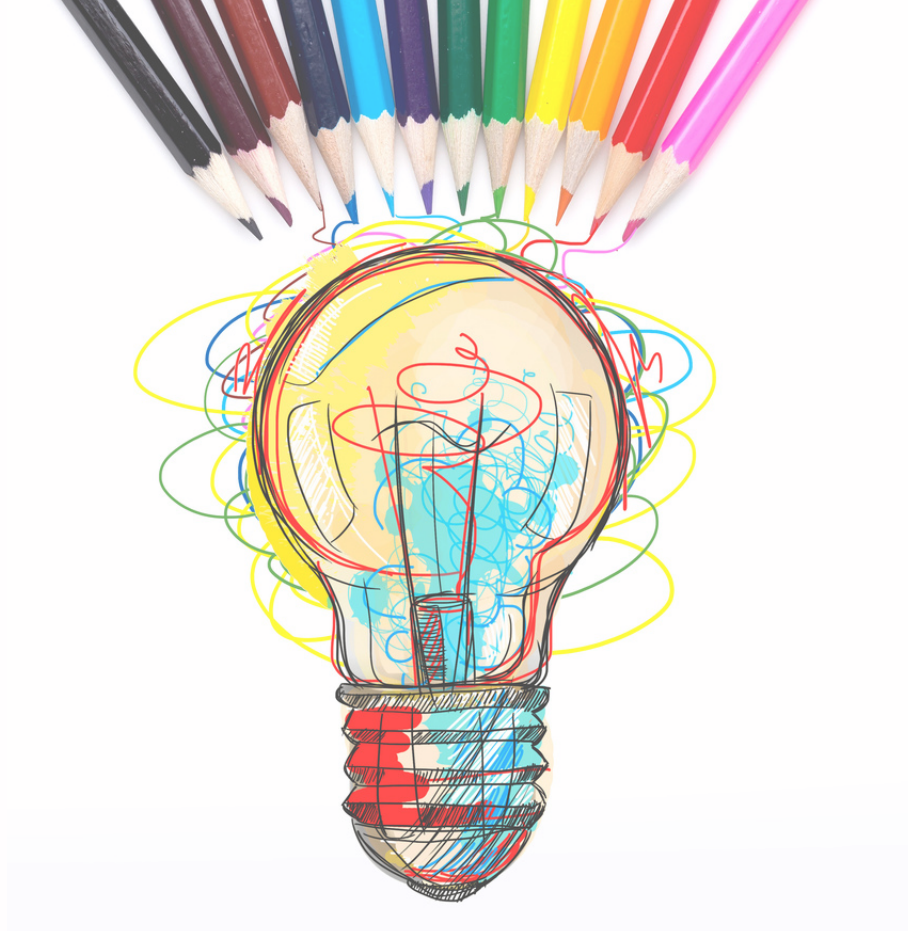




30 Ý TƯỞNG TIẾP THỊ KHÓA HỌC

Han Phi
OPERATION ADVISOR



CHÀO BẠN!

Tôi là Hân Phi.
Cố vấn xây dựng và vận hành
chương trình đào tạo.

VỀ TÁC GIẢ

Hân có hơn 10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực vận hành và thúc đẩy doanh số bán hàng tại Ngân hàng VPBank, công ty công nghệ, hệ thống bán lẻ và doanh nghiệp đào tạo: RNI Institute, Style Academy.

Tính đến 2023, Hân có hơn 3 năm đồng hành chuyên sâu cùng các chuyên gia khởi nghiệp trong lĩnh vực đào tạo, khai vấn (coach), với vai trò vận hành, tổ chức chương trình, thúc đẩy bán hàng.

Hân là Nhà khai vấn đạt chứng chỉ quốc tế của Liên đoàn khai vấn Quốc tế ICF, Hân luôn áp dụng công cụ khai vấn giúp khách hàng khám phá các điểm mạnh của bản thân và tư duy sáng rõ để đạt hiệu quả tối ưu trong công việc.

Hân trở thành Solopreneur - người kinh doanh chuyên môn độc lập - từ đầu năm 2023. Từ quá trình đồng hành với chuyên gia và trải nghiệm của bản thân, Hân hiểu những khó khăn, thử thách một người khởi nghiệp cần đối mặt.

Mục tiêu của Hân là giúp chuyên gia, trainer, coach có cái nhìn toàn diện, hệ thống và có chiến lược khi khởi nghiệp xây dựng và phát triển chương trình đào tạo.

