Nhập Môn Digital Marketing

Phân Tích Chung Về Doanh Nghiệp

Vinamilk, chính thức là Công ty Cổ phần Sản phẩm Sữa Việt Nam, là công ty sữa lớn nhất ở Việt Nam.

Loại hình công ty	**Công ty cổ phần**
Ngành nghề	Sữa và các chế phẩm từ sữa
Thành lập	20 tháng 8 năm 1976 (48 năm)
Trụ sở chính	Số 10, đường Tân Trào, Phường Tân Phú, Quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.
Website	https://www.vinamilk.com.vn
Email	vinamilk@vinamilk.com.vn

Vinamilk
EST 1976

Phân Tích SWOT

Vinamilk
EST 1976

(Strengths) Điểm mạnh:

- Là công ty sữa lớn nhất Việt Nam
- Chuỗi phân phối sản phẩm lớn với khoảng 135,000 điểm bán hàng trực tiếp và gián tiếp tại Việt Nam
- Sự thành công của chiến dịch re-branding trong tháng 7 2023 với bộ nhận diện thương hiệu phù hợp với thời đại
- Sở hữu những sản phẩm thuộc top-of-mind như; (1) Sữa Ông Thọ, (2) Phô-mai con bò cười

(Weaknesses) Điểm yếu:

- Nguyên liệu sản xuất vẫn cần nhập từ nước ngoài, nguồn cung trong nước chưa đủ cho nhu cầu
- Đi đầu trong ngành về các cơ sở hạ tầng sản xuất nguyên liệu nội địa, có thể dẫn đến chi phí sản xuất lớn hơn, giá thành sản phẩm cao hơn so với đối thủ cạnh tranh

(Opportunities) Cơ hội:

- Kinh tế Việt Nam dần hồi phục sau đại dịch
- Nhu cầu quan tâm tới phát triển bền vững, sản phẩm hữu cơ đang là xu hướng toàn cầu

(Threats) Thách thức:

- Nhu cầu trong phân khúc sữa dành cho trẻ em có xu hướng giảm. Do tỉ lệ sinh đẻ ở Việt Nam đang có dấu hiệu giảm trong 2023 và còn tiếp diễn trong các năm tới – theo Tổng Cục Thống Kê Việt Nam
- Ngoài ra thị trường xuất hiện thêm các sản phẩm nhắm vào phân khúc sữa bột dành cho trẻ em như TH True Formular, Sự xuất hiện mới của các công ty "tập trung" vào sữa dành cho trẻ em như Vitadairy.

Vinamilk
EST 1976

Phân Tích 4P

Sữa Tươi và Sữa Dinh Dưỡng

Sữa Cho Mẹ Mang Thai Và Bé

Thực Phẩm Ăn Dặm

Sữa Cho Người Cao Tuổi

Sữa Chua Ăn

Sữa Chua Uống Và Sữa Trái Cây

Sữa Đặc

Sữa Thực Vật

Nước Giải Khát

Kem

Đường

Phô Mai

Vinamilk EST 1976

Vinamilk có 12 dòng sản phẩm khác nhau. Để phục vụ nhiều phân khúc khách hàng khác nhau

