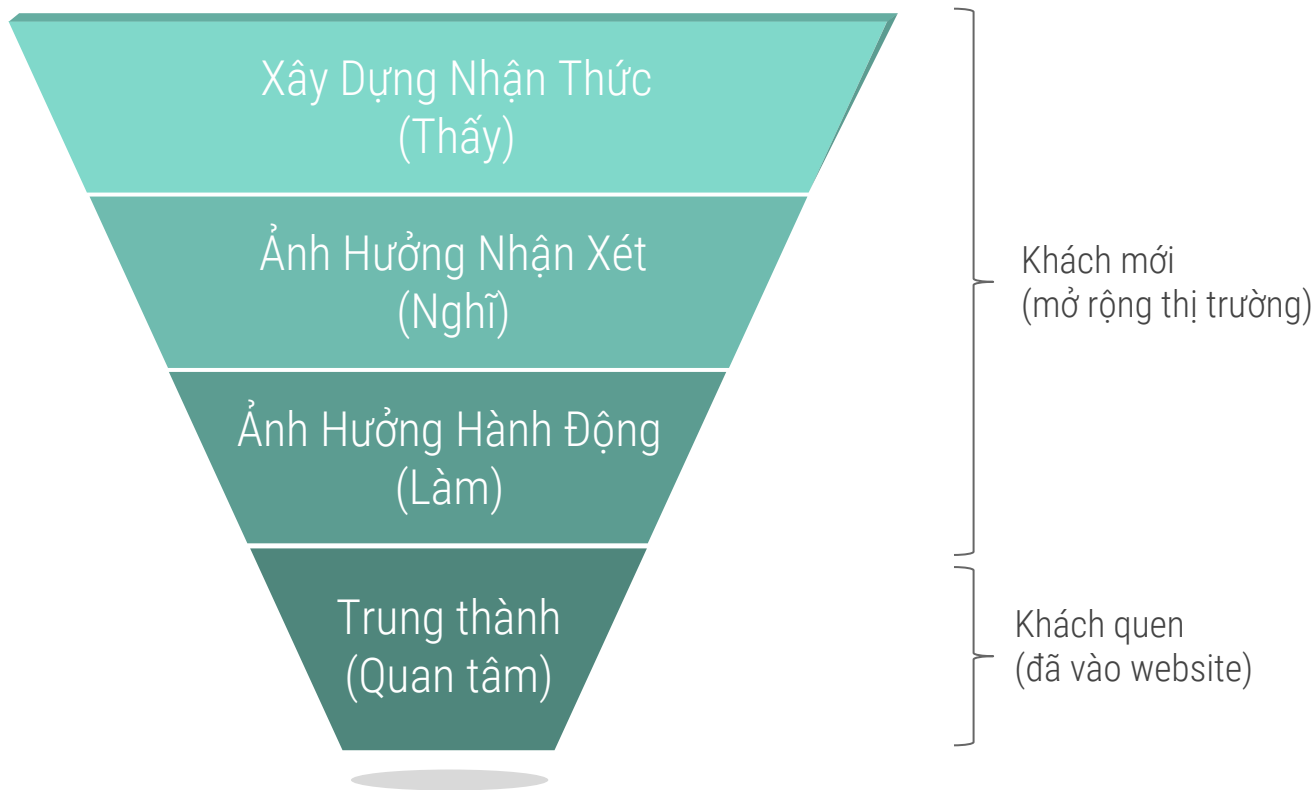




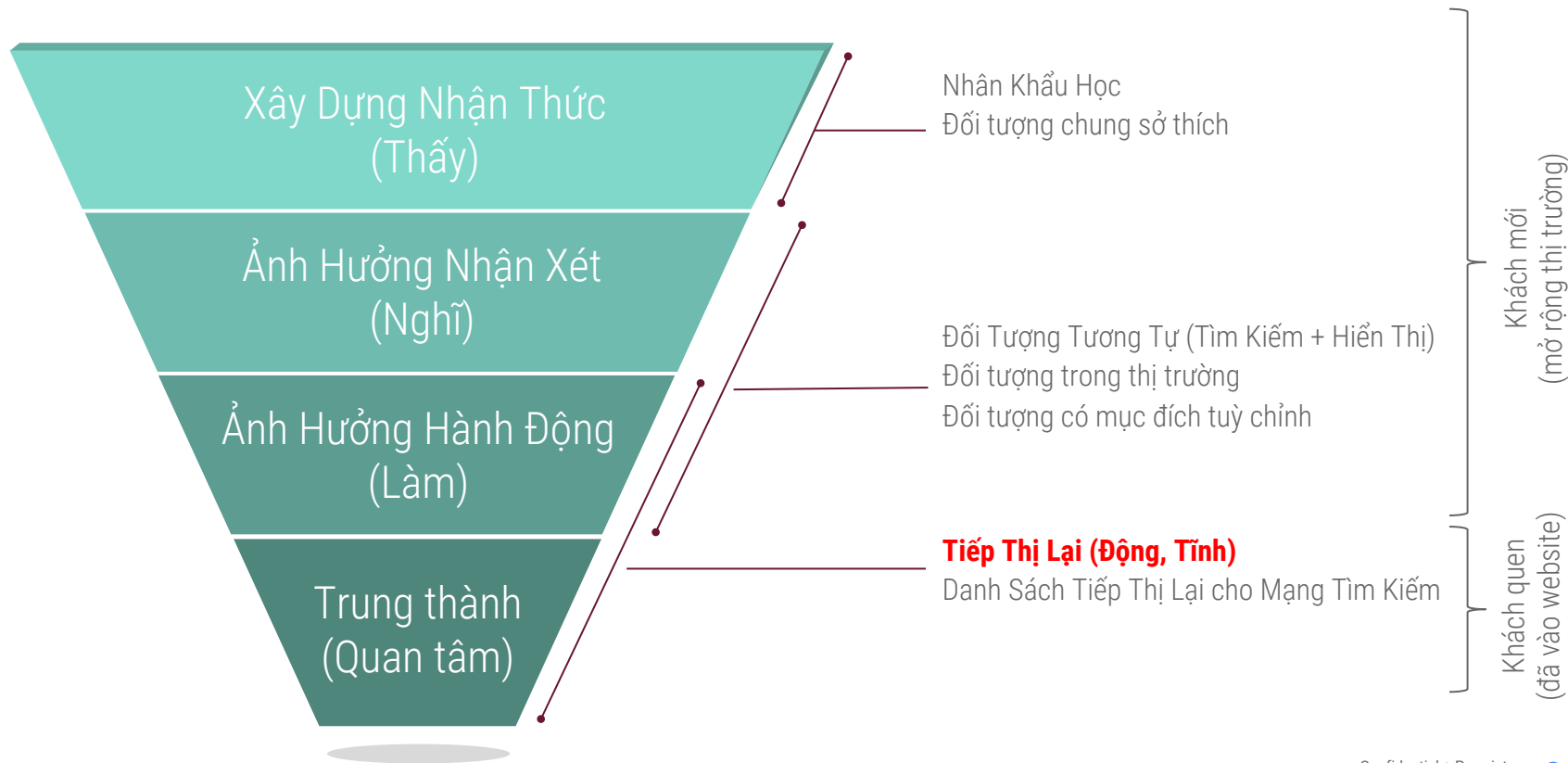
Display Ad 2.0

Giải pháp đối tượng cho quảng cáo hiển thị

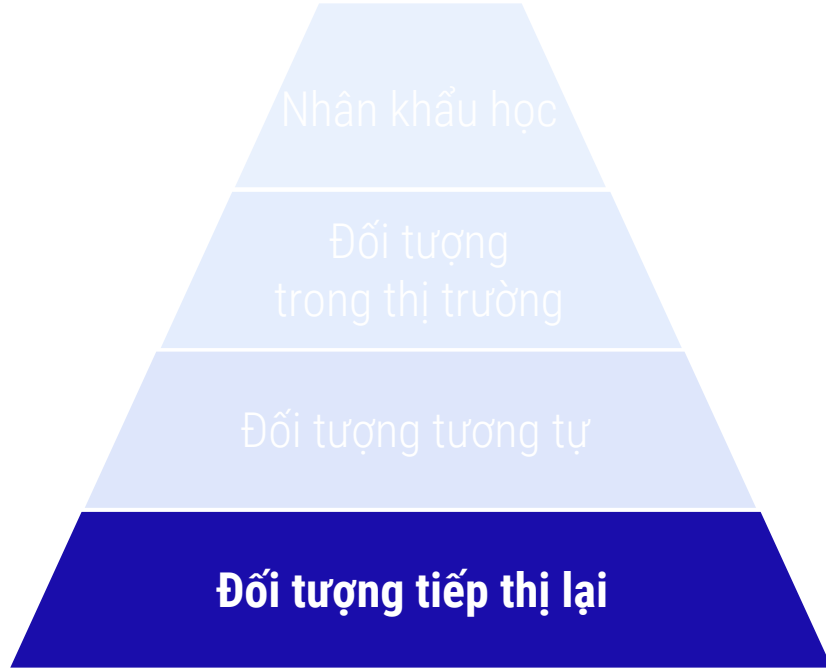
Google Có Đối Tượng Cho Mỗi Mục Tiêu Tiếp Thị Của Bạn



