



BÀI 9

TỐI ƯU QUẢNG CÁO FACEBOOK ADS 2021

Chuyên nghiệp & Chuyên sâu
Giảng sư: Nguyễn Phan Anh



KHÓA ĐÀO TẠO FACEBOOK MARKETING PRO
BY PHAN ANH & PA MARKETING



KỸ THUẬT TỐI ƯU QUẢNG CÁO
FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH



GIẢNG VIÊN CAO CẤP NGUYỄN PHAN ANH

MBA. Nguyễn Phan Anh

Giảng viên Đại học Thương Mại

CEO PA Marketing

Thương hiệu thời trang Moon/ Baza/ Her.Clothing

Thạc sỹ QTKD Quốc tế Đại học Nice-Sofia Antipolis

Thạc sỹ Luật Kinh tế – Đại học Luật Hà Nội



PA MARKETING
POUR OUR HEART & BRAIN

INFO/ CONTACT



ADDRESS Thuongmai University

PHONE 0989-623-888

WEB www.pamarketing.vn

EMAIL phananhonline@gmail.com

YOUTUBE youtube.com/pamarketing

FACEBOOK fb.com/phananhonline

TỐI ƯU QUẢNG CÁO LÀ GÌ?

- Tối ưu là công việc làm cho mọi thứ trở nên tốt hơn, nhanh hơn, đẹp hơn, rẻ hơn, hiệu quả hơn
- Tối ưu quảng cáo là việc thay đổi một trong số hoặc các vấn đề như nội dung quảng cáo (ngôn từ, hình ảnh, video, link trang đích), nhắm chọn mục tiêu quảng cáo, chiến dịch quảng cáo, chiến lược chạy quảng cáo, tỷ lệ chốt đơn...





TỐI ƯU QUẢNG CÁO LÀ GÌ?

- Tối ưu quảng cáo là làm cho các chỉ số kỹ thuật (CPM, CPC, CPCm, CTR, CPO, CR...) trở nên tốt hơn, rẻ hơn, hiệu quả hơn cho các nhà quảng cáo.
- Trả lời cho câu hỏi làm sao để có nhiều tương tác, tương tác chất lượng (bình luận, tin nhắn, truy cập link website, để lại số điện thoại...)
- Tối ưu quảng cáo là công việc của các nhà quảng cáo & người bán hàng, chủ doanh nghiệp cần phải suy nghĩ và làm hàng ngày, hàng giờ, thử nghiệm, đánh giá và tối ưu...



HIỆU QUẢ CỦA Q/C PHỤ THUỘC VÀO NHỮNG YẾU TỐ GÌ?





CHIẾN LƯỢC VÀ CÁCH THỨC TỐI ƯU QUẢNG CÁO

1. Phụ thuộc vào sản phẩm/ dịch vụ của người bán

- SP/ DV hướng tới khách hàng người tiêu dùng cuối cùng
- Nghiên cứu SP/ DV để tìm ra SP khác biệt, SP xu hướng và SP/ DV bền vững
- SP/ DV dễ bán online nhất có giá dưới 1 triệu đồng
- SP/ DV có nhu cầu lớn
- Tính mùa vụ, thời điểm của SP/ DV
- SP/ DV độc quyền, khác biệt, làm mới

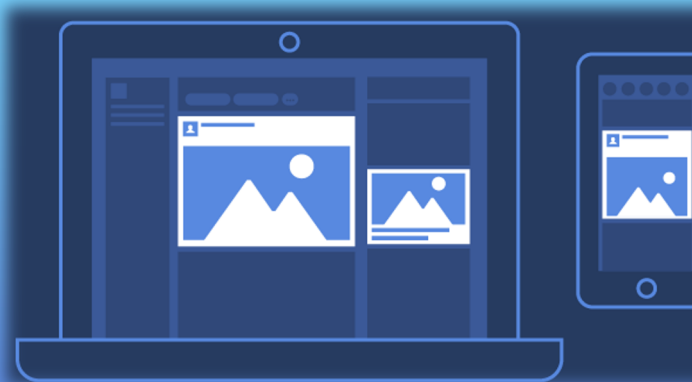




TỐI ƯU QUẢNG CÁO

2. Fanpage

- Chỉnh sửa Fanpage đầy đủ thông tin, tạo uy tín cho Fanpage
- Tạo bài quảng cáo và thực hiện các quy trình quảng cáo – bán hàng theo 9 bước đã được giới thiệu trong khóa học. Bao gồm: nghiên cứu đối thủ, nghiên cứu thị trường, nghiên cứu khách hàng, nghiên cứu chính mình → ra sản phẩm/ dịch vụ khác biệt, ra chương trình khác biệt → viết bài → tìm mồi → chạy quảng cáo thử nghiệm trên Fanpage





TỐI ƯU QUẢNG CÁO

2. Fanpage

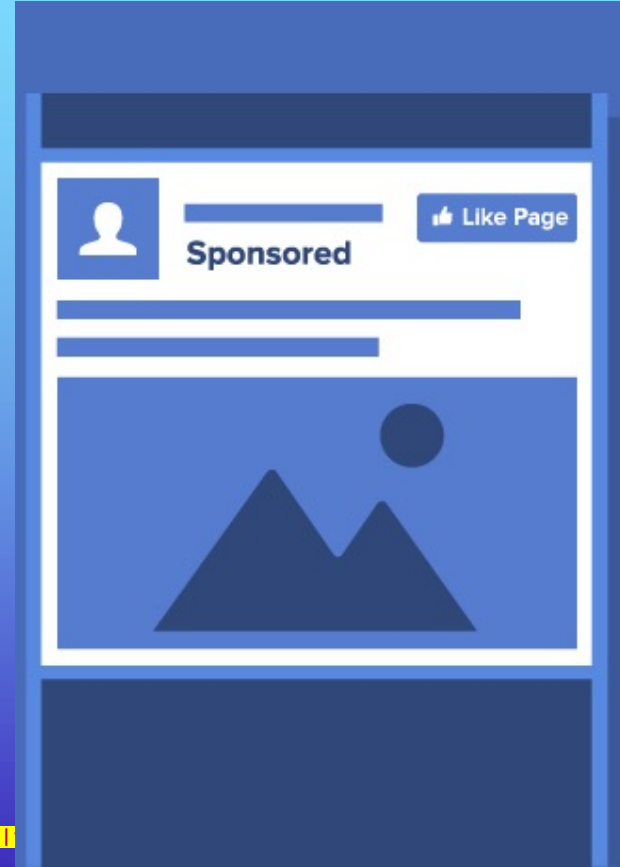
- Có thể chạy nhiều Fanpage khác nhau
- Có thể chạy nhiều bài khác nhau trên 1 Fanpage
- Có thể dùng các chiến lược quảng cáo kéo – đẩy, bài làm thương hiệu, bài thì bán hàng
- Có thể đăng bài Fanpage vừa bán hàng, vừa tạo nội dung hấp dẫn để tăng chia sẻ và tăng tương tác tự nhiên cho Fanpage
- Tuyệt đối tránh vào các vấn đề pháp lý, bản quyền, SHTT để đảm bảo uy tín cho Fanpage





TỐI ƯU QUẢNG CÁO

- **3. Tài khoản quảng cáo**
- Có nhiều tài khoản quảng cáo khác nhau
- Các tkqc khác nhau cho hiệu suất quảng cáo khác nhau (ngẫu nhiên)
- Có thể chạy nhiều chiến dịch khác nhau, nhiều nhóm chiến dịch khác nhau, nhiều bài quảng cáo khác nhau.
- Luôn chuẩn bị sẵn các tài khoản quảng cáo khác nhau để sẵn sàng cho quảng cáo
- Tính ngẫu nhiên của quảng cáo, thời điểm đặt quảng cáo

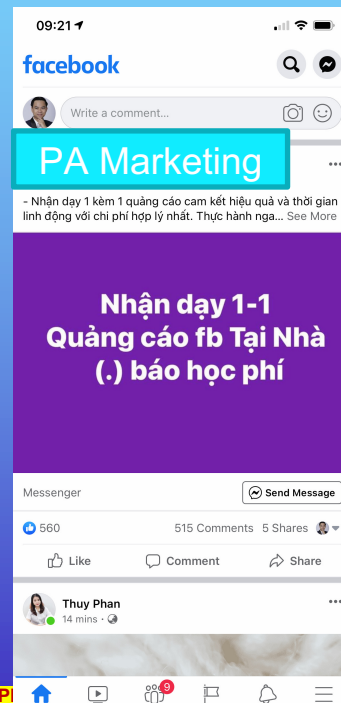
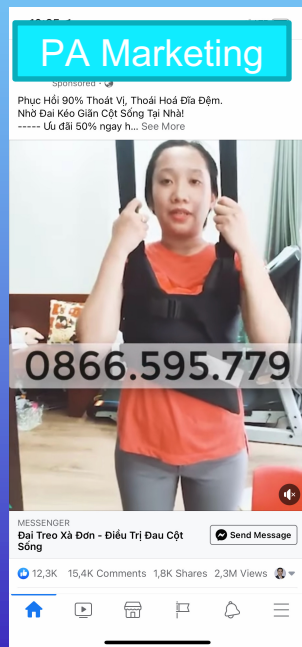




TỐI ƯU QUẢNG CÁO

4. NỘI DUNG QUẢNG CÁO

- Định dạng media quảng cáo (video hay ảnh)
- Tham khảo ví dụ





TỐI ƯU QUẢNG CÁO

4. NỘI DUNG QUẢNG CÁO

- Ngôn từ, cách viết, nội dung thể hiện, độ dài của quảng cáo
- Thông điệp quảng cáo chủ đạo là gì
- Thông điệp bán hàng là gì
- Câu giật tít của bài qc là gì
- Quy luật 3 dòng, 6 dòng hiển thị quảng cáo Facebook là gì
- Sự sáng tạo
- Sự bắt nhịp xu hướng

PA Marketing

CÙNG 25 FIT TẬP LUYỆN TRONG 25 PHÚT

🔥 25 FIT là trung tâm gym tiện ích sử dụng công nghệ EMS rút ngắn thời gian cho người tập.

🕒 20 phút tập, 2 buổi/tuần cùng huấn luyện viên với các động tác nhẹ nhàng.... [Xem thêm](#)

25' FIT

TẶNG

1

THÁNG

TẬP CÔNG NGHỆ EMS

ĐĂNG KÍ NGAY

🌐 www.25fit.net ☎ 18006176

MESSANGER
Nhận ưu đãi ngay

[Gửi tin nhắn](#)

👍❤️👏 231

101 bình luận 7 lượt chia sẻ

CTBH: Mua 1 Tặng 1
Hình ảnh: Chưa hấp dẫn



TỐI ƯU QUẢNG CÁO

4. NỘI DUNG QUẢNG CÁO

- Hình ảnh: Tối ưu hình ảnh, tối ưu bố cục, tối ưu thông điệp trên hình ảnh, lời kêu gọi trên ảnh...
- Ảnh cho mobile
- Quy luật 20% text của Facebook
- 1 hình ảnh hơn vạn lời nói
- Ảnh số 1, 234 rất quan trọng, hãy tập trung chất xám để tạo sự thu hút nhất, khác biệt nhất, tò mò nhất, lạ nhất để đạt hiệu quả và tương tác

#GHẾ MASSAGE TOÀN THÂN AKAWA XD-BK6 – THIẾT KẾ ÁN TƯỢNG, CHẤT LƯỢNG SONG HÀNH

NHẬN ƯU ĐÃI TẠI: <https://www.sanphamthongminh.asia/ghemassageb779>

🌟 Chương trình massage tự động, thư giãn độc đáo... Xem thêm

GIẢM 65% CHỈ CÒN 14.890.000VNĐ



GHEMESSAGE.DANANG

CHO PHÚT GIẤY THƯ GIÃN HOÀN HẢO

GHẾ MASSAGE ĐA NĂNG CAO CẤP

Nhận ưu đãi



TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ TỐI ƯU HÌNH ẢNH

333 x 500	166
	x
	166
	166
	x
	165
	166
	x
	166

Đăng bài 04 ảnh

500 x 333		
166	165	166
x	x	x
166	166	166

Đăng bài 04 ảnh

249 x 249	249 x 249
249 x 249	249 x 249

Đăng bài 04 ảnh

Đăng bài 05 ảnh

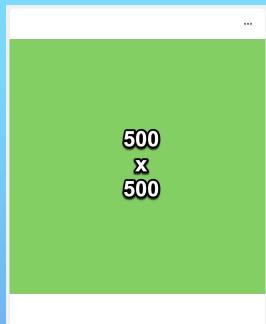
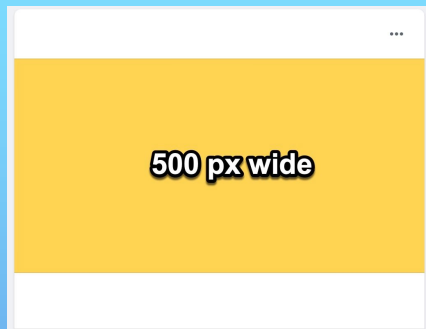
249 x 249	249 x 166
249 x 249	249 x 165
249 x 249	249 x 166

249 x 249	249 x 249	
166 x 166	165 x 166	166 x 166

Đăng bài 05 ảnh



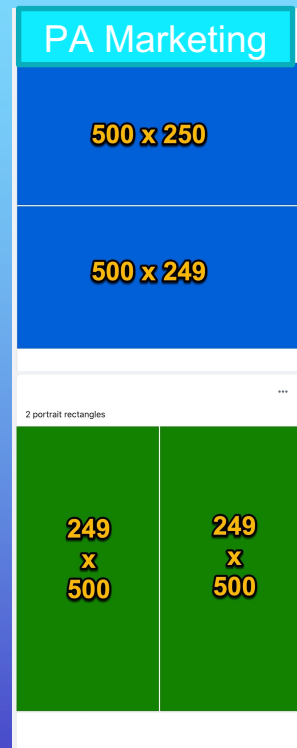
TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ TỐI ƯU HÌNH ẢNH



