



Vietnam  
Web  
Summit



MARTECH ADVISOR  
LEAD GENERATION  
SALES FUNNEL OPTIMIZATION  
MARKETING AUTOMATION

MTA MARTECH AGENCY  
[www.martechagency.vn](http://www.martechagency.vn)

The  
**Asian**  
ENTREPRENEUR

INFLUENCIVE  
UNCONVENTIONAL WISDOM / INFLUENTIAL MINDS

# MARKETING AUTOMATION & CONVERSION RATES



Presented by:

TÌNH NGUYỄN

CEO & FOUNDER OF ASIA MAR TECH GROUP  
FOUNDER OF MARTECH AGENCY & VIETNAM MARTECH  
CO-FOUNDER OF LADI PAGE



# VIETNAM WEB SUMMIT

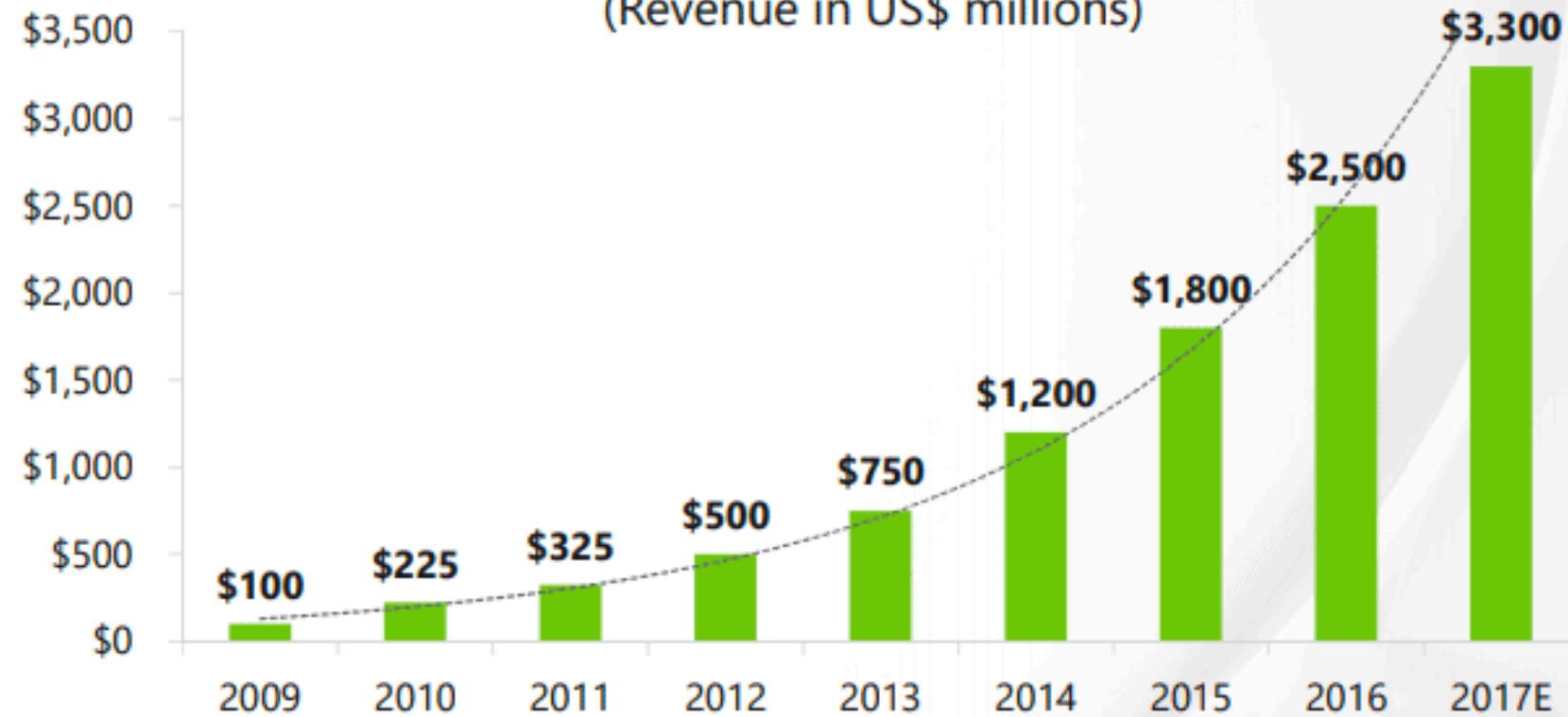


MARTECH ADVISOR  
LEAD GENERATION  
SALES FUNNEL OPTIMIZATION  
MARKETING AUTOMATION



## B2B Marketing Automation Systems Market<sup>(1)</sup>

(Revenue in US\$ millions)



(1) Raab Associates 2015 VEST; 2016 and 2017 represents SharpSpring estimates



# VIETNAM WEB SUMMIT



MARTECH ADVISOR  
LEAD GENERATION  
SALES FUNNEL OPTIMIZATION  
MARKETING AUTOMATION



- Các công ty sử dụng Marketing Automation để nuôi dưỡng khách hàng tiềm năng đã **tăng 451% số khách hàng tiềm năng đủ điều kiện** để trở thành khách hàng (Theo Annuitas Group)
- **67%** các nhà tiếp thị B2B áp dụng Marketing Automation thấy rằng cơ hội bán hàng tăng ít nhất **10%**. **15%** trong số họ thấy tăng ít nhất **30%** (DemandGen)
- Các khách hàng tiềm năng được nuôi dưỡng có tỷ lệ mua hàng lớn hơn **47%** so với những người không được nuôi dưỡng.(HubSpot)
- Đến **năm 2020, 85% khách hàng** sẽ không cần nói chuyện với con người nữa – có mối quan hệ với bot là chủ yếu (Gartner)
- **91%** người dùng tin rằng Marketing Automation là "**rất quan trọng**" đối với thành công chung của việc tiếp thị trên tất cả các kênh. (Marketo)
- **56%** các nhà tiếp thị cho rằng ngành công nghiệp **martech** đang phát triển nhanh hơn so với nhu cầu sử dụng công nghệ tiếp thị của công ty họ.

**75%** các công ty sử dụng Marketing Automation thấy được ROI trong 12 tháng, **44%** trong 6 tháng

Source: **FOCUS** 20-incredible-marketing-automation-stats, 2013



**58%** các nhà tiếp thị cho biết lợi ích lớn nhất của Marketing Automation chính là tăng cơ hội bán hàng và truyền thông kịp thời.

Source: **adestra** Marketer vs Machine, 2015

Tất cả các công ty sử dụng Marketing Automation tạo ra gấp đôi số khách hàng tiềm năng so với các công ty chỉ sử dụng các phần mềm email marketing.

Source: **autopilot** 30 Marketing Automation Statistics – 2015 Edition



VIETNAM  
WEB  
SUMMIT



LEAD GENERATION  
SALES FUNNEL OPTIMIZATION  
MARKETING AUTOMATION

The  
**Asian**  
ENTREPRENEUR

INFLUENCIVE  
UNCONVENTIONAL WISDOM / INFLUENTIAL MINDS

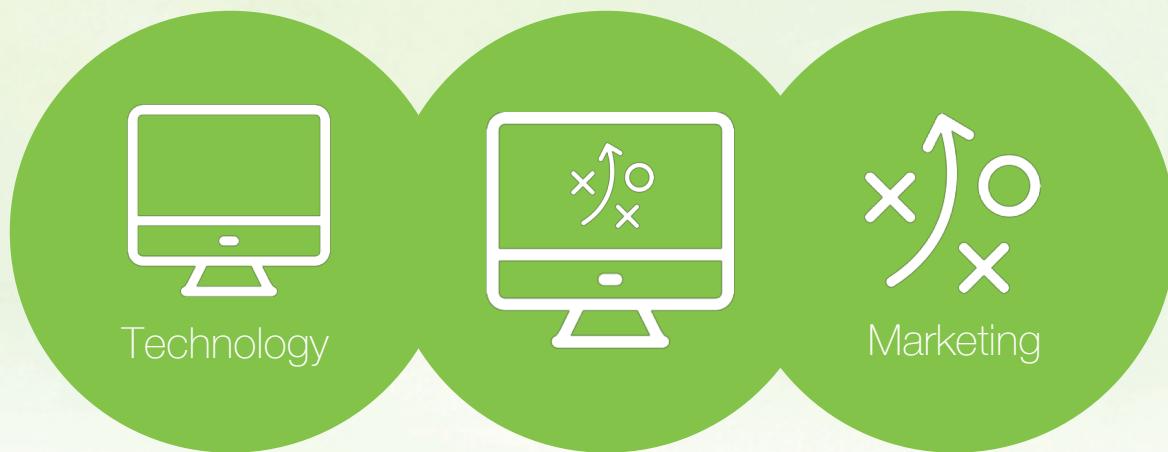
- 63% các công ty đang tăng cường khả năng cạnh tranh của mình bằng cách sử dụng Marketing Automation.
- Đến **năm 2020** khi tìm mua thứ gì đó, **80% đầu tiên** của quy trình sẽ diễn ra trực tuyến.
- Mỗi trang web bạn truy cập, mọi email bạn mở, mọi bài đăng truyền thông xã hội bạn đọc và mọi quảng cáo bạn nhấp vào đều để lại dấu vết kỹ thuật số. Sử dụng dữ liệu này để đạt được lợi thế cạnh tranh.



Marketing Technology đang thay đổi từng ngày.

**Các công ty và nhà tiếp thị cần phải thích nghi  
hoặc có nguy cơ bị bỏ lại phía sau!**

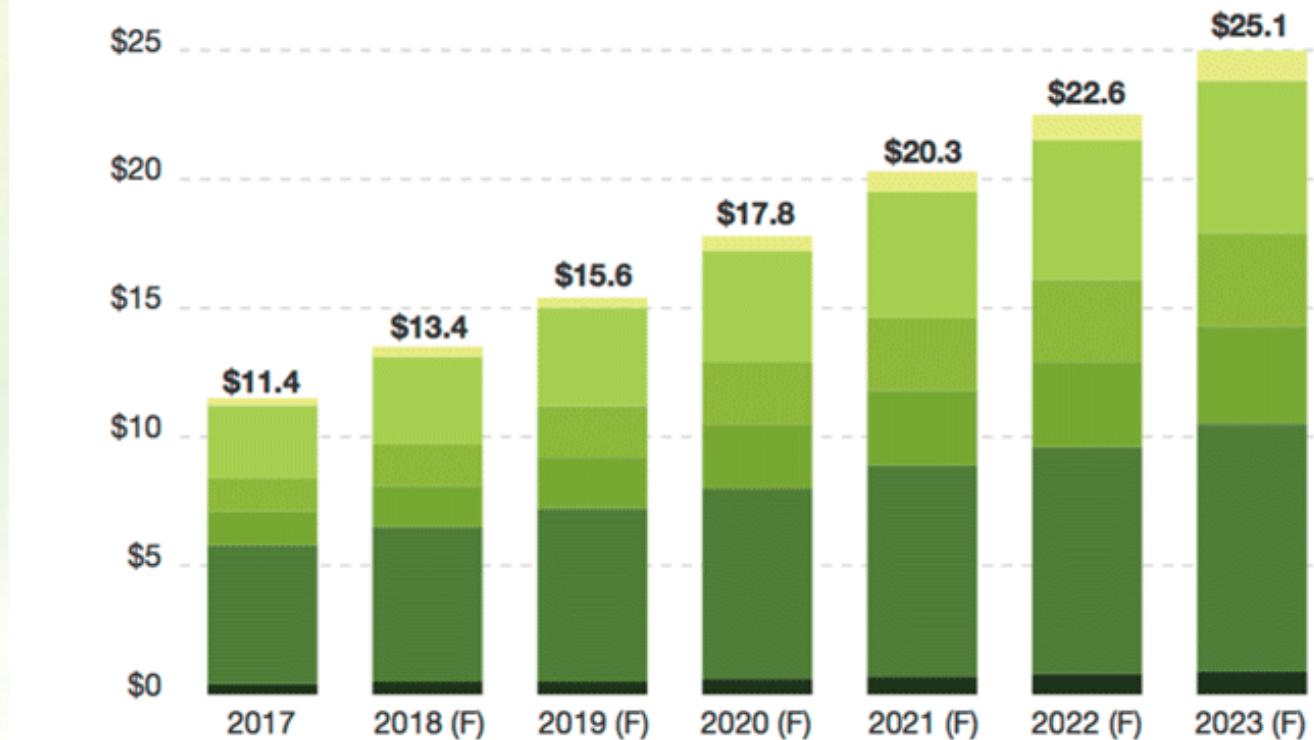
“Trong vài năm qua, liên minh công nghệ và tiếp thị đã tạo ra các sản phẩm và nền tảng phần mềm đang xác định lại cách thức mà các nhà tiếp thị hiện đại làm công việc của họ”