Google Có Đối Tượng Cho Mỗi Mục Tiêu Tiếp Thị Của Bạn

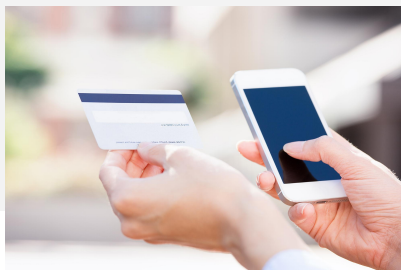


Nội Dung



Tiếp Thị Lại

Hãy cho người yêu mình cơ hội thứ 2



96%

Người dùng rời website
mà không chuyển đổi



70%

Người dùng cho hàng vào giỏ rồi
lại không mua nữa

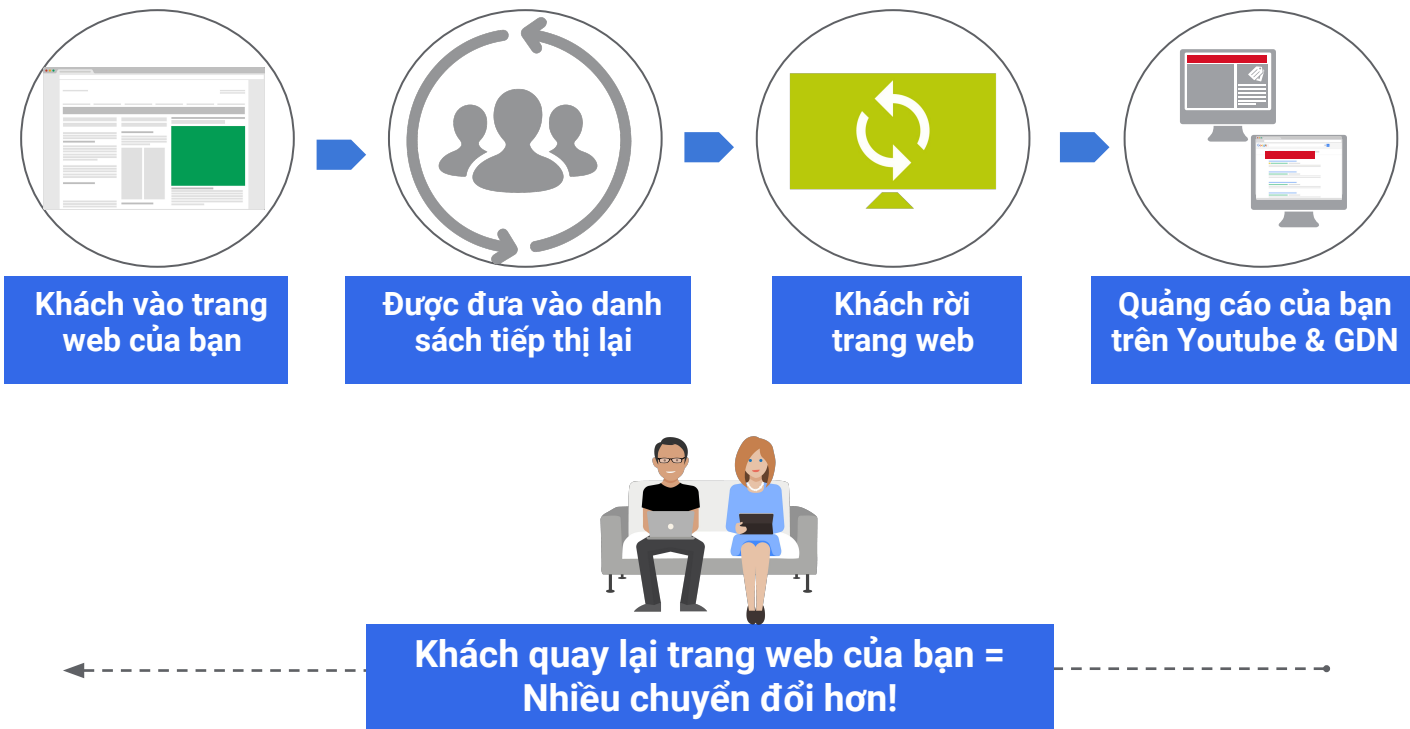


49%

Tham khảo 2-4 trang khác nhau
trước khi quyết định mua hàng

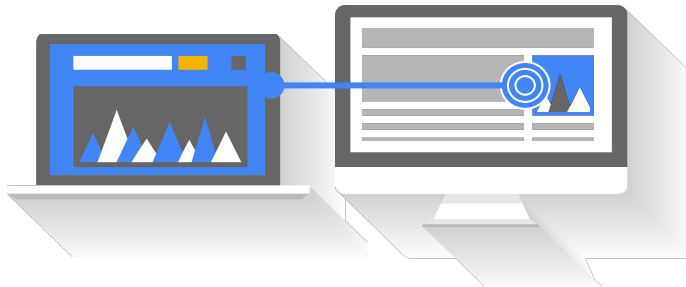
Tiếp Thị Lại Hoạt Động Như Thế Nào?

Thu hút lại người dùng trước đây đã truy cập vào trang web của bạn và hiển thị quảng cáo có liên quan trên web



Tiếp Thị Lại Tĩnh

Thu hút lại người dùng trước đây đã truy cập vào trang web của bạn và hiển thị quảng cáo có liên quan trên web



Tiếp cận khách hàng với thông điệp liên quan

Điều chỉnh thông điệp phù hợp với từng tập khách hàng.



Mẫu quảng cáo bắt mắt và có liên quan

Tạo văn bản, hiển thị và quảng cáo động trong vài giây với công cụ đơn giản của Google.



Tăng phạm vi tiếp cận

Enhance additional search and display campaigns using your audience lists.

Tiếp Thị Lại Tĩnh - Best Practices

Hiển thị **quảng cáo khác nhau** cho các **đối tượng khác nhau**



Khách truy cập
trang chủ

Xem ngay deal hot nhất



Khách tìm kiếm sản
phẩm

*Hàng mới về, mẫu mã
phong phú. Xem ngay!*



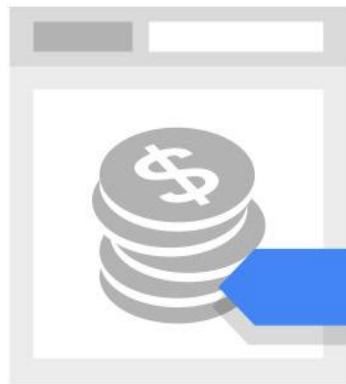
Khách đã
xem sản
phẩm cụ thể

*Giảm giá 30% -
Chỉ hôm nay!*



Khách bỏ giỏ hàng

*Miễn phí giao hàng -
Mua ngay!*



Khách đã mua
hàng

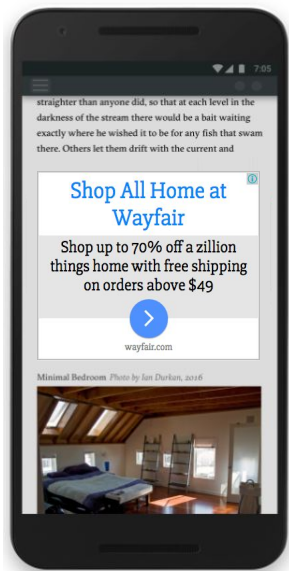
*Bạn đã xem những
sản phẩm này chưa?*

Để Tiếp Thị Lại Tính Thành Công

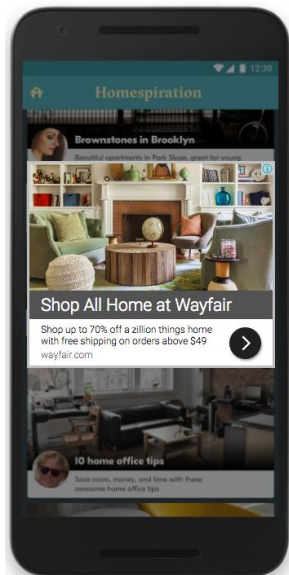
Các tips giúp bạn tạo một chiến dịch tiếp thị lại tính hiệu quả

- ✓ **Không dùng ghép** với các hình thức nhắm mục tiêu khác (ngôn ngữ, nhân khẩu học, vị trí địa lý...)
- ✓ Nhắm mục tiêu: **mọi ngôn ngữ, mọi vị trí** (nếu phù hợp)
- ✓ **Không** nên sử dụng **giới hạn tần suất**
- ✓ **Sử dụng Xoay vòng quảng cáo** “Tối ưu hoá cho chuyển đổi”
- ✓ Đảm bảo **phủ hết các kích cỡ** quảng cáo phổ biến + Có quảng cáo chữ
- ✓ Loại trừ list những khách đã mua hàng/sign up (nếu phù hợp)

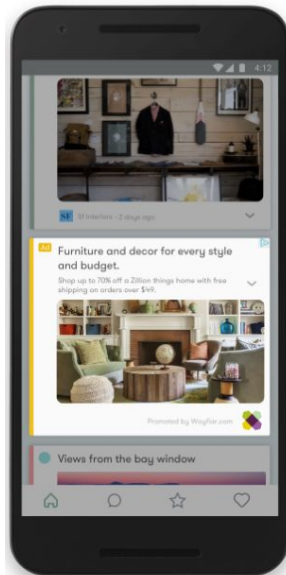
Giới thiệu về Quảng Cáo Đáp Ứng



Định Dạng Văn Bản



Định Dạng Hình Ảnh



Định Dạng Biểu
Ngữ Gốc
(Native)

Yêu Cầu

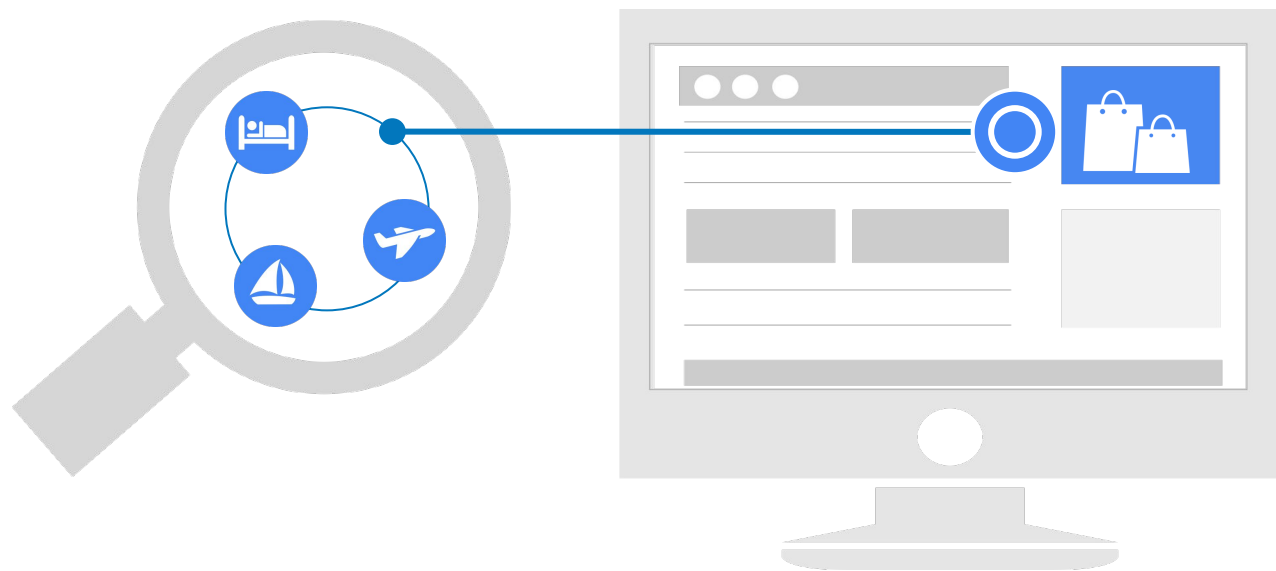
Tiêu đề & Miêu tả

URL

Hình ảnh banner + Logo

Tiếp Thị Lại Động

Thu hút lại người dùng trước đây đã truy cập trang web của bạn và **hiển thị các sản phẩm họ đã xem** trong quảng cáo



Tỷ lệ
chuyển đổi

2x

60%

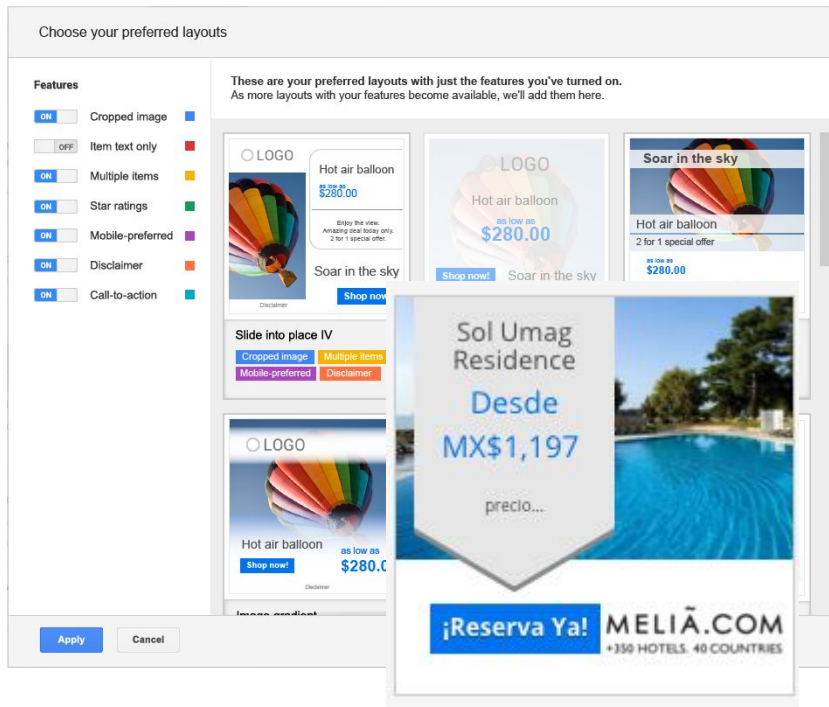
Giảm CPA

Tiếp Thị Lại Động Hoạt Động Như Thế Nào?

