Nguyễn Huỳnh Hữu Tín – AT141055

B2B: Shopee, Hotdeal, Amazon, eBay, Tiki, Foody, Lazada, Dell

B2C: TGDĐ, Amazon , Dell, Lazada, eBay, Viettelstore, Tiki, Sendo, Shopee

B2G: Viettel, Dell, GSA

C2B: Shopee, Lazada, eBay, Amazon

C2C: Shopee , eBay, Amazon

C2G: chinhphu.com, baochinhphu.com

G2B: mof.gov.vn , customs.gov.vn

G2C:[thuedientu.gdt.gov.vn](http://thuedientu.gdt.gov.vn/)

G2G: gsa.gov, interlink

CPD:

**CPD** là cụm từ viết từ của**Cost Per Duration**, nghĩa là chi phí dựa trên thời gian hiển thị.

Đây là một hình thức quảng cáo cực kỳ mắc tiền vì hiệu quả quảng cáo của nó rất lớn.

Ưu điểm:

Quảng cáo CPD thực hiện khá đơn giản, và dựa trên thời gian, vị trí và kích thước hiển thị để tính giá trị của hợp đồng.

Quảng cáo dạng này có tính phân tầng rõ ràng, các tập đoàn, công ty dạng vừa và nhỏ thường không phù hợp với các hình thức quảng cáo CPD .

Nhược điểm:

Phụ thuộc vào website, các website phải chất lượng, có lượt truy cập cao thì quảng cáo mới mang lại hiệu quả tất nhiên phải phù hợp với loại sản phẩm dịch vụ mà bạn định quảng cáo

Vị trí quảng cáo thường thuộc các vị trí vàng của trang chủ…

Quảng cáo CPD thường chiu sự chia sẻ, tức 1 vị trí trên 1 website thường được chia sẻ với nhiều khách hàng khác (thường là 3).

CPA:

**CPA có 3 hình thức tính phí cơ bản**:

* **CPS** *(Cost per Sale)*: Chi phí cho mỗi lượt khách hàng mua hàng tức là chi phí để có được 1 đơn hàng.
* **CPL** *(Cost per Lead)*: Chi phí cho mỗi lượt khách hàng để lại thông tin tức là chi phí cho mỗi thông tin có được.
* **CPI***(Cost per Install)*: Chi phí cho mỗi lượt cài đặt ứng dụng. Chỉ số này rất quan trọng đối với các công ty phát triển phần mềm, ứng dụng đặc biệt là các start-up công nghệ.
* **Ưu điểm:**

Khả năng tính toán chi phí hiệu quả, chặt chẽ hơn so với các hình thức CPM, CPC. Vì chi phí chỉ được tính dựa trên hành động (mua hàng, điền mẫu đăng ký…). Hiệu quả trong các chiến dịch marketing hướng tới doanh thu.

* **Nhược điểm:**

Bởi vì đo đếm hiệu quả dựa trên hành động cuối cùng do đó giá mỗi click sẽ khá cao. Nếu bạn có mục tiêu là ra đơn hàng CPA chính là lựa chọn hợp lý. Nhưng nếu chỉ để chuyển đổi một tệp lead ra số người dùng thử sản phẩm miễn phí, thì hiệu quả có thể sẽ không mấy thỏa đáng.

Hơn nữa, nếu không lên cơ chế quản lý marketing hiệu quả cho CPA hợp lí thì sẽ khó có thể biết liệu chiến dịch của mình có đang hiệu quả hay chỉ đang tốn chi phí một cách vô ích.

CPC:

**Ưu điểm:**

Tối ưu được ngân sách quảng cáo, nghĩa là trong những trường quảng cáo hiển thị đối với những người dùng không có nhu cầu về sản phẩm, dịch vụ và họ không click vào quảng cáo đó thì bạn sẽ không bị tính phí.

Dễ dàng tách chi phí cho từng nhóm, quảng cáo, từ khoá từ đó điều chỉnh tăng giá thầu cho mỗi nhấp chuột với quảng cáo hiệu quả và ngược lại, hạ giá thầu với quảng cáo không hiệu quả.

**Nhược điểm:**

Chi phí quảng cáo cho hình thức **CPC** thường cao hơn so với **CPM**. Ngoài ra bạn cũng không thể xác định được số lần nhấp chuột hoặc những nhấp chuột phát sinh trong cùng một thời điểm cụ thể.

Chi phí ngày càng tăng lên do thuật toán và tâm lý người quảng cáo đấu giá.

Các trang wed theo mô hình thu phí: gamevui.vn, game24h, trochoi.net, unigame.vn