

**BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG KỸ THUẬT CÔNG NGHIỆP**



**BÁO CÁO TÓM TẮT NỘI DUNG
SÁNG KIẾN KINH NGHIỆM
CẤP TRƯỜNG NĂM 2017**

TÊN SÁNG KIẾN:

" Nâng cao hiệu quả công tác tuyển sinh tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Công nghiệp bằng việc ứng dụng Facebook marketing."

MÃ SỐ: SKKN.02.2017

Chủ nhiệm đề tài: Lương Thị Mai Hoa

Các thành viên thực hiện: - Đặng Thị Hoa

- Thân Văn Hùng

- Nguyễn Văn Lâm

Bắc Giang, ngày.....tháng 12 năm 2017

**BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG KỸ THUẬT CÔNG NGHIỆP**



**BÁO CÁO TÓM TẮT NỘI DUNG
SÁNG KIẾN KINH NGHIỆM
CẤP TRƯỜNG NĂM 2017**

TÊN SÁNG KIẾN:

" Nâng cao hiệu quả công tác tuyển sinh tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Công nghiệp bằng việc ứng dụng Facebook marketing"

MÃ SỐ: SKKN.02.2017

Xác nhận cơ quan chủ trì đề tài
(ký, họ tên, đóng dấu)

Chủ nhiệm đề tài, SKKN
(ký, họ tên)

Lương Thị Mai Hoa

Bắc Giang, ngày tháng 12 năm 2017

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	4
1. Tính cấp thiết của sáng kiến.....	4
2. Mục tiêu của sáng kiến	5
3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu	5
4. Phương pháp nghiên cứu	5
5. Nhiệm vụ nghiên cứu:.....	5
Chương I: TỔNG QUAN VỀ NGHIÊN CỨU	6
1.1. Tổng quan về Facebook marketing.....	6
1.1.1. Tình hình sử dụng Facebook tại Việt Nam.....	6
1.1.2. Facebook marketing	6
1.2. Tổng quan về thực trạng công tác tuyển sinh tại trường cao đẳng Kỹ thuật Công nghiệp	6
Chương II: XÂY DỰNG QUY TRÌNH TUYỂN SINH ỨNG DỤNG FACEBOOK MARKETING	6
2.1. Chiến lược Facebook marketing trong tuyển sinh.....	6
2.1.1. Sản phẩm (Product).....	7
2.1.2. Giá (Prices)	7
2.1.3. Hỗ trợ chi phí (Promotion)	7
2.1.4. Địa điểm (Place)	7
2.1.5. Con người (People).....	8
2.2. Thực hiện chiến lược Facebook marketing trong tuyển sinh	8
2.2.1. Xây dựng các Profile Facebook tư vấn tuyển sinh	8
2.2.2. Xây dựng hệ thống data khách hàng tiềm năng.....	8
2.2.3. Xây dựng và phát triển các Group, Fanpage chính và vệ tinh.....	8
2.2.4. Chạy quảng cáo Facebook Marketing .. Error! Bookmark not defined.	
Chương 3: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	9
3.1. Kết luận	9
3.2. Kiến nghị.....	9

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của sáng kiến

Xã hội ngày càng phát triển, thông tin ngày càng trở nên phong phú, đa dạng và phức tạp. Cùng với đó là sự bùng nổ thông tin và truyền thông đã thay đổi thói quen tiếp cận thông tin của con người. Giờ đây, chỉ cần một chiếc điện thoại thông minh hay một chiếc máy tính có kết nối internet là chúng ta có thể biết được mọi thông tin mới nhất, từ khắp nơi trên thế giới.

Cùng với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin thì con người cũng đã nghĩ ra rất nhiều các ứng dụng phục vụ cho nhu cầu học tập, làm việc và giải trí của con người. Trong đó, sự ra đời của Facebook chính là một trong những sự kiện mang đến nhiều thay đổi trong đời sống của con người trên toàn thế giới.

Hiện nay trong nhiều ngành nghề, lĩnh vực việc ứng dụng Facebook Marketing vào công việc kinh doanh, đã và đang mang lại những hiệu quả vô cùng lớn. Với sức mạnh phủ sóng toàn cầu mỗi một thông tin được chia sẻ trên Facebook cũng có thể tiếp cận đến hàng nghìn, hàng triệu người trong thời gian ngắn. Chính vì lẽ đó lựa chọn Facebook Marketing chính là một trong những giải pháp mà các tổ chức và doanh nghiệp đang sử dụng nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh đồng thời giảm thời gian thực hiện công việc, hỗ trợ đắc lực cho người làm marketing,...

