



SATURDAY
Making Things Interesting

NHỮNG CON SỐ BIẾT NÓI TRONG INFLUENCER MARKETING

(Tổng hợp bởi 7Saturday)



THƯ NGỎ

Trang điện tử Hướng nghiệp 4.0 (huongnghiep40.vn) ra đời với mục đích góp phần vào công cuộc định hướng nghề nghiệp cho các bạn học sinh THPT và sinh viên Việt Nam, trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 đã và đang bùng nổ mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Bằng việc cung cấp những thông tin đa chiều, thiết thực và bổ ích về các ngành nghề có sức nóng và tiềm năng phát triển bền vững trong tương lai dài hạn thông qua các tin tức tổng hợp cùng những góc nhìn sâu rộng của các chuyên gia uy tín ở nhiều lĩnh vực như hướng nghiệp, khởi nghiệp, giáo dục, công nghệ thông tin, kinh tế, xã hội, tài chính ngân hàng..., trang điện tử huongnghiep40.vn được kỳ vọng sẽ mang đến những kiến thức nền tảng hữu ích về các ngành nghề trong xã hội cũng như thị trường nhân lực Việt Nam và thế giới.

Trang điện tử huongnghiep40.vn cam kết được xây dựng và phát triển với mục đích hoàn toàn phi lợi nhuận. Tất cả các bài viết và ebook được tổng hợp, đăng tải và chia sẻ tại đây đều có thể xem và tải về miễn phí, với mục đích góp thêm những cơ hội làm giàu kiến thức cho tất cả mọi người.

Chúc bạn đọc có được những thông tin bổ ích và định hướng nghề nghiệp đúng đắn cho tương lai.

Trân trọng,

Ban biên tập website huongnghiep40.vn

GIỚI THIỆU

7Saturday - Nền tảng kết nối thương hiệu, doanh nghiệp với các nhóm khách hàng thông qua mạng xã hội bởi các nội dung sáng tạo từ những người có sức ảnh hưởng.

7Saturday ra đời nhằm đem đến một giải pháp marketing mới cho thị trường Việt Nam – Influencer marketing và giúp những doanh nghiệp lớn nói chung tiếp cận với những người ảnh hưởng hàng đầu một cách dễ dàng và chuyên nghiệp; cũng như hỗ trợ những doanh nghiệp vừa và nhỏ nói riêng có cơ hội để làm việc với những người ảnh hưởng, với một mức chi phí hợp lý.

Với mục tiêu dài hạn, chúng tôi mong muốn hướng tới thị trường quốc tế, với một thương hiệu 7Saturday không chỉ là đơn vị hỗ trợ các chiến dịch influencer marketing cho thương hiệu, mà còn là kênh bán hàng trực tiếp thông qua những người có sức ảnh hưởng.





5 LÝ DO NÊN LỰA CHỌN INFLUENCER MARKETING



92% người tiêu dùng tin vào lời giới thiệu từ người khác

Những nhà quảng cáo nhận ra rằng cách duy nhất để thông tin quảng cáo tiếp cận đến khách hàng tiềm năng là truyền tải thông điệp quảng cáo thông qua những người mà họ tin tưởng. Bởi vì những người dùng mạng xã hội - khách hàng tiềm năng của các nhãn hàng có xu hướng chịu ảnh hưởng từ sự giới thiệu của người thân, bạn bè hoặc chính những người ảnh hưởng (influencer) mà họ theo dõi trên mạng xã hội.

Những influencer là những “bậc thầy quảng cáo” khi họ có thể làm cho các chiến dịch quảng cáo của thương hiệu hấp dẫn hơn bằng cách tạo ra những câu chuyện sáng tạo, chia sẻ suy nghĩ, ý tưởng cá nhân về một sản phẩm, dịch vụ và tương tác trực tiếp với khán giả của họ. Vì thế, 51% nhà quảng cáo tin rằng influencer marketing đóng vai trò quan trọng trong các chiến dịch quảng cáo hơn các phương tiện thông tin đại chúng hay các hình thức marketing khác.



Một bài quảng cáo mỹ phẩm của MC Minh Trang nhận được nhiều tương tác hiệu quả của người dùng

59% những nhà quảng cáo tăng ngân sách cho hạng mục influencer marketing vào năm 2016

Thống kê trên thế giới cho thấy 25% lượng khách truy cập website được chuyển đổi từ facebook. Hơn 1,5 triệu người dùng dành phần lớn thời gian của mình vào việc khám phá và tương tác với các nội dung trên facebook.

Chính vì thế, những nhà quảng cáo không thể bỏ lỡ "mảnh đất màu mỡ" này để tiếp cận đến khách hàng tiềm năng của họ, và một trong những phương thức tiếp cận tự nhiên, hiệu quả và tối tân chính là thông qua những người ảnh hưởng, hay influencer marketing.

