

FACEBOOK MARKETING

FOR BUSINESS

NHỮNG CÁCH ĐỂ THÀNH CÔNG
NHANH HƠN VỚI MỤC TIÊU CỦA BẠN!



MỤC LỤC

A. TIẾP THỊ TRÊN FACEBOOK	3
I. TĂNG DOANH SỐ TRỰC TUYẾN BẰNG FACEBOOK	4
II. TĂNG DOANH SỐ TẠI ĐỊA PHƯƠNG BẰNG FACEBOOK	5
III. QUẢNG CÁO ỨNG DỤNG CỦA BẠN BẰNG FACEBOOK	6
IV. NÂNG CAO NHẬN THỨC VỀ THƯƠNG HIỆU BẰNG FACEBOOK.....	7
B. TRANG FACEBOOK	9
C. QUẢNG CÁO TRÊN FACEBOOK	11
I. NHẮM MỤC TIÊU	13
II. CÁCH TẤT CẢ MỌI NGƯỜI NHÌN THÁY QUẢNG CÁO	15
D. TÌM HIỂU CÁCH THỰC HIỆN	17
I. TRANG FACEBOOK CỦA BẠN.....	18
1. Thông tin cơ bản về trang Facebook.....	18
2. Thiết lập trang.....	20
3. Công cụ quản trị trang	21
4. Cài đặt trang	24
5. Tạo đối tượng.....	31
6. Tạo bài viết trên Trang	32
7. Quảng cáo bài viết để tiếp cận nhiều người hơn.....	40
8. Tăng hiệu quả bài viết.....	43
9. Trò chuyện.....	45
10. Ứng dụng Trình quản lý Trang	47
II. CÁCH HOẠT ĐỘNG CỦA QUẢNG CÁO TRÊN FACEBOOK	50
1. Thông tin cơ bản về quảng cáo trên Facebook	50
2. Chi phí quảng cáo trên Facebook là bao nhiêu?	51
3. Hóa đơn quảng cáo trên Facebook.....	53
4. Chọn đối tượng quảng cáo	55
5. Tiếp cận khách hàng mà bạn biết.....	58
6. Tạo Đối tượng tùy chỉnh	60
7. Theo dõi hành động trên trang web	62
8. Tiếp thị lại cho khách truy cập trang web.....	63
9. Tìm những người giống khách hàng của bạn.....	64
10. Viết quảng cáo trên Facebook	66
11. Chọn ảnh cho quảng cáo	67
III. ĐÁNH GIÁ QUẢNG CÁO	69
1. Thông tin chi tiết Trang: Mọi người.....	82
2. Thông tin cơ bản về báo cáo quảng cáo.....	83
3. Báo cáo quảng cáo: Hiệu quả quảng cáo	85
4. Báo cáo quảng cáo: Cấu trúc chiến dịch	90
IV. TẠO QUẢNG CÁO	91
1. Thông tin cơ bản về tạo quảng cáo trên Facebook	91
2. Quảng cáo tương tác với bài viết trên Trang	93
3. Quảng cáo thích Trang	96
4. Quảng cáo số lần nhấp vào trang web.....	97
5. Chuyển đổi trên trang web	100

6. Quảng cáo cài đặt ứng dụng và tương tác với ứng dụng	104
7. Quảng cáo phản hồi sự kiện.....	105
8. Quảng cáo nhận ưu đãi.....	107
9. Lượt xem video	109
E. CÂU CHUYỆN THÀNH CÔNG	112
I. SAIGON FLEA MARKET	112
II. BABI.VN	115
III. HOTDEAL	118
IV. HOUSE OF HIRANANDANI.....	121
V. BRODO.....	124
VI. DTAC	127

A. TIẾP THỊ TRÊN FACEBOOK

Facebook giúp bạn tiếp cận mục tiêu kinh doanh của mình



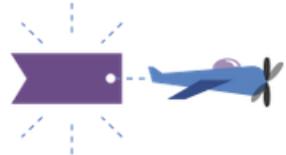
Tăng doanh số
trực tuyến



Tăng doanh số
tại địa phương



Quảng cáo ứng
dụng của bạn



Nâng cao nhận
thức về thương
hiệu

Cách hoạt động của Facebook đối với doanh nghiệp



Bạn biết doanh nghiệp của
mình

Cho dù bạn bán hàng trực tiếp, trực
tuyến hay thông qua ứng dụng, bạn
đều biết mình muốn làm gì tiếp theo
khi doanh nghiệp của bạn phát triển.

Chúng tôi biết mọi người

Hơn một tỷ người sử dụng Facebook
để kết nối với bạn bè, gia đình và
những điều quan trọng với họ.

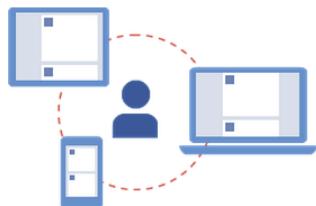
Facebook kết nối doanh
nghiệp với mọi người

Tiếp thị trên Facebook giúp doanh
nghiệp của bạn xây dựng mối quan
 hệ lâu bền với mọi người và tìm
 khách hàng mới.

I. Tăng doanh số trực tuyến bằng Facebook



Tiếp thị trên Facebook là cách ưu việt và hiệu quả để tăng doanh số cho công việc kinh doanh trực tuyến của bạn. Chúng tôi giúp bạn dễ dàng tiếp cận những người quan trọng với doanh nghiệp của mình và theo dõi kết quả quảng cáo trên nhiều thiết bị.



Tiếp cận mọi người khi họ truy cập Facebook trên máy tính, máy tính bảng và điện thoại của họ.



Đưa mọi người từ Facebook đến trang web của bạn để đặt lịch hẹn, đăng ký nhận thêm thông tin hoặc mua hàng.



Đánh giá hiệu quả hoạt động quảng cáo của bạn và tạo quảng cáo mới cho sản phẩm, dịch vụ mà khách hàng sẽ yêu thích.

II. Tăng doanh số tại địa phương bằng Facebook



Facebook là một cách tiếp cận khách hàng hiệu quả đáng kinh ngạc. Bạn có thể tăng doanh số bằng cách tiếp cận những người quan tâm đến doanh nghiệp của mình ngay tại nơi họ xem - trên điện thoại, máy tính bảng và máy tính của họ.



Tạo quảng cáo được nhắm mục tiêu và các ưu đãi cho tất cả những người thích hợp dựa trên độ tuổi, sở thích, vị trí và các tiêu chí khác.

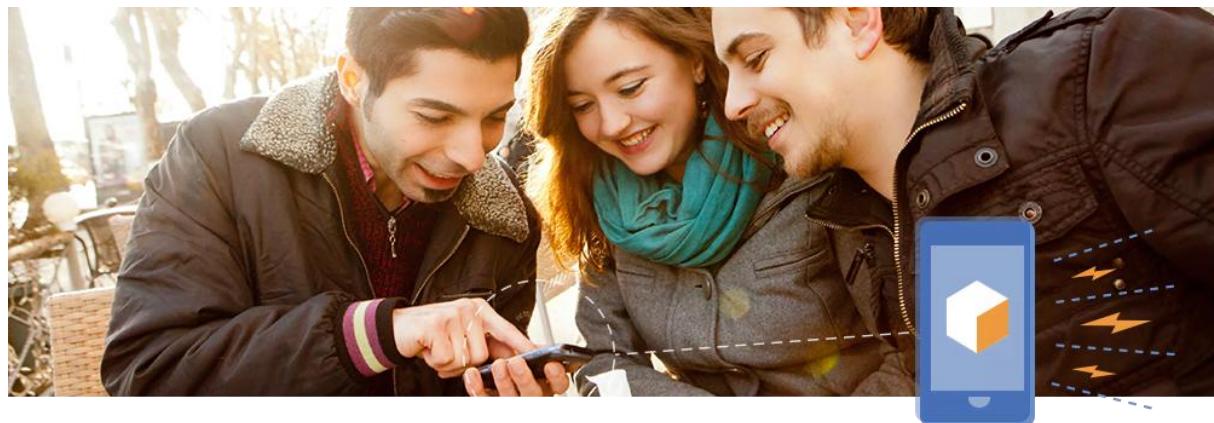


Những người truy cập Facebook xem bài viết đã quảng cáo và quảng cáo của bạn cùng với tin tức gia đình và bạn bè họ.



Có được kết quả thực tế và hiểu điều khách hàng của bạn thích.

III. Quảng cáo ứng dụng của bạn bằng Facebook



Quảng cáo trên Facebook giúp quảng cáo ứng dụng di động và trò chơi dễ dàng nên bạn có thể tìm khách hàng mới và giữ mọi người tương tác với ứng dụng của mình.



Tiếp cận tất cả những người thích hợp bằng quảng cáo được nhắm mục tiêu dựa trên giới tính, độ tuổi, sở thích và thiết bị của họ.



Duy trì sự tương tác của họ bằng các quảng cáo dành cho những người đã cài đặt hoặc thực hiện hành động cụ thể trong ứng dụng của bạn.



Theo dõi cách Quảng cáo trên Facebook ảnh hưởng đến số lượt cài đặt, doanh số của ứng dụng và hơn thế nữa.

IV. Nâng cao nhận thức về thương hiệu bằng Facebo ok



Hơn 1,3 tỷ người sử dụng Facebook để kết nối với những gì quan trọng đối với họ và 64% trong số này truy cập Facebook hàng ngày . Ảnh, video, liên kết phù hợp và hấp dẫn khiến Quảng cáo trên Facebook trở thành một cách hiệu quả để tìm khách hàng mới và xây dựng lòng trung thành với thương hiệu .



Xây dựng nhận thức lâu bền và kể câu chuyện về thương hiệu của bạn bằng quảng cáo video, ảnh và liên kết hấp dẫn.



Những người bạn quan tâm nhất sẽ nhìn thấy quảng cáo của bạn cùng với tin tức gia đình và bạn bè họ.



Khi mọi người cảm thấy được kết nối với doanh nghiệp của bạn, họ có nhiều khả năng chọn sản phẩm và dịch vụ của bạn hơn.

Tìm hiểu cách nâng cao nhận thức về thương hiệu bằng Facebook



Thiết lập Trang

Trang Facebook là một phương tiện phát ngôn của doanh nghiệp bạn trên Facebook. Đây là cách dễ dàng để thu hút những người thích doanh nghiệp của bạn.



Thông tin cơ bản về đánh giá trên Facebook

Công cụ đánh giá của chúng tôi giúp bạn hiểu được kiểu người thích doanh nghiệp của bạn và cách họ phản hồi quảng cáo của bạn.



Chọn đối tượng quảng cáo

Tiếp cận đối tượng sẽ xem quảng cáo của bạn trước khi họ phải tìm kiếm bạn. Nhắm mục tiêu quảng cáo đến đối tượng của bạn theo vị trí, độ tuổi, giới tính, sở thích và các tiêu chí khác.



Quảng cáo số lần nhấp vào trang web

Chạy các quảng cáo trên Facebook đưa mọi người tới trang bất kỳ trên trang web của bạn.



Tìm những người giống khách hàng của bạn

Với Đối tượng tương tự, bạn có thể tiếp cận những người trên Facebook có các đặc điểm giống với khách hàng hoặc những người thích Trang của mình.



Lượt xem video

Tạo các quảng cáo video hấp dẫn giúp mọi người kết nối và nhớ thương hiệu của bạn.

B. TRANG FACEBOOK

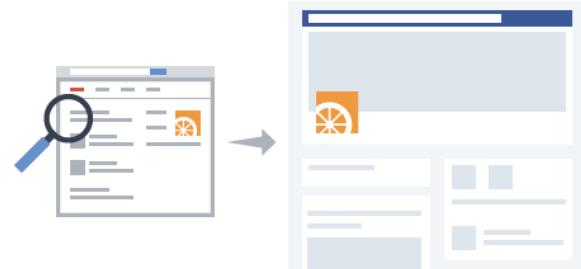
Tiếp thị trên Facebook bắt đầu bằng một Trang



Trang mang lại cho doanh nghiệp cơ hội phát ngôn và hiện diện trên Facebook, nhờ đó, bạn có thể tìm khách hàng mới và giữ liên lạc với mọi người.

Tiếp cận nơi khán giả có nhiều tương tác

Mọi người trên thế giới truy cập Facebook để kết nối với bạn bè, gia đình và những điều quan trọng với họ. Hơn 1,4 tỷ người truy cập Facebook mỗi tháng - và hơn 900 triệu người kiểm tra Facebook hàng ngày.



Trang Facebook là ứng dụng miễn phí, dễ thiết lập và giúp mọi người tìm thấy bạn trên Facebook cũng như trong tìm kiếm trên web. Khi bạn tạo bài viết, mọi người có thể xem bài viết đó trên Trang hoặc trong Bảng tin - danh sách tin cập nhật liên tục trên Facebook. Và khi mọi người thích Trang hoặc bài viết, bạn bè họ có thể cũng tìm hiểu về bạn trên Facebook.

Xây dựng mối quan hệ

Trang Facebook có thể tiếp tục trải nghiệm của doanh nghiệp nên bạn có thể cho khách hàng biết thông tin mới nhất về sản phẩm và dịch vụ của mình.Thêm ảnh, video và cập

nhập vào Trang để kết nối với mọi người cũng như sử dụng Trang để nhận và trả lời tin nhắn từ khách hàng.

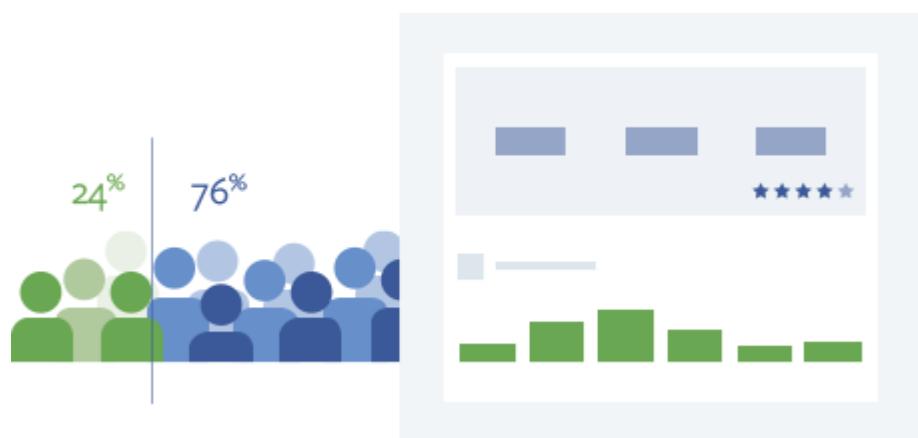
Bạn cũng có thể sử dụng Quảng cáo trên Facebook để tiếp cận nhiều người có thể quan tâm đến doanh nghiệp của mình hơn nữa. Và với ứng dụng Trình quản lý Trang Facebook, bạn có thể cập nhật và quản lý Trang khi đang di chuyển. Tải ứng dụng này trong [Apple App Store](#) hoặc [Cửa hàng Google Play](#).



Tìm hiểu khách hàng và tiếp tục phát triển

Bạn tò mò về cách mọi người tương tác với Trang và nội dung họ phản hồi nhiều nhất? Trang Facebook cũng cung cấp cho bạn thông tin chi tiết về số người thích, bình luận hoặc chia sẻ bài viết của bạn.

Bạn cũng sẽ nhìn thấy cách mọi người tìm thấy Trang, thời gian họ truy cập trong ngày, thông tin nhân khẩu học của khách truy cập Trang như độ tuổi, giới tính và nhiều thông tin khác. Những thông tin chi tiết này giúp bạn hiểu rõ hơn đối tượng của mình, nhờ đó bạn có thể khiến Trang hấp dẫn hơn và giữ kết nối với khách hàng.



C. QUẢNG CÁO TRÊN FACEBOOK

Quảng cáo dễ dàng và hiệu quả trên Facebook



Với Quảng cáo trên Facebook, bạn có thể tạo quảng cáo được nhắm mục tiêu để tiếp cận các đối tượng khác nhau và đạt mục tiêu kinh doanh của mình.

Tất cả những người thích hợp

Hơn 1,4 tỷ người sử dụng Facebook để kết nối với những gì quan trọng với họ và hơn 900 triệu người truy cập mỗi ngày. Khi chạy quảng cáo trên Facebook, bạn chọn đối tượng sẽ nhìn thấy quảng cáo theo vị trí, độ tuổi, sở thích và nhiều tiêu chí khác.

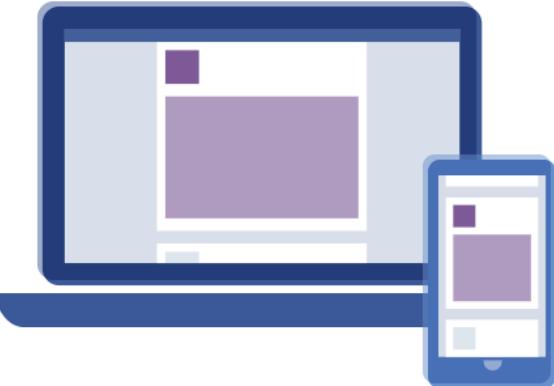
Với Quảng cáo trên Facebook, bạn chọn người mình muốn tiếp cận và chúng tôi phân phối quảng cáo của bạn cho họ. Điều này giúp quảng cáo phù hợp hơn với người xem và mang lại cho bạn kết quả thực tế.



Nơi họ hoạt động và tương tác

Hiện tại, thiết bị di động là một phần trong cuộc sống của chúng ta - mọi người sử dụng điện thoại và máy tính bảng để khám phá, giao tiếp và mua sắm nhiều hơn bao giờ hết.

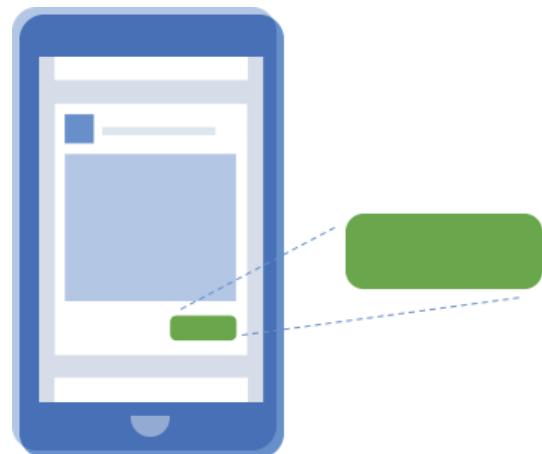
Hơn 700 triệu người truy cập Facebook mỗi ngày trên điện thoại và máy tính bảng - và khi truy cập, họ nhìn thấy Quảng cáo trên Facebook cùng với tin tức gia đình và bạn bè. Vì Quảng cáo trên Facebook được đặt trong luồng thông tin mọi người xem trên Facebook, họ có nhiều khả năng xem quảng cáo và thực hiện hành động hơn.



Để có kết quả kinh doanh thực tế

Quảng cáo trên Facebook là cách dễ dàng cho bạn và khách hàng . Từ quảng cáo trên Facebook , mọi người có thể nhấp chỉ đường đến cửa hàng , tải ứng dụng xuống , xem video, thêm mặt hàng vào giỏ hàng hoặc thực hiện hành động khác trên trang web của bạn.

Chúng tôi sẽ tích cực cập nhật cho bạn về cách hoạt động của Quảng cáo trên Facebook và cách ngân sách được chi tiêu. Bạn cũng có thể truy cập Trình quản lý quảng cáo, công cụ quản lý quảng cáo của chúng tôi và kiểm tra hiệu quả quảng cáo. Và khi bạn đang di chuyển, cũng có một ứng dụng Trình quản lý quảng cáo.



Chạy quảng cáo chỉ với
30000đ

Tìm hiểu thêm về phương pháp
định giá quảng cáo ➤

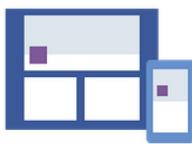
Thiết lập ngân sách
của bạn

Cho dù bạn đặt giới hạn
hàng ngày cho một quảng
cáo hay tổng số tiền cho
một chiến dịch, bạn đều có
quyền kiểm soát.

Kết quả đã được
chứng minh

Quảng cáo trên Facebook
được nhắm mục tiêu và có
tính hành động cao. Bạn có
thể đánh giá kết quả của
từng quảng cáo.

Làm cách nào để gặp được những người sẽ yêu thích doanh nghiệp của bạn?



1. Sử dụng Trang
Facebook miễn phí của
bạn để bắt đầu

2. Hãy cho chúng tôi biết
bạn muốn quảng cáo gì

3. Chọn đối tượng cho
quảng cáo trên
Facebook của bạn

4. Đặt ngân sách và theo
dõi kết quả của bạn

I. Nhắm mục tiêu

*Xác định cụ thể người bạn muốn tiếp cận bằng Quảng cáo trên Facebook.
Dưới đây là cách bạn có thể tạo quảng cáo được nhắm mục tiêu dành cho
những người sẽ yêu thích doanh nghiệp của bạn.*

Vị trí



Tiếp cận khách hàng tại nơi họ sống hoặc nơi họ tiến hành kinh doanh
với bạn. Nhắm mục tiêu quảng cáo theo quốc gia, tiểu bang, mã zip
hoặc thậm chí là khu vực xung quanh doanh nghiệp.

Nhân khẩu học



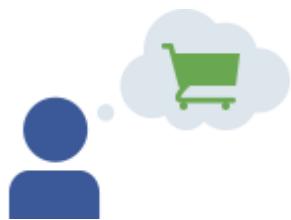
Khách hàng mà doanh nghiệp phục vụ đang sử dụng Facebook. Chọn
đối tượng nên xem quảng cáo theo độ tuổi, giới tính, sở thích—và
thậm chí là ngôn ngữ của họ.

Sở thích



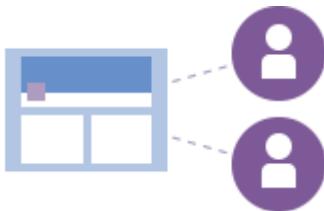
Khi mọi người quan tâm đến doanh nghiệp, họ sẽ có nhiều khả năng thực hiện hành động trên quảng cáo hơn. Chọn từ hàng trăm danh mục như âm nhạc, phim, thể thao, trò chơi, mua sắm và nhiều thứ khác để giúp bạn tìm đúng người.

Hành vi



Bạn là người hiểu rõ khách hàng nhất và bạn có thể tìm họ dựa trên những điều họ thực hiện - như hành vi mua sắm, loại điện thoại họ sử dụng hoặc nếu họ đang tìm mua nhà hay ô tô.

Kết nối

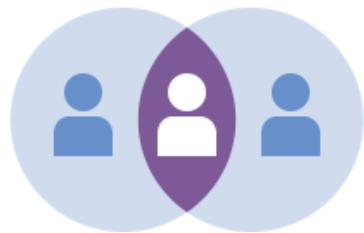


Tiếp cận những người thích Trang hoặc ứng dụng của bạn - và tiếp cận cả bạn bè họ. Đó là cách dễ dàng để tìm nhiều người có thể quan tâm đến doanh nghiệp của bạn hơn nữa.

Giữ liên lạc và phát triển

Các tính năng nhằm mục tiêu này giúp doanh nghiệp giữ liên lạc với khách hàng hiện tại và tìm thêm những người thích họ trên Facebook

Đối tượng tùy chỉnh



Đối tượng tùy chỉnh giúp bạn tìm kiếm khách hàng hiện tại trong số tất cả những người đang sử dụng Facebook. Bạn có thể tạo đối tượng tùy chỉnh bằng danh sách liên hệ khách hàng, lưu lượng trên trang web hoặc hoạt động trong ứng dụng của bạn.

Đối tượng tương tự

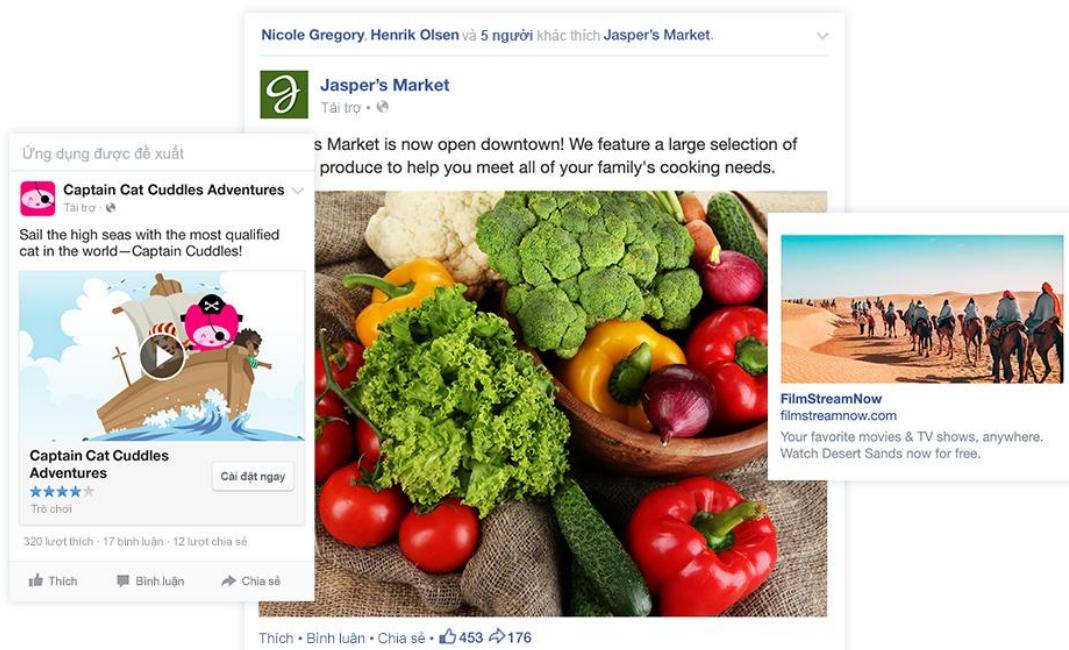


Đối tượng tương tự cho phép bạn tìm kiếm thêm những người tương tự như khách hàng tốt nhất của bạn. Đây là cách tuyệt vời để sử dụng

thông tin chi tiết mà bạn thu nhận được từ việc tiếp thị trên Facebook nhằm tìm kiếm thêm những người sẽ yêu thích sản phẩm và dịch vụ của bạn.

II. Cách tất cả mọi người nhìn thấy quảng cáo

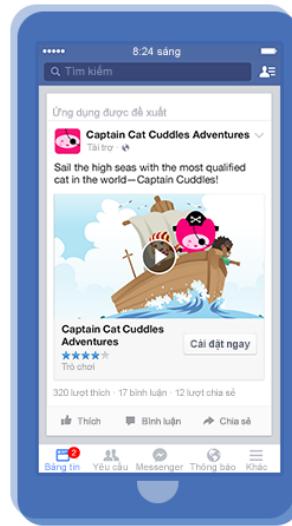
Mọi người sử dụng Facebook để khám phá những điều mới mẻ với bạn bè, gia đình mình và điều họ quan tâm. Quảng cáo của bạn hiển thị dọc theo những tin này - liền mạch - trên cả máy tính và thiết bị di động.





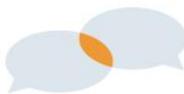
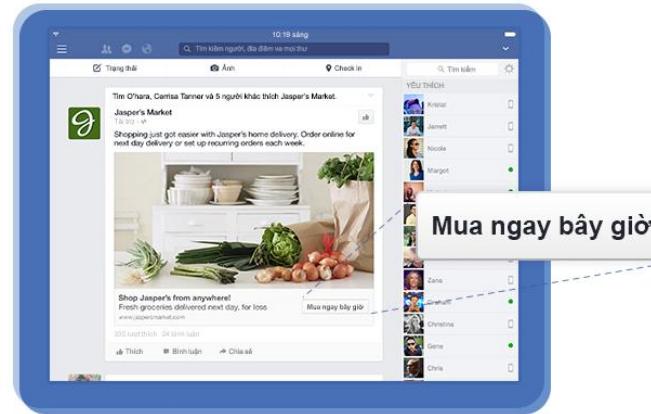
Thực sự liên quan

Chúng tôi hiển thị quảng cáo cho tất cả những người thích hợp dựa trên độ tuổi, giới tính, vị trí, sở thích và nhiều tiêu chí khác.



Có tính hành động cực cao

Quảng cáo trên Facebook có thể chuyển thẳng mọi người đến trang web hoặc ứng dụng của bạn để tăng doanh số và hơn thế nữa.



Mang bản chất xã hội

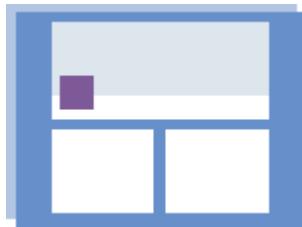
Khi mọi người thích Trang, bạn bè họ có nhiều khả năng quan tâm đến những gì bạn cung cấp hơn.



D. TÌM HIỂU CÁCH THỰC HIỆN

Chúng tôi sẽ giúp bạn khai thác tối đa các công cụ của chúng tôi để bạn có thể phát triển doanh nghiệp và đạt các mục tiêu của mình.

Trang Facebook của bạn

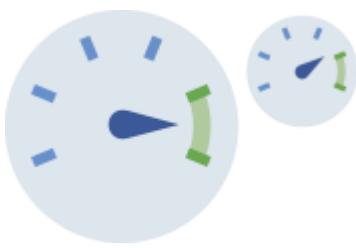


Trang là trung tâm của doanh nghiệp trên Facebook và là phương tiện tuyệt vời để kết nối với khách hàng. Trang miễn phí, nhanh và dễ thiết lập. Bạn có thể quản lý Trang từ máy tính để bàn, điện thoại thông minh hoặc máy tính bảng.



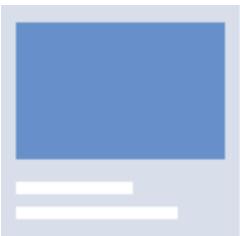
Cách hoạt động của Quảng cáo trên Facebook

Facebook khác với các phương tiện quảng cáo khác vì bạn có thể đưa quảng cáo của mình đến đúng người. Bạn chọn đối tượng cho quảng cáo của mình và có thể tiếp cận họ bất kỳ lúc nào, trên mọi thiết bị.



Đánh giá kết quả

Với công cụ đánh giá của Facebook, bạn có thể biết thông tin chi tiết đến khó tin về hiệu quả quảng cáo của mình. Khi bạn hiểu kết quả quảng cáo của mình, bạn có thể cải thiện quảng cáo để có nhiều ảnh hưởng hơn.



Tạo quảng cáo

Công cụ tạo quảng cáo giúp bạn tạo quảng cáo được nhắm mục tiêu để tiếp cận tất cả những người thích hợp cho doanh nghiệp của mình.

I. Trang Facebook của bạn

1. Thông tin cơ bản về trang Facebook

Với một trang Facebook, bạn có thể dễ dàng cho khách hàng biết toàn bộ thông tin về doanh nghiệp của mình.

Tiếp tục thu hút khách hàng mới và hiện có bằng cách:

Liệt kê chi tiết - như giờ mở cửa và thông tin liên hệ

Thêm các ảnh chụp và hình ảnh lớn, đẹp

Đăng cập nhật để cho mọi người biết tin tức mới nhất về doanh nghiệp của bạn



Cho mọi người thấy bạn đã sẵn sàng kinh doanh

Thêm thông tin doanh nghiệp vào trang của bạn giúp khách hàng khám phá bạn và biết doanh nghiệp của bạn làm gì. Và nó giúp tìm trang của bạn trên Facebook dễ dàng hơn bằng các công cụ tìm kiếm.

Bạn có thể liệt kê:

Trang web

Giờ mở cửa và thông tin liên hệ

Mô tả doanh nghiệp của bạn

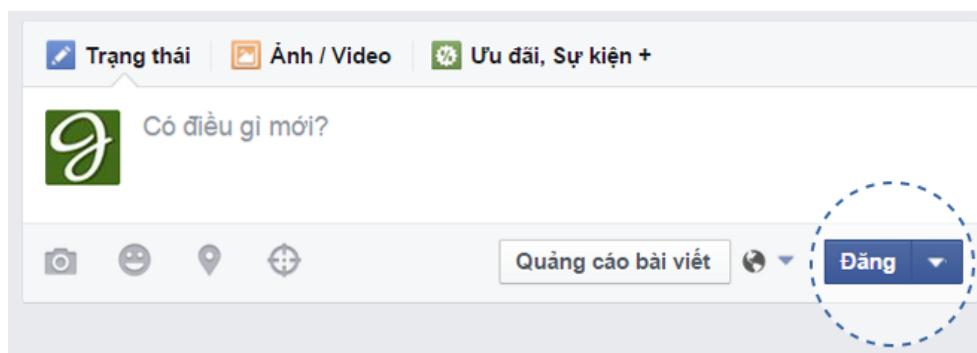
Menu, chỉ đường và thông tin khác

Và nếu bạn chọn danh mục Doanh nghiệp tại địa phương khi tạo trang, khách hàng có thể xếp hạng doanh nghiệp của bạn và viết đánh giá.

Đặt những ảnh đẹp nhất của bạn lên trước



Tạo bài viết xuất hiện trên trang của bạn



Chỉ cần nhập thông điệp cho bài viết của bạn. Sau đó nhấp vào nút đăng để thêm bài viết vào trang.

Bài viết trên trang có thể cung cấp thông tin về doanh nghiệp của bạn cho những người thích trang.

Những người thích trang của bạn có thể nhìn thấy bài viết khi họ đăng nhập vào Facebook. Họ cũng có thể thích bài viết của bạn, thêm bình luận hoặc chia sẻ bài viết với bạn bè mình. Đó là một cách tuyệt vời để xây dựng mối quan hệ với khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng.

Khi đăng, bạn có thể:

Viết thông điệp xuất hiện ngay lập tức trên trang của mình.

Thêm liên kết đến trang web, ảnh hoặc video của bạn để có nội dung hấp dẫn hơn.

Chia sẻ các sự kiện hoặc mốc đặc biệt của doanh nghiệp.

Ghim một bài viết lên đầu trang để bài viết đó trở thành điều đầu tiên khách hàng nhìn thấy.

Dịch bài viết của bạn sang các ngôn ngữ khác nhau cho nhiều đối tượng khác nhau.

Nhúng một bài viết trên trang của bạn. Nếu có một bài viết đặc biệt mà bạn muốn khách truy cập xem, họ sẽ đi thẳng tới trang của bạn khi họ nhấp vào bài viết đó.



Khi mọi người nhìn thấy bài viết của bạn, họ có thể đọc thông điệp và xem mọi ảnh hoặc video đã thêm.

2. Thiết lập trang

Thiết lập trang thật dễ dàng và nhanh chóng.

Chỉ sau và lần nhấp, bạn có thể tạo trang cho doanh nghiệp, thương hiệu hoặc tổ chức của mình và bắt đầu kết nối với mọi người.

Để tạo trang, bạn cần đăng nhập vào tài khoản Facebook của mình.

Bước 1: Tạo một trang từ tài khoản của bạn

Nhấp vào mũi tên ở góc trên cùng bên phải.

Chọn tạo trang.

Bước 2: Chọn một loại hình kinh doanh cho trang của bạn

Chọn loại trang mà bạn muốn tạo từ các danh mục sau:

- Doanh nghiệp địa phương hoặc Địa điểm
- Công ty, Tổ chức hoặc Học viện



The screenshot shows the Facebook sidebar menu with the 'Tạo trang' (Create Page) option highlighted in blue. Other options visible include 'Sử dụng Facebook với tư cách là:' (Use Facebook as), 'Tạo quảng cáo' (Create ad), and 'Nhật ký hoạt động' (Activity log). A message at the bottom says 'Bạn chưa đăng trong 14 ngày' (You haven't logged in for 14 days).



