



Vinalink ads- Chuyên gia Đoàn Tuấn - có hơn 15 năm kinh nghiệm đào tạo và thực chiến triển khai các chiến lược Marketing Online cho doanh nghiệp như: Mazda, Honda, FPT Software, Thành Hưng, Vinhomes,Phố xinh ....

Bên mình hiện đang có các dịch vụ:

- Tư vấn Marketing Tổng Thể Doanh Nghiệp
- Đào tạo Marketing cho đội nhóm Doanh Nghiệp
- Thiết kế Website Doanh Nghiệp
- Chạy google ads ,facebook ads ,zalo ads ,tiktok ads ....

Anh/Chị có nhu cầu vui lòng liên hệ: Mr Tuấn Đoàn- 094 230 1386





Nói một cách học thuật và đầy đủ bạn có thể xem tại trang chính thức của Google nhưng ở đây tôi sẽ trích đoạn như sau:

“**Google Ads** là chương trình quảng cáo trực tuyến của Google. Thông qua Google Ads, bạn có thể tạo quảng cáo trực tuyến để tiếp cận mọi người chính xác tại thời điểm họ quan tâm đến các sản phẩm và dịch vụ mà bạn cung cấp”

“**Google Ads** là dịch vụ mà bạn có thể sử dụng để quảng bá doanh nghiệp, giúp bán sản phẩm hoặc dịch vụ, nâng cao nhận thức và tăng lưu lượng truy cập cho trang web của mình.”

## 2. Google Ads khác gì với SEO

	Google Ads	SEO (Search Engine Optimization)
Phạm Vi	<ul style="list-style-type: none"><li>• Trang web của Google và trang web sử dụng Google AdSense.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tất cả các công cụ tìm kiếm như Google, Bing, Yahoo...</li></ul>
Hình Thức	<ul style="list-style-type: none"><li>• Đa dạng hơn gồm nhiều hình thức hiển thị như chữ, hình ảnh, video...</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Chỉ hiển thị theo quy chuẩn của công cụ tìm kiếm</li></ul>
Vị trí	<ul style="list-style-type: none"><li>• Xuất hiện ở 4 vị trí đầu tiên và 3 vị trí cuối cùng của trang kết quả tìm kiếm.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Có 10 vị trí xuất hiện dưới 4 vị trí đầu của Google Ads</li></ul>

Thời gian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Xuất hiện ngay khi bạn trả tiền và đủ điều kiện hiển thị.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Thường mất tầm 2 – 6 tháng hoặc có thể hơn để tối ưu lên top.</li> </ul>
hiển thị	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hết tiền hay tắt chiến dịch sẽ ngay lập tức biến mất trên kết quả tìm kiếm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Không tiếp tục làm SEO thì web cũng không ngay lập tức mất đi trên kết quả tìm kiếm.</li> </ul>
Lượng truy cập	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chỉ tạo lưu lượng truy cập khi có chiến dịch quảng cáo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có thể tạo lưu lượng truy cập liên tục</li> </ul>
Chi Phí	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trả tiền cho Google theo từng Click nên lượng người truy cập vào trang web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mất chi phí đầu tư, thuê dịch vụ. Về tính lâu dài thì SEO rẻ hơn nhiều</li> </ul>

### 3. Google Ads phù hợp với ngành nghề nào?

Để nhận biết [quảng cáo Google Ads](#) có phù hợp với lĩnh vực và ngành nghề nào thì chúng ta cần hiểu rõ ưu, nhược điểm của [Google Ads](#) và đối tượng khách hàng mà Google Ads có thể tiếp cận đến.

#### Ưu điểm của Google Ads:

- Tiếp cận khách hàng tiềm năng cao: Đặt quảng cáo đến đối tượng khách hàng đang tìm kiếm sản phẩm, dịch vụ của bạn.
- Nhiều hình thức quảng cáo, chiến lược giá thầu giúp bạn có thể nhắm đúng mục tiêu khách hàng, mở rộng thị trường...
- Khả năng bám đuổi khách hàng hiệu quả khi đã từng vào web của bạn với Remarketing – tiếp thị lại.

#### Nhược điểm của Google Ads

- Bạn cần phải có website.
- Tính cạnh tranh cao: Trong 7 vị trí quảng cáo trang đầu tiên của kết quả tìm kiếm thì 4 vị trí đầu là vị trí quảng cáo cho lượng click tốt nhất. Chính vì vị trí ít nên nếu có nhiều nhà quảng cáo tham gia vào thì sẽ đẩy giá thầu ngày càng cao, chi phí càng nhiều. Chưa kể đến đối thủ có thể chơi xấu, click quảng cáo của mình, dẫn đến mình hết ngân sách, không thể hiển thị tiếp.