Ở bất kỳ môi trường giáo dục nào, công tác tuyển sinh luôn là một nhiệm vụ vô cùng quan trọng, được ưu tiên hàng đầu. Khi mà các cơ sở giáo dục chuyên nghiệp đang từng bước tự chủ về tài chính thì số lượng học sinh sinh viên theo học ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển của mỗi nhà trường. Do đó, làm sao để nâng cao được chất lượng công tác tuyển sinh chính là điều mà các cơ sở giáo dục quan tâm.

Việc ứng dụng CNTT nói chung và Facebook marketing nói riêng vào công tác tuyển sinh mặc dù còn mới nhưng được xem là một trong những phương pháp tuyển sinh mang lại nhiều hiệu quả, nhất là khi chúng ta đang sống trong thời đại thông tin như hiện nay. Với Facebook mọi thông tin tuyển sinh của Nhà trường có thể nhanh chóng tiếp cận đến với người học và phụ huynh trong thời gian ngắn.

Trường Cao đẳng kỹ thuật Công nghiệp mặc dù coi công tác tuyển sinh là nhiệm vụ hàng đầu, thế nhưng hàng năm công tác tuyển sinh vẫn còn gặp nhiều khó khăn. Các thông tin tuyển sinh được người học biết đến chủ yếu là qua phát tờ rơi, poster, tư vấn trực tiếp, thông tin trên website,... Mất nhiều công sức, tiền bạc

mà hiệu quả mang lại chưa đáp ứng được kỳ vọng đề ra. Vì vậy việc ứng dụng Facebook marketing trong công tác tuyển sinh chính là giải pháp tuyển sinh cần thiết trong thời buổi hiện nay.

2. Mục tiêu của sáng kiến

- Tìm hiểu về Facebook marketing;
- Xây dựng quy trình tuyển sinh ứng dụng Facebook marketing.

3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu

* Đối tượng nghiên cứu:

- *Công tác tuyển sinh.*

* Phạm vi nghiên cứu:

- *Xây dựng quy trình tuyển sinh ứng dụng Facebook marketing;*
- *Giới hạn trong công tác tuyển sinh của trường CD Kỹ thuật Công nghiệp.*

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp nghiên cứu tài liệu: Nghiên cứu các tài liệu liên quan để xây dựng cơ sở lý luận;
- Phương pháp thực nghiệm: Xây dựng quy trình tuyển sinh ứng dụng Facebook marketing.

5. Nhiệm vụ nghiên cứu:

Xây dựng được quy trình tuyển sinh ứng dụng Facebook marketing và ứng dụng được vào thực tế công tác tuyển sinh của trường Cao đẳng Kỹ thuật Công nghiệp.

Chương I. TỔNG QUAN VỀ NGHIÊN CỨU

1.1. Tổng quan về Facebook marketing

1.1.1. Tình hình sử dụng Facebook tại Việt Nam

1.1.2. Facebook marketing



Hình 1.5. *Xác định khách hàng tiềm năng qua 6 yếu tố cơ bản*

1.2. Tổng quan về thực trạng công tác tuyển sinh tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Công nghiệp

Chương II. XÂY DỰNG QUY TRÌNH TUYỂN SINH ỨNG DỤNG FACEBOOK MARKETING

2.1. Chiến lược Facebook marketing trong tuyển sinh

Nếu coi chương trình đào tạo, chất lượng sinh viên đầu ra là một sản phẩm thì người học (sinh viên) chính là người mua hàng. Do đó, công tác tuyển sinh được coi là công tác tiếp thị, công tác Marketing nhằm thu hút khách mua hàng. Vì vậy, công tác tuyển sinh cũng cần phải có một chiến lược Marketing cụ thể và cũng phải tuân theo công thức 7P: Product (Sản phẩm), Price (Giá), Promotion (hỗ trợ chi phí), Place (Địa điểm), Packaging (Đóng gói), Positioning (Định vị) và People (Con người).

Chiến lược marketing 5P trong xây dựng chiến lược Facebook marketing cho công tác tuyển sinh tại trường cao đẳng Kỹ thuật Công nghiệp.

2.1.1. Sản phẩm (Product)

Sản phẩm ở đây của Nhà trường chính là chương trình đào tạo, các ngành nghề đào tạo, chất lượng sinh viên ra trường. Tất cả cần phải được mô tả ngắn gọn nhưng đầy đủ, trung thực, khách quan, số liệu khá chính xác,...

Giải pháp: Cần phải có các bài viết trên website, forum, mạng xã hội, ... để đưa các thông tin mô tả Sản phẩm của nhà trường nhằm thu hút traffic (lượng truy cập thông tin). Đồng thời có backlink đến các page tuyển sinh và đăng ký tuyển sinh trực tuyến.

