

## [Trends 2023] 6 xu hướng content marketing bùng nổ năm 2023

Các xu hướng content marketing luôn được các Content Manager quan tâm và cập nhật để tạo ra những nội dung sáng tạo, bắt trend, tạo ra các giá trị hấp dẫn thu hút người dùng. Content marketing hay còn gọi là nội dung tiếp thị là quá trình lập kế hoạch, tạo và chia sẻ nội dung với đối tượng mục tiêu của bạn. Quá trình đó giúp bạn nâng cao nhận thức về thương hiệu, thuyết phục khách hàng thực hiện hành động và thúc đẩy doanh thu.

Vậy hãy cùng Admarket tìm hiểu 6 xu hướng Content Marketing hứa hẹn bùng nổ nhất cuối trong năm 2023 dưới đây nhé!

### Xu hướng 1: Tập trung vào content marketing sáng tạo tính cá nhân hóa 2023

Cá nhân hóa (Personalization) việc sử dụng thông tin chi tiết mà doanh nghiệp đã thu thập và phân tích được về khách hàng - để tạo ra các hoạt động Marketing mix tăng mức độ liên quan của quảng cáo với đối tượng mục tiêu.



Trong bối cảnh phát triển nhanh chóng của kỹ thuật số, người ta dễ dàng tạo ra được những nội dung đại trà mỗi ngày nhờ những thuật toán máy tính, vì vậy độc giả ngày càng mong muốn tìm đến những nội dung độc đáo, chân thực và đánh đúng vào nhu cầu của bản thân.

Vậy làm thế nào để bạn xây dựng tính cá nhân hóa cho nội dung tiếp thị của công ty mình?

- Các chuyên gia cho rằng việc sử dụng nghiên cứu riêng và tiếng nói riêng của bạn là hai yếu tố tiên quyết để tạo ra nội dung sâu sắc, truyền cảm và gây được tiếng vang với khán giả của bạn.
- Vượt xa những gì đối thủ cạnh tranh của bạn đang làm cũng là một chiến thuật thông minh. Thực hiện các khảo sát và phỏng vấn khách hàng của bạn đồng thời xác định cá tính khách hàng là bước đầu để xây dựng được những nội dung marketing mang tính cá nhân hóa cao.
- Khi nói đến việc tạo nội dung khác biệt của bạn, xác định tiếng nói của thương hiệu tạo nên sự khác biệt to lớn trong mắt khách hàng của bạn

## **Xu hướng 2: Thích nghi với nhu cầu và hướng mua sắm của người tiêu dùng**

Gần như mọi thứ chúng ta đọc hiện nay đều bị ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 bởi vì nó đã tạo ra sự thay đổi to lớn trong cách vận hành thế giới. Mặc dù chúng ta có thể không nghe thấy nhiều tin tức về đại dịch hàng ngày nữa, song nó vẫn đang thay đổi cách chúng ta làm việc, cách khách hàng và cả thị trường tương tác lẫn nhau, cũng như trong cả thói quen của người tiêu dùng. Dưới đây là những trào lưu mới xuất hiện để phù hợp với dự thay đổi của người tiêu dùng:

### **Webinar, virtual and hybrid meeting - lĩnh vực mới để xây dựng content marketing**

Webinar là hội thảo trên web là một bản trình bày video, hội thảo, bài giảng hoặc hội thảo được ghi hình và ghi âm từ trước rồi được gửi tới khán giả. Vì đây là hình thức video nên người xem không thể tương tác với người thực hiện, song có thể tua đi tua lại nhiều lần. Virtual meeting là hình thức buổi họp trực tuyến hoàn toàn, nơi mà người nói và người nghe vẫn tương tác với nhau qua ô chat của buổi họp.

Webinar và virtual meeting đã trở nên cực kỳ phổ biến trong 3 năm qua bởi diễn biến của đại dịch Covid-19. Sau khi đại dịch kết thúc, người ta khuyến khích phát triển mô hình hybrid meeting - cuộc họp bao gồm cả tương tác trực tuyến và trực tiếp.

