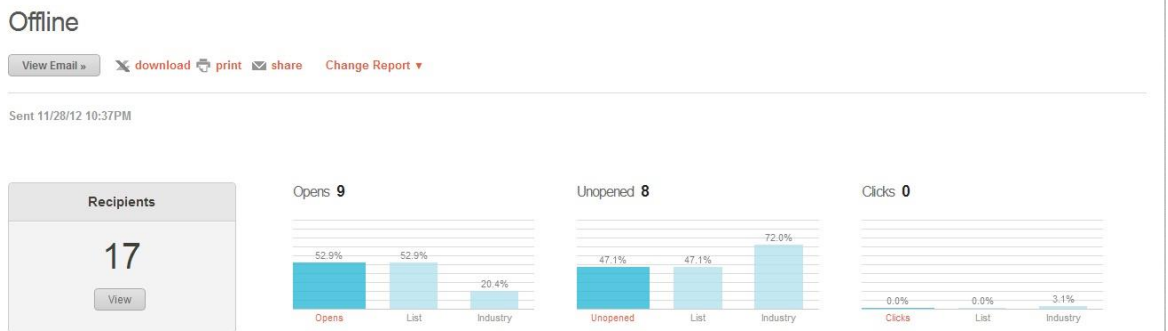
- Gọi điện, gửi email thông báo đến các bạn đoạt giải.
- Sử dụng mailchimp tạo thiệp mời gửi đến danh sách các bạn đoạt giải và các bạn muốn tham dự event đã đăng ký với BTC qua email của chương trình.



Hình 49 - Giao diện mailchimp



Hình 50- Xây dựng nội dung thư mời



Hình 51 - Báo cáo kết quả số lượng người mở mail

Opens	Email Address	First Name	Last Name	member rating	about	last changed
1	ngkimngoc301@gmail.com	Nguyễn Thị Kim Ngọc		★★★★☆		11/28/12 9:46PM
4	nguyensexuanhien2792@gmail.com	Nguyễn Thị Xuân Hiền		★★★★☆		11/28/12 9:50PM
5	Tuongvi_0605_d@yahoo.com	Lê Thị Tường Vi		★★★★☆		11/28/12 9:56PM
3	vthngoc@yahoo.com	Vũ Thị Hồng Ngọc		★★★★☆		11/28/12 9:48PM
1	besieunhan94@gmail.com	Trần Thị Thanh Hiền		★★★★☆		11/28/12 9:57PM
5	memory_smilingpasta@yahoo.com	Đặng Nguyễn Ngọc Trâm		★★★★☆		11/28/12 9:53PM
7	mypth@yahoo.com.vn	Phạm Thị Hà Mỹ		★★★★☆		11/28/12 9:47PM
1	thuyhngoc@gmail.com	Huyền Ngọc Thu		★★★★☆		11/28/12 9:59PM
7	mai_thanh2491@yahoo.com	Đặng Lê Mai Thanh		★★★★☆		11/28/12 10:36PM

Hình 52 - Thông tin chi tiết những người đã mở mail

- Thiết kế giấy chứng nhận đã tham gia cuộc thi, chuẩn bị các phần thưởng.



Hình 53 - Giấy chứng nhận tham gia cuộc thi Cảm xúc và Ẩm thực

- Làm clip video tổng hợp các bài dự thi trong thời gian vừa qua.
- Setup phòng tổ chức event.
- Liên hệ với bộ phận Hành Chánh và lớp Bếp Bánh làm một số bánh đãi khách.



Hình 54 - Bánh đãi Khách Mời

- Bố trí nhân sự: Chụp hình, quay phim, đón khách, tiễn khách, và bộ phận đăng ký các khóa học theo giải thưởng.