Hân dành nhiều thời gian nghiên cứu, thử nghiệm và không ngừng nâng cấp bản thân để xây dựng một nền tảng chuyên môn, kỹ năng vững vàng từ đó có thể giúp đỡ và đồng hành cùng các chuyên gia kiến tạo nên những chương trình có ý nghĩa, giúp ích cho cộng đồng

MỤC LỤC

01 - 04

GIỚI THIỆU

05 - 11

**SAI LẦM CẦN TRÁNH
TRONG TIẾP THỊ KHÓA HỌC**

Một số sai lầm thường gặp trong hoạt động tiếp thị gây ra cảm giác nhàm chán cho khách hàng và người tiếp thị có thể rơi vào tình trạng quá tải.

12 - 14

**Ý TƯỞNG TIẾP THỊ KHÓA HỌC
ĐƯỢC PHÂN TÍCH THEO MÔ HÌNH SWOT**

Phương thức tiếp cận độc đáo dựa trên mô hình SWOT mang đến những góc nhìn mới mẻ và toàn diện

15 - 75

**30 Ý TƯỞNG TIẾP THỊ KHÓA HỌC
HIỆU QUẢ NHẤT**

Mỗi ý tưởng được trình bày cụ thể, dễ hiểu và có thể áp dụng ngay lập tức.

76 - 79

**HƯỚNG DẪN
XÂY DỰNG KẾ HOẠCH TIẾP THỊ**

Khuyến khích người đọc thực hành ngay từng bước, từ đó nâng cao kỹ năng tiếp thị và tăng cơ hội thành công trong việc quảng bá khóa học

80 - 82

QUÀ TẶNG & LỜI KẾT

LỜI MỞ ĐẦU

Ebook “30 Ý Tưởng Tiếp Thị Khóa Học” là chia sẻ mà Hân tâm huyết viết ra dựa trên trải nghiệm và kiến thức đã tích lũy được trong quá trình vận hành, xây dựng các chiến dịch tiếp thị khóa học cùng các chuyên gia đào tạo.

Hân tự thấy những thách thức khó khăn khi tiếp thị một khóa học, từ việc thu hút sự chú ý đến việc tạo ra sự tương tác và thúc đẩy việc đăng ký. Với niềm đam mê chia sẻ và giúp đỡ người khác thành công, Hân quyết định biên soạn ebook này như một hướng dẫn chi tiết, cung cấp 30 ý tưởng sáng tạo và chiến lược đa dạng cho việc tiếp thị khóa học.

Ebook tập trung vào việc giải quyết những vấn đề thực tế mà người tiếp thị thường gặp phải khi quảng bá khóa học trực tuyến. Từ việc tạo nội dung hấp dẫn, sử dụng các kênh tiếp thị đa dạng, đến cách tối ưu hóa chiến dịch quảng cáo, mỗi ý tưởng được trình bày cụ thể, dễ hiểu và có thể áp dụng ngay lập tức.

Đọc giả sẽ được trải nghiệm một hành trình từ việc hiểu rõ các sai lầm thường gặp đến việc áp dụng những chiến lược tiếp thị thông minh và hiệu quả. Ebook không chỉ cung cấp kiến thức mà còn khuyến khích người đọc thực hành ngay từng bước, từ đó nâng cao kỹ năng tiếp thị và tăng cơ hội thành công trong việc quảng bá khóa học của các chuyên gia, trainer, coach.



- PHẦN 1 -

SAI LẦM CẦN TRÁNH TRONG TIẾP THỊ KHÓA HỌC

Trong một thị trường khóa học trực tuyến bão hòa như hiện nay, người tiếp thị khóa học đối mặt với sự cạnh tranh rất cao.

Một số sai lầm thường gặp trong hoạt động tiếp thị có thể gây ra cảm giác nhàm chán cho khách hàng.

Ngoài ra khi tổ chức các hoạt động không phù hợp, đôi khi người tiếp thị có thể rơi vào tình trạng quá tải.

Đây là một câu chuyện phổ biến khi tôi tiếp xúc và làm việc với nhiều chuyên gia trong lĩnh vực đào tạo.

Chị NVA có hơn 15 năm kinh nghiệm chuyên môn, để lại những dấu ấn rõ rệt trong lĩnh vực của mình.