Product - Phân Tích 4P

VND 32,000 / 1L

Sữa Tươi và Sữa Dinh Dưỡng

VND 453,000 / 1Kg

Sữa Cho Mẹ Mang Thai Và Bé

VND 345,000 / 1Kg

Thực Phẩm Ăn Dặm

VND 422,000 / Kg

Sữa Cho Người Cao Tuổi

VND 61,250 / Kg

Sữa Chua Ăn

VND 50,000 / 1L

Sữa Chua Uống Và Sữa Trái Cây

VND 63,000 / 1Kg

Sữa Đặc

VND 28,000 / 1L

Sữa Thực Vật

VND 49,000 / 1L

Nước Giải Khát

VND 206,000 / 1Kg

Kem

VND 29,000 / 1Kg

Đường

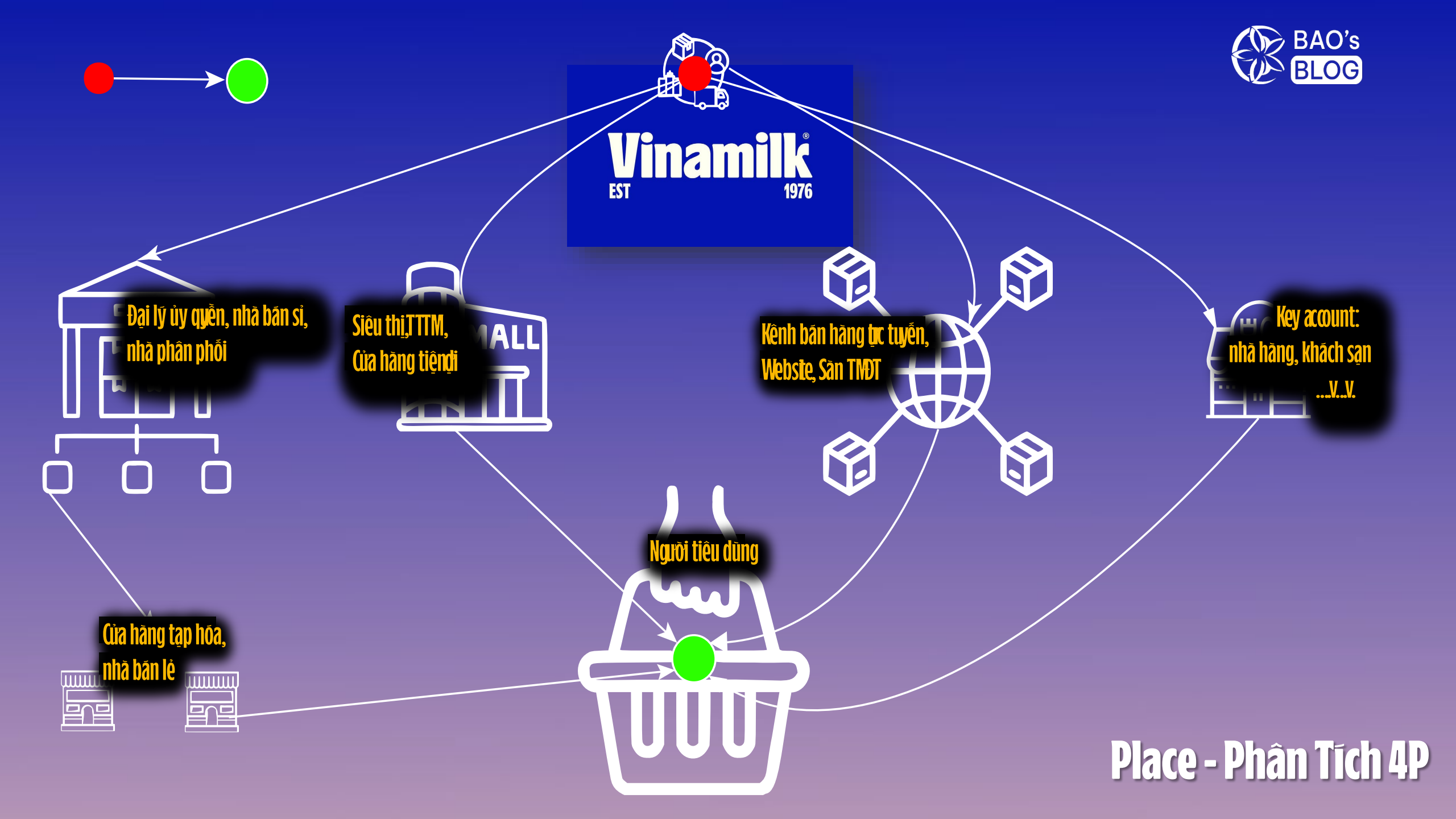
VND 245,000 / 1Kg

Phô Mai

Giá thấp nhất trong các sản phẩm là 28,000VND/1L với "Dòng Sản Phẩm Sữa Thực Vật". Giá cao nhất là 49,000VND/1L tìm thấy ở "Dòng Sản Phẩm Nước Giải Khát".

