



**VIETNAM**  
Digital Marketing  
**TRENDS 2021**

(bản rút gọn)

## ĐƠN VỊ TỔ CHỨC



## ĐƠN VỊ TÀI TRỢ



## ĐƠN VỊ CỐ VẤN





# BẢO TRỢ NỘI DUNG



# ĐƠN VỊ THAM GIA



# TOP EXPERTS



**ĐINH LÊ ĐẠT**  
CO-FOUNDER & CEO  
ANTS DIGITAL & ANTSOMI



**ĐỖ HỮU HƯNG**  
CEO  
ACCESSTRADE VIETNAM



**TRIỀU NGUYỄN**  
CO-FOUNDER  
& VICE PRESIDENT  
YOUNET GROUP



**NGÔ HOÀNG LONG**  
DIGITAL STRATEGIC DIRECTOR  
NOVAON



**TRƯƠNG TẤN BÌNH**  
PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC  
GOLDSUN FOCUS MEDIA



**PHẠM NHƯ Ý**  
BUSINESS DIRECTOR  
APPIER



**TRẦN LIÊN PHƯƠNG**  
VICE DIRECTOR  
AMCO



**ĐẶNG THỦY HÀ**  
GIÁM ĐỐC MIỀN BẮC  
NIELSEN



**NGUYỄN HƯƠNG QUỲNH**  
CHAIRWOMAN  
BAMBUUP



**NGUYỄN ĐĂNG DUY NHẤT**  
CEO  
GLOBAL ELITE  
CONSULTING CORPORATION



**MINH NGUYỄN**  
CEO  
AKA DIGITAL



**LÊ ANH TUẤN**  
CEO  
FIRSTCOM DIGITAL



**ANDY NGUYỄN**  
CEO  
7SAT



**ANDY VŨ**  
GENERAL DIRECTOR  
BEEST GROUP



**ĐẶNG THÁI SƠN**  
CMO  
APPOTA



**JACK NGUYỄN**  
REGIONAL MANAGING  
DIRECTOR - INSIDER



**MAI XUÂN ĐẠT**  
CEO  
SEONGON



**PHẠM MINH TÙNG**  
CEO  
STREAMBIT



**TIẾN HOÀNG**  
PHÓ TỔNG THƯ KÝ  
HIỆP HỘI INTERNET VIỆT NAM



**TÌNH NGUYỄN**  
CO-FOUNDER  
LADIPAGE



**TUẤN HÀ**  
CHỦ TỊCH  
VINALINK



**NGUYỄN LÂM THANH**  
HEAD OF PUBLIC POLICY  
TIKTOK



**KIẾN ĐOÀN**  
CEO  
DIGITIZE ASIA



**CHI NGUYỄN**  
MANAGING DIRECTOR  
HAVAS MEDIA VIETNAM



**GIANG NGUYỄN**  
GROUP DIRECTOR  
THE PURPOSE GROUP



**HẰNG PHẠM**  
DIRECTOR  
5S CONSULTING & MEDIA



**HUYEN PHAM**  
COO  
FIRSTCOM DIGITAL



**PHI NGUYỄN**  
FOUNDER & CEO  
HIIP ASIA



**HẠNH LÊ**  
CO FOUNDER & COO  
PMAX



**PHẠM LIÊM**  
CO-FOUNDER/CGO  
GOSTREAM



**HOÀNG MINH DƯƠNG**  
MANAGING DIRECTOR  
APPROI



**NGUYỄN THÁI SƠN**  
PARTNER & CEO  
SMARTOSC



**AN PHẠM**  
MEDIA DIRECTOR  
ISOBAR



**LÃ PHÚC LONG**  
DIGITAL MARKETING DIRECTOR  
MSB



# Giới thiệu đơn vị tài trợ

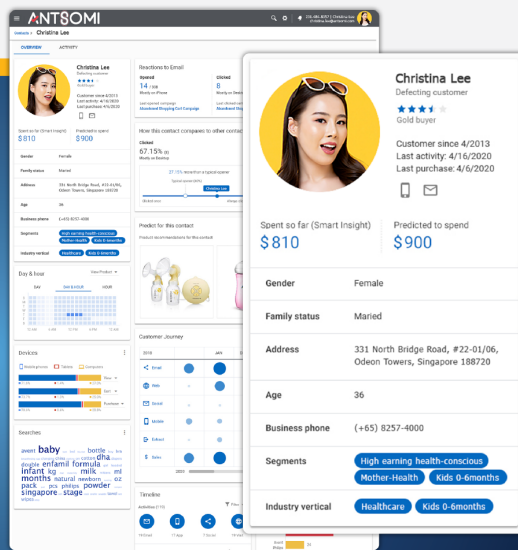


Leading **MARKETING TRANSFORMATION**  
driven by **BIGDATA & MARKETING TECHNOLOGY**  
in **Southeast Asia**

Empowered by  
**FPT Corporation, STI-24h, DatViet VAC**

As a regional player in Marketing Transformation, ANTS Digital enables brands and enterprises to transform digitally by leveraging their data assets, embracing a new paradigm in combination of Data and Digital.

ANTS Digital helps brands provide an omnichannel experience and marketing to their customers are powered by Customer Data Platform (CDP), by offering Digital Strategy integrating with innovative tech solutions in the Data and Digital fields.



Being an expert in data and communication, ANTS Audience 360 implements full digital services, from digital strategy to execution, from branding to performance.

ANTS Audience 360 can integrate with data-driven communication to support brands to champion data-driven insights that can make their communication as tailored to their audience as possible.

- ✓ Data-driven communication
- ✓ Personalized marketing communication
- ✓ Direct-to-consumer strategy
- ✓ Successful brand launch on Digital
- ✓ Media 360 - Branding to performance



A specialist in Marketing Technologies from CRM, Data Management Platform (DMP) to Customer Data Platform (CDP), ANTS Digital Experience offers to help you gain deep insight into your customers and provide an omnichannel customer experience to them.

ANTS Digital Experience also integrates with e-commerce solutions such as Magento, Shopify, Sitecore, BigCommerce and marketplace like Lazada, Shopee, Tiki, and Sendo.

- ✓ Customer Data Platform
- ✓ Omnichannel Experience
- ✓ Digital Commerce Strategy and Intergration
- ✓ Marketing Automation
- ✓ AI-driven Personalization & Recommendation

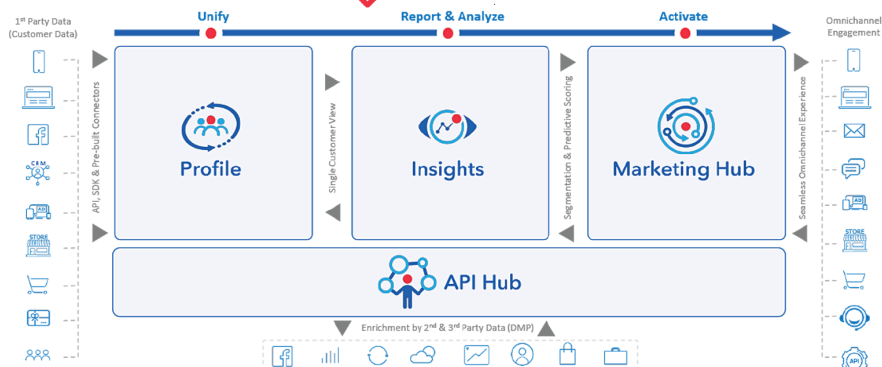


With its multichannel Programmatic buying platforms ANTS ADX integrated with ANTS Insights DMP and CDP 365, ANTS Digital's media performance experts help you optimize the effectiveness and deliver results of digital activations and campaigns along the entire value chain, from customer acquisition, conversion and retention.

- ✓ Data Management Platform
- ✓ Programmatic Media Buying: Google, Facebook, Tiktok, LinkedIn, Viber, Zalo, Premium Publishers, etc.
- ✓ Video Performance & Programmatic TV
- ✓ Rich Media Buying Platform
- ✓ Performance Marketing & Lead Generation



MORE INFO:  
[HTTPS://ANTSDIGITAL.COM](https://antsdigital.com)  
+84 98 3512 426  
HI@ANTSDIGITAL.COM





## THÔNG TIN CHUNG

Tên đơn vị: Công ty TNHH Interspace Việt Nam

Tên sản phẩm: Nền tảng tiếp thị liên kết ACCESSTRADE

Website: [www.accesstrade.vn](http://www.accesstrade.vn)

## LỊCH SỬ HÌNH THÀNH

INTERSPACE là một công ty công nghệ, cung cấp dịch vụ Marketing trực tuyến, được thành lập từ năm 1999 tại Nhật Bản. Từ năm 2013, với chiến lược Global, INTERSPACE đã phát triển ra thị trường Đông Nam Á với việc thành lập các công ty trực thuộc tại Thái Lan, Indonesia, Singapore, Malaysia.

Đến năm 2015, MOG Việt Nam, liên doanh cùng INTERSPACE thành lập INTERSPACE VIỆT NAM (ISVN) để cung cấp dịch vụ Tiếp thị liên kết (Affiliate Marketing) tại thị trường Việt Nam.

MOG Việt Nam là một doanh nghiệp hàng đầu về Internet & Mobile, với 500 nhân sự và 7 năm kinh nghiệm trong các lĩnh vực: Thanh toán online, Game, Entertainment, Advertising & Marketing online.



MR. ĐỖ HỮU HƯNG  
CEO ACCESSTRADE VIETNAM

## SẢN PHẨM CHỦ LỰC



NỀN TẢNG TIẾP THỊ LIÊN KẾT ACCESSTRADE  
- AFFILIATE -

**Affiliate Marketing (Tiếp thị liên kết)** là hình thức Marketing chỉ tính trên hiệu quả, trong đó doanh nghiệp (tức Nhà quảng cáo Advertiser) chỉ trả hoa hồng cho các đối tác thuộc mạng lưới tiếp thị liên kết (Publisher) khi có đơn hàng hoặc chuyển đổi thành công.



GIẢI PHÁP TĂNG TRƯỞNG NGƯỜI DÙNG ỨNG DỤNG DI ĐỘNG  
- CPR (COST - PER - REGISTER) -

**ACCESSTRADE là đơn vị tiên phong cung cấp giải pháp CPR**, với ưu điểm nổi bật Cam kết mang đến 100% người dùng thật cho Ngân hàng, tổ chức tài chính và tất cả doanh nghiệp có nhu cầu phát triển ứng dụng di động (Mobile App). Doanh nghiệp chỉ trả phí trên mỗi khách hàng thật & có nhu cầu sử dụng dịch vụ. CPR hiệu quả trên cả nền tảng web & app.



GIẢI PHÁP BÁN HÀNG QUA MẠNG XÃ HỘI  
- SC (SOCIAL COMMERCE) -

**Social Commerce (SC)** là giải pháp bán hàng trên kênh mạng xã hội thông qua đội ngũ KOLs/Influencers (người ảnh hưởng). Dựa trên cơ chế hoạt động của Affiliate, SC không những giúp doanh nghiệp tăng trưởng doanh số, lan truyền hình ảnh thương hiệu đến người tiêu dùng, mà còn đo lường chính xác hiệu quả của chiến dịch KOLs/Influencers.



GIẢI PHÁP BÁN HÀNG TRỰC TIẾP TỪ NSX ĐẾN NTD  
- D2C (DIRECT TO CUSTOMER) -

**Direct to customer (D2C)** là chiến lược mà trong đó nhà sản xuất sẽ trực tiếp quảng bá và bán sản phẩm/dịch vụ đến người tiêu dùng mà không phải qua bất kỳ khâu trung gian nào. Giải pháp này sẽ giúp nhà sản xuất, doanh nghiệp tiết kiệm chi phí và tiếp cận khách hàng hiệu quả.



GIẢI PHÁP TĂNG TRƯỞNG NGƯỜI DÙNG TỰ NHIÊN  
- REFERRAL SCALEF -

**ScaleF** là nền tảng cho phép doanh nghiệp xây dựng và tự vận hành chương trình Giới thiệu/MGM (member get member) của riêng mình dựa trên việc ứng dụng những tính năng vượt trội của công nghệ.



