

Kế hoạch Marketing Wellington Decorators 2026

Thực hiện bởi: OpenClaw Marketing Intelligence

Ngày: Tháng 2 năm 2026

Khách hàng: Wellington Decorators Limited

Website: wellingtondecorators.co.nz

Tóm tắt Điều hành

Wellington Decorators là một công ty sơn uy tín được thành lập bởi Khai Do vào năm 2008. Với các chứng nhận Thợ sơn Bậc thầy (Registered Master Painters), Bảo hành thi công 5 năm, và chứng nhận Resene Eco Decorator, công ty sở hữu những lợi thế cạnh tranh mạnh mẽ tại thị trường Wellington. Kế hoạch này phác thảo chiến lược marketing tích hợp trong 12 tháng nhằm tăng lượng khách hàng tiềm năng (leads), nhận diện thương hiệu và thị phần.

1. Phân tích Tình hình

1.1 Hồ sơ Công ty

Thuộc tính	Chi tiết
Thành lập	2008
Người sáng lập	Khai Do
Địa chỉ	1 Comber Place, Johnsonville, Wellington 6037
Khu vực phục vụ	Wellington City, Lower Hutt, Upper Hutt, Porirua, Kāpiti Coast
Điện thoại	027 458 6465
Email	info@wellingtondecorators.co.nz

1.2 Dịch vụ Cung cấp

Dân dụng: - Sơn nội thất nhà ở - Sơn ngoại thất nhà ở - Sơn mái nhà - Tẩy sơn cũ - Trát vữa & GIB Stopping - Đánh vecni gỗ (Wood Staining)

Thương mại: - Sơn công trình mới - Sơn văn phòng - Sơn cửa hàng bán lẻ

1.3 Lợi điểm Bán hàng Độc nhất (USPs)

1. **Registered Master Painters** - Chứng nhận tay nghề cao cấp tại NZ
2. **Bảo hành thi công 5 năm** - Dẫn đầu ngành về chế độ bảo hành
3. **Resene Eco Decorator** - Chứng nhận quy trình thân thiện môi trường
4. **Tư vấn màu sắc miễn phí** (Trị giá \$250)
5. **Sơn cao cấp** - Chỉ sử dụng Resene & Dulux
6. **Đánh giá xuất sắc** - Nhiều đánh giá 5 sao trên Google

1.4 Phân tích SWOT

Điểm mạnh (Strengths)	Điểm yếu (Weaknesses)
✔ Chứng nhận Master Painters	⚠ Nhận diện thương hiệu còn hạn chế ngoài Wellington City
✔ Bảo hành 5 năm (đối thủ chỉ 3 năm)	⚠ Chưa có nội dung video/YouTube
✔ Chứng nhận thân thiện môi trường	⚠ Tương tác mạng xã hội chưa cao
✔ Hơn 17 năm kinh nghiệm	⚠ Phụ thuộc nhiều vào giới thiệu và Google
✔ Đánh giá Google tốt	
✔ Blog hoạt động tích cực với nội dung SEO	

Cơ hội (Opportunities)	Thách thức (Threats)
🎯 Thống trị SEO địa phương tại các vùng ngoại ô	⚡ Cạnh tranh gay gắt (ZR, Complete Homes, VH Painting)
🎯 Video marketing (trước/sau)	⚡ Cạnh tranh về giá từ các thợ nhỏ lẻ
🎯 Mở rộng mảng thương mại	⚡ Suy thoái kinh tế ảnh hưởng ngân sách sửa nhà

Cơ hội (Opportunities)	Thách thức (Threats)
🎯 Tăng trưởng thị trường Kāpiti Coast	⚡ Lạm phát chi phí vật liệu
🎯 Tối ưu hóa chiến dịch theo mùa	

1.5 Phân tích Đối thủ

Đối thủ	Đánh giá	Bảo hành	Điểm khác biệt chính
ZR Decorating Services	5.0 (40+)	5 năm	Master Painters, SiteWise Gold
Complete Homes Painting	5.0 (30+)	Không rõ	Resene Eco-Decorator, sơn phun
VH Painting Services	4.9 (60+)	3 năm	15+ năm, chuyên gia nhà cổ
Paradise Painting Services	4.9 (30+)	Không rõ	Dulux Accredited, 19+ năm
Red Owl Painters	4.8-5.0	Không rõ	Báo giá trọn gói (Fixed-price)
Wellington Decorators	5.0 ★	5 năm	Combo Eco + Master + Bảo hành

Lợi thế Cạnh tranh: Wellington Decorators là một trong SỐ ÍT công ty sở hữu CẢ BA chứng nhận (Master Painters + Eco Decorator + Bảo hành 5 năm). Bộ ba chứng chỉ này cần là trọng tâm của mọi thông điệp truyền thông.

