



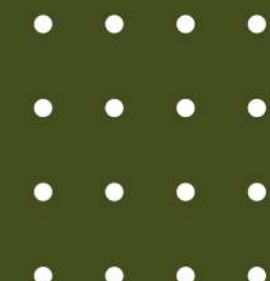
MARKETING MẠNG XÃ HỘI

TÂY BẮC - VỊ BẢN XƯA



GVHD: Nguyễn Huy Linh

Lớp: MS18102



Thực hiện: Nhóm 1

Thành viên nhóm



Nguyễn Hải Yến
PH29279



Nguyễn Văn Đạt
PH26217



Dương Lý Bằng
PH27377



Đàm Thu Trang
PH27126



Nguyễn Thị Thu Phương
PH29509



Trần Thị Nhật Anh
PH27763



Nguyễn Thị Thu Hoài
PH29648

CHƯƠNG 1: NGHIÊN CỨU DOANH NGHIỆP VÀ THỊ TRƯỜNG

CHƯƠNG 2: LÊN Ý TƯỞNG CHO CHIẾN DỊCH

CHƯƠNG 3: THỰC HIỆN CHIẾN DỊCH

CHƯƠNG 4: ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP



CHƯƠNG 1: NGHIÊN CỨU DOANH NGHIỆP VÀ THỊ TRƯỜNG



1. Tổng quan về doanh nghiệp

Tên thương hiệu: Tây Bắc – Vị bản xưa

Ngày thành lập: 11/5/2023



Logo thương hiệu



Sự khác biệt

- Uy tín tạo nên thương hiệu
- Trải nghiệm sản phẩm
- Chăm sóc khách hàng
- Đóng gói theo lựa chọn



Giá trị cốt lõi

- Khách hàng
- Sản phẩm – dịch vụ
- Văn hóa doanh nghiệp
- Triết lý kinh doanh



Tâm nhìn

Trở thành thương hiệu có sức hấp dẫn lớn và phạm vi phủ sóng toàn quốc.

Sứ mệnh

Mang đến cho khách hàng những sản phẩm chất lượng, uy tín, hương vị đặc trưng truyền thống của ẩm thực vùng núi rừng Tây Bắc thú vị.



Danh mục sản phẩm

FOOD & TEA MENU

FOOD

Trâu gác bếp
BBQ ở quán ở ngăn đông tủ lạnh. Sản phẩm nên ăn luôn sau khi sơ chế để cảm nhận hương vị.
700k/kg

Măng ớt
Món ăn kèm trong các bữa ăn đặc biệt là ăn sáng kết hợp cùng một bát mì tôm.
99k/hộp

Lạp xưởng
Bảo quản ở ngăn đông tủ lạnh, hạn sử dụng 1 năm kể từ ngày xuất xưởng.
160k/kg

Hạt dẻ
Có thể luộc ăn sao cho bụi bụi, rang lên để cảm nhận được mùi hương thơm lừng của Tây Bắc.
150k/kg

TEA & SPICE

Chè Shan tuyết
Chè được lọc top những loại chè ngon nhất và nổi tiếng nhất trên thế giới.
1.800k/lạng

Mật ong rừng
Mật ong nguyên chất đảm bảo được lấy 100% từ mật của chúng chủ ong trong rừng sâu.
600k/lit

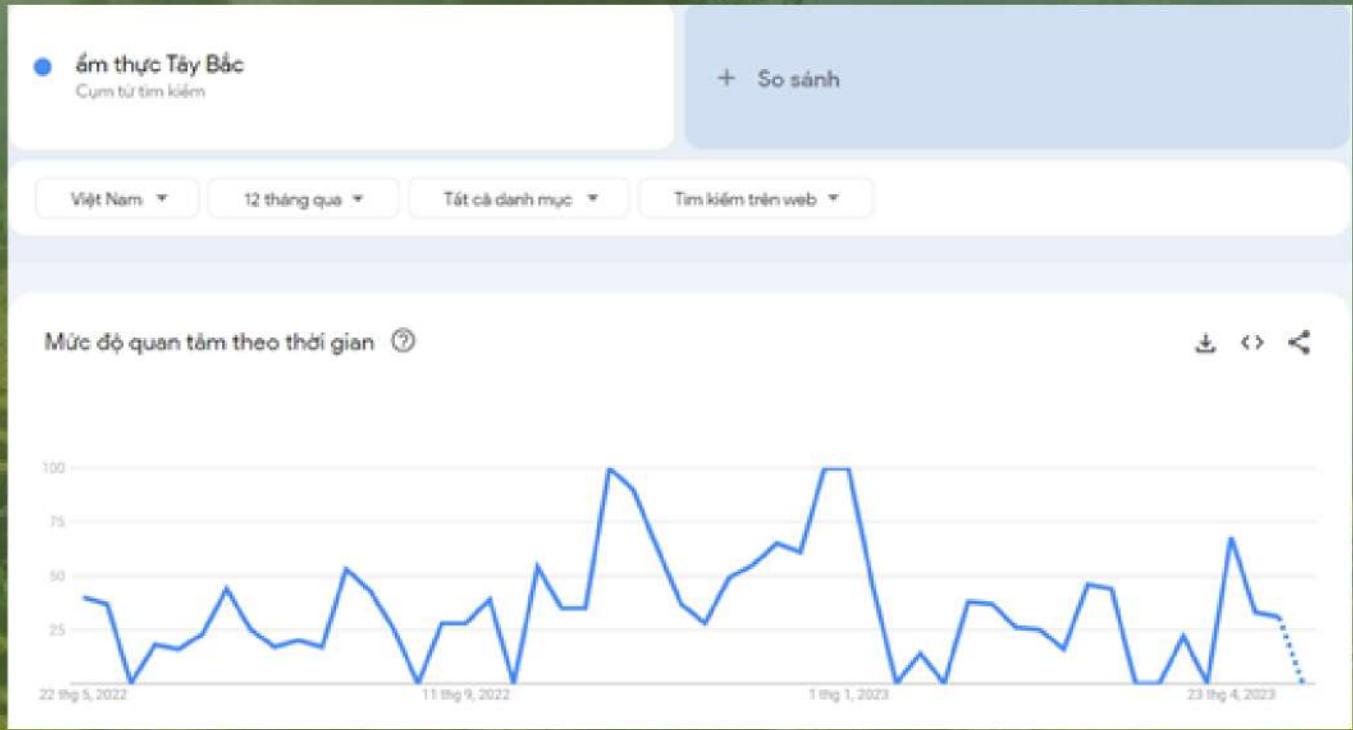
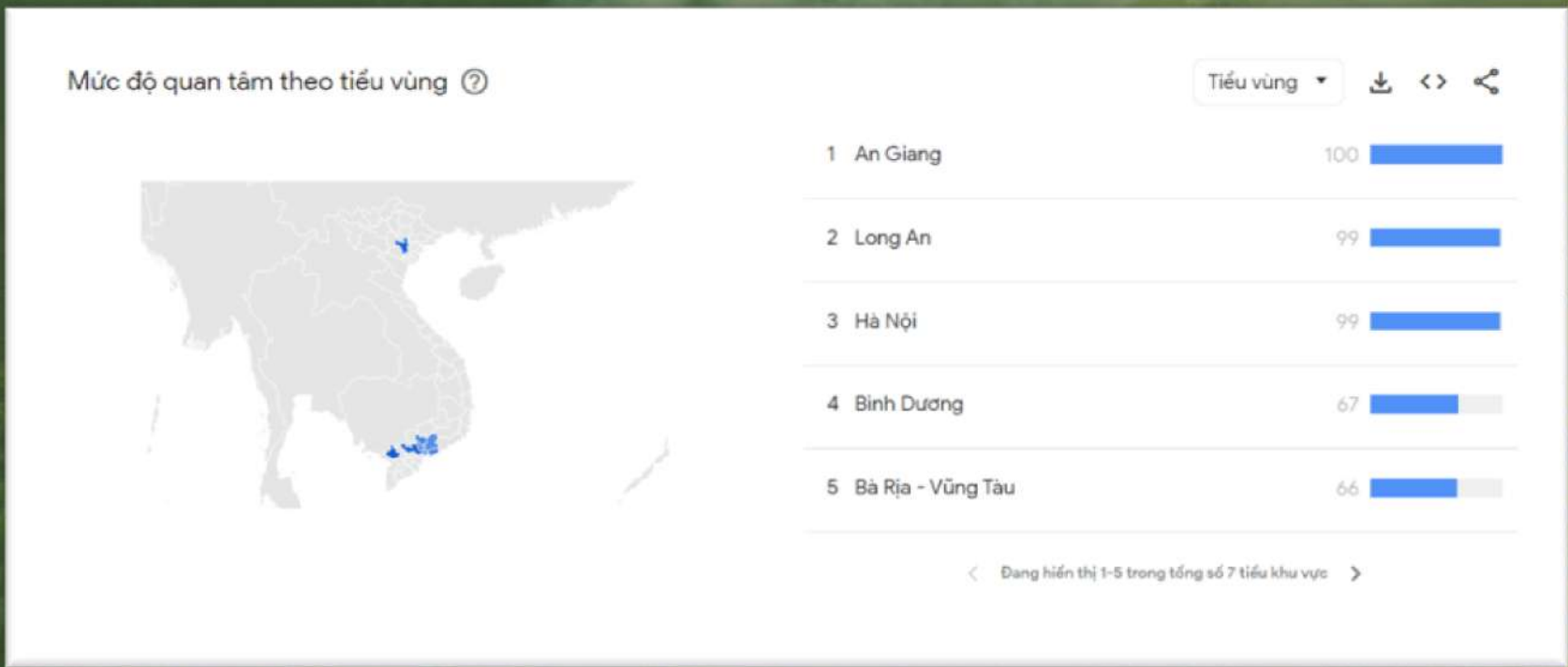
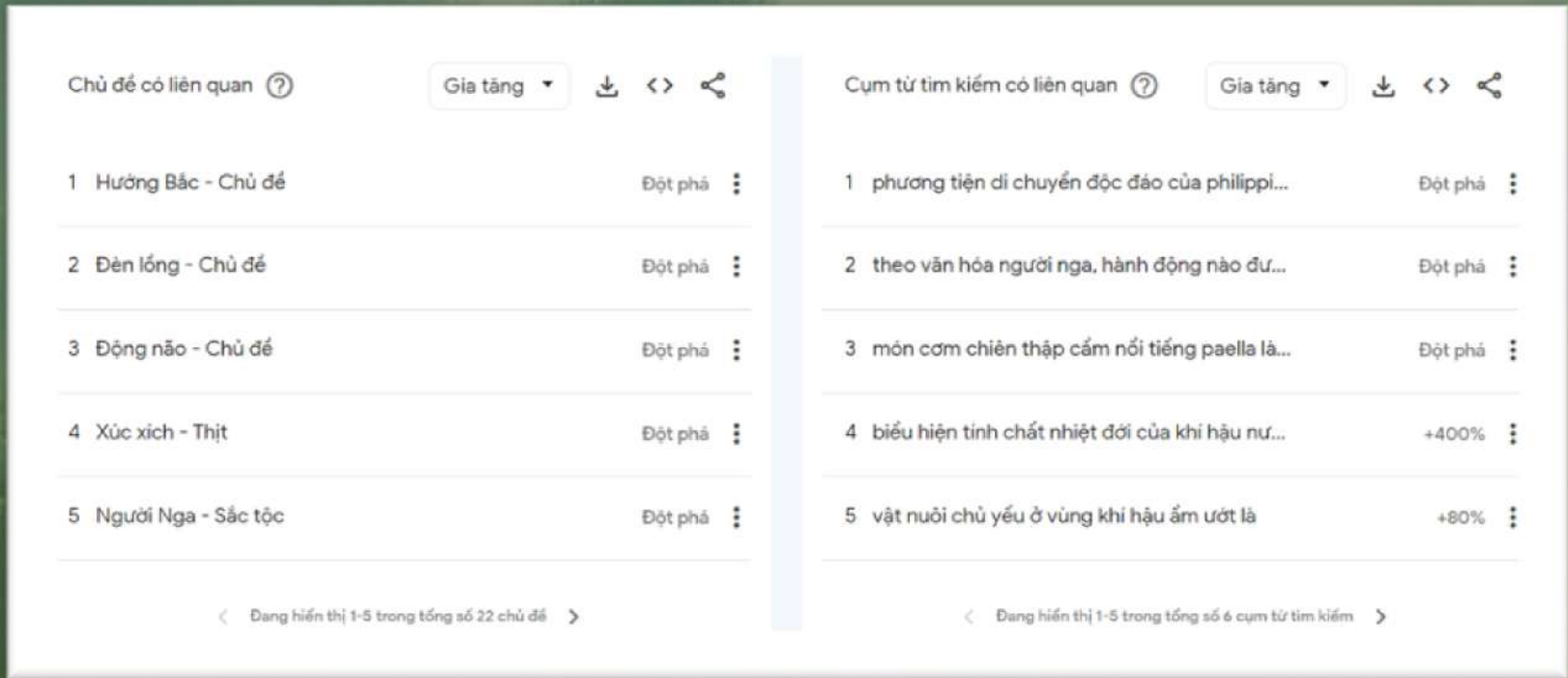
Hạt dổi, mắc khén
Thức chấm thần thánh không thể thiếu khi ăn kèm cùng với thịt trâu gác bếp, hoa quả ...
50k/hộp