Sử dụng **nguồn cung cấp dữ liệu** về tất cả sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn cung cấp cho Google AdWords



Càng Cá Nhân Hoá, Càng Hiệu Quả



Điều chỉnh thông điệp của bạn với quảng cáo được cá nhân hoá tới từng người xem bằng cách sử dụng thư viện mẫu



Đã có thể sử dụng cho nhiều loại hình doanh nghiệp. (du lịch, khách sạn, chuyển bay, bán lẻ, bất động sản v...v)



Tiếp thị lại động giúp **tăng CTR gấp 3 lần** và **tăng tỉ lệ chuyển đổi lên 2 lần** so với quảng cáo tiếp thị lại tĩnh.

Chúng tôi hỗ trợ triển khai hoàn toàn miễn phí!

- Tag Website
 - AdWords Conversion Tracking
 - AdWords Remarketing
 - Analytics
- Tiếp thị lại trên mạng tìm kiếm (RLSA)
- Tạo chiến dịch tiếp thị lại (tĩnh & động) trên mạng hiển thị

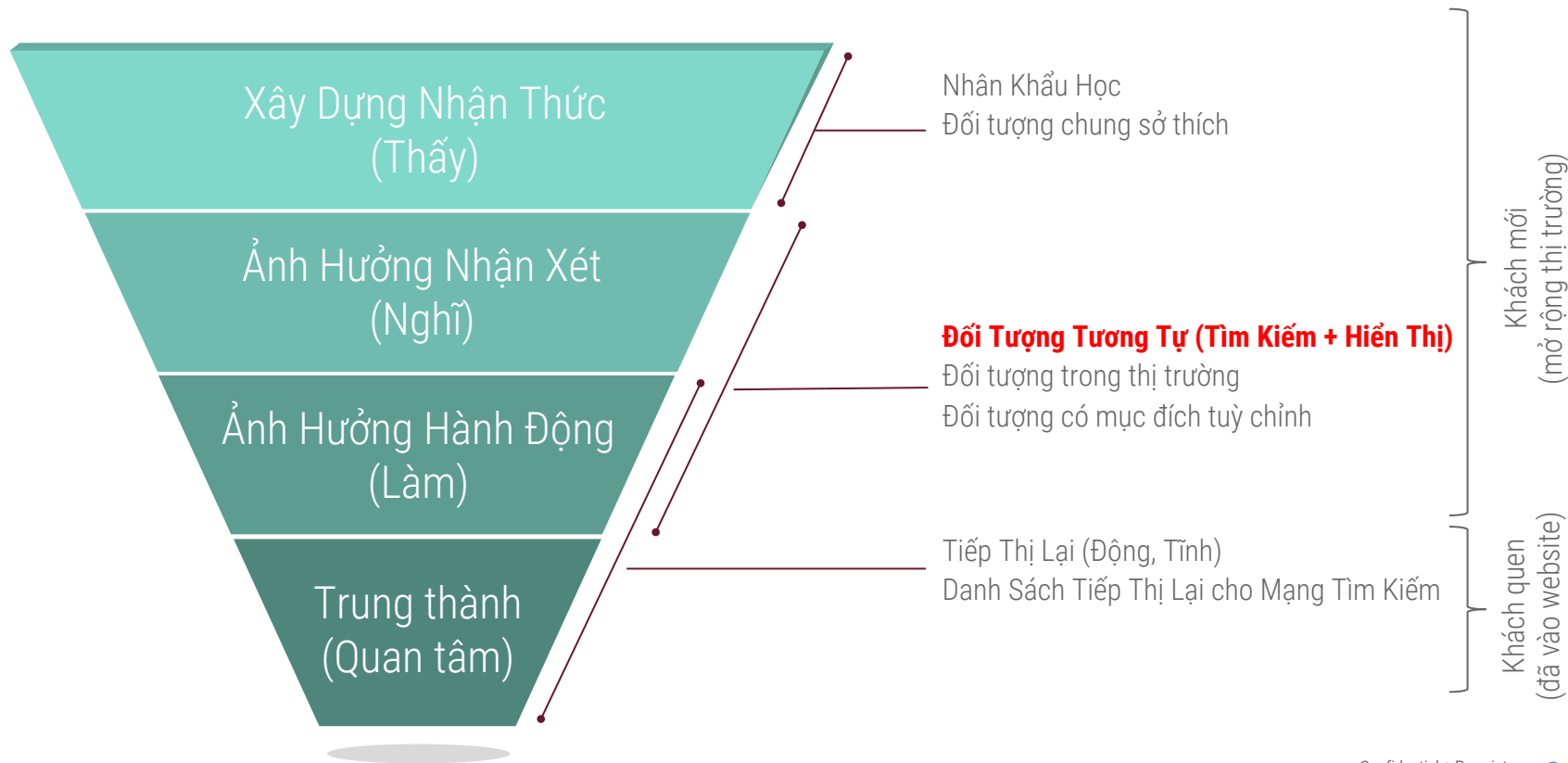
Nhưng làm
cách nào để
nhắm khách
hàng **Mới** ?



Nội Dung



Google Có Đối Tượng Cho Mỗi Mục Tiêu Tiếp Thị Của Bạn



Khách Hàng Tương Tự - Mới Nhưng Giá Trị Cao

Tải lên danh sách khách hàng hiện tại của bạn và chúng tôi sẽ tìm thấy các đối tượng tương tự



Khách Hàng Có Giá Trị
Cao Nhất Của Bạn



Cơ hội tiếp cận gấp **100 lần** so với danh sách
khách hàng của bạn

Cách Thức Xác Định Khách Hàng Tương Tự

Dựa vào thông tin khách hàng của bạn



...phân tích hàng trăm tín hiệu bằng công nghệ máy học, bao gồm:



- Nhân Khẩu Học
- Vị trí địa lí
- Sở thích
- Thiết bị
- Thời gian
- Ý định mua sắm



...và giúp bạn tìm những khách hàng tiềm năng mới



Ví dụ:
Profile của khách hàng tương tự



Tuổi 35-54



Sử dụng điện thoại



Xác suất cao là iPhone

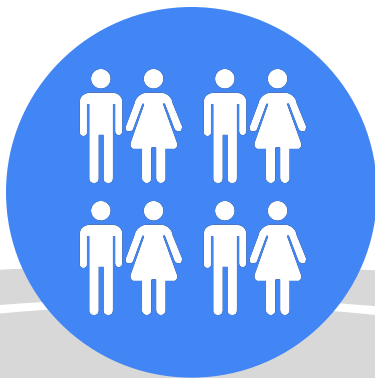
Ví Dụ Giải Lược...



Khách Hàng Tương Tự Là **Khách Hàng MỚI**



Một danh sách
tiếp thị lại hoặc
danh sách email



Danh sách khách hàng
tương tự được **tự động**
tạo



Những người trong danh sách
tiếp thị lại và email **không bị**
trùng lặp

Lợi Ích Của Khách Hàng Tương Tự



Tiếp Cận

Tiếp cận **trung bình gấp 5 lần**



Đơn giản

Danh sách được tự động tạo



Hệ thống thông minh

Dựa vào dữ liệu gần thời gian thực và dữ liệu trình duyệt



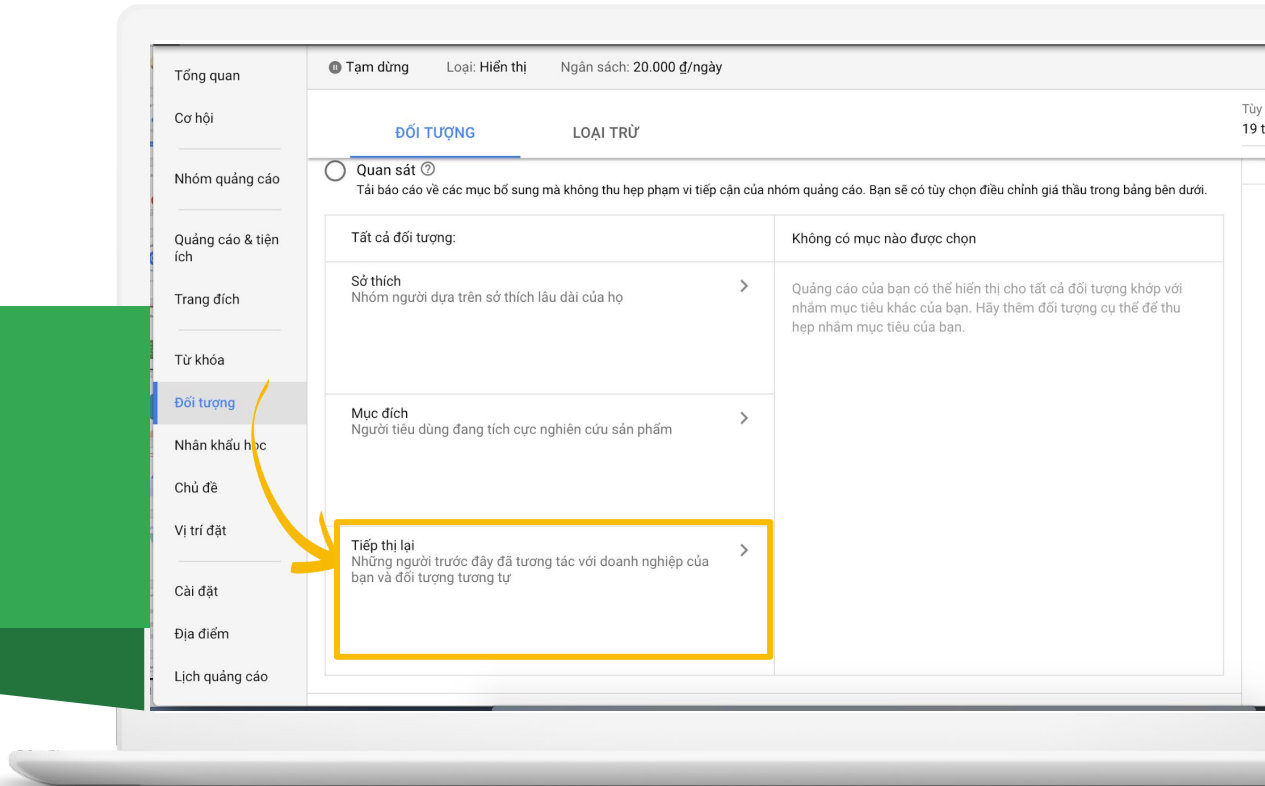
Hiệu suất

Nên kết hợp thêm với đấu thầu tự động

Thực hành

Bước 1

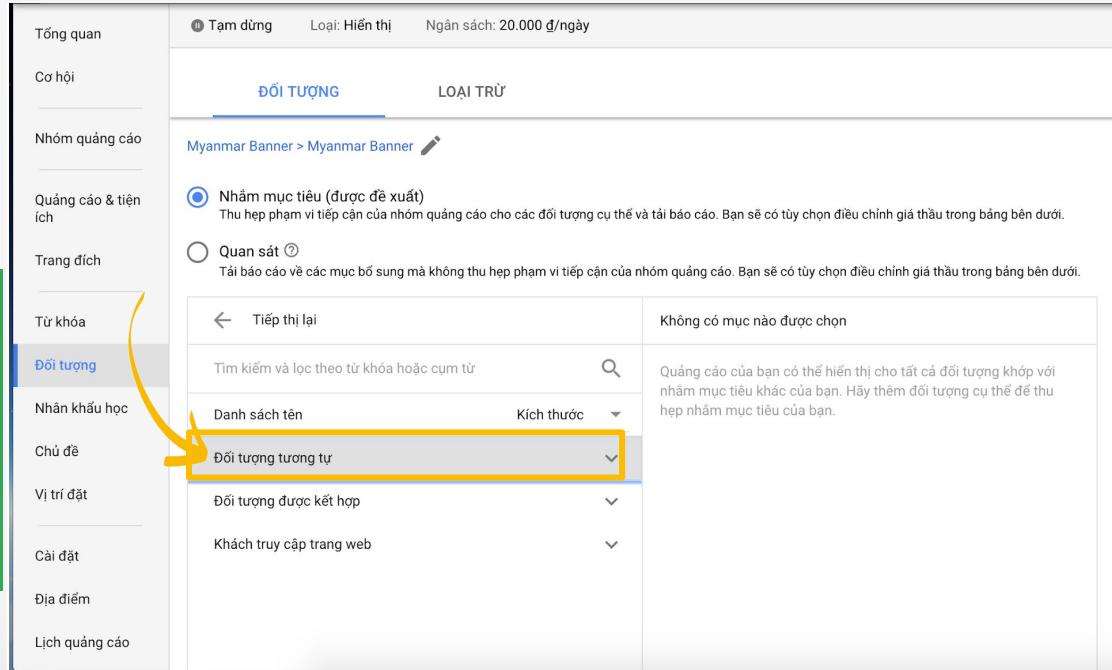
Chọn “**+**Tiếp thị lại” trong mục “Đối tượng”



