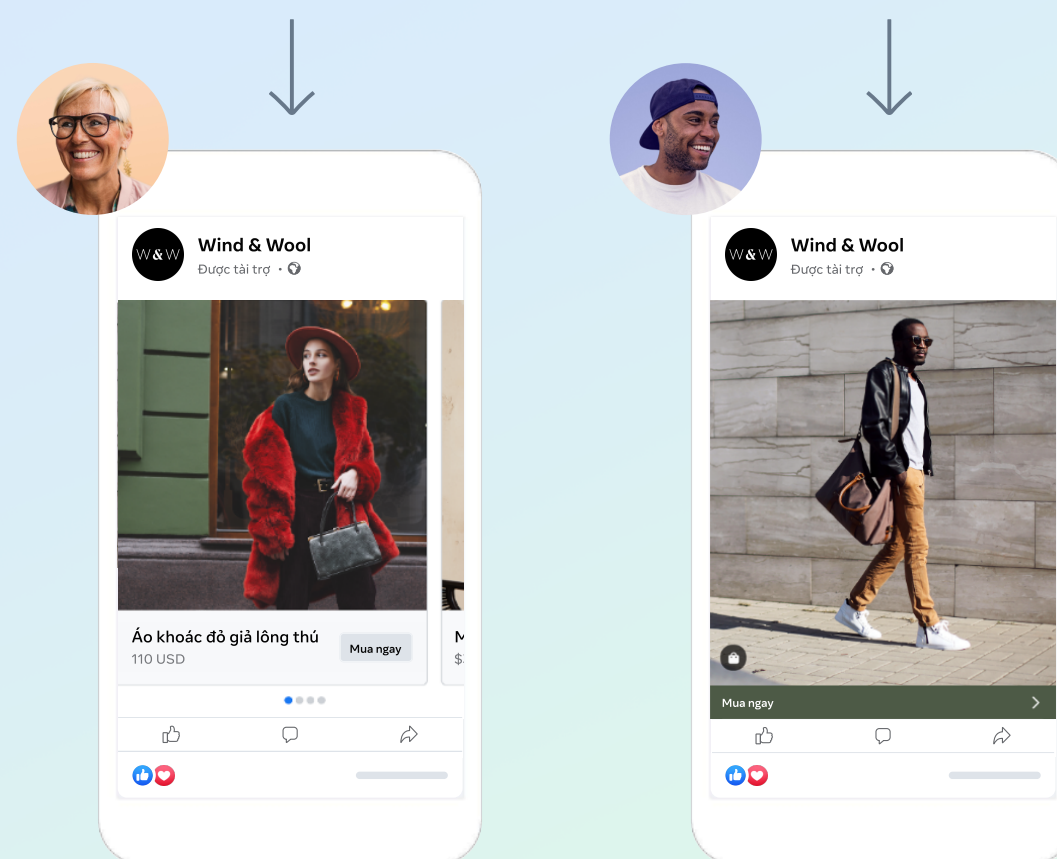
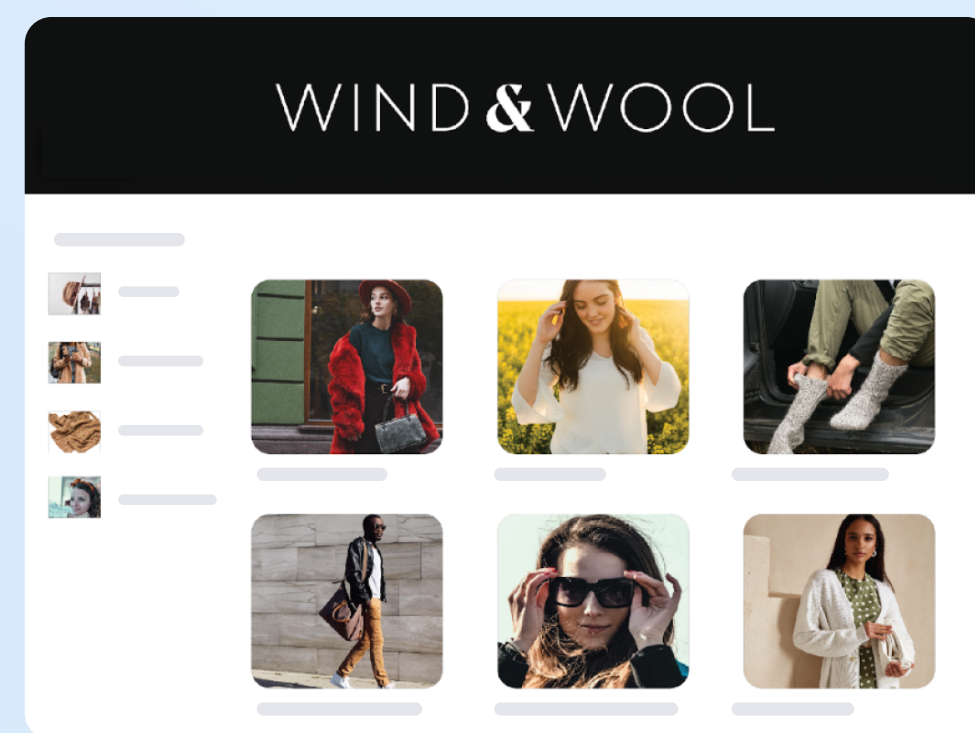