Để xây dựng được những content marketing xu hướng 2023 bằng webinar, doanh nghiệp nên tập trung phát triển xây dựng những hội thảo mang tính giáo dục, phổ cập kiến thức xung quanh sản phẩm đến với khách hàng. Bên cạnh đó, đây cũng là cách thức tối ưu nhất để các doanh nghiệp tận dụng kiến thức từ những chuyên gia của mình để làm điểm thu hút cho những buổi hội thảo này

## Trào lưu mua sắm mới - mua sắm tại nhà

Đại dịch không chỉ đã và đang thay đổi xu hướng kinh doanh toàn cầu mà còn thay đổi cả xu hướng tiêu dùng của khách hàng. Thay vì ra các cửa hàng để mua đồ như ngày trước, giờ đây họ chỉ cần ở nhà và mua sắm qua các nền tảng mạng xã hội như Facebook hay Tiktok qua các đường link có sẵn.

Điều dễ nhận thấy nhất chính là sự phát triển mạnh mẽ của Tiktok, và nền tảng này đang được dự đoán sẽ trở thành nền tảng livestream bán hàng lớn nhất Việt nam trong 1-2 năm nữa và sẽ thay thế cho Facebook. Chính vì vậy, nếu Facebook còn đang là kênh bán hàng và tiếp thị chính của thương hiệu của bạn thì hãy tìm hiểu và mở rộng sang Tiktok nhanh nhất có thể nhé.

Điều quan trọng thứ hai đáng lưu ý khi trào lưu mua sắm qua nền tảng mạng xã hội xuất hiện chính là tầm ảnh hưởng của KOLs. Các thương hiệu có thể sử dụng những người nổi tiếng hay có sức ảnh hưởng trong cộng đồng qua nhiều nền tảng khác nhau như Facebook, Instagram, Youtube, và nhất là qua nền tảng Tiktok để quảng bá sản phẩm của mình và thu về lượng khách hàng tiềm năng trải nghiệm sản phẩm. Tiếp thị qua KOLs cũng là một xu hướng hiện nay được nhiều thương hiệu sử dụng.



### **Xu hướng 3: Xây dựng nội dung, câu chuyện tạo được sự đồng cảm cao**

Ngoài việc xem xét các yếu tố nghề nghiệp, lối sống, sở thích của khách hàng, bạn cũng cần tìm hiểu xem họ có phải là người đưa ra quyết định cuối cùng hay không. Nếu không thì ai là người đưa ra quyết định chính cũng như đại diện khách hàng hiện tại có bao nhiêu quyền hạn. Bởi vì tạo nội dung luôn hướng đến khách hàng nên bạn luôn cần phải hiểu họ là ai, cần gì và xây dựng sự đồng cảm với khách hàng nên là một phần trong câu chuyện tiếp thị của bạn.

Đặc biệt đối với doanh nghiệp B2B, chúng ta sẽ thường thấy các chiến lược tiếp thị nội dung nâng cao doanh nghiệp thay vì người tiêu dùng cá nhân. Đây chính là sự khác biệt lớn nhất của các doanh nghiệp B2B so với các doanh nghiệp B2C. Tuy nhiên, để tối ưu hiệu quả, cả 2 loại hình công ty này đều cần phát triển những content marketing theo xu hướng 2023 để tạo được sự đồng điệu cao với khách hàng của mình.

Một báo cáo cho thấy 55% các chuyên gia xây dựng nội dung tiếp thị giúp tăng tỷ lệ chuyển đổi và tăng trưởng thành công dựa vào tính cá nhân hóa, sự thấu hiểu và sự đồng cảm với hoàn cảnh của khách hàng đồng thời trình bày một câu chuyện có giá trị phù hợp với nhu cầu của họ.

28 Thg 12

CUỘC SỐNG > THƯƠNG > TAN CHẢY

## “Tôi có một học sinh đặc biệt. Chú lớn hơn tôi gần 20 tuổi”.

Chú học nghiêm túc, ghi chép rõ ràng, lúc đến và về đều cúi chào tôi.



EDITOR  
Đông Hà

877

SHARE

COPY LINK

BOOKMARK

BÌNH LUẬN



Tôi có một học sinh đặc biệt. Chú lớn hơn tôi gần 20 tuổi

### 📖 Bài viết này thuộc series Tan Chảy

Series thuật lại những câu chuyện tuyệt đẹp về cuộc sống. Bạn cũng có câu chuyện "tan-chảy"? Hãy kể cho chúng tôi tại [tanchay@vletcetera.com](mailto:tanchay@vletcetera.com).

THEO DÕI

Tám năm trước, tôi có một học sinh vô cùng đặc biệt. Chú lớn hơn tôi gần 20 tuổi.

