|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nền Tảng** | **Hình Thức Quảng Cáo** | **Cách Triển Khai** | **Hiệu Quả** |
| **Facebook Ads** | - Quảng cáo hiển thị (Image Ads)  - Quảng cáo video  - Carousel  - Story Ads  - Quảng cáo lead (Lead Ads) | - Quản lý qua Facebook Ads Manager  - Nhắm mục tiêu theo độ tuổi, sở thích, hành vi, vị trí  - Tối ưu hóa chi phí theo CPC, CPM, CPA | Phù hợp với các chiến dịch tiếp cận đối tượng rộng, đặc biệt là sản phẩm tiêu dùng và thời trang |
| **Google Ads** | - Quảng cáo tìm kiếm (Search Ads)  - Quảng cáo hiển thị (Display Ads)  - Quảng cáo video trên YouTube  - Quảng cáo mua sắm (Shopping Ads) | - Quản lý qua Google Ads  - Chọn từ khóa mục tiêu, tùy chỉnh quảng cáo  - Tối ưu hóa theo CPC, CPM, CPA  a | Hiệu quả trong việc thúc đẩy chuyển đổi trực tiếp, đặc biệt trong thương mại điện tử, dịch vụ, B2B |
| **TikTok Ads** | - Quảng cáo in-feed  - Brand takeover  - Top view  - Hashtag challenge  - Quảng cáo hiệu ứng | - Quản lý qua TikTok Ads Manager  - Nhắm mục tiêu theo độ tuổi, sở thích, hành vi  - Tạo nội dung sáng tạo và tương tác cao  a | Hiệu quả với đối tượng trẻ, đặc biệt là các chiến dịch sáng tạo và tương tác cao |
| **Zalo** | Zalo Ads (Zalo Official Account, Zalo News Feed, Zalo Post) | Quản lý qua Zalo Ads Manager, nhắm mục tiêu theo độ tuổi, giới tính, vị trí địa lý | Phù hợp với đối tượng người dùng tại Việt Nam, hiệu quả với các chiến dịch địa phương và ngành dịch vụ |

