



TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN
VÀ TRUYỀN THÔNG VIỆT - HÀN
KHOA KINH TẾ SỐ VÀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



**HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX TẠI
TRUNG TÂM ANH NGỮ FEC – FAMILY ENGLISH CENTRE**

TÓM TẮT ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP NGÀNH: MARKETING

Sinh viên thực hiện : Dương Thị Thủy
Mã sinh viên : K12C12362
Giảng viên hướng dẫn : ThS. Nguyễn Thị Như Quỳnh
Khóa đào tạo : 2018 - 2021

Đà Nẵng - 01/2021

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong những năm gần đây, xuất phát từ nhu cầu chung, các trung tâm đào tạo đang ngày một phát triển, số lượng các trung tâm ngày một nhiều trải rộng trên nhiều lĩnh vực, từ đào tạo ngoại ngữ cho tới đào tạo các kỹ năng mềm,... Bên cạnh đó quy mô cũng như địa bàn hoạt động của các trung tâm ngày càng mở rộng phục vụ nhu cầu ngày một tăng của học viên. Sự phát triển của các trung tâm luôn đi kèm theo với sự cạnh tranh gay gắt trong ngành nhằm thu hút người học, để có thể cạnh tranh các công ty phải có định hướng và xây dựng một chiến lược marketing – mix toàn diện, sẽ cho phép các trung tâm thực hiện mục tiêu đứng vững, phát triển và mở rộng thị trường.

Không ngoài ngoài lệ trung tâm anh ngữ FEC – Family English Centre cũng đang suy nghĩ về vấn đề này, bên cạnh đó trung tâm mới được thành lập, nên chưa có đủ kinh nghiệm thực thi các chính sách marketing mix một cách hoàn hảo nhất, nếu tiếp tục như vậy trung tâm sẽ khó có khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Trung tâm anh ngữ FEC – Family English Centre đã thực thi các chính sách marketing mix như thế nào, để có thể giúp trung tâm của mình đứng vững trên thị trường, và có cơ hội phát triển như ngày hôm nay. Để hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của chính sách marketing mix đối với các doanh nghiệp nói chung và trung tâm anh ngữ FEC – Family English Centre nói riêng, nên em quyết định chọn đề tài: **“Hoàn thiện hoạt động marketing mix tại Trung tâm anh ngữ FEC – Family English Centre”** để làm bài đồ án tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

- Phân tích hoạt động marketing mix tại trung tâm Anh ngữ FEC – Family English Centre

- Đánh giá và Đề xuất một số Giải pháp nhằm hoàn thiện chính sách marketing mix tại trung tâm Anh ngữ FEC – Family English Centre

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu của đề tài là chương trình marketing - mix tại trung tâm Anh ngữ FEC – Family English Centre
- Phạm vi nghiên cứu: tại trung tâm anh ngữ FEC – Family English Centre

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp nghiên cứu định tính dựa trên các tài liệu được cung cấp tại trung tâm. Sử dụng các phương pháp như: thu nhập số liệu, phân tích, thống kê, so sánh, đánh giá

5. Dự kiến kết quả

- Đưa ra một số kiến nghị để hoàn thiện hoạt động marketing mix của trung tâm Anh ngữ FEC – Family English Centre

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn

- Ý nghĩa khoa học: Hệ thống những kiến thức liên quan đến Marketing- Mix

- Ý nghĩa thực tiễn: trên cơ sở tìm hiểu và nghiên cứu hoạt động marketing mix của trung tâm Anh ngữ FEC – Family English Centre, sẽ đưa ra những kiến nghị thực tiễn để góp phần hoàn thiện hoạt động marketing mix của trung tâm hơn.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ MARKETING MIX

1.1. LÝ LUẬN CHUNG VỀ MARKETING MIX

1.1.1. Khái niệm marketing và marketing mix

1.1.1.1. *Khái niệm về marketing*

Tóm lại hoạt động marketing điều có điểm chung đó là điều liên quan đến hàng hóa và khách hàng, chỉ là cách nhìn của mỗi người khác nhau nên đưa ra khái niệm khác nhau, đối với Philip Kotler thì cách nhìn của ông hướng đến việc thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, đối với Hiệp Hội Mỹ thì hướng đến dòng vận chuyển hàng hóa đến tay người tiêu dùng, đối với Viện Anh Quốc thì hướng đến nhu cầu và vận chuyển hàng hóa đến người tiêu dùng sao cho đạt lợi nhuận, như trên thì các khái niệm này điều có liên quan đến nhau. Tóm lại Marketing là một tiến trình quản trị nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng một cách có hiệu quả và có lợi.

