Tác giả: Đào Hoàng Cường - Cố vấn: RichdadLoc

# QUẢNG CÁO facebook

## Cách tiếp cận 300,000 khách hàng trong 30 phút

onnet
Grow Your Internet Business

# MỤC LỤC

LỜI TỰA ..... 2
I. TỔNG QUAN VỀ FACEBOOK ..... 3
1. QUY MÔ THỊ TRƯỜNG ..... 3
2. VỊ TRÍ CỦA FACEBOOK MARKETING TRONG HỆ THỐNG MARKETING ONLINE 5
II. ĐỊNH HƯỚNG THIẾT LẬP FACEBOOK FANPAGE CHO DOANH NGHIỆP CỦA BẠN 8
BƯỚC 1: THIẾT LẬP TRANG FANPAGE RIÊNG CHO DOANH NGHIỆP: ..... 8
BƯỚC 2: XÁC ĐỊNH KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG CỦA FANPAGES ..... 10
BƯỚC 3: TẠO NỘI DUNG HẤP DẪN CHO FANPAGE ..... 10
BƯỚC 4: QUẢNG CÁO CHO FANPAGE CỦA BẠN. ..... 11
BƯỚC 5: ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ CŨNG NHƯ ĐIỀU CHỈNH KHI CẦN THIẾT ..... 12
III. HƯỚNG DẪN QUẢNG CÁO TĂNG LIKE CHO FANPAGE ..... 13
IV. HƯỚNG DẪN CHẠY QUẢNG CÁO BÀI VIẾT ..... 25
V. QUẢNG CÁO LINK WEBSITE ..... 33
VI. QUẢNG CÁO VIDEO TRÊN FACEBOOK ..... 39

# LỜI TỰA

Các bạn thân mến, các bạn đang đọc cuốn Ebook facebook marketing – Một phần trong trong tài liệu giảng dạy Facebook Marketing tại Công ty cổ phần ONNET, tài liệu này được người viết biên soạn dựa trên kinh nghiệm cá nhân, nhằm hỗ trợ tốt nhất cho các anh chị học viên, những người đang hàng ngày vật lộn với thương trường đầy rẫy khó khăn ngoài kia, những người đang trăn trở ngày đêm tìm hướng đi mới cho doanh nghiệp của mình, những người luôn đau đáu nỗi lo về doanh số hàng tháng, hàng quý, hàng năm của công ty mình. Hầu hết các anh chị học viên mới chỉ có kiến thức sơ khai về Facebook Marketing, có anh chị đã từng sử dụng facebook marketing nhưng chưa hiệu quả, có anh chị thậm chí đã từng bị lừa đảo bởi các đơn vị làm dịch vụ facebook kém uy tín.

Chính vì vậy, khi biên soạn cuốn sách này, người viết mong muốn gửi nó tới những anh chị đang có kiến thức hết sức cơ bản về Facebook, định hướng cũng như dẫn giải anh chị có những bước đi đúng, hợp lí để làm facebook. Cuốn sách sẽ đi chầm chậm cùng anh chị, từ những điều hết sức cơ bản như giới thiệu tổng quan Facebook giúp anh chị có cái nhìn tổng thể về thị trường; Giới thiệu cách làm tổng thể Facebook Marketing; Giới thiệu chi tiết các chạy quảng cáo bao gồm: Tăng like, click to website, quảng cáo bài viết bán hàng, cho tới đăng video một cách hiệu quả. Đi kèm với nó là những lưu ý, chú ý quý báu mà người viết đã phải đánh đổi rất nhiều thời gian, công sức, tiền bạc để có được, rất mong anh chị chú ý.

Nếu như anh chị đã là người làm Facebook Marketing chuyên nghiệp, lâu năm thì có lẽ cuốn sách này không hữu ích được cho anh chị nhiều. Hẹn gặp anh chị tại phần 2 của cuốn sách này, đang được viết lại để có thể cập nhật hơn với tình hình của Facebook vốn dĩ biến động liên tục từng ngày. Làm facebook mà như chơi chứng khoán vậy anh chị ạ…

Cuốn sách mới được hoàn thành, vì vậy rất khó tránh khỏi những sai sót nhất định, rất mong nhận được ý kiến phản hồi cũng như góp ý xây dựng của anh chị. Mọi thắc mắc xin vui lòng liên hệ hòm thư: hoangcuong@onnet.com.vn hoặc theo số điện thoại: 091.905.9899 – Đào Hoàng Cường.

Để hoàn thiện cuốn Ebook này tôi không thể không cảm ơn anh Richdad Lộc – Một người anh, một người thầy đã dìu dắt tôi từ những ngày đầu chập chững bước vào nghề, người luôn truyền cho tôi cảm hứng mỗi khi khó khăn. Bên cạnh đó là những người bạn trong đội ngũ ONNET TEAM, những người luôn sát cánh bên tôi trong bất cứ chương trình nào. Xin cảm ơn mọi người. Và cuối cùng chính là những người đọc, cảm ơn các bạn đã chịu khó bỏ thời gian quý báu của mình đề đọc cuốn ebook này. Cảm ơn các bạn rất nhiều!

**Đào Hoàng Cường**

**Chuyên gia đào tạo – Onnet JSC**

# I. TỔNG QUAN VỀ FACEBOOK

## 1. QUY MÔ THỊ TRƯỜNG

Để mở đầu, người viết xin được trích dẫn một câu nói rất ưa thích của mình về tầm quan trọng của việc sử dụng facebook trong kinh doanh:

> Với chúng tôi, [Facebook] giống như TV đối với các nhà tiếp thị vào những năm 1960. Giờ đây, Facebook là một phần thiết yếu trong công việc của chúng tôi.
>
> Ông Davide Grasso, Giám đốc tiếp thị, Nike

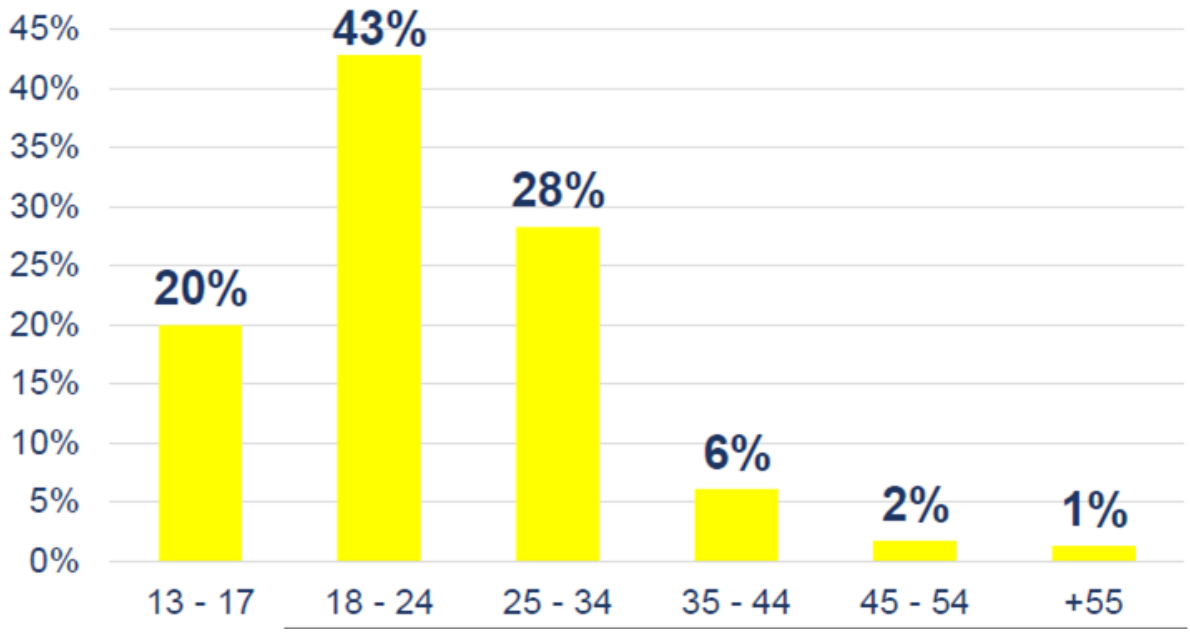
Đúng như những gì ông Davide Grasso đã nói, Facebook hiện giờ dường như đã len lỏi vào từng hơi thở, cuộc sống của mọi người, riêng tại việt nam, con số người dùng hiện tại theo cập nhật quảng cáo của Facebook đã lên tới **28,000,000 tài khoản**. Một con số khổng lồ!

Dẫu rằng có thể rất nhiều tài khoản ảo, nhưng con số ấy đã nói lên cho chúng ta về sự quy mô, to lớn và đầy tiềm năng của thị trường này. Sẽ thật đáng tiếc và đáng trách nếu như bạn không tham gia vào nó.

Hiện tại, lượng người dùng facebook chủ yếu rơi vào độ tuổi từ 13-35, quãng độ tuổi có sức tiêu thụ mạnh nhất của đời người. Theo đó:

- Độ tuổi 13-17 chiếm 20% lượng người dùng.
- Độ tuổi 18-24 chiếm 43% lượng người dùng.
- Độ tuổi 24-35 chiếm 28% lượng người dùng.
- Độ tuổi 35-44 chiếm 6 % lượng người dùng.

Để biết chi tiết, mời bạn tham khảo biểu đồ sau:




**Biểu đồ tổng quan về người dùng facebook tại Việt Nam.**

**(Nguồn: Internet)**

Nếu chúng ta để ý tới sở thích khách hàng cũng như ngành mình đang kinh doanh thì sẽ có những con số hết sức đáng lưu tâm như sau:

Dựa theo biểu đồ phân chia người dùng trên, ta thấy được lượng khách hàng tiềm năng ở các ngành là không hề nhỏ, nếu không muốn nói là cực kì lớn. Chính vì vậy, điều đáng tiếc nhất chính là bạn không tận dụng ngay hệ thống khách hàng khổng lồ này. Hầu hết các ngành đều có thể kinh doanh trên facebook – Tôi muốn nhấn mạnh lại điều này một lần nữa!

## 2. VỊ TRÍ CỦA FACEBOOK MARKETING TRONG HỆ THỐNG MARKETING ONLINE

Như anh chị đã biết, facebook là một phần của social media marketing trong hệ thống marketing channel dưới đây:

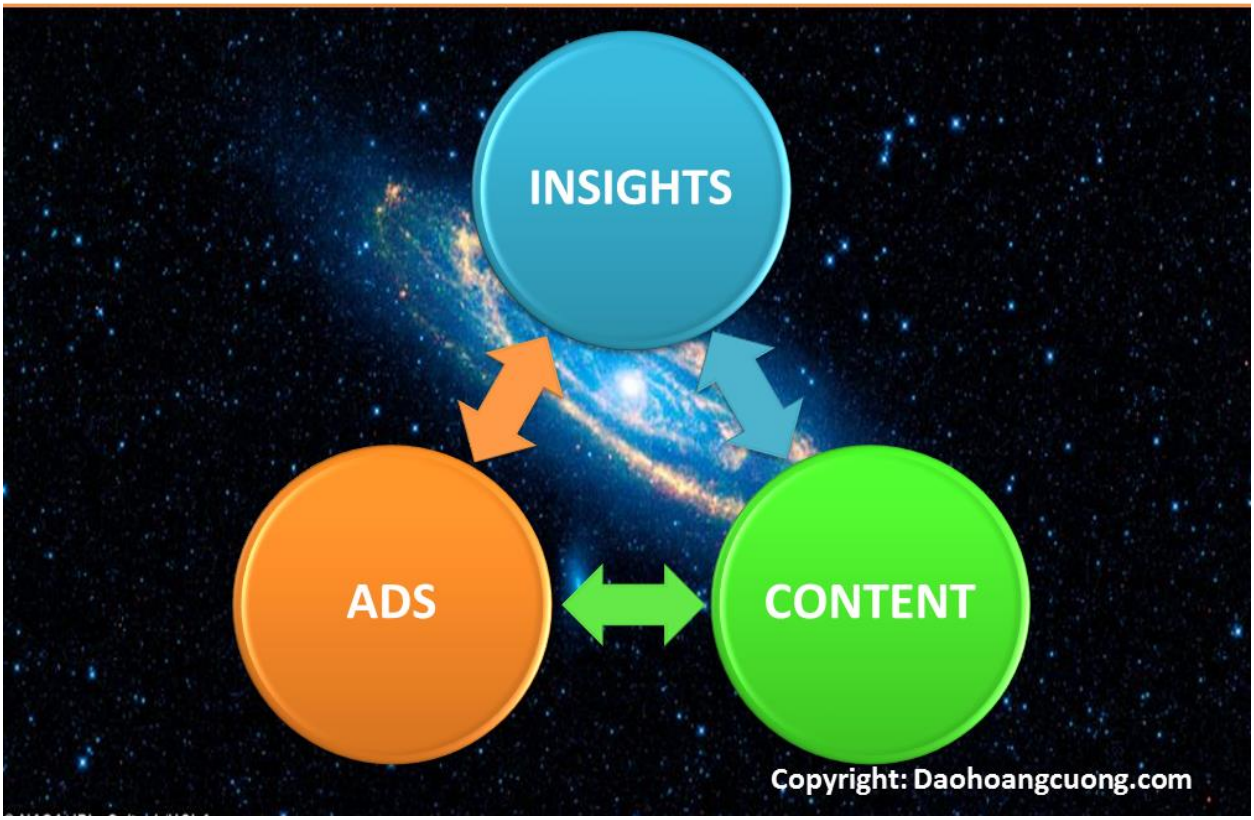
Chính vì vậy, facebook nên được triển khai cùng với các kênh marketing khác như video marketing, mass media,… trong cùng một chiến dịch chứ không nên tách rời nhau. Một điều khá nguy hiểm là nhiều anh chị chỉ chạy mỗi facebook mà dường như đã quên mất các kênh khác, trong thời gian gần đây, khi facebook update nhiều thuật toán mới, giá quảng cáo đã tăng lên một cách đáng kể, nhiều đơn vị kinh doanh nhỏ đã không thể chịu được và phá sản. Chính vì vậy facebok marketing nên được triển khai cùng nhiều kênh khác để đa dạng hóa dòng tiền cho công ty bạn.

Bên cạnh hướng triển khai các kênh như SEO, Adwords, báo chí, hệ thống mạng quảng cáo adnetwork, người viết rất thích triển khai và thường làm chiến dịch theo mô hình sau:

Theo đó các kênh cơ bản như Mạng xã hội, website chính và video sẽ tương hỗ hai chiều lẫn nhau, từ đó cùng đẩy nhau lên. Với mô hình này, đôi khi chúng ta đầu tư 1 lại được 2-3.