*Hình 54 - Buổi lễ trao giải cuộc thi “Cảm xúc và Âm thực”*

### 3.8.3 Kết quả sau khi thực hiện cuộc thi “Cảm xúc và Âm Thực”

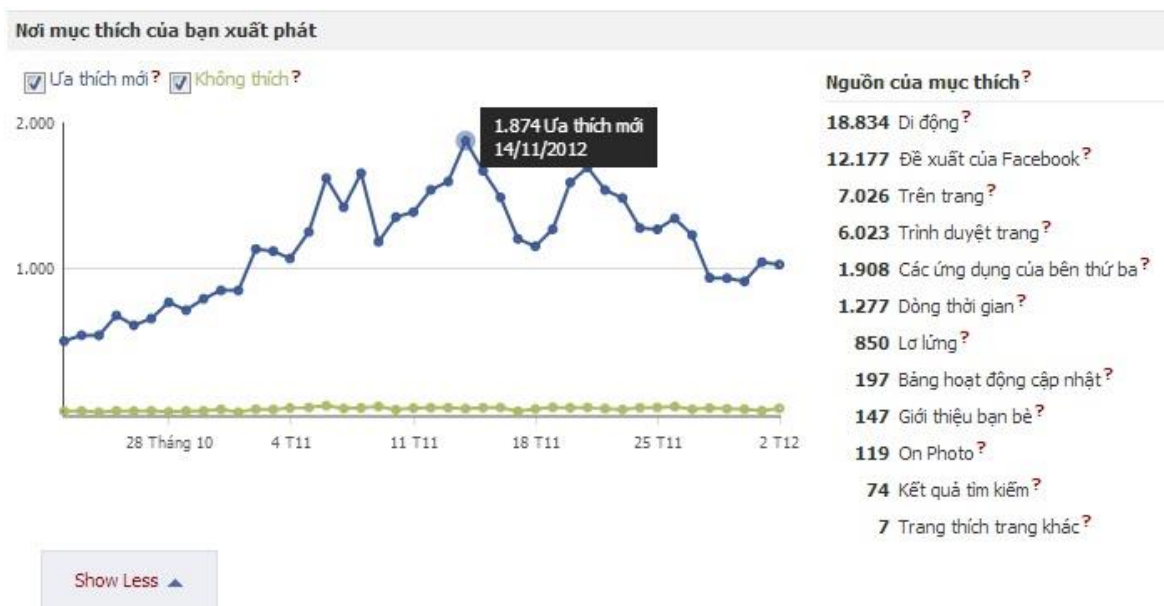
- Từ ngày 27/11/2011 đến **ngày 15/10/2012**, trước khi diễn ra cuộc thi “*Cảm xúc và Âm thực*” trang Fanpage Học Nấu Ăn được **31,886 Like**, lượng **Total Reach** là **15,426 người**.



Hình 55 - Thống kê tốc độ tăng lượng Like từ ngày 01/09/2012 – 21/10/2012

Mức tăng cao nhất trong thời gian này là 1,055 Like

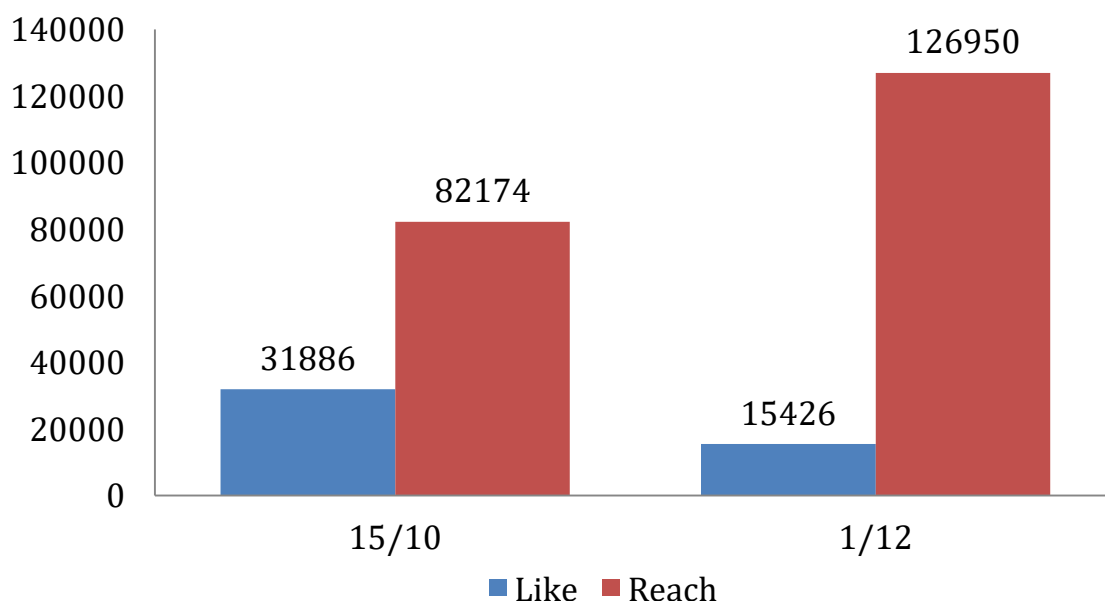
- Ngày **01-12-2012** sau khi kết thúc cuộc thi “Cảm xúc và Ẩm thực” trang Fanpage Học Nấu Ăn được tổng cộng **82,174 Like**, lượng **Total Reach** (những người quan tâm và có tương tác) tăng đến **126,950 người**.