Các ngành nghề, lĩnh vực có thể sử dụng Google Ads thường có 1 trong những đặc điểm sau:

- Sản phẩm, dịch vụ có thương hiệu
- Sản phẩm, dịch vụ nhiều mặt hàng, lựa chọn
- Sản phẩm, dịch vụ có giá trị cao
- Sản phẩm, dịch vụ không bị cấm

## 4. Các chính sách cơ bản của quảng cáo Google Ads

Chính sách quảng cáo của Google bao gồm 4 nội dung khái quát chính:

- **Nội dung bị cấm:** Hàng giả, Các sản phẩm hoặc dịch vụ nguy hiểm, Cho phép hành vi không trung thực, Nội dung không phù hợp.
- **Hành vi bị cấm:** Lạm dụng mạng quảng cáo, Thu thập và sử dụng dữ liệu, xuyên tạc
- **Nội dung và tính năng bị hạn chế:** Nội dung cho người lớn, Rượu, Bản quyền, Đánh bạc và trò chơi, Chăm sóc sức khỏe và thuốc, Nội dung chính trị, Dịch vụ tài chính, Nhãn hiệu, Yêu cầu pháp lý, Các loại hình doanh nghiệp bị hạn chế khác
- **Yêu cầu về biên tập và kỹ thuật:** Tiêu chuẩn chất lượng cho quảng cáo, trang web và ứng dụng của bạn.

## 5. Cần chuẩn bị những gì khi chạy quảng cáo Google Ads

Để chạy quảng cáo Google Ads thì bạn cần phải chuẩn bị, bởi vì nếu không chuẩn bị thì chẳng khác gì ra trận mà không có súng mìn gì cả. Vậy trước khi chạy Ads thì bạn cần phải chuẩn bị những gì?

### 5.1. Website

Bạn có thể đầu tư 1 trang web với thiết kế chuẩn, đầy đủ các tính năng hoặc chỉ cần 1 website chứa đầy đủ thông tin là đã có thể chạy quảng cáo được rồi.

