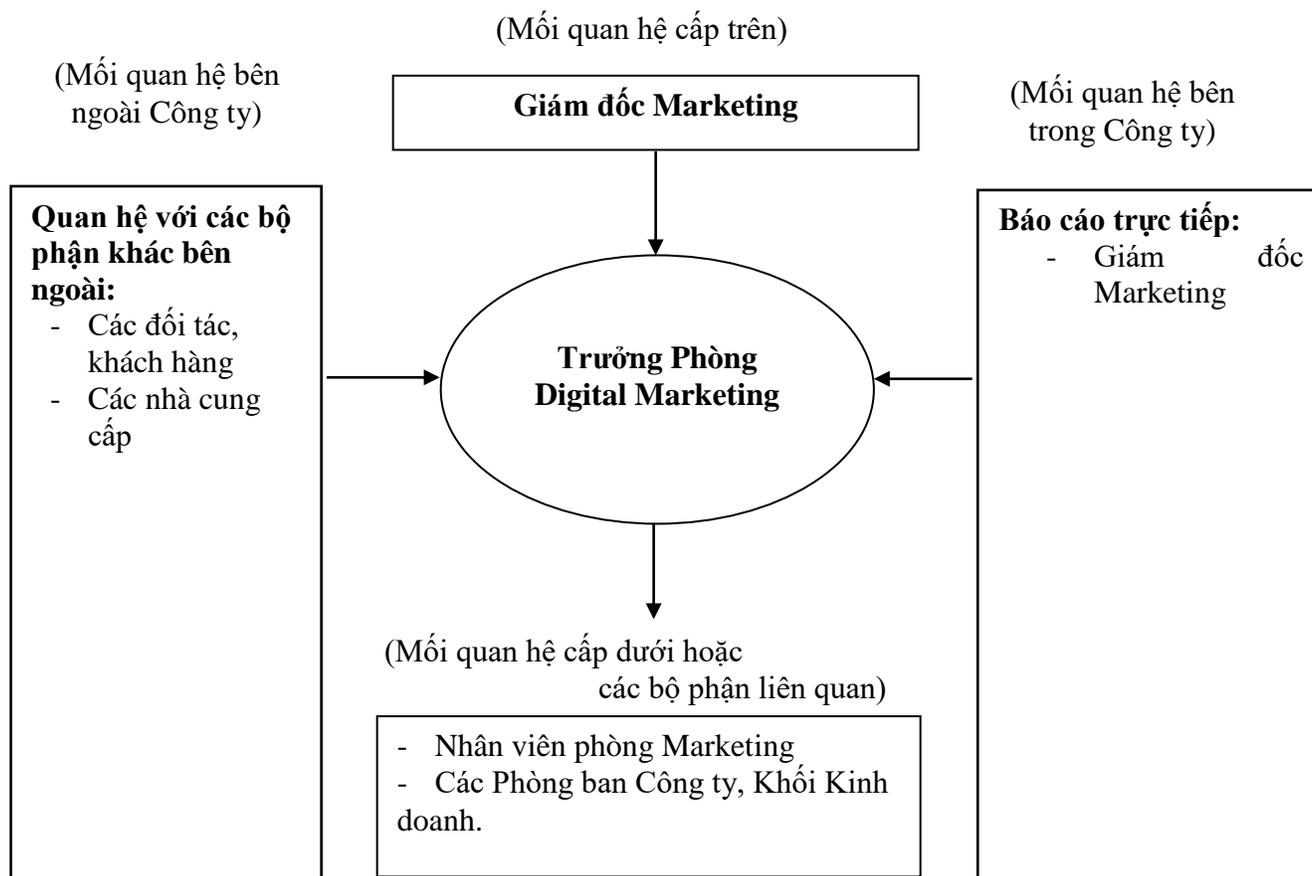


BẢNG MÔ TẢ CÔNG VIỆC

A. Mô tả vị trí:

1. Đơn vị	Bộ phận: Nhóm Digital Marketing	Ký xác nhận
2. Tên người giữ vị trí		<i>Chữ ký</i>
3. Chức vụ	Trưởng phòng Digital Marketing	
4. Chức danh quản lý trực tiếp	Giám đốc Marketing	<i>Chữ ký</i>

BIỂU ĐỒ CÁC MỐI QUAN HỆ PHỐI HỢP TRONG CÔNG VIỆC



B. Các trách nhiệm:

B1. Trách nhiệm chính:

- Xây dựng và triển khai chiến lược Digital Marketing toàn diện nhằm tối ưu hiệu suất tạo lead, gia tăng nhận diện thương hiệu và tạo lợi thế cạnh tranh trên nền tảng số.