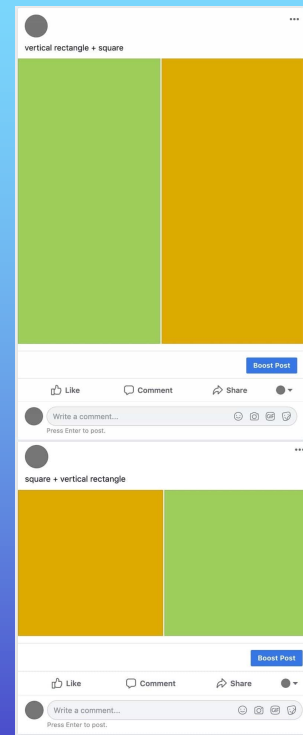
Đăng bài 01 ảnh



Đăng bài 03 ảnh

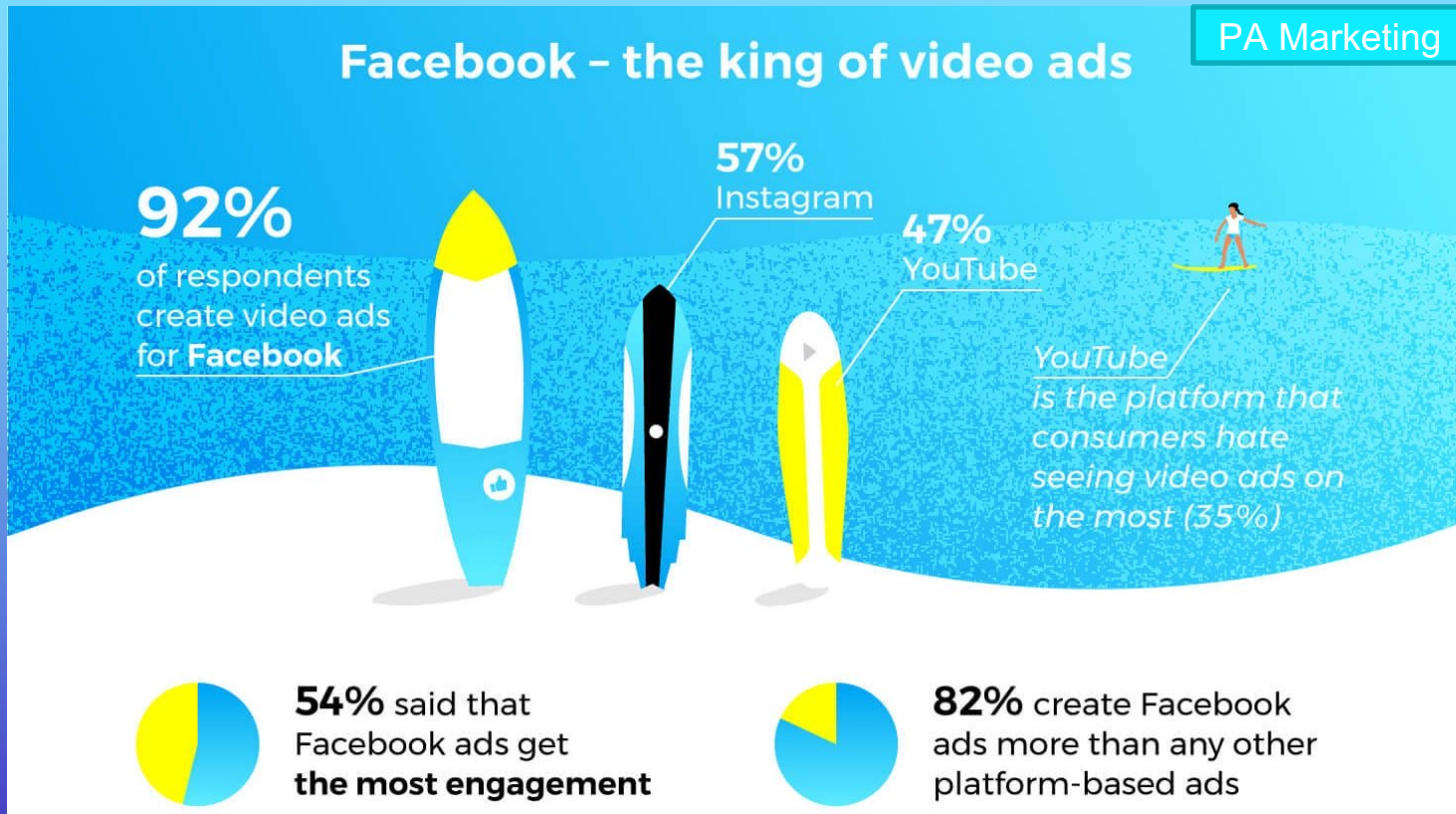


Đăng bài 02 ảnh





TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ TỐI ƯU VIDEO





TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ TỐI ƯU VIDEO

Phải có kịch bản hay, gay cấn, hấp dẫn, lạ lẫm, tò mò, tính hài hước, tính chân thật... ngay từ những giây đầu tiên vì chỉ 3s là đã bị tính phí và khách sẽ bỏ đi ngay.

Có thể làm video dài 2-5 phút miễn là nội dung cuốn hút và giữ chân được người xem.

Tối ưu video trong môi trường không tiếng động (có sub và có bản text ở trên dưới), tối ưu cho mobile
Cần có link/ web trang đích tốt (nếu chạy quảng cáo dạng video và bấm vào link sau khi xem xong video

Lưu ý về các vấn đề bản quyền âm nhạc, bản quyền hình ảnh, bản quyền phim, video, sử dụng hình ảnh của người nổi tiếng mà không được phép.





TỐI ƯU QUẢNG CÁO VIDEO

- Khách hàng thích “xem hàng” hơn là “đọc hàng” hay “nhìn hàng”, ngụ ý là họ thích xem video về sp/dv hơn là hình ảnh hoặc bài viết không có ảnh.
- Thương hiệu sẽ được chú ý hơn và ghi nhớ hơn nếu giới thiệu yếu tố thương hiệu trong 10s đầu tiên của video.
- Thời lượng dành cho video trên Facebook ngày càng tăng.
- Hãy đăng video lên "Story" của FB, Messenger, Instagram...





TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ TỐI ƯU VIDEO

PA Marketing

- Nên làm video dạng dọc hoặc dạng vuông.
- Nên có text trên text dưới và sub trong video, rất tối ưu
- Âm nhạc hoặc lời nói trong video cần “trong suốt” tránh bị ồn ào khó nghe
- Có thể sử dụng video 2D, 3D, phim hoạt hình nếu có đủ kỹ thuật và chi phí để làm video kiểu này.
- Sáng tạo và thử nghiệm các nội dung video
- Có thể chạy được nhiều vị trí hiển thị

Text viền trên

CUỘC ĐỜI NGƯỜI PHỤ NỮ

Sub video

Video này nói về tình mẹ con...

Text viền dưới

TUA NHANH SẼ NHƯ THẾ NÀO





TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ TỐI ƯU VIDEO

- Hãy kể một câu chuyện thương hiệu, cảm xúc, trí tuệ và khác biệt
- Thông điệp đơn giản, rõ ràng, tập trung
- Hãy đầu tư vào nghiên cứu sx video hấp dẫn
- Những giây đầu tiên rất quan trọng và cần phải gay gắt, hấp dẫn, “lạ miệng, lạ mắt, lạ tai” đến tận những giây cuối cùng
- Video chuẩn 15-30 giây
- **Dùng video vuông hoặc dọc:** Hầu hết mọi người đều cầm điện thoại theo chiều dọc, vì vậy hãy chọn tỷ lệ khung hình dọc hoặc vuông để bao phủ màn hình nhiều nhất. Hãy dùng thử quảng cáo video dọc 4:5. Định dạng này hoạt động tốt trên cả Facebook, Instagram và Audience Network.
- **Giới thiệu sản phẩm hoặc thông điệp thương hiệu ngay từ đầu:** Tương tự như việc bạn muốn nhanh chóng thu hút sự chú ý, hãy giới thiệu danh tính thương hiệu của bạn ngay để mọi người nhìn thấy và ghi nhớ thương hiệu. Nếu bạn dùng video có sẵn, hãy chỉnh sửa video đó để đảm bảo rằng các tính năng của thương hiệu và sản phẩm sẽ hiển thị trong vòng 15 giây đầu tiên.



TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ TỐI ƯU VIDEO

- Hãy đưa ra lời kêu gọi bán hàng trong video.
- Nhưng nên để nó ở giữa video thay vì để ở cuối video. Tỷ lệ chuyển đổi tốt hơn với lời kêu gọi ở giữa video.
- Hãy đưa ra lời kêu gọi thật mạnh mẽ, thú vị, hài hước kèm theo hành động minh họa phù hợp để nâng cao hiệu quả về bán hàng hoặc kêu gọi.





5. TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẮM CHỌN MỤC TIÊU

5. NHẮM CHỌN MỤC TIÊU

- Vẽ chân dung khách hàng đúng (File excel chân dung khách hàng chuẩn Facebook), quan tâm nhiều đến hành vi và sở thích trực tiếp
- Chạy theo nhắm chọn đã lựa chọn tập khách hàng mục tiêu
- Chạy rộng đến chạy hẹp
 - Chạy tiếp cận bình thường đến chạy remarketing
 - Chia nhiều chiến dịch để tối ưu các nhóm khách hàng (tuổi, địa lý, sở thích)
 - Chạy rộng và ngân sách lớn, chạy liên tục là một chiến lược chạy qc có lợi thế lớn





5. TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẢM CHỌN MỤC TIÊU

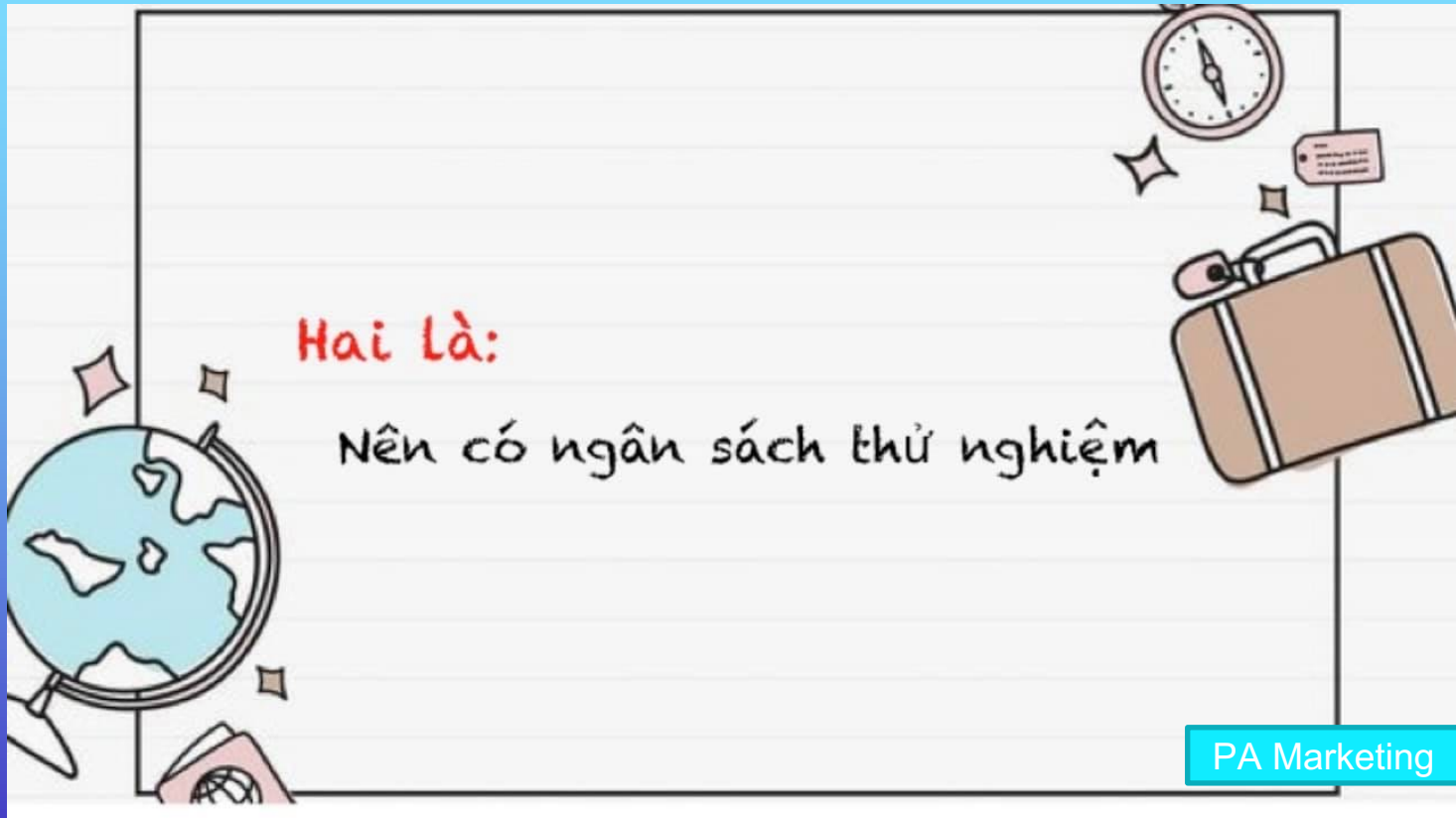
Một Là: Nghiên cứu cơ bản về

- Sản phẩm/ dịch vụ
- Khách hàng
- Đối thủ
- Thị trường

PA Marketing



5. TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẢM CHỌN MỤC TIÊU





5. TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẢM CHỌN MỤC TIÊU

PA Marketing

Ba là:

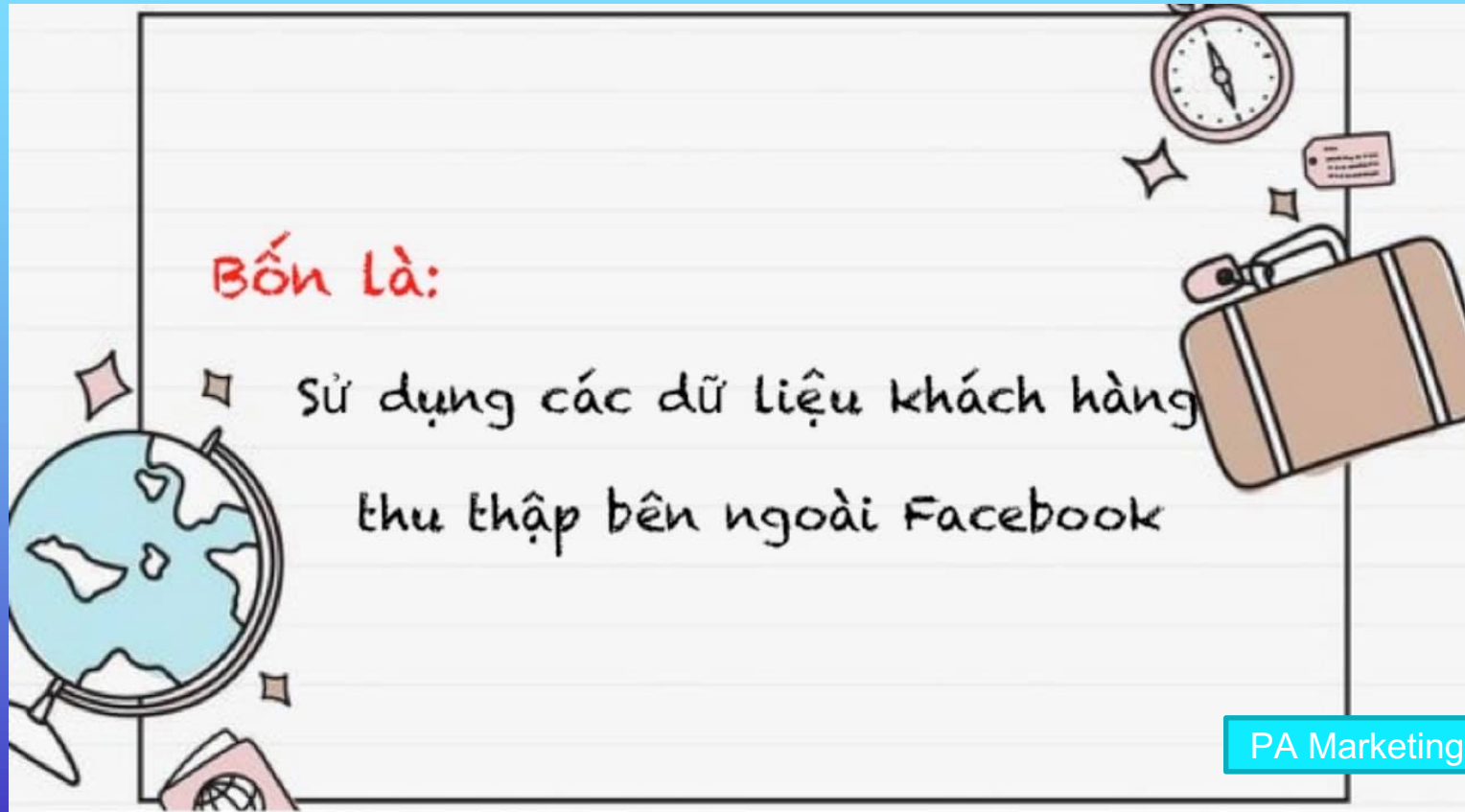
Sử dụng tính năng Audience Insights

(phân tích khách hàng trên Facebook)

Lưu ý phân tích dữ liệu bán hàng thực tế: Bán được cho đối tượng nào (xem thêm Profile của khách); xem hóa đơn giao vận của khách hàng; cập nhật cả tình hình thời tiết, dịch bệnh của từng tỉnh thành/ từng vùng để còn cập nhật chiến dịch phù hợp.



TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẢM CHỌN MỤC TIÊU





TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẢM CHỌN MỤC TIÊU

PA Marketing

Năm Là:

♦ Đối tượng tùy chỉnh và tiếp thị lại
(đỉnh cao của quảng cáo hiệu quả)

Remarketing: Web; Tập khách hàng (sdt/ email/ uid); lượt xem video; khách hàng tiềm năng; trải nghiệm tức thì (canvas); tương tác với Fanpage (lượt thích, lượt xem, lượt tương tác, lượt nhấn tin...); xem hàng trên Marketplace)



TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẮM CHỌN MỤC TIÊU



Năm Là:

- ♦ Đối tượng tùy chỉnh và tiếp thị lại
(đỉnh cao của quảng cáo hiệu quả)
- ♦ Tạo ra nhiều tệp đối tượng tùy chỉnh remarketing video; tương tác với Fanpage; Nhắn tin cho Fanpage và kết hợp với chính sách/ sản phẩm/ dịch vụ cho khách đã tương tác hoặc đã nhắn tin cho Fanpage

PA Marketing



TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẢM CHỌN MỤC TIÊU

PA Marketing

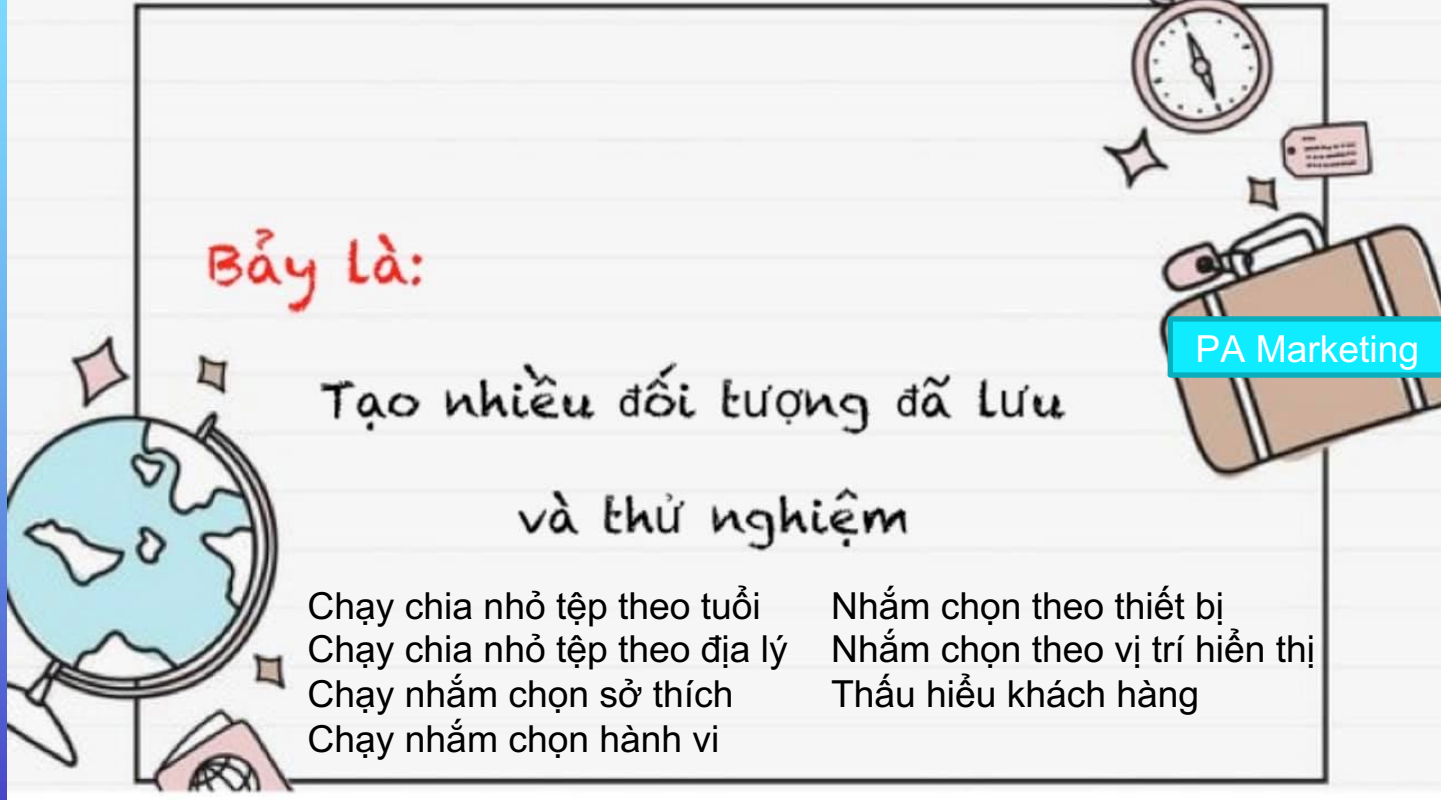
Sáu Là: Chiến lược :

- ♦ Sử dụng tệp khách hàng tương tự
nhắm chọn Facebook Lookalike

Lưu ý: Tệp này sẽ chỉ có giá trị khi tệp gốc chuẩn và số lượng tệp gốc (tùy chỉnh) đủ lớn



TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẮM CHỌN MỤC TIÊU



Bây là:

Tạo nhiều đối tượng đã lưu
và thử nghiệm

Chạy chia nhỏ tệp theo tuổi
Chạy chia nhỏ tệp theo địa lý
Chạy nhắm chọn sở thích
Chạy nhắm chọn hành vi

Nhắm chọn theo thiết bị
Nhắm chọn theo vị trí hiển thị
Thấu hiểu khách hàng

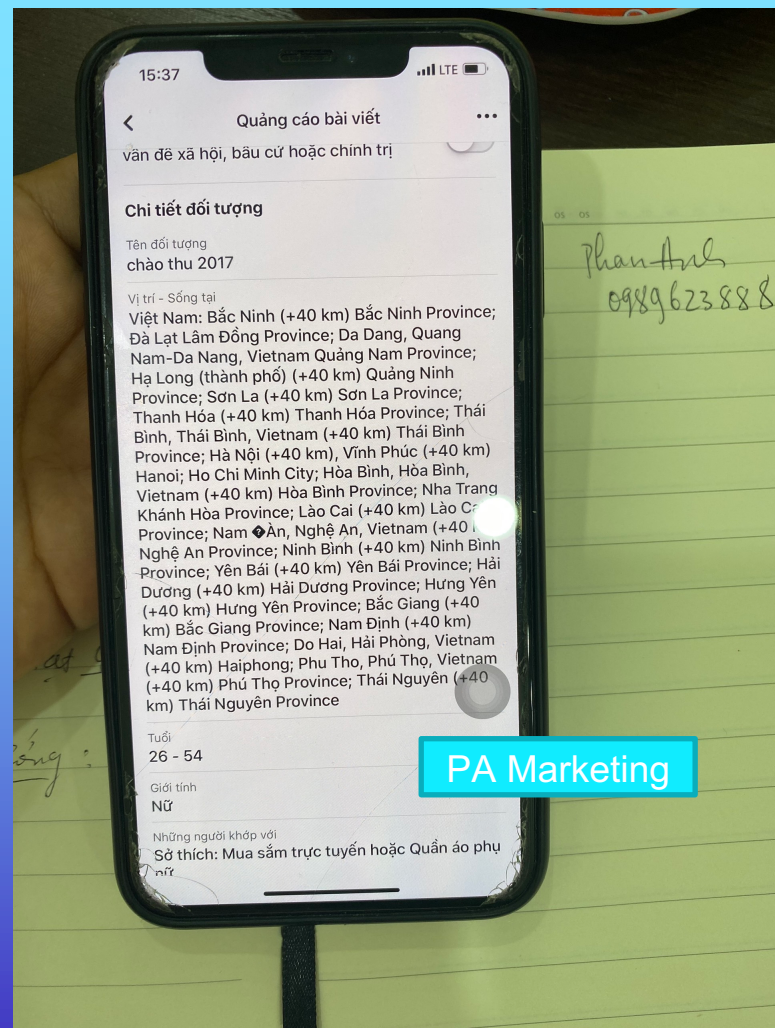
PA Marketing



Một ví dụ về “Nhắm chọn” cụ thể của ngành thời trang đã và đang chạy quảng cáo khá hiệu quả (cập nhật tháng 7/2021).

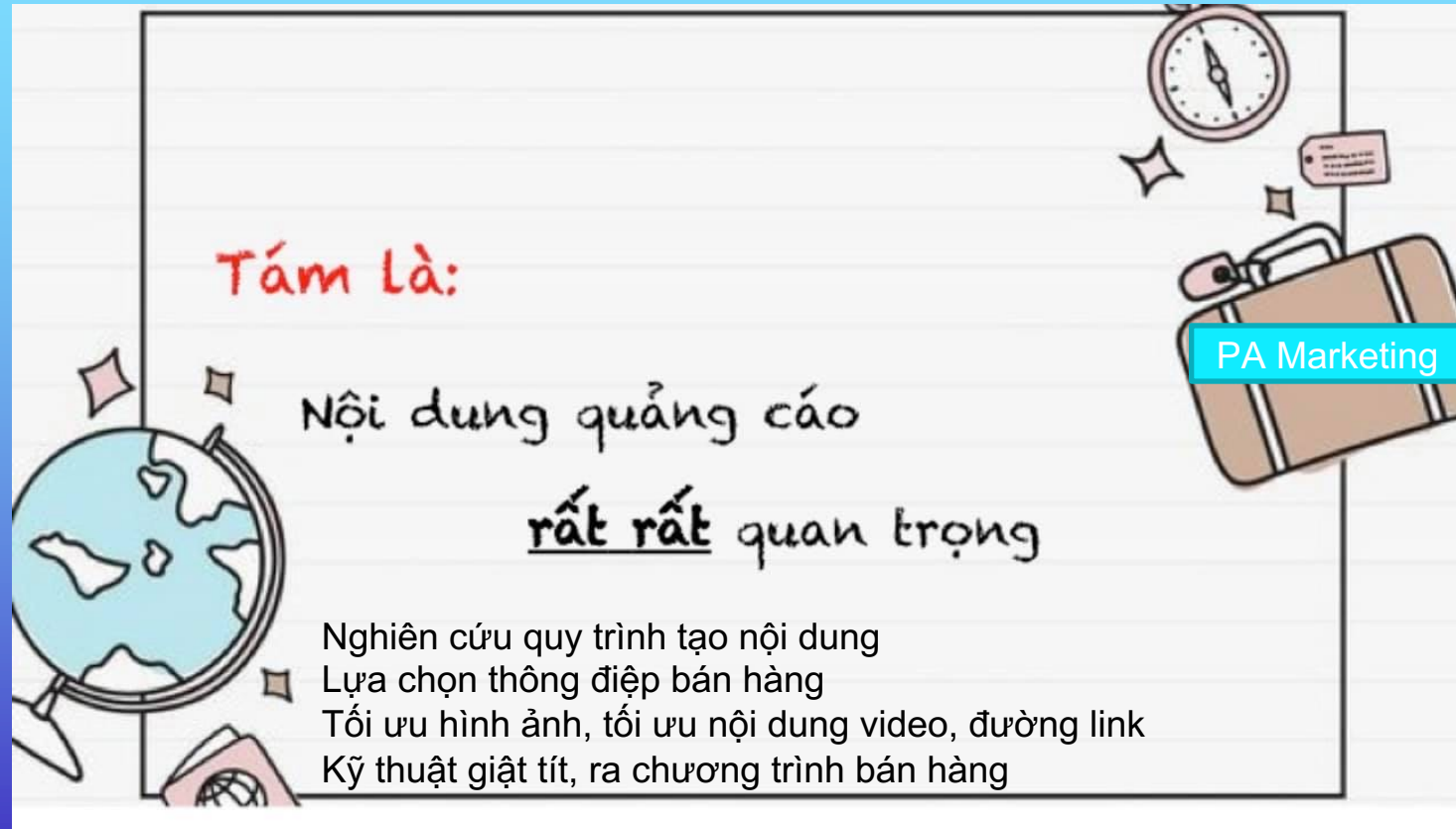
Là học viên/ khách hàng của thầy Phan Anh và PA Marketing.

Các anh chị có thể tham khảo thêm.