2. Mục tiêu Marketing (SMART)

Mục tiêu Chính (12 tháng)

Mục tiêu	Chỉ số (Metric)	Đích đến	Cơ sở (Baseline)
Tăng leads	Yêu cầu báo giá hàng tháng	+50%	Thiết lập cơ sở trong Q1
Cải thiện SEO địa phương	Xếp hạng Google Map Pack	Top 3 từ khóa "painters wellington"	Hiện tại: TBD
Tăng đánh giá	Google reviews	Tổng 100+	Hiện tại: ~40-50
Tăng traffic	Khách truy cập website hàng tháng	+40%	Thiết lập cơ sở trong Q1
Followers xã hội	Instagram followers	1,000+	Hiện tại: TBD
Leads thương mại	Yêu cầu dự án thương mại	2+ mỗi tháng	Thiết lập cơ sở

Mục tiêu Phụ

- Thiết lập sự hiện diện trên YouTube với video dự án
- Xây dựng danh sách email 500+ người đăng ký
- Đạt được 10+ đối tác giới thiệu (môi giới BĐS, thợ xây)

3. Khách hàng Mục tiêu

3.1 Chân dung Chính: "Chủ nhà Coi trọng Chất lượng"

Thuộc tính	Chi tiết
Nhân khẩu học	35-65 tuổi, chủ nhà, thu nhập hộ gia đình \$100k+
Vị trí	Wellington City, Lower Hutt, Johnsonville, Karori, Miramar
Tâm lý học	Coi trọng chất lượng hơn giá cả, nghiên cứu kỹ lưỡng, đọc review

Thuộc tính	Chi tiết
Nỗi đau	Trải nghiệm tệ trước đây, lo lắng về sự bừa bộn, thời gian
Động lực	Chuẩn bị bán nhà, mới mua nhà, gỡ ngoại thất xuống cấp, cải tạo
Kênh tiếp cận	Tìm kiếm Google, Facebook, truyền miệng, Neighbourly

3.2 Chân dung Phụ: “Nhà Đầu tư Bất động sản”

Thuộc tính	Chi tiết
Nhân khẩu học	40-60 tuổi, sở hữu 2+ bất động sản, tư duy kinh doanh
Nhu cầu	Hoàn thành nhanh, lịch trình tin cậy, giá sỉ
Kênh tiếp cận	Google, hội nhóm đầu tư BĐS, giới thiệu

3.3 Chân dung Thương mại: “Quản lý Cơ sở vật chất”

Thuộc tính	Chi tiết
Nhân khẩu học	Làm việc cho SME hoặc công ty quản lý tài sản
Nhu cầu	Tuân thủ an toàn lao động, ít gián đoạn, đầy đủ giấy tờ
Kênh tiếp cận	Google, LinkedIn, hiệp hội ngành nghề

4. Chiến lược Kênh

4.1 Phân bổ Ngân sách & Kênh

Kênh	Mức độ Ưu tiên	Ngân sách %	Mục đích
Google Ads (Search)	Cao	35%	Thu leads có ý định cao
Local SEO	Cao	15%	Hiển thị tự nhiên dài hạn
Nội dung/Blog	Trung bình	15%	SEO + Xây dựng niềm tin
Facebook/Instagram	Trung bình	15%	Nhận diện thương hiệu, tiếp thị lại
Email Marketing	Thấp	5%	Chăm sóc, chiến dịch theo mùa
Chương trình Giới thiệu	Trung bình	10%	Khuyến khích đối tác
Video/YouTube	Thấp	5%	Xây dựng niềm tin

4.2 Ngân sách Hàng tháng Đề xuất

Kịch bản	Ngân sách Tháng	Ngân sách Năm
Thận trọng	\$2,000-3,000	\$24,000-36,000
Trung bình	\$4,000-6,000	\$48,000-72,000
Tấn công	\$8,000-10,000	\$96,000-120,000

