

THU HÚT KHÁCH HÀNG TRỰC TUYẾN CỦA CÁC WEBSITE GIỚI THIỆU VIỆC LÀM TẠI VIỆT NAM

Mã số: 102 2TrEM.22

Nguyễn Trần Hưng
Khoa HTTT Kinh tế và TMĐT
Email: hung.tmdt@gmail.com

Ngày nhận: 31/10/2017 Ngày nhận lại: 13/02/2017 Ngày duyệt đăng: 20/02/2017

Đứng với việc hội nhập sâu rộng vào WTO và tham gia ký kết Hiệp định Đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương (TPP) của Việt Nam, thị trường lao động tại Việt Nam đang có những biến động không ngừng về cung và cầu, về số lượng và chất lượng. Một lượng lớn người lao động cần tìm công việc phù hợp với trình độ và kinh nghiệm, trong khi đó có không ít doanh nghiệp đang đau đầu vì vấn đề thiếu nhân sự có thể đảm nhận các vị trí công việc. Sự xuất hiện của các website giới thiệu việc làm như một giải pháp giúp người lao động và nhà tuyển dụng tìm đến trao đổi thông tin để đạt được nhu cầu của mình. Khi mà số lượng thông tin tăng lên quá nhiều, việc trao đổi thông tin và giao dịch thông tin trực tuyến trở thành công cụ hữu ích giúp mọi người đạt được ước mơ nghề nghiệp, đồng thời đem đến cho nhà tuyển dụng những hồ sơ có chất lượng và phù hợp. Tuy nhiên, tại Việt Nam số lượng website giới thiệu việc làm có thể thu hút khách hàng trực tuyến để tồn tại và phát triển chiếm tỷ lệ rất nhỏ, thậm chí nhiều website được hỗ trợ lớn từ cơ quan quản lý Nhà nước nhưng mới ra đời được thời gian ngắn đã đóng cửa như trường hợp của viechay.vn, timviec.net, nguoitimviec.com.vn. Thực tế này đã đặt ra những yêu cầu cấp thiết phải xác lập mô hình thu hút khách hàng trực tuyến của các website giới thiệu việc làm tại Việt Nam nhằm đảm bảo sự tồn tại và phát triển hiệu quả, bền vững. Bài viết của tác giả đã đưa ra mô hình thu hút khách hàng trực tuyến của các website giới thiệu việc làm tại Việt Nam trên cơ sở phân tích tốt nhất các đặc điểm hành vi mua của khách hàng trực tuyến.

Khách hàng trực tuyến, Website giới thiệu việc làm

P. Drucker (Management Revised Edition, 2008) cho rằng mục tiêu của doanh nghiệp là tạo ra, duy trì và phát triển khách hàng. Khách hàng là người quan trọng nhất đối với bất kỳ doanh nghiệp nào. Khách hàng không phụ thuộc vào doanh nghiệp mà chính doanh nghiệp phụ thuộc vào khách hàng. Khách hàng không phải là kẻ ngoài cuộc mà chính là một phần tất yếu trong công việc kinh doanh của doanh nghiệp. Khi phục vụ khách hàng, không phải doanh nghiệp đang giúp đỡ khách hàng mà chính khách hàng đang

tạo cho doanh nghiệp cơ hội để phục vụ [1]. Đối với các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ trong môi trường điện tử đặc biệt là dịch vụ thông tin việc làm thì vai trò, vị trí của khách hàng càng trở nên quan trọng hơn bởi vì thu hút khách hàng là yếu tố sống còn quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp đó (T. Zahra et al, 2011).

Kenneth C. Laudon (Electronic commerce 2016: Business, Technology, Society, 2016) cho rằng bản chất của các website giới thiệu việc làm chính là hệ thống mạng thông tin việc làm trực

tuyển. Các website này được thiết kế cho phép những người sử dụng đăng thông báo tuyển dụng và/hoặc xem các công việc do những người sử dụng khác đăng lên, hoặc tương tác với những người sử dụng khác[4]. Như vậy có thể khái niệm *website giới thiệu việc làm là các website được xây dựng và hoạt động với mục tiêu trở thành cầu nối giữa người lao động và nhà tuyển dụng, chuyên cung cấp dịch vụ tìm kiếm nhân sự và dịch vụ tìm kiếm việc làm trực tuyến. Qua đó, nhà tuyển dụng có thể nhanh chóng tìm được ứng viên phù hợp nhất với nhu cầu, còn người tìm việc sẽ có cơ hội tìm kiếm công việc mong muốn chỉ bằng các thao tác đơn giản trên website đó*

Nhìn tổng thể, các website giới thiệu việc làm có mô hình hoạt động kinh doanh khá giống nhau, cụ thể:

+ *Đối tượng khách hàng tham gia website giới thiệu việc làm:* bao gồm cả cá nhân và doanh nghiệp hay nói cách khác là bao gồm ứng viên và nhà tuyển dụng. Các tổ chức hoặc cá nhân có nhu cầu đăng thông báo tuyển dụng nhân sự và/hoặc xem các công việc, các thông báo tuyển dụng do những thành viên khác đăng lên trên website. Khách hàng tham gia phải đăng ký kê khai ban đầu các thông tin liên quan, được ban quản trị website chính thức công nhận. Khi đăng ký tài khoản thành viên hoặc tham gia với tư cách khách hàng cá nhân, các thành viên đều phải đồng ý với các điều khoản, quy định sử dụng của website đó

+ *Sản phẩm* đối với các website giới thiệu việc làm, sản phẩm là thông tin thường được phân chia thành hai loại chính là "người tìm việc" và "việc tìm người". Đối với loại sản phẩm dịch vụ đầu tiên "người tìm việc" là việc một cá nhân nào đó tự đưa các thông tin cá nhân và hiểu biết chuyên môn của mình lên trên website giới thiệu việc làm, sau đó các tổ chức hoặc cá nhân khác có nhu cầu sẽ liên hệ trực tiếp với cá nhân đăng thông tin này để tương tác, thảo luận và sau đó hẹn lịch phỏng vấn. Đối với loại sản phẩm thứ hai "việc tìm người" thường do các doanh nghiệp đăng tải nội dung và bằng mô tả công việc cũng như mức lương được hưởng cho một vị trí công việc nào đó lên trên website với mong muốn tìm được nhân sự đáp ứng các yêu cầu công việc cho vị trí này. Cá nhân bất kỳ có thể vào website đọc được nội dung

tuyển dụng, liên hệ và tham gia ứng tuyển với doanh nghiệp đó.