Vinamilk EST 1976

Price - Phân Tích 4P


BAO's BLOG
Vinamilk
EST 1976
Đại lý ủy quyền, nhà bán sỉ, nhà phân phối
Siêu thị,TTTM, Cửa hàng tiệnđi
Kênh bán hàng trực tuyến, Website, Sàn TMĐT
Key account: nhà hàng, khách sạn ...v..v.
Người tiêu dùng
Cửa hằng tạp hóa, nhà bán lẻ
Place - Phân Tích 4P

Meta

694,853
Người theo dõi

335,400
Lưu lượng truy cập
web tự nhiên

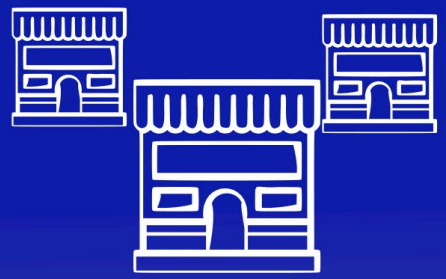
Youtube

2.050.000
Người theo dõi

Vinamilk
EST 1976

Promotion - Phân Tích 4P

Vinamilk
EST 1976



657+
Cửa hàng
Giấc mơ xứa Việt

Promotion - Phân Tích 4P

Vinamilk
EST 1976

Phân tích khách hàng mục tiêu

GROWTH - REINVENT

VIETNAM DAIRY PRODUCTS JOINT STOCK COMPANY
2022 Annual Report | 59

THE BOARD OF MANAGEMENT'S REPORT IN 2022

MARKETING DEPARTMENT

"Maintain the leadership position of key products in the market such as Fresh Milk, Eating Yogurt, Drinking Yogurt, Powdered Milk."

After the pandemic, the barely-recovered economy immediately encountered many new challenges, especially the high prices of goods and services which reduced purchasing power. Although the dairy industry increased slightly in value due to manufacturers raising selling prices, volume did not increase significantly. Vinamilk's sales and marketing team closely followed the market to understand thoroughly the needs and psychology of consumers, thus implementing many programs to stimulate consumption and contribute to persistent sales growth and leading positions of key products in the market such as Fresh Milk, Eating Yogurt, Drinking Yogurt, Powdered Milk.

More importantly, Vinamilk is constantly innovating to add value to product lines in all segments, from affordable to premium products, in order to meet the market's diverse needs. Thereby, the Company has provided consumers with high-quality nutritional solutions as well as rich and convenient experiences, based on thorough understanding of the Vietnamese's nutritional needs, tastes and behaviors.

The highlights of 2022 include new media campaigns that have left a strong impression on consumers, as well as products with improved quality and a fresher, more premium appearance, resulting in encouraging sales growth of Yogurt, Probi, 100% Fresh Milk, Powdered Milk and Ready-to-drink Milk for Adults. Sure Prevent Gold propositioned "Comprehensive Nutrition, Eat and Sleep Well" with different and unique message from the competitors, resulting in an impressive sales growth. New products such as Powdered Milk Pedia Kenji, Super Nut Milk, Hero fruit milk watermelon flavor, ADM cereal milk initially laid the foundation for VNM to explore potential market segments.

Sure Prevent Gold propositioned "Comprehensive Nutrition, Eat and Sleep Well" with different and unique message from the competitors, resulting in an impressive.

Khách hàng mục tiêu của Vinamilk trải dài trên rất nhiều phân khúc khác nhau; bởi doanh nghiệp có tệp danh mục sản phẩm cực kỳ lớn nhằm phục vụ nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng. Vì vậy nhóm 5 như đã nhắc đến ở phần 1.4 sẽ chọn sản phẩm **"Sữa tươi Vinamilk Green Farm"** để phân tích "**Khách Hàng Mục Tiêu**".

Là sản phẩm thuộc phân khúc cao cấp [Premium] với giá thành khoảng 48,000VND/1L.

Là sản phẩm sữa tươi xuất sứ 100% organic từ các nông trại đạt tiêu chuẩn G.A.P Global

Phân tích sản phẩm

Là sản phẩm thuộc phân khúc cao cấp [Premium] với giá thành khoảng 48,000VND/1L.

49,000VND/Lit

So sánh: Giá thành ST Vinamilk: 32,000VND/1L rẻ hơn 16,000VNĐ so với ST Vinamilk Green Farm

(vui lòng tham khảo tại phần 1.4.2 Assignment)

32,000VND/Lit

Phân tích sản phẩm

Độ tuổi: Từ 30 tới 59 tuổi

Giới tính: Cả nam và nữ

Nghề nghiệp: Cấp quản lý, người làm công sở, chủ cơ sở kinh doanh F&B

Thu nhập: 15,000,000VND trở lên

Vị trí địa lý: Khu vực đô thị loại I

Tâm lý, hành vi: Quan tâm tới sức khỏe cá nhân, sức khỏe gia đình, chất lượng sản phẩm và phát triển bền vững trong kinh doanh.