Source: **MARTECH**  
MARKETING TECHNOLOGY MANAGEMENT MarTech Advisor (MTA)

## Global marketing automation technology forecast, 2017 to 2023 (US\$ billions)

- Through-channel marketing automation (TCMA) platform
- Real-time interaction management (RTIM) solutions
- Marketing resource management (MRM) software
- Lead-to-revenue management (L2RM) automation platform
- Cross-channel campaign management (CCCM) software
- Content marketing platform (CMP)

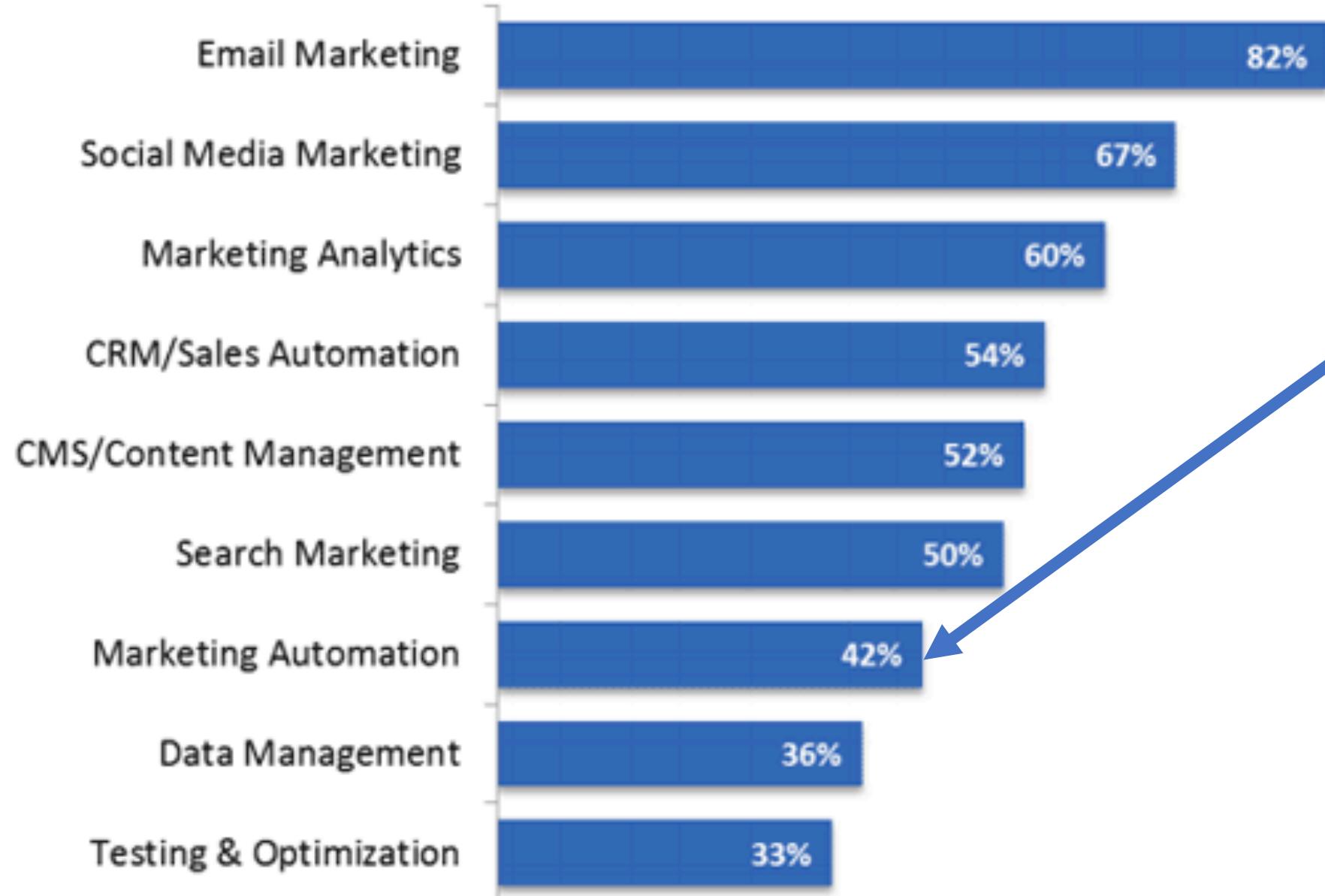


F = forecast

Source: Forrester Data: Marketing Automation Technology Forecast, 2017 To 2023 (Global)

# DỰ BÁO CHI TIÊU CHO CÁC CÔNG NGHỆ MARKETING AUTOMATION TOÀN CẦU

*What TYPES OF MARKETING TECHNOLOGY does your company use?*



**MARKETING  
AUTOMATION  
ĐANG ĐƯỢC  
42% CÁC  
CÔNG TY  
SỬ DỤNG**

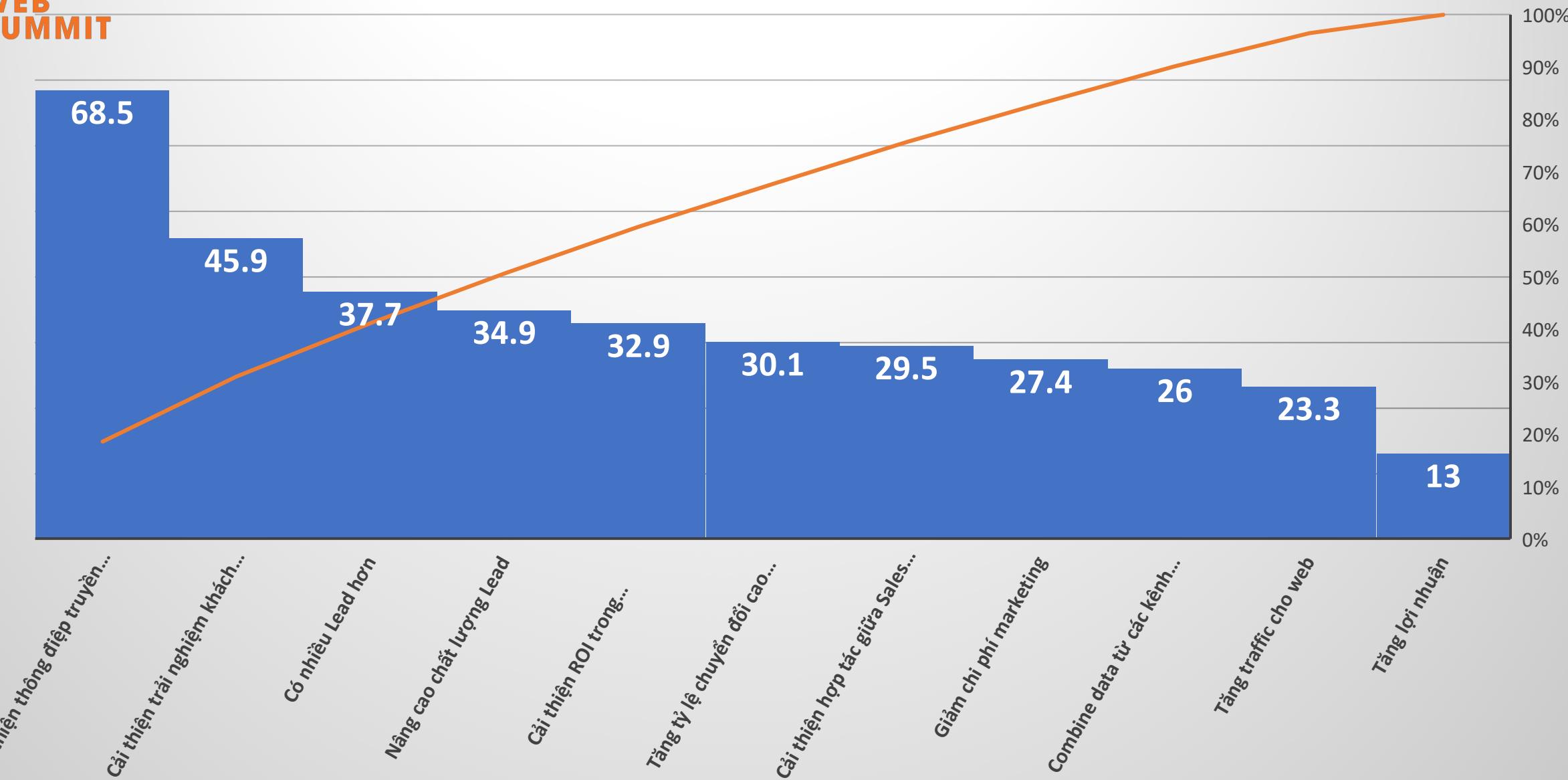


**VIETNAM  
WEB  
SUMMIT**

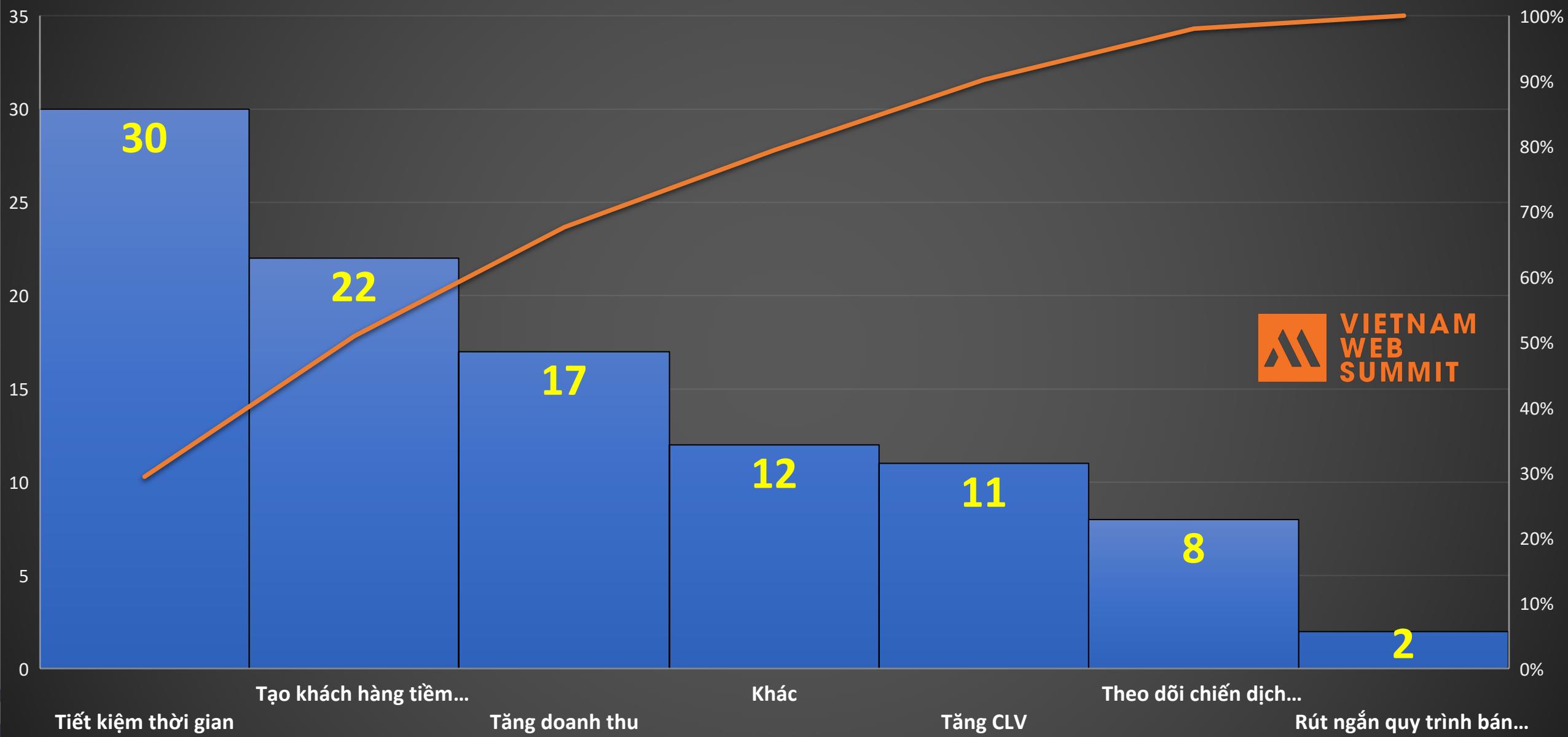
Marketing Technology Strategy Survey, N=215  
Ascend2 and Research Partners, Published August 2015