**Sau đây là mô hình facebook marketing người viết tự xây dựng và triển khai:**

# MÔ HÌNH ICA TRONG FB MARKETING




Mô hình này dựa vào nền tảng việc thấu hiểu khách hàng, từ thị hiếu, sở thích, nhân khẩu học (mối quan hệ, tình trạng hôn nhân, chức vụ, ngành nghề,…) của người dùng, khách hàng tiềm năng, từ đó chúng ta đề ra chiến lược làm nội dung cho facebook fanpage, group, apps, event cũng như là tạo những chiến dịch quảng cáo phù hợp với họ.

Từ việc quảng cáo cũng như khách hàng phản hồi lại nội dung mà chúng ta triển khai trên facebook, ta sẽ nhìn lại về mặt Insights xem mình hiểu họ đã đúng chưa? Thích hợp chưa? Để rồi từ đó điều chỉnh lại insights và chỉnh Content (Nội dung) và ADS (Quảng cáo) cho phù hợp.

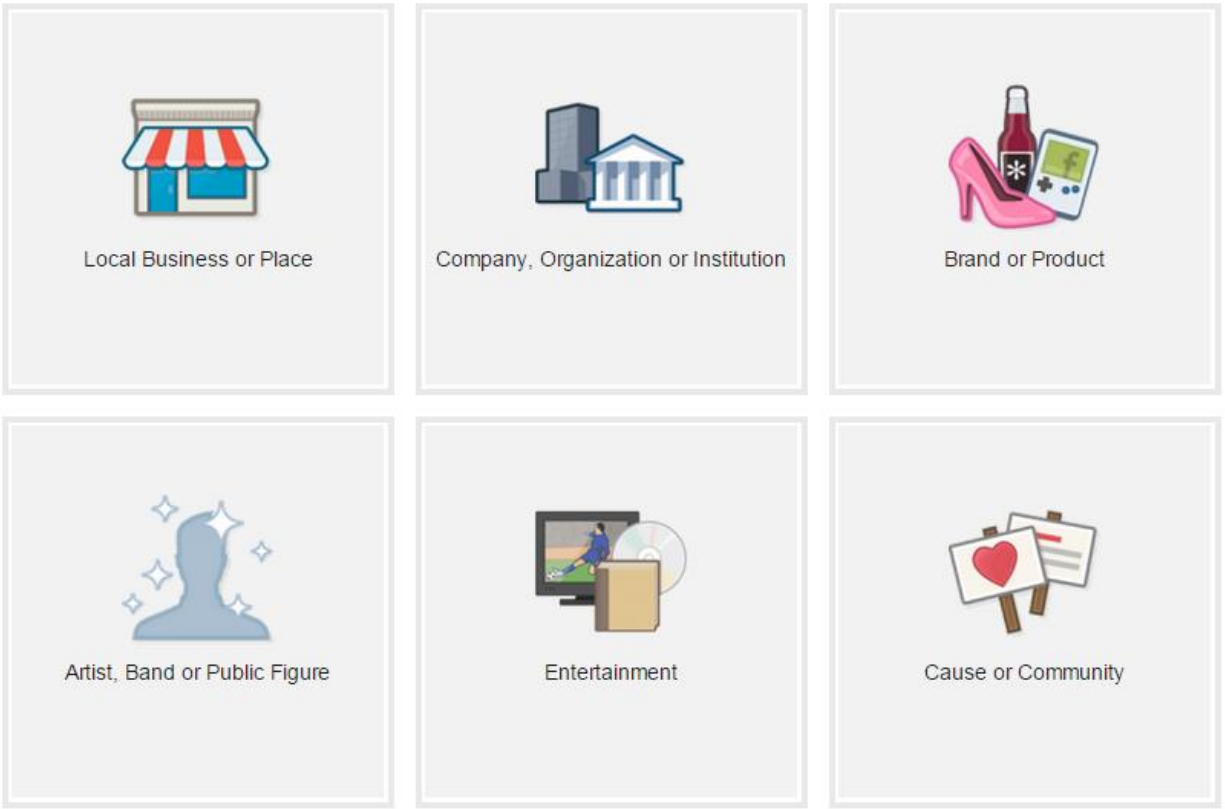
Chi tiết cách triển khai sẽ được nói tại lớp học sau.

## II. ĐỊNH HƯỚNG THIẾT LẬP FACEBOOK FANPAGE CHO DOANH NGHIỆP CỦA BẠN

**SAU ĐÂY SẼ LÀ CON ĐƯỜNG ĐI CƠ BẢN CHO ANH CHỊ TRONG VIỆC SỬ DỤNG FACEBOOK CHO KINH DOANH:**

### BƯỚC 1: THIẾT LẬP TRANG FANPAGE RIÊNG CHO DOANH NGHIỆP:

"Trang của bạn là cơ hội để bạn giới thiệu doanh nghiệp của mình trên Facebook. Đó là nơi đầu tiên mọi người trên Facebook phát hiện ra bạn và là nơi bạn sẽ kết nối với khách hàng quan tâm tới doanh nghiệp của mình nhất." Hiện tại facebook cho phép chúng ta tạo 6 loại fanpages khác nhau bao gồm:




Từng loại sẽ được phù hợp với từng hoàn cảnh cũng như mô hình doanh nghiệp và định hướng kinh doanh của bạn. Chi tiết từng loại đã được viết trong **daohoangcuong.com** nên người viết xin phép không nhắc lại nữa.

Sau đây là một số lưu ý cho fanpage công ty của bạn, những lưu ý này được facebook ghi rõ trong khi bạn tạo fanpage, nhưng dường như nhiều anh chị lại chưa nhớ tới nó.

- Đảm bảo rằng Trang của bạn có tất cả thông tin cần thiết để mọi người hiểu về doanh nghiệp của bạn. Hãy chỉnh sửa mô tả ngắn gọn của bạn trong phần Giới thiệu. Thêm ít nhất một, tối đa là ba, danh mục Trang để doanh nghiệp của bạn sẽ xuất hiện trong kết quả tìm kiếm liên quan.
- Nếu có thể, nêu cả URL trang web, địa chỉ đường phố, số điện thoại và giờ làm việc của bạn.
- Chọn ảnh bìa rõ ràng nhất để thể hiện môi trường hoặc sản phẩm của bạn và thêm logo dễ nhận biết làm ảnh đại diện của bạn.
- Tải lên ảnh hoặc video để thể hiện doanh nghiệp của bạn một cách sinh động. Đó có thể là ảnh về sản phẩm hoặc thậm chí là ảnh về cơ sở kinh doanh của bạn và những người làm việc ở đó. Người viết rất thích tải lên những hình ảnh chân thực về cơ sở kinh doanh của khách hang bởi độ uy tín là một trong những yếu tố then chốt nâng cao khả năng mua hàng của người dùng. Chính vì vậy khi họ được chứng kiến những hình ảnh thật sự của doanh nghiệp bạn chắc chắn rằng họ sẽ rất tin tưởng và sẵn sàng rút hầu bao mua hàng cho bạn.

Ví dụ fanpage của ngân hàng ANZ Việt Nam

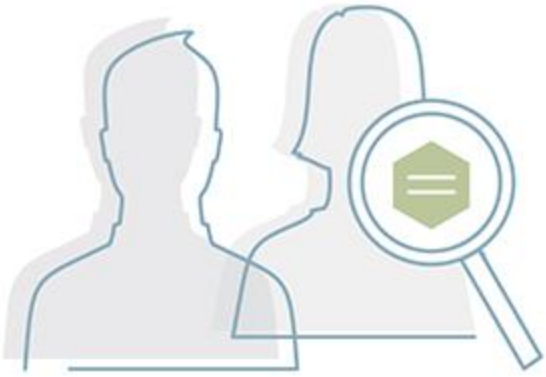
## BƯỚC 2: XÁC ĐỊNH KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG CỦA FANPAGES

Đây chính là bước tìm hiểu insights khác hàng mục tiêu mà chúng ta muốn truyền thông tới. Nhìn tổng thể, facebook phù hơn hơn với các mô hình bán lẻ kiểu B2C hay C2C do vậy chúng ta cũng nên tập trung hơn vào khách hàng đơn lẻ cá nhân trong việc xác định insights của họ.

Facebook cũng có gợi ý cho chúng ta những chi tiết như:

Những khách hàng lý tưởng của bạn có điểm gì chung? Bạn muốn giới thiệu doanh nghiệp của mình với ai nữa? Hãy xem xét những vấn đề sau:

- Xác định một vài nhóm người riêng biệt: tuổi tác, sở thích và nơi họ sống.
- Họ coi trọng điều gì? Doanh nghiệp của bạn có thể giúp họ như thế nào?
- Có nhóm nào quan tâm hơn tới các sản phẩm, dịch vụ cụ thể, một đợt khuyến mãi hay ưu đãi kịp thời không?



Các khuyến nghị của Facebook dựa chủ yếu trên các mục lựa chọn trong quảng cáo facebook, và sẽ được trình bày kĩ trong phần sau của cuốn sách này.

## BƯỚC 3: TẠO NỘI DUNG HẤP DẪN CHO FANPAGE

Đăng nội dung hấp dẫn là việc tạo các bài viết thể hiện rõ nét doanh nghiệp của bạn. Khi mọi người thích, bình luận và chia sẻ bài viết của bạn, bạn bè họ cũng có thể xem nội dung Trang của bạn trong Bảng tin.

- Vạch ra những sự kiện và chương trình quảng cáo chính mà bạn dự định tiến hành để bạn có thể lên kế hoạch trước cho bài viết trên Trang của mình.

- Phát triển thư viện hình ảnh và video thật hay mà bạn có thể dùng để đăng. Đừng ngại chia sẻ ảnh hoặc video mà bạn đã chụp hoặc quay về một sự kiện, sản phẩm hoặc dịch vụ.
- Khi mọi người bình luận về bài viết của bạn, hãy trả lời họ. Nếu bạn không biết câu trả lời cho một câu hỏi, hãy cho họ biết rằng bạn đang tìm hiểu và sẽ trả lời sau. Hãy luôn nhớ trả lời ngay khi có thể. Khách hàng sẽ quên luôn việc họ đã tương tác với page của bạn chỉ sau vài giờ. Vì vậy hãy trả lời, like họ ngay khi có thể.
- Đồng thời, đừng quên thông báo với khách hàng hiện tại về Trang Facebook của bạn để bạn có thể tiếp tục tiếp cận họ qua bài viết của mình. Treo một tấm biển có địa chỉ trang web Facebook của bạn trên cửa hoặc đặt tại quầy lễ tân công ty bạn. Khuyến khích mọi người thích Trang của bạn thông qua các phương tiện khác như bản tin qua email, quảng cáo hoặc trang web của bạn.

## BƯỚC 4: QUẢNG CÁO CHO FANPAGE CỦA BẠN.

Xây dựng thương hiệu trên Facebook không chỉ có nghĩa kết nối với những người đã yêu thích Trang của bạn. Mà có lẽ điều quan trọng hơn là bạn cần tiếp cận với những người chưa biết về doanh nghiệp của mình. Thông qua quảng cáo, bạn có thể tiếp cận những người có khả năng quan tâm đến những gì bạn cung cấp.

Quảng cáo những bài viết quan trọng nhất trên Trang của bạn để có nhiều người xem hơn. Khi mọi người thích, chia sẻ hoặc bình luận về bài viết của bạn, bạn sẽ tiếp cận được nhiều bạn bè của họ hơn.

Tạo và quảng cáo sự kiện trên Facebook để liên kết mọi người

Đảm bảo nhắm mục tiêu quảng cáo của bạn đến đối tượng có nhiều khả năng nhận thấy thương hiệu của bạn phù hợp nhất. Mục tiêu không phải là số lượt thích Trang cao mà là tạo được đối tượng gồm những khách hàng và người ủng hộ thực sự quan tâm tới doanh nghiệp của bạn.

Sử dụng phương pháp quảng cáo "CPM đã đặt giá thầu" để tối đa hóa khả năng tiếp cận đối tượng mục tiêu cụ thể của bạn. Phương pháp này sẽ tự động giúp đẩy mạnh quảng cáo với tỷ lệ chuyển đổi cao nhất đến những người có nhiều khả năng mua nhất.

Phần quảng cáo sẽ được nói chi tiết trong phần tiếp theo của cuốn sách này.

## BƯỚC 5: ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ CŨNG NHƯ ĐIỀU CHỈNH KHI CẦN THIẾT

Facebook có nhiều công cụ khác nhau giúp bạn đánh giá hiệu quả hoạt động của mình.

- Truy cập Thông tin chi tiết Trang của bạn thường xuyên và tìm hiểu xu hướng để bạn có thể phát triển hơn nữa những nội dung hoạt động hiệu quả nhất.
- Sử dụng Thông tin chi tiết Trang để hiểu những ai trả lời thông điệp của bạn. Đảm bảo xem xét giới tính, tuổi tác và khu vực địa lý của những người quan tâm nhất đến doanh nghiệp của bạn để bạn có thể tiếp tục nhắm mục tiêu quảng cáo đến họ sau này.
- Hãy xem xét việc thử nghiệm các hình ảnh và tùy chọn tiêu đề khác nhau. Trình quản lý quảng cáo sẽ cho bạn biết hiệu quả hoạt động của quảng cáo của mình. Hãy tạo một nhóm quảng cáo khác cho mỗi thông tin nhân khẩu học khác nhau mà bạn muốn tiếp cận. Facebook sẽ tự động tối ưu hóa nhóm quảng cáo của bạn để phân bổ nhiều ngân sách hơn cho quảng cáo hoạt động hiệu quả nhất.

Trong khá nhiều trường hợp của khách hàng, tôi nhận thấy các doanh nghiệp khá lung túng trong việc xác định rõ doanh số của mình bao nhiêu tới từ facebook, đặc biệt là những doanh nghiệp sử dụng cả kênh marketing online và offline. Nhiều trường hợp khách hàng biết được thông tin trên facebook của doanh nghiệp sau đó tới trực tiếp cửa hàng để mua hàng chứ lại không đặt mua online. Do vậy, vô hình chung doanh số đó không được tính 1 phần nào cho online mà hoàn toàn toàn là cho offline. Chính vì vậy anh chị nên có những công cụ đo lường cân thiết cho công ty mình, cửa hàng mình. Và thật sự điều này phụ thuộc rất nhiều vào bản thân công ty đó.