Nhân khẩu học - PTKHMT

Vinamilk
EST 1976

Hành vi Online – Phân tích khách hàng mục tiêu

- Đối tượng khách hàng mục tiêu của sản phẩm Sữa Tươi Vinamilk – Green Farm đang sử dụng mạng xã hội Facebook là nhiều nhất, với mục đích tìm kiếm thông tin, giải trí và mua hàng.

Why?

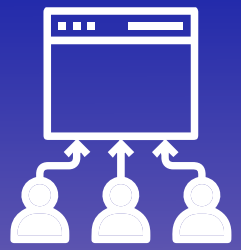
What?

What?

Vinamilk
EST 1976

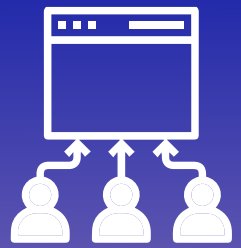
Theo báo cáo “Digital 2023: Viet Nam” từ DataReportal có một số thông tin **nổi bật** về hành vi Online tại Việt Nam như sau:

Why?



Người dùng Internet tại Việt Nam đang có nhu cầu kết nối với gia đình và bạn bè lên đến 66%

What?



Người dùng MXH ở Việt Nam đang có xu hướng

1. Tìm kiếm thông tin
2. Giải trí
3. Mua hàng
4. Tìm ý tưởng/cảm hứng

What?

MXH có nhiều người dùng nhất:

1. Facebook
2. Zalo
3. Tiktok

Vinamilk®
EST 1976

Phân tích hoạt động Digital Marketing

Tổng quan mô hình PESO của Vinamilk

Vinamilk
EST 1976

Earned Media

1. Chứng nhận, giải thưởng của các hiệp hội, tổ chức, chính quyền.
2. Báo chí truyền thông

Paid Media

1. Quảng cáo trực tuyến
2. Ấn phẩm truyền thông
3. Sự kiện trải nghiệm

Shared Media

1. Hội nhóm, diễn đàn
2. KOC, Reviewer
3. Các nền tảng review

Owned Media

1. Website, Blog
2. Các tài khoản MXH của doanh nghiệp

Earned Media

SUPERIOR TASTE

Giải thưởng Superior từ Viện Hương Vị quốc tế, được công nhận bởi Hội đồng ban giám khảo gồm hơn 200 chuyên gia đến từ hiệp hội đầu bếp uy tín

CLEAN LABEL

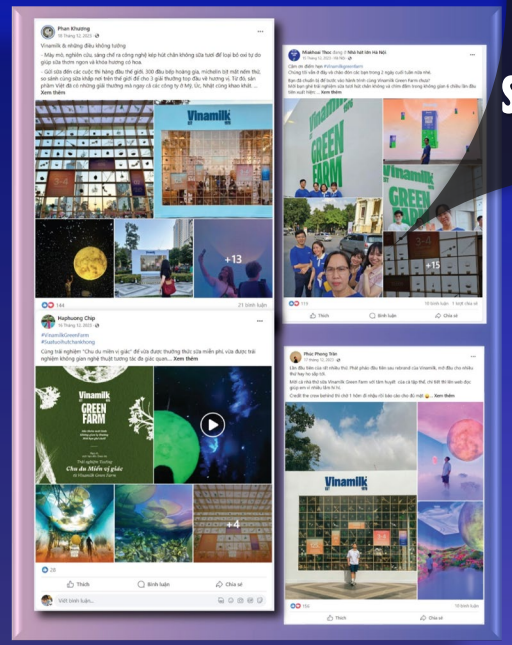
Giải thưởng của Mỹ về An toàn và Tinh khiết dành cho chè sơ sinh và trẻ nhỏ với hơn 400 tiêu chuẩn khắt khe về dư lượng các chất kim loại nặng, siêu vi nhựa, cùng như các chất hóa học có hại mà các luật lệ về an toàn thực phẩm thường bỏ qua

MONDE SELECTION

Giải vàng danh giá được thành lập từ 1961 và được công nhận qua 25 tiêu chí bởi hội đồng thẩm định gồm các đầu bếp nhà hàng sao Michelin, chuyên gia cảm quan mùi vị, các bác sĩ, dược sĩ, chuyên gia dinh dưỡng

