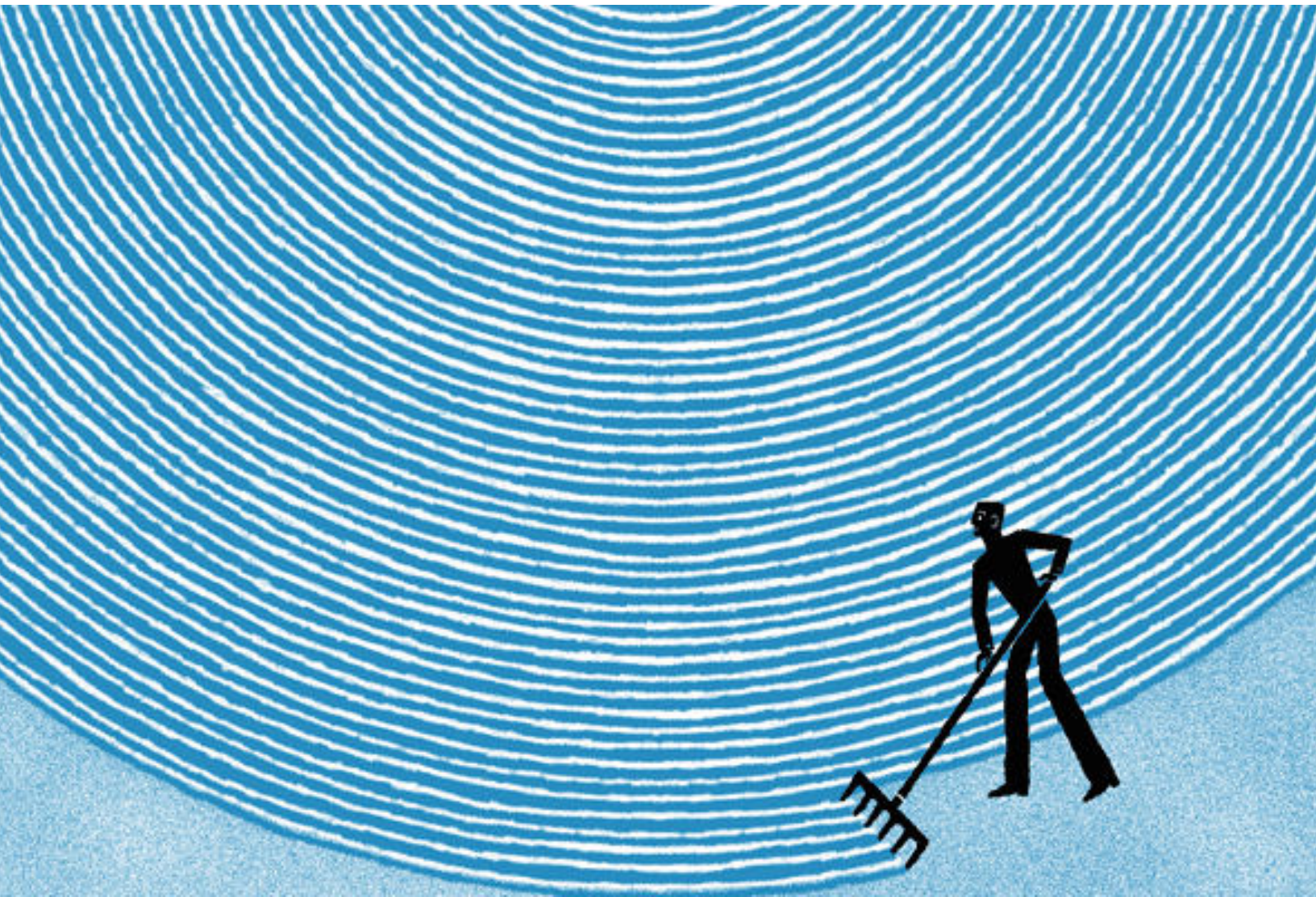


BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 40.2020



TIN TỨC SỰ KIỆN

01

Khởi động Techfest 2020

02

Sihub khởi động chương trình đào tạo IPO đầu tiên tại Việt Nam

03

Việt Nam đăng cai diễn đàn khởi nghiệp ASEAN, công bố danh bạ giải pháp chuyển đổi số, Top 10 startup gọi tên Base, Triip, Vbee

04

Hệ sinh thái khởi nghiệp của Việt Nam sẽ ra sao khi cơ chế ưu đãi có hiệu lực từ ngày 5/10?

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

05

Computer Vision - giải pháp thị giác máy tính cho công ty fintech

06

Hệ sinh thái khởi nghiệp Seoul đang trỗi dậy

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

07

Định vị kỹ thuật số trong tiếp thị (P1)



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: (024) 38262718

KHỞI ĐỘNG TECHFEST 2020

Bộ Khoa học và Công nghệ (KH&CN) phối hợp với Quỹ khởi nghiệp Doanh nghiệp khoa học và công nghệ Việt Nam (SVF) chính thức phát động Cuộc thi tìm kiếm tài năng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia 2020 (TECHFEST 2020).

Cuộc thi là quyết tâm của Bộ KH&CN trong việc thúc đẩy chất lượng của doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST trong nước đến sân chơi khởi nghiệp và công nghệ quốc tế.

Chương trình được sự hỗ trợ bởi các đơn vị nhiều tâm huyết và có uy tín trong lĩnh vực đầu tư, công nghệ và đổi mới sáng tạo như: K-Group Vietnam, SunShine Holding, VMED Group, VinaCapital Ventures,...

Bà Cassie Nguyễn Co-founder & COO Abivin - Quán quân cuộc thi TECHFEST 2018, Nhà Vô Địch Startup World Cup 2018 chia sẻ: “Điều đặc biệt nhất khi đến với Techfest là chúng tôi có cơ hội được gặp và kết nối với rất nhiều người có tầm ảnh hưởng của Hệ sinh thái Khởi nghiệp Việt Nam”.

ĐỐI TƯỢNG THAM GIA:

Cá nhân là người Việt Nam hoặc người gốc Việt sinh sống và làm việc trong và ngoài lãnh thổ Việt Nam, không phân biệt giới tính, tuổi tác, nghề nghiệp có sản phẩm/ dịch vụ/ công nghệ đổi mới sáng tạo.

CÁC BẢNG THI

Cuộc thi Techfest 2020 sẽ có 2 bảng thi dành cho các dự án có những tính chất đặc trưng:

1. Bảng Công nghệ (Tech-driven)

Dành cho các dự án cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ công nghệ cho khách hàng và thị trường, bao gồm các sản phẩm và dịch vụ công nghệ hoàn toàn mới hoặc sử dụng các công nghệ mới để đạt được sự tăng trưởng và mở rộng quy mô nhanh chóng.

2. Bảng Đổi mới sáng tạo (ĐMST) (Innovative business model)

Doanh nghiệp có yếu tố đổi mới sáng tạo trong Mô hình kinh doanh, sản phẩm/dịch vụ... Không yêu cầu những công nghệ đặc biệt.

Tìm hiểu thể lệ cuộc thi TECHFEST 2020 và đăng ký tham gia ngay tại đây: <https://techfest.vn/hoat-dong/tham-gia-cuoc-thi>

CÁC MỐC THỜI GIAN CỦA CUỘC THI:

Thời hạn nộp hồ sơ đăng ký dự thi: 08/10 - 08/11/2020 (Theo giờ GMT+7)

Chấm sơ loại - Chọn 60 đội vào vòng Đào tạo: 9/11 - 15/11/2020

Vòng Đào tạo - Demo pitching Top 60: 16/11 - 22/11/2020

Bán kết: 24/11/2020

Chung kết: 29/11/2020

Hoạt động hỗ trợ sau cuộc thi dành cho Top 10: 12/2020 - 03/2021

Quán quân Cuộc thi đại diện Việt Nam tham dự cuộc thi khởi nghiệp Startup World Cup diễn ra vào ngày 21/05/2021 tại San Francisco, Hoa Kỳ./.

MỌI THÔNG TIN XIN LIÊN HỆ:

Mr. Phạm Thế Hùng - Ban tổ chức Cuộc thi Techfest 2020

SĐT: 0886460560

Email: Hung.pt@svf.org.vn

hoặc:

Cuocthi@techfest.vn

Facebook :

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

Website: <https://techfest.vn/>

SIHUB KHỞI ĐỘNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO IPO ĐẦU TIÊN TẠI VIỆT NAM

(VNF) - Chương trình đào tạo IPO (viết tắt của Initial Public Offering - Phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng) với 14 chuyên đề được xây dựng trên cơ sở tham khảo chương trình các nước, ý kiến của chuyên gia hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực tài chính, chứng khoán nhằm cung cấp nền tảng vững vàng cho các lãnh đạo doanh nghiệp chuẩn bị bước vào quá trình IPO.



Trung tâm Hỗ trợ khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo TP. Hồ Chí Minh (Saigon Innovation Hub - Sihub) mới đây đã tổ chức lễ khai giảng khóa đào tạo IPO đầu tiên của Việt Nam dành cho các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo và các nhà đầu tư.