# LỢI ÍCH CỦA MARKETING AUTOMATION

## BẠN LỰA CHỌN ỨNG DỤNG MA ĐỂ?

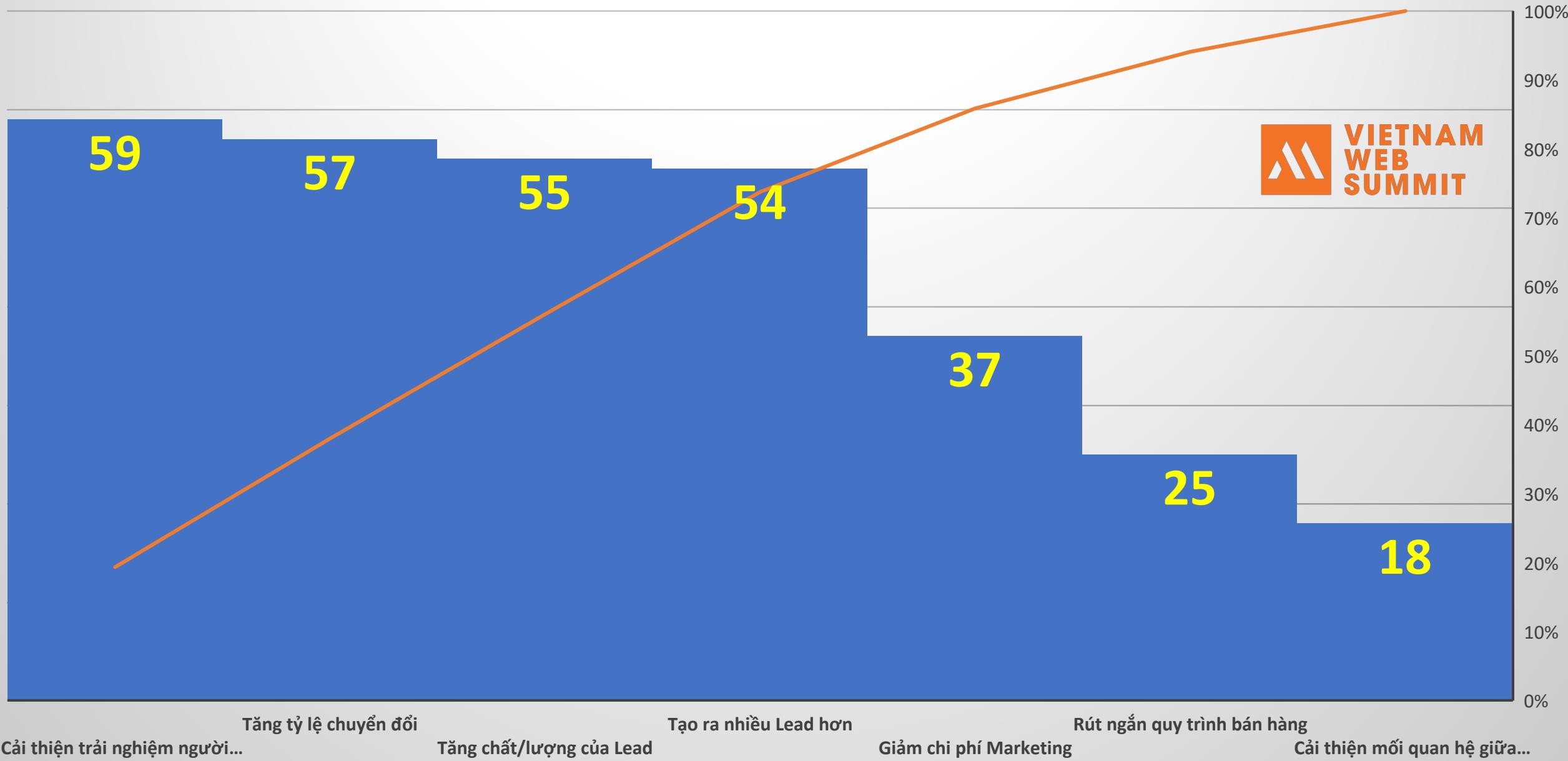


# LỢI ÍCH CỦA MARKETING AUTOMATION



# LỢI ÍCH CỦA MARKETING AUTOMATION

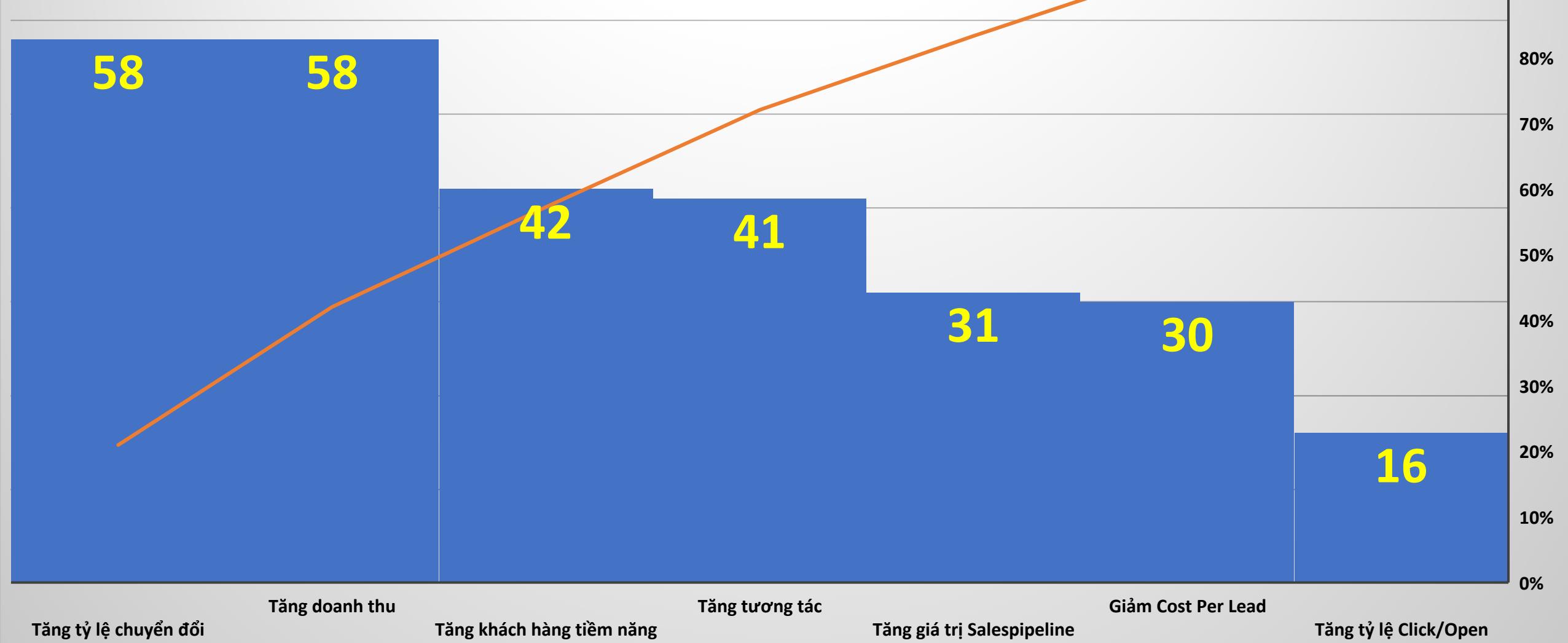
## MARKETING AUTOMATION IN B2B



## USEFUL METRICS &amp; MARKETING AUTOMATION



## MARKETING AUTOMATION &amp; CHỈ SỐ ĐO LƯỜNG HIỆU SUẤT





VIETNAM  
WEB  
SUMMIT

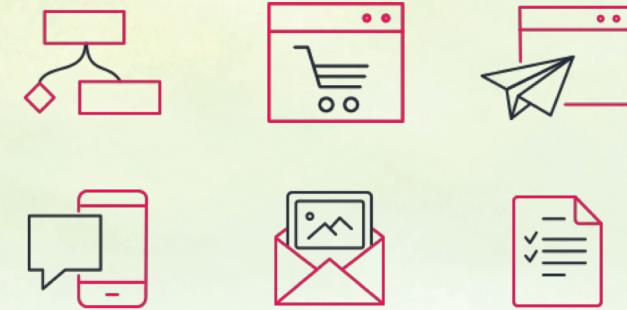


MARTECH ADVISOR  
LEAD GENERATION  
SALES FUNNEL OPTIMIZATION  
MARKETING AUTOMATION

MTA MARTECH AGENCY  
[www.martechagency.vn](http://www.martechagency.vn)

**The Asian**  
ENTREPRENEUR  
**INFLUENCIVE**  
UNCONVENTIONAL WISDOM / INFLUENTIAL MINDS

# ĐÂU LÀ MỤC TIÊU THỰC SỰ CỦA MARKETING AUTOMATION?





VIETNAM  
WEB  
SUMMIT



MARTECH ADVISOR  
LEAD GENERATION  
SALES FUNNEL OPTIMIZATION  
MARKETING AUTOMATION

MTA MARTECH AGENCY  
[www.martechagency.vn](http://www.martechagency.vn)

THE  
**Asian**  
ENTREPRENEUR INFLUENCIVE  
UNCONVENTIONAL WISDOM / INFLUENTIAL MINDS





VIETNAM  
WEB  
SUMMIT



MARTECH ADVISOR  
LEAD GENERATION  
SALES FUNNEL OPTIMIZATION  
MARKETING AUTOMATION

MTA MARTECH AGENCY  
[www.martechagency.vn](http://www.martechagency.vn)

The  
**Asian**  
ENTREPRENEUR

INFLUENCIVE  
UNCONVENTIONAL WISDOM / INFLUENTIAL MINDS





# MARKETING AUTOMATION



First Automation: Opt-in



Second Automation: Offer



Third Automation: Visited Sales Page



Fourth Automation: Made a purchase



**VIETNAM  
WEB  
SUMMIT**



VIETNAM  
WEB  
SUMMIT



LEAD GENERATION  
SALES FUNNEL OPTIMIZATION  
MARKETING AUTOMATION



# TỐI ƯU CHUYỂN ĐỔI BẰNG CÔNG NGHỆ MA



VIETNAM  
WEB  
SUMMIT



MARTECH ADVISOR  
LEAD GENERATION  
SALES FUNNEL OPTIMIZATION  
MARKETING AUTOMATION



The  
**Asian**  
ENTREPRENEUR

INFLUENCIVE  
UNCONVENTIONAL WISDOM / INFLUENTIAL MINDS

# SIÊU CÁ NHÂN HOÁ EMAIL

- **Bắt đầu với điều đầu tiên người nhận đọc - Tiêu đề**
- **Tận dụng dữ liệu khách hàng** như nhân khẩu học, mua hàng trong quá khứ và hành vi trực tuyến để cung cấp các sản phẩm và dịch vụ phù hợp.
- **Gửi email bán hàng** dựa trên địa điểm người nhận.
- **Sử dụng nội dung động** để người nhận chỉ nhìn thấy hình ảnh có liên quan đến sở thích của họ.