5. Chiến lược SEO

5.1 Từ khóa Mục tiêu

Từ khóa Chính (Ưu tiên Cao): | Từ khóa | Ý định | Chiến lược | |———|———|———| |
 painters wellington | Cao | Trang chủ + GMB | | house painters wellington | Cao | Trang chủ | |

interior painters wellington | Cao | Trang dịch vụ | | exterior house painting wellington | Cao | Trang dịch vụ | | painting company wellington | Cao | Trang chủ |

Từ khóa Đuôi dài (Nội dung Blog): | Từ khóa | Loại nội dung | |————|—————| | how much does it cost to paint a house in wellington | Blog + Công cụ tính giá | | best exterior paint for wellington weather | Blog | | how to choose a painter in nz | Blog | | registered master painters wellington | Trang dịch vụ | | eco friendly painting wellington | Trang dịch vụ |

Từ khóa Địa phương (Tập trung Vùng ngoại ô): - painters lower hutt - house painting upper hutt - painters porirua - painters kapiti coast - painters johnsonville - painters karori - painters miramar

5.2 Kế hoạch Hành động SEO Địa phương

Tối ưu Hóa Hồ sơ Doanh nghiệp Google (GMB): - Thêm tất cả dịch vụ dưới dạng sản phẩm - Tải lên 50+ ảnh dự án (trước/sau) - Đăng cập nhật hàng tuần - Phản hồi tất cả đánh giá trong vòng 24 giờ - Thêm khu vực phục vụ

Xây dựng Trích dẫn (Citations): - Yellow Pages NZ - NoCowboys - Builderscrack - Neighbourly - Localist - Danh bạ Master Painters NZ

Tạo Đánh giá (Review Generation): - Triển khai yêu cầu đánh giá sau khi hoàn thành (email + SMS) - Tạo thẻ QR code để xin đánh giá tại công trình - Mục tiêu: 5+ đánh giá mới mỗi tháng

5.3 SEO Kỹ thuật

- Đảm bảo thiết kế ưu tiên di động (mobile-first)
- Tối ưu Core Web Vitals (LCP < 2.5s, CLS < 0.1)
- Triển khai schema JSON-LD (LocalBusiness, Service, Review)
- Tạo XML sitemap
- Đảm bảo HTTPS trên toàn trang
- Sửa lỗi 404 (trang dịch vụ bị lỗi 404)

5.4 Chiến lược Nội dung

Mục tiêu Blog Hàng tháng: 4 bài viết

Trụ cột Nội dung: 1. **Hướng dẫn How-To** - Mẹo DIY, hướng dẫn chuẩn bị 2. **Hướng dẫn Chi phí** - Minh bạch giá cả để xây dựng niềm tin 3. **Cảm hứng** - Xu hướng màu sắc, thư viện ảnh trước/sau 4. **Tập trung Địa phương** - Nội dung cụ thể cho từng vùng ngoại ô 5. **Lời khuyên Chuyên gia** - Tại sao thuê thợ chuyên nghiệp, chọn loại sơn

Lịch Nội dung Q1 2026:

Tuần	Chủ đề	Từ khóa Mục tiêu
T2 Tuần 1	Chi phí Sơn nhà tại Wellington 2026 là bao nhiêu?	house painting cost wellington
T2 Tuần 2	Màu sơn Ngoại thất Tốt nhất cho Thời tiết Wellington	exterior paint wellington
T2 Tuần 3	Sơn Nội thất: Mong đợi gì từ Thợ sơn Chuyên nghiệp	interior painters wellington
T2 Tuần 4	Tại sao nên thuê Registered Master Painters?	registered master painters nz
T3 Tuần 1	Hướng dẫn Toàn tập về Sơn Mái nhà tại Wellington	roof painting wellington
T3 Tuần 2	Hướng dẫn Sơn nhà tại Lower Hutt: Mẹo & Chi phí	painters lower hutt
T3 Tuần 3	Danh sách Chuẩn bị Sơn nhà mùa Xuân	spring painting nz
T3 Tuần 4	Sơn Thân thiện Môi trường: Resene Eco Decorator là gì	eco painting wellington