+ *Hình thức kinh doanh chủ yếu của các website giới thiệu việc làm:* Thu thập cơ sở dữ liệu hồ sơ bao gồm những thông tin cá nhân của các ứng viên: họ tên, giới tính, ngày sinh, địa chỉ email, địa chỉ nhà, số điện thoại nhà, điện thoại di động, trình độ, các văn bằng chứng chỉ đã đạt được, các thành tích, kinh nghiệm công tác ở các vị trí, các doanh nghiệp đã từng làm việc... do chính các ứng viên tìm việc đăng tải theo mẫu đã được xây dựng sẵn. Sau đó cung cấp dịch vụ truy cập cơ sở dữ liệu hồ sơ cho các thành viên (chủ yếu là doanh nghiệp) có nhu cầu tìm hồ sơ ứng viên, đăng tin tuyển dụng và ngược lại. Đối với quy trình ngược lại, các doanh nghiệp đăng tin tuyển dụng ngoài việc cung cấp các thông tin cơ bản, doanh nghiệp sẽ phải cung cấp thêm thông tin thanh toán để thanh toán cho thông tin được đăng hoặc trả phí thành viên đối với những doanh nghiệp đăng ký thành viên của website

+ *Doanh thu của các website giới thiệu việc làm:* đối với các website giới thiệu việc làm, doanh thu chủ yếu đến từ việc thu phí dịch vụ đăng tin. Mức phí tương ứng với các mức dịch vụ từ cơ bản đến nâng cao như: đăng tin thường, đăng tin vip. Về cơ bản, các website giới thiệu việc làm có thể tiến hành thu phí của cả các doanh nghiệp đăng tin tuyển dụng và người đăng tin tìm kiếm việc làm. Mặc dù trên thực tế tại Việt Nam, các website giới thiệu việc làm thường chỉ thu phí của các doanh nghiệp đăng tin tuyển dụng và miễn phí cho khách hàng cá nhân cung cấp hồ sơ đăng tin tìm kiếm việc làm. Cách thu phí thông dụng nhất được áp dụng đối với các website giới thiệu việc làm tại Việt Nam là thu phí đăng ký thành viên đối với các doanh nghiệp tuyển dụng hoặc thu phí dịch vụ mỗi khi doanh nghiệp này đăng tin tuyển dụng

3. *Mô hình kinh doanh và các loại phí thu của các website giới thiệu việc làm*

Có thể hiểu một cách đơn giản khách hàng trực tuyến là tất cả những tổ chức, cá nhân có sự quan tâm, theo dõi hoặc có nhu cầu mua hay sử dụng sản phẩm, hàng hóa/dịch vụ nhằm mục đích phục vụ cho tiêu dùng hàng ngày hoặc sản xuất kinh doanh thông qua sử dụng các phương tiện điện tử (R. Martina et al, 2015). Với nhân định này, khách hàng trực tuyến của các website giới thiệu việc

làm có thể là các tổ chức, cá nhân tham gia vào thị trường dịch vụ thông tin việc làm trực tuyến với tư cách là người tìm kiếm, sử dụng thông tin việc làm thông qua các phương tiện điện tử và mạng Internet. Bất kỳ tổ chức, cá nhân trực tuyến nào cũng đều có thể là khách hàng tiềm năng hay hiện hữu của các website giới thiệu việc làm trong thị trường dịch vụ thông tin việc làm trực tuyến. Cả hai đối tượng này có đóng góp lớn cho sự phát triển của các website giới thiệu việc làm, được thể hiện qua những vai trò sau đây

+ Đóng góp nguồn cơ sở dữ liệu khổng lồ về thị trường việc làm, bao gồm thông tin về các doanh nghiệp và vị trí tuyển dụng, cũng như hồ sơ ứng viên được cập nhật liên tục. Bên cạnh việc truy cập vào website giới thiệu việc làm để tìm kiếm thông tin việc làm, các cá nhân tìm việc sẽ tự xây dựng hồ sơ cá nhân theo mẫu để các website này tập hợp và làm cho các hồ sơ trực tuyến. Trên cơ sở đó, những doanh nghiệp tuyển dụng có nhu cầu có thể tham khảo hồ sơ và tư liên hệ nếu thấy phù hợp. Đối với các doanh nghiệp tuyển dụng, ngoài việc truy cập vào các website giới thiệu việc làm tìm kiếm hồ sơ ứng viên phù hợp với công việc trong kho dữ liệu trực tuyến, các doanh nghiệp này có thể đăng tải thông tin về vị trí công việc cần tuyển dụng để các website giới thiệu việc làm tập hợp và đăng tải theo các phân loại để tiếp cận với số lượng người xem lớn nhất nhằm tìm được ứng viên phù hợp cần tìm kiếm.

+ Tham gia phát triển thị trường giao dịch việc làm trực tuyến cho các website giới thiệu việc làm với hiệu quả sử dụng cao, hoạt động 24/24 với chi phí thấp hơn nhiều so với các hoạt động giao dịch truyền thống. Hoạt động giao dịch thông tin việc làm truyền thống thường bị hạn chế bởi khoảng cách không gian giữa các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ với khách hàng và chỉ thực hiện được trong khoảng thời gian từ lúc mở cửa đến lúc đóng cửa. Nếu khoảng cách giữa khách hàng với doanh nghiệp cung cấp dịch vụ quá xa cũng sẽ tạo tâm lý ngại cho khách hàng và có thể dẫn tới hủy bỏ giao dịch. Giao dịch thông tin việc làm truyền thống thường được diễn ra với số lượng rất ít, việc thu thập thông tin chủ yếu về vị trí công việc và hoàn toàn không được công khai, chưa có thông tin về các hồ sơ ứng viên, thông tin không được cập nhật thường xuyên. Điều này gây ra sự khó

khăn đối với cả doanh nghiệp tuyển dụng và người tìm việc trong tìm kiếm các nguồn tin tin cậy, thường tiếp cận với chi phí cao khi thực hiện qua các doanh nghiệp môi giới cung cấp dịch vụ thông tin việc làm truyền thống. Với hoạt động giao dịch việc làm trực tuyến, khách hàng bao gồm cả cá nhân tìm việc và doanh nghiệp tuyển dụng là nguồn bổ sung và cập nhật liên tục về dữ liệu việc làm và hồ sơ ứng viên cho các website giới thiệu việc làm với chi phí thấp. Các khách hàng trực tuyến có thể thực hiện giao dịch thông tin việc làm liên tục 24/24 và không phụ thuộc vào khoảng cách không gian giữa khách hàng với các website giới thiệu việc làm.

+ Giúp các website giới thiệu việc làm mở rộng thị trường, tạo sự lan truyền và giới thiệu về sản phẩm dịch vụ tới những người dùng khác trên các kênh tiếp thị mới của Internet như: diễn đàn, mạng xã hội. Thông qua đó có thể tăng cường sự hiện diện và uy tín của các website giới thiệu việc làm. Trước khi mua khách hàng trực tuyến thường có xu hướng tìm kiếm thông tin về sản phẩm dịch vụ thông tin việc làm để tiến hành so sánh giá, điều kiện dịch vụ giữa nhiều website giới thiệu việc làm khác nhau từ nhiều nguồn khác nhau (như diễn đàn, mạng xã hội). Sau khi mua khách hàng trực tuyến của các website giới thiệu việc làm thường có xu hướng chia sẻ cảm xúc, kinh nghiệm sử dụng dịch vụ thông tin việc làm, cách thức giải quyết các vấn đề hoặc sự cố phát sinh trong khi sử dụng dịch vụ trên các diễn đàn, mạng xã hội. Điều này tạo ra sự lan truyền về sản phẩm dịch vụ của website giới thiệu việc làm đến những người dùng khác trên diễn đàn, mạng xã hội và do đó tăng cường sự hiện diện, củng cố uy tín, thương hiệu của website giới thiệu việc làm.

