ONSHOP
by NOVAON

Kinh doanh Online thực chiến

eBook

Hướng dẫn tăng doanh thu 200%
dành cho các chủ shop

ONSHOP by NOVAON

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1
Mở đầu.....02

CHƯƠNG 2
Tại sao lại bán hàng trên Website.....04

CHƯƠNG 3
Hướng dẫn tạo Website chuyên nghiệp trên Onshop.....07

CHƯƠNG 4
Hướng dẫn chạy quảng cáo chuẩn về Website.....16

CHƯƠNG 01 Mở đầu

Trước khi bắt đầu với cuốn tài liệu Kinh doanh Online thực chiến hãy xem qua các số liệu dưới đây.
Số liệu khảo sát được Onshop thực hiện vào đầu năm 2020 trên 10.000 chủ cửa hàng online và khách hàng hay mua online:

Khách hàng:
+ 63% khách hàng bắt đầu mua sản phẩm có thương hiệu riêng (có Website và Fanpage) và tạm dừng mua các sản phẩm giá rẻ trên mạng. Trong khi con số đó năm 2018: 35%
+ 75% khách hàng rất sợ mua hàng online (mua hàng kém chất lượng) do các cửa hàng không có Website, chỉ có Fanpage
+ Cứ 10 người mua hàng sẽ có 6 người sẽ mua nhiều hơn 2 sản phẩm nếu chủ cửa hàng có Website thay vì chỉ bán hàng qua Fanpage hoặc có cửa hàng Offline

Chủ cửa hàng
+ 65% chủ shop trên sàn đánh giá sàn thương mại điện tử (TMĐT) là kênh bán hàng chủ yếu nhưng đơn hàng đang ít dần, lãi trên đơn hàng ít đi do phải giảm giá để cạnh tranh với nhiều Shop khác
+ 72% các chủ cửa hàng đang bán hàng và có sử dụng quảng cáo của Facebook chia sẻ rằng: Chi phí quảng cáo dành cho Facebook đang tăng dần theo ngày, số lượng tương tác của Fanpage đang giảm xuống, khó ra đơn hàng hơn do cạnh tranh cao.

Qua các số liệu chắc hẳn các chủ shop đều lo lắng không biết "cửa hàng nhỏ" của mình sẽ ra sao trong thời gian tới. Hãy đi tiếp số liệu dưới đây:
+ 80% các cửa hàng có Website bán hàng chuẩn có lợi nhuận tăng 35% (so sánh với thời gian chưa sử dụng Website bán hàng)
+ 74% các chủ cửa hàng có thêm 2 tiếng mỗi ngày do xử lý công việc kinh doanh (khách hàng, đăng sản phẩm, vận đơn...) đơn giản hơn và xử lý trên một nền tảng

Qua đó, chúng ta có thể thấy xu hướng kinh doanh online trong năm 2020 đang có sự thay đổi rõ rệt. Việc cạnh tranh khách hàng trên Facebook và TMĐT và chi phí tăng vọt là một bài toán đau đầu mà các nhà kinh doanh online đang gặp phải.
Trong khi đó khách hàng thông minh và kỹ tính hơn trong quá trình mua sắm của mình. Hành vi mua hàng đang đang có xu hướng chuyển dịch sang từ TMĐT, Fanpage sang Website

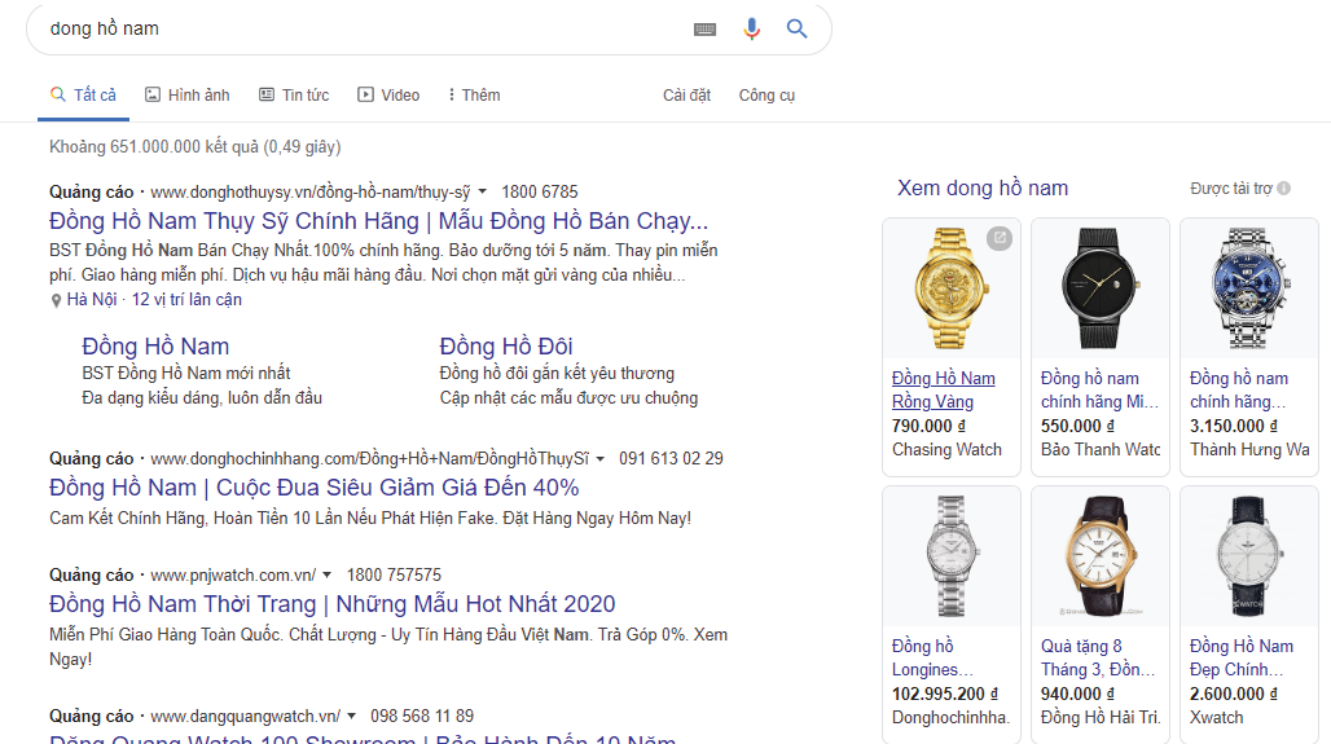
Chúng ta có thể thấy rằng, việc có Website bán hàng là điều gần như là cần thiết nếu muốn kinh doanh. Nếu kinh doanh mà chỉ phụ thuộc vào Shopee hay Facebook sẽ không được lâu dài. Ví dụ điển hình cuối năm 2019 với sự ra đi của: Adayroi khiến cho nhiều chủ cửa hàng mất đi một lượng khách rất lớn.
Hãy thử tưởng tượng rằng một ngày nào đó: quảng cáo trên Facebook không còn tốt nữa, Lazada hay Shopee tạm dừng thì cửa hàng kinh doanh mình sẽ đi đâu.
Trong bộ tài liệu này, Onshop sẽ hướng dẫn bạn kinh doanh hiệu quả nhất. Cuốn eBook này sẽ là cuốn sách gối đầu giường giúp bạn có thêm hành trang trên con đường kinh doanh sắp tới.

CHƯƠNG 02 Tại sao lại bán hàng trên Website?

Qua các số liệu ở mục trước ta có thể thấy tầm quan trọng của Website trong thời buổi kinh doanh online hiện tại. Trong mục này hãy cùng đào sâu chi tiết tại sao lại cần phải có Website bán hàng nhé.

1. Dễ dàng tìm kiếm khách hàng tiềm năng qua Google

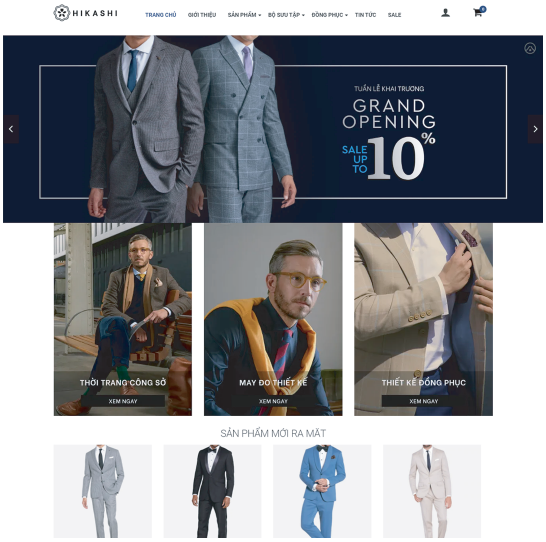
Hãy bắt đầu với ví dụ dễ hiểu dưới đây:
Giả sử bạn đang kinh doanh ĐỒNG HỒ NAM, giá bán đang khoảng 500.000 VNĐ đến 1.000.000 VNĐ trên một sản phẩm.
theo thống kê của Google, hàng tháng đang có 600.000 lần lượt tìm kiếm về " Đồng hồ nam" Có nghĩa là đang có 600.000 khách hàng tiềm năng ngoài kia đang sẵn sàng mua hàng của bạn.
Hãy bắt đầu thử tìm kiếm trên Google nhé:



Qua hình ảnh trên thấy hình ảnh gây ấn tượng mạnh đó chính là hình ảnh sản phẩm đồng hồ nam nằm bên phải màn hình.Có thể thấy hình ảnh miêu tả chi tiết: Ảnh, tên và giá sản phẩm khá là bắt mắt.
Tại sao lại có hình ảnh như thế?
Đó là hình thức quảng cáo Google Shopping của google. Hình thức quảng cáo của Google, tính theo CPC (trả tiền theo lượt Click)
Chắc bạn có thể nghĩ, lại quảng cáo... nhưng nó sẽ khác
Nếu bạn đã từng chạy quảng cáo Facebook bạn sẽ chi phí mỗi đơn hàng sẽ không hề nhỏ, có thể 50k/đơn hàng hoặc có thể lên tới 200k. chi phí khá lớn.
Ở đây chi phí sẽ được tính theo số lượt click. Một nhà quảng cáo Google thường sẽ giá đấu thầu khoảng 2000/click,
Hãy tưởng tượng rằng: nếu hình ảnh của bạn đẹp, giá cả phải chăng liệu họ click có mua hàng không?
Về chi phí: Giả sử bạn đặt giá thầu quảng cáo/ click là 3000, cứ 10 click vào sẽ có 1 người đặt hàng mua.
Vậy bạn bỏ ra 30.000 VNĐ để bán một món đồng hồ 1.000.000. Vậy ai là người có lời?

2. Thúc đẩy mua hàng

Thông thường khi khách hàng tiếp cận khoảng (4-5 sản phẩm) thông qua quảng cáo hay bài viết bán hàng của bạn trên Facebook.
Đôi khi khách hàng sẽ không tìm thấy những sản phẩm ưng ý và sẵn sàng phớt lờ sản phẩm của bạn.
Nhưng với Website thì khác, thay vì chỉ đăng tải 4-5 sản phẩm lên bài viết tại sao bạn không chia sẻ website trên facebook. Khi họ vào Website sẽ thấy toàn bộ sản phẩm, các chương trình ưu đãi... thay vì chỉ lướt qua 1-2 sản phẩm không vừa ý trên NewFeed



Hãy so sánh 2 hình ảnh trên, nếu là bạn thì bạn sẽ mua hàng ở đâu.

3. Tối ưu chi phí quảng cáo

Trong những năm gần đây, 95% nhà kinh doanh online đã hoặc đang chạy quảng cáo trên Facebook. Việc tối ưu quảng cáo không hề đơn giản, chi phí sẽ bị độn lên một cách quá đáng nếu như không tìm ra giải pháp hợp lý. Nhưng hầu như các chủ shop đều không tối ưu được, lý do rất đơn giản: đều không có Website nên không sử dụng đc Facebook pixel.
Vậy tại sao phải dùng Facebook pixel (Onshop sẽ hướng dẫn sử dụng Facebook Pixel ở
chương 4)
1. Facebook Conversion Tracking – Theo dõi chuyển đổi Facebook
2. Facebook retargeting – Tiếp cận khách hàng mục tiêu
3. Tạo danh sách khách hàng
4. Tối ưu hóa Facebook Ads cho việc chuyển đổi
5. Tối ưu hóa Facebook Ads dựa trên giá trị
6. Truy cập sâu vào các công cụ và số liệu của Facebook ads
Vào con số ví dụ cho dễ hiểu:
Bình thường khi chạy quảng cáo không có Pixel bạn có thể sẽ phải mất 100.000 VND tiền quảng cáo để bạn được món hàng 200.000 VND
Nhưng nếu có Pixel và Website số tiền bạn mất sẽ nhỏ hơn rất nhiều, thậm chí còn xuống 20.000 VND hoặc 30.000 VND để bán được món hàng 200.000 VND
Website Onshop cho phép gắn pixel để tối ưu hóa
Ví dụ ngành hàng thời trang phổ thông, giá bán : 200.000 - 250.000/sản phẩm

Trong trường hợp chạy bình thường không phải chuyên gia Marketing			
Ngành hàng thời trang			
Loại quảng cáo	Chạy quảng cáo tin nhắn	Chạy quảng cáo chuyển đổi có Pixel	
Giá sản phẩm	250.000	Giá sản phẩm	250.000
chi phí bỏ ra	1.000.000	chi phí bỏ ra	1.000.000
Giá/ tin nhắn	35.000	Giá trên 1 chuyển đổi	50.000
Tỷ lệ bán hàng qua tin nhắn	35%	Tỷ lệ bán hàng	90%
Tổng số tin nhăn (chi phí/ giá tin nhắn)	29	Tổng số đơn đặt hàng	20
Tổng số khách hàng (tổng tin nhắn * tỷ lệ bán hàng	10	Tổng số khách hàng	18
Doanh thu (số khách hàng * giá sản phẩm)	2.500.000	Doanh thu	4.500.000
Lãi	1.500.000	Lãi	3.500.000

ONSHOP by NOVAON

CHƯƠNG 03 Hướng dẫn tạo Website chuyên nghiệp trên Onshop

Onshop nền tảng Thương mại điện tử hợp nhất

Khởi tạo kinh doanh

Tạo website bán hàng chuẩn SEO, thân thiện với Mobile, trong 30 phút.
Tạo thương hiệu riêng với tên miền, logo, giao diện chuyên nghiệp & phong phú.

