

# XU HƯỚNG

NGÀNH MARKETING VÀ COMMUNICATIONS



NĂM **2020**  
T Ừ H U B S P O T

DESIGNED BY TÂM TRẦN

# TỔNG HỢP NHỮNG XU HƯỚNG 2020

## NGÀNH MARKETING VÀ COMMUNICATIONS




### NHỮNG CON SỐ ĐÁNG CHÚ Ý

Năm 2019 trôi qua với khá nhiều những biến động mới trong ngành MarCom. Cùng nhau nhìn lại những con số và dự đoán những xu hướng mới cho năm 2020 được nhiều hiệu quả hơn. Mời các bạn tham khảo những xu hướng dưới đây được thống kê từ Hubspot trong Ebook này!

1. Xu hướng #Social\_Media 2020
2. Xu hướng #Advertising 2020
3. Xu hướng #Content 2020
4. Xu hướng #Email\_Marketing 2020
5. Xu hướng #Lead\_Generation 2020
6. Xu hướng #Martech 2020
7. Xu hướng #SEO 2020
8. Xu hướng #Video\_Marketing 2020


# XU HƯỚNG #SOCIAL\_MEDIA 2020

## Facebook

**79%**   
người dùng  
Internet sử dụng  
Facebook.

 **2,1 Tỷ**  
Tổng số  
tài khoản Facebook,  
270tr hồ sơ là giả mạo.


 **76%**  
người lớn sử  
dụng Facebook  
hàng ngày.

**83%**   
**75%** là nữ  
là nam.

Facebook góp **82%** lưu lượng phương tiện truyền thông xã hội đến các câu chuyện dạng dài và **84%** lưu lượng truy cập xã hội đến các bài báo ngắn hơn.

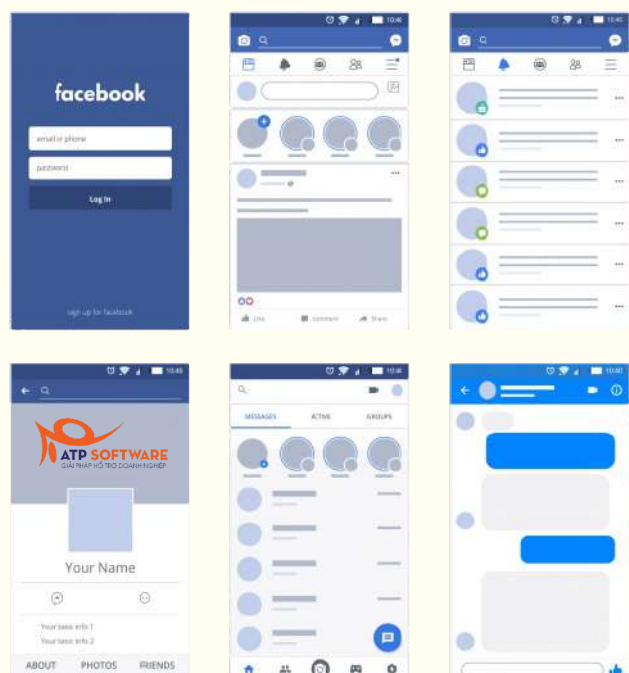
**Ấn Độ**   
có nhiều  
người dùng Facebook  
nhất trên thế giới.

Trong 2 năm qua, mức  
tiêu thụ nội dung trên  
Facebook đã tăng.  
 **57%**

 **74%**  
mọi người nói  
rằng họ sử dụng Fb cho  
mục đích nghề nghiệp.

**76%**   
mọi người  
sử dụng Feed trên Fb  
của họ để tìm kiếm  
các nội dung thú vị.

Tính đến tháng 6/2018, Facebook có **1,47 tỷ** người dùng hoạt động hàng ngày và **2,23 tỷ** người dùng hoạt động hàng tháng.



# XU HƯỚNG #SOCIAL\_MEDIA 2020

## Instagram



Kể từ T1/2018, user Insta trên toàn thế giới **18-24** là nhóm tuổi phổ biến nhất, tiếp theo là **25-34**



**7/10**

hashtag là từ các thương hiệu.

Doanh thu quảng cáo trên Instagram dự kiến sẽ đạt gần **7 tỷ \$** trong năm nay.



eMarketer ước tính rằng Instagram sẽ tạo ra **5,48 tỷ \$** doanh thu quảng cáo của Hoa Kỳ vào năm 2020. Instagram chiếm **28,2%** doanh thu quảng cáo trên thiết bị di động của Facebook.

Số lượng người dùng của Instagram đang tăng gần **5%/** mỗi quý.



Có hơn **400 triệu** người dùng Instagram tạo ra các câu chuyện trên Instagram mỗi ngày.



**Jakarta, Indonesia**



là địa điểm được gắn thẻ hàng đầu trong các câu chuyện trên Instagram.

Instagram Stories góp phần tăng **220%** chỉ tiêu quảng cáo hàng năm.



Ba hashtag phổ biến nhất được sử dụng trong Instagram Stories vào năm 2019 là

## #GOODMORNING, #WORK, #GOODNIGHT



# XU HƯỚNG #SOCIAL\_MEDIA 2020

## LinkedIn

Các CEO trên LinkedIn có trung bình **930** kết nối.