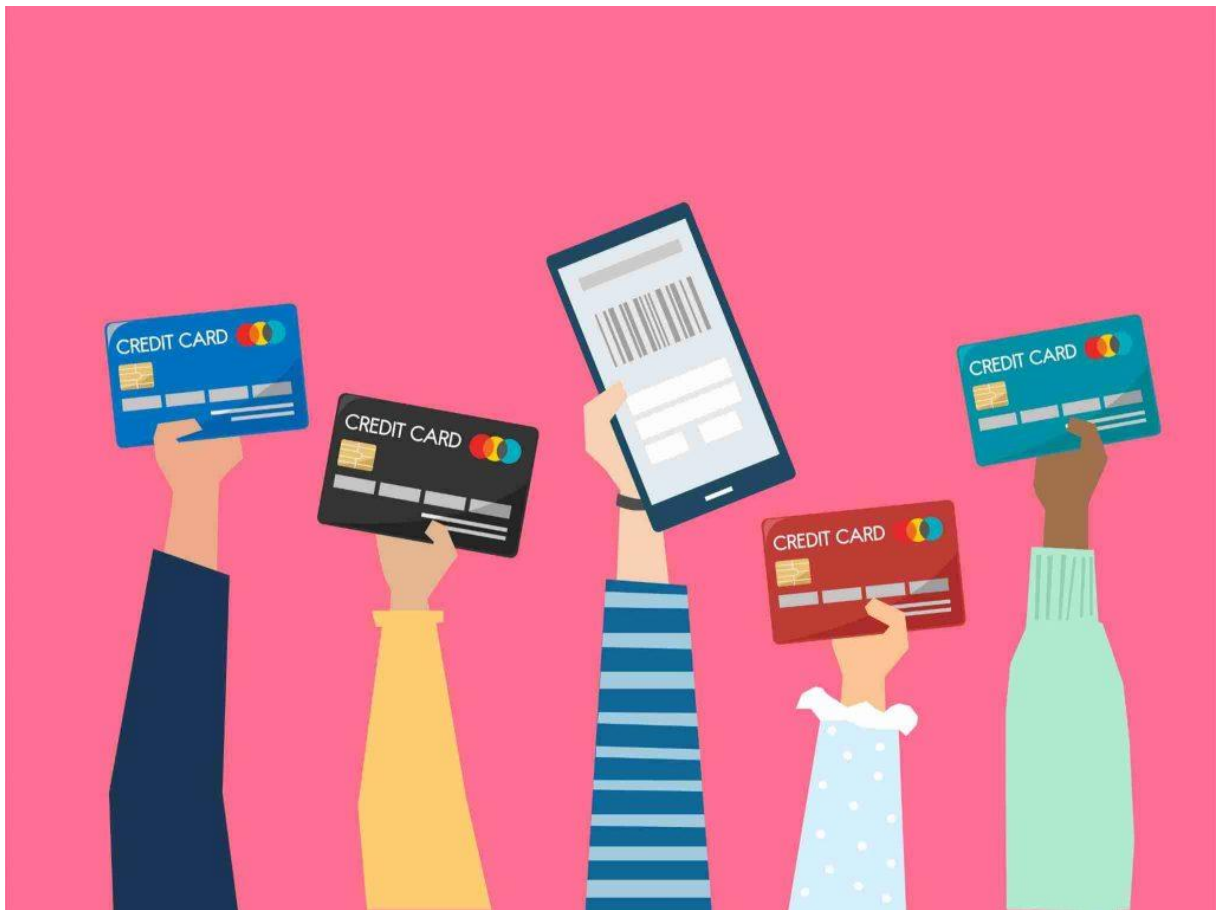


**Lời khuyên cho bạn:** Website cũng giống như cửa hàng của bạn vậy. Nếu bạn không có quá nhiều tiền thì bạn có thể xây dựng một website với mức chi phí vừa phải nhưng ít nhất phải đáp ứng được những tiêu chí tối thiểu. Bởi vì nếu cửa hàng của bạn có tồi tàn, lộn xộn thì khách hàng liệu có cảm tình thăm quan và mua sản phẩm của bạn? Tôi có thể kể đến một vài tiêu chí cơ bản:

1. [Tên miền](#) (Domain) dễ nhớ và tránh các đuôi tên miền như: .xyz, .me, .cc .... vì nó sẽ không tạo được sự tin tưởng
2. [Tốc độ load web](#) (PageSpeed) nên dưới 5s
3. Phải có giao diện riêng cho thiết bị di động bởi vì có tới 70-80% khách hàng tìm kiếm bằng di động
4. Website phải có giao diện rõ ràng, gọn gàng. Màu sắc hài hòa, phông chữ và khoảng cách dễ nhìn. Thông tin rõ ràng, đầy đủ
5. Có phương thức liên hệ như: live chat, nút call trên di động...

## 5.2. Phương thức thanh toán

Đã chạy quảng cáo thì bạn phải mất tiền – đó là điều hiển nhiên. Và để thực hiện thanh toán với Google thì bạn cần phải chuẩn bị một thẻ tín dụng như Visa, Master được đăng ký hợp lệ, sở hữu hợp pháp, được đăng ký với ngân hàng uy tín hoặc ví Momo. Và tất nhiên bạn phải có tiền trong tài khoản thanh toán để có thể giao dịch được. Số tiền đầu tiên và tối thiểu bạn cần có trong thẻ trước khi chạy Google Ads là 200.000 VNĐ.



### 5.3. Tài khoản Gmail

Bạn chỉ cần lập một tài khoản gmail là có thể tạo được tài khoản Google Ads (bạn nên nhớ là tài khoản Gmail phải khai báo thông tin ngày tháng năm sinh trên 18 tuổi).

## II. Các hình thức quảng cáo Google Ads

### 1. Google search

Quảng cáo tìm kiếm là một dạng quảng cáo do Google cung cấp trên công cụ tìm kiếm Google search. Khi người dùng gõ một truy vấn tìm kiếm, Google sẽ trả về các kết quả tìm kiếm dưới dạng quảng cáo hiển thị đúng hoặc gần đúng những cụm từ có liên quan đến từ khóa của quảng cáo của bạn.

Trên trang kết quả tìm kiếm sẽ có tối đa 7 vị trí quảng cáo: 4 vị trí đầu và 3 vị trí cuối trang.

### 2. Quảng cáo GDN

**Quảng cáo GDN** (Google Display Network) hay còn gọi là mạng hiển thị của Google có thể giúp bạn tiếp cận mọi người trong khi họ đang duyệt các trang web ưa thích, cho bạn bè xem video trên YouTube, kiểm tra tài khoản Gmail hoặc khi họ đang sử dụng thiết bị di động và ứng dụng dành cho thiết bị di động.



### 3. Quảng cáo Video

Trong Google Ads, bạn có thể tạo chiến dịch video hấp dẫn với một loạt các định dạng [quảng cáo video](#) nhằm thu hút khách hàng bằng nhiều cách trên YouTube và trên các trang web đối tác video. Các định dạng quảng cáo video có sẵn bao gồm:

- Quảng cáo trong luồng có thể bỏ qua
- Quảng cáo trong luồng không thể bỏ qua
- Quảng cáo khám phá video
- Quảng cáo đệm
- Quảng cáo ngoài luồng phát
- Quảng cáo trên trang đầu

### 4. Google Shopping

**Quảng cáo mua sắm** là loại quảng cáo mô tả thông tin chi tiết về các sản phẩm cụ thể mà bạn bán. Quảng cáo mua sắm có thể là Quảng cáo mua sắm sản phẩm, chỉ nêu bật một sản phẩm hoặc Quảng cáo trưng bày mặt hàng, nêu bật một vài sản phẩm có liên quan.