Bán hàng đa kênh

Mở rộng kênh bán, tăng doanh thu thông qua bán hàng đa kênh: Website bán hàng, Facebook, Google, sàn Thương mại điện tử và bán hàng tại cửa hàng.

Quảng bá & thu hút khách hàng

Quảng cáo, thu hút khách hàng và gia tăng tỷ lệ chuyển đổi đơn hàng với kho ứng dụng tích hợp sẵn: Chatbot, Google shopping...

Quản trị tập trung xuyên suốt trên một nền tảng

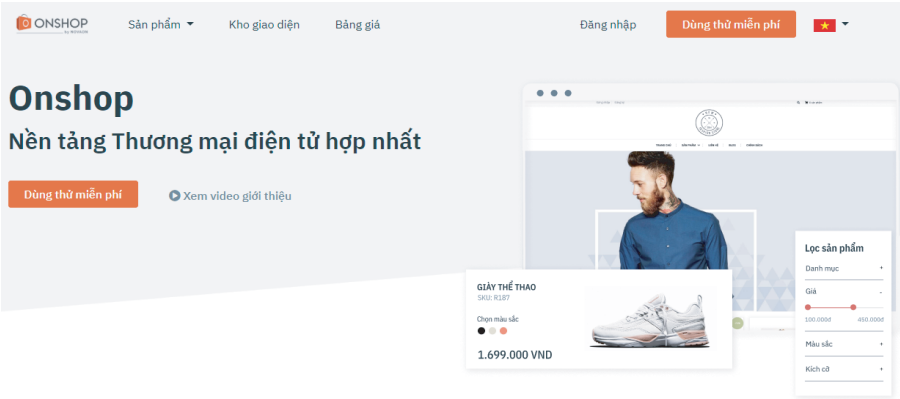
Quản trị đơn hàng, kho hàng, khách hàng, vận chuyển, thanh toán,... ở một nơi duy nhất.
Vận hành công việc kinh doanh dễ dàng và hiệu quả, hạn chế rủi ro

Hướng dẫn tạo Website bán hàng trên onshop

1. Đăng ký

Truy cập webiste: https://onshop.asia/

Bước 1: Từ trang chủ bấm "Dùng thử miễn phí"



Bước 2: Điền đầy đủ thông tin vào các trường tương ứng và bấm "Dùng thử miễn phí"

Tên cửa hàng cũng chính là tên website của mình, lưu ý không nhập ký tự đặc biệt hoặc dấu cách trắng: Dodado, dongygiatruyen...

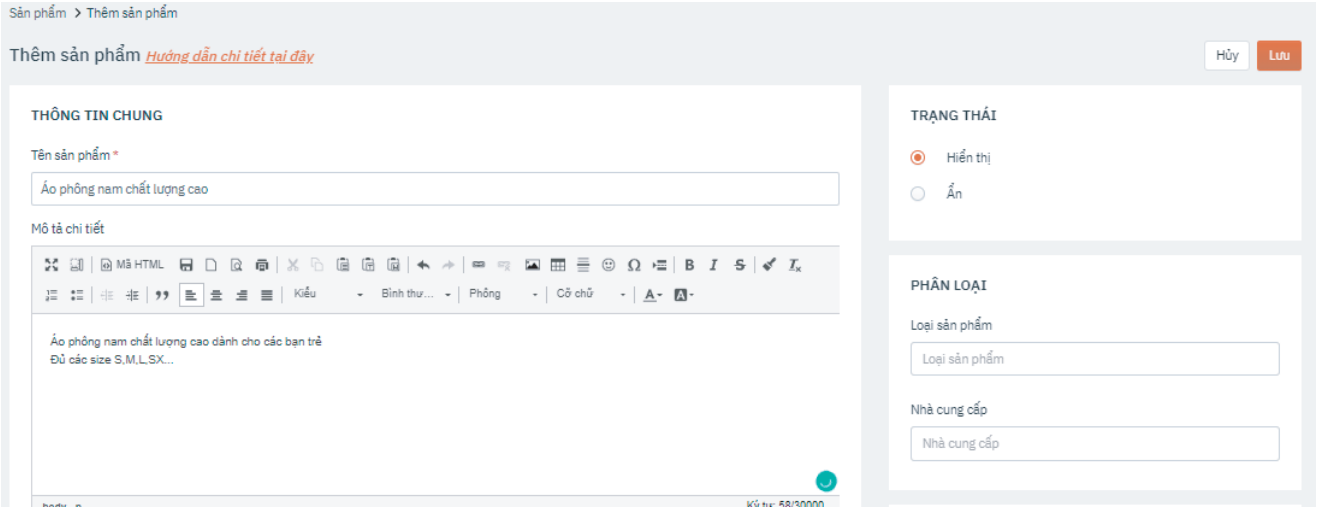
Họ tên, số điện thoại, email: Nhập thông tin chính xác

Mật khẩu: Nên nhập mật khẩu mạnh có đủ các ký tự đặc biệt, in hoa, thường...

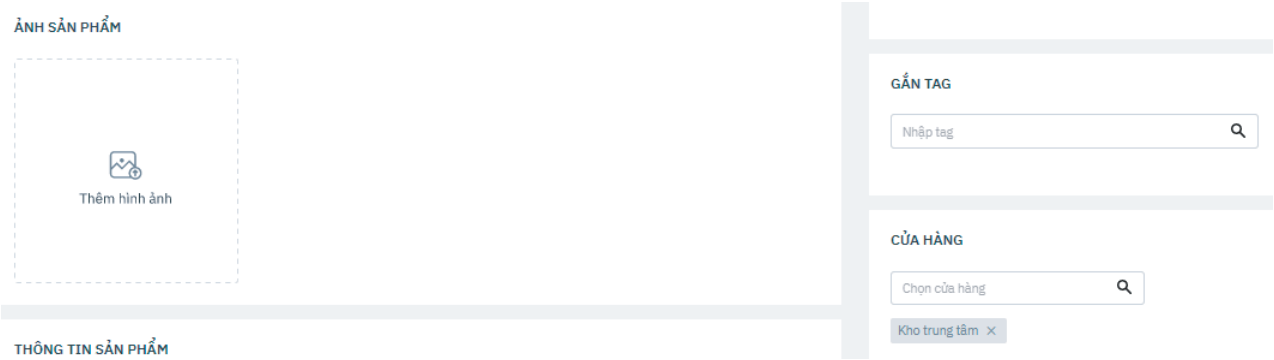
Hướng dẫn tạo Website bán hàng trên onshop

2. Thêm SP

Bước 1: Bấm chọn "Thêm sản phẩm"
Nhập đầy đủ thông tin vào các trường tương ứng: Tên sản phẩm, mô tả chi tiết, trạng thái, loại sản phẩm, nhà cung cấp...



Thêm sản phẩm: Chọn "Thêm hình ảnh" và tải ảnh lên



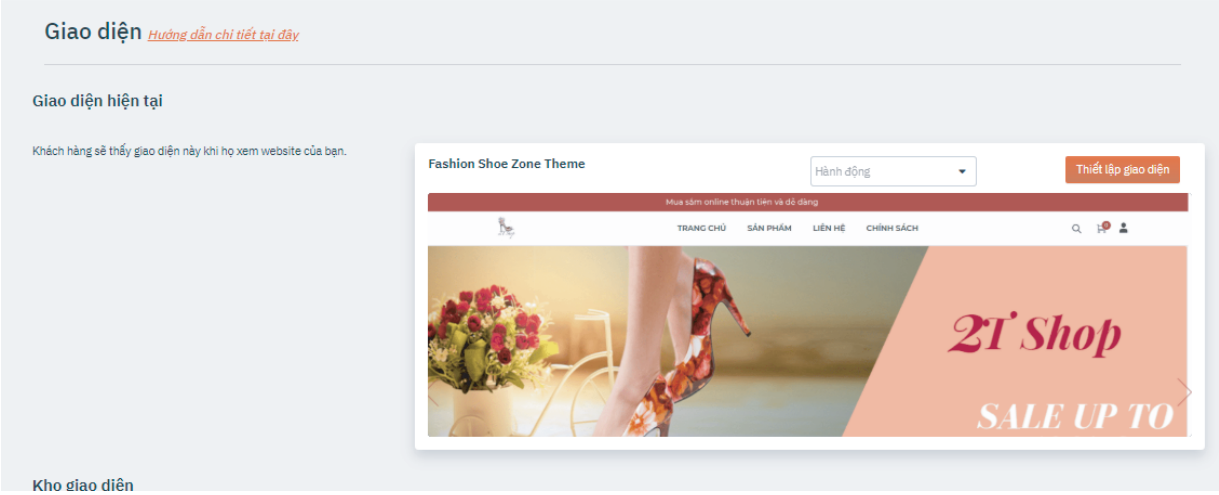
Bước 2: Sau khi nhập các thông tin bấm "Lưu"

3. Chỉnh sửa giao diện

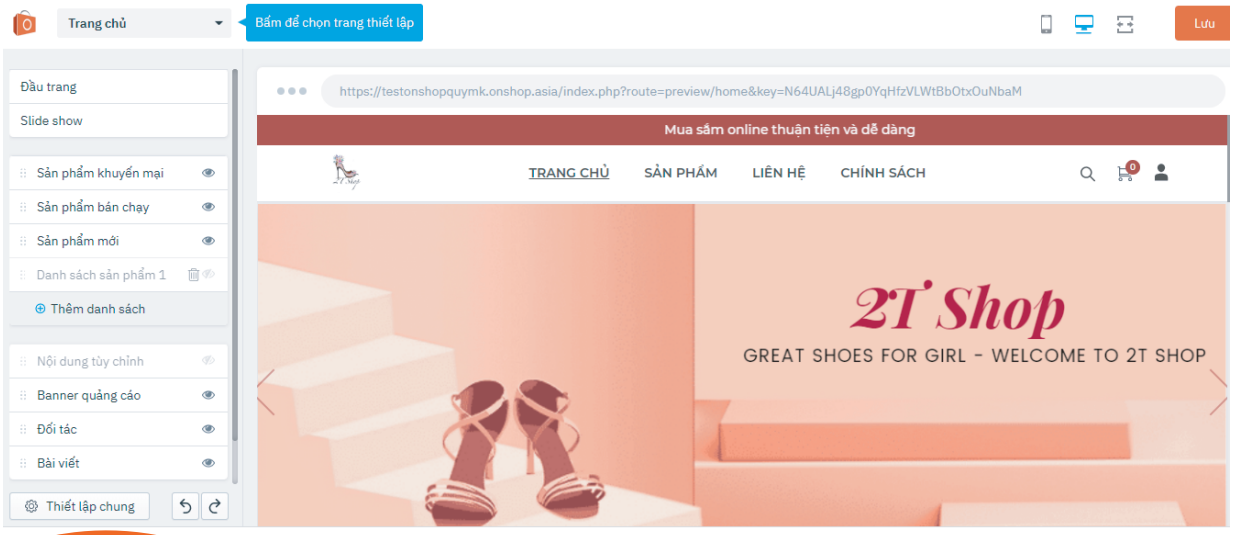
Tùy chỉnh giao diện và sắp xếp sao cho đẹp mắt và thu hút khách hàng

Hướng dẫn tạo Website bán hàng trên onshop

Chọn thiết lập giao diện

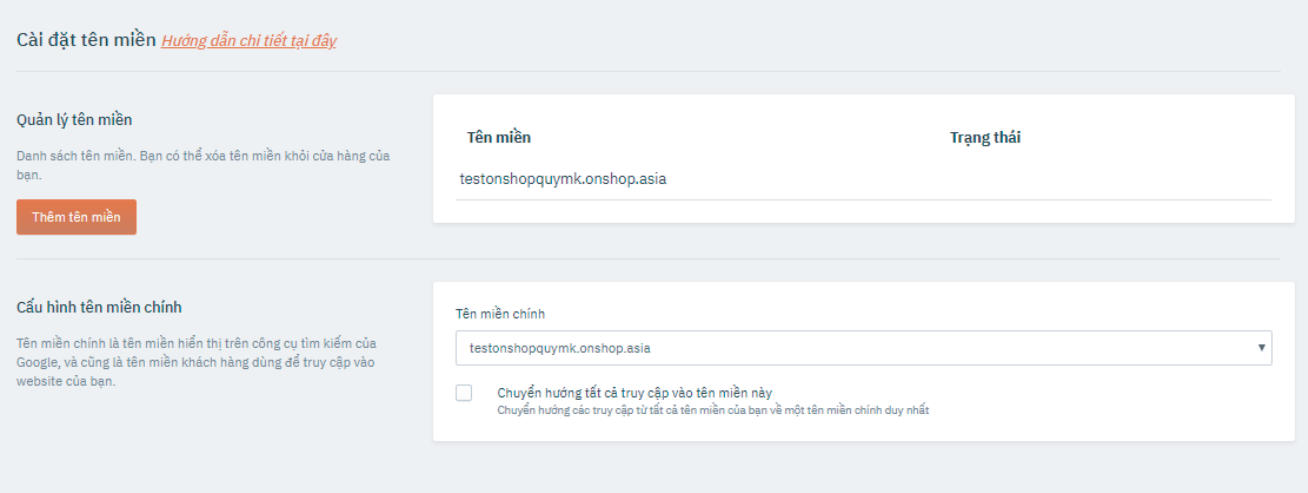


Các mục dễ dàng di chuyển, chỉ cần thao tác kéo thả và ấn lưu khi thấy vừa ý



Hướng dẫn tạo Website bán hàng trên onshop

Thay đổi tên miền



Nếu trong trường hợp anh/chị vẫn gặp khó khăn trong việc thiết kế giao diện hay up sản phẩm, Onshop hoàn toàn hỗ trợ anh/chị thiết kế Website sao cho đẹp và phù hợp nhất với khách hàng của mình