+ Giúp các website giới thiệu việc làm giảm các chi phí và tăng lợi nhuận thông qua tham gia giải đáp các thắc mắc, tư vấn, hỗ trợ cho các khách hàng tiềm năng khác. Đây là những hoạt động mà các website giới thiệu việc làm thường xuyên phải thực hiện và mất chi phí rất lớn. Khách hàng trực tuyến thường yêu cầu dịch vụ hỗ trợ và chăm sóc khách hàng cao hơn nhiều lần so với khách hàng truyền thống. Bởi vì khi thực hiện giao dịch trực tuyến có thể xảy ra nhiều vấn đề như quy trình phức tạp, giao dịch bị hủy, không thanh toán

được... thì khách hàng trực tuyến thường yêu cầu sự hỗ trợ hoặc hướng dẫn để giải quyết vấn đề ngay lập tức. Điều này đòi hỏi dịch vụ hỗ trợ của các website giới thiệu việc làm phải thực sự tốt, ngày càng hoàn thiện và đương nhiên phải mất chi phí rất lớn để thực hiện. Trong khi đó, thông qua các chia sẻ kinh nghiệm sử dụng dịch vụ, thảo luận về xử lý thắc mắc, khiếu nại, cung cấp kiến thức của những khách hàng đã sử dụng trên diễn đàn, mạng xã hội có thể hỗ trợ cho những người dùng và khách hàng tiềm năng khác. Đây là những hoạt động và lợi ích hoàn toàn miễn phí mà các website giới thiệu việc làm có thể được hưởng từ khách hàng trực tuyến

+ Trên cơ sở tận dụng ảnh hưởng của các khách hàng trung thành, website giới thiệu việc làm có thể thu hút, lôi kéo sự tham gia của một số lượng lớn khách hàng tiềm năng khác với chi phí rất thấp và hiệu quả cao. Khách hàng trực tuyến thường thực hiện giao dịch dựa trên sự tin cậy và uy tín của người bán (website bán hàng, website cung cấp dịch vụ), đồng thời khách hàng trực tuyến cũng là những người chịu tác động nhưng cũng có ảnh hưởng rất lớn tới cộng đồng và ban bè. Việc website giới thiệu việc làm có các khách hàng trực tuyến trung thành sẽ giúp lan tỏa, thu hút thêm nhiều khách hàng tiềm năng khác với hiệu quả rất cao và chi phí rất thấp thông qua các hoạt động truyền miệng, chia sẻ kinh nghiệm kiến thức ở cả môi trường truyền thống và Internet.

+ Giúp các website giới thiệu việc làm có nguồn thu ổn định và ngày càng phát triển thông qua việc đăng tin trên website ở các mức độ và yêu cầu khác nhau. Các website giới thiệu việc làm có thể thu được tiền từ hoạt động đăng tin tuyển dụng của doanh nghiệp hay thu phí thành viên để truy cập vào cơ sở dữ liệu hồ sơ trực tuyến của người tìm việc. Hoạt động này bao gồm nhiều cấp độ khác nhau như đăng tin vip, tin thường, đăng ký thành viên vàng, bạc, kim cương. Mỗi loại cấp độ tương ứng với một mức phí doanh nghiệp hoặc cá nhân phải trả cho website giới thiệu việc làm. Do đó, với sự tham gia ngày càng đông đảo của khách hàng trực tuyến giúp các website giới thiệu việc làm có nguồn thu ổn định và ngày càng phát triển

3. Mô hình thu hút khách hàng trực tuyến của các website giới thiệu việc làm

Hiểu một cách đơn giản thì thu hút khách hàng là tạo ấn tượng tốt, gây sự chú ý làm cho những đối tượng có nhu cầu mua hay sử dụng sản phẩm, hàng hóa/dịch vụ phải quan tâm tới doanh nghiệp hoặc sản phẩm mà doanh nghiệp cung cấp thông qua các hành động, cử chỉ, lời nói.

Với những nhân định như trên về thu hút khách hàng, website giới thiệu việc làm và các vai trò của khách hàng trực tuyến thì có thể thấy:

Thu hút khách hàng trực tuyến của các website giới thiệu việc làm là hoạt động tạo ấn tượng tốt, lôi cuốn làm cho những tổ chức, cá nhân tham gia vào thị trường giới thiệu việc làm trực tuyến của những website này với tư cách là người đăng tin tuyển dụng hoặc người tìm kiếm thông tin việc làm thông qua sử dụng các phương tiện điện tử. Tiếp cận theo quan điểm này cho thấy:

+ Về mục đích thì thu hút khách hàng trực tuyến của các website giới thiệu việc làm là hướng khách hàng có nhu cầu đăng tin hoặc tìm kiếm thông tin việc làm phải chú ý, truy cập, giao dịch và tương tác với các nội dung trên website.

+ Về mặt nội dung thu hút khách hàng trực tuyến của các website giới thiệu việc làm phải bao gồm sự phát triển về mặt số lượng và chất lượng của khách hàng. Muốn làm tốt điều này, các website giới thiệu việc làm phải đi từ việc phát triển nhu cầu sử dụng thông tin, phát triển chất lượng nguồn thông tin, các dịch vụ hỗ trợ và các hoạt động truyền thông marketing điện tử

Với khái niệm và nhân định như trên, để thu hút khách hàng trực tuyến của các website giới thiệu việc làm đòi hỏi phải vận hành và phát triển đồng bộ các thành tố sau đây.

a. Phát triển nhu cầu sử dụng thông tin việc làm của khách hàng trực tuyến trên các website giới thiệu việc làm

Phát triển nhu cầu, hành vi sử dụng thông tin việc làm của khách hàng trực tuyến trên các website giới thiệu việc làm được xem là nội dung trọng tâm, cốt lõi của mô hình thu hút khách hàng. Trong đó, việc sử dụng thông tin việc làm của khách hàng trực tuyến có thể là việc khách hàng đóng vai trò tổ chức tuyển dụng truy cập vào website giới thiệu việc làm tìm kiếm thông tin hồ sơ của các ứng viên phù hợp để liên hệ tuyển dụng hoặc

khách hàng cá nhân (người tìm việc) truy cập để tìm kiếm thông tin về việc làm rồi liên hệ đăng ký và đến nộp hồ sơ phỏng vấn.

Cũng giống như các loại nhu cầu khác, nhu cầu sử dụng thông tin việc làm của khách hàng trực tuyến trên các website giới thiệu việc làm sẽ phát triển từ thấp đến cao.

+ Về cơ bản, nhu cầu sử dụng thông tin việc làm của đối tượng khách hàng tìm việc trực tuyến trên các website giới thiệu việc làm được thể hiện qua thang nhu cầu ở hình 1.1 sau đây:

việc ở các địa điểm không mong muốn hoặc không phù hợp với sở thích.