Khóa học này nằm trong khuôn khổ đề án Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025 của Bộ Khoa học và Công nghệ giao cho Sihub thực hiện, đó là “Thúc đẩy doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tăng trưởng nhanh chóng hướng tới hoạt động mua bán sáp nhập, trở thành công ty đại chúng”.

Chương trình đào tạo gồm 14 chuyên đề. Đội ngũ giảng viên được lựa chọn là các chuyên gia giàu kinh nghiệm và hiểu biết trong lĩnh vực tài chính, chứng khoán. Bên cạnh đó, học viên còn được tham quan, học tập tại các công ty đã niêm yết để có kiến thức thực tế và được cấp bằng ở cuối chương trình đào

tạo. Các học viên được hỗ trợ hoàn toàn học phí.

Theo đánh giá của các chuyên gia, đây là chương trình học toàn diện và bám sát các xu hướng IPO tại Việt Nam, thế giới. Ông Huỳnh Kim Tước, Giám đốc Sihub cho biết: “Có muôn vàn cơ hội mà IPO mang lại cho các doanh nghiệp, do vậy các lãnh đạo doanh nghiệp cần chuẩn bị nền tảng kiến thức vững vàng để đưa doanh nghiệp của mình bước vào quá trình IPO thành công.”

“Mặc dù IPO không dễ, nhưng nếu các doanh nghiệp được định hướng ngay từ đầu và chuẩn bị theo IPO thì sẽ đi xa hơn, dễ gọi vốn hơn,” ông Tước chia sẻ.

Được biết các nước ASEAN cũng đã gửi thư chiêu sinh cho các startup Việt tham gia đào tạo IPO.

Chỉ sau khoảng 2 tuần chiêu sinh, Sihub nhận được gần 170 lượt đăng ký tham gia khóa học, trong đó trên 74% là cấp quản lý doanh nghiệp. Sau khi xem xét các hồ sơ gửi về, Hội đồng tuyển chọn đã chọn được 81 học viên tham gia khóa học đầu tiên về IPO.

Được thành lập vào năm 2016, Sihub là mô hình hỗ trợ khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo đầu tiên của Việt Nam được nhà nước hỗ trợ dưới hình thức kết nối và chia sẻ nguồn lực. Định hướng của Sihub là trở thành nơi kết nối, hỗ trợ cộng đồng khởi nghiệp uy tín hàng đầu của Thành phố, hỗ trợ chuyên môn đổi mới sáng tạo của Việt Nam./.

Diễn đàn khởi nghiệp ASEAN



ASEAN Startup Forum 2020

Hanoi, 16th October 2020

ASEAN
Startup Forum

Limited seat. Free registration

VIỆT NAM ĐĂNG CAI DIỄN ĐÀN KHỞI NGHIỆP ASEAN, CÔNG BỐ DANH BẠ GIẢI PHÁP CHUYỂN ĐỔI SỐ, TOP 10 STARTUP GỌI TÊN BASE, TRIIP, VBEE

CafeF - Danh bạ trực tuyến các giải pháp Chuyển đổi số Việt Nam - Digital STARS Showcase 2020 - do VCCI và VNPT công bố tập hợp những giải pháp phù hợp nhằm giúp đỡ các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa nâng cấp mô hình kinh doanh. Top 10 startup Việt trong danh bạ được lựa chọn để trình bày trước cộng đồng doanh nghiệp ASEAN gồm Base.vn, Triip, Vbee, Vietnam Blockchain Corporation, Bigbom, 689 Cloud, APPA Group, bePOS, X-Media, KPIBSC.

Diễn đàn khởi nghiệp ASEAN là sáng kiến của Việt Nam trong khuôn khổ hợp tác với dự án Mạng lưới khởi nghiệp Công nghệ số (Digital STARS), do VCCI, ASEAN BAC và các đối tác tổ chức theo hình thức kết hợp giữa hội thảo truyền thống với sự tham gia của các diễn giả nước ngoài thông qua cầu truyền hình.

Tại Diễn đàn, ông Phạm Đình Đoàn - thành viên Hội đồng tư vấn kinh doanh ASEAN (ASEAN BAC), Chủ tịch Dự án Di sản của ASEAN BAC, Chủ tịch tập đoàn Phú Thái - công bố Báo cáo "Chuyển đổi số: Giải pháp giúp doanh nghiệp vượt qua đại dịch Covid-19 và phát triển", được thực hiện bởi VCCI, VNPT hợp tác với Jetro.

Đại dịch Covid-19 được ví như là thời cơ, là cú huých trăm năm để doanh nghiệp nhận ra tính ưu việt của kinh tế số và yêu cầu cấp bách hơn nữa của quá trình chuyển đổi số, ông Phạm Đình Đoàn chia sẻ tại Diễn đàn.

Báo cáo cho thấy, trong sản xuất, vấn đề năng lực sản xuất suy giảm do các hạn chế hoạt động/làm việc tại nhà là khó khăn lớn nhất đối với các doanh nghiệp. Trong đó, các doanh nghiệp lớn bị ảnh hưởng lớn hơn trong vấn đề thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu đầu. Ngược lại, các doanh nghiệp vừa và nhỏ lại bị dịch Covid-19 ảnh hưởng lớn hơn trong các vấn đề năng lực sản xuất suy giảm do các hạn chế hoạt động/làm việc tại nhà, khó dự đoán khối lượng dự trữ hàng hóa thích hợp, chậm trễ trong việc bảo trì/hỗ trợ kỹ thuật do các biện pháp hạn chế việc di chuyển.

Liên quan đến hoạt động bán hàng của doanh nghiệp, nhóm doanh nghiệp lớn bị ảnh hưởng lớn hơn nhóm doanh nghiệp vừa và nhỏ trong các vấn đề Thị trường nước ngoài bị thu hẹp. Ngược lại, các doanh nghiệp vừa và nhỏ lại bị dịch Covid-19 ảnh hưởng lớn hơn các doanh nghiệp lớn trong các vấn đề Khó khăn trong việc giao tiếp để tìm kiếm khách hàng mới, Khó khăn trong việc giao tiếp để chăm sóc và theo dõi khách hàng hiện tại, thị trường trong nước bị thu hẹp.

Về doanh thu, tỷ lệ doanh nghiệp có mức doanh thu tăng đạt tỷ lệ rất thấp, còn lại có tới hơn 3/4 số doanh nghiệp có mức doanh thu giảm, trong đó doanh nghiệp có tỷ lệ giảm doanh thu từ 1-25% và từ 25-50% đạt tỷ lệ cao. Có hơn 18% số doanh nghiệp giảm hơn 50% doanh thu bởi dịch bệnh.

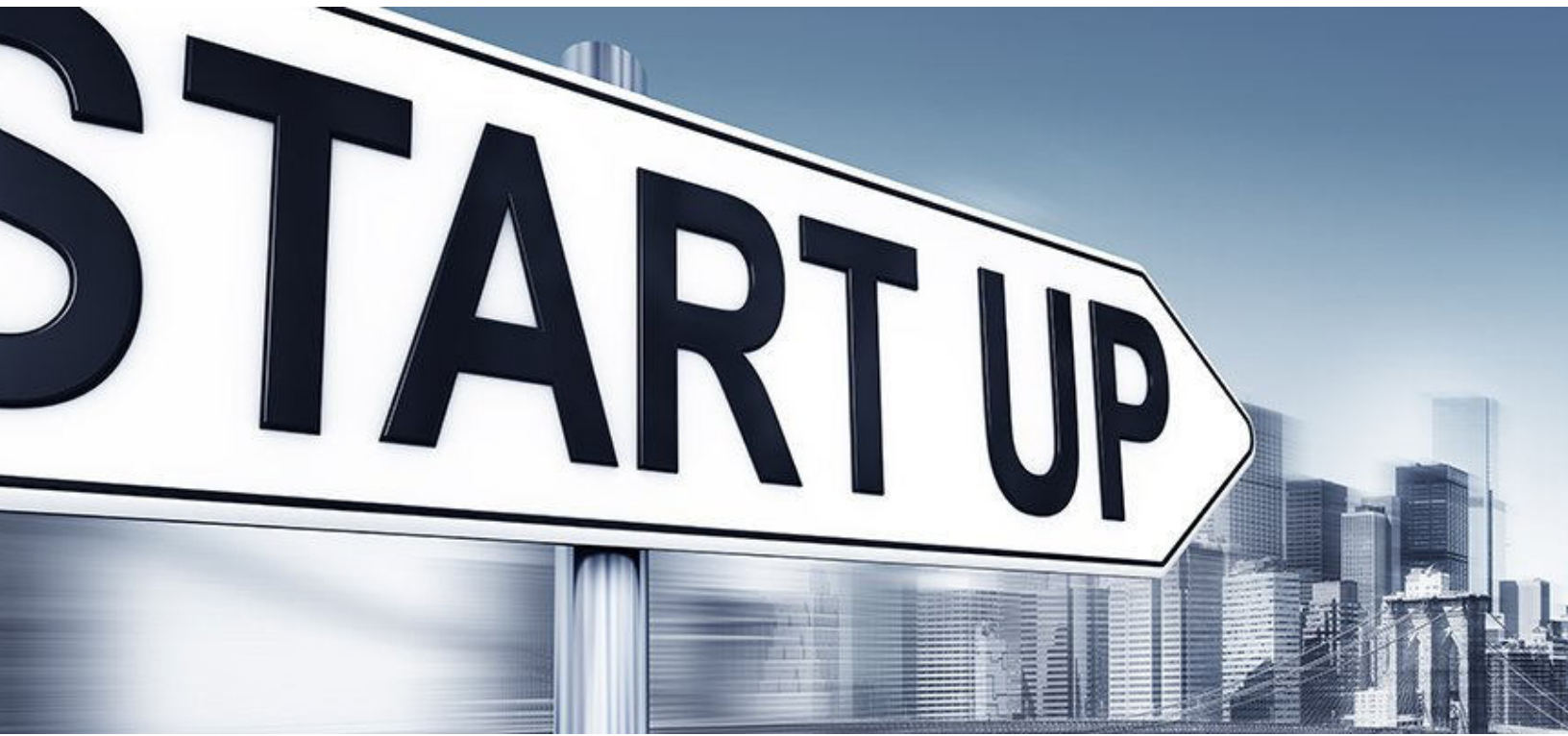
Doanh nghiệp tuy phần lớn đã trang bị những năng lực nhất định để tiến hành chuyển đổi số xong mới chỉ nằm ở mức độ cơ bản và sơ khai, tỷ lệ số hóa chiếm trong sản phẩm dịch vụ còn thấp, tỷ lệ đóng góp của các sản phẩm dịch vụ được số hóa