Vinamilk
EST 1976

Shared Media



Paid Media

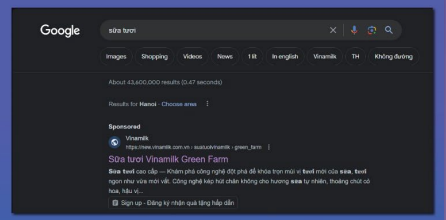
Người tiêu dùng thưởng thức thử sản phẩm Vinamilk Green Farm mới tại sự kiện "Trải nghiệm thưởng thức - Chu du miền vị giác cùng Vinamilk Green Farm" ở TP.HCM - Ảnh: VI NAM

Sự kiện đã diễn ra vào ngày 19 tháng 12 năm 2023

Sữa tươi Vinamilk Green Farm

Sữa tươi Vinamilk Green Farm

Quảng cáo trên Meta (Facebook, Instagram)



Quảng cáo trên công cụ tìm kiếm (SEA)

Owned Media

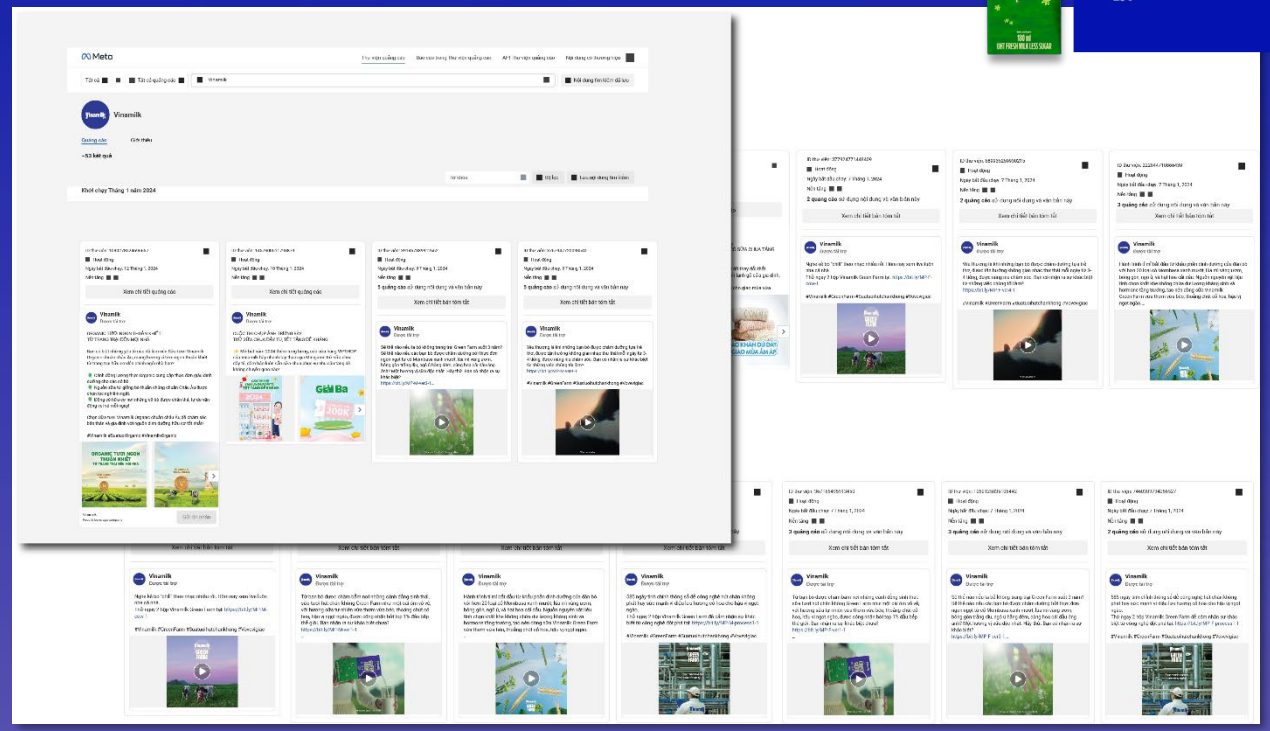
Vinamilk®
EST 1976

Phân tích các công cụ Digital Marketing

Quảng cáo

Với mỗi chiến dịch quảng cáo “Sữa tươi Vinamilk – Green Farm” đều có đường dẫn rút gọn trỏ về Landing Page của sản phẩm tại:

https://new.vinamilk.com.vn/green-farm



Content Marketing

Vinamilk thành công với bộ nhận diện thương hiệu mới, gồm **màu sắc chủ đạo là xanh dương**, các yếu tố nhận diện thương hiệu như **Logo Mới Của Công Ty** đều được khéo léo bỏ vào từng Key Visual chính của mỗi dạng nội dung khác nhau.