2.1.2. Giá (Prices)

Cần phải thông báo công khai và thường xuyên các khoản học phí hoặc dự báo chi phí cho các chương trình học tập, đó là chi phí cho sản phẩm và dịch vụ mà Nhà trường đang cung cấp để đảm bảo rằng nó luôn phù hợp với thực tế của thị trường hiện tại và tính minh bạch (ba công khai).

Giải pháp: Nhà trường cần nghiên cứu một cách chi tiết về các khoản thu, học phí của sinh viên

2.1.3. Hỗ trợ chi phí (Promotion)

Trong các doanh nghiệp kinh doanh sản phẩm và dịch vụ thì hỗ trợ chi phí được hiểu đây là một trong chiêu thức thúc đẩy bán hàng. Tuy nhiên, đối với dịch vụ đào tạo thì đây được hiểu là hình thức khen thưởng, khuyến khích học tập, cấp học bổng và giảm học phí cho các sinh viên có hoàn cảnh đặc biệt, sinh viên có thành tích hoạt động phong trào hoặc thành tích học tập tốt trong khóa học; Ngoài ra còn thể hiện ở các định hướng, các cơ hội việc làm; cơ hội thăng tiến cho các HSSV đang học và sau khi học xong...

Giải pháp: Công bố chính xác và công khai về các hình thức và chế độ đãi ngộ, khen thưởng cho người học, các cơ hội việc làm... Đưa ra các số liệu thống kê gần đây (ngay các khóa đang theo học và các thông tin hấp dẫn tin cậy về các chương trình liên quan,...)

2.1.4. Địa điểm (Place)

Chữ P thứ tư trong Công thức Marketing 7P đó chính là địa điểm/nơi kênh phân phối sản phẩm hay dịch vụ.

2.1.5. Packaging (Đóng gói)

Chữ P thứ năm trong Công thức tiếp thị 7P đó là Packaging – Đóng gói.

Đây chính là yếu tố hình ảnh, thương hiệu của nhà trường được thể hiện qua hình thức bên ngoài của các yếu tố trong nhà trường;

2.1.6. Positioning (Định vị)

Định vị cho một sản phẩm (một dịch vụ, một công ty, một tổ chức, hay một cá nhân) là chọn một vị trí trong suy nghĩ, nhận thức của những đối tượng mà sản phẩm (hoặc dịch vụ, công ty, tổ chức hay cá nhân) ấy nhắm đến và tìm cách đưa nó vào ngay vị trí đó

Giải pháp: - Cùng cố định vị của nhà trường vị thế, chất lượng đào tạo của nhà trường trong tư tưởng người học, phụ huynh, nhân dân trong tỉnh cũng như ngoài tỉnh về thương hiệu của nhà trường

- Cần nắm bắt được nhu cầu của thị trường để mô hình đào tạo có những bước đi mới, phù hợp với nhu cầu, xu thế mới của thị trường.

2.1.7. Con người (People)

Ở đây chúng ta sẽ chỉ bàn đến những con người bên trong và bên ngoài trong công tác tuyển sinh, đó là cán bộ tuyển sinh, là người học, phụ huynh học sinh...

2.2. Thực hiện chiến lược Facebook marketing trong tuyển sinh

Dựa trên cơ sở những phân tích và các nguyên tắc được lập, dưới đây là các chiến thuật có thể được lựa chọn cho các hình thức quảng bá tuyển sinh trên Facebook của Nhà trường.

2.2.1. Xây dựng các Profile Facebook tư vấn tuyển sinh

2.2.2. Xây dựng hệ thống data khách hàng tiềm năng

2.2.3. Xây dựng và phát triển các Group, Fanpage chính và vệ tinh

a. Đăng ký thẻ visa

Facebook chỉ thanh toán quảng cáo thông qua internet banking do đó việc chạy quảng cáo Facebook cần phải có thẻ Visa. Trong khuôn khổ sáng kiến này nhóm tác giả đề xuất thẻ Visa Vietcombank bởi những ưu điểm của ngân hàng này.

b. Chuẩn bị nội dung chạy quảng cáo

Nội dung quảng cáo không giống các nội dung thông thường khác trên Fanpage, nó cần phải thể hiện được những ưu điểm nổi bật của Nhà trường. Ở đây cần phải làm nổi bật được ưu điểm của các chương trình đào tạo, chất lượng sinh viên đầu ra, cơ hội việc làm, học phí, ... của Nhà trường có hơn gì so với các trường khác (đối thủ).

c. Seeding môi

d. Lên camp quảng cáo

e. Theo dõi và tối ưu lại quảng cáo

Chương III. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

3.1. Kết luận

Dựa trên những phân tích chi tiết về đối tượng khách hàng và sự phối hợp nhịp nhàng, thống nhất của các thành viên trong trung tâm tuyển sinh. Sau thời gian 2 tháng chạy quảng cáo hết 5.311.000đ đã thu được 119 hồ sơ nhập học.