trong tổng doanh thu không cao. Những rào cản chủ yếu khiến doanh nghiệp gặp khó khăn trong chuyển đổi số được kể đến như là chi phí ứng dụng công nghệ số cao, thiếu cơ sở hạ tầng, sợ rò rỉ dữ liệu doanh nghiệp, thiếu nhân lực có trình độ... trong đó chi phí là rào cản lớn nhất.

Trước những khó khăn kể trên, doanh nghiệp đã đưa ra nhiều đề xuất mong muốn chính phủ có thêm những hỗ trợ để doanh nghiệp dễ dàng hơn trong chuyển đổi số. Trong đó, xây dựng nên các quy tắc, quy định thúc đẩy kinh doanh không dùng giấy tờ, hỗ trợ tài chính cho ứng dụng công nghệ số và minh bạch hóa các quy tắc, quy định về quản lý dữ liệu là 3 kiến nghị được doanh nghiệp kỳ vọng nhiều nhất sẽ làm nên thay đổi lớn trong xu thế chuyển đổi số tại Việt Nam trong thời gian tới.

Cũng trong Diễn đàn Khởi nghiệp ASEAN lần này, top 10 doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo do Ban cố vấn của Chương trình Digital STARS Showcase 2020 lựa chọn, sẽ trình bày với cộng đồng doanh nghiệp trong khu vực các giải pháp của mình và ứng dụng để giúp doanh nghiệp thành công trong chuyển đổi số, tạo lợi thế cạnh tranh và hướng tới phát triển bền vững./.





HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP CỦA VIỆT NAM SẼ RA SAO KHI CƠ CHẾ ƯU ĐÃI CÓ HIỆU LỰC TỪ NGÀY 5/10?

Doanhnhannmoi - Đây là cơ chế ưu đãi của Chính phủ đối với Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia được quy định tại Nghị định số 94/2020/NĐ-CP ban hành ngày 21/8/2020 và có hiệu lực thi hành bắt đầu từ ngày 5/10/2020.

Theo đó, Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia được hưởng các cơ chế, chính sách ưu đãi cao nhất và các thủ tục hành chính thuận lợi nhất theo quy định của pháp luật nhằm thực hiện hỗ trợ, phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, góp phần đổi mới mô hình tăng trưởng trên nền tảng phát triển khoa học và công nghệ.

Đồng thời, các công ty startup tham gia vào lĩnh vực năng lượng sạch và sản xuất hàng hóa trung gian tham gia vào chuỗi giá trị cũng đủ điều kiện được hưởng chính sách ưu đãi này.

Nghị định được ra mắt trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam đang bị tác động nặng nề do đại dịch

Covid-19.

Theo Nghị định, Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia được hưởng ưu đãi đất đai và tạo mặt bằng hoạt động. Cụ thể, Trung tâm được thuê đất trong thời hạn 50 năm trong các Khu công nghệ cao và được miễn toàn bộ tiền thuê đất cho cả thời hạn thuê.

Đối với cơ sở tại Khu Công nghệ cao Hòa Lạc, miễn tiền sử dụng hạ tầng cho diện tích đất được thuê nằm trong khu vực phải trả tiền sử dụng hạ tầng đối với các công trình hạ tầng kỹ thuật do nhà nước đầu tư; miễn toàn bộ kinh phí bồi thường, giải phóng mặt bằng, hỗ trợ tái định cư; ngân sách nhà nước hỗ

trợ toàn bộ kinh phí san lấp mặt bằng của dự án đầu tư cơ sở Trung tâm.

Về ưu đãi thuế, các doanh nghiệp startup cũng đủ điều kiện để xin ưu đãi thuế. Cơ sở Trung tâm tại Khu Công nghệ Hòa Lạc sẽ được hưởng thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp 10%, thay vì thuế suất thông thường 20% trong 30 năm kể từ năm đầu tiên có báo cáo doanh thu.

Ngoài ra, cơ sở này cũng được miễn thuế nhập khẩu nguyên liệu, vật tư, linh kiện trong nước chưa sản xuất được nhập khẩu để sản xuất trong thời hạn 5 năm, kể từ khi bắt đầu sản xuất.

Việt Nam đã bắt đầu chương trình quốc gia hỗ trợ doanh nghiệp startup từ năm 2016, với mục tiêu hỗ trợ khoảng 1.000 doanh nghiệp startup và các dự án liên quan vào năm 2020.

Tính đến ngày 31/8, khoảng 2.500 doanh nghiệp startup và các dự án liên quan đã nhận được hỗ trợ từ chương trình, với 52 công ty thu hút được tổng 900 tỷ đồng (38,6 triệu USD) từ các nhà đầu tư, bao gồm cả quỹ tư nhân và nước ngoài.

Tuy nhiên, hồi đầu năm, Thủ tướng đã chỉ ra rằng: "Hệ sinh thái khởi nghiệp của Việt Nam vẫn còn nhiều khó khăn, rào cản và khả năng cạnh tranh còn kém so với các nước trong khu vực". Trong một nghị định ban hành vào tháng 2, Thủ tướng đã kêu gọi các bộ liên quan tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nhân thành lập doanh nghiệp riêng của họ.

Chính phủ hiện đang thực hiện việc giảm bớt rào cản hành chính gây khó khăn cho các doanh nhân trong việc thành lập công ty và thu hút đầu tư. Cụ thể, từ ngày 1/1/2021, đối với các hoạt động mua bán sáp nhập nếu không dẫn đến tỷ lệ sở hữu của các nhà đầu tư nước ngoài cao hơn ở một số doanh nghiệp cụ thể, các doanh nghiệp sẽ không cần xin ý kiến Thủ tướng.

Đối với các hoạt động mua bán sáp nhập làm tăng tỷ lệ sở hữu nước ngoài trong một số doanh

nh nghiệp cụ thể và vượt quá 50% cổ phần hoặc vốn điều lệ sẽ cần xin ý kiến Thủ tướng.

Các dự án có vốn đầu tư 10 nghìn tỷ đồng (428 triệu USD) sẽ không cần Thủ tướng phê duyệt.

Bà Lê Hoàng Uyên Vy, Đồng sáng lập quỹ đầu tư mạo hiểm Do Ventures cho biết: "Hiện nay chúng tôi đã có đầy đủ khung pháp lý và chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp startup".

Năm 2019 được đánh giá là một năm của khởi nghiệp và đầu tư công nghệ tại Việt Nam. Bà Lê Hoàng Uyên Vy nhấn mạnh, các doanh nghiệp startup trong nước đã có 123 thương vụ đầu tư, với tổng giá trị 861 triệu USD, tăng 92% so với cùng kỳ năm trước đó.

Tuy nhiên, đà tăng trưởng này đã mất đi trong năm nay do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19. Số tiền đầu tư thu được giảm 22%, từ 284 triệu USD vào đầu năm ngoái xuống còn 222 triệu USD trong đầu năm nay. Lý giải về điều này, bà Vy cho rằng các biện pháp hạn chế đi lại và những bất ổn trên thị trường tài chính toàn cầu đã làm gián đoạn các hoạt động đầu tư.

Quỹ đầu tư mạo hiểm Do Ventures do bà Vy sáng lập đã thông báo ra mắt vào hồi tháng 9, nhằm tìm kiếm cơ hội đầu tư vào những startup công nghệ có thể xây dựng được những sản phẩm dịch vụ mang lại sự tiện ích và nâng cao đời sống của người tiêu dùng Việt Nam và Đông Nam Á.

Cuối cùng, bà Lê Hoàng Uyên Vy kết luận: "Trong giai đoạn trước Covid-19, Việt Nam có hơn 30.000 doanh nghiệp tham gia vào lĩnh vực CNTT-TT, với 955.000 nhân viên. Bên cạnh đó, số lượng người dùng internet ở Việt Nam lớn thứ 3 trong khu vực Đông Nam Á, tỷ lệ sử dụng thiết bị di động đứng thứ 2 và tốc độ kết nối di động trung bình nhanh thứ 2. Những yếu tố này sẽ tạo ra một môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp startup Việt Nam giai đoạn hậu Covid-19"./.