Nhu cầu tiếp theo đối với khách hàng tìm việc là sau khi đã tiếp cận được với nhiều nguồn thông tin công việc thì mong muốn biết thông tin nào là mới, thông tin nào được cập nhật theo ngày, thông tin đăng nào đã hết hạn để tiếp cận được với nguồn tin có chất lượng.

Nhu cầu tiếp theo cao cấp hơn đối với khách hàng tìm việc là sử dụng các thông tin công việc trên các website giới thiệu việc làm được phân

+ Có dịch vụ hỗ trợ và chăm sóc khách hàng tốt

+ Có nút tạo hồ sơ cho cá nhân người tìm việc và đăng tin miễn phí cho nhà tuyển

+ Có công cụ Search để tìm kiếm nhanh chóng và chính xác

+ Có sự phân chia công việc theo mức lương, nhà tuyển dụng

+ Thông tin việc làm được cập nhật theo ngày (việc làm mới)

+ Có thông báo, đánh dấu các tin đăng đã hết hạn

+ Thông tin việc làm đa dạng thuộc nhiều lĩnh vực, ngành nghề kinh doanh khác nhau, ở các địa phương khác nhau

(Nguồn: tác giả)

Hình 1.1: Thang nhu cầu sử dụng thông tin việc làm của khách hàng là người tìm việc trực tuyến trên các website giới thiệu việc làm

Theo hình 1.1 có thể thấy

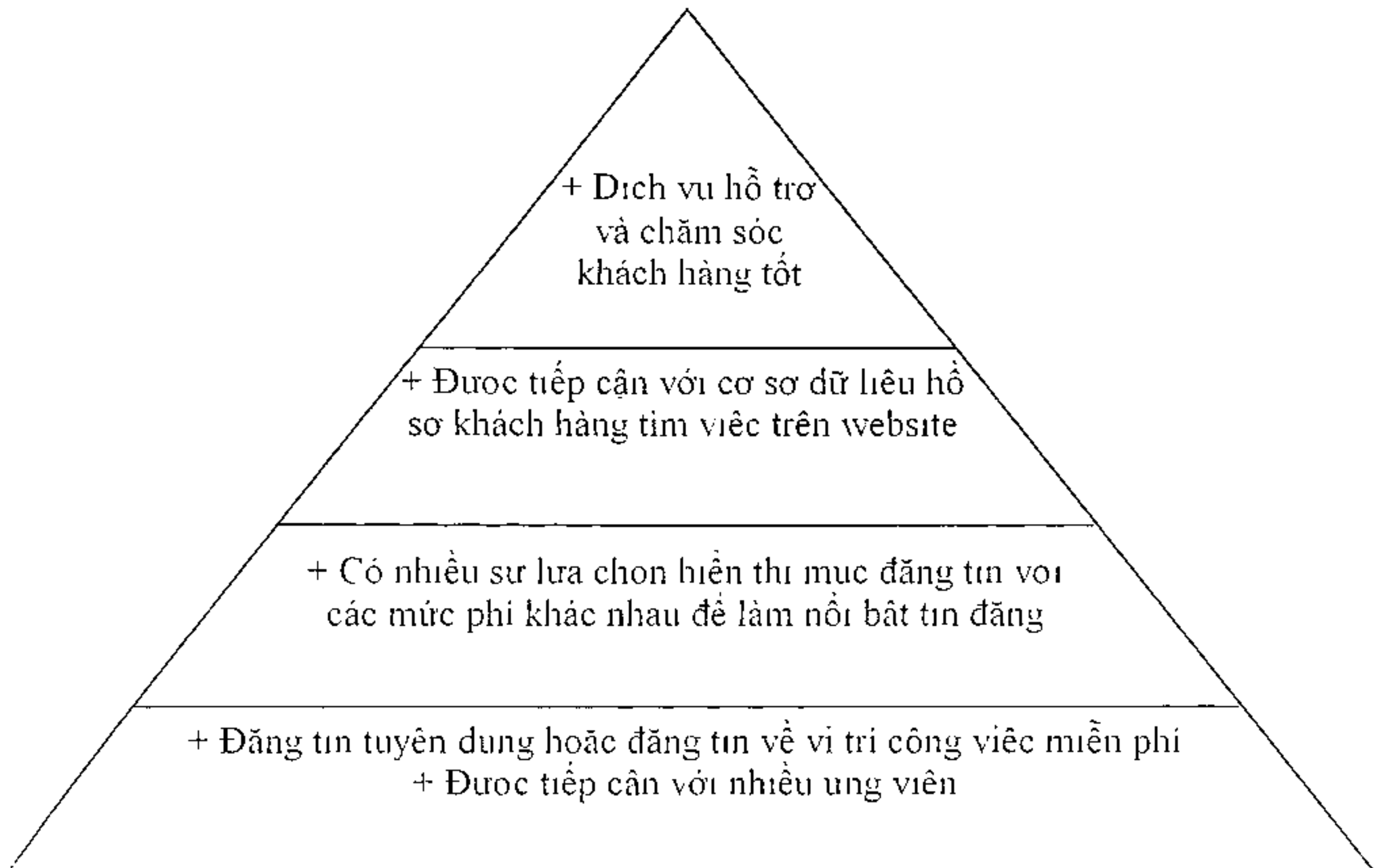
Nhu cầu cơ bản nhất đối với các khách hàng cá nhân (người tìm việc) khi tham gia vào sử dụng thông tin việc làm trên các website giới thiệu việc làm là mong muốn nhận được càng nhiều thông tin về việc làm càng tốt. Các thông tin việc làm này thuộc nhiều lĩnh vực, ngành nghề kinh doanh để khách hàng có nhiều sự lựa chọn và dễ tìm kiếm được những công việc phù hợp. Bên cạnh đó, sự phân chia công việc theo địa phương cũng tạo thuận lợi cho khách hàng tìm kiếm có sự lựa chọn theo địa phương và không phải loại trừ các công

việc theo mức lương hoặc nhà tuyển dụng. Điều này sẽ tạo tính chủ động cao hơn và giúp người tìm việc tìm kiếm chính xác hơn công việc mình mong muốn.

Đối với khách hàng tìm việc, sau khi đã có được các nguồn tin công việc có chất lượng, họ sẽ có mong muốn tìm kiếm nhanh chóng và chính xác mà không cần phải đi dò từng mẫu tin đăng. Chính vì vậy, một công cụ tìm kiếm là yêu cầu bắt buộc để các website tìm kiếm việc làm có thể thỏa mãn nhu cầu ở bậc cao này của khách hàng tìm việc.