Hình 56 - Thống kê tốc độ tăng lượng Like từ ngày 22/10/2012 – 01/12/2012

Mức tăng cao nhất trong thời gian này là 1,874 Like

⇒ Sau khi **cuộc thi “Cảm và Âm thực”** kết thúc với **thời gian gần 1 tháng** (từ ngày 22/10 – 20/11) Fanpage đã **tăng** được **50,288 Like** và **111,524 lượng Reach**.



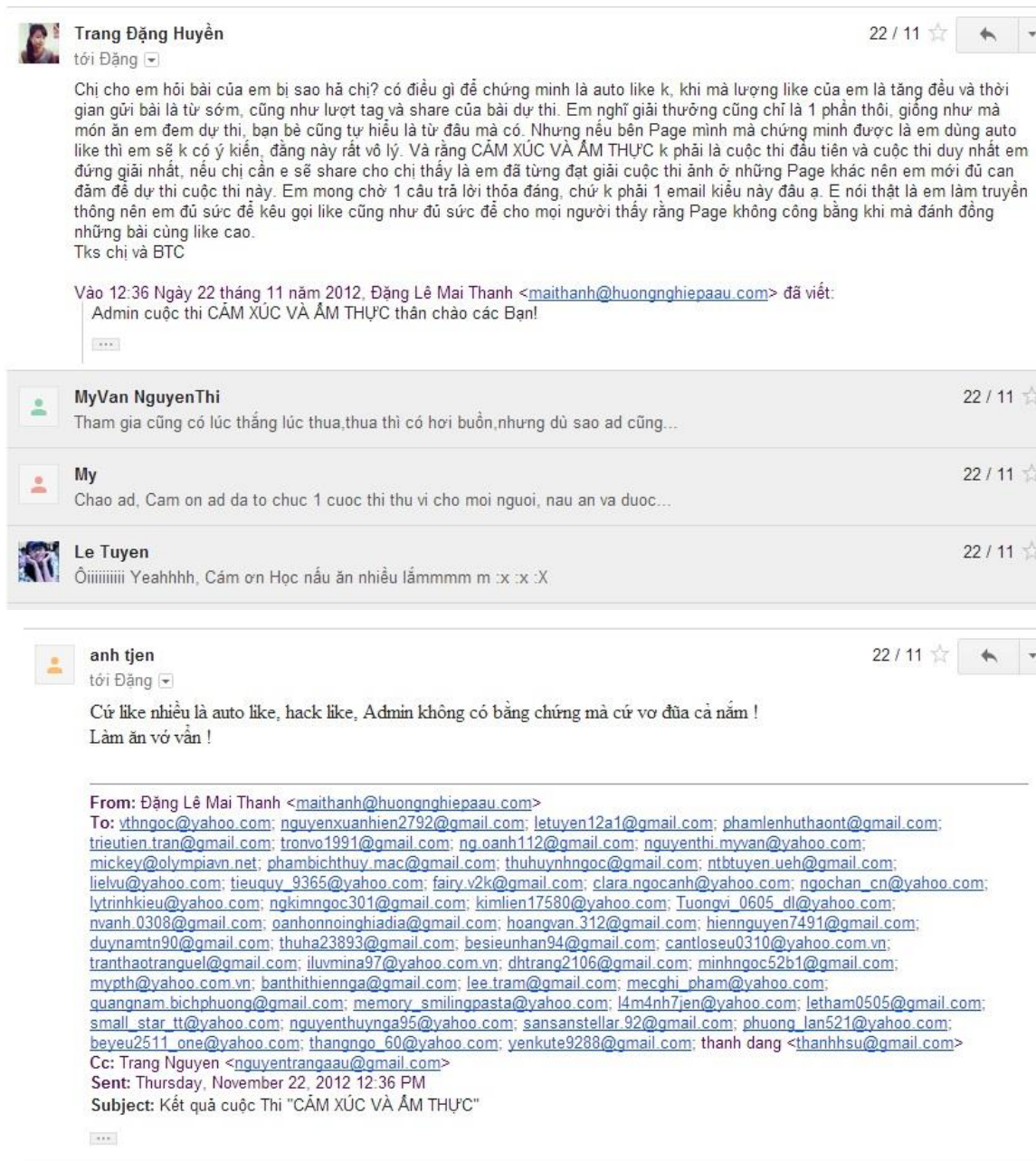
Hình 57 – Biểu đồ thể hiện lượng Like và Search trước và sau cuộc thi “Cảm xúc và Âm thực”