- Thương hiệu hoặc Sản phẩm
- Nghệ sĩ, Ban nhạc hoặc Nhân vật của công chúng
- Giải trí
- Hoạt động cộng đồng

Bước 3: Chọn một danh mục ngành cụ thể

Chọn một danh mục phù hợp với doanh nghiệp của bạn.
Sau đó điền một số thông tin cơ bản về doanh nghiệp.

Đồng ý với Điều khoản của trang Facebook.

Nhấp vào **Bắt đầu**.

Doanh nghiệp địa phương hoặc địa điểm

Chọn một mục

Tên doanh nghiệp hoặc địa điểm

Địa chỉ đường phố

Thành phố/Tiểu bang

Mã zip

Điện thoại

Bằng cách nhấp vào **Bắt đầu**, bạn đồng ý với [Điều khoản Trang Facebook](#).

Bắt đầu

Bước 4: Tối ưu hóa và bắt đầu kết nối

Thêm mô tả và địa chỉ trang web của bạn, nếu có.

Thêm một ảnh đại diện từ máy tính hoặc thiết bị của bạn

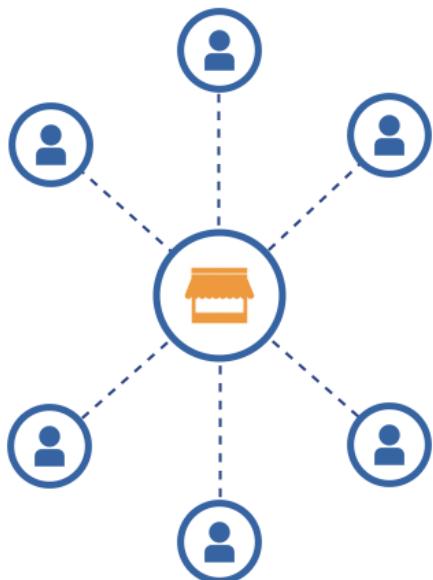
Bạn cũng có thể thêm trang vào mục Yêu thích trên tài khoản Facebook của mình để có quyền truy cập dễ dàng vào trang khi đăng nhập.

Với Tiếp cận nhiều người hơn, bạn có thể tiếp cận các đối tượng mới ngay lập tức.



Nhấp vào Lưu thông tin và trang của bạn đã sẵn sàng hoạt động.

Hiện tại, bạn đã tạo trang, bạn là quản trị viên và có thể kiểm soát nội dung cũng như cài đặt trên trang bằng Công cụ quản trị Trang. Và bạn luôn có thể thêm người khác để giúp quản lý trang trong Cài đặt.



3. Công cụ quản trị trang

Công cụ quản trị trang mang lại cho bạn quyền kiểm soát đối với trang của mình để bạn có thể quyết định nội dung và cách chia sẻ với khách hàng.

Công cụ này cung cấp cho bạn:

Nơi để liệt kê thông tin liên hệ công việc quan trọng

Thông báo khi khách hàng tương tác với trang của bạn

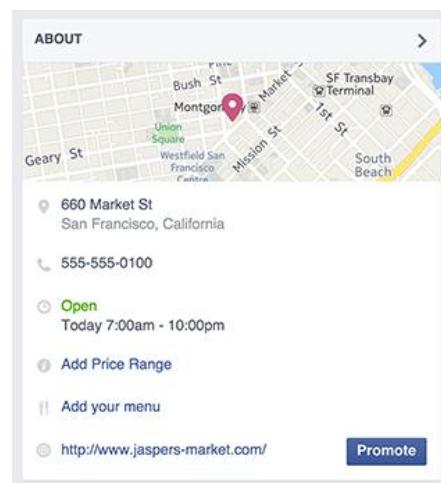
Thông tin đánh giá để bạn có thể biết trang của mình đang hoạt động như thế nào

Quyền kiểm soát về người có thể quản lý hoặc xem trang của bạn

Giới thiệu cho mọi người về doanh nghiệp của bạn

Khi mọi người truy cập trang của bạn, phần Giới thiệu là nơi họ có thể xem nhanh thông tin quan trọng về doanh nghiệp của bạn.

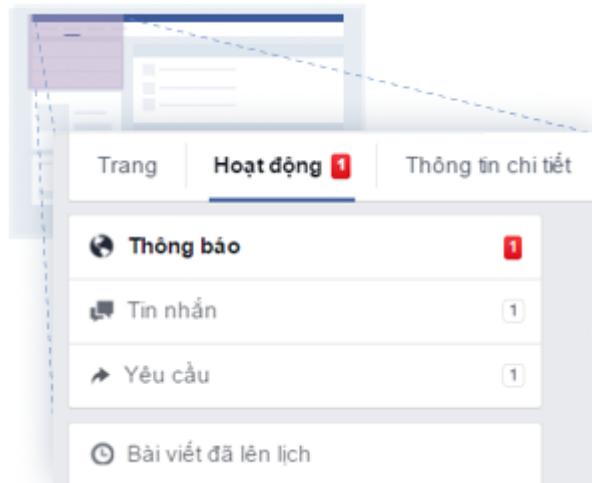
Hãy điền vào phần này để cung cấp cho khách hàng của bạn tất cả những thông tin họ cần để liên hệ với bạn. Bạn có thể liệt kê địa chỉ, số điện thoại, trang web của doanh nghiệp của mình và nhiều thông tin khác. thậm chí bạn có thể thêm menu, khoảng giá và các dấu mốc cho doanh nghiệp của mình - như đại hội cổ đông hoặc ngày kỷ niệm.



Nhận tin nhắn và thông báo trên trang

Phần Tin nhắn cũng giống như hộp thư email cho trang của bạn - đọc tin nhắn, trả lời, lưu trữ tin nhắn và các tính năng khác.

Đồng thời, khi mọi người thích, nhận xét hoặc chia sẻ bài viết của bạn - và gửi tin nhắn cho bạn - bạn sẽ thấy tất cả hoạt động này trong tab Thông báo.*



*Một số người thích trang của bạn có thể đặt cài đặt quyền riêng tư cá nhân ngăn bạn xem hoạt động của họ trên trang của bạn.

Tab Thông tin chi tiết: Tìm hiểu về đối tượng của bạn

Với tab Thông tin chi tiết, bạn có thể xem mọi người phản hồi bài viết của mình như thế nào. Xem nhanh số người đang thích, bình luận hoặc chia sẻ bài viết của bạn - để bạn có thể khiêm bài viết hiệu quả hơn.

Đây là những thông tin mà tab Thông tin chi tiết cung cấp:

Tổng quan - Thông tin nhanh về hoạt động gần đây của Trang. Ở đây còn có phần trang nên xem để bạn có thể xem cách các doanh nghiệp giống doanh nghiệp của mình sử dụng Trang của họ.

Số lượt thích - Thông tin chi tiết về tổng số lượt thích Trang và liệu những lượt thích này đến từ phạm vi tiếp cận hay quảng cáo.

Phạm vi tiếp cận - Số người đã xem bài viết của bạn và cách họ xem bài viết đó, thông qua những người bạn khác hay quảng cáo.

Số lượt truy cập - Số người đã truy cập Trang của bạn và những phần họ đang xem.

Bài viết - Thông tin chi tiết về đối tượng của bạn. Xem thời gian mọi người trực tuyến nhiều nhất, các loại bài viết họ thích và tỷ lệ tương tác của họ.

Mọi người - Thông tin nhân khẩu học của những người xem bài viết của bạn, số người đã bị thu hút và số người đã check in tại doanh nghiệp của bạn.

Khi bạn hiểu đối tượng của mình, Trang của bạn có thể hiệu quả hơn.

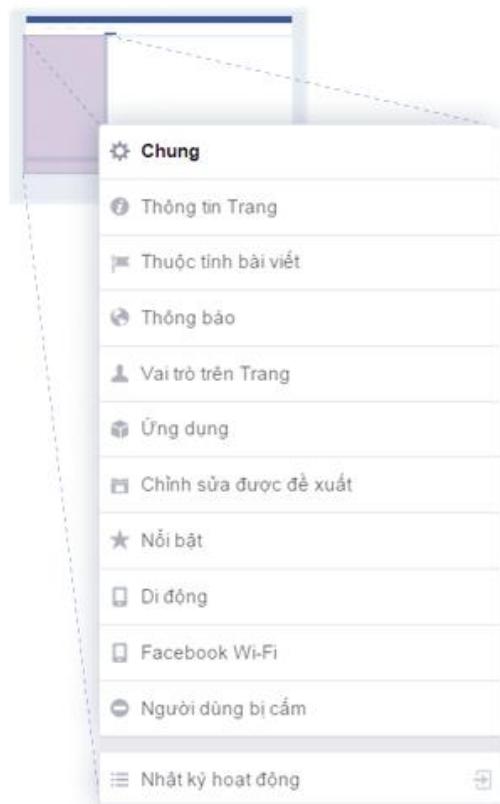


Tab Cài đặt: Kiểm soát nội dung trên Trang của bạn và thêm người khác

Với tab Cài đặt, bạn có nhiều quyền kiểm soát đối với Trang của mình và cách nội dung hiển thị.

Bạn có quyền kiểm soát chung đối với chế độ hiển thị Trang và bài viết, người xem Trang của bạn và người có thể thực hiện thay đổi đối với Trang của bạn.

Bạn cũng có thể kiểm soát các ứng dụng mình dùng trên Trang, tạo bài viết từ email và thậm chí nhận các chỉnh sửa đề xuất từ khách hàng thích Trang của mình.



4. Cài đặt trang

Với tab Cài đặt, bạn có thể tùy chỉnh cách nội dung xuất hiện trên Trang của mình và người có thể tương tác với nội dung đó để bạn biết rằng khách hàng trải nghiệm Trang của mình theo cách bạn muốn.

Khám phá Cài đặt để chia sẻ điều bạn muốn với người bạn muốn

Với cài đặt Chung, bạn có thể kiểm soát chế độ hiển thị trang và bài viết, người xem trang của bạn, kiểm duyệt Trang, bộ lọc và hơn thế nữa.

Bạn cũng có thể hạn chế độ hiển thị trang của mình. Nếu Trang của bạn có nội dung nằm trong khuôn khổ quy định của pháp luật như giới hạn tuổi - ví dụ: rượu - bạn có thể giới hạn chế độ hiển thị của Trang theo độ tuổi để tuân thủ các luật hiện hành.

Chế độ hiển thị Trang	Đã đăng trang	Chỉnh sửa
Đang đăng khả năng	Mọi người có thể đăng lên dòng thời gian cho Trang của tôi Bất kỳ ai cũng có thể thêm ảnh và video vào dòng thời gian trên Trang của tôi Bài viết của người khác sẽ được kiểm duyệt.	Chỉnh sửa
Nhầm đối tượng và quyền riêng tư của bài viết	Nhầm đối tượng và quyền riêng tư của bài viết được bật cho Trang của tôi	Chỉnh sửa
Tin nhắn	Bạn có thể liên hệ với Trang của tôi theo cách cá nhân.	Chỉnh sửa
Khả năng gắn thẻ	Chỉ những người giúp quản lý Trang của tôi có thể gắn thẻ ảnh được đăng trên Trang.	Chỉnh sửa
Giới hạn quốc gia	Trang hiển thị với mọi người.	Chỉnh sửa
Giới hạn độ tuổi	Trang hiển thị cho tất cả mọi người.	Chỉnh sửa
Kiểm duyệt trang	Không từ nào bị chặn từ Trang đó.	Chỉnh sửa
Bộ lọc những lời tục tĩu	Tắt	Chỉnh sửa
Gợi ý Trang tương tự	Chọn Trang của bạn có giới thiệu đến những người khác hay không	Chỉnh sửa
Xếp hạng bình luận	Xếp hạng bình luận đang được bật cho Trang của tôi.	Chỉnh sửa
Gõ trang	Gõ các trang thông tin	Chỉnh sửa

Với **Thông tin Trang**, bạn có thể thêm giờ mở cửa, thông tin liên hệ và mô tả về doanh nghiệp của bạn.

Thông tin bạn thêm vào Trang có thể giúp mọi người tìm doanh nghiệp của bạn khi họ tìm kiếm trên Facebook hoặc trên web và liên hệ với bạn dễ dàng hơn.

THÔNG TIN TRANG	
Thể loại	Doanh nghiệp địa phương : Thực phẩm/Cửa hàng tạp hóa
Tên	Jasper's Market
Loại phủ	Cửa hàng tạp hóa
Địa chỉ trang Web trên Facebook	www.facebook.com/JaspersMarket
Thực đơn	Hiển thị menu trên Trang của bạn
Địa chỉ	660 Market St, San Francisco 94104
Thông tin khởi động	Đã mở vào 1 Tháng 2 2004
Giờ	T2 - T6: 7:00 - 22:00 T7 - CN: 10:00 - 20:00
Mô tả ngắn	Jasper's is a unique community destination for ultra-premium prepared food.
Tuyên bố quyền sở hữu và quyền tác giả	Nhập Tuyên bố quyền sở hữu và quyền tác giả cho Trang của bạn
Mô tả dài	We offer the very best quality locally sourced products and we take great pride in our personal

Với **Thông báo**, bạn có thể kiểm soát thời gian và cách nhận thông báo về hoạt động trên Trang của mình.

 **Trên Facebook**

- Nhận được thông báo mỗi khi có hoạt động trên Trang của bạn hoặc cập nhật quan trọng trên Trang.
- Nhận một thông báo mỗi 12 - 24 giờ đối với tất cả các hoạt động và cập nhật trên Trang của bạn trong thời gian đó.
- Tất

 **Email**

- Nhận được email mỗi khi có hoạt động trên Trang của bạn hoặc cập nhật quan trọng trên Trang.
- Tất

Với **Vai trò trên Trang**, bạn có thể thêm các quản trị viên khác. Bạn có thể chỉ định ai đó làm quản trị viên Trang, biên tập viên, người kiểm duyệt, người quảng cáo hoặc người phân tích.

Đó là cách tuyệt vời để bạn cho phép người khác giúp mình với các phần cụ thể trong quản lý Trang.

Mọi người làm việc trên Trang của bạn có thể có vai trò khác nhau tùy thuộc vào điều họ cần làm.

Tìm hiểu thêm về các vai trò khác nhau mà mọi người có thể đảm nhiệm trên trang của bạn.



Facebook Marketing (Chủ sở hữu Trang)

Quản trị viên của doanh nghiệp Facebook Marketing có thể quản lý vai trò và các quyền khác trên Trang này.



Cathryn's Ad Agency - Approved khoảng 12 tháng trước

Vai trò đã được phê duyệt: Quản trị viên - Tìm hiểu thêm về vai trò

Cathryn's Ad Agency có thể chỉ định vai trò này cho mọi người trong công ty của họ để trợ giúp bạn với Trang của bạn.



John Taylor

Quản trị viên -

- ✓ Quản trị viên
 - Biên tập viên
 - Người kiểm duyệt
 - Nhà quảng cáo
 - Nhà phân tích
- They có thể quản lý tất cả các khía cạnh của Trang bao gồm gửi tin nhắn và đăng dưới dạng Trang, tạo quảng cáo, xem quản trị viên nào đã tạo bài viết hoặc bình luận, xem thông tin chi tiết và gắn vai trò trên Trang.



Tom Baird

Quản trị viên -

Tom có thể quản lý tất cả các khía cạnh của Trang bao gồm gửi tin nhắn và đăng dưới dạng Trang, tạo quảng cáo, xem quản trị viên nào đã tạo bài viết hoặc bình luận, xem thông tin chi tiết và gắn vai trò trên Trang.

Với Ứng dụng, bạn có thể kiểm soát các loại ứng dụng trên Trang của mình.

Bạn có thể thêm ứng dụng giúp hiển thị các sự kiện, menu của mình, chia sẻ ghi chú, video và v.v.. Khi bạn thêm ứng dụng vào Trang, ứng dụng sẽ xuất hiện trong phần các tab ngay bên dưới ảnh bìa của bạn.

Added Apps

Sự kiện
 With Facebook Events, you can organize gatherings and parties with your friends, as well as let people in your community know about upcoming events.
[Truy cập Ứng Dụng](#) · [Chỉnh sửa thiết lập](#) · [Liên kết đến Tab này](#)

Menutab for Restaurants
 Display your Menu and receive Online Orders on your Facebook Page
[Truy cập Ứng Dụng](#) · [Chỉnh sửa thiết lập](#) · [Liên kết đến Tab này](#)

Ghi chú
 With Facebook Notes, you can share your life with your friends through written entries. You can tag your friends in notes, and they can leave comments.
[Truy cập Ứng Dụng](#) · [Chỉnh sửa thiết lập](#) · [Liên kết đến Tab này](#)

Ứng dụng bạn có thể thích

Chỉnh sửa được đề xuất thu thập phản hồi từ những người xem Trang của bạn. Nếu khách hàng cho rằng việc bổ sung thông tin trên Trang sẽ hữu ích, họ có thể đề xuất chỉnh sửa và tin nhắn của họ sẽ được thêm vào phần Chỉnh sửa được đề xuất.

Đối tượng của Trang của bạn có thể đề xuất để cải thiện thông tin Trang. Bạn có thể kiểm tra và chấp nhận hoặc từ chối các đề xuất tại đây.

Không có đề xuất nào đang chờ xử lý

Với Nổi bật, bạn có thể điều chỉnh giao diện của các Trang khác mà mình thích gần đầu Trang của bạn. Bạn cũng có thể giới thiệu các quản trị viên Trang trong phần Giới thiệu của Trang.

Thích Ban đã thích 5 trang. Những trang này được hiển thị trên trang của bạn. Tối đa năm trang được hiển thị cùng một lúc và bạn có thể chỉ định trang nào mà bạn đã thích luôn ở đó bằng cách chọn chúng là nổi bật.

[Thêm lượt thích nổi bật](#)

Chủ sở hữu trang Khi bạn thêm một chủ sở hữu trang nổi bật:

- Thông tin cá nhân của họ sẽ được hiển thị công khai trong phần Thông tin của trang này
- Trang này sẽ hiển thị trong hồ sơ trang cá nhân của họ

[Thêm các chủ sở hữu trang nổi bật](#)

Với Di động, bạn có thể tạo bài viết qua email khi đang di chuyển.

✉

Với email mobile

Nếu bạn có email trên thiết bị di động (ví dụ như Blackberry, Android, ...), có thể dùng email để đăng tải hình ảnh cũng như cập nhật tình trạng:

1. Lưu địa chỉ email này dưới dạng một liên lạc:
tênngườiđùngcủa bạn@m.facebook.com
2. Để đăng tải hình ảnh, gửi email với hình ảnh tối đa chỉ trên và chủ thích hình tại chủ đề email.
3. Để cập nhật tình trạng, viết trên chủ đề email và để trống nội dung email.

🌐

Với web di động

Cách dễ nhất để tìm trang của bạn là nhập địa chỉ của trang. Để nhận một địa chỉ Facebook được cá nhân hóa cho trang của bạn, hãy truy cập <http://facebook.com/username>.

📱

Với iPhone

Cài đặt ứng dụng Facebook và đăng nhập. Nhấp vào dấu "+" ở góc trên bên trái và sau đó nhấp vào "trang" trên dưới cùng bên phải. Chọn trang của bạn - nó bây giờ là một yêu thích trên trang của bạn. Bây giờ bấm vào biểu tượng trang của bạn. Để gửi một bức ảnh, nhấp vào biểu tượng "máy ảnh". Để viết một bài cập nhật trạng thái, hãy nhập vào trường "Bạn đang nghĩ gì?".

Với Facebook Wi-Fi, khách hàng của bạn có thể check in tại doanh nghiệp của bạn bằng Facebook để có wi-fi miễn phí khi ghé thăm bạn. Tìm hiểu thêm tại facebook.com/business/facebook-wifi.

🌐

Chế độ bỏ qua

Khách hàng của bạn luôn có tùy chọn bỏ qua truy cập. Họ có thể làm như vậy bằng cách nhấp vào một liên kết cho phép họ bỏ qua truy cập hoặc bằng cách nhập mã Wi-Fi mà bạn cung cấp cho họ.

Bỏ qua liên kết truy cập (?)

Yêu cầu mã Wi-Fi (?)

Thời gian truy cập
 Lựa chọn khoảng thời gian khách hàng của bạn có Wi-Fi sau khi họ đăng ký.

Điều khoản dịch vụ
 Tùy chọn: Thêm Điều khoản dịch vụ của chính bạn (?)

🌐

Xóa mạng liên kết không dây Facebook

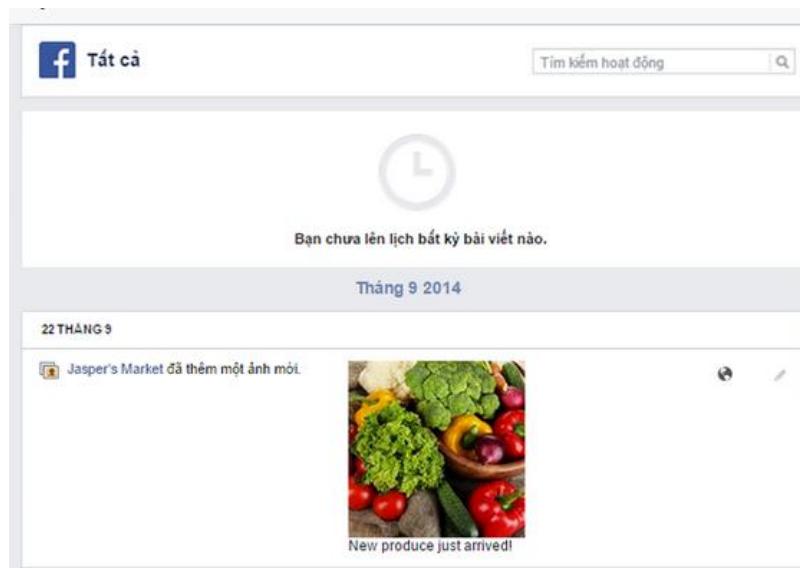
Nếu bạn xóa một mạng liên kết không dây Facebook, mọi người sẽ không thể nhìn thấy hoặc đăng ký mạng này. Chọn mạng liên kết mà bạn muốn xóa:

instant-C5:48:FC (Connected on 16 Tháng 12 2014 lúc 0:22)

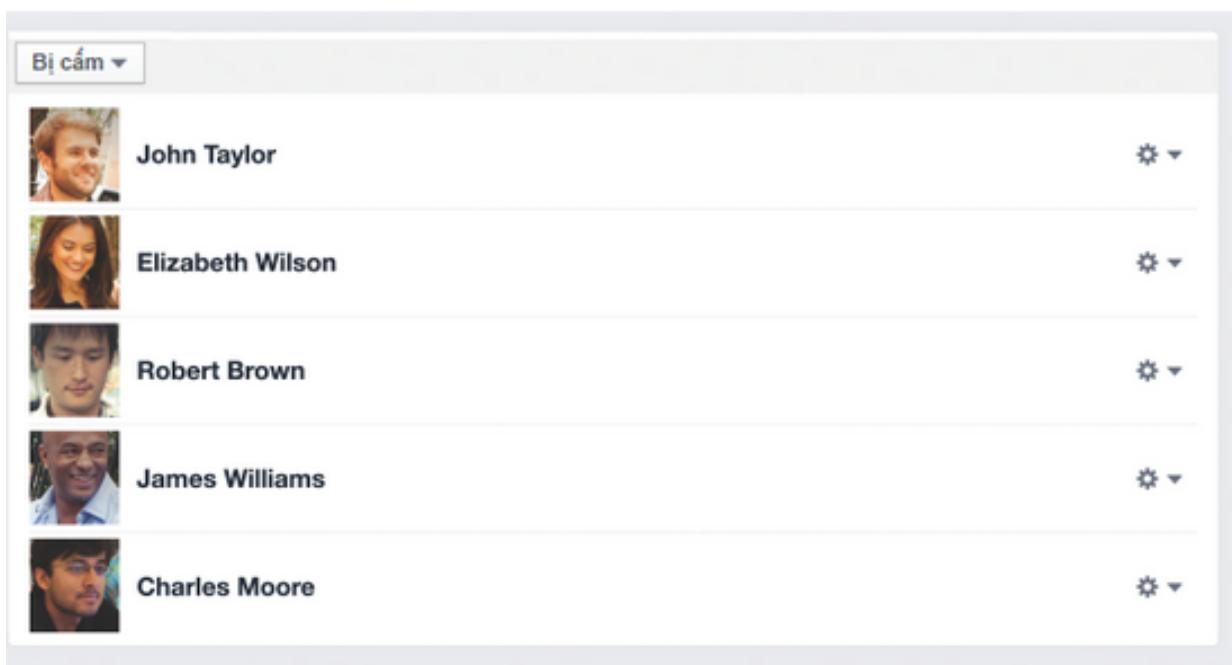
HotSpot 300 (Connected on 13 Tháng 12 2014 lúc 0:16)

HotSpot 300 (Connected on 11 Tháng 12 2014 lúc 2:11)

Nhật ký hoạt động cung cấp cho bạn bản ghi hoạt động của Trang, bao gồm các bài viết đã lên lịch.



Với **Người dùng bị cấm**, bạn có thể ngăn mọi người bình luận trên Trang của mình. Nếu ai đó thêm nội dung nào đó không phù hợp, bạn có thể xóa bình luận và chặn quyền truy cập vào Trang của mình trong tương lai.



This screenshot shows the "Bị cấm" (Blocked) section on a Facebook page. It lists five users who have been blocked:

- John Taylor
- Elizabeth Wilson
- Robert Brown
- James Williams
- Charles Moore

5. Tạo đối tượng

Cách tốt nhất để tiếp cận mọi người là tìm đến với họ.

Để tạo đối tượng của bạn:

Mời bạn bè của bạn trên Facebook, những người thực sự quan tâm đến doanh nghiệp của bạn

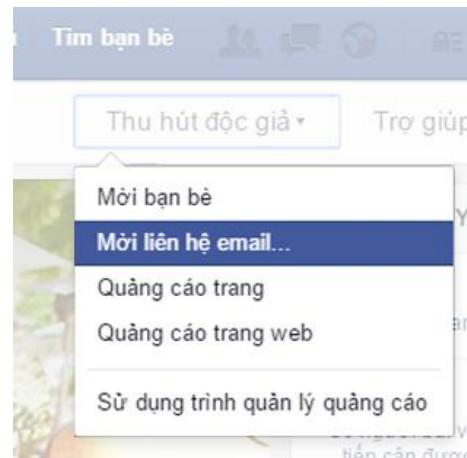
Mời khách hàng mà bạn đã từng làm việc cùng

Quảng cáo Trang của bạn để tiếp cận những đối tượng hoàn toàn mới trên Facebook.

Mời bạn bè thích Trang của bạn

Ngay từ đầu, bạn có thể mời bạn bè thích Trang của mình.

Hãy mời những người thực sự quan tâm đến doanh nghiệp của bạn. Trang của bạn sẽ hấp dẫn hơn nếu những người thích Trang phản hồi bài viết của bạn và chia sẻ với người khác.



Bạn có thể mời bạn bè thích Trang của mình ở bên trái Trang. Khi họ đăng nhập vào Facebook, họ sẽ nhận được thông báo về lời mời của bạn.

Bạn biết một số người khác? Hãy mời cả họ.

Bạn cũng có thể mời những người đang làm việc với mình. Chỉ cần tải lên địa chỉ email của những người mà bạn muốn mời và họ sẽ nhận được email từ Facebook.

Tất cả thông tin liên hệ của họ vẫn được giữ an toàn, riêng tư và chỉ được sử dụng để bạn có thể mời họ thích Trang của mình. Và để có được khách hàng mới, bạn cũng cần nhập một cách an toàn danh bạ của mình từ các dịch vụ email phổ biến như iCloud, Outlook, Yahoo và các dịch vụ khác.

Tiếp cận nhiều người sẽ thích doanh nghiệp của bạn *hơn nữa*

Quảng cáo Trang của bạn để tiếp cận những đối tượng mới trên Facebook. Chỉ cần cho chúng tôi biết những vị trí bạn muốn tiếp cận bằng quảng cáo và những điều bạn cho rằng khách hàng của mình quan tâm.

Khi quảng cáo Trang, bạn có thể:

Tiếp cận các vị trí theo quốc gia, thành phố hoặc mã zip - ở bất cứ nơi nào nhiều khả năng có khách hàng của bạn nhất.

Chạy một quảng cáo cho những người có sở thích giống với sản phẩm bạn cung cấp. Trường Sở thích sẽ tự động đề xuất thuật ngữ khi bạn nhập - ví dụ: nếu bạn bắt đầu nhập “quần”, trường này sẽ đề xuất các thuật ngữ như "quần tất" hoặc "quần áo trẻ em".

Chọn ngân sách và khoảng thời gian bạn muốn quảng cáo Trang của mình.

6. Tạo bài viết trên Trang

Tạo bài viết phù hợp với doanh nghiệp và khách hàng của bạn.

Khi đăng lên Trang, bạn có thể:

Viết cập nhật xuất hiện ngay lập tức trên Trang của mình.

Thêm ảnh và video vào bài viết của mình

Lên lịch bài viết để tiết kiệm thời gian

Tiếp cận nhiều người hơn bằng cách quảng cáo bài viết

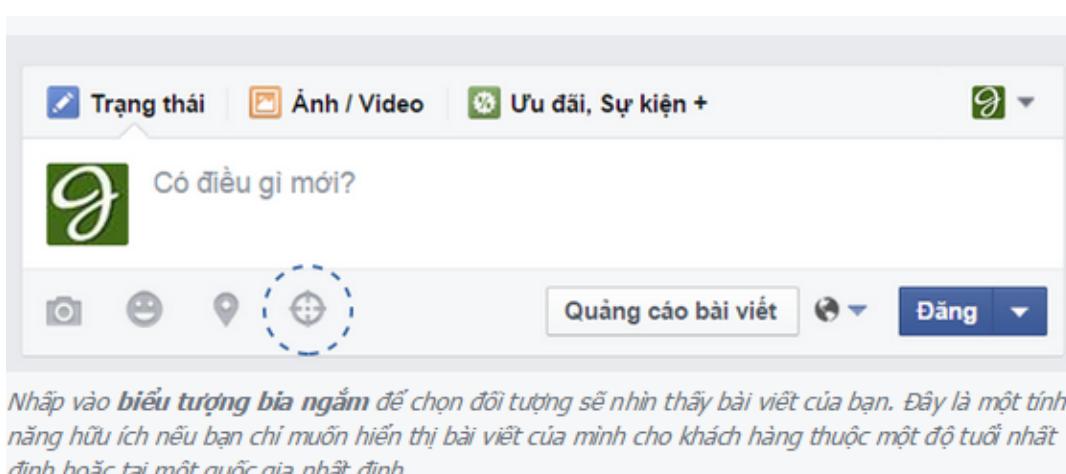
Tạo các ưu đãi hoặc sự kiện

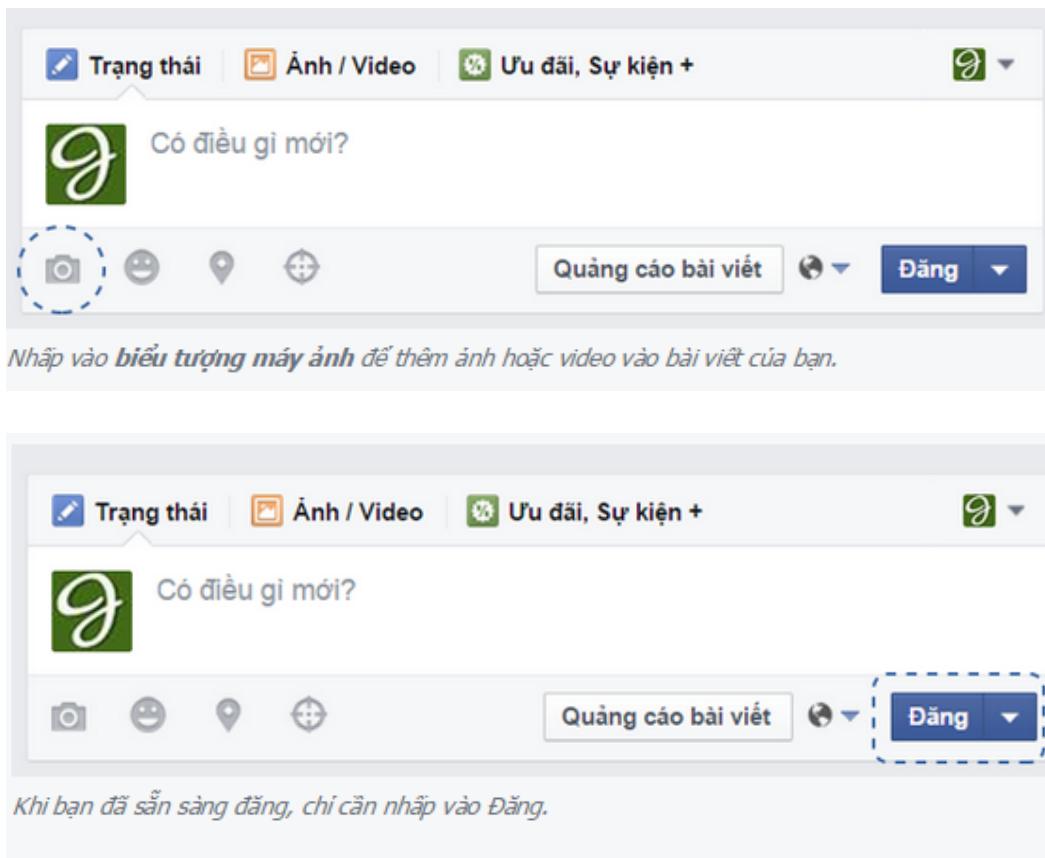
Dịch bài viết sang nhiều ngôn ngữ khác nhau

Tạo bài viết cơ bản

Chỉ cần bắt đầu nhập ở nơi có câu hỏi “Bạn đã làm gì?”

Cập nhật của bạn có thể bao gồm bất kỳ điều gì mà bạn cho rằng khách hàng sẽ quan tâm - như thông báo một đợt giảm giá hoặc ảnh của sản phẩm mới. Tất cả bài viết của bạn sẽ hiển thị trên Trang và có thể hiển thị trong Bảng tin của những người thích Trang của bạn.





Nhập vào biểu tượng máy ảnh để thêm ảnh hoặc video vào bài viết của bạn.

Khi bạn đã sẵn sàng đăng, chỉ cần nhấp vào Đăng.

Thu hút thêm sự chú ý cho bài viết trên Trang của bạn

Khi bài viết của bạn được đăng, bạn có thể thu hút thêm sự chú ý cho bài viết đó

Nhấp vào mũi tên ở góc trên cùng bên phải của bài viết của bạn rồi chọn:

Ghim lên đầu để giữ bài viết ở đầu Trang của bạn. Đó sẽ là bài viết đầu tiên mọi người nhìn thấy, một điều tuyệt vời nếu bạn có cập nhật hoặc sự kiện quan trọng.

Nhúng bài viết để thêm bài viết vào trang web của bạn. Nếu bạn có một bài viết đặc biệt muốn khách truy cập trang web xem, chúng tôi sẽ cung cấp cho bạn một đoạn mã để thêm vào HTML của trang web của mình. Khi họ nhấp vào bài viết trên trang web, họ sẽ đi thẳng tới Trang Facebook của bạn.



Nhấp vào mũi tên ở góc trên cùng bên phải của bài viết của bạn để xem các tùy chọn.