☎ 0377009904

📍 Đường Trịnh Văn Bô, Phương Canh, Nam Từ Liêm, Hà Nội

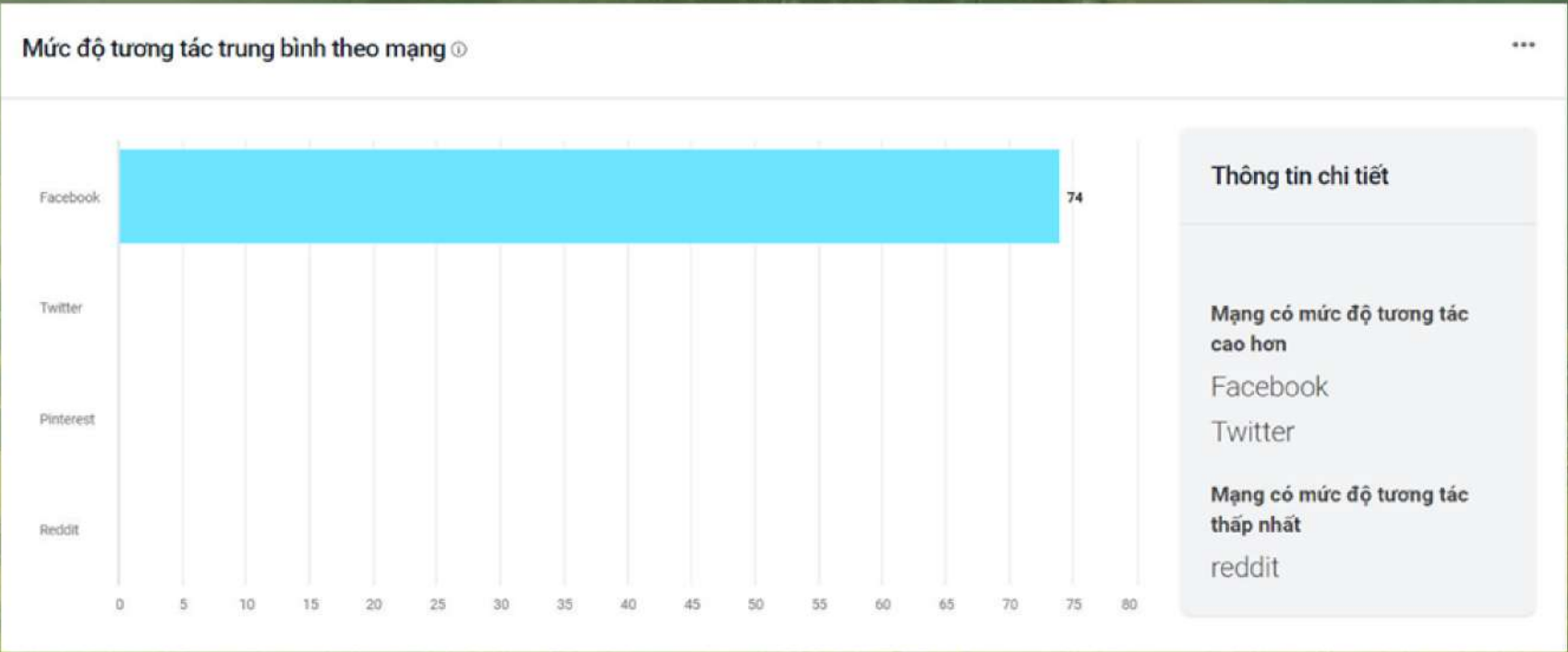
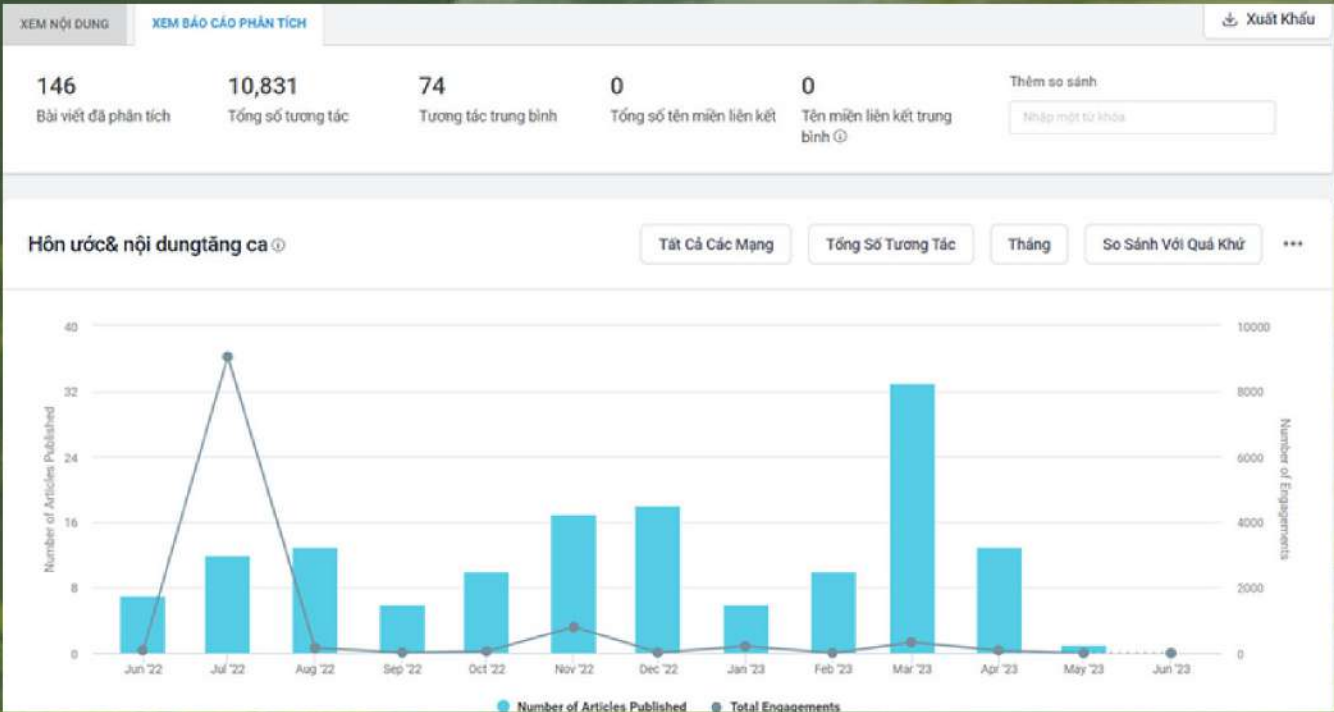
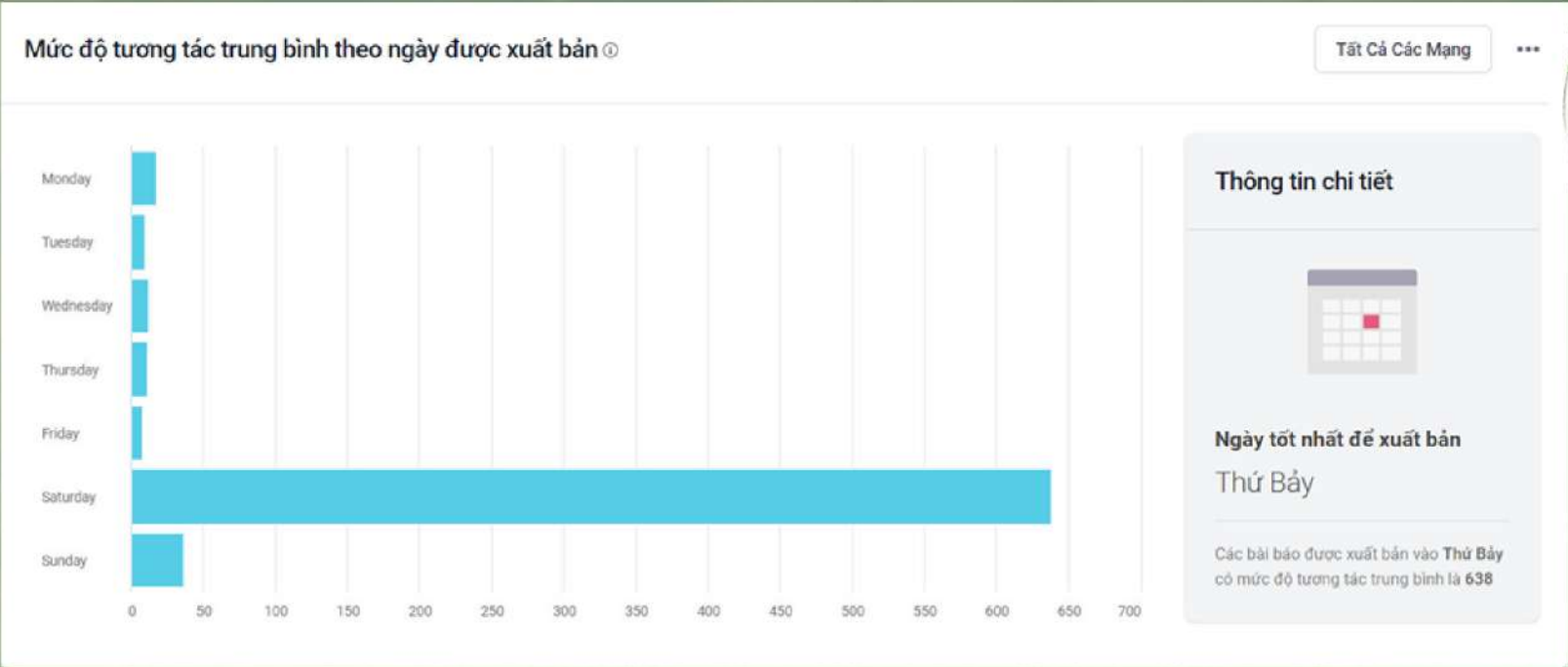
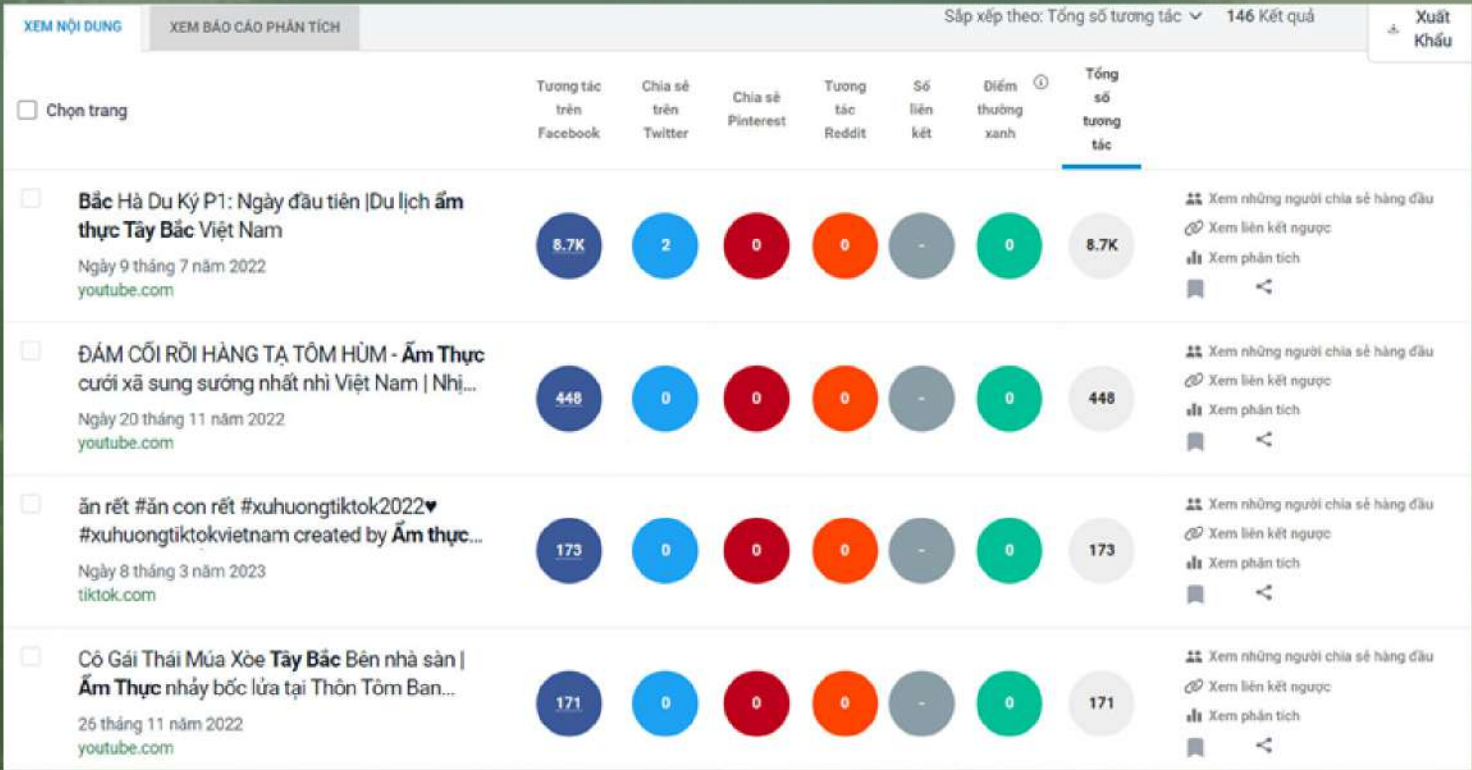


Nghiên cứu Google Trend



Đây là một tín hiệu tích cực cho ngành hàng mà doanh nghiệp đang cung cấp. Các chủ đề liên quan đến “ấm thực Tây Bắc” được tìm kiếm nhiều cũng như từ khóa có liên quan đang rất phong phú và đa dạng.

Nghiên cứu Buzzsumo



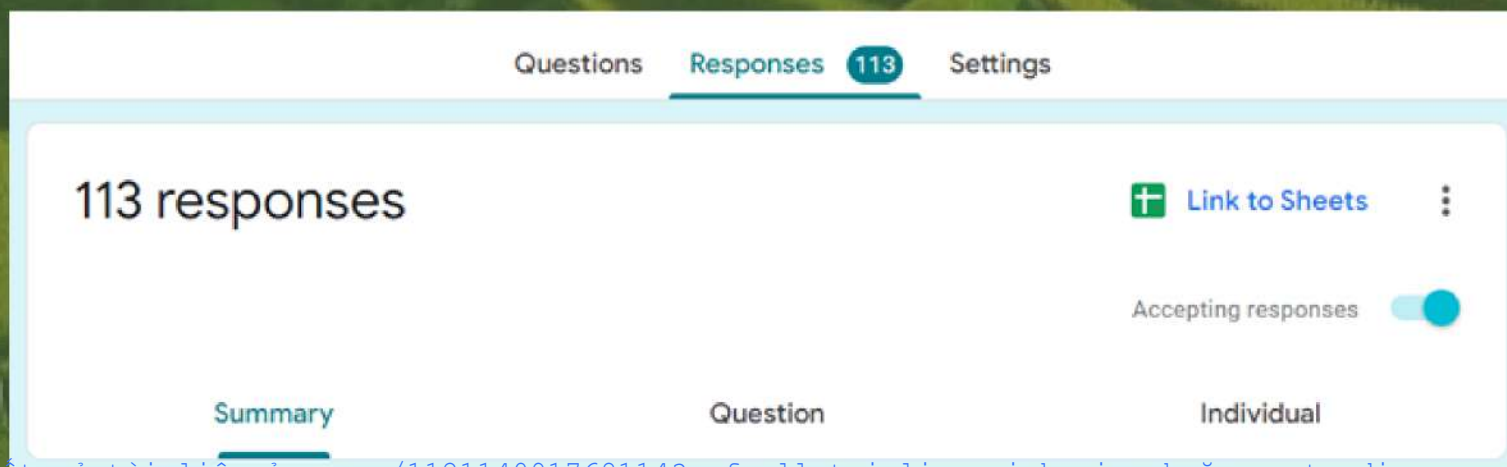
Lượng tương tác đặc biệt nhất là vào thứ 7 cuối tuần. Nội dung có liên quan đến “ẩm thực Tây Bắc” trên mạng xã hội rất đa dạng như: video, cotent ...

Bảng khảo sát



- Mục tiêu khảo sát: tìm ra chân dung khách hàng, nhu cầu mong muốn, yếu tố tâm lý hành vi, concept xây dựng thương hiệu.
- Nhu cầu sở thích: 11 câu
- Hành vi online: 6 câu hỏi
- Nhân khẩu học: 3 câu

Kết quả khảo sát



Khách hàng mục tiêu

Nhân khẩu học

Độ tuổi: 25 - 34 tuổi

Giới tính: Không phân biệt

Nghề nghiệp: nhân viên văn phòng, công chức nhà nước...

Thu nhập: Trên 10 triệu

Sở thích: Thích khám phá, trải nghiệm ẩm thực, đi du lịch, hòa mình với thiên nhiên, ẩm thực núi

Nhu cầu: rừng
Tham quan, nghỉ dưỡng, trải nghiệm

Hành vi trực tuyến

Tìm hiểu về lịch trình, địa điểm thiên nhiên, ẩm thực Tây Bắc qua các bài review, hình ảnh trên các phương tiện xã hội: Facebook, Instagram, Tiktok,...



Xây dựng đối thủ cạnh tranh



Đặc sản Tây Bắc-HUYỀN HUHO

Thành lập: 08/07/2021

Phân phối trực tiếp bằng hình thức online



Tiệm thịt gác bếp nhà làm

Thành lập: 19/05/2021

Phân phối trực tiếp bằng hình thức online

CHƯƠNG 2: LÊN Ý TƯỞNG CHO CHIẾN DỊCH



Ý tưởng và thời gian thực hiện

Tên chiến dịch và ý nghĩa

- Tên chiến dịch: "Trâu gác bếp rực cháy, chấm chéo chấm cay cay"
- Tagline: "Mang Trâu Gác Bếp về nhà, khám phá thêm những hương vị thượng hạng"

SLOGAN

- Thông điệp: "Món ngon Tây Bắc, sắc màu Việt thăng hoa!"
- Ý tưởng: Sử dụng chương trình khuyến mãi giảm giá sản phẩm

Ý tưởng và thời gian thực hiện

- Thời gian thực hiện: 25/5/2023 – 30/6/2023



Các giai đoạn chiến dịch

Giai đoạn 1: Sự chú ý

- Tạo tiêu đề nổi bật để thu hút sự chú ý
- Sử dụng hình ảnh, video sáng tạo
- Sử dụng câu chuyện, trích dẫn thú vị để khơi gợi sự tò mò

Giai đoạn 2: Sự quan tâm

- Cung cấp thông tin về sản phẩm
- Chia sẻ về cách sử dụng và chế biến
- Đưa ra các đánh giá tích cực của khách hàng đã trải nghiệm
- Chia sẻ về giá cả

Giai đoạn 3: Sự khao khát

- Đưa ra các đề xuất ưu đãi
- Tạo ra nội dung có tính gợi cảm xúc
- Giới hạn thời gian chương trình ưu đãi

Giai đoạn 4: Hành động

- Tạo lời kêu gọi hành động như " Mua ngay", "Liên hệ với chúng tôi",...
- Cung cấp thông tin liên hệ
- Sử dụng yếu tố kỳ thú như số lượng có hạn, thời gian đếm ngược

Lựa chọn nền tảng thực hiện chiến dịch

Nền tảng
Instagram



Nền tảng
Facebook



Nền tảng
Tik Tok



Nền tảng Facebook

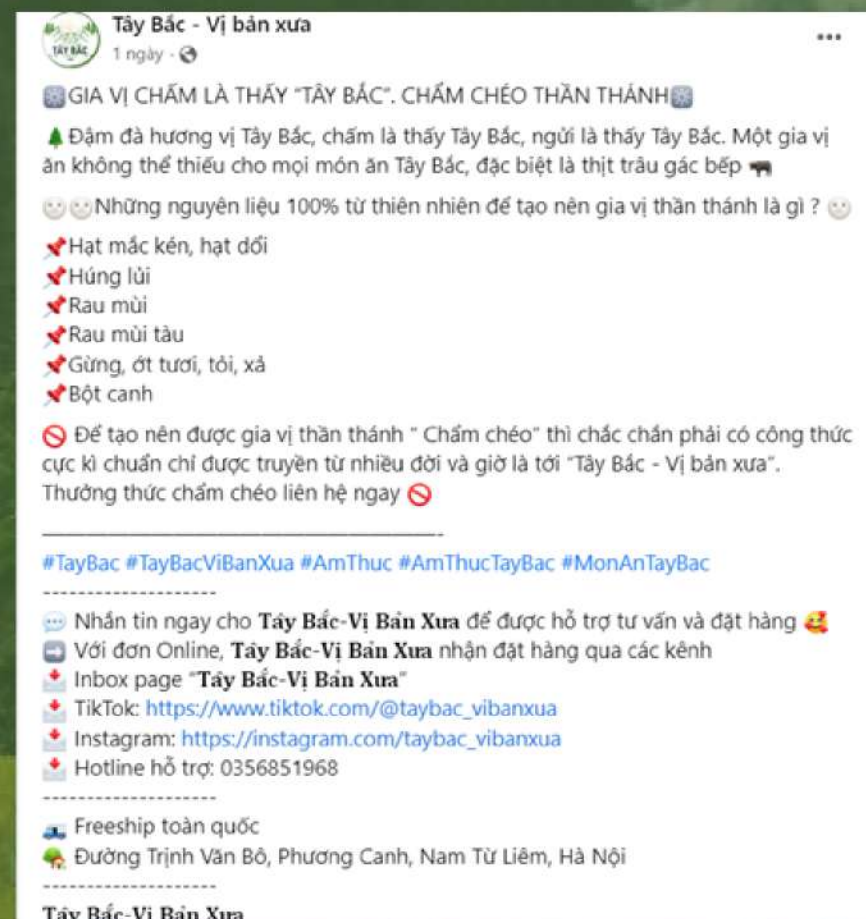


Tổng quan về page facebook Tây Bắc_Vị Bản Xưa

Mã QR Facebook Tây Bắc_Vị Bản Xưa

- Theo thống kê vào tháng 1/2023 thì có đến 91,6% lượt người dung và theo khảo sát của nhóm thì tỉ lệ chiếm 27,3% người tiêu dung sử dụng Facebook
- Hai đối thủ cạnh tranh mà nhóm lựa chọn cũng hoạt động và đã có thời gian khá lâu
- Quảng cáo trên Facebook dễ thực hiện, cũng có khả năng tùy biến cao
- Với ngân sách thấp, Facebook cũng giúp cho doanh nghiệp target đúng đối tượng với chi phí thấp

