

# SỨC MẠNH CỦA DIGITAL MARKETING VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DIGITAL MARKETING VÀO DU LỊCH TỈNH BÀ RỊA - VŨNG TÀU

● TRẦN THỊ NGỌC HUỲNH

## TÓM TẮT:

Tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu (BRVT) là điểm du lịch nổi tiếng với nhiều danh lam, thắng cảnh tuyệt đẹp, con người vô cùng thân thiện, hiếu khách. Những năm gần đây, các cơ quan ban ngành đã đầu tư mạnh mẽ, nhiều khu vui chơi, reort, khách sạn 5 sao được đầu tư bàn bản nhằm thu hút và đáp ứng nhu cầu của du khách. Ngày nay, du lịch thông minh phát triển rất nhanh, vai trò của truyền thông càng trở nên quan trọng trong việc quảng bá sản phẩm, dịch vụ du lịch. Digital Marketing (DM) là giải pháp hiệu quả nhất để tiếp cận với du khách một cách nhanh nhất nhờ vào sự phát triển của công nghệ kết nối, công cụ tìm kiếm và mạng xã hội. Bài báo này tìm hiểu về thực trạng trong việc áp dụng DM và đưa ra một số giải pháp hữu hiệu nhằm đẩy mạnh việc ứng dụng DM để quảng bá du lịch BRVT.

**Từ khóa:** Digital Marketing, thành phố Vũng Tàu, du lịch thông minh, quảng bá dịch vụ.

## 1. Đặt vấn đề

Bà Rịa - Vũng Tàu là tỉnh có nhiều vùng biển xinh đẹp, tài nguyên thiên nhiên phong phú, đa dạng, là địa điểm du lịch nhận được nhiều lời khen từ du khách trong và ngoài nước không chỉ bằng vẻ quyến rũ của thắng cảnh, sự thân thiện của người dân mà còn có những món ăn đặc sắc độc đáo cùng những lễ hội riêng có. Với vị trí địa lý thuận lợi gần các tỉnh, thành phố lớn, BRVT thu hút nhiều khách du lịch, đặc biệt vào những ngày cuối tuần và các dịp nghỉ lễ. 5 năm trở lại đây, BRVT đã có sự phát triển và đầu tư cho du lịch một cách rõ ràng hơn khiến nhiều du khách bất ngờ trước nhiều thay đổi vượt bậc như khách

sạn nhà hàng chất lượng cao, các khu du lịch sinh thái, khu vui chơi giải trí đi vào hoạt động một cách khoa học bài bản và chuyên nghiệp hơn nhiều so với trước. BRVT đã đầu tư nhiều loại hình dịch vụ đa dạng, phong phú hơn nhằm thỏa mãn nhu cầu của du khách ngày càng cao đến vui chơi, nghỉ dưỡng.

Tuy việc đầu tư vào cơ sở hạ tầng đã được giải quyết và phát triển rõ rệt nhưng hình ảnh du lịch của BRVT vẫn chưa được quảng bá một cách chuyên sâu và chưa ứng dụng triệt để công nghệ Digital Marketing nên nhiều khách du lịch ở các tỉnh cũng như khách quốc tế còn chưa biết đến, do đó lượng khách thăm quan, nghỉ dưỡng, vui chơi

vẫn chưa khai thác một cách tối đa với tiềm năng to lớn của thành phố.

Hiện nay, thời đại công nghệ số phát triển nhanh, việc sử dụng smartphone kết nối thông tin dễ dàng, nhanh chóng, tiện lợi, hiện đại và thông minh hơn, du khách chỉ cần kết nối Internet là truy cập và tìm hiểu tất cả những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh du lịch nổi tiếng. Vì vậy, việc đẩy mạnh phát triển ứng dụng DM trong quảng bá du lịch BRVT là việc làm vô cùng cần thiết để thu hút lượng du khách trong và ngoài nước.

## **2. Khái niệm về Digital Marketing trong hoạt động du lịch**

Thuật ngữ Digital Marketing (DM) còn gọi là Marketing số, Tiếp thị số, Marketing trực tuyến hay Marketing điện tử, chỉ mới được biết đến trong khoảng 10 năm gần đây. Hiện nay, DM có rất nhiều định nghĩa khác nhau:

Tạp chí Marketing Online (2018) định nghĩa về khái niệm DM như sau: “DM là hình thức áp dụng các công cụ của công nghệ thông tin (CNTT) thay cho các công cụ thông thường để tiến hành các quá trình Marketing.”