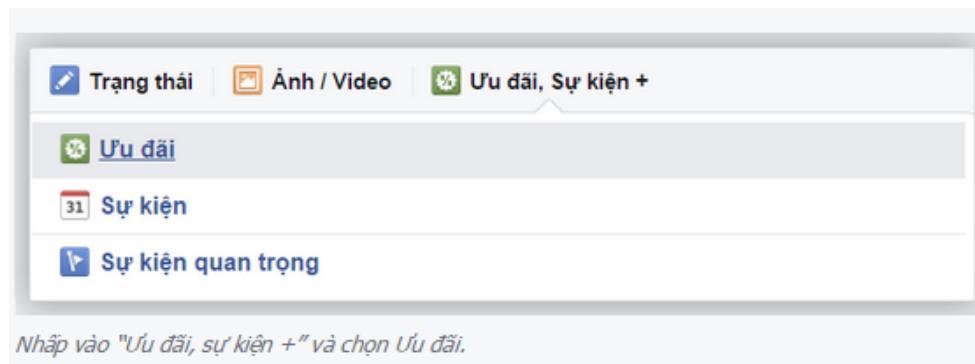
Đăng về các ưu đãi, sự kiện hoặc mốc cho doanh nghiệp của bạn

Bạn cũng có thể sử dụng các bài viết để tạo ưu đãi cho khách hàng, mời họ tham gia sự kiện hoặc cho họ biết về các mốc đặc biệt doanh nghiệp của mình đã đạt được.

Chỉ cần nhấp vào “Ưu đãi, sự kiện +” ở đầu trang cập nhật trạng thái của bạn.

Ưu đãi

Ưu đãi là một chiết khấu đúng lúc, như một phiếu giảm giá mà ai đó có thể yêu cầu trên Facebook và mang đến cửa hàng của bạn.



Tạo một ưu đãi

XEM TRƯỚC ƯU ĐÃI
Email xem trước có thể sẽ được gửi đến
tennghvotructuoncuban@m.facebook.com

 Jasper's Market đã đăng một ưu đãi
Hôm qua 

Giảm giá 15% tổng số tiền mua hàng của bạn!



Giảm giá 25%
Hết hạn 27/2/2015 Nhận ưu đãi

Thích · Bình luận · Chia sẻ

Tạo ưu đãi

Tiêu đề

Mô tả

Hình ảnh
Tải lên hoặc lựa chọn một hình ảnh cho ưu đãi của bạn

Ngày hết hạn

Giới hạn yêu cầu
 Không giới hạn

Tùy chọn khác

Tạo ưu đãi

Bằng cách nhấp chuột vào phím Tạo ưu đãi, tôi đồng ý với Điều khoản và Hướng dẫn về quảng cáo của Facebook.

Điền vào mẫu—bao gồm khoảng thời gian chạy ưu đãi, số lượng khách hàng có thể yêu cầu, đối tượng bạn muốn tiếp cận và ngân sách bạn muốn chi tiêu.

Sự kiện

Khi mọi người chấp nhận lời mời tham gia sự kiện của bạn, sự kiện đó sẽ được thêm vào lịch cá nhân của họ trên Facebook.

Họ sẽ nhận được lời nhắc sự kiện và thông báo nếu bạn thực hiện thay đổi đối với sự kiện. Bạn cũng sẽ biết ai đã chấp nhận lời mời của mình để biết số người nên mong đợi.

Trạng thái | Ảnh / Video | Ưu đãi, Sự kiện +

Ưu đãi

Sự kiện

Sự kiện quan trọng

Nhập vào "Ưu đãi, sự kiện +" và chọn Sự kiện.

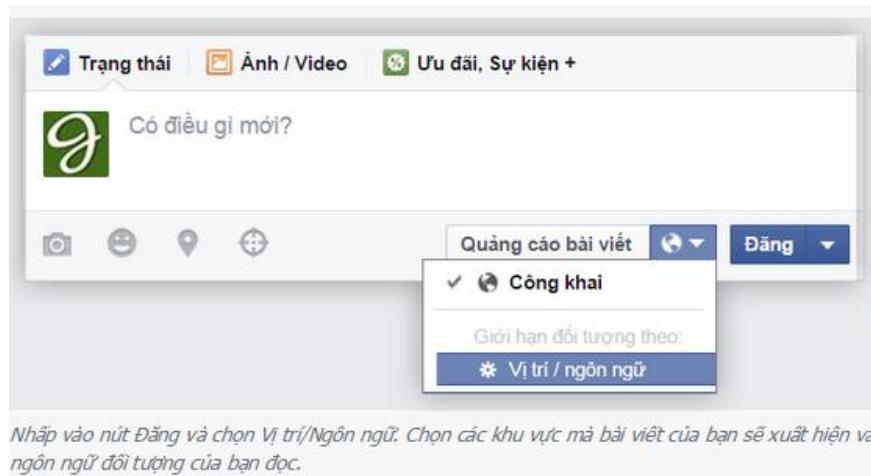
Tạo sự kiện mới bởi Jasper's Market

Tên	Ví dụ: Tiệc sinh nhật
Chi tiết	Thêm thông tin
Địa điểm	Jasper's Market X
Vé	Thêm một liên kết để khách nhận được vé?
Thời gian	28/1/2015 Thêm thời gian?
Thời tiết	<input checked="" type="radio"/> Trời trong xanh 11°C <input type="checkbox"/> Chỉ quản trị viên có thể đăng bài lên tường của sự kiện
Chọn nhắm mục tiêu Đã nhắm mục tiêu đến: 50.135	
Hủy Tạo	

Điền vào mẫu—bao gồm tiêu đề, vị trí, ngày và v.v..

Môc

Trang cũng là nơi để tôn vinh doanh nghiệp của bạn - như đại hội cổ động hoặc một ngày kỷ niệm.*



*Với tính năng này, khách hàng phải ở vị trí bạn đã chọn hoặc đã đặt Facebook thành ngôn ngữ bạn chọn để xem bài viết trên Trang của bạn, trong Bảng tin và trong tìm kiếm.



Hiển thị bài viết theo vị trí hoặc ngôn ngữ

Nếu khách hàng của bạn ở khắp nơi trên thế giới hoặc nói nhiều ngôn ngữ khác nhau, bạn có thể đặt bài viết của mình để chỉ hiển thị cho họ.*



*Với tính năng này, khách hàng phải ở vị trí bạn đã chọn hoặc đã đặt Facebook thành ngôn ngữ bạn chọn để xem bài viết trên Trang của bạn, trong Bảng tin và trong tìm kiếm.

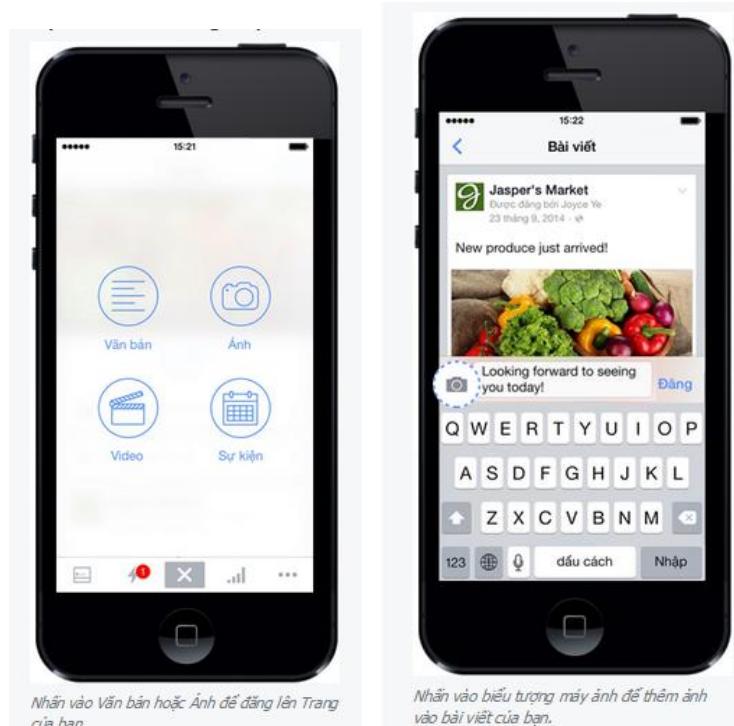
Tạo bài viết bằng một cú nhấp chuột

Trong ứng dụng Trình quản lý Trang, hãy đi tới Trang của bạn và nhấp vào Viết bài hoặc Chia sẻ ảnh.

Khi nhấp vào Viết bài, bạn có thể viết thông điệp của mình trên bàn phím xuất hiện. Khi nhấp vào biểu tượng máy ảnh phía trên bàn phím, bạn có thể thêm và chỉnh sửa ảnh từ ứng dụng

ảnh của mình. Và khi nhấn vào biểu tượng đồng hồ, bạn có thể lên lịch thời gian mình muốn bài viết xuất hiện.

Khi nhấn vào Chia sẻ ảnh, bạn có thể chọn một ảnh từ ứng dụng ảnh của mình, chỉnh sửa ảnh và thêm thông điệp đi kèm ảnh.



7. Quảng cáo bài viết để tiếp cận nhiều người hơn

Quảng cáo bài viết là cách tốt nhất để tiếp cận nhiều người hơn.

Với bài viết được quảng cáo, bạn có thể:

Tiếp cận nhiều người thích Trang của bạn hơn - và bạn bè họ

Tiếp cận những đối tượng hoàn toàn mới dựa trên vị trí, độ tuổi, giới tính và sở thích

Dễ dàng thiết lập ngân sách và lên lịch cho bài viết của mình.

Thu hút mọi người thảo luận bằng cách quảng cáo bài viết của bạn

Khi bạn đăng lên Trang, bạn có thể nhấp vào nút Quảng cáo bài viết để đưa bài viết của mình đến với nhiều đối tượng hơn.

Với bài viết được quảng cáo, sẽ có nhiều người xem cập nhật, ảnh, video, sự kiện, ưu đãi của bạn và nhiều nội dung khác hơn. Đồng thời, bạn sẽ tiếp cận được nhiều người thích Trang của mình hơn, bạn bè họ và đối tượng hoàn toàn mới trong Bảng tin của họ.



Chọn những người xem bài viết được quảng cáo của bạn

Khi bạn nhấp vào nút Quảng cáo bài viết, bạn có thể chọn tiếp cận những người thích Trang của mình và bạn bè họ.



Bạn cũng có thể tiếp cận những đối tượng khác theo vị trí, độ tuổi, giới tính và sở thích. Chỉ chọn loại đối tượng sẽ xem bài viết của bạn và cho chúng tôi biết những điều họ có thể quan tâm.



Thậm chí, chúng tôi sẽ đưa ra đề xuất để giúp bạn tiếp cận đối tượng có nhiều khả năng quan tâm đến doanh nghiệp của bạn nhất.

Bài viết được quảng cáo phù hợp mọi ngân sách

Bạn có thể quảng cáo bài viết với số tiền được chọn trước hoặc chọn số tiền của chính bạn. Chúng tôi sẽ không bao giờ tính phí nhiều hơn ngân sách bạn chọn.

Ngân sách bạn chọn là chi phí để quảng cáo một bài viết mỗi ngày. Tùy thuộc vào đối tượng và ngân sách bạn chọn, bạn có thể đạt hoặc không đạt số tiền tối đa của ngân sách của mình mỗi ngày.*



Lịch trình mặc định cho một bài viết được quảng cáo là 1 ngày nhưng bạn có thể lên lịch bài viết được quảng cáo cho tối đa 7 ngày.

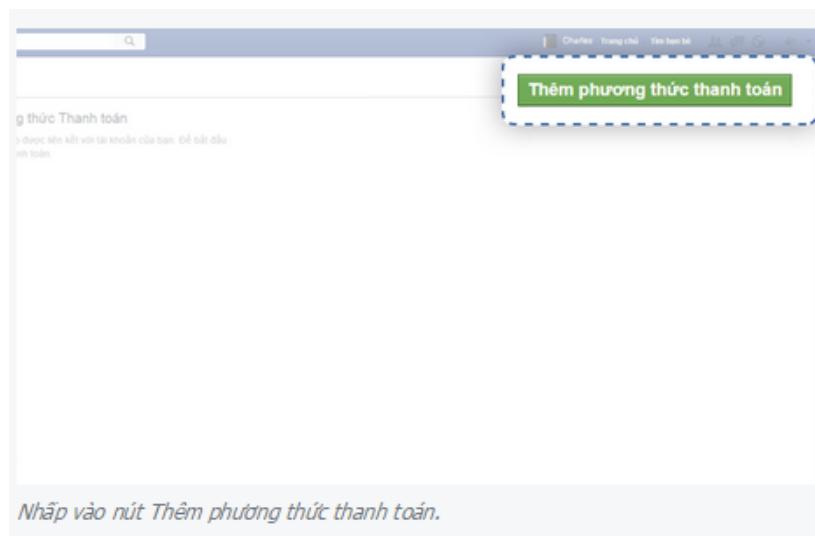
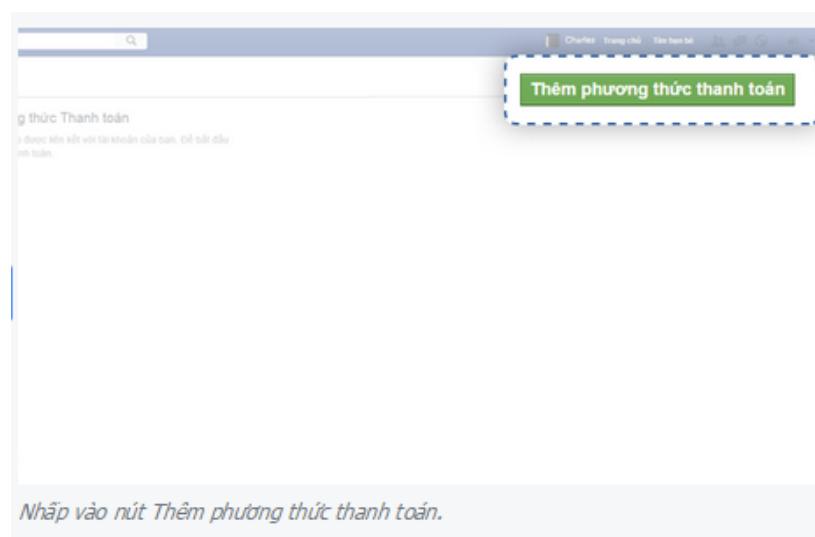
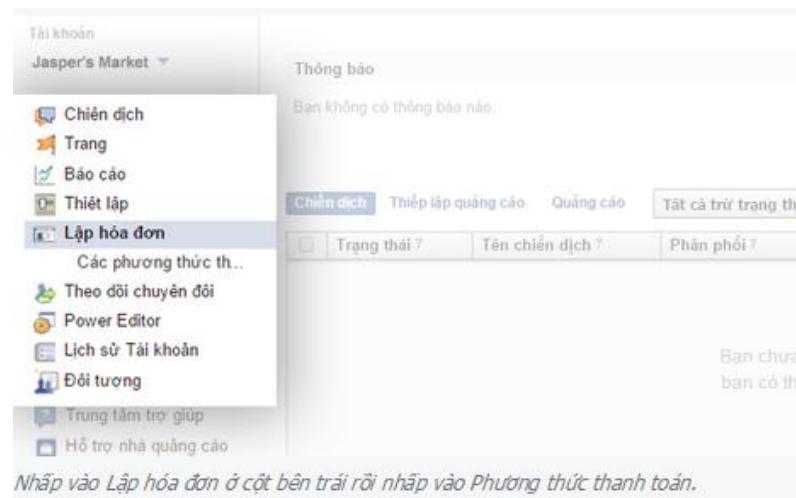
**Ngân sách hàng ngày của bạn cho một bài viết được quảng cáo sẽ được đặt lại hàng ngày vào nửa đêm.*

Thêm một phương thức thanh toán để quảng cáo bài viết

Khi quảng cáo bài viết đầu tiên, bạn sẽ được yêu cầu thêm một phương thức thanh toán nếu chưa có. Bạn có thể thêm một thẻ ghi nợ hoặc thẻ tín dụng, liên kết đến tài khoản PayPal của mình hoặc sử dụng phiếu giảm giá của Facebook.*



**Đôi khi, phiếu giảm giá quảng cáo trên Facebook có sẵn do sự cộng tác giữa Facebook và các công ty khác hoặc khuyến mãi định kỳ. Hiện tại, tùy chọn yêu cầu tín dụng hoặc phiếu giảm giá từ Facebook không khả dụng.*



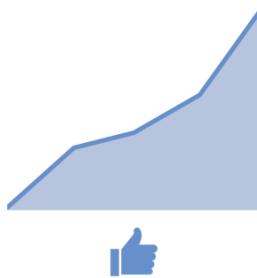


Quảng cáo bài viết từ thiết bị di động của bạn

Với ứng dụng Trình quản lý Trang, bạn có thể quảng cáo bài viết khi đang di chuyển. Chỉ cần tạo một bài viết từ thiết bị di động của bạn và nhấn vào nút Quảng cáo bài viết.

Và việc chọn đối tượng, ngân sách, lịch trình cũng đơn giản như vậy. Ứng dụng Trình quản lý Trang cũng cung cấp cho bạn chi tiết về cách mọi người đang phản hồi.

8. Tăng hiệu quả bài viết



Bài viết thường thành công hơn khi kết nối với đối tượng của bạn theo cách thực tế, chân thật.

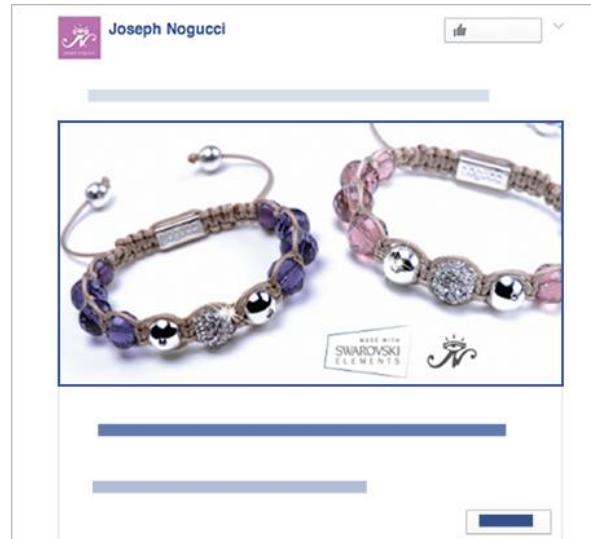
Ngắn gọn.

Mọi người thích xem lượt trên Facebook. Hãy viết ngắn gọn để có phản hồi tốt hơn.

Sử dụng hình ảnh to, đẹp

Bài viết có ảnh và video bắt mắt nổi bật trong Bảng tin, làm tăng khả năng mọi người thích, bình luận và chia sẻ.

Bạn không cần một nhiếp ảnh gia chuyên nghiệp hoặc chiếc máy ảnh đắt tiền - chỉ cần có găng thẻ hiện sản phẩm hoặc dịch vụ theo cách tốt nhất có thể.



Chia sẻ nội dung và thông tin riêng bằng quảng cáo trên Facebook

Cung cấp khuyến mãi đặc biệt cho khách hàng để duy trì sự quan tâm của họ và tăng doanh số. Nếu bạn có khách hàng trung thành, hãy cho họ biết về các sự kiện hoặc khuyến mãi đặc biệt tri ân họ.

Để tiếp cận nhiều người hơn, bạn có thể chạy quảng cáo thu hút nhiều người tương tác với bài viết của mình hơn hoặc thậm chí đưa họ thẳng đến trang web của bạn.

Get 30% off this weekend



Phản hồi khách hàng - và lưu giữ lịch

Mọi người thích bạn lắng nghe họ. Khi bạn trả lời bài viết và bình luận nhanh chóng, bạn sẽ thấy rằng khách hàng cũng phản hồi nhiệt tình hơn.

Khi mọi người đều nghĩ về các sự kiện hoặc ngày lễ đặc biệt, hãy nhắc đến họ trong bài viết của bạn. Lập kế hoạch và lên lịch bài viết xung quanh những ngày quan trọng - như Ngày lễ Tình nhân, Thứ sáu Đen, Thứ hai Điện tử và v.v. - đồng nghĩa với việc bạn sẽ có nhiều khả năng thu hút được mọi người bình luận hơn.

TH11 / TH12	
	27
1	28
8	
24	25

Bài viết cho đối tượng thích hợp

Bài viết sẽ hiệu quả hơn khi những người quan tâm xem các bài viết đó.

Nếu khách hàng của bạn sống tại các khu vực hoặc nói ngôn ngữ khác nhau, bạn có thể tạo các bài viết dành riêng cho họ. Viết bài và chọn các vị trí cũng như ngôn ngữ mà bạn muốn. Khi bạn đăng bài viết, bài viết đó sẽ chỉ hiển thị tại các vị trí hoặc bằng ngôn ngữ bạn đã chọn.



The dialog box has a blue header bar with the text "Kiểm soát ai có thể thấy bài viết của bạn". Below it is a descriptive text: "Chọn ai có thể nhìn thấy bài viết của bạn trên Facebook dựa vào ngôn ngữ hoặc địa điểm của họ. Ví dụ: Nếu bạn nhập "Tây Ban Nha" bên dưới, chỉ những người đã thiết lập tiếng Tây Ban Nha là ngôn ngữ trên Facebook của họ mới đủ điều kiện để nhìn thấy bài viết của bạn trên Trang, trong Bảng tin hoặc tìm kiếm của bạn." There is a "Tim hiểu thêm." link at the bottom right. The form fields include:

- Địa điểm:** Nhập quốc gia (Input field: Nhập quốc gia), Mọi nơi, Theo Tỉnh/Bang, Theo Thành phố.
- Ngôn ngữ:** Nhập ngôn ngữ (Input field: Nhập ngôn ngữ).
- Buttons:** Lưu thiết lập bài viết (Save settings), Hủy (Cancel).



Liên kết trực tiếp các nội dung đến trang web của bạn

Khi bạn thêm một liên kết vào bài viết của mình, liên kết sẽ tự động tạo hình ảnh từ trang web và một vùng có thể nhấp rộng giúp mọi người dễ dàng truy cập trang web của bạn.

Bạn cũng có thể tùy chỉnh tiêu đề và mô tả để cung cấp thêm lý do khiến khách hàng nhấp.

Đăng thêm nội dung mà khách hàng muôn

Khi bạn biết khách hàng đang phản hồi ra sao, bạn có thể đăng thêm nội dung họ thích. Đăng lên Trang là vấn đề về chất lượng—không phải số lượng. Từ đó, bạn có thể đăng nhiều nội dung họ thích hơn và tránh đăng nội dung họ không thích.



9. Trò chuyện

Trang của bạn không chỉ để cập nhật thông tin cho khách hàng - đó còn là một nơi tuyệt vời để trò chuyện, lắng nghe ý kiến của họ và đặt câu hỏi.

Trò chuyện trên Trang là cách cực kỳ hữu ích để hiểu biết đối tượng của bạn.

Phản hồi trực tiếp khách hàng của bạn

Khi khách hàng của bạn đặt câu hỏi hoặc bình luận, đó là thời điểm hoàn hảo để cho thấy bạn đang lắng nghe. Hãy nói chuyện với khách hàng trên Trang của bạn như thể bạn đang trò chuyện trực tiếp với họ - một cách thân thiện khiến họ cảm thấy mình được hoan nghênh.

Khi bất kỳ ai bình luận về bài viết của bạn, chỉ cần nhấp vào Trả lời bên dưới bình luận để phản hồi.

Và nếu ai đó đưa ra bình luận không phù hợp hoặc bạn nghi ngờ một bình luận là spam, bạn có thể di chuyển con trỏ đến góc trên cùng bên phải của bình luận và nhấp vào X để ẩn bình luận.

Mang lại cơ hội cho họ được xem trước tiên hoặc lén xem trước

Dù bạn có bán hàng hóa hữu hình hay dịch vụ không, bạn có thể nói với khách hàng của mình về các kế hoạch hiện tại, tương lai hoặc hỏi ý kiến họ về nhiều điều. Điều này sẽ giúp khách hàng thấy rằng Trang của bạn là nơi hoan nghênh trò chuyện.



Hãy khuấy đảo mọi thứ, cung cấp ưu đãi tuyệt vời hoặc đề nghị họ điền vào ô trống.

Các chủ đề thú vị, ảnh và video là cách khởi đầu tuyệt vời để thu hút sự chú ý của khách hàng. Nhưng cuộc trò chuyện, sự hài hước và các ý tưởng chỉ thực sự bắt đầu tràn ra khi bạn hỏi khách hàng để tạo nội dung trên Trang của mình. Đôi khi, những câu hỏi đơn giản nhất lại khơi gợi những cuộc trò chuyện thú vị nhất.





10. Ứng dụng Trình quản lý Trang

Với Trình quản lý Trang dành cho iOS và Android, bạn có thể tạo và quản lý một hoặc nhiều Trang ở mọi nơi.

Tải ứng dụng xuống miễn phí tại Apple App Store hoặc Google Play và:

Đăng cập nhật, ảnh, video và phản hồi các bình luận trên Trang của bạn

Xem và trả lời tin nhắn

Nhận thông báo đầy về hoạt động của Trang, các mẹo và lời nhắc

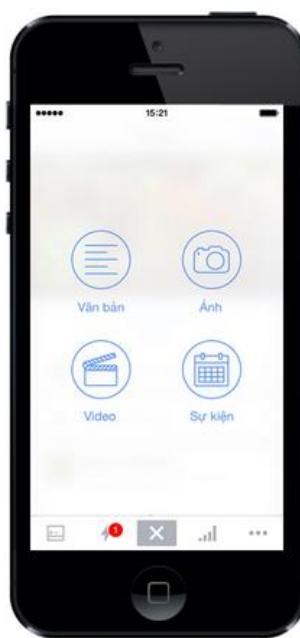
Xem Thông tin chi tiết Trang của bạn, quản lý Cài đặt và các vai trò trên Trang

Nhấn vào điều khách hàng muốn từ thiết bị di động của bạn

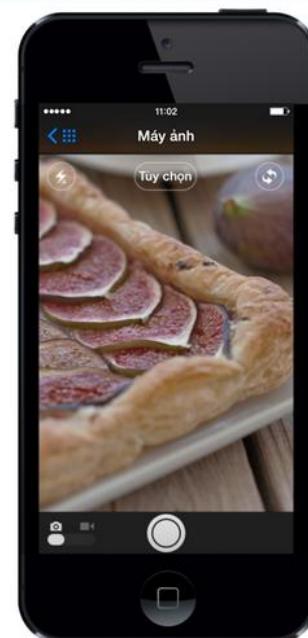
Bạn đã đủ bận. Với ứng dụng Trình quản lý Trang - dành cho các thiết bị iOS và Android - thật dễ dàng để quản lý Trang. Đăng, phản hồi, chia sẻ, đánh giá bài viết và hiệu quả quảng cáo, chuyển giữa tất cả các Trang của bạn bằng một cú nhấp ngón tay.



Xem Trang của bạn trên thiết bị iOS hoặc Android.



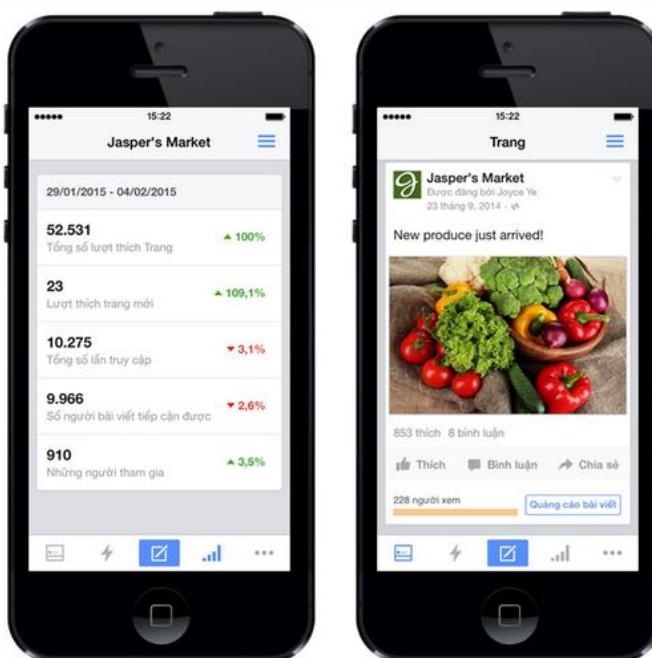
Đăng cập nhật trang thái bằng văn bản, ảnh, video hoặc liên kết.



Chọn ảnh và video từ ứng dụng ảnh.



Xem Thông báo để biết khi ai đó thích, bình luận hoặc chia sẻ nội dung của bạn. Ứng dụng Trình quản lý Trang cũng có thể gửi thông báo đầy.



Xem Thông tin chi tiết để biết cách mọi người đang phản hồi các nội dung trên Trang của bạn.

Quảng cáo bài viết ngay từ ứng dụng của bạn. Bạn cũng có thể đặt lịch trình và ngân sách chỉ bằng vài lần nhấp.



Lên kế hoạch trước cho các sự kiện hoặc ngày lễ bằng cách lên lịch bài viết của bạn.

Nhấn vào biểu tượng ở góc trên cùng bên phải để xem tất cả các tùy chọn và cài đặt trong ứng dụng Trình quản lý Trang. Bạn cũng có thể thay đổi cài đặt quyền riêng tư, thêm quản trị viên và thực hiện nhiều việc khác.

II. Cách hoạt động của quảng cáo trên Facebook

1. Thông tin cơ bản về quảng cáo trên Facebook

Facebook cung cấp những cách thức mạnh mẽ và duy nhất để hiển thị quảng cáo của bạn cho những người có nhiều khả năng quan tâm đến doanh nghiệp của bạn nhất.

Với quảng cáo, bạn có thể:

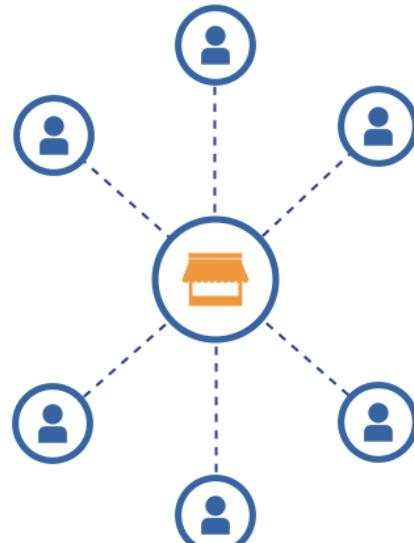
Tiếp cận mọi người dựa trên vị trí, độ tuổi, giới tính, sở thích và nhiều tiêu chí khác.

Sử dụng công cụ để biết hiệu quả của quảng cáo và cải thiện quảng cáo tốt hơn nữa.

Tạo quảng cáo dựa trên mục tiêu kinh doanh của bạn

Bạn có thể đạt mục tiêu của mình bằng cách tiếp cận đúng người. Quảng cáo chúng tôi cung cấp được thiết kế để giúp bạn có được phản hồi tốt nhất có thể từ những người xem quảng cáo của mình.

Dù bạn muốn thu hút nhiều người đến cửa hàng hơn, trên trang web, cài đặt ứng dụng, thích hoặc bình luận về Trang của mình và nhiều hành động khác, chúng tôi sẽ giúp bạn tạo quảng cáo khiến mục tiêu của bạn trở thành hiện thực.



Hãy cho chúng tôi biết ai sẽ xem quảng cáo của bạn

Khi bạn chạy một quảng cáo, chỉ chọn các đặc điểm của đối tượng sẽ xem quảng cáo của mình.

Bạn có thể tiếp cận đối tượng của mình theo:

Vị trí

Thông tin nhân khẩu học (độ tuổi, giới tính và nhiều tiêu chí khác)

Sở thích (hoạt động, thú vui và hơn thế nữa)



Họ mua gì trực tuyến và ngoại tuyến

Nhiều danh mục khác

Chọn đối tượng của bạn với sự tiếp cận, độ chính xác và tính kinh tế như vậy là điều khiến Facebook là một nơi tuyệt vời để quảng cáo.

Tạo quảng cáo chất lượng cao có ảnh hưởng

Chúng tôi sẽ giúp bạn tạo quảng cáo trên Facebook và thậm chí bao gồm các mẹo để viết rõ ràng và chọn ảnh đẹp nhất - để quảng cáo của bạn có tác động ngay từ đầu.



Xem chi tiết hiệu quả quảng cáo của bạn

Bạn sẽ nhận được cập nhật thường xuyên từ Facebook về hiệu quả quảng cáo của mình - như số người đã xem quảng cáo và số người đã tương tác với quảng cáo của bạn. Và để cải thiện quảng cáo của bạn dựa trên cách mọi người phản hồi, chúng tôi sẽ cung cấp cho bạn các chi tiết chính về hiệu quả quảng cáo cũng như các công cụ để chỉnh sửa ngay cả khi quảng cáo đã đăng.



2. Chi phí quảng cáo trên Facebook là bao nhiêu?

Quảng cáo trên Facebook phù hợp với mọi ngân sách.

Với quảng cáo:

Bạn luôn có quyền kiểm soát vì bạn là người chọn ngân sách và đối tượng

Chúng tôi tối ưu hóa quảng cáo để tiếp cận những người có nhiều khả năng thực hiện hành động hơn.

Bạn có thể chỉnh sửa ngân sách hoặc dừng quảng cáo bất kỳ lúc nào.

Bạn sẽ đặt giá thầu để tiếp cận khách hàng

Có rất nhiều người trên Facebook và các nhà quảng cáo khác cũng muốn tiếp cận những người giống như người mà bạn muốn tiếp cận.

Khi chạy quảng cáo, bạn đang tham gia vào cuộc đấu giá quảng cáo của chúng tôi. Bạn sẽ chọn ngân sách cho quảng cáo. Ngân sách đó là tổng số tiền bạn muốn chi tiêu. Sau đó bạn sẽ chọn giá thầu - số tiền bạn sẵn sàng trả để khiến khách hàng xem quảng cáo và nhấp vào đó hoặc thực hiện hành động nào đó khác.



Thiết lập ngân sách hàng ngày hoặc ngân sách trọn đời cho quảng cáo

Chúng tôi giúp việc chi tiêu trong phạm vi ngân sách của bạn trở nên dễ dàng.

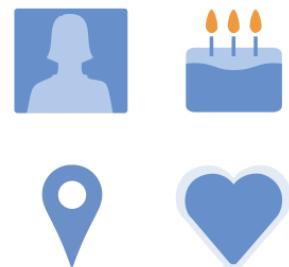
Nếu bạn muốn trả một số tiền cụ thể mỗi ngày, chẳng hạn như 30000đ, chỉ cần chọn “Mỗi ngày” trong tùy chọn Ngân sách và nhập số tiền ngân sách. Facebook sẽ không bao giờ tính phí bạn nhiều hơn số tiền đó mỗi ngày quảng cáo chạy.*

Bạn cũng có thể thiết lập ngân sách trọn đời cho quảng cáo. Facebook sẽ chạy quảng cáo liên tục đến khi đạt số tiền ngân sách hoặc đến ngày kết thúc quảng cáo.

*Ngân sách hàng ngày sẽ đặt lại vào lúc nửa đêm mỗi ngày.

Quảng cáo của bạn tiếp cận những người có nhiều khả năng quan tâm hơn

Với đặt giá thầu tối ưu hóa, chúng tôi tự động đặt giá thầu cho bạn trong phạm vi ngân sách bạn chọn và phân phối quảng cáo cho những người có nhiều khả năng thực hiện hành động hơn.*



Ví dụ: nếu bạn chạy quảng cáo để tăng số lượt xem trang web, chúng tôi sẽ phân phối quảng cáo cho những người có nhiều khả năng truy cập trang web hơn. Ngoài ra, chúng tôi sẽ luôn đặt giá thầu ở mức thấp nhất có thể.