COMPUTER VISION - GIẢI PHÁP THỊ GIÁC MÁY TÍNH CHO CÔNG TY FINTECH

Computer Vision Vietnam - CVS eKYC ra đời đầu năm 2020 hỗ trợ xử lý hình ảnh, nhận diện khuôn mặt, hỗ trợ công ty công nghệ tài chính xác minh danh tính khách hàng. Dự án cũng vừa nhận được khoản đầu tư trị giá 500.000 USD từ Quỹ hỗ trợ khởi nghiệp Next100.tech.



Anh Nguyễn Văn Việt - CEO kiêm Co-Founder công ty Computer Vision

Giải pháp dựa trên công nghệ xử lý ảnh thông minh APIs, cung cấp giải pháp định danh, nhận diện khuôn mặt cho các công ty công nghệ tài chính (fintech) và ngân hàng. Dự án giúp các công ty xác thực khách hàng thông qua hình ảnh khuôn mặt, trích xuất thông tin từ chứng minh nhân dân cũ và mới, căn cước công dân, hộ chiếu và nhiều loại giấy tờ khác. Công nghệ của Computer Vision sẽ tự động xác định, nhận dạng một hoặc nhiều khuôn mặt trong các hình ảnh hoặc video. Việc này giúp đối tác fintech dễ xác minh thông tin khách hàng để mở hồ sơ và thu hồi nợ từ khách hàng.

Dự án phân loại nội dung hình ảnh với nhiều mức độ khác nhau, tự động cắt, thu nhỏ hình ảnh dựa trên chủ thể trong ảnh, sắp xếp theo trình tự hợp lý giúp

công ty fintech quản lý hồ sơ của khách hàng một cách hệ thống hơn. Đội ngũ dự án còn triển khai nhiều giải pháp liên quan đến hình ảnh như gắn thẻ tự động, tìm kiếm dữ liệu hình ảnh liên quan của khách hàng cho doanh nghiệp.

“Computer Vision được sử dụng để xác thực thông tin khách hàng trong lĩnh vực công nghệ tài chính, cho vay tín dụng. Do đó đối tác chủ yếu của chúng tôi đa phần là các công ty công nghệ tài chính”, anh Nguyễn Văn Việt - CEO kiêm sáng lập Computer Vision cho biết.

Anh Việt giải thích, tại các quầy, giao dịch viên sẽ nhìn bằng mắt, sau đó đối chiếu qua hình ảnh của khách hàng hiển thị trên màn hình đã được nhận dạng qua công nghệ của Computer Vision, từ đó xác minh danh tính khách hàng một cách chính xác hơn. Còn đối với ứng dụng trực tuyến, các công ty tài chính có thể hoàn toàn kiểm soát nhận dạng của khách hàng thông qua hình chụp selfie của khách hàng. Với công nghệ này, khách hàng không cần đến trụ sở công ty để làm hồ sơ vay, mà có thể chủ động mở tài khoản và hoàn tất hồ sơ vay trực tuyến.

“Chúng tôi tập trung vào chống giả mạo giấy tờ, giúp xác minh danh tính khách hàng, xây dựng chính sách giá phù hợp cho các đối tác nhỏ lẻ”, đại diện dự án cho biết.

NĂM BẮT THỊ TRƯỜNG

Trên thế giới, công nghệ trí tuệ nhân tạo và thị

giác máy tính được áp dụng nhiều để hỗ trợ phát triển, kinh doanh trong những năm gần đây. Tuy nhiên tại Việt Nam, thị trường điện toán thị giác vẫn còn khá mới mẻ. Theo khảo sát của Computer Vision, các tổ chức công nghệ tài chính là đơn vị có nhu cầu sử dụng nhiều giải pháp nhận diện khuôn mặt từ điện toán thị giác. Tuy nhiên, để làm quen và đưa vào sử dụng các sản phẩm từ trí tuệ nhân tạo, doanh nghiệp vẫn cần 2-3 tháng để đào tạo, hướng dẫn nhân viên và làm quen quy trình.

Vốn là cựu sinh viên công nghệ thông tin Đại học Bách khoa Hà Nội, đã có kinh nghiệm và kiến thức chuyên môn kèm nghiên cứu về thị trường trí tuệ nhân tạo, anh Việt áp ủ mơ ước vẽ nên một công nghệ "độc quyền" về điện toán thị giác tại Việt Nam.

Tuy nhiên, anh xác định con đường từ lúc xây dựng startup cho đến lúc có khách hàng đầu tiên sẽ mất khá nhiều thời gian. Do đó, tháng 7/2018, Việt cùng cộng sự là những người bạn chuyên môn về công nghệ thông tin thành lập công ty CP Công nghệ Mimas Việt Nam. Đây là bước đệm "lấy ngắn nuôi dài" để Việt cùng cộng sự có nguồn tài chính nuôi dự án Computer Vision.

MỞ RỘNG NHÂN LỰC

Theo đại diện Computer Vision, năm 2018 và 2019 là thời điểm ngành công nghệ thông tin khó tuyển người do việc mở rộng và chiếm lĩnh thị phần của các tập đoàn lớn. Do đó, trong thời gian đầu thành lập, đội ngũ dự án gặp nhiều khó khăn trong tìm kiếm người đồng hành, chủ yếu dựa vào năng lực của các nhà sáng lập.

Sau hơn ba tháng thành lập và hai năm thoi thọt trước đó, giải pháp eKYC của Computer Vision Việt Nam đã được nhiều khách hàng tin tưởng và sử dụng như Fiin (Fintech), Mofin (Fintech),

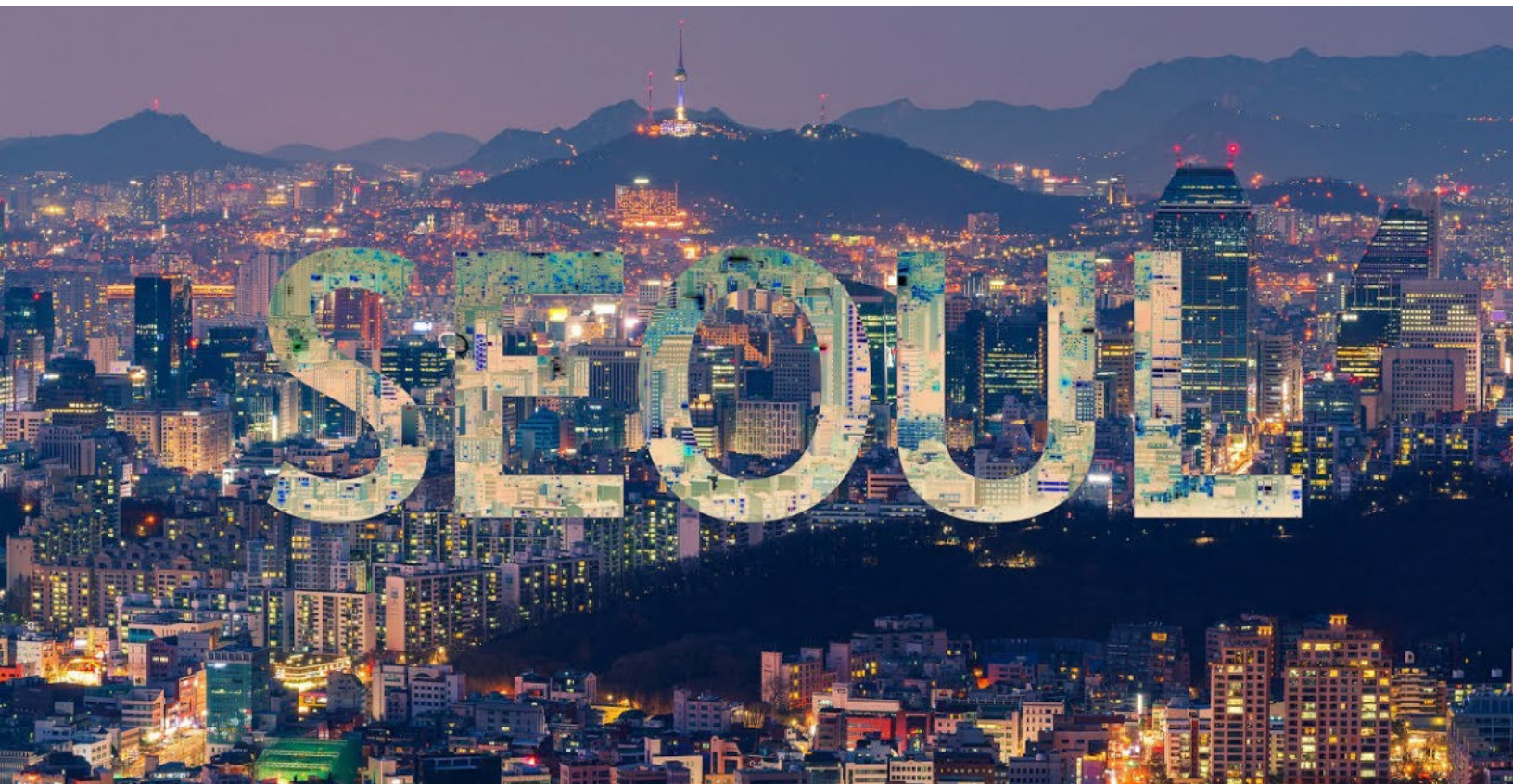
BPech (Giải pháp phần mềm), Cozrum (Quản lý khách sạn)... Theo anh Việt, khách hàng lựa chọn CVS vì chúng tôi luôn nỗ lực để hiểu các vấn đề của họ và giải quyết chúng theo cách tốt nhất. Thay vì bán API/SDK như các đơn vị khác, CVS thực sự giải quyết vấn đề kinh doanh cốt lõi của khách hàng.