### 3.8.4 Vấn đề phát sinh & Cách khắc phục:

- ✚ Các bài gian lận – auto like

**a. Vấn đề**

**Auto like:** Là tình trạng các bài tham gia dự thi sử dụng các phần mềm like ảnh tự động → tăng số lượng Like ảnh theo ý muốn.



Hình 58 – Email đòi chứng minh bài sai luật của các bạn autolike

**b. Cách giải quyết**

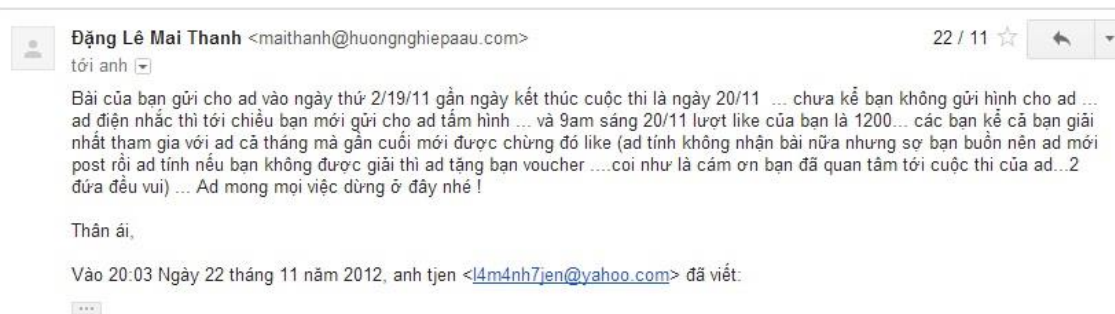
Đối với những tình trạng auto like như thế này → thường xuyên cập nhật lượng Like và công bố trên Fanpage vào cuối ngày một cách rõ ràng. Để khi có số lượng tăng like bất thường xảy ra → Có thể kiểm tra và đối chất.

Trả lời email với những bài auto like một cách cứng rắn và dứt khoát, đồng thời kêu gọi sự đồng tình của các Fan → Fan ủng hộ Admin và tẩy chay các bài auto Like.

### **Thường thì chủ nhân của các bài auto like, họ có rất nhiều sơ hở:**

- Cố gắng làm cho lượng like của mình tăng cao hơn lượng like của các bài khác.
- Lượng like tăng nhanh vào giai đoạn cuối của cuộc thi.
- Lượng like tăng nhanh bất ngờ.
- Có nhiều địa chỉ nước ngoài (đặc biệt là địa chỉ Fb của người Ấn Độ) like bài dự thi.
- Lượng chia sẻ hình ảnh ít.
- Lượng comment ít.