Bạn cũng có thể chọn giá thầu của chính mình và Facebook sẽ đề xuất một khoảng giá thầu dựa trên đối tượng bạn muốn tiếp cận.

*Đặt giá thầu tối ưu hóa còn được gọi là CPM (Chi phí được tối ưu hóa trên mỗi nghìn lần hiển thị).

Bạn luôn kiểm soát ngân sách của mình

Bạn có thể điều chỉnh ngân sách hoặc giá thầu trong Trình quản lý quảng cáo bất kỳ lúc nào.

Bạn còn có thể đặt giới hạn chi tiêu trên tài khoản của mình. Chỉ cần đặt số tiền cho ngân sách tối đa và tất cả các quảng cáo sẽ tự động tạm dừng khi bạn đạt giới hạn. Thẻ (hoặc bất kỳ phương thức thanh toán nào khác) sẽ không bị tính phí đến khi bạn đã sẵn sàng chạy quảng cáo trở lại.



3. Hóa đơn quảng cáo trên Facebook

Quản lý hóa đơn quảng cáo của bạn trên Facebook thật đơn giản.

Dưới đây là cách hoạt động:

Bạn được lập hóa đơn khi tổng chi phí quảng cáo của bạn đạt một ngưỡng cụ thể.

Nếu bạn không đạt ngưỡng, bạn sẽ được lập hóa đơn vào cuối tháng.

Bạn luôn có thể xem số tiền ước tính hàng ngày bạn đang chi tiêu vào quảng cáo.

Bạn có thể tìm hóa đơn cuối cùng, chi tiết trong phần Lập hóa đơn của Trình quản lý quảng cáo.

Bạn thiết lập ngân sách cho quảng cáo của mình

Khi bạn chạy quảng cáo trên Facebook, bạn luôn kiểm soát được số tiền mình chi tiêu. Bạn đặt ngân sách cho mỗi quảng cáo và cho chúng tôi biết quảng cáo đó sẽ chạy trong bao lâu - và chúng tôi sẽ không bao giờ tính phí bạn nhiều hơn giới hạn ngân sách của bạn.

và ngân sách được chi tiêu khi quảng cáo của bạn chạy

Ngân sách bạn thiết lập cho mỗi quảng cáo được chi tiêu trong toàn bộ khoảng thời gian quảng cáo. Ngân sách của bạn giảm dần khi mọi người xem, nhập vào hoặc tương tác với quảng cáo của bạn.



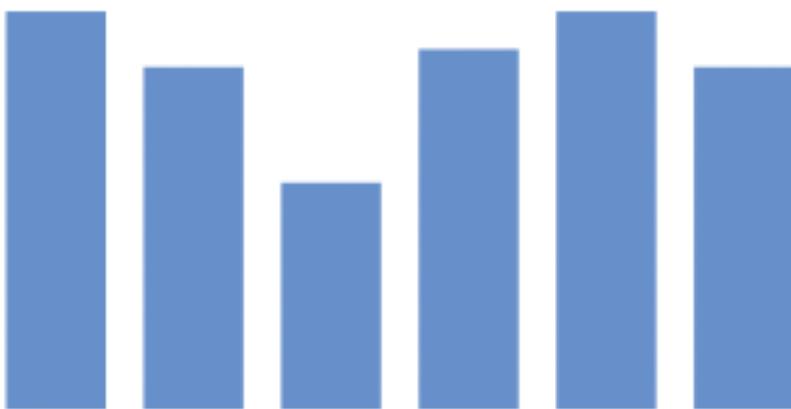
Tốc độ chi tiêu ngân sách của bạn tùy thuộc vào một vài yếu tố - như quy

mô đối tượng, giá thầu của bạn để tiếp cận họ và lịch trình quảng cáo của bạn.

Xem bạn đang chi tiêu bao nhiêu mỗi ngày

Trong Trình quản lý quảng cáo, bạn có thể xem ước tính số tiền mình đang chi tiêu vào quảng cáo mỗi ngày. Có thể mất tối đa 72 giờ để cập nhật chi phí cuối cùng của quảng cáo cho tài khoản của bạn.

Bạn chỉ bị tính phí số tiền mình thực sự chi tiêu. Khi hóa đơn của bạn là cuối cùng, bạn có thể xem hóa đơn trong phần Lập hóa đơn của Trình quản lý quảng cáo.



Cách bạn được lập hóa đơn

Khi ngân sách cho tất cả quảng cáo trên tài khoản của bạn được chi tiêu, bạn sẽ được lập hóa đơn khi chi phí quảng cáo của mình đạt một ngưỡng nhất định. Hệ thống ngưỡng được sử dụng để tài khoản của bạn được tính phí ít lần hơn.

Đối với Hoa Kỳ, ngưỡng đầu tiên là \$25 và tăng với mỗi lần tính phí thành công lên \$50, \$250, \$500 và \$750. Các quốc gia sử dụng đồng Euro cũng có một ngưỡng tương tự.*

Nếu chi phí quảng cáo của bạn không đạt số tiền ngưỡng, bạn sẽ được lập hóa đơn vào cuối tháng.

*Đối với các tài khoản không sử dụng đồng USD hoặc Euro, Trung tâm trợ giúp của Facebook cung cấp thêm thông tin và tài nguyên về lập hóa đơn quảng cáo.



Đọc hóa đơn của bạn

Khi tài khoản của bạn bị tính phí, bạn luôn có thể xem hóa đơn cuối cùng của mình trong phần Lập hóa đơn của Trình quản lý quảng cáo. Bạn sẽ nhận được hóa đơn chi tiết bao gồm các quảng cáo cụ thể và loại tương tác với quảng cáo bạn đã thanh toán.*

Nhấp vào hình ảnh ở bên phải để xem hóa đơn mẫu.

**Hóa đơn cuối cùng có thể nhiều hơn ngân sách của bạn cho một quảng cáo cụ thể. Đó là vì chi phí ngưỡng của bạn - hoặc hóa đơn cuối tháng - dựa trên tất cả các quảng cáo bạn đang chạy.*

4. Chọn đối tượng quảng cáo

Khi bạn tạo một quảng cáo trên Facebook, bạn có thể chọn đối tượng sẽ nhìn thấy quảng cáo đó.

Khi tạo đối tượng của bạn:

Chọn một đối tượng dựa trên loại kết quả bạn muốn - như thu hút mọi người đến trang web của bạn.

Chọn các đặc điểm sẽ giúp bạn tiếp cận những người có nhiều khả năng quan tâm đến doanh nghiệp của bạn hơn.

Bắt đầu với công cụ tạo quảng cáo

Nhấp vào mũi tên ở góc trên cùng bên phải và chọn Tạo quảng cáo.

Chọn mục tiêu của bạn

Bạn là người hiểu rõ nhất doanh nghiệp của mình, do đó, hãy tạo quảng cáo dựa trên điều bạn muốn đạt được. Với quảng cáo trên Facebook, bạn có thể thu hút thêm nhiều người hơn:



Nói về Trang và bài viết của bạn

Kết nối với doanh nghiệp của bạn trên Facebook

Truy cập trang web của bạn

Mua sắm hoặc thực hiện hành động trên trang web của bạn

Cài đặt hoặc sử dụng ứng dụng của bạn

Mua sắm trong cửa hàng của bạn

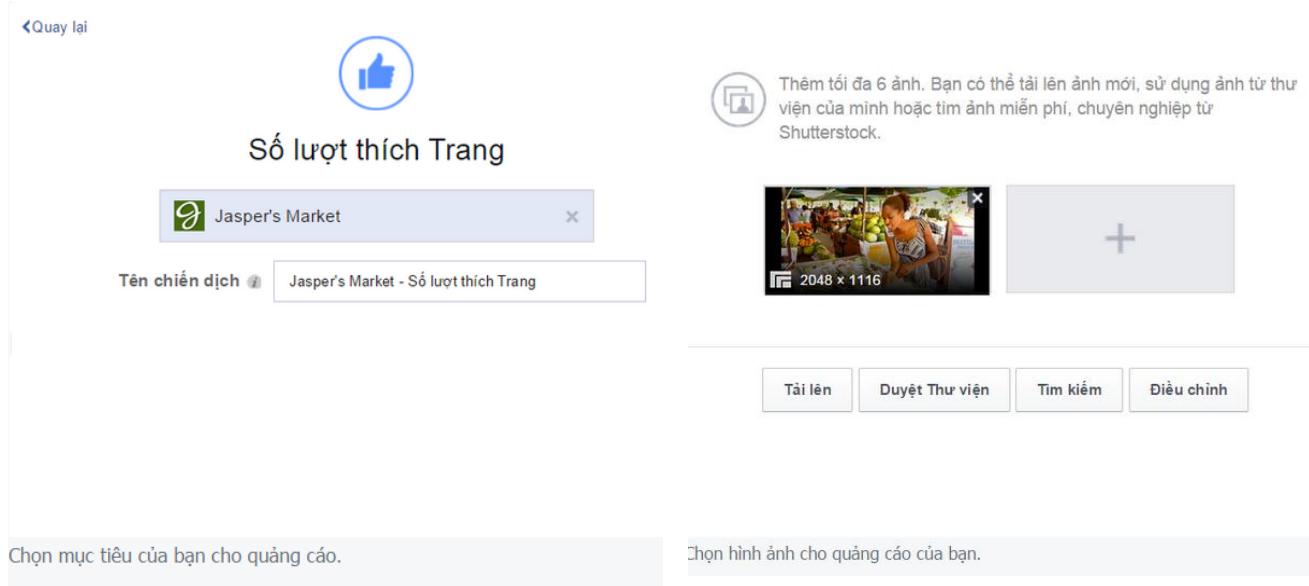
Mời người khác tham gia sự kiện của bạn

Đổi ưu đãi

Chọn hình ảnh và nơi quảng cáo của bạn xuất hiện trên Facebook

Trước khi chọn đối tượng, bạn có thể thêm ảnh vào quảng cáo và chọn chạy quảng cáo đó trong Bảng tin trên máy tính và thiết bị di động hoặc trong cột bên phải trên máy tính.

Dưới đây là nội dung bạn sẽ nhìn thấy.



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top left is a back arrow labeled 'Quay lại'. In the center is a large blue thumbs-up icon. Below it, the text 'Số lượt thích Trang' (Page Like Count) is displayed. To the right is a circular icon with a camera symbol and the text: 'Thêm tối đa 6 ảnh. Bạn có thể tải lên ảnh mới, sử dụng ảnh từ thư viện của mình hoặc tìm ảnh miễn phí, chuyên nghiệp từ Shutterstock.' Below this are two image preview boxes: one showing a woman at a market stall with the dimensions '2048 x 1116' and another with a plus sign. At the bottom are four buttons: 'Tải lên' (Upload), 'Duyệt Thư viện' (View Library), 'Tim kiếm' (Search), and 'Điều chỉnh' (Adjust). At the very bottom, there are two input fields: 'Chọn mục tiêu của bạn cho quảng cáo.' (Select your advertising target.) and 'Chọn hình ảnh cho quảng cáo của bạn.' (Select an image for your advertisement.)

Tạo đối tượng của bạn sau một cú nhấp

Với công cụ tạo quảng cáo, bạn có thể chọn những người sẽ nhìn thấy quảng cáo của mình. Chỉ cần thêm các đặc điểm và sở thích để khiến đối tượng của bạn rộng hoặc hẹp - tất cả phụ thuộc vào người mà bạn muốn tiếp cận.

Đây là nội dung bạn sẽ nhìn thấy khi chọn đối tượng của mình.

Nhắm mục tiêu quảng cáo đến những người biết về doanh nghiệp của bạn

Bạn có thể tạo một Đối tượng tùy chỉnh để hiển thị quảng cáo cho liên hệ của mình, khách ghé thăm trang web hoặc người dùng ứng dụng. Tạo một đối tượng tùy chỉnh

Vị trí Hoa Kỳ, California
San Francisco + 50 km
Thêm quốc gia, bang/tỉnh, thành phố hoặc mã bưu chính

Tuổi 18 - 65+
Tất cả Nam Nữ

Ngôn ngữ Nhập ngôn ngữ...
Thêm số liệu thống kê dân số ▾

Sở thích **Tìm kiếm sở thích** **Dễ xuất** **Duyệt**

▶	Công nghệ	+
▶	Gia đình và mô	+
▶	Giải trí	+
▶	Kinh doanh và	+
▶	Môn thể thao v	+
▶	Sở thích và ho	+
▶	Sức khỏe	+

739.139.210 người

Mô tả: Những người thể hiện sự quan tâm hoặc thích trang liên quan đến Gia đình và môi quan hệ

Báo cáo sở thích này là không phù hợp

Chọn các thông tin nhân khẩu học như vị trí, độ tuổi, giới tính và ngôn ngữ. Và chọn các đặc điểm khác như trình độ học vấn, nếu họ có con, xem họ có kết hôn gần đây không hoặc thậm chí có nhà không.

Thêm nội dung mà đối tượng của bạn có thể quan tâm và chúng tôi cũng sẽ đề xuất ác thuật ngữ liên quan. Nhấp vào nút + để thêm sở thích vào danh sách và quảng cáo của bạn sẽ đi tới những người quan tâm đến chủ đề đó.



Ngân sách Mỗi ngày

Lịch trình Chạy chiến dịch của tôi liên tục bắt đầu từ hôm nay
 Đặt ngày bắt đầu và kết thúc

Bắt đầu 15:31

Kết thúc 15:31
 (Giờ Praha)

Quảng cáo của bạn sẽ chạy đến ngày **16 Tháng 2 2015**.
 Bạn sẽ chi tiêu tối đa **2.099.884 ₫**.

Hành vi Hành vi tìm kiếm Duyệt

Kết nối Du Lịch Hoạt động số

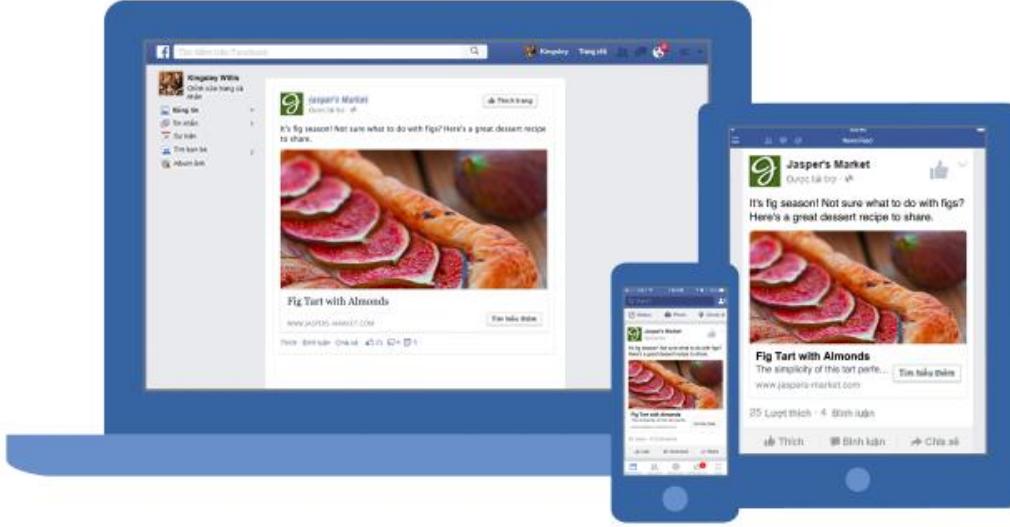
Người dùng Thiết bị Di động Người sinh sống, làm việc ở nước ngoài

Theo mùa và sự kiện

Tên nhóm quảng cáo

Với Hành vi, bạn có thể xác định cụ thể về đối tượng của mình—như ai có thể muốn mua ô tô hoặc ai sử dụng Facebook trên điện thoại thông minh hoặc máy tính bảng.

Khi quảng cáo của bạn chạy, chúng tôi sẽ phân phối quảng cáo tại các địa điểm bạn đã chọn



5. Tiếp cận khách hàng mà bạn biết

Với Đối tượng tùy chỉnh, bạn có thể tiếp cận khách hàng mình đã biết bằng quảng cáo trên Facebook.

Chỉ cần tải lên danh sách thông tin liên hệ như địa chỉ email hoặc số điện thoại. Bạn cũng có thể sử dụng thông tin từ trang web hoặc ứng dụng của mình. Chúng tôi sẽ phân phối quảng cáo của bạn đến những người đó nếu họ có mặt trên Facebook. Ngoài ra, liên hệ của bạn sẽ luôn được sử dụng theo cách bảo đảm, ẩn danh và an toàn.

Tải danh bạ của bạn lên Facebook

Nếu bạn có thông tin liên hệ của khách hàng, bạn có thể tải danh sách của mình lên Facebook. Chúng tôi khuyên bạn nên có tối thiểu 100 người trên danh sách cho Đối tượng tùy chỉnh.

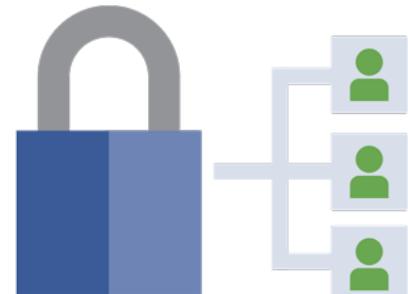
Bạn có thể tải lên một tệp có thông tin liên hệ của khách hàng, đăng nhập vào tài khoản MailChimp của mình hoặc sử dụng thông tin từ ứng dụng hoặc trang web của bạn.* Sau khi tệp được tải lên, sẽ mất khoảng 30 phút trước khi Đối tượng tùy chỉnh của bạn sẵn sàng.

*Xem thêm về việc tạo Đối tượng tùy chỉnh dựa trên hành động của khách hàng trong ứng dụng di động hoặc trang web của bạn.

Thông tin liên hệ của khách hàng an toàn và bảo đảm

Khi bạn tải danh sách liên hệ lên, Facebook sẽ có thông tin này. Điều đó nghĩa là dữ liệu được xử lý để không đọc được, nhờ đó, không ai - kể cả Facebook - có thể nhận dạng dữ liệu hoặc xem thông tin cá nhân của bất kỳ ai.

Thông tin an toàn, ẩn danh và được xử lý theo cách đảm bảo quyền riêng tư, cho phép bạn tiếp cận đối tượng của mình trong khi bảo vệ dữ liệu của họ riêng tư và an toàn.



BƯỚC 3: TẠO NHÓM QUẢNG CÁO CỦA BẠN

Bạn muốn quảng cáo của mình tiếp cận ai?

Đối tượng tùy chỉnh

Tạo đối tượng tùy chỉnh mới...

Vị trí

Tuổi -

Giới tính

Ngôn ngữ

Tạo quảng cáo cho Đối tượng tùy chỉnh của bạn

Khi Đối tượng tùy chỉnh của bạn đã sẵn sàng, đối tượng đó sẽ xuất hiện dưới dạng một tùy chọn đối tượng khi bạn tạo quảng cáo. Chỉ chọn Đối tượng tùy chỉnh của bạn để tiếp cận họ bằng quảng cáo

trên Facebook hoặc thêm các đặc điểm khác để mở rộng phạm vi tiếp cận của bạn.

Sử dụng Đối tượng tùy chỉnh là cách tuyệt vời để tiếp tục sau khi bạn đã hoàn tất công việc với khách hàng, nhắc họ quay lại hoặc gửi phần thưởng và ưu đãi qua Facebook để cảm ơn họ vì sự trung thành.

Tiếp cận thêm bạn

Với Đối tượng tương mới tương tự chỉnh.

Chỉ sau vài lần những khách hàng thích giống khách



nhiều người giống khách hàng của

tương tự, bạn có thể dễ dàng tạo đối như những người trong Đối tượng tùy

nhập, bạn có thể tạo đối tượng gồm tiềm năng mới có đặc điểm và sở hàng hiện tại của mình.

6. Tạo Đối tượng tùy chỉnh

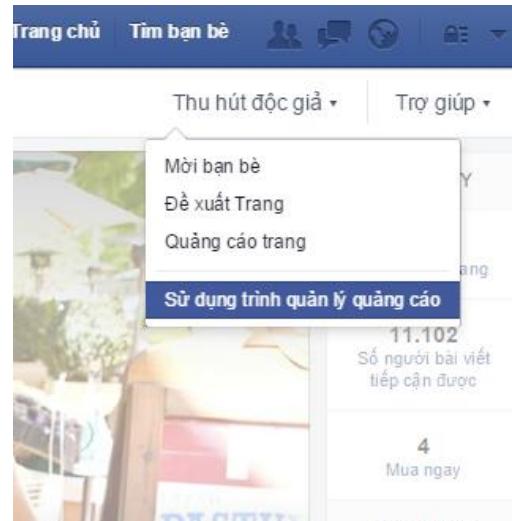
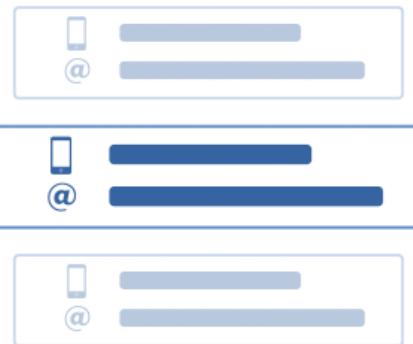
Thật dễ dàng để tạo Đối tượng tùy chỉnh, nhờ đó, bạn có thể chạy quảng cáo cho những người mình đã biết.

Bước 1: Tao danh sách những người mà ban muốn tiếp cận

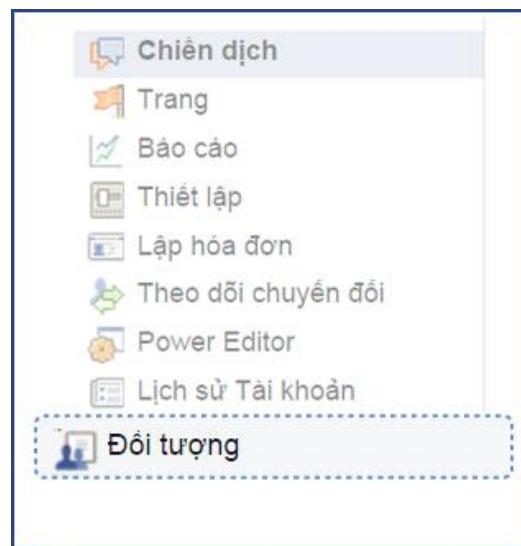
Khi bạn có số điện thoại hoặc địa chỉ email của khách hàng mình muốn tiếp cận trên Facebook, bạn có thể tạo danh sách bằng PC hoặc máy Mac.

Bước 2: Tải danh sách của bạn lên

Nhập vào mũi tên ở góc trên cùng bên phải và chọn Quản lý quảng cáo.



Chọn **Đối tượng** ở cột bên trái.



Nhấp vào nút "Tạo Đối tượng tùy chỉnh".

Đối tượng tùy chỉnh

Kết nối với những người đã thể hiện sự quan tâm đối với doanh nghiệp của bạn. Bạn có thể tạo đối tượng từ thông tin liên hệ khách hàng.

Tạo một đối tượng tùy chỉnh

Đối tượng tương tự

Tiếp cận những người mới tương tự với đối tượng bạn quan tâm như những người thích trang của mình, pixel chuyển đổi hoặc đối tượng đã mua.

Tạo một đối tượng tương tự

Đã lưu nhóm đích

Lưu các tùy chọn nhằm mục tiêu bạn thường dùng để sử dụng sau này. Ví dụ: để tiếp cận với những người đã mua sản phẩm, sở thích và hành vi rồi lưu để sử dụng lại trong các chiến dịch tiếp theo.

Tạo một nhóm đích đã lưu

Chọn loại thông tin bạn đang tải lên Facebook. Bạn có thể:

Tải lên tệp danh bạ ở dạng .csv hoặc .txt

Sao chép và dán danh sách email, số điện thoại của khách hàng và v.v.

Nhập danh sách khách hàng của bạn từ MailChimp

Tải tệp lên

Tải lên một tệp dữ liệu có chứa email, số điện thoại hoặc ID nhà quảng cáo di động.

Sao chép và dán danh sách

Sao chép và dán các email, số điện thoại và ID nhà quảng cáo di động của khách hàng.

Nhập từ MailChimp

Nhập một danh sách khách hàng từ MailChimp.

Đặt tên, mô tả và chọn loại thông tin cho danh sách đối tượng của bạn.

Nhấp vào nút Tạo đối tượng.



BƯỚC 3: TẠO NHÓM QUẢNG CÁO CỦA BẠN

Bạn muốn quảng cáo của mình tiếp cận ai?

Đối tượng tùy chỉnh

- Hashes & UIDs
- Loyal Customers

Chọn đối tượng tùy chỉnh | Duyệt

Tạo đối tượng tùy chỉnh mới...

Vị trí

Hoa Kỳ

Tất cả Hoa Kỳ

Thêm quốc gia, bang/tỉnh, thành phố hoặc mã bưu

Tuổi

18 - 65+

Giới tính

Tất cả

Nam

Nữ

Ngôn ngữ

Nhập ngôn ngữ...

Thêm số liệu thống kê dân số

Bước 3: Tao quảng cáo

Khi bạn đã tải thông tin lên, sẽ mất tối đa 30 phút để Facebook tạo Đối tượng tùy chỉnh của bạn. Bạn sẽ nhận được thông báo khi Đối tượng tùy chỉnh đã sẵn sàng cho quảng cáo.

Khi bạn chạy quảng cáo, chỉ cần nhấp vào trường Đối tượng và chọn tên của Đối tượng tùy chỉnh bạn đã tạo.

7. Theo dõi hành động trên trang web

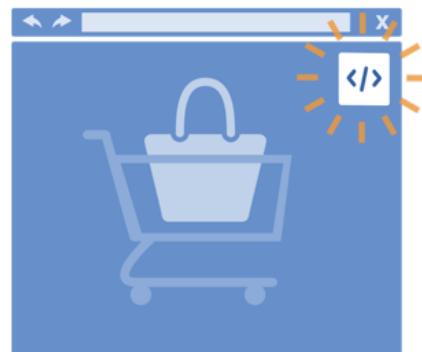
Với Theo dõi chuyển đổi, bạn có thể tìm ra khi ai đó xem quảng cáo trên Facebook rồi truy cập trang web của bạn để mua hàng, đăng ký và thực hiện nhiều hành động khác.



Thu hút mọi người thực hiện hành động trên trang web

Khi bạn chạy quảng cáo để thu hút mọi người đến trang web, bạn có thể tìm ra liệu quảng cáo đó có thành công trong việc giúp khách truy cập mua hàng hoặc thực hiện hành động nào đó khác không.

Chỉ cần cắt và dán mã nào đó vào một trang web, bạn có thể theo dõi hành động bằng một Pixel chuyển đổi - một đoạn mã - mà bạn cài đặt trong HTML của trang bạn muốn khách truy cập đi tới.



Khi khách truy cập đến trang đó, Pixel chuyển đổi sẽ cho Facebook biết về hành động này và bạn sẽ nhận được báo cáo về số người đã thực hiện hành động trên trang web của mình dựa trên quảng cáo trên Facebook.

Đánh giá thành công của quảng cáo

Khi quảng cáo chạy, bạn có thể xem thông tin về số người đã thực hiện hành động - hoặc chuyển đổi - trong Trình quản lý quảng cáo. Bạn cũng sẽ nhìn thấy các cột cho biết số người đã chuyển đổi và chi phí của mỗi lần chuyển đổi dựa trên đối tượng và ngân sách bạn đã chọn.

Cách đơn giản nhất hiện số người đã thực hiện hành động trên quảng cáo này và chi phí của việc đó là một cách dễ dàng để xem ảnh hưởng của quảng cáo.

8. Tiếp thị lại cho khách truy cập trang web

Với đối tượng tùy chỉnh từ trang web, bạn có thể tiếp thị lại cho những người đã truy cập trang web của mình.

Chỉ cần cài đặt một đoạn mã trên trang web và bạn có thể tiếp cận khách truy cập bằng quảng cáo khi họ sử dụng Facebook.

Tạo đối tượng từ những người truy cập trang web của bạn

Đối tượng tùy chỉnh từ trang web là một cách hiệu quả để bạn tiếp cận mọi người trên Facebook sau khi họ truy cập trang web của mình. Đối tượng tùy chỉnh giúp bạn tiếp cận

BƯỚC 3: TẠO NHÓM QUẢNG CÁO CỦA BẠN

Bạn muốn quảng cáo của mình tiếp cận ai?

Đối tượng tùy chỉnh Hashes & UIDs Loyal Customers Chọn đối tượng tùy chỉnh Duyệt

Vị trí Hoa Kỳ Tất cả Hoa Kỳ Thêm quốc gia, bang/tỉnh, thành phố hoặc mã bưu chính...

Tuổi 18 - 65+

Giới tính Tất cả Nam Nữ

Ngôn ngữ Nhập ngôn ngữ...

Thêm số liệu thống kê dân số

những khách hàng đã thể hiện sự quan tâm và tái thu hút họ để quảng cáo của bạn có tác động mạnh mẽ hơn nữa.

Bạn có thể cài đặt một pixel đối tượng tùy chỉnh trên trang web của mình. Pixel này ghi lại tất cả lưu lượng truy cập trang web của bạn hoặc chỉ các trang nhất định. Sau đó, bạn có thể chạy quảng cáo để tiếp cận những khách truy cập trang web đó trên Facebook và tiếp tục trải nghiệm của họ về doanh nghiệp của bạn.

Khi đối tượng tùy chỉnh của trang web của bạn đã sẵn sàng, đối tượng này sẽ xuất hiện trong công cụ tạo quảng cáo dưới dạng một tùy chọn đối tượng. Chỉ chọn đối tượng tùy chỉnh của trang web của bạn để tiếp cận khách hàng bằng quảng cáo trên Facebook hoặc thêm các đặc điểm khác để mở rộng phạm vi tiếp cận của bạn.

Tiếp cận thêm nhiều người giống khách truy cập trang web của bạn

Với đối tượng tương tự, bạn có thể dễ dàng tạo đối tượng mới tương tự như những người truy cập trang web của mình.

Chỉ sau vài lần nhấp, bạn có thể tạo đối tượng gồm những khách hàng tiềm năng mới có đặc điểm và sở thích giống khách hàng hiện tại của mình.



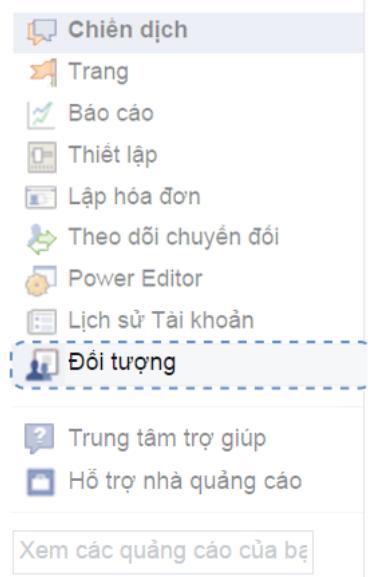
9. Tìm những người giống khách hàng của bạn

Với Đối tượng tương tự, bạn có thể tìm thêm nhiều người trên Facebook có các đặc điểm - như vị trí, độ tuổi, giới tính và sở thích - giống với khách hàng của mình để quảng cáo của bạn tiếp cận nhiều người hơn nữa, những người quan tâm đến doanh nghiệp của bạn.



Nhiều người khác giống những người bạn biết

Thật dễ dàng để tìm nhiều người khác trên Facebook



giống những người bạn biết. Bạn có thể tạo Đối tượng tương tự dựa trên:

Những người thích Trang của bạn

Đối tượng tùy chỉnh bạn đã tạo bằng email, số điện thoại, trang web hoặc dữ liệu ứng dụng

Đó là một cách hiệu quả để tiếp cận nhiều khách hàng tiềm năng hơn nữa vì bạn có thể nhắm mục tiêu đối tượng tương tự của mình bằng quảng cáo bạn tạo.

Bước 1:

Tạo Đối tượng tương tự

Đi tới Trình quản lý quảng cáo rồi nhấp vào Đối tượng.

Bước 2:

Nhấp vào nút Tạo đối tượng rồi chọn Đối tượng tương tự.



Bước 3:

Nhập vào trường Nguồn và chọn một trong những mục sau:

- Một Trang bạn quản lý
- Một đối tượng tùy chỉnh bạn đã tạo
- Một pixel theo dõi chuyển đổi bạn đã tạo

Facebook sẽ sử dụng nguồn bạn chọn làm cơ sở về người để tạo Đối tượng tương tự của bạn.

Khi bạn chọn một quốc gia từ trường Quốc gia, Facebook sẽ tìm những người tương tự như đối tượng đã chọn của bạn tại quốc gia cụ thể đó.

Với thanh trượt “Tối ưu hóa cho”, bạn có thể chọn mức độ tương tự cho đối tượng tương tự của mình. Mức độ tương tự càng cao, đối tượng sẽ càng hẹp. Nếu bạn chọn mức độ tương tự ít hơn cho đối tượng tương tự của mình, bạn có thể tiếp cận được nhiều người hơn.

Cuối cùng, khi tạo quảng cáo, bạn có thể đưa vào các tùy chọn nhắm mục tiêu khác để thu hẹp đối tượng của mình theo vị trí, giới tính, sở thích và nhiều tiêu chí khác.

10. Viết quảng cáo trên Facebook

Từ ngữ đơn giản, rõ ràng giúp khách hàng hiểu họ nên làm gì tiếp theo.

Hãy ngắn gọn, rõ ràng và hấp dẫn

Số từ trong quảng cáo của bạn bị giới hạn, do đó, hãy sử dụng các từ đơn giản và cho khách hàng biết nên làm gì.

Ví dụ: quảng cáo của bạn có thể nói:

“Đã có sản phẩm mới! Nhập để truy cập trang web của chúng tôi và mua sản phẩm của bạn ngay!”

Câu đầu tiên cho mọi người biết lý do nên quan tâm đến sản phẩm bạn đang cung cấp. Câu thứ hai cho họ biết nên làm gì sau khi xem quảng cáo của bạn.

Ít hơn thực sự hiệu quả hơn

Khi bạn viết thông điệp cho quảng cáo của mình, bạn sẽ bị giới hạn số lượng từ có thể viết. Nếu thông điệp của bạn không phù hợp, hãy rút gọn.

Khi mọi người đọc trực tuyến, họ chỉ lướt qua. Do đó, đảm bảo bạn chỉ sử dụng các từ cần thiết.

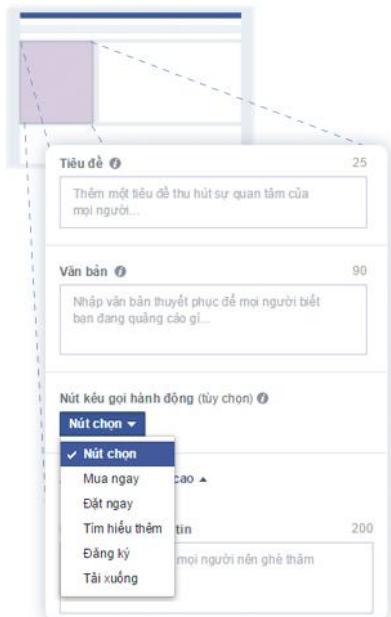
Để biết thêm thông tin về yêu cầu bản sao trong quảng cáo của bạn, hãy nhấp vào đây.

Thêm nút kêu gọi hành động

Với một số quảng cáo—chẳng hạn như quảng cáo thu hút mọi người đến trang web của bạn hoặc cài đặt một ứng dụng—you có thể thêm nút giúp khách hàng thực hiện hành động như Mua sắm ngay hoặc Tải xuống.