Người dùng LinkedIn trung bình dành **17 phút** trên trang web mỗi tháng.



**39%** trong số **500 triệu** người dùng LinkedIn đang trả tiền cho một tài khoản trả phí.



Trong hai năm qua, mức tiêu thụ nội dung trên LinkedIn đã tăng

**21%**



Khi nói đến việc **cung cấp nội dung** và **đảm bảo sự tương tác** từ khán giả, LinkedIn là nền tảng truyền thông xã hội hiệu quả nhất.



LinkedIn có **562 triệu** thành viên.

**40%** thành viên truy cập mạng xã hội này mỗi ngày.



## Pinteres

**45%** Nữ  
**17%** Nam  
trên Internet có tài khoản Pinterest



Họ chi nhiều hơn **20%** so với người dùng được giới thiệu từ các kênh phi xã hội, bao gồm cả tìm kiếm.



**80%** mọi người sử dụng Pinterest trên thiết bị di động.

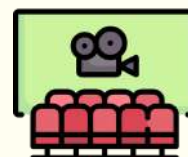


Piners - người dùng Pinterest cũng có khả năng mua như người dùng từ các kênh xã hội khác nhưng chi tiêu trung bình nhiều hơn **50%** so với các kênh xã hội khác.



**80%** Millennials dùng Pinterest nói rằng nền tảng này giúp họ quyết định những gì họ nên mua.

**45%** người trên Pinterest sử dụng ứng dụng trong khi xem TV.



# XU HƯỚNG #SOCIAL\_MEDIA 2020

## Quản lý truyền thông xã hội

Nội dung do người dùng tạo trên MXH có tỷ lệ chuyển đổi cao hơn

**4,5%**



**86%** người dùng thích tính cách thương hiệu xác thực và trung thực trên mạng xã hội.



Khoảng **3,03 tỷ** người đang dùng phương tiện truyền thông XH trên toàn cầu.



Hơn **50%** người dùng theo dõi một số tài khoản người nổi tiếng hoặc người có ảnh hưởng trên phương tiện truyền thông xã hội.

Chỉ **5%** người trưởng thành sử dụng Internet nói rằng họ có nhiều niềm tin vào thông tin họ nhận được từ phương tiện truyền thông xã hội.

Nội dung về thương hiệu trên phương tiện truyền thông xã hội có khả năng thu hút gấp đôi những người trong độ tuổi từ **55-64** so với những người từ 28 tuổi trở xuống.



### Bài viết, video & hình ảnh

là ba loại nội dung hấp dẫn nhất trên phương tiện truyền thông xã hội.



**96%** mọi người nói về các công ty và thương hiệu trên phương tiện truyền thông xã hội rằng họ không tích cực theo dõi các thương hiệu đó.

**83%**

tất cả các nhà tiếp thị tích cực theo đuổi các sáng kiến tiếp thị truyền thông xã hội.



**2 triệu**

doanh nghiệp được cho là sử dụng Facebook để quảng cáo vào năm 2019.



Phương tiện truyền thông xã hội và xem video là hai hoạt động trực tuyến phổ biến nhất.



Gần **một phần ba** người dùng Internet trên thế giới sử dụng mạng xã hội thường xuyên.



# XU HƯỚNG #SOCIAL\_MEDIA 2020

## Nội dung trực quan

Content Marketing  
hiệu quả

**gấp 3 lần**  
so với quảng cáo  
tìm kiếm có trả tiền.



Sau khi xem video,

**64%**  
người dùng có nhiều  
khả năng mua sản  
phẩm trực tuyến.



**100 triệu**

giờ nội dung  
video được xem trên  
Facebook hàng ngày.



**20%**



mọi người sẽ đọc văn bản  
trên một trang, trong khi

**80%** mọi người  
sẽ xem video.



**47%** người mua xem ít nhất 3-5 mẫu nội dung trước khi quyết định nói chuyện với đại diện bán hàng.

Các tài sản trực quan đóng góp  
nội dung lớn nhất khi nói đến  
phương tiện truyền thông xã  
hội vào năm 2019.



Các nghiên cứu cho thấy  
mọi người có khả năng nhớ lại  
**65%** nội dung

hình ảnh mà họ thấy gần ba ngày sau đó.



**96%** mọi người nói về các công ty và thương hiệu trên phương tiện truyền thông xã hội rằng họ không tích cực theo dõi các thương hiệu đó.



# XU HƯỚNG #ADVERTISING 2020

## Chặn quảng cáo

### Adblocker Plus

ứng dụng chặn quảng cáo phổ biến nhất, đã đạt 300 triệu lượt tải xuống trên toàn thế giới.



77%

người dùng đồng ý rằng họ thích dùng bộ lọc quảng cáo hơn là các trình chặn quảng cáo hoàn toàn.



41%

người dùng trình chặn quảng cáo biết về trình chặn quảng cáo này qua thông tin truyền miệng.



64%



người dùng sử dụng phần mềm chặn quảng cáo vì chúng gây phiền nhiễu hoặc quấy rầy họ.