### Hình 59 – Email trả lời các bài auto like

#### ✚ Một số bạn bị sốc, cảm thấy thất vọng về cuộc thi do ảnh hưởng từ số lượng bài auto like quá nhiều (8/65 bài dự thi).

##### a. Vấn đề

Từ lúc bắt đầu cuộc thi đã có một số bạn bỏ rất nhiều công sức để kêu gọi bạn bè like ủng hộ (nằm trong Top 9 – Top có giải thưởng). Nhưng chỉ trong ngày cuối cùng của cuộc thi có rất nhiều bài tăng đột biến → Bài của các bạn đó rớt hạng, không có giải → Gửi email về cho BTC thắc mắc.

##### b. Cách giải quyết

Chạy song song với chương trình cuộc thi “CẢM XÚC VÀ ẨM THỰC” là việc phát Voucher đến các Nhà hàng, Khách sạn với số lượng là 1500 voucher. Nhưng hiện tại, thì bộ phận Marketing trực tiếp chưa tìm được hết các nguồn Nhà hàng, Khách sạn để phát → Xin ý kiến BGD lấy Voucher phát cho các bạn đã tham dự cuộc thi “CẢM XÚC VÀ ẨM THỰC” → Bạn nào tham gia cũng có giải, thậm chí phát luôn cho những bạn chỉ đến tham dự buổi offline trao giải cùng bạn mình → Các bạn cảm thấy rất hài lòng, thích thú và cảm thấy được an ủi.

## KẾT LUẬN

Trải qua 15 tuần thực tập tại trường Hướng Nghiệp Á Âu, đặc biệt là 1 tháng theo sát cuộc thi “Cảm xúc và Âm thực”, tôi rút ra được nhiều kinh nghiệm cho bản thân và hiểu rõ hơn về việc tổ chức các cuộc thi online trên mạng xã hội Facebook. Dựa vào những điều đã quan sát và học hỏi được từ thực tế, tôi nhận thấy sự cẩn thận, tỉ mỉ, tận tâm, nhiệt tình và sự yêu thích công việc mà mình đang làm đóng vai trò chủ chốt tạo nên 90% thành công, 10% còn lại là sự phối hợp nhịp nhàng của các bộ phận trong công ty và các yếu tố thuận lợi khác. Để tổ chức các cuộc thi online trên mạng xã hội một cách thành công, đòi hỏi người tổ chức phải có tầm nhìn xa, có khả năng dự đoán các vấn đề có thể xảy ra và cách giải quyết. Vì mạng xã hội như con dao 2 lưỡi, tốc độ lan truyền rất nhanh.

*Kết thúc đợt thực tập, tôi đã đạt được những mục tiêu sau:*

- c. Có thêm rất nhiều kinh nghiệm trong việc tổ chức các sự kiện, tiệc buffet, các cuộc thi online trên mạng xã hội.
- d. Biết cách giao tiếp, cách ứng xử mềm mỏng, cứng rắn và tế nhị đối với từng tình huống mà fan tạo ra trong fanpage.
- e. Có thêm được nhiều kiến thức về Internet Marketing (đặc biệt là mảng SMM).
- f. Làm quen và xây dựng tốt mối quan hệ với các Anh/Chị trong công ty.
- g. Được công ty mời ở lại làm việc.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

<http://Huongnghiepau.com>

<http://beptruong.edu.vn>

<https://sites.google.com/site/dungtrantri/e-marketing>

<http://ngocchinh.com>

<http://claysnguyen.info>

<http://www.thegioiseo.com/diendan/forumdisplay.php/44-Tai-lieu-Seo-Ebook-Seo>

<http://forum.seotopx.com/x/95-Tai-lieu-SEO-Ebooks-SEO.html>

<http://www.eqvn.net/group/im49>



## **THÔNG TIN LIÊN HỆ CỦA SINH VIÊN**

Họ và tên : Đặng Lê Mai Thanh  
Lớp : MK091  
Ngành : Marketing  
Mssv : 093287  
Điện thoại : 0989363343  
Email : [thanh.dlm3287@sinhvien.hoasen.edu.vn](mailto:thanh.dlm3287@sinhvien.hoasen.edu.vn)