1.1.1.2. *Khái niệm về marketing mix*

Marketing mix còn được gọi là marketing hỗn hợp là sự phối hợp hay sắp xếp các thành phần của marketing sao cho phù hợp với hoàn cảnh kinh doanh thực tế của mỗi doanh nghiệp nhằm củng cố vững chắc vị trí của doanh nghiệp trên thương trường. Dạng Marketing này chỉ tập hợp các công cụ tiếp thị được doanh nghiệp sử dụng để đạt được mục tiêu tiếp thị trên thị trường. Nếu sự phối hợp hoạt động những thành phần marketing được nhịp nhàng và đồng bộ thích ứng với tình huống của thị trường đang diễn tiến thì công cuộc kinh doanh của doanh nghiệp sẽ trôi chảy, hạn chế sự xuất hiện những khả năng rủi ro và do đó mục tiêu sẽ đạt được là lợi nhuận tối đa.



Hình 1.1. Mô hình 7 P trong Marketing mix

1.1.2. Vai trò của marketing mix trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

1.2. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX CỦA DOANH NGHIỆP

1.2.1. Môi trường vĩ mô

1.2.1.1. *Môi trường nhân khẩu*

1.2.1.2. *Môi trường chính trị*

1.2.1.3. *Môi trường kinh tế*

1.2.1.4. *Môi trường văn hoá*

1.2.1.5. *Môi trường công nghệ*

1.2.1.6. *Môi trường tự nhiên*

1.2.2. Môi trường vi mô

1.2.2.1. *Nhà cung cấp*

1.2.2.2. *Hệ thống trung gian marketing*

1.2.2.3. *Các đối thủ cạnh tranh*

1.2.2.4. *Khách hàng*

1.2.2.5. *Công chúng*

1.3. NỘI DUNG CỦA HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX

1.3.1. Phân tích thị trường

- 1.3.1.1. *Phân đoạn thị trường***
- 1.3.1.2. *Lựa chọn thị trường mục tiêu***
- 1.3.1.3. *Định vị thị trường***
- 1.3.2. Chính sách marketing mix**
 - 1.3.2.1. *Chính sách sản phẩm***
 - 1.3.2.2. *Chính sách giá***
 - 1.3.2.3. *Chính sách phân phối***
 - 1.3.2.4. *Chính sách truyền thông cổ động***
 - 1.3.2.5. *Con người***
 - 1.3.2.6. *Các yếu tố hữu hình***
 - 1.3.2.7. *Quản lý quy trình***

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX CỦA TRUNG TÂM ANH NGỮ FEC – FAMILY ENGLISH CENTRE

2.1. TỔNG QUAN VỀ TRUNG TÂM ANH NGỮ FEC – FAMILY ENGLISH CENTRE

2.1.1. Giới thiệu chung về trung tâm

Trung tâm FEC - Family English Centre được thành lập vào ngày 3/3/2018 là một trong những Trung tâm anh ngữ chất lượng, uy tín hàng đầu ở Đà Nẵng với môi trường học tập tiếng Anh chuyên nghiệp cùng 100% giáo viên bản xứ, hướng tới phát triển toàn diện các kĩ năng cho thiếu nhi, thiếu niên, sinh viên và người đi làm, các khóa luyện thi IELTS và du học ngắn hạn.



Hình 2.1. Logo của trung tâm anh ngữ FEC – Family English Centre

Logo FEC là chữ viết tắt của Family English Center. Điểm nhấn của logo chính là chữ “e”, viết tắt của từ “english, education” được cách điệu thành vòng thái dương màu vàng cam, tràn đầy nhiệt huyết, năng lượng, thể hiện cho tính chất, mục tiêu đào tạo của fec. Với màu sắc nhận diện chính là Vàng cam và đỏ tía, vàng cam thể hiện cho nhiệt huyết, năng lượng và tương lai, đỏ tía là màu của học thuật có chiều sâu, màu của lịch sử. Hai màu kết hợp làm nổi bật trong mọi môi trường và cũng là cặp màu có tính nhận diện và khác biệt lớn trong hệ thống các trung tâm đào tạo tiếng anh trên cả nước nói chung và Đà Nẵng nói riêng.