Thực hành

Bước 2

Chọn “+Đối tượng tương tự”



Tổng quan

Cơ hội

Nhóm quảng cáo

Quảng cáo & tiện ích

Trang đích

Từ khóa

Đối tượng

Nhân khẩu học

Chủ đề

Vị trí đặt

Cài đặt

Địa điểm

Lịch quảng cáo

Tạm dừng Loại: Hiển thị Ngân sách: 20.000 đ/ngày

ĐỐI TƯỢNG LOẠI TRỪ

Myanmar Banner > Myanmar Banner

☒ **Nhắm mục tiêu (được đề xuất)**
Thu hẹp phạm vi tiếp cận của nhóm quảng cáo cho các đối tượng cụ thể và tái báo cáo. Bạn sẽ có tùy chọn điều chỉnh giá thầu trong bảng bên dưới.

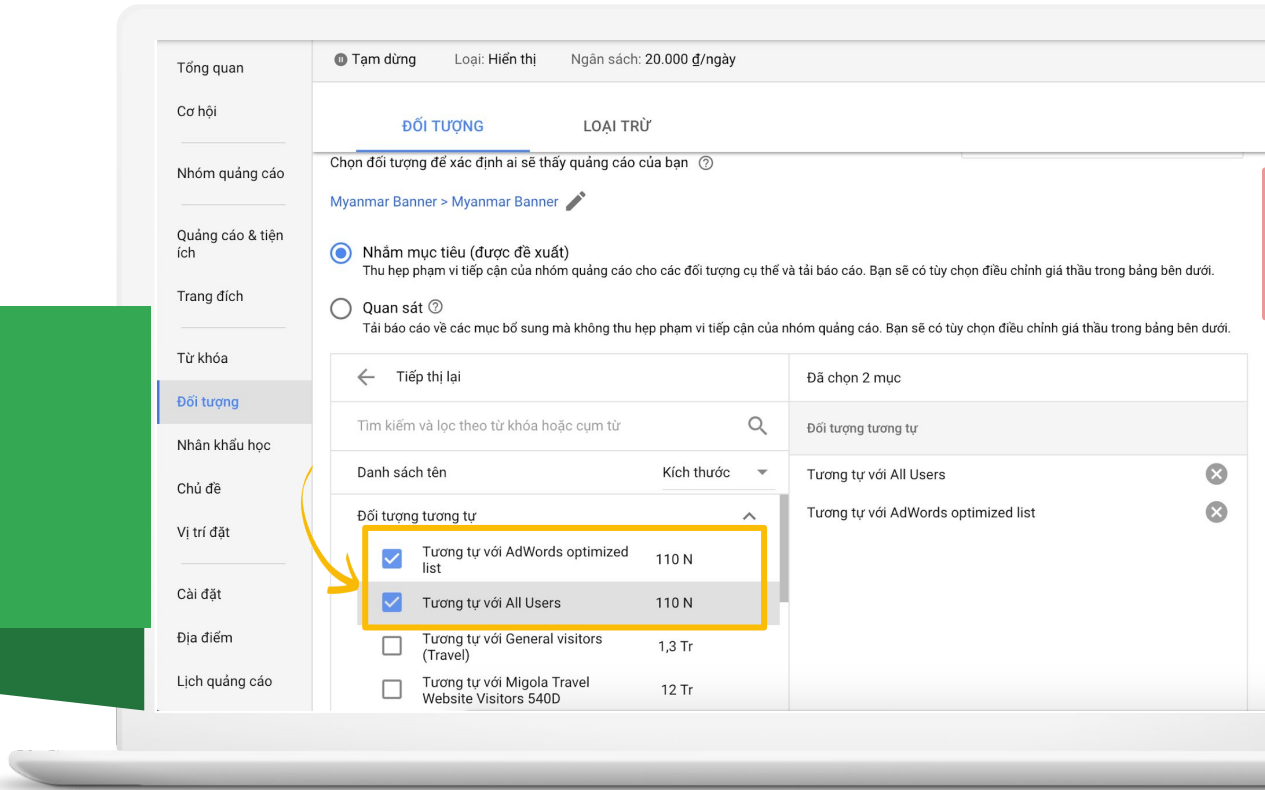
☐ **Quan sát**
Tái báo cáo về các mục bổ sung mà không thu hẹp phạm vi tiếp cận của nhóm quảng cáo. Bạn sẽ có tùy chọn điều chỉnh giá thầu trong bảng bên dưới.

← Tiếp thị lại	Không có mục nào được chọn
Tìm kiếm và lọc theo từ khóa hoặc cụm từ	Quảng cáo của bạn có thể hiển thị cho tất cả đối tượng khớp với nhắm mục tiêu khác của bạn. Hãy thêm đối tượng cụ thể để thu hẹp nhắm mục tiêu của bạn.
Danh sách tên	
Kích thước	
Đối tượng tương tự	
Đối tượng được kết hợp	
Khách truy cập trang web	