Nhìn vào kết quả chúng ta có thể thấy để có được 1 hồ sơ nhập học chỉ mất khoảng 44.500đ . Đây là một mức chi phí rất thấp so với cách làm tuyển sinh thông thường khác.

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I
	Dấu thời gian	Họ và tên:	Ngày sinh:	Hộ khẩu thường trú:	Mời bạn lựa chọn hệ đào tạo:	Email (nếu có):	Ngành học cao đẳng:	Số điện thoại liên hệ:	Chọn hình thức tuyển dụng:
110	14/07/2017 8:49:19	nguyen van kien	20/02/1999	thon mai-tan soi-yen-the-bac giang	Cao đẳng chính quy (Đã nhận GB)		Công nghệ kỹ thuật cơ khí	1633905937	Điểm thi đại học
111	14/07/2017 15:49:27	chu thi linh	11/02/1999	an lac- son đông- bắc giang	Cao đẳng nghề (Đã có giấy báo)		Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử	969440870	Xét tuyển học
112	16/07/2017 8:28:07	Đông Văn Sơn	13/08/1999	Thôn Núi Hương-xã Hương lam -Huyện Hiệp Hòa Tỉnh Bắc Giang	Cao đẳng nghề (R)		Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử	1697513078	Điểm thi đại học
113	16/07/2017 8:46:32	Đông Văn Sơn	13/08/1999	Thôn Núi Hương-xã Hương Lam -huyện Hiệp Hòa-tỉnh BẮC GIANG	Cao đẳng chính quy		Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử	1697513078	Xét tuyển học
114	18/07/2017 14:54:56	Nguyễn Văn Hóa	10/01/1999	Thôn Mai Phong-xã Mai Trung- huyện Hiệp Hòa-tỉnh Bắc Giang	Cao đẳng chính quy (R)	anhvanthe1999@gmail.com	Công nghệ kỹ thuật ôtô	979194727	Xét tuyển học
115	21/07/2017 20:57:59	Nguyễn Anh Tuấn	12/10/1999	thôn Dãy- Hòa Sơn- Hiệp Hòa-Bắc Giang	Cao đẳng chính quy	cao12101999@gmail.com	Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử	1663786724	Xét tuyển học
116	21/07/2017 21:01:03	Nguyễn Anh Tuấn	12/10/1999	thôn Dãy-Hòa Sơn-Hiệp Hòa-Bắc Giang	Cao đẳng chính quy	cao12101999@gmail.com	Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử	1663786724	Điểm thi đại học
117	21/07/2017 21:10:24	Nguyễn Anh Tuấn	12/10/1999	thôn Dãy - Hòa Sơn -Hiệp Hòa- Bắc Giang	Cao đẳng chính quy	cao12101999@gmail.com	Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử	1663786724	Xét tuyển học
118	22/07/2017 14:22:30	Triều Ngô Thảo Trang	06/12/1999	thôn Trại Cà-xã Đông Lạc-huyện Yên Thế-tỉnh Bắc Giang	Cao đẳng chính quy (Đã nhận GB)		Kế toán	1653032544	Xét tuyển học
119	24/07/2017 22:03:15	Nguyễn Anh Tuấn	12/10/1999	Thôn Dãy-Hòa Sơn-Hiệp Hòa-Bắc Giang	Cao đẳng chính quy (R)	cao12101999@gmail.com	Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử	01663786724/0968986510	Xét tuyển học
120									

Hình 3.1. Kết quả sau tuyển sinh sau gần 2 tháng chạy quảng cáo Facebook

3.2. Kiến nghị

Trong quá trình thực hiện công tác tuyển sinh ứng dụng Facebook Marketing, do hạn chế về nguồn lực và tài chính do đó kết quả tuyển sinh tuy cao nhưng vẫn không đáp ứng được kỳ vọng của nhóm nghiên cứu.

Do đó, nếu được đầu tư về nhân lực và tài chính, chắc chắn đây sẽ là một kênh tuyển sinh mang lại hiệu quả cao cho Nhà trường.

Ngoài ra, việc áp dụng Facebook marketing còn giúp Nhà trường quảng bá thương hiệu đến nhiều người được biết đến hơn. Tạo tiền đề cho công tác tuyển sinh cũng như hợp tác đào tạo, chuyển giao công nghệ,... về lâu về dài.

Trong thời gian thực hiện sáng kiến chúng tôi cũng xin cảm ơn các thầy cô trong phòng Quản lý Đào tạo, trung tâm Tuyển sinh đã giúp đỡ.