Theo Bách khoa toàn thư mở Wikipedia: Digital Marketing, tiếp thị trực tuyến là hoạt động tiếp thị cho sản phẩm và dịch vụ thông qua mạng internet kết nối toàn cầu. Dữ liệu khách hàng kỹ thuật số và các hệ thống quản lý quan hệ khách hàng điện tử cũng kết hợp với nhau trong việc tiếp thị Internet.

Digital Marketing trong du lịch là toàn bộ những hoạt động marketing trong các cơ quan du lịch được tiến hành qua các phương tiện điện tử hoặc viễn thông để quảng bá sản phẩm và dịch vụ du lịch nhằm mục đích thỏa mãn nhu cầu của người sử dụng.

## **3. Sức mạnh của Digital Marketing trong ngành du lịch**

Báo cáo gần đây của Statista (cổng thông tin trực tuyến thống kê Đức) cho biết hiện có hơn 3,2 tỷ người sử dụng smartphone trên thế giới, chiếm khoảng 50% dân số thế giới. Nếu như web du lịch của công ty du lịch được sự chú ý của người sử dụng smartphone thì số khách quan tâm và đến

nơi đó sẽ tăng cao. DM ảnh hưởng mạnh mẽ đến phát triển việc quảng bá du lịch đến du khách vô cùng lớn. Cụ thể:

- Tiếp cận khách hàng: Du khách hiện nay dựa vào internet để tiếp cận các thông tin địa điểm du lịch, ăn uống, đặt chỗ chỉ bằng một click chuột. Việc thiết lập sự hiện diện trực tuyến uy tín, triển khai các chiến dịch DM hiệu quả, công ty du lịch dễ dàng tiếp cận với du khách trong và ngoài nước, khoảng cách không gian và thời gian không còn là rào cản.

- Thứ hạng trên công cụ tìm kiếm: Đối với công ty du lịch, thứ hạng trên công cụ tìm kiếm đã trở thành yếu tố thành công quan trọng nhất, các công ty du lịch cần đầu tư vào SEO và SEM để đưa Web của họ lên trang kết quả đầu tiên.

- Sử dụng phương tiện truyền thông xã hội - Social media: Kênh truyền thông tuyệt vời với nhiều bài đăng trên mạng xã hội để các công ty du lịch tiếp cận với du khách, thu thập các đánh giá và nhận xét từ du khách để truy cập địa điểm nổi bật.

- Đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của du khách: Ngày nay, có nhiều người đi du lịch, khám phá các nền văn hóa khác nhau và chiêm ngưỡng những điều họ chưa thấy. Sự tiến bộ của công nghệ đã ghi lại cuộc sống chân thật nhất như các công ty có thể áp dụng phát trực tiếp hoặc Vlog... mọi người có thể vừa thư giãn vừa lướt web để có thể thấy quảng cáo về các điểm du lịch nổi tiếng hoặc thấy được món ăn đặc sắc, điều đó truyền cảm ứng cũng như kích thích du cầu du lịch cho khách hàng.

- Cá nhân hóa trải nghiệm: DM cho phép các công ty du lịch thu thập và phân tích dữ liệu một cách tốt hơn, vẽ ra bức tranh chân dung toàn diện về đối tượng mục tiêu cũng như cho phép họ cung cấp các trải nghiệm cá nhân cho khách hàng ở quy mô lớn hơn, phát triển đúng hướng và nhu cầu khách hàng tốt hơn.

Digital Marketing hiện là xu hướng toàn cầu góp phần phát triển ngành du lịch, khách sạn. Các thiết bị kỹ thuật số và doanh thu ngành du lịch trở nên gắn kết. Kết quả là, quảng cáo du lịch trực tuyến ngày càng quan trọng hơn trong kỷ nguyên

ngày nay và quyết định sự thành công của nhiều công ty lữ hành.