HỌC VIỆN ĐÀO TẠO AFFILIATE TRỰC TUYẾN  
- ACCESSTRADE ACADEMY -

**ACCESSTRADE Academy** là học viện đầu tiên chuyên đào tạo kiến thức Affiliate thực chiến, bài bản dành cho Publisher của ACCESSTRADE và tất cả các học viên có mong muốn theo đuổi lĩnh vực Affiliate.



YouNet Group tiên phong ứng dụng SocialTech vào số hoá hoạt động tiếp thị cho doanh nghiệp



## TỔNG QUAN VỀ YOUNET GROUP

Ngày thành lập: 07/04/2008

Thị trường chính: Việt Nam và Hoa Kỳ

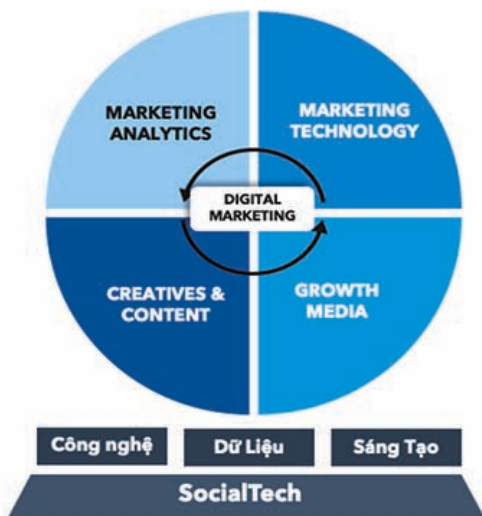
Tổng số nhân viên (01.2021): 360+

Năng lực công nghệ mới nổi trội: Data, AI, Machine Learning

Trải qua hơn 12 năm xây dựng và phát triển, YouNet Group luôn là công ty tiên phong trong việc áp dụng Công nghệ mạng xã hội (SocialTech) vào các lĩnh vực số hóa hoạt động Tiếp thị nhằm mang các bước chuyển đổi kỹ thuật số mạnh mẽ & toàn diện cho doanh nghiệp với mục tiêu thúc đẩy hiệu quả kinh doanh, giảm thiểu chi phí vận hành cho khách hàng tại thị trường Việt Nam và Quốc Tế.



3000+	19,882	360+	7
Global Projects	Global & Local Clients	Staffs	Member Companies



Dựa trên nền tảng SocialTech,

YouNet tiếp tục phát triển 3 thế mạnh: Công nghệ - Dữ Liệu - Sáng tạo nhằm phục vụ cho 4 nhóm lĩnh vực chính trong Digital Marketing:

- **Marketing Analytics:** Phân tích, đo lường & thực hiện nghiên cứu về khách hàng, thương hiệu, ngành, các kênh truyền thông, người nổi tiếng.
- **Content & Creatives:** Nội dung và sáng tạo cho các chiến dịch Marketing trên nền tảng Social
- **Growth Media:** Lĩnh vực quảng cáo hướng tới cam kết kết quả ảnh hưởng lên doanh số
- **Technology:** Công nghệ cho Marketing (MarTech)



Ông Nguyễn Anh Hoà  
CEO & Founder - YouNet Group

### Thông điệp của Ban Lãnh Đạo:

Sứ mệnh của đội ngũ YouNet Group là mang lại những giải pháp cách tân nhất về Tiếp Thị Số cho doanh nghiệp tại Việt Nam và thế giới. Chúng tôi tin tưởng khoa học dữ liệu và công nghệ tiếp thị là nền tảng cốt lõi của tiếp thị số hiện tại và tương lai

### CÁC CÔNG TY THÀNH VIÊN:





**NOVAON** với kinh nghiệm 15 năm tại 3 lĩnh vực: Tiếp thị số (Digital Marketing), Thương mại điện tử (Ecommerce), Chuyển đổi số (Digital Transformation - DX). Đến nay, Tập đoàn **NOVAON** đã trở thành một trong những thương hiệu hàng đầu trong lĩnh vực Digital tại Việt Nam; phục vụ hơn 90.000 khách hàng, đối tác cao cấp của Google tại Đông Nam Á, đối tác ưu tiên của Facebook, TikTok và Alibaba.

Với sứ mệnh giúp hàng triệu doanh nghiệp thành công trong chuyển đổi số, chúng tôi luôn không ngừng nỗ lực phát triển các sản phẩm, dịch vụ, năng lực thực thi và năng lực sáng tạo nhằm mang đến những giải pháp tốt nhất cho doanh nghiệp

### CẤU TRÚC DOANH NGHIỆP

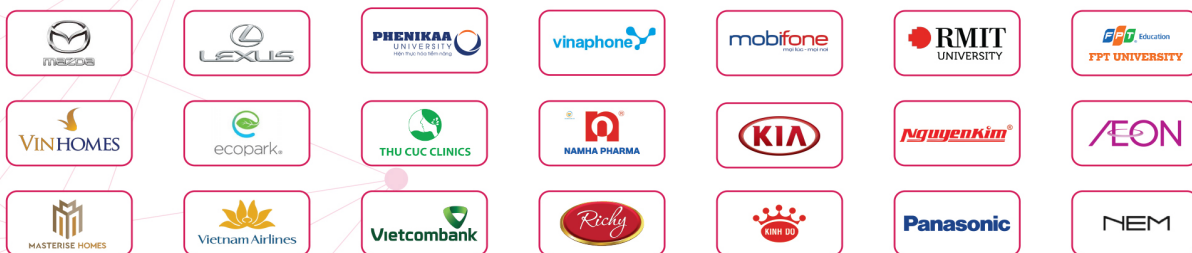


20 sản phẩm công nghệ  
Made in Vietnam

**NOVAON**<sup>N</sup>  
A D S  
Agency tối ưu quảng cáo  
Digital đa kênh

**NOVAON**<sup>N</sup>  
COMMUNICATION  
Agency tư vấn và thực thi  
giải pháp Digital tổng thể

### KHÁCH HÀNG TIÊU BIỂU



SCAN ME



Contact us | [www.novaon.vn](http://www.novaon.vn)  
024 2231 9999





ĐƯA THƯƠNG HIỆU

“NHẢY BỔ”

VÀO TÂM TRÍ KHÁCH HÀNG

ĐỘ PHỦ  
RỘNG KHẮP

45/63

TỈNH THÀNH  
VỚI

14.000+

MÀN HÌNH

LCD/DP/LED

FULL HD/2K/4K

P2.5/P5

BIẾN BẢNG  
TẠI HƠN

3.100+

TOÀ NHÀ  
CHUNG CƯ

VĂN PHÒNG

TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI

SIÊU THỊ  
SÂN BAY

TIẾP CẬN GIẢI PHÁP TIẾP THỊ  
THIẾT KẾ RIÊNG CHO DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ  
TẠI WEBSITE BÁN LẺ

[WWW.QUANGCAOTOANHA.VN](http://WWW.QUANGCAOTOANHA.VN)



[WWW.GOLDSUNAIRMEDIA.COM](http://WWW.GOLDSUNAIRMEDIA.COM)  
[WWW.QUANGCAOTOANHA.VN](http://WWW.QUANGCAOTOANHA.VN)



0916.118.619  
0925.377.399 (Bán lẻ)

# Giới thiệu đơn vị tài trợ

Contact us  
for more details



# Appier

## Making AI Easy

## AI DEAL

AiDeal provides a user conversion tool that detects hesitant users through user patterns and distributes targeted incentives to these users to complete their transactions. AiDeal's ability to identify, target and convert hesitant users can increase sales while at the same time reducing costs associated with coupons and other incentives. AiDeal serves as a highly effective and cost-efficient replacement for manual segmentation and targeting of users, which can lead to higher costs and may not effectively target hesitant users.

## AIQUA

Our proactive AI-engagement platform AIQUA enables customers to retain and engage users through targeted engagement in order to convert them into or retain them as "active" users, and eventually "loyal" users. The predictive capabilities of AIQUA create additional value for customers compared with traditional digital marketing tools that generally analyze and react based only on past behavior rather than predicting future behavior.

## AIXON

Our data science platform AIXON allows customers to enhance their intelligence regarding their users and predict future user behavior. Customers can use our AIXON platform to use existing AI prediction models or build differentiated AI prediction models to analyze their user base and derive actionable insights for making and sales activities.

## CrossX

At the top of the funnel is CrossX, a user acquisition platform that uses AI/ML to predict the highest lifetime value users for customers and effectively target advertising to prospect for and acquire these users. CrossX can replace costly and time-consuming manual A/B testing, enabling customers to acquire valuable users with a predictable return on investment.



# PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Báo cáo **Vietnam Digital Marketing Trends 2021** là báo cáo đầu tiên và lớn nhất của cộng đồng Digital Marketing của Việt Nam được thực hiện bởi các chuyên gia của Việt Nam và dành riêng cho người Việt Nam. Báo cáo là cẩm nang định hướng, soi đường cho cộng đồng doanh nhân, C-LEVEL, Marketer Việt Nam để “hồi sinh” trong năm 2021.

Nội dung và số liệu của báo cáo được xây dựng theo phương thức tổng hợp và phân tích số liệu từ các nguồn thông tin uy tín về Nền kinh tế Số & Digital Marketing tại Khu vực Đông Nam Á và Việt Nam cũng như các nhận định từ hơn Top 50 chuyên gia Digital Marketing Việt Nam.

Đặc biệt báo cáo công bố kết quả triển khai khảo sát (01.2021) thực tế trong 167 doanh nghiệp Việt Nam có doanh thu lên tới 500 tỉ / năm. Dù trong một thời gian rất ngắn và ngay dịp đầu năm 2021, nhưng khảo sát nhận được sự quan tâm của hơn 30 vị CEO, 40 CMO và 36 CDO đã trực tiếp dành thời gian trả lời các câu hỏi nghiên cứu.

Chi tiết các nguồn thông tin sử dụng và phương pháp luật được liệt kê chi tiết tại phụ lục.

# Mục Lục



## 1. LỜI MỞ ĐẦU

## 2. TÓM TẮT CHUNG

## 3. XU HƯỚNG DIGITAL MARKETING THẾ GIỚI & ĐÔNG NAM Á

## 4. TOÀN CẢNH DIGITAL MARKETING VIỆT NAM

- Ngân sách quảng cáo trực tuyến tại Việt Nam 2010-2025

## 5. DIGITAL MARKETING VIỆT NAM 2021

- Sự bùng nổ của các nền tảng Video trực tuyến
- Livestream tạo kết nối giữa thương hiệu và người dùng
- Performance marketing: Số liệu, vận hành và tối ưu
- Affiliate marketing: Tăng trưởng doanh số và khách hàng
- Data-driven marketing: Hoạch định và quyết định dựa trên số liệu
- Influencer marketing: Tạo xu hướng người tiêu dùng
- Ecommerce bán hàng kết hợp Digital Marketing
- Mobile không chỉ là marketing
- Marketing automation: Tự động hoá và hành trình mua hàng
- Trải nghiệm khách hàng và Omnichannel marketing (O2O2O)

## 6. KHẢO SÁT XU HƯỚNG DIGITAL MARKETING VIỆT NAM 2021

## 7. BẢN ĐỒ CÁC GIẢI PHÁP CÔNG NGHỆ MARKETING (MARTECH) VIỆT NAM 2021

## 8. PHỤ LỤC TÀI LIỆU

# Lời Tựa

Năm 2020 đã khép lại trong bối cảnh dịch COVID-19 vẫn còn diễn biến phức tạp, nền kinh tế Thế giới chìm trong các khó khăn. Mặc khác ghi nhận thành công lớn của Việt Nam trong bối cảnh đầy biến động trên toàn cầu với mức tăng trưởng dương 2,91%.

Tại một lĩnh vực đặc biệt hiếm hoi như Nền kinh tế Số Đông Nam Á tiếp tục tốc độ phát triển bùng nổ với tốc độ trung bình 24%/năm tới năm 2025, quy mô 105 tỉ USD giá trị giao dịch (GMV) năm 2020 tăng lên 309 tỉ USD vào năm 2025.