Thực hành

Bước 3

Chọn (những) danh sách đối tượng tương tự bạn muốn sử dụng



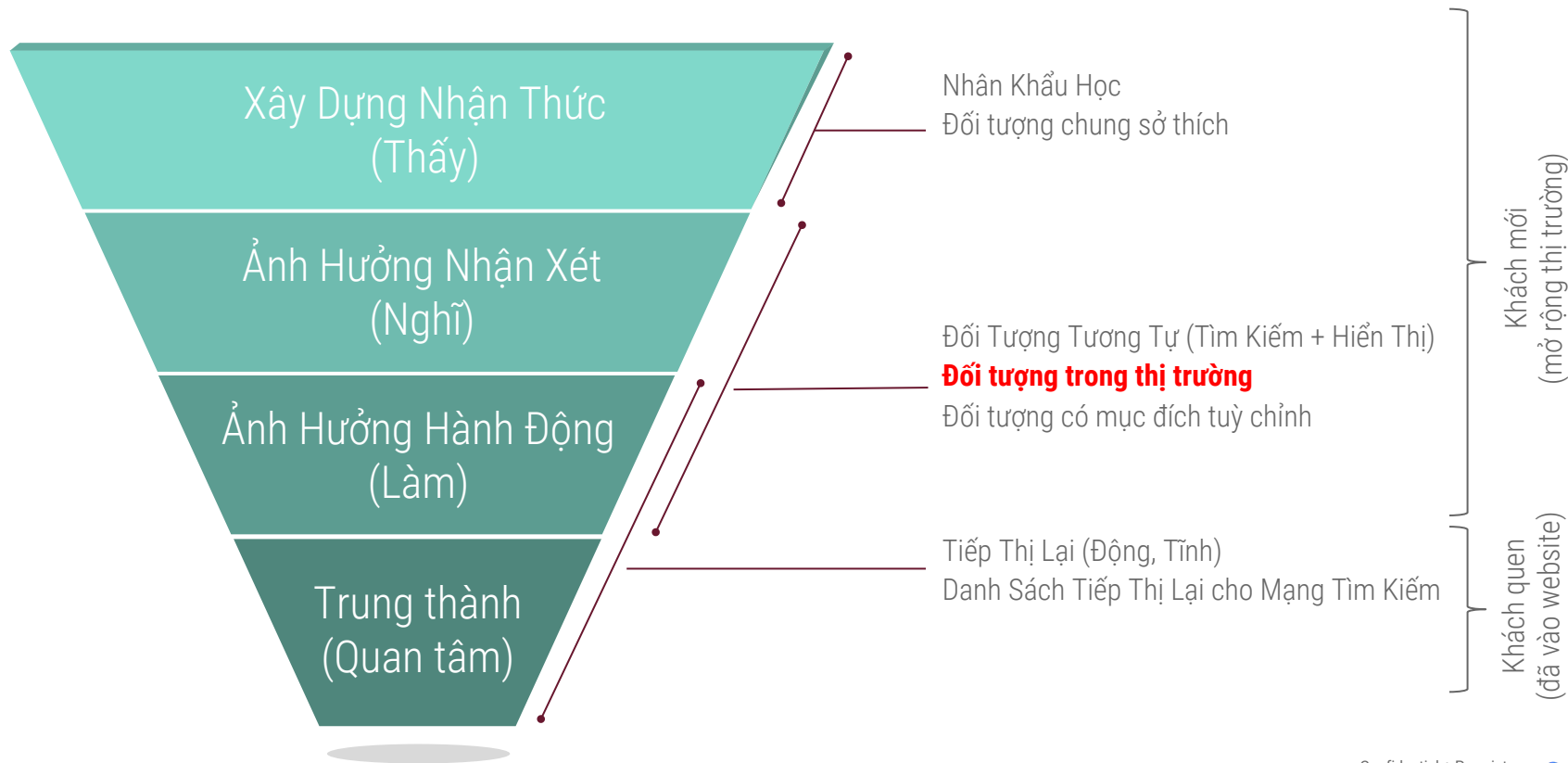


YOU REALLY DESERVE A
Break

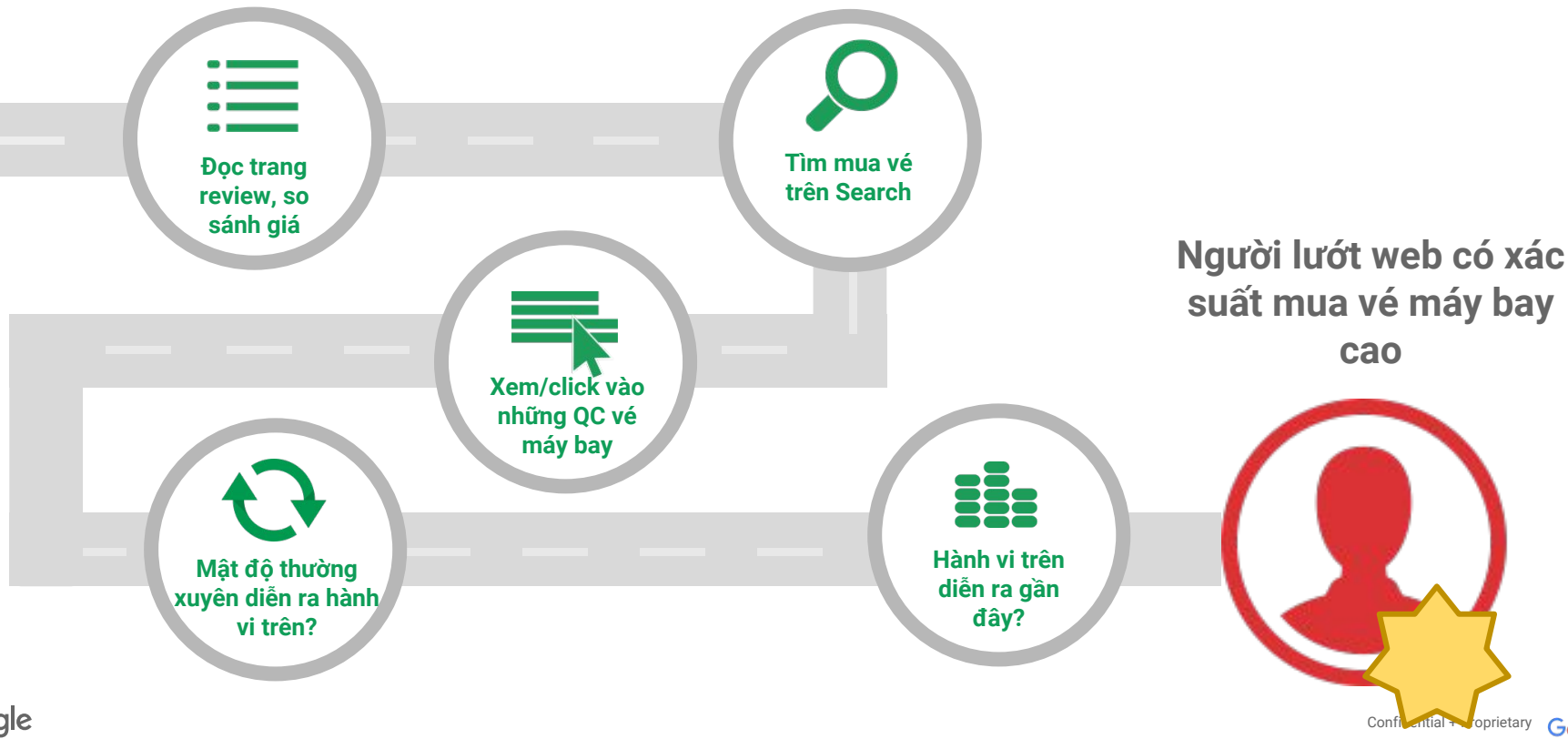
Nội Dung



Google Có Đối Tượng Cho Mỗi Mục Tiêu Tiếp Thị Của Bạn



Đối tượng đang lướt web và **thực sự** có nhu cầu mua sản phẩm của bạn, ví dụ...



Đối tượng trong thị trường

Hiện quảng cáo cho **đúng người dùng** vào **đúng thời điểm**

Sản phẩm cho
em bé và trẻ em

Du lịch

Các sản phẩm
dịch vụ làm đẹp

Việc làm

Ô tô & xe cộ

- Chăm sóc trẻ em & giáo dục
- Ghế cho em bé trên xe
- Nuôi dưỡng trẻ sơ sinh và trẻ mới biết đi
- Trang phục em bé & trẻ em
- Tã & Sản phẩm vệ sinh cho em bé
- Xe đẩy & xe nôi trẻ em
- Đồ chơi & trò chơi

Vì sao chọn “Đối tượng trong thị trường”



Thời gian thực



Nhắm đến người có nhu cầu, không phải sở thích

** Thời gian 1 người ở lại trong từng tập đối tượng khác nhau tùy thuộc vào ngành dọc.*

Đối tượng trong thị trường - Best Practices



Không dùng chung với các cách nhắm khác (sở thích, vị trí nhắm)



Sử dụng bidding tự động (CPA hoặc CPC)



Tối ưu hoá nhắm mục tiêu: Cho phép AdWords tự động tìm khách hàng mới

Nhắm mục tiêu tự động

Tự động mở rộng nhắm mục tiêu để tìm khách hàng mới



Không có nhắm mục tiêu tự động

Chỉ sử dụng nhắm mục tiêu do bạn tự đặt



Tự động hóa thận trọng

Nhằm mục đích có được nhiều khách hàng hơn như những khách hàng bạn đã nhắm mục tiêu, với chi phí mỗi chuyển đổi hiện tại của bạn. [Tìm hiểu thêm](#)



Tự động hóa linh hoạt

Nhằm mục đích nhận được nhiều khách hàng nhất có thể trong phạm vi chi phí mỗi chuyển đổi hiện tại của bạn. [Tìm hiểu thêm](#)

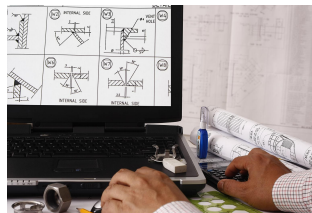


Đảm bảo hình thức nhắm là “Mục tiêu và giá thầu”

Danh Sách Đối Tượng Trong Thị Trường



1. Apparel and Accessories
2. Autos & Vehicles (+ Parts & Services)
3. Baby & Children's Products
4. Beauty Products & Services
5. Business Services
6. Computers & Peripherals
7. Consumer Electronics
8. Consumer Software
9. Dating Services
10. Education
11. Employment
12. Financial Services
13. Gifts & Occasions
14. Home & Garden
15. Real Estate
16. Sports & Fitness
17. Telecom
18. Travel



Làm sao để biết khách hàng của tôi nằm ở tập *Đối tượng trong thị trường* nào?

CHUYỂN ĐẾN

?

Trở về AdWords cũ

LẬP KẾ HOẠCH Công cụ lập kế hoạch từ khóa Xem trước và chẩn đoán quảng cáo	THƯ VIỆN ĐÃ CHIA SẺ Trình quản lý đối tượng Chiến lược giá thầu danh mục đầu tư Danh sách từ khóa phủ định Ngân sách được chia sẻ Danh sách loại trừ vị trí	HÀNG LOẠT TÁC VỤ Tất cả hành động hàng loạt Quy tắc Tập lệnh Video tải lên	ĐO LƯỜNG Chuyển đổi Google Analytics Phân bổ tìm kiếm	CÀI ĐẶT Lập hóa đơn và thanh toán Dữ liệu doanh nghiệp Truy cập tài khoản Tài khoản được liên kết Tùy chọn
---	---	---	---	--

Chọn tập đối tượng lớn nhất (All users)

Danh sách đối tượng

Đối tượng cần tìm hiểu thông tin chi tiết

Điểm chuẩn cần sử dụng để so sánh

Thông tin chi tiết về đối tượng

☒ Tất cả khách truy cập

☒ Việt Nam

Nguồn đối tượng

Đối tượng có liên quan

Những người trong danh sách tiếp thị lại này được liên kết thường xuyên nhất với những đối tượng sau

ĐỐI TƯỢNG TRONG THỊ TRƯỜNG

ĐỐI TƯỢNG CHUNG SỞ THÍCH

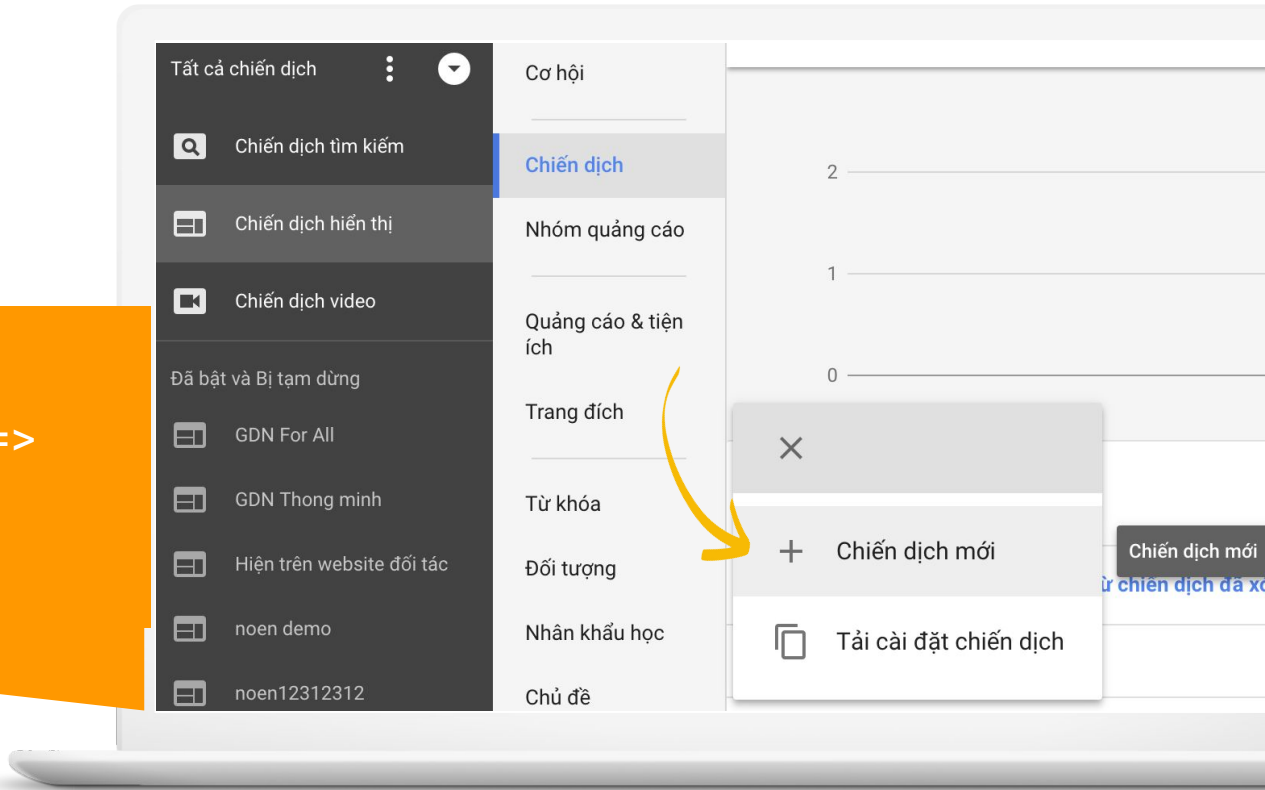
Chọn đối tượng để thêm vào nhóm quảng cáo

☐	Đối tượng trong thị trường	Chỉ mục	Kích thước	Được thêm vào
☐	Dịch vụ kinh doanh Dịch vụ tài chính doanh nghiệp	6,8x	7 Tr - 7,5 Tr	Không có gì
☐	Y phục & phụ kiện Áo khoác ngoài	6,4x	6 Tr - 6,5 Tr	Không có gì
☐	Y phục & phụ kiện Trang phục nam giới	6,4x	8 Tr - 8,5 Tr	Không có gì
☐	Phần mềm > Phần mềm thiết kế Phần mềm vẽ & hoạt ảnh	6,3x	7,5 Tr - 8 Tr	Không có gì
☐	Y phục & phụ kiện > Trang sức & đồng hồ Đồng hồ đeo tay	6,2x	20 Tr - 25 Tr	Không có gì
☐	Máy tính & thiết bị ngoại vi Phụ kiện & linh kiện máy tính	5,7x	10 Tr - 15 Tr	Không có gì
☐	Y phục & phụ kiện Trang phục thể thao	5,6x	8 Tr - 8,5 Tr	Không có gì

Thực hành

Bước 1

Chọn “+ Chiến dịch mới” =>
Loại chiến dịch “Mạng
Hiện Thị”



Thực hành

Bước 2

Chọn “Mục đích” trong
mục “Đối tượng”

Đối tượng

Tiếp cận mọi người dựa trên hành động hoặc sở thích trực tuyến của họ ⓘ

Chỉnh sửa đối tượng được nhắm mục tiêu

Tất cả đối tượng:

Không có mục nào được chọn

Sở thích

Nhóm người dựa trên sở thích lâu dài của họ



Quảng cáo của bạn có thể hiển thị cho tất cả đối tượng với nhắm mục tiêu khác của bạn. Hãy thêm đối tượng để thu hẹp nhắm mục tiêu của bạn.