- Địa chỉ: 808 Ngô Quyền - Quận Sơn Trà – Tp Đà Nẵng.
- Slogan: education from the heart - giáo dục từ trái tim.
- Sdt: 02363 553 789 - 0905 100 910.
- Website: <http://fecvietnam.edu.vn/>
- Facebook: [Fb.com/fecvietnam.edu.vn](https://www.facebook.com/fecvietnam.edu.vn)

2.1.2. Cơ cấu bộ máy tổ chức của Trung Tâm anh ngữ FEC

2.1.2.1. Sơ đồ bộ máy tổ chức

2.1.2.2. Chức năng, nhiệm vụ của các phòng, ban

2.1.3. Lĩnh vực hoạt động của Trung tâm anh ngữ FEC

2.1.4. Nguồn lực của Trung Tâm anh ngữ FEC

2.1.4.1. Nguồn nhân lực

2.1.4.2. Cơ sở vật chất

2.1.4.3. Tài chính

2.1.5. Thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh của Trung Tâm anh ngữ FEC

2.2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX CỦA TRUNG TÂM ANH NGỮ FEC – FAMILY ENGLISH CENTRE

2.2.1. Phân tích môi trường Marketing

2.2.1.1. Môi trường vĩ mô

2.2.1.2. Môi trường vi mô

2.2.1.3. Ma trận SWOT

Bảng 2.8. Ma trận SWOT của Trung tâm Anh ngữ FEC – Family English Centre

SWOT	Cơ hội (O) - Thị trường Đà Nẵng còn nhiều tiềm năng - Chính trị ổn định - Thu nhập của người dân ngày càng tăng - Công nghệ ngày càng phát triển	Thách thức (T) - Chịu áp lực cạnh tranh lớn từ các trung tâm ngoại ngữ - Yêu cầu đặt ra từ Khách hàng ngày càng cao
Điểm mạnh (S) - Học phí hợp lý - khóa học đa dạng - Dịch vụ chăm sóc Khách hàng tốt - Đội ngũ nhân viên có kinh nghiệm trình độ học vấn cao - Chương trình giảng dạy mới	SO - Tận dụng cơ hội thị trường còn nhiều tiềm năng, chính trị ổn định kết hợp với các hoạt động nghiên cứu phát triển mạnh để mở rộng thị trường - Thu nhập của người dân ngày càng tăng, cùng chương trình giảng dạy mới, có thể xây dựng các chiến lược phù hợp.	ST Trung tâm có học phí hợp lý nhưng vẫn đảm bảo chất lượng dịch vụ tăng khả năng cạnh tranh. Kết hợp khóa học đa dạng có đội ngũ nhân viên kinh nghiệm và dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.
Điểm yếu (W) - Mới thành lập chưa được mọi người biết đến - Chưa có lượng khách hàng trung	WO Tận dụng sự phát triển của công nghệ để đưa hình ảnh, thương hiệu của trung tâm đến với khách hàng, đưa ra các	WT Nâng cao uy tín của trung tâm tạo chỗ đứng trên thị trường, để giảm áp lực cạnh tranh từ

thành - Chưa có chỗ đứng trên thị trường	gói dịch vụ chất lượng tốt, tạo niềm tin và lấy được sự trung thành của khách hàng	các trung tâm.
---	---	----------------

2.3. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX CỦA TRUNG TÂM ANH NGỮ FEC – FAMILY ENGLISH CENTRE

2.3.1. Thị trường mục tiêu của trung tâm anh ngữ FEC

2.3.2. Chiến lược định vị của trung tâm anh ngữ FEC

2.3.3. Các chính sách marketing mix của trung tâm anh ngữ FEC

2.3.3.1. Chính sách sản phẩm

2.3.3.2. Chính sách giá

2.3.3.3. Chính sách phân phối

2.3.3.4. Chính sách truyền thông cổ động

2.3.3.5. Con người

2.3.3.6. Các yếu tố hữu hình

2.3.3.7. Quản lý quy trình

2.4. ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX CỦA TRUNG TÂM ANH NGỮ FEC

Hoạt động marketing mix của trung tâm anh ngữ Fec, hầu như đầy đủ tất cả các hoạt động, chỉ ra được thị trường mục tiêu mà trung tâm nhắm đến, thực hiện định vị theo lợi ích của dịch vụ mang lại nhờ vậy mà trung tâm đạt được những thành công nhất định. Mặc dù kinh doanh trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt nhưng trung tâm vẫn cố gắng trụ vững, ổn định hướng đi có thể nói là kinh doanh hiệu quả. Trung tâm luôn tích cực khai thác thị trường, luôn chủ động tìm kiếm khách hàng, tạo mối quan hệ, lòng tin với khách hàng, nhằm tăng lợi nhuận.