Quảng cáo mua sắm hiển thị ở những vị trí sau trên web:

- Tab Mua sắm trên Google Tìm kiếm (ở một số quốc gia)
- Bên cạnh kết quả tìm kiếm trên Google Tìm kiếm (tách biệt với quảng cáo văn bản) và Google Hình ảnh
- Trang web Đối tác tìm kiếm của Google (nếu bạn đặt chiến dịch để bao gồm các đối tác tìm kiếm)
- Mạng Hiển thị của Google, bao gồm cả YouTube, Gmail và Google Khám phá

### 5. Quảng cáo App

**Quảng cáo Ứng dụng** giúp bạn dễ dàng quảng bá ứng dụng của mình trên các sản phẩm lớn nhất của Google (bao gồm Google Tìm kiếm, Google Play, YouTube, Khám phá trên Google Tìm kiếm và Mạng Hiển thị của Google)

### 6. Quảng cáo địa phương

**Chiến dịch địa phương** được thiết kế để giúp các doanh nghiệp cung cấp cho khách hàng tiềm năng thông tin mà họ cần để quyết định thời điểm và cách đến cửa hàng thực tế. Chiến dịch địa phương đơn giản hóa quy trình này cho bạn, giúp bạn dễ dàng quảng cáo cửa hàng thực tế của mình trên các sản phẩm lớn nhất của Google (bao gồm Mạng Tìm kiếm của Google, Maps, YouTube và Mạng Hiển thị của Google). Bạn chỉ cần thêm vài dòng văn bản, ngân sách, một số tài sản và Google sẽ tối ưu hóa phần còn lại để giúp khách hàng tìm thấy bạn.

# III. Hướng dẫn chi tiết cách tạo quảng cáo Google Ads

## 2.1. Cấu trúc của tài khoản Google Ads

### Tài khoản quảng cáo

Tài khoản là cấp độ cao nhất của Google Ads được tạo từ tài khoản Gmail quản lý toàn bộ các chiến dịch quảng cáo, các công cụ, tài nguyên và thông tin thanh toán quảng cáo của bạn.

Có 2 loại tài khoản là tài khoản cá nhân và tài khoản người quản lý

- Tài khoản cá nhân: là tài khoản Google Ads chỉ quản lý 1 tài khoản duy nhất.
- Tài khoản người quản lý: là tài khoản Google Ads cho phép bạn dễ dàng xem và quản lý nhiều tài khoản Google Ads (bao gồm cả tài khoản người quản lý khác) từ một email.

### Chiến dịch Google Ads

Chiến dịch là tập hợp các nhóm quảng cáo (quảng cáo, từ khóa và giá thầu) chia sẻ ngân sách, nhắm mục tiêu theo vị trí và các cài đặt khác. Chiến dịch thường được sử dụng để tổ chức danh mục sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn cung cấp.

Khi bắt đầu thiết lập chiến dịch, bạn sẽ được yêu cầu chọn mục tiêu chiến dịch và loại chiến dịch. Bất cứ lúc nào bạn cũng có thể thay đổi mục tiêu hoặc chọn không sử dụng mục tiêu.

Các mục tiêu bao gồm:

- Doanh số
- Khách hàng tiềm năng
- Lưu lượng truy cập trang web
- Cân nhắc thương hiệu và sản phẩm
- Nhận thức về thương hiệu và phạm vi tiếp cận
- Quảng cáo ứng dụng

Loại chiến dịch xác định vị trí khách hàng có thể nhìn thấy quảng cáo, tuy nhiên, bạn có thể chọn vị trí này cụ thể hơn bằng cách nhắm mục tiêu quảng cáo của mình.

Các loại chiến dịch bao gồm:

- Chiến dịch trên Mạng tìm kiếm
- Chiến dịch trên Mạng hiển thị
- Chiến dịch mua sắm



- Chiến dịch video
- Chiến dịch ứng dụng

Các cài đặt mà bạn có thể đặt ở cấp chiến dịch bao gồm:

- Thiết lập ngân sách
- Thiết lập ngôn ngữ
- Thiết lập vị trí
- Chọn chiến lược đấu thầu
- Cài đặt lịch quảng cáo

### **Nhóm quảng cáo**

Nhóm quảng cáo chứa một hoặc nhiều quảng cáo chia sẻ các mục tiêu tương tự

- Mỗi chiến dịch của bạn được tạo thành từ một hoặc nhiều nhóm quảng cáo
- Sử dụng nhóm quảng cáo để tổ chức các quảng cáo của bạn theo chủ đề chung

### **Mẫu quảng cáo**

Mẫu quảng cáo là văn bản, hình ảnh hoặc video mà nhà quảng cáo muốn tiếp cận khách hàng

Để có một mẫu quảng cáo thu hút và có hiệu suất tốt bạn có thể tham khảo một số mẹo sau đây:

- Tiêu đề và trang đích có chứa từ khóa
- Tận dụng ký tự khi viết mẫu quảng cáo
- Sử dụng các tiện ích mở rộng
- Sử dụng các điều khoản bán hàng (Giảm X%, Free Ship)
- Tạo tính cấp thiết (Chỉ còn X ngày hết khuyến mãi)
- Thêm Call to action (Mua ngay, Gọi ngay...)
- Cụm từ thương hiệu có trong tiêu đề

Các bạn có thể xem hướng dẫn chi tiết cách tạo chiến dịch mạng tìm kiếm trong video sau đây:

## III. Mẹo tối ưu quảng cáo Google Ads

### 3.1. Tối ưu hóa từ khóa trong mạng tìm kiếm

Đối với quảng cáo tìm kiếm thì việc nghiên cứu từ khoá là việc rất cần thiết để bạn đạt được hiệu quả quảng cáo tốt. Nếu bạn không dành thời gian và tâm sức vào việc nghiên cứu từ khóa thì bạn sẽ có thể tiêu tốn tới 30% chi phí cho những từ khóa không hiệu quả. Vậy tối ưu từ khóa như thế nào?

