

# FACEBOOK ADS

# 1. QUẢNG CÁO FACEBOOK

## ❖ Vị trí xuất hiện của quảng cáo Facebook

- **Bảng tin Facebook (news feed):** Quảng cáo xuất hiện sau 4 status của bạn của mình → thấy 1 QC Facebook
- **Cột bên phải trên Facebook:** Quảng cáo ở cột bên phải chỉ hiển thị với những người lướt xem Facebook trên máy tính.
- **Hộp thư Messenger**
- **Instagram**
- **Facebook Marketplace, Bảng tin Video ...**

## ❖ Các loại hình quảng cáo của Facebook

- **Click to web:** Tăng lượt truy cập vào trang đích (website, landing page)
- **Tăng Like:** Giúp fanpage tăng like
- **Tăng tương tác tới 1 bài Post** (1 bài viết: Text, ảnh, video)  
→ Sử dụng khá nhiều
- **Quảng cáo lượt xem Video:** Quảng cáo chuyên chạy cho Video
- **Quảng cáo Lead Ads:** Thu hút khách hàng điền form → Lấy được data khách hàng (làm trên Landing Page tốt hơn)
- **Quảng cáo Messengers (mở hộp thoại chat)**
- **Quảng cáo chuyển đổi:** Nhờ cơ chế máy học FB sẽ tối ưu hiển thị quảng cáo với những người có nhiều khả năng sẽ thực hiện hành động nhất (điền form, mua hàng, gọi điện...). Để làm được thì website của bạn cần gắn mã Facebook Pixel.

## 2. LƯU Ý TRƯỚC KHI CHẠY QUẢNG CÁO FACEBOOK

### ❖ Chuẩn bị trước khi chạy

- Thẻ Visa
- Tài khoản quảng cáo: Có 2 loại tài khoản quảng cáo: TK cá nhân, TK Business

### ❖ Cấu trúc tài khoản quảng cáo: Có 3 cấp quảng cáo

- **Chiến dịch:** Xác định mục tiêu của chiến dịch quảng cáo (chọn các loại hình quảng cáo)
- **Nhóm quảng cáo:** Một chiến dịch có nhiều nhóm quảng cáo (cần chia nhỏ để test hiệu quả quảng cáo: độ tuổi, giới tính, sở thích, hành vi...)
- **Mẫu quảng cáo:** Đó là các bài viết, website, fanpage chúng ta muốn quảng cáo

### ❖ Các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả quảng cáo

- Tiêu đề bài viết (headline)
- Subheadline bài viết: Nội dung 3,4 dòng đầu của bài viết
- Hình ảnh, video của bài viết → Thật ấn tượng

### ❖ Lưu ý khi sử dụng hình ảnh chạy QC Facebook

- Kích thước ảnh theo chuẩn
- Không sử dụng hình ảnh nhạy cảm
- Tỷ lệ chữ trên ảnh không nên quá 20% diện tích
- Sử dụng 1-2 font chữ → tránh phân tán sự tập trung vào thông điệp
- Không sử dụng những ảnh, biểu tượng thuộc bản quyền của đơn vị khác (đặc biệt là những ông lớn)
- Chèn mã số SP, giá sản phẩm (giá gốc, KM) nếu có

### 3. THỰC HÀNH CHẠY QUẢNG CÁO FACEBOOK

#### ❖ **Bước 1: Truy cập Fb.com/ads/manager**

#### ❖ **Bước 2: Tạo chiến dịch quảng cáo (chọn 1 mục tiêu)**

- Mức độ nhận biết: Số người tiếp cận (hiển thị QC cho nhiều người thuộc nhóm đối tượng mục tiêu nhất có thể)
- Cân nhắc: Lưu lượng truy cập vào trang web, landing page...
- Chuyển đổi: Lượt chuyển đổi (khuyến khích KH thực hiện các hành động chuyển đổi trên trang web)
- ❖ **Bước 3: Thiết lập nhóm quảng cáo**
- Thiết lập ngân sách (theo ngày hoặc trọn đời) → Nhập bao nhiêu FB sẽ tiêu hết cần đó
- Thiết lập thời gian (Có thể đặt ngày kết thúc hoặc chạy liên tục)
- Thiết lập đối tượng (Có thể tạo đối tượng tùy chỉnh)