# Hình thức marketing trên các nền tảng:

# 2. Định nghĩa các loại hình marketing:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Loại Hình Quảng Cáo** | **Định Nghĩa** | **Mục Tiêu** | **Ví Dụ** |
| **Quảng Cáo Hiển Thị (Image Ads)** | Hình ảnh tĩnh hoặc động hiển thị trên các trang web, ứng dụng, hoặc trong luồng tin của mạng xã hội. | Tạo ấn tượng mạnh với người dùng, tăng nhận diện thương hiệu, thúc đẩy hành động như nhấp vào quảng cáo. | Banner quảng cáo trên trang web hoặc hình ảnh quảng cáo trong dòng tin của Facebook. |
| **Quảng Cáo Video** | Quảng cáo sử dụng video để truyền tải thông điệp marketing, có thể xuất hiện trên trang web, ứng dụng, hoặc trước khi phát video trên YouTube. | Tạo trải nghiệm hấp dẫn, trực quan, dễ dàng nhớ tới sản phẩm hoặc thương hiệu. | Video quảng cáo trên YouTube hoặc TikTok. |
| **Carousel Ads** | Quảng cáo dạng carousel cho phép hiển thị nhiều hình ảnh hoặc video trong một quảng cáo duy nhất, với mỗi phần có thể có liên kết riêng. | Giới thiệu nhiều sản phẩm, tính năng trong một không gian quảng cáo, tăng tương tác. | Quảng cáo trên Facebook hoặc Instagram cho phép người dùng lướt qua nhiều hình ảnh sản phẩm khác nhau. |
| **Story Ads** | Quảng cáo xuất hiện trong các câu chuyện (stories) trên Instagram, Facebook, hoặc Snapchat, thường kéo dài từ 5 đến 15 giây. | Tạo trải nghiệm toàn màn hình, tối đa hóa tương tác và chú ý từ người dùng. | Quảng cáo video ngắn trong story của Instagram. |
| **Lead Ads** | Quảng cáo cho phép người dùng cung cấp thông tin cá nhân trực tiếp qua biểu mẫu trong quảng cáo mà không cần rời khỏi nền tảng. | Thu thập thông tin khách hàng tiềm năng cho các chiến dịch tiếp thị sau này. | Biểu mẫu đăng ký nhận bản tin qua email trên Facebook. |
| **Quảng Cáo Tìm Kiếm (Search Ads)** | Quảng cáo xuất hiện trên trang kết quả tìm kiếm của các công cụ tìm kiếm như Google, dựa trên từ khóa mà người dùng nhập vào. | Tăng khả năng hiển thị và thu hút nhấp chuột từ những người đang tìm kiếm thông tin liên quan. | Quảng cáo liên kết xuất hiện trên đầu trang kết quả tìm kiếm của Google khi tìm "mua điện thoại di động". |
| **Quảng Cáo Hiển Thị (Display Ads)** | Quảng cáo xuất hiện trên các trang web, ứng dụng qua mạng hiển thị như Google Display Network, thường là hình ảnh, video, hoặc đa phương tiện khác. | Nhắm mục tiêu người dùng khi họ duyệt web hoặc sử dụng ứng dụng, tăng nhận diện thương hiệu. | Banner quảng cáo trên các trang web tin tức hoặc blog. |
| **Quảng Cáo Video Trên YouTube** | Quảng cáo xuất hiện trước, trong, hoặc sau video YouTube, có thể là video không thể bỏ qua (non-skippable) hoặc có thể bỏ qua sau vài giây (skippable). | Tạo ra sự tương tác cao với người xem thông qua nội dung video được chọn lọc và nhắm mục tiêu chính xác. | Video quảng cáo trước khi bắt đầu một video YouTube. |
| **Quảng Cáo Mua Sắm (Shopping Ads)** | Quảng cáo hiển thị hình ảnh sản phẩm cùng thông tin giá cả và liên kết trực tiếp đến trang sản phẩm trên trang web của nhà bán hàng, thường trong kết quả tìm kiếm. | Tăng khả năng chuyển đổi bằng cách cho phép người dùng xem sản phẩm và giá cả trực tiếp trong kết quả tìm kiếm. | Danh sách các sản phẩm với hình ảnh, tên và giá cả xuất hiện khi tìm kiếm "mua máy tính xách tay". |
| **Quảng Cáo In-Feed (In-Feed Ads)** | Quảng cáo xuất hiện trong dòng nội dung tự nhiên của người dùng trên các nền tảng như TikTok, Facebook, hoặc Instagram, có thể là hình ảnh, video hoặc nội dung tương tác khác. | Hòa lẫn quảng cáo vào trải nghiệm duyệt nội dung tự nhiên của người dùng, tạo cảm giác ít bị làm phiền hơn và tăng cơ hội tương tác. | Video quảng cáo xuất hiện khi bạn lướt qua các video trên TikTok. |
| **Brand Takeover** | Quảng cáo toàn màn hình xuất hiện ngay khi người dùng mở ứng dụng, thường chỉ hiển thị cho một nhà quảng cáo trong một khoảng thời gian nhất định. | Tạo ấn tượng mạnh mẽ và tiếp cận tối đa người dùng ngay khi họ bắt đầu sử dụng ứng dụng. | Quảng cáo toàn màn hình khi mở TikTok lần đầu trong ngày. |
| **Top View** | Quảng cáo tương tự như In-Feed Ads, nhưng được đặt ở vị trí nổi bật nhất trong luồng nội dung, thường là video đầu tiên mà người dùng nhìn thấy. | Tối đa hóa sự chú ý bằng cách đảm bảo quảng cáo là nội dung đầu tiên người dùng thấy khi mở ứng dụng. | Video quảng cáo đầu tiên xuất hiện khi mở TikTok và bắt đầu lướt video. |
| **Hashtag Challenge** | Chiến dịch quảng cáo trên TikTok, nơi nhà quảng cáo khuyến khích người dùng tham gia thử thách bằng cách tạo và chia sẻ nội dung liên quan đến một hashtag cụ thể. | Tăng cường sự tương tác và lan tỏa thương hiệu thông qua nội dung do người dùng tạo ra. | Thử thách TikTok với hashtag riêng, như thử thách nhảy với một bài hát hoặc động tác cụ thể. |
| **Quảng Cáo Hiệu Ứng (Branded Effects)** | Các hiệu ứng đặc biệt được tạo ra cho người dùng TikTok, Snapchat sử dụng trong video của họ, thường bao gồm các hiệu ứng AR hoặc bộ lọc. | Tăng cường tương tác với thương hiệu bằng cách cho phép người dùng tự tạo nội dung sử dụng các hiệu ứng đặc biệt của thương hiệu. | Bộ lọc hoặc hiệu ứng đặc biệt có logo hoặc sản phẩm của thương hiệu khi người dùng quay video trên TikTok. |

