1.1 - Làm quen với trình quản lý quảng cáo, khu vực đi kèm chức năng thao tác Xem

- **Chiến dịch**
  - **Ngân sách**
    - Hàng ngày
      - 200k/ngày
      - Lưu ý : Không thể cài đặt thời gian chi tiết chạy trong ngày (Vd : 8h - 20h)
    - Trọn đời
      - 6 triệu/tháng
      - Set được quảng cáo chạy trong ngày, trong từng nhóm quảng cáo (Vd : 8h - 20h)

    Trong thời gian đầu chạy quảng cáo nên để ngân sách hàng ngày, để quảng cáo chi tiêu hợp lý, sau khi các nhóm hoặc quảng cáo có hiệu quả, lúc này mới chuyển sang ngân sách trọn đời
  - **Mục tiêu**
    - Tin nhắn
    - Khách hàng tiềm năng
    - Tương tác
    - Chuyển đổi
    - .....v...v.

    Chi tiết nằm trong phần "2. Cài đặt quảng cáo cơ bản - chi tiết"
  - **Chức năng**
    - **Tối ưu hóa ngân sách chiến dịch**
      - Nên chọn : Khi đang thiết lập ngân sách hàng ngày, hoặc có nhiều nhóm quảng cáo, nhiều đối tượng trong 1 nhóm quảng cáo
      - Không nên dùng : Khi chọn ngân sách trọn đời
      - Ví dụ : 1 chiến dịch chạy 10 nhóm quảng cáo cho 10 độ tuổi khác nhau, tối ưu hoá ngân sách sẽ tự động phân bổ hiển thị nhiều và ưu tiên hơn cho nhóm tương tác nhiều hơn với bài viết quảng cáo

      ĐỊNH NGHĨA : Ngân sách sẽ được ưu tiên phân bổ để quảng cáo hiển thị cho những đối tượng có nhiều tương tác với quảng cáo hơn
    - **A/B Testing**
      - **Nội dung** — Trên cùng một đối tượng, quảng cáo sẽ được lần lượt hiển thị luân phiên liên tục -> tìm ra được bài viết hiệu quả
      - **Đối tượng** — Trên cùng một nội dung, một mục tiêu nhưng quảng cáo sẽ hiển thị cho nhiều đối tượng khác nhau -> Tìm ra được đối tượng có hiệu quả
      - **Vị trí quảng cáo** — Trên cùng đối tượng, cùng nội dung, nhưng quảng cáo sẽ hiển thị ở nhiều vị trí quảng cáo khác nhau -> Tìm ra được vị trí hiển thị phù hợp

      Sử dụng khi chưa có target
    - **Chiến lược giá thầu chiến dịch**
      - **Chi phí thấp nhất** — Đặt mục tiêu quảng cáo luôn chi tiêu với mức ngân sách thấp nhất, mà đặt hiệu quả cao nhất
      - **Giới hạn chi phí** — Kiểm soát chi phí không vượt quá ngân sách đề xuất hàng ngày, nhưng vẫn đạt hiệu quả cao nhất
      - **Giới hạn giá thầu** — Giới hạn lại giá thầu trên một lượt đấu giá, không vượt quá ngưỡng cho phép
      - **Chi phí mục tiêu** — Cài đặt để quảng cáo đạt đúng mục tiêu chi tiêu ngân sách nhất định

      Nên để mặc đinh và chỉ sử dụng khi định vị được nguyên tắc đấu thầu
- **Nhóm quảng cáo**
  - **Đối tượng tùy chỉnh**
    - Là đối tượng chạy tiếp thị lại
    - Khách đã nhắn tin cho page
    - Khách đã tương tác với bài viết hoặc quảng cáo bất kỳ
    - Khách đã truy cập website
    - .....
    - Sử dụng khi cần quảng cáo lại cho khách cũ hoặc tệp số điện thoại có sẵn