Chặn quảng cáo ở Mỹ đã tăng từ

**15-30%**

kể từ năm 2014.



Tỷ lệ người dùng máy tính để bàn và laptop sử dụng trình chặn quảng cáo lớn hơn gấp đôi so với tỷ lệ người dùng smartphone sử dụng trình chặn.

## Quảng cáo hiển thị

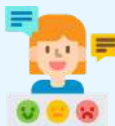
72%

người dùng nói rằng họ sẽ đánh giá thấp thương hiệu nếu gặp khó chịu bởi một quảng cáo pop-up.



81%

người tiêu dùng đã đóng trình duyệt hoặc thoát khỏi trang web vì quảng cáo pop-up.



34%

người dùng nói rằng họ đã bấm nhầm vào quảng cáo trực tuyến.



**73%** người không thích quảng cáo pop-up. Cứ 5 người thì 4 người lại rời khỏi một trang web vì quảng cáo pop-up hoặc quảng cáo video tự động phát.

**33%** các Inbound Marketer và **31%** Outbound Marketer xếp hạng các hoạt động Outbound Marketing (như quảng cáo có trả phí) là sự lãng phí thời gian và tài nguyên hàng đầu.





# XU HƯỚNG #ADVERTISING 2020

## Quảng cáo trên thiết bị di động

**70%** người không thích QC trên thiết bị di động.



Việc quảng cáo trên thiết bị di động đã tăng **90%** so với năm trước.



Các Marketer và nhà quảng cáo đang đặt **51%** ngân sách của họ vào quảng cáo di động.



Google chiếm **95%** tổng số lần nhấp vào QC tìm kiếm phải trả tiền trên thiết bị di động.



Cả quảng cáo trên máy tính để bàn và thiết bị di động đều mang lại hiệu quả thương hiệu, nhưng quảng cáo trên thiết bị di động hoạt động tốt hơn.

**2/3 người dùng**

có thể nhớ lại một thương hiệu cụ thể mà họ đã thấy được quảng cáo trên thiết bị di động trong vòng 1 tuần.



**60%**

người tiêu dùng nhấp vào quảng cáo di động ít nhất là một lần một tuần.



## Quảng cáo Pay-Per-Click (PPC)

Quảng cáo trả tiền theo Click

**64,6%**

số người nhấp vào quảng cáo Google khi họ đang tìm mua một mặt hàng trực tuyến.



Tỷ lệ nhấp trung bình trong AdWords của tất cả các ngành là

**1,91%** cho tìm kiếm



**0,35%** cho hiển thị

**66%**

từ khóa có ý định của người mua là các nhấp chuột trả tiền.



Tỷ lệ chuyển đổi AdWords trung bình của tất cả các ngành là **2,7%** đối với mạng tìm kiếm và **0,89%** đối với mạng hiển thị.

Chi phí mỗi lần nhấp (CPA) trung bình trong AdWords của tất cả các ngành là **2,32 \$** đối với trên mạng tìm kiếm và **0,58 \$** đối với mạng hiển thị.



# XU HƯỚNG #ADVERTISING 2020

## Quảng cáo video

**51%** mọi người không có sự đánh giá cao về các thương hiệu sử dụng quảng cáo video tự động phát.



**70%** các Marketer tại Mỹ có kế hoạch sử dụng quảng cáo video trên mạng xã hội trong 12 tháng tới.



**82%** người dùng đã đóng trình duyệt hoặc thoát khỏi trang web vì quảng cáo video trực tuyến tự động phát.



**99%**

các Marketer đã sử dụng video nói rằng họ sẽ tiếp tục sử dụng hình thức này trong năm



**65%**

những người hiện không sử dụng video, cho biết họ dự định bắt đầu vào năm 2020.



Đến năm 2021, quảng cáo video sẽ phát triển thành một ngành công nghiệp trị giá **22 tỷ \$**



Trong năm 2019, bước nhảy lớn nhất của CTR video là ở người dùng máy tính để bàn, trong khi CTR trên máy tính bảng giảm nhẹ.



# XU HƯỚNG #CONTENTMARKETING 2020

## Blog

**55%** các Marketer nói rằng tạo nội dung blog là chiến lược Inbound Marketing ưu tiên của họ.



Tìm kiếm tự nhiên làm tăng lưu lượng truy cập theo thời gian.



Bài đăng trên blog tổng hợp chiếm **10%** tổng số bài đăng trên blog và tạo ra 38% lưu lượng truy cập tổng thể.

Một bài đăng blog tổng hợp tạo ra nhiều lưu lượng truy cập như **6 bài** viết phân mảnh.



Các công ty đã xuất bản hơn **16 bài đăng** trên blog mỗi tháng có lưu lượng truy cập gần gấp 3,5 lần so với các công ty đã xuất bản từ 0 đến 4 bài đăng hàng tháng.

Các công ty B2C đã viết blog hơn **11 lần** mỗi tháng có số lượng khách hàng tiềm năng nhiều hơn bốn lần so với những công ty chỉ viết blog bốn đến năm lần.



Các công ty B2B đã viết blog hơn **11 bài** mỗi tháng có lưu lượng truy cập gần gấp ba lần so với các công ty viết 0-1 bài.