Phát triển ứng dụng DM trong quảng bá du lịch là công cụ hiệu quả, vượt trội: DM có nhiều ưu điểm là chính xác, nhanh gọn, tiết kiệm, dễ dàng, tạo ra hiệu quả lâu dài dựa trên các lợi ích; Chi phí thấp do tiếp cận được du khách hàng 24/7 trên mạng internet; Thông tin quảng bá có thể điều chỉnh phù hợp từng giai đoạn; Đo lường tính hiệu quả dễ dàng thực hiện thông qua công cụ phân tích kỹ thuật. Hơn nữa, thay vì phải in ấn poster, banner, in tin tức quảng cáo trên báo đài thì với DM, công ty chỉ cần đầu tư hình ảnh về công ty, về các điểm đến du lịch, các thông tin cần thiết cho du khách trên Website công ty và du khách sẽ tự tìm đến họ qua hệ thống tra cứu tự động.

#### **4. Thực trạng việc ứng dụng Digital Marketing để quảng bá ngành du lịch cho Vũng Tàu**

Ngành Du lịch BRVT đóng góp rất lớn đối với sự phát triển kinh tế, việc phát triển ngành du lịch là điều tất yếu đối với BRVT khi được thiên nhiên ban tặng vẻ đẹp, tài nguyên, lợi thế địa lý. Đối với ngành du lịch có nhiều nét đặc thù riêng biệt thì việc xúc tiến hoạt động, quảng bá hình ảnh, địa điểm, danh lam thắng cảnh, sử dụng công cụ phương tiện hiện đại là các yếu tố then chốt đem lại sự cạnh tranh cho các công ty du lịch BRVT.

Việc ứng dụng DM trong phát triển việc quảng bá hình ảnh du lịch BRVT đã và đang được chú trọng. Sở Du lịch và các công ty du lịch đã thiết kế ra các website giới thiệu về BRVT cũng như là các thông tin cần thiết về điểm du lịch, cảnh đẹp, đặc sản, văn hóa cũng như các trang web về thủ tục cho khách du lịch tại các địa chỉ như: Hệ thống website đặt phòng trực tuyến; các khách sạn từ 4 - 5 đều có website chính thức; Đa số công ty lữ hành và nhà hàng đều có trang website riêng và cập nhật những thông tin mới nhất về hoạt động của họ. Trong các website này, du khách có thể tìm được thông tin giới thiệu chung về đất nước, con người, đặc sản, món ăn, văn hóa, các danh lam thắng cảnh của cả thành phố và các khu vực lân

cận trong tỉnh. Đồng thời, du khách cũng có thể tìm địa chỉ về khách sạn, nhà hàng cũng như địa chỉ của các công ty lữ hành. Ưu điểm các web này là các khách sạn, nhà khách bình dân trên địa bàn đều có thể sử dụng website này để quảng bá hoạt động kinh doanh cho chính mình.

Các trang website đều có link giới thiệu về các tour, nhà hàng, khách sạn, homestay, danh lam thắng cảnh, văn hóa, ẩm thực, đặc sản, phương thức di chuyển một cách hiệu quả nhất... Căn cứ vào những thông tin từ các website này, du khách có thể lựa chọn nhiều phương án du lịch, giá cả phù hợp với nhu cầu và khả năng tài chính.

Phát triển DM vào quảng bá du lịch BRVT trong thời gian qua đã được triển khai thực hiện tuy chưa thực sự phổ biến và hiệu quả nhưng đã ít nhiều mang lại những thành quả nhất định cho ngành du lịch.

DM trở nên hữu hiệu trong việc quảng bá du lịch nhờ vào sự phát triển của ngành công nghệ hiện đại. Công nghệ số đạt được những thành tựu to lớn, nhiều phần mềm, công cụ hữu dụng, tiện ích với chi phí tương đối thấp đã hỗ trợ rất nhiều cho công ty du lịch trong hoạt động kinh doanh. Internet ngày càng trở nên thông dụng với hầu hết mọi tầng lớp người dân; lượng người sử dụng smartphone, internet ngày càng tăng lên nhanh trong khi các công cụ của DM được ứng dụng rộng rãi hơn và hiệu quả hơn vượt bậc.

Phát triển DM vào quảng bá du lịch BRVT đã đạt được những thành tựu thấy rõ, tuy nhiên vẫn còn tồn tại một số hạn chế và thách thức.

*Thứ nhất*, việc kiểm soát an ninh mạng, các công ty du lịch chưa thật sự chú trọng việc xây dựng chặt chẽ và tiến hành phổ biến quy chế về thu thập và bảo vệ thông tin cá nhân trong hoạt động marketing điện tử. Chủ yếu các công ty chỉ ứng dụng các trang mạng hiện có và sử dụng các tiện ích của các phương thức giao dịch điện tử, chưa thật sự chú trọng vào vấn đề bảo mật thông tin cũng như bảo vệ thông tin cá nhân một cách an toàn tuyệt đối.