Thêm nút kêu gọi hành động là điều đơn giản và giúp khách hàng dễ dàng biết nên làm gì tiếp theo.



Khoảng thời gian xem xét

Khi bạn đặt hàng quảng cáo, đơn đặt hàng sẽ trải qua quy trình xem xét để đảm bảo tuân thủ chính sách của Facebook. Quá trình xem xét quảng cáo có thể mất tối đa 24 giờ nhưng thường nhanh hơn trong nhiều trường hợp. Khi quảng cáo đã sẵn sàng chạy, bạn sẽ nhận được một thông báo rằng quảng cáo đã được phê duyệt.

11. Chọn ảnh cho quảng cáo

Ảnh hiển thị sản phẩm và dịch vụ của bạn theo cách thú vị, giúp thu hút sự chú ý của khách hàng.

Ảnh của bạn cũng biết nói

Ảnh là cách hiệu quả để giao tiếp trên Facebook—và bạn không cần chiếc máy ảnh đắt tiền hay nhiếp ảnh gia chuyên nghiệp.

Chỉ cần chụp ảnh sản phẩm để khiến chúng trông thú vị và hấp dẫn. Ảnh to, đẹp thu hút được nhiều sự quan tâm của khách hàng hơn và khiến doanh nghiệp của bạn dễ nhớ hơn.



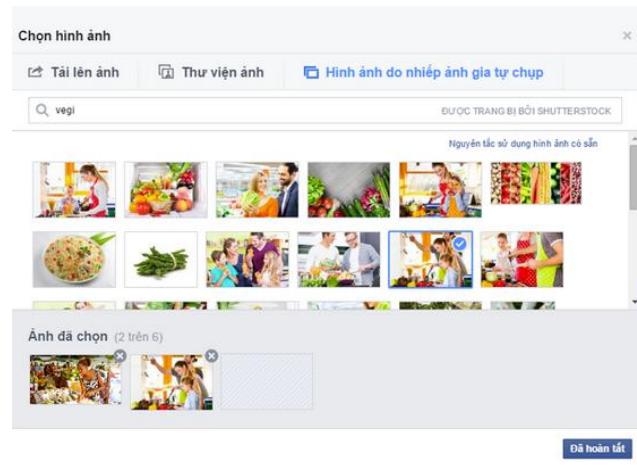
Sử dụng ảnh trong quảng cáo



Thêm tối đa 6 ảnh. Bạn có thể tải lên ảnh mới, sử dụng ảnh từ thư viện của mình hoặc tìm ảnh miễn phí, chuyên nghiệp từ Shutterstock.



[Tải lên](#) [Duyệt Thư viện](#) [Tim kiếm](#) [Điều chỉnh](#)



Bạn có thể sử dụng nhiều ảnh cho quảng cáo.

Khi quảng cáo chạy, các phiên bản quảng cáo khác nhau sẽ chạy cho những người khác nhau. Bằng cách này, bạn có thể xem ảnh nào giúp quảng cáo đạt hiệu quả cao nhất. Khi tạo quảng cáo, bạn có thể:

Tải hình ảnh lên từ máy tính

Duyệt thư viện hình ảnh bạn đã sử dụng cho quảng cáo trước đó

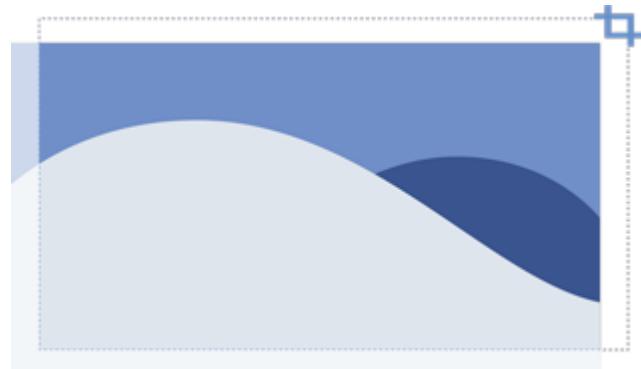
Tìm các ảnh và hình ảnh có vẻ chuyên nghiệp, miễn phí để sử dụng trong quảng cáo

Điều chỉnh vị trí ảnh để ảnh trông tuyệt vời trong quảng cáo

Thay đổi kích thước ảnh

Khi tạo quảng cáo, bạn sẽ nhìn thấy kích thước ảnh và hình ảnh được khuyến nghị. Ảnh được tự động thay đổi kích thước để phù hợp với quảng cáo.

Đôi khi, bạn cần thay đổi kích thước hình ảnh của quảng cáo để khiến quảng cáo đẹp nhất.



Khi ảnh có văn bản

Để giữ cho quảng cáo có chất lượng cao và hấp dẫn, chúng tôi đã đặt nguyên tắc về lượng văn bản bạn có thể đưa vào một hình ảnh.

Văn bản không được chiếm trên 20% khoảng không trong hình ảnh.

Nếu hình ảnh biểu thị một sản phẩm có văn bản trên đó hoặc ảnh chụp sản phẩm trong thực tế hoặc có nền, ảnh đó có thể phù hợp với chính sách văn bản.

Nếu hình ảnh phóng to một logo, có văn bản phía trên hoặc được chỉnh sửa để thêm văn bản vào sản phẩm, ảnh đó có thể không phù hợp theo chính sách của chúng tôi.

Khoảng thời gian xem xét

Khi bạn đặt hàng quảng cáo, đơn đặt hàng sẽ trải qua quy trình xem xét để đảm bảo tuân thủ chính sách của Facebook. Quá trình xem xét quảng cáo có thể mất tối đa 24 giờ nhưng thường nhanh hơn trong nhiều trường hợp. Khi quảng cáo đã sẵn sàng chạy, bạn sẽ nhận được một thông báo rằng quảng cáo đã được phê duyệt.

III. Đánh giá quảng cáo

1. Thông tin cơ bản về đánh giá trên Facebook

Với các công cụ đánh giá của Facebook, bạn sẽ biết cách mọi người phản hồi Trang và quảng cáo của mình để có thể đưa ra những quyết định sáng suốt về tiếp cận khách hàng.

Thông tin chi tiết Trang

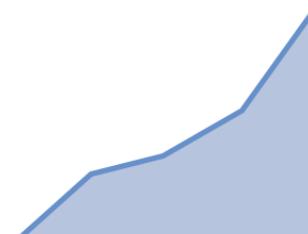
Với Thông tin chi tiết Trang, bạn có thể cải thiện cách tiếp thị tới và tiếp cận những người thích Trang của mình.

Thông tin chi tiết Trang hiển thị:

Số người thích Trang của bạn và số lượt thích mới.

Số người đã xem Trang và bài viết của bạn.

Số người đã nhấp, thích, bình luận, chia sẻ Trang hoặc bài viết của bạn.



Báo cáo quảng cáo



Với các công cụ báo cáo quảng cáo, bạn có thể xem hiệu quả Quảng cáo của mình trên Facebook, số người bạn tiếp cận và cách tinh chỉnh quảng cáo để cải thiện hơn nữa các quảng cáo đó.

Trong Trình quản lý quảng cáo, bạn sẽ nhìn thấy:

Một bảng điều khiển hiển thị loại quảng cáo mình đang chạy, lịch trình và số tiền bạn đã chi tiêu vào quảng cáo.

Số người đã xem và tương tác với quảng cáo của mình.

Cách tinh chỉnh quảng cáo, bao gồm chỉnh sửa nội dung và hình ảnh quảng cáo để bạn có thể cải thiện quảng cáo của mình dựa trên hiệu quả của quảng cáo.

2. Những điều cơ bản về Thông tin chi tiết Trang

Phần Thông tin chi tiết Trang là nơi bạn sẽ nhìn thấy các bài viết được khách hàng tương tác (hoặc không tương tác) để có thể đưa ra những quyết định sáng suốt về nội dung mình đăng.

Đó là một cách tuyệt vời để xem nội dung nào có được kết quả tốt nhất cho Trang và cách bạn có thể tạo sự ràng buộc đối tượng.

Lượt thích

Xem số lượt thích bạn có, cách số lượt thích thay đổi theo thời gian và các lượt thích đó bắt nguồn từ đâu.

Phạm vi tiếp cận

Xem số người thích, bình luận và chia sẻ nội dung của bạn. Bạn cũng có thể xem có bao nhiêu trong số đó đến từ khách hàng của mình và bạn bè họ cũng như phản hồi bạn nhận được từ quảng cáo.

Lượt truy cập

Xem phần nào của Trang mọi người phản hồi nhiều nhất và họ đến từ đâu, chẳng hạn như Facebook hoặc một công cụ tìm kiếm.

Bài viết

Xem thông tin chi tiết hàng ngày về bài viết của bạn và số người đã phản hồi bằng cách nhấp, thích và nhiều hành động khác. Có được thông tin cụ thể hơn bằng cách xem các loại bài viết bạn tạo: trạng thái, ảnh và video. Nếu một bài viết không hoạt động tốt như bạn muốn, bạn luôn có thể quảng cáo bài viết đó.

Mời người

Để giúp hiểu đối tượng của bạn, bạn sẽ nhìn thấy thông tin nhân khẩu học như độ tuổi, giới tính và vị trí, cùng với thời gian họ xem Trang của bạn và cách họ tìm thấy Trang đó—nhờ vậy, bạn có thể tạo bài viết để có được phản hồi tốt nhất.

3. Thông tin chi tiết Trang: Lượt thích

Những người thích Trang của bạn rất có giá trị với doanh nghiệp của bạn. Trong phần Lượt thích của Thông tin chi tiết Trang, bạn có thể xem nguồn gốc lượt thích Trang để có thể tiếp tục xây dựng cộng đồng của mình.

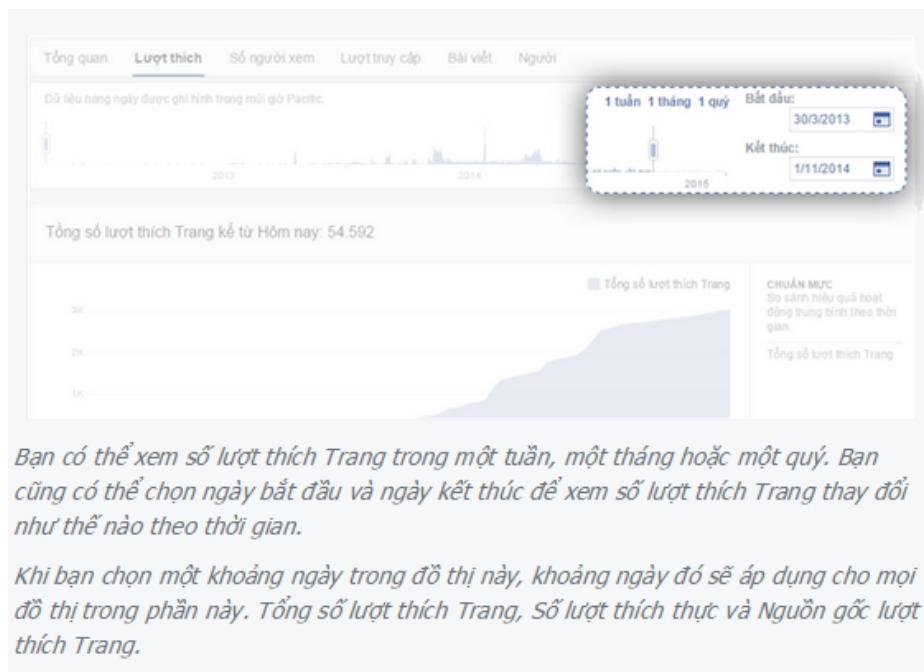
Phần Lượt thích hiển thị cho bạn:

Tổng số lượt thích Trang.

Số người đã thích và bỏ thích Trang trong một khoảng thời gian nhất định.

Nếu lượt thích đến từ những người đã kết nối với Trang hoặc một quảng cáo trên Facebook.

Tổng số lượt thích trên Trang

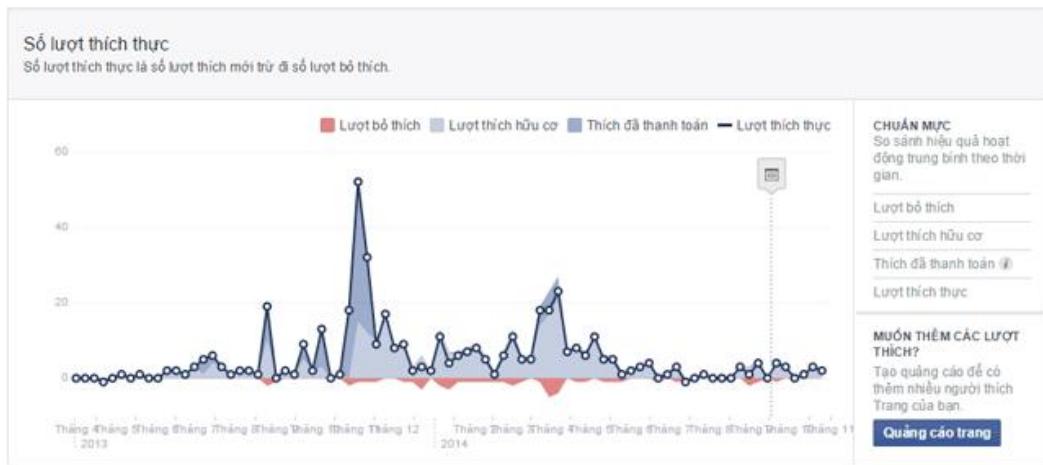


Điều này nghĩa là gì?

Xem hoạt động trên Trang để biết điều gì có thể đã khiến bạn có được hoặc mất đi lượt thích. Bạn có chạy quảng cáo không? Bạn có đăng ảnh hoặc video thú vị không? Bạn có tạo sự kiện hoặc ưu đãi mà khách hàng quan tâm không?

Khi mọi người thích Trang, lý do thường là vì bạn đã đăng nội dung nào đó hoặc chạy quảng cáo thú vị đối với họ. Do đó, khi bạn biết điều đã giúp mình có được các lượt thích, bạn có thể thực hiện thêm hành động đó để tạo đố tượng lớn hơn gồm những người quan tâm đến doanh nghiệp của mình.

Số lượt thích thực của Trang

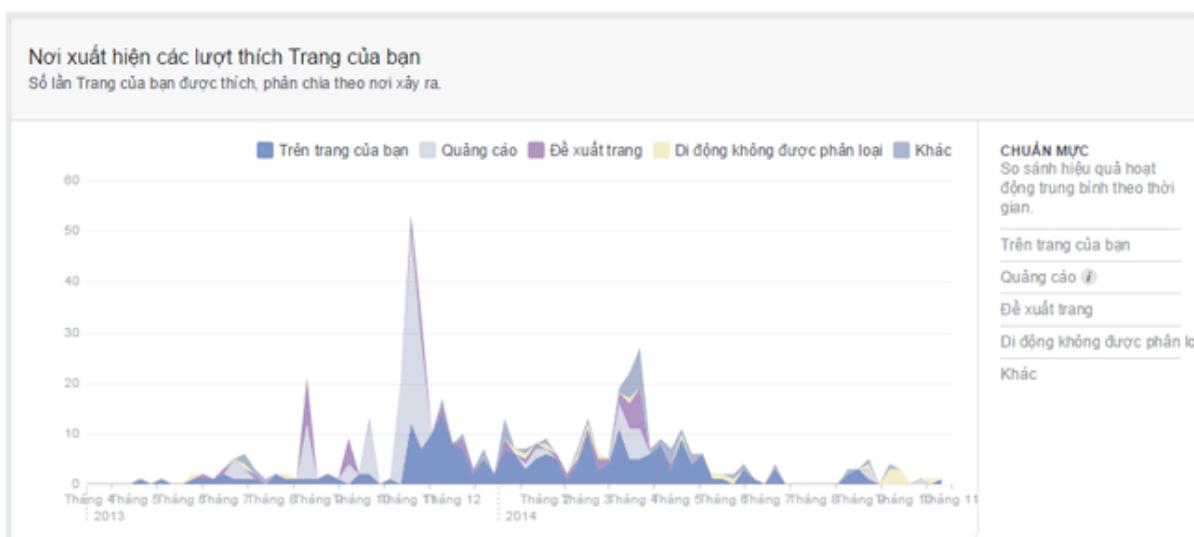


Trong khoảng ngày đã chọn, bạn có thể xem số lượt thích Trang đã thay đổi như thế nào: Số người đã bỏ thích Trang, số lượt thích tự nhiên Trang đã có được và số lượt thích bạn có được từ quảng cáo.

Điều này nghĩa là gì?

Số lượt thích tự nhiên nghĩa là ai đó thích Trang vì họ thấy một người bạn đã thích Trang đó hoặc tìm thấy Trang bằng cách nào đó khác. Với Số lượt thích trả phí, bạn có được lượt thích khi quảng cáo Trang, quảng cáo một bài viết hoặc chạy quảng cáo nào đó khác để tiếp cận mọi người trên Facebook.

Nguồn gốc lượt thích Trang



Đồ thị “*Nguồn gốc lượt thích Trang*” hiển thị cách có được các lượt thích—từ quảng cáo; từ ai đó xem Trang; khi Facebook đề xuất Trang cho ai đó; bài viết bạn có thẻ đã quảng cáo hoặc người khác đã thích, bình luận hoặc chia sẻ.

Điều này nghĩa là gì?

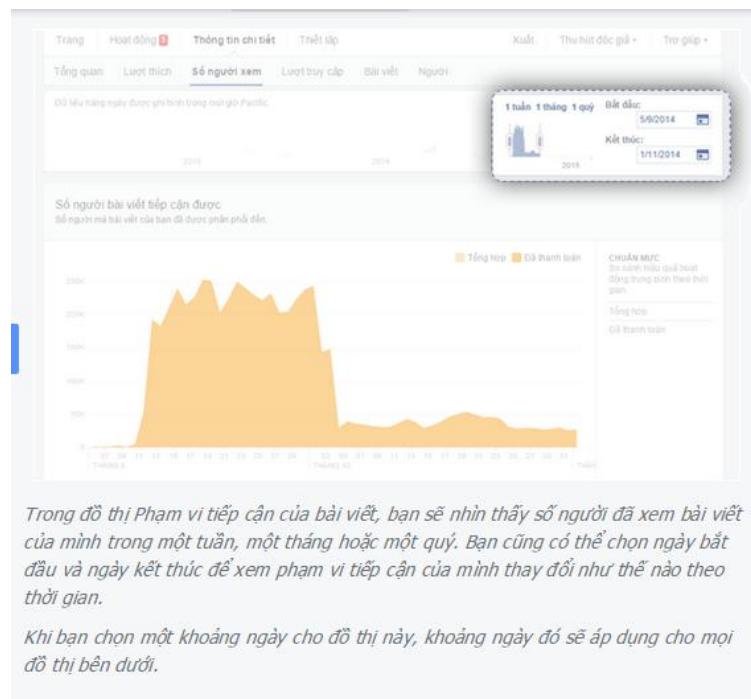
Đồ thị này giúp bạn hiểu nguồn gốc lượt thích của mình. Với những công cụ tuyệt vời như vậy để tìm đối tượng phù hợp, quảng cáo Trang thường là cách tốt nhất để có được lượt thích từ những người thực sự quan tâm đến doanh nghiệp của bạn.

4. Thông tin chi tiết Trang: Phạm vi tiếp cận

Trong phần *Phạm vi tiếp cận* của *Thông tin chi tiết Trang*, bạn có thể xem số người đã xem bài viết của mình; số người đã thích, bình luận hoặc chia sẻ bài viết và xem bạn đã tiếp cận được họ thông qua quảng cáo hay chưa.



Số người xem bài viết của bạn

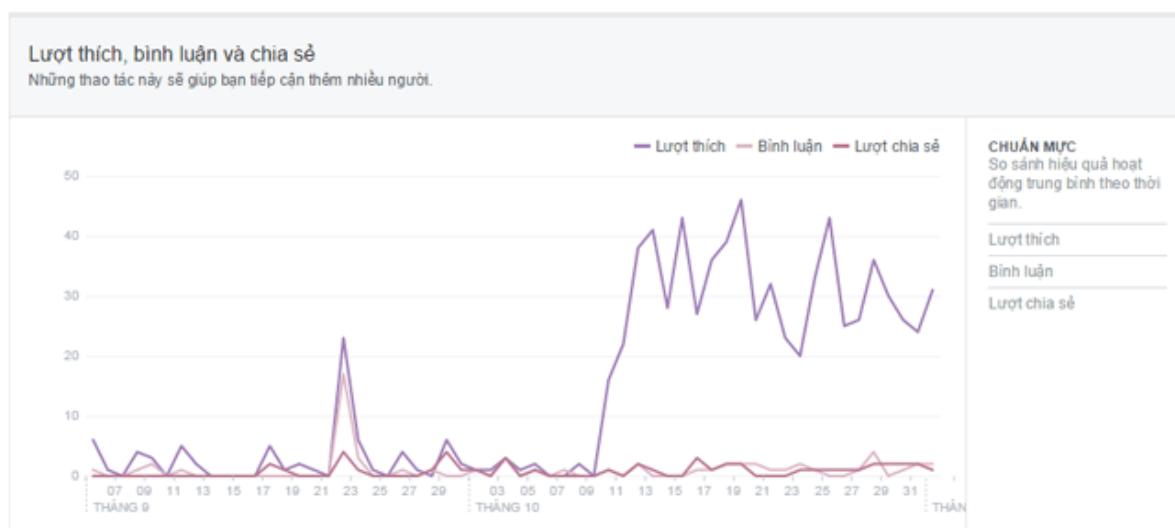


Điều này nghĩa là gì?

Đồ thị Phạm vi tiếp cận của bài viết giúp bạn biết được số người trên Facebook xem bài viết của mình. Bạn sẽ nhìn thấy số người đã xem một bài viết và họ có xem bài viết vì bạn đã quảng cáo bài viết đó không hay họ xem bài viết đó trong Bảng tin hoặc thông qua một người bạn.

Bạn có thể nhận thấy sự khác biệt về phạm vi tiếp cận nếu bài viết của bạn chỉ là thông điệp hoặc bao gồm ảnh và video, điều thường thu hút được nhiều sự chú ý hơn.

Số người đã tương tác với bài viết của bạn



Đồ thị Lượt thích, bình luận và chia sẻ cho biết số người đã tương tác với bài viết của bạn. Tương tác nghĩa là ai đó đã nhấp, thích, bình luận hoặc chia sẻ bài viết của bạn. Khi bạn nhấp vào đồ thị, bạn sẽ nhìn thấy bài viết mà mọi người đã tương tác.

Điều này nghĩa là gì?

Khi bạn biết những bài viết nào khiến đối tượng của mình quan tâm, bạn có thể tạo thêm nhiều bài viết giống như vậy.

Xem các bài viết có nhiều lượt thích và bình luận rồi đăng nội dung tương tự. Ví dụ: cách tốt nhất để biết ý kiến của mọi người là đặt các câu hỏi như “Bạn thích món nào trên thực đơn của chúng tôi?” hoặc “Có ai đi du lịch vào ngày lễ này không? Chúng tôi có thể giao các gói hàng đến nơi bạn sẽ tới.”

Tổng phạm vi tiếp cận của Trang của bạn



Đồ thị Tổng phạm vi tiếp cận hiển thị tổng số người duy nhất đã xem bất kỳ hoạt động nào trên Trang của bạn.

Điều này nghĩa là gì?

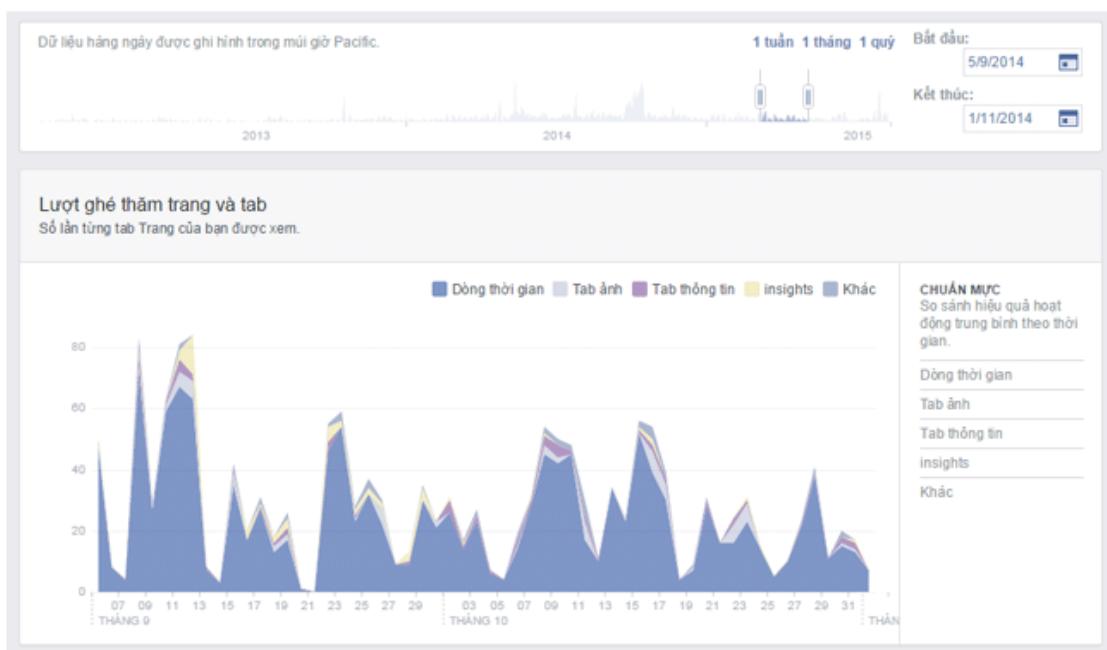
Khi bạn biết số người mình đã tiếp cận và biết rằng bài viết của bạn khiến mọi người thích, bình luận và chia sẻ, bạn có thể tạo những bài viết tốt hơn để khiến những người thích Trang của mình tích cực hơn.

5. Thông tin chi tiết Trang: Lượt truy cập



Phân Lượt truy cập của Thông tin chi tiết Trang có thể giúp bạn hiểu điều mọi người thích về Trang của bạn, nếu họ đã nói về doanh nghiệp của bạn trên Facebook và cách họ đến Trang của bạn.

Lượt truy cập Trang và tab



Trong đồ thị Lượt truy cập Trang và tab, bạn có thể xem hoạt động của khách truy cập trong một tuần, tháng hoặc quý. Bạn cũng có thể chọn ngày bắt đầu và ngày kết thúc để xem phạm vi tiếp cận của mình thay đổi bao nhiêu theo thời gian.

Khi bạn chọn một khoảng ngày trong đồ thị này, khoảng ngày đó sẽ áp dụng cho tất cả các đồ thị bên dưới.

Điều này nghĩa là gì?

Đồ thị này hiển thị cho bạn số lần mọi người truy cập các phần của Trang của mình. Nếu bạn thấy rằng một số phần—như Dòng thời gian hoặc Ảnh của mình—hiện không nhận được nhiều lượt truy cập, bạn có thể sử dụng thông tin đó để thêm nội dung mọi người có thể thấy thú vị.

Nguồn giới thiệu bên ngoài



Đó là Nguồn giới thiệu bên ngoài hiển thị cách mọi người tìm thấy Trang của bạn bên ngoài Facebook. Khi bạn có một Trang trên Facebook, ai đó có thể nhập tên hoặc thông tin khác về doanh nghiệp của bạn vào một công cụ tìm kiếm và họ có thể tìm thấy bạn cũng như bất kỳ trang web nào khác.

Điều này nghĩa là gì?

Đồ thị này giúp bạn hiểu cách Trang Facebook mang lại cho bạn sự hiện diện trực tuyến tuyệt vời. Trang của bạn, thông tin doanh nghiệp bạn thêm vào Trang cũng như tất cả nội dung, bài viết đều có thể tìm được trên web và giúp mọi người tìm doanh nghiệp của bạn.

6. Thông tin chi tiết Trang: Bài viết



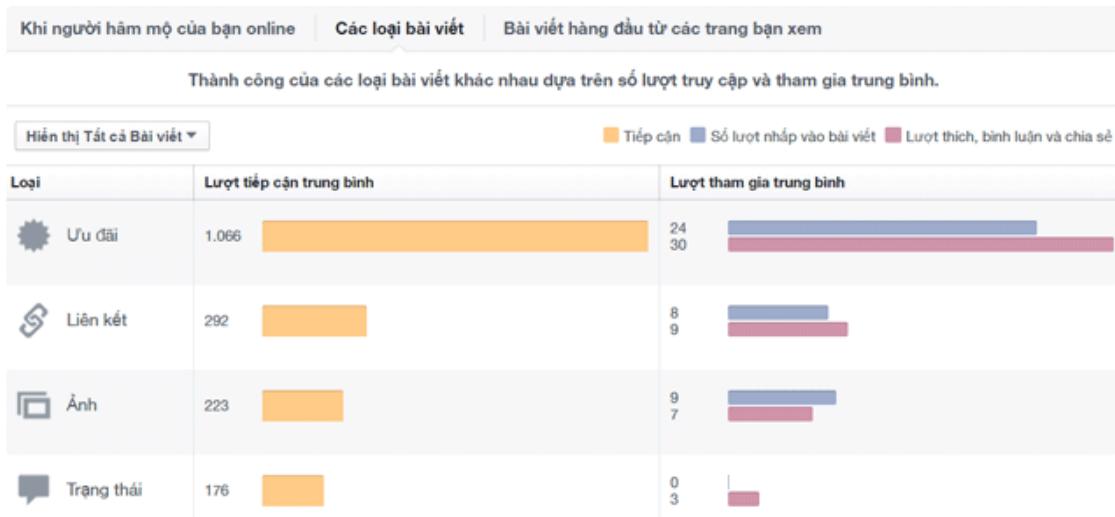
Phản Bài viết của Thông tin chi tiết Trang giúp bạn biết thời gian những người thích Trang của mình trực tuyến, loại bài viết họ phản hồi và những Trang thành công khác làm gì để tiếp cận khách hàng của họ.

Thời gian người hâm mộ của bạn trực tuyến



Trong tab “Thời gian người hâm mộ của bạn trực tuyến”, bạn sẽ nhìn thấy thời gian trong tuần mà người thích Trang của bạn truy cập Facebook. Nhấp vào bất kỳ phần nào của đồ thị để xem số người và thời gian, nhờ đó, bạn có thể lên kế hoạch bài viết của mình khi đối tượng của bạn có nhiều khả năng truy cập Facebook nhất.

Loại bài viết



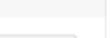
Trong tab *Loại bài viết*, bạn có thể xem các loại bài viết mình tạo, số người mà bài viết của bạn tiếp cận được cũng như cách họ phản hồi để bạn biết được những loại bài viết nào có hiệu quả nhất với khách hàng của mình.

Bài viết hàng đầu từ các Trang bạn xem

Khi người hâm mộ của bạn online				Các loại bài viết	Bài viết hàng đầu từ các trang bạn xem
				Thêm Trang	
Trang	Đã đăng	Bài viết tuần này		Tương tác	
 Burger Command	20/05/2014 9:38	 New menu items!		158,6K	
 Burger Command	15/05/2014 9:00	 See our latest creation!		92,5K	
 SJ Flea Market	16/05/2014 8:56	 Come see us this weekend!		26,6K	
 SJ Flea Market	17/05/2014 9:00	 Sign up for a space!		5,8K	

Trong tab “Bài viết hàng đầu từ các Trang bạn xem”, bạn có thể xem hiệu quả của bài viết từ các Trang khác mà mình theo dõi. Xem bài viết thành công của các doanh nghiệp tương tự như doanh nghiệp của bạn có thể mang lại cho bạn những ý tưởng tuyệt vời khi tạo bài viết mới.

Tất cả bài viết đã đăng

Tất cả các bài viết đã công khai							
13 Tháng 11 2014 đến 10 Tháng 2 2015							
Đã công khai	Bài viết	Loại	Nhắm mục tiêu	Tiếp cận	Lượt tham gia	Quảng cáo	
05/02/2015 14:31	 Take 25% off your total purchase!			1K	 23 29		
29/01/2015 19:08	 Sự kiện quan trọng			133	 0 2		
29/01/2015 1:33	 Sự kiện quan trọng			143	 0 2		
29/01/2015 1:17	 Let us make dinner easier for you. We'll deliver recipes and shopping lists			727	 8 47		
28/01/2015 22:22	 Let us make dinner easier for you. We'll deliver recipes and shopping lists			364	 8 2		
28/01/2015 21:23	 Let us make dinner easier for you. We'll deliver recipes and shopping lists			124	 9 3		
28/01/2015	 Sự kiện quan trọng	—	—	—	—	—	

Tất cả bài viết đã đăng hiển thị các bài viết trên Trang của bạn theo thứ tự thời gian, bao gồm loại bài viết, đối tượng bạn đã nhắm mục tiêu, số người mà bài viết đã tiếp cận và tương tác với bài viết.

Nếu bạn cảm thấy một bài viết không nhận được đủ sự tương tác, chỉ cần nhấp vào nút Quảng cáo bài viết để tiếp cận nhiều người hơn. Đồng thời, còn có nút Xem kết quả, nút này tóm tắt hiệu quả của bài viết đã quảng cáo.

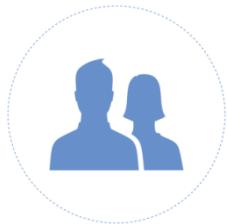
Điều này nghĩa là gì?

Hiểu thời gian đối tượng của bạn truy cập Facebook và nội dung các Trang tương tự như Trang của bạn đang đăng có thể giúp bạn lên kế hoạch nội dung sẽ chia sẻ với đối tượng của mình.

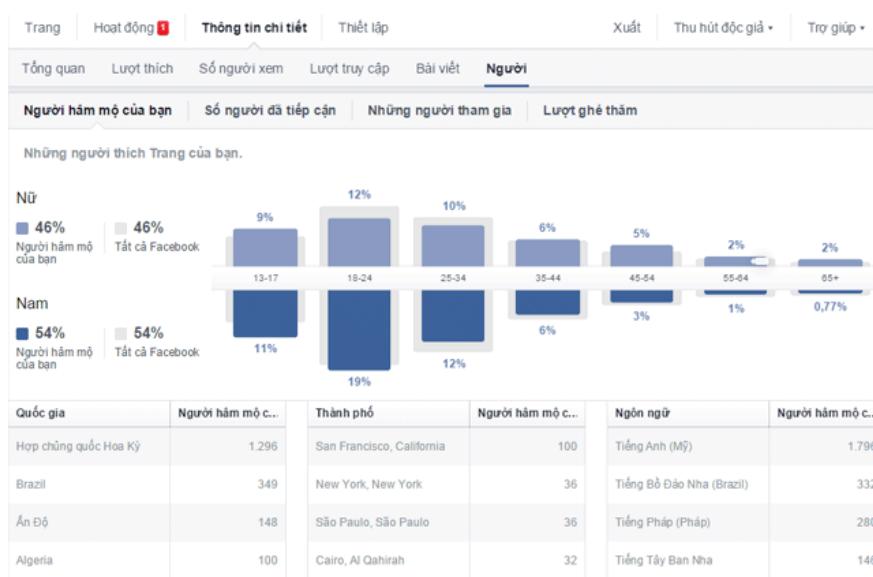
Ví dụ: nếu bạn thấy rằng đối tượng của mình thường truy cập Facebook vào buổi sáng, bạn có thể lên lịch để bài viết xuất hiện trong khoảng thời gian đó. Và nếu bạn thấy rằng một Trang tương tự đang thành công với các bài viết có ảnh hoặc video, bạn có thể tạo bài viết tương tự.