Các công ty đã xuất bản hơn **16 bài đăng** trên blog mỗi tháng có số lượng khách hàng tiềm năng cao hơn khoảng 4, 5 lần so với các công ty xuất bản từ 0-4 bài.

**75%** lượt xem blog của HubSpot và **90%** khách hàng tiềm năng của blog đến từ các bài đăng cũ.



**43%** các nhà tiếp thị B2B nói rằng blog là loại nội dung quan trọng nhất của họ.



**43%** số người thừa nhận lướt qua các bài đăng trên blog. Các tiêu đề với **6-13 từ** thu hút lưu lượng truy cập cao nhất và nhất quán nhất.



# XU HƯỚNG #CONTENTMARKETING 2020

## Chiến lược nội dung

**42%**

các công ty đã thuê 1 nhà điều hành về chiến lược nội dung.



**97%** các Marketer đang sử dụng nội dung theo quy chuẩn hoặc nội dung theo một công thức để thành công.



**45%**

các nhà Marketing B2C tin rằng nội dung trực quan (visual content) là loại nội dung quan trọng nhất của họ.



Content Marketing tạo ra khách hàng tiềm năng nhiều **gấp ba lần** so với quảng cáo tìm kiếm có trả tiền.

## LinkedIn

là nền tảng truyền thông xã hội hiệu quả nhất để cung cấp nội dung và đảm bảo sự tương tác của khán giả.



**47%**

người mua đã xem 3-5 mẫu nội dung trước khi tương tác với đại diện bán hàng.



**96%** người mua B2B muốn nhiều nội dung hơn từ các nhà lãnh đạo tư tưởng trong ngành.

## Podcast

**17%**

các Marketer có kế hoạch thêm Podcast vào các công cụ Marketing của họ trong 12 tháng tới.



Người nghe Podcast hàng tháng đã tăng từ

**24% lên 26%**

mỗi năm tại Mỹ.



## Podcast

là nguồn âm thanh có thời gian tiêu thụ số 1.



Người nghe Podcast có nhiều khả năng sở hữu một loa thông minh.

**27%** nam giới và **24%**

nữ giới nghe Podcast.



# XU HƯỚNG #EMAIL\_MARKETING 2020

## Tỷ lệ Click

**54%** các Marketer nói rằng tăng tỷ lệ tương tác là chiến lược Email Marketing ưu tiên của họ.



**11h sáng** là thời gian Email Marketing có tỷ lệ Click cao nhất.



Các Marketer gửi email vào **thứ ba** có được tỷ lệ mở cao nhất.



**15%** các Marketer được khảo sát nói rằng công ty của họ vẫn không thường xuyên xem lại các lần mở email và nhấp chuột; chỉ **23%** cho biết họ đã tích hợp trang web và email của mình để theo dõi những gì xảy ra sau một cú nhấp chuột.



Khi số lượng hình ảnh trong email **tăng lên, tỷ lệ Click của email có xu hướng giảm.**

## Sử dụng Email

**51%** các Marketer nói rằng làm phong phú chất lượng dữ liệu liên hệ là rào cản quan trọng nhất của họ để đạt được thành công tiếp thị qua email.

**3/4** các công ty đồng ý rằng Email cung cấp ROI từ tốt đến xuất sắc.



Các tài khoản email đang hoạt động dự kiến sẽ đạt **5,6 tỷ** vào năm 2020.



Gmail có **1 tỷ** người dùng hoạt động trên toàn thế giới.



Khoảng **49%** doanh nghiệp sử dụng một số hình thức tự động hóa email.



**78%** người tiêu dùng đã hủy đăng ký email vì một thương hiệu đã gửi quá nhiều email.

Email hiển thị không chính xác trên thiết bị di động có thể bị xóa trong vòng **ba giây**.



**86%** chuyên gia thích sử dụng email khi giao tiếp cho mục đích kinh doanh.



# XU HƯỚNG #EMAIL\_MARKETING 2020

## Email trên di động

**73%**  
các công ty được  
khảo sát ưu tiên tối  
ưu hóa email trên  
thiết bị di động.



Người dùng di động  
kiểm tra email nhiều  
hơn **ba lần**  
so với người dùng  
không di động.



**52%**  
khách hàng ít lựa chọn  
một công ty mang lại  
trải nghiệm không tốt  
trên di động.

**35%**  
chuyên gia kinh doanh  
kiểm tra email trên  
thiết bị di động.



Các công ty IT, B2B và bán buôn có email di động yếu nhất về tỷ lệ mở, trong khi TV/  
radio/ phim, sự kiện và bất động sản có email di động có tỷ lệ mở mạnh nhất.

**80%**  
người dùng email dự kiến sẽ truy  
cập vào tài khoản email của họ  
thông qua thiết bị di động vào  
cuối năm 2019.



Apple iPhone **29%**  
và Gmail **27%**  
vẫn là những kênh phổ  
biến nhất để đọc email.



## Nội dung email

**64%**  
người thích Email  
dưới dạng Rich text.



**56%**  
thương hiệu sử dụng biểu  
tượng cảm xúc emoji trong  
dòng chủ đề (Title) của  
email có tỷ lệ mở cao hơn.

Email spam có nhiều khả  
năng vượt qua các bộ lọc  
bảo mật dễ dàng  
hơn so với  
trước đây.