Quảng cáo danh mục Advantage+

Cá nhân hóa quảng cáo giới thiệu sản phẩm của bạn cho những người mua sắm quan tâm trên quy mô lớn và tăng hiệu quả nhờ quảng cáo danh mục Advantage+

Giải pháp hàng đầu của Meta dành cho những nhà quảng cáo muốn quảng bá sản phẩm cụ thể trong danh sách cung ứng của họ đến cả khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng theo cách có thể mở rộng và cá nhân hóa cao.

Nhờ sử dụng công nghệ máy học, quảng cáo danh mục Advantage+ (trước đây là Quảng cáo động) tự động phân phối nội dung, thông tin sản phẩm và liên kết phù hợp nhất trong danh mục của bạn đến những người có khả năng sẽ mua hàng.



Bạn nên dùng quảng cáo danh mục Advantage+ cho những doanh nghiệp bán hàng (ví dụ: hàng tiêu dùng, thương mại điện tử hoặc bán lẻ) hoặc bán sản phẩm/dịch vụ online (gói du lịch, ô tô, bất động sản) có mong muốn:

- ✓ Tăng doanh số online đến từ khách hàng mới và khách hàng hiện có
- ✓ Phân phối nội dung phù hợp nhất trong danh mục sản phẩm
- ✓ Ghép đúng sản phẩm với đúng người mua tiềm năng

77% người lập kế hoạch truyền thông dùng các công cụ máy học khi tham gia khảo sát cho biết họ tiết kiệm được nhiều thời gian do không phải làm các công việc thủ công.²

68% người mua sắm online đồng ý với phát biểu sau: "Tôi muốn trải nghiệm mua sắm của mình được cá nhân hóa dựa trên sở thích và mối quan tâm riêng."¹

Hãy quảng cáo toàn bộ danh mục của bạn đến những người mua sắm quan tâm, sử dụng tính năng tự động hóa để tăng hiệu quả bán hàng, thúc đẩy khả năng phân phối sản phẩm được cá nhân hóa và mang lại hiệu suất cho đội ngũ của bạn nhờ quảng cáo danh mục Advantage+. Kết quả đạt được:

- ✓ **Khả năng cá nhân hóa:** Đưa sản phẩm phù hợp đến đúng người ở nơi họ hay dành thời gian.
- ✓ **Hiệu quả:** Cải thiện doanh số sản phẩm nhờ công nghệ máy học
- ✓ **Hiệu suất:** Tăng doanh số bán các sản phẩm/dịch vụ trong danh mục một cách hiệu quả, nhờ đó đội ngũ của bạn có thể tập trung vào các chiến lược quan trọng hơn vượt ra ngoài cấp độ sản phẩm.

¹ Nguồn: "Discovery-Led Shopping Study" của GFK*

² Nguồn: Từ năm 2019 đến năm 2020, Facebook đã tiến hành khảo sát 148 người mua vị trí quảng cáo ở Hoa Kỳ.