Việt Nam 2021-23 trở thành tâm điểm Kinh tế Số của Đông Nam Á với quy mô (GMV) 14 tỉ USD vào năm 2020 và sẽ đạt 52 tỉ USD vào năm 2025 với đà tăng trưởng trung bình 29% / năm. Ngân sách chi cho Quảng cáo Trực tuyến tại Việt Nam vượt hơn 1 tỉ USD / năm.

Ban Biên tập hi vọng báo cáo **Vietnam Digital Marketing Trends 2021** lần đầu tiên được công bố sẽ là cẩm nang định hướng, soi đường cho cộng đồng doanh nhân, marketer Việt Nam để có thể "hồi sinh" trong năm 2021.

Ban Biên tập cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành tới các Đơn vị Tài trợ và hơn 50 chuyên gia Digital Marketing đã đồng hành cùng chúng tôi để xuất bản thành công Báo cáo này.



CHƯƠNG 1:

# Tóm tắt chung





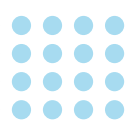


Nhìn chung 3-5 năm gần đây tại thị trường Việt Nam, ngoại trừ các Top Players thuộc ngành digital-first hoặc mobile-first như: các sàn TMĐT, OTA, OTT apps... Phần lớn doanh nghiệp vẫn đang trong giai đoạn “Go Digital” để tìm phương thức như mô hình, framework, kênh và nền tảng hiệu quả đầu tư về Digital Marketing và phối hợp với các hoạt động brand marketing trong truyền thống. Độ trưởng thành về Digital Marketing (DM) của thị trường nói chung trong khối vừa và lớn chưa cao.

Theo Báo cáo **Vietnam Digital Marketing Trends 2021** ước tính trung bình quy mô thị trường Quảng cáo trực tuyến (QCTT, Online Ads) Việt Nam năm 2020-2025 tiếp tục giữ mức trưởng mạnh CARG là 21.5%. Năm 2020, do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, tốc độ tăng trưởng có chững lại nhưng tổng doanh thu QCTT đạt ở mức 820 triệu USD và dự báo 2021 sẽ đạt mức doanh thu 955.7 triệu USD. Ở một góc nhìn khác trong báo cáo Google Temasek e-Conomy SEA 2019-20 đã dự đoán riêng mảng doanh thu Nội dung Số (Online Media: Online Ads, Online Gaming và Music & Video on Demand) tại Việt Nam 2020 đã đạt quy mô xấp xỉ 3.3 tỉ USD, với tốc độ CAGR là 15% cho tới 2025.

COVID-19 đã tạo một môi trường kinh doanh & tiếp thị hoàn toàn mới cho các doanh nghiệp, đặc biệt B2C hay D2C. Sự thay đổi về môi trường, bao gồm các hành vi, thái độ và ưu tiên là phương pháp/kênh chọn lựa sản phẩm của khách hàng đã thúc đẩy phần lớn các doanh nghiệp đầu tư về các nền tảng, kênh, điểm (touch points) mới về Bán Hàng và Tiếp Thị như:

- Social Commerce và Influencer Marketing tạo xu hướng người tiêu dùng.
- Video online và Livestream tạo kết nối giữa thương hiệu và người dùng.
- E- Commerce/TMDT (bao gồm cả Sàn TMDT và kênh TMDT riêng).
- Affiliate marketing tăng trưởng doanh số và khách hàng.
- Bán hàng (sales funnel/order management/contact hub).
- Dịch chuyển budget sang kênh digital, tuy nhiên cũng gặp trở ngại lớn về chi phí quảng cáo do cạnh tranh cao.
- Quan niệm về giá trị và đầu tư rõ ràng về DATA, trong đó, DATA về hành vi & phân khúc khách hàng, kênh mua hàng là trọng tâm.
- Tiếp thị tự động (marketing automation) cho tối ưu tỷ lệ chuyển đổi và tăng tần suất quay trở lại của khách hàng.
- Nền tảng trải nghiệm (customer experience platform (CXP)), phân tích dữ liệu khách hàng (customer data analytics, customer data platform (CDP)), Online to Offline hay còn gọi là Omni-channel CX chỉ ở mức cơ bản, ứng dụng khái niệm và thực hành các kịch bản và phương pháp căn bản.





Khả năng kết hợp các nền tảng Digital Marketing cùng công cụ công nghệ Marketing (Martech) là chưa có. Khả năng tối ưu hoá đang là sự kết hợp giữa Internal Marketing (nội bộ) và đối tác (agencies, vendors).

Phần rất lớn doanh nghiệp “chưa hiểu chính xác vai trò, năng lực, độ phù hợp và phương pháp vận hành” của các hệ thống này với “ngành và thương hiệu” của doanh nghiệp. Thực tế này cần có các hoạt động về giáo dục thị trường mạnh mẽ hơn để giúp đưa các giải pháp vào thực tiễn áp dụng, nâng tầm hiệu quả Digital Marketing nói chung, và độ trưởng thành về đầu tư Chuyển đổi Số của doanh nghiệp. Tránh thất thoát, lãng phí CAPEX và chi phí cơ hội.

Các định hướng và từ khoá quan trọng nhất của C-level (CEO, CIO, CMO, CSO, CDO) trong 2020 và kế hoạch 3-5 năm tới là:

- Customer Data: dữ liệu khách hàng cuối (end consumers) là ưu tiên hàng đầu, dù doanh nghiệp đang có mô hình kinh doanh là Phân Phối/Bán lẻ (B2B2C), hay B2C, D2C. Các CEO/BOD đang và đã có những tìm hiểu, kế hoạch dài hạn cho việc xây dựng nền tảng Customer Data cho doanh nghiệp. Các hệ thống CDP, CXP hay CDXP và BI Analytics đang có được quan tâm.
- Omni-channel Customer Experience (CX): trải nghiệm khách hàng đa kênh để tối ưu hoá sales volume, hoặc tỉ lệ chuyển đổi, giảm chi phí và tăng tỷ lệ quay lại đang là cốt lõi đầu tư và KPI của doanh nghiệp cho marketing và technology team.
- O2O E-Commerce: thương mại điện tử từ online đến offline, hoặc thuần túy online, đang trong quá trình “on-boarding”, tối ưu hoá vận hành. Các hệ thống O2O về new retail, liên kết với các nền tảng Martech mới như CDP đang là quan tâm của các doanh nghiệp bán lẻ hoặc có hệ thống bán lẻ riêng.

Thị trường rất cần một mức độ am hiểu chính xác và chuyên nghiệp về các giải pháp Martech nói chung, và Digital Marketing, Growth Marketing, Growth process nói riêng, đặc biệt rất cần các Experts/Agencies/Vendors Việt Nam phải đầu tư vào năng lực cung cấp giải pháp, tư vấn và triển khai Chuyển đổi Số để nâng tầm doanh nghiệp Việt trong kỷ nguyên Số và nền công nghiệp 4.0.

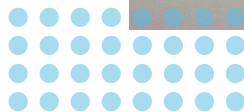


# Kết luận

Năm 2021 sẽ là năm tiếp tục các biến động không thể lường trước được, từ khoá cho mọi doanh nghiệp là **Resilience**.

Chiến lược phát triển kinh doanh giai đoạn 2021-23 cho doanh nghiệp sẽ có 3 trọng điểm sau:

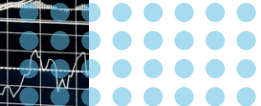
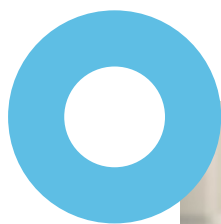
- 1) **Learning & Piloting**: tìm hiểu và thí điểm các hệ thống và framework số để “go digital” hay cụ thể là “go omni-channel” thành công.
- 2) **Failing & Optimizing**: trải nghiệm thành công hoặc thất bại, và tối ưu hoá vận hành để thích ứng với môi trường kinh doanh mới.
- 3) **1<sup>st</sup> Party Data**: dữ liệu chính chủ sẽ trở đòn bẩy phát triển khác biệt và là yếu tố phát triển bền vững cho các doanh nghiệp triển khai Chuyển đổi Số và “go-digital” & “go omni-channel”.



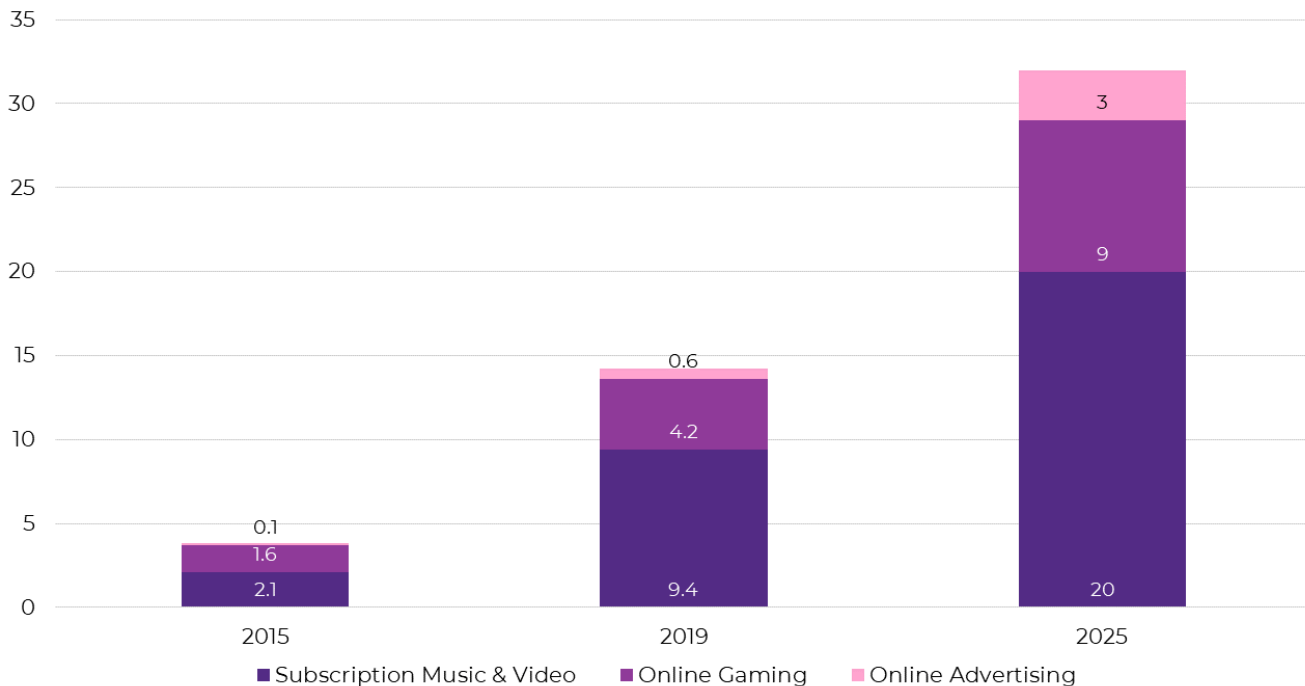


CHƯƠNG 2:

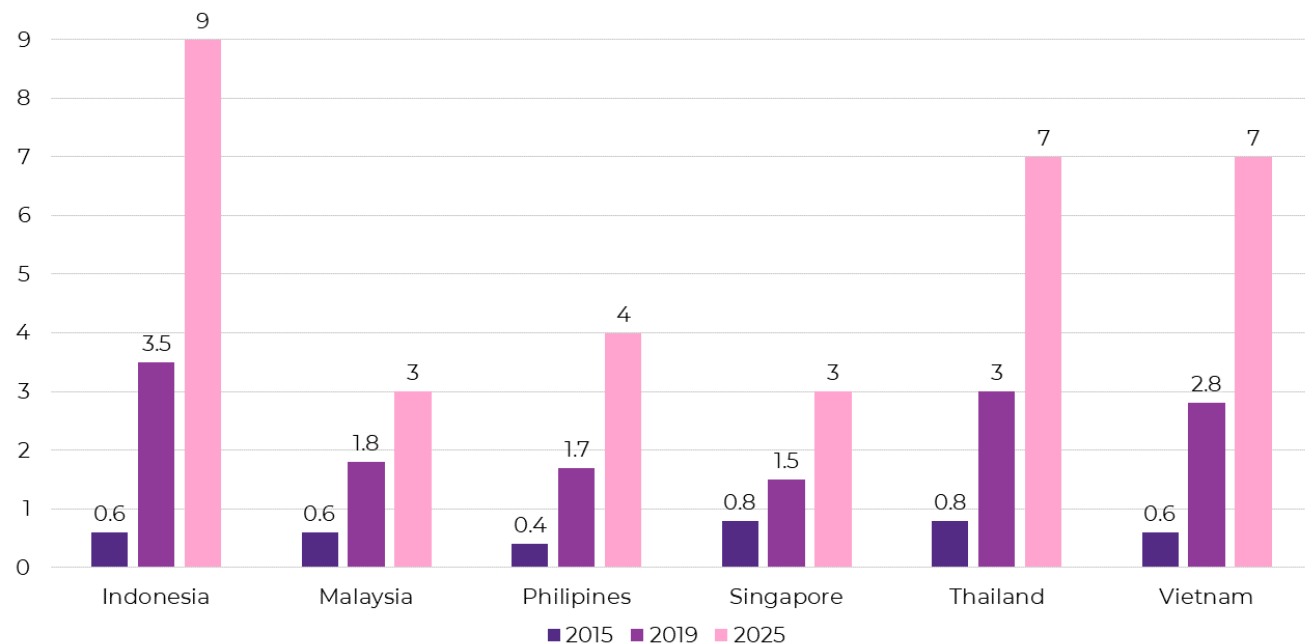
# Xu hướng digital marketing thế giới & Đông Nam Á



### Truyền thông trực tuyến tại Đông Nam Á (GMV, tỷ USD)



### Truyền thông trực tuyến tại Đông Nam Á (GMV, tỷ USD)



## Tăng trưởng cao và là điểm đến của thế giới

Việt Nam vẫn là đất nước hấp dẫn nhất để đầu tư khi so sánh với các quốc gia khác trong khu vực. Mức tăng trưởng GDP là 6.5% đạt 240 tỉ usd, thu nhập bình quân đầu người 2.715 usd., CAGR ( compound annual growth rate) dự đoán đạt 9.2% năm. Vietnam xếp thứ 3 trong số 5 quốc gia ĐNA ở chỉ số World Bank's Ease of Doing Business.

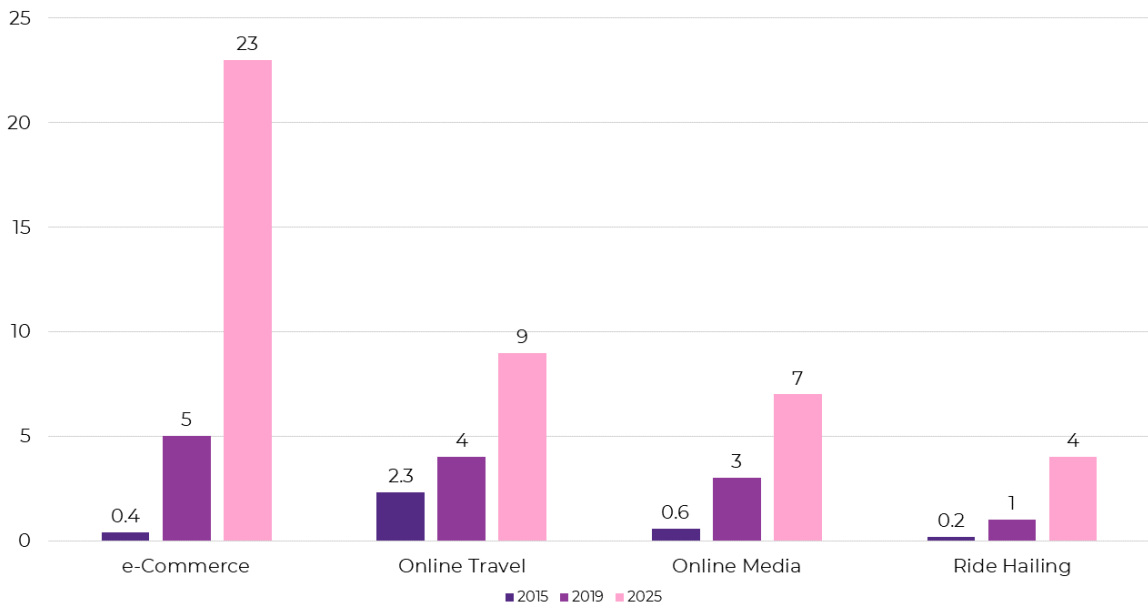
Dòng vốn (FDI) vẫn tiếp tục đổ mạnh vào VN, lí do chính đến từ sự ổn định về chính trị và sự gia tăng năng lực hậu cần. FDI năm 2018 đạt 19.1 tỉ usd so với năm 2017 là \$17.5 tỉ usd (tăng 9.1%), trong khi năm 2010 mới đạt \$11 tỉ usd. nền kinh tế rất sôi động với hơn 758.610 DN, trong đó 10.500 là DN lớn. Bán lẻ đạt tới quy mô 137 tỉ usd và tăng trưởng hàng năm hơn 11.5%.

Chính phủ VN luôn nêu cao khẩu hiệu "Chính phủ kiến tạo", cổ vũ mạnh mẽ cho xu hướng Số hóa và phong trào Startup. Các cuộc gặp giữa Thủ tướng, Bộ trưởng và các Startup được diễn ra hàng năm, các diễn đàn về Công nghệ, số hóa được tổ chức liên tục.

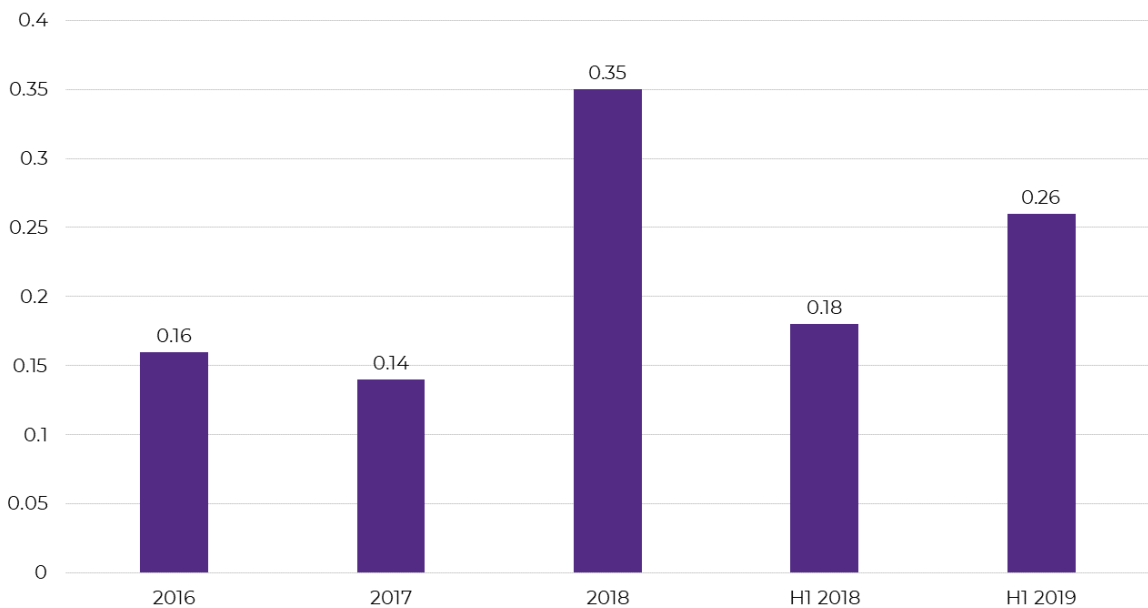
Chiến tranh thương mại chứng kiến sự chuyển dịch nhà máy từ Trung quốc sang VN. Kiểm soát dịch bệnh Covid19 hiệu quả khiến VN càng trở thành điểm đến tươi sáng cho các dòng vốn đầu tư.

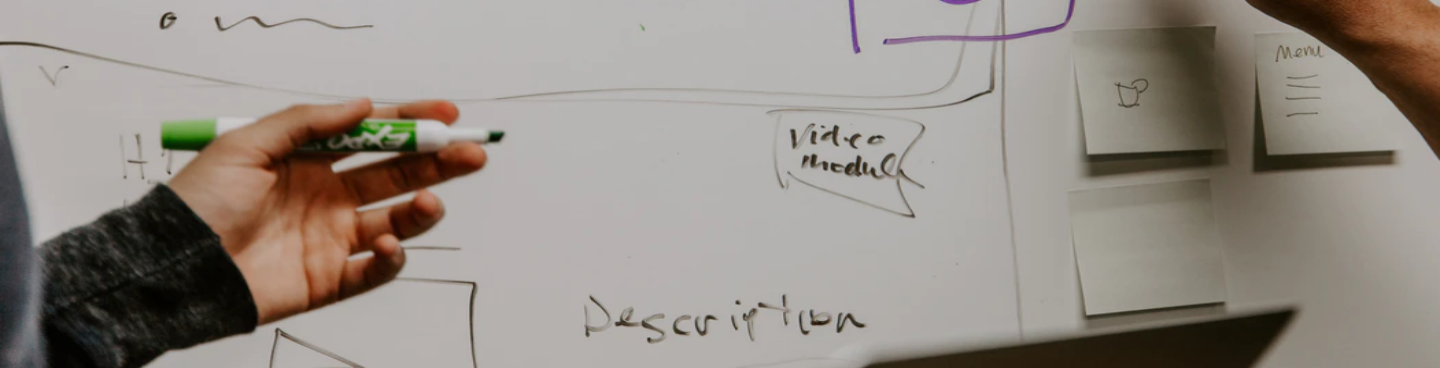


## Kinh tế số Việt Nam (GMV, tỷ USD)



## Quỹ tài trợ kinh tế số Việt Nam (GMV, tỷ USD)





## Theo Google - Temasek - Bain & Company, VN đang Bay vào Kỷ nguyên số:

Nền kinh tế số đạt 14 tỉ năm 2020, tăng trưởng 16% và sẽ tăng lên 52 tỉ vào 2025. TMĐT bùng nổ với mức tăng trưởng lên đến 46%.