1. Thông tin chi tiết Trang: Mọi người

Phần Mọi người của Thông tin chi tiết Trang cung cấp cho bạn thông tin về đối tượng của bạn và những người bạn tiếp cận theo giới tính, vị trí và thậm chí ngôn ngữ để bạn có thể biết những người đã tương tác với Trang của mình và họ đến từ đâu.



Tìm hiểu về những người thích và xem Trang của bạn



Tab Người hâm mộ của bạn giúp bạn hiểu những người thích Trang của mình theo độ tuổi, giới tính, địa lý và ngôn ngữ.

Tab Số người đã tiếp cận và Những người đã tương tác hiển thị người đã xem và tương tác với bài viết của bạn theo cùng một thông tin nhân khẩu học. Ngoài ra, tab Check in giúp bạn tìm hiểu thêm về những người đã check in tại doanh nghiệp của mình.

Điều này nghĩa là gì?

Khi bạn hiểu đối tượng của mình là ai, bạn có thể tạo nội dung dành riêng cho họ. Ví dụ: nếu bạn có một doanh nghiệp bán sản phẩm cho cả nam và nữ nhưng thấy rằng phụ nữ tương tác với bài viết của mình thường xuyên hơn, bạn có thể tập trung vào đối tượng tích cực tương tác với mình trên Facebook.

2. Thông tin cơ bản về báo cáo quảng cáo

Bạn luôn có thể truy cập Trình quản lý quảng cáo để xem hiệu quả hoạt động của quảng cáo, thực hiện thay đổi cho quảng cáo, cập nhật thông tin thanh toán, kiểm soát cài đặt và nhiều công việc khác.



Truy cập Trình quản lý quảng cáo

Nhấp vào mũi tên ở góc trên cùng bên phải của trang cá nhân và chọn Quản lý quảng cáo.



Mọi thứ bạn cần để quản lý và đánh giá quảng cáo của mình

Trình quản lý quảng cáo có:

Chiến dịch—Hiển thị các quảng cáo bạn đang chạy để bạn có thể kiểm tra hiệu quả của từng quảng cáo hoặc nhóm quảng cáo để xem xu hướng lớn hơn.

Trang—Xem nhanh tất cả các Trang bạn quản lý và hoạt động gần đây nhất trên mỗi Trang.

Báo cáo—Xem số người mà các chiến dịch quảng cáo của bạn đã tiếp cận và cách họ phản hồi quảng cáo của bạn.

Thông tin chi tiết về đối tượng—Một công cụ nghiên cứu để khám phá đối tượng tiềm năng trên Facebook, những người có thể quan tâm đến doanh nghiệp của bạn.

Cài đặt—Nhập thông tin về doanh nghiệp tại đây cho tài khoản của bạn, thay đổi loại tiền thanh toán và cập nhật cài đặt thông báo qua email.

Lập hóa đơn—Nơi bạn có thể xem số dư tài khoản, tất cả biên lai và thay đổi cài đặt thanh toán như thêm thẻ ghi nợ hoặc thẻ tín dụng vào tài khoản của bạn. **Theo dõi chuyển đổi**—Nơi bạn sẽ nhận được dữ liệu liên quan đến pixel chuyển đổi của mình và các ứng dụng bạn quản lý.

Power Editor—Một công cụ tạo quảng cáo khác để tạo nhiều phiên bản quảng cáo cho những đối tượng lớn hơn.

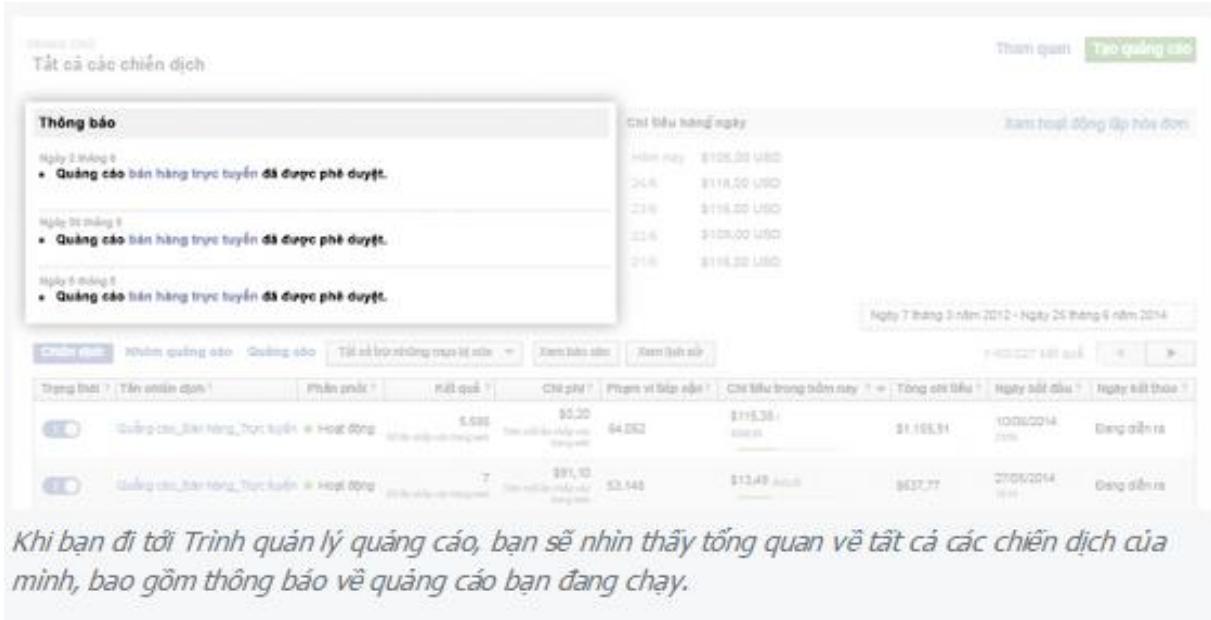
Lịch sử tài khoản—Liệt kê tất cả hoạt động tài khoản của bạn, bao gồm thông tin về quảng cáo, đối tượng, ngân sách, lịch trình và nhiều thông tin khác.

Đối tượng—Nơi bạn có thể xem tất cả đối tượng tùy chỉnh và tương tự mình đã tạo cho chiến dịch quảng cáo.

3. Báo cáo quảng cáo: Hiệu quả quảng cáo

Khi chạy quảng cáo, bạn có thể đi tới Trình quản lý quảng cáo để xem hiệu quả hoạt động, thực hiện thay đổi, nhận báo cáo và thực hiện nhiều công việc khác—để biết mình có đạt mục tiêu không.

Xem tổng quan về chiến dịch của bạn



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface with the following details:

- Thống kê** (Statistics) section:
 - Ngày 2 tháng 6: Quảng cáo bán hàng trực tuyến đã được phê duyệt.
 - Ngày 10 tháng 6: Quảng cáo bán hàng trực tuyến đã được phê duyệt.
 - Ngày 6 tháng 8: Quảng cáo bán hàng trực tuyến đã được phê duyệt.
- Chi tiêu hàng ngày** (Daily Spend):

Ngày	Chi tiêu
Hôm nay	\$106,00 USD
24h	\$118,00 USD
7 Ngày	\$118,00 USD
30 Ngày	\$108,00 USD
Tổng	\$118,00 USD
- Tham quan** (Visitors) and **Tạo quảng cáo** (Create Ad) buttons.
- Chi tiêu** (Spend) section:

Trạng thái	Tên chiến dịch	Phản hồi	Mất mát	Chi phí	Phản hồi	Chi tiêu trong hôm nay	Tổng chi tiêu	Ngày bắt đầu	Ngày kết thúc
<input checked="" type="checkbox"/>	Quảng cáo_Bán Hàng_Thực Huyền	Hoạt động	5.000	\$0,20	64.262	\$115,38	\$1.183,94	10/08/2014	Đang diễn ra
<input checked="" type="checkbox"/>	Quảng cáo_Bán Hàng_Thực Huyền	Hoạt động	7	\$91,10	53.148	\$13,49	\$637,77	27/06/2014	Đang diễn ra
- Tổng quan** (Summary) message: Khi bạn đi tới Trình quản lý quảng cáo, bạn sẽ nhìn thấy tổng quan về tất cả các chiến dịch của mình, bao gồm báo cáo về quảng cáo bạn đang chạy.

Tất cả các chiến dịch

Thống kê

Ngày 2 tháng 3
• Quảng cáo bán hàng trực tuyến đã được phê duyệt.

Ngày 10 tháng 3
• Quảng cáo bán hàng trực tuyến đã được phê duyệt.

Ngày 17 tháng 3
• Quảng cáo bán hàng trực tuyến đã được phê duyệt.

Chi tiêu hàng ngày		Xem hoạt động lập hóa đơn	
Hôm nay	\$105,00 USD		
24/6	\$118,00 USD		
23/6	\$116,00 USD		
22/6	\$109,00 USD		
21/6	\$116,00 USD		

Xem báo cáo | Xem lịch sử | Xem lịch sử

Ngày 7 tháng 3 năm 2014 - Ngày 26 tháng 4 năm 2014

Nhóm quảng cáo | Quảng cáo | Tất cả bài đăng trực tiếp bị cấm | Xem báo cáo | Xem lịch sử

Trạng thái | Tên chiến dịch | Phản hồi | Kết quả | Chi phí | Phạm vi tiếp cận | Chi tiêu trong hôm nay | Tổng chi tiêu | Ngày bắt đầu | Ngày kết thúc

Quảng cáo, Bán hàng, Thực tuyến	Hoạt động	5.585	\$2,20	64.062	\$116,38	\$1.155,91	10/06/2014	Đang diễn ra
Quảng cáo, Bán hàng, Thực tuyến	Hoạt động	7	\$91,10	32.148	\$13,49	\$637,77	27/05/2014	Đang diễn ra

Bạn cũng có thể xem số tiền mình đang chi tiêu vào các chiến dịch mỗi ngày.

Tất cả các chiến dịch

Thống kê

Ngày 2 tháng 3
• Quảng cáo bán hàng trực tuyến đã được phê duyệt.

Ngày 10 tháng 3
• Quảng cáo bán hàng trực tuyến đã được phê duyệt.

Ngày 17 tháng 3
• Quảng cáo bán hàng trực tuyến đã được phê duyệt.

Chi tiêu hàng ngày		Xem hoạt động lập hóa đơn	
Hôm nay	\$105,00 USD		
24/6	\$118,00 USD		
23/6	\$116,00 USD		
22/6	\$109,00 USD		
21/6	\$116,00 USD		

Xem báo cáo | Xem lịch sử | Xem lịch sử

Ngày 7 tháng 3 năm 2014 - Ngày 26 tháng 4 năm 2014

Nhóm quảng cáo | Quảng cáo | Hoạt động | Xem báo cáo | Xem lịch sử

Trạng thái | Tên chiến dịch | Phản hồi | Kết quả | Chi phí | Phạm vi tiếp cận | Chi tiêu trong hôm nay | Tổng chi tiêu | Ngày bắt đầu | Ngày kết thúc

Quảng cáo, Bán hàng, Thực tuyến	Hoạt động	5.585	\$2,20	64.062	\$116,38	\$1.155,91	10/06/2014	Đang diễn ra
Quảng cáo, Bán hàng, Thực tuyến	Hoạt động	7	\$91,10	32.148	\$13,49	\$637,77	27/05/2014	Đang diễn ra

Và mỗi cột ở nửa cuối của trang đều có các mèo hữu ích. Chỉ cần di con trỏ qua đâu hói, bạn sẽ nhìn thấy mô tả ngắn về thông tin trong cột đó. Chế độ xem mặc định là tổng quan về tất cả các chiến dịch của bạn.

Tìm hiểu thêm về hiệu quả quảng cáo

Chiến dịch Nhóm quảng cáo Quảng cáo Tất cả trừ những mục bị xóa Xem báo cáo Xem lịch sử

Trạng thái ?	Tên chiến dịch ?	Phân phối ?	Kết quả ?
<input checked="" type="checkbox"/>	Quảng cáo_Bán hàng_Trực tuyến	• Hoạt động	5.585 Số lần nhấp vào trang web
<input checked="" type="checkbox"/>	Quảng cáo_Bán hàng_Trực tuyến	• Hoạt động	7 Số lần nhấp vào trang web
<input checked="" type="checkbox"/>	Quảng cáo_Bán hàng_Trực tuyến	• Hoạt động	2 Số lần nhấp vào trang web
<input checked="" type="checkbox"/>	Quảng cáo_Bán hàng_Trực tuyến	• Hoạt động	4 Số lần nhấp vào trang web

Chiến dịch của bạn được sắp xếp theo mục tiêu (loại quảng cáo) bạn đã chọn trong công cụ tạo quảng cáo. Bạn có thể đã chọn một quảng cáo Tương tác với bài viết, quảng cáo Số lần nhấp vào trang web hoặc quảng cáo khác—bất kỳ mục tiêu nào bạn chọn đều trở thành chiến dịch riêng trong Trình quản lý quảng cáo.





Thực hiện thay đổi dựa trên hiệu quả

Bạn có thể sử dụng thông tin trong Trình quản lý quảng cáo để xem quảng cáo của mình đang hoạt động thế nào và có nhận được đủ tương tác không.

Bạn có thể dễ dàng thực hiện thay đổi ở bất kỳ cấp độ nào của chiến dịch.



Trạng thái ?	Tên chiến dịch?	Phân phối	Kết quả ?
<input checked="" type="checkbox"/>	All-N-1 AC&Heating - Tương tác với bài viết	Không phân phối	50 Đã hoàn tất nhóm quảng cáo Tương tác với bài viết
<input type="checkbox"/>	Sam Malouf Authentic Luxury - Nhận thức tại địa phương	Không phân phối	9,261 Đã hoàn tất nhóm quảng cáo Gây ấn tượng tại địa phương
<input type="checkbox"/>	Monkey Bars - Nhận thức tại địa phương	Không hoạt động	33,823 Gây ấn tượng tại địa phương

Chiến dịch Nhóm quảng cáo Quảng cáo Tất cả trừ những mục bị xóa Chỉnh sửa chiến dịch Xem báo cáo Xem lịch

Trạng thái ? **Tên chiến dịch?** **Phân phối** **Kết quả ?**

Chỗ nhấp vào Nhấp vào nút màu lam ở bên trái để dừng hoặc khởi động lại chiến dịch, nhóm quảng cáo hoặc từng quảng cáo của mình.



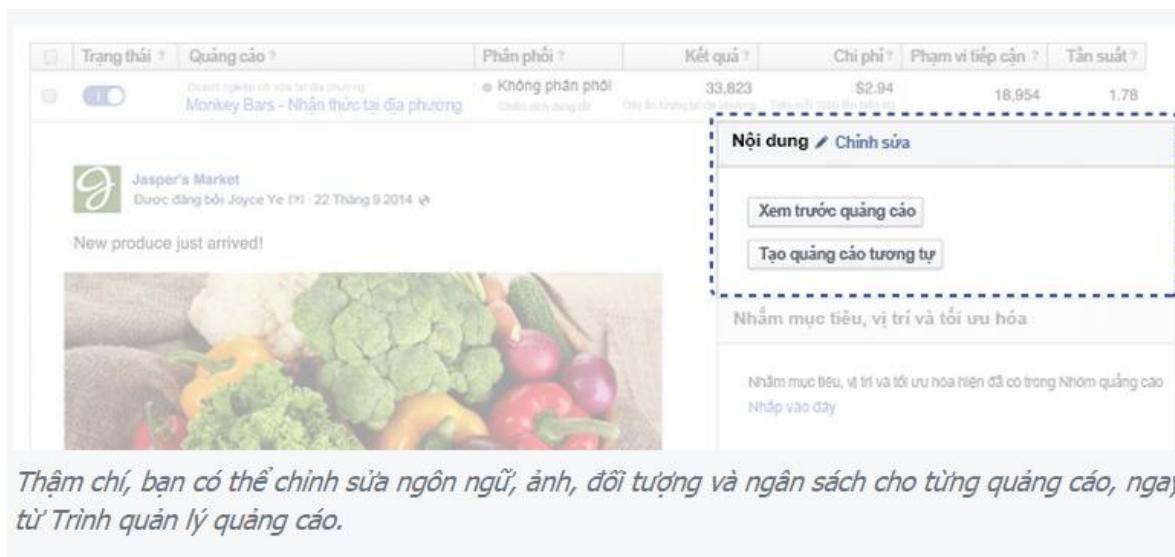
Nhóm quảng cáo | Quảng cáo | Tất cả trừ những mục bị xóa | Chỉnh sửa nhóm quảng cáo | Xem báo cáo | Xem lịch sử

Trạng thái ? Nhóm quảng cáo ? Phân phối ? Kết quả ? Chi phí ?

Doanh nghiệp cũ vừa tại địa phương

Không phân phối 33,823 \$2.94
Chiến dịch đang tắt Gây ấn tượng tại địa phương Trên mỗi 1000 lần hiển thị

Khi bạn di con trỏ qua một tên chiến dịch, nhóm quảng cáo hoặc quảng cáo, bạn sẽ nhìn thấy biểu tượng bút chì xuất hiện trên các cột nhất định. Biểu tượng bút chì nghĩa là bạn có thể thực hiện thay đổi như đổi tên chiến dịch, điều chỉnh ngân sách hoặc đặt lại lịch trình quảng cáo.



Trạng thái ? Quảng cáo ? Phân phối ? Kết quả ? Chi phí ? Phạm vi tiếp cận ? Tần suất ?

Monkey Bars - Nhận thức tại địa phương Không phân phối 33,823 \$2.94 18,954 1,78

Jasper's Market Được đăng bởi Joyce Ye (JoyceYe) · 22 Tháng 9 2014 ·

New produce just arrived!



Nội dung | Chỉnh sửa

Xem trước quảng cáo
Tạo quảng cáo tương tự

Nhắm mục tiêu, vị trí và tối ưu hóa

Nhắm mục tiêu, vị trí và tối ưu hóa hiện đã có trong Nhóm quảng cáo Nhập vào đây

Thậm chí, bạn có thể chỉnh sửa ngôn ngữ, ảnh, đối tượng và ngân sách cho từng quảng cáo, ngay từ Trình quản lý quảng cáo.

Quản lý quảng cáo của bạn khi đang di chuyển

Với ứng dụng Trình quản lý quảng cáo dành cho iOS, bạn có thể nhanh chóng tạo quảng cáo, quản lý quảng cáo có sẵn, xem hiệu quả quảng cáo và thay đổi chỉ bằng vài lần nhấp. Để tải ứng dụng xuống, chỉ cần đi tới App Store trên iPhone.

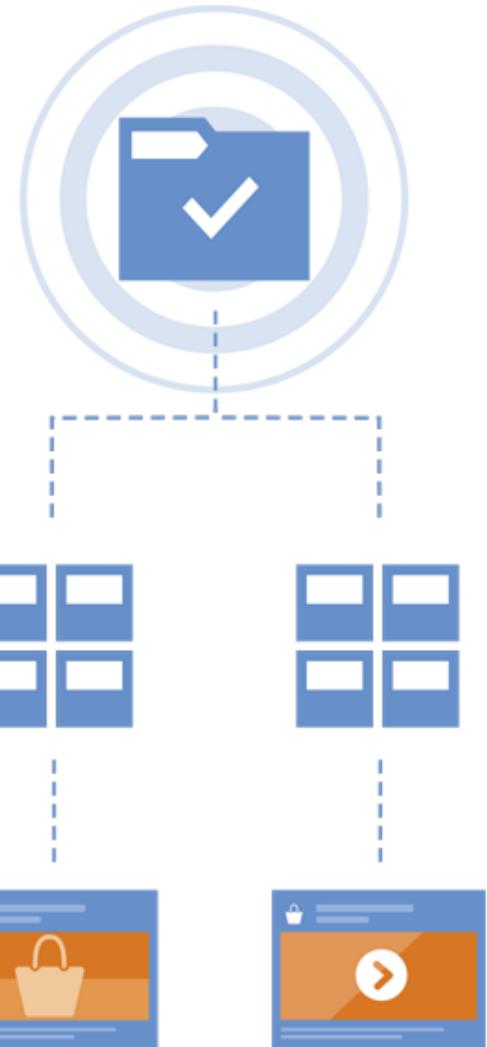
4. Báo cáo quảng cáo: Cấu trúc chiến dịch

Khi bạn chạy quảng cáo trên Facebook, quảng cáo được sắp xếp theo một cấu trúc đơn giản, gồm ba cấp độ, để bạn có thể quản lý dễ dàng hơn và xem những quảng cáo đó có đang giúp bạn đạt mục tiêu kinh doanh của mình không.

Cấu trúc chiến dịch

Chiến dịch

Khi tạo quảng cáo, điều đầu tiên bạn sẽ làm là chọn một mục tiêu. Mục tiêu là điều bạn muốn đạt được, chẳng hạn như thu hút nhiều người đến trang web hoặc cài đặt ứng dụng của bạn hơn. Khi bạn chọn một mục tiêu, hành động này sẽ tạo một chiến dịch—cấp độ đầu tiên trong cấu trúc quảng cáo của chúng tôi.



Nhóm quảng cáo

Khi bạn tạo một quảng cáo, bạn sẽ xác định đối tượng của mình, chọn vị trí quảng cáo sẽ xuất hiện và chọn ngân sách quảng cáo cũng như lịch trình. Tất cả đều ở cấp độ nhóm quảng cáo. Một nhóm quảng cáo sẽ đại diện cho một phần đối tượng cụ thể mà bạn muốn tiếp cận. Bạn có thể chọn đối tượng theo độ tuổi, giới tính, vị trí hoặc sở thích.

Quảng cáo

Nhóm quảng cáo của bạn có thể có nhiều quảng cáo. Đây là nơi bạn quyết định giao diện của quảng cáo bằng cách chọn ảnh, viết nội dung, thêm liên kết và v.v..

Điều này nghĩa là gì?

Cấu trúc này cho phép bạn quản lý và tối ưu hóa quảng cáo của mình để đạt hiệu quả tốt nhất. Ví dụ: bạn có thể xem đối tượng nào ở cấp độ nhóm quảng cáo phản hồi tốt nhất với quảng cáo của mình và chuyển ngân sách cho đối tượng phản hồi tốt hơn.

Đồng thời, với khả năng chạy nhiều quảng cáo, bạn có thể thử nghiệm các ảnh, thông điệp khác nhau và v.v. để xem quảng cáo nào hoạt động tốt hơn cho một đối tượng cụ thể.

Chiến dịch	Nhóm quảng cáo	Quảng cáo	Tất cả trừ những mục bị xóa	Xem báo cáo	Xem lịch sử
Trạng thái?	Tên chiến dịch?	Phân phối?	Kết quả?	Chi phí?	
<input checked="" type="checkbox"/>	Quảng cáo_Bán hàng_Trực tuyến	<input checked="" type="radio"/> Hoạt động	5,585 Số lần nhấp vào trang web	\$0.20 Trên mỗi lần nhấp vào trang web	
<input checked="" type="checkbox"/>	Quảng cáo_Bán hàng_Trực tuyến	<input checked="" type="radio"/> Hoạt động	7 Số lần nhấp vào trang web	\$91.10 Trên mỗi lần nhấp vào trang web	
<input checked="" type="checkbox"/>	Quảng cáo_Bán hàng_Trực tuyến	<input checked="" type="radio"/> Hoạt động	2 Số lần nhấp vào trang web	\$158.99 Trên mỗi lần nhấp vào trang web	
<input checked="" type="checkbox"/>	Quảng cáo_Bán hàng_Trực tuyến	<input checked="" type="radio"/> Hoạt động	4 Số lần nhấp vào trang web	\$274.94 Trên mỗi lần nhấp vào trang web	

Khi bạn đang ở trong Trình quản lý quảng cáo, chỉ cần nhấp vào một trong các tab—Chiến dịch, Nhóm quảng cáo hoặc Quảng cáo—để thực hiện thay đổi cụ thể.

IV. Tạo quảng cáo

1. Thông tin cơ bản về tạo quảng cáo trên Facebook

Với Quảng cáo trên Facebook, bạn có thể thu hút thêm người đến cửa hàng của mình, mua sắm trên trang web, thích Trang, cài đặt ứng dụng của bạn và nhiều điều khác nữa.

Hãy xem bạn có thể đạt được điều gì bằng Quảng cáo trên Facebook và nhấp để tìm hiểu thêm.

Tương tác với bài viết trên Trang

Thu hút thêm nhiều người thích, bình luận và chia sẻ về bài viết của bạn hơn. Bạn sẽ tiếp cận được nhiều người thích Trang của mình hơn và những đối tượng mới.

Số lượt thích Trang

Tạo đối tượng của Trang của bạn bằng cách thu hút thêm số lượt thích Trang. Việc kết nối với khách hàng mới và tìm hiểu thêm về đối tượng của bạn là một cách tuyệt vời.



Số lần nhập vào trang web

Mang nhiều người đến với trang web của bạn hơn từ Facebook. Khi mọi người nhấp vào quảng cáo của bạn, bạn có thể chuyển họ đến trang bất kỳ trên trang web của mình—bao gồm cửa hàng trực tuyến của bạn.



Chuyển đổi trên trang web

Theo dõi hành động mọi người đã thực hiện trên trang web của bạn sau khi họ xem quảng cáo của bạn trên Facebook. Dữ liệu này giúp bạn hiểu ai đến với trang web của bạn và họ đang phản hồi với nội dung nào để có thể cải tiến quảng cáo (và trang web) của bạn tốt hơn nữa.



Số lượt cài đặt ứng dụng

Phát triển ứng dụng của bạn bằng cách thu hút nhiều người cài đặt ứng dụng đó hơn. Bạn có thể đưa quảng cáo của mình đến đúng người dựa trên thiết bị, hệ điều hành và nhiều tiêu chí khác. Và khi họ nhấp vào quảng cáo của bạn, họ sẽ đi thẳng đến trang cài đặt của cửa hàng ứng dụng.



Tương tác với ứng dụng

Thu hút nhiều người tương tác với ứng dụng của bạn hơn và đưa họ đến các phần cụ thể của ứng dụng như trang mua hàng cho một mặt hàng hoặc màn hình nơi họ có thể đăng ký hoặc bắt đầu tải xuống.



Phản hồi sự kiện

Cho mọi người biết về sự kiện đặc biệt của bạn bằng một quảng cáo trên Facebook. Khi mọi người nhìn thấy sự kiện đó, họ có thể tham gia và thậm chí thêm vào lịch trên Facebook của mình. Họ cũng sẽ nhận được lời nhắc về sự kiện và bạn có thể theo dõi số người đã phản hồi.

Yêu cầu ưu đãi



Tạo ưu đãi đặc biệt để thu hút nhiều người giao dịch với mình hơn. Bạn có thể giảm giá hoặc tặng các phần thưởng khác - tùy vào bạn. Bạn quyết định khoảng thời gian chạy ưu đãi của mình, người xem ưu đãi, số người có thể yêu cầu ưu đãi đó và nhiều điều khác nữa.

Lượt xem video



Tạo các quảng cáo hấp dẫn có video và kể câu chuyện của bạn. Đối tượng của bạn có thể xem quảng cáo video trong Bảng tin trên máy tính và thiết bị di động.

2. Quảng cáo tương tác với bài viết trên Trang

Trang

Bạn có thể chạy một quảng cáo thu hút nhiều người xem, thích, bình luận và chia sẻ nội dung Trang của mình hơn trên Facebook.

Bạn cũng có thể sử dụng quảng cáo đó để giới thiệu doanh nghiệp của mình đến các đối tượng mới. Và bạn sẽ nhận được thông tin chi tiết tuyệt vời về điều khách hàng thích cũng như nội dung nào có hiệu quả nhất để kết nối với những người mới.

Bắt đầu với Tương tác với bài viết trên Trang

Chọn Tương tác với bài viết trên Trang, chọn một Trang bạn quản lý rồi chọn bài viết bạn muốn quảng cáo.

Để tạo bài viết mới để quảng cáo, chỉ cần nhấp vào nút +.

Xem giao diện quảng cáo

Khi tạo quảng cáo, bạn sẽ có được bản xem trước về giao diện của quảng cáo hiển thị với người dùng Facebook trên máy tính hoặc thiết bị di động.

	Quảng cáo bài viết của bạn
	Quảng cáo Trang của bạn
	Chuyển mọi người đến trang web của bạn
	Tăng số lượt chuyển đổi trên trang web của bạn
	Thu hút lượt cài đặt ứng dụng của bạn
	Tăng sự tương tác trong ứng dụng của bạn
	Tiếp cận mọi người gần doanh nghiệp của bạn
	Thu hút mọi người tham dự sự kiện của bạn
	Thu hút mọi người yêu cầu ưu đãi của bạn
	Thu hút lượt xem video

Bạn cũng có thể thêm địa chỉ trang web để chuyển mọi người đến một trang cụ thể trên trang web của mình hoặc chọn một pixel chuyển đổi để theo dõi số người truy cập trang web của mình hoặc nếu họ mua hàng từ cửa hàng trực tuyến của bạn.



Chọn đối tượng

Với bất kỳ quảng cáo nào trên Facebook, ban đều có thể chọn đối tượng mình muốn tiếp cận. Chỉ cần điền vào các trường để chọn đối tượng theo vị trí, độ tuổi, giới tính, sở thích và các tiêu chí khác.

Bạn cũng có lựa chọn tiếp cận những người đã thích Trang của mình và bạn bè họ hoặc đối tượng mới

Đối tượng tùy chỉnh
Chọn đối tượng tùy chỉnh
| Duyệt

Tạo đối tượng tùy chỉnh mới...

Vị trí	Hoa Kỳ, California Burlingame + 50 km		
	Thêm quốc gia, bang/tỉnh, thành phố hoặc mã bưu chính		
Tuổi	13 -	65+	
Giới tính	<input checked="" type="radio"/> Tất cả	<input type="radio"/> Nam	<input type="radio"/> Nữ
Ngôn ngữ	Nhập ngôn ngữ...		
	Thêm số liệu thống kê dân số		

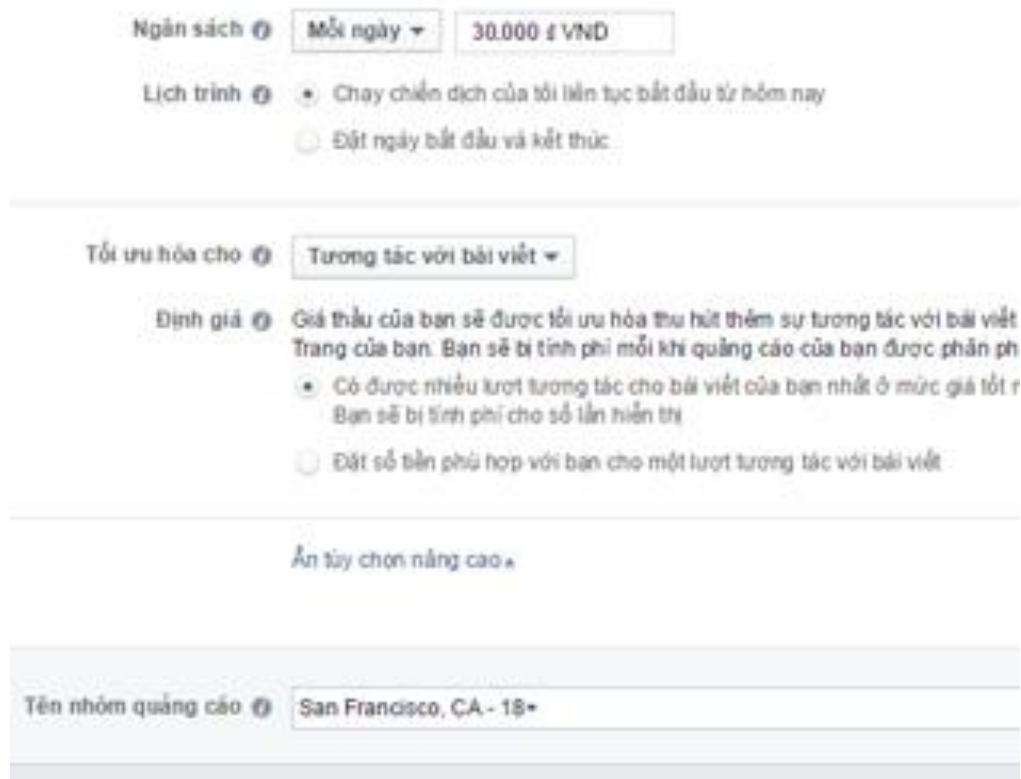
Sở thích
Tìm kiếm sở thích
| Đề xuất | Duyệt

Thiết lập ngân sách và lịch trình

Sau khi chọn đối tượng, bạn có thể đặt tên cho quảng cáo, thiết lập ngân sách hàng ngày hoặc trọn đời và lên lịch khoảng thời gian bạn muốn quảng cáo chạy.

Với quảng cáo này, tương tác nghĩa là bất cứ khi nào ai đó nhấp, thích, bình luận hoặc chia sẻ bài viết của bạn.

Theo mặc định, quảng cáo của bạn được tối ưu hóa để tiếp cận những người thuộc đối tượng bạn đã chọn, những người có nhiều khả năng thực hiện hành động trên quảng cáo của bạn hơn.



Ngân sách: 30.000 ₫ VND

Lịch trình: Chạy chiến dịch của tôi liên tục bắt đầu từ hôm nay
 Đặt ngày bắt đầu và kết thúc

Tối ưu hóa cho:

Định giá: Giá thấp của bạn sẽ được tối ưu hóa thu hút thêm sự tương tác với bài viết
Trang của bạn. Bạn sẽ bị tính phí mỗi khi quảng cáo của bạn được phân phát
 Có được nhiều lượt tương tác cho bài viết của bạn nhất ở mức giá tốt nhất
Bạn sẽ bị tính phí cho số lần hiển thị
 Đặt số tiền phù hợp với bạn cho một lượt tương tác với bài viết

Ánh sáng tự động

Tên nhóm quảng cáo: San Francisco, CA - 18+

3. Quảng cáo thích Trang

Chạy một quảng cáo để thu hút nhiều người thích Trang Facebook của bạn hơn.

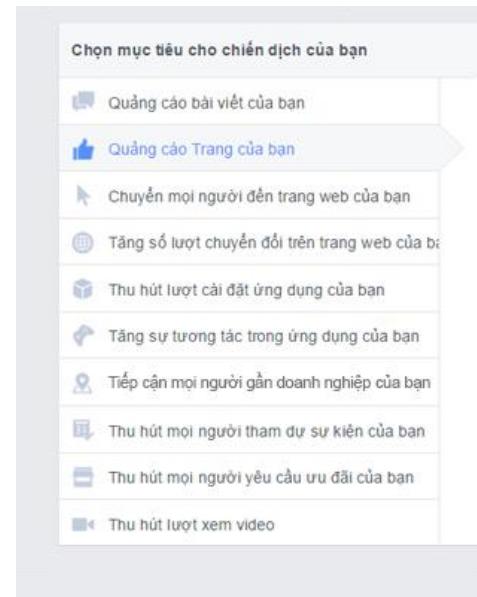
Khi ai đó thích Trang của bạn, bài viết của bạn có thể xuất hiện trong Bảng tin cùng với bài viết từ bạn bè và gia đình của họ, nhờ đó, bạn có thể nâng cao nhận thức về doanh nghiệp của mình và gặp gỡ khách hàng mới.

Bắt đầu bằng Lượt thích Trang

Chọn Lượt thích Trang, chọn một Trang Facebook mà bạn muốn quảng bá và bắt đầu tạo quảng cáo.

Xem giao diện quảng cáo

Khi tạo quảng cáo, bạn sẽ có được bản xem trước về giao diện của quảng cáo hiển thị với người dùng Facebook trên máy tính hoặc thiết bị di động.