# 3. Một số ví dụ cụ thể:

## 3.1 Facebook

* **Image Ads**:
  + *Ví dụ*: Một thương hiệu thời trang có thể tạo quảng cáo hình ảnh về bộ sưu tập mới nhất của mình, nhắm mục tiêu đến phụ nữ từ 18-35 tuổi có sở thích về thời trang và mua sắm trực tuyến.
* **Video Ads**:
  + *Ví dụ*: Một công ty công nghệ giới thiệu sản phẩm mới như smartphone thông qua video quảng cáo ngắn, với hiệu ứng và âm thanh nổi bật để thu hút người dùng.
* **Lead Ads**:
  + *Ví dụ*: Một trường học trực tuyến có thể sử dụng quảng cáo lead để thu thập thông tin liên hệ của những người quan tâm đến các khóa học miễn phí thông qua biểu mẫu đơn giản.

## 3.2. Google

* **Search Ads**:
  + *Ví dụ*: Một công ty du lịch có thể chạy quảng cáo tìm kiếm khi người dùng tìm kiếm cụm từ "du lịch giá rẻ đến Đà Nẵng", hướng người dùng đến trang đặt tour của họ.
* **Display Ads**:
  + *Ví dụ*: Một nhà sản xuất ô tô có thể chạy quảng cáo hiển thị trên các trang web về ô tô, giới thiệu về mẫu xe mới với hình ảnh đẹp mắt và thông điệp hấp dẫn.
* **Shopping Ads**:
  + *Ví dụ*: Một cửa hàng trực tuyến có thể hiển thị quảng cáo mua sắm với hình ảnh sản phẩm, giá cả và đánh giá khi người dùng tìm kiếm "giày thể thao Nike".

## 3.3. TikTok

* **In-feed Ads**:
  + *Ví dụ*: Một nhãn hàng mỹ phẩm có thể chạy quảng cáo in-feed, nơi video quảng cáo sản phẩm mới sẽ xuất hiện xen lẫn giữa các video người dùng theo dõi, kèm theo nút "Mua ngay".
* **Hashtag Challenge**:
  + *Ví dụ*: Một thương hiệu nước giải khát có thể khởi xướng thử thách hashtag, khuyến khích người dùng TikTok tạo video nhảy theo điệu nhạc thương hiệu và sử dụng hashtag của chiến dịch.
* **Branded Effects**:
  + *Ví dụ*: Một công ty sản xuất phần mềm có thể tạo ra hiệu ứng tùy chỉnh (filter) mà người dùng có thể áp dụng vào video của họ, qua đó lan tỏa thương hiệu một cách tự nhiên.

## 3.4. Zalo

* **Zalo Official Account**:
  + *Ví dụ*: Một ngân hàng có thể sử dụng tài khoản Zalo Official để gửi tin nhắn quảng cáo về các sản phẩm mới như thẻ tín dụng hoặc dịch vụ ngân hàng điện tử đến danh sách khách hàng đăng ký.
* **Zalo News Feed Ads**:
  + *Ví dụ*: Một nhà hàng có thể chạy quảng cáo trên News Feed của Zalo để giới thiệu các món ăn mới, kèm theo ưu đãi đặc biệt dành cho người dùng gần địa điểm nhà hàng.
* **Zalo Post**:
  + *Ví dụ*: Một công ty bất động sản có thể sử dụng Zalo Post để đăng bài giới thiệu dự án căn hộ mới, kèm theo hình ảnh, thông tin chi tiết và số điện thoại liên hệ.

## 3.5. Phân tích thêm về các chiến dịch này

* Các ví dụ trên đều cho thấy cách các thương hiệu và doanh nghiệp sử dụng quảng cáo trên các nền tảng khác nhau để tiếp cận đối tượng mục tiêu, tối ưu hóa chiến dịch theo từng đặc thù của nền tảng.
* Điều quan trọng là hiểu rõ đối tượng mục tiêu và mục tiêu chiến dịch để lựa chọn đúng nền tảng và hình thức quảng cáo phù hợp.