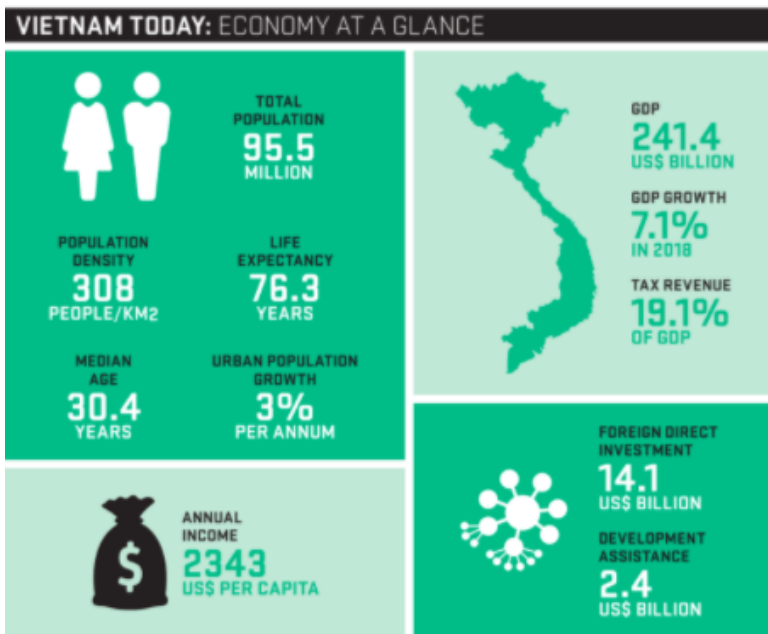
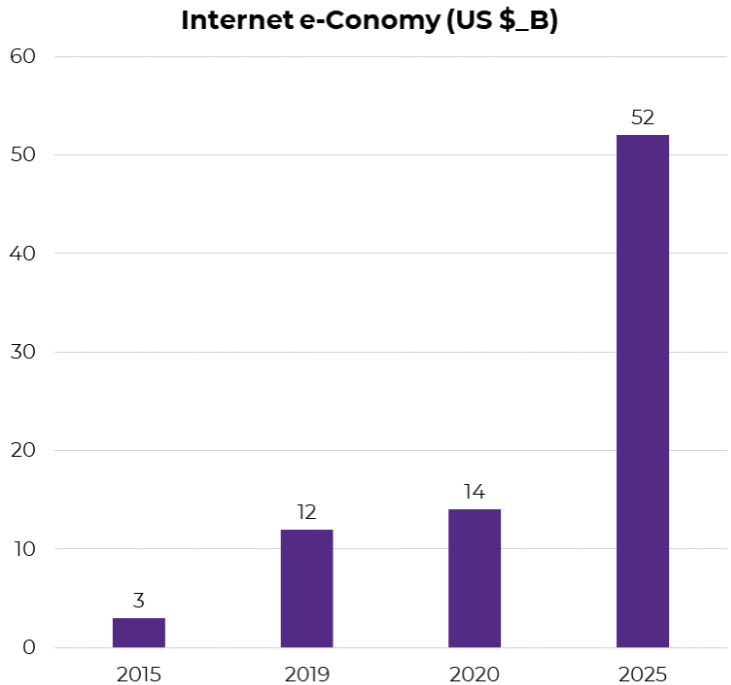
Có đến 41% các dịch số mới lần đầu được xuất hiện sau giai đoạn dịch covid và có đến 94% người dùng sẽ tiếp tục sử dụng. người dân đã xem Online và Công nghệ như những công cụ rất hữu ích cho cuộc sống hàng ngày, thời gian online từ 3.1 giờ tăng lên đỉnh điểm 4.2 giờ trong đại dịch và hiện vẫn ở mức 3.5 giờ mỗi ngày.

Giáo dục và Y tế số đã đóng vai trò vô cùng quan trọng trong suốt đại dịch, được ủng hộ mạnh mẽ từ chính phủ lẫn người dân. Dù còn nhiều trở ngại trong việc thay đổi cách thức truyền thống để 2 mảng này trở nên thuận tiện, nhưng rất nhiều dòng vốn đầu tư đang đổ vào để đón đầu xu hướng mới.

Nhà đầu tư vẫn tin tưởng vào triển vọng dài hạn, tuy nhiên thay vì tôn thờ sự “bùng nổ quy mô” thì họ đang hướng đến những Startup tăng trưởng bền vững hoặc có lợi nhuận.

Các platform lớn cũng đang tập trung tối ưu hoạt động kinh doanh cốt lõi để hướng tới sự phát triển bền vững trước khi gọi vốn.

Kinh tế số  
Việt Nam đạt  
**14 tỷ USD**

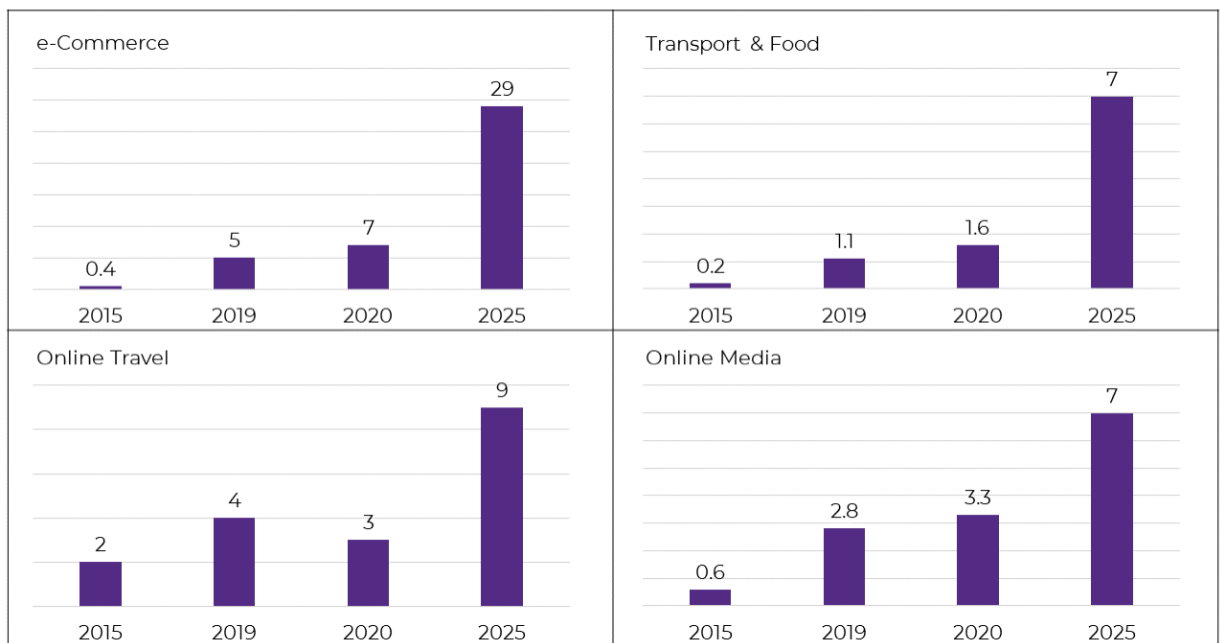


**SỐ HÓA** trong mọi lĩnh vực của nền kinh tế và các Dịch vụ số ngày càng trở nên quan trọng



## Tất cả các mảng của kinh tế số trừ Du lịch (bị ảnh hưởng nặng bởi Covid) đều tăng trưởng

Ecommerce có quy mô 7 tỉ năm 2020 và sẽ tăng lên 29 tỉ vào 2025,  
 Di chuyển & Thực phẩm có quy mô 1.6 tỉ năm 2020 và sẽ tăng lên 7 tỉ vào 2025,  
 Truyền thông số có quy mô 3.3 tỉ năm 2020 và sẽ tăng lên 7 tỉ vào 2025,  
 Du lịch số có quy mô 3 tỉ năm 2020 (giảm 28% so với 2019) và sẽ tăng lên 9 tỉ vào 2025,



### GMV theo ngành (tỷ USD)



Theo tiến sĩ Nguyễn Đức Thành, Viện trưởng viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách (VEPR), nền kinh tế số sẽ có rất nhiều động lực để tăng trưởng như sau:

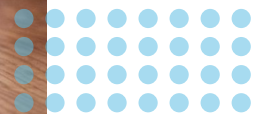
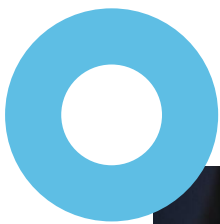
- Dữ liệu sẽ là giá trị mới: sự tăng trưởng của Công nghệ số tạo ra vô số nguồn dữ liệu, kết hợp với năng lực phân tích Big data sẽ biến thành các tài sản quan trọng cho doanh nghiệp.
- Phần cứng và phần mềm ngày càng mạnh mẽ: Kinh tế số là kết quả của những đột phá Công nghệ mới như robotics, IOT và digital platform. Sự chuyển đổi diễn ra ở mọi lĩnh vực của nền kinh tế, từ Tài chính đến Giao thông, sản xuất, truyền thông, giáo dục, y tế ....
- Các mô hình kinh doanh mới sẽ bổ sung hoặc thay thế trong hầu hết các lĩnh vực: mô hình kinh doanh dựa vào digital platform tạo cơ hội cho rất nhiều cá thể cùng tham gia tương tác, kiến tạo mối quan hệ và gia tăng năng suất dựa trên việc giảm các chi phí vận hành. TMĐT giúp hàng hóa và dịch vụ lưu thông tiện lợi và gần như trực tuyến. Quảng cáo online giúp tiếp cận hàng triệu người. Kinh tế chia sẻ cũng tạo ra vô số việc giúp hàng triệu người kiếm sống dựa trên chính tài sản và công sức của họ
- Người tiêu dùng càng trở nên quyền lực hơn: công nghệ số đưa Người tiêu dùng vào trung tâm. Họ có tiếng nói ảnh hưởng trực tiếp tới các DN bằng việc bày tỏ ý kiến, đánh giá và chia sẻ thông tin cho cộng đồng. Họ cũng có thể trở thành người đóng góp sáng kiến cho DN

Đặt mua phiên bản báo cáo đầy đủ tại:  
<https://pay.digitalreport.vn/check-out>



CHƯƠNG 3:

# Toàn cảnh Digital Marketing Việt Nam 2020





Thời điểm 2010 tại Việt Nam có khoảng trên dưới 20 triệu người truy cập vào Internet, mọi người vẫn đang còn sử dụng Yahoo email, Google Analytics được Google tung ra và các Marketers vẫn còn lạ lẫm. Tại thời điểm đó Facebook cũng mới bắt đầu phát triển tại Việt Nam, Zing Me đã tăng gấp 3 trong vòng 1 năm đứng vị trí thứ 2. Đến tháng 11/2010, Zing Me có 4.6 triệu người dùng, Facebook có 3.2 triệu người dùng tại Việt Nam.

Năm 2015, kinh tế chia sẻ bắt đầu vào Việt Nam với sự gia nhập của Uber, Airbnb và FPT cũng đón đầu trào lưu với việc nhà. Thời điểm xe công nghệ vẫn còn là mới mẻ thì nay mọi người đã quen với việc sử dụng Grab bike, Grab taxi, đặt đồ ăn qua foody, giao hàng bằng Ahamove.

Trong vòng 5 năm Digital Marketing đã phát triển vượt bậc với dự báo thị trường năm 2021 khoảng 2-3 tỷ USD. Trong giai đoạn Covid 2019 ảnh hưởng tiêu cực đến kinh tế Việt Nam cũng như trên thế giới nhưng tốc độ tăng trưởng của Digital Marketing tại Việt Nam vẫn tăng trưởng 20-30% thậm chí có một số doanh nghiệp trong ngành tăng trưởng 200-300% năm 2020 vừa qua.