VIETNAM  
WEB  
SUMMIT



MARTECH ADVISOR  
LEAD GENERATION  
SALES FUNNEL OPTIMIZATION  
MARKETING AUTOMATION



The  
**Asian**  
ENTREPRENEUR

INFLUENCIVE  
UNCONVENTIONAL WISDOM / INFLUENTIAL MINDS

# PHÂN LOẠI KHÁCH HÀNG

- Tạo NewLetter List ==> Gửi Email Welcome
- Nhóm danh sách theo nhân khẩu học, chẳng hạn như tuổi tác, giới tính và địa điểm.
- Theo dõi hành vi trực tuyến → Scoring & Segment
- Xác định vị trí → Segment List
- **Phân loại khách hàng theo điểm thành tích** (Lead Scoring):
  - Trang đã truy cập
  - Số lượt truy cập
  - Email mở ra
  - Click Link
  - Đọc bài viết
  - Thời lượng phiên trang web
  - Hoạt động truyền thông xã hội

## Scoring: Opened + Clicked Link

All changes saved

Contact Score

Deal Score

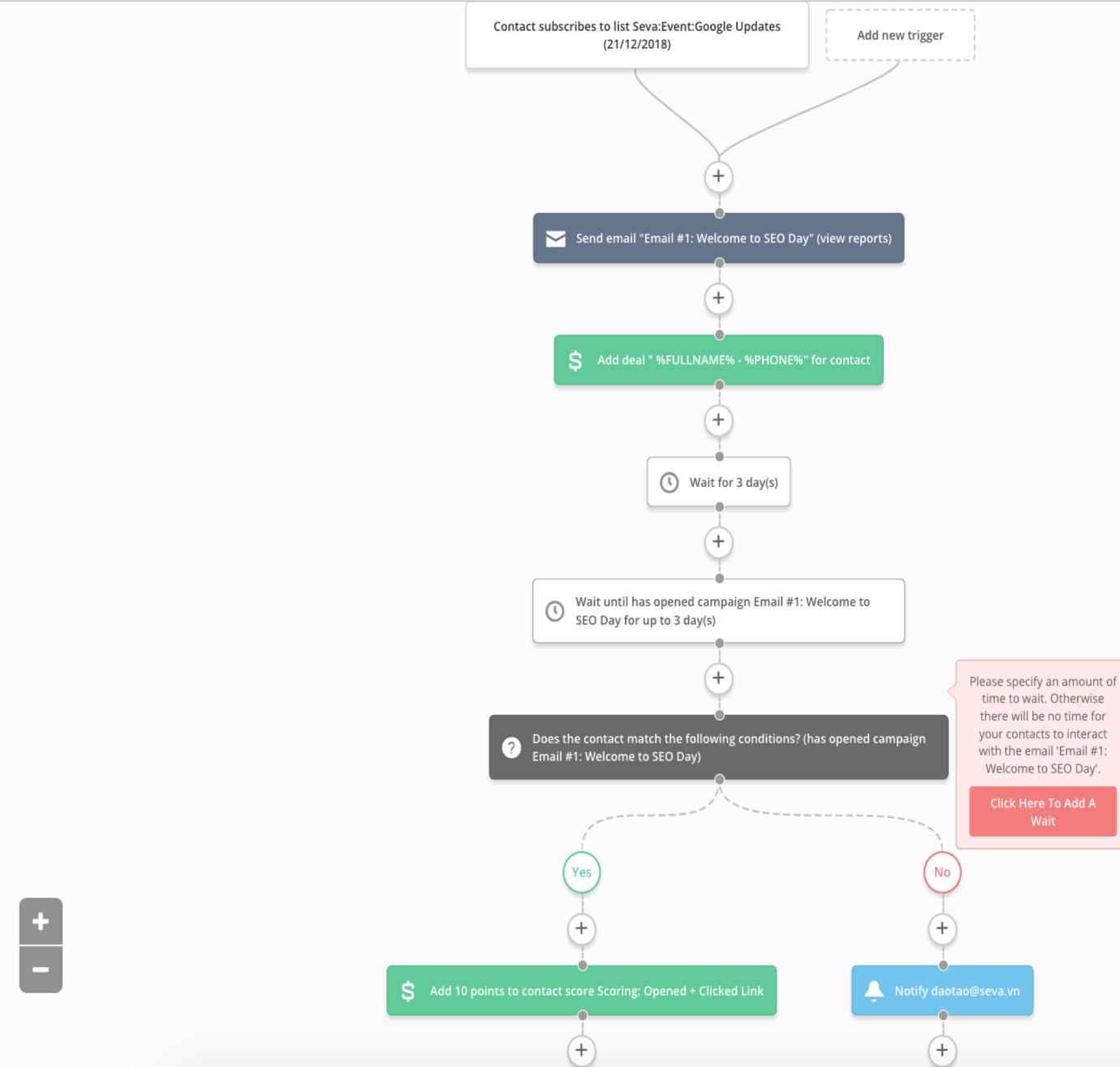
Inactive

Active

*Click here to add a description...*Use the segment builder below to create your contact score rule. [Learn More.](#)

Note: Rules only run once for each contact. Use automations to add or subtract repeating point values. [Learn More.](#)

If contact matches: has clicked any linkadd 10 points( points expire: never )If contact matches: has opened any campaignadd 5 points( points expire: never )[Add New Rule](#)[Back](#)[Save](#)



# CUSTOMER JOURNEY LÀ GÌ?

## QUY TRÌNH PHÁM KHÁ

Từ lúc không biết gì về bạn cho đến khi quyết định mua sản phẩm, dịch vụ của bạn.



Nhận thức



Xem xét



Quyết định



Quan trọng để hiểu khách hàng hơn



Mỗi giai đoạn đòi hỏi cách tiếp cận khác nhau

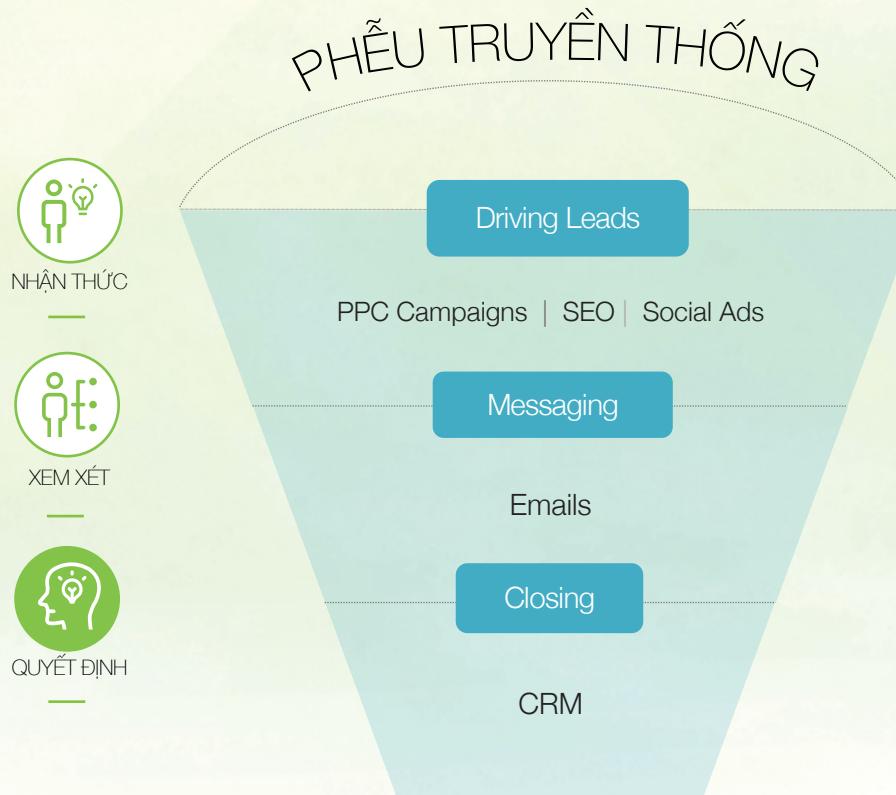
Nhà tiếp thị thấy hành trình của người mua dưới dạng phễu

Tự động hoá tiếp thị sẽ tạo ra kết quả ở các giai đoạn khác nhau của phễu

CƠ BẢN:

**SALES & MARKETING  
FUNNEL**

Sales & Marketing Funnel tiêu chuẩn sẽ như thế này:



Sales & Marketing **Funnel**  
là gì?

Một số công cụ nhận đầu ra của phễu:



# MỌI NGƯỜI ĐỀU MUỐN CÓ NHỮNG FUNNEL MỞ RỘNG HƠN

---

Marketing Automation có thể giúp bạn làm được điều đó...

...nhưng trước tiên, hãy cùng nhau đánh giá kết quả của MARKETING TRUYỀN  
THỐNG...



Mỗi hành động mọi người phải thực hiện đòi hỏi phải có quyết định. Tại hầu hết các điểm quyết định, hơn 50% khách hàng tiềm năng của bạn (thường là hơn 80-99%) chọn không tham gia với bạn.

- Brian Carter Group



Chỉ có 25% số khách hàng tiềm năng đủ điều kiện và tiến tới quyết định mua hàng.

- Gleanster Research

# Marketing truyền thống

Visitor ID  
Next Gen Emails  
Google AdWords  
Reporting Analytics

Driving Leads

Blog & RSS Email  
Campaign Tracking  
Dynamic Landing Pages

Nurturing



Next Generation Email Campaigns



Google AdWords Integration



Blogging and RSS Email Integration



Campaign Tracking



Dynamic Landing Pages & Forms



VisitorID (Anonymous Site Visitor Identification)