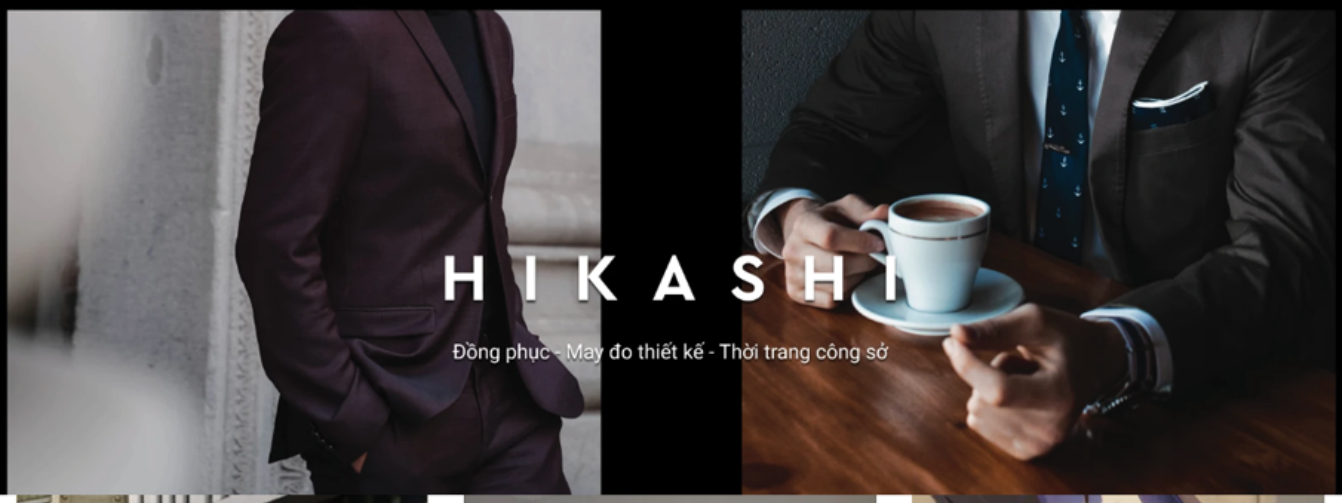
Sau đây là Website bán hàng mẫu mà Onshop đã hỗ trợ khách hàng khởi tạo

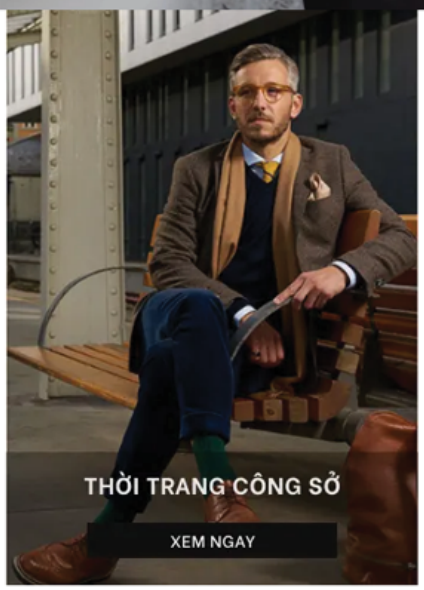
Tiêu chuẩn thời trang quốc tế

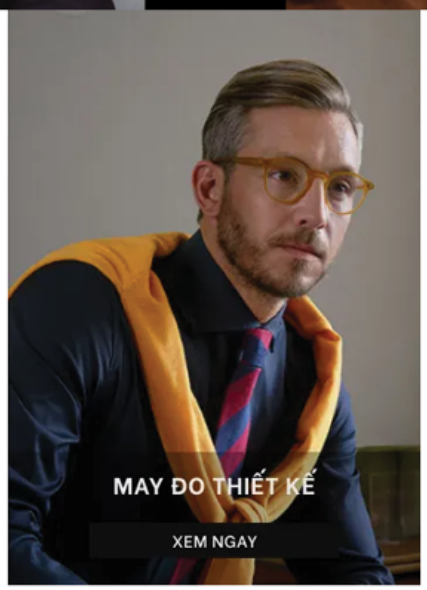
Bạn muốn tìm gì...

HIKASHI

TRANG CHỦ | GIỚI THIỆU | SẢN PHẨM | BỘ SƯU TẬP | ĐỒNG PHỤC | TIN TỨC | SALE







SẢN PHẨM MỚI RA MẮT

BỘ COM LÊ MÀU BE
4.500.000 VND

BỘ COM LÊ MÀU XÁM PHỐI Đ...
4.000.000 VND

BỘ COM LÊ MÀU ĐEN PHỐI
4.000.000 VND

BỘ COM LÊ KẺ CARO
4.500.000 VND

Xem thêm >>

SẢN PHẨM BÁN CHẠY

ÁO THUN COTTON CAO CẤP T...
500.000 VND ~~650.000 VND~~

ÁO THUN COTTON CAO CẤP X...
500.000 VND ~~650.000 VND~~

ÁO THUN COTTON CAO CẤP Đ...
500.000 VND ~~650.000 VND~~

ÁO VEST DÁNG BLAZER ĐEN
2.000.000 VND

Tìm kiếm sản phẩm

Đăng nhập Đăng ký 0

Trang chủ Giới Thiệu Tin Tức Sản Phẩm Chính Sách Trả Góp Liên hệ

Hàng Nhập Khẩu Chính Hãng Tây Ban Nha

Phân Phối Chính Thức Tại Việt Nam

Bếp Từ & Hút Mùi Nodor | Giảm giá tới 40%

Bếp Từ & Hút Mùi Zemmer | Giảm giá tới 45%

Lò nướng & Vi sóng | Giảm giá tới 35%

Xoong nồi inox cao cấp| Giảm Tới 25%

Xem thêm >>

Sản phẩm bán chạy

Zemmer

Nodor

Nodor

Nodor

Nodor

Nodor

Mua sắm online thuận tiện và dễ dàng

Tìm kiếm sản phẩm

Đăng nhập / Đăng Ký

TRANG CHỦ | SẢN PHẨM | LIÊN HỆ | CHÍNH SÁCH | BLOG ĐẸP

SẢN PHẨM KHUYẾN MẠI

SON

(KR) SET 3 SON TINT LÌ INNISFREE VIVID

390.000 VND ~~450.000 VND~~

SỮA RỬA MẶT

(KR) SỮA RỬA MẶT DỊU NHẸ

686.000 VND ~~850.000 VND~~

SỮA DƯỠNG

(KR) SỮA DƯỠNG CHỐNG LÃO HÓA

750.000 VND ~~937.000 VND~~

SỮA DƯỠNG

SỮA DƯỠNG TRẮNG DA VÀ CHỐNG

1.350.000 VND ~~1.687.000 VND~~

Xem thêm >>

SẢN PHẨM BÁN CHẠY

(KR) SON DƯỠNG CHUYÊN SÂU IOPE

365.000 VND

(KR) SON DƯỠNG ẨM LANEIGE STAINED

383.000 VND

(KR) SON DƯỠNG ẨM LANEIGE STAINED

383.000 VND

(KR) SON THỎI MAKEHEAL LIPLEASURE

1.135.000 VND ~~1.400.000 VND~~

Xem thêm >>

SẢN PHẨM MỚI

SẢN PHẨM KHUYẾN MẠI

XÁCH NƯỚC UỐNG HỒNG SÂM MẬT ONG BIOK

95.000 VND

MUA NGAY

NƯỚC UỐNG HỒNG SÂM MẬT ONG BIOK 350ML

15.000 VND

MUA NGAY

RƯỢU LINH CHI ĐỆ NHẤT TỬU

999.000 VND

MUA NGAY

NƯỚC UỐNG SÂM NHUNG BỔ THẬN BIOK HÀN QUỐ...

420.000 VND

MUA NGAY

Nấm linh chi hồng thái lát

145.000 VND

MUA NGAY

Nấm hoàng chi nguyên tai

145.000 VND

MUA NGAY

Cổ linh chi

2.000.000 VND

MUA NGAY

Hoàng chi nguyên tai núi Ngọc Linh

230.000 VND

MUA NGAY

Xem thêm

CHƯƠNG 04 Hướng chạy quảng cáo Facebook tăng đơn hàng trên Website

Hướng dẫn cách tạo Fanpage Facebook và Facebook Business

Trong những năm gần đây, Facebook Ads đã có rất nhiều thay đổi giúp cho việc tiếp cận khách hàng trở nên chính xác và dễ dàng hơn.

Tuy nhiên, vì có quá nhiều công cụ và tính năng trên Facebook Ads khiến bạn không biết nên sử dụng như thế nào để đạt hiệu quả cao nhất.

Nhưng hãy yên tâm, vì bạn không cần phải tìm hiểu toàn bộ bộ công cụ thì mới có thể sử dụng Facebook Ads.

Về cơ bản, Facebook Ads bao gồm 3 công cụ chính: Facebook Business, Facebook Fanpage, Ads Manager.

Đầu tiên, hãy cùng Onshop đi tìm hiểu chi tiết những bước để tạo nên một tài khoản Facebook Business " chuẩn chỉnh " đã nhé !

Facebook Business là gì?

Tài khoản Facebook Business là tài khoản được tạo ra từ tài khoản cá nhân của bạn. Với mỗi một tài khoản cá nhân sẽ đăng ký được một tài khoản Facebook dành riêng cho doanh nghiệp.

Điều này có nghĩa Facebook Business là tài khoản " đăng ký thêm " và sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến tài khoản cá nhân của bạn.

Facebook Business – Trình quản lý doanh nghiệp là một nơi riêng biệt giúp bạn thực hiện các thao tác quản lý và tiếp thị doanh nghiệp một cách chuyên nghiệp. Chủ yếu bạn sẽ sử dụng Facebook Business để:

- Tạo và quản lý Fanpage
- Thêm và phân quyền nhân sự
- Tạo, quản lý và quảng cáo Facebook, Instagram
- Cài đặt thanh toán...

Tại sao cần tạo tài khoản Facebook Business?

Để chạy quảng cáo bạn cũng có thể sử dụng tài khoản cá nhân, nhưng tốt nhất bạn nên sử dụng tài khoản doanh nghiệp với những lý do sau:

- Facebook Business có những công cụ quảng cáo đầy đủ hơn so với trang quảng cáo cá nhân, cung cấp hàng chục công cụ quảng cáo và tiếp cận khách hàng.

- Nhận được sự hỗ trợ nhanh chóng và kịp thời từ đội ngũ Facebook Ads.
- Nếu bạn muốn phát triển việc kinh doanh, Facebook Business có những tính năng hỗ trợ đầy đủ, thêm/ bớt, phân quyền dễ dàng và chuyên nghiệp.

- Quản lý Fanpage tốt hơn: bạn có thể quản lý nhiều Fanpage trên cùng một trình duyệt và cùng một thời điểm.

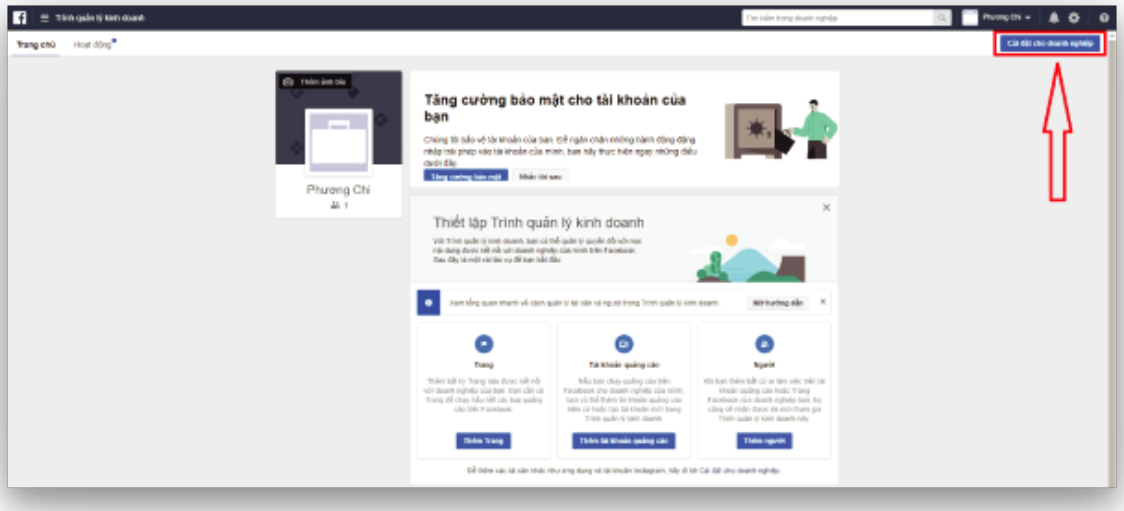
Vậy nếu bạn đang sử dụng tài khoản cá nhân để chạy quảng cáo thì sao ? Đừng lo, bạn có thể chuyển nó vào tài khoản Business sau khi thực hiện các bước tạo tài khoản dưới đây.