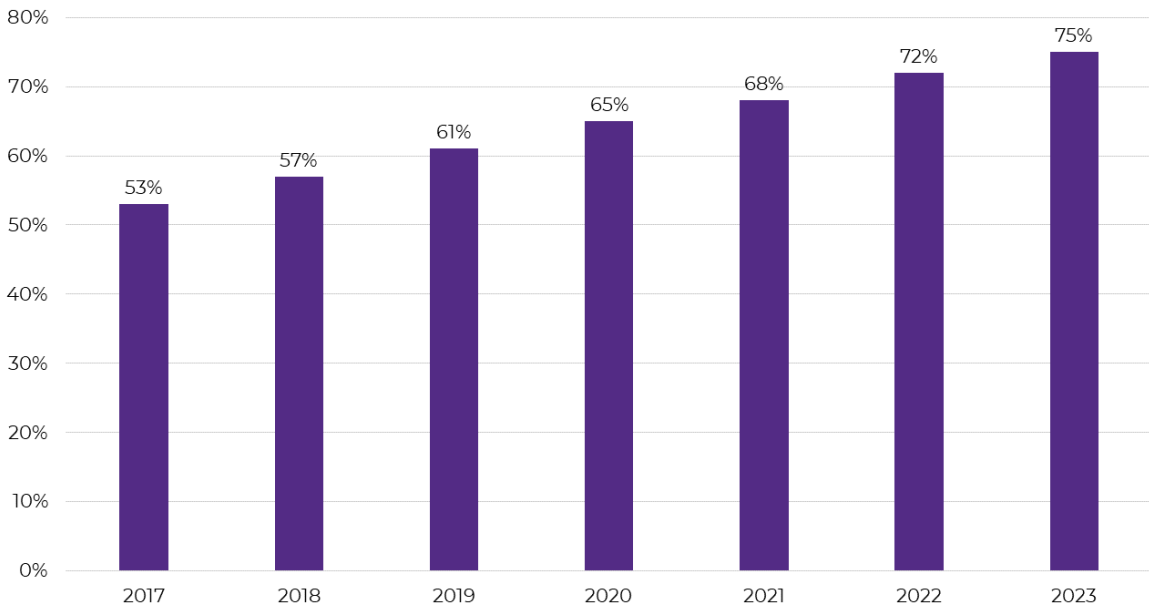
Năm 2020, cộng đồng doanh nhân, người làm Marketing, Digital Marketing đã chứng kiến một cuộc đại khủng hoảng, năm 2021 tin tưởng với những thông tin hữu ích từ sự chung tay của các Marketers và Digital Marketers, chúng ta sẽ có một năm với nhiều thành công mới với 2 xu hướng của tạp chí Marketing Week cho các Marketers năm 2021: **Be innovative & Be personal (Đổi mới & Cá nhân)**

**Nguyễn Đăng Duy Nhất**  
CEO - Global Elite  
Consulting Corporation



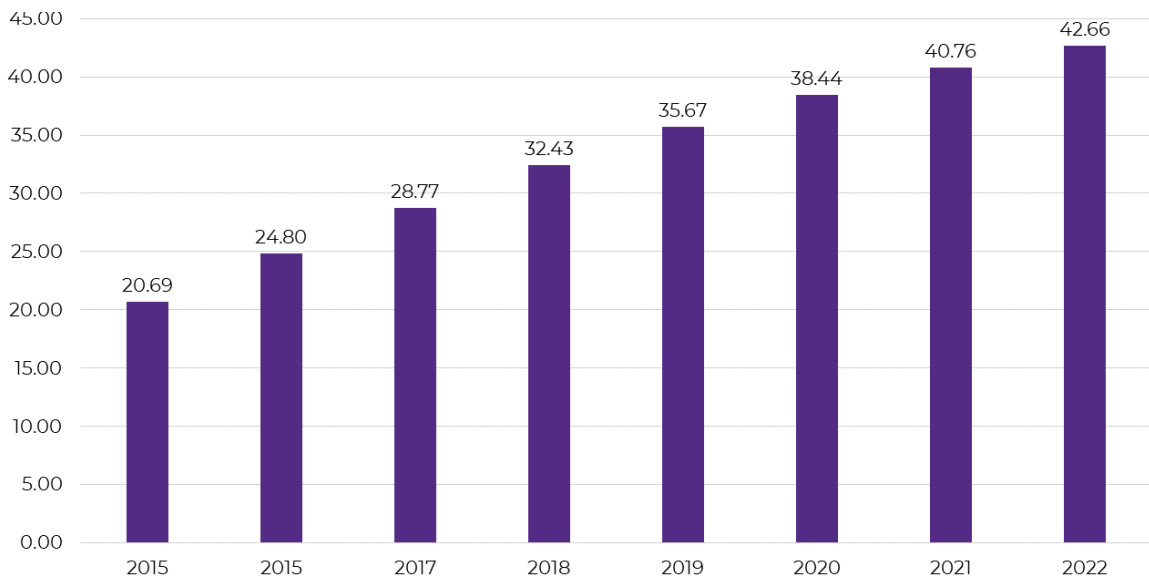
Sau đây là một số báo cáo về thị trường Digital Marketing của Statistic, We Are Social và Google, Facebook:

### Tỷ lệ sử dụng Internet tại Việt Nam từ 2017-2023



(nguồn: Statista 2020)

### Số lượng người dùng smartphone tại Việt Nam từ 2015-2022 (triệu người)



(nguồn: Statista 2020)

## Đặc điểm sở hữu thiết bị

Điện thoại  
di động



**94%**

Smart  
phone



**93%**

Non-  
smartphone



**22%**

Máy tính



**65%**

Máy tính bảng



**32%**

Streaming  
TV



**9.6%**

Thiết bị  
game



**6.9%**

Thiết bị  
nhà  
thông minh



**13%**

Đồng hồ  
thông minh



**18%**

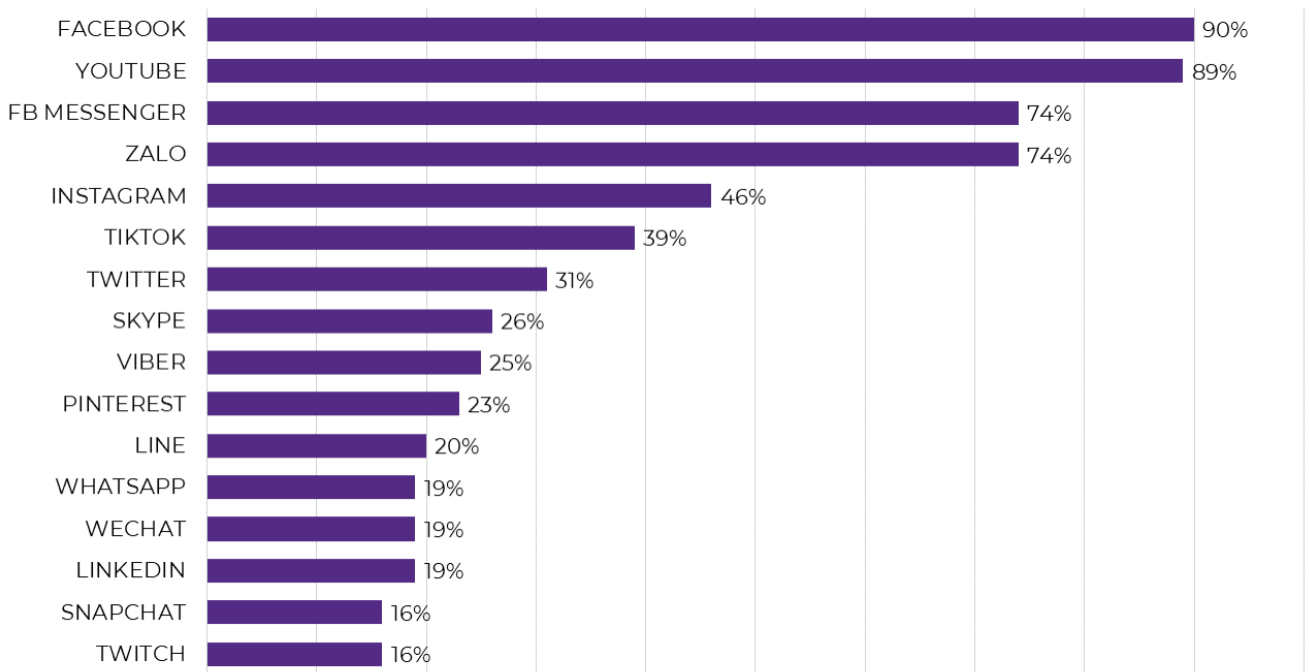
Thiết bị  
VR



**3.1%**

(nguồn:Hootsuite 2020)

## Mạng xã hội được sử dụng nhiều nhất



## Thời gian sử dụng kênh giải trí hàng ngày



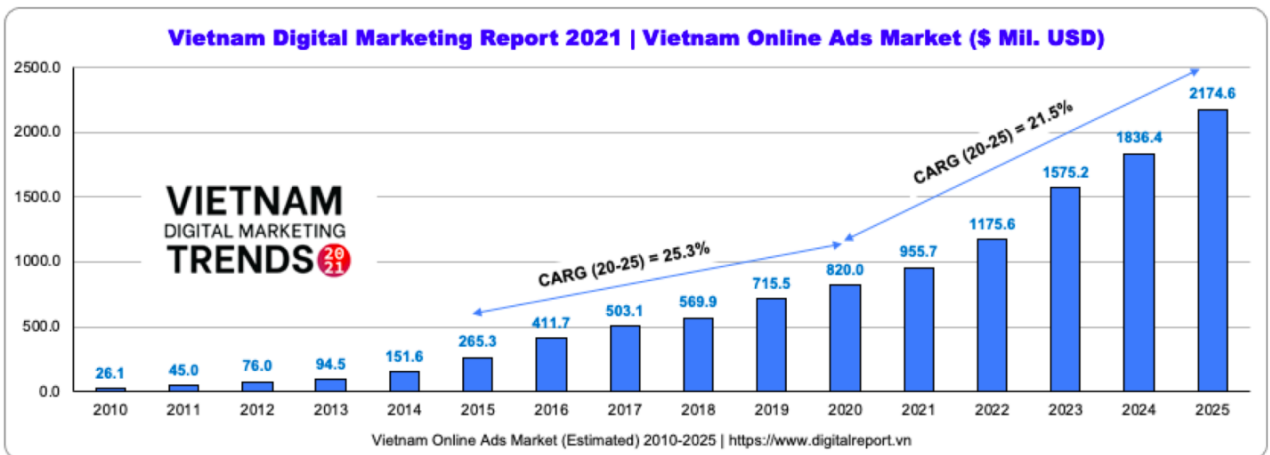
(nguồn:Hootsuite 2020)



# Ngân sách quảng cáo trực tuyến tại Việt Nam 2010-2025

**\*Lưu ý:** Nhằm đảm bảo tính đại diện và độ khách quan cao nhất cho các dữ liệu thu thập, chúng tôi chỉ chọn phân tích số liệu theo chỉ số trung bình dựa trên các nguồn số liệu tại Đông Nam Á và Việt Nam.

Quy mô thị trường quảng cáo trực tuyến tại Việt Nam năm 2020-2025 tiếp tục giữ mức trưởng mạnh trung bình 21.5% / năm. Trong giai đoạn 2018 - 2019 với mức doanh thu tương ứng xấp xỉ 569.9 triệu USD (2018) và 715.5 triệu USD (2019). Năm 2020, do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, tốc độ tăng trưởng của ngành quảng cáo trực tuyến chững lại, tuy nhiên vẫn duy trì tổng doanh thu ở mức 820 triệu USD, theo số liệu từ bảng bên dưới.



VN Digital Ads Market (\$ Mil. USD)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ANTS Digital *	26.1	45.0	76.0	131.0	215.6	329.0	396.0	467.0	550.0	648.0	760.0	889.2	1040.4	1217.2	1424.2	1666.3
Forbes Vietnam **								460.8								
Google, Temasek 2016 ***						300.0	351.0	410.7	480.5	562.2	657.7	769.5	900.4	1053.4	1232.5	1600.0
Google, Temasek 2019 ***						300.0	700.0	1200.0	1700.0	2200.0	2530.0	2909.5	3345.9	3847.8	4425.0	5088.7
Bain & Company ****				58.0	87.6	132.2	199.7	301.5	470.0	582.8	722.7	896.1	1111.2	1377.9	1708.6	2118.6
eMarketer *****									247.2	259.6	274.0	284.3	294.6			
Zenith *****									324.0	495.0	500.0	608.0				
Statista *****								178.4	217.7	260.7	295.9	333.6	361.3	379.9	392.0	399.5
<b>Vietnam Digital Marketing Report 2021</b>	<b>26.1</b>	<b>45.0</b>	<b>76.0</b>	<b>94.5</b>	<b>151.6</b>	<b>265.3</b>	<b>411.7</b>	<b>503.1</b>	<b>569.9</b>	<b>715.5</b>	<b>820.0</b>	<b>955.7</b>	<b>1175.6</b>	<b>1575.2</b>	<b>1836.4</b>	<b>2174.6</b>

\* ANTS Digital - Tổng hợp và dự đoán 2015 và 2017, <https://blog.ants.vn/bai-hoc-bo-dua-tu-bao-chi-truyen-thong-the-gioi-cho-premium-publishers-viet-nam-2015-2020-phan-1/>

\*\* Forbes Vietnam - Báo cáo 6 công ty có doanh thu quảng cáo trực tuyến lớn nhất Việt Nam 2017 trong số 63 (8/2018)

\*\*\* Google, Temasek - Trong báo cáo nền kinh tế Số Đông Nam Á (e-Economy SEA report) 2016-2020

\*\*\*\* Bain & Company - Trong báo cáo Thị trường quảng cáo Việt Nam 2018

\*\*\*\*\* eMarketer - Trong báo cáo Thị trường quảng cáo Việt Nam 2018

\*\*\*\*\* Zenith - Trong báo cáo thị trường quảng cáo trực tuyến Việt Nam 2018-2020

\*\*\*\*\* Statista - Trong báo cáo đã được điều chỉnh bởi ảnh hưởng dịch bệnh Covid-19 Việt Nam 2020

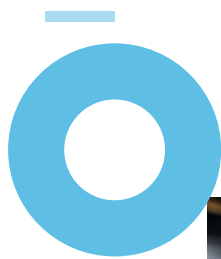
\*\*\*\*\* Vietnam Digital Marketing Report 2021 - Đội ngũ chuyên gia tổng hợp các nguồn, ước tính tốc độ tăng trưởng và dự đoán mức độ trung bình (<https://www.digitalreport.vn>)

Đặt mua phiên bản báo cáo đầy đủ tại:  
<https://pay.digitalreport.vn/check-out>



CHƯƠNG 4:

# Khảo sát xu hướng Digital Marketing Việt Nam 2021 (bản rút gọn)





**Khảo sát Xu hướng Digital Marketing 2021** được thực hiện từ 3 – 7 tháng 1, năm 2021 thông qua phương pháp trả lời trực tuyến (online-survey), thư mời được gửi tới các doanh nghiệp đang hoạt động tại Việt Nam và đăng tải trên một số cổng thông tin điện tử khác.