## Một vài bước gợi ý để xây dựng được những content marketing tạo sự đồng cảm cao là:

### Ưu tiên nghiên cứu khán giả của bạn

Những người xây dựng content marketing cần phải thực sự nghiên cứu rất sâu về đối tượng khách hàng của mình, và đây phải là bước đầu tiên trước khi lập kế hoạch cho ý tưởng nội dung để tạo ra những content marketing năm tính xu hướng 2023.

### Thu thập thông tin chi tiết về khán giả

Bạn có khá nhiều cách để làm quen với khách hàng của mình:

- Đầu tiên, hãy thử các cuộc phỏng vấn và khảo sát liên tục, chuyên sâu.

- Sau đó, thiết kế các quy trình để giao tiếp thường xuyên giữa các nhóm tiếp thị nội dung với khách hàng
- Cuối cùng, khám phá phân tích người dùng, chủ đề thịnh hành và từ khóa xu hướng.

### **Xác định tính cách người mua và khách hàng của bạn**

Những khách hàng lắng nghe bạn không chỉ có người trực tiếp mua hàng mà còn bao gồm những người ủng hộ thương hiệu tiềm năng, cũng như người dùng và những người có sức ảnh hưởng. Vì vậy, hãy tập trung vào việc mô tả những điểm khó khăn và chi tiết cụ thể về hành vi mua hàng của những đối tượng này, từ đó xây dựng được những câu chuyện mang tính đồng điệu cao phù hợp với tính cá nhân hóa của những khách hàng này.

### **Tạo nội dung chất lượng với mục đích rõ ràng**

Viết bài theo chiến lược SEO cùng giọng điệu thấu hiểu với người đọc sẽ là bước cuối cùng để xây dựng nội dung mang tính đồng cảm với khách hàng.

=>> Cập nhật: **9 xu hướng marketing năm 2023 doanh nghiệp không thể bỏ lỡ**

### **Xu hướng 4: Tập trung vào tỷ lệ nhấp/click chuột (Click-Through Rates: CTRs) trong các lượt tìm kiếm của bạn**

Tỷ lệ nhấp/click chuột (CTR) là tỷ lệ số lần khách hàng bấm vào link tiếp thị của doanh nghiệp để tìm hiểu nội dung quảng cáo. Đây là **xu hướng content marketing năm 2023** bởi vì thời lượng khách hàng sử dụng điện thoại và tham gia các nền tảng mạng xã hội ngày càng tăng, và những nhà tiếp thị có thể lợi dụng điều này để tăng tỷ lệ CTRs trong nội dung tiếp thị cho thương hiệu của mình. Vậy làm như thế nào để bạn tối ưu hóa được điều này?

### **Một số gợi ý để doanh nghiệp của bạn có thể cải thiện tỷ lệ CTRs của mình**

#### **Tái sử dụng nội dung vào các phương tiện truyền thông khác nhau**

Ví dụ như bạn có một video quảng cáo trong lĩnh vực đồ ăn và đối tượng khách hàng của bạn là những người quan tâm đến ẩm thực. Bạn có thể sử dụng quảng cáo này đồng thời ở nhiều những bài viết về thực phẩm trên Facebook, video trải nghiệm đồ ăn trên Youtube và TikTok, và bạn hoàn toàn có thể sử dụng lại nó nhiều lần. Điều này giúp khách hàng ấn tượng sâu hơn về sản phẩm của thương hiệu và cũng tăng tỷ lệ CTRs lên cao hơn.

#### **Tạo ra một “vấn đề lớn”**

Một bài viết nhỏ chất lượng là rất tuyệt, nhưng nó là chưa đủ để “hớp hồn” khách hàng của bạn. Chính vì vậy, bạn cần đa dạng nội dung tiếp thị của bạn xung quanh các câu hỏi liên quan để đi sâu hơn và cung cấp nhiều giá trị hơn cho đối tượng mục tiêu. Điều này có thể thực hiện thông qua việc đặt ra một vấn đề, một câu hỏi lớn hơn bao trùm nhiều những câu trả lời nhỏ với đa dạng góc nhìn và khía cạnh. Hay một cách khác, bạn có thể đưa ra cụm chủ đề nhỏ xoay quanh một chủ đề lớn.

### **Xu hướng 5: Cơn lốc của những video ngắn**

Chưa khi nào những nội dung video ngắn được sử dụng rộng rãi và có sức ảnh hưởng lớn như năm nay. Theo Thống kê của Serush Blog, 35% các công ty lập kế hoạch đưa video trở

thành một phần quan trọng ưu tiên trong chiến lược content marketing xu hướng của họ vào năm 2023. Mức độ phủ sóng của cái video - dạng ngắn hoặc cực ngắn - đã tăng đáng kể trong vài năm qua.