#### **Thứ nhất, bạn cần chọn từ khóa có tính chuyển đổi cao**

Đây là yếu tố quan trọng nhất. Bạn cần cài chuyển đổi để có những thông tin chính xác những từ khóa nào mang lại hiệu quả cho bạn (gọi điện, mua hàng...). Và quá trình tìm ra từ khóa chuyển đổi không phải là do chúng ta dùng các công cụ nghiên cứu từ khóa là có thể tìm ra. Chúng ta cần nghiên cứu, lựa chọn và test. Sau quá trình chạy quảng cáo thì bạn cần lọc những từ khóa có chuyển đổi cao để đầu tư hơn cho nó đồng thời tắt các từ khóa không tạo chuyển đổi. Bạn có thể tìm thêm các từ khóa mà người dùng tìm kiếm bằng cách vào báo cáo cụm từ tìm kiếm và lọc theo chế độ thời gian là 7 ngày, 14 ngày hoặc 30 ngày.

#### **Thứ hai, là từ khóa phủ định**

Thao tác phủ định từ khóa là thao tác bắt buộc mà nhà quảng cáo Google Ads nào cũng phải thực hiện khi chạy quảng cáo. Nếu bạn làm tốt từ khóa phủ định bạn có thể tiết kiệm tới 30% chi phí và tăng điểm chất lượng quảng cáo.

Việc phủ định từ khóa bạn cần làm định kỳ để loại bỏ các truy vấn tìm kiếm không liên quan, gây lãng phí quảng cáo. Bạn cũng truy cập vào báo cáo cụm từ tìm kiếm để lọc ra các key không liên quan và vào tab từ khóa phủ định để thêm.

### 3.2. Tối ưu tiện ích mở rộng quảng cáo

Tuy không phải là thành phần chính của mẫu quảng cáo nhưng tiện ích mở rộng quảng cáo lại vô cùng hữu ích trong việc giúp mẫu quảng cáo của chúng ta bắt mắt hơn, đầy đủ thông tin hơn từ đó thu được CTR cao hơn và Điểm chất lượng cũng sẽ tốt hơn.

Các tiện ích mở rộng bạn nên cài bao gồm:

1. Liên kết trang web
2. Chú thích
3. Cuộc gọi
4. Địa điểm
5. Khuyến mại
6. Hình ảnh

### 3.3. Tùy chỉnh giá thầu

Bạn cũng nên chú ý trong quá trình chạy quảng cáo việc chọn một chiến lược giá thầu phù hợp cũng thay đổi kết quả chuyển đổi mà bạn nhận được. Về cơ bản mình sẽ chia thành: đấu thầu thủ công và đấu thầu thông minh. Với các tài khoản chưa cài chuyển đổi hoặc mới chạy quảng cáo chưa có dữ liệu chuyển đổi thì bạn nên chạy theo CPC thủ công hoặc tối đa hoá lượt nhấp còn nếu tài khoản của bạn đã **đủ dữ liệu chuyển đổi thì bạn nên tận dụng dữ liệu để chạy quảng cáo đấu thầu theo chuyển đổi.**

### 3.4. Tiếp thị lại

Theo dữ liệu thống kê của Google thì có đến 90% khách hàng sẽ không mua hàng của bạn ngay lần truy cập đầu tiên. Và khách hàng sẽ truy cập trung bình từ 2-3 lần trước khi họ quyết định mua hàng trên trang web của bạn.

Vì vậy, tiếp thị lại là một giải pháp giúp bạn tiếp cận tốt hơn với các đối tượng này. Bạn có thể kết hợp tiếp thị lại trên tìm kiếm, hiển thị, video trên youtube để tăng điểm chạm hơn dành cho các khách hàng của mình.

### 3.5. Điều chỉnh giá thầu theo giới tính, độ tuổi

Có những ngành đặc thù thì bạn nên xác định chính xác khách hàng mục tiêu của mình về độ tuổi và giới tính để tránh việc quảng cáo tiếp cận và nhận các click đến từ những đối tượng không liên quan. Bạn có thể vào mục đối tượng và điều chỉnh giá thầu sao cho phù hợp.

## IV. Các câu hỏi thường gặp khi chạy quảng cáo Google Ads

### 4.1. Làm sao để biết quảng cáo của tôi đang hoạt động?

Để kiểm tra quảng cáo có đang hoạt động hay không bạn có thể làm theo các cách sau đây:

- Di chuột vào cột **“Trạng thái”** của từ khóa để xem từ khóa có đang được kích hoạt và hiển thị hay không và lý do tại sao.
- Bạn có thể sử dụng công cụ xem trước và chẩn đoán quảng cáo để check xem quảng cáo hiển thị hay không? ở những vị trí nào và trên các thiết bị nào.

