

## 1.2 - Dùng A/B Test sẵn có : Đối tượng, nội dung, vị trí

Độ tuổi /giới tính

- Tối ưu chi phí 1 kết quả
- 100k/khách — 60k/mess
- CPC : Tính tiền trên 1 lượt tương tác
- CPM : Chi phí trên 1 1000 lượt tiếp cận

Case Study

- 1. 2 nhóm đều hiệu quả, chỉ chênh nhau không nhiều — Có thể giữ nguyên giá thầu, nếu có tăng hãy tăng đồng đều
- Chỉ 1 trong 2 nhóm có hiệu quả
  - Tắt nhóm không hiệu quả còn lại
  - Dồn ngân sách còn lại qua nhóm có hiệu quả — 150K - 200 - 250 - 300
- Nhóm
  - 1 — 30 khách — 150k — 60% — 180k
  - 2 — 20 khách — 150k — 40% — 120k

RẬP KHUÔN