

GUIDE BOOK

XÓA MÙ MARKETING



12 Ý TƯỞNG TRUYỀN THÔNG
CHỦ QUÁN NÀO CŨNG LÀM ĐƯỢC

AUTOSHOP
VUA MÁY PHA CHẾ



Lời nói đầu

Không màu mè hoa mỹ hay sử dụng những câu từ hàn lâm, **Guidebook Xóa Mù Marketing - 12 ý tưởng truyền thông chủ quán nào cũng làm được** mang tới những hoạt động marketing thực tế mà hiệu quả, phù hợp với nguồn lực và điều kiện phổ biến của quán cà phê, trà sữa tại Việt Nam.

Qua các ý tưởng cụ thể kèm những ví dụ thực tế đã thành công, **Guidebook Xóa Mù Marketing** mong muốn truyền tải một thông điệp về sự sáng tạo đến từ những điều tưởng chừng đơn giản nhất nhưng lại tạo ra hiệu quả không ngờ.

Ấn phẩm được thực hiện bởi **Autoshop** - Thương hiệu hàng đầu trong lĩnh vực giải pháp quán đồ uống với hệ sinh thái toàn diện và chuyên nghiệp đang đồng hành cùng hàng ngàn chủ quán khắp Việt Nam.

MỤC LỤC

Lời nói đầu	2
Mục lục	3
Tháng: Hoạt động trước khai trương	4
Tháng 01: Tháng khai trương	5
Tháng 02: Tăng nhận diện, phủ thương hiệu đa kênh	6
Tháng 03: Tạo khách hàng trung thành	7
Làm sao để tạo độ phủ?	8
Tháng 04: Ra mắt sản phẩm mới	9
Tháng 05: Tăng doanh thu giờ thấp điểm	10
Tháng 06: Tăng doanh thu hoạt động nhóm	11
10 bước tổ chức một chương trình/sự kiện truyền thông	12
Làm sao để biết một chiến dịch quảng cáo hiệu quả	13
Tháng 07: Tăng trải nghiệm khách hàng	14
Tháng 08: Ra mắt sản phẩm mới	15
Tháng 09: Tăng doanh thu từ sản phẩm mới	16
Tháng 10: Tăng khách hàng trung thành	17
Tháng 11: Tạo đại sứ thương hiệu	18
Tháng 12: Nâng cấp trải nghiệm khách hàng	19
Làm sao để tạo ra những đại sứ thương hiệu?	20
Lời kết	21



HOẠT ĐỘNG

trước khai trương

MỞ BÁN THỬ 5-10 NGÀY TRƯỚC KHAI TRƯƠNG

Trước khai trương, bạn có thể giới thiệu quán của mình với hàng xóm quanh khu vực 500m. Hãy đảm bảo mọi người đều biết sắp có một quán cà phê mới mở gần nhà mình và biến họ thành những vị khách đầu tiên.

CÁC HOẠT ĐỘNG CẦN THỰC HIỆN

1. Mở bán thử và lấy ý kiến phản hồi
2. Kết nối với người dân quanh khu vực
(Chủ động làm quen và tặng họ mã giảm giá cùng lời mời dự khai trương)
3. Xây dựng các kênh mạng xã hội
(Nên bắt đầu với Fanpage Facebook)

THÁNG 01

THÁNG KHAI TRƯƠNG

GÂY CHÚ Ý: KHIẾN NGƯỜI XUNG QUANH TÒ MÒ VỀ QUÁN VÀ MUỐN TRẢI NGHIỆM

Các hoạt động hoạt náo đóng vai trò tạo hiệu ứng đám đông và thu hút sự chú ý từ mọi người. **Trình Cà Phê** là thương hiệu đang làm rất tốt hoạt động này mà bạn có thể tham khảo.

1. Trò chơi truyền thống: Tung cầu được bao nhiêu quả giảm bấy nhiêu %...
2. Các trò may rủi: Quay số, đoán ô nhận quà bất ngờ...
3. Các hoạt động tập thể: Nhóm bạn mặc áo cùng màu sẽ nhận quà...