Bạn có thể chọn một hình ảnh, viết tiêu đề và mô tả, đồng thời chọn phần của Trang bạn muốn mọi người đi tới khi họ nhấp.

Ví dụ: nếu bạn có những bức ảnh thực sự đẹp để chia sẻ, bạn có thể chuyển trực tiếp họ đến phần Ảnh của Trang của mình.

Chọn đối tượng

Với bất kỳ quảng cáo nào trên Facebook, bạn đều có thể chọn đối tượng mình muốn tiếp cận. Chỉ cần điền vào các trường để chọn đối tượng theo vị trí, độ tuổi, giới tính, sở thích và các tiêu chí khác.

Thiết lập ngân sách và lịch trình

Sau khi chọn đối tượng, bạn có thể đặt tên cho quảng cáo, thiết lập ngân sách hàng ngày hoặc trọn đời và lên lịch khoảng thời gian bạn muốn quảng cáo chạy.

Theo mặc định, quảng cáo của bạn được tối ưu hóa để tiếp cận những người trong đối tượng bạn đã chọn, những người có khả năng nhấp vào nút Thích cho Trang của bạn.

4. Quảng cáo số lần nhấp vào trang web

Bạn có thể chuyển mọi người đến bất kỳ phần nào của trang web từ quảng cáo trên Facebook.

Khi mọi người nhấp hoặc nhấn vào quảng cáo của bạn, họ có thể đi tới trang chủ, cửa hàng trực tuyến, trang sản phẩm hoặc bất kỳ trang nào bạn chọn.

Bắt đầu với Số lần nhấp vào trang web

Chọn Số lần nhấp vào trang web và nhập địa chỉ trang web mà bạn muốn mọi người truy cập.

Định nghĩa đối tượng



Chi tiết Đối tượng:

- Vị trí:
 - Hoa Kỳ: San Francisco (+50 km) California
- Kết nối:
 - Loại trừ những người thích Jasper's Market
- Tuổi:
 - 18 - 65+

Phạm vi tiếp cận tiềm năng: 2.800.000 người

Ngân sách 30.000 ₫ VND

Lịch trình Chạy chiến dịch của tôi liên tục bắt đầu từ hôm nay Đặt ngày bắt đầu và kết thúc

Tối ưu hóa cho Số lượt thích Trang

Định giá Giá thầu của bạn sẽ được tối ưu hóa để có thêm cơ hội mới khi quảng cáo của bạn được phân phối.

- Có được nhiều lượt thích nhất ở mức giá tốt nhất hiển thị
- Đặt số tiền phù hợp với bạn cho một lượt thích

Ánh sáng tự động

Tên nhóm quảng cáo

Chọn mục tiêu cho chiến dịch của bạn

- Quảng cáo bài viết của bạn
- Quảng cáo Trang của bạn
- Chuyển mọi người đến trang web của bạn
- Tăng số lượt chuyển đổi trên trang web của bạn
- Thu hút lượt cài đặt ứng dụng của bạn
- Tăng sự tương tác trong ứng dụng của bạn
- Tiếp cận mọi người gần doanh nghiệp của bạn
- Thu hút mọi người tham dự sự kiện của bạn
- Thu hút mọi người yêu cầu ưu đãi của bạn
- Thu hút lượt xem video

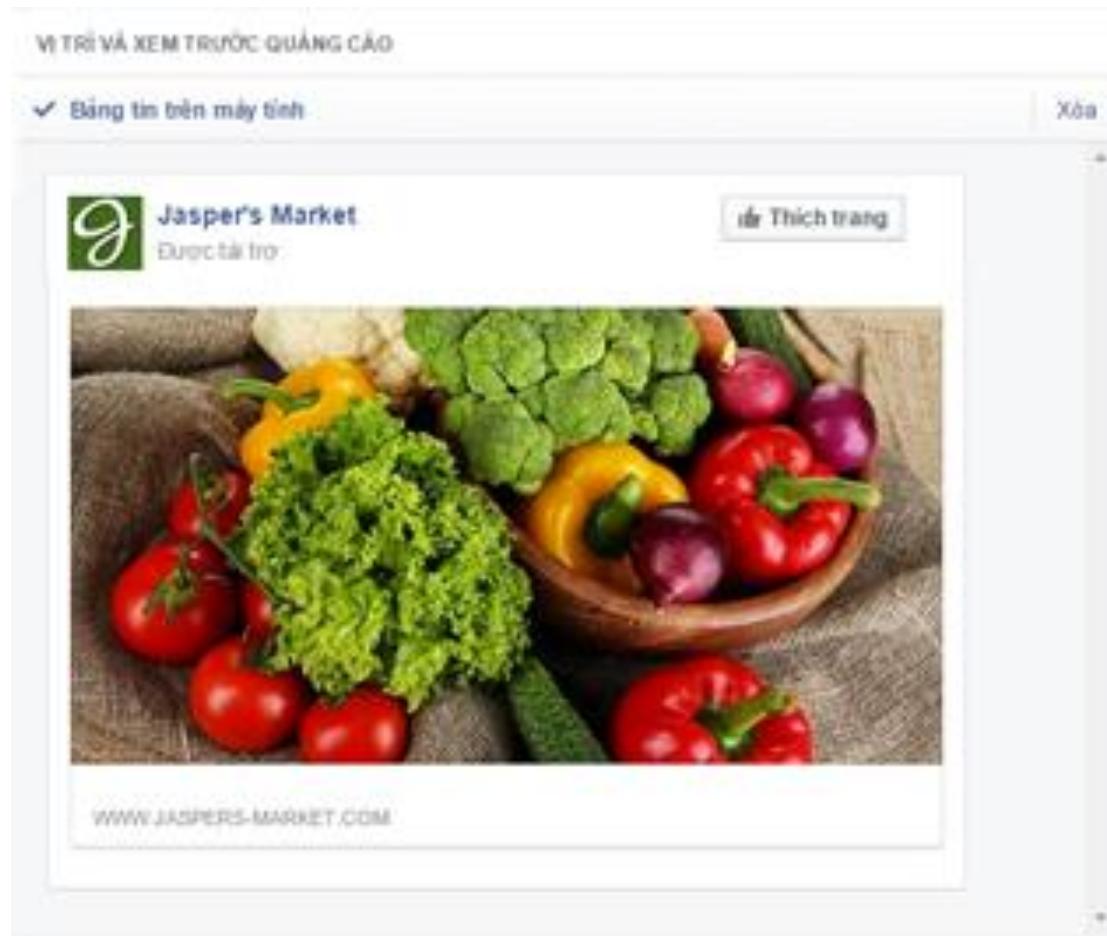
Chọn trang chủ của bạn, một trang sản phẩm hoặc thậm chí cửa hàng trực tuyến—you quyết định nơi khách hàng đến khi họ nhấp hoặc nhấn vào quảng cáo của bạn trên Facebook.

Xem giao diện quảng cáo

Khi tạo quảng cáo, bạn sẽ có được bản xem trước về giao diện của quảng cáo hiển thị với người dùng Facebook trên máy tính hoặc thiết bị di động.

Chọn hình ảnh cho quảng cáo của bạn, viết tiêu đề và mô tả, chọn nút kêu gọi hành động—như Mua sắm ngay hoặc Tìm hiểu thêm.

Ví dụ: bạn sẽ sử dụng nút Mua sắm ngay để chuyển khách hàng đến cửa hàng trực tuyến của mình.



Chọn đối tượng

Với bất kỳ quảng cáo nào trên Facebook, ban đều có thể chọn đối tượng mình muốn tiếp cận. Chỉ cần điền vào các trường để chọn đối tượng theo vị trí, độ tuổi, giới tính, sở thích và các tiêu chí khác.

Đối tượng tùy chỉnh 	Chọn đối tượng tùy chỉnh	Duyệt	
Tạo đối tượng tùy chỉnh mới...			
Vị trí 	Thêm quốc gia, bang/tỉnh, thành phố hoặc mã bưu chính		
Tuổi 	13  -	65+ 	
Giới tính 	Tất cả	Nam	Nữ
Ngôn ngữ 	Nhập ngôn ngữ...		
	Thêm số liệu thống kê dân số 		
Sở thích 	Tim kiếm sở thích	Danh sách	Duyệt
Hành vi 	Hành vi tìm kiếm	Danh sách	Duyệt
Kết nối 	<input checked="" type="radio"/> Tất cả <input type="radio"/> Chỉ những người đã kết nối với Jasper's Market		

Thiết lập ngân sách và lịch trình

Sau khi chọn đối tượng, bạn có thể đặt tên cho quảng cáo, thiết lập ngân sách hàng ngày hoặc trọn đời và lên lịch khoảng thời gian bạn muốn quảng cáo chạy.

Theo mặc định, quảng cáo của bạn được tự động tối ưu hóa để tiếp cận những người trong đối tượng bạn đã chọn, những người có khả năng nhấp vào quảng cáo của bạn. Nếu bạn muốn nhiều người xem quảng cáo của mình hơn để xây dựng nhận thức, bạn có thể chọn tối ưu hóa quảng cáo cho số lần hiển thị.

Ngân sách

30.000 ₫ VND

Lịch trình

- Chạy chiến dịch của tôi liên tục bắt đầu từ hôm nay
- Đặt ngày bắt đầu và kết thúc

Tối ưu hóa cho

Định giá

- Đầu giá của bạn sẽ được tối ưu hóa để có thêm lượt nhấp chuột vào bạn. Bạn sẽ bị tính phí mỗi khi quảng cáo của bạn được phân phối.
- Cò được nhiều lần nhấp vào trang web nhất ở mức giá tốt nhất. phí cho số lần hiển thị
- Đặt số tiền phù hợp với bạn cho một lần nhấp vào trang web của

Ánh sáng tự động

Tên nhóm quảng cáo

5. Chuyển đổi trên trang web

Bạn có thể theo dõi việc mọi người thực hiện trên trang web của mình—như duyệt các trang web, đăng ký hoặc mua hàng — sau khi xem quảng cáo của bạn trên Facebook.

Chỉ cần thêm một đoạn mã vào HTML trên trang web và bạn sẽ nhận được báo cáo khi mọi người xem quảng cáo của mình và thực hiện hành động.

Bắt đầu với chuyển đổi trên trang web

Bạn có thể chọn đánh giá số lượt thanh toán, đăng ký, khách hàng tiềm năng, lượt xem trang web chính, thêm vào giỏ hàng và các chuyển đổi khác trên trang web. Khi bạn chọn một danh mục, bạn sẽ có một đoạn mã—pixel chuyển đổi. Hãy sao chép và dán pixel chuyển đổi vào HTML của các trang web mà bạn muốn theo dõi.

- | Chọn mục tiêu cho chiến dịch của bạn |
|--|
| Quảng cáo bài viết của bạn |
| Quảng cáo Trang của bạn |
| Chuyển mọi người đến trang web của bạn |
| Tăng số lượt chuyển đổi trên trang web của bạn |
| Thu hút lượt cài đặt ứng dụng của bạn |
| Tăng sự tương tác trong ứng dụng của bạn |
| Tiếp cận mọi người gần doanh nghiệp của bạn |
| Thu hút mọi người tham dự sự kiện của bạn |
| Thu hút mọi người yêu cầu ưu đãi của bạn |
| Thu hút lượt xem video |

Nếu người khác chạy trang web của bạn, bạn có thể gửi mã pixel chuyển đổi cho họ ngay từ Facebook.

Kiểm tra xem pixel của bạn có đang hoạt động không

Sau khi thêm pixel chuyển đổi vào HTML trên trang web bạn muốn theo dõi, hãy truy cập trang web đó.

Tiếp theo, đi tới Trình quản lý quảng cáo, nhấp vào Theo dõi chuyển đổi rồi nhấp vào nút Xác minh pixel để xem pixel đó có đang hoạt động không.



Chuyển đổi trên trang web

Chuyển mọi người đến trang web của bạn để thực hiện hành động cụ thể như đăng ký bản tin. Sử dụng một pixel chuyển đổi để đánh giá kết quả của bạn.

http://jaspers-market.com/

Jasper's Market Checkouts Pixel

Đặt pixel theo dõi chuyển đổi của bạn vào trang web và kiểm tra để pixel theo dõi đúng Đăng ký.

Bạn muốn xác minh pixel theo dõi chuyển đổi của mình bằng cách nào?

- Tôi có thể thêm pixel vào trang web của tôi
- Người nào đó sẽ thêm pixel vào trang web của tôi

Sử dụng pixel chuyển đổi

Khi pixel chuyển đổi của bạn đã được xác minh, hãy tạo một quảng cáo chuyển đổi trên trang web và chọn pixel bạn đã tạo.

Tiếp theo, tạo quảng cáo của bạn. Bạn có thể chọn hình ảnh, viết tiêu đề và mô tả, chọn nút kêu gọi hành động—như Mua sắm ngay hoặc Tìm hiểu thêm.

Xem giao diện quảng cáo

Khi tạo quảng cáo, bạn sẽ có được bản xem trước về giao diện của quảng cáo hiển thị với người dùng Facebook trên máy tính hoặc thiết bị di động.

Chọn hình ảnh cho quảng cáo của bạn, viết tiêu đề và mô tả, chọn nút kêu gọi hành động—như Mua sắm ngay hoặc Tìm hiểu thêm.

Ví dụ: bạn sẽ sử dụng nút Mua sắm ngay để chuyển khách hàng đến cửa hàng trực tuyến của mình.

Để xem hình ảnh và sao chép thông số cho quảng cáo này, hãy xem [Hướng dẫn quảng cáo](#) của chúng tôi.

VỊ TRÍ VÀ XEM TRƯỚC QUẢNG CÁO

Bảng tin trên máy tính

Bảng tin trên thiết bị di động

Xem |

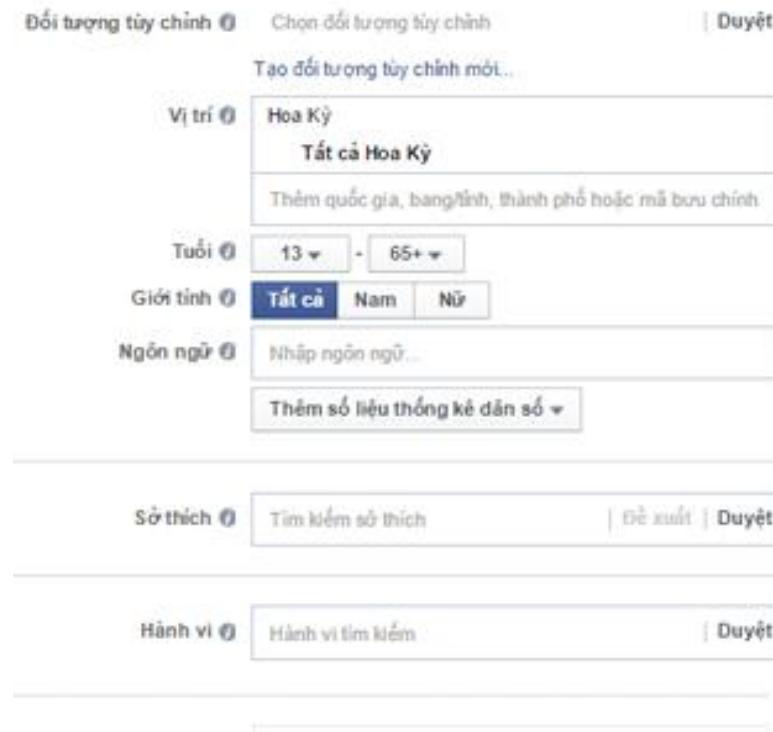
Trang để xuất

Jasper's Market
Được tài trợ

Jasper's Market
Cửa hàng tạp hóa

Chọn đối tượng

Với bất kỳ quảng cáo nào trên Facebook, ban đều có thể chọn đối tượng mình muốn tiếp cận. Chỉ cần điền vào các trường để chọn đối tượng theo vị trí, độ tuổi, giới tính, sở thích và các tiêu chí khác.



The screenshot shows the Facebook Audience Insights interface. It displays four main sections for defining a target audience:

- Đối tượng tùy chỉnh**: A section for creating a custom audience based on location, age, gender, and interests. It includes dropdowns for location (Hoa Kỳ), age (13-65+), gender (Tất cả), and interests (Nhập ngôn ngữ...).
- Sở thích**: A section for finding interests, with a search bar and a "Duyệt" (Review) button.
- Hành vi**: A section for finding behaviors, with a search bar and a "Duyệt" (Review) button.

Thiết lập ngân sách và lịch trình

Sau khi chọn đối tượng, bạn có thể đặt tên cho quảng cáo, thiết lập ngân sách hàng ngày hoặc trọn đời và lên lịch khoảng thời gian bạn muốn quảng cáo chạy.

Theo mặc định, quảng cáo của bạn được tự động tối ưu hóa để tiếp cận những người trong đối tượng bạn đã chọn, những người có khả năng chuyển đổi.

Ngân sách

Lịch trình Chạy chiến dịch của tôi liên tục bắt đầu từ hôm nay
 Đặt ngày bắt đầu và kết thúc

Tối ưu hóa cho

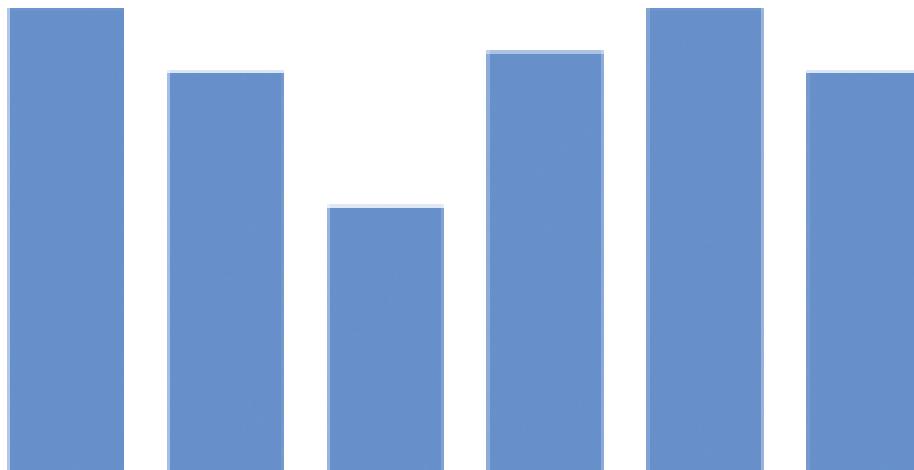
⚠ Quảng cáo của bạn hiện không được tối ưu hóa để chuyển đổi bởi dối chuyển đổi của bạn không hoạt động hợp lý. Hãy kiểm tra pixel chuyển đổi của bạn và làm mới hoặc xác minh lại pixel.
[Làm mới hoặc Xác minh ngay bây giờ](#)

Định giá Bạn sẽ bị tính cước mỗi lần có người nhấp chuột vào quảng cáo của
 Có được nhiều lần nhấp hơn ở mức giá tốt nhất
 Đặt mức tối đa mà bạn muốn thanh toán trên mỗi lần nhấp

[Ấn tùy chọn nâng cao.](#)

Đọc báo cáo của bạn

Do dữ liệu từ trang web của bạn được chuyển đến Facebook, bạn có thể đọc báo cáo pixel chuyển đổi bên dưới Theo dõi chuyển đổi trong Trình quản lý quảng cáo.



6. Quảng cáo cài đặt ứng dụng và tương tác với ứng dụng

Với hai tùy chọn này, bạn có thể tìm người thích hợp muốn cài đặt hoặc làm việc gì đó bằng ứng dụng của bạn.

Và bạn có thể đánh giá kết quả—nhờ đó, bạn có thể phát triển ứng dụng, hiểu cách mọi người sử dụng ứng dụng đó và cải thiện ứng dụng.

Quảng cáo ứng dụng để thu hút cài đặt hoặc tương tác nhiều hơn

Có hai tùy chọn để quảng cáo ứng dụng.

Số lượt cài đặt ứng dụng

Bạn muốn mọi người tìm hiểu và cài đặt ứng dụng của mình? Chỉ cần chạy một quảng cáo cho ứng dụng và quảng cáo đó sẽ xuất hiện trong Bảng tin cho đối tượng mà bạn muốn. Khi ai đó nhấp vào quảng cáo, họ sẽ đi thẳng đến trang đích cửa hàng ứng dụng của bạn.

Bạn có làm việc với nhà phát triển ứng dụng không? Trang web dành cho nhà phát triển của chúng tôi cung cấp chi tiết về việc chuẩn bị ứng dụng cho Quảng cáo trên Facebook.

Tương tác với ứng dụng

Với Tương tác với ứng dụng, bạn có thể liên kết đến các khu vực cụ thể của ứng dụng—như cửa hàng trực tuyến, trang đăng ký và các khu vực khác—để có thể cung cấp cho khách hàng trải nghiệm mình muốn.

Quảng cáo này cũng xuất hiện trong Bảng tin cho đối tượng, nhưng thay vì cài đặt, họ sẽ đi thẳng tới phần ứng dụng mà bạn muốn.

Bạn có thể tiếp cận những người đã cài đặt ứng dụng và nếu chưa cài đặt, họ sẽ được yêu cầu cài đặt ứng dụng.

Và dĩ nhiên, trang web dành cho nhà phát triển của chúng tôi cũng có tất cả thông tin bạn cần để bắt đầu với loại quảng cáo này.



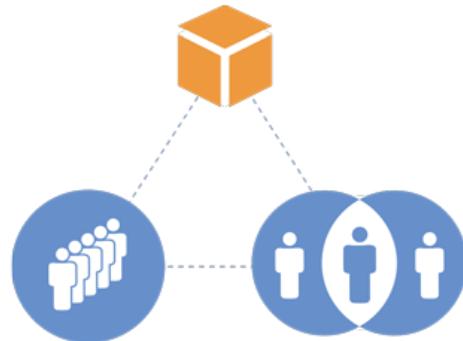
Sử dụng số liệu để cải thiện ứng dụng và thu hút nhiều khách hàng hơn



Để đánh giá số lượt cài đặt ứng dụng và tương tác, bạn cần tích hợp ứng dụng của mình với SDK Facebook. Khi ai đó cài đặt ứng dụng hoặc đi tới trang ứng dụng bạn đã chỉ định, mã SDK sẽ cho Facebook biết có một lượt cài đặt (hoặc hành động khác) đã xảy ra.

Tất cả thông tin cài đặt và tương tác sẽ được thêm vào báo cáo quảng cáo. Báo cáo tập hợp tất cả dữ liệu của bạn ở cùng một nơi.

Tạo một Đối tượng tùy chỉnh hoặc Đối tượng tương tự từ ứng dụng của bạn, bạn có thể tiếp cận những người đã cài đặt ứng dụng hoặc những người khác đã (hoặc chưa) thực hiện hành động cụ thể trong ứng dụng. Sau khi đăng ký ứng dụng và thiết lập một số yêu cầu SDK, bạn có thể chọn ứng dụng di động của mình làm nguồn của đối tượng tùy chỉnh.



Tạo Đối tượng tùy chỉnh thật dễ dàng và đó là cách thực sự hiệu quả để tiếp cận khách hàng.

7. Quảng cáo phản hồi sự kiện

Với quảng cáo phản hồi sự kiện, bạn sẽ tạo một sự kiện mà khách hàng trên Facebook có thể thêm vào lịch trên Facebook của chính họ.

Khách hàng sẽ nhận được lời nhắc về sự kiện của bạn, như lễ khai trương hoặc bữa tiệc và bạn có thể theo dõi số người đã trả lời mời của mình.

Bắt đầu với Phản hồi sự kiện

Chọn Phản hồi sự kiện, chọn sự kiện bạn muốn quảng cáo và nhấp vào Tiếp tục.



Xem giao diện quảng cáo

Khi tạo quảng cáo, bạn sẽ có được bản xem trước về giao diện của quảng cáo hiển thị với người dùng Facebook.

Bạn có thể chọn hình ảnh cho quảng cáo, viết tiêu đề và mô tả. Sự kiện sẽ tự động được thêm vào lịch Facebook của bất kỳ ai nhấp vào nút Tham gia sự kiện.

VỊ TRÍ VÀ XEM TRƯỚC QUẢNG CÁO

Bảng tin trên máy tính.

 Jasper's Market đã chia sẻ sự kiện của họ.
Được tài trợ ·

Join us for our Open House this Saturday.
Xem bản dịch



Open House
6 Tháng 3 lúc 11:30
1455 Willow Road, Menlo Park, CA
2 người sẽ tham gia

[Tham gia](#)

Thích · Bình luận · Chia sẻ

Chọn đối tượng

Với bất kỳ quảng cáo nào trên Facebook, ban đều có thể chọn đối tượng mình muốn tiếp cận. Chỉ cần điền vào các trường để chọn đối tượng theo vị trí, độ tuổi, giới tính, sở thích và các tiêu chí khác.

Đối tượng tùy chỉnh Chọn đối tượng tùy chỉnh

Tạo đối tượng tùy chỉnh mới...

Vị trí	<input checked="" type="checkbox"/>	Hoa Kỳ		
		Tất cả Hoa Kỳ		
		Thêm quốc gia, bang/tỉnh, thành phố		
Tuổi	<input type="button" value="13"/>	-	<input type="button" value="65+"/>	
		<input checked="" type="checkbox"/> Tất cả	<input type="checkbox"/> Nam	<input type="checkbox"/> Nữ
Giới tính				
Ngôn ngữ		Nhập ngôn ngữ...		
		Thêm số liệu thống kê dân số		

Sở thích

Hành vi

Kết nối Tất cả
 Chỉ những người đã kết nối với Jan
 Chỉ những người không kết nối với

Ngân sách

Lịch trình Chạy chiến dịch của tôi liên tục bắt đầu từ hôm nay
 Đặt ngày bắt đầu và kết thúc

Tối ưu hóa cho

Định giá Giá thầu của bạn sẽ được tối ưu hóa để có thêm lượt! Bạn sẽ bị tính phí mỗi khi quảng cáo của bạn được phục vụ.
 Nhận được nhiều phản hồi cho sự kiện của bạn mà không bị tính phí cho số lần hiển thị
 Đặt số tiền phù hợp với bạn cho một phản hồi sự kiện

Án túy chọn nâng cao

Thiết lập ngân sách và lịch trình

Sau khi chọn đối tượng, bạn có thể đặt tên cho quảng cáo, thiết lập ngân sách hàng ngày hoặc trọn đời và lên lịch khoảng thời gian bạn muốn quảng cáo chạy.

Tên nhóm quảng cáo AF - 18+

8. Quảng cáo nhận ưu đãi

Với Yêu cầu ưu đãi, bạn có thể cung cấp chiết khấu và các khuyến mãi đặc biệt khác cho khách hàng.

Bạn quyết định khoảng thời gian chạy ưu đãi của mình, người xem ưu đãi, số người có thể yêu cầu ưu đãi đó và nhiều điều khác nữa.

Bắt đầu bằng Yêu cầu ưu đãi

Chọn Yêu cầu ưu đãi, chọn ưu đãi mà bạn muốn quảng cáo và nhấp vào Tiếp tục.

Chọn mục tiêu cho chiến dịch của bạn

-  Quảng cáo bài viết của bạn
-  Quảng cáo Trang của bạn
-  Chuyển mọi người đến trang web của bạn
-  Tăng số lượt chuyển đổi trên trang web của bạn
-  Thu hút lượt cài đặt ứng dụng của bạn
-  Tăng sự tương tác trong ứng dụng của bạn
-  Tiếp cận mọi người gần doanh nghiệp của bạn
-  Thu hút mọi người tham dự sự kiện của bạn
-  Thu hút mọi người yêu cầu ưu đãi của bạn
-  Thu hút lượt xem video

Xem giao diện quảng cáo

Khi tạo quảng cáo, bạn sẽ có được bản xem trước về giao diện của quảng cáo hiển thị với người dùng Facebook.

Bạn có thể chọn hình ảnh cho quảng cáo của mình, viết tiêu đề và mô tả, chọn ngày hết hạn và đặt giới hạn về số người có thể yêu cầu ưu đãi.

Ngoài ra còn có trường “Điều khoản và điều kiện” để bạn có thể giải thích tất cả các chi tiết về ưu đãi của mình. Khi quảng cáo của bạn chạy, khách hàng sẽ đổi khuyến mãi bằng nút Nhận ưu đãi.

Tạo một ưu đãi

XEM TRƯỚC ƯU ĐÃI
 Email xem trước có thể sẽ được gửi đến
 yourname@m.facebook.com

 Jasper's Market đã đăng một ưu đãi
Hôm qua

Giảm giá 25% tổng số tiền mua hàng của bạn!
 

Giảm giá 25%
Hết hạn 13/3/2015
[Nhận ưu đãi](#)

[Thích](#) · [Bình luận](#) · [Chia sẻ](#)

Chọn đối tượng

Với bất kỳ quảng cáo nào trên Facebook, ban đều có thể chọn đối tượng mình muốn tiếp cận. Chỉ cần điền vào các trường để chọn đối tượng theo vị trí, độ tuổi, giới tính, sở thích và các tiêu chí khác.

Thiết lập ngân sách và lịch trình

Sau khi chọn đối tượng, bạn có thể đặt tên cho quảng cáo, thiết lập ngân sách hàng ngày hoặc trọn đời và lên lịch khoảng thời gian bạn muốn quảng cáo chạy.



The screenshot shows the Facebook Ad Settings interface for creating a new ad. It includes sections for:

- Đối tượng tùy chỉnh**: Chọn đối tượng tùy chỉnh.
- Ngân sách**: Mỗi ngày 30.000 ₫ VND.
- Lịch trình**: Chạy chiến dịch của tôi liên tục bắt đầu từ hôm nay.
- Tối ưu hóa cho**: Số lượt thích Trang.
- Định giá**: Giá thầu của bạn sẽ được tối ưu hóa để có thêm các phí mỗi khi quảng cáo của bạn được phân phối.
- Tên nhóm quảng cáo**: San Francisco, CA - 18+.
- Vị trí**: Hoa Kỳ, California, Burlingame + 50 km.
- Tuổi**: 13 - 65+.
- Giới tính**: Tất cả, Nam, Nữ.
- Ngôn ngữ**: Nhập ngôn ngữ...
- Sở thích**: Tìm kiếm sở thích.
- Hành vi**: Hành vi tìm kiếm.
- Kết nối**: Tất cả, Chỉ những người đã kết nối với Jasper...

9. Lượt xem video

Tạo quảng cáo video để nhớ và giúp xây dựng thương hiệu của bạn trên Facebook.

Bắt đầu với lượt xem video

Chọn Lượt xem video và chọn Trang mà bạn muốn quảng cáo bằng video.

Chọn mục tiêu cho chiến dịch của bạn

- Quảng cáo bài viết của bạn
- Quảng cáo Trang của bạn
- Chuyển mọi người đến trang web của bạn
- Tăng số lượt chuyển đổi trên trang web của bạn
- Thu hút lượt cài đặt ứng dụng của bạn
- Tăng sự tương tác trong ứng dụng của bạn
- Tiếp cận mọi người gần doanh nghiệp của bạn
- Thu hút mọi người tham dự sự kiện của bạn
- Thu hút mọi người yêu cầu ưu đãi của bạn
- Thu hút lượt xem video

VỊ TRÍ VÀ XEM TRƯỚC QUẢNG CÁO

Bảng tin trên máy tính


Jasper's Market
 Thích trang

Jasper's is a unique community destination for ultra-premium prepared food.


▶

Xem giao diện quảng cáo

Khi tạo quảng cáo, bạn sẽ có bản xem trước nội dung mọi người sẽ nhìn thấy trong Bảng tin trên máy tính và thiết bị di động.

Khi tải video lên, bạn có thể chọn một hình nhỏ cho quảng cáo - đây là hình ảnh tĩnh mà mọi người nhìn thấy trước khi video của bạn phát.

Chọn đối tượng

Với bất kỳ quảng cáo nào trên Facebook, ban đều có thể chọn đối tượng mình muốn tiếp cận. Chỉ cần điền vào các trường để chọn đối tượng theo vị trí, độ tuổi, giới tính, sở thích và các tiêu chí khác.

Tạo đối tượng tùy chỉnh mới...

Vị trí  Hoa Kỳ, California
San Francisco + 50 km
Thêm quốc gia, bang/tỉnh, thành phố hoặc...

Tuổi  18 - 65+
Giới tính  Tất cả Nam Nữ
Ngôn ngữ  Nhập ngôn ngữ...
Thêm số liệu thống kê dân số

Sở thích  Tim kiếm sở thích

Hành vi  Hành vi tìm kiếm

Kết nối  Tất cả
 Chỉ những người đã kết nối với Jasper's
 Chỉ những người không kết nối với Jasper's
 Nhắm mục tiêu kết nối nâng cao

Ngân sách **Mỗi ngày** 30.000 ₫ VND

Lịch trình **Chạy chiến dịch của tôi liên tục bắt đầu**
 Đặt ngày bắt đầu và kết thúc

Tối ưu hóa cho **Lượt xem video**

Định giá Giá thầu của bạn sẽ được tối ưu hóa để thi
phi mỗi khi quảng cáo của bạn được phân
 **Có được nhiều lượt xem video nhất ở
số lần hiển thị**
 Đặt số tiền phù hợp với bạn cho một lu

[Ấn tùy chọn nâng cao](#)

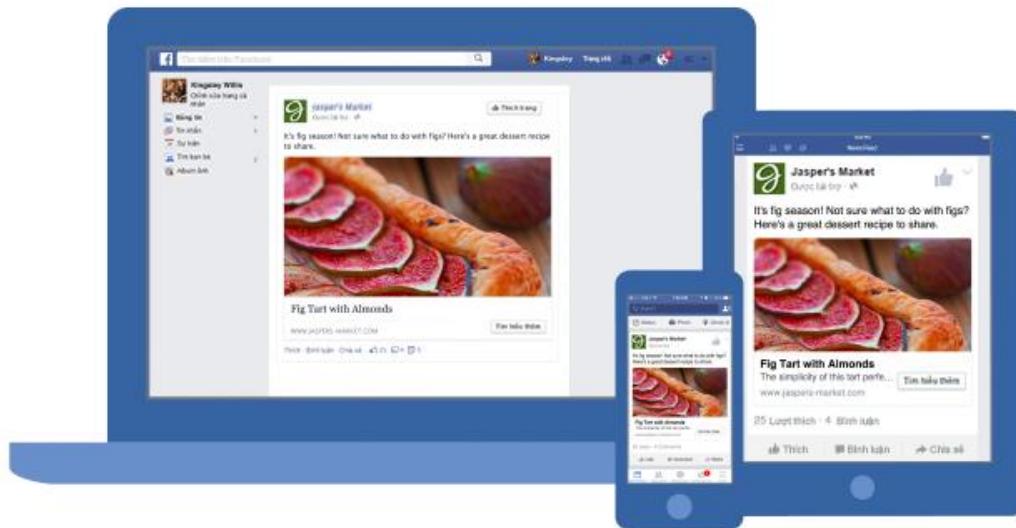
Thiết lập ngân sách và lịch trình

Sau khi chọn đối tượng, bạn có thể đặt tên cho quảng cáo, thiết lập ngân sách hàng ngày hoặc trọn đời và lên lịch khoảng thời gian bạn muốn quảng cáo chạy.

Theo mặc định, quảng cáo của bạn được tự động tối ưu hóa để tiếp cận những người trong đối tượng bạn đã chọn, những người có khả năng nhấp vào quảng cáo hoặc xem video của bạn.

Tên nhóm quảng cáo **San Francisco, CA - 18+**

Cách mọi người xem quảng cáo của bạn trên Facebook



Bạn có thể cập nhật hoặc thay đổi quảng cáo của mình bất kỳ lúc nào.