### 4.2. Quảng cáo sau bao nhiêu lâu thì được duyệt?

Sau khi lưu một quảng cáo, bạn thường sẽ thấy một trong những trạng thái sau:

- **Đang xem xét:** Trong khi đang xem xét, quảng cáo của bạn sẽ không chạy cho tới khi được chấp thuận. Đừng lo, quá trình này thường cần tối đa 1 ngày làm việc.
- **Đủ điều kiện:** Quảng cáo đủ điều kiện có thể chạy trên một số trang nhất định trong khi được xem xét. Quảng cáo vẫn có thể bị từ chối hoặc bị tạm ngưng, vì vậy,

hãy kiểm tra quảng cáo sau 1 ngày làm việc để đảm bảo quảng cáo được chấp thuận.

#### **4.3. Xem điểm chất lượng như thế nào?**

Để xem điểm chất lượng thì bạn phải vào **tab từ khóa** sau đó lôi cột điểm chất lượng ra. Bạn nhấp vào phần cột => sửa đổi cột => vào tìm mục điểm chất lượng và tích vào ô điểm chất lượng => Áp dụng

#### **4.4. Muốn giảm thiểu chi phí chạy quảng cáo Ads thì tôi phải làm thế nào?**

Thực tế khi bạn chạy quảng cáo Google Ads thì không có khái niệm chạy quảng cáo giá rẻ mà chỉ có thể tối ưu nhất để giảm thiểu tối đa các chi phí lãng phí mà thôi. Để giảm thiểu chi phí mà vẫn có thứ hạng quảng cáo tốt thì bạn cần thực hiện các thao tác tối ưu quảng cáo

#### **4.5. Mẫu quảng cáo bị từ chối do lỗi văn phong chính tả thì phải làm sao?**

Nếu mẫu quảng cáo bị từ chối do lỗi văn phong chính tả thì bạn cần phải kiểm tra lại mẫu quảng cáo của mình đang vi phạm do đâu để có thể xử lý. Một số lỗi hay mắc phải chính là:

- Viết hoa quá đà
- Viết số điện thoại vào mẫu quảng cáo
- Sử dụng quá nhiều dấu câu và viết không đúng quy cách (viết không có dấu cách)
- Có chứa các từ như: tốt nhất, rẻ nhất....hoặc các từ đao, búa, kiếm....
- Có chứa các từ ngữ hoặc nhãn hiệu đã đăng ký bản quyền: ví dụ như từ thuốc, sonny, dell hay HP.....

#### **4.6. Mẫu quảng cáo bị từ chối do lỗi đích đến không hoạt động**

Nhiều khi bạn thấy mẫu quảng cáo của mình bị từ chối với lý do đích đến không hoạt động. Trong trường hợp này thì bạn cần kiểm tra các yếu tố sau đây:

Kiểm tra trang đích có đang hoạt động không? Nếu trang đích không hoạt động thì bạn hãy thay đổi đường link trang đích và yêu cầu xem xét lại.

Nếu trang đích vẫn đang hoạt động thì bạn hãy kiểm tra tốc độ load web xem sao (bạn có thể sử dụng công cụ: <https://testmysite.thinkwithgoogle.com/>) để kiểm tra xem tốc độ tải trang của bạn là bao nhiêu. Nếu tốc độ tải trang trên 10s thì bạn cần yêu cầu đội ngũ kỹ thuật cải thiện tốc độ load web xuống và kiểm tra xem có chặn bằng thông quốc tế hay không. Trong trường hợp khác có thể do hosting của bạn bị trục trặc ngay tại thời điểm Google quét nên sẽ bị thông báo như vậy, nếu trong hiện tại tốc độ load web ổn, hosting bình thường thì bạn chỉ cần yêu cầu xem xét lại là ok.

#### **4.7. Mẫu quảng cáo bị từ chối do lỗi vi phạm chính sách**

Về mẫu quảng cáo bị từ chối do vi phạm chính sách thì đầu tiên bạn phải tìm hiểu xem mình vi phạm chính sách gì. Bạn có thể gọi điện lên đội ngũ hỗ trợ của Google để được hỗ trợ cách khắc phục lỗi vi phạm chính sách. Sau khi bạn đã xử lý xong theo như gợi ý của nhân viên hỗ trợ bạn hãy gọi lại một lần nữa để họ xem xét lại và quảng cáo của bạn có thể hoạt động lại bình thường (trong trường hợp bạn không liên hệ được thì có thể làm theo quy trình sau đây:

#### **4.8. Mẫu quảng cáo bị từ chối do thuật ngữ không cho phép**

Thông thường các mẫu quảng cáo chứa các thuật ngữ không cho phép liên quan đến các thuật ngữ về thuốc hay các chất cấm thì việc của bạn là phải xóa bỏ các thuật ngữ đó trong mẫu quảng cáo và trong trang đích rồi yêu cầu duyệt lại quảng cáo.