*Thứ hai*, hệ thống quảng bá hỗ trợ kinh doanh

**Bảng 1. Tổng hợp một số website về du lịch phổ biến của BRVT**

STT	Trang chủ	Website
1	Trang chủ của Sở Du lịch BRVT	<a href="http://sodl.baria-58.vungtau.gov.vn/">http://sodl.baria-58.vungtau.gov.vn/</a>
2	Cổng thông tin du lịch của Sở Du lịch BRVT	<a href="http://www.bariavungtautourism.com.vn/">http://www.bariavungtautourism.com.vn/</a>
3	Công ty du lịch OSC Vũng Tàu	<a href="http://www.oscvungtau.com">www.oscvungtau.com</a>
4	Công ty du lịch lữ hành Vũng Tàu	<a href="http://www.vungtautourism.com">www.vungtautourism.com</a>
5	Nhà hàng GREEN Vũng Tàu	<a href="http://www.greenhotelvungtau.com">www.greenhotelvungtau.com</a>
6	Nhà hàng Vạn Chài Vũng Tàu	<a href="http://www.vanchaiseafood.com">http://www.vanchaiseafood.com</a>
7	Nhà hàng Gành Hào Vũng Tàu	<a href="http://ganhhao.com.vn">http://ganhhao.com.vn</a>
8	Công ty du lịch Eo Biển Xanh Vũng Tàu	<a href="https://eobienxanh.com.vn">https://eobienxanh.com.vn</a>
9	Nhà hàng, khách sạn, khu mua sắm IMPERIAL	<a href="http://www.imperialhotel.vn">www.imperialhotel.vn</a>
10	Trung tâm hội nghị PULLMAN Vũng Tàu	<a href="http://www.pullmanvungtau.com">www.pullmanvungtau.com</a>
11	Trung tâm hội nghị, nhà hàng PETROL	<a href="http://www.petrohotel.vn">www.petrohotel.vn</a>

nhờ ứng dụng DM của các công ty du lịch cũng chưa đạt được hiệu quả cao. Các công ty chủ yếu sử dụng các công cụ DM ở mức độ cơ bản, chưa có sự đầu tư chuyên sâu, cũng như chưa thật sự đem lại hiệu quả thiết thực mà các công cụ DM có thể đem lại cho du lịch BRVT.

*Thứ ba*, các công ty du lịch vẫn chưa hiểu biết một cách thấu đáo lợi ích từ các giải pháp CNTT. Một số công ty vẫn chỉ ứng dụng những lợi ích cơ bản từ CNTT, chưa hiểu và vận dụng được những lợi ích vô cùng to lớn mà CNTT đem đến trong thời đại công nghệ số phát triển vượt bậc.

*Thứ tư*, đội ngũ kỹ thuật viên, chuyên viên chuyên trách về DM vẫn còn yếu về chuyên môn, chưa thật sự đầu tư đúng cách cũng như kiến thức và kinh nghiệm về DM còn nhiều hạn chế. Đa phần các công ty du lịch thường thuê công ty thiết kế website bên ngoài quản lý và hỗ trợ cho việc quảng bá, đăng tin cũng như kiểm soát thông tin dữ liệu trên các web, điều này làm cho DM của các công ty không chủ động và tự chủ được, ảnh hưởng đến chiến lược quảng bá du lịch.

Nhìn chung, thực tế cho thấy kết quả của những hoạt động ứng dụng DM vào quảng bá du lịch tại BRVT vẫn còn một số tồn tại và hạn chế. ứng dụng DM tại một số bộ phận chưa thật sự đồng bộ và hiệu quả. Do đó, việc quảng bá đôi khi không thật

sự tạo ra ích lợi cho công ty du lịch mà còn là rào cản tạo ra khó khăn đối với các công ty du lịch và cơ quan quản lý du lịch hiện nay.