Lý do lựa chọn Facebook và DEMO





Tiêu chí	KPI
Lượt thích trang	100
Lượt tiếp cận bài viết (tự nhiên)	1.000
Lượt tiếp cận bài viết (trả phí)	10.000
Tổng lượt tương tác bài viết	1.000
Lượt hiển thị	10.000

- Ngân sách: 200.000đ cho chiến dịch tiếp cận
- Thời gian: chạy từ 3-5 ngày



Tiêu chí	KPI
Lượt theo dõi trang	100
Lượt tương tác với bài viết	100
Lượt tiếp cận trang	150



Tiêu chí	KPI
Lượt xem	5.000
Lượt theo dõi	100
Lượt tương tác (lượt thích, bình luận, chia sẻ)	100

Chương 3: THỰC HIỆN CHIẾN DỊCH MARKETING





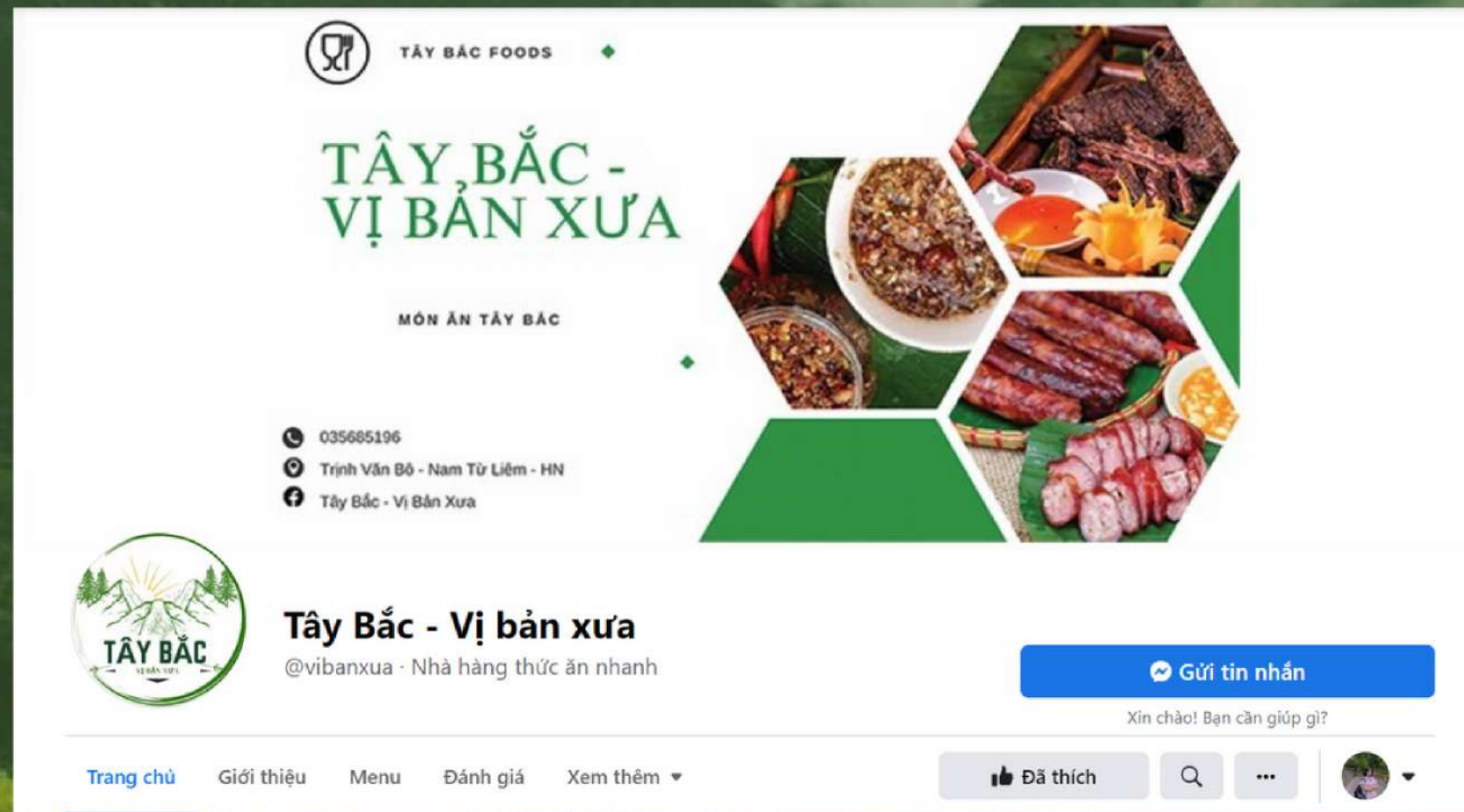
Thiết lập tối ưu kênh

**Đồng bộ hóa các kênh và
chiến dịch**

Xây dựng nội dung

Quảng cáo

1. Thiết lập tối ưu kênh Fanpage



Tên

URL

Thông tin trang

Ảnh đại diện

Ảnh bìa

Menu

Album ảnh



INSTAGRAM



Tên

Url

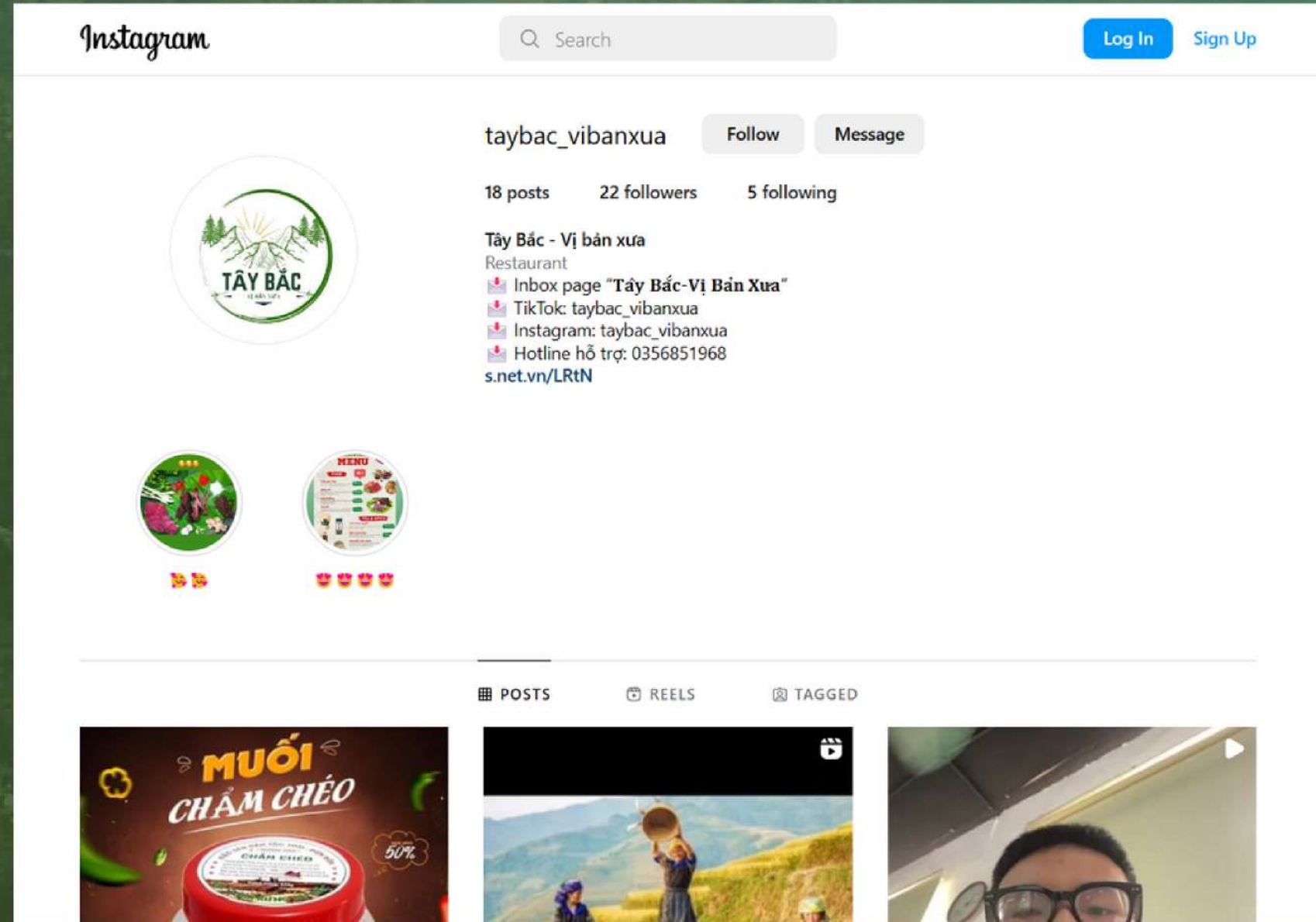
Tiểu sử

Thông tin doanh nghiệp

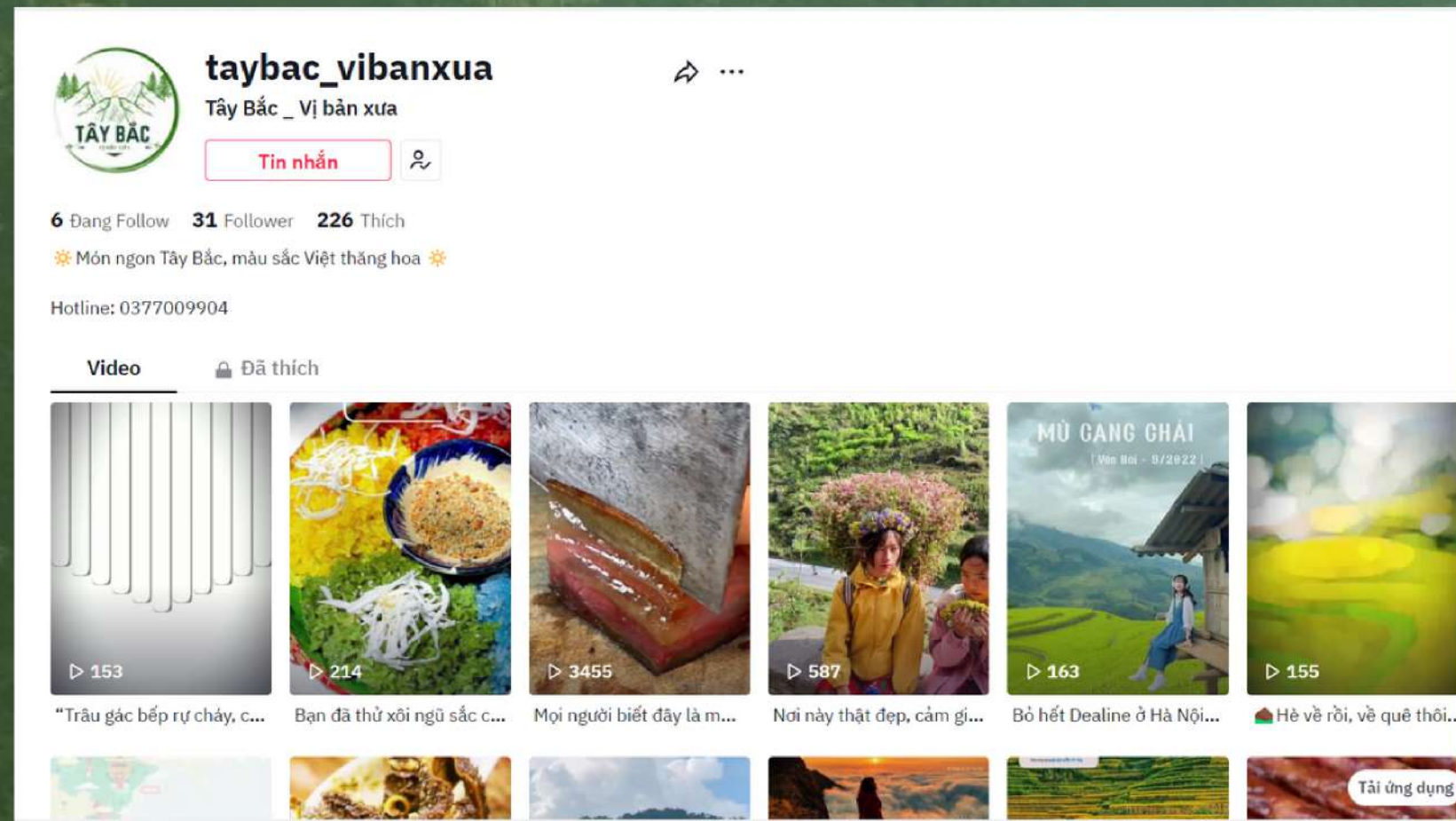
Ảnh đại diện

Video nổi bật

Menu



TIKTOK



Tên

Url

Tiểu sử

Thông tin doanh nghiệp

Ảnh đại diện

Tin nổi bật

Reels

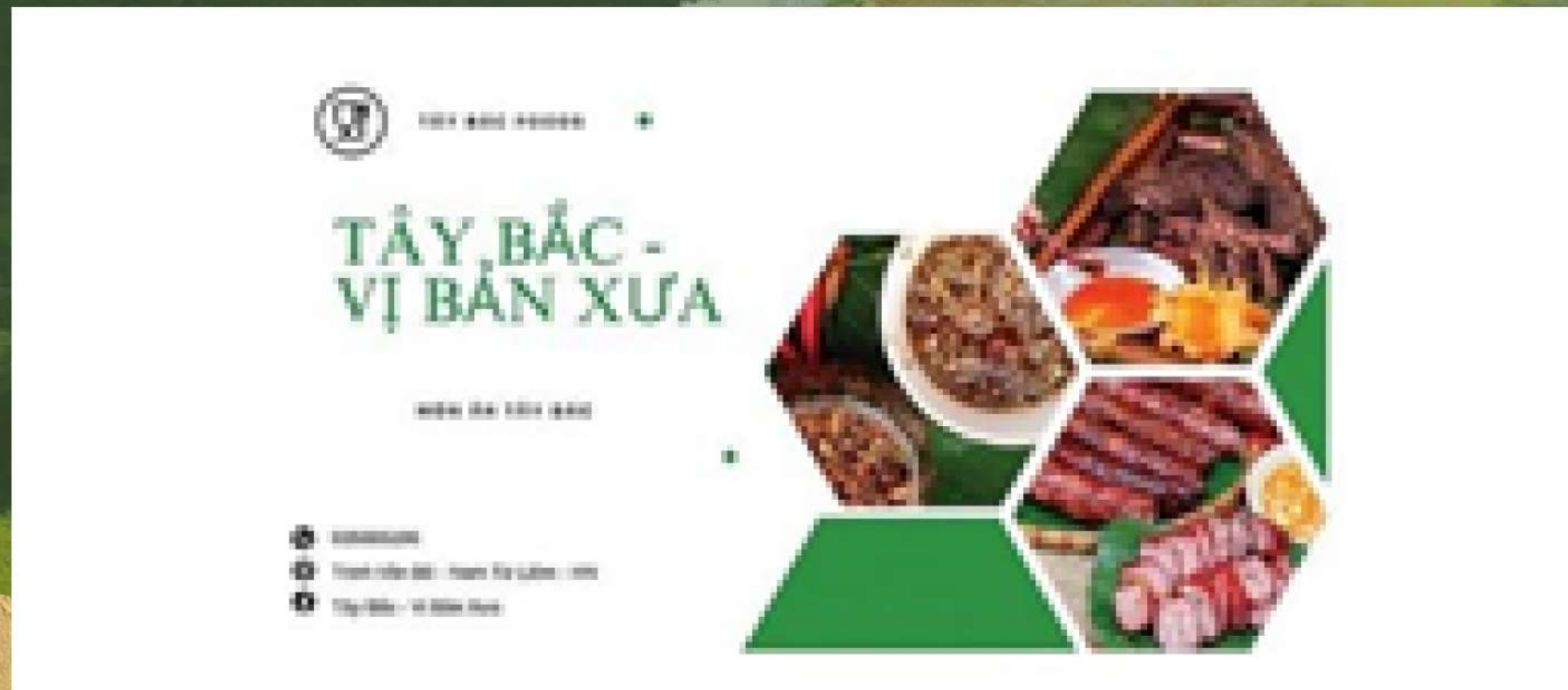
Tối ưu định dạng ảnh



Ảnh đại diện



Ảnh bài đăng



Ảnh bìa

Tối ưu hashtag



Tên doanh nghiệp:

#TayBac #TayBac-ViBanXua

Tên sản phẩm, tên nhóm sản phẩm:

#AmThuc#AmThucTayBac#MonAnTayBac#Thittrau
gacbep#Chamcheo#Matongrung#cheshantuyet

Trending:

#seagame2023#Dulich#Trend#trending#xuhuong#

TryItWithTiktok

Tây Bắc - Vị bản xưa
6 Tháng 6 lúc 21:51 · 🌐

🎉 ƯU ĐÃI #37% DUY NHẤT MỘT NGÀY 6.6 🎉
Thời gian sale từ 21h00-23h00
Khách yêu có ý định đặt hàng thì nhanh tay ib cho shop ngay luôn ạ
Từ thịt trâu gác bếp, măng ớt, thắng cố... đều sale 37%
🔥 Đây là ưu đãi chỉ có 1lần/năm tại Tây Bắc_Vị bản xưa nên các khách hàng yêu hãy tận dụng nhé
Nếu còn thắc mắc gì #inbox ngay cho Tây Bắc_Vị bản xưa ạ.