6. Chiến lược Quảng cáo Trả phí

6.1 Chiến dịch Google Ads

Cấu trúc Chiến dịch:

```
Tài khoản: Wellington Decorators
├─ Chiến dịch 1: Tìm kiếm - Dân dụng (Ưu tiên Cao)
│  └─ Nhóm QC: Painters Wellington
│  └─ Nhóm QC: House Painting Wellington
│  └─ Nhóm QC: Interior Painting
│  └─ Nhóm QC: Exterior Painting
├─ Chiến dịch 2: Tìm kiếm - Thương mại
│  └─ Nhóm QC: Commercial Painters
│  └─ Nhóm QC: Office Painting
├─ Chiến dịch 3: Tìm kiếm - Ngoại ô
│  └─ Nhóm QC: Painters Lower Hutt
│  └─ Nhóm QC: Painters Upper Hutt
│  └─ Nhóm QC: Painters Porirua
├─ Chiến dịch 4: Local Services Ads (LSA)
│  └─ Mô hình trả tiền theo lead
└─ Chiến dịch 5: Display Remarketing
    └─ Khách truy cập web (30 ngày)
```

Khung Nội dung Quảng cáo:

Tiêu đề 1: Painters Wellington | Master Painters

Tiêu đề 2: Bảo hành Thi công 5 Năm

Tiêu đề 3: Tư vấn Màu sắc Miễn phí (Trị giá \$250)

Mô tả: Thợ sơn Master Painters với hơn 17 năm kinh nghiệm. Quy trình thân thiện môi trường. Sử dụng sơn cao cấp Resene & Dulux. Nhận báo giá miễn phí ngay hôm nay!

Tiện ích mở rộng: - Sitelinks: Dân dụng, Thương mại, Dự án, Về Chúng tôi - Chú thích: Bảo hành 5 năm, Báo giá Miễn phí, Master Painters - Cuộc gọi: 027 458 6465 - Vị trí: Johnsonville, Wellington

Đề xuất Ngân sách: - Khởi điểm: \$100-150/ngày - Mục tiêu CPA: \$50-80 mỗi lead chất lượng - Điều chỉnh dựa trên dữ liệu chuyển đổi

6.2 Quảng cáo Facebook/Instagram

Loại Chiến dịch:

1. Chiến dịch Nhận diện

- Video dự án trước/sau
- Mục tiêu: Khu vực Wellington, chủ nhà 35-65 tuổi

- Mục đích: Lượt xem video, tiếp cận

2. Tạo khách hàng tiềm năng (Lead Gen)

- Quảng cáo quay vòng (Carousel) hiển thị dự án
- Form đăng ký: Tên, email, sdt, khu vực, loại dự án
- Ưu đãi: Tư vấn màu sắc miễn phí

3. Tiếp thị lại (Remarketing)

- Nhắm mục tiêu khách truy cập web (7, 14, 30 ngày)
- Hiển thị lời chứng thực, dự án hoàn thành

Ý tưởng Sáng tạo: - Video Time-lapse các dự án sơn - Ảnh trượt Trước/Sau - Video phỏng vấn khách hàng - “Một ngày làm việc” của đội thợ sơn

7. Chiến lược Mạng xã hội

7.1 Ưu tiên Nền tảng

Nền tảng	Ưu tiên	Mục đích	Tần suất Đăng
Facebook	Cao	Thu leads, cộng đồng	3-4x/tuần
Instagram	Cao	Portfolio, cảm hứng	4-5x/tuần
Google Business	Cao	Local SEO	2x/tuần
LinkedIn	Trung bình	Khách hàng thương mại	1x/tuần
YouTube	Thấp (Đang phát triển)	Niềm tin, SEO	2x/tháng

7.2 Trụ cột Nội dung Xã hội

1. Trưng bày Dự án (40%) - Trước/sau, ảnh tiến độ
2. Mẹo & Giáo dục (25%) - Mẹo sơn nhà, lời khuyên màu sắc
3. Hậu trường (20%) - Đội ngũ, quy trình, văn hóa
4. Lời chứng thực (10%) - Đánh giá khách hàng, câu chuyện
5. Quảng cáo (5%) - Ưu đãi theo mùa, CTA

7.3 Ý tưởng Nội dung Instagram

- Reels: Biến đổi Time-lapse (30-60 giây)
- Carousels: Thư viện ảnh Trước/Sau
- Stories: Tiến độ dự án hàng ngày
- Highlights: Dân dụng, Thương mại, Đánh giá, Quy trình