Hơn hết đối với những khách hàng tìm việc có sự tự tin hoặc mong muốn tìm kiếm công việc phù hợp hơn những công việc đã được thông tin trên website tìm kiếm việc làm, họ có nhu cầu muốn được tạo hồ sơ để các doanh nghiệp hay các nhà tuyển dụng khác có thể tiếp cận, liên hệ phỏng

đầu tiên, doanh nghiệp tuyển dụng khi tham gia có mong muốn tìm kiếm được những ứng viên phù hợp với vị trí công việc cần tuyển và với chi phí bỏ ra là thấp nhất. Chính vì vậy, nhu cầu cơ bản là được đăng tin thông báo tuyển dụng miễn phí. Tiếp sau đó, họ cũng mong muốn thông tin



(Nguồn: tác giả)

Hình 2 Tháp nhu cầu của khách hàng là doanh nghiệp tuyển dụng với việc sử dụng thông tin trên các website giới thiệu việc làm

vấn. Khi đó website tìm kiếm việc làm phải có nút tạo hồ sơ để thỏa mãn nhu cầu bậc cao này.

Cuối cùng, nhu cầu cao nhất đối với khách hàng tìm việc là website phải có dịch vụ hỗ trợ và chăm sóc khách hàng thật tốt để có thể kịp thời tư vấn, hỗ trợ hoặc giúp đỡ khách hàng tìm kiếm các công việc phù hợp với nguyện vọng của mình.

+ Đối với các khách hàng là doanh nghiệp hoặc tổ chức tuyển dụng, nhu cầu của đối tượng này khi tham gia sử dụng thông tin trên các website giới thiệu việc làm khá đơn giản so với khách hàng tìm việc, được thể hiện ở tháp nhu cầu hình 1.2 dưới đây. Theo đó, dễ dàng nhận thấy

mình đăng được tiếp cận với nhiều ứng viên nhất để doanh nghiệp có nhiều sự lựa chọn, muốn vậy website giới thiệu việc làm phải có sự phân biệt khác nhau như các mức tin vip, tin thường, tin nổi bật để doanh nghiệp tuyển dụng có thể lựa chọn với các mức phí để hiển thị tin đăng.

Nhu cầu cao cấp hơn đối với doanh nghiệp hoặc tổ chức tuyển dụng đó là được tiếp cận với cơ sở dữ liệu về các khách hàng tự tạo hồ sơ trên website để có thể xem xét cụ thể hơn, chủ động hơn trong tìm kiếm và dễ dàng lựa chọn được ứng viên cần thiết.

Nhu cầu cuối cùng đối với doanh nghiệp hoặc tổ chức tuyển dụng đó là dịch vụ hỗ trợ và chăm sóc khách hàng tốt. Bởi vì đơn vị tuyển dụng đăng tin tạo ra nguồn thu chủ yếu cho các website giới thiệu việc làm nên yêu cầu dịch vụ hỗ trợ phải rất chuyên nghiệp, giải đáp phải tức thời, chính xác, hỗ trợ giao dịch tốt, chăm sóc khách hàng phải thường xuyên, liên tục nhằm thỏa mãn và làm hài lòng khách hàng khi sử dụng dịch vụ đăng tin hoặc tham gia trên website.

b. Đa dạng hóa loại hình cung cấp thông tin của các website giới thiệu việc làm

Cách tốt nhất để thu hút khách hàng trực tuyến sử dụng thông tin trên các website giới thiệu việc làm là tạo sự thuận tiện tối đa trong tiếp cận thông tin cho khách hàng hay nói cách khác là đa dạng hóa loại hình cung cấp thông tin.

Cũng giống như bất kỳ website cung cấp dịch vụ thông tin nào, đa dạng hóa loại hình cung cấp thông tin của các website giới thiệu việc làm thường tập trung vào một số cách thức sau đây:

Thứ nhất, cung cấp thông tin trên website cách thức này có được lợi thế là cung cấp thông tin đầy đủ, hiển thị các phím chức năng rõ ràng, tương tác dễ dàng, thuận tiện cho cả khách hàng đăng tin và tìm kiếm việc làm. Tuy nhiên, nhược điểm của hình thức này là chỉ hiển thị tốt trên thiết bị máy tính cá nhân, còn thiết bị di động và máy tính bảng mức độ hiển thị bị hạn chế do kích cỡ màn hình, dung lượng bộ nhớ và băng thông của thiết bị di động tương đối hẹp.

Thứ hai, cung cấp thông tin thông qua ứng dụng (app). cách thức này có được lợi thế là thông tin được hiển thị tốt với đầy đủ phím chức năng, tương thích tốt trên các thiết bị di động, phù hợp với màn hình nhỏ và dung lượng bộ nhớ hạn chế. Điều này sẽ tạo thuận lợi cho phần lớn khách hàng sử dụng thiết bị di động thông minh hoặc máy tính bảng có thể truy cập thông tin, tiến hành các thao tác đăng tin, tạo hồ sơ hay tìm kiếm việc làm dễ dàng trên các website giới thiệu việc làm. Nhược điểm cơ bản của loại hình cung cấp thông tin này là khách hàng cần phải có hiểu biết nhất định và ứng dụng phải được đặt ở vị trí dễ tìm kiếm để khách hàng có thể tải về và sử dụng.

Thứ ba, sử dụng diễn đàn, mạng xã hội để cung cấp thông tin cách thức này có ưu điểm là thông tin, tin tức được cập nhật và lan truyền rất

nhANH chóng tới cộng đồng mạng. Thông tin được cung cấp đầy đủ, có độ tin cậy và khách quan cao, được sự đánh giá và tham gia thảo luận công khai của người dùng về chất lượng tin đăng, đơn vị tuyển dụng, hồ sơ ứng viên... Thông qua đó, người sử dụng thông tin có thể nhận được nhiều lời khuyên, tư vấn của những người tham gia bình luận, đánh giá. Tuy nhiên, cách thức này có nhược điểm là khi khách hàng tham gia đăng ký, đăng tin, tìm kiếm việc làm hay tạo hồ sơ đều phải truy cập vào các website giới thiệu việc làm thông qua link liên kết hoặc các nút đã tạo trên các trang diễn đàn hay mạng xã hội này mà không thể thực hiện trực tiếp như hai hình thức kể trên.

Nhìn chung, khi tạo thêm nhiều cách thức cung cấp thông tin cho khách hàng hoặc người dùng trực tuyến sử dụng thì điều này cũng đồng nghĩa với việc các website giới thiệu việc làm đã thu hút được thêm nhiều khách hàng mới. Vì vậy, đối với các website cung cấp thông tin việc làm đa dạng hóa loại hình cung cấp thông tin được xem là yêu cầu tiên quyết, bắt buộc nhằm tạo thuận lợi tối đa trong khi sử dụng thông tin của khách hàng tham gia.

c. Phát triển chất lượng thông tin việc làm của các website giới thiệu việc làm

Website giới thiệu việc làm kinh doanh chủ yếu là nội dung thông tin để đáp ứng nhu cầu của cả khách hàng tìm việc lẫn khách hàng đóng vai trò nhà tuyển dụng. Thông tin việc làm và thông tin hồ sơ ứng viên có thể nhiều, đa dạng nhằm thu hút khách hàng truy cập website để sử dụng. Tuy nhiên, những thông tin này chỉ thực sự có ý nghĩa khi đó là những thông tin có chất lượng.

Về cơ bản, phát triển chất lượng thông tin việc làm của các website giới thiệu việc làm thường tập trung vào một số nội dung sau đây.