Các email bao gồm tên  
của người nhận trong  
Title có tỷ lệ nhấp cao  
hơn.



Khi nói đến các ngành công nghiệp cụ thể, các email liên quan đến chăm sóc vật nuôi  
và động vật có tỷ lệ mở cao nhất ở mức 22,1% trong năm 2016.

Gần một nửa **47%**  
các nhà tiếp thị nói rằng đôi khi họ  
thử nghiệm nhiều Title email để tối  
ưu hóa hiệu suất.



Email giao dịch nhận được  
gấp **8 lần** số lần mở so với  
email tiếp thị thông thường.



# XU HƯỚNG #EMAIL\_MARKETING 2020

## Phân đoạn email

**42%** các Marketer không gửi thông điệp email được nhắm mục tiêu; chỉ 4% dùng nhắm mục tiêu theo nhóm.



**83%** các công ty sử dụng ít nhất là phân khúc cơ bản cho email của họ.



Khả năng phân đoạn danh sách email và cá nhân hóa thông điệp của chiến dịch email là chiến thuật cá nhân hóa hiệu quả nhất.



Người nhận có nhiều khả năng click vào email từ các chiến dịch được phân đoạn hơn 75% so với các chiến dịch không được phân đoạn.



# XU HƯỚNG

## #LEAD\_GENERATION 2020

### Tạo nhu cầu

**68%**

doanh nghiệp B2B khai thác các trang Landing Page để thu hút khách hàng tiềm năng.



**79%** các Marketer B2B sử dụng Email với vai trò là kênh phân phối hiệu quả nhất cho các nỗ lực tạo nhu cầu khách hàng.



Năm 2020, **70%** Marketer nói rằng ngân sách để tạo nhu cầu cho KH của họ sẽ tăng và 34% nói rằng chi tiêu của họ sẽ tăng hơn 20%.



Trong Marketing B2B, các sự kiện giúp tạo ra nhiều khách hàng tiềm năng nhất và các Case Study thực tế giúp tăng chuyển đổi các khách hàng tiềm năng hiệu quả nhất.

Chỉ có **18%** Marketer nói rằng các hoạt động outbound cung cấp cho họ nguồn khách hàng chất lượng nhất để bắt đầu bán hàng.



**74%** các công ty không vượt mức doanh thu mục tiêu không nhận biết khách truy cập, KH tiềm năng hoặc cơ hội bán hàng của họ.



Gần **80%** các công ty không đạt được mục tiêu doanh thu chỉ thu hút 10.000 khách truy cập trang web hàng tháng hoặc ít hơn. Đối với những công ty vượt mức doanh thu mục tiêu, có 70% thu hút hơn 10.000 khách mỗi tháng vào trang web.

**61%**

các Marketer nói rằng tạo ra lưu lượng truy cập và khách hàng tiềm năng là thách thức hàng đầu của họ.



**53%**

Content Marketing sử dụng nội dung tương tác trong các nỗ lực tạo khách hàng tiềm năng.



Càng ít năm bắt chi tiết KPI thì khả năng đáp ứng mục tiêu doanh thu của doanh nghiệp càng thấp



**74%**

các công ty không vượt mức doanh thu mục tiêu không nhận biết khách truy cập, khách hàng tiềm năng hoặc cơ hội bán hàng của họ.





# XU HƯỚNG #LEAD\_GENERATION 2020

## Phân tích Marketing

**46%** kế hoạch tốt trong chiến lược quản lý khách hàng tiềm năng sẽ có đội ngũ bán hàng để theo dõi hơn 75% khách hàng tiềm năng.



**85%** các Marketer B2B cho biết tạo khách hàng tiềm năng là mục tiêu quan trọng nhất.



## Content Marketing

**75%** các tổ chức trong nước tin rằng chiến lược Marketing của họ là hiệu quả.

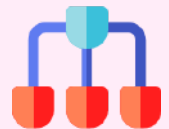


**27%** Marketer nói rằng đảm bảo đủ ngân sách là thách thức Marketing hàng đầu của họ.



Các Marketer tính toán ROI có khả năng nhận ngân sách cao hơn

**1,6 lần**



Tạo ra nguồn khách hàng, bán hàng và nuôi dưỡng khách hàng tiềm năng là ba mục tiêu chiến lược hàng đầu cho Content Marketing.

**39%** các Marketer nói rằng việc chứng minh ROI của các hoạt động Marketing là thách thức hàng đầu của họ.



**72%** các tổ chức tính toán ROI cho biết chiến lược Marketing của họ có hiệu quả.



# XU HƯỚNG #LEAD\_GENERATION 2020

## Marketing Automation tự động hóa

Chi tiêu cho các công cụ tự động hóa Marketing dự kiến sẽ đạt

**25,1 tỷ\$/năm**  
vào năm 2023.



Các công ty tự động hóa quản lý khách hàng tiềm năng có doanh thu tăng **10%** trở lên trong vòng 6-9 tháng.



