

ỨNG DỤNG DIGITAL MARKETING TRONG PHÁT TRIỂN NGÀNH DU LỊCH TỈNH BÌNH THUẬN

● VŨ MẠNH CƯỜNG

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu các lý thuyết kết hợp với thực tế hoạt động du lịch tại tỉnh Bình Thuận. Từ đó, tác giả đưa ra một số khuyến nghị, giải pháp nhằm gia tăng việc ứng dụng digital marketing vào quảng bá du lịch cho tỉnh Bình Thuận phù hợp với mục tiêu phát triển chung của địa phương cũng như mục tiêu phát triển du lịch của Việt Nam.

Từ khóa: digital marketing, truyền thông mạng xã hội, du lịch tỉnh Bình Thuận.

1. Đặt vấn đề

Du lịch là một trong những ngành kinh tế quan trọng của tỉnh Bình Thuận. Phát triển du lịch sẽ góp phần vào chuyển dịch cơ cấu kinh tế, mang lại nguồn thu cho ngân sách của tỉnh. Xác định rõ tầm quan trọng to lớn của phát triển du lịch, những năm gần đây, tỉnh Bình Thuận thu hút ngày càng nhiều khách du lịch, đây là điểm đến ưa thích của nhiều du khách với vẻ đẹp của danh thắng, sự thân thiện của người dân. Là một tỉnh ven biển cực Nam Trung Bộ, Bình Thuận là cửa ngõ giao lưu kinh tế, văn hóa, xã hội với các địa phương vùng Đông Nam Bộ, các tỉnh Nam Trung Bộ và Tây Nguyên. Bình Thuận cũng là giao điểm nối liền với các trung tâm du lịch lớn như Nha Trang, Đà Lạt, TP. Hồ Chí Minh, Bà Rịa - Vũng Tàu... Những năm qua Bình Thuận đã thu hút đông đảo khách du lịch trong nước và quốc tế nhờ vào việc có nguồn tài nguyên du lịch đa dạng, phong phú. Với lợi thế đường bờ biển dài 192 km cùng nhiều bãi biển đẹp, nhiều danh

lam, thắng cảnh hấp dẫn, ngành Du lịch Bình Thuận đã tạo nên thương hiệu du lịch biển đặc trưng trên bản đồ du lịch trong nước và thế giới. Bình Thuận khiến du khách bất ngờ trước nhiều đổi thay vượt bậc như khách sạn, nhà hàng, khu du lịch đi vào hoạt động với nhiều loại hình dịch vụ đáp ứng ngày càng đa dạng và phong phú nhu cầu của du khách... Tuy nhiên, do hình ảnh điểm đến của Bình Thuận chưa được quảng bá một cách sâu rộng và chưa ứng dụng triệt để công nghệ mới nên lượng khách thăm quan và nghỉ dưỡng vẫn chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có. Việc kết nối internet để truy cập thông tin một cách dễ dàng, nhanh chóng và tiện lợi, giúp du khách ở khắp nơi có thể tìm hiểu tất cả những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh nổi tiếng. Đây chính là cơ hội để mở rộng thị trường du lịch. Do đó, việc nghiên cứu thực trạng du lịch của Bình Thuận nhằm tìm ra các giải pháp đẩy mạnh ứng dụng Digital marketing quảng bá du lịch Bình Thuận là điều vô cùng cần thiết trong thời gian tới.

2. Khái niệm về Digital marketing

Digital marketing còn gọi là Marketing số, Tiếp thị số, Marketing trực tuyến hay Marketing điện tử, chỉ mới được phổ biến trong những năm gần đây. Hiện nay, Digital marketing có rất nhiều định nghĩa khác nhau. Cụ thể như sau:

Theo Hiệp hội Marketing Hoa Kỳ: “Digital marketing là lĩnh vực tiến hành hoạt động kinh doanh gắn liền với dòng vận chuyển sản phẩm từ người sản xuất đến người tiêu dùng, dựa trên cơ sở ứng dụng công nghệ thông tin và Internet”. Theo Philip Kotler: “Digital marketing là quá trình lập kế hoạch về sản phẩm, giá, phân phối và xúc tiến đối với sản phẩm, dịch vụ và ý tưởng để đáp ứng nhu cầu của tổ chức và cá nhân dựa trên phương tiện điện tử và Internet”.

Bên cạnh đó, theo Tạp chí Marketing online (2011), “Digital marketing là hình thức áp dụng các công cụ của Công nghệ thông tin thay cho các công cụ thông thường để tiến hành các quá trình Marketing”. Theo Bách khoa toàn thư mở Wikipedia: E-Marketing, hay tiếp thị qua mạng, tiếp thị trực tuyến là hoạt động tiếp thị cho sản phẩm và dịch vụ thông qua mạng kết nối toàn cầu internet. Các dữ liệu khách hàng kỹ thuật số và các hệ thống quản lý quan hệ khách hàng điện tử cũng kết hợp với nhau trong việc tiếp thị internet.