Reporting/Analytics

Closing

Driving Leads

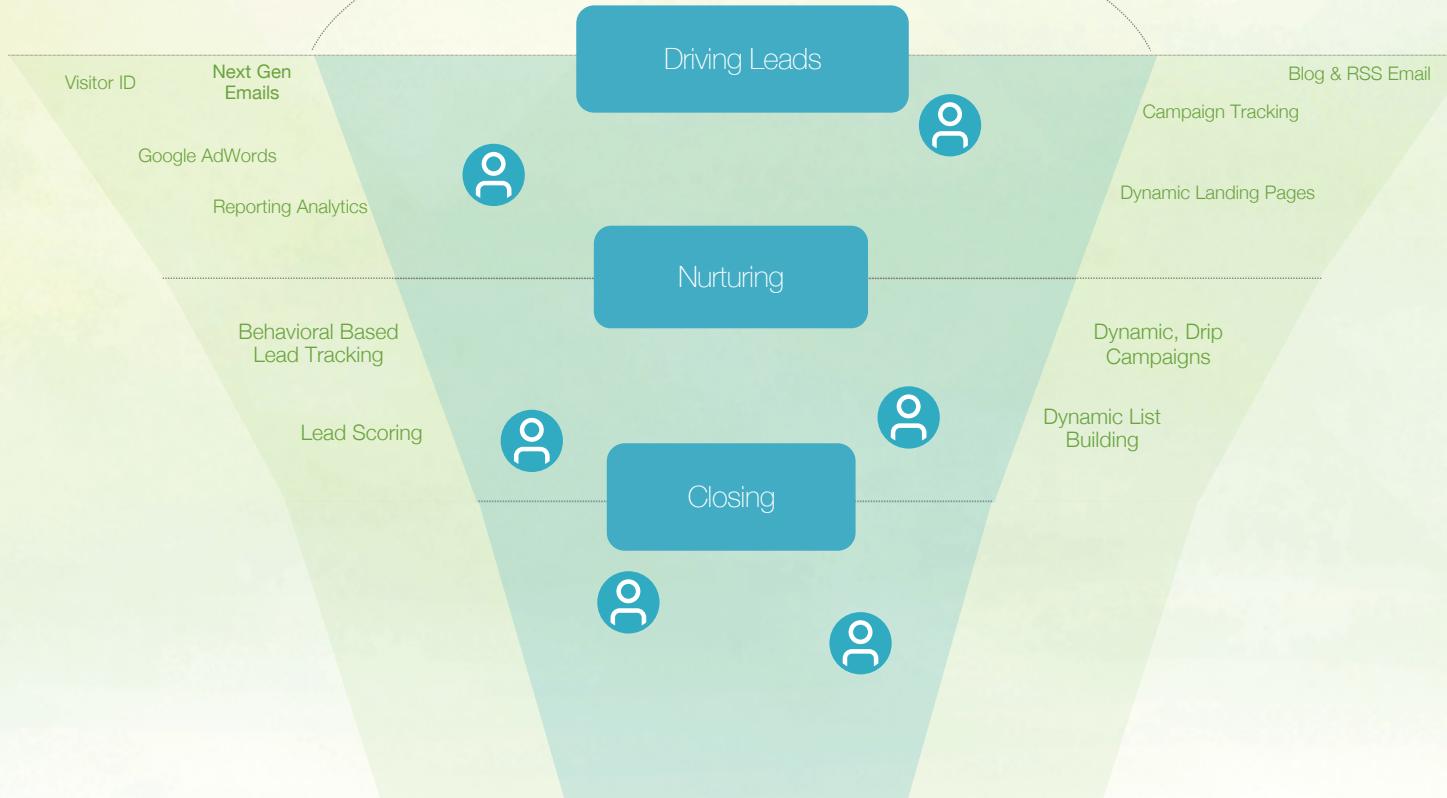
Nurturing

Closing

## DRIVING



# Marketing truyền thống



Vietnam  
Web  
Summit

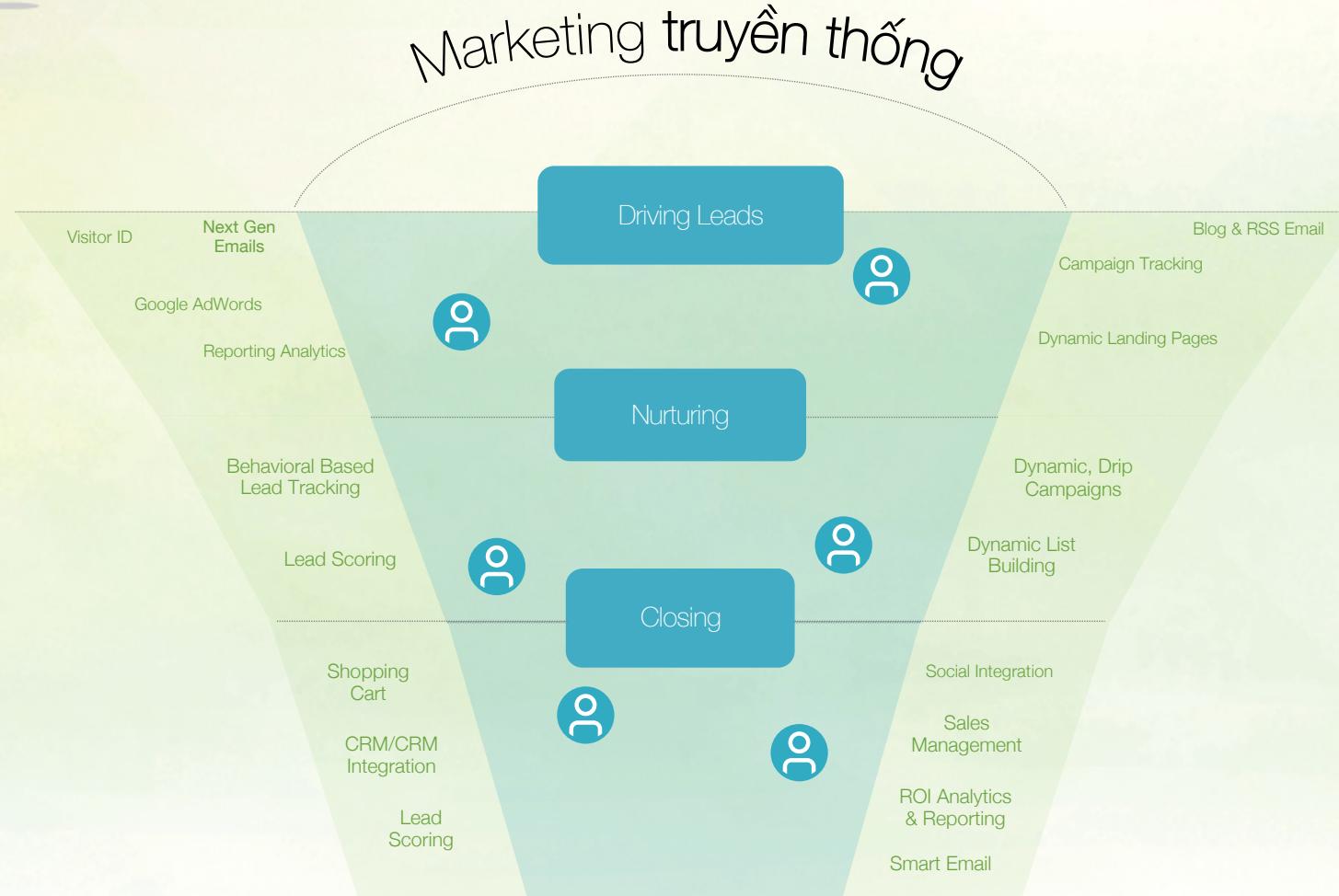
## — NURTURING —

 Behavioral Based Lead Tracking (Life of the Lead)

 Dynamic List Building /Segmentation

 Lead Scoring

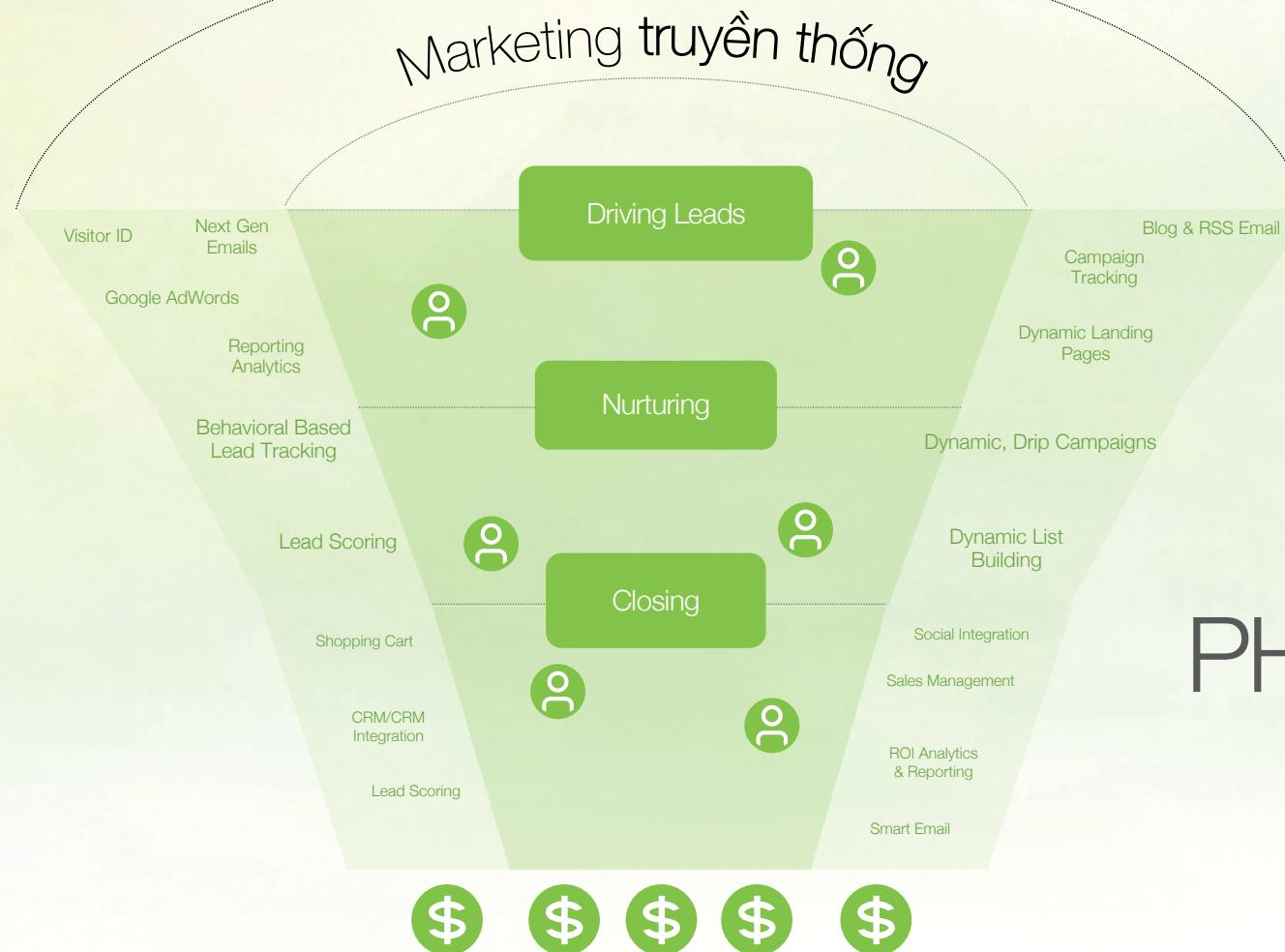
 Dynamic, Behavior-Based Email Drip Campaigns for Nurturing



## CLOSING

-  CRM/CRM Integration - B2B
-  Lead Scoring
-  Social Integration (Life of the Lead)
-  Sales Management/Notification
-  Smart Emails and Trackable Media
-  Sales Email Automations for Post-contact Nurturing
-  End-to-end ROI/Reporting and Analytics
-  Shopping Cart Integration /Abandonment - B2C