**69%**



các Marketer nói rằng chuyển đổi khách hàng tiềm năng là ưu tiên hàng đầu của họ.

Các doanh nghiệp nuôi dưỡng khách hàng tiềm năng kiếm được doanh số cao hơn 50% và với chi phí thấp hơn 33% so với lead không được nuôi dưỡng.

**79%**

các công ty có hoạt động dẫn đầu thị trường đã sử dụng tự động hóa Marketing trong ba năm trở lại đây.



**28%**

chi tiêu cho công nghệ Marketing dành cho cơ sở hạ tầng (ví dụ: máy chủ, lưu trữ, mạng) để chạy phần mềm Marketing.



Công nghệ Marketing chiếm **33%** ngân sách Marketing trung bình.



Các Marketer nói rằng lợi ích lớn nhất của tự động hóa là **tiết kiệm thời gian.**



**80%**

Marketer sử dụng phần mềm tự động tạo ra nhiều khách hàng tiềm năng hơn.



**67%**

các nhà lãnh đạo Marketing hiện đang sử dụng một nền tảng tự động hóa Marketing.



Trong hai năm tới, thêm 21% các nhà lãnh đạo Marketing có kế hoạch sử dụng nền tảng tự động hóa Marketing.

# XU HƯỚNG #MARTECH 2020

## Các ứng dụng nhắn tin

24%



các Marketer có kế hoạch thêm ứng dụng nhắn tin vào chiến lược nội dung của họ trong năm tới.

105 triệu

người sử dụng Facebook Messenger hàng tháng.



Đến năm 2021, ước tính có

2,48 tỷ



người dự kiến sẽ sử dụng các ứng dụng nhắn tin.

17% người dùng xóa ứng dụng vì chúng không hữu ích và

17% xóa chúng vì chúng chiếm quá nhiều dung lượng lưu trữ.



Các ứng dụng nhắn tin hiện phổ biến hơn **20%** so với các mạng truyền thông xã hội về mặt người dùng hoạt động hàng tháng.



Vào năm 2020, doanh thu trung bình từ các ứng dụng nhắn tin được dự đoán là hơn **15\$** trên mỗi người dùng, chủ yếu là do chatbot.



Đến năm 2021, ước tính có **2,48 tỷ** người dự kiến sẽ sử dụng các ứng dụng nhắn tin.

Ứng dụng nhắn tin di động phổ biến nhất trên toàn cầu tính đến tháng 7 năm 2018 là

**WhatsApp**



Đã có hơn **4 tỷ** lượt tải xuống ứng dụng nhắn tin.

**6 trong số 10**

ứng dụng được sử dụng nhiều nhất trên toàn cầu là ứng dụng nhắn tin.

Trong số những người dùng WeChat ở Trung Quốc, **60%** mở ứng dụng hơn 10 lần mỗi ngày.



**Cứ 10 người**

dùng di động thì có 4 người sử dụng Facebook Messenger.

# XU HƯỚNG #MARTECH 2020

## Di động

42%



người trên 65 tuổi sở hữu điện thoại thông minh, tăng gấp đôi kể từ năm 2013.

48%



khách hàng bắt đầu tìm kiếm sản phẩm họ mua trên thiết bị di động trước tiên.

1/3



số người sử dụng điện thoại thông minh của họ làm thiết bị chính để truy cập Internet.

**cứ 10 phút** người dùng truy cập các phương tiện kỹ thuật số thì có 7 người sử dụng truy cập bằng điện thoại di động, riêng ứng dụng trên điện thoại thông minh chiếm một nửa tổng số thời gian kỹ thuật số đã sử dụng.

82%

người dùng điện thoại thông minh nói rằng họ tham khảo trên điện thoại trong khi mua sắm tại một cửa hàng.



89%

người sử dụng điện thoại thông minh đang sử dụng ứng dụng, trong khi chỉ có 11% sử dụng các trang web tiêu chuẩn.



34%



mua bán lẻ trực tuyến hiện đang xảy ra trên thiết bị di động.

85%



người trưởng thành trong độ tuổi 18-49 sử dụng nhiều thiết bị cùng một lúc.

Các Marketer và nhà quảng cáo đang đặt **51%** ngân sách của họ vào quảng cáo di động.

Chỉ 39%



giám đốc Marketing nói rằng họ có thể hiểu hành vi sử dụng thiết bị chéo của khách hàng

57%

tất cả người dùng di động sẽ không đề xuất doanh nghiệp nếu trang web di động của họ được thiết kế kém hoặc họ không nhận được phản hồi.

Các trang web di động tải trong **5 giây** trở xuống sẽ kết thúc trong phiên xem dài hơn 70% so với các trang web có tốc độ chậm hơn.



Chỉ **39%** giám đốc Marketing nói rằng họ có thể hiểu hành vi sử dụng thiết bị chéo của khách hàng.



**90%** thời gian trên điện thoại di động được dành trong các ứng dụng.



# XU HƯỚNG #MARTECH 2020

## Trí tuệ nhân tạo (AI)

Hiện nay, chỉ có **15% doanh nghiệp** đang sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và **31%** dự kiến sẽ bổ sung AI trong năm tới.