**PHẦN TIẾP THEO CỦA TÀI LIỆU NÀY SẼ HƯỚNG DẪN ANH CHỊ MỘT CÁCH CHI TIẾT QUẢNG CÁO CỦA FACEBOOK BAO GỒM:**

- ✓ Quảng cáo tăng like fanpage: tăng lượng khách hàng tiềm năng cho doanh nghiệp
- ✓ Quảng cáo 1 bài viết của fanpage: Gia tăng tương tác và bán hàng cho fans
- ✓ Quảng cáo đường link website: Thu hút người dùng truy cập vào website
- ✓ Quảng cáo video trên facebook: Thúc đẩy nhận diện thương hiệu

Cấu trúc của từng phần sẽ có mở đầu giới thiệu về phương thức quảng cáo, ví dụ điển hình cho từng loại quảng cáo và chi tiết các bước làm sao cho các học viên dễ dàng thực hành nhất.

## III. HƯỚNG DẪN QUẢNG CÁO TĂNG LIKE CHO FANPAGE

Các anh chị thân mến, chắc nhiều anh chị đã từng nghe tới cụm từ "Tăng like giá rẻ" nhận tăng like hay tương tự như vậy. Nhiều anh chị và các bạn đã từng thuê các đơn vị tăng like với nhiều mức giá khác nhau tuy nhiên theo người viết để ý thấy, các anh chị thuê nhưng ko hiểu họ đang làm gì, họ dùng phương pháp gì, liệu có target chuẩn đối tượng khách hàng hay không, hay chỉ là lấy số lượng rồi ăn chênh lêch?

Rất nhiều trường hợp khách hàng đã bị lừa đảo do thiếu hiểu biết. Cùng là 10,000 like nhưng có bên target chuẩn đối tượng khách hàng (Vùng miền, độ tuổi, giới tính, iOS, sở thích,…) thì tương tác rất tốt, bán hàng ra doanh số ngay, nhưng có bên lại chạy thủ thuật không target cho khách hàng nhằm chạy giá rẻ ăn chênh lệch lớn. Khách hàng không hiểu nên không phân biệt được!

Vì vậy theo quan điểm của cá nhân người viết, anh chị và các bạn dù xác định đi thuê ai đó làm nhưng CŨNG NÊN BIẾT VÀ ĐÃ TỪNG CHẠY ÍT NHẤT VÀI LẦN rồi hãy đi thuê, như vậy sẽ đảm bảo hơn về:

- Giá: Mình đã chạy nên cũng biết được giá thế nào là không quá cao, giá nào là rẻ bất ngờ và có sự tính toán nhất định.
- Target: Biết phân nhóm đối tượng, chuyên sâu ra sao để hiểu các bên đối tác làm gì, có đúng ý mình hay không, cần góp ý ra sao.
- Chiến lược: Hiểu được Facebook Ads thì sẽ tự chủ động tạo ra các chiến lược bán hàng của riêng mình mà không phụ thuộc vào ai.

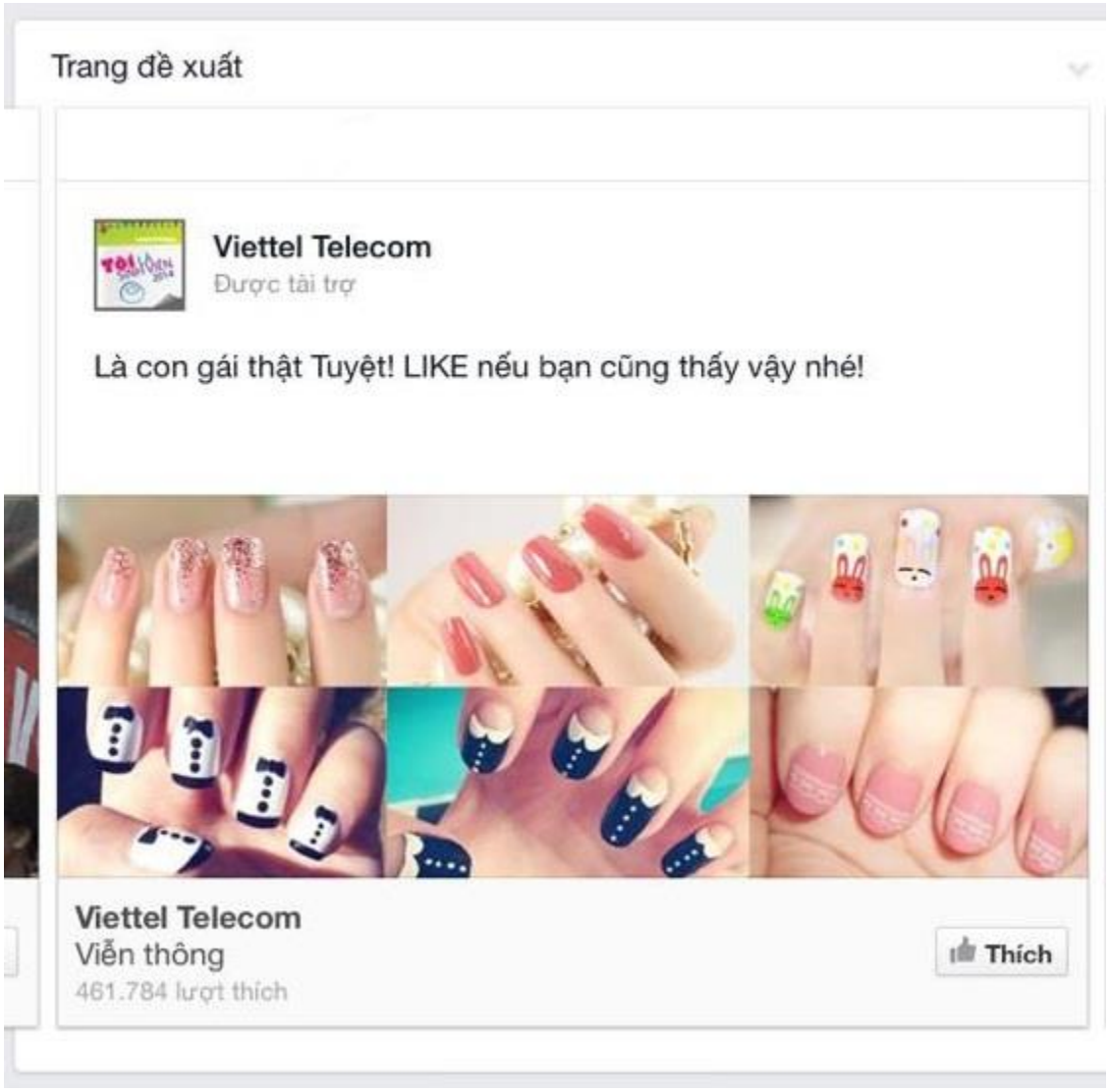
Sau đây là 1 số ví dụ cho anh chị cùng thấy:
Ví dụ tăng like của nhãn hiệu MILO VIỆT NAM:

Ví dụ quảng cáo của SAMSUNG VIETNAM

Quảng cáo của COKE

Tuy nhiên trong ví dụ dưới đây, người viết nghĩ là 1 thất bại của Ocean Bank
(Sẽ được phân tích kĩ hơn trong lớp học)

Quảng cáo của Viettel Telecom, quảng cáo câu like do đối tác cố tình làm nhằm tăng like ảo:

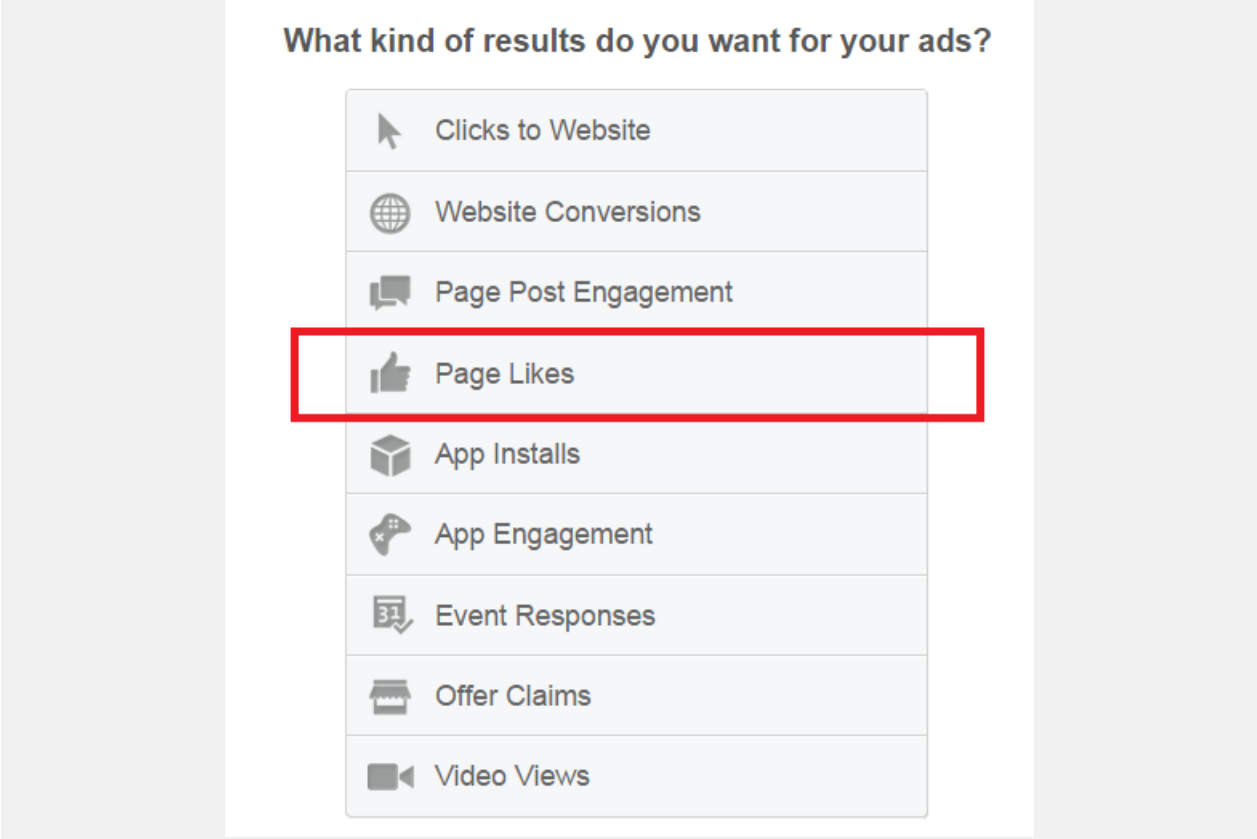


Và dưới đây sẽ là chi tiết các bước quảng cáo chi tiết dành cho anh chị:

**BƯỚC 1:** Truy cập facebook.com/ads ấn vào nút CREAT ADS (Như hình) | Hoặc anh chị có thể ấn nút răng cưa và chọn như cách 2

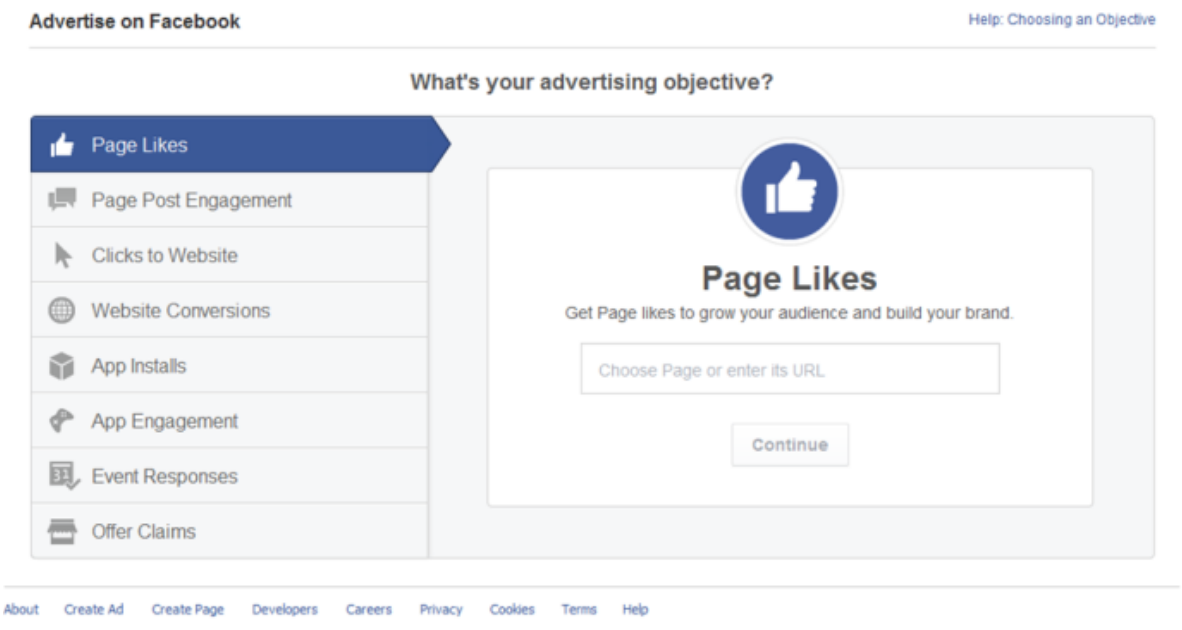
***Cách tạo quảng cáo facebook***

**BƯỚC 2:** Xuất hiện bảng chọn như hình, mình có thể quảng cáo cho 1 bài viết (Post Engagement) / Chạy tăng like (Page Like) / Tăng traffic cho website (Click Website) / Cài ứng dụng, game…