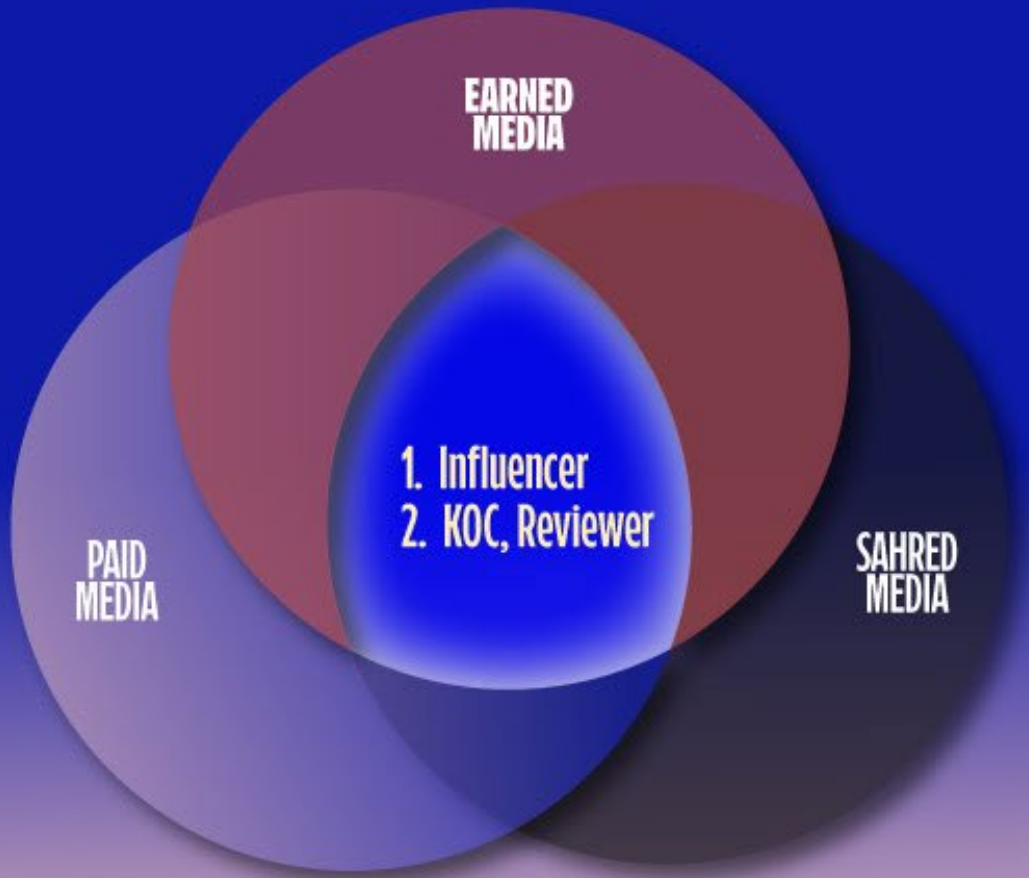
PR Báo chí

Sản phẩm được các đầu báo chính thống đưa tin về sự kiện “Trải nghiệm thưởng thức – Chu du miền vị giác cùng Vinamilk Green Farm”.

Vinamilk®
EST 1976

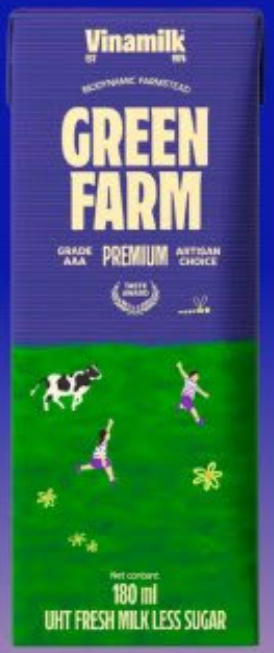
Dề xuất chiến lược Digital Marketing

Các hình thức Digital Marketingndựa trên mô hình PESO



OWNED MEDIA

1. Website
2. Landing Page



Sữa tươi Vinamilk Green Farm