Các bước tạo tài khoản Facebook Business

Đầu tiên, bạn cần đăng nhập tài khoản cá nhân, sau đó truy cập vào business.facebook.com > Tạo tài khoản

Bạn điền Tên doanh nghiệp, tên của bạn và địa chỉ email của doanh nghiệp > Tiếp > Thêm chi tiết về các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp > Xác nhận qua email

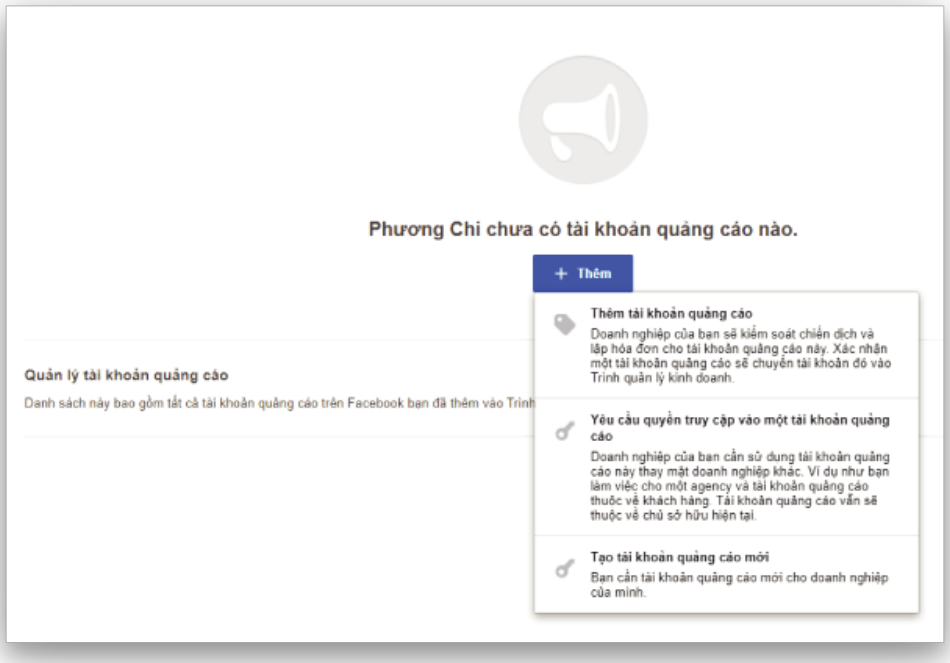
Vậy là bạn đã tạo được một tài khoản doanh nghiệp cho riêng mình. Giao diện được hiện ra như sau:



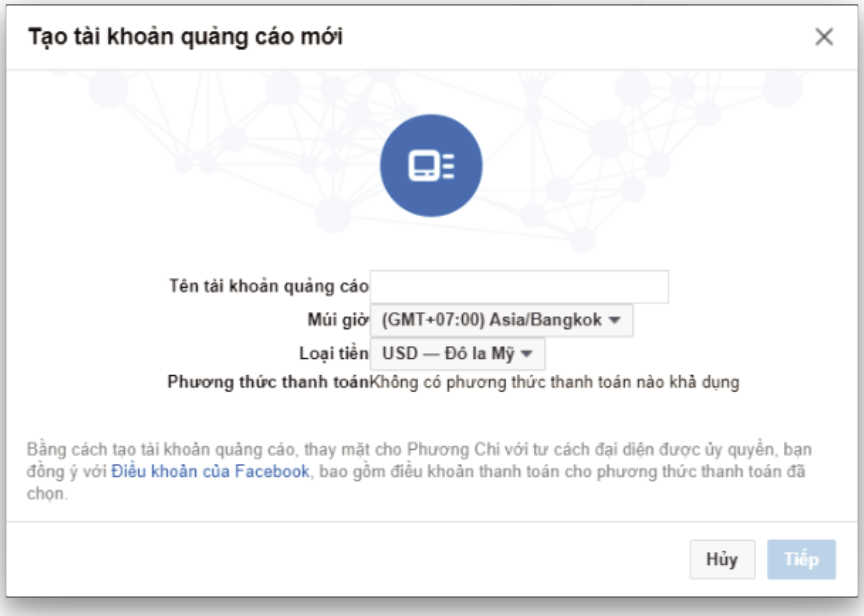
Chọn Cài đặt cài đặt doanh nghiệp và tôi sẽ hướng dẫn một số tính năng cơ bản mà bạn sẽ

1. Tạo tài khoản quảng cáo

Bạn vào Cài đặt doanh nghiệp > Tài khoản quảng cáo > Thêm tài khoản quảng cáo > Tài khoản quảng cáo mới



Lưu ý: Nếu bạn đã có tài khoản trước đó, bạn có thể vào mục " Xác nhận tài khoản quảng cáo " và điền ID tài khoản vào là xong.



Tiếp theo bạn điền Tên tài khoản quảng cáo, múi giờ và loại tiền. Bạn cần phải chọn đúng 2 yếu tố là múi giờ và loại tiền ngay từ ban đầu. Nếu điền sai, bạn phải tạo một tài khoản mới, phát sinh rất nhiều rắc rối.

- Múi giờ: quyết định thời điểm bắt đầu một ngày mới cho quảng cáo. Tùy vào thị trường, bạn nên chọn múi giờ phù hợp với chiến lược quảng cáo của mình.
- Loại tiền quảng cáo: Facebook cho phép bạn thanh toán bằng rất nhiều loại tiền. Nhưng bạn chỉ cần quan tâm đến Đô là Mỹ (USD) và Việt Nam Đồng (VNĐ). Khi sử dụng USD thì quảng cáo chạy ổn hơn rất nhiều, tốc độ cắn tiền nhanh hơn đối với một tài khoản mới. Vì vậy, USD là loại tiền nên được ưu tiên khi chạy quảng cáo cho dù bạn kinh doanh ở thị trường Việt Nam hay nước ngoài.
Khi thanh toán tiền quảng cáo Facebook bằng ngoại tệ (không phải USD), bạn sẽ bị trừ phí giao dịch (% phí giao dịch tùy vào ngân hàng bạn thanh toán)

Tổng tiền thanh toán Facebook = tiền quảng cáo + % giao dịch ngoại tệ
- Thanh toán tiền chạy quảng cáo vào lúc nào ? Ngày 30 và 31 mỗi cuối tháng là 2 thời điểm bạn cần nhớ để thanh toán Facebook. Facebook cung cấp các ngưỡng thanh toán: 25$, 50$, 100$ ... Khi bạn đạt ngưỡng chi tiêu 25$, Facebook sẽ tăng ngưỡng lên 50$ cho bạn. Nghĩa là bạn sẽ được nợ 50$ khi quảng cáo.

2. Cách đổi múi giờ, loại tiền tệ của tài khoản quảng cáo

Như đã nói ở trên, để thay đổi được 2 yếu tố này, bạn buộc phải tạo tài khoản quảng cáo mới. Mỗi tài khoản Business chỉ tạo được tối đa 2 tài khoản quảng cáo Facebook mới. Vì vậy, nếu đã tạo 2 tài khoản quảng cáo rồi thì bạn buộc phải xóa 1 trong 2 tài khoản đó. Các bước thực hiện như sau:

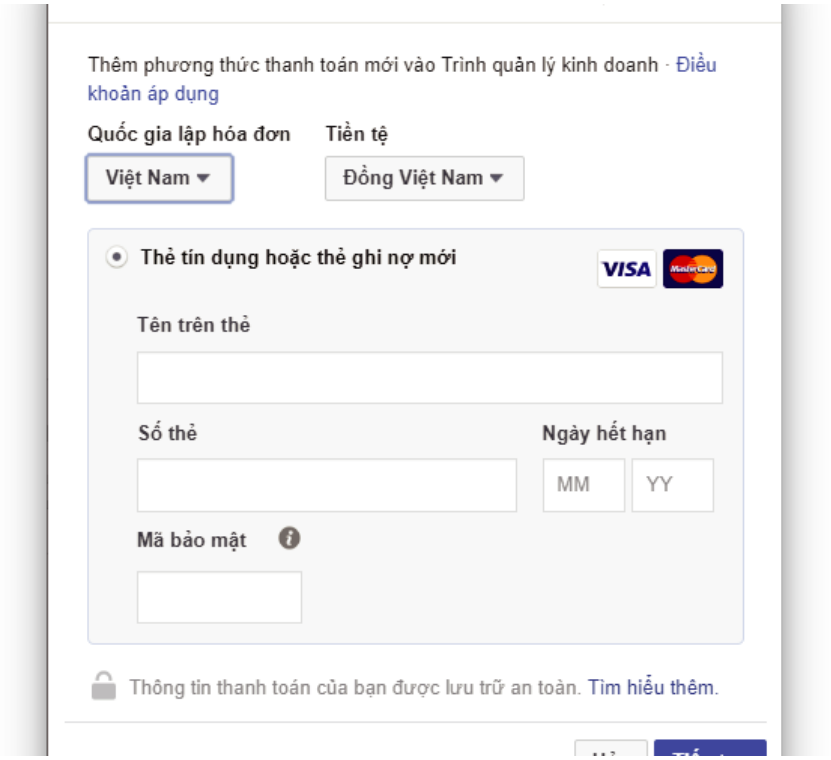
Chọn Tài khoản cần vô hiệu hóa > Deactivate (Vô hiệu hoá) > Deactivate Ad Account

Ngay khi tài khoản được vô hiệu hóa:

- Những khoản nợ hiện tại từ tài khoản mới bị vô hiệu hóa sẽ được thanh toán ngay lập tức qua thẻ của bạn
- Toàn bộ chiến dịch quảng cáo sẽ bị tạm dừng
- Sau khi thanh toán các khoản nợ thành công, phương thức thanh toán của khoản nợ sẽ bị xóa
- Quá trình thực hiện có thể kéo dài trong 2 ngày làm việc

3. Thêm phương thức thanh toán cho tài khoản quảng cáo

Cài đặt cho doanh nghiệp > Thanh toán > Thêm > Chọn phương thức thanh toán > Tiếp tục



Bạn nhập thông tin thẻ Visa/MasterCard của bạn vào. Bao gồm các yếu tố:

Tên trên thẻ
Số thẻ
Ngày tháng hết hạn sử dụng của thẻ.
Mã bảo mật (Mã CVV). Là 3 chữ số mặt sau của thẻ.
Đối với tài khoản quảng cáo Việt Nam, bạn không nên add Paypal làm phương thức thanh toán vì rất dễ dẫn đến việc bị khóa tài khoản quảng cáo.

4. Thêm và phân quyền quản trị viên

Tại mục thành viên, bạn có thể thêm admin hoặc nhân viên vào để cùng quản lý bằng cách nhấn Thêm > Điền email của người muốn mời (email đăng ký Facebook của người đó)

Một số điều bạn cần chú ý khi thêm thành viên:

Quyền truy cập của nhân viên: Nhân viên của bạn chỉ có thể xem các cài đặt business mà không thể can thiệp để thay đổi những cài đặt đó đồng thời chỉ được quản lý tài khoản quảng cáo/ page khi bạn cho phép.
Quyền truy cập quản trị: Người này sẽ có toàn quyền đối với tài khoản doanh nghiệp của bạn. Ví dụ: cài đặt, thêm, xóa sự kiện, nhân sự hay truy cập vào tài khoản quảng cáo ... Tùy vào đặc điểm công việc của người mà bạn muốn thêm vào, hãy lựa chọn việc phân quyền chính xác. Tuyệt đối đừng cho người lạ, không đáng tin vào quản lý tài khoản doanh nghiệp nhé!

5. Thêm Fanpage từ tài khoản doanh nghiệp

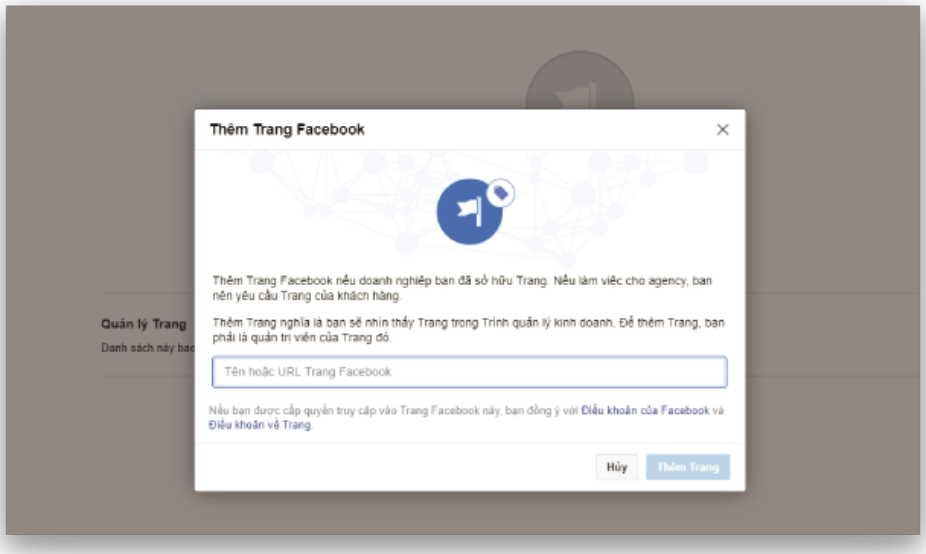
Đây chính là câu trả lời cho câu hỏi mà tôi đã nhắc đến ở trên. Làm thế nào để chuyển Fanpage vào tài khoản doanh nghiệp ?

Tại phần Cài đặt cho doanh nghiệp > Trang

Sẽ có 3 sự lựa chọn dành cho bạn:

- Thêm trang: Bạn đã có Fanpage ở tài khoản cá nhân, hãy lựa chọn phần này.
- Yêu cầu truy cập trang: Dùng khi bạn muốn truy cập vào trang của người khác để quản trị. Để làm được điều này, bạn cần có sự đồng ý từ người được yêu cầu.
- Tạo trang mới: Bạn chưa có Fanpage nào từ tài khoản cá nhân thì hãy tạo Fanpage ngay trên trình quản lý doanh nghiệp.