*Khảo sát online do Meta ủy quyền thực hiện với hơn 12.000 đáp viên trong độ tuổi từ 18 - 74 ở Úc, Brazil, Canada, Pháp, Đức, Ấn Độ, Indonesia, Mexico, Slovakia, Nhật Bản, Vương quốc Anh, Hoa Kỳ, quý 2/2022. Đáp viên đủ điều kiện là người mua sắm online ít nhất 2 lần/tháng, đồng thời đã mua sản phẩm làm đẹp, đồ nội thất, hàng điện tử và/hoặc quần áo qua mạng trong 3 tháng qua, tính tại thời điểm nghiên cứu; các câu hỏi được trích dẫn là A08, C04.

🌟 Nghiên cứu tình huống

Tối ưu hóa hiệu quả nhờ công nghệ máy học

Nhà bán lẻ của Anh TOG24 nhận thấy hiệu quả cải thiện đáng kể khi hợp tác với Đối tác kinh doanh của Meta là feedfirst Media để tăng doanh số thông qua quảng cáo danh mục Advantage+

69%

chi phí trên mỗi lượt chuyển đổi giảm 69%

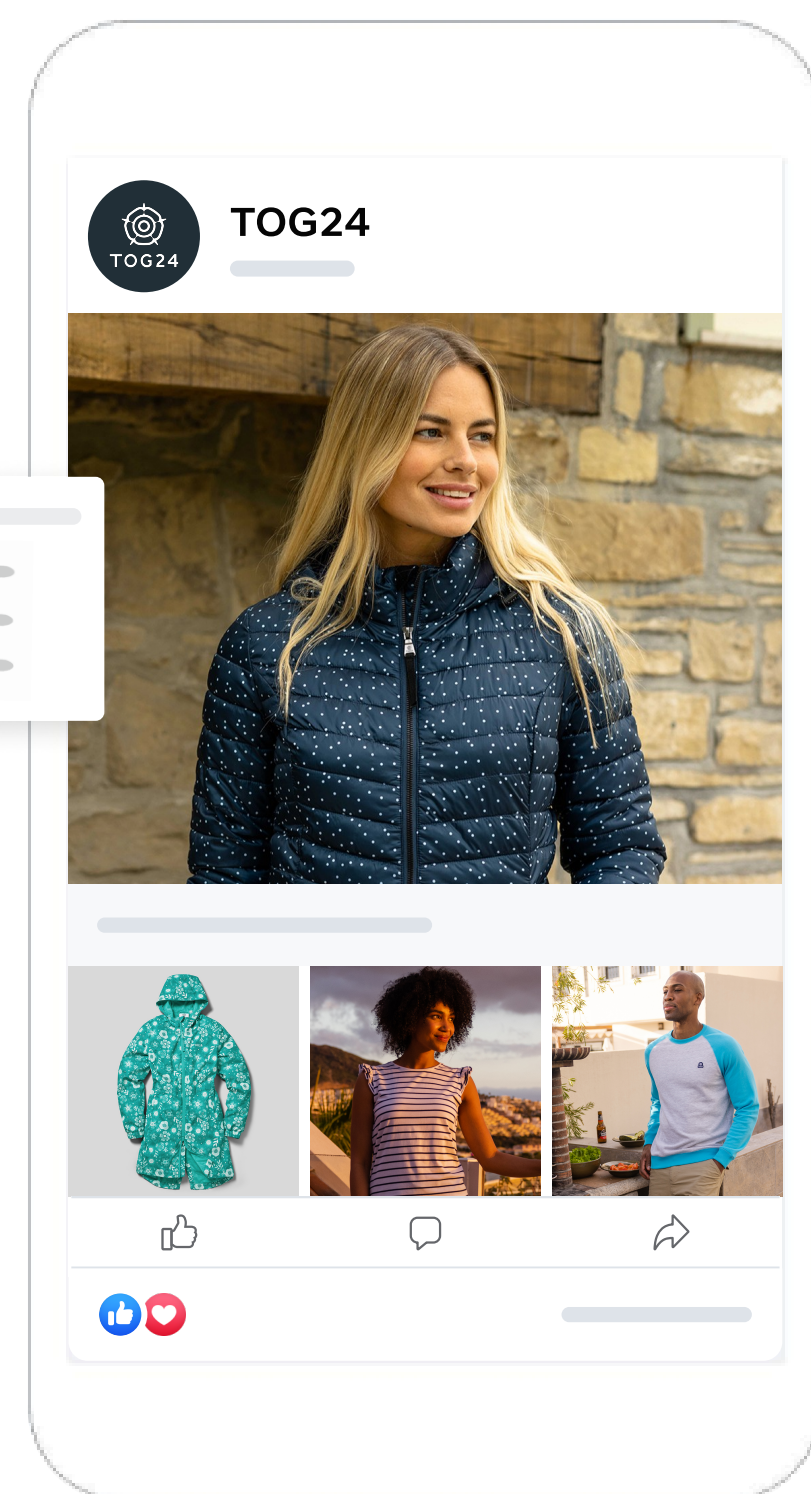
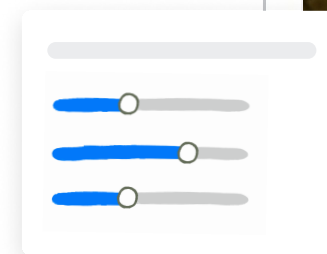
3 lần