#TayBac #TayBacViBanXua #AmThuc #AmThucTayBac #MonAnTayBac

💬 Nhắn tin ngay cho **Tây Bắc-Vị Bản Xưa** để được hỗ trợ tư vấn và đặt hàng 🥰
➡ Với đơn Online, **Tây Bắc-Vị Bản Xưa** nhận đặt hàng qua các kênh
📧 Inbox page "**Tây Bắc-Vị Bản Xưa**"
📺 TikTok: https://www.tiktok.com/@taybac_vibanxua
📷 Instagram: https://instagram.com/taybac_vibanxua
☎ Hotline hỗ trợ: 0356851968

🚚 Freeship toàn quốc
📍 Đường Trịnh Văn Bô, Phương Canh, Nam Từ Liêm, Hà Nội

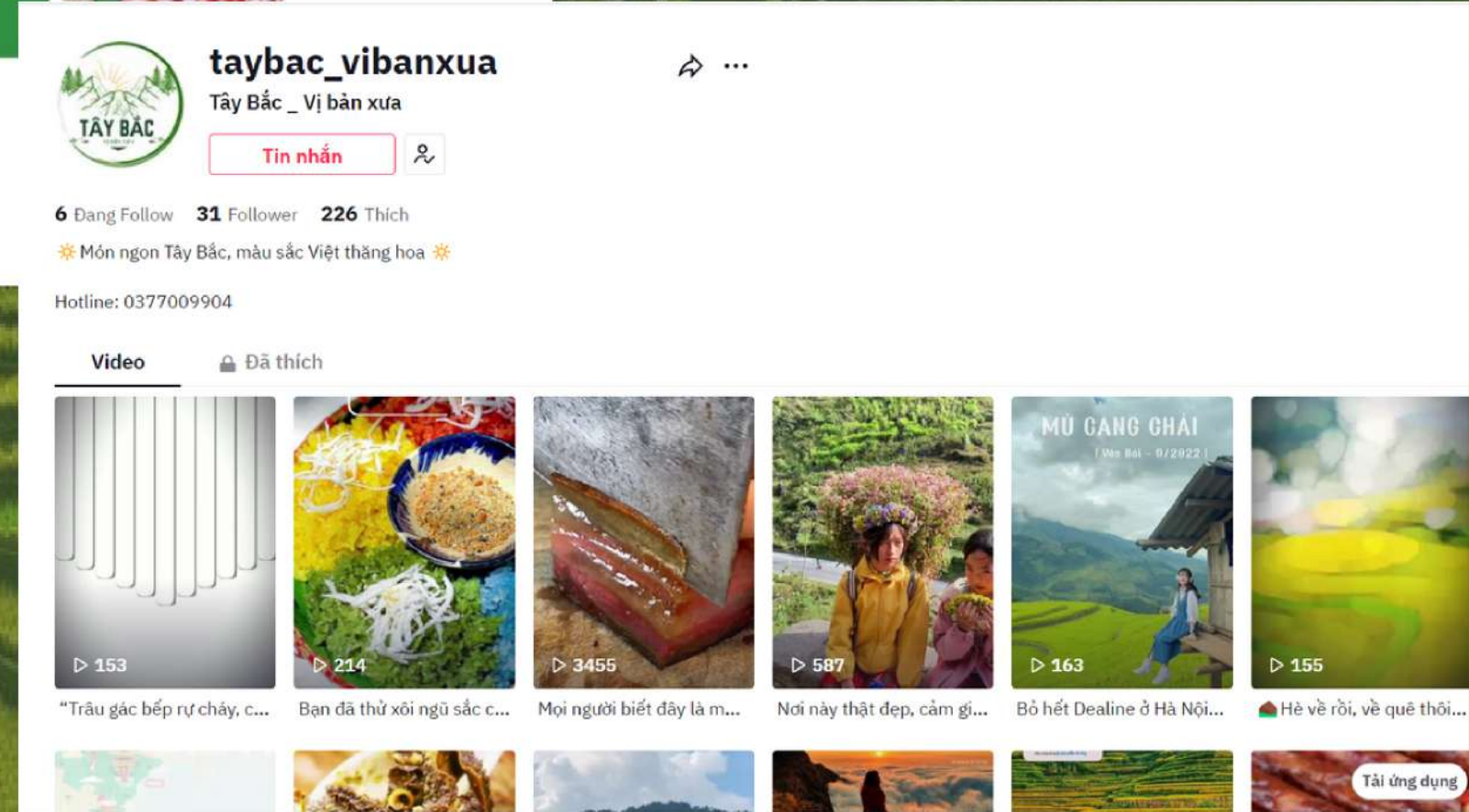
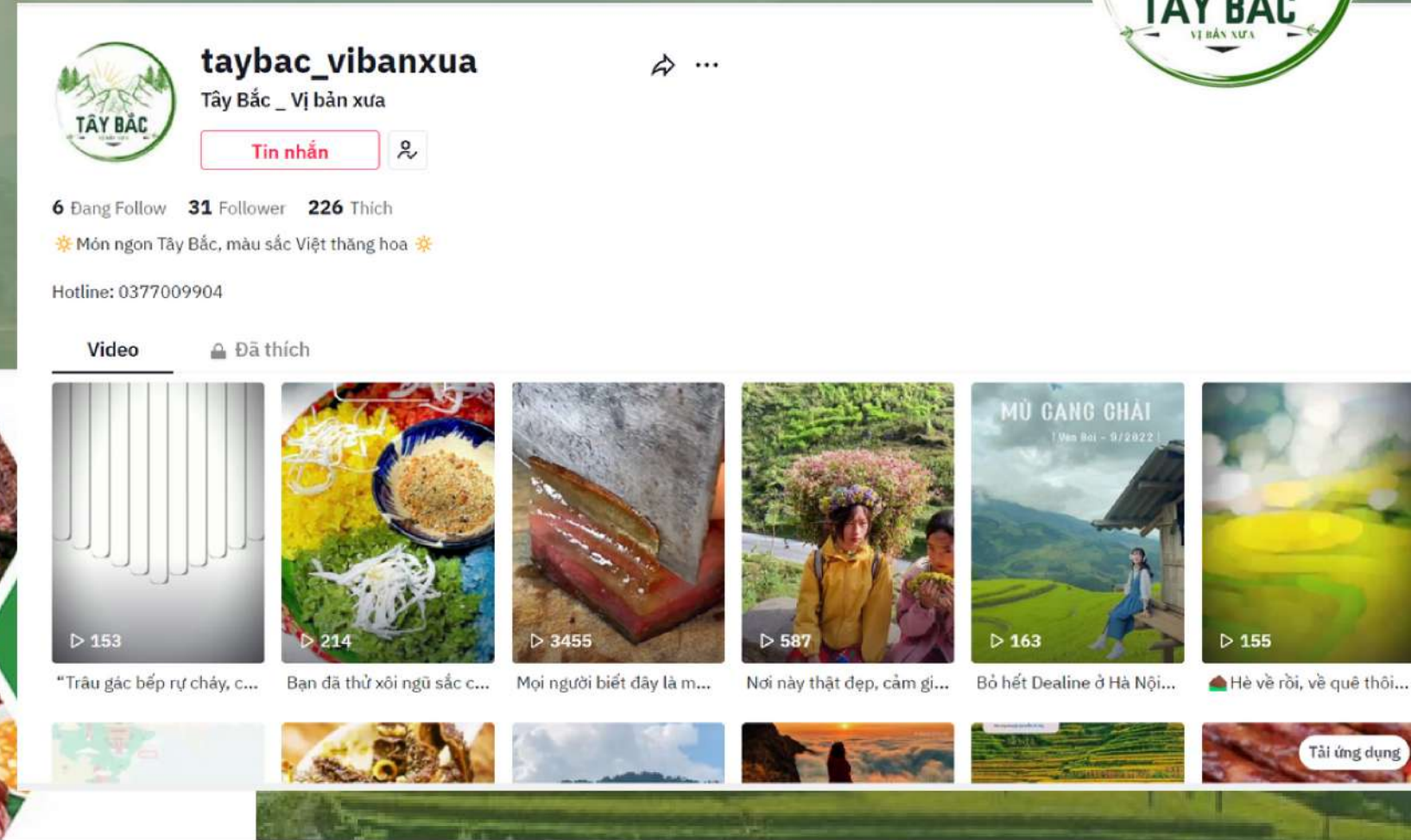
Tây Bắc-Vị Bản Xưa

6.6
SPECIAL SHOPPING DAY
BIG SALE

Đồng bộ hoá các kênh và chiến dịch

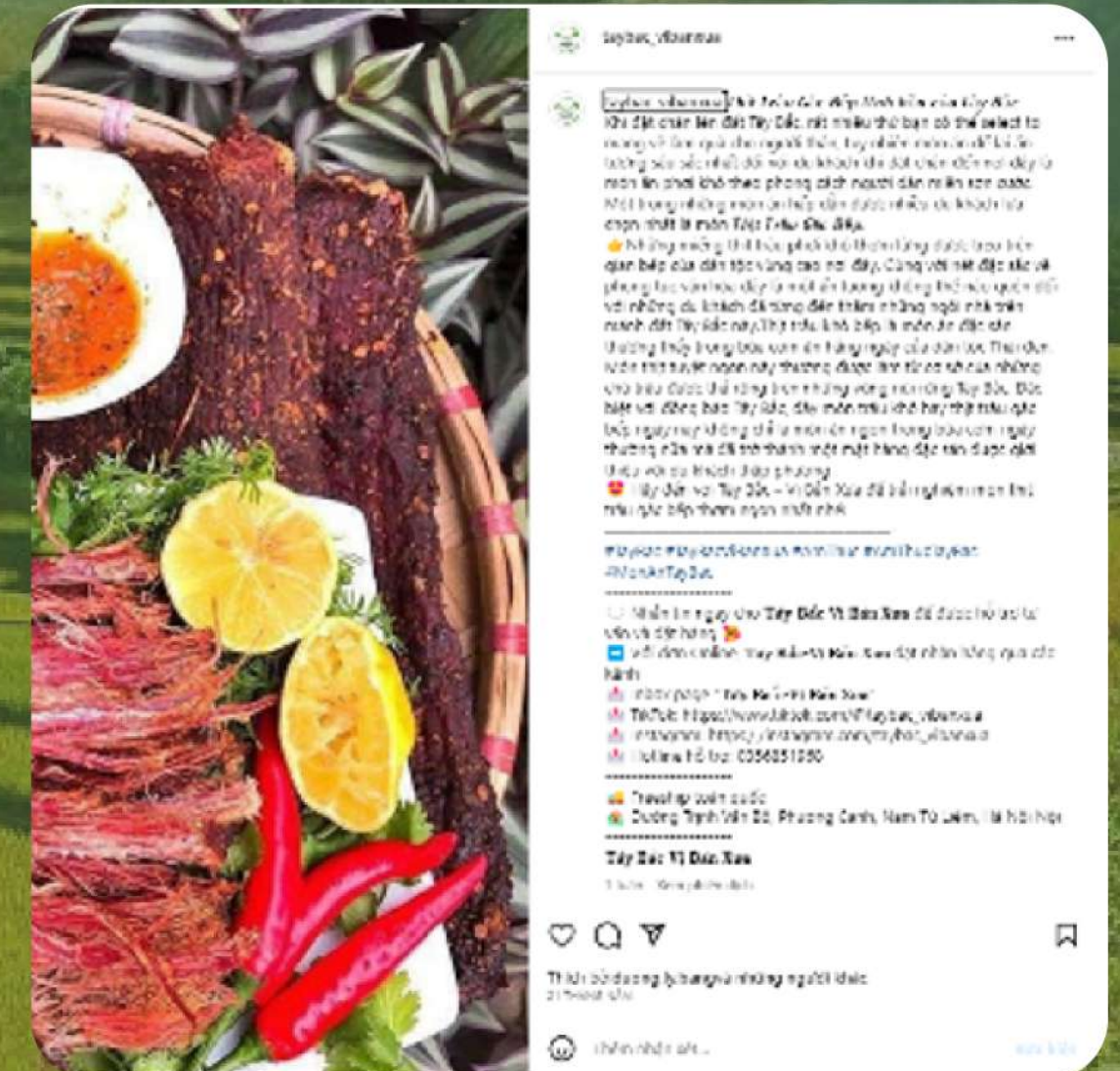
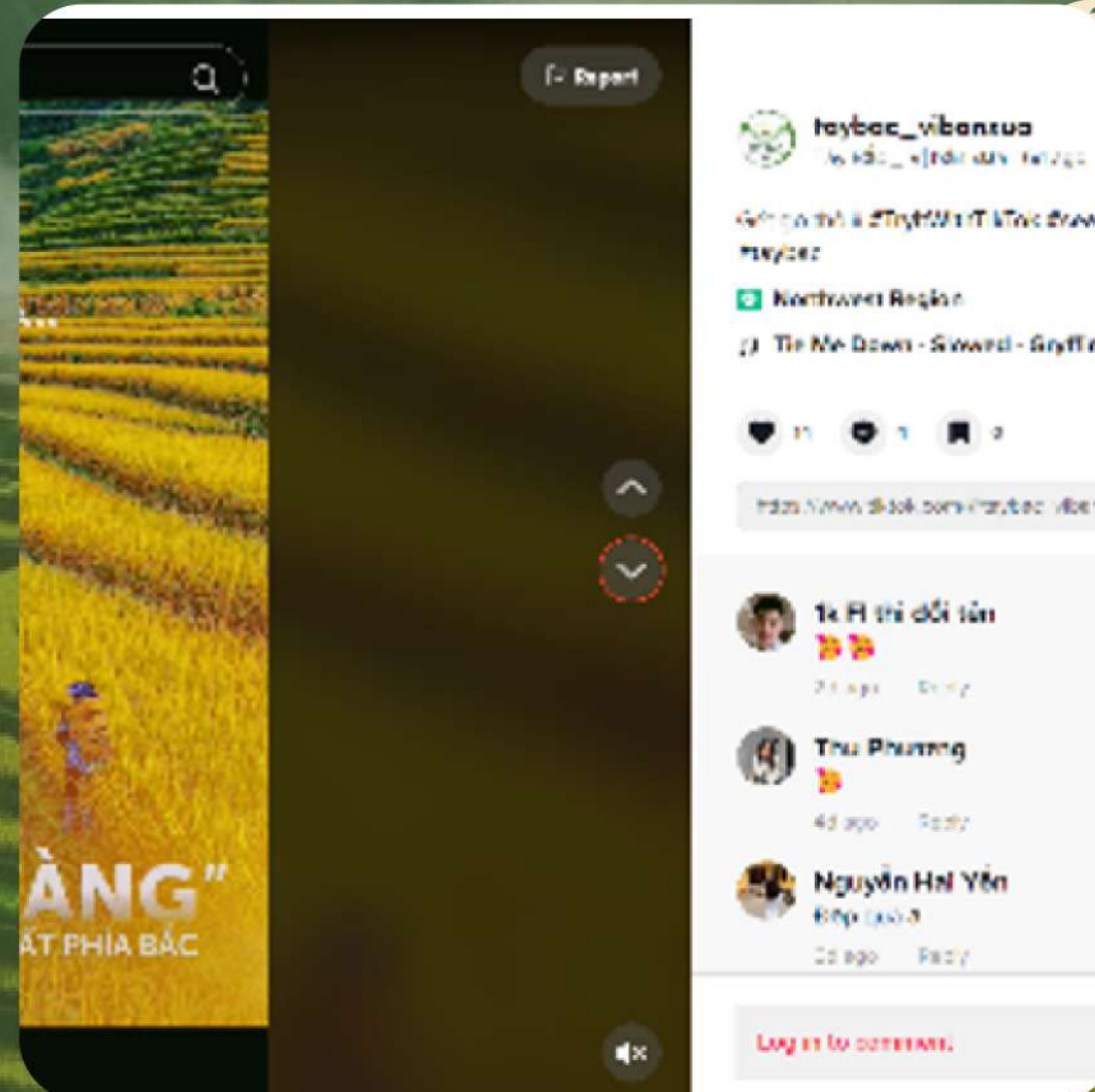


Màu sắc nhận diện của 3 kênh





Đồng bộ nội dung





Đồng bộ về footer

🌿 Tây Bắc Việt Nam - Nơi tận hưởng ẩm thực độc đáo và tuyệt vời! 🌿

#TayBac #TayBacViBanXua #AmThuc #AmThucTayBac #MonAnTayBac

💬 Nhắn tin ngay cho **Tây Bắc-Vị Bản Xưa** để được hỗ trợ tư vấn và đặt hàng 🤗

➡ Với đơn Online, **Tây Bắc-Vị Bản Xưa** nhận đặt hàng qua các kênh

✉ Inbox page "**Tây Bắc-Vị Bản Xưa**"