    Chi tiết nằm trong bài "3. Retargeting - Quảng cáo tiếp thị lại"
  - **Đối tượng chi tiết**
    - **Sở thích** — Là chủ đề trên Facebook được người dùng thường xuyên tìm kiếm, hoặc quan tâm, hoặc xem video, hình ảnh liên quan đến chủ đề đó
    - **Vị trí địa lý**
      - Những người sống tại vị trí này
      - Những người ở địa điểm này trong thời gian gần đây
      - Những người đã ghé thăm địa điểm này
      - Điều hiện 1 hoặc 2

      Lưu ý : Lựa chọn số Km bán kính phù hợp
    - **Hành vi** — Là hành vi của khách hàng như tương tác mua hàng, nhắn tin, thanh toán, sử dụng Facebook thông qua thiết bị hoặc hệ điều hành nào
    - **Giới tính**
      - Nam
      - Nữ

      Chỉ nên chọn 1 trong 2 khi và chỉ khi chạy hiển thị sản phẩm đặc thù dành riêng cho giới tính nhất định
    - **Tuổi**
      - Nhỏ nhất : 13
      - Lớn nhất : 65+
    - **Ngôn ngữ**
    - **Kết nối** — Quảng cáo/loại trừ trên đối tượng đã like page, ứng dụng, sự kiện hoặc bạn bè của những người like page
    - **Vị trí hiển thị**
      - Thiết bị
        - Máy tính (Tất cả)
        - Mobile (Điện thoại + máy tính bảng)
      - Nền tảng
        - Facebook
        - Instagram
        - Mesenger
        - Audience Network

        Có vị trí quảng cáo riêng
    - **Mở rộng nhắm mục tiêu chi tiết**
      - Quảng cáo sẽ tự động hiển thị tới những đối tượng tương tự với đối tượng đang được nhắm quảng cáo
      - Lưu ý sử dụng : Chỉ dùng khi và chỉ khi tệp target của mình quá nhỏ cần mở rộng để quảng cáo và chi tiêu có hiệu quả hơn

      Mới chạy thì không nên bật, chỉ bật khi có ngân sách trọn đời
    - **Thiết bị di động & hệ điều hành cụ thể**
      - Thiết bị
        - Android
        - IOS
        - Tất cả thiết bị di động
      - Chỉ khi được kết nối Wifi — Tuỳ chọn này sẽ giúp quảng cáo chỉ hiển thị khi khách hàng sử dụng thiết bị của họ chỉ kết nối wifi, nếu sử dụng 3G hoặc 4G quảng cáo sẽ không hiển thị
    - **Tuỳ chọn khác**
      - Exclude Skippable Ads — Quảng cáo sẽ không hiển thị trên những video có nút BỎ QUA
      - Exclude Live Streams — Quảng cáo không hiển thị trong những video đang phát trực tiếp (Livetream)
      - Kiểm soát tùy chọn tối ưu hóa & chi tiêu — Tối ưu hóa cho phân phối quảng cáo
        - Tuỳ vào từng mục tiêu ban đầu phần chiến dịch, mà sẽ có tuỳ chọn tối ưu hoá riêng
        - Kiểm soát chi phí
        - Lịch chạy
        - Giới hạn chi tiêu của nhóm quảng cáo — Chỉ hoạt động khi ở phần chiến dịch không bật tối ưu hoá ngân sách cho chiến dịch, mà đặt giá thầu cho từng nhóm quảng cáo
- **Quảng cáo**
  - **Bài viết có sẵn trên Fanpage**
    - Công khai, ai cũng xem được
    - Thêm bằng cách chọn trong phần nút " Chọn bài viết" hoặc gắn ID bài viết
  - **Bài viết tạm thời trong trình quản lý quảng cáo/Creative hub**
    - Chỉ những người được quảng cáo mới thấy

    Nút kêu gọi hành động (CTA)
    - Gửi báo giá
    - Nhắn tin ngay
    - Đặt hàng
    - .....

XMind | Trial Mode