Trong đó có các chính sách marketing nổi bật như: Chính sách giá, chính sách về con người, yếu tố hữu hình, quản lý quy trình đề ra khá phù hợp với nhu cầu thị trường hiện tại.

Về chính sách sản phẩm, trung tâm luôn quan tâm về chất lượng sản phẩm, nên đưa ra các dòng sản phẩm đạt tiêu chuẩn cao, xây dựng được lòng tin của khách hàng đối với trung tâm, đặc biệt luôn chú trọng đến những vấn đề mà khách hàng phản ánh và từ đó kịp thời thay đổi và hoàn thiện hơn. Trung tâm đã lựa chọn được chiến lược sản phẩm đúng đắn cho từng loại khách hàng, tạo ra sự đa dạng về sản phẩm, phù hợp với từng nhu cầu khác nhau của khách hàng, tuy nhiên các gói sản phẩm còn khá rời rạc chưa có sự liên kết chặt chẽ, ngoài ra có khóa học 1 to 1 chưa được hiệu quả, chưa có nhiều khách hàng biết đến.

Về chính sách giá, việc áp dụng chiến lược định giá thâm nhập cũng như chính sách thanh toán đa dạng, hỗ trợ khách hàng một cách tốt nhất, tạo cho trung tâm có lợi thế cạnh tranh trên thị trường, ngoài ra với các chính sách khuyến mãi, chiết khấu giá hợp lý, trung tâm đã thu hút được thêm nhiều khách hàng.

Chính sách về con người, trung tâm lấy nhân viên làm gốc nên tạo ra một môi trường làm việc lành mạnh, để nhân viên của mình có thể phát huy thế mạnh của họ một cách tốt nhất, ngoài ra trung tâm còn có các chính sách hỗ trợ đặc biệt cho nhân viên nhằm khuyến khích tinh thần làm việc của họ.

Yếu tố hữu hình, rất tốt có diện tích khá rộng và trang trí bắt mắt, sử dụng các trang thiết bị hiện đại cung cấp cho các học viên và nhân viên có môi trường học tập và làm việc tốt nhất

Bên cạnh đó chính sách phân phối còn khá thụ động bởi vì lĩnh vực kinh doanh của trung tâm là dịch vụ nên việc phân phối chỉ có thể trực tiếp nên khách hàng phải đến trung tâm để sử dụng.

Về truyền thông cổ động tuy trung tâm có sử dụng quảng cáo trên tờ rơi, website, khuyến mãi, PR, bán hàng cá nhân, Marketing trực tiếp, nhưng các hoạt động này tương đối nhỏ lẻ, chưa có bước ngoặt lớn, gây ấn tượng với khách hàng.

Về quản lý quy trình của trung tâm tương đối tốt, đảm bảo quy trình tiếp đón khách hàng một cách tốt nhất, theo thứ tự cụ thể giúp cho nhân viên nắm rõ được thông tin và nhu cầu của khách hàng, dễ dàng trong giải đáp các thắc mắc của khách hàng đồng thời nâng cao hình ảnh thương hiệu của trung tâm thông qua việc tiếp xúc trực tiếp với nhân viên của công ty với quy trình làm việc khoa học.

CHƯƠNG 3: HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX TẠI TRUNG TÂM ANH NGỮ FEC – FAMILY ENGLISH CENTRE

3.1. CĂN CỨ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

3.2. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX TẠI TRUNG TÂM ANH NGỮ FEC

3.2.1. Thị trường mục tiêu

3.2.2. Giải pháp hoàn thiện hoạt động marketing mix tại trung tâm anh ngữ FEC

3.2.2.1. *Giải pháp hoàn thiện chính sách sản phẩm*

3.2.2.2. *Giải pháp về chính sách giá*

Bảng 3.5. Giá từng khóa học của Trung tâm FEC sau khi kết hợp
thành lộ trình.