Trước tiên, tôi sẽ hướng dẫn bạn cách Thêm trang.



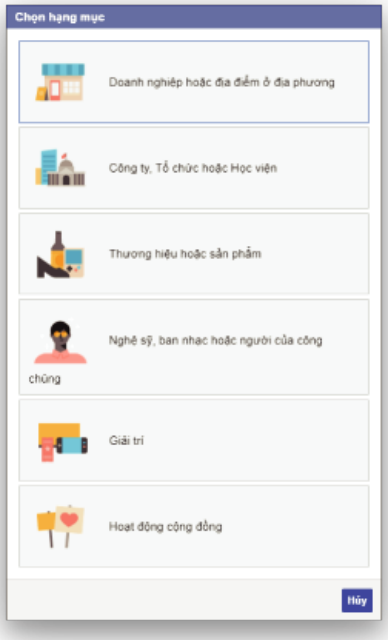
Bạn điền tên hoặc URL Fanpage mà bạn đang quản trị, sau đó nhấn Thêm trang (Lưu ý: Bạn phải là admin của Page đó thì mới có thể thực hiện). Nếu thành công bạn sẽ nhận tích xanh thông báo, còn nếu bạn không phải là admin của Page thì hệ thống sẽ báo lỗi và bạn không thể thêm trang được.

6. Tạo Fanpage mới từ tài khoản Business

Nếu bạn chưa từng quản trị một Fanpage nào trên trang cá nhân thì bạn có thể tạo luôn Fanpage ngay tại tài khoản Business. Đây là bước bắt buộc nếu như bạn là người mới, vì nếu không có Page thì bạn không thể chạy quảng cáo được đúng không ?

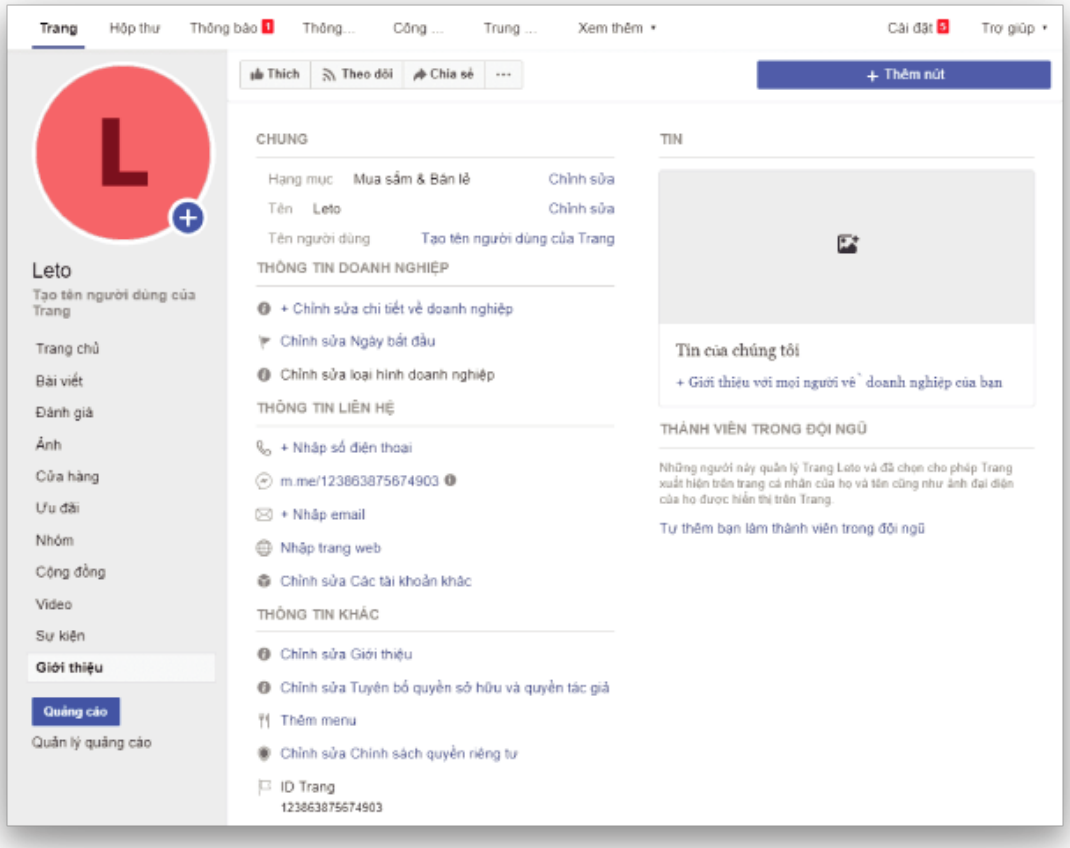
Tương tự như trên, bạn vào Cài đặt cho doanh nghiệp > Trang > Thêm > Tạo trang mới.

Một loạt các hạng mục được hiện lên để bạn lựa chọn. Hãy chọn đúng nhất các hạng mục có liên quan đến trang Page của bạn để Facebook tối ưu các tính năng hỗ trợ. Ví dụ: Nếu bạn có cửa hàng với địa chỉ rõ ràng > Chọn hạng mục Doanh nghiệp hoặc địa điểm ở địa phương.



Việc chọn đúng hạng mục khi tạo trang Page sẽ giúp Facebook đưa ra các tính năng riêng biệt phù hợp với mục đích sử dụng. Đặc biệt Facebook liên tục cập nhật giao diện, tính năng cho các Page thuộc Doanh nghiệp địa phương. Vì vậy, nếu bạn buôn bán online thì cũng nên lựa chọn hạng mục này.

Điền các thông tin như: Tên trang, Hạng mục, Địa chỉ đường, Thành phố, Mã zip > Tạo trang.
Vậy là page của bạn đã được tạo thành công và sẽ hiển thị ở mục Trang. Chỉ cần cài đặt vài bước nữa là bạn đã có một trang Facebook Business rồi.



Thay đổi ảnh bìa và ảnh đại diện: Bạn có thể thiết kế logo cho doanh nghiệp hoặc sử dụng Canvas , Designbold để tạo (Hoàn toàn miễn phí)
Để Facebook Business trông chuyên nghiệp hơn, bạn nên vào mục giới thiệu và bổ sung đầy đủ các thông tin liên hệ:
+ Dựa vào hạng mục mà bạn lựa chọn, Facebook sẽ cho phép chỉnh sửa các mục với nội dung tương ứng.
+ Bổ sung thêm các thông tin như: giới thiệu, email, ngày thành lập và đặc biệt là tên người dùng. Điều này không chỉ khiến cho link đường dẫn đến Fanpage gọn hơn mà bạn còn có thể chỉnh sửa link theo ý muốn của mình. Bạn cũng nên tạo một trang web để tăng tính chuyên nghiệp và nuôi dưỡng sự uy tín với khách hàng.
Nếu bạn có một cửa hàng, bạn nên bấm Chỉnh sửa thông tin trang để bổ sung các thông tin (số điện thoại liên hệ, địa chỉ, giờ mở cửa, các sản phẩm đang kinh doanh ...) chi tiết vào Facebook Business.

Tại phần này, hãy cố gắng cung cấp cho khách hàng nhiều thông tin, càng chi tiết càng tốt. Khi khách hàng vào lần đầu sẽ cảm thấy tin tưởng ngay lập tức bởi những thông tin rõ ràng mà bạn đã cung cấp.

7. Thêm quản trị viên

Nếu bạn muốn thêm quản trị viên hãy vào Fanpage > Cài đặt > Vai trò trên trang > Chỉ định một vai trò trên trang > Nhập tên hoặc địa chỉ email của nhân viên > Lựa chọn vị trí phân quyền

Bạn có thể lựa chọn các phân quyền sau:

- Quản trị viên: Hay còn gọi là Admin. Đây là người được quyền quản lý tất cả các tính năng của trang bao gồm: đăng và gửi tin nhắn với tư cách trang, xem thông tin chi tiết về số liệu fanpage, tạo quảng cáo hay thêm nhân sự quản lý ...
- Biên tập viên: Có các quyền gần giống quản trị viên nhưng bị giới hạn ở một số tính năng như thêm nhân sự quản lý ...
- Người kiểm duyệt: đúng như tên gọi, vị trí này có thể trả lời và xóa bình luận trên trang, gửi tin nhắn dưới tư cách trang, xem quản trị viên nào đã tạo bài viết hoặc tạo quảng cáo, xem số liệu chi tiết của trang.
- Nhà quảng cáo: Có thể tạo quảng cáo, xem các số liệu chi tiết về trang hay xem các bài viết được tạo và bình luận bởi những quản trị viên nào.
- Nhà phân tích: Xem chi tiết các số liệu thống kê hay quản trị viên nào đã tạo bài viết và bình luận.
- Người đóng góp trực tiếp: Chỉ có thể livestream từ thiết bị di động.

Hy vọng những thông tin được chia sẻ ở trên sẽ giúp bạn trong việc tạo một trang Facebook Business chuẩn chỉnh

Hướng dẫn viết content bán hàng dành cho người mới

Làm thế nào để viết được content bán hàng hay? Đây là câu hỏi đặt ra không chỉ cho các marketer mà cả các chủ shop vì content là một trong các yếu tố quan trọng quyết định đến hiệu quả bán hàng.
Nhưng đối với việc mình không giỏi văn, cũng không viết viết content vậy làm thế nào để có một content bán hàng tốt?
Cách tốt nhất là đi học từ đối thủ

Bước 1: Xác định khách hàng của mình và tìm các đối thủ trên Facebook.

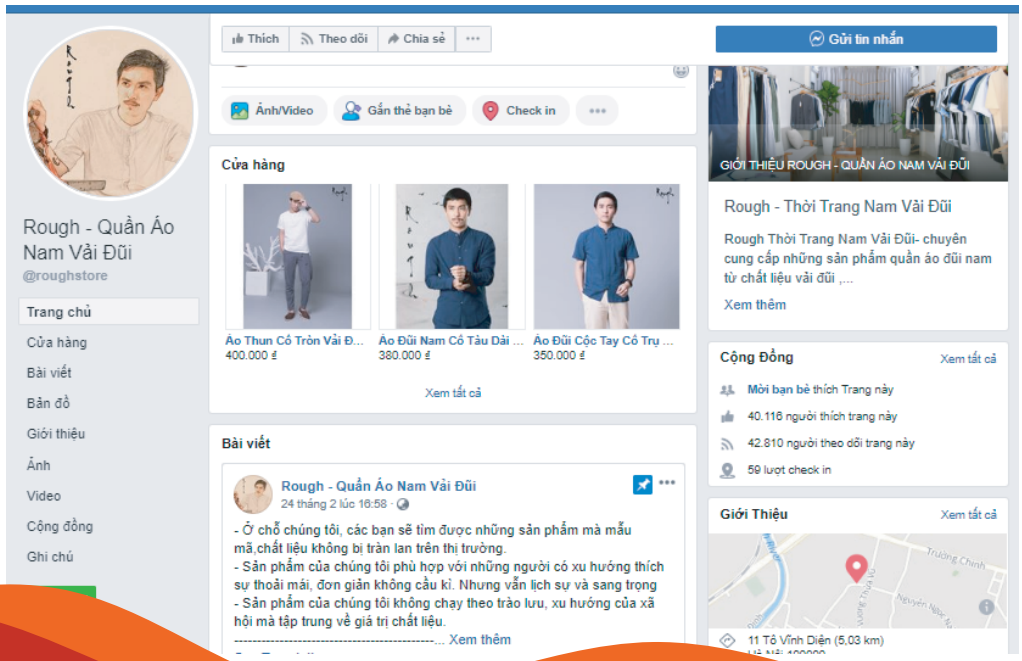
Xác định khách hàng

Việc xác định chân dung khách hàng là yếu tố quan trọng nhất trong việc xây dựng content bán hàng
Vào ví dụ cho thực tế: Giả dụ mình đang kinh doanh quần áo nam giá: 250.000 - 300.000
- Đối tượng: sinh viên, người mới đi làm
- Độ tuổi: 18 - 26 tuổi
- Phong cách: thời trang hiện đại, năng động, có thể đang trong giai đoạn tán tỉnh con gái...