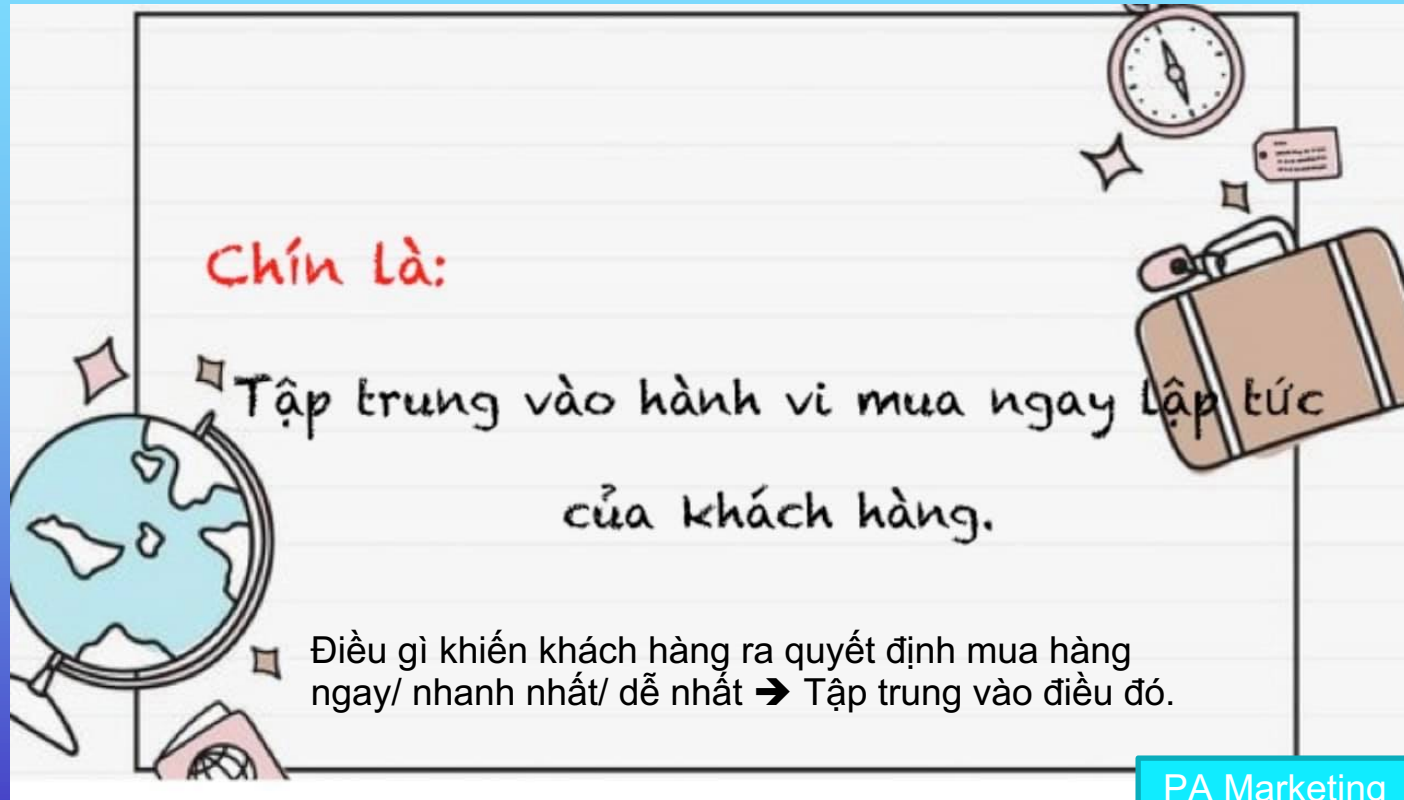


TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẢM CHỌN MỤC TIÊU



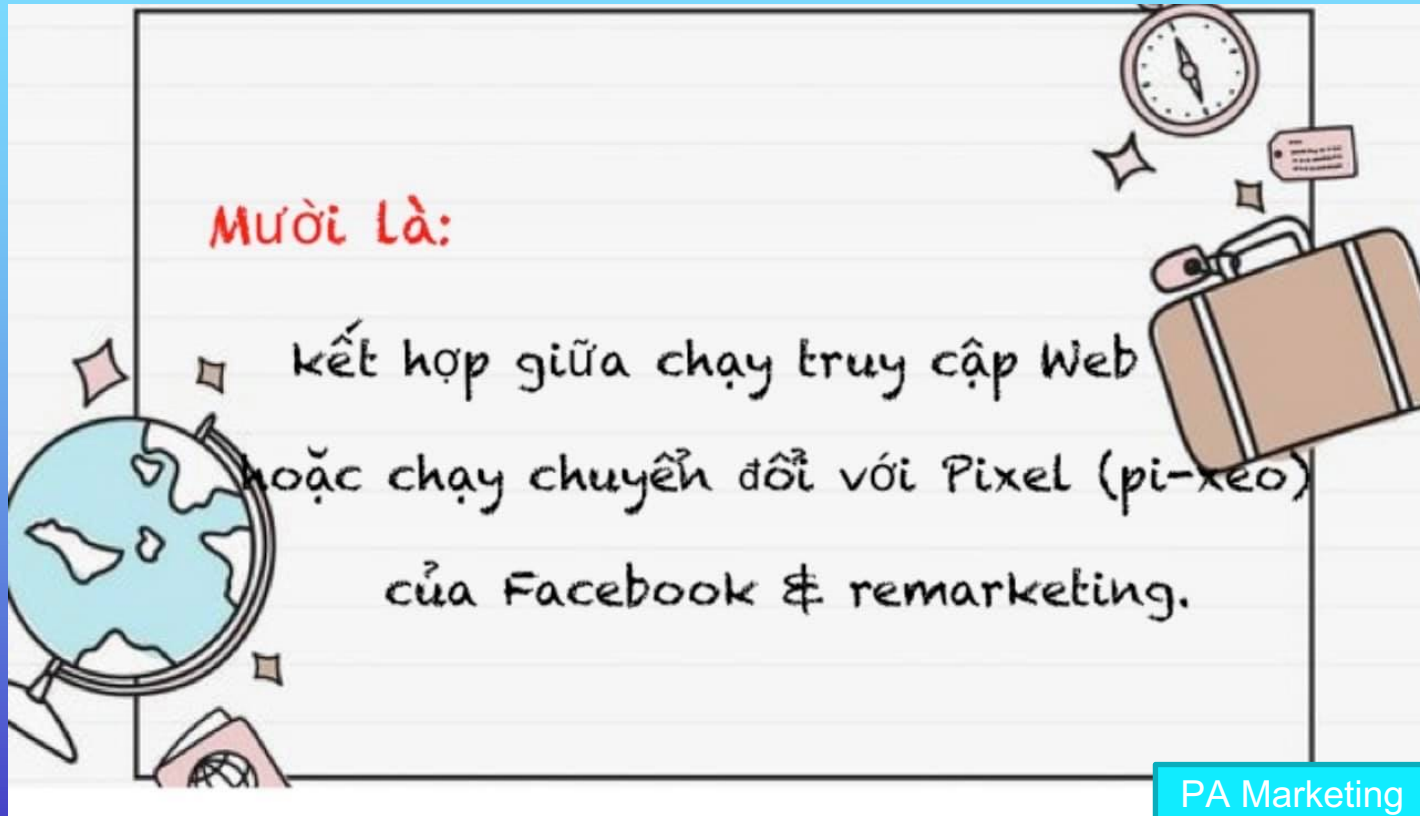


TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẢM CHỌN MỤC TIÊU



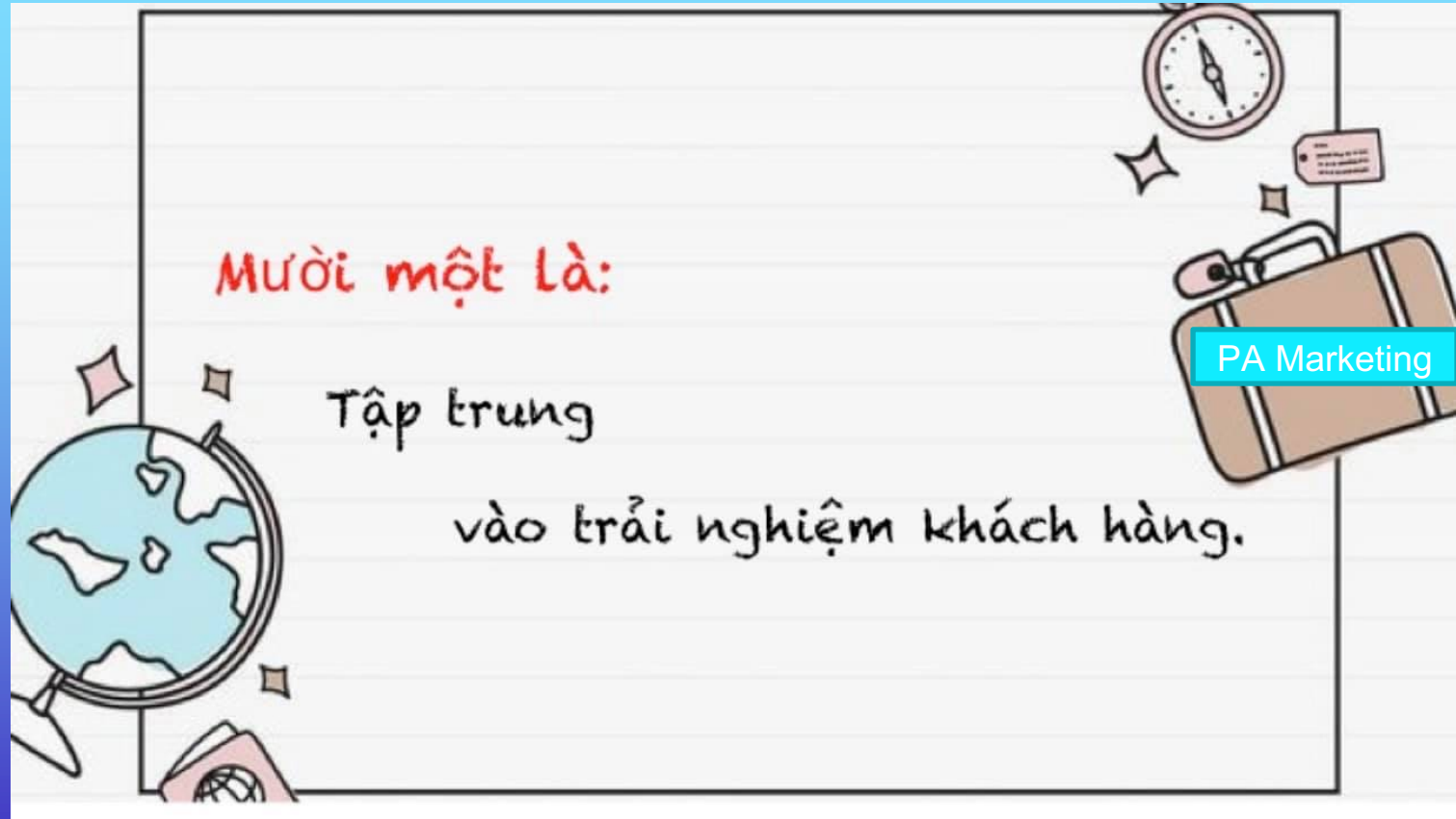


TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẢM CHỌN MỤC TIÊU



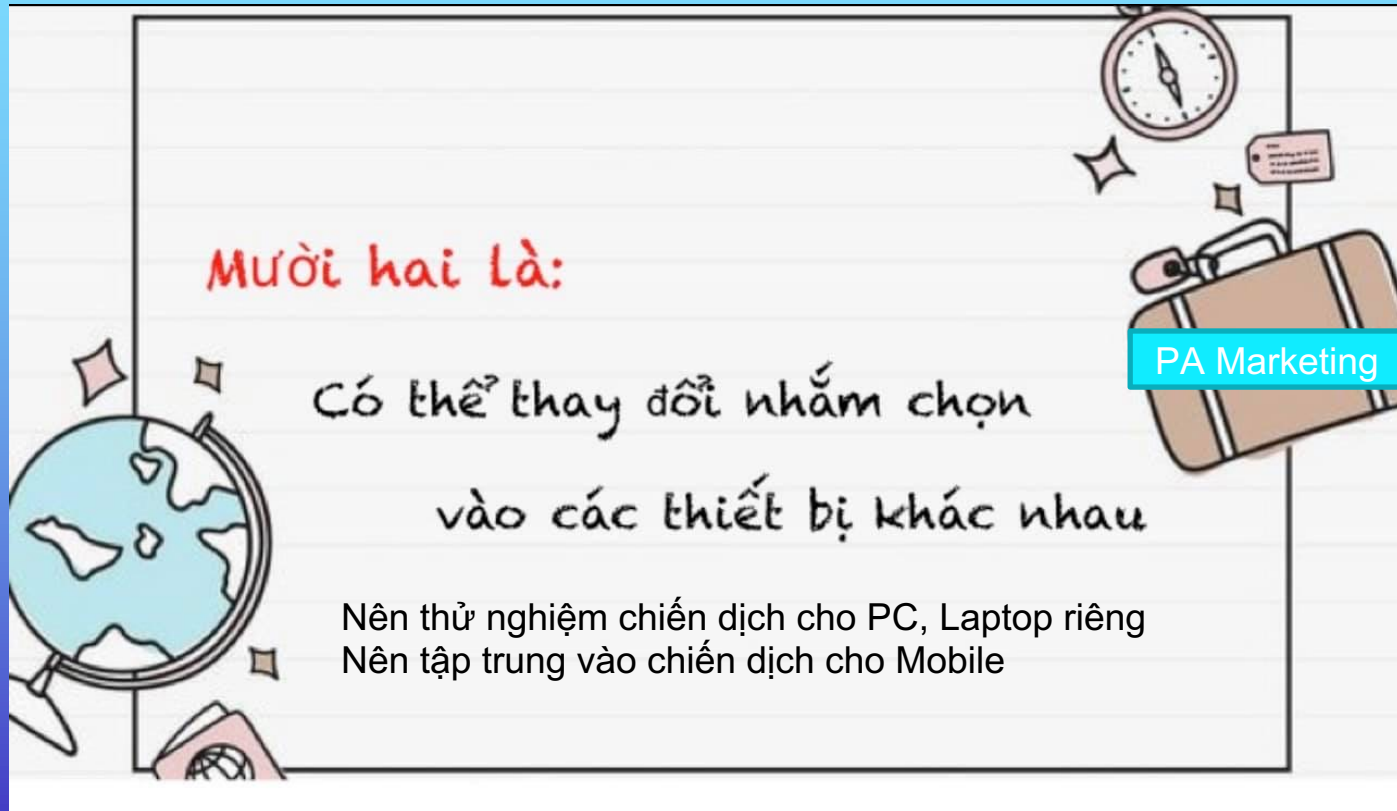


TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẢM CHỌN MỤC TIÊU





TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẮM CHỌN MỤC TIÊU





TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ NHẢM CHON MỤC TIÊU

Truy Cập Nội Shopee > Truy Cập Nội Shopee > 1 Quảng cáo

[Chỉnh sửa](#) [Xem lại](#)

Tối ưu mục tiêu và đạt được mục tiêu kinh doanh của mình.

Thiết bị

Tất cả thiết bị (Được khuyến dùng)

- ☒ Di động
- ☒ Máy tính
- ☒ Audience Network
- ☒ Messenger

Tùy chỉnh tài sản

15/15 vị trí quảng cáo hỗ trợ tùy chỉnh tài sản

Vị trí quảng cáo

- ☒ Bảng tin
 - Quảng cáo trong bảng tin để tăng mức độ hiển diện
- ☒ Bảng tin Facebook
- ☒ Bảng tin Instagram
- ☒ Facebook Marketplace

Xác định đối tượng

Cu thể Rộng

Số người tiếp cận tiềm năng: 70.000.000 người

Kết quả hàng ngày ước tính

Số người tiếp cận: 11K - 33K

Lượt click vào liên kết: 296 - 855

Đã chỉnh xác của số liệu ước tính phụ thuộc vào các yếu tố

Nhóm: Khóa học FB Marketing Pro ...

Lê Thị Lan Anh: À oki tks e

Đóng [✓ Đã lưu mọi thay đổi](#)

PA Marketing



TỐI ƯU QUẢNG CÁO

6. Kỹ thuật chạy quảng cáo

- Có chạy thử nghiệm hay không
- Có áp dụng A/B Testing của Facebook hay không
- Có tối ưu ngân sách hay không
- Lựa chọn khách hàng ở vùng miền nào
- Nâng ngân sách theo lộ trình phù hợp với khả năng của tài khoản quảng cáo và các chỉ số quảng cáo, tối ưu các chỉ số này
- Kiểm soát tần suất hiển thị quảng cáo
- Có thêm các phần bình luận seeding điều hướng bán hàng tốt





TỐI ƯU QUẢNG CÁO

6. Kỹ thuật chạy quảng cáo

- Nếu chạy ảnh hãy chạy bài nhiều ảnh và sử dụng ảnh 1234 thật đắt giá và thu hút
- Nếu dùng video thì hãy có kịch bản gay cấn, hấp dẫn, chân thực, rõ ràng ngay từ những giây đầu tiên
- Tối ưu ngân sách bằng cách chia chiến dịch thành nhiều nhóm và bài đăng nhỏ để thử nghiệm
- Ưu tiên toàn bộ quảng cáo cho Mobile. Nếu muốn chạy PC hãy có chiến dịch riêng, và nên chạy chuyển đổi trên PC.