➤ Thiết lập về vị trí chạy QC

→ Bang = tỉnh > Thành phố

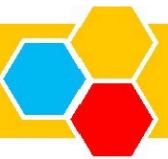
→ Nếu muốn bán kính nhỏ thì thả ghim trên bản đồ

➤ Nhắm mục tiêu chi tiết:

+ **Nhân khẩu học:** Những thông tin KH khai báo trên FB (tuổi, giới tính, tình trạng quan hệ, học vấn, công việc...)

+ **Sở thích:** Những thứ KH quan tâm, tương tác trên FB (bài viết, quảng cáo khác, fanpage, group: Giải trí, mua sắm, thể thao, ẩm thực, công nghệ...)

+ **Hành vi:** Những hành động KH tạo ra trên nền tảng của Facebook (Chủ của fanpage, Online Facebook bằng di động hay desktop, dùng Điện thoại Smartphone: iPhone, Samsung...)



### 3. THỰC HÀNH CHẠY QUẢNG CÁO FACEBOOK

#### ❖ **Bước 4: Thiết lập quảng cáo**

- Đặt tên: Quảng cáo
- Chọn Fanpage muốn quảng cáo
- Chọn bài viết để quảng cáo
- Chọn nút kêu gọi hành động: Gọi ngay, gửi tin nhắn, tìm hiểu thêm...
- Chọn mã theo dõi Pixel (nếu có)

#### ❖ **Bước 5: Xem lại nội dung, các thiết lập và đăng**

- Đợi phê duyệt của FB Ads

#### ❖ **Theo kinh nghiệm**

- Số gợi ý tiếp cận / 3 = Số tiếp cận kỳ vọng (không phải ai cũng online trong thời gian đó, nick ảo... → QC không tiếp cận được đúng như thế)
- Số KH tiềm năng phải đủ lớn so với ngân sách → QC mới có hiệu quả (ít quá không hiệu quả)
- Ước tính: 100K/1 ngày → Tiếp cận 3.000 người
- Nếu số tập tiếp cận nhỏ → Nên mở rộng tệp lớn hơn cho hiệu quả
- Không nên chọn quá nhiều điều kiện → Dẫn tới FB sàng lọc quá sâu → ít hiệu quả (Có thể bỏ lỡ các KH tiềm năng khác)
- Cần có tư duy trong việc thiết lập đối tượng