#### **4.9. Tôi thanh toán cho Google như thế nào?**

Bạn có thể thanh toán cho Google thông qua thẻ visa hoặc master card có kích hoạt tính năng thanh toán quốc tế.

Hiện nay, đối với các tài khoản mới bạn đều phải trả trước với mức tiền tối thiểu 160.000 VNĐ. Và mỗi lần hết tiền bạn phải nạp tiền vào tài khoản.

#### **4.10. Chạy quảng cáo mãi không hiệu quả?**

Câu nói mà tôi hay gặp nhất mà tôi thường nghe đó là chạy quảng cáo mãi không ra đơn hay không hiệu quả. Tuy nhiên, bạn có bao giờ xem xét lại các vấn đề một cách kỹ lưỡng. Google Ads chỉ là một công cụ hỗ trợ quảng bá sản phẩm thôi. Tôi có thể gợi ý cho các bạn những thông tin sau đây để bạn có thể kiểm tra lại.

- + Liệu bạn đã chọn đúng từ khóa chưa
- + Trang đích có đủ khả năng thuyết phục khách hàng
- + Website của bạn có thân thiện với di động, tốc độ load web có nhanh không? hệ thống chat online, số Hotline có dễ dàng để người dùng tương tác không?
- + Xu hướng tìm kiếm và mua hàng trong giai đoạn đó như thế nào?
- + Tài khoản của bạn có bị click tặc hay không? Nếu có thì bạn nên hạn chế để có thể tiếp cận khách hàng tốt hơn. ....
- + Bạn xem tỉ lệ hiển thị quảng cáo của mình đạt bao nhiêu phần trăm, xem mất hiển thị do đâu để khắc phục.



#### 4.13. Cách chặn click tặc

Hiện tại việc ngăn chặn click tặc hết sức khó khăn bởi vì các phần mềm click tặc rất tinh vi. Nhưng bạn cũng yên tâm là đội ngũ Google cũng hết sức để giúp các nhà quảng cáo phát hiện ra các nhấp chuột không hợp lệ đó.

Tuy nhiên bạn có thể tham khảo các phương pháp hạn chế click tặc đó để có thể giúp quảng cáo hoạt động ổn định hơn.

- + Chặn theo bán kính địa lý nếu bạn biết vị trí đối thủ click tặc.
- + Tạo tệp đối tượng trên Analytics vào web 2,3 lần mà chỉ dưới 10s – 15s và Loại trừ đối tượng này trong quảng cáo luôn. Hiện nay Ga4 đã nâng cấp cách này không còn khả thi
- + Chia chiến dịch theo khung giờ để không bị click hết ngân sách khiến quảng cáo không hiển thị được cả ngày. Loại bỏ những khung giờ hay bị click tặc.
- + Theo dõi những ID click quảng cáo nhiều trong thời gian ngắn qua Histas và chặn những ID trên các chiến dịch quảng cáo đang chạy.

#### 4.14. Tài khoản bị tạm ngưng

Khi bạn nhận được thông báo tài khoản bị tạm ngưng thì bạn cần tìm hiểu lý do là gì để khắc phục! Một số trường hợp hay gặp nhất là:

- **Phần mềm độc hại:** hãy liên lạc ngay với Google xem phần nào trên web đang bị nhiễm phần mềm độc hại để có thể xử lý và yêu cầu xem xét ngay sau đó.
- **Số dư đã hết:** Trường hợp này bạn hãy thanh toán là có thể chạy lại quảng cáo.
- **Xem xét định kỳ:** Cái này thường gặp khi tạo tài khoản mới. Khi bị thông báo này thì hết sức bình tĩnh. Nếu trong 3 ngày mà tài khoản của bạn vẫn không chạy được quảng cáo thì hãy liên hệ ngay với Google để được giải quyết!
- **Từ chối thanh toán:** Với trường hợp này bạn kiểm tra thẻ thanh toán của mình có vấn đề gì không? Có còn tiền trong tài khoản hay không
- **Hàng giả:** Trường hợp này hay gặp khi bạn chạy các sản phẩm như đồng hồ, tai nghe... Khi gặp trường hợp này bạn cần xuất trình giấy ủy quyền của nhà cung cấp cho bạn là đại lý cho Google, nếu không được thì bạn có thể thuê một bên đại lý của Google để chạy quảng cáo.

#### 4.15. Từ khóa có khối lượng tìm kiếm thấp thì phải làm sao?

Khi chạy quảng cáo bạn sẽ có thể gặp trường hợp khối lượng tìm kiếm thấp trong trạng thái từ khóa. Những từ khóa có khối lượng tìm kiếm thấp thì bạn nên cân nhắc lựa chọn từ khóa ngắn hơn hoặc từ khóa khác để chạy. Tuy nhiên, đối với các ngành như bất động sản thì bạn có thể để vì lúc mới ra mắt dự án thì lượt tìm kiếm thấp nhưng sau đó sẽ tăng dần theo thời gian.