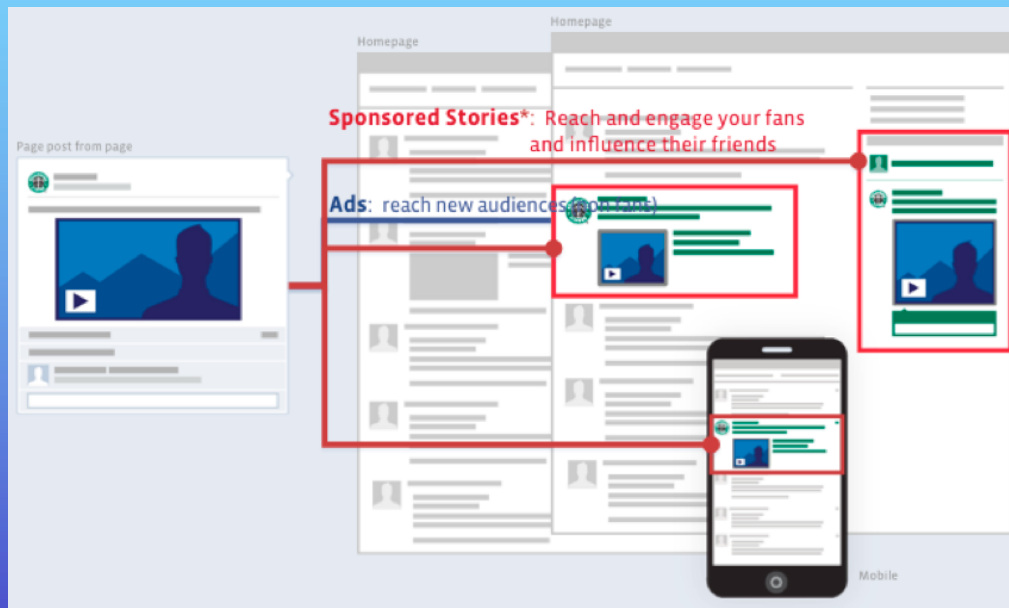
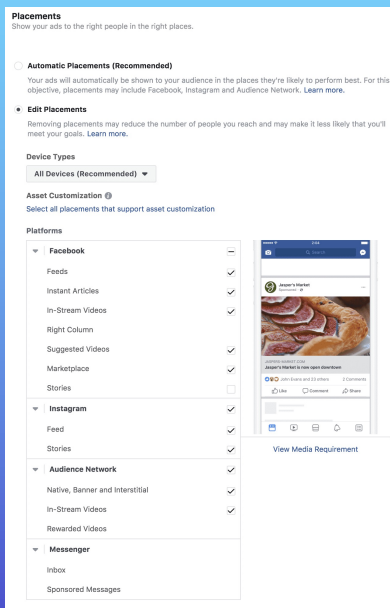




TỐI ƯU QUẢNG CÁO

6. Kỹ thuật chạy quảng cáo

- Lựa chọn đúng, đủ các vị trí hiển thị
- Chạy PC hay Mobile, Mobile phiên bản nào
- Có 20 vị trí hiển thị trên Facebook bây giờ



TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ Vị trí hiển thị

Objectives

Boost your results
by running ads across
the Facebook family

Available placements for optimization

	Brand awareness		Reach		Traffic		Engagement		App installs		Video views		Lead Generation	Messages	Conversations	Catalog Sales	Store Visits
Facebook Feed	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Facebook Marketplace	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Facebook Instant Articles	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Facebook In-Stream Videos	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Facebook Search Results					✓	✓									✓	✓	✓
Instagram	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Instagram Explore	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Instagram Stories	✓		✓		✓		✓		✓	✓	✓		✓*	✓	✓	✓	✓
Messenger Home	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓
Audience Network	✓		✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Audience Network In-Stream Videos	✓		✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Audience Network Rewarded Videos	✓		✓		✓		✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓



TỐI ƯU QUẢNG CÁO

5. Kỹ thuật chạy quảng cáo, tối ưu giá thầu

Mục tiêu hiệu quả	Chiến lược giá thầu hiện có	Phù hợp nhất với...	Hãy chú ý đến...	PA Marketing
Tối đa hóa số lượng kết quả cho ngân sách	Đặt giá thầu tự động	Thu được nhiều kết quả nhất có thể và không có yêu cầu nghiêm ngặt về CPA Chi tiêu toàn bộ ngân sách ở mức độ ưu tiên cao Nhà quảng cáo nào có thể chưa có kế hoạch rõ ràng về mục tiêu/KPI	Chi phí cao hơn (ví dụ: CPM, CPA) so với những gì bạn có thể chấp nhận	
Tối đa hóa giá trị chuyển đổi	Giá trị cao nhất (sử dụng phương thức đặt giá thầu tự động)	Chi tiêu ngân sách, đồng thời tập trung vào lượt mua hàng có giá trị cao	Yêu cầu phân phối hợp lý giá trị trên các sản phẩm khác nhau Yêu cầu pixel để chuyển lại các giá trị mua hàng	
Kiểm soát chi phí của kết quả	Giới hạn chi phí	Duy trì CPA bằng hoặc thấp hơn một số tiền nhất định bất kể mọi điều kiện của thị trường	Chi tiêu có thể chậm hơn so với khi sử dụng chi phí thấp nhất; nếu bạn không có mục tiêu nghiêm ngặt về CPA và quan tâm đến việc chi tiêu ngân sách hơn, hãy thử dùng chi phí thấp nhất. Giai đoạn máy học có thể diễn ra lâu hơn so với các chiến lược giá thầu khác. Trong khoảng thời gian đó, chi phí có thể vượt quá giới hạn. Tuy nhiên, hoạt động phân phối sẽ ổn định sau khi kết thúc giai đoạn máy học. Nếu bạn thường quan sát lượt chuyển đổi trên lượt click vào bài viết trong khoảng thời gian đã qua lâu hơn nhiều so với 7 ngày, bạn có thể quan sát thấy sự biến động mạnh hơn về chi tiêu và CPA, nhưng hiệu quả sẽ ổn định theo thời gian	
Kiểm soát lợi nhuận trên chi tiêu quảng cáo (ROAS)	ROAS tối thiểu	Hòa vốn trên chi tiêu quảng cáo và đạt được lợi nhuận nhất định Kiểm soát nhiều hơn giá trị mua hàng bạn tạo ra từ quảng cáo so với phương thức đặt giá thầu có giá trị cao nhất	Nếu Facebook không thể đạt được mức ROAS sàn thì việc phân phối có thể dừng lại. Chúng tôi không dự kiến phân phối toàn bộ ngân sách của bạn Nếu bạn quan tâm đến chi tiêu hơn là tạo ROAS cụ thể, hãy xem xét sử dụng phương thức đặt giá thầu có giá trị cao nhất Yêu cầu pixel để chuyển lại các giá trị mua hàng Yêu cầu khả năng tính toán giá thầu dựa trên tỷ lệ chuyển đổi dự kiến và chi phí biên	
[Nâng cao] Giới hạn theo cách thủ công số	Giới hạn giá thầu	Nhà quảng cáo nào sử dụng phương thức đặt giá thầu nội bộ hoặc mô hình LTV	Không kiểm soát CPA bạn thấy trong báo cáo và yêu cầu thay đổi giá thầu thường xuyên hơn	



TỐI ƯU QUẢNG CÁO

7. Kỹ thuật chạy quảng cáo, tối ưu giá thầu

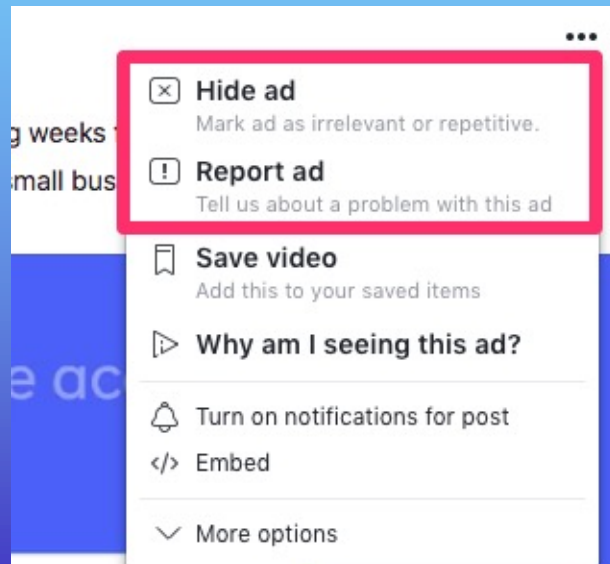
- Chiến lược giá thầu chi phí thấp nhất yêu cầu chúng tôi đặt giá thầu với mục tiêu giúp bạn đạt được chi phí thấp nhất có thể trên mỗi sự kiện tối ưu hóa trong khi vẫn chi tiêu hết ngân sách vào cuối ngày, lịch chạy của chiến dịch hoặc nhóm quảng cáo.
- Nếu quan tâm hơn đến việc chi tiêu toàn bộ ngân sách, bạn nên dùng chiến lược giá thầu chi phí thấp nhất. Đây là chiến lược đặt giá thầu tốt nhất để chi tiêu ngân sách một cách hiệu quả nhất có thể.
- Chi phí mà chiến lược giá thầu chi phí thấp nhất tạo ra có thể dao động cao hơn nhưng chúng tôi sẽ luôn mang lại cho bạn kết quả có chi phí thấp nhất.
- Ví dụ: nếu độ cạnh tranh trong đấu giá giảm, chi phí có thể giảm. Nếu độ cạnh tranh trong đấu giá tăng, chi phí có thể tăng.



7. Kỹ thuật chạy quảng cáo, tối ưu giá thầu

- Thuật toán giá thầu và hiệu quả của FB bao gồm:
- Giá thầu Thấp nhất;
- Giới hạn Chi phí;
- Giới hạn Giá thầu
- Mục tiêu tiếp thị
- Xếp hạng chất lượng; Xếp hạng ưu tiên tương tác;
- Xếp hạng ưu tiên chuyển đổi
- Và phản hồi tiêu cực của người xem quảng cáo
- Facebook muốn quảng cáo của Nhà quảng cáo phải thu hút tương tác của người xem quảng cáo, nâng cao trải nghiệm người dùng
- Facebook quét dữ liệu và theo dõi dữ liệu của người dùng ở khắp mọi nơi: trên bài viết Fanpage, tin nhắn Messenger, hình ảnh, video, trang đích, trình duyệt...
→ tối ưu q.c ở khắp mọi nơi, mọi điểm chạm của khách hàng

Quality ranking Ad relevance diagn...	Engagement rate ranking relevance diagn...	Conversion rate ranking Ad relevance diagn...
Below average Bottom 20% of ads	Average	Above average





7. Kỹ thuật chạy quảng cáo, tối ưu giá thầu

- Xác định đúng mục tiêu tiếp thị và KPI đo lường chuyển đổi và Giá thầu phù hợp với Mục tiêu đó
- “Sau đó, bạn có thể đặt giới hạn giá thầu. Bằng cách đặt giới hạn giá thầu, bạn sẽ đảm bảo rằng mình không chi quá nhiều cho một lượt chuyển đổi. ”

Sao chép các chiến dịch quảng cáo thay vì tăng chi tiêu quảng cáo cho một chiến dịch hiện tại

- Nên thử nghiệm A/B và tối ưu ngân sách
- Hãy thử nghiệm Đặt giá thầu cao hơn, X2 X3 giá thầu FB đề nghị
- Sẵn sàng đặt giá thầu cao hơn với quảng cáo có bật tính năng Thả ghim bán kính hẹp



7. Kỹ thuật chạy quảng cáo, tối ưu giá thầu

- Tập trung vào LTV khách hàng
- Tối ưu hóa quảng cáo, trang đích, hình ảnh, nội dung và mọi thứ
- Tạo đối tượng tùy chỉnh cho từng sp/dv cụ thể thông qua Fanpage/ Tin nhắn/ Video
- Thử nghiệm nhiều loại hình, mục tiêu tiếp thị khác nhau trong cùng một chiến dịch
- Thử nghiệm và thử sai, tối ưu đúng, chỉnh sửa và thiết lập quảng cáo hiệu quả

“Giá thầu trên Facebook là một cuộc đấu giá, vì vậy bạn càng sẵn sàng trả nhiều tiền, thì khả năng chiến thắng càng cao .



TÔI ƯU QUẢNG CÁO

7. Kỹ thuật chạy quảng cáo

- Chạy quảng cáo bình thường, không nên ngắt theo khung giờ, có thể cân nhắc tắt quảng cáo ban đêm
- Giá thầu đắt rẻ đôi khi không phản ánh đúng hiệu quả quảng cáo về tài chính
- Nhân chiến dịch, nhân nhóm quảng cáo, nhân bài quảng cáo để đo lường và thử nghiệm
- Nên chạy đều đều và chạy thường xuyên hơn là chạy “Tắc bực”
- Nên chạy thương hiệu kết hợp với chạy bán hàng
- Nên đa kênh Internet (để bổ trợ) và đa nền tảng Facebook
- Đo lường liên tục các chỉ số và đánh giá chỉ số hiệu quả



TỐI ƯU QUẢNG CÁO

8. Chương trình bán hàng

- Làm mới sp/dv
- Thông điệp thu hút,
- Thông điệp chốt đơn hàng
- Chương trình khuyến mại
- Chiến lược tạo phễu
- Tặng quà cho khách hàng
- Cam kết bán hàng thật
- Cam kết hoàn tiền (bằng HĐ)
- Hỗ trợ giao vận
- Chính sách Đổi trả
- Tư vấn nhiệt tình
- Thu hút khách hàng...



PA Marketing



8. Ví dụ Chương trình bán hàng & KM

- Ví dụ: Bán đầm bầu
- Khách hàng tầm trung
- CTKM: Mua 1 váy đầm bầu giá 700K, tặng 01 bộ đồ lót bầu trị giá 199K hoặc 249K (giá sản xuất nhập vào 60K), khuyến mại giảm giá thêm 10-20% tiền mặt.
- Quà tặng đồ lót bầu: 249K/ 700k ~ 30% giảm giá
- Giảm giá 10-20%: tổng KM là khoảng 50%
- Chi phí giảm giá: $60k + 20\% \times 700k = 200k$; $200k/700k$ chưa đến 30%

PA Marketing





TỐI ƯU QUẢNG CÁO

9. Tư vấn chốt đơn hàng chuyên nghiệp

- Tư vấn nhanh chóng, dễ hiểu, đơn giản
- Có các cam kết bán hàng
- Có các chương trình KM hoặc dùng thử, thậm chí là cho dùng thật để chốt đơn
- Có nhân viên được đào tạo
- Kết hợp nhiều công cụ (nhắn tin, bình luận, kết bạn zalo, hẹn gặp trực tiếp)
- Chăm sóc khách hàng trước – trong và sau bán tốt
- Chăm sóc lại những khách hàng chưa chốt đơn





TỐI ƯU QUẢNG CÁO

10. Chăm sóc khách hàng sau bán

- Lưu trữ data khách hàng cẩn thận vào phần mềm bán hàng, crm và hiểu rõ về khách hàng để tiếp tục bán thêm, bán chéo các sản phẩm, dịch vụ khác, giảm chi phí tìm kiếm khách hàng, tăng doanh thu, tăng lợi nhuận
- Kết bạn với khách hàng trên FB cá nhân, Zalo cá nhân
- Mời khách hàng vào Hội nhóm kín những khách hàng đã mua hàng của doanh nghiệp
- Tổ chức các sự kiện offline, online cho khách hàng thường xuyên
- Hỗ trợ việc sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp tới khách hàng tốt hơn
- Tặng quà cho khách hàng (gói phiếu dịch vụ nào đó) để tiếp tục chốt đơn hàng cho khách hàng



VÍ DỤ VÀ GỢI Ý VỀ TỐI ƯU QC

PA Marketing

...