# Marketing Automation

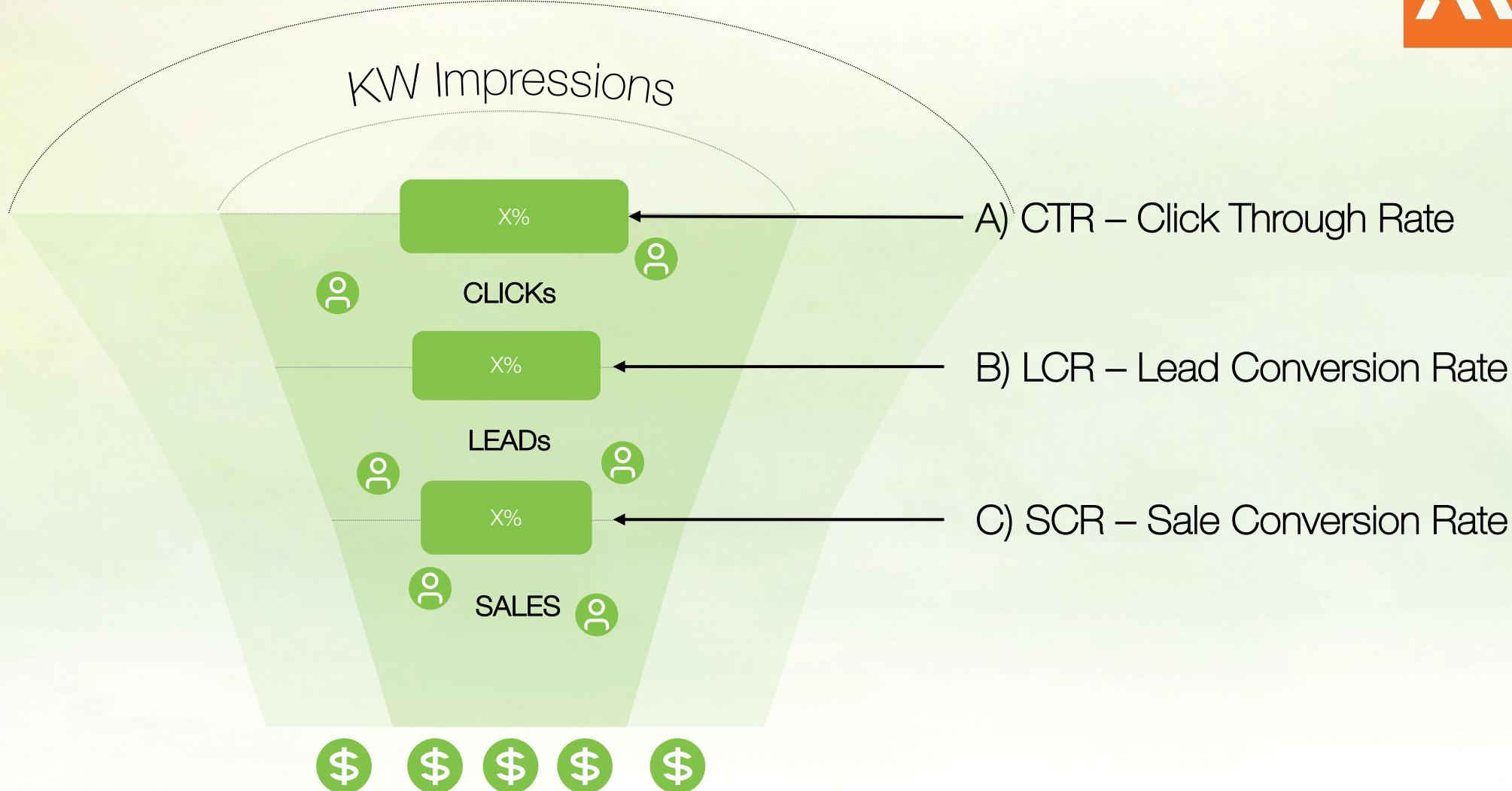


## PHẾU CỦA BẠN?

# \$ Ad Spend



Vietnam  
Web  
Summit



$$\$ 0,5 \times 2000 = 1.000 \$$$

KW Impressions

100.000



2%

A) CTR – Click Through Rate

2.000 CLICKs

10%

B) LCR – Lead Conversion Rate

200 LEADS

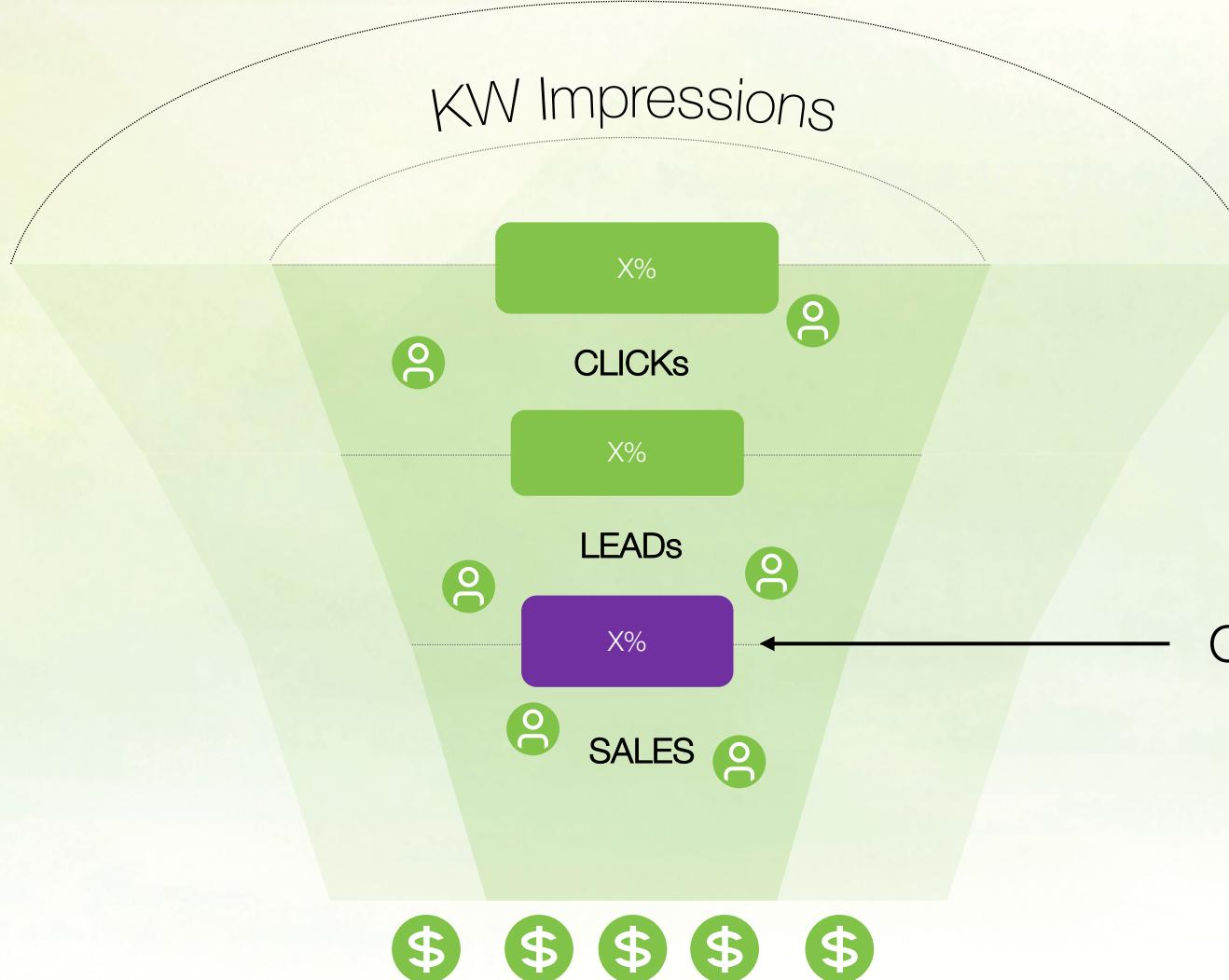
1%

C) SCR – Sale Conversion Rate

2 SALES


$$2 \times \$100 = \$200$$


# \$ Ad Spend



## Tối ưu Landing Page

- Headline & Ad Copy
- Photo / Video / Background
- Sales Page Copy
- Call To Action
- Shopping Cart Software
- Focus to Product Benefits
- Bonus / Gift
- A/B Testing
- Match with Ad Message
- Sales Team Skills

C) SCR – Sale Conversion Rate



$\$ 0,5 \times 2000 = 1.000 \$$

KW Impressions

100.000

2%



2.000 CLICKs



10%



200 LEADS



2%



4 SALES



A) CTR – Click Through Rate

B) LCR – Lead Conversion Rate

C) SCR – Sale Conversion Rate  
X2 Sales by Increase +1% SCR



$4 \times \$100 = \$400$

$$\$ 0,5 \times 2000 = 1.000 \$$$

KW Impressions

100.000

2%



2.000 CLICKs



10%



200 LEADS



4%



8 SALES

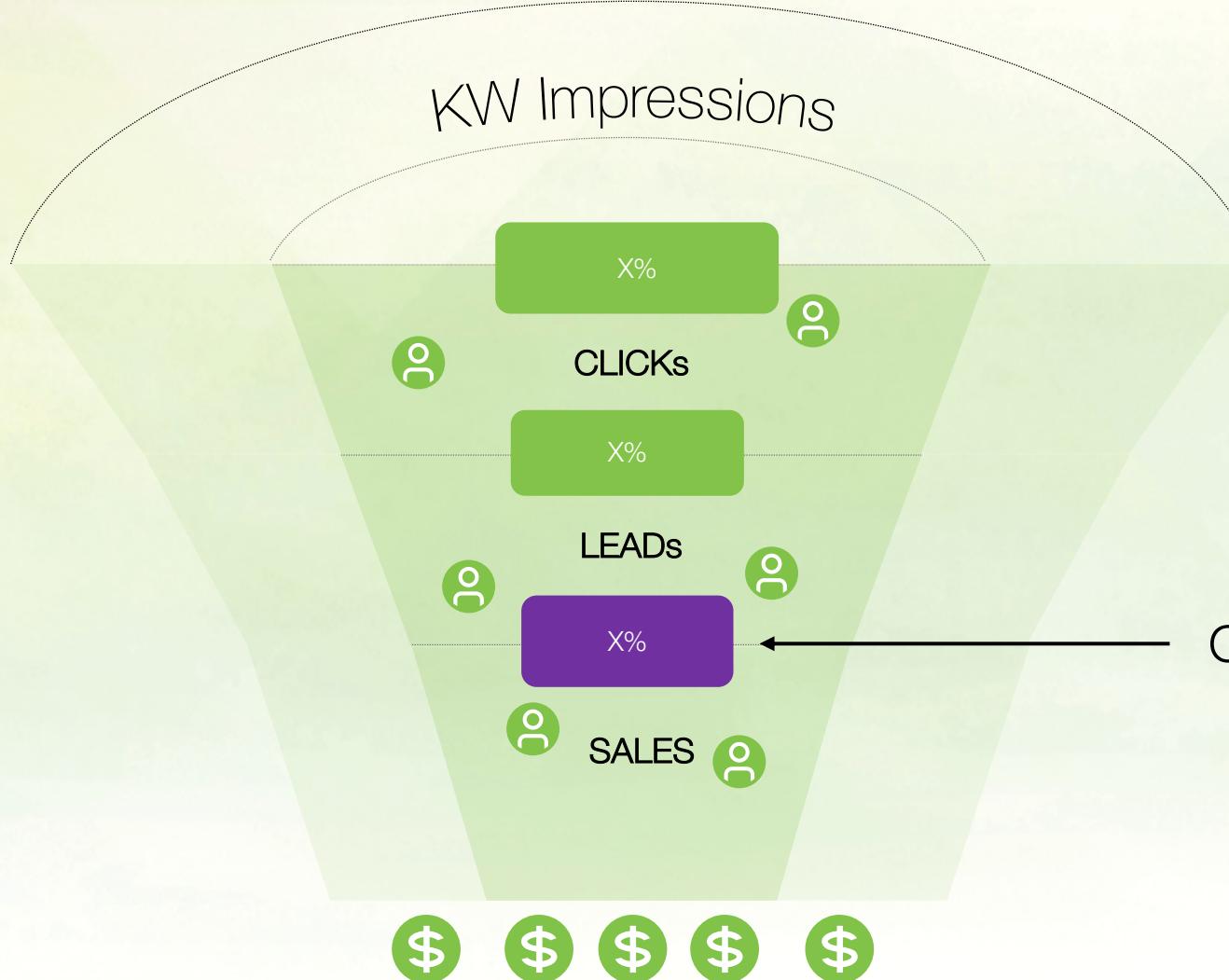


A) CTR – Click Through Rate

B) LCR – Lead Conversion Rate

C) SCR – Sale Conversion Rate  
X4 Sales by Increase +3% SCR
$$8 \times \$100 = \$800$$