#### 4.16. Chiến dịch bị giới hạn ngân sách phải làm thế nào?

Với chiến dịch bị giới hạn ngân sách thì bạn có thể xem các cách giải quyết tại đây

#### 4.17. Cách chặn IP

Để chặn IP trong tài khoản Google Ads thì bạn chỉ cần xác định IP muốn chạy quảng cáo sau đó vào phần cài đặt chiến dịch và kéo xuống phần loại trừ IP và nhập IP vào đó là xong.

#### 4.18. Tài khoản Google Ads của bạn đã bị tạm ngưng |Tài khoản của bạn đã vi phạm Chính sách phá vỡ hệ thống. Vậy là sao?

Vi phạm này thường liên quan đến cách thiết lập tài khoản, một số ít liên quan đến website. Bạn kiểm tra lại theo nội dung của Google như sau:

Thực hiện các phương thức nhằm tránh né hoặc gây trở ngại cho hệ thống và quy trình quảng cáo của Google

Ví dụ: Kỹ thuật che dấu; sử dụng DNS động để chuyển trang hoặc nội dung quảng cáo; sửa đổi nội dung văn bản quảng cáo hoặc trang web để né tránh việc kiểm tra của hệ thống tự động; hạn chế truy cập vào nhiều trang đích gây khó khăn cho việc xem xét đầy đủ ý nghĩa quảng cáo, trang web hoặc tài khoản của bạn

#### 4.19. Cách hủy tài khoản Google Ads

Việc bạn hủy tài khoản Google Ads sẽ khiến quảng cáo của bạn không còn chạy nữa, và Google sẽ hoàn trả số tiền còn thừa trong tài khoản.

Một số chú ý khi bạn muốn hủy tài khoản

– Ngay cả khi bạn hủy tài khoản thành công, tài khoản của bạn vẫn còn chứ không bị xóa mất. Bạn có thể kích hoạt lại tài khoản sau này.

– Nếu bạn đang nợ tiền Google, bạn cần thanh toán hết số tiền đang nợ mới có thể Hủy được tài khoản.

– Nếu Google đang nợ tiền bạn, bạn có thể hủy tài khoản Google Ads, sau đó yêu cầu Google hoàn lại phí cho bạn.

– **Và 1 phần chú ý nhỏ:** Tài khoản có quyền quản trị Google Ads mới có thể Hủy tài khoản.

Để hủy tài khoản bạn cần truy cập: cài đặt tài khoản => tùy chọn => hủy tài khoản

#### 4.20. Cách đòi tiền Google khi bị click tặc

Nếu bạn thấy tài khoản Google Ads của mình bị click tặc nhiều (tỷ lệ click tặc khoảng 70%) và cảm thấy GG vẫn chưa quét hết bạn có thể gọi điện cho Google để có thể

yêu cầu họ xem xét và quét lại tài khoản lần nữa. Bạn cũng có thể sử dụng các phần mềm của bên thứ 3 để truy xuất ra các IP đáng ngờ và gửi lên cho họ em xét và yêu cầu hoàn lại tiền.

#### **4.21. Tôi muốn chỉnh giá thầu cho từ khóa nhưng không chỉnh được**

Nếu bạn không thể chỉnh được giá thầu theo từ khóa thì có thể là do bạn chọn chiến lược giá thầu khác như tối đa hóa nhấp chuột. Để điều chỉnh giá thầu của từng từ khóa thì bạn có thể chuyển sang phương thức đấu thầu là CPC thủ công trong phần cài đặt chiến dịch.

#### **4.22. Tôi muốn tắt từ khóa và mẫu quảng cáo thì làm thế nào**

Nếu bạn muốn tắt quảng cáo hoặc từ khóa thì bạn chỉ cần nhấp vào nút màu xanh bên cạnh và nhấn vào nút cho 2 vạch màu xám.

#### **4.23. Tôi muốn bám đuổi những người vào website của tôi thì làm như thế nào?**

Vậy thì bạn hãy tìm hiểu khái niệm về retargeting (remarketing) để thực hiện. Nhưng về cơ bản nó gồm có 3 bước sau đây:

- Bước 1: Lấy thẻ remarketing trên tài khoản Google Ads và cài lên website
- Bước 2: Tạo tệp tiếp thị lại
- Bước 3: Tạo quảng cáo tiếp thị lại

#### **4.24. Tại sao quảng cáo của tôi lúc hiện lúc không?**

Vậy thì bạn nên kiểm tra lại cài đặt lịch chạy quảng cáo và ngân sách của bạn có bị giới hạn hay không.

#### **4.25. Tôi muốn chuyển giao diện Google Ads từ tiếng anh sang Tiếng Việt**

Bạn truy cập vào hình cờ lê bên góc bên phải màn hình và chọn mục tùy chọn trong cài đặt và chọn lại ngôn ngữ.



Tôi có hơn 15 năm kinh nghiệm .

Nhận dạy online, offline các môn sau nhé: Google ads-Facebook ads (anh/chị nào học online hay offline được liên hệ mình nhé : 0942301386 -Tuấn Đoàn )



**SCAN QR CODE**