Từ khóa: *Thánh Livestream* **Hashtag:** #ASUS #ZenFoneLive #BeautyLive #ThánhLivestream



Kaity Nguyen

Sau 1 ngày trải nghiệm em ZenFone Live thì Kaity phải thoe ngay với mọi người đây, vì mê quá không chịu nổi đó!! Phải nói là em ZenFone Live này dùng siêu đã đó, máy gọn nhẹ mà vẫn cực thời trang, chưa kể còn được tích hợp ứng dụng độc quyền BeautyLive có tính năng làm đẹp tức thì khi livestream, có đến tận 10 cấp độ làm da sáng mịn cho cả nhà tha hồ mà "sống ảo" nè nha. Vì là "Thánh Livestream" nên camera trước nét lắm luôn đó, chưa kể camera trước mà cũng có flash nữa ...

Tương tác

- 15,749 likes
- 43 shares
- 256 comments

Zenfone

YouNet Media

Chiến dịch livestream Asus Zenphone trên Facebook Kaity Nguyễn

47% người dùng mạng xã hội sử dụng công cụ chặn quảng cáo

Người dùng mạng xã hội thông thường cảm thấy khó chịu khi newsfeed tràn lan những banner, poster quảng cáo cho thương hiệu, dịch vụ nào đó. Theo thống kê của IAB, 26% người dùng máy tính/PC và 15% người dùng các thiết bị di động sử dụng công cụ chặn quảng cáo để chặn quảng cáo trên các trang web hay các kênh mạng xã hội, điều này sẽ làm giảm hiệu quả tương tác trên các chiến dịch quảng cáo.

Tuy nhiên, nội dung trong các chiến dịch Influencer marketing không phải là quảng cáo, đó là nội dung từ một người thật, vì vậy có tính tương tác cao hơn. Người dùng xem những nội dung này một cách tình nguyện bằng cách theo dõi trang mạng xã hội, website của tổ chức, nhân vật mà họ quan tâm.



37% giá trị thương hiệu được lưu giữ tốt hơn thông qua quảng cáo truyền miệng

Người dùng mạng xã hội dành nhiều thời gian hơn trên các nội dung có sức ảnh hưởng.

Theo một nghiên cứu cho rằng, người dùng chỉ dành 9 giây để đọc các quảng cáo truyền thống, trong khi dành đến trung bình 2 phút 8 giây để xem một nội dung có sức ảnh hưởng. Chính vì thế, các nội dung này lưu lại trong tâm trí người dùng lâu hơn

Người dùng nhận thấy rằng những người có sức ảnh hưởng (influencer) chia sẻ nội dung có tính trải nghiệm cao, đưa ra những nhận xét chân thực về sản phẩm, dịch vụ mà họ sử dụng hoặc quan điểm cá nhân về thương hiệu. Những nội dung mà họ truyền tải được dẫn dắt tự nhiên, gần gũi, cho phép khách hàng suy nghĩ rộng hơn, muốn thử nghiệm và tạo nên tương tác với người ảnh hưởng, một điều mà marketing truyền thống không thể làm được.



Mạng xã hội ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của 74% người tiêu dùng

Người tiêu dùng thường có thói quen tham khảo các ý kiến người dùng khác trên mạng xã hội trước khi đưa ra quyết định mua hàng.

4 trong 5 người tiêu dùng trên mạng xã hội sẽ tham khảo các nhận xét về sản phẩm, dịch vụ trên các kênh trực tuyến (83%) và đặc biệt họ sẽ tìm kiếm nhận xét từ mạng xã hội (74%) trước khi quyết định có mua sản phẩm đó hay không.

Người tiêu dùng còn quan tâm đến vấn đề giá, họ luôn tìm kiếm những đơn hàng giảm giá, các chương trình khuyến mãi: hơn một nửa trong số họ sử dụng các ứng dụng di động để tìm kiếm các đơn hàng giảm giá tốt nhất dù là khi họ dự định mua sắm hay thậm chí là đang mua sắm tại cửa tiệm.

Hiểu tâm lý này của người tiêu dùng, các thương hiệu ngày càng vận dụng tốt hơn Influencer marketing để truyền tải thông tin sản phẩm, chương trình khuyến mãi và hậu mãi trên mạng xã hội.



KẾT LUẬN

Trong khi Influencer Marketing trở thành một xu hướng hot nhất hiện nay. Thế nhưng trên thế giới, nhiều thương hiệu vẫn do dự về tính hiệu quả của nó. Bài viết trên đây của 7Saturday hy vọng sẽ là những minh chứng xác thực nhất để thuyết phục thương hiệu tin tưởng vào influencer marketing.

Nền tảng influencer marketing 7Saturday định hướng và lựa chọn influencer phù hợp cho từng mục tiêu chiến dịch, góp phần đem lại hiệu quả chuyển đổi cao hơn nhiều so với marketing truyền thống.





*81% những nhà quảng cáo đánh giá
Influencer marketing hiệu quả*



NGUỒN THAM KHẢO:

<http://www.digitalnewsreport.org>

<http://newsroom.fb.com/company-info/>

<http://blog.tomoson.com/influencer-marketing-study/>

<http://sproutsocial.com/insights/social-networks-influence-buying-decisions/>

<http://www.emarketer.com/Article/How-Big-Influencers-Influence/1012904>

<http://www.kickstagram.io>



LIÊN HỆ VỚI CHÚNG TÔI ĐỂ

Tiếp cận hàng triệu người tiêu dùng với nền tảng
INFLUENCER MARKETING dẫn đầu xu thế



ĐĂNG KÝ NGAY