8. Chiến lược Email Marketing

8.1 Xây dựng Danh sách Email

- Popup trên website: “Nhận Hướng dẫn Xu hướng Màu sắc 2026 Miễn phí”
- Chuỗi theo dõi báo giá
- Import cơ sở dữ liệu khách hàng cũ

8.2 Chuỗi Email

Chuỗi 1: Nuôi dưỡng Lead Mới (7 email) 1. Ngày 0: Cảm ơn + Những gì sẽ diễn ra tiếp theo 2. Ngày 2: Tại sao chọn Master Painters? 3. Ngày 4: Giải thích về Bảo hành 5 Năm 4. Ngày 7: Câu chuyện thành công của khách hàng 5. Ngày 10: Giải đáp thắc mắc thường gặp về sơn nhà 6. Ngày 14: Nhắc nhở theo mùa 7. Ngày 21: Ưu đãi đặc biệt

Chuỗi 2: Chiến dịch theo Mùa - Tháng 8: “Ưu đãi Sơn nhà Mùa Xuân” - Tháng 11: “Mùa Sơn Ngoại thất Hè” - Tháng 2: “Dặm vá Mùa Thu” - Tháng 5: “Làm mới Nội thất Mùa Đông”

9. Lịch Chiến dịch theo Mùa

Các Mùa Sơn nhà tại NZ

Mùa	Tháng	Trọng tâm	Chiến dịch
Hè	T12-T2	Cao điểm sơn ngoại thất	“Đặc biệt Ngoại thất Hè”
Thu	T3-T5	Chuẩn bị trước mùa đông	“Gói Dặm vá Mùa Thu”
Đông	T6-T8	Tập trung nội thất	“Lột xác Nội thất Mùa Đông”
Xuân	T9-T11	Mùa chuẩn bị ngoại thất	“Chiến dịch Làm mới Mùa Xuân”

Ý tưởng Chiến dịch

Chiến dịch Xuân (T9-T11): - “Làm mới Mùa Xuân - Đặt lịch ngay cho Ngoại thất Hè” - Giảm giá 10% cho đặt lịch sớm tháng 11 - Thúc đẩy sơn ngoại thất trước cao điểm hè

Chiến dịch Hè (T12-T2): - “Mùa Ngoại thất Hè - Cửa sổ Thời tiết Vàng” - Trưng bày các dự án ngoại thất hoàn thành - Thông điệp về sự khan hiếm lịch trống

Chiến dịch Thu (T3-T5): - “Bảo vệ Ngôi nhà Trước Mùa Đông” - Tập trung vào chống thấm, sơn mái - Tính cấp thiết: Thông điệp về thời tiết Wellington

Chiến dịch Đông (T6-T8): - “Biến đổi Nội thất Mùa Đông” - “Thời điểm Hoàn hảo cho Dự án Nội thất” - Giảm giá cho đặt lịch mùa thấp điểm

10. Chiến lược Giới thiệu & Đối tác

10.1 Đối tác Chiến lược

Loại Đối tác	Mục tiêu	Giá trị Đề xuất
Môi giới BĐS	10 môi giới	Sơn trước khi bán tăng giá trị nhà
Quản lý BĐS	5 công ty	Tin cậy, có bảo hiểm, chuyên nghiệp
Thợ xây	5 thợ	Hoàn thiện chất lượng cho nhà mới
Nhà thiết kế Nội thất	3-5 người	Thi công cao cấp
Home Stagers	2-3 người	Nhanh, sạch, tin cậy

10.2 Chương trình Giới thiệu

Giới thiệu Khách hàng: - Phiếu quà tặng \$100 cho giới thiệu thành công - Người được giới thiệu nhận giảm giá 5% cho công việc đầu tiên

Giới thiệu Đối tác: - Hoa hồng 5% trên công việc được giới thiệu - Ưu tiên xếp lịch

11. Chỉ số Hiệu quả Chính (KPIs)

Chỉ số Dashboard Hàng tháng

Chỉ số	Mục tiêu	Theo dõi
Truy cập website	+10% MoM	Google Analytics
Yêu cầu báo giá	+15% MoM	Form submissions
Xếp hạng Google (painters wellington)	Top 5	SEMrush/Ahrefs
Đánh giá Google	+5/tháng	Google Business
Followers xã hội	+50/tháng	Native analytics
Tỷ lệ mở email	25%+	Email platform
Chi phí mỗi lead (Google Ads)	<\$80	Google Ads
Tỷ lệ chuyển đổi (website)	3%+	Analytics

