

HÀNH VI TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG

trong THỜI ĐẠI SỐ

Trong bối cảnh kinh tế có nhiều biến động, cùng với sự phát triển của Khoa học công nghệ, sự thay đổi quá nhanh chóng của hành vi khách hàng khiến doanh nghiệp đang đứng trước rất nhiều cơ hội nhưng cũng phải đối mặt với nhiều nguy cơ thách thức. Hoạt động Marketing của các doanh nghiệp cũng buộc phải thay đổi để bắt kịp với sự thay đổi của hành vi khách hàng. Tuy nhiên nhiều doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ chỉ thay đổi được phần ngọn nhằm giải quyết bài toán doanh số bán hàng trong ngắn hạn, việc xây dựng thương hiệu trên môi trường số và một chiến lược xuyên suốt dài hạn gần như bị bỏ trống.

Thị Bảo Thoa - Trưởng Bộ môn Marketing, Viện Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội đã cung cấp những chia sẻ về chương trình đào tạo Design thinking - tư duy thiết kế mà Đại học Quốc gia Hà Nội được Học viện sáng tạo, ĐH Dublin, Ireland chuyển giao. Đây là công cụ cực kỳ hữu hiệu có thể giúp các doanh nghiệp hàng tiêu dùng phát triển và cải tiến sản phẩm, cũng như gia tăng giá trị sản phẩm của hàng tiêu dùng Việt Nam trong tương lai.



TS. Hoàng Thị Bảo Thoa đã so sánh và nêu bật sự thay đổi của hành vi khách hàng, vai trò của khách hàng trong câu chuyện ra quyết định lựa chọn và mua sản phẩm từ thời kỳ Marketing 1.0 cho đến thời kỳ công nghệ số, đưa ra mô hình doanh nghiệp có thể sử dụng để tư duy lại về giá trị sản phẩm từ đó doanh nghiệp có thể có một bức tranh rõ nét về vai trò và cách thức doanh nghiệp có thể thực hiện để cải tiến hoặc phát triển sản phẩm mới và tạo ra hành trình trải nghiệm khách hàng trong môi trường số.

TS. Hoàng Thị Bảo Thoa cũng phân tích trường hợp thực tế về cách thức xây dựng hành trình trải nghiệm trong môi trường số cho một sản phẩm hữu hình và một dịch vụ để minh họa, giải đáp các thắc mắc cho các doanh nghiệp qua đó hỗ trợ cho các nhà làm Marketing, các chủ doanh nghiệp có được một góc nhìn mới trong xây dựng chiến lược Marketing tổng thể, dài hạn, bền vững, phù hợp với khả năng của các doanh nghiệp, thích ứng tốt hơn với tình hình.