E. CÂU CHUYỆN THÀNH CÔNG

I. Saigon Flea Market

Tìm kiếm những nhà cung cấp hàng đầu tại Việt Nam

Saigon Flea Market



Facebook được sử dụng để tìm kiếm các nhà cung cấp mới và thu hút thêm nhiều khách hàng, từ đây xây dựng Saigon Flea Market trở thành một sự kiện có quy mô lớn tại HCM và thu hút đông đảo người tham gia.

150

nha cung cap dang ky tham gia moi phien chay

2,000

nguoi tham gia moi phien chay

Câu chuyện của họ

Một hội chợ quy mô lớn tại TP. HCM

Saigon Flea Market là nơi quy tụ những nhà kinh doanh trong nước và quốc tế, buôn bán từ các món hàng thủ công, đồ cổ, thực phẩm cho đến các loại đồ chơi hay trang phục theo phong cách vintage (cổ điển). Được lấy cảm hứng từ các phiên chợ trời (flea market) trên toàn thế giới, Saigon Flea Market đã trở thành sự kiện phổ biến đối với không chỉ người dân Việt Nam mà còn với nhiều du khách nước ngoài.

Mục tiêu của họ

Tìm ra phương thức phát triển phù hợp với đơn vị mình

Saigon Flea Market đặt ra tiêu chuẩn nghiêm ngặt về việc lựa chọn nhà cung cấp, với yêu cầu hàng đầu là các nhà cung cấp phải có những sản phẩm thật độc đáo. Saigon Flea Market mong muốn tìm thêm 30% nhà cung cấp phù hợp và thu hút thêm 2.000 khách hàng.

Facebook đã trở thành một phần thiết yếu trong chiến lược phát triển kinh doanh của Saigon Flea Market kể từ khi khởi nghiệp. Qua Facebook, chúng tôi có thể tìm kiếm những nhà cung cấp phù hợp cho thị trường của mình cũng như quảng bá các sự kiện của chúng tôi nhằm thu hút khách hàng. Thay vì phải tìm kiếm, giờ đây Saigon Flea Market đã có khả năng thu hút các nhà cung cấp đến với mình nhờ các hoạt động trên Facebook.

Moon Doan, founder, Saigon Flea Market

Giải pháp của họ

Truyền thông rộng rãi trên các phương tiện thông tin trước khi sự kiện diễn ra

Kể từ Tháng 7 năm 2011, Saigon Flea Market đã sử dụng tính năng quảng cáo sự kiện (Event Ads) của Facebook để quảng bá về các sự kiện của mình, thu hút các nhà cung cấp và các khách hàng tham gia. Nhằm tăng lượng hiển thị các quảng cáo của mình, Saigon Flea Market đã quảng bá các bài viết chọn lọc trên Trang Facebook Saigon Flea Market trong tháng trước khi sự kiện diễn ra.



Hơn 80% quảng cáo hướng đến phụ nữ tuổi từ 18-35 – đối tượng khách hàng chính của Saigon Flea Market.

Sản phẩm đã sử dụng

- Quảng cáo Facebook

Mục tiêu

- Tăng nhận thức về thương hiệu

Thành công của họ

Vươn tới sự phát triển ổn định

Facebook đã giúp Saigon Flea Market thu hút thêm nhiều khách hàng và tìm thấy những nhà cung cấp mới phù hợp với tiêu chuẩn của họ.

Chiến dịch đã đạt được các kết quả sau:

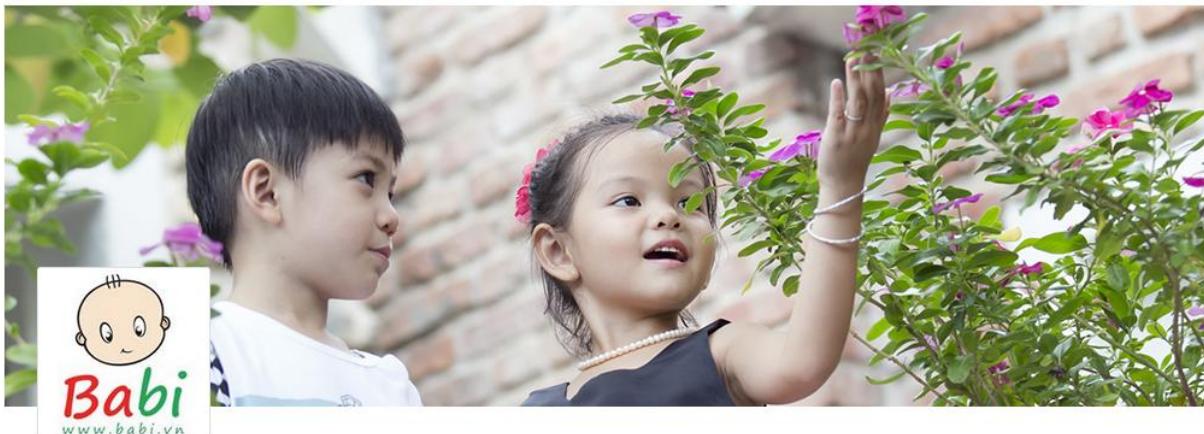
150 nhà cung cấp đăng ký tham gia mỗi phiên chợ

2,000 người tham gia mỗi phiên chợ.

II. Babi.vn

Tạo dựng một gia đình trực tuyến

Babi.vn



Nhà bán lẻ quần áo trẻ em đã xây dựng được một cộng đồng vững mạnh dành cho các bà mẹ ở Việt Nam trên trang Facebook, và tăng doanh thu của công ty lên 3 lần trong một năm.

Câu chuyện của họ

3X

Doanh thu tăng gấp 3 lần trong
một năm

60%

lưu lượng truy cập trang web trong
chiến dịch đến từ Facebook

50%

số khách hàng đã trở thành khách
hàng thường xuyên

Những bước đầu tiên

Có trụ sở tại Việt Nam, Babi.vn là điểm đến trực tuyến dành cho các bà mẹ ở Việt Nam muốn mua quần áo thời trang và sản phẩm cho trẻ sơ sinh, trẻ tập đi và trẻ nhỏ dưới 10 tuổi. Khi tham gia Facebook, Babi mới chỉ là một công ty nhỏ có 3 người.

Mục tiêu của họ

Thu hút sự quan tâm

Babi muốn nâng cao nhận diện về thương hiệu tại Việt Nam và mở rộng cộng đồng Facebook của mình. Là một công ty khởi nghiệp nhỏ, hiệu quả có được từ ngân sách tiếp thị là ưu tiên

hàng đầu. Công ty muốn thu hút các bà mẹ tại Việt Nam tới Babi.vn và thúc đẩy doanh số bán hàng trực tuyến ít nhất 50% trong một năm.

Facebook là nền tảng nhắm đối tượng và tương tác tốt nhất của chúng tôi, và chúng tôi thấy thành công của mình đến từ việc đầu tư vào Facebook. Những kết quả này ấn tượng đến mức mà hiện nay chúng tôi đã đầu tư 80% ngân sách tiếp thị chỉ cho riêng Facebook.

Thuy Le, đồng sáng lập, Babi.vn

Giải pháp của họ

Xây dựng một cộng đồng

Babi (và agency quảng cáo BlinkB) bắt đầu bằng cách chia sẻ nội dung hữu ích trên trang Facebook như những bí quyết và lời khuyên nuôi dạy con cái cho các bà mẹ có con nhỏ. Trong suốt một năm, công ty xây dựng cộng đồng ngày một lớn mạnh này bằng cách giải đáp thắc mắc, thu hút các bà mẹ tham gia trực tiếp và chạy quảng cáo để mở rộng phạm vi tiếp cận khách hàng.



Công ty cũng đã sử dụng công cụ Lookalike Audiences để tìm kiếm khách hàng mới bằng cách nhắm đến những người giống như khách hàng hiện tại. Điều này có nghĩa là những người mà công ty tìm tới trên Facebook sẽ có nhiều khả năng mua từ Babi và quan tâm đến nội dung của công ty.

Babi chạy quảng cáo hình ảnh có hình ảnh sản phẩm và quảng cáo liên kết (ở cột bên phải và News Feed) để thu hút mọi người đến trang web của mình. Thúc đẩy chuyển đổi doanh số là một ưu tiên của Babi, vì vậy công ty đã sử dụng tính năng Custom Audiences từ trang web của mình để tái tiếp cận những bà mẹ đã đến truy cập trang web nhưng chưa mua hàng.

Chiến lược này đã giúp công ty tăng doanh thu nhờ tác động trực tiếp của Quảng cáo trên Facebook.

Babi nhắm đến các bà mẹ trong độ tuổi từ 22 đến 40 ở Việt Nam và cho họ xem những quảng cáo đã được tùy chỉnh cá nhân dựa trên việc họ có con trai hay con gái. Công ty chạy quảng cáo trên cả News Feed của máy tính để bàn và điện thoại di động để tiếp cận các bà mẹ ở Việt Nam trên phạm vi rộng hơn.

Sản phẩm đã sử dụng

- Quảng cáo
- Bảng tin trên máy tính
- Bảng tin trên thiết bị di động
- Đôi tượng tùy chỉnh
- Đôi tượng tương tự

Mục tiêu

- Tăng nhận thức về thương hiệu
- Tăng doanh số trực tuyến

Thành công của họ

Phát triển vững mạnh

Babi đã tạo dựng một cộng đồng trung thành bao gồm các bà mẹ tâm huyết trên Facebook, giúp chuyển hướng mọi người đến trang web của công ty và tăng doanh thu bán hàng. Chiến lược Facebook của Babi đã gặt hái một số kết quả ấn tượng:

- 3X Doanh thu tăng gấp 3 lần trong một năm
- 60% lưu lượng truy cập trang web trong chiến dịch đến từ Facebook
- 50% số khách hàng đã trở thành khách hàng thường xuyên

III. Hotdeal

Tạo vị thế nổi bật cho các sản phẩm thời trang

Hotdeal



Trang web về các gói khuyến mãi hàng ngày của Việt Nam sử dụng quảng cáo ảnh kiểu băng chuyền của Facebook để giới thiệu sản phẩm theo cách trực quan và thu hút mọi người đến trang web của mình, giúp tăng đơn đặt hàng 60% trong 6 tháng.

Câu chuyện của họ

60%

Đơn đặt hàng tăng 60%
trong 6 tháng

20%

Tỉ lệ chuyển đổi cao hơn
20% nhờ sử dụng tính
năng Custom Audiences

60%

Tỉ lệ nhấp chuột cao hơn
60% nhờ sử dụng quảng
cáo ảnh kiểu băng
chuyền

30%

Chi phí thấp hơn 30%
cho mỗi chuyển đổi sau 6
tháng

Khuyến mãi hàng ngày

Được thành lập vào năm 2010, Hotdeal là một trong những trang web về các gói khuyến mãi hàng ngày lớn nhất tại Việt Nam. Trang web giới thiệu tới 5.000 ưu đãi mỗi ngày đối với các sản phẩm thuộc nhiều hạng mục, bao gồm thực phẩm, du lịch, thời trang và làm đẹp.

Mục tiêu của họ

Tiếp cận các tín đồ thời trang

Trong năm 2013, Hotdeal đã gặp khó khăn trong việc bán nhiều khuyến mãi thời trang hơn và đã không thu được thành công với các nền tảng quảng cáo khác. Hotdeal muốn sử dụng Facebook để tiếp cận những tín đồ thời trang và tăng doanh thu 50% trong vòng 6 tháng.

Đối với Hotdeal, Facebook là một kênh quảng cáo rất quan trọng vì nó giúp chúng tôi thấy được kết quả có thể đo lường và kiểm soát ngân sách của mình. Chúng tôi muốn tiếp cận một đối tượng cụ thể: các tín đồ thời trang. Facebook hiểu đối tượng của chúng tôi quan tâm đến cái gì và cho phép chúng tôi tiếp cận họ theo cách hiệu quả kèm nội dung và thông điệp phù hợp

Ông Nguyễn Thành Vạn An, Giám đốc Điều hành Hotdeal

Nội dung hấp dẫn

Hotdeal dựa vào việc sử dụng hình ảnh để thu hút thị trường thời trang, chia sẻ hình ảnh của các xu hướng thời trang theo mùa và gợi ý trang phục có sản phẩm từ trang web của mình. Hotdeal sử dụng các quảng cáo hình ảnh để đảm bảo nội dung của mình tiếp cận được khách hàng trên phạm vi rộng hơn trong News Feed của máy tính để bàn và điện thoại di động. Công ty nhắm quảng cáo đến đối tượng trọng tâm: Phụ nữ từ 25 đến 35 tuổi ở Việt Nam, làm công việc văn phòng.

Hotdeal cũng đã chạy quảng cáo liên kết ở cột bên phải và News Feed (máy tính để bàn và di động) để thu hút đối tượng mục tiêu trực tiếp đến trang web của mình. Công ty bổ sung quảng cáo liên kết với quảng cáo ảnh kiểu băng chuyền, giới thiệu nhiều sản phẩm trong khi cũng thu hút lưu lượng truy cập trang web. Khi so sánh hai loại quảng cáo, Hotdeal nhận thấy rằng quảng cáo ảnh kiểu băng chuyền thậm chí còn hiệu quả hơn trong việc thu hút số lần nhấp qua trang web so với quảng cáo liên kết.

Hotdeal sử dụng tính năng Custom Audiences từ trang web của bạn để tối đa hóa tỉ lệ chuyển đổi bằng cách tái tiếp cận khách truy cập trang web đã không mua bất cứ thứ gì trong lần truy cập trước.

Chiến dịch Quảng cáo trên Facebook đầu tiên của Hotdeal diễn ra trong 6 tháng, từ tháng 7 đến tháng 12 năm 2013.

Sản phẩm đã sử dụng

- Quảng cáo
- Bảng tin trên máy tính
- Bảng tin trên thiết bị di động
- Đối tượng tùy chỉnh

Mục tiêu



- Tăng doanh số trực tuyến

Thành công của họ

Khởi đầu một xu hướng

Hotdeal đạt được mục tiêu khai thác thị trường thời trang, và phát hiện ra rằng quảng cáo ảnh kiểu băng chuyền và Custom Audiences đem lại hiệu quả đặc biệt.

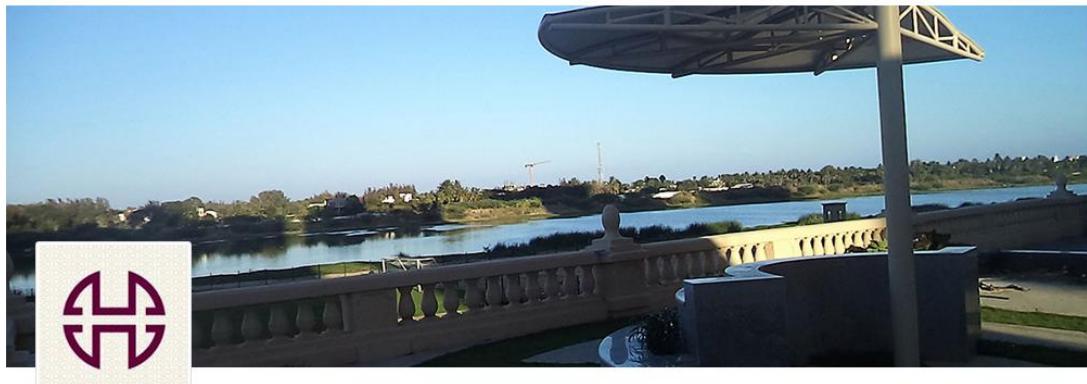
Trong 6 tháng, chiến lược Facebook của công ty đã thu được kết quả:

- 60% - Đơn đặt hàng tăng 60% (nhiều hơn 10% so với mục tiêu hướng tới)
- 20% - Tỉ lệ chuyển đổi cao hơn 20% nhờ sử dụng tính năng Custom Audiences
- 60% - Tỉ lệ nhấp chuột cao hơn 60% thông qua sử dụng quảng cáo kiểu băng chuyền (so với quảng cáo liên kết)
- 30% - Chi phí thấp hơn 30% cho mỗi chuyến đổi sau 6 tháng.

IV. House of Hiranandani

Bán bất động sản trực tuyến

House of Hiranandani



Nhà phát triển bất động sản Ấn Độ đã xác định cách thức mới để bán các bất động sản cao cấp của mình: trực tiếp qua Facebook. Trong suốt chiến dịch, có tới 37% trong số tất cả khách hàng tiềm năng mà công ty kiếm được đến từ Facebook.

32%

doanh số bán hàng trực tuyến đến từ Facebook

37%

trong số tất cả khách hàng tiềm năng mà công ty kiếm được đến từ Facebook

1,32

là số lần tăng quảng cáo trên Facebook có tỷ lệ chuyển đổi cao hơn so với các chiến dịch hiển thị tương tự

65%

là mức chi phí thấp hơn cho mỗi khách hàng tiềm năng so với các nền tảng hiển thị quảng cáo khác

Câu chuyện của họ

Bất động sản đẳng cấp thế giới

House of Hiranandani là một trong số những nhà phát triển bất động sản nổi tiếng nhất Ấn Độ và có tiếng qua các dự án kiến trúc đô thị đầy tham vọng và tiên phong của mình. Công ty phát triển bất động sản hướng đến phân khúc cao cấp và đa năng.

Mục tiêu của họ

Gây dựng khách hàng tiềm năng

Do những nỗ lực quảng cáo truyền thống đã không đem lại doanh thu đủ lớn, House of Hiranandani đã muôn tận dụng Facebook để bán các bất động sản của mình, tăng 20% yêu cầu đặt hàng công ty nhận được qua Facebook và giảm tổng chi phí trên mỗi khách hàng tiềm năng tới 40%.

Facebook là nền tảng lý tưởng để nhắm mục tiêu nhiều phân đoạn đối tượng và nhân khẩu học. Hãng tiếp thị kỹ thuật số Iksula Services Pvt Ltd (hãng tiếp thị kỹ thuật số tích hợp tập trung vào hệ số thu nhập trên đầu tư có trụ sở tại Ấn Độ) của chúng tôi đã tạo một lộ trình chi tiết vạch ra chiến lược trên Facebook của chúng tôi. Chiến lược rõ ràng đã được đưa vào hoạt động trong thực tế và các kết quả của chúng tôi đã chứng minh rằng đó là một sự thành công phi thường.

Prashant Mirkar, Tổng Quản - Tiếp Thị, House of Hirandani

Giải pháp của họ

Tương tác với người mua

House of Hiranandani đã hợp tác chặt chẽ với hãng Iksula Services Pvt Ltd, hãng tiếp thị kỹ thuật số tích hợp tập trung vào hệ số thu nhập trên đầu tư có trụ sở tại Ấn Độ. Công ty đã tạo và đăng quảng cáo chứa liên kết và quảng cáo hình ảnh nổi bật thông tin về quá trình phát triển của bất động sản và bao gồm



các chi tiết về giá cả để thu hút người mua. Những quảng cáo này cũng hướng lưu lượng truy cập đến trang web của công ty. House of Hiranandani đã chạy chiến dịch trên Facebook của mình trong 5 tháng từ ngày 23 tháng 10 năm 2013 đến ngày 28 tháng 3 năm 2014.

House of Hiranandani đã tận dụng tối đa khả năng của Facebook để nhắm mục tiêu theo thông tin nhân khẩu học cụ thể. Công ty cũng nhắm mục tiêu một loạt phân đoạn đối tượng, chẳng hạn như nam giới từ 25 đến 34 tuổi đang sống trong nhà có giá thấp hơn và nam giới từ 35 tuổi trở lên đang sống trong nhà đắt hơn. Công ty cũng nhắm mục tiêu đến những người bày tỏ sự quan tâm đến những điều như đầu tư bất động sản, bất động sản hạng sang và đất đai nhằm đảm bảo tiếp cận được đúng người.

Công ty đã sử dụng conversion tracking pixel để tính số người đã thực hiện hành động cụ thể trên trang web của mình, chẳng hạn như thực hiện giao dịch mua hoặc đăng ký email. Pixel cũng theo dõi Quảng cáo trên Facebook đưa mọi người đến từng trang đích cụ thể. Bằng cách phân tích dữ liệu này trong chiến dịch, công ty có thể đầu tư một cách sâu rộng hơn vào những bài viết có hiệu quả cao nhất để tối đa hóa chuyển đổi.

Sản phẩm đã sử dụng

- Quảng cáo
- Bảng tin trên máy tính
- Theo dõi chuyển đổi

Mục tiêu

- Tăng doanh số trực tuyến

Thành công của họ

Khách hàng tiềm năng vững tin

Facebook đã giúp House Of Hiranandani tìm một nền tảng mới để bán bất động sản và chiến dịch Quảng cáo trên Facebook đã làm tốt hơn những gì công ty mong đợi. Chiến dịch đã đạt được những kết quả như sau:

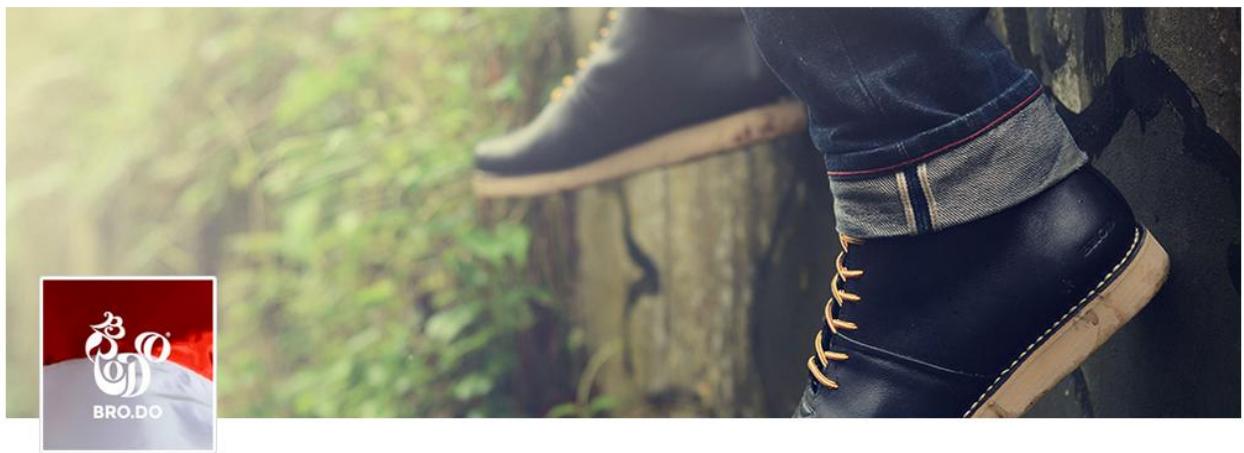


- 32% doanh thu bán hàng trực tuyến đến từ Facebook (ngay cả khi Facebook nhận được dưới 11% ngân sách)
- 37% trong số tất cả khách hàng tiềm năng mà công ty kiếm được đến từ Facebook
- Quảng cáo trên Facebook có tỷ lệ chuyển đổi cao hơn 1,32 lần so với các chiến dịch hiển thị tương tự
- Chi phí cho mỗi khách hàng tiềm năng thấp hơn 65% so với các nền tảng hiển thị khác

V.Brodo

Đi hàng dặm trên đôi giày của bạn

Brodo



Công ty giày nam Indonesia khởi nghiệp từ một ý kiến bình dị cùng quan điểm trong một căn phòng nhỏ. Công ty đã sử dụng Facebook để quảng cáo sản phẩm và thấy doanh thu bán hàng tăng chóng mặt tới 400%.

400%

tăng doanh số bán hàng

90%

doanh số bán hàng từ Facebook

100%

chuyển đổi được hỗ trợ đến từ Facebook

Câu chuyện của họ

Đi trước một bước

Khi hai kỹ sư người Indonesia phải trải qua thời kỳ khó khăn để sáng tạo ra những đôi giày trẻ trung, mang phong cách và có chất lượng, họ đã đưa ra một trong những quyết định mang tính thay đổi cuộc đời mình lớn nhất: tự mình thiết kế và sản xuất những đôi giày như vậy! Với sự tinh tế về độ chính xác và cấu trúc, các nhà sáng lập đã kết hợp nghệ thuật và khoa học để sản xuất ra đôi giày có chất lượng cao. Brodo hiện có hàng tá nhân viên giúp tạo ra những đôi giày tuyệt vời.



Mục tiêu của họ

Thành công từ số vốn nhỏ

Là một doanh nghiệp mới, Brodo có vốn liếng eo hẹp do đó cần tìm ra các giải pháp đơn giản nhất, tiết kiệm chi phí nhất để đạt được mục tiêu của mình—tăng doanh thu bán hàng 12% hàng tháng.

Chúng tôi biết sản phẩm của mình thật tuyệt vời, chúng tôi chỉ cần công cụ quảng bá sản phẩm đó một cách hiệu quả. Chúng tôi đã thu hút được số lượng lớn những người quan tâm đến thương hiệu của mình và 'khách hàng thường xuyên' qua Trang Facebook của mình.

Muhammad Yukka Harlanda, Giám đốc điều hành, Brodo

Giải pháp của họ

Một bước đi đúng hướng

Brodo ban đầu muốn sử dụng Trang Facebook chỉ để tăng nhận thức về thương hiệu. Tuy nhiên, công ty đã nhận thấy rằng ngay cả khi công ty phân phối và bán hầu hết các sản phẩm của mình trong cửa hàng thì công ty đã thu được lợi nhuận từ đầu tư cao hơn từ việc bán hàng trên trang web. Brodo đã quyết định sử dụng Trang Facebook của mình như một công cụ thu hút mua hàng trực tuyến, đăng ảnh có chất lượng cao của các sản phẩm mới nhất cùng liên kết đến trang web của công ty.

Những chủ sở hữu đã sử dụng Trang Facebook của mình để giữ người hâm mộ cảm thấy hứng thú với thương hiệu, đăng bài viết trên blog, các trích dẫn và video hài hước truyền sự vui nhộn và hài hước vào thương hiệu của mình và liên lạc với những người hâm mộ giống như với bạn bè mình. Công ty cũng thành lập Nhóm Facebook để tạo điều kiện cho các giao tiếp và cộng tác nội bộ.



Sản phẩm đã sử dụng

- Đăng Trang



Mục tiêu

- Tăng doanh số trực tuyến

Thành công của họ

Đi những bước dài vững chắc

Nhờ có Facebook, Brodo đã thu hút được một lượng lớn khách hàng thân thiết và thực hiện các mục tiêu bán hàng của mình:

- Tăng 400% doanh số bán hàng
- Bán được 2.000 đôi giày mỗi tháng
- 90% doanh số bán hàng từ Facebook
- 85% khách ghé thăm mới đến từ Facebook
- 100% chuyển đổi được hỗ trợ đến từ Facebook

VI. Dtac

Lan tỏa niềm hạnh phúc

dtac



dtac đã sử dụng Quảng cáo trên Facebook để nâng cao nhận thức về thương hiệu tại Thái Lan sau đó thúc đẩy nhu cầu lựa chọn sản phẩm happy (hạnh phúc) lên 19%, tăng lợi nhuận từ quảng cáo lên 36 lần.

12%

là mức tăng tỷ lệ nhận thức về thương hiệu ở những người từ 13 đến 17 tuổi trong chiến dịch làm mới

13 triệu

là số lượng thuê bao chưa sử dụng dịch vụ của dtac tại Thái Lan đã tiếp cận được

36 lần

là mức tăng lợi nhuận từ quảng cáo

19%

là mức tăng về lựa chọn trực tiếp đến từ Facebook

Câu chuyện của họ

Tạo kết nối

Công ty trách nhiệm hữu hạn Total Access Communication (còn được gọi là dtac) là một nhà cung cấp dịch vụ di động tại Thái Lan cung cấp các dịch vụ thoại và dữ liệu 3G. happy là thương hiệu trả trước của dtac trong thị trường có phân khúc trả trước chiếm lĩnh thị phần lớn nhất.

Mục tiêu của họ

Phát triển thương hiệu happy

dtac muốn nâng cao nhận thức về thương hiệu happy đã đổi mới của mình. Đây là thương hiệu thời thượng, mạnh mẽ, năng động hơn cũng như thích hợp với người tiêu dùng Thái thời hiện đại. Để theo đuổi mục tiêu, nhà mạng đã tập trung vào việc giành khách hàng, khuyến khích mọi người xem các video về chiến dịch của mình và mua thẻ SIM happy.

Với Quảng cáo trên Facebook, chúng tôi đã có thể đạt được cả sự nhận thức và tương tác đối với thương hiệu của mình trên một bình diện rộng lớn. Ngoài hàng triệu người dùng Facebook, chúng tôi đã có thể thu hẹp trong chỉ những thuê bao di động chưa sử dụng dịch vụ của dtac tại Thái Lan để đạt được kết quả bán hàng ấn tượng.

Sigvart Voss Eriksen, Giám đốc tiếp thị cao cấp, Total Access Communication

Giải pháp của họ

Tiếp cận đúng người

Chiến dịch của dtac được chia nhỏ thành 2 chiến dịch vào năm 2013: xây dựng thương hiệu (từ ngày 22 tháng 7 đến ngày 24 tháng 8) và thu hút khách hàng (từ ngày 5 đến ngày 21 tháng 12).

Để khởi đầu, dtac đã khuyến khích những người Thái từ 13 đến 24 tuổi xem video về thương hiệu của mình với quảng cáo video về bài viết trên



Trang trong Bảng tin trên cả thiết bị di động và máy tính và thông qua trải nghiệm đăng xuất.

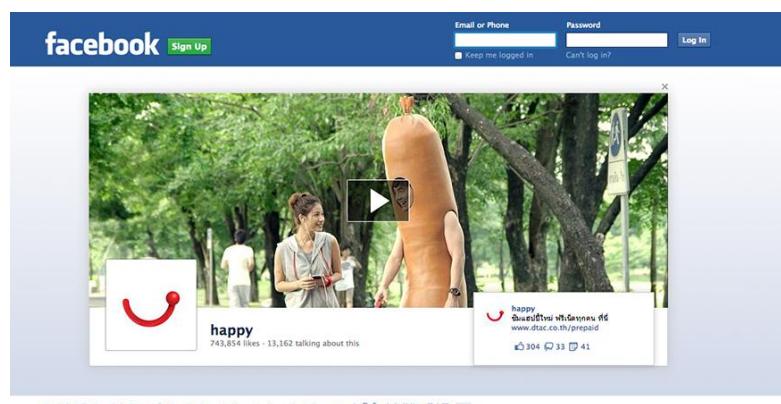
Sau khi xây dựng thương hiệu của mình, dtac đã tập trung vào việc khuyến khích những thuê bao chưa sử dụng dịch vụ của dtac mua thẻ SIM mang thương hiệu happy. Sử dụng ưu đãi đặc biệt và nội dung video thu hút như một cầu nối, công ty đã tiếp cận được đối tượng mục tiêu của mình bằng:

Quảng cáo video về bài viết trên Trang để khuyến khích mọi người xem video chiến dịch

Quảng cáo trên thiết bị di động và máy tính trong Bảng tin

Quảng cáo liên kết bài viết trên Trang hướng lưu lượng truy cập đến trang web của dtac nơi mọi người có thể mua thẻ SIM happy

Để có kết quả bán hàng cao nhất, dtac đã sử dụng các cụm tùy chỉnh để nhắm mục tiêu chính xác đến những thuê bao chưa sử dụng dịch vụ của dtac với mục tiêu biến họ thành những khách hàng mới.



Công ty đã theo dõi chiến dịch bằng cách sử dụng Hiệu ứng thương hiệu của Nielsen và Dánh giá kết quả của Facebook.

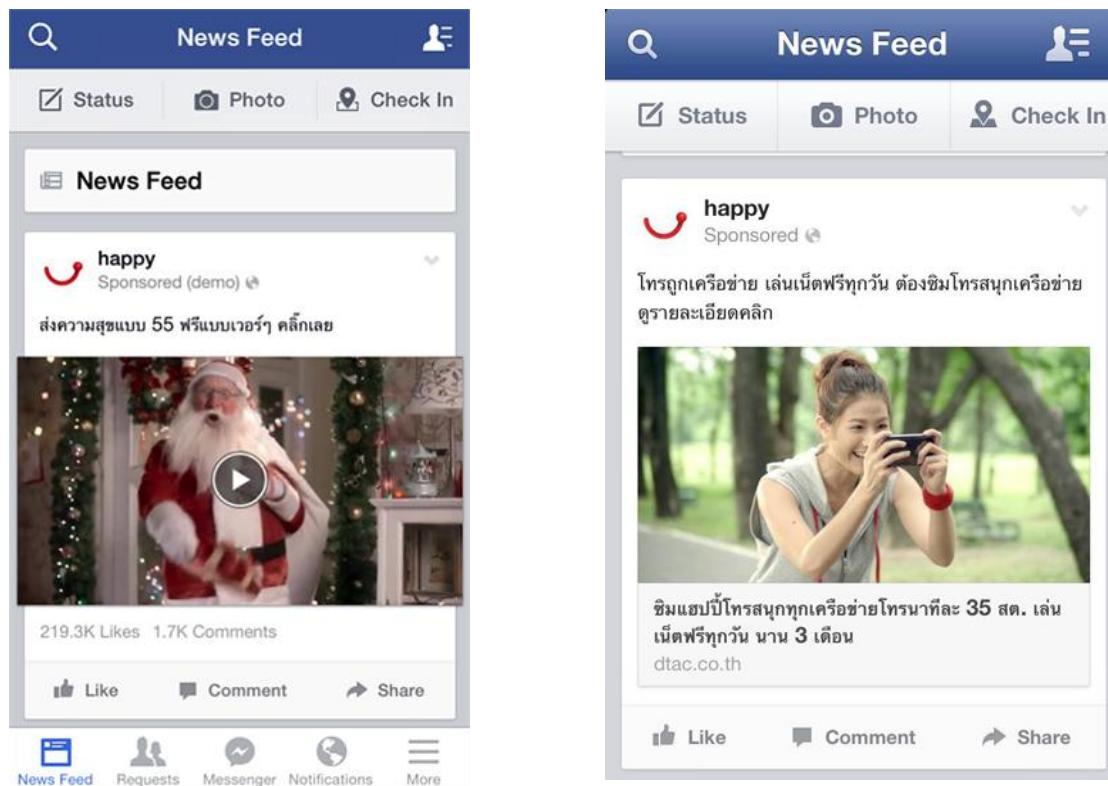
Sản phẩm đã sử dụng

- Trang
- Quảng cáo
- Bảng tin trên máy tính
- Bảng tin trên thiết bị di động
- Đối tượng tùy chỉnh

Mục tiêu

- Tăng nhận thức về thương hiệu
- Tăng doanh số trực tuyến

Sáng tạo của họ



Thành công của họ

Khách hàng happy mới

Các chiến dịch trên Facebook của dtac đã hướng được sự nhận thức đáng kể cũng như ý định mua trong giới trẻ Thái Lan. Các chiến dịch đó cũng đã có tác động đáng kể về số lần phát video về thương hiệu cũng như doanh số bán thẻ SIM trả trước của dtac. Các kết quả quan trọng đã giành được:

- Đã tiếp cận 13 triệu thuê bao chưa sử dụng dịch vụ của dtac tại Thái Lan thông qua cụm tùy chỉnh
- Tăng 12% tỷ lệ nhận thức về thương hiệu ở những người từ 13 đến 17 tuổi, so với những người chưa được tiếp cận với chiến dịch
- Tăng 9% ý định mua hàng giữa những người từ 18 đến 24 tuổi
- Lợi nhuận từ quảng cáo tăng 36 lần
- Lựa chọn trực tiếp đến từ Facebook tăng 19%.