Điểm Đánh giá Hàng quý

- Q1: Thiết lập cơ sở, ra mắt chiến dịch
- Q2: Tối ưu hóa dựa trên dữ liệu
- Q3: Mở rộng các chiến dịch thành công
- Q4: Đánh giá năm, lập kế hoạch 2027

12. Lộ trình Triển khai

Tháng 1-2: Nền tảng

- Tối ưu hóa Hồ sơ Doanh nghiệp Google
- Kiểm tra & sửa lỗi SEO kỹ thuật website
- Thiết lập Google Analytics 4 + theo dõi chuyển đổi
- Ra mắt chiến dịch Google Ads (bắt đầu nhỏ)
- Tạo lịch nội dung
- Thiết lập nền tảng email marketing

Tháng 3-4: Tăng trưởng

- Mở rộng Google Ads dựa trên hiệu quả
- Ra mắt quảng cáo Facebook/Instagram
- Xuất bản 8 bài blog
- Bắt đầu xây dựng trích dẫn (citations)

- Triển khai hệ thống tạo đánh giá
- Bắt đầu tiếp cận đối tác

Tháng 5-6: Tối ưu hóa

- A/B test nội dung quảng cáo
- Tối ưu hóa trang đích (landing pages)
- Ra mắt chiến dịch tiếp thị lại
- Tạo nội dung video đầu tiên
- Đánh giá và điều chỉnh chiến lược

Tháng 7-12: Mở rộng & Lặp lại

- Đầu tư mạnh vào các kênh hiệu quả
- Mở rộng sang marketing thương mại
- Xây dựng kênh YouTube
- Phát triển case studies
- Lập kế hoạch Q4 cho năm 2027

13. Tóm tắt Ngân sách

Ngân sách Năm Đề xuất (Kịch bản Trung bình)

Hạng mục	Hàng tháng	Hàng năm	%
Google Ads	\$2,000	\$24,000	40%
Facebook/Instagram	\$800	\$9,600	16%
SEO/Nội dung	\$500	\$6,000	10%
Công cụ & Phần mềm	\$200	\$2,400	4%
Sản xuất Video	\$400	\$4,800	8%
Chương trình Giới thiệu	\$500	\$6,000	10%
Nhiếp ảnh	\$200	\$2,400	4%
Dự phòng	\$400	\$4,800	8%
Tổng cộng	\$5,000	\$60,000	100%

14. Thắng lợi Nhanh (30 Ngày đầu)

1. Tối ưu Hồ sơ Doanh nghiệp Google với 20+ ảnh
 2. Thiết lập chiến dịch Google Ads cho “painters wellington”
 3. Tạo mẫu email yêu cầu đánh giá
 4. Sửa lỗi 404 trên trang dịch vụ
 5. Thêm schema LocalBusiness JSON-LD
 6. Đăng 4 bài trên Facebook/Instagram
 7. Xác nhận doanh nghiệp trên NoCowboys, Yellow Pages
-

15. Kết luận

Wellington Decorators sở hữu nền tảng vững chắc với sự kết hợp hiếm có giữa Chứng nhận Master Painters, Bảo hành 5 Năm và trạng thái Eco Decorator. Cơ hội chính nằm ở việc:

1. **Thống trị SEO địa phương** - Sở hữu kết quả tìm kiếm “painters wellington”
2. **Trung bày lợi thế 3 chứng chỉ** - Ít đối thủ có đủ cả ba
3. **Xây dựng nội dung hình ảnh** - Biến đổi Trước/Sau tạo bằng chứng xã hội
4. **Tạo lead có hệ thống** - Google Ads + tự nhiên + giới thiệu

Với việc thực hiện nhất quán kế hoạch này, Wellington Decorators có thể tăng đáng kể thị phần và khẳng định vị thế là lựa chọn cao cấp cho dịch vụ sơn tại khu vực Wellington rộng lớn.

Các Bước Tiếp theo: 1. Xem xét và phê duyệt kế hoạch này 2. Thiết lập các chỉ số cơ sở 3. Bắt đầu triển khai Tháng 1 4. Lên lịch họp đánh giá hàng tháng

Kế hoạch được chuẩn bị bởi OpenClaw Marketing Intelligence | Tháng 2 năm 2026