lợi nhuận trên chi tiêu quảng cáo tăng gấp 3 lần

3,5 lần

số lượt mua tăng gấp 3,5 lần

khi dùng quảng cáo danh mục Advantage+ cho đối tượng rộng và quảng cáo danh mục Advantage+ để nhắm mục tiêu lại



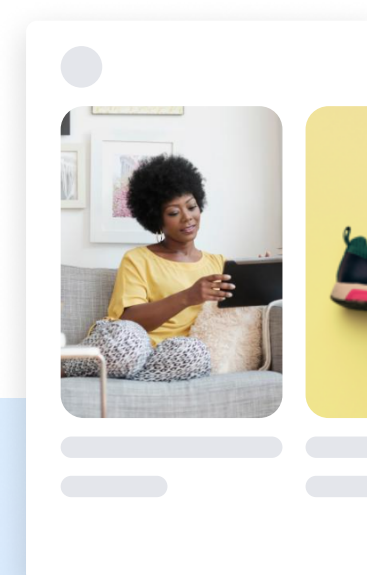
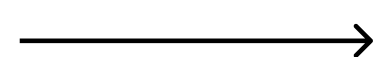
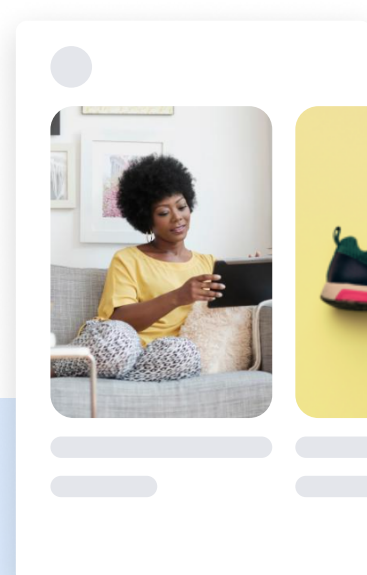
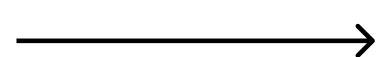
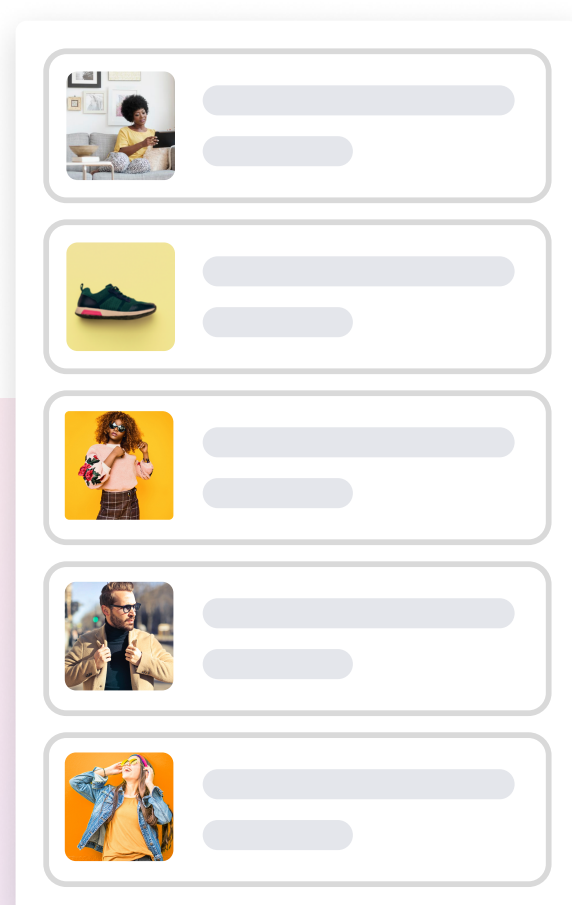
🌟 Định dạng