Một là, tính chính xác. điều quan trọng hàng đầu của bất kỳ một website cung cấp nội dung thông tin là thông tin đăng tải, cung cấp phải có tính chính xác cao hay nói cách khác là phải được xác thực. Đối với khách hàng đóng vai trò nhà tuyển dụng, các website giới thiệu việc làm cần thường xuyên xác thực nội dung tin đăng về một số yếu tố cơ bản như tên doanh nghiệp, địa chỉ, có tuyển dụng thật không, bộ phận nào tuyển dụng, số điện thoại liên lạc để đảm bảo tin đăng là đúng sự thật. Đối với khách hàng đóng vai trò

người tìm việc, một số nội dung cần xác thực đó là: họ và tên, địa chỉ, số điện thoại liên hệ khi tạo hồ sơ để sử dụng trong trường hợp nhà tuyển dụng cần liên lạc phỏng vấn.

Hai là, tính cập nhật: thông tin trên các website giới thiệu việc làm phải được cập nhật thường xuyên, liên tục, kịp thời. Sự cập nhật ở đây không chỉ về mặt số lượng việc làm trong các lĩnh vực mới mà ngay đối với những mục đã đăng thì website cũng cần phải có sự cập nhật lại. Ví dụ: Đối với khách hàng đóng vai trò nhà tuyển dụng khi họ đăng tin tuyển dụng thì các website giới thiệu việc làm cần liên tục cập nhật (có thể theo ngày) xem họ còn nhu cầu tuyển nữa không hay họ đã tuyển được đủ ứng viên cần thiết mặc dù tin đăng vẫn chưa hết hạn. Hoặc đối với khách hàng đóng vai trò người tìm việc, khi tạo hồ sơ để mời gọi các doanh nghiệp xem, website giới thiệu việc làm cũng cần cập nhật để biết người này còn muốn được mời gọi phỏng vấn không hay đã có việc làm ổn định ở doanh nghiệp khác. Thực hiện tốt điều này giúp các website giới thiệu việc làm luôn có nguồn thông tin tươi mới và có giá trị.

Ba là, thông tin phải được đính kèm các mục "hết hạn", "mới cập nhật ngày tháng năm...": đây là hoạt động cần thiết để thông báo tới khách hàng sử dụng thông tin trên các website giới thiệu việc làm biết được rằng thông tin này còn giá trị hay không nhằm giúp các khách hàng tiết kiệm thời gian, chi phí và công sức.

Bốn là, tính tiện dụng: việc sử dụng thông tin trên các website giới thiệu việc làm phải dễ sử dụng đối với cả hai loại đối tượng khách hàng là cá nhân người tìm việc và đơn vị tuyển dụng. Cách sắp xếp, bao gói nội dung thông tin, tập hợp cơ sở dữ liệu thông tin sao cho đơn giản, dễ tìm kiếm, dễ tham chiếu để tạo thuận lợi cho mọi đối tượng sử dụng. Các thông tin nên được phân loại theo ngày tháng, lĩnh vực kinh doanh, địa phương, thậm chí có thể phân loại sâu hơn như: mức lương mong muốn, thử thách nghề nghiệp. .

Năm là, chi phí thấp: dù là đơn vị tuyển dụng hay khách hàng là người tìm việc thì khi sử dụng trên các website giới thiệu việc làm, mong muốn của họ là được miễn phí hoặc nếu không thì chi phí thấp nhất, hợp lý nhất có thể. Vì vậy, chất lượng thông tin sẽ thực sự tốt và thu hút người sử dụng nếu các website giới thiệu việc làm đưa ra

mức phí hợp lý cho việc sử dụng. Điều này sẽ giúp các khách hàng của các website giới thiệu việc làm không bị sốc hoặc quá băn khoăn cho việc nên hay không nên sử dụng thông tin trên website.

d. Phát triển hoạt động marketing điện tử của các website giới thiệu việc làm

Nguyễn Bách Khoa (Marketing Thương mại điện tử, 2010) cho rằng, đặc điểm cơ bản của các hoạt động marketing điện tử là khách hàng có thể tương tác với quảng cáo, click chuột vào quảng cáo để mua hàng, để lấy thông tin về sản phẩm hoặc có thể so sánh sản phẩm này với sản phẩm khác, nhà cung cấp này với nhà cung cấp khác... Marketing điện tử sẽ giúp cho nhà cung cấp có thể lựa chọn được khách hàng mục tiêu và tiềm năng mà doanh nghiệp muốn hướng tới từ đó giúp doanh nghiệp cắt giảm được nhiều chi phí, nâng cao hiệu quả của công việc kinh doanh[2].

Về mặt lý thuyết cũng giống như các website khác, phát triển hoạt động marketing điện tử của các website giới thiệu việc làm có thể tập trung vào các hình thức sau đây:

+ *Quảng cáo theo mạng lưới trên Internet (Ad-network):* Thay vì gõ cửa từng đại lý hoặc phòng quảng cáo của mỗi tờ báo, giờ đây các website giới thiệu việc làm có thể thông qua mạng quảng cáo trực tuyến để xây dựng các chiến dịch quảng cáo nhằm thu hút khách hàng. Mạng quảng cáo trực tuyến là hệ thống trung gian kết nối bên bán và bên mua quảng cáo trực tuyến, hỗ trợ người mua quảng cáo tìm thấy những vùng và website bán quảng cáo phù hợp với chiến dịch truyền thông của mình từ hàng nghìn website khác nhau. Hình thức này hiện được nhiều website và các doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến áp dụng vì nó giúp tiết kiệm thời gian và chi phí. Tại Việt Nam, Innity, Vietad, Ad360 và Ambient là những mạng lớn có thể đáp ứng hầu hết các nhu cầu của nhà quảng cáo.

+ *Quảng cáo tìm kiếm (Search Marketing):* Theo thói quen, người dùng Internet khi muốn mua một sản phẩm, dịch vụ nào đó thường tìm hiểu thông tin về sản phẩm, dịch vụ đó trên các máy tìm kiếm như: Google, Yahoo, Bing... Các doanh nghiệp sẽ thông qua các đại lý hoặc trực tiếp trả tiền cho các công cụ quảng cáo để sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp được hiện lên ở các vị trí ưu tiên. Chẳng hạn: các website giới thiệu việc

làm có thể lựa chọn nhóm người xem quảng cáo theo vị trí địa lý, độ tuổi và giới tính hoặc theo một số tiêu chí đặc biệt khác. Nhờ vậy, các website này có thể hướng tới đúng nhóm khách hàng mục tiêu, tăng hiệu quả tiếp thị, đồng thời có thể theo dõi, thống kê mức độ hiệu quả của mỗi từ khóa để kiểm soát cả chiến dịch và tạo dựng thương hiệu tốt hơn.

+ *Quảng cáo trên mạng xã hội (Social Media Marketing)* với sự phát triển của hàng loạt mạng xã hội như Facebook, Twitter, Go, Yume . . , các website giới thiệu việc làm có thêm lựa chọn để tiếp cận khách hàng. Khi sử dụng hình thức này, các website giới thiệu việc làm sẽ quảng bá dưới dạng hình ảnh, video clip có khả năng phát tán và thu hút bình luận (comment). Tính tương tác, lan truyền nhanh chóng chính là ưu điểm nổi trội của loại hình này so với các kiểu marketing truyền thống.