CÁC HOẠT ĐỘNG CẦN THỰC HIỆN

TẠO SỰ KIỆN

Tạo sự kiện gây chú ý

TẶNG VOUCHER

Tặng voucher quay lại
(Giảm 20% cho khách quay lại quán trong 48h tiếp theo)

BOOKING QUAY CHỤP

Booking quay chụp hình ảnh quán để bạn có tư liệu đăng bài trên các kênh mạng xã hội của mình



THÁNG 02

TĂNG NHẬN DIỆN

PHỦ THƯƠNG HIỆU ĐA KÊNH: GIÚP TIẾP CẬN NHIỀU KHÁCH HÀNG HƠN

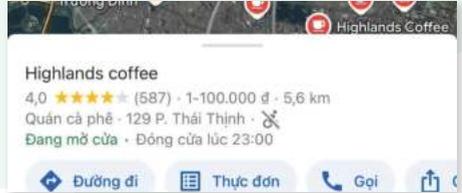
Đảm bảo thương hiệu của bạn có thể xuất hiện khi khách hàng muốn tìm kiếm trên các kênh Facebook, Tiktok và Google Map...

Bạn có thể thuê các bên dịch vụ để hỗ trợ làm việc này.



1

BOOKING KOC/REVIEWERS



2

ĐỊNH VỊ QUÁN LÊN GOOGLE MAP



3

CHẠY FACEBOOK ADS



4

LIÊN KẾT KÊNH GIAO HÀNG ONLINE



5

NHỜ BẠN BÈ, KHÁCH HÀNG ĐÁNH GIÁ QUÁN 5 SAO TRÊN FACEBOOK, GOOGLE MAP...

THÁNG 03

TẠO KHÁCH HÀNG TRUNG THÀNH

Bắt đầu xây dựng **tệp khách trung thành** cho riêng mình bằng các hoạt động:

Khiến khách hàng cảm thấy bản thân **đặc biệt** như Starbucks viết tên khách lên cốc giấy, hoặc **được hưởng lợi** khi đến uống tại quán giống Phúc Long dùng thẻ tích điểm và tặng đồ uống mỗi khi tích đủ.

01

TẠO
THẺ THÀNH VIÊN
VÀ VOUCHER
TÍCH ĐIỂM

02

SỬ DỤNG NỀN TẢNG
KẾT NỐI KHÁCH HÀNG
(Ví dụ: Zalo OA)
để chăm sóc
khách hàng

03

ĐẶC QUYỀN KHÁCH RUỘT
(ĐƯỢC ĐẶT BÀN RIÊNG,
SINH NHẬT LỄ TẾT
ĐỀU ĐƯỢC QUÀ...)

TĂNG SỰ GẮN BÓ: GIỮ CHÂN KHÁCH HÀNG VÀ KHIẾN HỌ MUỐN QUAY LẠI

Làm sao để

TẠO ĐỘ PHỦ

CHO QUÁN CỦA BẠN?

03 tháng đầu tiên mở bán là giai đoạn bạn cần làm thật nhiều hoạt động để tăng độ phủ thương hiệu của mình trong bán kính 3-5km quanh khu vực.

Cụ thể hơn, bạn sẽ tập trung vào 03 hoạt động sau:

1. **Hoạt động tại điểm bán:** Tổ chức các sự kiện hoạt náo, tặng voucher, quay chụp sự kiện... khiến người qua đường chú ý tới.
2. **Hoạt động online:** Phủ thương hiệu lên các nền tảng Facebook, Tiktok, Google - Map, FoodApp...
3. **Hoạt động booking:** Hợp tác KOC, reviewer hoặc group Facebook để lan tỏa thương hiệu mạnh mẽ hơn.