Cơ bản về chân dung khách hàng vậy là đủ

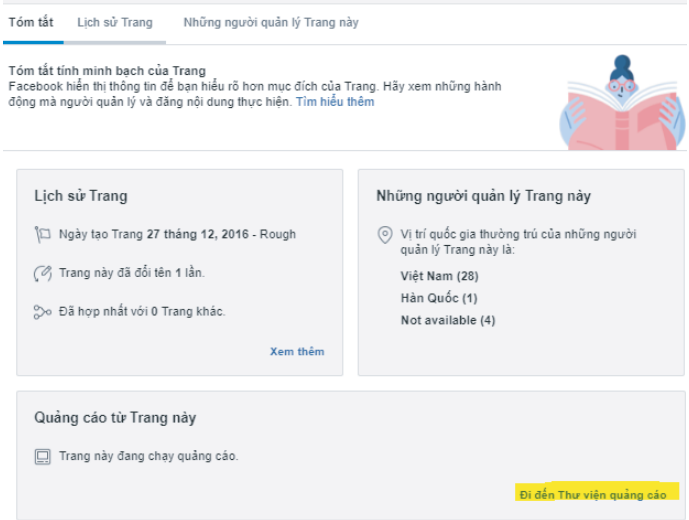
Phân tích các đối thủ

Trước tiên hãy cùng tìm kiếm các fanpage trên Facebook đang kinh doanh sản phẩm tương tự như mình và đang chạy quảng cáo
Ví dụ mình tìm được 1 Fanpage này, vậy làm thế nào để xem quảng cáo của họ

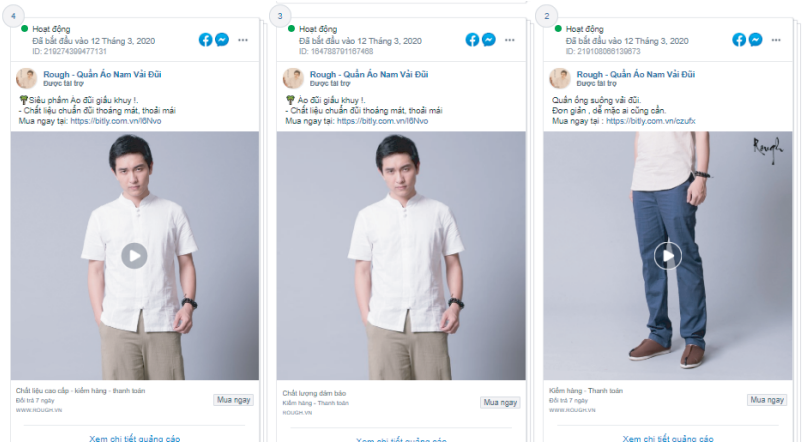


Tiếp theo tìm phần minh bạch của trang > xem thêm

Chọn: đi đến thư viện quảng cáo



Ta có thể thấy toàn bộ quảng cáo của Fanpage, và có để ý Fanpage này đang chạy quảng cáo về Website bán hàng của mình



Sau đó hãy tổng hợp những Content của họ rồi viết ra 4-5 bài content mà mình thấy hợp lý nhất để sẵn sàng chạy quảng cáo

Hướng dẫn target, chạy tệp khách hàng tương tự (look a like)

Sau khi có content rồi bắt đầu tìm các target khách hàng chuẩn trên Facebook nhé

1. Look a like là gì?

Look a like là tệp đối tượng tương tự. Và tệp này có thể được tạo ra từ một tệp đối tượng tùy chỉnh có sẵn. Khi đó tệp này sẽ chứa những người dùng có cùng chung những điểm tương đồng với tệp đối tượng tùy chỉnh mà bạn sử dụng để tạo ra nó

Nếu các bạn không thích target quảng cáo theo nhân khẩu học, sở thích, hành vi . . . thì các bạn hoàn toàn có thể thay thế bằng những tệp đối tượng tương tự này

2. Tại sao nên sử dụng tệp đối tượng tương tự khi quảng cáo

Hiện tại, phần lớn những nhà quảng cáo chuyên nghiệp thì thường 8/10 chiến dịch là họ sử dụng các tệp look a like để target khách hàng tiềm năng rồi. Bởi vì:

2.1 Target đúng khách hàng tiềm năng
Ví dụ:
Trong vòng 1 tháng gần đây bạn đầu tư ngân sách chạy quảng cáo kha khá, các bài viết quảng cáo cũng nhận được lượng tương tác đáng kể từ khách hàng tiềm năng

Bây giờ các bạn hoàn toàn có thể tạo ra 1 hoặc nhiều tệp đối tượng look a like khác nhau từ những đối tượng đã tương tác trên các bài viết quảng cáo của bạn trong 1 tháng qua

Khi đó, những tệp đối tượng tương tự này sẽ tương đồng về tất cả các thông tin với tệp bạn có, tất nhiên nó cũng sẽ không trùng nhau. Như vậy, các bạn sẽ có được những tệp khách hàng tiềm năng cực kỳ chất lượng

2.2 Mở rộng tệp khách hàng
Nếu chỉ target theo sở thích, hành vi, nhân khẩu học, khu vực, giới tính . . . thì rất khó để các bạn có thể mở rộng thị trường khách hàng tiềm năng của mình. Đó là chưa kể đến chuyện trùng lặp tệp khách hàng

..

Nhưng với look a like thì khác, mọi vấn đề sẽ được giải quyết hoàn toàn triệt để, các bạn sẽ chẳng cần phải lo lắng quá nhiều về chuyện target đối tượng mục tiêu khi quảng cáo

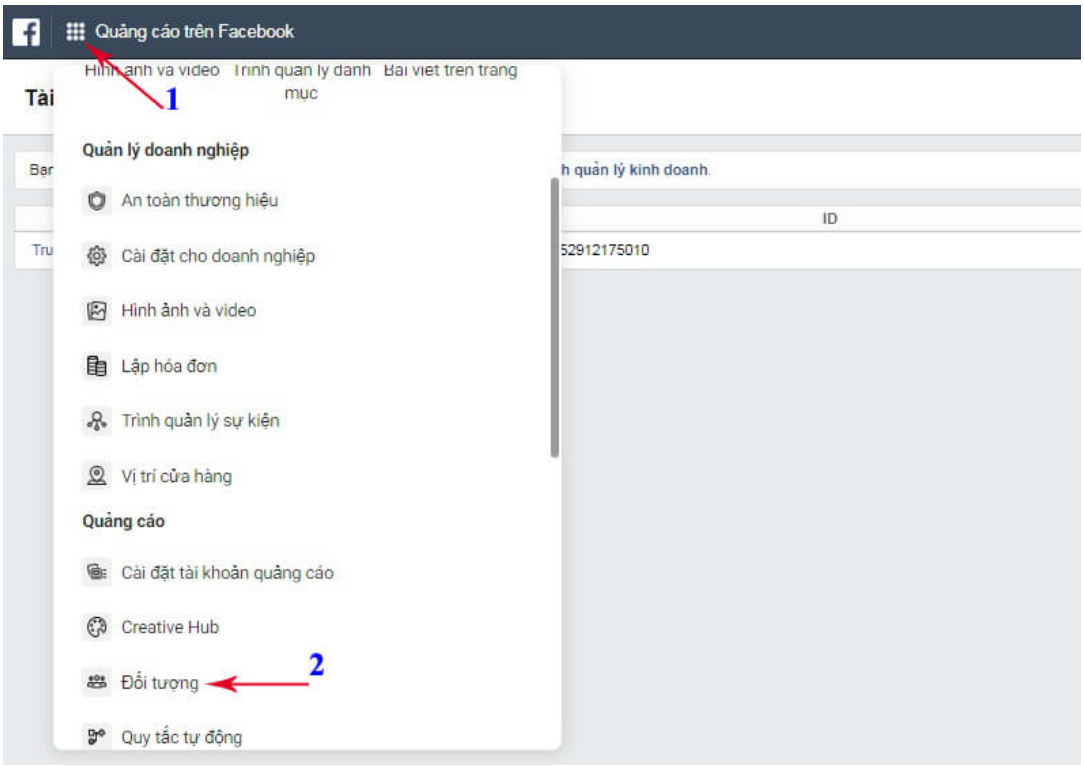
2.3 Giải quyết vấn đề trùng lặp đối tượng
Khi target theo độ tuổi, khu vực, sở thích, hành vi, nhân khẩu học . . . nếu chạy nhiều chiến dịch kiểu này, đảm bảo các chiến dịch sẽ bị trùng lặp đối tượng và hiệu quả quảng cáo không cao

Nhưng với các tệp đối tượng look a like, chúng sẽ không trùng lẫn nhau, và cũng không trùng với tệp đối tượng gốc tạo ra nó

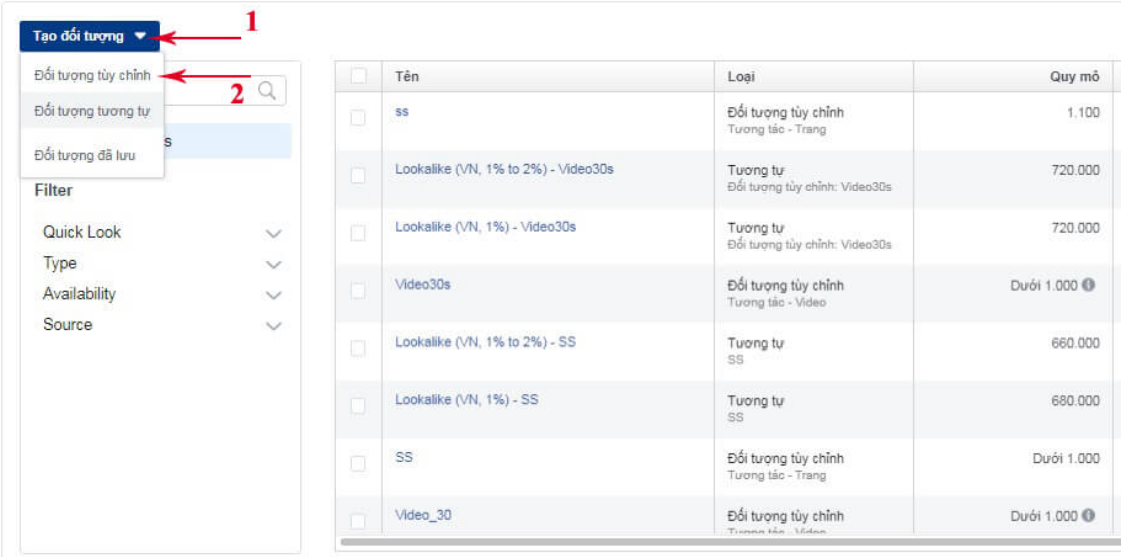
3. Hướng dẫn tạo tệp đối tượng look a like

3.1 Tạo tệp gốc (custom audience)
Ví dụ: Ở đây 1 sẽ tạo tệp đối tượng đã tương tác trên bài viết quảng cáo 7 ngày vừa qua nhé

+ Bước 1: Truy cập phần quản lý tài khoản, chọn Đối tượng



+ Bước 2: Chọn Tạo đối tượng & chọn Tạo đối tượng tùy chỉnh



+ Bước 3: Chọn Trang Facebook

+ Bước 4: Cài đặt tệp

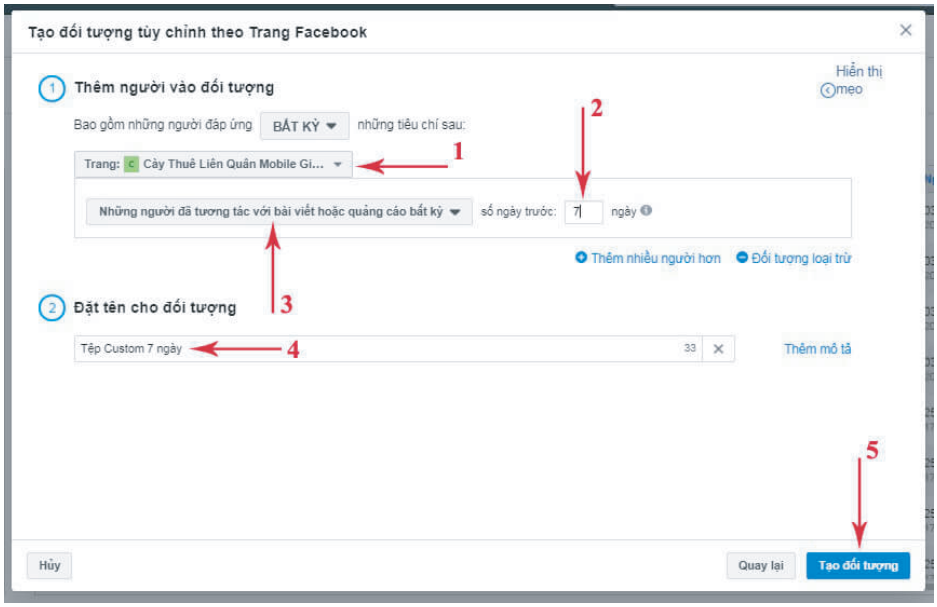
- Chọn fanpage

- Chọn: Những người đã tương tác với bài viết hoặc quảng cáo bất kỳ

- Chọn: Số ngày

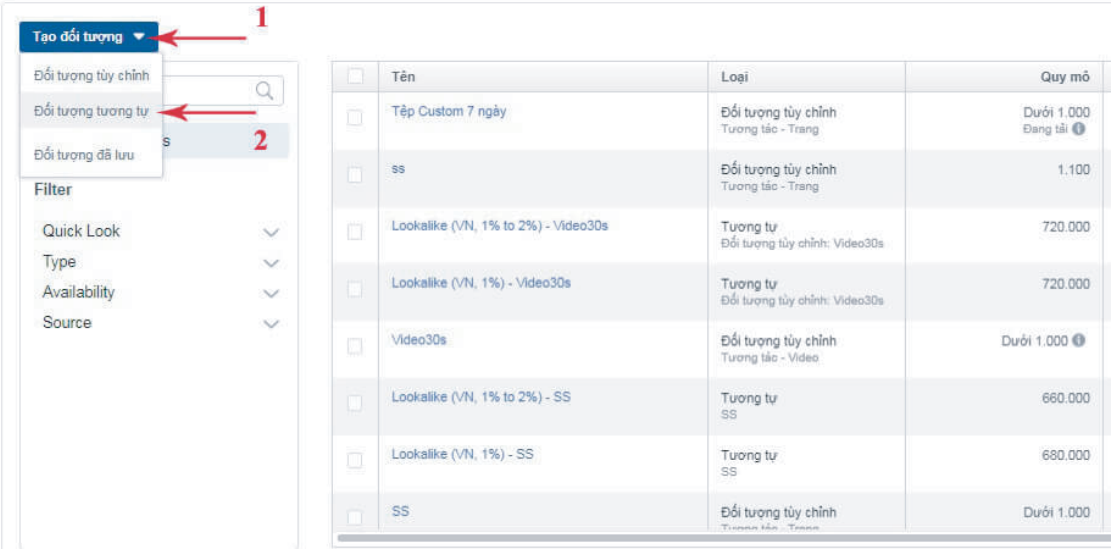
- Đặt tên tệp: Nên đặt dễ nhớ, dễ quản lý