Từ khái niệm Digital marketing nói chung, có thể đưa ra khái niệm về Digital marketing trong hoạt động du lịch là toàn bộ những hoạt động Marketing trong các cơ quan du lịch được tiến hành qua các phương tiện điện tử hoặc viễn thông để quảng bá các sản phẩm và dịch vụ du lịch nhằm mục đích thỏa mãn nhu cầu của du khách.

3. Sự cần thiết phải ứng dụng Digital marketing vào du lịch tỉnh Bình Thuận

Trong hoạt động kinh doanh du lịch, lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp phụ thuộc rất nhiều vào cách thức quảng bá và tiếp cận du khách, đặc biệt khi du lịch được xem là lĩnh vực ưu tiên trong chiến lược phát triển của quốc gia và địa phương.

Du lịch là một trong những ngành có đóng góp lớn đối với sự phát triển kinh tế của Bình Thuận,

đặc biệt là trong thời kỳ hội nhập hiện nay. Do đó, việc phát triển ngành Du lịch là một yêu cầu và cũng là một thách thức đối với các ngành, các cấp có liên quan, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch. Đối với một ngành kinh tế có nhiều nét đặc thù riêng biệt như ngành Du lịch, công tác xúc tiến hoạt động, quảng bá hình ảnh, sử dụng những công cụ phương tiện hiện đại, hiệu quả... là một trong những yếu tố then chốt đem lại sự cạnh tranh cho các doanh nghiệp du lịch tại Bình Thuận.

Vai trò của Digital marketing với ngành Du lịch không chỉ nằm ở việc tiếp cận khách hàng mà còn giúp các doanh nghiệp gia tăng nhận diện thương hiệu với mức chi phí tối ưu. Digital marketing với những yếu tố tích cực như việc quảng bá du lịch trên website cũng như trên các nền tảng mạng xã hội đem lại hiệu quả tích cực cho ngành Du lịch.

4. Thực trạng về hoạt động Digital marketing trong việc quảng bá du lịch tại Bình Thuận

Năm 2023, lần đầu tiên Bình Thuận đón hơn 8,5 triệu lượt du khách với tổng doanh thu du lịch đạt trên 23.000 tỷ đồng (tăng gần gấp đôi so với năm 2022). Địa phương cũng trở thành một trong 9 tỉnh, thành phố có doanh thu du lịch cao nhất cả nước... Du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn thúc đẩy nền kinh tế phát triển và rút ngắn khoảng cách giữa Bình Thuận với các tỉnh, thành trong cả nước. Phát triển du lịch không chỉ là lợi nhuận kinh tế mà còn góp phần nâng cao vị thế, hình ảnh của Bình Thuận đối với đất nước. Thông qua du lịch, du khách có dịp hiểu hơn về con người, kinh tế, văn hóa Bình Thuận. Do đó, du lịch là cách thức đưa Bình Thuận tiếp cận với cả nước và quốc tế. Đây cũng được coi là một vai trò vô cùng quan trọng của du lịch.

Việc ứng dụng Digital marketing trong du lịch của Bình Thuận đã và đang được chú trọng. Sở Du lịch và các công ty du lịch đã có website giới thiệu về Bình Thuận cũng như các thông tin cần thiết về cảnh đẹp và các thủ tục cho khách du lịch tại các địa chỉ như: hệ thống website đặt phòng trực tuyến; các khách sạn từ 3 – 5 sao đều có website chính thức; phần lớn các công ty lữ hành lớn và nhà hàng

đều có trang website. Trong các website này, du khách có thể tìm thấy các thông tin giới thiệu chung về đất nước, con người Bình Thuận, các danh lam thắng cảnh trên khắp đất nước. Đồng thời, du khách cũng có thể tìm địa chỉ về các khách sạn, nhà hàng, cũng như địa chỉ của các công ty lữ hành trên khắp cả nước. Các website đều có link giới thiệu tiềm năng tour, tuyến, khách sạn, hệ thống danh lam thắng cảnh, phương thức di chuyển hiệu quả nhất,... Căn cứ vào những thông tin từ những website này, du khách có thể lựa chọn nhiều phương án du lịch, giá cả, nghỉ ngơi, di chuyển,... Không chỉ có Sở Du lịch, các công ty du lịch và khách sạn khác cũng đều tự mình hoặc thuê ngoài để xây dựng những website giới thiệu sản phẩm trên mạng.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch tại thành phố Phan Thiết nói riêng và Bình Thuận nói chung cũng rất tích cực trong việc tận dụng sự phổ biến của các mạng xã hội như Facebook, Youtube, TikTok... Thông qua việc hợp tác với các nhà sáng tạo nội dung trên các nền tảng mạng xã hội, các đơn vị kinh doanh du lịch tại Bình Thuận đã quảng bá những thông tin về vẻ đẹp của thiên nhiên, văn hóa, ẩm thực đến với du khách, đặc biệt là các bạn trẻ thường xuyên sử dụng các nền tảng mạng xã hội.