Trong khi quảng cáo tĩnh được tải lên theo cách thủ công thì quảng cáo danh mục Advantage+ lại là quảng cáo được cá nhân hóa và có thể tự động tùy chỉnh để hiển thị cho người mua sắm nội dung phù hợp nhất.

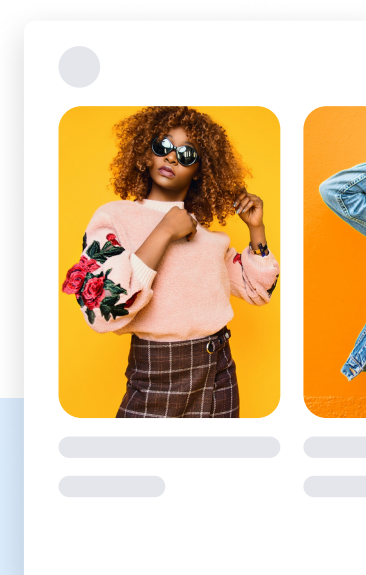
Danh mục

Định dạng quảng cáo (ví dụ: Thẻ quay vòng)

Quảng cáo danh mục Advantage+



hoặc



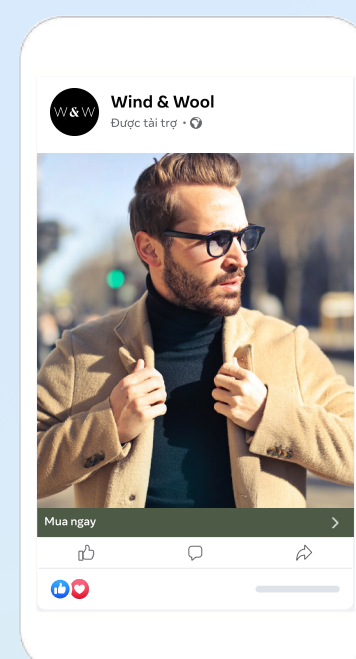
Người dùng A

Người dùng B

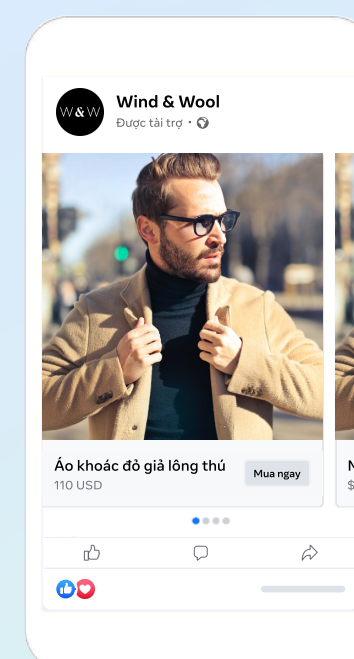
Được cá nhân hóa theo xếp hạng quảng cáo dựa trên hành vi của người dùng

Bạn có thể chọn định dạng phù hợp nhất cho nhu cầu của mình:

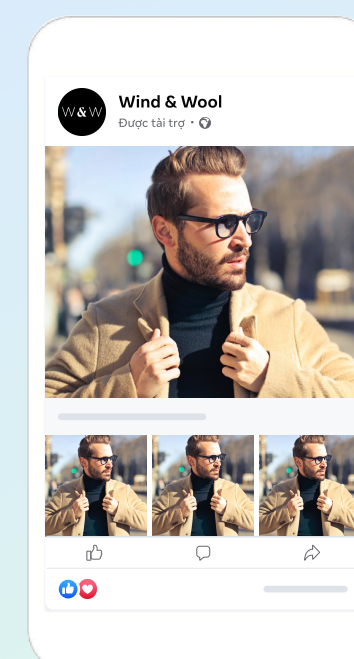
- ✓ **Một hình ảnh/video:** đây là định dạng đẹp, đơn giản để làm nổi bật hình ảnh/video hấp dẫn được kéo từ danh mục của bạn
- ✓ **Thẻ quay vòng:** hiển thị lên đến 10 hình ảnh hoặc video trong một quảng cáo
- ✓ **Bộ sưu tập:** giới thiệu một nhóm các mặt hàng và các mặt hàng này sẽ xuất hiện trong trải nghiệm toàn màn hình trên thiết bị di động



Một hình ảnh/video



Thẻ quay vòng



Bộ sưu tập

🌟 Cách tạo quảng cáo danh mục Advantage+

Bước 1 Trong Công cụ quản lý thương mại

Tạo Danh mục trong Công cụ quản lý thương mại.

Đây là bước để bạn đặt mục tiêu và thiết lập các bộ lọc cho chiến dịch của mình.

Bước 2 Trong Trình quản lý sự kiện

Cài đặt Meta Pixel hoặc Meta SDK, API Chuyển đổi và các thông số thiết lập.

Thông qua bước này, nền tảng có thể giao tiếp và tận dụng công nghệ máy học, tính năng nhắm mục tiêu lại cũng như tính năng cá nhân hóa.

Bước 3 Trong Công cụ quản lý thương mại – Tab Sự kiện

Kết nối Meta Pixel hoặc Meta SDK với danh mục của bạn.

Thực hiện bước này để dữ liệu có thể lưu chuyển, qua đó đem lại thông tin chi tiết và kết quả.