KẾT QUẢ KỲ VỌNG

1. Dân cư bán kính 500m quanh khu vực đều biết có một quán cà phê mới mở gần họ
2. Khách hàng bán kính 3-5km có thể nhìn thấy bạn hoặc bài viết nói về bạn nếu họ tìm kiếm tên thương hiệu trên Facebook, Tiktok, Google Map
3. Tiếp cận khoảng 3000 khách hàng bằng tờ rơi, voucher, quà được phát trực tiếp
4. Các kênh online (Facebook ads, Tiktok review, booking page...) nên tiếp cận khoảng 20.000 người nếu ở tuyến tỉnh và khoảng 30.000 tới 50.000 nếu bạn ở thành phố lớn.



THÁNG 04

RA MẮT SẢN PHẨM MỚI

TẠO SỰ MỚI LẠ: THU HÚT KHÁCH HÀNG VÀ
CHO HỢP LÝ DO TỚI QUÁN ĐỂ THỬ ĐỒ UỐNG MỚI

Đừng vội nghĩ gì đó cao xa, một ly trà sữa siêu to được rắc thêm cánh hoa hồng kèm thông điệp "**Hai trong một, để khỏi phải chia ly**" cũng có thể trở thành món đồ uống độc đáo cho **LỄ Tình Nhân**. Giờ thì đoán xem bao nhiêu cặp đôi sẽ gọi ly trà sữa khủng lồ đó và chia sẻ lên mạng nào!

CÁC HOẠT ĐỘNG CẦN THỰC HIỆN

1. Ra mắt sản phẩm mới (1-3 món theo mùa hoặc dịp lễ như Tết - Trung Thu - Noel...)
2. Chương trình ưu đãi sản phẩm mới (Giảm 10% cho món mới, đồng giá, tặng kèm khi mua combo...)
3. Truyền thông sản phẩm mới (Phát tờ rơi, chạy quảng cáo, book review...)

THÁNG 05

TẶNG DOANH THU GIỜ THẤP ĐIỂM

TẶNG DOANH THU TRONG KHUNG GIỜ VẮNG KHÁCH



Một "Combo trà sữa + bánh ngọt giảm giá 20% trong khung giờ 15-17h hàng ngày" sẽ giúp quán của bạn vẫn có người vào ra trong khung giờ mà đáng lẽ chẳng chẳng mấy khi có khách.

Ngoài ra, bạn có thể cho thuê không gian làm sự kiện, hội họp để kiếm thêm doanh thu.

CÁC HOẠT ĐỘNG CÓ THỂ THỰC HIỆN

01

GIỜ VÀNG CHO SẢN PHẨM

(Combo 1 mua tặng 1, miễn phí topping, miễn phí upsizer... trong khung giờ vàng)

02

GIỜ VÀNG CHO KHÁCH HÀNG

(Giảm giá 20% nếu có thẻ sinh viên để kéo khách sinh viên tới quán học và làm việc trong giờ vàng)

03

CHO THUÊ KHÔNG GIAN SỰ KIỆN, HỘI THẢO

(Co-working, phòng họp, hội nhóm...)

04

TỔ CHỨC WORKSHOP/ LIÊN KẾT WORKSHOP

(Workshop cắm hoa, làm gấu, ca hát, chia sẻ kiến thức khác...)

TẶNG DOANH THU HOẠT ĐỘNG NHÓM

THU HÚT NHÓM KHÁCH GIA ĐÌNH, NHÓM BẠN TRẺ, NHÓM VĂN PHÒNG...

Các nhóm bạn thường ham vui và muốn có một nơi để cả nhóm cùng khám phá. Ngoài các combo ưu đãi, có thể chuẩn bị các trò chơi nhỏ như cờ cá ngựa, tú lơ khơ, rút gỗ...



CÁC HOẠT ĐỘNG CÓ THỂ THỰC HIỆN

01

Voucher ưu đãi theo nhóm
(mua 3 tặng 1, đi càng đông giảm càng lớn)

02

Combo đặc biệt
(Combo 3 món cà phê, 4 món trà sữa...)

03

Đồ ăn, đồ uống siêu to khổng lồ
(Rương trà sữa siêu to, thử thách mệt ăn vật khổng lồ)

04

Mini game cho hội nhóm
(Ném vòng, lăn lon, nhảy theo nhạc...)