# \$ Ad Spend



## Remarketing

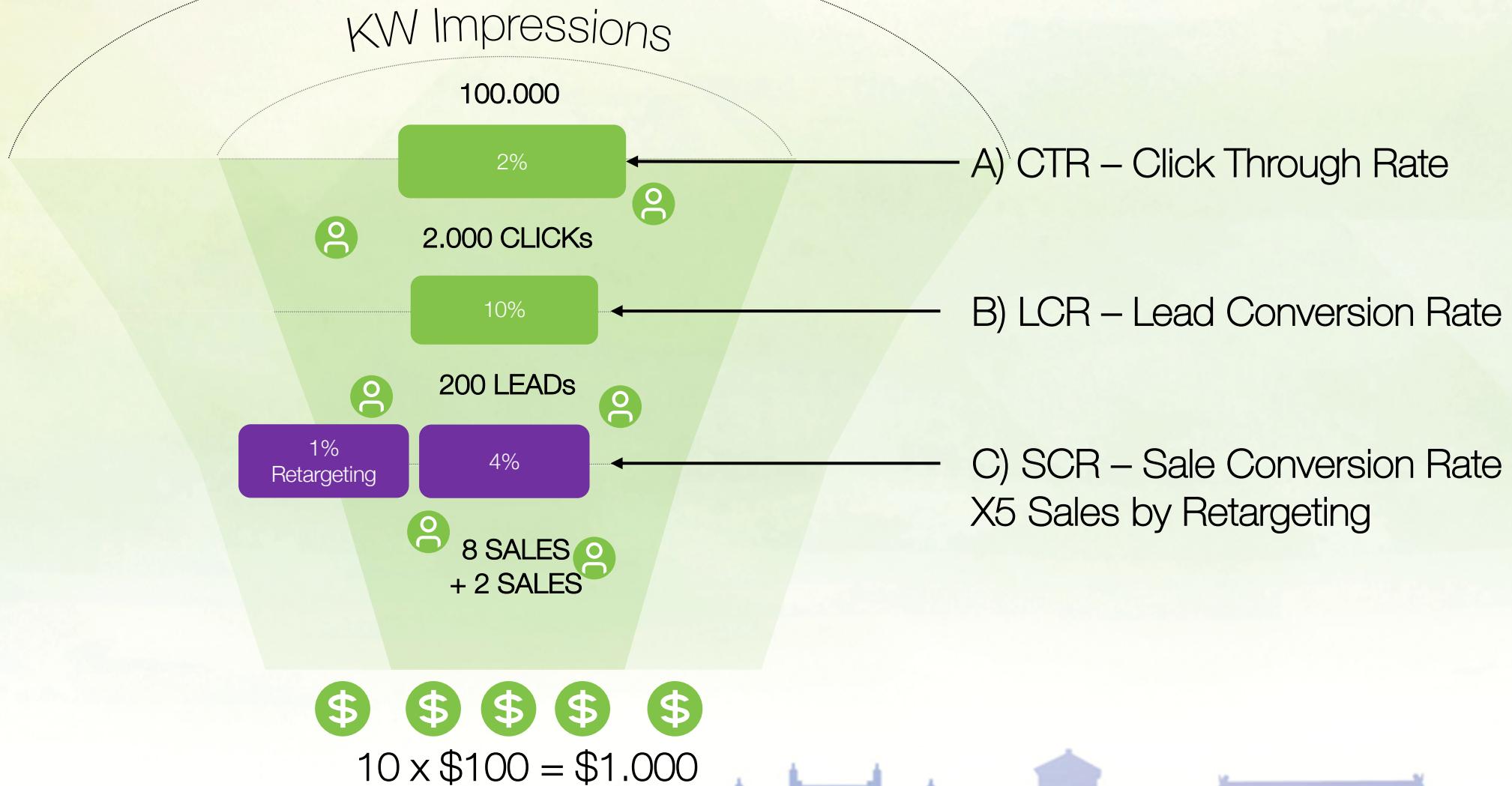
- Landing Page Copy
- Offer Discount / Bonus / Gift
- Offer Package
- A/B Testing
- Match with Ad Message

C) SCR – Sale Conversion Rate



VIETNAM  
WEB  
SUMMIT

$\$ 0,5 \times 2000 = 1.000 \$$



$\$ 0,5 \times 2000 = 1.000\$$

KW Impressions

100.000

2%



2.000 CLICKs



A) CTR – Click Through Rate

10%

B) LCR – Lead Conversion Rate



200 LEADS



2%  
Retargeting

4%

8 SALES  
+ 3,84 SALES

C) SCR – Sale Conversion Rate  
X5 Sales by Retargeting



$11,84 \times \$100 = \$1.184$

# \$ Ad Spend

## KW Impressions

X%

CLICKs

X%

LEADS

X%

SALES



## Upsell

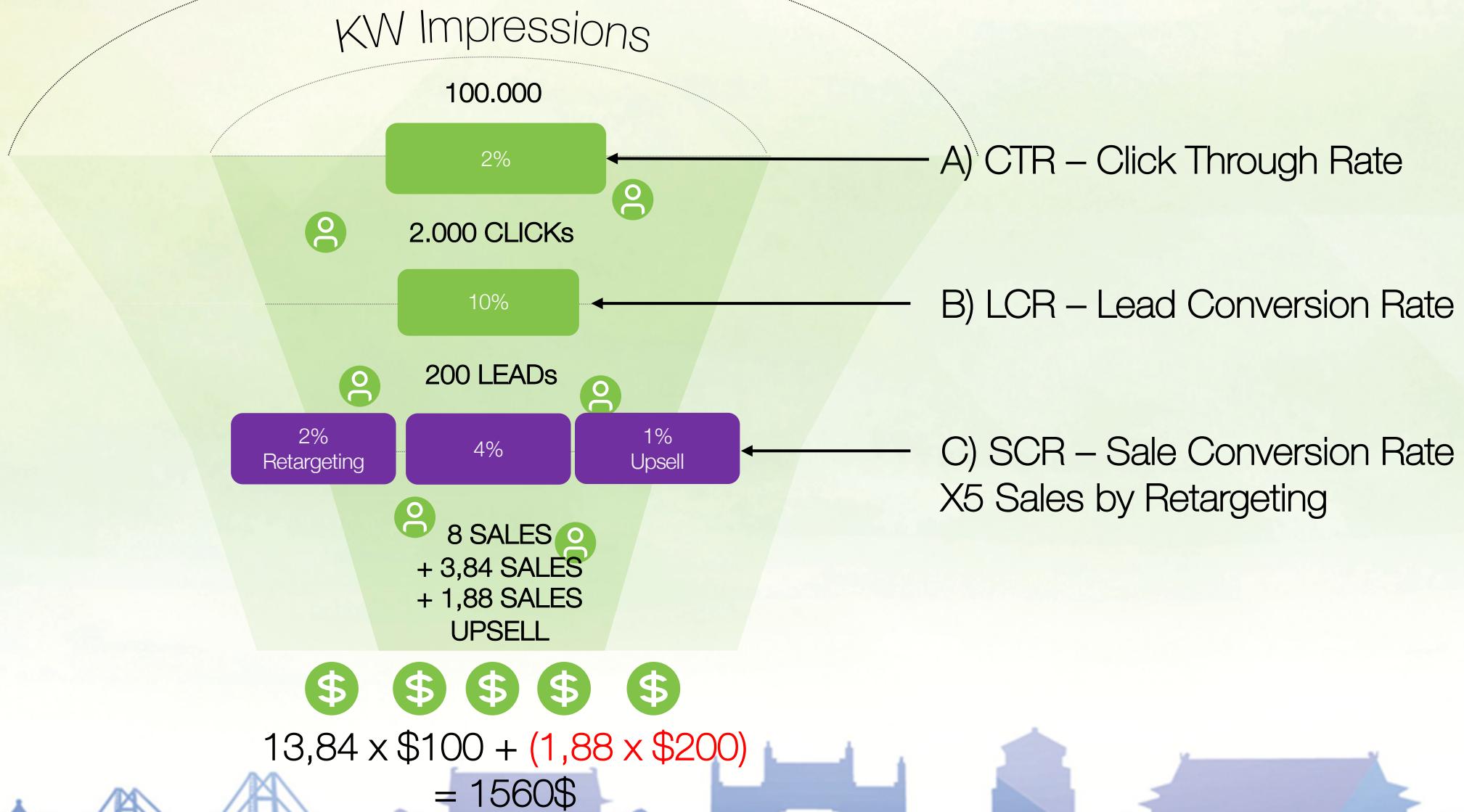
- One Time Offer
- Offer Package
- A/B Testing
- Match with Pre-Offer
- Retargeting (Ad Follow-up)
- Email Follow-up
- Ad-Follow-up



# VIETNAM WEB SUMMIT

C) SCR – Sale Conversion Rate

$$\$ 0,5 \times 2000 = 1.000 \$$$



# \$ Ad Spend

KW Impressions

X%

CLICKs

X%

LEADS

X%

SALES

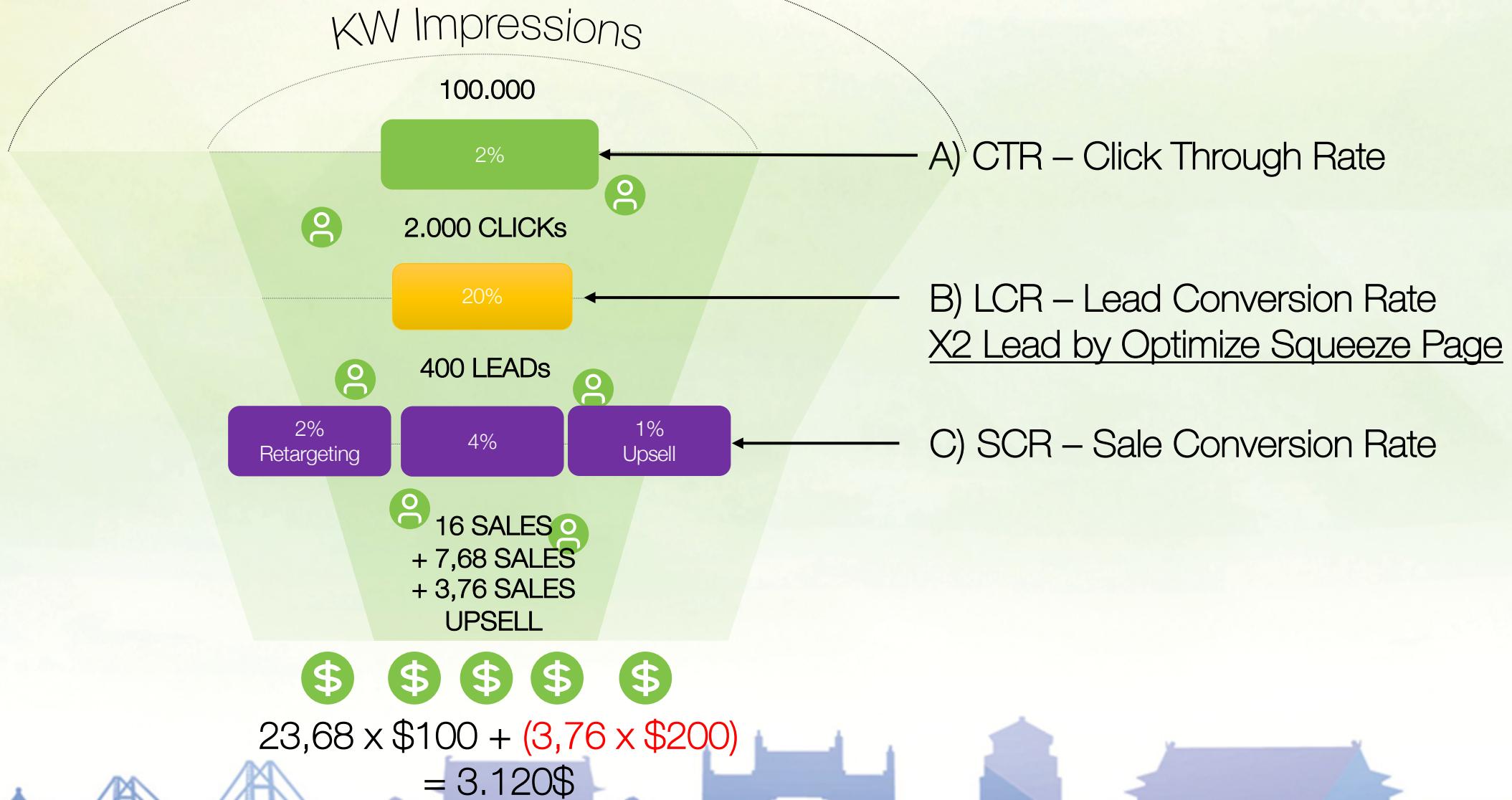


## Tối ưu Squeeze Page

- Sales Page Copy
- Bullet Point
- HeadLine(Match with Ad Message)
- Photo / Video
- Call To Action (Match with Ad Message)
- A/B Testing
- Optin Form (Short)

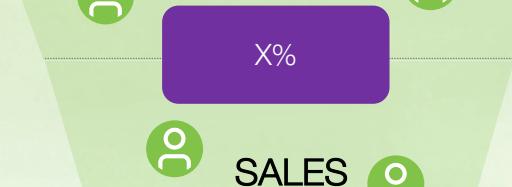
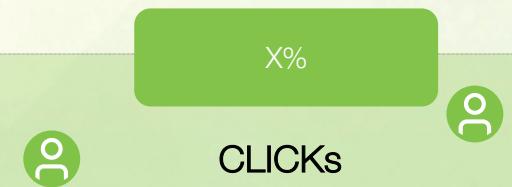
B) LCR – Lead Conversion Rate