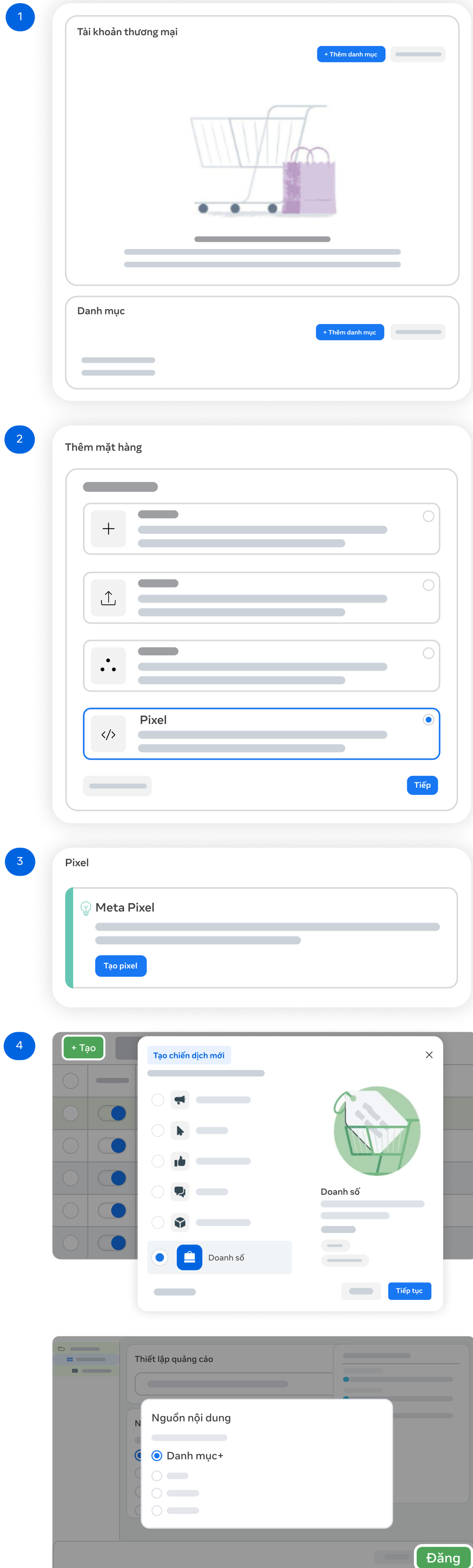
Bước 4 Trong Trình quản lý quảng cáo

Chạy quảng cáo danh mục Advantage+ trong Trình quản lý quảng cáo.








Chọn mục tiêu Doanh số (chiến dịch mua sắm Advantage+ hoặc chiến dịch Doanh số thủ công) và bật Danh mục hoặc Tải nguồn nội dung lên từ Danh mục.

Lưu ý

Bạn cũng có thể sử dụng Quảng cáo danh mục Advantage+ cho các mục tiêu Khách hàng tiềm năng, Lưu lượng truy cập và Quảng cáo ứng dụng, nhưng mục tiêu Doanh số là phổ biến nhất.