05

Ưu đãi sinh nhật, ngày trọng đại
(Cả quán đứng hát chúc mừng sinh nhật...)

06

Ưu đãi gia đình
(Khoe ảnh gia đình, nhận voucher giảm giá)

10 bước

TỔ CHỨC MỘT CHƯƠNG TRÌNH /SỰ KIỆN TRUYỀN THÔNG



- 1 Xác định mục tiêu:** Tăng số lượng khách gia đình trẻ tới quán
- 2 Xác định khách hàng:** Gia đình trẻ 25 - 30 tuổi, có 1 đến 2 con trong độ tuổi 4 - 10 tuổi
- 3 Xây dựng chương trình:** Workshop vẽ tranh cùng bé
- 4 Nội dung:** Ba mẹ cùng bé vẽ tranh với sự hướng dẫn của giáo viên mỹ thuật. Bé thoải sức vẽ điều mình muốn.
- 5 Cách thức:** Liên kết với một trung tâm dạy vẽ, đề xuất họ đồng tổ chức sự kiện tại quán của mình.
- 6 Thời gian:** 7h-12h chủ nhật hàng tuần
- 7 Số khách dự kiến:** 10 gia đình (30 khách) mỗi buổi
- 8 Hình thức tính vé vào:** 80k một vé, đã bao gồm 01 tranh, 01 bộ màu và 01 đồ uống.
- 9 Kế hoạch truyền thông trước sự kiện:**
 - Chuẩn bị không gian, đạo cụ, nhân lực, ngân sách cho sự kiện
 - Mời một số gia đình bạn bè, họ hàng tới vẽ tranh mẫu và chụp ảnh lại làm tư liệu quảng cáo
 - Thiết kế ấn phẩm truyền thông và đăng bài sự kiện
 - Phát tờ rơi sự kiện tại các cổng trường tiểu học, cấp 1, khu dân cư, chợ...
 - Phát loa tại điểm bán, đặt standee, banner sự kiện
- 10 Kế hoạch truyền thông sau sự kiện:**
 - Quay chụp khoảnh khắc gia đình cùng vẽ tranh tại quán
 - Quay phỏng vấn gia đình, cảm xúc của các bé
 - Sử dụng hình ảnh đó làm tư liệu truyền thông cho những lần tổ chức tiếp theo.



Làm sao biết

MỘT CHƯƠNG TRÌNH QUẢNG CÁO ĐANG HIỆU QUẢ?

Các hoạt động quảng cáo hay chương trình khuyến mại đều xoay quanh một trong hai mục tiêu chính:

1. Tăng độ phủ: Tạo sự thích thú, mới lạ, thu hút khách hàng bàn tán và chia sẻ với mọi người.

Ví dụ: Nếu quán bạn gần trường học, một sự kiện "khoe bằng khen, bảng điểm nhận quà" chắc chắn sẽ thu hút nhiều sự bàn tán và thích thú của học sinh trong trường.

2. Tăng chuyển đổi: Khiến khách hàng muốn tới quán và chi thêm tiền tại quán. Ví dụ: Chương trình "Miễn phí upsize cho đơn từ 4 ly đồ uống" sẽ thu hút khách hàng rủ thêm bạn bè để được gọi ly đồ uống size to hơn.

Việc xác định đúng mục tiêu sẽ giúp bạn kiểm soát được chiến dịch có đang hiệu quả hay không

Để đánh giá mức độ hiệu quả của một chiến dịch quảng cáo mang lại cho quán, bạn cần xem xét trên các khía cạnh chính:

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU VÀ TRUYỀN THÔNG

- **Lượt tương tác trên mạng xã hội:** Có thể xem trong Facebook Business nếu bạn có Fanpage Facebook để biết mức độ tăng trưởng kênh (like, share, comment, follow...)
- **Lượt nhắc tới, phản hồi tích cực trên mạng xã hội** (Các đánh giá tốt trên Facebook, Google Map, App giao hàng...), lượt nhắc đến, được người khác giới thiệu trong các bình luận liên quan đến quán cà phê trong khu vực.