Mục đích

Người tiêu dùng đang tích cực nghiên cứu sản phẩm



Tiếp thị lại

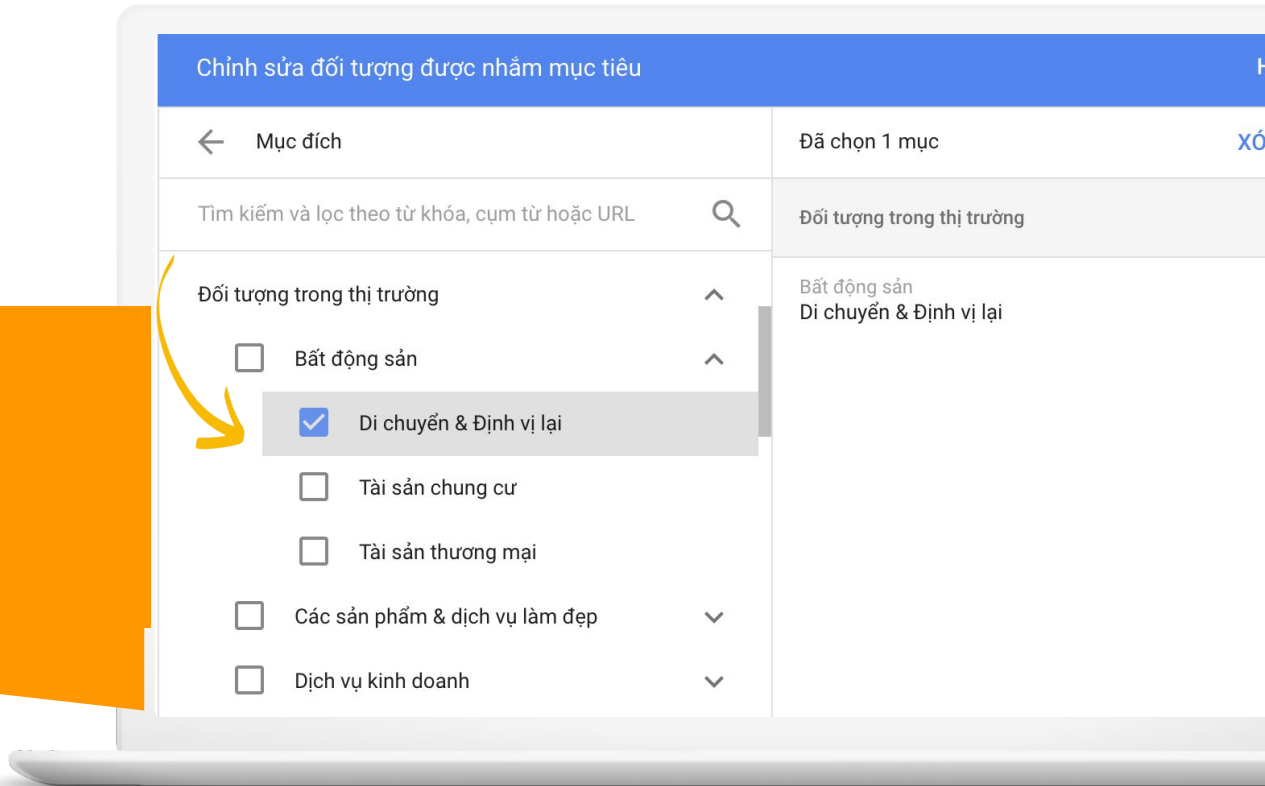
Những người trước đây đã tương tác với doanh nghiệp của bạn và đối tượng tương tự



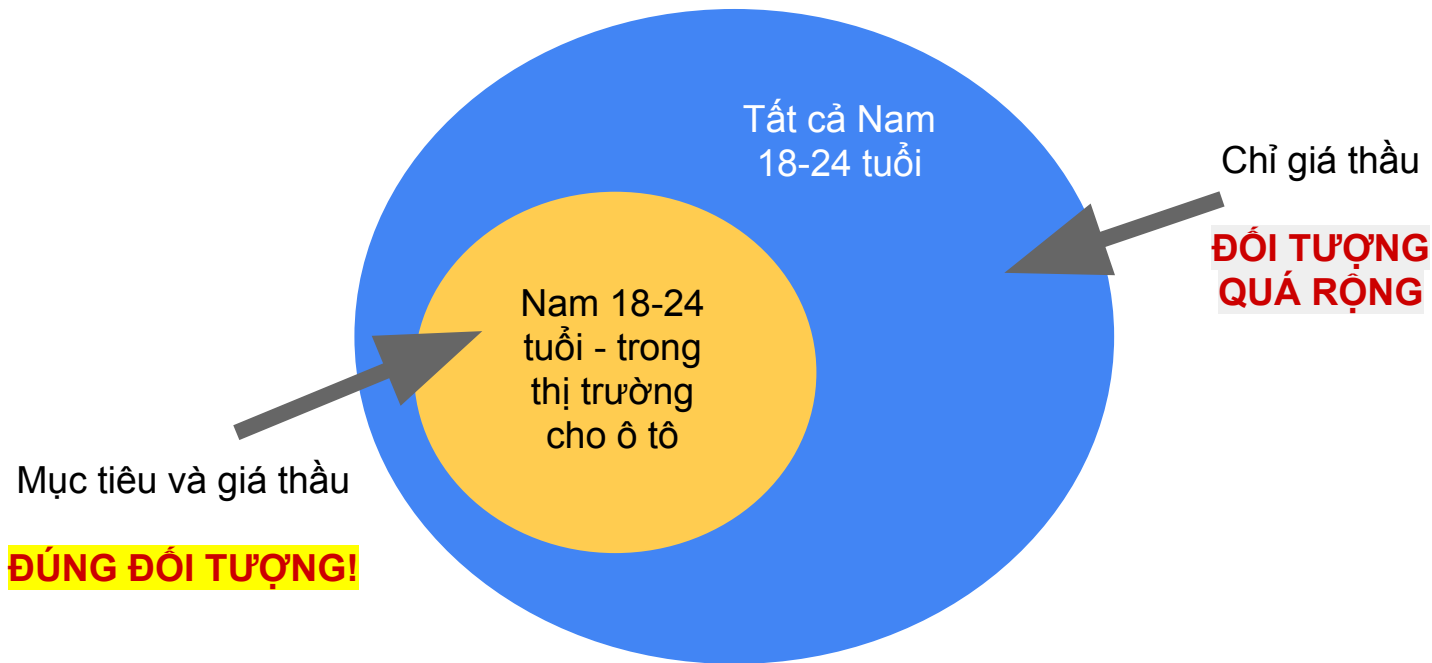
Thực hành

Bước 3

Chọn danh sách “Đối tượng trong thị trường” phù hợp



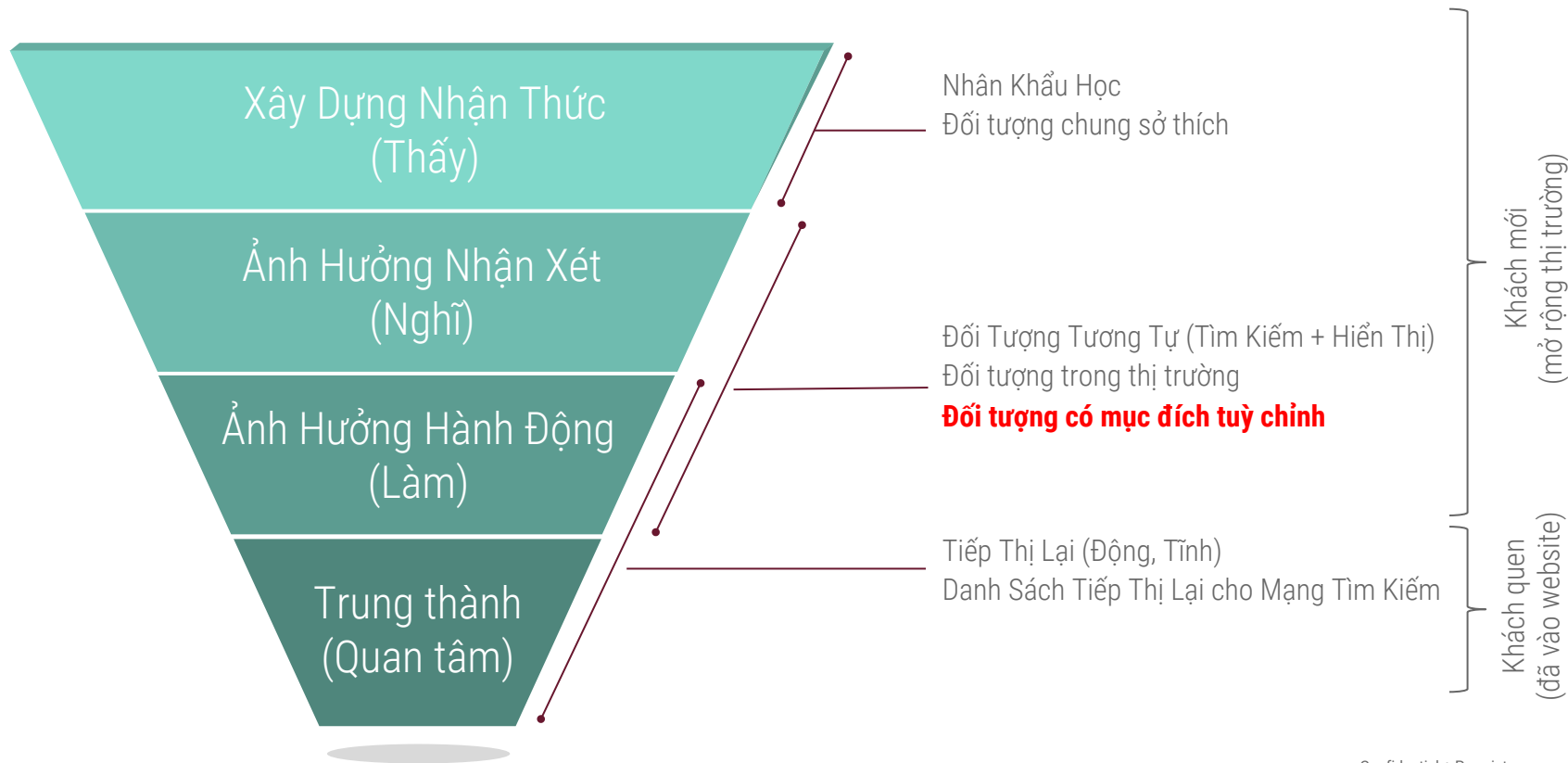
Ví dụ: Tôi muốn nhắm đến Nam 18-24 tuổi đang
muốn mua ô tô