Việc ứng dụng Digital marketing vào quảng bá du lịch Bình Thuận trong thời gian qua tuy chưa thực sự phổ biến và hiệu quả chưa cao nhưng đã mang lại những thành công nhất định. Để đạt được những thành tựu đó không thể không kể đến những nguyên nhân như: Ngành Du lịch đã và đang nhận được sự quan tâm, đầu tư đáng kể từ phía Nhà nước, luôn coi du lịch là ngành có vai trò quan trọng trong nền kinh tế. Bên cạnh đó, nhiều chương trình hành động về du lịch đã được triển khai như nâng cao chất lượng và đa dạng hóa các sản phẩm du lịch; đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật; xây dựng cơ chế chính sách và phát triển nguồn nhân lực du lịch; đào tạo nguồn nhân lực...

Bên cạnh những thành tựu đạt được, việc ứng dụng Digital marketing quảng bá du lịch Bình

Thuận hiện nay còn gặp một số hạn chế. Thứ nhất, việc kiểm soát an ninh mạng, các doanh nghiệp du lịch chưa thật sự chú trọng việc xây dựng chặt chẽ và tiến hành phổ biến quy chế về thu thập và bảo vệ thông tin cá nhân trong hoạt động marketing điện tử. Thứ hai, hệ thống quảng bá và xúc tiến hỗ trợ kinh doanh nhờ ứng dụng Digital marketing của các doanh nghiệp du lịch cũng chưa đạt được hiệu quả cao. Thứ ba, các doanh nghiệp chưa thật sự hiểu biết hết lợi ích từ các giải pháp công nghệ số. Đội ngũ kỹ thuật viên, chuyên viên chuyên trách về Digital marketing còn yếu, phần lớn các doanh nghiệp đều phải thuê công ty thiết kế website bên ngoài quản lý và hỗ trợ.

5. Một số giải pháp nhằm đẩy mạnh ứng dụng Digital marketing trong quảng bá du lịch Bình Thuận

Một là, xây dựng website chuyên nghiệp với đầy đủ thông tin:

Với những đơn vị du lịch chưa xây dựng website cần tập trung thiết kế trang web cho doanh nghiệp của mình. Đây được xem là một trong các giải pháp marketing cho ngành Du lịch đem lại hiệu quả bền vững. Xây dựng website hướng đến khách hàng là giải pháp marketing cho ngành Du lịch bền vững. Xây dựng website giúp khách hàng tìm kiếm thông tin và đặt tour nhanh chóng hơn. Việc sở hữu một website giúp việc giới thiệu các tour du lịch, phòng khách sạn,... tới du khách một cách trực quan và hiệu quả hơn.

Hai là, tối ưu hóa truyền thông kỹ thuật số:

Tăng cường quảng cáo trực tuyến thông qua Google Ads và các mạng xã hội phổ biến như Facebook, Instagram và TikTok để tiếp cận đối tượng khách hàng mục tiêu. Tương tác tích cực với khách hàng bằng cách trả lời câu hỏi, đăng bài viết hữu ích về du lịch. Các nội dung được đăng tải trực quan và hấp dẫn như video, livestream các điểm du lịch, trải nghiệm du lịch ảo... Thúc đẩy sự tương tác và tạo nội dung hấp dẫn trên các trang mạng xã hội để du khách cảm thấy thú vị và muốn chia sẻ trải nghiệm của họ. Phát triển trang web du lịch (thân thiện và dễ sử dụng) tỉnh Bình Thuận để

cung cấp thông tin đầy đủ và chi tiết về các hoạt động du lịch, dịch vụ, điểm đến và chương trình khuyến mãi. Xây dựng đội ngũ truyền thông chuyên nghiệp và đam mê du lịch. Tùy chỉnh chiến lược trực tuyến dựa trên thông tin thu thập được từ nghiên cứu địa phương. Tăng cường quảng cáo trực tuyến trên các nền tảng phù hợp với đối tượng khách hàng mục tiêu.