Những video, câu chuyện xuất hiện trên Facebook, Tiktok, Instagram Reels và vô số nền tảng khác đã và đang mang lại một lợi ích cụ thể:

- Cung cấp nội dung cho người xem trong khoảng thời gian ngắn
- Tác động mạnh mẽ tới người xem với nội dung cô đọng nhất
- Sáng tạo không giới hạn với nhiều hình thức khác nhau như diễn kịch, sử dụng KOLs, nhạc,...
- “Mảnh đất” còn khá mới nên vẫn còn có thể khai thác nhiều hơn được nữa

### **Những ý tưởng content marketing trong năm 2023:**

- FAQs: Nếu thương hiệu của bạn nhận được nhiều câu hỏi thường xuyên thì hãy làm video hoặc một chuỗi video trả lời những câu hỏi này. Đây là cơ hội hoàn hảo để thể hiện nhận diện thương hiệu của bạn
- Các phản hồi: Cách tốt nhất để thu hút sự chú ý của khách hàng của bạn là lắng nghe phản hồi của họ thông qua các câu chuyện hoặc các video.
- Kết hợp với các cố vấn chuyên môn của doanh nghiệp: Đối với các doanh nghiệp B2B, bạn hoàn toàn có thể thực hiện những video tiếp thị ngắn bằng cách xây dựng những video giáo dục bằng những hình ảnh, lời khuyên, bài giảng của đội ngũ cố vấn chuyên môn hay các chuyên gia được thuê của công ty bạn. Như vậy, doanh nghiệp sẽ tăng nhận thức về thương hiệu của mình trong mắt khách hàng.



## Xu hướng 6: Thời đại mới của podcast

Năm 2020 – 2021 là thời điểm dịch bệnh diễn biến phức tạp. Chính vì vậy các loại hình Content Marketing như Podcast dần trở nên phổ biến trong cộng đồng.

Theo các khảo sát và thống kê mới đây của Hoa Kỳ:

- Số giờ người dân Mỹ nghe podcast lên đến 15 tỷ giờ vào năm 2021.
- 51% những nhà tiếp thị đã nâng cao tập trung phát triển chất lượng podcasts và những nội dung qua âm thanh khác sẽ được đầu tư hơn nữa vào năm 2023 và 43% dự định sẽ tiếp tục đầu tư số tiền tương tự vào năm 2023.
- 53% nhà tiếp thị nội dung đã tận dụng podcast và nội dung qua âm thanh như là định dạng hiệu quả nhất mà họ sử dụng để quảng cáo, mặc dù tỉ lệ ROI thấp.

Podcast cho phép người dùng có rất nhiều sự lựa chọn khi bạn có thể làm bất kỳ chủ đề nào bạn muốn. Việc tạo Podcast không chỉ dễ dàng và miễn phí, nó còn là cơ hội để kết nối với khán giả, cá nhân hóa thương hiệu và phát triển doanh nghiệp của bạn. Ở Việt Nam, xu hướng này cũng đang phát triển nhanh chóng và kéo về cho mình một lực theo dõi nhất định. Nếu Tiktok là một sự phát triển có thể nói là thần tốc thì podcast lại đang dần dần tạo chỗ đứng vững chắc cho mình, và đây chính là mảnh đất hoàn toàn mới để doanh nghiệp của bạn có thể trở thành nhà tiên phong trong xu hướng tiếp thị này. Những kênh Podcast nổi tiếng hiện tại tại Việt Nam mà bạn có thể tham khảo như: [Sunhuyn Podcast](#), [Giang ơi Radio](#), [Vietcetera](#), [HieuTV](#), [Duy Thanh Nguyen](#), ...



*Podcast đang dần trở thành xu hướng Content Marketing*

## Tổng kết

Cập nhật các xu hướng mới nhất trên thị trường luôn được các doanh nghiệp lưu ý hàng đầu, nhất là với tốc độ phát triển của xã hội nhanh chóng như hiện nay. Nhưng, doanh nghiệp của bạn cần phải biết rõ thế mạnh cũng như tập trung vào nhu cầu nguồn lực của bản thân và khách hàng để đưa ra chiến lược content marketing phù hợp nhất để đi đúng xu hướng và thành công trong năm 2023.

=>> Xem thêm: [5 xu hướng thiết kế tiêu đề trang web cho năm 2023](#)