✉ TikTok: https://www.tiktok.com/@taybac_vibanxua

✉ Instagram: https://instagram.com/taybac_vibanxua

✉ Hotline hỗ trợ: 0356851968

🚚 Freeship toàn quốc

🏠 Đường Trịnh Văn Bô, Phương Canh, Nam Từ Liêm, Hà Nội

Tây Bắc-Vị Bản Xưa

Đồng bộ nội dung trên kênh



Đồng bộ nội dung trên kênh

Tây Bắc - Vị bản xưa
4 ngày · 🌐

🎉 **ƯU ĐÃI #37% DUY NHẤT MỘT NGÀY 6.6** 🎉
Thời gian sale từ 21h00-23h00
Khách yêu có ý định đặt hàng thì nhanh tay lb cho shop ngay luôn ạ
Tủ thịt trâu gác bếp, măng ớt, thắng cố... đều sale 37%
📌 Đây là ưu đãi chỉ có 1lần/năm tại Tây Bắc_Vị bản xưa nên các khách hàng yêu hãy tận dụng nhé
NẾ... Xem thêm

6.6
SPECIAL SHOPPING DAY
BIG SALE
37%
START SOON
21H00 - 23H00



Tây Bắc - Vị bản xưa
in stream gals

Tây Bắc - Vị bản xưa
Lên vùng núi Tây Bắc rồi mới biết vị bản xưa
📌
Dùng... Xem thêm video

TikTok
@taybac_vibansu

3. Xây dựng nội dung Fanpage

- Định hướng nội dung: hình ảnh, video, nội dung
- Xây dựng nội dung: Tần suất, nội dung

Tây Bắc - Vị bản xưa

Người đăng: Nguyễn Thị Thu Phương · Vừa xong ·

[MINI GAME]

Thả 2 số bất kỳ - Rinh ngay Đặc sản Tây Bắc về nhà

Cách thức tham gia MINI GAME rất đơn giản:

Bước 1: LIKE Fanpage TÂY BẮC - VỊ BẢN XƯA (<https://www.facebook.com/vibanxua>)

Bước 2: LIKE và SHARE post này ở chế độ công khai

Bước 3: Comment 2 chữ số bất kỳ + tag 2 ngư... Xem thêm

Tây Bắc - Vị bản xưa

Người đăng: Nguyễn Thị Thu Phương · 4 phút ·

Gọi người ta là em bé thì phải có trách nhiệm :)))

HÓNG HÓT SHOW

Vì anh vẫn luôn gọi em là "em bé"

KHI NGƯỜI YÊU HỎI TÔI: "SAO 1/6 MÀ EM CŨNG ĐÒI QUÀ NỮA?"

Tây Bắc - Vị bản xưa 1 giờ

FOOD & TEA MENU

FOOD

- Trâu gác bếp: 700k/kg
- Măng ớt: 99k/hộp
- Lạp xường: 350k/kg
- Hạt dẻ: 150k/kg

TEA & SPICE

- Chè Shan tuyết: 1.800k/lạng
- Mật ong rừng: 600k/lit
- Hạt dổi, mắc khén: 90k/hộp

0377009904

Đường Trịnh Văn Bó, Phương Canh, Nam Từ Liêm, Hà Nội

TRỰC TIẾP

Nguyễn Hải Yến: Lại ché a đeo kính a

Nguyễn Hải Yến: Ở Thanh Thảo lạc vào đầu thế

Thảo đã trả lời Yến

Ở Thanh Thảo lạc vào đầu thế

Thanh Thảo: Nguyễn Hải Yến không biết tự nhiên bị lạc vào đây

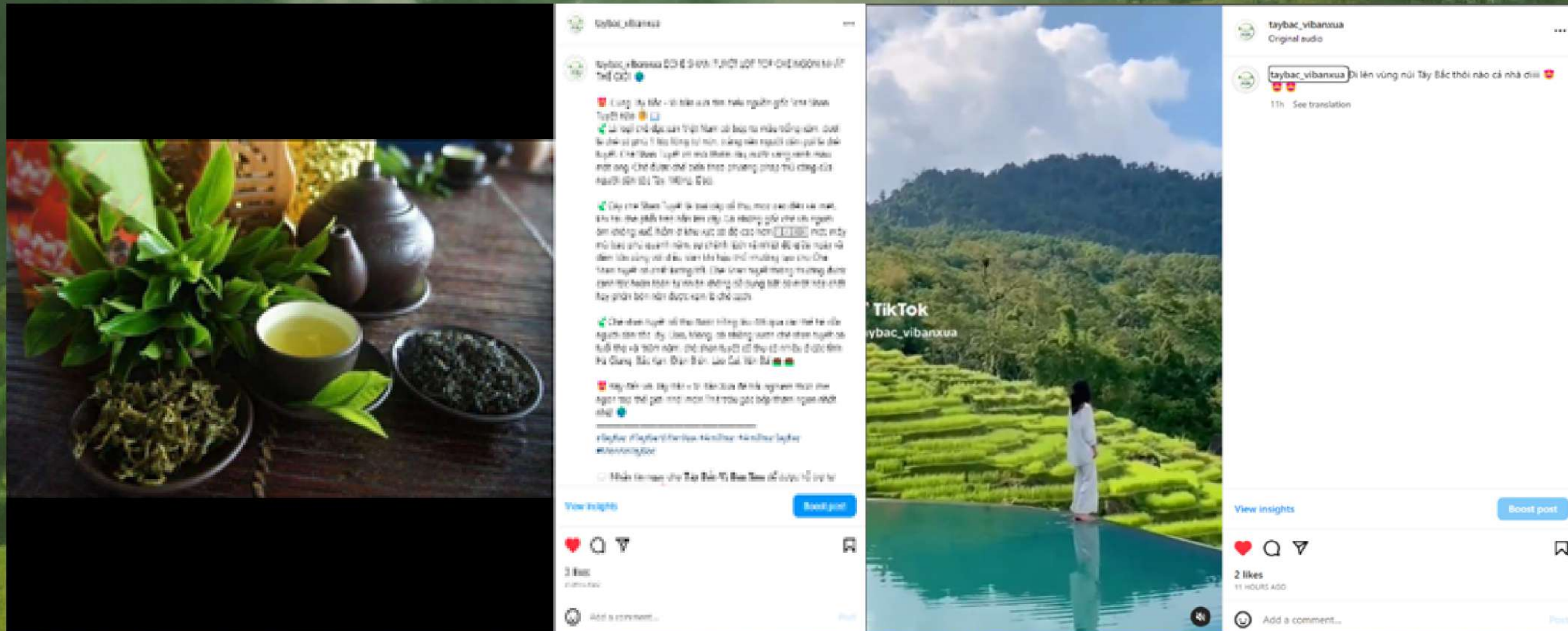
Nguyễn Huy Linh: lên cho thấy 2 căn nhà

Nguyễn T. Ngọc Ánh đang xem.

Mời họ cùng phát trực tiếp

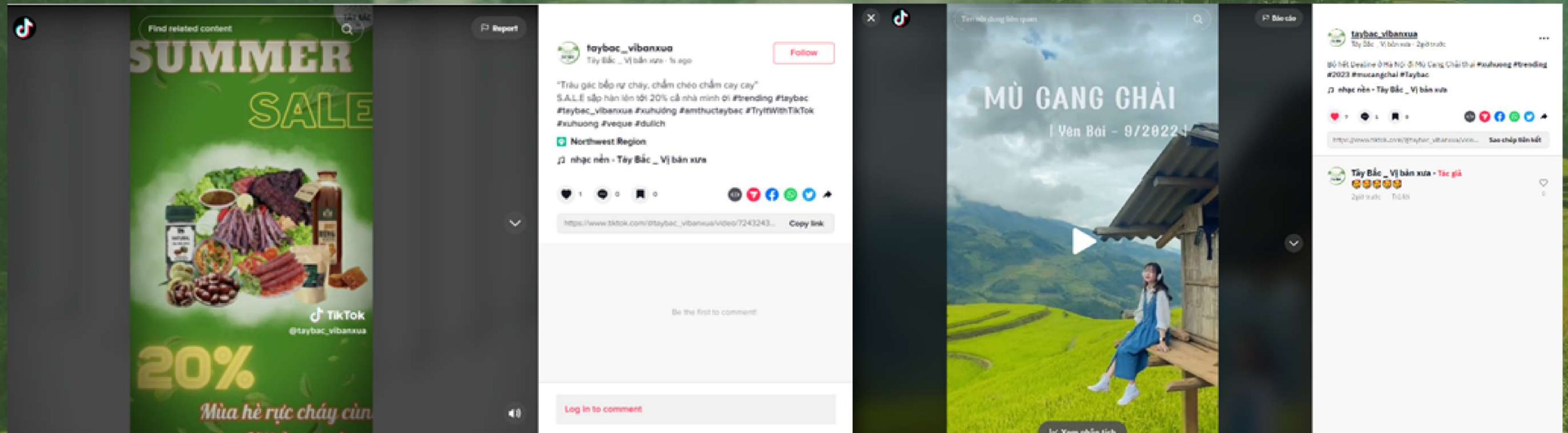
Instagram

- Định hướng nội dung: hình ảnh, video, nội dung
- Xây dựng nội dung: Tần suất, nội dung



Tiktok

- Video: Kích thước 9:16
- Nội dung



4. Quảng bá kênh

4.1. Quảng bá miễn phí trên kênh Facebook

- Like, share, comment, seeding
- Minigame

<https://www.facebook.com/vibanxua>



Tây Bắc - Vị bản xưa
Nhà hàng thức ăn nhanh

alo bạn ơi cho mình xin 1 like
page vs theo dõi vs



Đã like theo dõi



Thu Trang
17 giờ · 🌐

Các bác lưu đi qua cho em xin 1 like Fanpage để em qua món với ạ 🥰



Ẩm thực Tây Bắc quá dồi nổi tiếng trên đất nước Việt Nam, thậm chí còn vươn ra ngoài thế giới!
👉 Hãy đến với Tây Bắc - Vị Bản Xưa để trải nghiệm món Thịt trâu g... Xem thêm



VNEXPRESS.NET

7 món ăn trên hành trình khám phá Tây Bắc

Ngôi giữa không gian núi rừng trùng điệp, thưởng thức miếng thịt lợn bản c...



Tran Thi Nhat Anh ▶ CHỢ ĐẦU MỐI SỈ ĐỒ ĂN VẬT
NGON 🍴 🍷 🍷 🍷 🍷 🍷 🍷
Vừa xong · 🌐

nhánh tay lên nèo



Tây Bắc - Vị bản xưa
Người đăng: Nguyễn Thị Thu Phương · 10 giờ · 🌐

[MINI GAME]

🌟 Thả 2 số bất kỳ - Rinh ngay Đặc sản Tây Bắc về nhà

🌟 Cách thức tham gia MINI GAME rất đơn giản:

🌟 Bước 1: LIKE Fanpage TÂY BẮC - VỊ BẢN XƯA

(<https://www.facebook.com/vibanxua>)

🌟 Bước 2: LIKE và SHARE post này ở chế độ công khai

🌟 Bước 3: Comment 2 chữ số bất kỳ + tag 2 ngư... Xem thêm



4.2 Quảng cáo trả phí qua Facebook

- Tài khoản
- Cấp độ chiến dịch
- Cấp độ nhóm quảng cáo
- Cấp độ quảng cáo

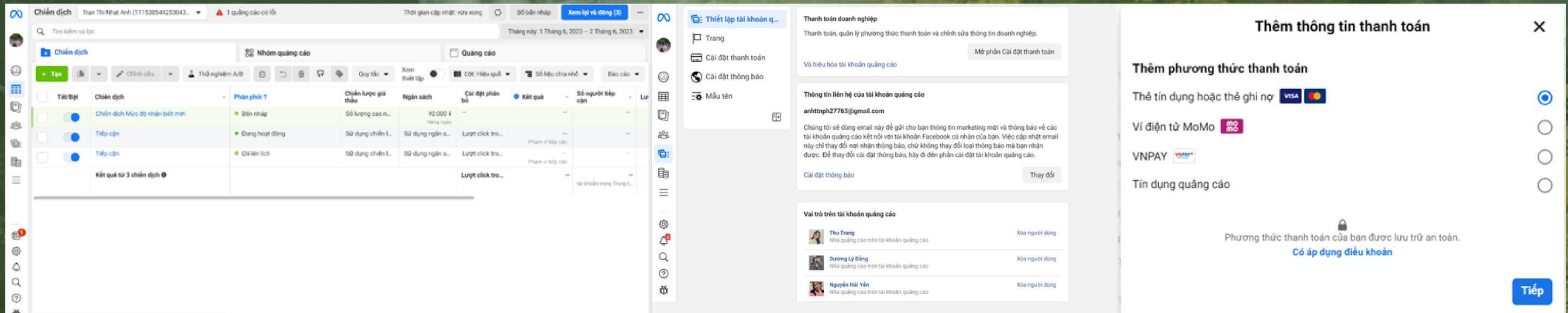


Tài khoản

Bước 1: Đăng nhập vào link <https://adsmanager.facebook.com>

Bước 2: Thêm quản trị viên

Bước 3: Chọn tất cả công cụ => Lập hóa đơn => Cài đặt thanh toán => Thêm phương thức thanh toán.



Cấp độ chiến dịch

- Chiến dịch: Mục tiêu chiến dịch => mức độ nhận biết
- Tên chiến dịch: (Tên fanpage_ Mục tiêu_Ngày chạy_Ngân sách)

Tạo chiến dịch mới

Nhóm quảng cáo hoặc quảng cáo mới

Chọn mục tiêu chiến dịch

Mức độ nhận biết

Lưu lượng truy cập

Lượt tương tác

Khách hàng tiềm năng

Quảng cáo ứng dụng

Doanh số

Mức độ nhận biết

Hiện thị quảng cáo cho những người có nhiều khả năng nhớ đến quảng cáo nhất.

Phù hợp với:

Số người tiếp cận

Mức độ nhận biết thương hiệu

Lượt xem video

Mức độ nhận biết về vị trí cửa hàng

Đặt tên cho chiến dịch • Không bắt buộc

Tìm kiếm

Traugac bep_3_200

HN_25_34_nam và nữ

Quảng cáo Mục độ nhận biết mới

Traugac bep_3_200

1 Nhóm quảng cáo

1 Quảng cáo

Lỗi tài khoản

Chỉnh sửa

Xem lại

Tên chiến dịch

Traugac bep_3_200

Tạo mẫu

Hạng mục quảng cáo đặc biệt

Tìm hiểu thêm

Hạng mục

Chưa chọn hạng mục nào

Chi tiết chiến dịch

Cách mua

Đấu giá

Mục tiêu chiến dịch

Mức độ nhận biết

Bằng cách nhấp vào "Đăng", bạn đồng ý với Điều khoản và nguyên tắc quảng cáo của Facebook.

Đăng

Bỏ bản nháp

Đăng

Tất cả tài liệu ở: m.me/112114091768114?ref=all-tai-lieu-sinh-vien hoặc muotmedia.com

Cấp độ nhóm quảng cáo

- Chọn tên nhóm quảng cáo (Vị trí_độ tuổi_giới tính)
- Lựa chọn trang nhóm muốn quảng cáo
- Set ngân sách chạy cho chiến dịch
- Set trong vị trí trong khu vực Hà Nội

Lịch chạy

Ngày bắt đầu: 7/6/2023 11:05
Giờ TP Hồ Chí Minh

Ngày kết thúc: 9/6/2023 00:00
Giờ TP Hồ Chí Minh

Tên nhóm quảng cáo

HN_25_34_nam và nữ [Tạo mẫu](#)

2 quy tắc có thể thay đổi nhóm quảng cáo này nếu đáp ứng điều kiện. [Xem quy tắc hoạt động](#)

Mục tiêu về hiệu quả

Tối đa hóa số người tiếp cận quảng cáo

Để cải thiện hoạt động phân phối, chúng tôi có thể sẽ khảo sát một phần nhỏ đối tượng của bạn.

Trang Facebook: Tây Bắc - Vị bản xưa

Hạn mức giá thầu: Không bắt buộc

X.XX VND

Ngân sách & lịch chạy

Ngân sách trọn đời: 200.000 VND

Bạn sẽ không chi tiêu quá 200.000 VND trong toàn bộ thời gian hoạt động của nhóm quảng cáo. Bạn sẽ chi tiêu tăng lên vào những ngày có nhiều cơ hội hơn, cũng như chi tiêu giảm đi khi có ít cơ hội hơn. [Tìm hiểu thêm](#)

Tối đa 200.000 VND, bao gồm 6.823 VND bạn đã chi tiêu cho tới nay.