Chị đã chuyển đổi sự nghiệp từ làm việc cho một tổ chức sang việc khởi nghiệp kinh doanh theo chuyên môn của mình.

Chị đã đóng góp kiến thức và kỹ năng thành chương trình đào tạo để chia sẻ với những người mới bắt đầu bước vào ngành nghề của chị.

Chị rất hào hứng với kế hoạch bán khóa học đầu tiên. Chị viết bài chia sẻ, tổ chức một workshop mời mọi người tham gia miễn phí. Kết thúc buổi workshop, chị giới thiệu khóa học chuyên sâu sắp khai giảng và để một đường link để những ai có nhu cầu có thể đăng ký.

Lần thứ hai mở bán khóa học, chị viết bài tuyển sinh cho khóa học trên trang cá nhân Facebook, tặng chương trình tư vấn miễn phí cho khách hàng quan tâm. Hằng ngày, chị chia sẻ bài viết và trong vài ngày liên tiếp, chị đăng bài kêu gọi tuyển sinh.

KẾT QUẢ THU ĐƯỢC SAU 2 LẦN MỞ BÁN

LẦN 1

Hơn 80 người tham dự workshop, không có ai đăng ký theo đường link.

LẦN 2

Chị tuyển sinh được 4 học viên từ kênh cá nhân trên Facebook và từ giới thiệu

Chị tìm đến tôi và chia sẻ hành trình đã trải qua với việc tiếp thị để bán khóa học. Kết quả sau hai chiến dịch không khiến tôi ngạc nhiên.

Trong một thị trường khóa học trực tuyến bão hòa như hiện nay, người tiếp thị khóa học đối mặt với sự cạnh tranh rất cao.

Một số **sai lầm** thường gặp trong hoạt động tiếp thị có thể gây ra cảm giác nhàm chán cho khách hàng, ví dụ như:

1 NỘI DUNG LẶP ĐI LẶP LẠI

Khi nội dung quảng cáo, bài viết trên mạng xã hội hoặc email marketing không đa dạng, chỉ xoay quanh một số chủ đề cố định, đây có thể làm cho khách hàng cảm thấy mất hứng thú.

2 KHÔNG CÓ YẾU TỐ SÁNG TẠO

Quảng cáo, nội dung không mang tính sáng tạo, không đưa ra góc nhìn mới mẻ, điều này làm cho thông điệp trở nên nhàm chán và dễ bị bỏ qua.

3 THIẾU TƯƠNG TÁC VÀ KÍCH THÍCH THAM GIA

Nếu chiến dịch tiếp thị không khuyến khích khách hàng tương tác thông qua câu hỏi, cuộc thăm dò ý kiến, hoạt động thú vị, họ có thể cảm thấy không có động lực tham gia.

4 SỬ DỤNG QUÁ NHIỀU THÔNG ĐIỆP QUẢNG CÁO

Khi quảng cáo trở nên quá tập trung vào việc bán hàng mà không cung cấp giá trị thực sự cho khách hàng, họ có thể cảm thấy mệt mỏi và nhàm chán.

5 KHÔNG THÍCH NGHI VÀ CẬP NHẬT

Môi trường tiếp thị thay đổi liên tục, nếu không thích nghi và không cập nhật chiến lược tiếp thị theo xu hướng mới, nó có thể dẫn đến sự lạc hậu và nhàm chán.

Ngoài ra khi tổ chức các hoạt động không phù hợp, đôi khi người tiếp thị có thể rơi vào tình trạng **quá tải**, đặc biệt khi:

1

SỬ DỤNG QUÁ NHIỀU KÊNH TIẾP THỊ

Đa dạng hóa kênh tiếp thị là quan trọng, nhưng việc cố gắng quản lý quá nhiều kênh cùng một lúc có thể dẫn đến phân tâm và mất tập trung.

2

TẬP TRUNG VÀO QUÁ NHIỀU MỤC TIÊU CÙNG MỘT LÚC

Khi cố gắng đạt được quá nhiều mục tiêu tiếp thị mà không ưu tiên, hiệu suất có thể giảm đi đáng kể.

3

KHÔNG PHÙ HỢP VỚI ĐỐI TƯỢNG KHÁCH HÀNG

Việc tổ chức hoạt động không phù hợp với sở thích hoặc nhu cầu của đối tượng mục tiêu sẽ làm tăng chi phí mà không có kết quả đáng kể.

