**TÓM TẮT**

Đề án thạc sĩ "Marketing trực tuyến cho thương hiệu BLUE của Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Xuất - Nhập khẩu Hà Thành" đã đạt được những kết quả quan trọng và có khả năng ứng dụng thực tế cao. Đề án đã hệ thống hóa cơ sở lý luận về marketing trực tuyến, bao gồm các khái niệm, đặc điểm, và các công cụ phổ biến như SEO, Google Ads, Influencers, Affiliate Marketing, Quảng cáo trực tuyến, Email Marketing và Social Media. Phân tích đặc điểm và vai trò của marketing trực tuyến trong lĩnh vực FMCG, giúp hiểu rõ hơn về môi trường cạnh tranh và xu hướng tiêu dùng hiện đại. Đánh giá chi tiết các hoạt động marketing trực tuyến hiện tại của BLUE, bao gồm SEO, Google Ads, Influencers, Affiliate Marketing, Quảng cáo trực tuyến, Email Marketing và social media. Xác định những điểm mạnh và hạn chế trong chiến lược marketing trực tuyến hiện tại, giúp công ty có cái nhìn tổng quan về hiệu quả và những khía cạnh cần cải thiện.

Từ đó, đề án đề xuất các giải pháp cụ thể để tối ưu hóa chiến lược marketing trực tuyến như tối ưu từ khóa, xây dựng nội dung chất lượng, hợp tác với influencers, và sử dụng quảng cáo banner và video. Các giải pháp này không chỉ giúp nâng cao nhận diện thương hiệu và tăng doanh số bán hàng trực tuyến ít nhất 30% mỗi năm, mà còn cải thiện trải nghiệm khách hàng và hiệu quả chi tiêu quảng cáo. Đề án cung cấp một chiến lược marketing bền vững và phù hợp với xu hướng thị trường, giúp BLUE xây dựng mối quan hệ tốt với khách hàng và phát triển bền vững trong bối cảnh thị trường cạnh tranh gay gắt.