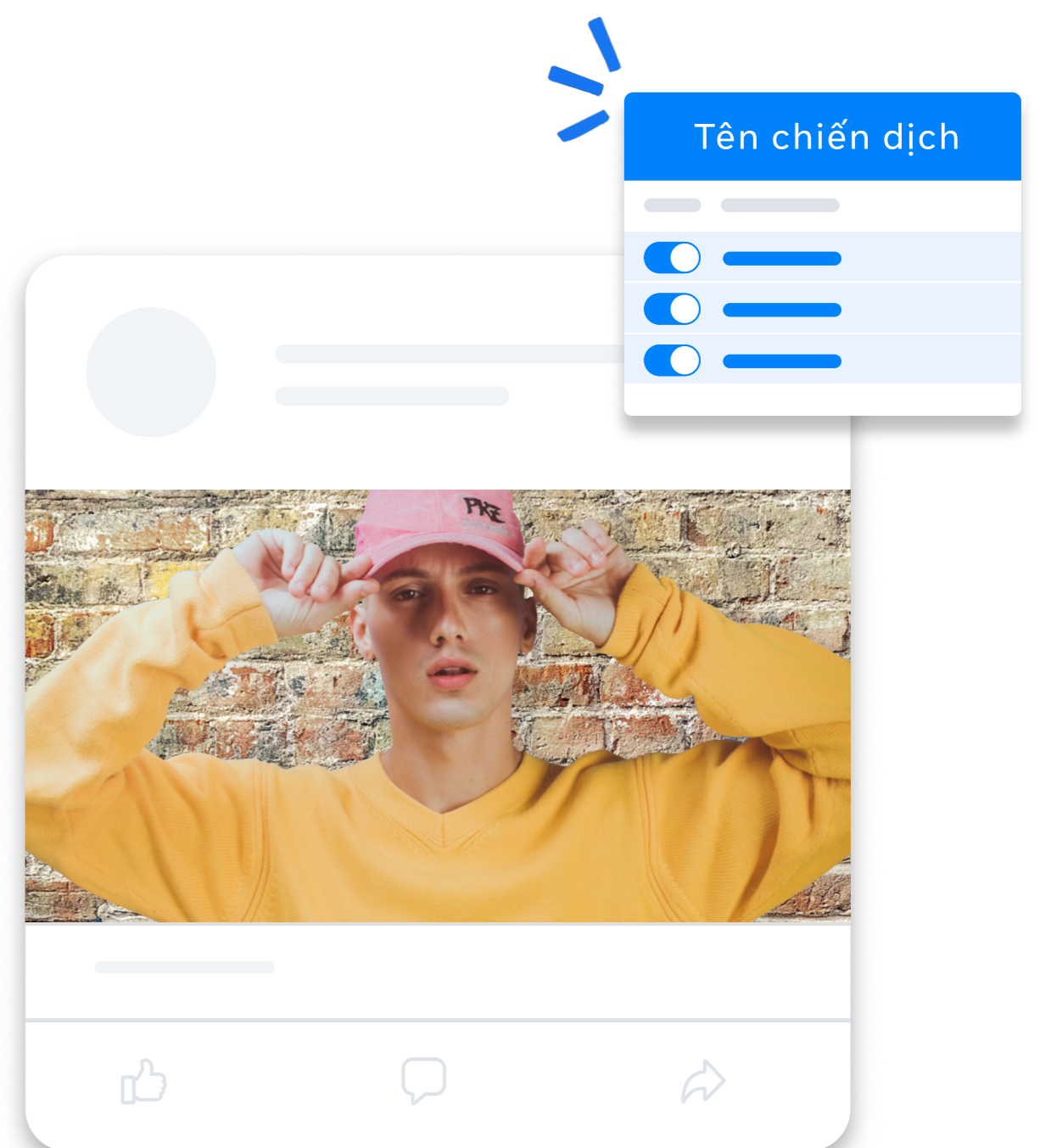


🌟 Cách làm tốt nhất để đạt được kết quả cao nhất

-  **Tối đa hóa khả năng nhắm mục tiêu theo đối tượng** bằng cách kích hoạt cả đối tượng Nhắm mục tiêu lại và đối tượng Khách hàng tiềm năng mà không đưa ra các ràng buộc. Ngoài ra, bạn nên sử dụng linh hoạt ngân sách tối đa cho các đối tượng để tiếp cận khách hàng mới và khách hàng hiện tại có ý định rõ ràng
-  **Có ít nhất 20 mặt hàng trong danh mục** nhằm đảm bảo tăng khả năng cung cấp sản phẩm để chạy các chiến dịch phù hợp hơn với từng cá nhân
-  **Thiết lập 1 danh mục và đặt mục tiêu tỷ lệ khớp tối thiểu là 75%** (lý tưởng là hơn 90%). Bạn có thể thiết lập danh mục và nhìn thấy tỷ lệ khớp này trong tab Sự kiện của Công cụ quản lý thương mại.
-  **Chia danh mục thành các nhóm sản phẩm nếu bạn có thể có ít nhất 20 mặt hàng trên mỗi nhóm sản phẩm.** Với nhóm sản phẩm, bạn có thể điều chỉnh quảng cáo danh mục Advantage+ dựa trên các mục tiêu cụ thể hơn (ví dụ: hạng mục sản phẩm quan trọng, lợi nhuận sản phẩm, hiệu quả sản phẩm hoặc chương trình giảm giá/khuyến mãi).
-  **Sử dụng đa dạng các nội dung trong danh mục** để hiển thị sản phẩm với mọi người theo nhiều định dạng và/hoặc kèm theo thông tin bổ sung.
-  **Đảm bảo cài đặt chính xác Pixel và/hoặc API Chuyển đổi** để góp phần giảm chi phí trên mỗi kết quả và tăng doanh số. Hãy trao đổi với Chuyên gia kỹ thuật Meta để được trợ giúp riêng.
-  **Thử nghiệm và cân nhắc chọn "Trang web và cửa hàng" làm đích đến chuyển đổi** nếu bạn đã kích hoạt một Cửa hàng có tính năng thanh toán để cho Meta chuyển mọi người đến nền tảng nơi họ có nhiều khả năng chuyển đổi nhất.

Bạn có biết?

Khi sử dụng quảng cáo danh mục Advantage+ trong các chiến dịch mua sắm Advantage+, bạn có thể thu được hiệu quả quảng cáo cao hơn. Việc kết hợp này có thể hỗ trợ bạn tiếp cận được nhiều khách hàng mới hơn so với khi chỉ dùng riêng quảng cáo danh mục Advantage+.



Nguồn lực khác

- [Giới thiệu về quảng cáo danh mục Advantage+](#)
- [Meta Advantage: Cách sử dụng AI và tính năng tự động hóa để thúc đẩy kết quả kinh doanh](#)
- [Nghiên cứu tình huống sử dụng quảng cáo danh mục Advantage+](#)