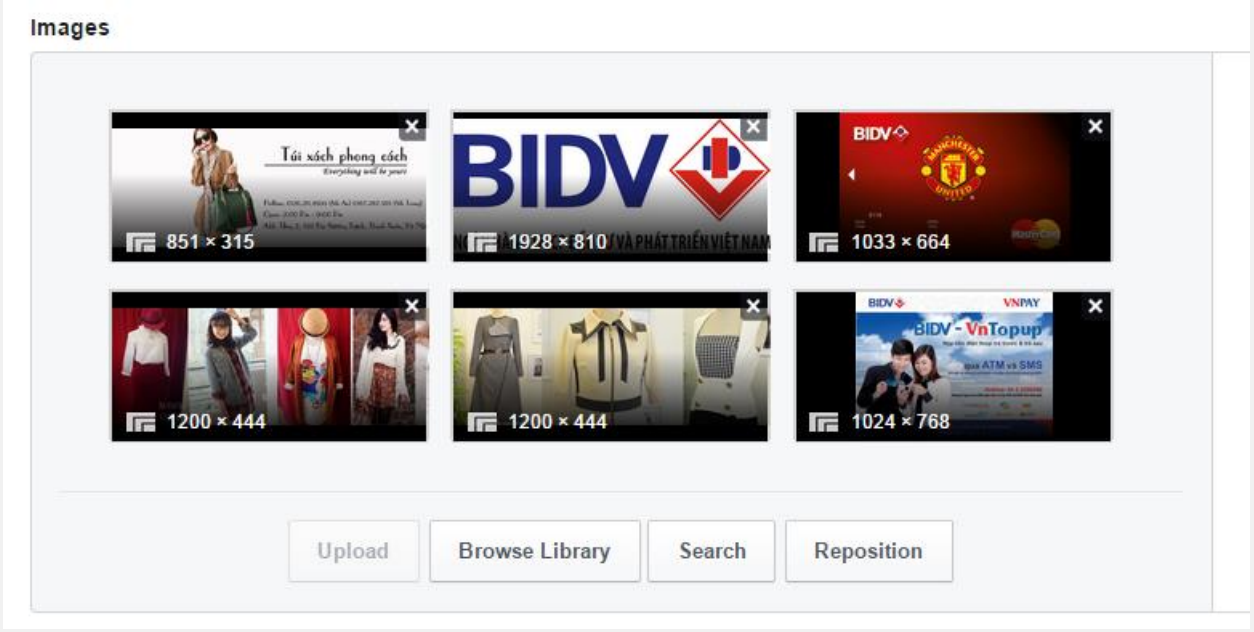



***BẢNG CHỌN TÍNH NĂNG***

Ở khuôn khổ bài viết này người viết xin được nói về Tăng like (Page Like). Ta click vào page like, Chọn page mà mình muốn tăng like rồi ấn Continue (Tiếp tục)

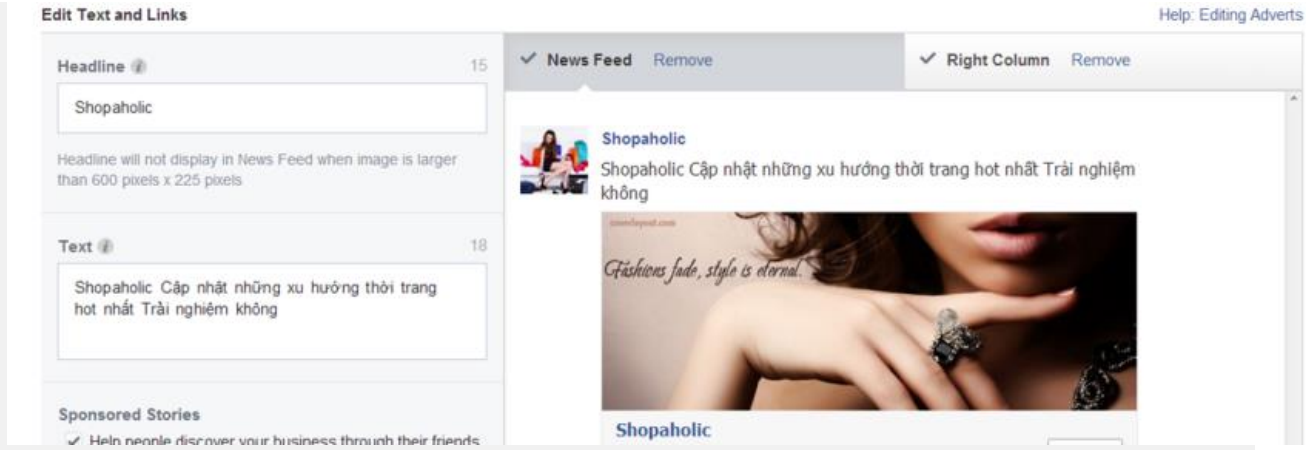


**BƯỚC 3:** Chọn ảnh: Đây là 1 trong những bước quan trọng nhất, ảnh chọn phải làm sao rõ nét, dễ nhìn, kích thích và dễ khiến người xem click vào quảng cáo của mình. Kích cỡ được facebook khuyến khích là 1200px x 444px (Phù hợp khi xuất hiện news feed người dùng).
Tuy nhiên anh chị có thể dùng kích cỡ khác, nhưng hãy chú ý xem phần review xem liệu ảnh này có hợp hay không (phần review ở ngay dưới phần chọn ảnh)




*PHẦN CHỌN ẢNH HẾT SỨC QUAN TRỌNG*

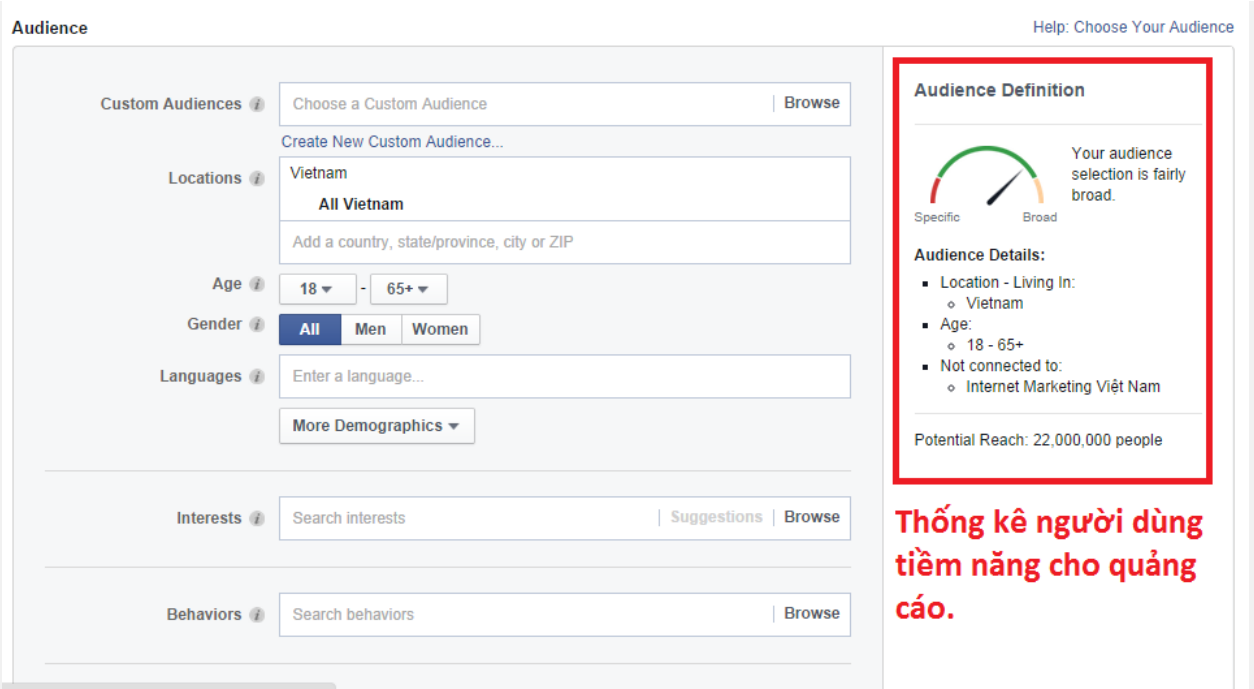
**BƯỚC 4:** **ViếtHeadline và text (Tiêu đề + Mô tả quảng cáo của bạn)**




*VIẾT TIÊU ĐỀ VÀ CÂU QUẢNG CÁO*

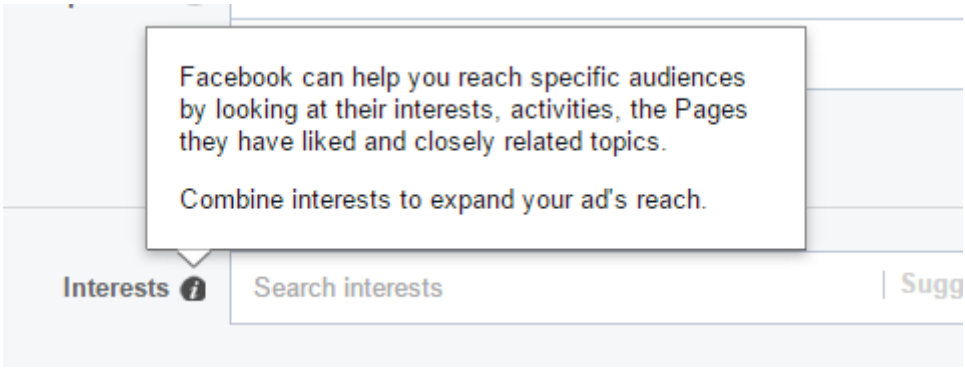
**Tối đa tiêu đề – Headline là 25 kí tự / Mô tả – Text là 90 kí tự.** Anh chị hãy tận dụng tốt phần này. Viết sao cho không sai chính tả, tránh từ ngữ vùng miền (nếu đánh rộng toàn Việt Nam) Nên có Call to action (Như Click Ngay, Mua ngay, xem thêm,…) Có thể tận dụng hết 90 kí tự Hoặc có thể viết đơn giản thế nào đó tùy mình (nhưng tốt nhất nên có 3-4 kịch bản khác nhau và chúng ta sẽ test từng quảng cáo rồi đưa ra kết luận xem cái nào hiệu quả hơn.
Các anh chị chú ý bên tay phải có News Feed và Right Column. Đó là phần Review lại Quảng cáo của mình, anh chị xem kĩ để chỉnh ảnh và text cho chuẩn.

**<u>BƯỚC 5:</u> Bước này ta chọn tập khách hàng tiềm năng cho doanh nghiệp.**

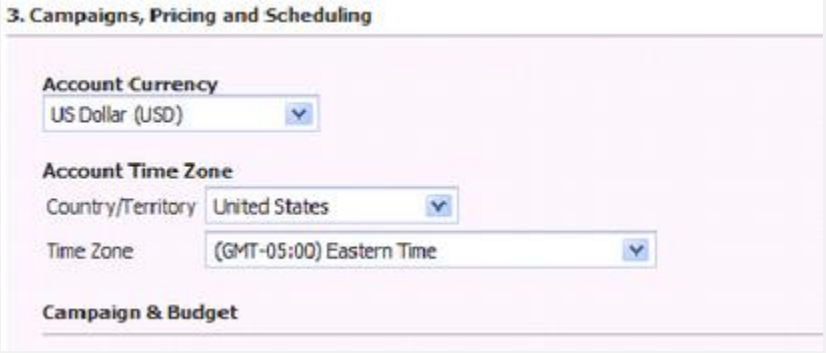



***TARGET SÂU KHÁCH HÀNG***

- Chọn về vị trí địa lí (Việt Nam, hay 1 thành phố nào đó, hay tập hợp các thành phố…)
- Chọn độ tuổi của khách hàng mục tiêu: Tùy anh chị bán cái gì thì độ tuổi sẽ rất khác nhau. Bán quần áo cho teen thì nên là 13-18 . Bán Laptop thì nên là đối tượng từ 18 trở lên (Hoặc ta chia sâu hơn nữa, nhưng vấn đề này sẽ được nói tiếp ở các bài khác,…)
- Chọn giới tính, chọn sở thích và 1 số hoạt động của người dùng facebook,… Phần này khá là khó và tùy thuộc đặc thù ngành hàng, anh chị nên tạo nhiều chiến dịch, test thử với từng sở thích khác nhau từ đó chọn ra được quảng cáo thành công nhất.
- Phần interest sẽ được target dựa theo những fanpage mà chúng ta đã like và hành động mà anh chị đã thực hiện trên facebook, những chủ đề mật thiết liên hệ với anh chị. Đã được Facebook giải thích rõ trong hình dưới đây:

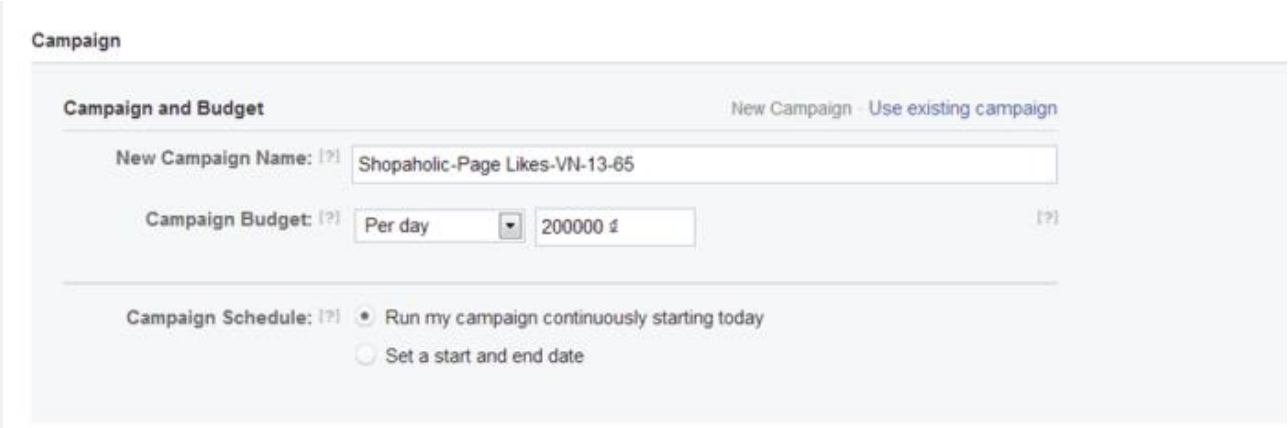



**BƯỚC 6:** Bước này ta chọn Currency (Đơn vị tiền tệ ): Nên chọn VNĐ
TimeZone (Múi giờ) nên là Hồ Chí Minh/ AsiA




***CHỌN ĐƠN VỊ TIỀN TỆ, MÚI THỜI GIAN, ĐẤT NƯỚC***

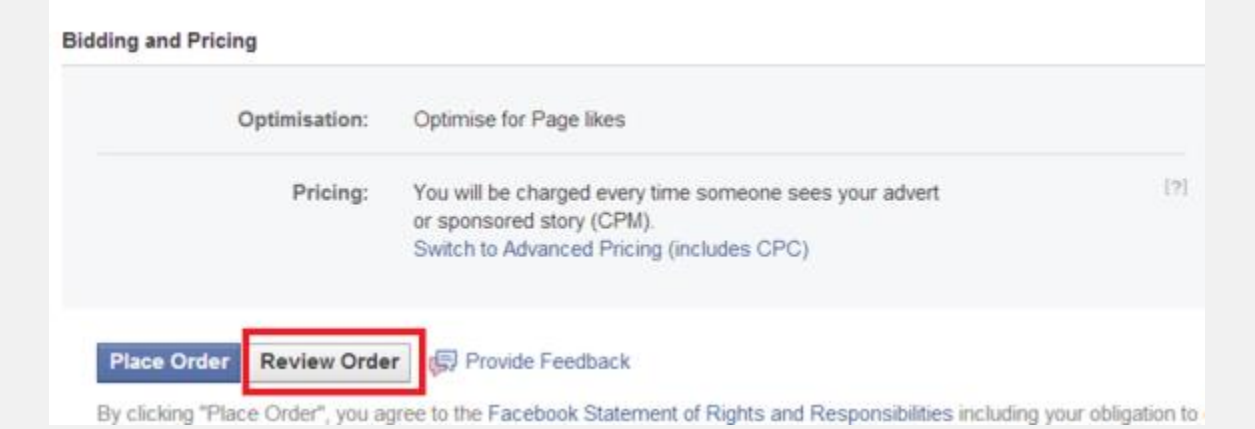
**BƯỚC 7:** Đặt tên campaingn (Chiến dịch), đặt ngân sách hàng ngày. Người viết thường ít khi đặt hơn 200k cho 1 chiến dịch.Nếu có 1 triệu sẽ chia làm 5 chiến dịch.