Tuy nhiên, Covid-19 kéo theo những khó khăn cho các công ty tài chính - đối tượng khách hàng chính khiến tiến trình phát triển của dự án cũng bị ảnh hưởng. Anh Việt cho biết, sắp tới công ty sẽ mở rộng tập khách hàng đến các ngân hàng thương mại, ngân hàng tư nhân. Tuy nhiên theo nhà sáng lập dự án, các đối tác này vẫn đang trong giai đoạn thử nghiệm, cần thời gian để đưa vào vận hành vì bộ máy cồng kềnh hơn công ty tài chính.

Trong năm 2020, anh Việt cho biết công ty hướng đến tìm kiếm, phát triển khoảng 5-6 khách hàng, tập trung nâng cấp sản phẩm để phục vụ nhu cầu của nhiều khách hàng hơn, lựa chọn các đối tác để gọi vốn, mở rộng phát triển. Dự kiến, cuối năm 2020 dự án sẽ mở thêm văn phòng ở TP HCM, mở rộng thị trường ở khu vực phía Nam./.

Minh Phượng (Tổng hợp)





HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP SEOUL ĐANG TRỖI DẬY

Năm nay, Seoul đứng vị trí 20 trong bảng xếp hạng hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu của Startup Genome

Hệ sinh thái khởi nghiệp Seoul

- Là hệ sinh thái khởi nghiệp thứ 3 thế giới về Tri thức

- Xếp hạng 20 Hệ sinh thái khởi nghiệp thế giới về Hiệu suất

- Xếp hạng 7 thế giới về Chỉ số tăng trưởng thoái vốn

- Xếp hạng 9 thế giới về Chỉ số hoạt động nhà đầu tư

- Xếp hạng 2 thế giới về Chỉ số tăng trưởng huy động vốn

(Báo cáo của Startup Genome 2020)

Seoul có thể được biết đến là quê hương của những tập đoàn khổng lồ như Samsung và Hyundai, nhưng trong vài năm qua, thủ đô châu Á đã nỗ lực gia tăng tính năng động cho nền kinh tế bằng cách xây dựng một hệ sinh thái khởi nghiệp địa phương sôi động. Những nỗ lực này đã giúp thành phố được xếp hạng là một trong 20 hệ sinh thái hàng đầu thế giới trong năm 2020.

Hệ sinh thái Seoul được thừa hưởng những thế mạnh của Hàn Quốc như sau:

-Hàn Quốc đã đầu tư khoảng 2 tỷ đô la mỗi năm vào hệ sinh thái khởi nghiệp của đất nước kể từ năm 2013.

-Với doanh thu khoảng 5,6 tỷ đô la, ngành công nghiệp trò chơi của Hàn Quốc là ngành lớn thứ tư trên thế giới.

-Thị trường quảng cáo của Hàn Quốc là thị trường lớn thứ bảy trên thế giới với tổng thị trường quảng cáo trong nước là 12,5 tỷ đô la vào năm 2018.

-Tỷ lệ chi tiêu cho NC&PT trên GDP của Hàn Quốc cao nhất thế giới ở mức 4,55%.

Với dân số có trình độ dân trí cao gần 10 triệu người, Seoul đứng thứ ba trên thế giới về tri thức và là nơi có những công ty khởi nghiệp với vô số tài năng giỏi. Ngoài nguồn kỹ năng và chuyên môn sâu, các cơ quan chính phủ cũng như các nhà đầu tư địa phương cung cấp cho các nhà sáng lập tiềm năng những cơ hội tuyệt vời nhằm đảm bảo nguồn vốn cần thiết để phát triển công ty của họ.

Seoul đã thực hiện một số khoản đầu tư ấn tượng vào hệ sinh thái khởi nghiệp của mình trên toàn thế giới. Ví dụ, chính quyền thành phố Seoul (SMG) đã cam kết chi 1,6 tỷ USD để phát triển hệ sinh thái của mình trong ba năm tới cùng với chính phủ trung ương và các nhà đầu tư tư nhân. 1,6 tỷ USD bao gồm Quỹ Đổi mới Sáng tạo Tương lai Seoul trị giá 1 tỷ USD, mà SMG đóng góp khoảng 15% tổng số quỹ được thành lập. Các quỹ hình thành Đối tác Chung đang thu hút tiền từ cả chính phủ trung ương và các nhà đầu tư tư nhân. Hoạt động này được phản ánh qua việc Seoul đạt 9/10 điểm trong chỉ số hoạt động nhà đầu tư của Startup Genome trong năm nay.

Ngoài tài trợ, Seoul còn có một mạng lưới các tổ chức phát triển mạnh cung cấp cho các công ty khởi nghiệp cố vấn, không gian văn phòng và các hỗ trợ khác. Trung tâm Khởi nghiệp Seoul là vườn ươm doanh nghiệp lớn nhất của thành phố nuôi dưỡng tài năng khởi nghiệp. Diễn đàn Khởi nghiệp Hàn Quốc, do Bongjin Kim, người sáng lập Woowa Brothers khởi xướng và Quỹ Asan Nanum, được thành lập để vinh danh người sáng lập Tập đoàn Hyundai Asan Ju-

ngung Chung, hoạt động như một hiệp hội thương mại hợp tác chặt chẽ với chính phủ trung ương để cải cách lập pháp. Seoul nổi tiếng với nguồn cung không gian làm việc công cộng rộng rãi cho các công ty khởi nghiệp giai đoạn đầu và dự án Techspace1000 của SMG cung cấp không gian văn phòng cho thêm 1.000 công ty khởi nghiệp giai đoạn đầu.

Hàn Quốc cũng là nhà đầu tư xếp thứ năm về chi tiêu cho R&D trên toàn cầu với khoảng 73 tỷ USD. Chương trình Ươm tạo Công nghệ (TIPS) của chính phủ cung cấp khoản tài trợ R&D trị giá 800.000 USD cho mỗi công ty khởi nghiệp để hỗ trợ R&D. Các công ty khởi nghiệp công nghệ sinh học địa phương nói riêng đã gặt hái được thành quả từ khoản đầu tư này và lĩnh vực này là thế mạnh đặc biệt của hệ sinh thái Seoul. Số lượng công ty khởi nghiệp mới trong lĩnh vực này đã tăng gấp đôi từ năm 2015 đến năm 2018. Bên cạnh đó, D&D Pharmatech đã huy động được 137,1 triệu USD vào năm 2019 để chống lại bệnh Alzheimer, Parkinson và các bệnh khác.

Tính khả dụng của cả hỗ trợ và vốn được phản ánh qua số lượng ngày càng tăng của các startup kỳ lân lớn lên từ hệ sinh thái Seoul. Tính đến nay, 10 công ty khởi nghiệp có trụ sở tại Seoul đã được định giá hàng tỷ USD, bao gồm Viva Republica, một startup thành công trong lĩnh vực Fintech được sáng lập bởi SG Lee; Bluehole, một nhà phát triển trò chơi giả tưởng và Woowa Brothers, một ứng dụng giao đồ ăn đã được Delivery Hero mua lại với giá 4 tỷ USD vào cuối năm 2019.

Giống như các hệ sinh thái khác, Seoul đang phải đối mặt với thách thức lớn trong đại dịch COVID-19, nhưng chính phủ đã thực hiện các bước mạnh mẽ để hỗ trợ các công ty khởi nghiệp trong cuộc khủng hoảng. Phản ứng ba hướng của chính phủ là tập trung vào lực lượng lao động, tăng trưởng và tài trợ. Các chính sách bao gồm phân bổ 42 triệu USD để giúp các công ty khởi nghiệp giữ chân 10.000 nhân

KOREA STARTUP ECOSYSTEM



viên kỹ thuật trong 5 tháng đầu tiên của cuộc khủng hoảng, 8,3 triệu USD để hỗ trợ phát triển các công ty khởi nghiệp triển vọng làm việc trong lĩnh vực công nghệ sinh học và các công cụ hợp tác từ xa và thêm 96 triệu USD tài trợ cho các công ty khởi nghiệp khác từ giai đoạn đầu đến Series B và hơn thế nữa.

Trong khi đại dịch đã làm chậm lại hoạt động đầu tư trên toàn cầu, các giao dịch vẫn đang tiếp tục được thực hiện ở Seoul. Ví dụ như, Market Kurly, một công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực giao hàng tạp hóa đang phát triển nhanh do Sophie Kim thành lập, vừa huy động được 164,3 triệu USD vòng Series E từ một nhóm các nhà đầu tư toàn cầu vào tháng 5.