4

THIẾU KẾ HOẠCH CỤ THỂ

Khi không có kế hoạch cụ thể và rõ ràng, việc tổ chức hoạt động sẽ dễ dẫn đến lãng phí thời gian và nguồn lực.

5

ÁP DỤNG QUÁ NHIỀU Ý TƯỞNG MỚI

Việc áp dụng quá nhiều ý tưởng mới mà không có kế hoạch thử nghiệm hoặc đánh giá có thể dẫn đến mất cân đối và không hiệu quả.



Để **tiếp cận khách hàng** một cách hiệu quả, tạo lòng tin và tăng tương tác, cũng như xây dựng mối quan hệ chặt chẽ giữa thương hiệu và khách hàng mà **không gây kiệt sức**, bạn cần phát triển một chiến lược tiếp thị có các **chiến dịch và hoạt động phù hợp** với nguồn lực của bạn.

Ebook "**30 ý tưởng tiếp thị khóa học**" có thể là một bước đi tốt để giúp bạn vượt qua các thách thức thường gặp trong việc tiếp thị khóa học.

Ebook này được thiết kế để giúp bạn:



ĐA DẠNG HÓA CÁC Ý TƯỞNG

Không chỉ tập trung vào các phương pháp tiếp thị truyền thống mà còn đưa ra các cách tiếp cận mới mẻ và sáng tạo.

PHÂN TÍCH ĐIỂM MẠNH, ĐIỂM YẾU MỖI HOẠT ĐỘNG

Giúp bạn hiểu rõ cách áp dụng các ý tưởng vào thực tế, đặc biệt là trong ngữ cảnh khác nhau của việc tiếp thị khóa học.

CHIẾN LƯỢC ĐA KÊNH

Đưa ra các phương pháp tiếp thị đa kênh hoặc chiến lược tích hợp giúp bạn hiểu rõ cách kết hợp các kênh tiếp thị khác nhau một cách hiệu quả.



- PHẦN 2 -

Ý TƯỞNG TIẾP THỊ KHÓA HỌC ĐƯỢC PHÂN TÍCH THEO MÔ HÌNH SWOT

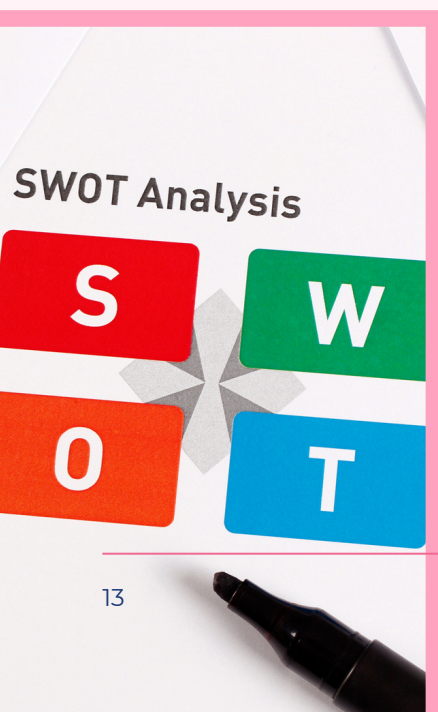
Mô hình SWOT
Strengths - Điểm mạnh
Weaknesses - Điểm yếu
Opportunities - Cơ hội
Threats - Rủi ro

Cách tiếp cận SWOT cung cấp cái nhìn toàn diện về ý tưởng tiếp thị. Nó không chỉ giúp bạn nhận biết thế mạnh, điểm yếu mà còn giúp tận dụng cơ hội và xử lý rủi ro một cách thông minh.

ĐIỂM MẠNH

Hiểu rõ những mặt mạnh của ý tưởng giúp tận dụng và phát triển chúng hơn nữa.

Điều này có thể là những khía cạnh độc đáo của khóa học, kỹ năng đặc biệt của người dẫn dắt hoặc cách tiếp cận tiếp thị hiệu quả.