DOANH THU VÀ LỢI NHUẬN THỰC TẾ

- **So sánh với trước chiến dịch**
Xem tổng doanh thu trừ tất cả chi phí bao gồm phí marketing trong giai đoạn khuyến mãi có tăng so với trước hay không.
- **Doanh thu trung bình trên mỗi khách hàng**
Khách hàng chi tiêu nhiều hơn trên mỗi hoá đơn
- **Tăng trưởng doanh thu dài hạn**
Số khách hàng mới và tỉ lệ khách hàng quay trở lại cao hơn sau chiến dịch



THÁNG 07

TẶNG TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG

TẠO CẢM XÚC TÍCH CỰC CHO KHÁCH HÀNG

Cộng Caphe đạt thành công lớn trong và ngoài nước nhờ tạo ra không gian trải nghiệm mang chất "**bao cấp**" rõ nét từ bày trí quán, đồng phục nhân viên đến các gói quà theo từng dịp lễ.

Ngoài ra, Cộng Caphe cũng thường xuyên tổ chức đêm nhạc và nhận được sự hưởng ứng lớn từ khách hàng.

CÁC HOẠT ĐỘNG CÓ THỂ THỰC HIỆN

01

Tạo
phiếu khảo sát
độ hài lòng
khách hàng

Nâng cấp
góc check-in,
sống ảo

02

03

Sự kiện
(Đêm nhạc,
chiếu phim,
workshop...)

04

Sử dụng ly,
cốc, tách...
khác biệt

05

Nhân viên
mặc đồ độc đáo
(hoá trang theo lễ hội,
nhân vật trong phim,
truyện tranh...)

THÁNG 08

RA MẮT SẢN PHẨM MỚI (ĐỊNH KỲ)

TẠO SỰ MỚI LẠ: THU HÚT KHÁCH HÀNG VÀ CHO HỌ LÝ DO TỚI QUÁN ĐỂ THỬ ĐỒ UỐNG MỚI

Nếu bạn đã có kinh nghiệm ra mắt sản phẩm mới từ **tháng 4**, lần này, hãy tập trung hơn vào khâu quảng bá sản phẩm để tiếp cận thêm nhiều khách hàng.

Ví dụ như sử dụng **cốc riêng** cho món mới và luôn đính kèm một **thông điệp ngẫu nhiên** được viết trên cốc để khách hàng tò mò khám phá.

01 Ra mắt sản phẩm mới
(Độc lạ - có câu chuyện - để được bàn tán)

02 Chương trình ưu đãi sản phẩm mới
(Tặng kèm khi mua combo, miễn phí upsized, mua 1 tặng 1...)

03 Truyền thông sản phẩm mới
(Chụp ảnh món, phát tờ rơi, voucher, đăng lên Facebook...)

04 Booking KOC/reviewers
(Thuê KOC, book bài trên group Facebook trong khu vực)

CÁC HOẠT ĐỘNG CÓ THỂ THỰC HIỆN

RÉ VÔ DỊCH
1 HỒNG TRÀ MẶN QUẾ HOA KHÔNG LỖ
• 1 BÁNH TRÁNG PHƠI SƯƠNG SA TÈ MƯỜI TÔI HÀNH
49k-32k

COMBO CAY XÈ XÈ
1 NGƯỜI BAN XANH SỮA NHÀI KHÔNG LỖ
• BÁNH TRÁNG MƯỜI TÔI
58k-36k

COMBO CAY XÈ
1 NGƯỜI BAN XANH SỮA NHÀI KHÔNG LỖ
• 1 BÁNH TRÁNG PHƠI SƯƠNG SA TÈ MƯỜI TÔI HÀNH
64k-39k

TRÀ SỮA GOM

MUA 1 TẶNG 1



Review Quán Cafe Sống Áo Hà Nội

Người đóng góp nổi bật Nguyễn Thủy · 6 ngày · 🌐

TRÀ SỮA ĐỒ ĐỒ TIẾP TỤC RA MẮT SERIES MỚI TOANH MANG TÊN "LẤP LẤPH" ✨

Tiếp nối thành công, sự yêu thích của khách hàng dành cho Series "Bánh nổi trà chìm" mùa đông 2023. 2024 Đồ Đồ quyết định làm một phiên bản mới ngon hơn phiên bản 2023 với vị best seller Tiramisu mix cùng các vị trà sữa đặc trưng. Hai sản phẩm mới toanh mang tên Tinh tú (Soc... Xem thêm