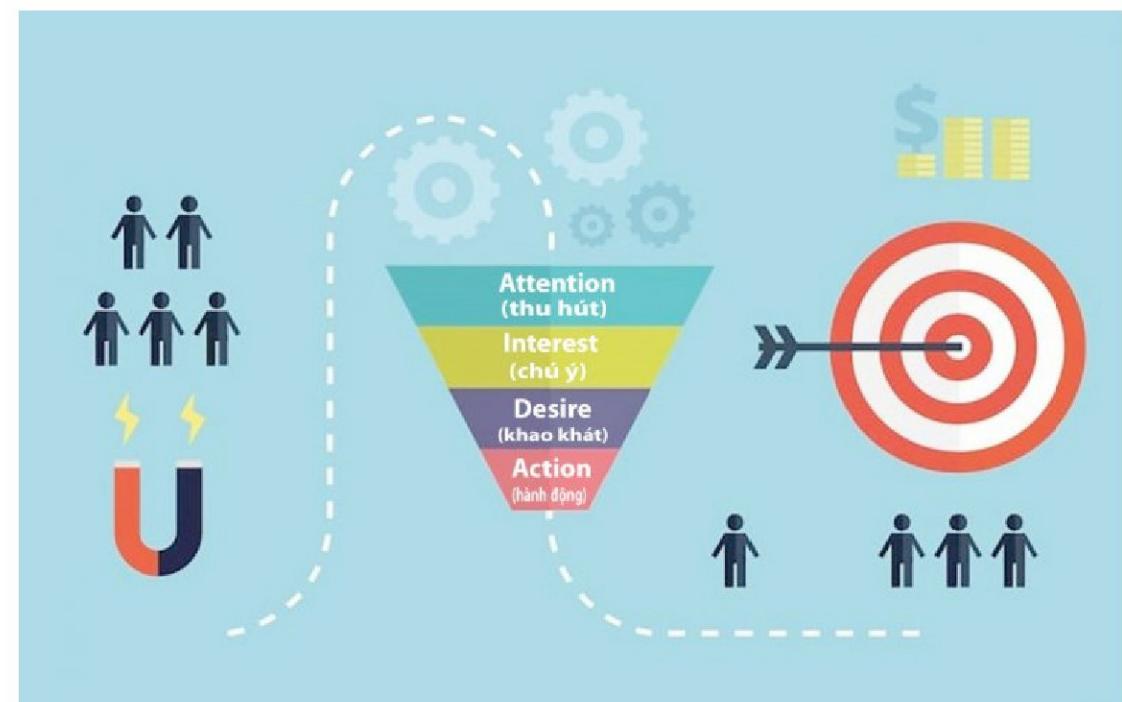
## 4. TIẾP THỊ LẠI TRÊN FACEBOOK

- ❖ **Tiếp thị lại trên Facebook:** Đây là hình thức chạy quảng cáo để tiếp thị lại với các khách hàng đã ghé thăm trang web của bạn. Tệp đối tượng sẽ được tạo ra từ nguồn truy cập website có gắn mã Pixel.
- **Ý tưởng:** Đăng bài có kèm link website → Chạy quảng cáo bài viết hướng mọi người truy cập vào website (LandingPage). Sau khi chạy QC mỗi khách hàng click vào website sẽ được FB thu thập UID → Từ đó bạn tạo ra tệp đối tượng tùy chỉnh.
- ❖ **Chạy quảng cáo Lookalike:** Đây là hình thức chạy quảng cáo mở rộng tệp khách hàng tiềm năng có hành vi tương tự như tập đối tượng tùy chỉnh (nên mở rộng tệp ở mức 1%-2%).
- ❖ **Chạy quảng cáo theo tệp số điện thoại:**
  - Cần có:
    - + Tài khoản quản cáo doanh nghiệp (BM) được FB kích hoạt cho phép chạy với tệp SĐT
    - + Có tệp số điện thoại
  - Tạo đối tượng tùy chỉnh: Tạo từ tệp số điện thoại
  - Thực hiện tạo QC và khi chọn đối tượng thì chọn tệp đối tượng tùy chỉnh đã sinh ra từ tệp SĐT

## 5. CÔNG THỨC VIẾT BÀI QUẢNG CÁO

- ❖ **Bố cục nội dung bài viết quảng cáo**
- **Thu hút:** Tạo ấn tượng bằng ảnh sản phẩm, tên sản phẩm
- **Chú ý:** Nêu rõ tính năng, giải thích kỹ về sản phẩm
- **Khao khát:** Nêu rõ những lợi ích, giá trị của SP, giải quyết những nỗi đau của khách hàng. Tăng niềm tin bằng việc giảm các lo ngại, đưa ra cam kết: dùng thử, các đánh giá của KH cũ, các chính sách hoàn trả... → Thúc đẩy cảm xúc KH mong muốn có được SP
- **Kêu gọi hành động:** Sử dụng chiến lược quà tặng, giảm giá, khuyến mại, tạo khan hiếm...
- Một số thông tin liên hệ: (Hotline/Zalo, Email, website, Facebook...)

