# **TÓM TẮT**

Nghiên cứu "Truyền thông marketing cho dịch vụ du học nghề Đức của Công ty Cổ phần Khát vọng Việt Đức (VGEC)" nhằm phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp truyền thông marketing cho dịch vụ này. Trên cơ sở phân tích môi trường marketing, nghiên cứu đã xác định rõ những yếu tố vĩ mô và vi mô ảnh hưởng đến thị trường du học nghề Đức tại Việt Nam. Qua đó, phân tích STP (Segmenting, Targeting, Positioning) và SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) để đánh giá vị thế của VGEC trên thị trường.

Nghiên cứu đã sử dụng phương pháp khảo sát và phỏng vấn sâu các nhân viên quản lý và chuyên viên marketing của VGEC, cùng với việc thực hiện khảo sát khách hàng để thu thập dữ liệu. Bằng phương pháp phân tích định tính và định lượng, nghiên cứu đã chỉ ra các điểm tích cực và tiêu cực của các hoạt động truyền thông marketing của VGEC. Cụ thể, các công cụ truyền thông marketing được phân tích gồm:

Quảng cáo: VGEC sử dụng quảng cáo trên cả kênh online và offline. Quảng cáo giúp tăng cường nhận thức thương hiệu và thu hút sự chú ý của khách hàng.

PR (Quan hệ công chúng): VGEC tổ chức các sự kiện, hội thảo và hợp tác với các đối tác uy tín để xây dựng hình ảnh và uy tín thương hiệu. Các hoạt động PR giúp tăng cường niềm tin của khách hàng và xây dựng mối quan hệ lâu dài với họ.

Marketing trực tiếp: Các hoạt động như email, gửi tin, cuộc gọi tư vấn chưa được triển khai nhiều.

Bán hàng cá nhân: Đội ngũ nhân viên bán hàng của VGEC chủ động tìm kiếm, tương tác và thuyết phục khách hàng, tạo được thiện cảm rất tốt với các khách hàng mục tiêu. Từ đó tạo ra doanh thu chính cho công ty. Tuy nhiên công cụ này còn tồn tại nhiều bất cập.

Xúc tiến bán: VGEC thực hiện các chương trình khuyến mãi và ưu đãi đặc biệt để thu hút khách hàng và tăng cường doanh số bán hàng tuy nhiên chưa hiệu quả

Kết quả khảo sát từ phía khách hàng đã cho thấy phản ứng tích cực và tiêu cực đối với các hoạt động truyền thông marketing hiện tại của VGEC. Những phản ứng này đã giúp xác định rõ những điểm mạnh và yếu trong hoạt động truyền thông của công ty.

Dựa trên các phân tích và kết quả khảo sát, nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông marketing của VGEC. Những giải pháp này được kỳ vọng sẽ giúp VGEC nâng cao hình ảnh thương hiệu, thu hút thêm nhiều khách hàng, và tăng cường uy tín trên thị trường.

Đề án tốt nghiệp này có ý nghĩa thực tiễn lớn đối với VGEC, giúp công ty cải thiện chiến lược truyền thông marketing và phát triển bền vững trên thị trường.