$\$ 0,5 \times 2000 = 1.000\$$



# \$ Ad Spend

KW Impressions



## Marketing Automation

- Ad-Followup
- Content Upgrade
- Heatmap Analytics

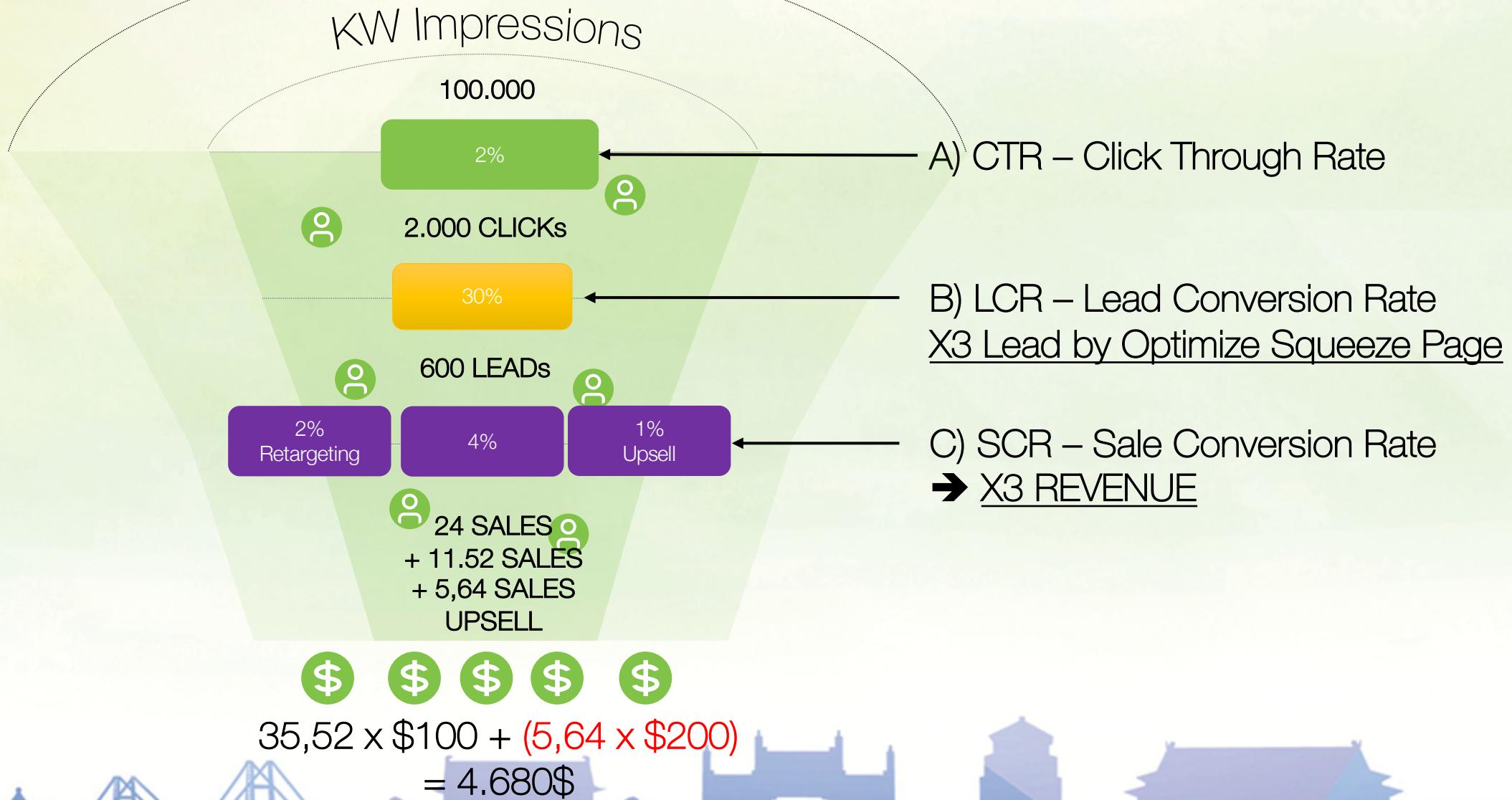


B) LCR – Lead Conversion Rate

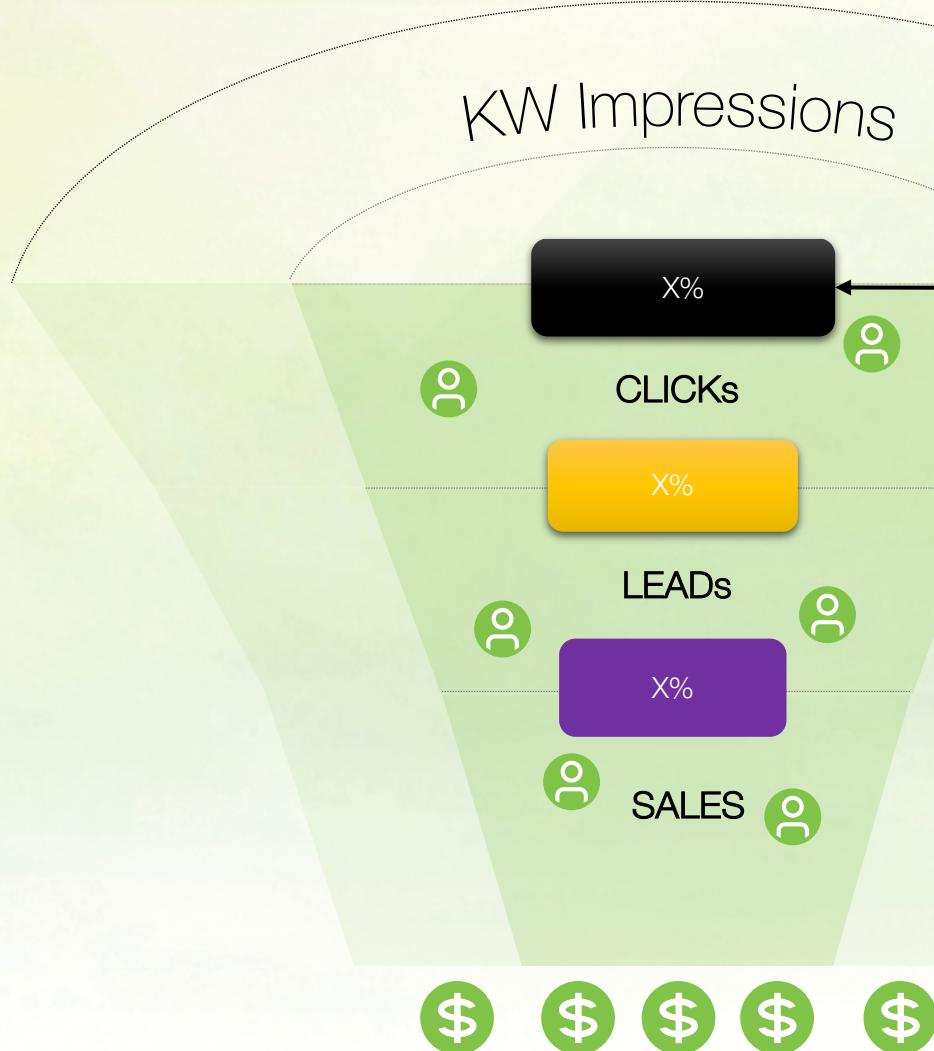


VIETNAM  
WEB  
SUMMIT

$\$ 0,5 \times 2000 = 1.000\$$



# \$ Ad Spend



A) CTR – Click Through Rate

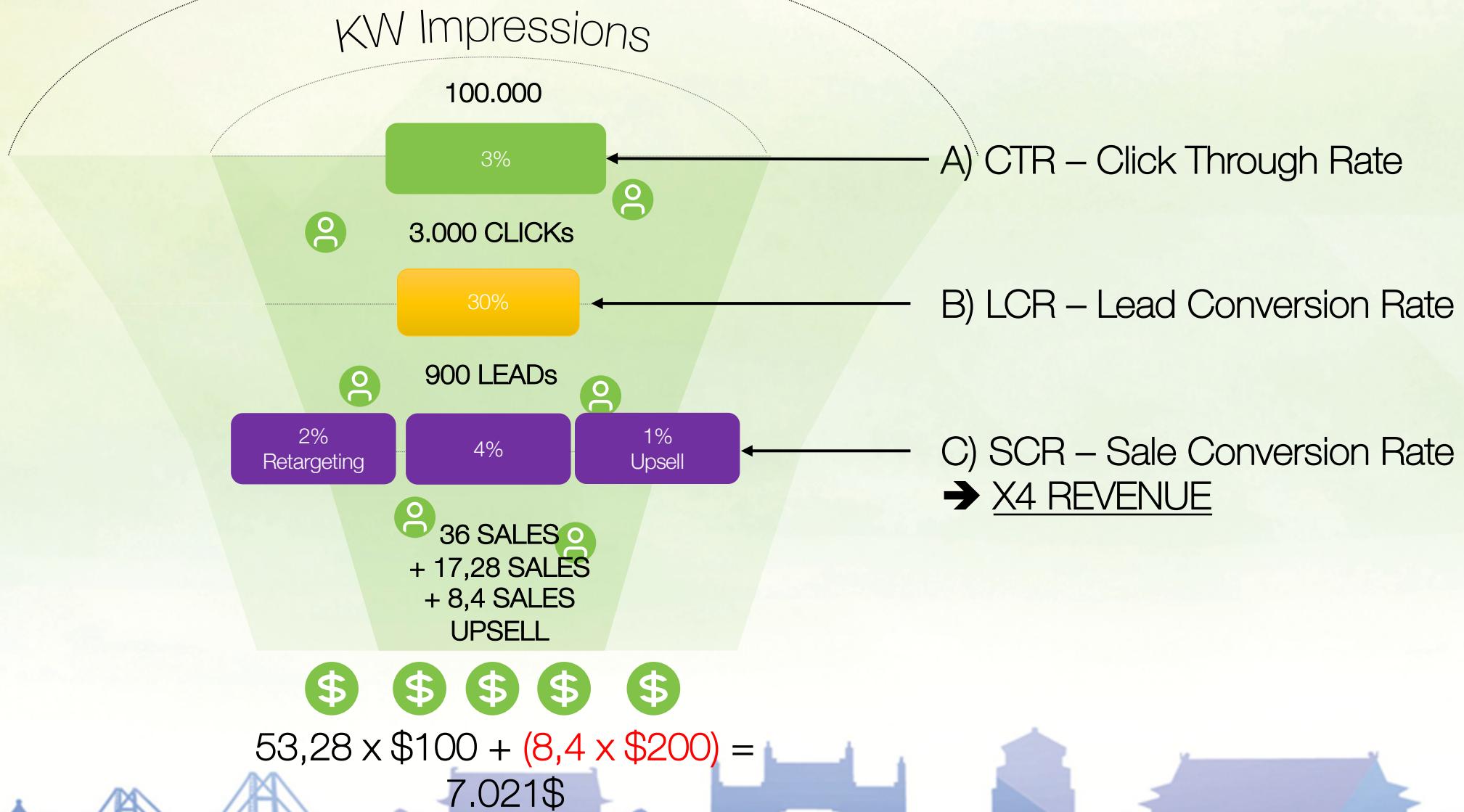
## 🛒 Tối ưu AdWords Campaigns

- Title + Description (Include Keyword)
- Audience Optimization
- Test Ad Creatives
- Quality Score
- AdWords Suggestions



VIETNAM  
WEB  
SUMMIT

$$\$ 0,5 \times 2000 = 1.000 \$$$





MARTECH ADVISOR  
LEAD GENERATION  
SALES FUNNEL OPTIMIZATION  
MARKETING AUTOMATION



## QUESTIONS

---

FOLLOW ME:

- [BLOG.NGUYENDACTINH.VN](http://BLOG.NGUYENDACTINH.VN)
- [FB.COM/IMDACTINH](http://FB.COM/IMDACTINH)
- TWITTER/LINKEDIN: @ASKTINH