Stt	Tên khóa học	Cấp độ	Giá học theo từng cấp độ	Giá phải trả sau mỗi khóa	Giá theo combo
1	Sun Beams	1,2,3	2.600.000	7.800.000	7.600.000
2	Shooting Start	1,2,3,4,5,6,7	1.060.000	7.420.000	7.200.000
3	World Players	1,2,3,4,5,6,7	1.060.000	7.420.000	7.200.000
4	Ielts	1,2,3	2.600.000	7.800.000	7.600.000

Đưa ra giá của khóa học được cải tiến đó là 1 to 1 thành khóa học 1 to 5 với giá thấp nhất khi trừ đi chi phí, đối tượng này nên được ưu tiên vì là sinh viên, người đi làm nên có thu nhập thấp, ngoài ra xác định giá cố định cho khóa Du học hè và có thể có phí phát sinh thêm, giá cụ thể được thể hiện tại bảng 2.4

Bảng 3.6. giá của các khóa học phụ và khóa 1 to 5 sau khi cải tiến

Stt	Tên khóa học	Học phí
1	1 to5	7.000.000

2	Summer course	9.850.000
3	Du học hè	15.000.000

Bên cạnh đó, dựa theo chính sách sản phẩm vừa đề ra đó là theo lộ trình học, nếu khách hàng đăng ký theo lộ trình học, khách hàng sẽ được chiết khấu giá giảm thêm phần trăm nhất định, nhằm kích thích mức tiêu thụ sản phẩm.

- Về chiết khấu giá: ngoài chiết khấu cho khách hàng đăng ký theo lộ trình học, theo khối lượng, trung tâm có thể sử dụng thêm hình thức chiết khấu theo địa lý: tùy từng khu vực khác nhau mà trung tâm ra mức giá thích hợp. Với những khu vực trung tâm có thể khai thác nhu cầu lớn thì nên chiết khấu lớn hơn và định mức giá thấp hơn.

- Ngoài ra trung tâm cần nên định giá phân biệt: với khách hàng quen thuộc, trung thành thì trung tâm nên sử dụng mức giá cố định, đối với khách hàng không thường xuyên thì tùy theo sự biến động của giá trên thị trường mà trung tâm có các mức giá khác nhau (mức giá này luôn lớn hơn hoặc bằng giá cố định).

3.2.2.3. Giải pháp về chính sách phân phối

Do đặt thù của lĩnh vực giáo dục, nên trung tâm vẫn tiếp tục sử dụng kênh phân phối trực tiếp, khách hàng sẽ phải đến tận trung tâm để sử dụng dịch vụ. Hiện tại hoạt động của kênh phân phối trực tiếp tương đối ổn định và hiệu quả, được thể hiện thông qua số lượng hợp đồng khách hàng, số lượng học viên tăng, mối quan hệ giữa khách hàng, với trung tâm khá chặt chẽ.

3.2.2.4. Giải pháp về chính sách truyền thông cổ động

Trung tâm đã sử dụng các công cụ truyền thông cổ động rất tốt tuy nhiên đề tài cũng đưa ra một số công cụ truyền thông khác nhằm hoàn thiện chính sách truyền thông cổ động cho trung tâm.

❖ Quảng cáo trên băng rôn

Là một trung tâm Anh ngữ có uy tín trên thị trường Đà Nẵng, trung tâm có thể chọn cách thức như quảng cáo trên băng rôn để

quảng cáo với khách hàng về các khóa học hoặc các chính sách khuyến mãi sắp tới của trung tâm để khách hàng có thể nắm rõ thông tin.

Địa điểm: treo ở các trường tiểu học, trung học tại khu vực Sơn Trà



Hình 3.2. Bảng rôn đề xuất cho trung tâm

❖ Website

❖ Mạng xã hội

❖ Quan hệ công chúng

Hỗ trợ cộng đồng

- Mục đích: Khuyết khích các em cố gắng học tập đồng thời nâng cao hình ảnh thương hiệu trong tâm trí khách hàng

- Hình thức Pr: Tổ chức cuộc thi “ DEVELOP FOR YOU” với thông điệp “ HÃY TỰ CHỌN CON ĐƯỜNG HỌC TIẾNG ANH CỦA RIÊNG BẠN” cho các em tại trường tiểu học và THCS FPT Đà Nẵng.

- Địa chỉ tổ chức: 593 Ngô Quyền – Sơn Trà – Đà Nẵng, Trường Tiểu Học và THCS FPT Đà Nẵng

- Cuộc thi được tổ chức trong 3 tuần trải qua ba vòng: sơ tuyển, bán kết, trung kết.