Thị trường Seoul Wonsoon Park tuyên bố “Mặc dù các tập đoàn và công ty đa quốc gia thống trị nền kinh tế toàn cầu trong quá khứ, nhưng kỷ nguyên sắp tới sẽ phải là một ‘thời kỳ Phục hưng của khởi nghiệp’. Trong tám năm qua, đầu tư ổn định đã nâng cấp hệ sinh thái khởi nghiệp của Seoul lên tầm toàn cầu, và thật không may là đại dịch xảy ra ngay khi thế giới mới bắt đầu chú ý đến hệ sinh thái khởi nghiệp của Seoul. Tuy nhiên, không nản lòng trước đại dịch,

chúng tôi sẽ tăng cường hơn nữa và mở rộng hỗ trợ để biến cuộc khủng hoảng này thành cơ hội”. Ông cũng cho biết sẽ không bỏ qua bất cứ nỗ lực nào nhằm để nuôi dưỡng những startup kỳ lân cạnh tranh toàn cầu trong khi phấn đấu đưa Seoul trở thành một trong năm thành phố khởi nghiệp hàng đầu trên thế giới .

Những ngành công nghiệp phụ có thể mạnh *Viết game*

Với doanh thu khoảng 12,14 tỷ USD, ngành công nghiệp trò chơi của Hàn Quốc lớn thứ 4 trên thế giới. Thị trường game Hàn Quốc có 28,9 triệu người chơi, với khoảng 39% trong số họ xem nội dung game trực tuyến. Vào năm 2018, Bluehole, một nhà phát triển trò chơi giả tưởng cho PC và thiết bị di động, đã huy động được 500 triệu USD từ Tencent Holdings và trở thành một startup kỳ lân. Năm 2017, Netmarble, nhà phát triển trò chơi di động lớn nhất Hàn Quốc, đã huy động được 2,3 tỷ USD trong đợt IPO lớn thứ hai của đất nước.

Khoa học đời sống

Năm 2018, gần 26% tổng đầu tư vốn mạo hiểm,

tương đương khoảng 1 tỷ USD, được đầu tư vào công nghệ sinh học. Số lượng công ty khởi nghiệp mới trong lĩnh vực này đã tăng gấp đôi từ năm 2015 đến năm 2018. Trong ba mươi năm qua, các công ty khởi nghiệp của Hàn Quốc đã có thể thu được kết quả từ các chương trình NC&PT công trong lĩnh vực công nghệ sinh học. Năm 2019, các công ty khởi nghiệp được phẩm mới như D&D Pharmatech và TiumBio lần lượt huy động được 137 triệu USD và 34,3 triệu USD từ các nhà đầu tư mạo hiểm.

Những biện pháp hỗ trợ của nhà nước

Chính sách mở rộng quy mô của Seoul

Để thúc đẩy sự phát triển của các công ty khởi nghiệp, Thành phố Seoul đã thành lập “Quỹ đầu tư tương lai Seoul” trị giá 1 tỷ USD vào năm 2018 và đang xây dựng một nền tảng trực tuyến để hỗ trợ các công ty khởi nghiệp vươn ra toàn cầu từ rất sớm.

NC&PT

Hàn Quốc là nhà đầu tư cao thứ năm vào NC&PT với khoảng 94,5 tỷ USD. Tỷ lệ chi tiêu cho NC&PT

R&D trên GDP của Hàn Quốc cao thứ hai trên thế giới ở mức 4,55%.

Chính sách COVID-19

Vào tháng 3 năm 2020, Chính phủ Hàn Quốc thông báo sẽ chi 39 tỷ USD để hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ đang gặp khó khăn do COVID-19. Ngoài ra, chính phủ cũng sẽ cung cấp 724 triệu USD để giúp 520.000 công nhân trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ duy trì việc làm.

Với sự trỗi dậy nhanh chóng của hệ sinh thái khởi nghiệp từ một hệ sinh thái khiêm tốn trở thành một hệ sinh thái hoạt động hàng đầu trên toàn cầu, cũng như khả năng phục hồi của thành phố khi đối mặt với khủng hoảng toàn cầu, Seoul chắc chắn là một ví dụ điển hình cho các thành phố khác đang tìm cách phát triển hệ sinh thái của họ với một chương trình đầu tư theo hướng dữ liệu mạnh và hỗ trợ khởi nghiệp tại địa phương.

Phương Anh (The Global Startup Ecosystem Report 2020, Startup Genome)

Một vài thông số về hệ sinh thái khởi nghiệp Seoul, so sánh với trung bình thế giới

	Hệ sinh thái khởi nghiệp Seoul	Trung bình thế giới
Tổng huy động vốn giai đoạn đầu	1 tỷ USD	431 triệu USD
Giá trị hệ sinh thái	39 tỷ USD	10,5 tỷ USD
Trung bình vòng hạt giống	443 nghìn USD	494 nghìn USD
Trung bình vòng Series A	2,8 triệu USD	2,7 triệu USD
Lương kỹ sư phần mềm	48 nghìn USD	42,1 nghìn USD

Nguồn: Báo cáo của Startup Genome, 2020

Digital Marketing



ĐỊNH VỊ KỸ THUẬT SỐ TRONG TIẾP THỊ

Ngày nay, không có chiến lược tiếp thị nào là hoàn chỉnh nếu nó không kết hợp chiến lược và biểu hiện kỹ thuật số. Việc hiểu biết về kỹ thuật số đòi hỏi phải suy nghĩ vượt ra ngoài bất kỳ công cụ hoặc kênh nào và hướng tới sự trao đổi giá trị: một hệ thống kinh tế giao dịch với sự chú ý được coi là tiền tệ.

Giới thiệu

Bud Caddell định nghĩa 'kỹ thuật số' là "một lớp có sự tham gia của tất cả các phương tiện truyền thông đại chúng cho phép người dùng tự chọn trải nghiệm của riêng họ và cung cấp cho các nhà tiếp thị khả năng kết nối phương tiện truyền thông, thu thập phản hồi, lập lại thông điệp của họ và thu thập các mối quan hệ". Nói cách khác, kỹ thuật số là một cách mới để khám phá nội dung (cho người dùng) và kết nối với khách hàng (cho các nhà tiếp thị).

Kỹ thuật số không chỉ là một tập hợp các kênh tiếp thị - đó là một cách suy nghĩ khác về cách mọi người tương tác với truyền thông, với nhau và thế

giới xung quanh họ. Kỹ thuật số cho phép chúng ta phân khúc đối tượng của mình và điều chỉnh thông điệp theo cách có giá trị và có thể đo lường được. Mọi người không phải là người tiêu dùng thụ động; họ được trao quyền với tư cách là nhà xuất bản, biên tập viên và nhà bình luận. Cuộc trò chuyện diễn ra theo nhiều hướng và thường không được bắt đầu hoặc kiểm soát bởi các thương hiệu.

Hiểu biết về tiếp thị

Trước khi chúng ta có thể đi sâu vào tiếp thị kỹ thuật số, điều quan trọng là phải hiểu các nguyên tắc cơ bản làm nền tảng cho chính hoạt động tiếp thị. Xét cho cùng, tiếp thị kỹ thuật số có cùng mục đích, ý

định và mục tiêu như tiếp thị truyền thống. TS. Philip Kotler định nghĩa tiếp thị như sau, "Tiếp thị là chức năng của tổ chức có thể giữ liên lạc thường xuyên với người tiêu dùng của tổ chức, đọc được nhu cầu của họ, phát triển các sản phẩm đáp ứng những nhu cầu này và xây dựng một chương trình truyền thông để thể hiện mục đích của tổ chức" (Kotler and Levy, 1969).

Hiểu về tiếp thị kỹ thuật số

Làm thế nào để tiếp thị kỹ thuật số phù hợp với định nghĩa này? Trên thực tế, không có sự khác biệt cơ bản nào giữa tiếp thị 'truyền thống' và tiếp thị kỹ thuật số. Chúng là một và giống nhau.

Xét cho cùng, mục đích của bất kỳ loại hình tiếp thị nào cũng đều là giữ khách hàng và kích thích doanh số bán hàng trong tương lai. Các công cụ truyền thông kỹ thuật số giúp bạn có thể kết nối và xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng. Tiếp thị kỹ thuật số giúp tạo ra nhu cầu của người tiêu dùng bằng cách sử dụng sức mạnh của web tương tác, được kết nối với nhau. Nó cho phép trao đổi tiền tệ, nhưng hơn thế nữa, nó cho phép trao đổi sự chú ý để lấy giá trị. Đây được gọi là nền kinh tế chú ý (attention economy). Tiếp thị kỹ thuật số có ưu thế theo hai cách cơ bản. Đầu tiên, khách hàng có thể được phân đoạn rất chính xác - thậm chí theo các yếu tố như vị trí hiện tại và các tương tác với thương hiệu gần đây - có nghĩa là thông điệp có thể (và phải) được cá nhân hóa và điều chỉnh đặc biệt cho họ. Thứ hai, phạm vi kỹ thuật số gần như hoàn toàn có thể đo lường được - mỗi phút và mỗi lần nhấp chuột của khách hàng đều có thể được tính toán. Trong kỹ thuật số, bạn có thể biết chính xác các chiến dịch khác nhau đang hoạt động như thế nào, kênh nào mang lại nhiều lợi ích nhất và nơi nỗ lực của bạn được tập trung tốt nhất.