ĐIỂM YẾU

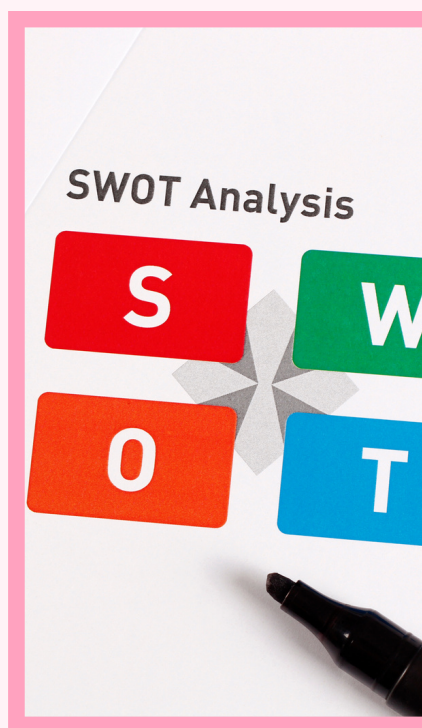
Nhận biết và làm việc để khắc phục những hạn chế của ý tưởng.

Điều này có thể là không tận dụng được một phương tiện tiếp thị cụ thể, hoặc thiếu sự đột phá trong cách thức truyền đạt thông điệp.

CƠ HỘI

Phân tích cơ hội môi trường, xu hướng mới, hoặc nhu cầu thị trường để tận dụng những khả năng mới.

Có thể là việc áp dụng các phương thức tiếp thị mới, tận dụng nền tảng trực tuyến hoặc kết nối với cộng đồng mạng một cách sâu sắc.



RỦI RO

Nhìn nhận và phòng tránh những nguy cơ có thể đối mặt.

Điều này bao gồm việc đánh giá các đối thủ cạnh tranh, thách thức từ thị trường, hoặc thay đổi trong nhu cầu của đối tượng học viên.

- PHẦN 3 -

30 Ý TƯỞNG TIẾP THỊ KHÓA HỌC HIỆU QUẢ NHẤT



Từ việc tạo nội dung hấp dẫn, sử dụng các kênh tiếp thị đa dạng, đến cách tối ưu hóa chiến dịch quảng cáo, mỗi ý tưởng được trình bày cụ thể, dễ hiểu và có thể áp dụng ngay lập tức.

01

TẶNG EBOOK/GUIDEBOOK LIÊN QUAN ĐẾN KHÓA ĐÀO TẠO

ĐIỂM MẠNH

- Tạo ấn tượng tích cực: Hoạt động này tạo ra ấn tượng tốt, cho thấy sự tận tâm, chia sẻ không gian hữu ích và mang lại lợi ích ngay lập tức.
 - Xây dựng quan hệ: Tặng quà miễn phí giúp xây dựng mối quan hệ với học viên tiềm năng, tạo cơ hội tương tác và giao tiếp tiếp cận.
-

ĐIỂM YẾU

- Khả năng thu hút không cao: Một số người có thể coi việc nhận quà miễn phí là không quan trọng, không đủ hấp dẫn để tham gia hoạt động.
 - Hiệu suất tương tác không cao: Không phải tất cả mọi người sẽ tương tác sau khi nhận Ebook/Guidebook, điều này giới hạn khả năng tạo ra mối quan hệ sâu hơn.
-

CƠ HỘI

- Tăng tương tác và tham gia: Nếu được thiết kế kỹ lưỡng, hoạt động này có thể kích thích sự tương tác, tham gia từ học viên, tạo sự quan tâm và tiếp cận.
 - Xây dựng danh tiếng: Nếu Ebook/Guidebook chất lượng và hữu ích, hoạt động này có thể giúp xây dựng danh tiếng và uy tín cho người tổ chức.
-

RỦI RO

- Sự phổ biến của thông tin: Trong môi trường thông tin dày đặc, một Ebook/Guidebook miễn phí có thể bị mất giá trị nhanh chóng hoặc bị bỏ qua.
 - Sự phản ứng không như mong đợi: Mặc dù có tặng quà, nhưng có thể không có phản hồi tích cực hoặc sự quan tâm không đủ lớn từ đối tượng mục tiêu.
-

01

TẶNG EBOOK/GUIDEBOOK LIÊN QUAN ĐẾN KHÓA ĐÀO TẠO

1 HOẠT ĐỘNG PHÙ HỢP KHI:

Muốn tạo ra một "lead magnet" hoặc một cách thu hút người dùng tiềm năng. Nó có thể được thực hiện trong các sự kiện talk, hội thảo, webinar, hoặc những hoạt động quảng bá trực tuyến.