Án đồ thị kết quả và số người tiếp cận ước tính

Số người tiếp cận hàng ngày ước tính

130K VND Ngân sách 31K Số người tiếp cận



Vị trí

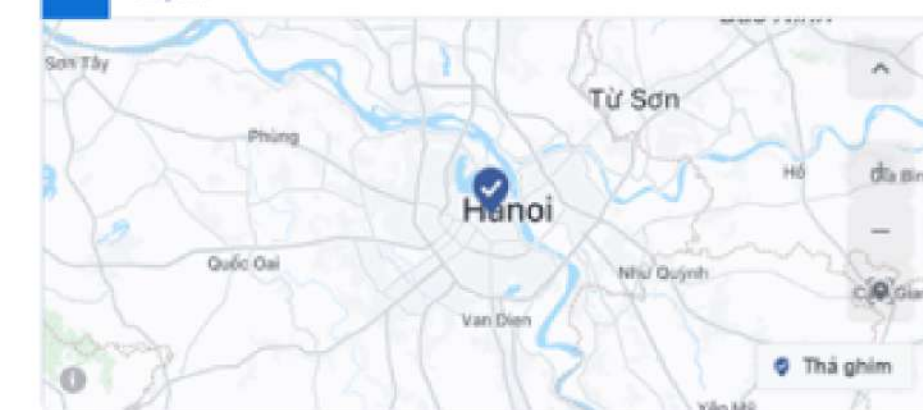
Những người sống tại hoặc ở vị trí này trong thời gian gần đây

Việt Nam

Hà Nội

Bao gồm Tìm kiếm vị trí Lướt xem

Vị trí đối tượng của bạn đã được thay đổi từ Việt Nam thành Hà Nội. [Hoàn tác thay đổi](#)



Thêm hàng loạt vị trí

Cấp độ nhóm quảng cáo

- Set độ tuổi cho quảng cáo và giới tính
- Lựa chọn ngôn ngữ: Tiếng Việt
- Lựa chọn hành vi
- Lựa chọn vị trí quảng cáo thủ công và chọn nền tảng cho chiến dịch quảng cáo: Facebook

Tuổi

18 35

Khi lựa chọn đối tượng dưới 18 tuổi, bạn sẽ chỉ được nhắm mục tiêu đến một số vị trí và độ tuổi. [Tìm hiểu thêm](#)

Giới tính

Tất cả giới tính

Nhắm mục tiêu chi tiết

Tất cả thông tin nhân khẩu học, sở thích và hành vi

Ngôn ngữ

Tiếng Việt

Tìm kiếm ngôn ngữ

Hành vi > Du Lịch

Du Lịch

☒ Người thường xuyên đi du lịch

☐ Người thường xuyên đi du lịch quốc tế

☐ Người đi làm bằng xe tháng

☐ Vừa đi du lịch về 1 tuần trước

☐ Vừa đi du lịch về 2 tuần trước

☐ Hoạt động số

☐ Hành vi

☐ Hành vi mua hàng

Vị trí quảng cáo

☐ Vị trí quảng cáo Advantage+ (Khuyến dùng) ⁺

Dùng vị trí quảng cáo Advantage+ để tận dụng tối đa ngân sách và hiển thị quảng cáo với nhiều người hơn. Hệ thống phân phối của Facebook sẽ phân bổ ngân sách của nhóm quảng cáo ở nhiều vị trí, cân cứ vào những nơi có khả năng mang lại hiệu quả cao nhất.

☒ Vị trí quảng cáo thủ công

Tự chọn nơi hiển thị quảng cáo. Bạn càng chọn nhiều vị trí thì càng có nhiều cơ hội tiếp cận đối tượng mục tiêu và đạt được mục tiêu kinh doanh của mình.

Thiết bị

Tất cả thiết bị

Nền tảng

☒ Facebook ☐ Instagram

☐ Audience Network ☐ Messenger

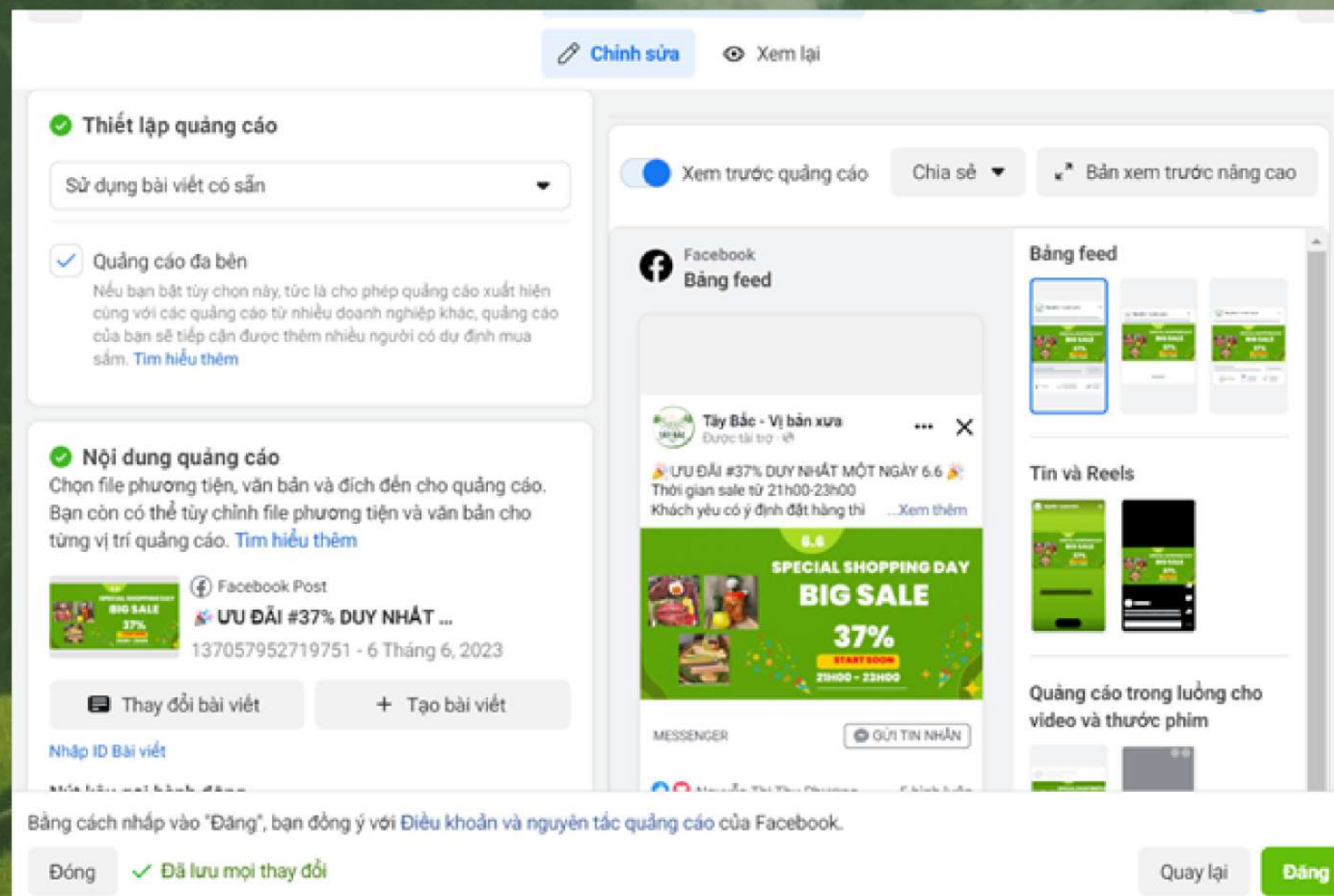
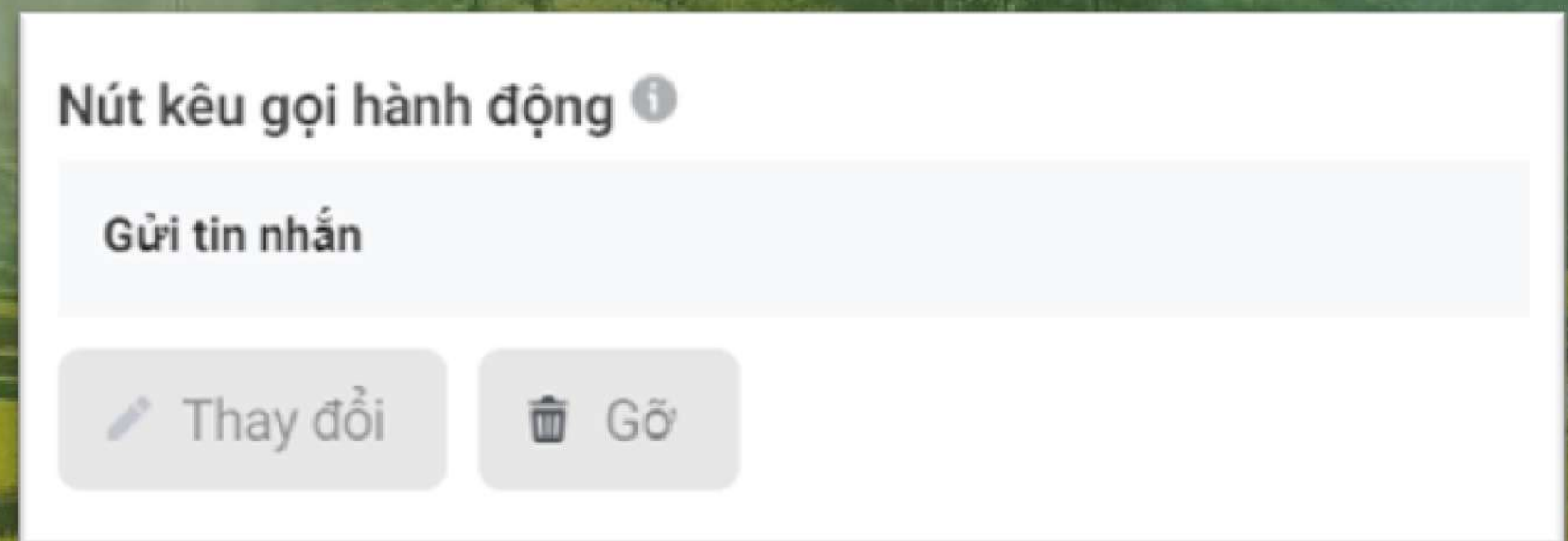
Tùy chỉnh tài sản

8/17 vị trí quảng cáo hỗ trợ tùy chỉnh tài sản

[Chọn tất cả](#)

Cấp độ quảng cáo

- Thiết lập quảng cáo: sử dụng bài viết có sẵn=> chọn bài viết muốn chạy quảng cáo
- Thêm nút kêu gọi hành động để tăng tỉ lệ chuyển đổi
- Chọn đăng và chờ phê duyệt

Chương 4: ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP



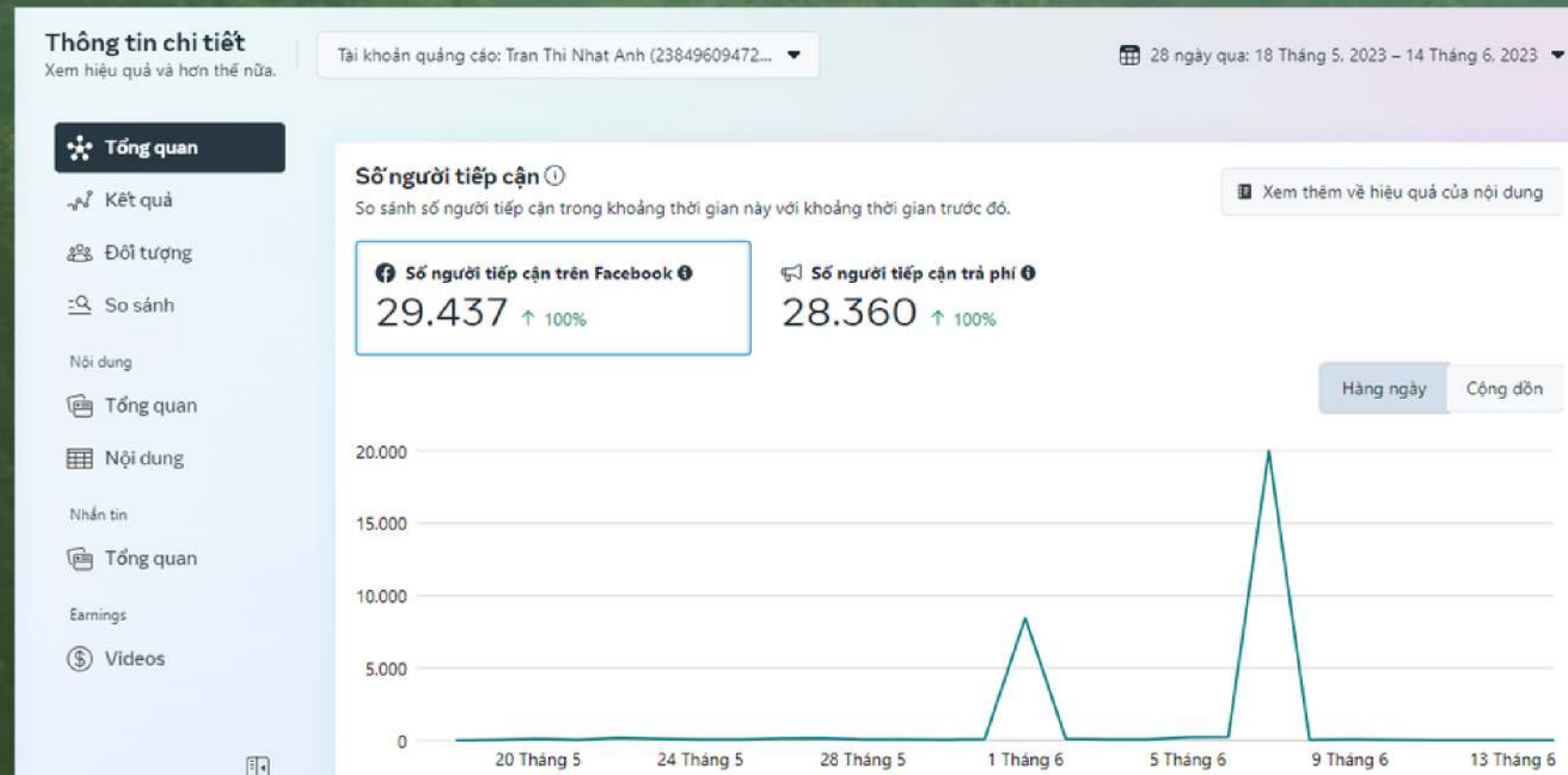
Đánh giá hiệu quả kênh Facebook

Đánh giá hiệu quả kênh Instagram

Đánh giá hiệu quả kênh Tiktok

Đánh giá chỉ số KPI của 3 kênh

Đánh giá hiệu quả kênh Facebook

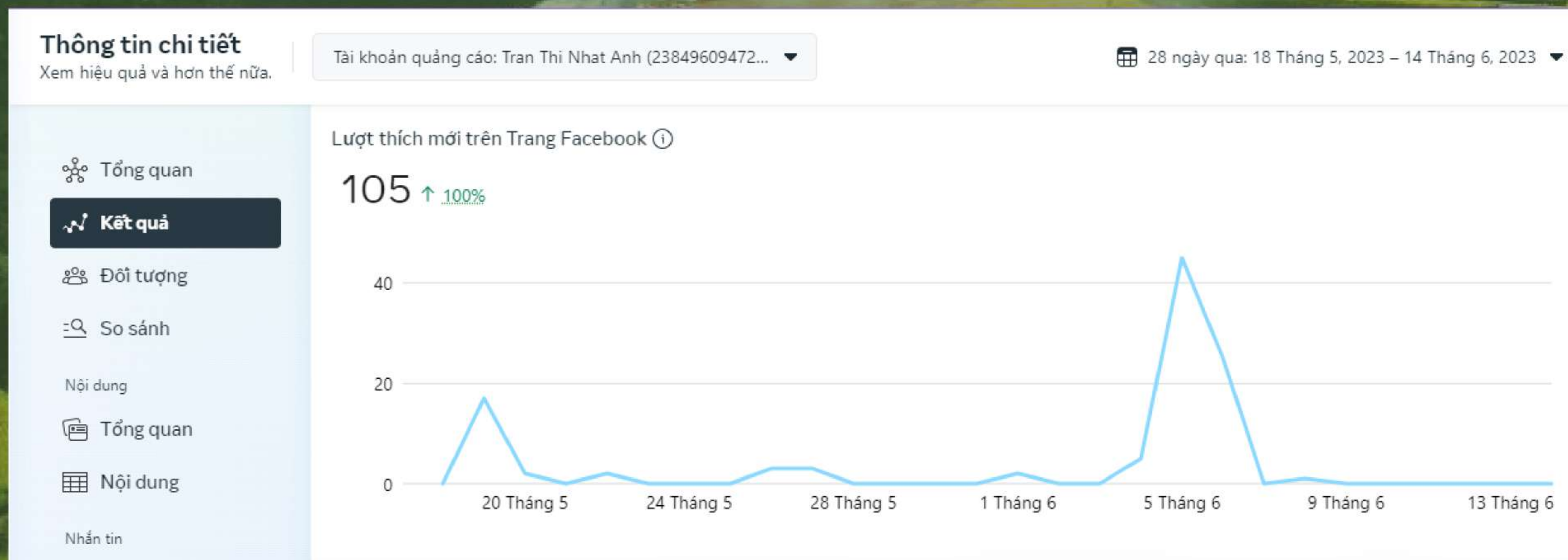
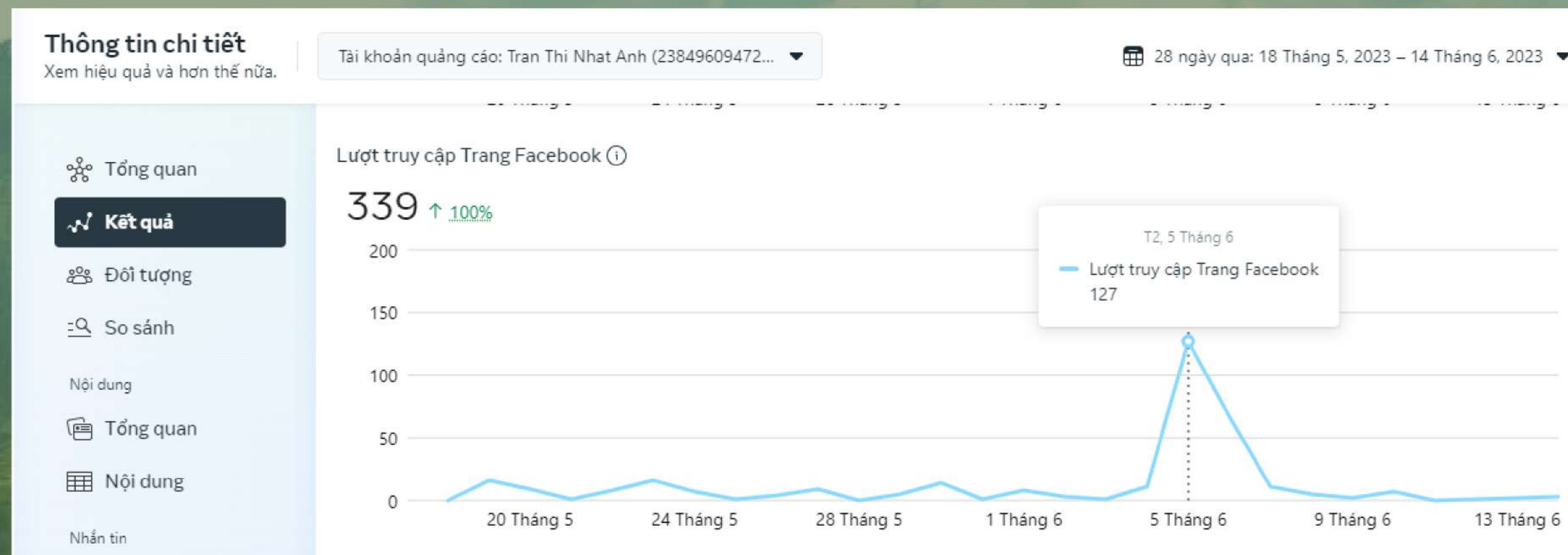