Huy động nguồn lực từ cộng đồng (Crowdsourcing)

Huy động nguồn lực từ cộng đồng là một ví dụ rõ

nét về cách các công cụ kỹ thuật số đã kích hoạt một số cách tư duy nhất định. Nói một cách dễ hiểu, huy động nguồn lực từ cộng đồng là một mô hình sản xuất và giải quyết vấn đề phân tán dựa vào một cộng đồng tích cực để tìm ra giải pháp cho các vấn đề. Huy động nguồn lực từ cộng đồng chủ yếu dựa vào các công cụ và hình thức giao tiếp được tạo ra bởi Internet.

Do Internet kết nối mọi người trên toàn thế giới thông qua các công cụ và công nghệ xuất bản khác nhau, thông tin và ý tưởng trên các kênh này đã trở thành hàng hóa. Trước đây, chúng ta phải tập hợp một cách vật lý để tạo ra cộng đồng. Giờ đây, thông qua công nghệ, các cộng đồng có thể được kết nối chặt chẽ trong khi cách xa nhau về mặt địa lý.

Bằng cách lắng nghe cộng đồng và yêu cầu đóng góp của họ, các tổ chức có thể có được cái nhìn sâu sắc đầu tiên về nhu cầu và mong muốn của khách hàng, đồng thời xây dựng các sản phẩm và dịch vụ đáp ứng những nhu cầu và mong muốn đó. Với ý thức giành được quyền sở hữu, cộng đồng có thể cảm thấy mối quan hệ gắn bó trong việc xây dựng thương hiệu với cộng đồng thông qua cộng tác và đóng góp.

Sử dụng Internet, một tổ chức có thể khai thác nhiều nhân tài và kiến thức hơn so với nguồn tài nguyên của chính tổ chức đó. Việc khai thác tài nguyên này có thể được thực hiện theo một trong ba cách:

- Huy động nguồn lực từ cộng đồng, bao gồm việc yêu cầu và cho phép mọi người chia sẻ ý tưởng hoặc sáng tạo của họ để đổi lấy phần thưởng tình cảm hoặc tiền bạc. Đây là loại phổ biến nhất được sử dụng để tiếp thị và tạo ý tưởng. Các trang web như Threadless (www.threadless.com), Idea Bounty (www.ideabounty.com), Wikipedia (en.wikipedia.org) là những ví dụ điển hình về huy động nguồn lực từ cộng đồng.

- Huy động nguồn lực từ cộng đồng, bao gồm

việc yêu cầu nhiều người trong cộng đồng lớn, mỗi người quyên góp một số tiền nhỏ để thu thập một khoản lớn để tài trợ cho một dự án cụ thể. Kickstarter (www.kickstarter.com) là một nền tảng nổi tiếng, nơi những người muốn bắt đầu các dự án có thể yêu cầu những người ủng hộ tài trợ cho họ. Mức đóng góp càng cao, người ủng hộ sẽ nhận được càng nhiều sau khi dự án hoàn thành.

- Chia nhỏ nhiệm vụ, bao gồm việc chia một nhiệm vụ lớn hoặc dự án thành các mảng nhỏ và yêu cầu nhiều người cùng hoàn thành một vài mảng của nhiệm vụ này, thường là để thanh toán. Một công ty sử dụng phương pháp này là BrandsEye (www.brandseye.com), công ty trả tiền cho các thành viên của cộng đồng để đánh giá tình cảm đăng sau các đề cập trên mạng xã hội.

Các cộng đồng sử dụng nền tảng huy động nguồn lực từ cộng đồng tồn tại vì những lý do khác nhau. Một số tồn tại vì có những người quan tâm và

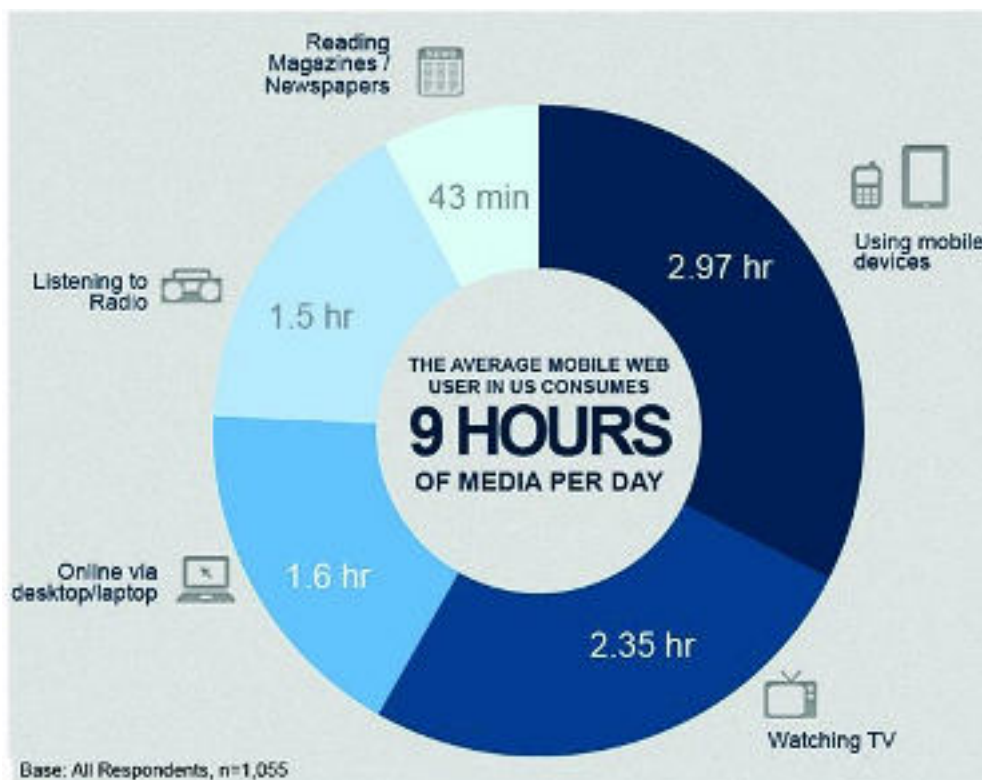
yêu thích những thương hiệu đó. Họ tham gia vào cộng đồng vì họ muốn cải thiện các sản phẩm và dịch vụ mà họ nhận được. Những người khác muốn đạt được phần thưởng bằng tiền hoặc uy tín từ việc đưa ra giải pháp chiến thắng.

Dù thế nào đi nữa, huy động nguồn lực từ cộng đồng thể hiện sức mạnh của Internet - nó kết nối mọi người, xây dựng cộng đồng, truyền bá thông điệp và khai thác nguồn ý tưởng và cảm hứng toàn cầu.

Người sử dụng kỹ thuật số (Digital audiences)

Cả bối cảnh truyền thông và thói quen truyền thông của mọi người đã thay đổi. Có nhiều cộng đồng ngách bị phân mảnh và có tính cụ thể cao trên nhiều kênh truyền thông kỹ thuật số.

Đồng thời, sự chú ý của mọi người bị phân tán bởi nhiều kênh và công cụ truyền thông mới có sẵn - ngoài các phương tiện truyền thống, giờ đây chúng ta có mạng xã hội, email, công cụ web, thiết bị di



Hình 1. Những cách mà mọi người sử dụng phương tiện kỹ thuật số

động và nhiều hơn thế nữa đang phân tán sự chú ý của chúng ta. Với quá nhiều lựa chọn và quá ít thời gian, người dùng đã trở nên rất thành thạo trong việc bỏ qua các thông điệp tiếp thị.

Chìa khóa để thành công có hai mặt: các ý tưởng phải đáng chú ý và bạn phải tìm được một nhóm thích hợp, những người có ấn tượng sâu sắc với sản phẩm của bạn và sẵn sàng dành sự chú ý ít ỏi của họ cho nó. Những người hâm mộ này có thể nói với bạn bè của họ và làm như vậy, truyền bá thông tin này qua các mạng kỹ thuật số được kết nối với nhau của họ. Nếu hầu hết người tiêu dùng có khả năng bỏ qua thông điệp tiếp thị của bạn thì mục tiêu là nói chuyện với những người đang thực sự lắng nghe.

Điều này dẫn đến một sự cân nhắc kỹ thuật số quan trọng khác. Ngày nay, chính mỗi cá nhân là một kênh truyền thông. Rốt cuộc, hầu hết chúng ta đều tạo ra, chia sẻ, nhận xét và liên kết đến nội

dung mà chúng ta thấy thú vị - hoặc chúng ta nghĩ rằng bạn bè và người theo dõi của chúng ta sẽ quan tâm. Các chương trình phát sóng kỹ thuật số được cá nhân hóa này được những người quan tâm đến những gì chúng ta đang nói lắng nghe. Thông qua đó, các cá nhân đã trở thành đường dẫn thông tin, ý tưởng và tin tức một cách mạnh mẽ.

Sự trao đổi ý tưởng này dẫn đến việc tạo ra cộng đồng và nuôi dưỡng các mối quan hệ. Kỹ thuật số giúp chúng ta hiểu rõ hơn các mối quan hệ này.