***ĐẶT TÊN VÀ NGÂN SÁCH CHIẾN DỊCH***

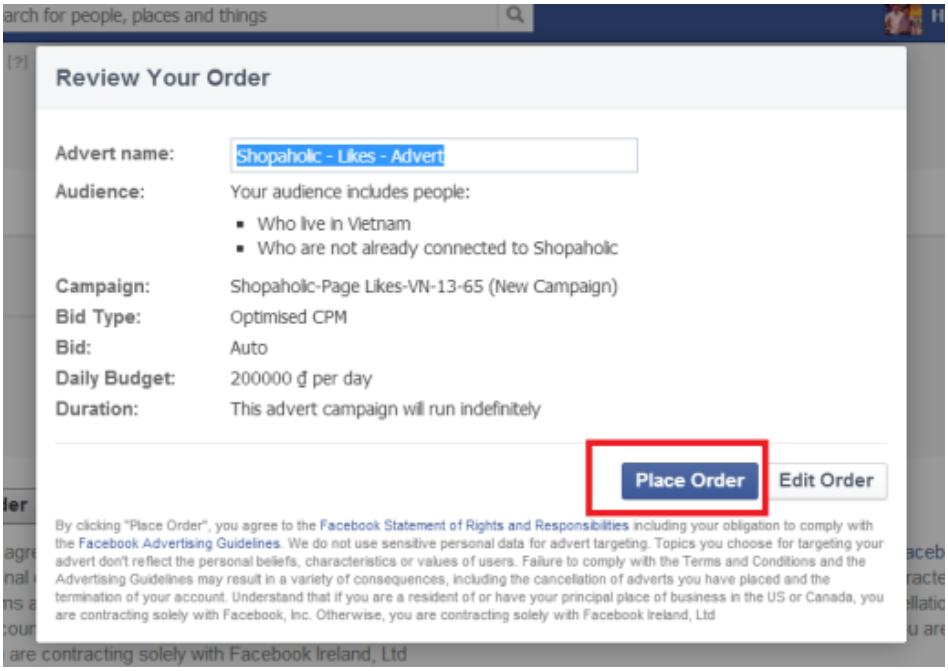
**Có thể face sẽ không tiêu hết số tiền của anh chị đã đặt (Rất nhiều trường hợp đã bị) Ta nên chuẩn chị nhiều tài khoản facebook khác nhau để cùng chạy chiến dịch, sẽ đảm bảo tiêu hết ngân sách cho anh chị.**

Phần Pricing và Bidding này thì tốt nhất anh chị mới dùng nên để mặc định như facebook (hình **)**

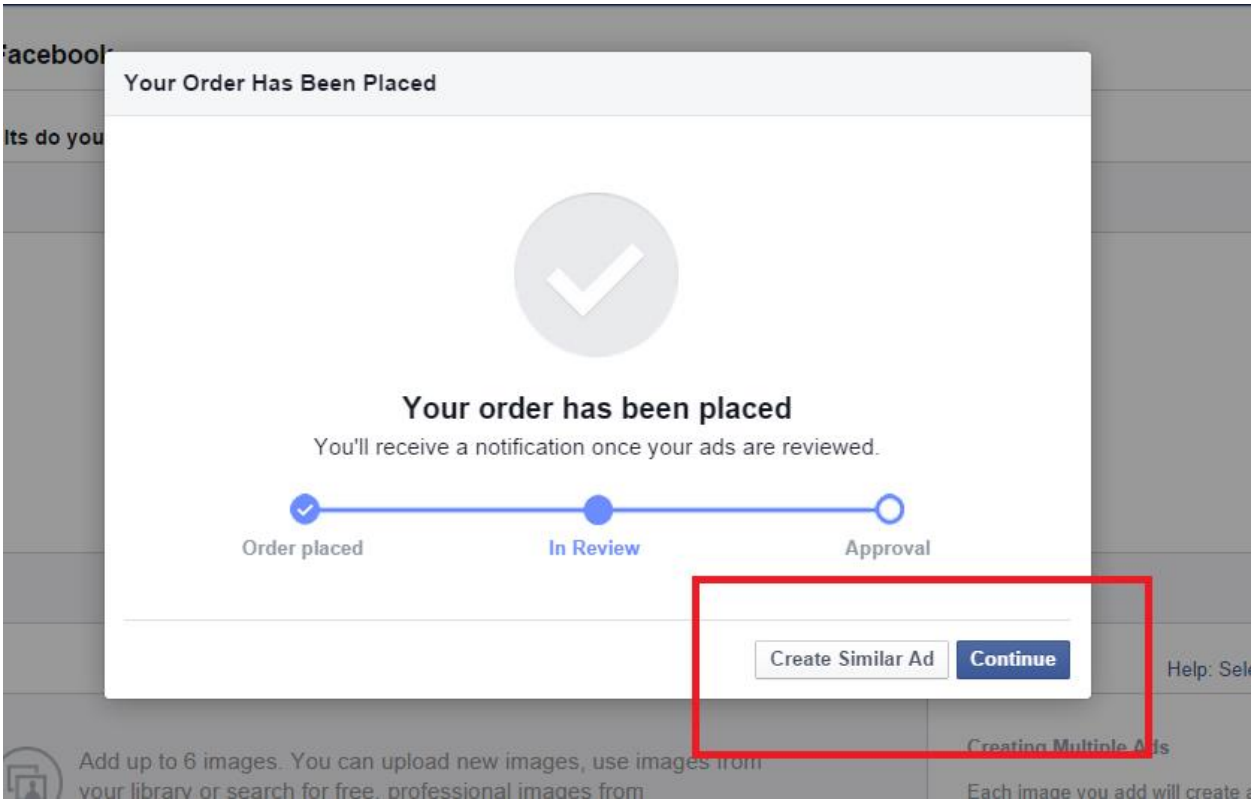



***NÊN ĐỂ AUTO***

Xong xuôi ta sẽ chọn Place order (Hoặc review để xem lại những gì mình đã chọn) – nên chọn review order ta sẽ được hình

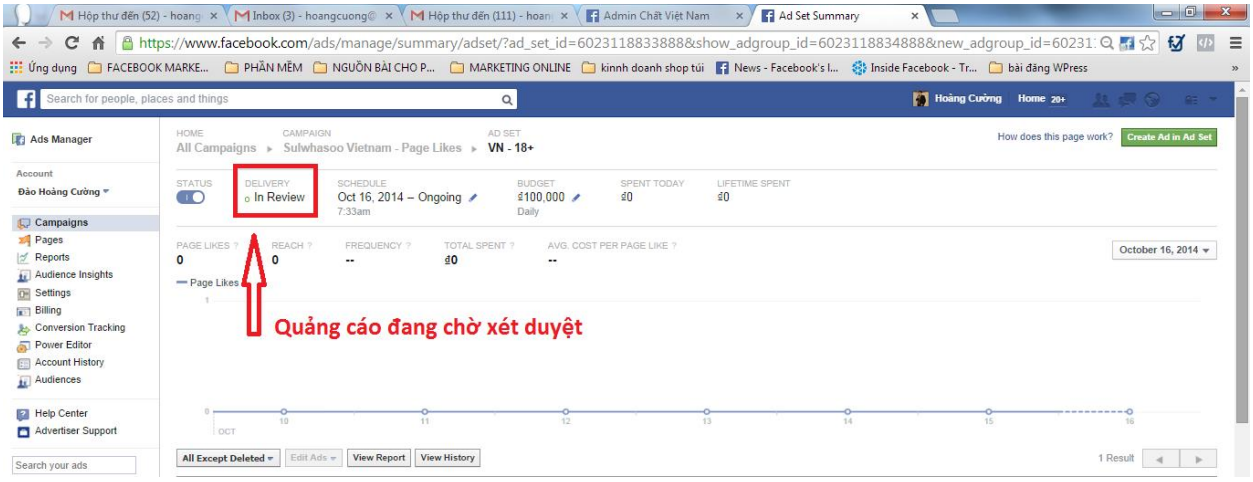



Ta chọn place order và điền thông tin thẻ tín dụng vào, đợi một lát chúng ta sẽ được thành công như hình, và tới đây ta đợi facebook xét duyệt quảng cáo của mình (trong vòng 24h). Thường mình chỉ mất 5–10 phút là được. Thường trước đó chúng ta sẽ nhận được thông báo của Facebook như vậy:



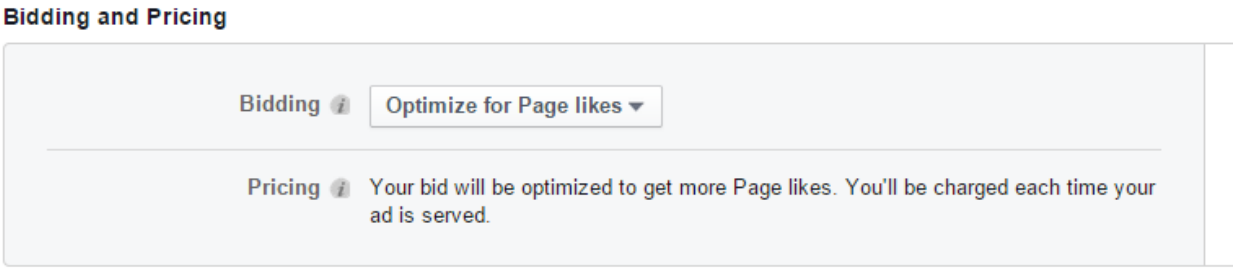

Các anh chị sẽ nhấn vào continue (tiếp tục)

Sau đây là giao diện quảng cáo cuối cùng của việc đặt quảng cáo thành công:

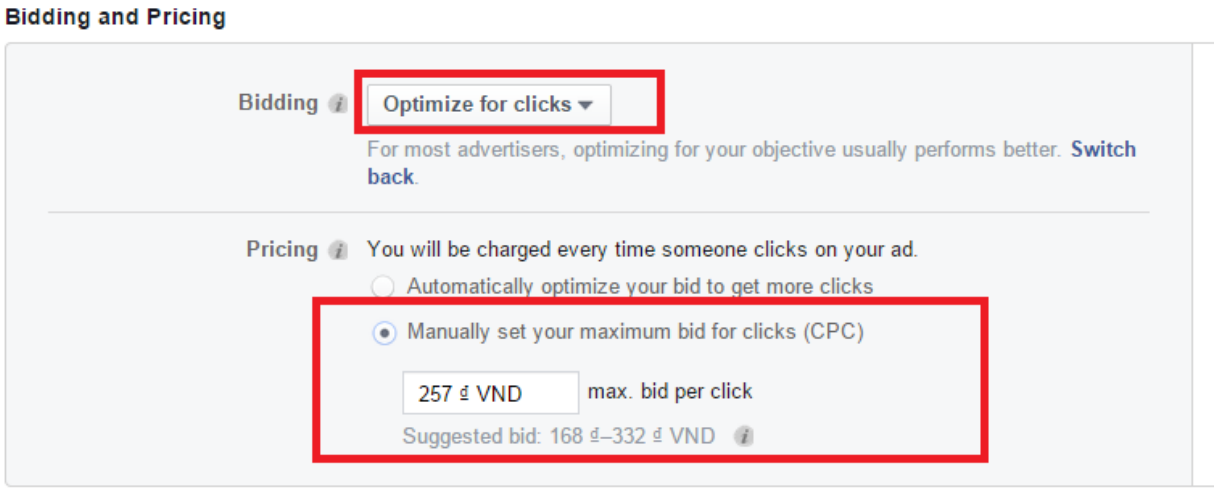


**Lưu ý:**Trong thời gian gần đây, tháng 9 và 10 năm 2014, nhiều anh chị đặt quảng cáo tăng like và để chế đột tự động bid giá, và quảng cáo đã không chạy ( không tiêu tiền) xảy ra khá thường xuyên, liên tục bị. Chính vì vậy, người viết thường làm theo cách sau: Đặt nhiều quảng cáo, có những quảng cáo để chế độ tự động bid giá, còn các quảng cáo khác sẽ bid giá theo lượt click hoặc CPM tùy từng trường hợp.

**Bid tự đông:**




**Bid kiểu theo lượt nhấp chuột:**




Người viết thường chọn kiểu đấu giá thủ công (manual bid). Facebook sẽ gợi ý cho chúng ta các khoảng giá. Ví dụ như trong hình là từ 168 – 332đ 1 click vào quảng cáo. Chúng ta nên đặt giá cao, người viết hay đặt mức cao nhất của khoảng giá. Ví dụ như khoảng 332đ hoặc 350đ, thậm chí nhiều trường hợp ads vẫn không chạy do vậy đặt giá lên cao hẳn như 500đ, 600đ / click.

Lưu ý:

- Facebook thường không bao giờ chạy đến mức max bid của chúng ta mà sẽ thấp hơn.
- Khi quảng cáo đã chạy, ăn tiền rồi thì chúng ta có thể đấu xuống dần, ví dụ từ 500đ xuống 400đ và xuống 300đ.