- Chọn Tạo đối tượng



+ Bước 5: Chọn Xong

3.2 Tạo tệp đối tượng look a like
+ Bước 1: Chọn tạo Tạo đối tượng & chọn Đối tượng tương tự

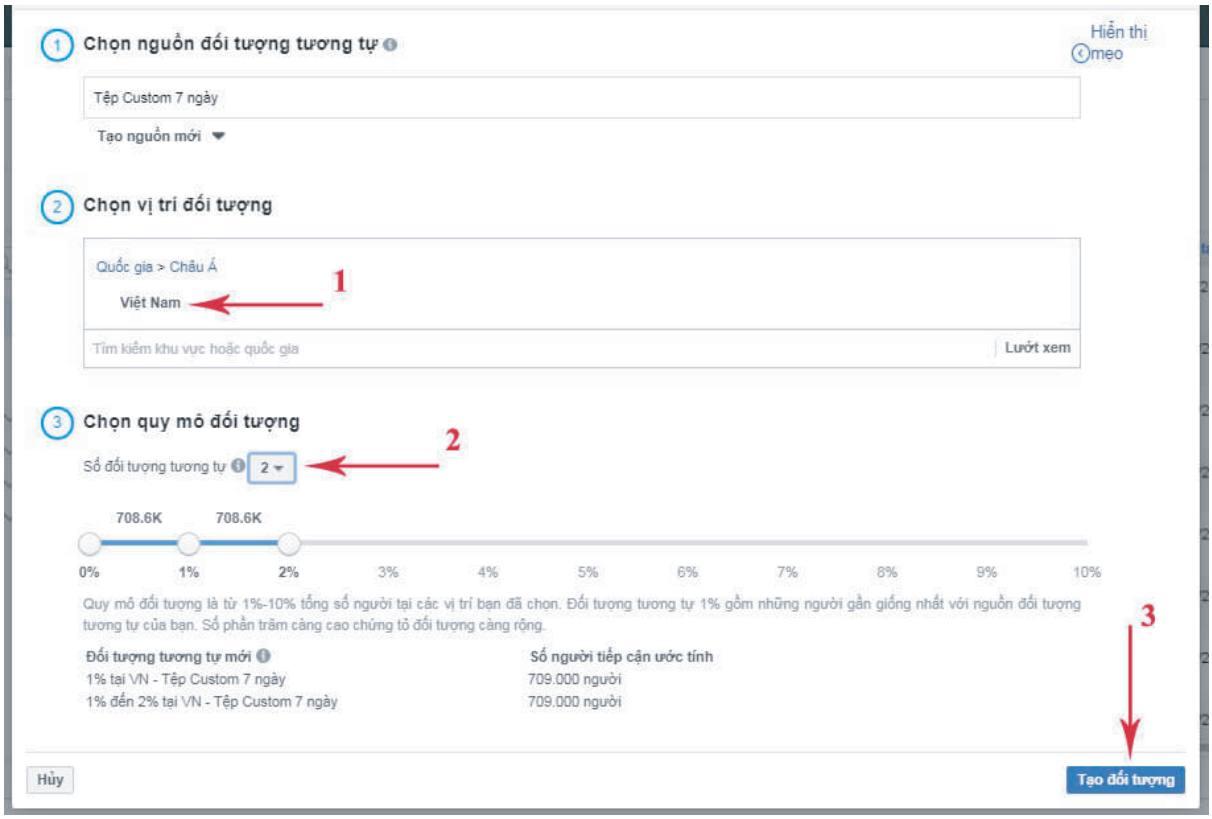


+ Bước 2: Chọn Nguồn khác, chọn Tệp vừa tạo

+ Bước 3: Vị trí: Chọn Việt Nam

+ Bước 4: Chọn Quy mô tệp: Có thể chọn từ 1 – 5 tùy vào chật lượng tệp gốc nhé

+ Bước 5: Chọn Tạo đối tượng



Như vậy là Xong nhé. Bây giờ, trong phần target đối tượng quảng cáo, ở phần đối tượng tương tự, các bạn có thể chọn những tệp look a like mình vừa tạo nhé

Lưu ý: Khi đã sử dụng tệp look a like thì không chọn thêm về target: nhân khẩu học, sở thích, hành vi nhằm tránh trường hợp quy mô quảng cáo bị hạ xuống quá thấp

Hướng dẫn chạy quảng cáo chuyển đổi về website

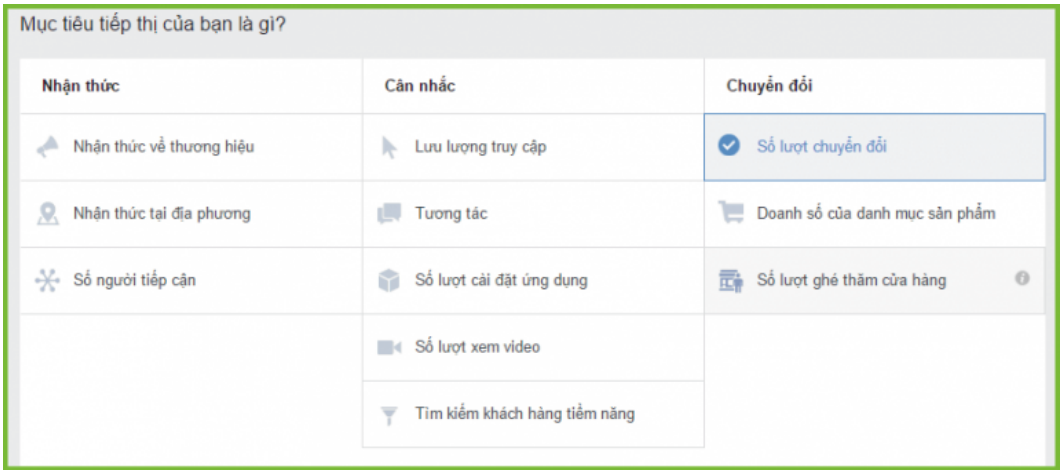
Trước tiên hãy cùng xem hướng dẫn gắn mã Pixel Facebook về Webiste bán hàng của Onshop nhé
Link: https://support.onshop.asia/2682-video-huong-dan-gan-ma-face-book-pixel-len-website/

Bước 1: Tạo chiến dịch quảng cáo

Truy cập vào đường link http://www.facebook.com/business/ để tạo quảng cáo cho bài viết có sẵn hoặc là một bài viết mới. Tại đây bạn sẽ nhấn vào nút "tạo quảng cáo" màu xanh.

Sau đó bạn sẽ được điều hướng đến "Trình quản lý quảng cáo"

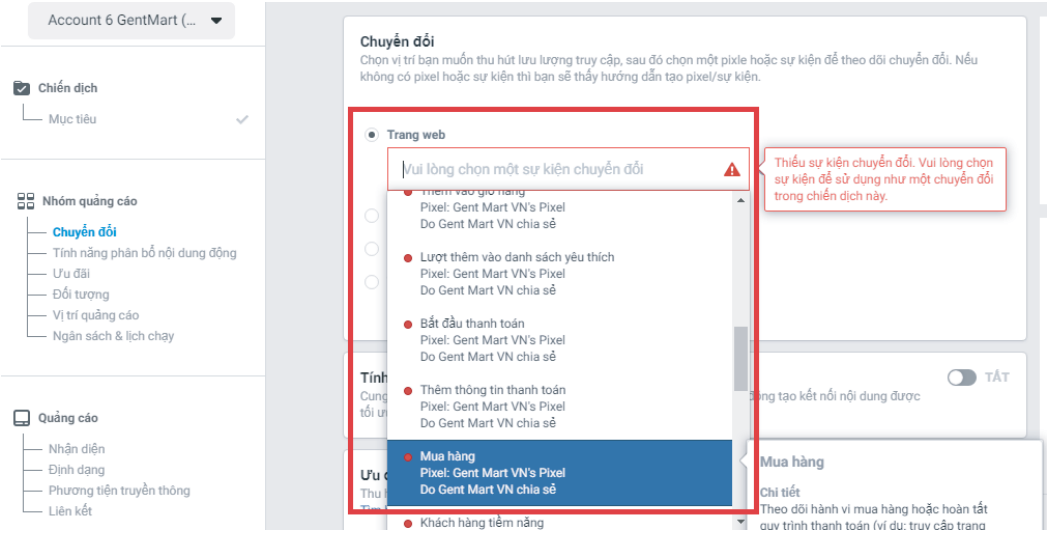
Tùy vào mục đích bạn chạy quảng cáo, nâng cao nhận thực về thương hiệu, đẩy mạnh tương tác bài viết hay tăng tỷ lệ chuyển đổi... bạn sẽ chọn một trong những mục tiêu tương ứng trong phần Mục tiêu tiếp thị của bạn là gì. Với những người chạy website, bạn sẽ lựa chọn mục tiêu là Chuyển đổi



Đặt tên cho chiến dịch. Thường quy tắc đặt tên chiến dịch của mình là: tên sản phẩm – tên loại chiến dịch – ngày lập quảng cáo.

Thiết lập nhóm quảng cáo
Chọn loại chuyển đổi
Trước khi thiết lập quảng cáo chuyển đổi, bạn đã tạo sẵn các chuyển đổi tùy chỉnh rồi.

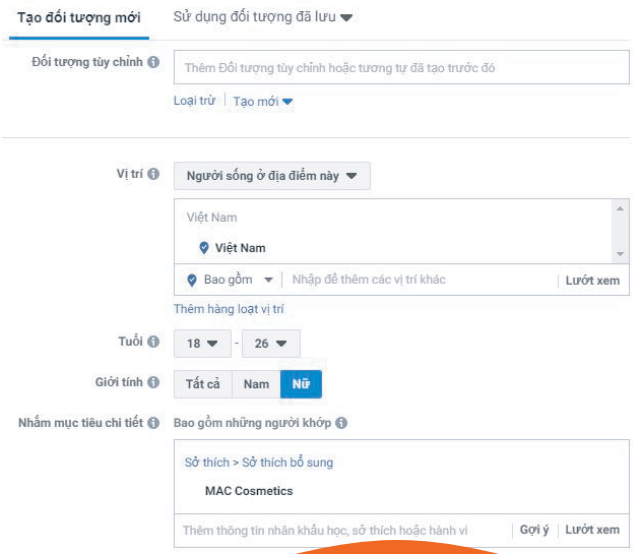
Giờ là lúc chọn chuyển đổi bạn muốn Facebook sử dụng để tối ưu quảng cáo cho bạn.



Nếu chuyển đổi tùy chỉnh chưa có đối tượng nào trong đó, nó có màu đỏ như trên hình.

Bạn đừng lo lắng, cứ dùng nó để chạy quảng cáo. Ngay khi có ai đó mua hàng, màu đỏ sẽ chuyển thành màu xanh.

Nhắm đối tượng mục tiêu
Giả sử mình chạy chiến dịch bán son môi. Mình có thể nhắm mục tiêu như bên dưới



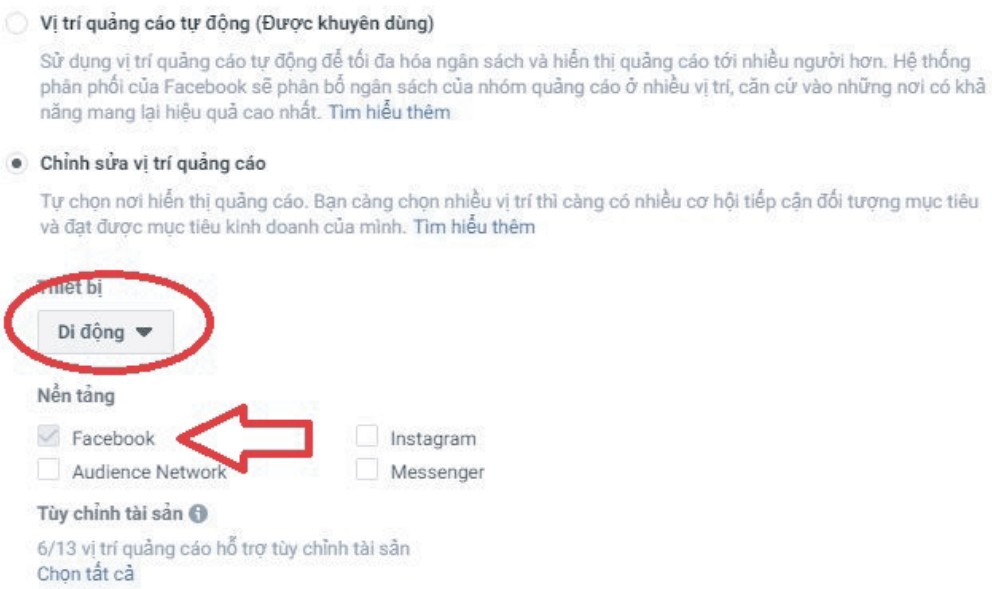
Nhưng vì đã tạo tệp Lockalike rồi nên chọn tệp bằng phần : Đối tượng tùy chỉnh và chọn tệp nhé

Chọn vị trí quảng cáo
Thông thường, mình chọn thiết bị di động và newfeed.

Trên 80% người dùng lướt Facebook trên di động.

Và vị trí quảng cáo newfeed cho kết quả tốt nhất trong đa số các trường hợp. Đây là kinh nghiệm của mình.

Tuy nhiên, không phải lúc nào nó cũng đúng. Thí dụ bạn chạy cho dân văn phòng, thì vị trí quảng cáo trên máy tính có vẻ hợp lý đúng không?