# 4. Hình thức marketing thông qua KOL:

Định nghĩa: Marketing thông qua KOL (Key Opinion Leader) hay Influencer Marketing là một chiến lược sử dụng uy tín và tầm ảnh hưởng của các cá nhân nổi tiếng trong lĩnh vực cụ thể để quảng bá sản phẩm hoặc dịch vụ. Đây là một hình thức marketing phổ biến và hiệu quả, đặc biệt trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, và Zalo.

## 4.1 Các Hình Thức Marketing Qua KOL

1. **Sponsored Posts (Bài viết tài trợ)**
   * **Ví dụ**: Một nhãn hàng mỹ phẩm có thể trả tiền cho một beauty blogger để tạo một bài viết hoặc video đánh giá sản phẩm mới của họ trên Instagram. Bài đăng sẽ bao gồm hình ảnh, video của sản phẩm cùng với cảm nhận và khuyến nghị từ KOL.
2. **Product Placement (Sản phẩm xuất hiện trong nội dung)**
   * **Ví dụ**: Một thương hiệu đồ uống có thể hợp tác với một YouTuber nổi tiếng để sản phẩm của họ xuất hiện trong video của KOL, chẳng hạn như khi KOL uống nước trong khi quay video về một chủ đề khác.
3. **Giveaways (Tặng quà)**
   * **Ví dụ**: Một công ty công nghệ có thể hợp tác với một KOL để tổ chức chương trình giveaway, nơi người theo dõi KOL có thể tham gia cuộc thi để giành được các sản phẩm mới ra mắt, đồng thời tăng lượng tiếp cận và tương tác với thương hiệu.
4. **Affiliate Marketing (Tiếp thị liên kết)**
   * **Ví dụ**: Một trang thương mại điện tử có thể cung cấp cho KOL một mã giảm giá hoặc đường link liên kết đặc biệt. Khi người theo dõi sử dụng mã hoặc link này để mua sắm, KOL sẽ nhận được hoa hồng từ các giao dịch.
5. **Brand Ambassadorship (Đại sứ thương hiệu)**
   * **Ví dụ**: Một thương hiệu thời trang có thể chọn một KOL nổi tiếng để trở thành đại sứ thương hiệu. KOL này sẽ đại diện cho thương hiệu trong các chiến dịch quảng cáo dài hạn, xuất hiện trong các sự kiện, và quảng bá các sản phẩm mới.
6. **Event Hosting (Tổ chức sự kiện)**
   * **Ví dụ**: Một nhãn hàng làm đẹp có thể mời một KOL nổi tiếng tham gia tổ chức hoặc làm host cho một sự kiện ra mắt sản phẩm mới. KOL sẽ thu hút người tham dự thông qua sự nổi tiếng của mình, đồng thời chia sẻ về trải nghiệm sản phẩm trong sự kiện.
7. **Live Streaming (Phát trực tiếp)**
   * **Ví dụ**: Một thương hiệu thời trang có thể hợp tác với một KOL để tổ chức buổi livestream, nơi KOL thử trang phục, tư vấn cách phối đồ và trả lời câu hỏi từ khán giả, qua đó giúp sản phẩm tiếp cận rộng rãi hơn.

## 4.2 Hiệu Quả Của Marketing Qua KOL

* **Tăng cường uy tín thương hiệu**: KOL thường có lượng người theo dõi trung thành, do đó khi họ giới thiệu sản phẩm, người dùng sẽ tin tưởng hơn.
* **Tiếp cận đúng đối tượng mục tiêu**: KOL có khả năng tiếp cận nhóm người theo dõi có cùng sở thích hoặc nhu cầu, giúp chiến dịch tiếp cận đúng khách hàng tiềm năng.
* **Tăng cường tương tác**: KOL thường có mức độ tương tác cao, nên khi họ chia sẻ nội dung về sản phẩm, người theo dõi thường sẽ thảo luận, chia sẻ hoặc thử sản phẩm, tạo ra sự lan tỏa mạnh mẽ.