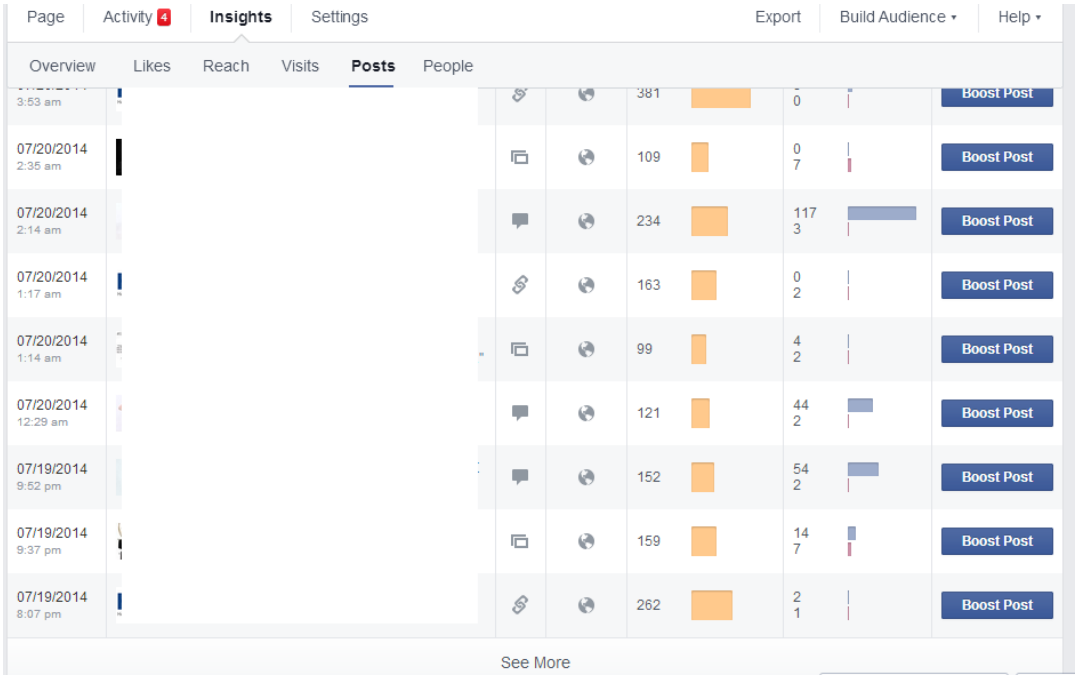
## IV. HƯỚNG DẪN CHẠY QUẢNG CÁO BÀI VIẾT

Câu hỏi được đặt ra là **Tại sao phải quảng bá 1 bài viết?**

Giống như rất nhiều quản trị viên đã đặt câu hỏi như thế. Nhiều anh chị luôn nghĩ rằng sau khi mình chạy tăng like, thu hút được một số lượng lớn các độc giả và fans ( Có thể là 20k, 30k hay 100k,…) thì mỗi khi mình post 1 bài viết lên thì cũng phải 20, 30% fans của mình nhận thấy, tuy nhiêng gần đây, khi FB có những hạn chế về độ lan tỏa của bài đăng, chúng ta nhận thấy nhiều fanpage chỉ có được độ tương tác 1 % 2% 1 bài viết. **(Con số trung bình được công bố là 3%)**

Rất nhiều Fanpage có độ tương tác tốt 20%, 30% nhưng vẫn luôn lo lắng không biết khi nào mình sẽ bị đánh tụt xuống.

Chính vì mỗi bài bán hàng chúng ta post lên trung bình chỉ 3% fans thấy được, nên việc quảng bá bài viết đó **tới 97% fans còn lại cũng như những khách hàng chưa phải là fans của chúng ta là điều rất cần thiết** để đẩy mạnh doanh số và đơn hàng.




(Fanpage 30k like nhưng độ lan tỏa chỉ 100-200 người, hầu như không có ích trong bán hàng)

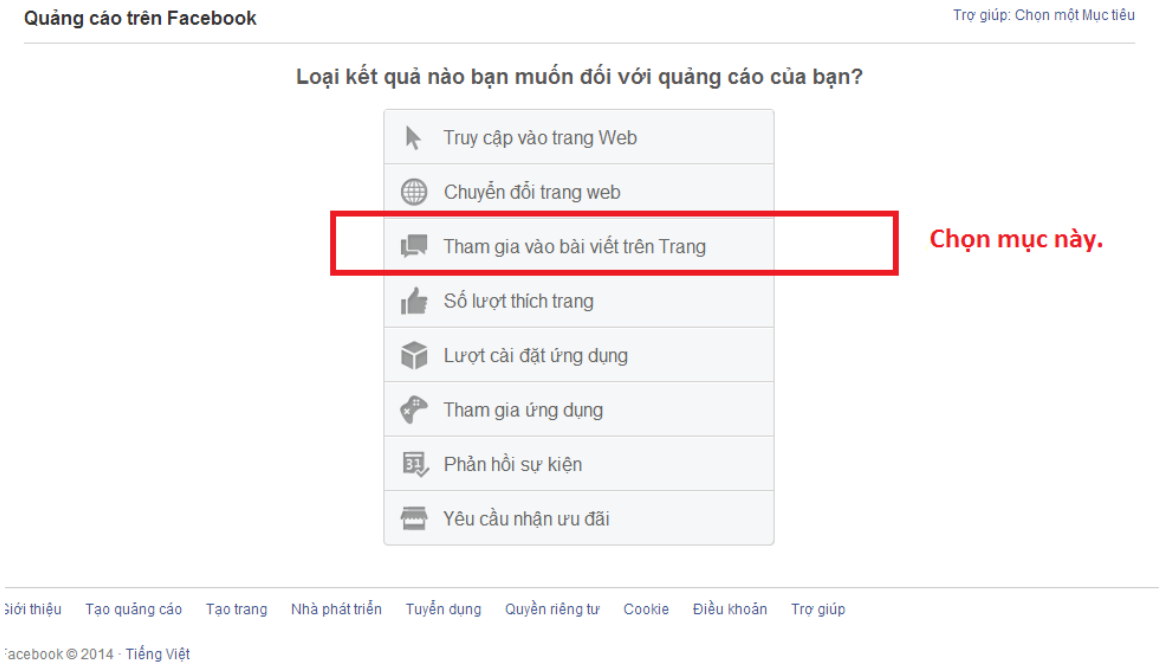
Bài viết được xây dựng từ kinh nghiệm cá nhân và quan sát. Do vậy không thể tránh khỏi những bất đồng. Mọi thắc mắc xin vui lòng liên hệ : **Đào Hoàng Cường – Facebook marketer – 091.905.9899**

Sau đây là 1 số ví dụ cho anh chị cùng hiểu rõ:
Số 1 là của ngân hàng ANZ Vietnam

ANZ đã sử dụng bài post bài nhằm quảng bá dịch vụ thẻ tín dụng ANZ travel của họ. Đưa tới nhiều người dùng hơn và đặc biệt trong trường hợp này họ chỉ "Quảng cáo tới fans của mình," không quảng cáo rộng tới toàn bộ người dùng facebook.

Các bước làm chi tiết:

**<u>BƯỚC 1:</u>Truy cập vào trình tạo quảng cáo theo đường dẫn**:
<u>https://www.facebook.com/ads/create</u>
Anh chị sẽ thấy giao diện gần giống như vậy:

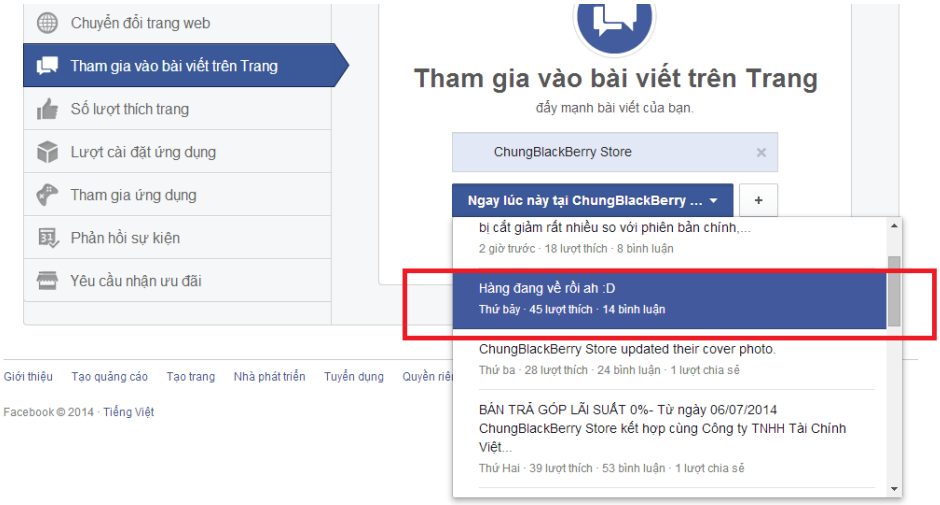



Chúng ta chọn mục **Tham gia bài viết trên trang** ( Bôi đỏ như hình) để quảng bá cho 1 bài viết.

**<u>BƯỚC 2:</u> Chọn Fanpage và bài viết cần quảng bá.**

Chọn 1 trang mà chúng ta muốn quảng bá.Ở đây là Trung BlackBerry. Để chọn trang bạn bắt buộc phải là quản trị viên ( có thể là nhà quảng cáo, người tạo ND, người quản lí,…)

Đợi một lát để facebook load fanpage của bạn, chúng ta ấn vào mũi tên trỏ xuống như hình để chọn bài viết cần quảng bá. Ở đây người viết chọn ví dụ 1 bài viết bất kì ( ô màu đỏ)




Sau đó ấn **tiếp tục.** chúng ta sẽ thấy giao diện như sau:

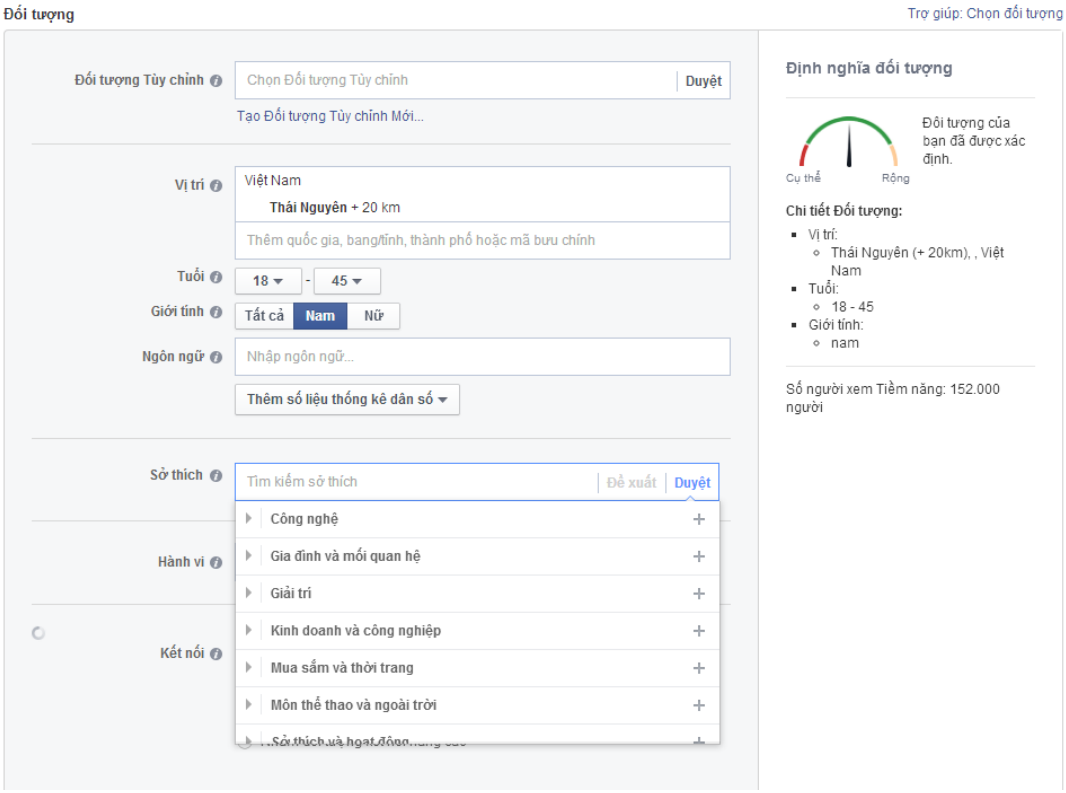
**<u>BƯỚC 3:</u> Xem trước quảng cáo và nhắm đối tượng**

Tại bước này, anh chị xem trước hiển thị quảng cáo của mình trên Bảng tin người dùng PC và laptop (Newfeeds) ; bản tin của điện thoại di động Smartphone; và quảng cáo xuất hiện trên Cột phải của chúng ta như thế nào.

Bình thường người viết hay chạy quảng cáo bảng tin trên desktop PC và di động, ít chạy cột phải.Tuy nhiên thời gian từ cuối tháng 6, kích cỡ ảnh cột phải đã được làm to ra, và trông khá đẹp.Anh chị sẽ dựa vào nhu cầu và cảm quan của mình xem có nên chạy cột phải hay không. Hoặc chúng ta có thể test thử 1 vài chiến dịch cột phải, 1 vài chiến dịch không có cột phải.

**<u>BƯỚC 4:</u> Chúng ta chọn đối tượng mục tiêu của mình.**

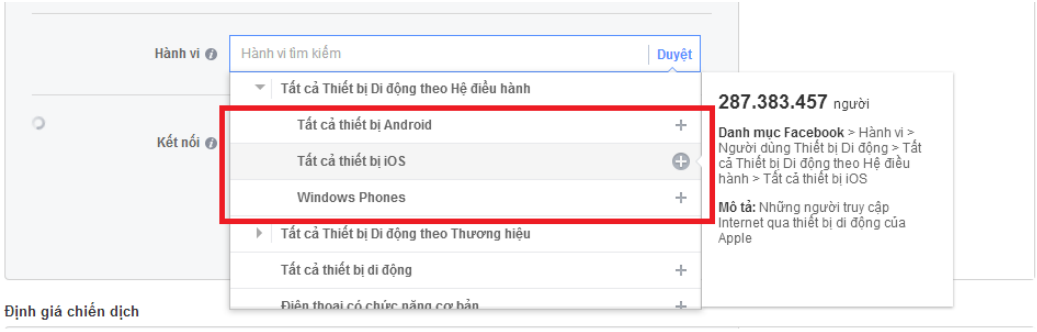
Về cơ bản chúng ta sẽ chọn độ tuổi, vùng miền, giới tính khách hàng mục tiêu. Sau đó chọn tới những sở thích của khách hàng và hành vi. Ở đây người viết đã chọn mẫu làm ví dụ cho anh chị (tuổi 18 tới 45, nam giới ở Thái Nguyên)



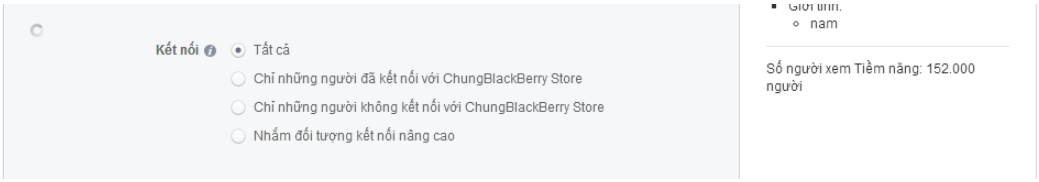

Trong mục sở thích, FB sẽ dựa theo tương tác của người dùng để xác định sở thích của họ. Anh chị có thể "đoán" được người dùng tiềm năng của mình thích gì và chọn các mục trong phần sở thích này. Ví dụ kinh doanh, công nghệ, giải trí,….Chúng ta nên "vọc" nhiều để quen dần.