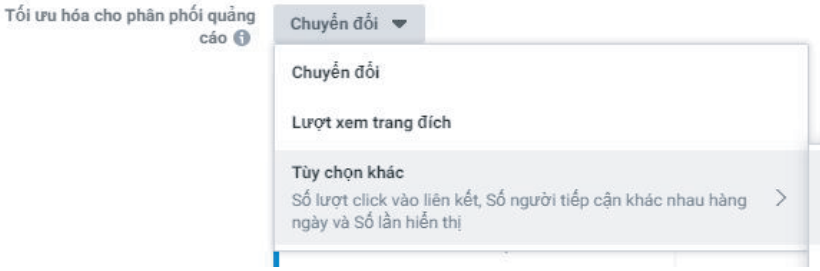
Ngân sách và lịch chạy
Thường mình sẽ lên lịch cho quảng cáo bắt đầu từ rạng sáng ngày hôm sau. Và bạn cũng nên làm vậy.

Vì khi đó, ngày đầu tiên quảng cáo của bạn chạy, Facebook sẽ tiêu ngân sách hằng ngày của bạn trọn một ngày.

Nếu bạn để quảng cáo bắt đầu lúc 9h tối. Facebook sẽ tiêu hết ngân sách của bạn trong khoảng 9h-12h tối. Và thường bạn sẽ thấy giá quảng cáo rất đắt.

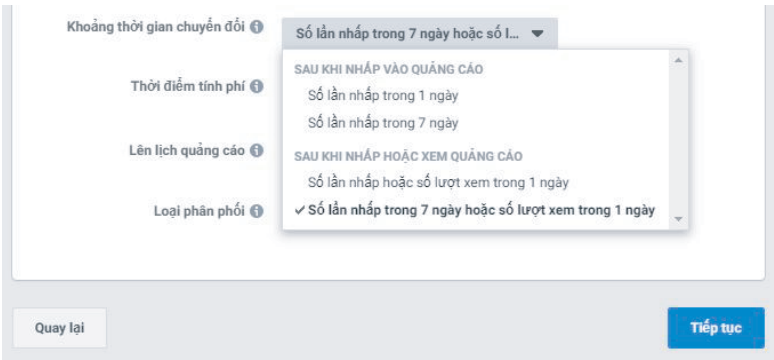
Ngân sách, bạn có thể làm thử nghiệm phân tách với nhiều nhóm quảng cáo. Mỗi nhóm bạn có thể để 50k-100k để thử. Nhóm nào tốt, bạn có thể tăng ngân sách lên.

Tối ưu hóa cho phân phối quảng cáo
Khi bạn đã chạy chiến dịch chuyển đổi, thì chọn hình thức tối ưu hóa cho phấn phối quảng cáo là chuyển đổi thôi.



Vì mục đích của bạn là muốn Facebook tìm cho bạn những người mà bạn muốn thông qua chuyển đổi tùy chỉnh.

Khoảng thời gian chuyển đổi
Hay còn gọi là conversion window. Đây là khoảng thời gian Facebook theo dõi chuyển đổi.



Ví dụ bạn chọn "Số lần nhấp trong 7 ngày hoặc số lượt xem trong 1 ngày". Facebook sẽ theo dõi người dùng đã vào website của bạn trong 7 ngày.

Người dùng click vào quảng cáo thứ 2, đến thứ 6 họ mới mua hàng (vẫn nằm trong 7 ngày), Facebook vẫn tính đó là một chuyển đổi.

Nếu bạn chọn "Số lần nhấp trong 1 ngày", thì tường hợp xem sản phẩm lúc thứ 2, thứ 6 mới mua hàng sẽ không được tính là một chuyển đổi.

Mà lúc này, chuyển đổi chỉ được tính khi người dùng click vào quảng cáo và mua hàng ngay trong ngày đó.

Thì logic là gì? Người click vào và mua ngay trong ngày sẽ tiềm năng hơn là người tới 6-7 ngày mới ra quyết định mua hàng.

Đúng chứ?! Tuy nhiên ... Nó không chắc chắn như vậy. Mà bạn nên thử.

Hai lựa chọn mình thường có kết quả tốt nhất là "Số lần nhấp trong 1 ngày" và "Số lần nhấp trong 7 ngày hoặc số lượt xem trong 1 ngày".

Ok! Vậy là xong phần thiết lập nhóm quảng cáo. Giờ "Tiếp tục" để thiết lập nội dung quảng cáo.

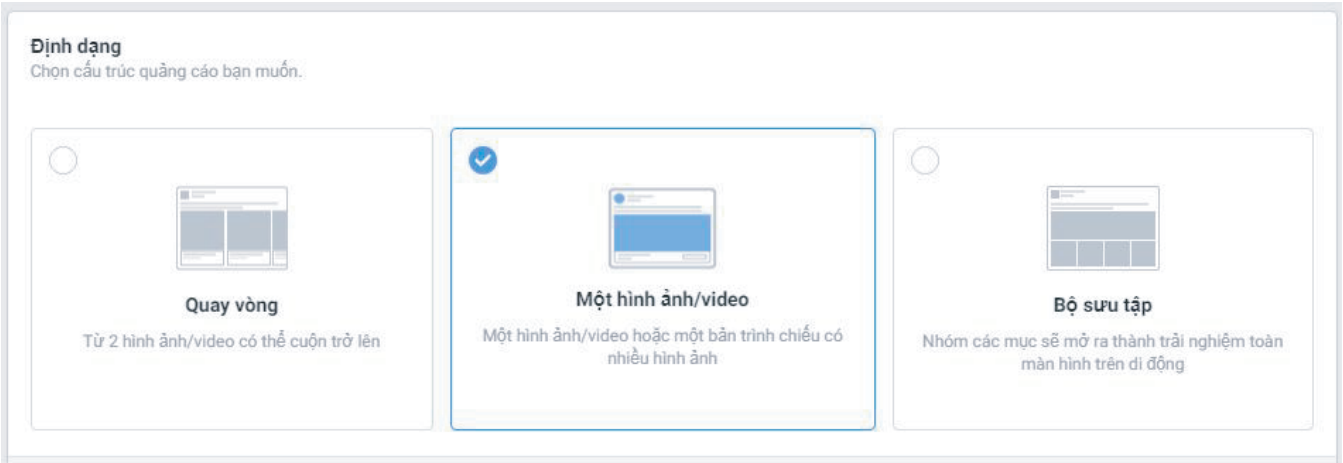
Thì logic là gì? Người click vào và mua ngay trong ngày sẽ tiềm năng hơn là người tới 6-7 ngày mới ra quyết định mua hàng.

Đúng chứ?! Tuy nhiên ... Nó không chắc chắn như vậy. Mà bạn nên thử.

Hai lựa chọn mình thường có kết quả tốt nhất là "Số lần nhấp trong 1 ngày" và "Số lần nhấp trong 7 ngày hoặc số lượt xem trong 1 ngày".

Ok! Vậy là xong phần thiết lập nhóm quảng cáo. Giờ "Tiếp tục" để thiết lập nội dung quảng cáo.

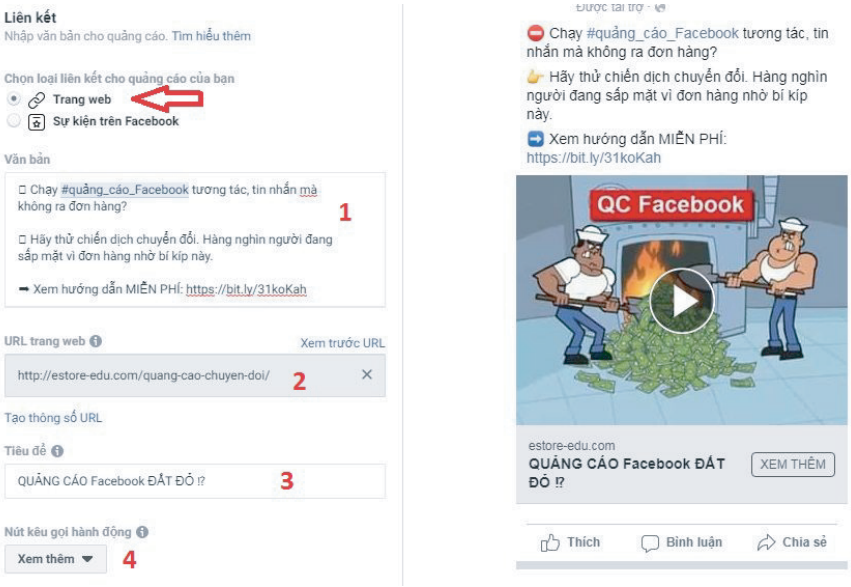
Thiết kế nội dung quảng cáo
Bạn có 3 lựa chọn về định dạng quảng cáo như bên dưới trong chiến dịch quảng cáo chuyển đổi.



Quảng cáo video vẫn là định dạng quảng cáo tốt nhất trên Facebook.

Thứ nhất, nó được ưu tiên hiển thị hơn là hình ảnh.
Thứ hai, video thể hiện tốt hơn lợi ích của sản phẩm.
Thứ ba, bạn có thể tạo đối tượng tùy chỉnh, tương tự, chạy retarget người đã xem video.
Nội dung quảng cáo, hãy tập trung vào lợi ích của sản phẩm.

Cho đối tượng khách hàng tiềm năng của bạn lý do vì sao họ nên mua sản phẩm của bạn.



Liên kết
Chọn trang web nếu bạn bán hàng trên website

Văn bản (1)
Nội dung bài viết quảng cáo của bạn. Hãy tập trung vào lợi ích mà khách hàng nhận được.

URL trang web (2)
Đường link trang mà bạn muốn đối tượng khi click vào, đối tượng sẽ được dẫn đến đó. Nó có thể là trang một sản phẩm, hoặc một landing page / sale page.

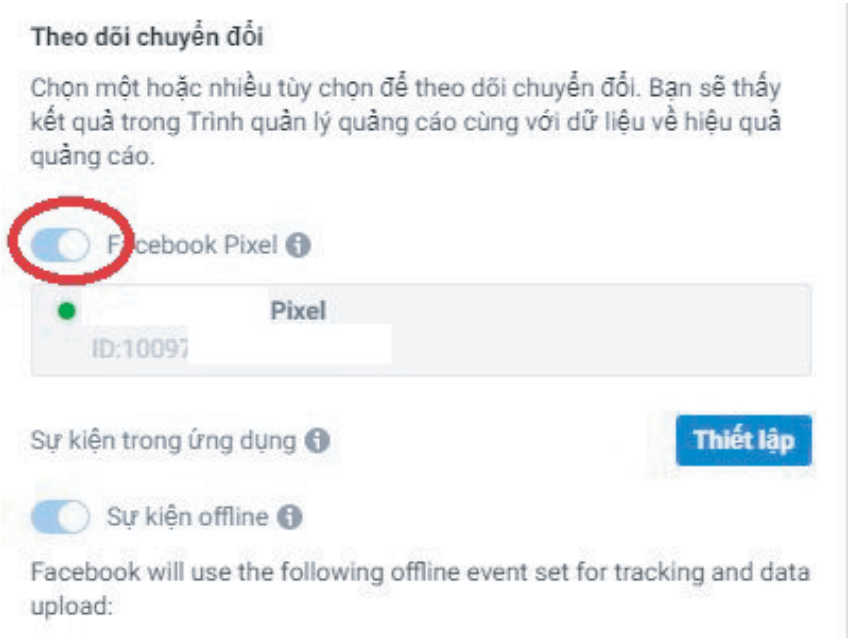
Có nhiều bạn chạy quảng cáo với đường link là trang chủ hoặc danh mục sản phẩm :). Chắc chắn là quảng cáo chuyển đổi của bạn sẽ không hiệu quả nếu bạn chạy như vậy.

Tiêu đề
Một câu tiêu đề hấp dẫn sẽ giúp bạn thu hút được đối tượng xem hết tất cả nội dung quảng cáo.

Nút kêu gọi hành động
Bạn thấy nó chỉ là một cái nút nhỏ thôi. Nhưng nếu bạn thử nghiệm với 2 nút kêu gọi hành động khác nhau, kết quả quảng cáo của bạn sẽ khác nhau.

Nên bạn lưu ý làm thử nghiệm nút kêu gọi hành động này nhé.

Theo dõi chuyển đổi
Và cuối cùng, bạn nhớ để ý cái nút Facebook Pixel. Hãy bật nó lên để Facebook tracking được chuyển đổi tùy chỉnh. (Thường nó được bật mặc định).



Và dưới đây là kết quả của mình nhé

Bạn có thể thấy cứ 30.000 đến 40.000 là mình có đơn hàng thành công rồi

Tên chiến dịch	Phân phối	Ngân sách	Kết quả	Số người tiếp cận được	Số lần hiển thị	Chi phí trên mỗi kết quả	Số tiền đã chi tiêu
[redacted]	Đang hoạt động	Sử dụng ng...	2 FB - Dùn...	939	944	28.478 ₫ Trên mỗi ...	56.956 ₫
[redacted]	Đang hoạt động	Sử dụng ng...	3 FB - Dùn...	2.390	2.458	30.814 ₫ Trên mỗi ...	92.442 ₫
[redacted]	Đang hoạt động	Sử dụng ng...	3 FB - Dùn...	1.476	1.497	19.554 ₫ Trên mỗi ...	58.661 ₫
[redacted]	Đang hoạt động	Sử dụng ng...	6 FB - Dùn...	5.365	5.448	37.762 ₫ Trên mỗi ...	226.572 ₫

NOVAON
DIGITAL FIRST

ONSHOP

NỀN TẢNG
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ HỢP NHẤT

Khởi tạo
kinh doanh

Bán hàng
đa kênh

Quảng bá
& Thu hút khách hàng

Quản trị tập trung
xuyên suốt trên
một nền tảng

Liên hệ: Mr. Đỗ Văn Giang - Business Director
SĐT: 094 442 7799
Email: giangdv@novaon.vn www.onshop.asia