B2. Nội dung công việc cụ thể:

Phân tích thị trường & chiến lược số

- Nghiên cứu thị trường, cập nhập các hoạt động Digital của các đối thủ và dự án bất động sản nổi bật để nắm bắt xu hướng, thông điệp và cách tiếp cận khách hàng mục tiêu.
- Hiểu rõ đặc điểm dự án và định vị của doanh nghiệp để đề xuất chiến lược Digital phù hợp, nổi bật và có tính cạnh tranh.
- Xây dựng chiến lược Digital linh hoạt theo từng giai đoạn dự án, phù hợp với hành vi thị trường và mục tiêu tăng trưởng của doanh nghiệp

Vận hành và tối ưu hệ sinh thái Digital

- Chịu trách nhiệm vận hành và tối ưu toàn bộ nền tảng Digital của công ty: Website, mạng xã hội (Facebook, TikTok, Zalo OA, LinkedIn...), landing page và các công cụ số liên quan. Đảm bảo sự đồng bộ, hiệu quả và đúng định vị thương hiệu trên tất cả các kênh.

Triển khai & tối ưu chiến dịch

- Lập kế hoạch, triển khai quảng cáo đa nền tảng (Google, Facebook, TikTok, Zalo...).
- Tối ưu CPL, CPA, tỷ lệ chuyển đổi và chất lượng lead.
- Ứng dụng remarketing, A/B testing, CRO để tăng ROI.

Tư vấn chiến lược cho Kinh doanh

- Phối hợp cùng bộ phận Kinh doanh để nắm nhu cầu thị trường và đề xuất kế hoạch digital hỗ trợ bán hàng hiệu quả.
- Đào tạo, tư vấn chiến lược Digital cho đội ngũ kinh doanh nhằm khai thác hiệu quả công cụ Digital, khai thác tối đa hiệu quả data, tăng tỷ lệ chốt giao dịch.

Quản lý đội ngũ: Quản lý, đào tạo và phát triển đội ngũ Digital

Thực hiện các công việc khác theo yêu cầu của quản lý trực tiếp.

C. Quyền hạn

- Đề xuất và áp dụng các biện pháp cần thiết để phát triển thương hiệu Công ty và ngăn chặn các sự cố truyền thông kịp thời.
- Đề xuất các phương án cải tiến để sử dụng các công cụ Marketing Online một cách hiệu quả và theo kịp xu hướng.

D. Các yêu cầu đối với vị trí:

D1. Các yêu cầu về bằng cấp/chứng chỉ

1. Tốt nghiệp Đại học chuyên ngành: Marketing, ...
2. Thành thạo vi tính văn phòng, Internet.
3. Các chứng chỉ đào tạo liên quan Digital Marketing.

D2. Yêu cầu về kinh nghiệm/kiến thức

1. Tối thiểu 5 năm kinh nghiệm Digital Marketing, trong đó 3 năm quản lý.
2. Bắt buộc có kinh nghiệm thực chiến trong lĩnh vực bất động sản.
3. Thành thạo các nền tảng quảng cáo và công cụ đo lường (GA4, Tag Manager, CRM...).
4. Tư duy chiến lược, am hiểu thị trường, khả năng phân tích dữ liệu tốt.

D3. Các yêu cầu khác về phẩm chất, tính cách/kỹ năng, khả năng

5. Trung thực, trách nhiệm, cầu tiến.
6. Chịu áp lực công việc cao.
7. Làm việc nhóm, độc lập.
8. Sáng tạo trong công việc.
9. Kỹ năng lãnh đạo, giao tiếp, đào tạo và làm việc nhóm hiệu quả.

E. Các chế độ phúc lợi:

- Lương cạnh tranh theo năng lực;
- Được tham gia đầy đủ các chế độ BHXH, BHYT, BHTN;
- Chăm sóc sức khỏe, du lịch hàng năm;
- Thưởng theo kết quả kinh doanh của Công ty.

F. Các chỉ tiêu đánh giá kết quả thực hiện công việc:

- Thứ hạng (Page rank) và vị trí của các website thuộc Tập đoàn trên các trình duyệt.
- Số lượng và vị trí của các từ khóa liên quan trên Google search.
- Số lượng người truy cập và lưu trú trên website hàng ngày, tháng, năm.
- Số lượt xem, lượt theo dõi, tương tác trên các trang cộng đồng, mạng xã hội.
- Tỷ lệ người dùng nhận biết về thương hiệu Tập đoàn tăng dần. Doanh thu từ khách hàng tìm kiếm tự do trên mạng cũng tăng dần.
- Hạn chế tối đa sự cố truyền thông và các thông tin bất lợi lan truyền trên mạng.
- Số lượng & chất lượng lead từ Digital (tập trung “khách real”)
- Chi phí quảng cáo (CPL, CPA), tỷ suất lợi nhuận (ROI).
- Mức độ hài lòng từ bộ phận Kinh doanh & kết quả hỗ trợ bán hàng.