+ *Marketing tin đồn (Buzz Marketing)* Viral Marketing (phát tán kiểu virus), Buzz Marketing (marketing tin đồn) hay Words Of Mouth Marketing (marketing truyền miệng) đều là các hình thức biểu hiện khác nhau được thực hiện thông qua blog, mạng xã hội, chat room, diễn đàn . . . bắt đầu từ giả thuyết người này sẽ kể cho người kia nghe về sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ thấy hài lòng. Các website giới thiệu việc làm có thể sử dụng chiến thuật này nhằm khuyến khích khách hàng lan truyền tích ích, hiệu quả, giá trị của dịch vụ nội dung thông tin việc làm đến những người khác, để sản phẩm dịch vụ được hàng ngàn, hàng triệu người biết đến. Đây là phương pháp đạt được hiệu quả truyền thông rất cao nhưng cũng là một phương thức marketing tiềm ẩn rủi ro nếu sản phẩm, dịch vụ nội dung thông tin việc làm của website chưa thực sự tốt như cách mà họ quảng cáo.

+ *E-mail marketing* E-mail đang dần thay thế cách gửi thư qua bưu điện và doanh nghiệp có thể nhanh chóng gửi thông tin tiếp thị tới hàng loạt địa chỉ e-mail với chi phí rẻ. Một hình thức khác mà các website giới thiệu việc làm có thể áp dụng là khuyến khích đăng ký nhận bản tin điện tử (eNewsletters) nhằm tạo sự chủ động tiếp nhận thông tin cho khách hàng, từ đó tạo tâm lý thoải mái, thiện cảm với thông tin website đem đến. Tại Việt Nam, nhiều website đã sử dụng hiệu quả hình

thức e-mail marketing để tiếp cận khách hàng như Vietnamworks với bản tin việc làm, Jetstar với bản tin khuyến mãi giá vé máy bay, Nhommua hay Muachung với các e-mail thông tin về mặt hàng giảm giá.

Tuy nhiên, cũng như mọi phương thức quảng cáo khác, tiếp thị trực tuyến cần bắt nguồn từ nhu cầu, thói quen của khách hàng và hiểu các công cụ quảng cáo. Xác định đúng những mục tiêu cụ thể cần phải đạt được và vận dụng linh hoạt các phương thức marketing trực tuyến sẽ giúp các website giới thiệu việc làm sử dụng ngân sách một cách tối ưu.

+ *Tạo sự kiện trực tuyến* Ngày nay, việc tổ chức những sự kiện đặc biệt (event) đã trở thành một trong những công cụ phổ biến nhất trong hoạt động tiếp thị và quảng bá thương hiệu và hình ảnh của doanh nghiệp. Cũng như những công cụ tiếp thị quảng bá khác, mục đích của việc tổ chức một sự kiện là gây sự chú ý cho sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến nói chung và website giới thiệu việc làm nói riêng nhằm tạo sự quan tâm hơn nữa từ khách hàng, từ đó giúp tăng doanh số bán sản phẩm, dịch vụ.

Thực tế cho thấy, nhiều website lớn đã dám bỏ ra hàng triệu USD mỗi năm để tổ chức các sự kiện và đã đạt được không ít thành công nhờ tăng được doanh số bán. Nhưng không phải lúc nào điều này cũng xảy ra. Để tổ chức một sự kiện thành công, doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến nói chung và các website giới thiệu việc làm nói riêng phải lựa chọn một thời điểm thích hợp. Ngoài ra, các website giới thiệu việc làm cần phải lưu ý rằng, một sự kiện, dù lớn hay nhỏ, sẽ không có tác dụng nếu nó đứng một mình. Các website giới thiệu việc làm có thể sử dụng hình thức quảng cáo hay làm công tác đối ngoại (public relations - PR) mà không cần phải tổ chức một sự kiện. Nhưng để một sự kiện có hiệu quả, bất kỳ một website kinh doanh nào đều cần phải phối hợp cả quảng cáo và PR. Việc phối hợp ba công cụ này cũng khác nhau tùy theo mỗi loại sự kiện.

e. Phát triển các dịch vụ hỗ trợ khách hàng trực tuyến của các website giới thiệu việc làm

Dịch vụ hỗ trợ và chăm sóc khách hàng điện tử là tất cả những hoạt động cần thiết mà các website giới thiệu việc làm phải làm để giữ chân các khách hàng đang có, tạo uy tín để thu hút khách

hàng tiềm năng thông qua các phương tiện điện tử: Email, chat trực tuyến, diễn đàn thảo luận...

Về cơ bản, dịch vụ hỗ trợ khách hàng thường được các doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến nói chung và website giới thiệu việc làm nói riêng cung cấp qua các công cụ hỗ trợ và chăm sóc khách hàng như sau.

+ Những chỉ dẫn về website:

Sự hỗ trợ và chăm sóc khách hàng không chỉ nhằm tới những mối quan hệ với khách hàng sau bán hàng mà việc đầu tiên các website giới thiệu việc làm cần thực hiện là cung cấp cho khách hàng tiềm năng những lời chỉ dẫn rõ ràng và minh bạch về cách thức sử dụng website đang tương tác.

Đó có thể là những lời chỉ dẫn cho khách hàng làm thế nào để tạo hồ sơ, làm thế nào để đăng tin và duyệt những thông tin đăng tải trên website giới thiệu việc làm mà khách hàng đang tương tác. Sau đó, hãy chỉ cho khách hàng cách tiến hành thanh toán và những việc cần làm trong quá trình thanh toán.

Trên website giới thiệu việc làm, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thông tin việc làm cần tạo không gian để khách hàng có thể phản ánh những ý kiến thắc mắc về sản phẩm, dịch vụ cũng như các vấn đề cần hỗ trợ trong quá trình sử dụng. Doanh nghiệp cần cung cấp cho khách hàng tất cả các phương thức và chỉ dẫn họ để khách hàng có thể liên lạc với doanh nghiệp khi cần thiết.

+ Trung tâm trả lời điện thoại (Call central):

Trung tâm trả lời điện thoại khách hàng được dựa trên sự tích hợp các hệ thống máy tính, các hệ thống truyền thông như điện thoại, fax, các nhân viên trả lời điện thoại, nhân viên hỗ trợ tư vấn khách hàng, nhân viên giao dịch.

Vấn đề hay gặp phải của việc hỗ trợ và chăm sóc khách hàng là có những vấn đề lặp đi lặp lại nhưng nhân viên của doanh nghiệp vẫn phải trả lời. Vì thế hiện nay xây dựng hệ thống trả lời tự động được xem như giải pháp khá phổ biến của các website khi cung cấp dịch vụ hỗ trợ khách hàng. Các thông tin thường lặp lại nhiều lần sẽ được ghi lại đưa lên hệ thống. Khi khách hàng gọi đến sẽ có lời hướng dẫn điều hướng để được nghe các thông tin mà họ muốn biết. Chỉ khi nào các thông tin đó chưa làm hài lòng khách hàng thì họ có thể nhờ giải đáp trực tiếp của nhân viên chăm sóc.