**"Hướng dẫn chi tiết về vấn đề "sở thích" sẽ được hướng dẫn chi tiết tại 1 bào viết sau này."**

Mục hàng vi là một mục khá hay, Ví dụ sẽ cho phép anh chị có thể chọn hiển thị quảng cáo trên iOS hoặc android hay thậm chí là iOS đời nào (Iphone 4 hay 4S hay 5….) rất hữu ích nếu anh chị dùng cài game. Phần này cũng sẽ được bàn chi tiết ở 1 bài viết khác.




Phần cuối là chúng ta sẽ chọn đối tượng để quảng bá.Có 4 mục chọn như ta thấy trong ảnh.



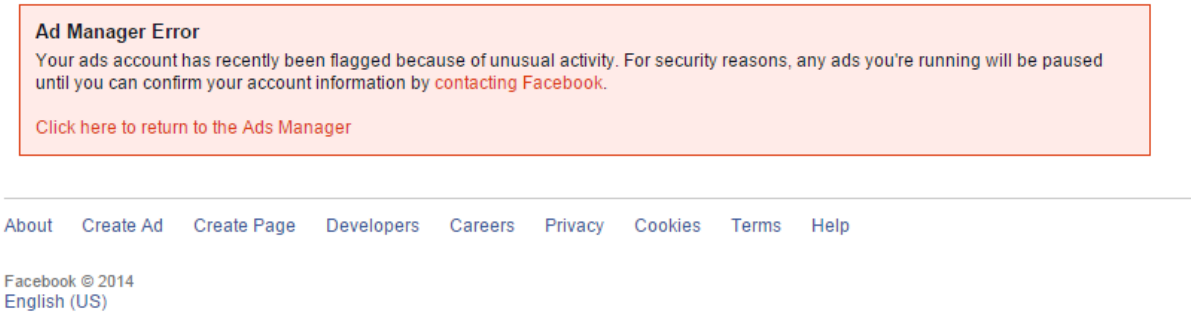

Người viết thường chọn All ( tới cả những người đã thích trang và chưa thích trang)
Nếu như anh chị có những chương trình tri ân khách hàng thì có lẽ chúng ta nên chọn phầnngười đã kết nối với Chung BlackBerry Store.

**<u>BƯỚC 5:</u> Chọn ngân sách hàng ngày:**

Bước này nếu anh chị mới tạo ads lần đầu sẽ phải chọn đơn vị tiền tệ cũng như múi giờ.( Ta nên chọn là VNĐ và múi giờ Hồ Chí Minh.)
Nếu anh chị nào đã quảng cáo rồi thì ko phải chọn lại nữa. ta chỉ việc chọn ngân sách, thời gian bắt đầu chạy quảng cáo. Nhìn chung phần này thì sẽ tùy thuộc kế hoạch kinh doanh của từng bên, từng công ty anh chị. Người viết sẽ không bàn nhiều.
Tuy nhiên sẽ lưu ý anh chị ở điểm là chúng ta nên ấn vào chữ **KHÁC** như hình để tùy chọn ngân sách, ngày bắt đầu và kết thúc thực sự theo ý muốn của mình.

Saukhi chọn xong, chúng ta chỉ việc ấn **ĐÁNH GIÁ TRÌNH TỰ** để xem lại những gì mình đã chọn và **ĐẶT QUẢNG CÁO** để bắt đầu quảng cáo ngay.

Thường anh chị sẽ phải đợi 1 thời gian để quảng cáo được xem xét và phê duyệt chứ không được chạy luôn.(Như FB nó là trong vòng 24h sẽ phê duyệt). Thời gian phê duyệt có thể sẽ dựa vào độ uy tín của tài khoản, tài khoản mới có thể sẽ bị phê duyệt khá lâu
**THẬM CHÍ LÀ BLOCK TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO.**




Nếu bị khóa anh chị có thể liên hệ người viết: **Đào Hoàng Cường –091.905.9899** Để hỗ trợ.
Tới phần đấu giá, các anh chị mới làm quảng cáo nên để mặc định như facebook đã chọn.Sau khi chọn các mục xong, sẽ xuất hiện bảng thông báo yêu cầu chúng ta nhập thông tin Visa của mình, anh chị nhập các thông tin: **Số thẻ visa, ngày hết hạn, mã bảo mật, mã bưu chính có thể bỏ qua.**

Trên đây là các bước cơ bản, hi vọng phần nào giúp đỡ được các anh chị lần đầu làm quảng cáo, chúc các anh chị luôn thành công.

## V. QUẢNG CÁO LINK WEBSITE

Như các anh chị đã biết, website là 1 thành tố rất quan trọng trong hệ thống Marketing online và làm sao thu hút được một số lượng lớn người ghé thăm website của chúng ta là một trong những điều kiện tiên quyết để thúc đẩy doanh số cho công ty. Lươt ghé thăm trang website có thể đến từ rất nhiều nguồn, trong đó có 1 nguồn rất lớn mà các thương hiệu gần đây tận dụng rất tốt, đó chính là mạng xã hội facebook. Trong phần này chúng ta sẽ thực hành làm quảng cáo cho website trên facebook.

Đây là 1 số ví dụ cho anh chị, ví dụ số 1 trong ngành bán lẻ.

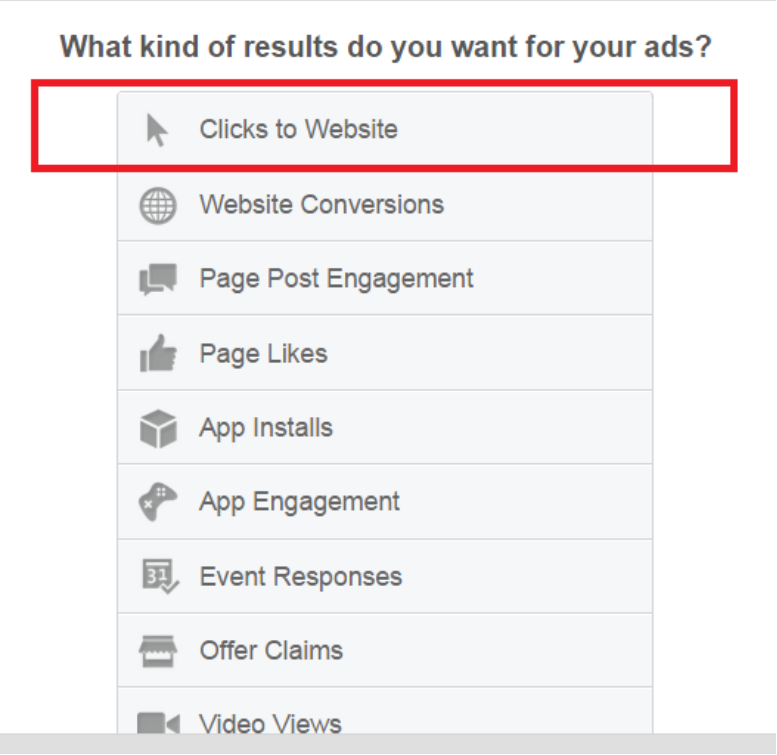
\

Ví dụ số 2 trong ngành ngân hàng:

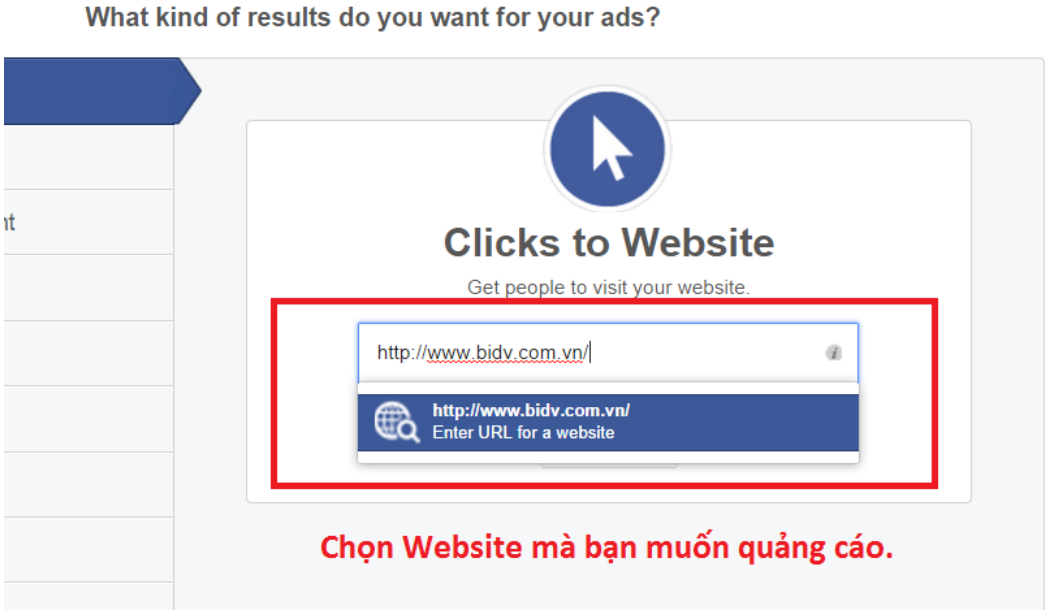
Và đây nữa, dường như Click to website được các ngân hàng dùng khá nhiều:

Sau đây là chi tiết từng bước làm tạo quảng cáo Click to website như thế nào.

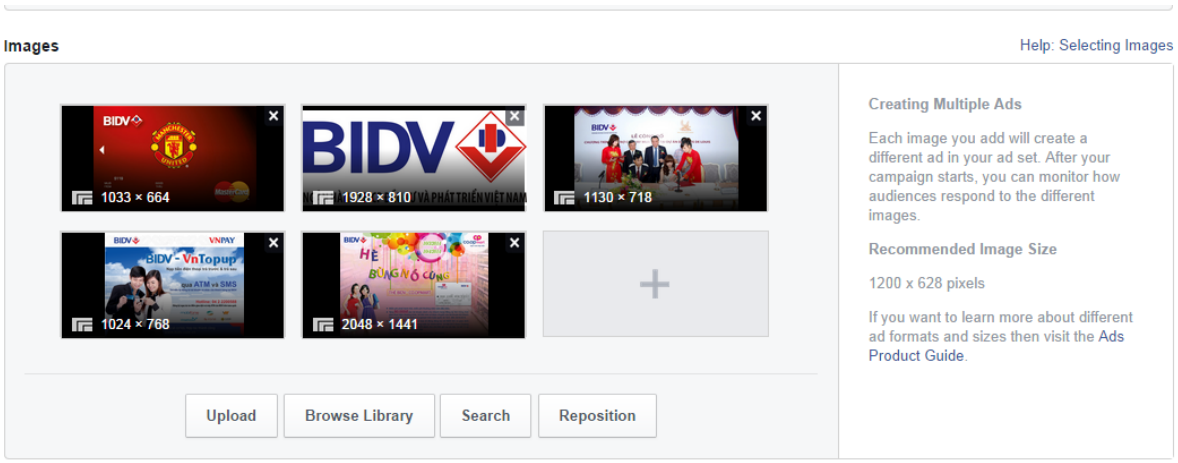
**BƯỚC 1:** Anh chị vào link sau: facebook.com/ads/create sẽ ra giao diện như hình và chúng ta sẽ chọn : Click to website:




**BƯỚC 2:** Dán đường link website mà anh chị muốn quảng cáo vào, ở đây ví dụ là http://www.bidv.com.vn/



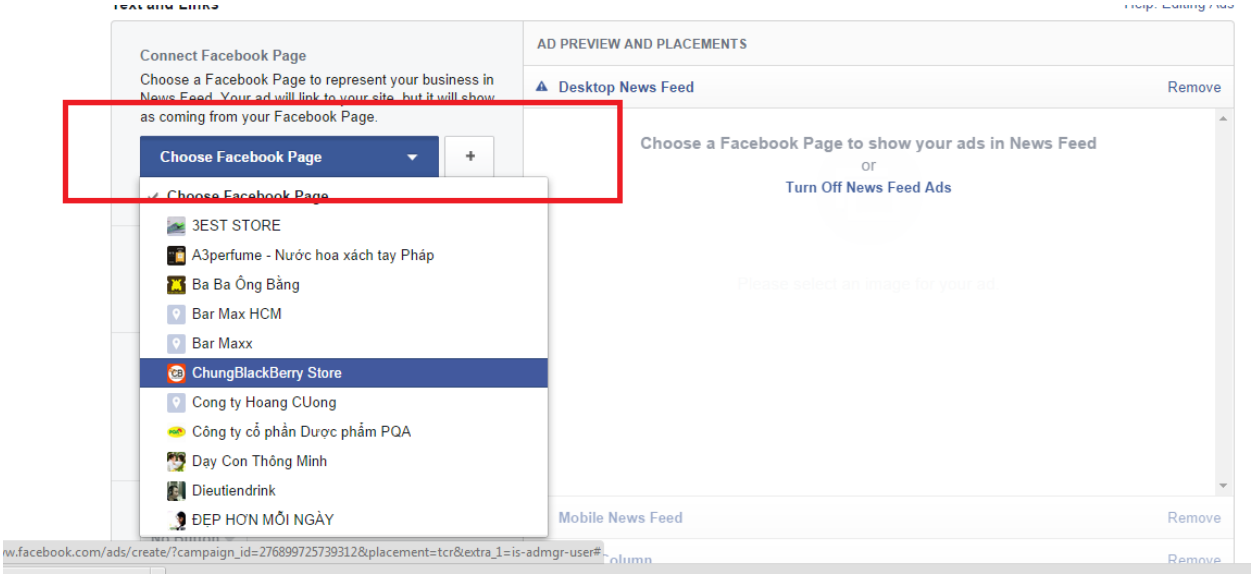
**BƯỚC 3:** tải lên 6 hình ảnh đại diện cho mẫu quảng cáo của chúng ta, y hệt như quảng cáo tăng like đã nói ở phần trên. Ở đây người viết tải ví dụ 5 hình:




Các anh chị lưu ý:

- **Library** cho phép chúng ta sử dụng lại những hình ảnh đã tải lên trước đây, các anh chị click vào đó và chọn lại những hình ảnh cũ.
- **Upload** cho phép chúng ta tải ảnh lên.
- Nút **search** cho phép anh chị tìm kiếm hình ảnh theo từ khóa (key word) ví dụ bank, finance,… Search sẽ được dùng khi các anh chị chưa thiết kế được hình ảnh quang cáo phù hợp, thì đây sẽ là 1 cứu cánh tuyệt vời.
- Nút **Reposition** giúp ta định vị lại vị trí muốn quảng cáo.