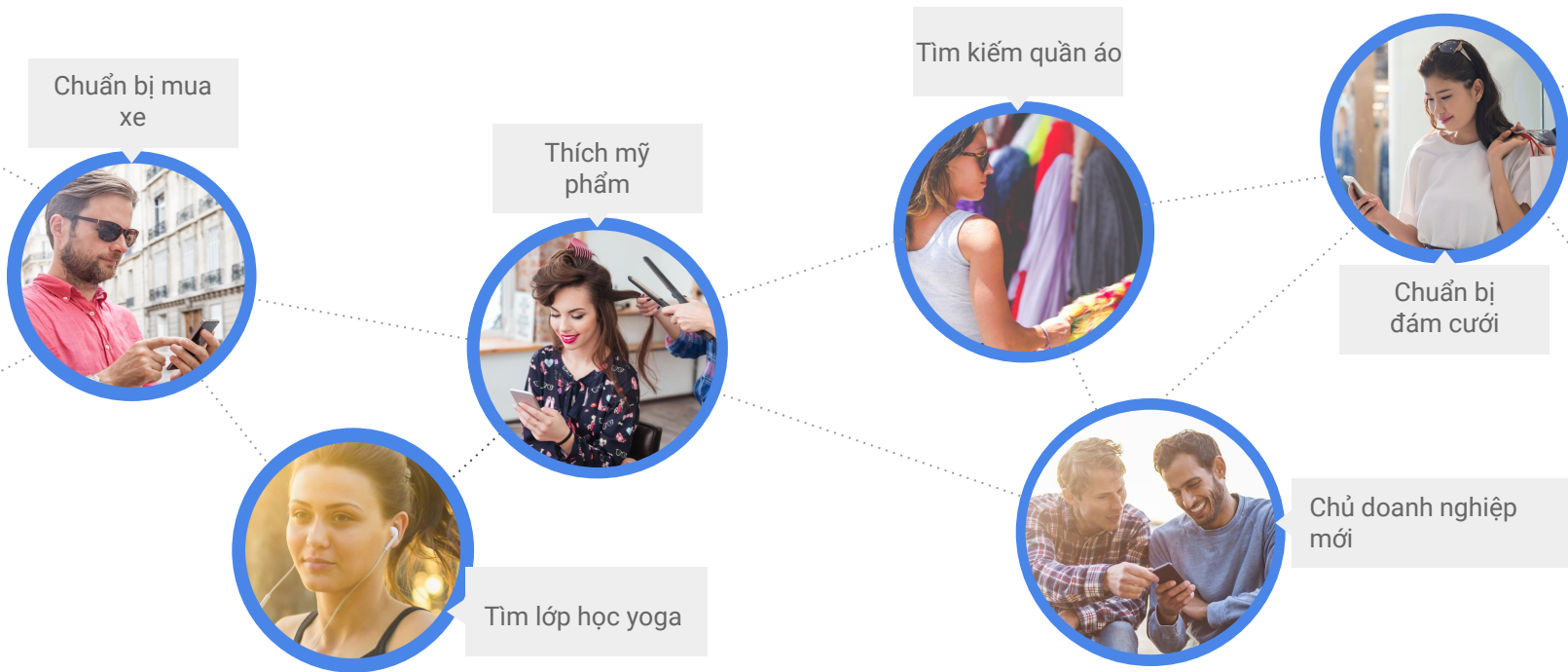
Đối tượng với mục đích tùy chỉnh (Custom In-market)



Google Có Đối Tượng Cho Mỗi Mục Tiêu Tiếp Thị Của Bạn



Làm sao để xác định đối tượng một cách chính xác nhất?



🔍 Sử dụng mục đích
tìm kiếm
là điểm khởi đầu



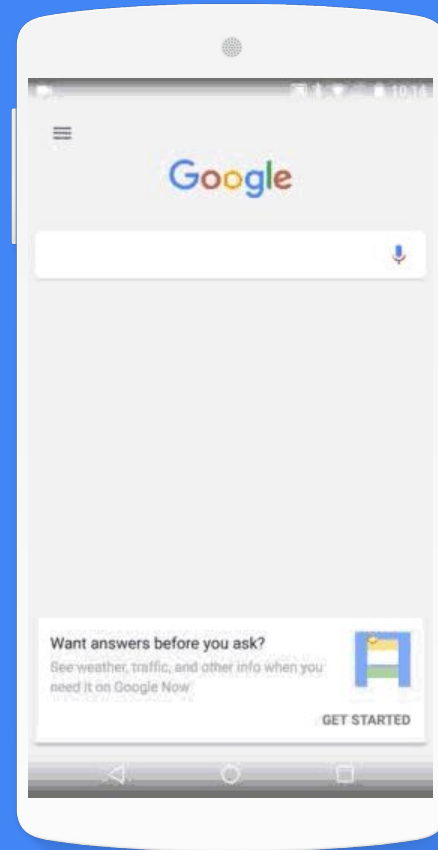
Tìm kiếm vẫn là bước đệm trước các quyết định mua hàng

87% 🔍

số người quay sang Google để tìm
kiếm ý tưởng mua sắm

Source: Google / Euromonitor International, Micro-Moments Survey, USA, July 2016,
Smartphone shoppers =1000.

Question: What are all of the online sources you have used to look for ideas about what
to buy and what device(s) do you typically use?



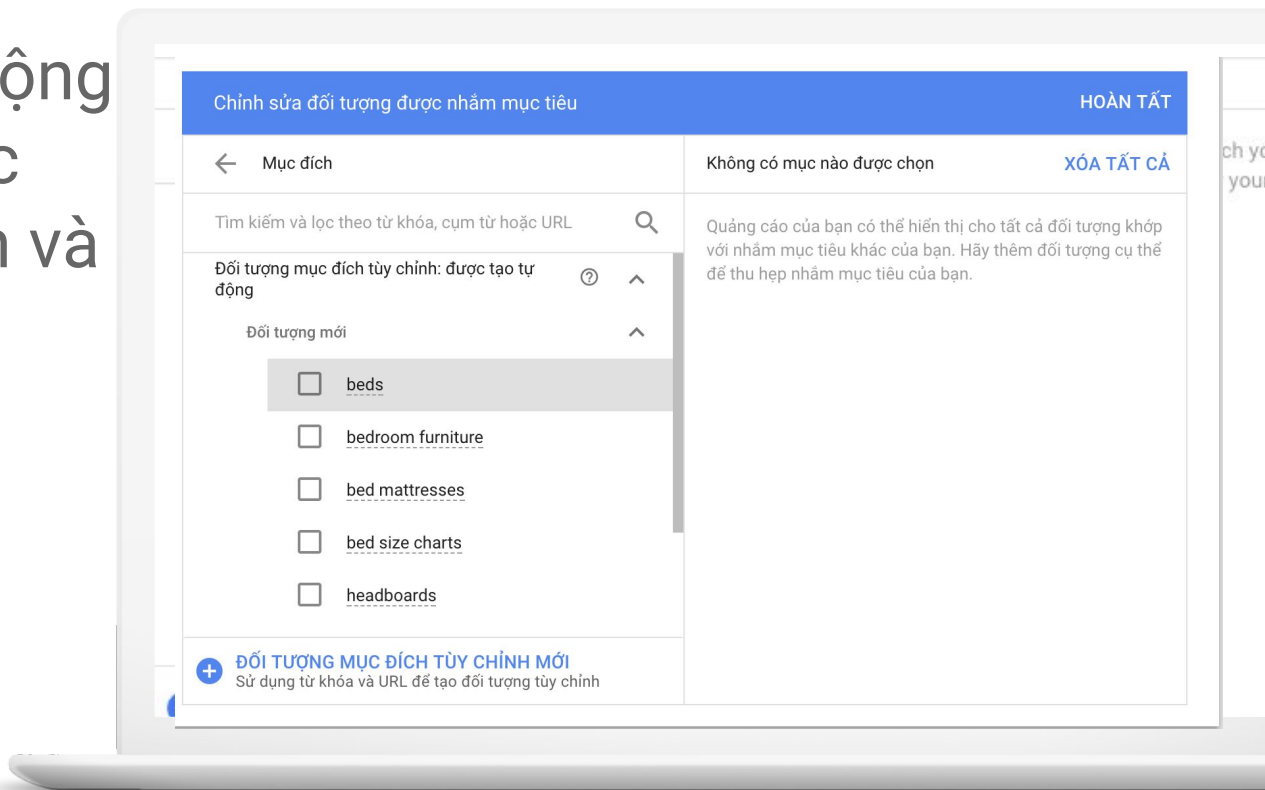
Giới thiệu đối tượng với mục đích tùy chỉnh

Sử dụng thông tin từ các chiến dịch
tìm kiếm và tiếp thị lại của bạn để tìm
khách hàng mới qua 2 bước đơn giản

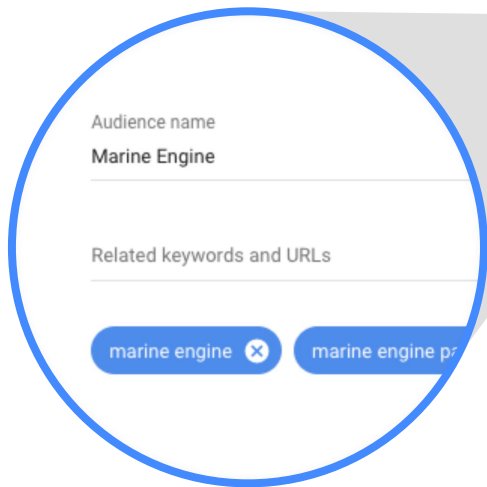
1. **Xem xét** các danh sách lập sẵn
2. **Tự thiết lập** các danh sách tùy
chỉnh



Xem xét các danh sách được tạo tự động dựa trên lịch sử các chiến dịch tìm kiếm và tiếp thị lại của bạn



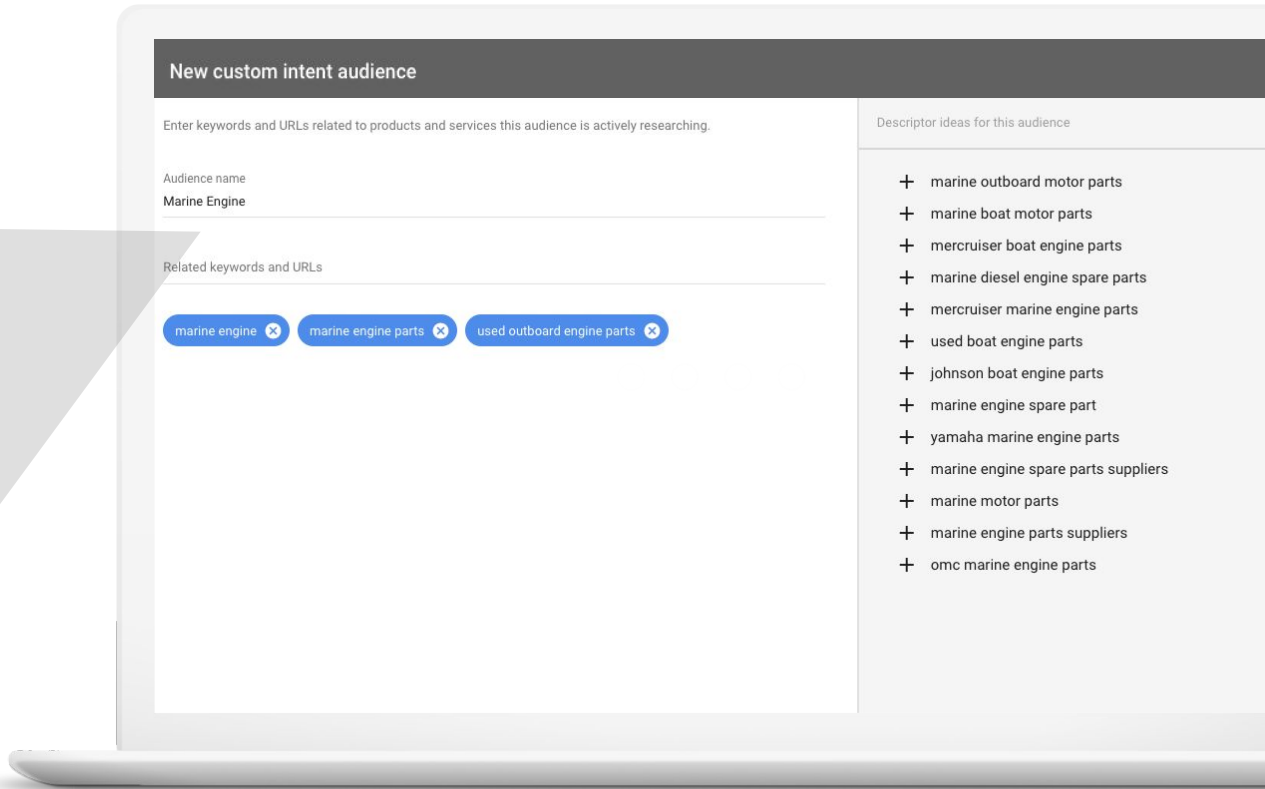
Tự Thiếp Lập Danh Sách Mới



Audience name
Marine Engine

Related keywords and URLs

marine engine × marine engine pr



New custom intent audience

Enter keywords and URLs related to products and services this audience is actively researching.