Số lượng nhân viên giải đáp các thông tin cho khách hàng sẽ được tổ chức thành một bộ phận, bộ phận này có nhiệm vụ nghe và giải đáp các thắc mắc cho khách hàng. Hệ thống luôn đảm bảo phân đều các cuộc gọi cho các nhân viên này mà không có trường hợp nào nhân viên trả lời nhiều hơn hay ít hơn.

Tuy nhiên nhược điểm của giải pháp này là khách hàng khi có nhu cầu hỗ trợ họ nghĩ ngay tới việc gọi điện thoại đến tổng đài. Điều này sẽ dẫn đến nhiều lúc tổng đài có thể bị tình trạng quá tải và không đáp ứng kịp nhu cầu của khách hàng.

+ Hệ thống các câu hỏi thường gặp (FAQs):

FAQ hay FAQs (Frequently Asked Questions) là các câu hỏi thường gặp, một trong những tiện ích thường thấy trên các trang web. Tiện ích này nhằm giải đáp sẵn các câu hỏi thường thấy đối với người đọc của trang web nhằm đỡ tốn thời gian và công sức của cả bên đọc và bên chủ trang web. FAQs có thể nằm bất kỳ vị trí nào trên trang, song thông thường nhất là đầu trang hoặc cuối trang. Hệ thống này giúp doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến nói chung và các website giới thiệu việc làm nói riêng đăng tải các câu hỏi thường gặp của khách hàng và nội dung trả lời từ phía doanh nghiệp, tạo cái nhìn chuyên nghiệp đối với người xem về dịch vụ mà website cung cấp. Tích hợp tiện ích này giúp khách hàng thuận tiện gửi những yêu cầu, đề nghị, đóng góp ý kiến... đến các website giới thiệu việc làm.

+ Thư điện tử (E-mail):

Sử dụng email để liên lạc với khách hàng là một cách đơn giản và dễ dàng nhất để bắt đầu. Các website giới thiệu việc làm chỉ cần đặt địa chỉ email hỗ trợ trên web, trong các bài PR... và chỉ việc chờ đợi sự tương tác chủ động từ phía khách hàng.

Tuy nhiên có một sự bất cập là, nếu quá bận rộn hoặc những yêu cầu hỗ trợ quá nhiều thì rất có thể website sẽ khó trả lời kịp thời câu hỏi của khách hàng. Để giải quyết vấn đề này, các nhân viên hoạt động trên website giới thiệu việc làm cần phải tách rõ ràng email cá nhân, email công việc và email hỗ trợ. Hơn nữa, website giới thiệu việc làm cũng sẽ cần phải cẩn thận xóa bớt một số email của khách hàng sau khi đã hỗ trợ thành công, nếu không thì hộp thư đến sẽ quá tải và khó kiểm soát.

+ Những diễn đàn thảo luận:

Các website giới thiệu việc làm nên xây dựng một cổng thông tin trực tuyến hoạt động như một diễn đàn, là nơi để khách hàng (cũ, mới và tiềm năng) có thể tiếp xúc, giao lưu và giúp nhau giải quyết tốt mọi vấn đề nảy sinh trong quá trình mua sắm. Đó là cách mà các website này có thể tận dụng và biến khách hàng trở thành đội ngũ dịch vụ khách hàng. Nếu có khả năng hoàn thiện tốt kênh dịch vụ này, các website giới thiệu việc làm hoàn toàn có thể tinh giản đội ngũ chăm sóc khách hàng của mình và gia tăng hiệu quả của hoạt động kinh doanh.

+ Hỗ trợ trực tuyến:

Với những khách hàng thường xuyên sử dụng Internet, trên website của các doanh nghiệp thường có các tiện ích chat trực tuyến qua yahoo messenger hay skype .. nhằm phục vụ khách hàng trực tuyến như hỗ trợ kinh doanh, dự án hay hỗ trợ kỹ thuật. Hoạt động cung cấp dịch vụ hỗ trợ qua công cụ này được thực hiện ngay lập tức, đáp ứng nhu cầu giải đáp thắc mắc hoặc tư vấn trực tuyến cho khách hàng đạt hiệu quả cao. Tuy nhiên, sử dụng công cụ này có nhược điểm là chỉ thực hiện được chủ yếu trong khoảng thời gian làm việc hành chính của nhân viên trực chat, ngoài khoảng thời gian này công cụ chat tỏ ra không hiệu quả.

4. Kết luận

Trên cơ sở khái quát các đặc điểm của website giới thiệu việc làm và phân tích vai trò của khách hàng trực tuyến đối với hoạt động kinh doanh của các website giới thiệu việc làm, bài viết của tác giả đã xác lập và luận giải về nguyên lý các thành tố thu hút khách hàng trực tuyến của các website giới thiệu việc làm. Trong mô hình đó, các website giới thiệu việc làm tại Việt Nam lấy phát triển nhu cầu sử dụng thông tin việc làm làm trọng tâm, đa dạng hóa loại hình cung cấp, nâng cao chất lượng thông tin việc làm trên cơ sở tận dụng tối ưu lợi thế từ xu hướng phát triển của mạng xã hội, các công cụ marketing điện tử và cung cấp dịch vụ hỗ trợ khách hàng trực tuyến. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. P. Druckers (2008), *Management Revised Edition*, HapperCollin Publishers, US

2. Nguyễn Bách Khoa (2010), *Marketing Thương mại điện tử*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.

3. R. Martina et al (2015), *Online customer behaviour*, Marketing Identity Conference Proceeding, pages 233 – 237.

4. Kenneth C. Laudon (2016), *Electronic commerce 2016. Business, Technology, Society*, Pearson Publisher, UK.

5. E. Turban (2012), *Electronic commerce Managerial perspective*, Prentice Hall, US.

6. T. Zahra et al (2011), *Effective Factors on Electronic Customers Satisfaction*, IPEDR, US

Summary

Along with the countrys deeper integration to WTO and participation in Trans-Pacific Partnership (TPP), Vietnams labor market has gone through constant fluctuations in supply and demand, quantity and quality. A large number of laborers need to find jobs appropriate to their qualification and experience while many companies are struggling with human shortage in various positions. The appearance of job websites is a solution to help both workers and recruiters to exchange information to fulfill their targets. When the amount of information increases massively, exchanging it online becomes a useful tool to help job seekers reach their career objectives, at the same time bring recruiters qualified and suitable job applications. However in Vietnam, the number of job websites which can attract online customers to survive and development is extremely low, many websites with significant supports from state administration agencies even had to close down after a short period of time such as viechay.vn, timviec.net, nguoitimviec.com.vn, etc. This reality has posed urgent demand for the establishment of a model which can attract online customers to job websites so as to guarantee their survival and sustainable development. The article presents a model to attract online customers to job websites in Vietnam by making use of buying behavior of online customers.