MÔ HÌNH AIDA TRONG MARKETING



## 5. CÔNG THỨC VIẾT BÀI QUẢNG CÁO

### ❖ Cách viết

- **Bước 1:** Viết một title ấn tượng và lôi cuốn
- **Bước 2:** Một đoạn ngắn PR sản phẩm gây sức hút trước khi đi vào các lợi ích của sản phẩm.

- ✓ Giới thiệu sơ lược về sản phẩm
- ✓ Đưa ra lý do chương trình khuyến mãi hấp dẫn để thu hút khách hàng (nếu có)

### ➤ **Bước 3: Viết nội dung của quảng cáo**

Phần nội dung trọng tâm của bài viết cần có những yếu tố như sau:

- ✓ Thực trạng của khách hàng: Đưa ra vấn đề mà khách hàng gặp phải (khó đỡ, nỗi đau & hậu quả)
  - ✓ Giải pháp: Đưa ra giải pháp khắc phục vấn đề vừa nêu là sử dụng sản phẩm
  - ✓ Đưa ra cam kết: Các cam kết giúp gia tăng niềm tin của khách hàng
  - ✓ Chứng minh: Số lượng sản phẩm bán ra, Số lượng khách hàng, % khách hàng hài lòng
- **Bước 4: kêu gọi hành động**
- ✓ Tạo sự khan hiếm để hành động + Thông tin liên hệ

👉 Hỏi thật, bạn đã tự tin về da mặt mình rồi chứ???

❗SALE KHỦNG CHỈ HÔM NAY – 40% 🌟🌟

Chỉ còn 290K

Miễn Phí Ship Toàn Quốc

Tác dụng :

- ✓ Giữ độ ẩm da
- ✓ Làm sạch sâu thải độc do đi đường, do sử dụng nhiều mỹ phẩm khác 🌸
- ✓ Hết mụn đầu đen, mụn cám, ngăn mụn bọc
- ✓ Hút hết những bụi bẩn cũng như dầu thừa
- ✓ Se khít lỗ chân lông
- ✓ Dưỡng da trắng hồng và hết thâm

Thành phần chính của em này có phần vượt trội hay đặc biệt hơn những sản phẩm đình đám khác chính là sự kết hợp hoàn hảo của chiết xuất lô hội, trà xanh 🌵🌿, than hoạt tính, matcha và cà carbonated water có tác dụng rất tốt trong việc thải độc cho da và giúp tuần hoàn máu ❤️🌸

– Thanh toán khi nhận hàng. Bao kiểm tra code chuẩn hàng chính hãng .

ĐẶT HÀNG NGAY : Miễn Phí Ship Toàn Quốc

– Feedback ở trên tường của shop

– Hotline :

– Address : [REDACTED] Trần Nhân Tông –



## 5. HƯỚNG DẪN TẠO PIXEL CHO TÀI KHOẢN CÁ NHÂN

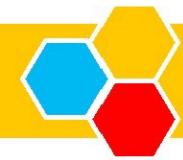
❖ **Bước 1:** Truy cập trình quản lý quảng cáo

- Fb.com/ads/manager

❖ **Bước 2:** Làm theo hướng dẫn trong Video

**Lưu ý:**

- Mỗi tài khoản cá nhân chỉ tạo được 1 Pixel, tài khoản BM tạo ra được nhiều Pixel
- Khi gắn Pixel cho trang web thì bạn có thể chạy QC với tập đối tượng đã truy cập website được thu thập bởi FB Pixel
- Với LadiPage bạn không cần gắn mã Scrip vào Page (chỉ cần gắn ID của Pixel)
- Cài thêm Addon trên chrome: Facebook Pixel Helper (kiểm tra hoạt động của mã PX)



NGUYENDINHANH.COM

#PAYITFORWARK

To be continued...