Số người tiếp cận trên Facebook

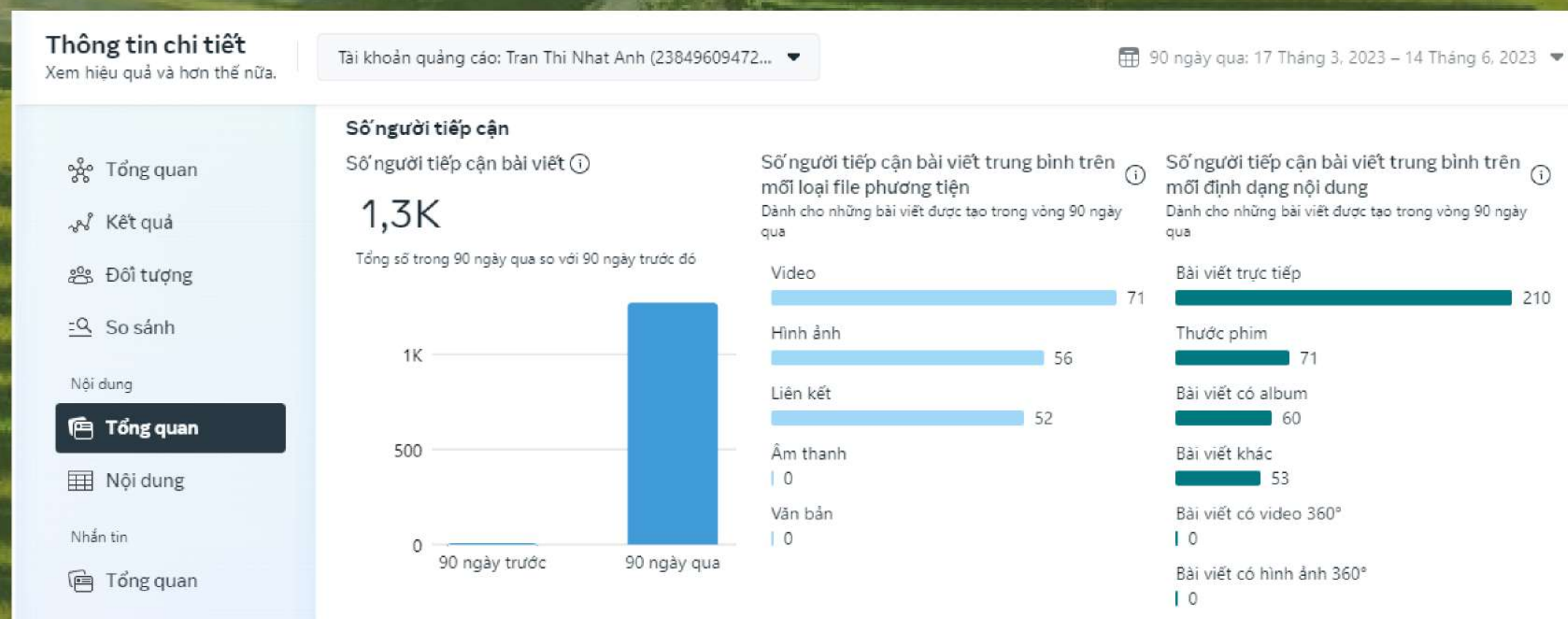
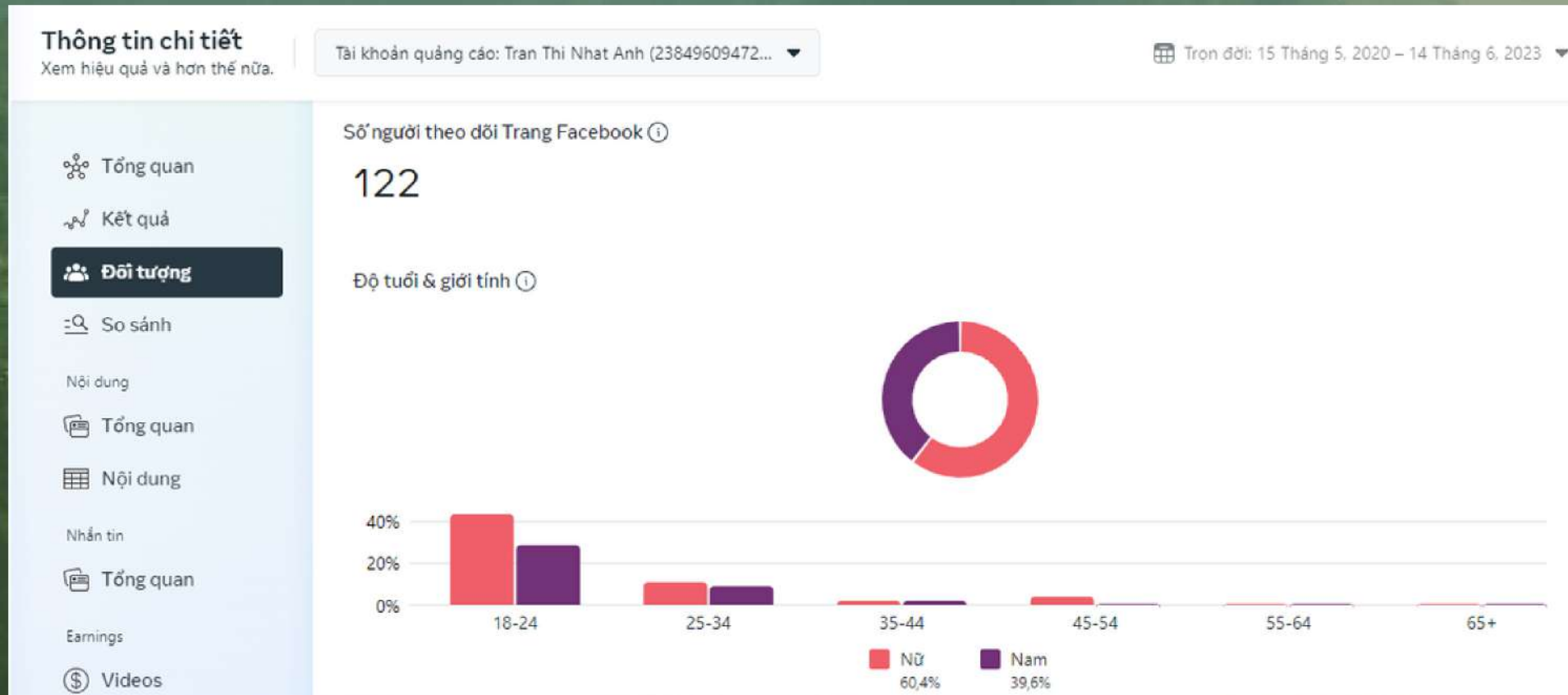
Tổng quan về Facebook

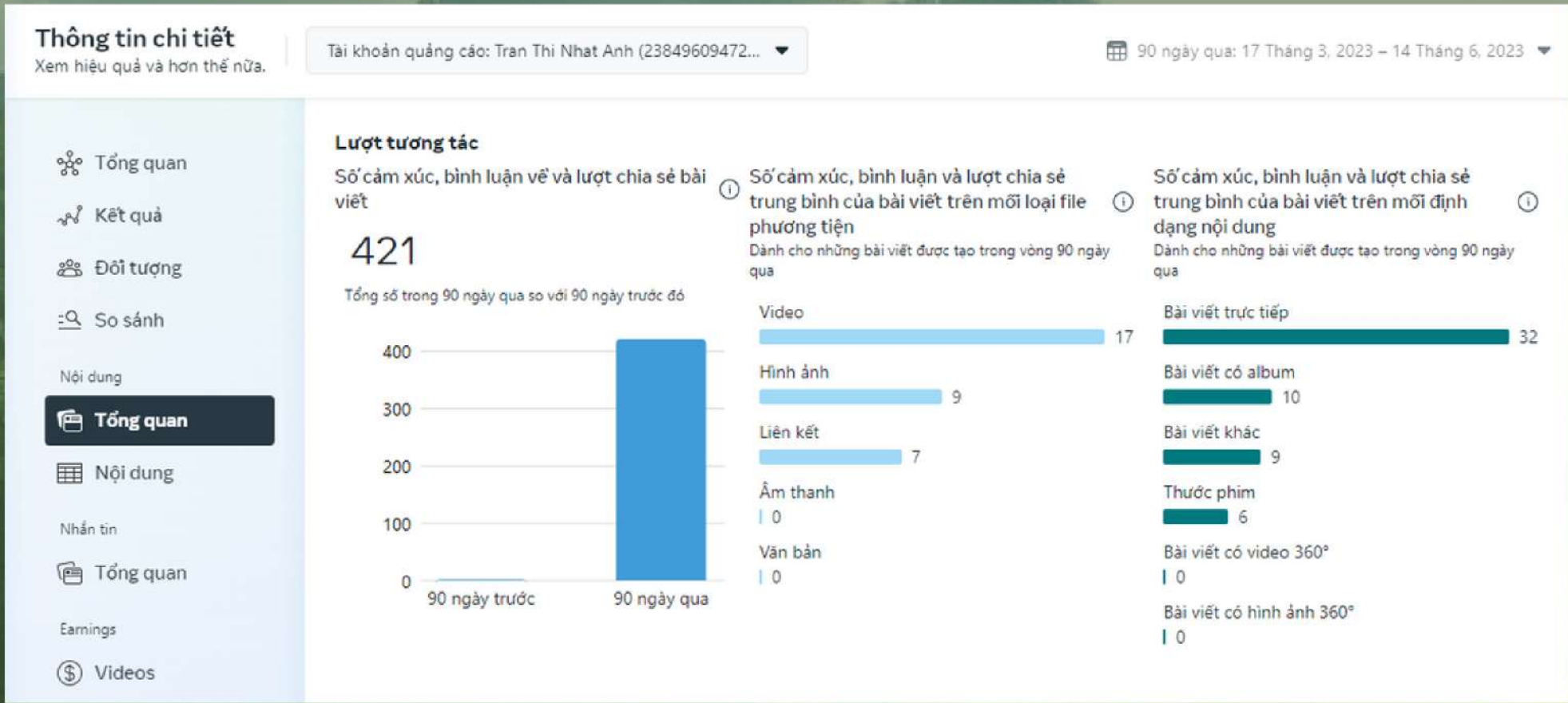


Lượt truy cập Trang Facebook



Lượt thích mới trên Trang Facebook





Bài viết tự nhiên hiệu quả nhất

Sau đây là những bài viết đạt hiệu quả cao trong 90 ngày qua. Khi biết rõ yếu tố nào mang lại hiệu quả, bạn có thể quyết định tạo gì và chia sẻ gì tiếp theo, từ đó tiếp tục gặt hái thành công.

Bài viết có nhiều người tiếp cận nhất ⓘ



Bài viết trên Facebook
[MINI GAME] 🌟 **Thả 2 s ky** - **Rinh ngay** Đặc sản Tây Bắc v
23:39, 31 Tháng 5, 2023

Bài viết này tiếp cận được 492 người, cao hơn **734%** so với số người tiếp cận bài viết ở mức trung bình của bạn (59 người) trên Facebook.

Bài viết có nhiều cảm xúc nhất ⓘ



Bài viết trên Facebook
Ẩm thực Tây Bắc quá đỗi nổi tiến nước Việt Nam, thậm chí còn vức
09:04, 5 Tháng 6, 2023

Bài viết này nhận được số cảm xúc nhiều hơn **200%** (21 cảm xúc) so với bài viết ở tầm trung bình của bạn (7 cảm xúc) trên Facebook.

Bài viết có nhiều bình luận nhất ⓘ



Bài viết trên Facebook
Tây Bắc_Vị bản xưa đã nhắc tới bạn trong một bài viết
20:57, 6 Tháng 6, 2023

Bài viết này nhận được số bình luận nhiều hơn **2.200%** (23 bình luận) so với bài viết ở tầm trung bình của bạn (1 bình luận) trên Facebook.

Kết quả quảng cáo trả phí qua Facebook Ad

Tên chiến dịch	Tên nhóm quảng cáo	Số người tiếp cận	Lượt hiển thị	Tần suất	Kết quả	Chi phí trên mỗi kết quả	CPM (Chi phí trên mỗi 1.000 lần hiển thị)	Lượt click vào liên kết	CPC (Chi phí trên mỗi lượt click vào liên kết)	
Taybac_3_200	Tất cả	25.939	25.939	1,00	25.939 Người tiếp cận	2.861 đ Người tiếp cận	2.861 đ	32	2.319 đ	0,29%
	Nhóm quảng cáo Mức độ ...	25.939	25.939	1,00	25.939 Người tiếp cận	2.861 đ Người tiếp cận	2.861 đ	32	2.319 đ	0,29%
Traugac bep_3_200	Tất cả	1.066	1.104	1,04	1.066 Người tiếp cận	6.401 đ Người tiếp cận	6.180 đ	1	6.823 đ	0,09%
	HN_25_34_nam và nữ	1.066	1.104	1,04	1.066 Người tiếp cận	6.401 đ Người tiếp cận	6.180 đ	1	6.823 đ	0,09%
Vibanxua_tiepcan_3_200	Tất cả	1.258	1.317	1,05	1.258 Người tiếp cận	3.728 đ Người tiếp cận	3.561 đ	—	—	1,75%
	HN_18-	1.258	1.317	1,05	1.258 Người tiếp cận	3.728 đ Người tiếp cận	3.561 đ	—	—	1,75%
Tổng số kết quả		28.360	28.360	1,00	28.360 Người tiếp cận	3.022 đ Người tiếp cận	3.022 đ	33	2.597 đ	0,35%
Đang hiển thị 6/6 hàng		tài khoản trong ...	Tổng	Trên mỗi tài k...			Trên mỗi 1.000 lần hiển thị	Tổng	Trên mỗi hành động	

Lượt hiển thị của bài viết tiếp cận	28.360
Số người tiếp cận	28.360
Lượt tương tác	2.464
CPM (Chi phí trên mỗi 1.000 lần hiển thị)	3.022 đ
CPC (tất cả): Chi phí trung bình cho mỗi lượt click (tất cả).	866 đ
CTR (tất cả): Phần trăm thời gian mọi người xem quảng cáo và thực hiện hành động nhấp (tất cả).	0,35%
Số lượt nhấp (tất cả)	99
Số lượt click vào liên kết	33
Tần suất	1

Tên chiến dịch	Tên nhóm quảng cáo	Tần suất	Kết quả	Chi phí trên mỗi kết quả	CPM (Chi phí trên mỗi 1.000 lần hiển thị)	Lượt click vào liên kết	CPC (Chi phí trên mỗi lượt click vào liên kết)	CTR (Tất cả)	Số lần nhấp (Tất cả)
Taybac_3_200	Tất cả	1,00	25.939 Người tiếp cận	2.861 đ Người tiếp cận	2.861 đ	32	2.319 đ	0,29%	75
	Nhóm quảng cáo Mức độ ...	1,00	25.939 Người tiếp cận	2.861 đ Người tiếp cận	2.861 đ	32	2.319 đ	0,29%	75
Traugac bep_3_200	Tất cả	1,04	1.066 Người tiếp cận	6.401 đ Người tiếp cận	6.180 đ	1	6.823 đ	0,09%	1
	HN_25_34_nam và nữ	1,04	1.066 Người tiếp cận	6.401 đ Người tiếp cận	6.180 đ	1	6.823 đ	0,09%	1
Vibanxua_tiepcan_3_200	Tất cả	1,05	1.258 Người tiếp cận	3.728 đ Người tiếp cận	3.561 đ	—	—	1,75%	23
	HN_18-	1,05	1.258 Người tiếp cận	3.728 đ Người tiếp cận	3.561 đ	—	—	1,75%	23
Tổng số kết quả		1,00	28.360 Người tiếp cận	3.022 đ Người tiếp cận	3.022 đ	33	2.597 đ	0,35%	99
Đang hiển thị 6/6 hàng		Trên mỗi tài k...			Trên mỗi 1.000 lần hiển thị	Tổng	Trên mỗi hành động	trên mỗi lần hiển thị	Tổng