\*Lưu ý: Nhằm đảm bảo tính đại diện và độ chính xác cao nhất cho các dữ liệu thu thập, chúng tôi chỉ chọn phân tích xu hướng dựa trên phản hồi từ các doanh nghiệp:

- Có doanh thu hàng năm trên 5 tỷ VND
- Là các doanh nghiệp trong nước, có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) hoặc các tập đoàn, công ty đa quốc gia (MNC) đang hoạt động tại thị trường Việt Nam.
- Đáp viên tham gia khảo sát phải là người có quyền quyết định và am hiểu cũng như tham gia sâu sát vào việc tổ chức, phê duyệt và phân bổ ngân sách cũng như am hiểu về các hoạt động Digital Marketing cho doanh nghiệp.

Tổng số doanh nghiệp tham gia thực hiện khảo sát là 400. Báo cáo này thể hiện quan điểm của 167 doanh nghiệp tiêu biểu đại diện cho các ngành hàng đa dạng đang có những hoạt động digital marketing nổi bật trên thị trường.

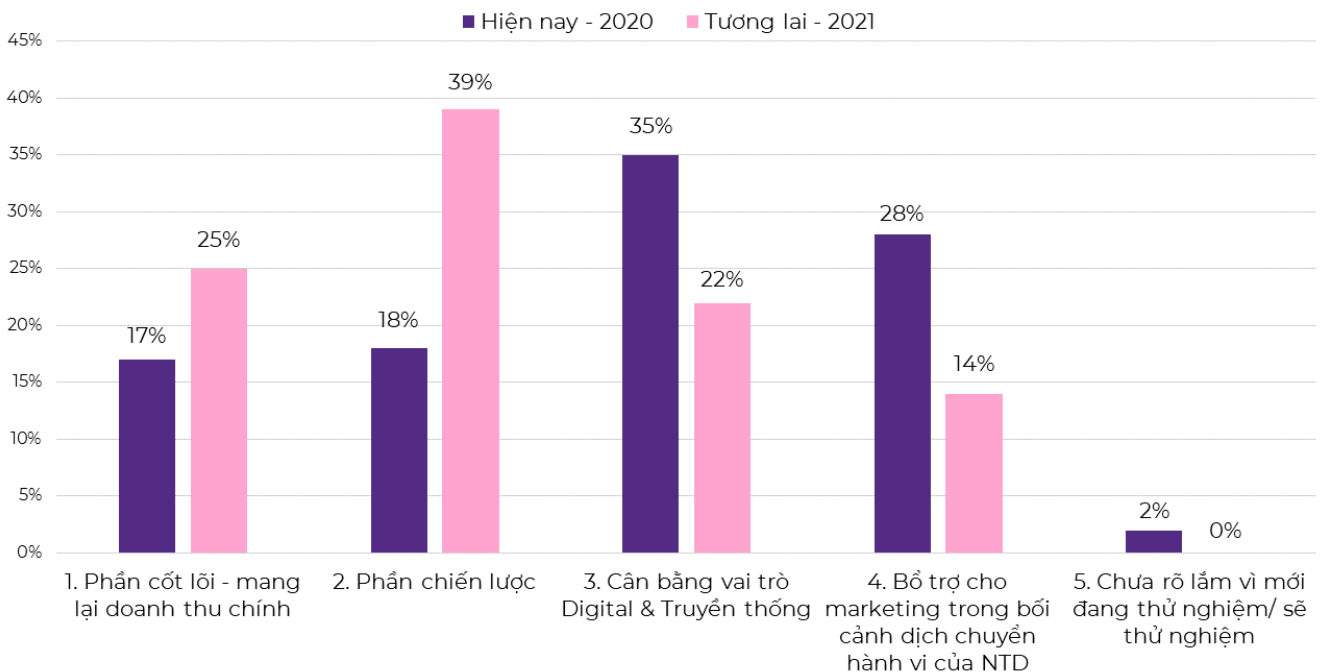


# Quan điểm của Doanh nghiệp về Vai trò của Digital Marketing

## Digital Marketing có vai trò gì đối với Doanh nghiệp trong 2020

Hiện các doanh nghiệp đang sử dụng Digital Marketing chủ yếu để cân bằng với Marketing truyền thống và mang tính bổ trợ trong bối cảnh dịch chuyển hành vi của người tiêu dùng – từ off-line sang online. Tuy nhiên, đa số doanh nghiệp cũng nhận ra sự đóng góp mang tính cốt lõi của Digital Marketing vào doanh số hiện nay, Digital Marketing đã và đang trở thành một phần chiến lược quan trọng cho mọi hoạt động của doanh nghiệp trong tương lai, tăng từ 18% của năm 2020 lên 39% trong 2021.

### Vai trò của Digital Marketing hiện nay & trong tương lai

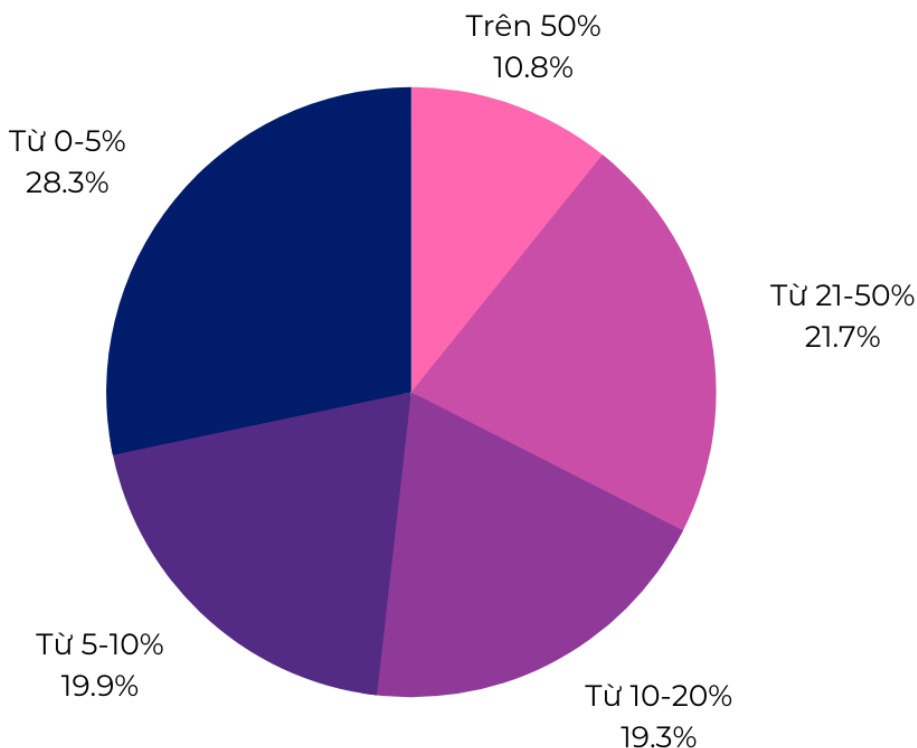


# Mức độ đầu tư của Doanh Nghiệp vào Digital Marketing

Mức đầu tư trung bình của các doanh nghiệp cho Digital Marketing trong năm 2020 **ước tính khoảng 17% tổng doanh thu** – một con số không nhỏ.

Tỉ lệ phân bổ tùy thuộc vào ngành hàng và khách hàng, trong khi vẫn còn gần 30% doanh nghiệp đang ngần ngại trong việc đầu tư vào Digital Marketing – ngân sách chỉ dưới 5% tổng doanh thu thì vẫn có tới hơn 10% doanh nghiệp đã chi tới hơn một nửa doanh thu cho khoản này. Mức giao động từ 10% tới 20% doanh thu chiếm khoảng 20% số doanh nghiệp tham gia khảo sát.

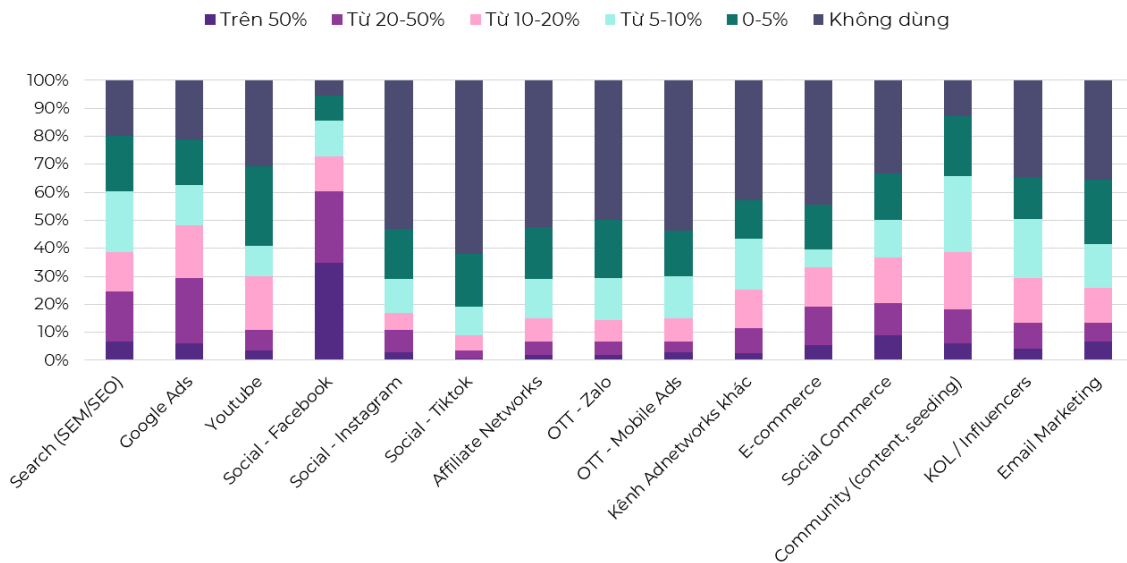
Ngân sách Digital Marketing trong tổng doanh thu hiện nay



# Mức phân bổ ngân sách cho các kênh Digital Marketing

Facebook, Google Ads, YouTube, and KOLs hiện đang nhận được mức đầu tư lớn nhất từ các doanh nghiệp. Trong đó, nổi bật là Facebook với chỉ 5% số doanh nghiệp tham gia khảo sát hiện không dùng, hay chưa dùng Facebook làm kênh truyền thông Digital. Trong khi đó, rất nhiều doanh nghiệp chi tới hơn 50% ngân sách Digital vào chỉ Facebook mà chưa tận dụng những kênh khác có thể đem lại hiệu quả cao hơn.