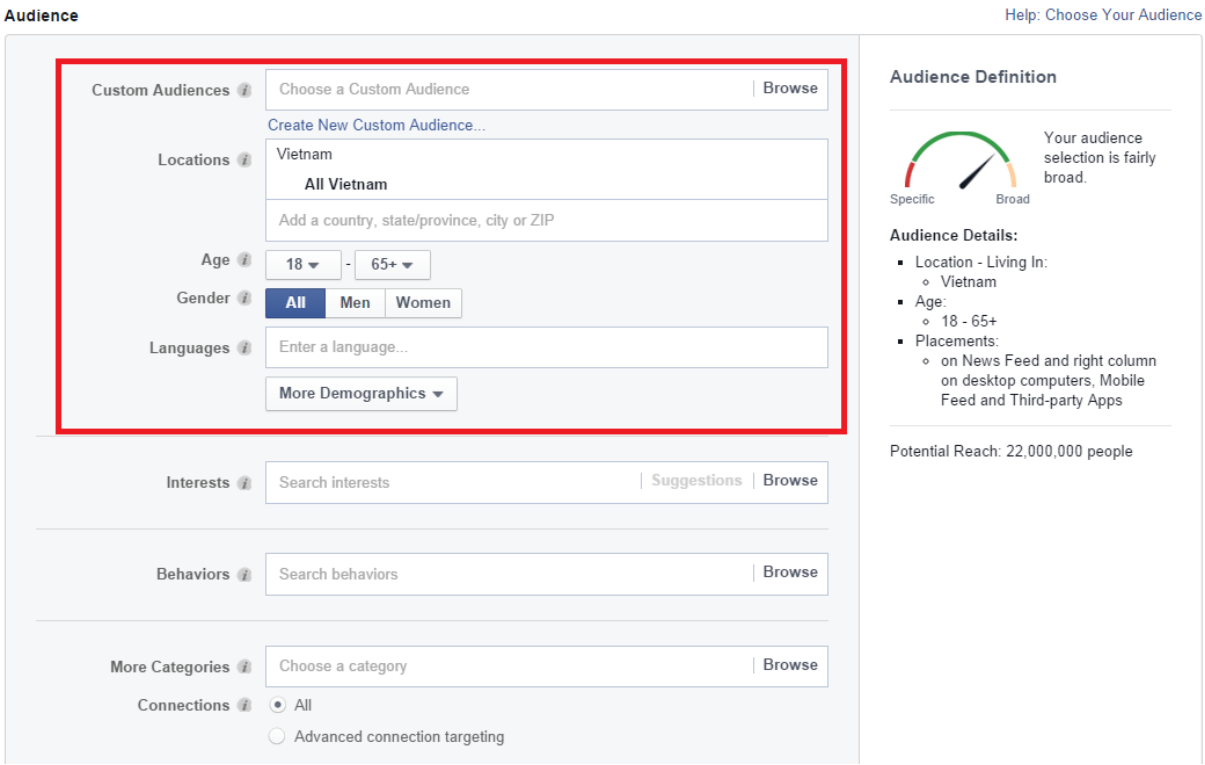
**BƯỚC 4:**chọn fanpage BIDV hoặc fanpage nào của anh chị



**BƯỚC 5:** Viết tiêu đề, mô tả quảng cáo. Ví dụ như hình:

Phần này chúng ta rất lưu ý các nút:"Call to action" bao gồm
Shop now, book now, learn more, Sign up và download để kêu gọi người dùng hành động.

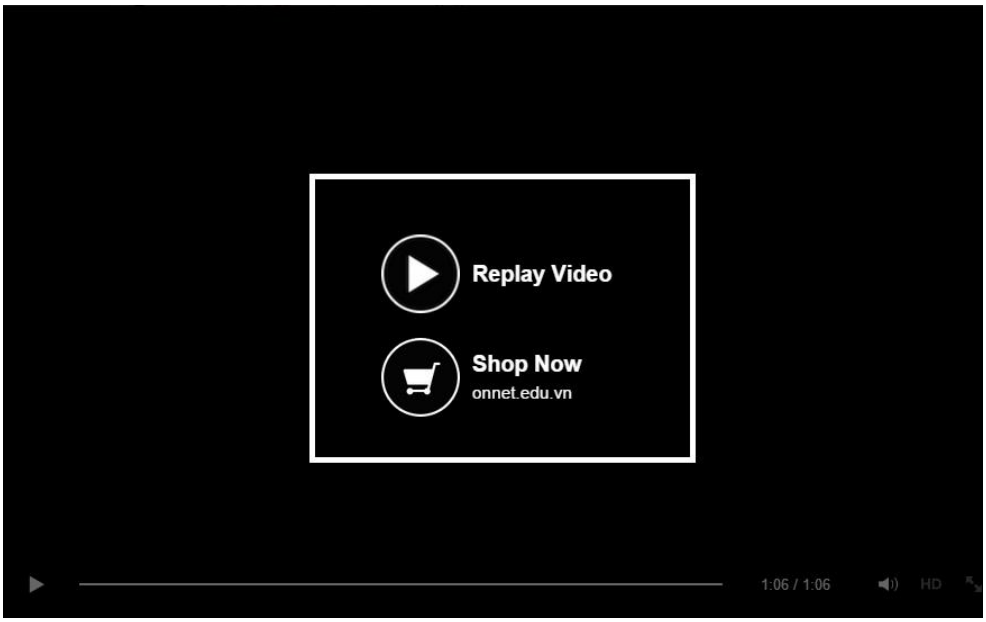
**BƯỚC 6:**Chọn khách hàng tiềm năng, từ vị trí, tuổi tác, giới tính và sở thích.



## VI. QUẢNG CÁO VIDEO TRÊN FACEBOOK

Các anh chị thử tưởng tượng sau khi khách hàng xem xong 1 clip rất ấn tượng. Ví dụ như thế này: (các anh chị hãy đảm bảo rằng mình xem hết clip này nhé) Link:https://www.facebook.com/video.php?v=716045175130986

Sau khi xem xong, chắc hẳn anh chị sẽ thấy xuất hiện 2 nút bao gồm: Xem lại và đặc biệt là: "**Mua hàng**"




Nếu thực sự clip gây được ấn tượng cho người xem thì chắc chắn rằng tỉ lệ người click vô đường link mua hàng để tìm hiểu sản phẩm sẽ cực kì cao, qua đó thúc đẩy doanh số, thương hiệu hay đơn thuần là tăng lượt click vào website đó.

Công ty và doanh nghiệp anh chị chắc hẳn đều có clip giới thiệu doanh nghiệp, sản phẩm hoặc "**Viral video**" (sẽ được nói tới ở 1 bài viết khác). Nhưng thường thì các Video clip đó chưa được tận dụng 1 cách hiệu quả, hoặc **đôi khi bị bỏ xó** 1 cách không thương tiếc – vì chẳng biết dùng nó vào đâu hay chiến lược dùng như thế nào.

(cách truyền thông sử dụng **video marketing** sẽ được người viết nói tới ở 1 bài viết khác)

Chính vì vậy việc sử dụng Facebook để quảng bá cho sản phẩm của chúng là là một giải pháp tối ưu.Và nhiều hãng lớn đã bắt đầu làm như vậy.

hãng SamSung đã tranh thủ sử dụng ngay mẫu quảng cáo cho SamSung Galaxy V

**Và rồi là Heiniken**

Facebook ads với video của Hiniken

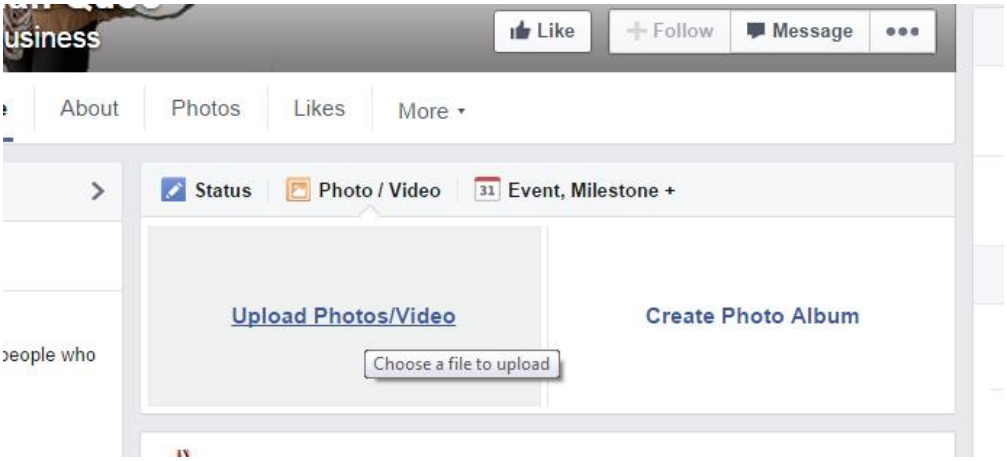
**Video ads của các rạp chiếu phim, ở đây là CGV**

**ƯU ĐIỂM KHI DÙNG VIDEO ĐỂ QUẢNG CÁO:**

- Tận dụng âm thanh, hình ảnh, hiệu ứng của một Clip tác động thẳng tới giác quan, cảm xúc và tâm lý người xem.
- Nội dung truyền tải  sâu sắc và dễ chạm vào cảm xúc khách hàng so với 1 bài viết đơn thuần.
- Đếm chính xác số lượt xem, click cho nhân viên marketing dễ dàng đo lường hiệu quả.
- Tạo độ nhận diện tốt hơn so với hình ảnh.
- Thời gian tương tác lâu hơn so với bài viết hay hình ảnh đơn thuần.
- Và vì lí do đơn giản nhất là **NGƯỜI DÙNG NGẠI ĐỌC – NHƯNG LẠI THÍCH XEM!**

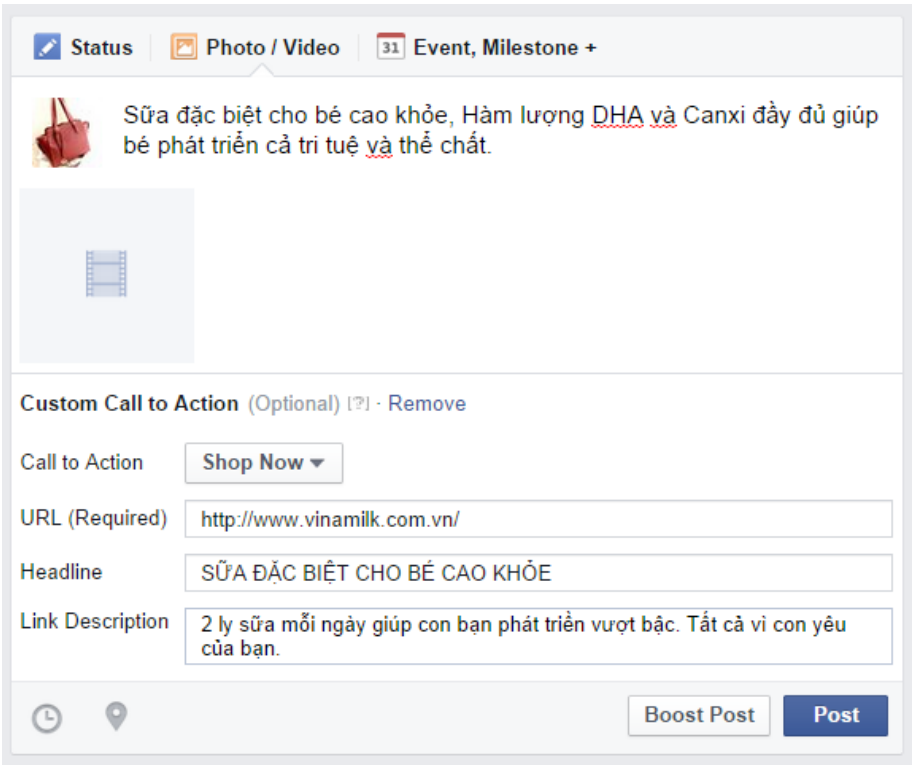
Cách làm quảng cáo này cũng rất đơn giản. Có 2 phương pháp và trong phần tài liệu này sẽ hướng dẫn phương pháp đơn giản, phương pháp cao hơn sẽ hướng dẫn trên lớp.

**1- Đầu tiên anh chị vào Fanpage của mình, đăng bài mới, chọn mục Upload photos and videos (như hình minh họa) sau đó upload video của mình lên,**




**2- Ra giao diện như vậy, anh chị chọn CALL TO ACTION MÀ MÌNH MONG MUỐN**

**3- Các anh chị điền đày đủ tiêu đề, mô tả, link web, call to action cũng như Caption (Nội dung của bài viết) sau đó chúng ta upload lên**




Và DONE!!!! chúng ta ấn **Post**

**4- Chúng ta sử dụng ads manager để quảng bá luôn cho video này như được hướng dẫn trên lớp, và cùng chờ đợi kết quả.**

**Chúc anh chị luôn thành công!**

**Cảm ơn tất cả các bạn đã đọc tới những dòng cuối cùng của cuốn sách này, cảm ơn các bạn đã bỏ thời gian và lòng kiên nhẫn của mình để đọc. Người viết hi vọng các bạn đã nhận được một thứ gì đó hữu ích cho mình.**

**Phần 2 của cuốn sách này về những kiến thức quảng cáo chuyên sâu đang được cập nhật và hi vọng sẽ sớm tới tay anh chị trong thời gian gần nhất.**

**Một lần nữa cảm ơn anh chị rất nhiều!**

**Đào Hoàng Cường**
**Chuyên gia đào tạo – Onnet JSC**

**P/s: Lời cuối cùng xin tặng anh chị một câu:**

Sử dụng Facebook ngay bây giờ hoặc "Đối thủ" của bạn sẽ làm!
(và quả thực họ đã làm rồi).