THÁNG 09

TẶNG DOANH THU

từ sản phẩm mới

Bạn nên có ngân sách cho việc booking KOC hoặc đăng bài vào các hội nhóm có khách hàng của bạn, đảm bảo càng nhiều người thấy lý do uống đó càng tốt. Điều này sẽ khiến họ tò mò và cảm thấy mình nên thử một lần xem cái món đang được bàn tán gần đây có gì thú vị. Mấu chốt là tạo **sự bàn tán** và cảm giác "**FOMO**" của khách hàng.

CÁC HOẠT ĐỘNG CÓ THỂ THỰC HIỆN

1. Tặng 1 ly đồ uống mới khi mua Combo
2. Giảm giá đồ uống mới trong khung giờ vàng
3. Bao bì lạ mắt, thu hút
4. Không bán mà chỉ tặng ly đồ uống mới cho khách hàng khi thực hiện một thử thách nhỏ như nhảy đoạn nhạc 10 giây trước camera quán
5. Chúng tôi có món mới nhưng chưa biết đặt tên gì, các bạn thử đặt tên cho nó xem...

TẶNG KHÁCH HÀNG TRUNG THÀNH

TẶNG SỰ GẮN BÓ: GIỮ CHÂN KHÁCH HÀNG
VÀ KHIẾN HỌ MUỐN QUAY LẠI

Khách ruột của bạn sẽ cảm thấy được trân trọng thế nào nếu họ bất ngờ nhận được một chiếc bánh nhỏ với lời nhắn "**chỉ dành cho bạn thân**"? Ngoài ra, một **bức tường** để khách ruột gửi gắm những lời nhắn đáng yêu, hay huy hiệu "**cạ cứng**" để họ gắn lên cặp, treo chìa khoá... cũng là cách để kết nối thương hiệu với khách hàng.

CÁC HOẠT ĐỘNG CÓ THỂ THỰC HIỆN

1. Quà nhỏ bất ngờ cho khách ruột
2. Bức tường tâm thư
3. Huy hiệu fan cứng
4. Tặng/bán sản phẩm handmade của thương hiệu



TẠO ĐẠI SỨ THƯƠNG HIỆU

**BIẾN KHÁCH HÀNG TRỞ THÀNH NGƯỜI
CHIA SẺ THƯƠNG HIỆU CỦA BẠN ĐẾN VỚI MỌI NGƯỜI**

Chủ quán không cần lôi kéo cả nhóm bạn, chỉ cần **một khách hàng trung thành** đủ sự yêu mến với quán, người đó sẽ tự đề xuất với nhóm của họ.

- "Ê sang quán A đi, tao quen ông chủ ở đó đấy!"

- "Tao khách V.I.P đến là được tặng bánh mì"...

Hãy khiến khách hàng cảm thấy **đặc biệt** và **hạnh diện** khi giới thiệu quán ruột đến với nhóm bạn của mình bằng những hoạt động mang tính cá nhân hoá.