Audience name
Marine Engine

Related keywords and URLs

marine engine × marine engine parts × used outboard engine parts ×

Descriptor ideas for this audience

- + marine outboard motor parts
- + marine boat motor parts
- + mercruiser boat engine parts
- + marine diesel engine spare parts
- + mercruiser marine engine parts
- + used boat engine parts
- + johnson boat engine parts
- + marine engine spare part
- + yamaha marine engine parts
- + marine engine spare parts suppliers
- + marine motor parts
- + marine engine parts suppliers
- + omc marine engine parts

Lợi Ích Của Đối tượng với mục đích tùy chỉnh

Hiệu quả cao



+10-15% số lượng
chuyển đổi (so với chỉ
nhắm bằng từ khoá)

Đơn giản hoá việc quản lý từ khoá



Theo dõi hiệu quả theo danh
sách đối tượng thay vì từ khoá

Cá nhân hoá



Tự thiết lập các nhóm đối
tượng sử dụng từ khoá/URLs

Đối Tượng Có Mục Đích Tùy Chỉnh - **Best Practices**

1

**Thiết lập cài đặt
chuyển đổi**

2

**Gộp nhóm đối tượng có
cùng một thông điệp
"Call-to-action" vào cùng
nhóm quảng cáo**

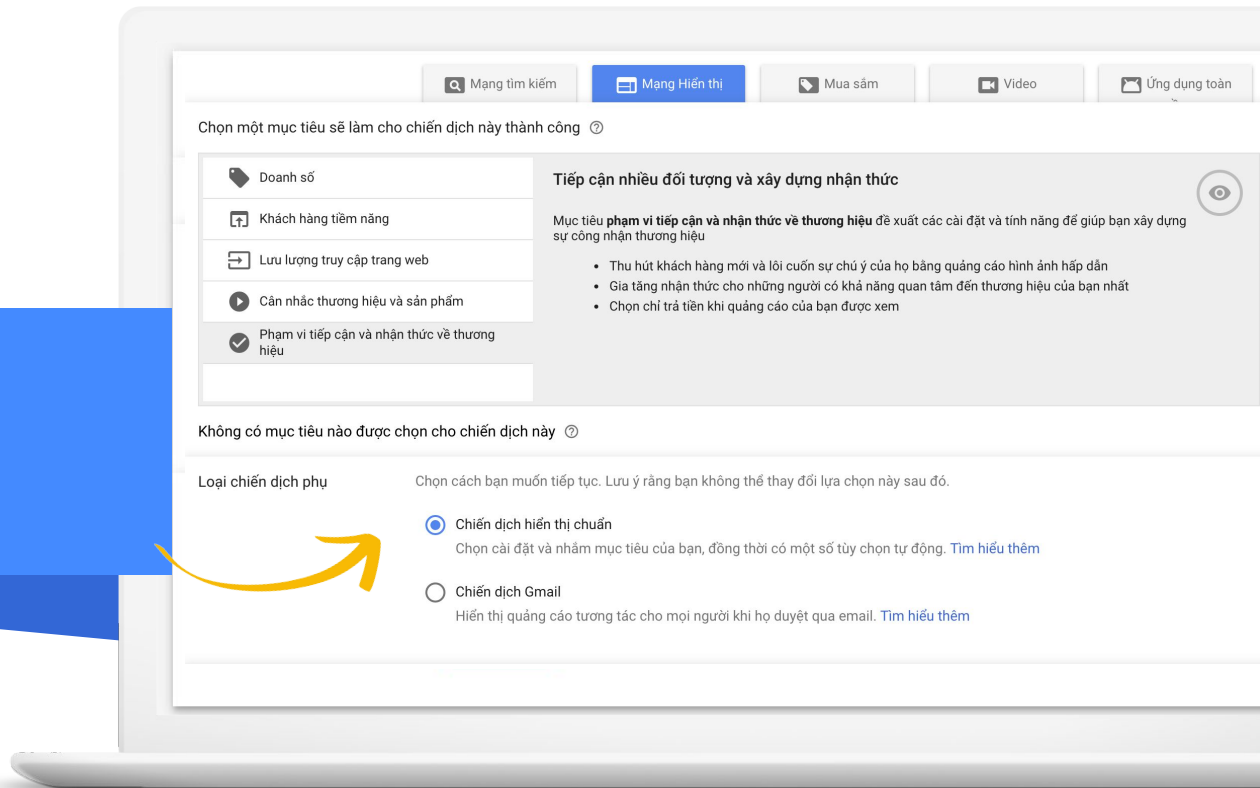
3

**Tận dụng tự động
hoá đặt giá thầu để
tối ưu hoá hiệu quả
quảng cáo (Target
CPA hoặc Target
ROAS)**

Thực hành

Bước 1

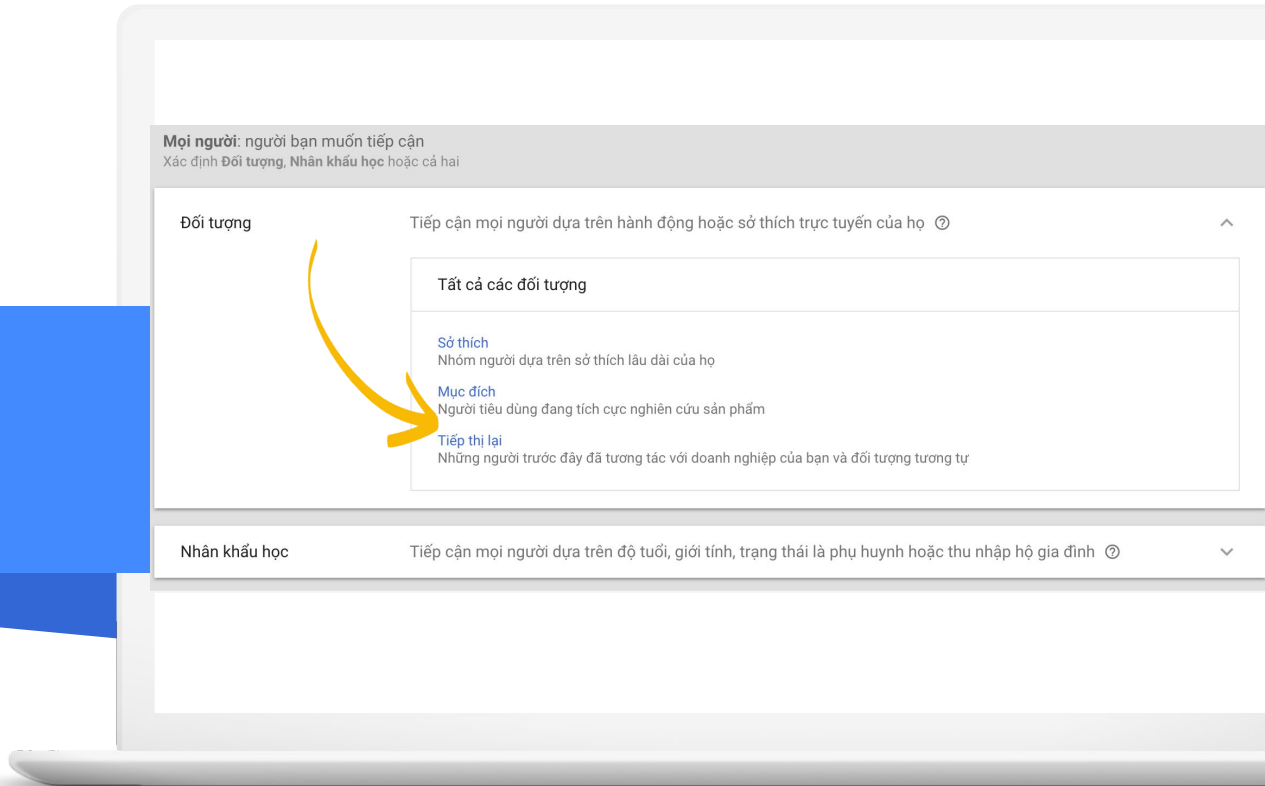
Tạo một chiến dịch hiển thị chuẩn



Thực hành

Bước 2

Chọn Mục đích trong phần Đối tượng



Thực hành

Bước 3

Xem xét các danh sách đã được tạo sẵn

Đối tượng

Tiếp cận mọi người dựa trên hành động hoặc sở thích trực tuyến của họ ②

Chỉnh sửa đối tượng được nhắm mục tiêu

HOÀN TẤT

← Mục đích

Không có mục nào được chọn

XÓA TẤT CẢ

Tìm kiếm và lọc theo từ khóa, cụm từ hoặc URL



Đối tượng mục đích tùy chỉnh: được tạo tự động ②



Đối tượng mục đích tùy chỉnh



Đối tượng trong thị trường



Quảng cáo của bạn có thể hiển thị cho tất cả đối tượng khớp với nhắm mục tiêu khác của bạn. Hãy thêm đối tượng cụ thể để thu hẹp nhắm mục tiêu của bạn.



ĐỐI TƯỢNG MỤC ĐÍCH TÙY CHỈNH MỚI

Sử dụng từ khóa và URL để tạo đối tượng tùy chỉnh

Thiết lập danh sách mục đích mới - **Best practices**

1

**Chọn khoảng ~15
từ khoá/URLs**

2

**Sử dụng từ khoá được
AdWords giới thiệu để
xây dựng một danh sách
đầy đủ**

3

**Thêm URLs để cung
cấp thêm ngữ cảnh**

Thực hành

Bước 1

Chọn “**+** Đối tượng mục đích tùy chỉnh mới” để tạo danh sách mới

Đối tượng

Tiếp cận mọi người dựa trên hành động hoặc sở thích trực tuyến của họ ②

Chỉnh sửa đối tượng được nhắm mục tiêu

HOÀN TẤT

← Mục đích

Không có mục nào được chọn

XÓA TẤT CẢ

Tìm kiếm và lọc theo từ khóa, cụm từ hoặc URL



Đối tượng mục đích tùy chỉnh: được tạo tự động ①



Đối tượng mục đích tùy chỉnh



Đối tượng trong thị trường



Quảng cáo của bạn có thể hiển thị cho tất cả đối tượng khớp với nhắm mục tiêu khác của bạn. Hãy thêm đối tượng cụ thể để thu hẹp nhắm mục tiêu của bạn.



ĐỐI TƯỢNG MỤC ĐÍCH TÙY CHỈNH MỚI

Sử dụng từ khóa và URL để tạo đối tượng tùy chỉnh

Thực hành

Bước 2

Thêm từ khoá hoặc URLs; sử dụng các từ khoá được giới thiệu