**PWC** - một trong những tổ chức cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp hàng đầu thế giới gọi AI là **1 trong 8 công nghệ** thiết yếu trong kinh doanh.

**Có 1.652 công ty**

Startup chuyên về AI và đã thu được hơn **12,24 tỷ đô la** tài trợ.



# XU HƯỚNG #SEO 2020

## Tối ưu hóa tỷ lệ chuyển đổi (CRO)

Chỉ có khoảng

**22% doanh nghiệp**

hài lòng với tỷ lệ chuyển đổi.



Video trên Landing

Page giúp tăng

**86% tỷ lệ chuyển đổi.**



**90%**



không nghĩ gì cụ thể trước khi bắt đầu tìm kiếm.

Doanh nghiệp cần chi tiêu **92\$** để tìm kiếm khách hàng nhưng chỉ cần **1\$** để chuyển đổi họ.



## Thương mại điện tử

Doanh thu bán lẻ thương mại điện tử toàn cầu ước tính đạt

**4500 tỷ \$**

vào năm 2021.



**84%**

sẽ không mua hàng nếu trang web đang giao dịch không được bảo mật.



Doanh số bán hàng thương mại điện tử B2B dự kiến vượt B2C vào năm 2020.

# XU HƯỚNG #SEO 2020

## SEO địa phương (Local SEO)

72%



số người tiêu dùng đã tìm kiếm và đến mua hàng tại cửa hàng trong khoảng cách 8km.

30%

tìm kiếm trên di động có liên quan đến một địa điểm.



28%

tìm kiếm về “chỗ nào đó gần đây” đã thành công dẫn đến việc mua hàng.



Các tìm kiếm địa phương đã điều hướng **50% người dùng** di động đến cửa hàng trong vòng một ngày. Gần một phần ba của tất cả các tìm kiếm di động là các truy vấn dựa trên vị trí.

## Tìm kiếm trên di động

Google chiếm

96%

lưu lượng tìm kiếm di động.



Hơn 46%

người Mỹ sẽ kiểm tra điện thoại thông minh của họ trước khi rời khỏi giường.



Hơn 51%

người dùng đã phát hiện ra một công ty hoặc sản phẩm mới trong



Khi tiến hành tìm kiếm trên điện thoại thông minh của họ. **48%** người tiêu dùng bắt đầu tìm kiếm trên di động với một công cụ tìm kiếm. **26%** người tiêu dùng bắt đầu tìm kiếm trên di động với một ứng dụng thương hiệu.



# XU HƯỚNG #SEO 2020

## Tìm kiếm tự nhiên (Organic Search)

Google chiếm

**94%**

tổng lưu lượng  
truy cập tự nhiên.



Trang kết quả đầu  
tiên của Google  
trung bình chứa

**1.890 từ**



**50%**

truy vấn tìm kiếm gồm  
bốn từ hoặc dài hơn.



**61%** các nhà tiếp thị nói rằng cải thiện SEO và phát triển sự hiện diện tự nhiên là chiến lược Inbound Marketing ưu tiên của họ.

**70-80%**

người dùng công  
cụ tìm kiếm chỉ tập  
trung vào các kết  
quả tự nhiên.



SEO tự nhiên đem lại hiệu  
quả tốt hơn khoảng

**5,66 lần**

so với quảng cáo tìm  
kiếm có trả tiền.



Một bài đăng có video  
sẽ làm tăng lưu lượng  
truy cập tự nhiên từ  
kết quả tìm kiếm lên

**157%**



Nội dung chứa video có khả năng  
mang lại kết quả tìm kiếm tự nhiên  
cao hơn

**50 lần**

so với nội dung văn bản thuần túy.





# XU HƯỚNG #SEO 2020

## Tìm kiếm giọng nói

**19%** người dân sử dụng Siri ít nhất mỗi ngày.



**20%** truy vấn tìm kiếm trên ứng dụng di động của Google và tìm kiếm bằng giọng nói trên thiết bị Android.



Số lượng truy vấn bằng giọng nói đã tăng **3.400%** từ năm 2008 đến 2017.