- Đối tượng tham gia: là học sinh tại trường, tham gia theo nhóm, nhóm ít nhất >3 thành viên, có sở thích học tiếng anh

- Nội dung chương trình:

- Vòng sơ tuyển: Được diễn ra với hình thức online

- Vòng bán kết: Được diễn ra với hình thức offline
- Vòng trung kết: Được diễn ra với hình thức offline

Bảng 3.7. Cơ cấu giải thưởng của cuộc thi “DEVELOP FOR YOU”

STT	Cơ cấu giải thưởng	Số lượng	Giá trị giải thưởng
1	Giải Nhất	1	- Tặng khóa học miễn phí trong vòng 3 tháng tại trung tâm Anh ngữ FEC có trị giá là 15.000.000 đồng và 5.000.000 đồng tiền mặt, và bộ ấn phẩm văn phòng của FEC (bình nước, túi sách, bút, vở).
2	Giải nhì	1	- Tặng khóa học miễn phí trong vòng 3 tháng tại trung tâm Anh ngữ FEC có trị giá là 7.500.000 đồng cùng với 2.000.000 đồng tiền mặt và bộ ấn phẩm văn phòng của FEC (bình nước, túi sách, bút, vở).
3	Giải ba	3	- Tặng khóa học miễn phí trong vòng 2 tháng tại trung tâm Anh ngữ FEC có trị giá là 3.500.000 đồng cùng với 1.000.000 đồng tiền mặt và bộ ấn phẩm văn phòng của FEC (bình nước, túi sách, bút, vở).
4	Giải khuyến khích (dành cho các nhóm có những phần thi nổi bật).	5	- Tặng khóa học miễn phí trong vòng 1 tháng tại trung tâm Anh ngữ FEC có trị giá là 2.000.000 đồng cùng với 500.000 nghìn đồng tiền mặt và bộ ấn phẩm văn phòng của FEC (bình nước, túi sách, bút, vở).

❖ *Email trực tiếp*

Trong nhiều năm trở lại đây, nhận thức được tính hiệu quả về mặt chi phí cũng như đảm bảo yêu cầu truyền đạt thông tin, Trung tâm có thể sử dụng hình thức này bằng cách liên tục cập nhật các nguồn Email của các đối tượng (có thể là phụ huynh, các em học sinh, trung học, phổ thông, sinh viên đại học và người đi làm) thông qua các tổ chức, các chương trình đăng ký khóa học miễn phí, hay hội thảo,... qua mỗi đợt chiến dịch, số lượng Data Email của trung tâm sẽ không ngừng tăng lên, sau đó trung tâm có thể sử dụng Email marketing để cung cấp thông tin về các khóa học, các đợt khuyến mãi, đến các học viên hiện tại và trước đó một cách nhanh chóng. Việc gửi email đều đặn có thể biến các khách hàng có nhu cầu thành khách hàng thường xuyên, thành học viên của trung tâm hoặc thuyết phục họ đăng ký khóa học ngay lập tức.

3.2.2.5. *Giải pháp về con người*

3.2.2.6. *Giải pháp về các yếu tố hữu hình*

3.2.2.7. *Giải pháp về quy trình*

KẾT LUẬN

Trong môi trường cạnh tranh gay gắt như hiện nay, để có thể tồn tại và phát triển các công ty cần phải nỗ lực hơn nữa bằng chính năng lực của mình. Muốn đạt được điều này thì công tác marketing càng phải được củng cố và hoàn thiện hơn nữa mới mong duy trì uy tín của công ty đồng thời đối phó với mọi tình huống nảy sinh trong thời buổi kinh tế thị trường đầy rẫy khó khăn và thách thức như hiện nay.

Nhận thức được điều này, trong 2 năm hoạt động và phát triển, Trung tâm Anh Ngữ FEC đã và đang tích cực hoàn thiện các chính sách Marketing – Mix hơn, mở rộng hoạt động kinh doanh và nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ cũng như uy tín của trung tâm.

Thời gian thực tập tại Trung Tâm Anh Ngữ FEC – Family English Centre không dài, nhưng thực sự giúp em hiểu biết nhiều hơn về hoạt động Marketing – Mix trong dịch vụ một cách thực tế nhất, em nhận thấy rằng chiến lược Marketing – Mix là một chiến lược phù hợp, đúng đắn mà doanh nghiệp nào cũng phải cần đến, để tạo ra hiệu quả trong hoạt động kinh doanh.

Ngoài ra em cũng tiếp cận được với tình hình làm việc thực tế của Trung tâm, được xem xét và quan sát về tổ chức, cách làm việc, quản lý nhân sự, các chiến lược kinh doanh, cách thực hiện các chính sách đã đề ra,... của Trung tâm. Từ đó em củng cố và hiểu hơn về các kiến thức đã học ở trường, đây cũng là đợt thực tế có ý nghĩa sâu sắc nhất đối với em, để em có thể rèn luyện thêm cho mình các kỹ năng xã hội khác.