Ba là, giải pháp về chính sách, pháp luật:

Thiết lập các cơ quan chuyên ngành thực hiện việc theo dõi, giám sát và kiểm tra định kỳ các hoạt động Digital marketing, cũng như thương mại điện tử của các doanh nghiệp du lịch trong nước cũng như sự liên kết của các doanh nghiệp này với các doanh nghiệp nước ngoài; kịp thời phát hiện ra những hành vi gian lận, vi phạm pháp luật, lừa đảo để ngăn chặn và xử phạt kịp thời. Thành lập một cơ quan chuyên trách về an ninh mạng, phối hợp cùng với Bộ Công an, thường xuyên nâng cấp hệ thống quản lý để đảm bảo tính an toàn cho các hoạt động cung cấp thông tin, quảng cáo, giao dịch, phân phối trên mạng. Bên cạnh đó, cần xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật để doanh nghiệp có thể áp

dụng thương mại điện tử dễ dàng hơn, tránh mang lại những rắc rối và hậu quả không đáng có. Triển khai công nghệ hỗ trợ thương mại điện tử, thực thi các quy định pháp luật liên quan tới thương mại điện tử; Hợp tác quốc tế về thương mại điện tử. Thêm vào đó, nâng cấp, khai thác hiệu quả cơ sở hạ tầng phục vụ nhằm thu hút khách du lịch tại các khu di tích, thắng cảnh, văn hóa tâm linh, các khu du lịch biển trọng điểm của tỉnh. Tăng cường và đổi mới công tác xúc tiến, quảng bá du lịch, kết nối tour, tuyến du lịch.

Bốn là, giải pháp phát triển nhân lực:

Tổ chức đào tạo bồi dưỡng kỹ năng nghiệp vụ chuyên môn cho nhân sự, bổ sung các kiến thức về công nghệ thông tin, các ứng dụng quảng bá điện tử Digital marketing. Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong xúc tiến và kinh doanh du lịch. Tìm kiếm đội ngũ phát triển website uy tín để đẩy mạnh thương mại du lịch, tạo điều kiện để khách du lịch đặt phòng, đặt các dịch vụ du lịch một cách dễ dàng nhất, đảm bảo an toàn cho các giao dịch điện tử; đảm bảo chất lượng sản phẩm, dịch vụ được chọn mua bằng internet ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bùi Thị Thu Hà (2015). Marketing trực tuyến và ứng dụng của Marketing trực tuyến trong hoạt động thư viện - thông tin. Tạp chí Thư viện Việt Nam.
2. Loan Nguyễn (2022). Xu hướng digital marketing du lịch - dịch vụ năm 2021. Truy cập tại: <https://marketingai.vn/xu-huong-digital-marketing-du-lich/>.
3. Ngô Thị Kiều Trang, Mai Thị Quỳnh Như (2019). Digital marketing: Giải pháp thúc đẩy du lịch tại thành phố Đà Nẵng. Truy cập tại <https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/marketing-truc-tuyen-giai-phap-thuc-day-du-lich-tai-tp-da-nang-313031.html>
4. Nguyễn Văn Dũng, Đỗ Thị Thu Hằng (2018). Truyền thông - Lý thuyết và kỹ năng cơ bản. Nhà xuất bản Thông tin và truyền thông.
5. Nguyễn Hoàng Việt (2014). Ứng dụng Marketing điện tử với thu hút đầu tư vào các khu du lịch sinh thái Việt Nam. Luận văn thạc sĩ, Học viện Khoa học xã hội.
6. Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương (2012). Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành. Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
7. Trần Thị Hải (2018). Ứng dụng Marketing điện tử trong phát triển du lịch Hà Tĩnh. Luận văn Thạc sĩ, Học viện Khoa học xã hội, Hà Nội.
8. Vũ Trí Dũng (2015). Ứng dụng Marketing điện tử trong quản lý phát triển du lịch Đà Nẵng. Luận văn thạc sĩ, Học viện Khoa học xã hội.

9. Richard Mayer, Kevin Johnston, Fiona Ellis-Chadwick, Dave Chaffey, (2019). Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Financial Times Management, 4th edition, 512p,
10. Damian Ryan, Calvin Jones, (2013). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. Kogan Page, Second Edition edition, 279p.
11. Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick, (2016). Digital marketing strategy implementation and practice. Pearson.

Ngày nhận bài: 16/01/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/02/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/02/2024

Thông tin tác giả:

ThS. VŨ MẠNH CƯỜNG

Trường Đại học Công Thương TP. Hồ Chí Minh

USING DIGITAL MARKETING TO PROMOTE BINH THUAN PROVINCE'S TOURISM

● Master. **VU MANH CUONG**

Ho Chi Minh City University of Industry and Trade

ABSTRACT:

This paper studied tourism theories and practical tourism activities in Binh Thuan province. Based on the paper's findings, some recommendations and solutions were proposed to better use digital marketing in promoting Binh Thuan province's tourism in accordance with the local general development goals as well as Vietnam's tourism development goals.

Keywords: digital marketing, social media, Binh Thuan province's tourism.