Chi tiết bài viết chạy quảng cáo



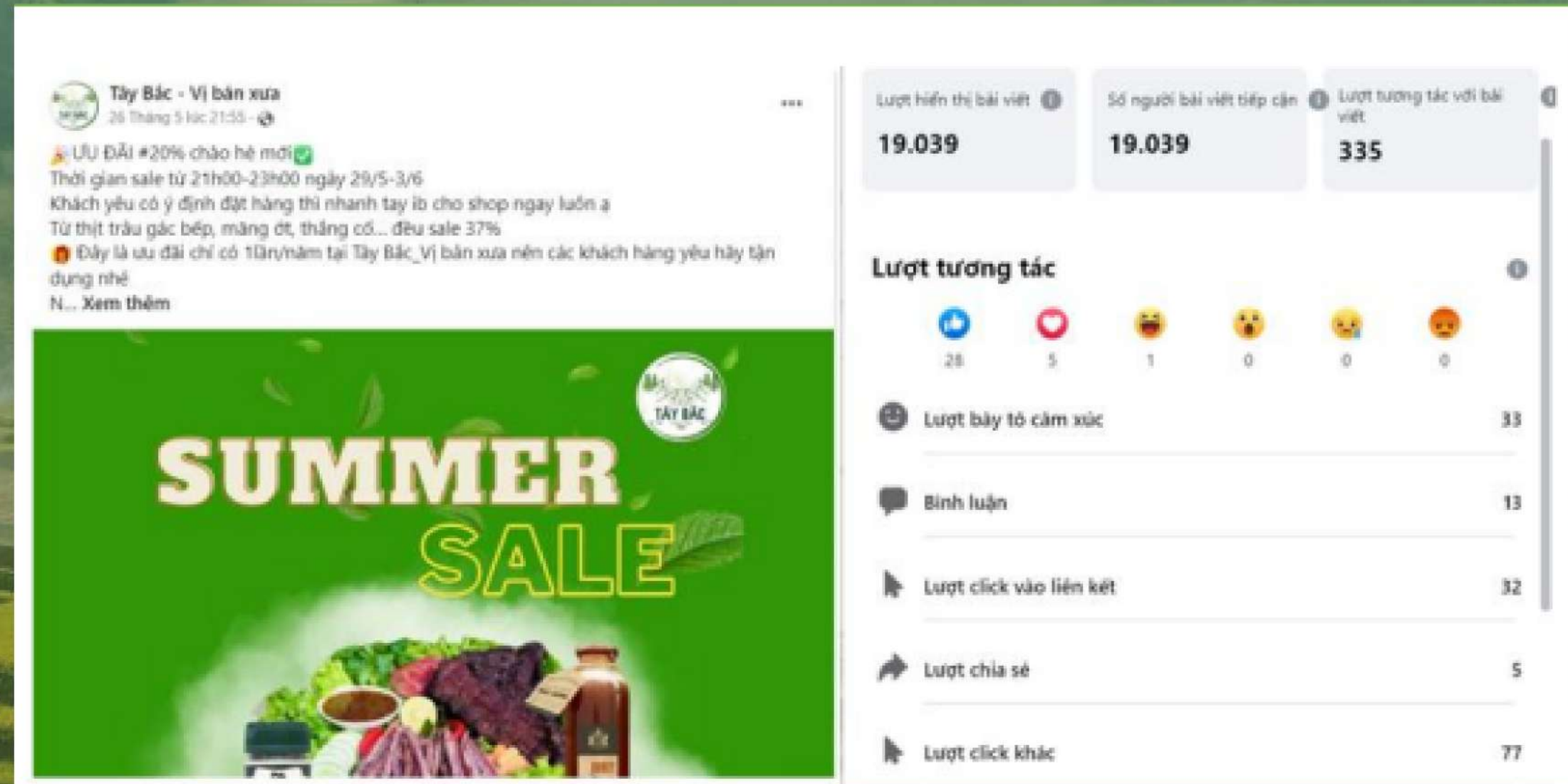
- Bài quảng cáo

Target khách hàng:

- Khách hàng có độ tuổi: 25-34 tuổi
- Sở thích và hành vi:
- Ngân sách: 200.000 VND
- Thời gian: 6 ngày (3/6- 9/6)

Kết quả:

- 335 lượt tương tác
- 33 lượt cảm xúc, 13 bình luận, 5 lượt chia sẻ
- 32 lượt click vào liên kết, 77 lượt click khác



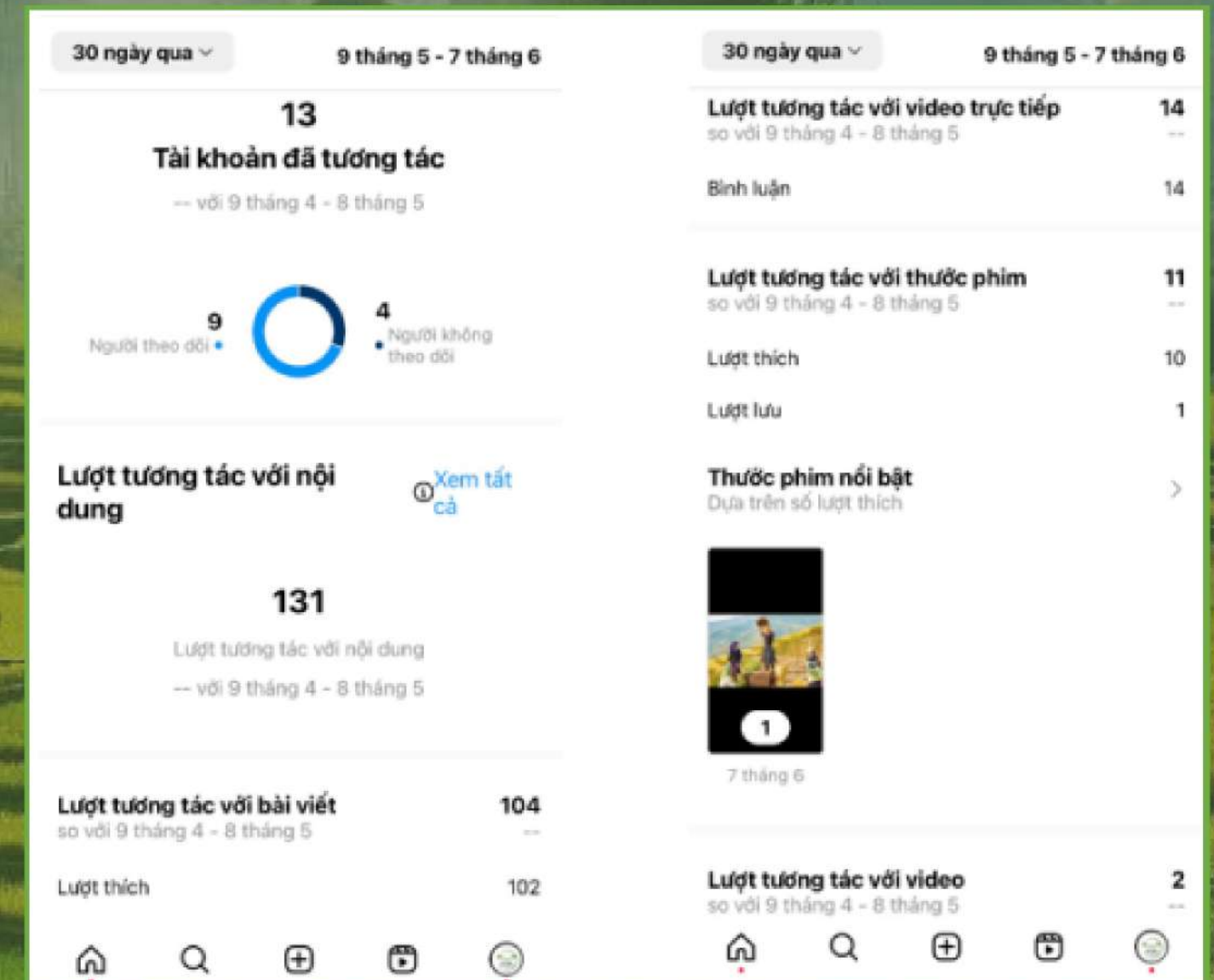
Đánh giá hiệu quả kênh Instagram



Tổng quan về kênh



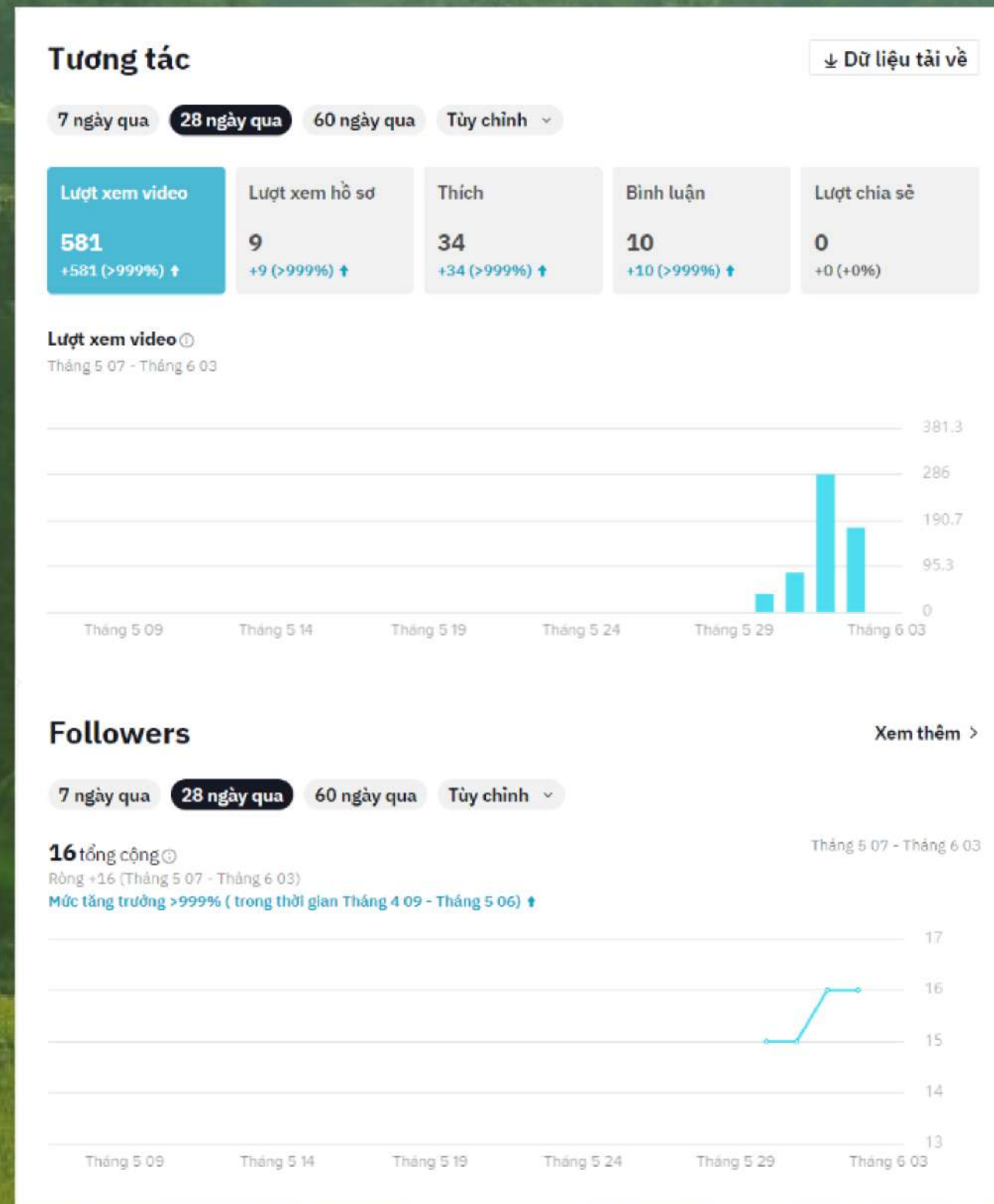
Kết quả đạt được trên Instagram



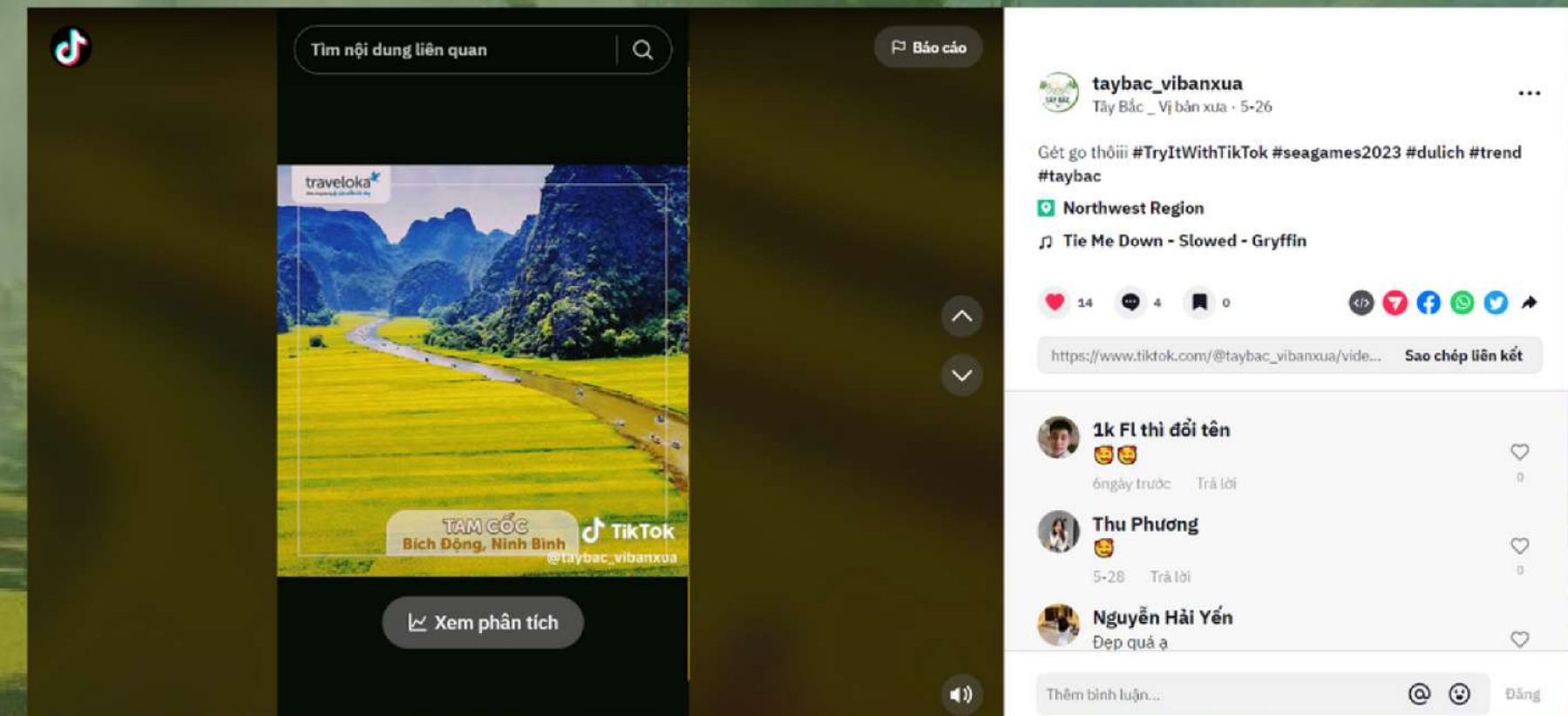
Đánh giá hiệu quả kênh TikTok



Tổng quan về kênh



Video tốt nhất



Lượt xem: 5804
Lượt thả tim: 14
Lượt bình luận: 4

KPI của Facebook

Tiêu chí	KPI	Kết quả	Hiệu suất
Lượt thích trang	100	105	105 %
Lượt tiếp cận bài viết (tự nhiên)	1.000	1.300	130%
Lượt tiếp cận bài viết (trả phí)	10.000	28.360	283,6%
Tổng lượt tương tác bài viết	1.000	415	41,5%
Lượt hiển thị	10.000	28.360	283,6%

KPI của Instagram

Tiêu chí	KPI	Kết quả	Hiệu suất
Lượt theo dõi trang	100	24	24%
Lượt tiếp cận trang	150	481	320,67%
Lượt tương tác với bài viết	100	131	131%

KPI của Tiktok

Tiêu chí	KPI	Kết quả	Hiệu suất
Lượt theo dõi	100	31	31%
Lượt xem	5.000	12.572	251,44%
Lượt tương tác (lượt thích, bình luận, chia sẻ)	100	226	226%

CẢM ƠN THẦY CÔ ĐÃ LẮNG NGHE !