CÁC HOẠT ĐỘNG CẦN THỰC HIỆN

1. Chủ quán làm quen và kết bạn với khách ruột
2. Thường tương tác và trò chuyện vui vẻ nếu có cơ hội
3. Chia sẻ họ trên fanpage Facebook của quán với danh xưng "cạ cứng, khách ruột"
4. Tặng họ những đãi ngộ "bất thành văn" khiến khách hàng cảm thấy đặc biệt (Có bàn riêng, có cốc riêng, được chào bằng tên riêng và nhớ đồ uống thường gọi, đặc biệt là được mời tới các buổi liên hoan thân mật của quán)





THÁNG 12

NÂNG CẤP

TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG

LIÊN TỤC NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, DỊCH VỤ
ĐỂ MANG LẠI CẢM XÚC TÍCH CỰC CHO KHÁCH HÀNG

Khách hàng đến quán cà phê cũng là để thay đổi không khí và trải nghiệm không gian mới. Vì vậy chăm chút cho trải nghiệm khách hàng cũng chính là hình thức marketing thiết thực mà cũng khó nhằn nhất.

CÁC HOẠT ĐỘNG CẦN THỰC HIỆN

01

Tạo văn hoá dịch vụ cho nhân sự
(nhân viên order cần ghi nhớ tên, sở thích của khách ruột, nhân viên phục vụ xin lỗi đã để khách chờ lâu nếu đồ uống ra trễ...)

02

Tạo phiếu khảo sát và lắng nghe phản hồi của khách hàng

03

Làm mới góc check-in, sống ảo, sửa sang không gian quán theo mùa hoặc dịp lễ hội

04

Thay mới bản in menu và các ấn phẩm truyền thông
(Các ấn phẩm đẹp mắt để thu hút khách hàng và khiến món đồ uống trông ngon mắt hơn)

05

Cá nhân hoá trải nghiệm khách hàng
(Tặng kết nối và tạo cảm xúc tích cực cho khách hàng)

Làm sao để

TẠO RA NHỮNG ĐẠI SỨ THƯƠNG HIỆU

Đại sứ thương hiệu không chỉ là người lan toả, mà còn là tiếng nói đầu tiên bảo vệ thương hiệu của bạn nếu có những tin đồn tiêu cực đến quán.



Nếu quán bạn thường được một doanh nhân ghé tới làm nơi tiếp khách, bàn chuyện với đối tác. Khi này, hãy chú tâm vào các quyền lợi "bất thành văn" dành cho người doanh nhân đó, khiến anh ấy cảm thấy **đặc biệt** hoặc **hãnh diện** với đối tác của mình.

1. Ưu tiên bàn riêng view đẹp và được đặt bàn trực tiếp với chủ quán
2. Được nhớ tên, nhớ đồ uống thường dùng, có gạt tàn thuốc riêng...
3. Được nhân viên/chủ quán khen ngợi trước mặt đối tác

Tuy nhiên, các ưu tiên bất thường này nếu diễn ra quá phổ biến và lộ liễu sẽ khiến những khách hàng khác nghĩ rằng họ bị đối xử bất công và không còn muốn ghé quán. Nên dù làm gì hãy luôn giữ cố gắng giữ vững sự ổn định trong chất lượng dịch vụ và sản phẩm với tất cả khách hàng.

Chính chất lượng dịch vụ và sản phẩm ổn định mới là chìa khoá để bạn có khách hàng trung thành rồi tới đại sứ thương hiệu lâu dài.



Lời kết

Guidebook Xoá Mù Marketing - 12 ý tưởng truyền thông chủ quán nào cũng làm được không chỉ là tài liệu hướng dẫn, mà còn là sự đồng hành chân thành của **AUTOSHOP** dành cho các chủ quán trên hành trình phát triển bền vững. Chúng tôi tin rằng thành công không đến từ những chiến lược quá cao xa, mà bắt đầu từ sự tận tâm, sáng tạo và cách áp dụng linh hoạt những ý tưởng đơn giản nhưng thực tế.

Chúc chủ quán thành công!

AUTOSHOP

VUA MÁY PHA CHẾ

Miền Bắc: Tầng 15, Tòa nhà ADI Building, Lô HH03, Tố Hữu, Vạn Phúc, Hà Đông, Hà Nội

Miền Trung: 131 Trần Minh Tông, Hòa Minh, Liên Chiểu, Đà Nẵng

Miền Nam: 236 Nguyễn Xí, phường 13, quận Bình Thạnh, TP. HCM



autoshop.com.vn



0799.888.222