**5. Một số giải pháp đẩy mạnh ứng dụng Digital Marketing cho du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu**

*Thứ nhất*, gia tăng ứng dụng DM truyền thông mạng xã hội: Truyền thông mạng xã hội đặc biệt hữu ích với quảng cáo du lịch trực tuyến nhằm cải thiện độ phủ thương hiệu du lịch; gia tăng lượt truy cập nội địa chất lượng cao vào các trang web. Các công ty áp dụng phương thức này nhằm tiếp cận khách hàng mục tiêu của mình, sử dụng hình ảnh thu hút và nội dung thúc đẩy sự quan tâm du lịch. Với tình hình thị trường mạng truyền thông xã hội mở rộng đáng kể qua thập niên vừa rồi, đã tạo tầm ảnh hưởng quan trọng lên ngành công nghiệp du lịch. Instagram, Facebook và Twitter sẽ tiếp tục là những nền tảng truyền thông mạng xã hội chủ yếu trong năm 2023.

*Thứ hai*, đẩy mạnh chiến lược DM sử dụng người có tầm ảnh hưởng cho du lịch Vũng Tàu: Người có sức ảnh hưởng trong quảng cáo đem đến nhiều lợi ích có thể giúp du lịch phát triển công ty lữ hành như tạo hiệu ứng lan truyền cho các điểm du lịch; xây dựng niềm tin đối với các thương hiệu du lịch; tiếp cận du khách tiềm năng; tăng chuyển đổi với hành động kêu gọi của người có sức ảnh

hưởng. Phát sóng trực tiếp của người có tầm ảnh hưởng là một trong những thủ thuật quảng cáo du lịch phổ biến để kích thích giá trị thương hiệu. Nhiều văn phòng địa điểm du lịch nổi tiếng, công ty lữ hành và người có tầm ảnh hưởng ngành du lịch đã phát sóng trực tiếp nhằm thu hút sự chú ý của thương hiệu và củng cố giá trị thương hiệu của các sản phẩm du lịch, đồng thời kích thích niềm yêu thích của khách hàng.

*Thứ ba*, đẩy mạnh ứng dụng SEM & SEO trong quảng cáo du lịch kỹ thuật số: Dựa theo thống kê, 80% du khách sử dụng thiết bị để bàn kế hoạch chuyến du lịch và 80% thích khảo sát du lịch trực tuyến, 48% hành khách thích lên kế hoạch chuyến đi trên thiết bị di động. Bước đầu tiên trong khảo sát của họ là khám phá và định vị gói sản phẩm du lịch thông qua công cụ tìm kiếm như Google. Kết quả là, nếu công ty lữ hành bỏ qua giá trị của quảng cáo kênh tìm kiếm - SEM và kênh tối ưu hóa tìm kiếm - SEO, mà 2 kênh này là chiến lược quảng cáo kỹ thuật số phổ biến nhất.

*Thứ tư*, giải pháp đẩy mạnh phát triển nhân lực: Tổ chức đào tạo bồi dưỡng kỹ năng nghiệp vụ chuyên môn cho nhân sự, bổ sung các kiến thức về CNTT, các ứng dụng quảng bá DM. Tăng cường ứng dụng CNTT trong xúc tiến và kinh doanh du lịch. Tìm kiếm đội ngũ phát triển website uy tín để đẩy mạnh thương mại du lịch, tạo điều kiện cho khách du lịch dễ dàng đặt phòng, đặt các dịch vụ du lịch dễ dàng, nhanh chóng, đảm bảo an toàn cho các giao dịch điện tử; đảm bảo chất lượng sản phẩm, dịch vụ được chọn mua bằng Internet.

*Thứ năm*, giải pháp tăng cường nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch: Tăng cường nghiên cứu sáng tạo, tổ chức các hội thi tìm kiếm ý tưởng quảng bá du lịch. Phối hợp với cơ quan thống kê khảo sát để có những dự báo chính xác về nhu cầu, xu hướng tương lai để chuẩn bị phục vụ nhu cầu du khách tối ưu nhất.

*Thứ sáu*, đẩy mạnh ứng dụng DM du lịch: DM trong du lịch cần có sự hỗ trợ, phối hợp thực hiện của các ban ngành khác nhau nhằm đảm bảo các điều kiện cần thiết xây dựng môi trường giao dịch điện tử lành mạnh, an toàn và hiệu quả gồm đường truyền Internet tốt, tốc độ cao; thông tin trên Internet chính xác, đáng tin cậy, minh bạch, đa chiều, rõ ràng, chi tiết, đầy đủ, an toàn.