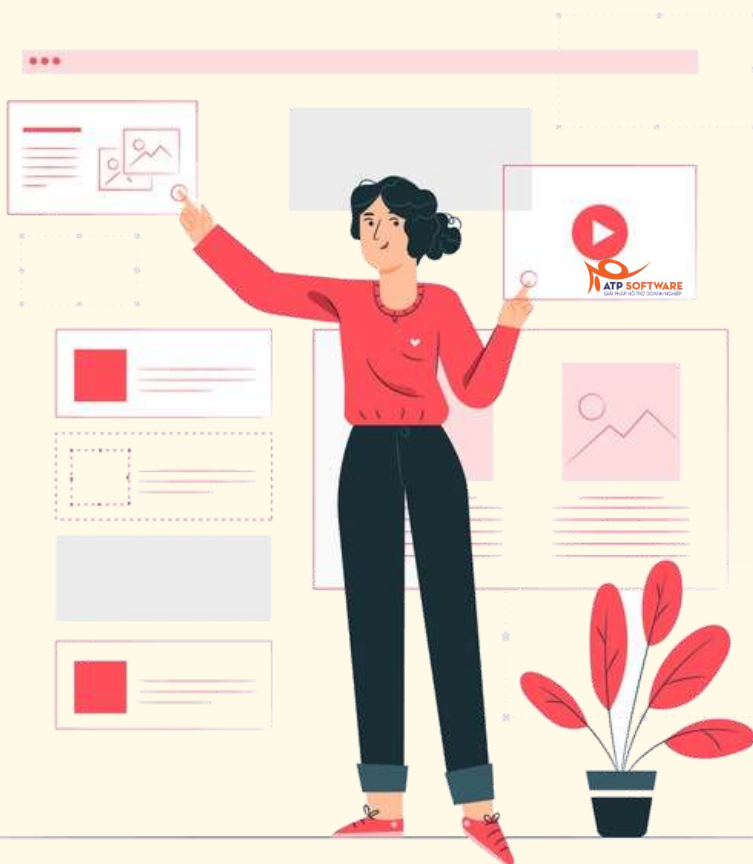
**37%** sử dụng Siri  
**23%** sử dụng Cortana của Microsoft  
**19%** sử dụng Alexa của Amazon ít nhất một lần một tháng.

## Hai phần ba

số người sử dụng trợ lý giọng nói kỹ thuật số (như Amazon Echo hoặc Google Home) đã sử dụng điện thoại thông minh của họ ít thường xuyên hơn.



Google tuyên bố độ chính xác nhận dạng giọng nói của họ hiện ở mức **92%**.



# XU HƯỚNG #VIDEO\_MARKETING 2020

## Video sản phẩm

Video sản phẩm có thể thúc đẩy mua hàng lên

**144%**



Gần **50%** người dùng Internet tìm kiếm các video liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ trước khi đến cửa hàng.



**4 trong 5**

người tiêu dùng tin rằng video demo là hữu ích.



**53%** người dùng điện thoại thông minh cảm thấy thuận lợi hơn đối với các công ty có trang web hoặc ứng dụng di động cung cấp nội dung video hướng dẫn.



**92%**

các Marketer làm video với tài sản họ đã có.

## Video trên mạng xã hội

**64%** người tiêu dùng nói rằng việc xem Video Marketing trên Facebook đã ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của họ trong tháng trước.

**41%** các Marketer có kế hoạch thêm video Facebook vào chiến lược nội dung của họ trong năm tới.



**45%**

số người xem video hơn một giờ trên Facebook hoặc YouTube mỗi tuần.



**Video vuông**

có hiệu quả hơn video ngang trên Facebook.



**75%**

millennials xem video trên phương tiện truyền thông xã hội hàng ngày.



# XU HƯỚNG #VIDEO\_MARKETING 2020

## Phân tích Video

**55%**

người xem tiêu thụ nội dung video một cách kỹ lưỡng.



**43%**

mọi người muốn xem thêm nội dung video từ các Marketer.



**81%**



các Marketer đang tối ưu hóa các video xã hội của họ cho người xem trên thiết bị di động.

sử dụng **thumbnail video** (hình thu nhỏ đại diện của video) trong kết quả tìm kiếm có thể tăng gấp đôi lưu lượng tìm kiếm của bạn.

Video thúc đẩy lưu lượng hữu cơ tăng **157%** từ kết quả tìm kiếm.



Video sẽ chiếm **82%** tổng lưu lượng IP vào năm 2021.



# XU HƯỚNG #VIDEO\_MARKETING 2020

## Youtube

**45%**

các nhà tiếp thị có kế hoạch thêm YouTube vào chiến lược nội dung của họ trong năm tới.



**Hai phần ba**

người dùng xem YouTube trên màn hình thứ hai trong khi xem TV ở nhà.



Trung bình khoảng

**5 tỷ video**

YouTube được xem trung bình mỗi ngày.



Trong một tuần trung bình, YouTube tiếp cận nhiều người trên 18 tuổi trên thiết bị di động trong giờ xem truyền hình cao điểm hơn bất kỳ mạng truyền hình cáp nào.

**65%**

giám đốc điều hành cấp cao điều hướng đến một trang web sau khi xem video YouTube có liên quan.



Thời gian mọi người dành để xem YouTube trên TV đã tăng hơn **gấp đôi** so với năm trước.



YouTube có hơn một tỷ người dùng, gần một phần ba số người trên Internet.

Trong một tháng trung bình, **8/10 người** từ 18-49 tuổi xem video trên YouTube.



YouTube chiếm **2/3** video trực tuyến cao cấp được xem trên các thiết bị của millennials.



**32%**

người tiêu dùng tham gia với video có thương hiệu trên YouTube.



## Năm 2019

trôi qua với khá nhiều những biến động mới trong ngành MarCom. Chúc bạn và doanh nghiệp năm 2020 hoạt động hiệu quả và thành công



# CÁC DỰ ÁN CỦA ATPSOFTWARE



## THÔNG TIN LIÊN HỆ:

- Website: [atpsoftware.vn](http://atpsoftware.vn)
- Email: [info@atpsoftware.vn](mailto:info@atpsoftware.vn)

Thống kê từ Hubspot  
- Designed by Tâm Trần -