Phân khúc và tùy chỉnh tin nhắn

Tất cả những ý tưởng này về cộng đồng ngách, các nhân vật có ảnh hưởng trên phương tiện truyền thông và sự chú ý rời rạc đều gắn với khả năng phân khúc khán giả trực tuyến và tùy chỉnh thông điệp.

Phân khúc là quá trình lấy một đối tượng chung duy nhất và phân chia đối tượng đó theo các nhóm hoặc đặc điểm cụ thể. Khi điều này được thực hiện,

Your Recently Viewed Items and Featured Recommendations

The screenshot displays Amazon's recommendation interface. At the top, under 'You viewed', there are four small product thumbnails. To the right is a link to 'View or edit your browsing history'. Below this is a section titled 'Continue Shopping: Customers Who Bought Items in Your Recent History Also Bought'. It features four product cards with images, titles, star ratings, and prices. The products are: 'Newer Technology NuStand Alloy...', 'Apple Time Capsule 2TB ME177LL/A', 'iPearl mCover Hard Shell Case...', and 'UPPERCASE Ultra Thin Clear Soft...'. Each card includes a star rating and a price tag with the Amazon Prime logo.

Hình 2. Amazon đề xuất các mặt hàng dựa trên lượt mua và lượt xem trước đây

mỗi nhóm có thể được nhắm mục tiêu khác nhau tùy thuộc vào nhu cầu của họ từ thương hiệu. Ví dụ, một ngân hàng có thể phục vụ nhiều đối tượng

khách hàng, nhưng thông điệp mà ngân hàng gửi đến các phân khúc như người trẻ có thu nhập cao, chủ doanh nghiệp nhỏ và người về hưu sẽ rất khác

nhau.

Kỹ thuật số cung cấp nhiều thông tin người dùng, khả năng nhắm mục tiêu người dùng dựa trên các yếu tố này và sự sẵn có của công nghệ để tạo ra và quản lý cơ sở dữ liệu lớn. Trong phân khúc tiếp thị kỹ thuật số, khách hàng có thể được tiếp cận trên nhiều kênh truyền thông tùy thuộc vào sở thích và nhu cầu của họ. Không nên tập trung vào các kênh riêng biệt, mà là cách các kênh kỹ thuật số có thể kích hoạt và hoạt động với thể mạnh của những gì có thể được coi là phương tiện “truyền thống” như TV hoặc bảng quảng cáo. Ngày nay, kỹ thuật số thường đóng vai trò cầu nối cho khách hàng giữa các phương tiện tiếp thị khác nhau, cho phép họ phản hồi thông điệp truyền phát trên TV thông qua truyền thông xã hội, nơi họ có thể có được trải nghiệm các sản phẩm của thương hiệu nhiều hơn, phong phú hơn và tương tác hơn.

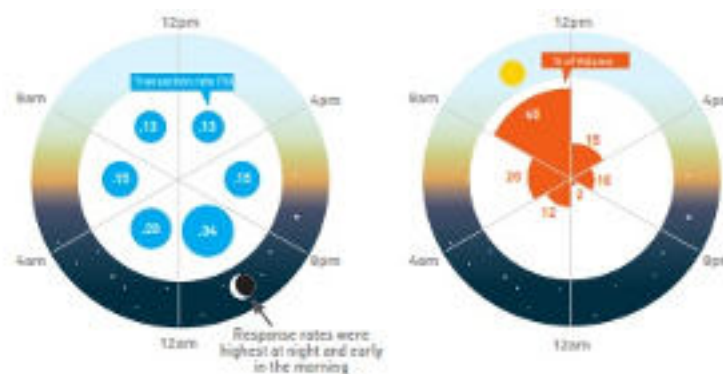
Khi một phân khúc đối tượng đã được tạo ra, thông điệp được gửi đến đó cũng có thể được tùy

chỉnh (thường tự động) nhờ sự sẵn có của các công cụ kỹ thuật số và thông tin cần thiết. Điều này có thể chỉ nhỏ nhất như việc thêm tên của khách hàng vào lời chào trong email hoặc quan trọng như việc điều chỉnh toàn bộ trang nội dung cho phù hợp với lịch sử mua hàng, kết nối và tương tác với thương hiệu của họ. Ví dụ: Amazon đưa ra các giới thiệu sản phẩm cho người dùng dựa trên các mặt hàng mà họ đã mua cũng như các sản phẩm tương tự mà người khác đã mua.

Khả năng đo lường

Yếu tố thứ hai phân biệt kỹ thuật số là khả năng đo lường của nó. Nhờ công nghệ kỹ thuật số, hầu hết mọi hành động trên web đều có thể được theo dõi, nắm bắt, đo lường và phân tích.

Lợi ích cho các nhà tiếp thị phải rõ ràng. Mặc dù các phương tiện truyền thông chắc chắn là hiệu quả, nhưng đôi khi rất khó để biết chính xác cái gì đang hoạt động, nó hoạt động tốt như thế nào và tại sao. Kỹ thuật số có thể giúp bạn xác định sự thành



Hình 3. Việc đo lường dữ liệu trực tuyến có thể cho bạn biết, ví dụ, khi nào là thời điểm tốt nhất là gửi email

công của các chiến dịch theo kênh, phân khúc đối tượng và thậm chí cả thời gian trong ngày.

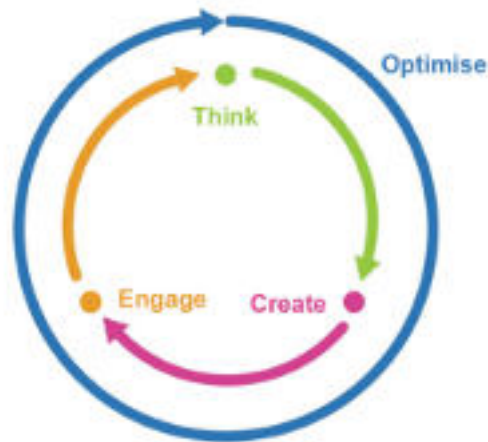
Phân tích trang web - theo dõi, phân tích và rút ra thông tin chi tiết từ dữ liệu trực tuyến - cũng có

thể tiến thêm một bước nữa để giúp nhà tiếp thị hiểu được ý định của khách hàng. Mặc dù dữ liệu chỉ đơn thuần trả lời những gì mọi người đang làm, nhưng việc xem xét điều này kết hợp với những thông tin

chi tiết khác có thể giúp bạn hiểu tại sao họ cũng đang làm điều đó.

Khả năng đo lường trong kỹ thuật số không chỉ là hiểu công nghệ, mặc dù đó là bước đầu tiên cần thiết. Đó là về việc hiểu cách con người và công nghệ tương tác nhau - với mục tiêu cuối cùng là sử dụng thông tin này để tạo ra các thông điệp tiếp thị phù hợp và hiệu quả nhất. Như Kotler nói, nó xoay quanh khái niệm “tạo ra và làm hài lòng khách hàng bằng lợi nhuận” (Kotler, 1991).

Mô hình TCEO (Think, Create, Engage and



có nhiệm vụ phát triển các kế hoạch chiến lược cho thế giới kỹ thuật số. Giống như lập kế hoạch truyền thông truyền thống, nó bao gồm các chủ đề như hiểu biết sâu sắc về người tiêu dùng, nghiên cứu, phát triển khái niệm, phân bổ ngân sách và lập kế hoạch kênh tiếp thị.

SÁNG TẠO mang các khái niệm vào cuộc sống bằng cách thực hiện các chiến dịch và nền tảng định hình. Nó bao gồm tất cả các khía cạnh của việc tạo tài sản web, từ thiết kế và phát triển web đến viết bài quảng cáo khái niệm, tạo tài sản truyền thông xã hội, phát triển thiết bị di động, hệ thống kinh doanh kỹ thuật và tích hợp truyền thông xã hội.

Optimise)

Có rất nhiều mô hình để tiếp cận tiếp thị kỹ thuật số nhưng hiệu quả nhất là nhóm nó thành bốn lĩnh vực có liên quan với nhau: Tư duy, sáng tạo, thu hút và tối ưu hóa. Việc gộp nhóm này tạo ra một quy trình dẫn đến việc sử dụng tối ưu các chiến thuật kỹ thuật số.

Sơ đồ dưới đây minh họa mối tương quan giữa các nguyên tắc và làm nổi bật cách chức năng tối ưu hóa sẽ hiển thị ở mỗi giai đoạn:

TƯ DUY là điểm khởi đầu của mô hình này. Nó

THU HÚT chịu trách nhiệm thúc đẩy lưu lượng truy cập và xây dựng các mối quan hệ. Mua và lập kế hoạch truyền thông, tối ưu hóa công cụ tìm kiếm, tiếp thị qua email, mạng xã hội và quản lý chiến dịch là một số hoạt động chính ở đây.

TỐI ƯU HOÁ là cải tiến liên tục. Nó cung cấp hiểu biết sâu sắc và bài học thông qua phân tích, khai thác dữ liệu, tối ưu hóa chuyển đổi và thử nghiệm. Tối ưu hóa có liên quan ở mỗi giai đoạn của quy trình.

Nguyễn Lê Hằng (eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world)