Tỉ lệ phân bổ ngân sách cho các kênh Digital trong năm 2020



Đáng chú ý là ngoài Youtube, các kênh phổ biến như Search, Google Ads và cả Community đều được điểm danh trong cả hai hạng mục - vừa hài lòng và cũng chưa hài lòng theo đánh giá của doanh nghiệp.

	<b>Rất hài lòng + Tương đối hài lòng</b>		<b>Chưa hài lòng + Hoàn toàn không hài lòng</b>
Social - Facebook	64%	Search (SEM/SEO)	42%
Google Ads	45%	Youtube	40%
Search (SEM/SEO)	42%	Google Ads	37%
Community (content, seeding)	40%	Community (content, seeding)	37%
E-commerce	36%	KOL / Influencers	36%
Social Commerce	31%	Email Marketing	35%
Kênh Adnetworks khác	29%	OTT - Zalo	34%
Email Marketing	27%	Social - Tiktok	31%
KOL / Influencers	27%	Social - Instagram	31%
Affiliate Networks	26%	Affiliate Networks	30%
Social - Instagram	21%	Social Commerce	29%
OTT - Mobile Ads	17%	Social - Facebook	28%
Youtube	16%	Kênh Adnetworks khác	27%
OTT - Zalo	15%	OTT - Mobile Ads	27%
Social - Tiktok	10%	E-commerce	25%



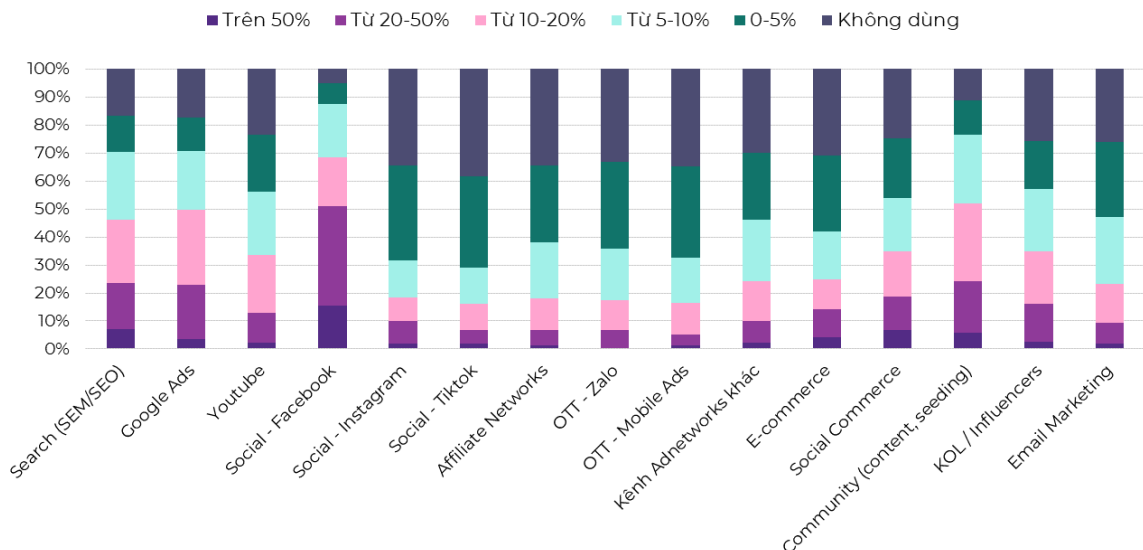
# Kỳ vọng của Doanh Nghiệp năm 2021

## Dự định đầu tư vào các kênh Digital Marketing của doanh nghiệp trong năm 2021

Facebook, Youtube, Google Ads, Community vẫn sẽ là những kênh được doanh nghiệp kỳ vọng đem lại hiệu ứng tốt và sẽ được dành cho một ngân sách đáng kể trong 2021.

Những kênh có tỉ lệ phân bổ ít là các kênh mạng xã hội khác như Instagram, Tiktok, Zalo, Báo chí Điện tử Việt Nam...

Tỉ lệ phân bổ ngân sách dự tính cho các kênh Digital Marketing năm 2021

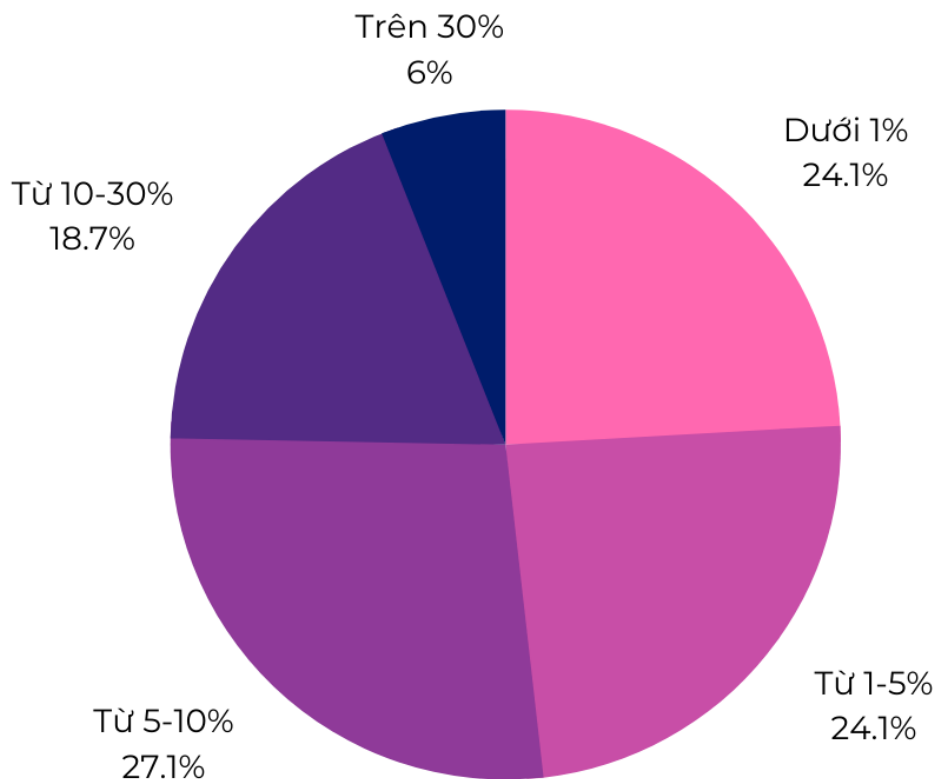


# Đầu tư vào Martech

## Mức đầu tư vào MarTech trong năm 2020

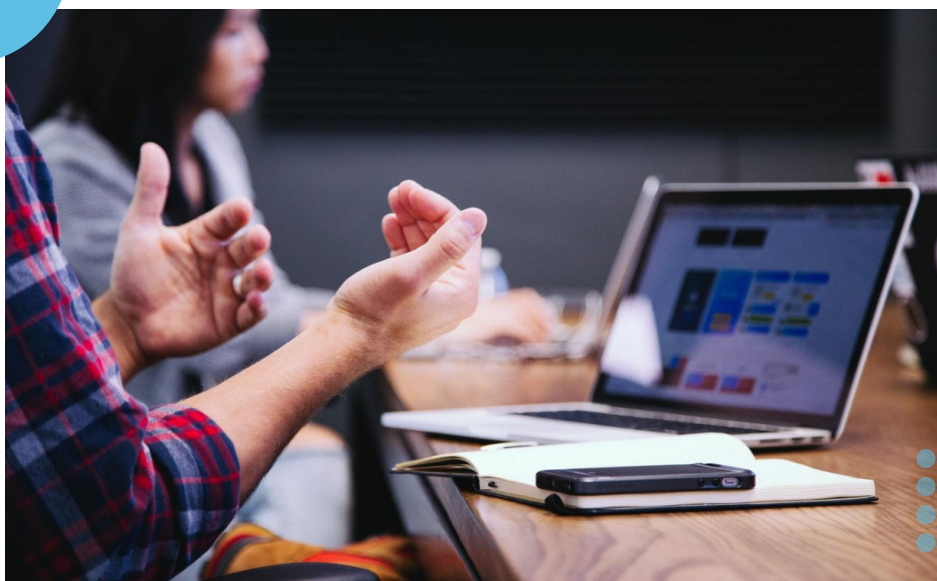
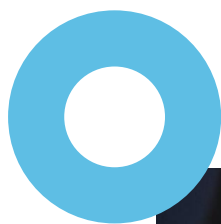
Mức đầu tư hiện nay cho MarTech còn khiêm tốn so với Digital Marketing với gần ¼ số doanh nghiệp tham gia khảo sát đang đầu tư chưa tới 1% tổng ngân sách Digital Marketing cho MarTech. ¼ nữa chỉ dừng ở mức dưới 5%, hoặc tới 10% và chỉ có 6% doanh nghiệp tham gia khảo sát đầu tư hơn 30% ngân sách của Digital vào MarTech.

Mức đầu tư vào MarTech trong tổng ngân sách Digital Marketing hiện nay



CHƯƠNG 5:

# Bản đồ giải pháp công nghệ marketing Việt Nam 2021

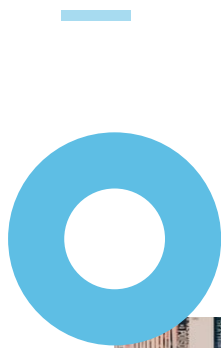


# Bản đồ Công nghệ marketing (MarTech) Việt Nam 2021

Acquisition	Commerce & Sales	Retention	Data & Analytics
<b>Multichannel Media</b> 	<b>Website</b> 	<b>CRM</b> 	<b>Customer Data Platform</b> 
	<b>Sales Management</b> 	<b>Loyalty &amp; Cash back</b> 	<b>Reporting</b> 
<b>Affiliate</b> 		<b>Call center &amp; SMS</b> 	<b>In-Store Analytics</b> 
<b>Influencer</b> 	<b>Livestream</b> 		<b>Social monitoring</b> 
	<b>Chatbot</b> 		
<b>Wifi</b> 			
<b>Others</b> 			

CHƯƠNG 6:

# Phụ lục và Tài liệu



**Các nguồn sử dụng:**

- Báo cáo McKinsey
- World Bank's Ease of Doing Business.
- UN World Population prospects, World Bank Development Indicators, IMF World Economic Outlook database
- Report Google - Temasek - Bain & Company e-Conomy SEA 2016-2020
- Tiến sĩ Nguyễn Đức Thành, Viện trưởng viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách (VEPR)
- Tiến sĩ Đinh Lê Đạt, Đồng sáng lập & Tổng giám đốc ANTS Digital & Antsomi
- Triều Nguyễn - Co-founder & VP Younet Group
- Đỗ Hữu Hưng - CEO ACCESSTRADE
- Ngô Hoàng Long - Digital Strategic Director NOVAON
- Lê Anh Tuấn - CEO Firstcom Digital
- Jack Nguyễn - Regional Managing Director Insider SEA
- Ý Phạm - Business Director Appier
- Nguyễn Đăng Duy Nhất - CEO Global Elite Consulting Corporation
- Mai Xuân Đạt - Founder SEONgon
- Andy Vũ - General Director BeeST Group
- Minh Nguyễn - CEO Lava Digital
- Tình Nguyễn, Cofounder - Ladipage
- Andy Nguyễn - CEO 7SAT
- Đặng Thái Sơn - CMO Appota
- APAC Digital Marketing Performance
- CMO APAC năm 2012
- Vietnam Digital report 2020 - We are social & Hootsuite
- Vietnam, Statista Digital Market Outlook 2020
- Statista (Forecast adjusted for expected impact of COVID-19), October 2020
- ANTS Digital - Vietnam digital ads market report 2015 & 2017
- Zenith forecast covering 51 key markets - October 2019
- State of video marketing survey 2020
- Daily Esports 2020
- Data flair training - data science at netflix
- Social media today - 10 video marketing trends to guide your online strategy in 2021
- Tomoson report
- State of Influencer Marketing in Việt Nam 2020, 7SAT
- CreatorIQ
- Vietnam Digital marketing trends 2021 survey - AMCO x YOUNET media



Đặt mua phiên bản báo cáo đầy đủ tại:  
<https://pay.digitalreport.vn/check-out>