CÙNG 25 FIT TẬP LUYỆN TRONG 25 PHÚT

🔥 25 FIT là trung tâm gym tiện ích sử dụng công nghệ EMS rút ngắn thời gian cho người tập.

🕒 20 phút tập, 2 buổi/tuần cùng huấn luyện viên với các động tác nhẹ nhàng,... Xem thêm

25FIT

TẶNG 1 THÁNG
TẬP CÔNG NGHỆ EMS

ĐĂNG KÍ NGAY

🌐 www.25fit.net 📞 18006176

MESSANGER

Nhận ưu đãi ngay

📩 Gửi tin nhắn

👍❤️👎 231

101 bình luận 7 lượt chia sẻ

ƯU ĐIỂM

25 fit → 25 phút
Tặng 1 tháng
Thử nghiệm
Hình ảnh bắt mắt
Màu sắc hấp dẫn
Có thương hiệu

NHƯỢC ĐIỂM

Nữ chính sexy hơn
chút nữa sẽ thu hút
được nhiều tương
tác hơn



alamy stock photo

dreamstime.com

om/

dreamstime.com

ID 151593539 © Nkholajid

623888



TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ VÍ DỤ

PA Marketing

Mai bếp có đơn hàng đặc biệt nên gói dư 30 bánh chưng siêu thật. Mỗi cái 350... See More



OPENS IN MESSENGER

Send Message

2,8K

2,6K Comments

46 Shares

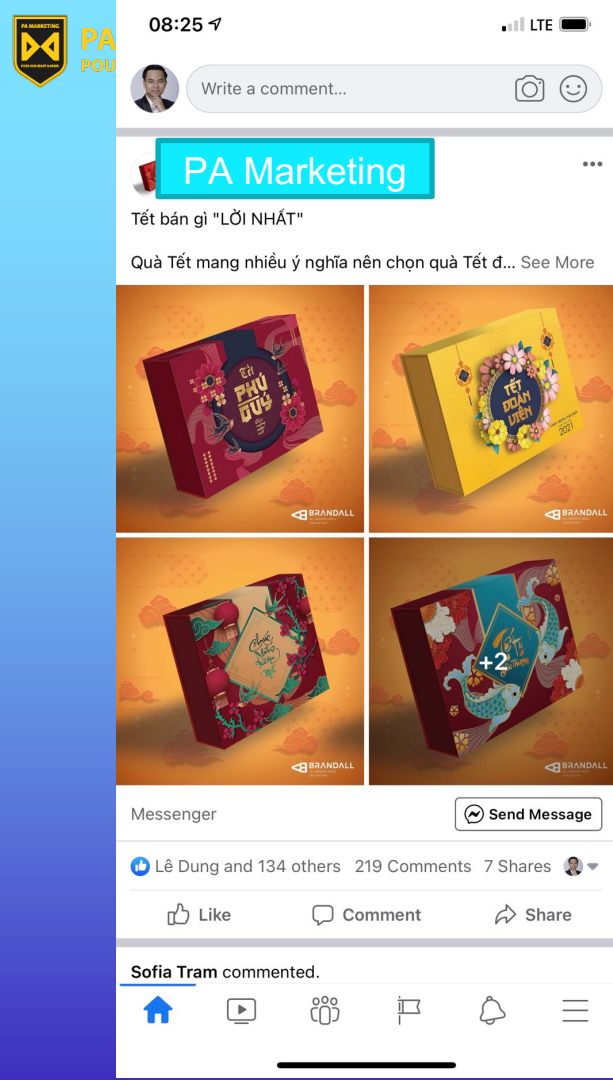
220K Views



hợp cho cả gia đình.
Miễn phí giao hàng toàn quốc, tặng thêm quà tặng với đầy đủ dụng cụ thớt đỡ và dao chuyên dụng .
HOTLINE: 079.535.1999



Cùng là bán đồ ăn bán dịp Tết, sao bánh chưng lại nhiều comment còn đùi heo muối Tây Ban Nha thì không?



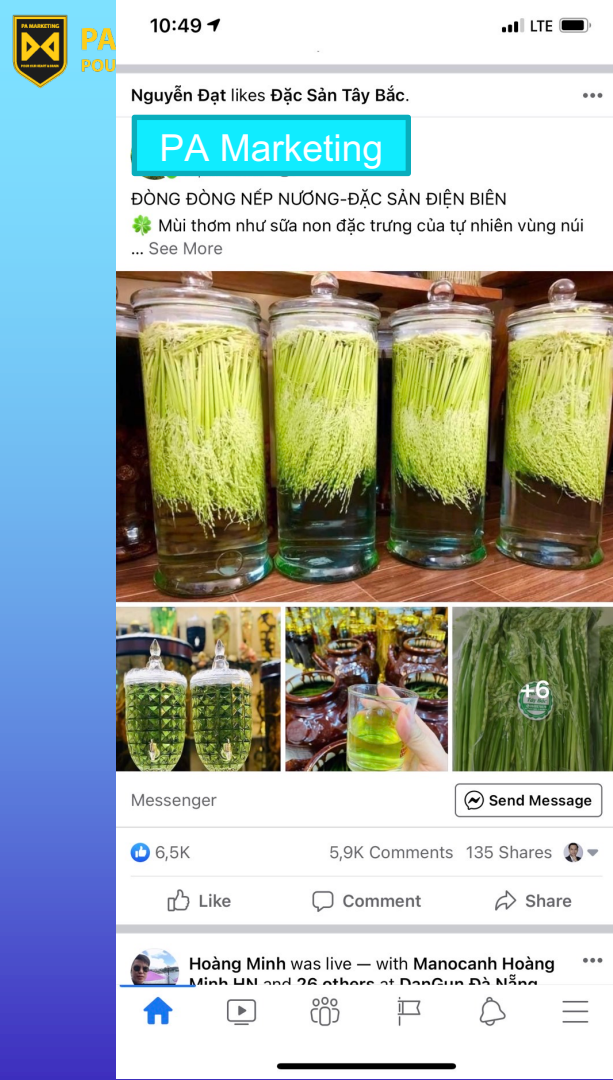
TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ VÍ DỤ

ƯU ĐIỂM

Bố cục hình ảnh rất đẹp
Màu sắc rất đẹp và bắt mắt
Thời điểm rất phù hợp
Tên fanpage cũng rất phù hợp
Đối tượng khách hàng rộng lớn, đa dạng

NHƯỢC ĐIỂM

Không rõ tỷ lệ chốt đơn là bao nhiêu vì không có thông tin.



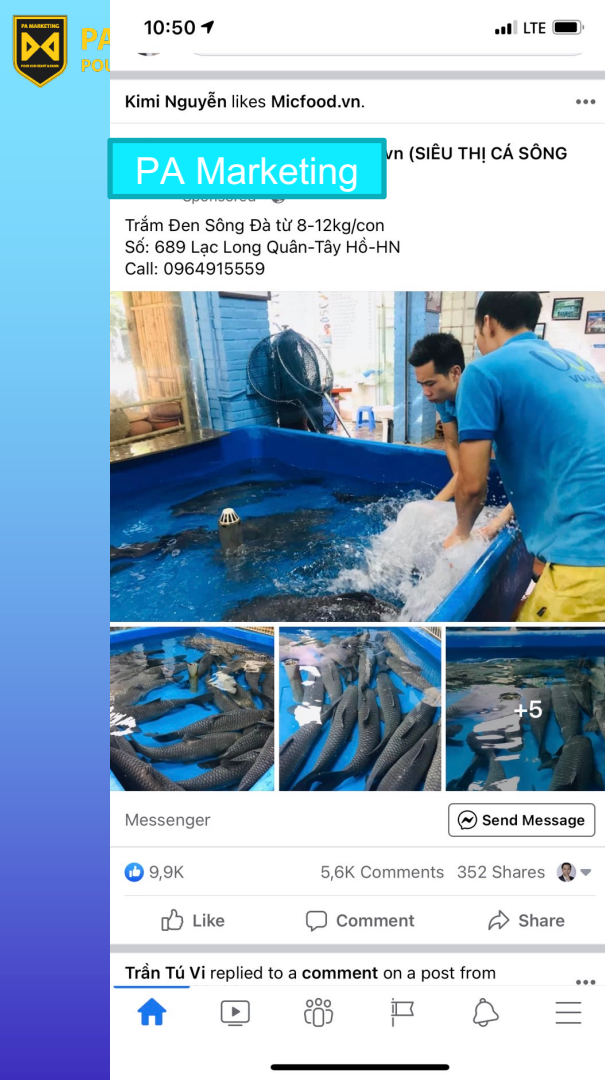
TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ VÍ DỤ

ƯU ĐIỂM

Sản phẩm mới lạ
 Hình ảnh chân thực
 Sản phẩm được nhiều người quan tâm và “tin dùng”, đối tượng mua hàng rất rộng
 Tên Fanpage rất hay và hợp lý
 Chạy ngân sách lớn
 Sản phẩm rượu chạy được quảng cáo là rất ngon lành
 Biên độ lợi nhuận đủ tốt

NHƯỢC ĐIỂM

Không rõ tỷ lệ chốt đơn là bao nhiêu vì không có thông tin.



TỐI ƯU QUẢNG CÁO/ VÍ DỤ

ƯU ĐIỂM

Hình ảnh chân thực
Sản phẩm được nhiều
người quan tâm và “tin
dùng”, đối tượng mua
hàng rất rộng
Thông điệp quảng cáo
đơn giản, ngắn gọn
Chạy ngân sách lớn
Sản phẩm có thể tái mua
lâu dài

NHƯỢC ĐIỂM

Không rõ tỷ lệ
chốt đơn là bao
nhiêu vì không có
thông tin.



**XIN TRÂN TRỌNG CẢM ƠN
ANH/CHỊ HỌC VIÊN!
XIN VUI LÒNG ĐẶT CÂU HỎI?**

PA Marketing

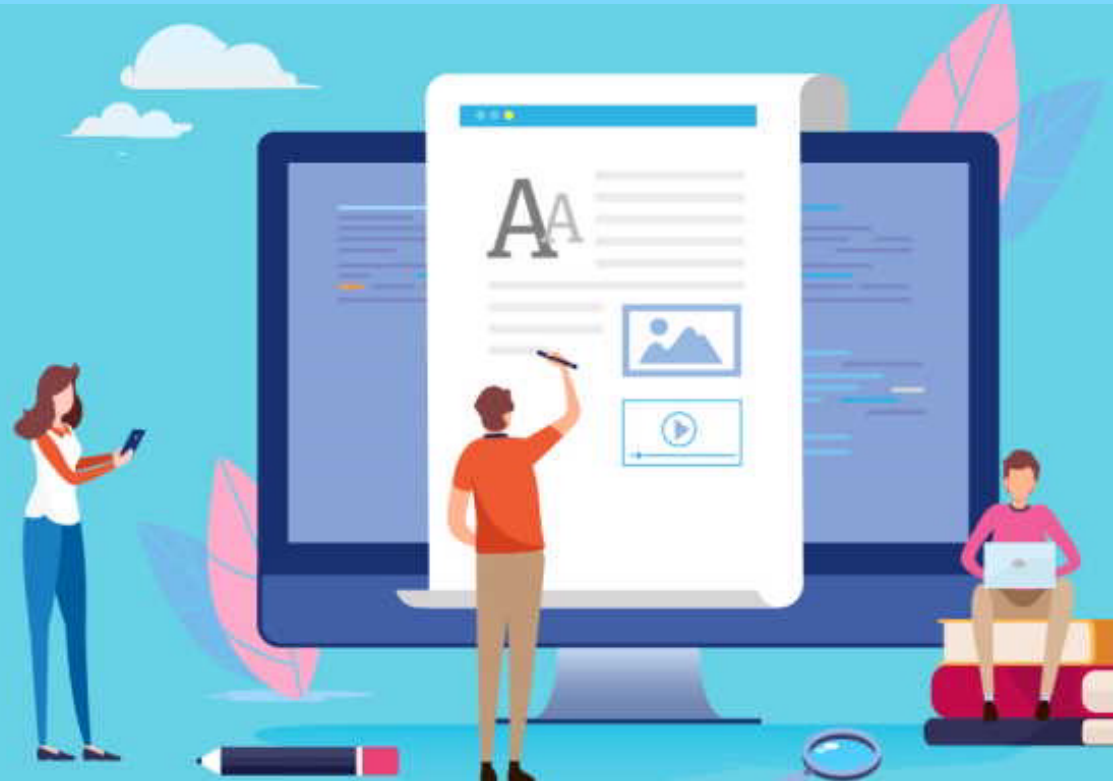


Phần tiếp theo... VIẾT NỘI DUNG QUẢNG CÁO

PA Marketing



KỸ THUẬT VIẾT QUẢNG CÁO 16 BƯỚC THEO CHUẨN TÂM LÝ HỌC HÀNH VI





16 bước viết quảng cáo, hoặc làm trang đích theo chuẩn PA MARKETING

Bước 1: Đưa ra
vấn đề của
khách hàng

Bước 2: Đưa ra
giải pháp để giải
quyết vấn đề đó

Bước 3: Đề cập
đến SP/DV của
mình

Bước 4: Lợi ích
Khách hàng sẽ
nhận được ngay

Vấn đề của khách hàng là gì?
Nỗi đau/ Sự sung sướng của khách hàng là gì?
Lỗi hỏng của thị trường/ ngành hàng là là gì?
Liệt kê ra những vấn đề của khách hàng dưới dạng câu hỏi hoặc câu chuyện hoặc các thông số

Đưa ra giải pháp để giải quyết vấn đề đó
Chính là giải pháp có trong sp/dv mà bạn cung cấp

SP/DV cụ thể của bạn là gì, hãy liệt kê, lượng hóa các đặc tính, đặc điểm, lợi ích, quy cách đóng gói... Cụ thể và chi tiết SP/DV của bạn cung cấp



16 bước viết quảng cáo, hoặc làm trang đích theo chuẩn PA MARKETING

Bước 5: Lợi ích
của SP/DV trong
tương lai

Bước 6: Quà
tặng/ KM cho
Khách Hàng

Bước 7:
Giá bán hiện tại
(Giá niêm yết)

Bước 8: Nêu lý
do tại sao rẻ; tại
sao có ưu đãi; sự
khác biệt của
SP/DV

Liệt kê, trình bày những lợi ích, giá trị trong ngắn hạn và trong dài hạn mà sp/dv của bạn cung cấp cho khách hàng. Hãy lượng hóa những giá trị này cho khách hàng bằng các con số cụ thể, minh chứng cụ thể.

Khách hàng quan tâm đến giá cả, khuyến mại, lợi ích, giá trị, tính năng, thiết kế, công nghệ, bao bì, bao gói, đóng gói, hiệu suất công việc, khả năng tương thích, sự thuận tiện... của sp/dv.