2 VỚI NHỮNG AI CÓ:

- Khả năng sáng tạo nội dung: Tạo nội dung hấp dẫn, thu hút, và hữu ích cho học viên tiềm năng thông qua Ebook/Guidebook.
- Chiến lược tiếp thị đa kênh: Có kỹ năng và hiểu biết về các kênh tiếp thị trực tuyến và offline để quảng bá và phân phối Ebook/Guidebook một cách hiệu quả.
- Kiến thức chuyên môn: Để biên soạn nội dung chất lượng và có giá trị thực cho đối tượng mục tiêu.
- Tư duy chiến lược và tương tác người dùng: Có khả năng xác định đúng nhu cầu của đối tượng mục tiêu và cách tương tác để thu hút sự quan tâm và tạo ra tương tác.
- Khả năng phân tích và đánh giá kết quả: Có kỹ năng đánh giá hiệu quả của chiến dịch tặng Ebook/Guidebook để điều chỉnh và cải thiện trong tương lai.

02

TẶNG TEMPLATE HỖ TRỢ QUÁ TRÌNH THỰC HÀNH

ĐIỂM MẠNH

- Giá trị thực sự: Template giúp người dùng áp dụng kiến thức vào thực tế một cách dễ dàng và hiệu quả.
 - Tạo ấn tượng tích cực: Tặng template là một cách tuyệt vời để tạo ấn tượng tích cực đầu tiên và tạo ra sự gắn kết với đối tượng mục tiêu.
-

ĐIỂM YẾU

- Khả năng tùy biến hạn chế: Một số template có thể không phù hợp hoàn toàn với tất cả trường hợp sử dụng, giới hạn sự linh hoạt và tùy biến.
 - Cạnh tranh từ các nguồn tư liệu miễn phí: Có thể gặp khó khăn khi cạnh tranh với các tài liệu miễn phí có sẵn trên internet.
-

CƠ HỘI

- Xây dựng quan hệ và uy tín: Template chất lượng và hữu ích có thể giúp xây dựng mối quan hệ và uy tín với đối tượng mục tiêu.
 - Phát triển thêm tính tương tác: Cung cấp template có thể kích thích sự tương tác với đối tượng mục tiêu thông qua việc chia sẻ trải nghiệm và phản hồi.
-

RỦI RO

- Sự cạnh tranh từ các nguồn tư liệu miễn phí: Các nguồn tài liệu miễn phí có thể là mối đe dọa lớn, vì người dùng có thể ưa chuộng các tài liệu này hơn vì không mất phí.
 - Sự không hiệu quả nếu sử dụng sai cách: Nếu không sử dụng đúng cách, template có thể không mang lại giá trị thực sự và không gây ấn tượng tốt.
-

02

TẶNG TEMPLATE HỖ TRỢ QUÁ TRÌNH THỰC HÀNH

1 HOẠT ĐỘNG PHÙ HỢP KHI:

- Muốn cung cấp giá trị thực cho đối tượng mục tiêu: Nó thích hợp khi muốn cung cấp một công cụ hoặc hướng dẫn thực hành có giá trị, hỗ trợ người dùng áp dụng kiến thức vào thực tế.
 - Khi muốn tạo ấn tượng và gắn kết với đối tượng mục tiêu: Việc tặng template là một cách tốt để tạo ấn tượng tích cực đầu tiên và xây dựng mối quan hệ vững chắc với người tiêu dùng.
-

2 VỚI NHỮNG AI CÓ:

- Khả năng sáng tạo nội dung: Tạo nội dung hấp dẫn, thu hút, và hữu ích cho học viên tiềm năng thông qua Ebook/Guidebook.
 - Chiến lược tiếp thị đa kênh: Có kỹ năng và hiểu biết về các kênh tiếp thị trực tuyến và offline để quảng bá và phân phối Ebook/Guidebook một cách hiệu quả.
 - Kiến thức chuyên môn: Để biên soạn nội dung chất lượng và có giá trị thực cho đối tượng mục tiêu.
 - Tư duy chiến lược và tương tác người dùng: Có khả năng xác định đúng nhu cầu của đối tượng mục tiêu và cách tương tác để thu hút sự quan tâm và tạo ra tương tác.
 - Khả năng phân tích và đánh giá kết quả: Có kỹ năng đánh giá hiệu quả của chiến dịch tặng Ebook/Guidebook để điều chỉnh và cải thiện trong tương lai.
-