Cuối cùng, giải pháp gia tăng đầu tư: Cần đầu tư, mời các chuyên gia nước ngoài để cải thiện trình độ, tối ưu công cụ nhằm mục đích khai thác xu hướng công nghệ hiện đại áp dụng cho thành phố. Cấp vốn đầu tư cho các doanh nghiệp một cách hợp lý, phân bổ nguồn vốn hiệu quả, có các chính sách khuyến khích đầu tư, kêu gọi đầu tư trong và ngoài nước vào ngành du lịch.

Tóm lại, để đẩy mạnh Digital Marketing vào quảng bá du lịch cho BRVT, cần phải áp dụng một cách mạnh mẽ và quyết liệt hơn nữa các giải pháp như gia tăng ứng dụng DM truyền thông mạng xã hội, đẩy mạnh chiến lược DM sử dụng người có tầm ảnh hưởng, đẩy mạnh ứng dụng SEM & SEO trong quảng cáo du lịch kỹ thuật số, phát triển nhân lực, tăng cường nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch, đẩy mạnh ứng dụng DM du lịch và gia tăng đầu tư cho DM ■

### TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bùi Thị Thu Hà (2015). Marketing trực tuyến và ứng dụng của Marketing trực tuyến trong hoạt động thư viện - thông tin. Truy cập tại: <https://nlv.gov.vn/nghiệp-vu-thu-vien/marketing-truc-tuyen-va-ung-dung-cua-marketing-truc-tuyen-trong-hoat-dong-thu-vien-thong-tin.html>.
2. Minh Khang (2019). Tận dụng thế mạnh cách mạng công nghiệp 4.0 để quảng bá du lịch. Truy cập tại: <https://nhandan.vn/tan-dung-the-manh-cmcn-40-de-quang-ba-du-lich-post368772.html>.



3. Loan Nguyễn (2022). Digital marketing xu hướng dịch vụ và du lịch năm 2021. Truy cập tại: <https://marketingai.vn/xu-huong-digital-marketing-du-lich/>.
4. Ngô Thị Kiều Trang, Mai Thị Quỳnh Như (2019). Digital marketing: Giải pháp thúc đẩy du lịch tại TP. Đà Nẵng. Truy cập tại: <https://tapchitaichinh.vn/marketing-truc-tuyen-giai-phap-thuc-day-du-lich-tai-tp-da-nang.html>.
5. Ngô Thúy Lan (2021). Ứng dụng digital marketing vào ngành du lịch của thành phố Vũng Tàu. *Tạp chí Công Thương*, Số 7, tháng 4 năm 2022.
6. Trần Thị Hải (2018). *Ứng dụng Marketing điện tử trong phát triển du lịch Hà Tĩnh*. Luận văn Thạc sĩ, Học viện Khoa học xã hội Hà Nội.
7. Vũ Trí Dũng (2015). *Ứng dụng Marketing điện tử trong quản lý phát triển du lịch Đà Nẵng*.
8. Thế Trung (2017). Digital marketing, xu hướng phát triển của du lịch hiện đại. Truy cập tại: <https://toquoc.vn/digital-marketing-xu-huong-phat-trien-cua-du-lich-hien-dai-99176977.htm>.

**Ngày nhận bài: 18/1/2023**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/2/2023**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 26/2/2023**

*Thông tin tác giả:*

**ThS. TRẦN THỊ NGỌC HUỲNH**

**Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu**

## **THE POWER OF DIGITAL MARKETING AND SOME SOLUTIONS FOR USING DIGITAL MARKETING TO PROMOTE BA RIA - VUNG TAU PROVINCE'S TOURISM**

● Master. **TRAN THI NGOC HUYNH**  
Ba Ria - Vung Tau University

### **ABSTRACT:**

Ba Ria - Vung Tau province is a famous tourist destination with many scenic spots, beautiful landscapes, extremely friendly and hospitable people. In recent years, local agencies and departments have developed many amusement parks, and many resorts as well as 5-star hotels have been built to meet the needs of tourists. Smart tourism is developing rapidly and media is playing more and more important role in promoting tourism products and services. Thanks to technological advancements, digital marketing is considered the most effective solution to reach customers. This paper presents the current situation of the application of digital marketing and proposes some solutions to promote the use of digital marketing to promote Ba Ria – Vung Tau province's tourism.

**Keywords:** digital marketing, Vung Tau city, smart tourism, service promotion.