Hãy dành cho khách hàng các chương trình Khuyến mại, quà tặng (Xem thêm phần hướng dẫn tạo chương trình khuyến mại by Phan Anh)



16 bước viết quảng cáo, hoặc làm trang đích theo chuẩn PA MARKETING

Bước 5: Lợi ích
của SP/DV trong
tương lai

Bước 6: Quà
tặng/ KM cho
Khách Hàng

Bước 7:
Giá bán hiện tại
(Giá niêm yết)

Bước 8: Nêu lý
do tại sao rẻ; tại
sao có ưu đãi; sự
khác biệt của
SP/DV

Giá bán: Gồm nhiều bước giá, Giá Niêm yết → Giá Khuyến mại → Giá bán ngay. Thậm chí còn phải có chương trình Phễu/ Chim mồi, Đường dẫn...

Trình bày những lý do “rất ư là hợp lý” cho khách hàng vì sao sp/dv của bạn tốt hơn, rẻ hơn, đẹp hơn, bền hơn, giá trị hơn, an toàn hơn, uy tín hơn, khác biệt hơn, thông minh hơn, thuận tiện hơn... Cho khách hàng đánh giá và cảm nhận, so sánh



16 bước viết quảng cáo, hoặc làm trang đích theo chuẩn PA MARKETING

Bước 9: Giá ưu đãi là bao nhiêu

Bước 10: Giới hạn ưu đãi: điều kiện, thời gian...

Bước 11: Loại trừ rủi ro cho Khách Hàng (điều kiện bảo hành, hoàn tiền, cam kết...)

Bước 12:
So sánh trước-sau

Bước 10: Đưa ra các điều kiện và các giới hạn để K.H có thể được nhận ưu đãi này của bạn.

Bước 11: Liệt kê các rủi ro của K.H trong ngành của bạn có thể gặp phải. Sau đó thì tung ra chương trình, cam kết bán hàng cụ thể để có thể loại trừ toàn bộ hoặc một phần rủi ro mua hàng của khách hàng.

Bước 12: Đưa ra các minh chứng hình ảnh, video, chứng nhận... Thật sự tự nhiên, thật 100% để so sánh hiệu quả sử dụng sản phẩm/dv của bạn



16 bước viết quảng cáo, hoặc làm trang đích theo chuẩn PA MARKETING

Bước 13: Đóng gói
– combo SP/DV
(Gia tăng giá trị
đơn hàng)

Bước 14:
Minh chứng,
khẳng định uy tín
chất lượng

Bước 15: Giá Đặc
Biệt (chốt đơn)

Bước 16: CTA –
Call To Action
(Kêu gọi hành
động)

BƯỚC 13: Hãy tạo thêm các combo bán hàng để tăng giá trị đơn hàng và giảm chi phí, tăng sức mua của khách hàng.

Bước 14: Hãy dùng khách hàng, người nổi tiếng, người uy tín, bên thứ ba uy tín nói về sp/dv của bạn bằng video hoặc hình ảnh

Bước 15: Đây là mức giá cuối cùng mà bạn sẽ bán

Bước 16: hãy đưa ra một lời kêu gọi mua hàng/ hành động cụ thể nào đó thật tự nhiên, hấp dẫn và hợp lý cho khách hàng để họ ‘tự mua, được mua’



NỘI DUNG QUẢNG CÁO, NỘI DUNG BÁN HÀNG CẦN PHẢI CÓ...

Có tính giá trị, thông
tin hữu ích

Kèm theo cảm xúc
mạnh/ cực mạnh

**SÁNG TẠO
NỘI DUNG**

Có độ dài phù hợp và có
khả năng tổng hợp nội
dung

Có tính chủ động, tích
cực được lan truyền



Tạo dựng và xác định USP SP/DV của bạn?

USP là gì?
Quy trình tạo
USP sản phẩm
và tạo sức hút
cho khách hàng?

U N I Q U E
S E L L I N G
P O I N T S

How to differentiate



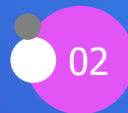


Tạo dựng và xác định USP SP/DV của bạn?



01

Khác biệt hóa dịch vụ



02

Khác biệt hóa sản phẩm



03

Khác biệt hóa cách bán hàng, phương thức giao hàng



Khác biệt hóa cam kết bán hàng



05

Khác biệt hóa về dịch vụ hỗ trợ



06

Khác biệt hóa về dịch vụ hậu mãi



07

Khác biệt hóa về giá

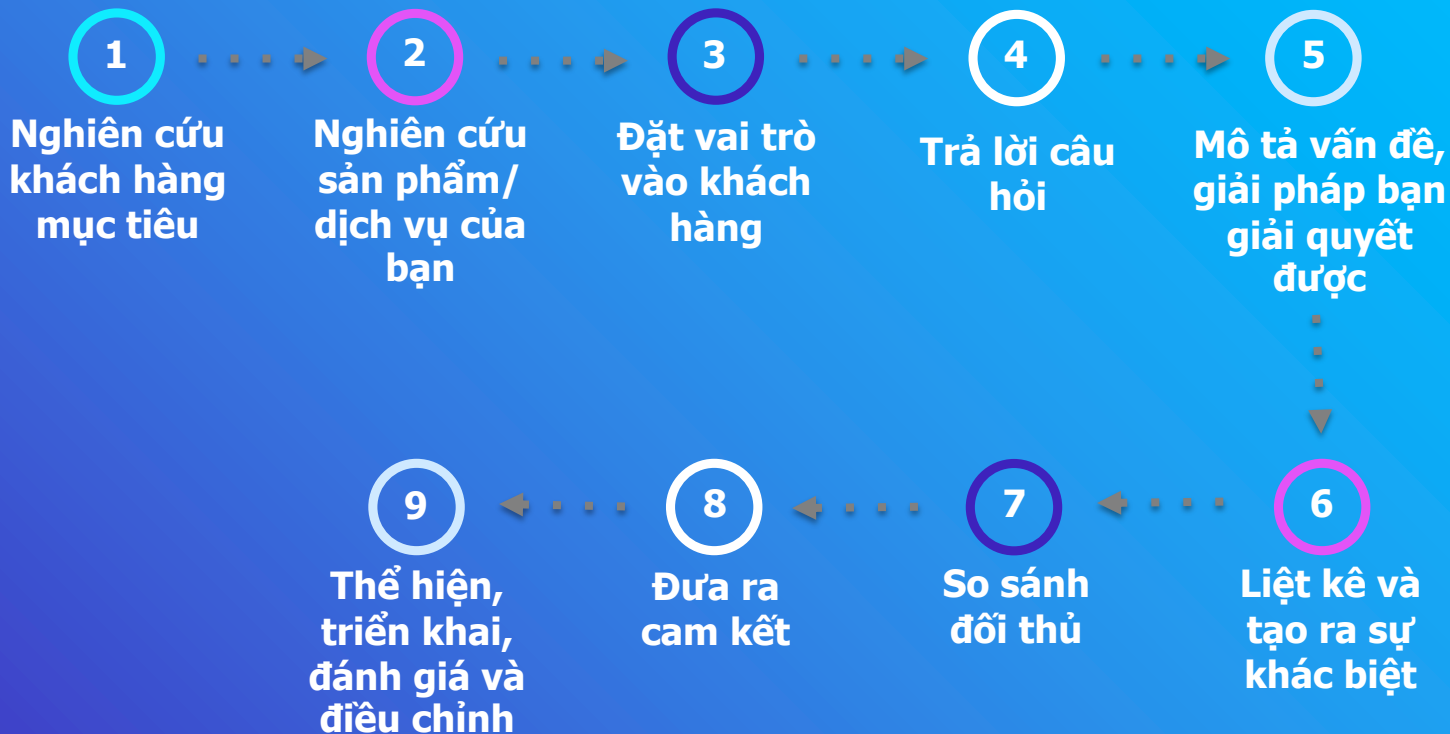


08

Xác định USP



Tạo dựng và xác định USP SP/DV của bạn?





Kỹ thuật giật tít (tiêu đề) khi viết bài đăng, bài quảng cáo, bài viết trên website, fanpage, FB cá nhân...



Các kỹ thuật viết tiêu đề hay, hấp dẫn, cuốn hút người đọc



CÁC KỸ THUẬT GIẬT TÍT/ TIÊU ĐỀ

Làm sao để nổi bật?
Làm sao để thuyết phục?
Làm sao để thu hút?
Làm sao đánh vào cảm xúc?
Làm sao để bán được hàng?





CÁC KỸ THUẬT GIẬT TÍT/ TIÊU ĐỀ (1)

- Đặt các con số, số liệu thống kê vào tiêu đề
- Hướng vào nhóm đối tượng với mục đích cụ thể
- Thêm yếu tố tiền bạc và thời gian
- Có sự liên quan đến người nổi tiếng (celeb)
- Viết tiêu đề dưới dạng câu hỏi
- Tít mang tính chất cảnh báo
- Sử dụng các thuật ngữ mới lạ trong tiêu đề
- Tiêu đề mang tính bí mật



CÁC KỸ THUẬT GIẬT TÍT/ TIÊU ĐỀ (2)

- Cường điệu hóa
- Sử dụng phép so sánh trong tiêu đề
- Tiêu đề khuyến mãi, giảm giá
- Trải nghiệm của bản thân
- Tiêu đề giới hạn độ tuổi, giới tính
- Kích thích bằng các từ ngữ nhạy cảm, gây tò mò
- Báo cáo từ các nguồn tin cậy
- Tiêu đề dạng đúc kết, tổng quan lại vấn đề



CÁC KỸ THUẬT GIẬT TÍT/ TIÊU ĐỀ (3)

- Tạo ra sự bất ngờ liên tưởng cho người đọc
- Có yếu tố trường thuật trực tiếp
- Ăn theo các diễn biến và chủ đề hot
- Tạo ra sự tranh cãi của đám đông
- Sử dụng kỹ thuật che dấu
- Dùng các biện pháp ủng hộ đám đông
- Sử dụng các từ ngữ thúc giục trong tiêu đề
- Sử dụng những cách phát hiện



CÁC KỸ THUẬT GIẬT TÍT/ TIÊU ĐỀ (4)

- Tiêu đề chính là câu hỏi của người dùng
- Tiêu đề nên đánh vào cảm xúc
- Tiêu đề gây sự tò mò
- Tiêu đề chứa các dấu câu đặc biệt
- Tiêu đề đưa ra sự giới hạn (tăng tính thêm khát)
- Tiêu đề “vần vèo, đồng âm”
- Tiêu đề gây sốc
- Tiêu đề ngược đời
- Tiêu đề nêu rõ lợi ích
- Tiêu đề chân thật
- Tiêu đề sáng tạo – sáng tạo theo cách của bạn



PA MARKETING
POUR OUR HEARTY BNAI

CÁCH TUNG RA CÁC CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN MẠI HẤP DẪN





CÁCH TUNG RA CÁC CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN MẠI HẤP DẪN

95% Người tiêu dùng cuối cùng bị ảnh hưởng bởi chương trình Khuyến mại.
Quyết định mua hàng phụ thuộc vào chương trình khuyến mại!



PROMOTIONS



. TUYỆT CHIÊU KHUYẾN MẠI

- **Giảm giá (bộ 3 tuyệt chiêu)**
- **Giờ vàng- ngày vàng- tuần lễ vàng**
- **Kỹ thuật đặt giá lẻ**
- **Khuyến mại giảm giá “kép”**
- **Khuyến mại thông qua minigame**
- **Thẻ tích điểm (VIP/ khách hàng trung thành)**
- **Làm tròn giá**
- **Cửa hàng Outlet**



. TUYỆT CHIÊU KHUYẾN MẠI

- Dịch vụ tư vấn miễn phí
- Nguyên tắc 80-20
- Cải tiến sản phẩm và mẫu mã SP nhưng vẫn giữ nguyên mức giá bán
- Khuyến mại WIN - WIN
- Dịch vụ cao cấp cho các SP/ DV thông thường
- Khuyến mại mua theo nhóm
- Chiến lược cá nhân hóa khách hàng
- Sản phẩm đường dẫn
- Khuyến mại kèm theo hoạt động từ thiện



Phần tiếp theo... CHÍNH SÁCH FACEBOOK 2021

PA Marketing



CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

Xem chi tiết

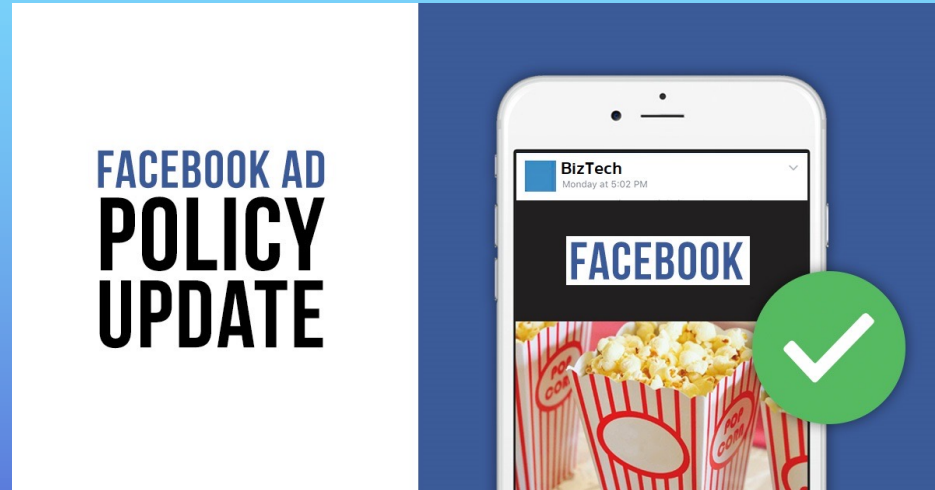
CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐANG GẶP PHẢI

- Tình trạng “Vô hiệu hóa” tài khoản quảng cáo diễn ra rất phổ biến
- Tình trạng “Bị hạn chế” tài khoản quảng cáo cũng diễn ra rất thường xuyên
- Việc Kháng cáo (Report) để liên hệ với Facebook Support mở lại cũng không đem lại kết quả như mong muốn
- Tình trạng Xác minh tài khoản quảng cáo doanh nghiệp (BM), xác minh danh tính tài khoản cá nhân diễn ra phổ biến và là bắt buộc
- Ảnh hưởng lớn đến cách thức làm quảng cáo và hiệu quả kinh doanh

CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

- Ảnh hưởng lớn đến cách thức làm quảng cáo và hiệu quả kinh doanh
- Tình trạng chạy bùng, chạy lậu, chạy không trả tiền tại Việt Nam vẫn tiếp diễn rất phổ biến
- Tình trạng mua tài khoản ảo, tài khoản via để làm tài khoản quảng cáo đang bùng nổ
- Tình trạng bị xóa Fanpage, vô hiệu hóa Fanpage do vi phạm chính sách quảng cáo, vi phạm chính sách bản quyền, thương hiệu... cũng khá phổ biến.



CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

MỘT SỐ NGUY CƠ THƯỜNG GẶP Ở CÁC NHÀ QUẢNG CÁO

- Làm tài khoản Facebook cá nhân mới bị xóa, vô hiệu hóa, xác minh danh tính ngay
- Tạo được tài khoản quảng cáo thì sau đó tiến hành chiến dịch quảng cáo bị vô hiệu hóa ngay
- Tạo tài khoản doanh nghiệp thì phải xác minh doanh nghiệp
- Quảng cáo không phê duyệt hoặc không ổn định
- Tình trạng đó diễn ra trên nhiều quốc gia, vì có nhiều học viên, khách hàng của Phan Anh tại quốc gia khác (Nhật, Hàn, Đài Loan, Mỹ cũng gặp phải vấn đề tương tự)



CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH



ĐIỀU QUAN TRỌNG LÀ BẠN PHẢI CẬP NHẬT CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO MỚI NHẤT, ĐÚNG ĐẮN NHẤT LÀM THEO NHỮNG CHỈ DẪN CHÍNH XÁC VÀ CẬP NHẬT CỦA FACEBOOK SẼ GIẢM ĐƯỢC NHIỀU RẮC RỐI HOẶC NHỮNG VẤN ĐỀ ĐANG GẶP PHẢI SẼ ỔN ĐỊNH HƠN

CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

1. Mỗi một cá nhân chỉ được sử dụng 01 tài khoản Facebook cá nhân, 1 tài khoản quảng cáo cá nhân và phải được xác thực bởi Facebook.

- Xác thực bằng các giấy tờ pháp lý hợp pháp là CMTND hoặc GPLX, Hộ chiếu), xác thực doanh nghiệp bằng mã số thuế kinh doanh (Công ty hoặc hộ kinh doanh cá thể)

Vậy xác minh doanh nghiệp cần những giấy tờ gì?

Bạn cần chụp ảnh một trong số giấy tờ này và gửi cho Facebook để xác minh theo yêu cầu của Facebook

- Giấy ĐKKD của doanh nghiệp nếu có, đây là tài liệu quan trọng nhất để xác minh.

- Chứng nhận thành lập công ty/ doanh nghiệp của bạn

- Hóa đơn VAT, hóa đơn thuế, hóa đơn Internet nếu có

+ Nhập thông tin doanh nghiệp

Tên doanh nghiệp

Địa chỉ

Số điện thoại

Website



The screenshot shows the Facebook Business Verification interface. At the top, it says '2. Xác minh tên pháp lý của doanh nghiệp' (Verify the legal name of the business). Below this, it instructs the user to upload a document that matches the business name. The 'Tên hợp pháp' (Legal name) is listed as 'Công Ty TNHH Thương Mại Và Ẩm Thực Hải Yến'. A link is provided to view the accepted documents: 'Các tài liệu chứng minh tên pháp lý được chấp nhận bao gồm: Xem thêm ví dụ'. The accepted documents are: 'Giấy phép kinh doanh', 'Giấy chứng nhận thành lập công ty', and 'Giấy chứng nhận đăng ký thuế hoặc VAT'. There is a language dropdown set to 'Tiếng Việt'. A large dashed box contains the text 'Kéo và thả nhiều tệp tại đây' (Drag and drop multiple files here) and 'Bạn cũng có thể tải lên từ thư mục của bạn' (You can also upload from your folder). Below this, two image thumbnails are shown: 'NHHY1.jpg' and 'NHHY1.jpg'. At the bottom, there is a blue 'Tiếp' (Next) button.



CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

2. Mỗi một cá nhân chỉ được sở hữu một tài khoản Doanh nghiệp (BM. Không bắt buộc xác minh doanh nghiệp, nhưng nếu Facebook yêu cầu thì bạn cần xác minh, hoặc chủ động xác minh trước cũng được.

Tài khoản quảng cáo sẽ bị hạn chế số lượng, hạn chế phương thức thanh toán được gắn vào (Thẻ Visa, Master, Momo), ưu tiên thẻ Visa/ Master Credit

3. Mỗi TKQC chỉ được phép chạy và phân phối cho 1 Fanpage, 1 ngành hàng đã đăng ký, tuyệt đối không được có nhiều hơn 1 ngành hàng dịch vụ kinh doanh theo khai báo lúc tạo tài khoản ban đầu.

Nếu không dùng nữa phải "vô hiệu hoá" tài khoản đó tạo tài khoản mới khai báo lại từ đầu.

Cho dù tài khoản cũ có mức ngưỡng rất tốt thì cũng không đồng nghĩa với việc sẽ được chạy ngành hàng khác trên đó, có thể bạn setup vẫn được, nhưng khi bị quét thì vẫn bị vô hiệu hóa như thường.

CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

4. Tất cả các tài khoản quảng cáo đã được chi tiêu đến một mức nhất định sẽ phải xác minh doanh nghiệp, nếu đã xác minh doanh nghiệp nhưng lại chạy cho nhiều Fanpage mới/cũ nhưng lại không cung cấp ngành hàng như trong giấy phép kinh doanh, không cùng tên thì sớm muộn cũng sẽ bị khoá.

Giấy phép kinh doanh doanh nghiệp, hoặc hộ kinh doanh cá thể sẽ rất quan trọng đối với Nhà quảng cáo

SỞ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ
THÀNH PHỐ CẦN THƠ
PHÒNG ĐĂNG KÝ KINH DOANH

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

GIẤY CHỨNG NHẬN ĐĂNG KÝ HOẠT ĐỘNG
CHI NHÁNH
Mã số chi nhánh: 1800155244-006
Đăng ký lần đầu, ngày 03 tháng 06 năm 2019

1. Tên chi nhánh:
CHI NHÁNH CẤP NƯỚC HUNG PHÚ - CÔNG TY CỔ PHẦN CẤP THOÁT NƯỚC CẦN THƠ
Tên chi nhánh viết bằng tiếng nước ngoài:
Tên chi nhánh viết tắt:

2. Địa chỉ:
5242 Bùi Quang Trừng, KDC Phú An, Phường Phú Thứ, Quận Cái Răng, Thành phố Cần Thơ, Việt Nam
Điện thoại:
Email:
Fax:
Website:

3. Thông tin về người đứng đầu
Họ và tên: PHẠM THANH VŨ
Giới tính: Nam
Sinh ngày: 21/01/1978 Dân tộc: Kinh Quốc tịch: Việt Nam
Loại giấy tờ chứng thực cá nhân: Chứng minh nhân dân
Số giấy chứng thực cá nhân: 361897780
Ngày cấp: 14/02/2014 Nơi cấp: CA Cần Thơ
Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú: 687 Tầm Yu, Phường Hưng Lợi, Quận Ninh Kiều, Thành phố Cần Thơ, Việt Nam
Chỗ ở hiện tại: 687 Tầm Yu, Phường Hưng Lợi, Quận Ninh Kiều, Thành phố Cần Thơ, Việt Nam

4. Hoạt động theo ủy quyền của doanh nghiệp
Tên doanh nghiệp: CÔNG TY CỔ PHẦN CẤP THOÁT NƯỚC CẦN THƠ
Mã số doanh nghiệp: 1800155244
Địa chỉ trụ sở chính: 2A, Nguyễn Trãi, Phường An Hội, Quận Ninh Kiều, Thành phố Cần Thơ, Việt Nam

TRƯỞNG PHÒNG
Phạm Thanh Vũ
Nguyễn Văn Phước

CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

5. Tất cả các ngành hàng, sản phẩm dịch vụ như:

"Tín dụng - Nhà ở - Việc làm - Bầu cử, chính trị"

Khi lên chiến dịch quảng cáo sẽ "bắt buộc" phải bật tính năng "Hạng mục quảng cáo đặc biệt"

Khi đó nhà quảng cáo sẽ tuyệt đối không được phép target sâu (Tuổi, giới tính, sở thích, hành vi....), mà cần chạy rộng, kệ nó, không nhắm chọn gì cả thì sống.

Hạng mục quảng cáo đặc biệt

Theo yêu cầu, bạn phải tuyên bố xem quảng cáo của mình có liên quan đến vấn đề xã hội, bầu cử hoặc chính trị hay không. [Tìm hiểu thêm](#)

Bật ☒

Link chính sách về Hạng mục quảng cáo đặc biệt:

<https://www.facebook.com/business/help/2220749868045706>

CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

6. Các tài khoản quảng cáo để quá lâu không sử dụng cũng sẽ bị vô hiệu hoá. Trong vòng 03 tháng, bạn nên có hoạt động quảng cáo với tài khoản quảng cáo của bạn để giữ cho tkqc được hoạt động

Account Quality

Track the status of ads that aren't running because they don't comply with our [Advertising Policies](#). You can see which ads within a campaign are affected and request reviews of multiple ads at once if you think that they have been incorrectly rejected.

Available for another review ⓘ 14	In review ⓘ 0	Reversed ⓘ 0	Unreviewed ⓘ 0
---	-------------------------	------------------------	--------------------------

[Request Review](#)

☐ Name	Number of ads	Policy violation	Scheduled to
☒ > 30 day challenge	6 ads rejected	Non-functional landing page	Since 7 Mar
☒ > test ad feb 19	2 ads rejected	Non-functional landing page	21 Feb 2019
☐ > 30 Day video views	1 ad rejected	Non-functional landing page	16 Apr 2019

CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

7. Vi phạm chính sách quảng cáo của Facebook quá nhiều lần, bị đánh giá chất lượng tài khoản không tốt thì sẽ bị khóa tài khoản rất nhanh. Không cần biết là vi phạm cái gì, chỉ cần đó là vi phạm dù nhầm lẫn hay không thì cũng có khả năng khóa tài khoản quảng cáo.

Cần đọc kỹ các chính sách quảng cáo của Facebook liên quan đến sản phẩm, dịch vụ, ngôn từ, hình ảnh được sử dụng và không được sử dụng



CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

8. Các bài viết trên quảng cáo hiện tại phải hạn chế sử dụng icon, symbols, untext, #hashtag.

Không được lách luật bằng icon, symbol, untext hoặc dạng “viết sai chính tả” (LV = eo vì, G.i.á bá.n)

Nếu không tuân thủ → dễ bị khóa tài khoản, xóa page, vi phạm chính sách...

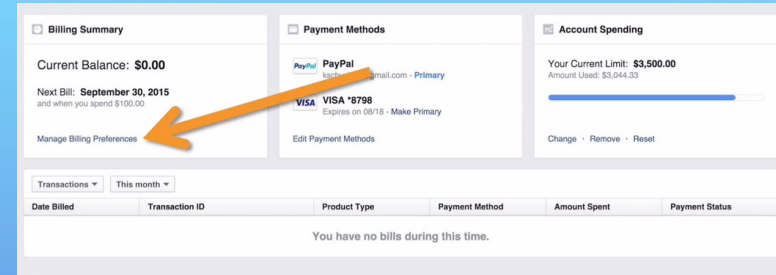
→ Phải làm gì? Viết bình thường thôi, không dùng thêm biểu tượng gì cả, không viết tắt, không lách luật.



Lưu ý là FB còn kiểm duyệt nội dung trong video và link/ url/ landingpage

CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

9. Các tài khoản có lịch sử thanh toán không rõ ràng, có yếu tố gian lận hoặc chậm thanh toán: ví dụ như có nhiều phương thức thanh toán khác nhau, không xác minh được phương thức thanh toán, dùng những loại hình thanh toán vi phạm pháp luật, gian lận (invoice, via, bùng ngưỡng thanh toán, nợ ngưỡng rất nhiều...) cũng có nguy cơ bị vô hiệu hóa/ giới hạn và bị vạ lây sang tất cả các tài khoản quảng cáo khác, fanpage có liên quan.



Nên thanh toán đều và sử dụng tiền thật
Nên thường xuyên duy trì mối quan hệ
với đội ngũ hỗ trợ của Facebook
Nên chạy quảng cáo thường xuyên

CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH



10. Tài khoản quảng cáo cá nhân, tài khoản quảng cáo BM liên kết với quá nhiều tài khoản quảng cáo bị hạn chế, vi phạm chính sách, hoặc chung hệ thống sẽ đều bị ảnh hưởng chung



CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

Những điều mà bạn cần chủ động

1. Không nên mua tài khoản Via (mà nên nhờ người thân, người quen, bố mẹ, tài khoản nuôi tay), tài khoản quảng cáo cá nhân, tài khoản quảng cáo doanh nghiệp (BM), tài khoản quảng cáo được rao bán trên mạng (không hiệu quả, hoặc bị lừa tiền nhiều).
2. Luôn có quản trị viên dự phòng trong tài khoản quảng cáo để nếu tài khoản quảng cáo cá nhân có bị khoá thì vẫn còn quản trị viên dự phòng tiếp tục công việc cho bạn
3. Luôn phải thực hiện đầy đủ các yêu cầu cần có khi tạo 1 TK BM để làm việc (Xác minh doanh nghiệp trước khi bị yêu cầu, xác thực 2 bước, website, fanpage....). Xem thêm slide hướng dẫn Xác minh doanh nghiệp của Phan Anh hướng dẫn.

CHÍNH SÁCH QUẢNG CÁO, TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK 2021 BY PHAN ANH

5. Không liên kết với các BM, tài khoản quảng cáo bị gắn cò, vô hiệu hoá. Nếu có, thì tìm cách đẩy ra, xóa bỏ.
6. Fanpage thì sử dụng nội dung có bản quyền, không sao chép nội dung, video, hình ảnh. Không nên mua likes, hack likes, thả comment tự động, thả mắt xem theo những cách không chính thống... Nên làm tự nhiên, sạch sẽ và không vi phạm chính sách. Chỉ nên cầm trong tay những Fanpage uy tín và của doanh nghiệp, đã được xác minh, có ngành hàng đúng với đăng ký kinh doanh.
7. Nên lời khuyên chân thành dành cho những ai đang quảng cáo kinh doanh trên Facebook hãy đọc chính sách, quy định liên tục để cập nhật các quy định mới để hiểu và hạn chế nhất những khó khăn gặp phải. Hãy Đọc chính sách và tham gia học chương trình Facebook Blueprint của Facebook
8. Liên hệ với thầy Phan Anh & PA Marketing để tham gia học tập các khóa học và được tư vấn chi tiết hơn.



PA MARKETING
POUR OUR HEART & BRAIN



PA MARKETING
POUR OUR HEART & BRAIN

DIGITAL MARKETING CHUYÊN NGHIỆP

KINH DOANH ONLINE CHUYÊN NGHIỆP

TƯ VẤN VÀ ĐÀO TẠO 1-1

0906 950333

fb.com/pamarketing

http://pamarketing.vn

phananonline@gmail.com



XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN

BÁN HÀNG BẰNG LIVESTREAM

CHIẾN LƯỢC KINH DOANH & MARKETING

Website PA Marketing



XEM TOÀN BỘ BÀI GIẢNG NỘI DUNG NÀY
CHI TIẾT HƠN BẰNG VIDEO
TẠI KÊNH YOUTUBE PAMARKETING
www.youtube.com/pamarketing



Bài viết này xin được quảng cáo 1 phút nha
Phan Anh nhận dịch vụ
Tư vấn chiến lược;
Đào tạo thực chiến (1 thầy 1 trò, Lớp học trực tuyến qua
Zoom, theo lớp, theo yêu cầu, tại doanh nghiệp);
Tối ưu chiến dịch; Chạy quảng cáo thuê;
Cho thuê tài khoản quảng cáo Facebook và những công cụ
online khác...



INFO/ CONTACT



ADDRESS Thuongmai University

PHONE 0989-623-888

WEB www.pamarketing.vn

EMAIL phananhonline@gmail.com

YOUTUBE youtube.com/pamarketing

FACEBOOK fb.com/phananhonline