

# API Chuyển đổi: Lộ trình marketing tốt nhất dựa trên dữ liệu



**Organic Skincare**

USD • Sức khỏe/Làm đẹp

San Francisco, CA

Đang mở cửa





## Các nhà quảng cáo vừa sử dụng Meta Pixel vừa thiết lập API Chuyển đổi nhận thấy CPR giảm trung bình 13%.\*

Trong môi trường kinh doanh hiện nay, các công ty đổi mới sẽ nghĩ đến khách hàng trước tiên. Chính vì vậy, họ sử dụng dữ liệu để truyền tải thông điệp phù hợp đến đúng người vào đúng thời điểm. Tuy nhiên, trong tương lai, cách chúng ta sử dụng dữ liệu sẽ thay đổi. Chúng ta cần xây dựng một chiến lược dữ liệu mang tính nền tảng, mạnh mẽ và ưu tiên khách hàng.

API Chuyển đổi là một công cụ kinh doanh của Meta, kết nối trực tiếp dữ liệu marketing của bạn với các công nghệ của Meta nhằm tối ưu hóa hiệu quả quảng cáo. Với công cụ này, bạn có thể dùng dữ liệu marketing của riêng mình để tối ưu hóa hoạt động nhằm mục tiêu quảng cáo, giảm chi phí trên mỗi hành động và đo lường chính xác hơn kết quả của chiến dịch, đồng thời tôn trọng quyền riêng tư của người dùng.

Giống như nhiều nhà quảng cáo khác, có thể bạn đã quen chia sẻ dữ liệu trên web với Meta thông qua Meta Pixel. Khác với Meta Pixel, API Chuyển đổi không chỉ dùng được cho dữ liệu trên trang web. Bạn có thể gửi dữ liệu marketing về hoạt động tương tác của khách hàng trên nhiều kênh (web, ứng dụng và offline) để chú trọng vào dữ liệu quan trọng nhất với doanh nghiệp mình.

Do ít phụ thuộc vào công nghệ trình duyệt hơn Meta Pixel, nên API Chuyển đổi vừa có thể cải thiện cách sử dụng dữ liệu để nâng cao hiệu quả ở hiện tại, lại vừa làm tăng khả năng phục hồi trong tương lai.

\*Căn cứ vào 28 thử nghiệm A/B trên toàn cầu về tiện ích tích hợp trực tiếp, tích hợp đối tác hoặc tích hợp Cổng API Chuyển đổi từ tháng 05-08/2022.

## API CHUYỂN ĐỔI CÓ THỂ GIÚP BẠN:




- Nâng cao hiệu quả quảng cáo nhờ tăng mức độ tin cậy và mở rộng cách sử dụng dữ liệu
- Cải thiện khả năng đo lường
- Triển khai chiến lược dữ liệu để bảo vệ quyền riêng tư bằng cách tăng cơ hội tiếp cận các phương thức kiểm soát dữ liệu và công nghệ cải tiến mới

Bạn **chắc chắn cần** chuyển sang API Chuyển đổi, vấn đề chỉ là **khi nào** thôi. Các doanh nghiệp đổi mới theo dữ liệu đang triển khai API Chuyển đổi vì giải pháp này mang lại cho họ lợi thế cần thiết để cạnh tranh trên thị trường ngày nay.

Sau khi thiết lập API Chuyển đổi, các nhà quảng cáo lớn trên toàn cầu đang sử dụng Meta Pixel nhận thấy số sự kiện mua hàng ghi nhận được tăng thêm cao hơn trung bình **19%\***

Nghiên cứu về Mức tăng chuyển đổi cho thấy trung bình, các nhà quảng cáo trên toàn cầu thiết lập API Chuyển đổi hiệu quả hơn có số Sự kiện mua hàng tăng thêm cao hơn **33%** và số Sự kiện đăng ký tăng thêm cao hơn **82%\*\***

### Tại sao bạn nhìn thấy quảng cáo này

-  Feroldi's đang cố gắng tiếp cận những người trên Facebook **yêu thích chó.** >
-  Feroldi's đang cố gắng tiếp cận **những người từ 18 tuổi trở lên.** >
-  Feroldi's đang cố gắng tiếp cận những người có vị trí chính là **Vương quốc Anh.** >

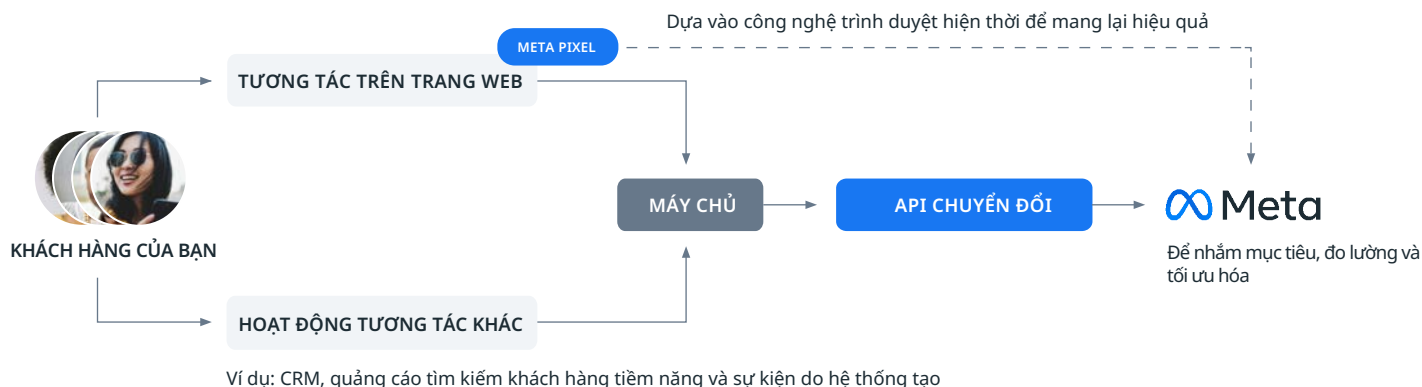


\*Dựa trên phân tích thực hiện với hơn 1.000 nhà quảng cáo lớn trên toàn cầu dùng tiện ích tích hợp trực tiếp, tích hợp Cổng API Chuyển đổi hoặc tích hợp đối tác (chỉ xem xét nhà quảng cáo dùng tiện ích tích hợp đối tác nếu có hơn 1.000 nhà quảng cáo dùng tiện ích tích hợp) có tối thiểu 50 sự kiện trên máy chủ và trình duyệt, điểm EMQ trên 5, độ bao phủ của máy chủ trên 90% (nhưng không cao hơn 300% để loại bỏ các giá trị ngoại lệ) trong khoảng thời gian từ ngày 01/01/2022–31/03/2022

\*\*Phân tích tổng hợp các nghiên cứu trên toàn cầu về Độ cải thiện mà API Chuyển đổi mang lại (có độ tin cậy từ 90% trở lên) thực hiện từ ngày 05/02/2022–03/05/2022 với các doanh nghiệp có mức điểm EMQ khác nhau. Phân tích này xem xét sự chênh lệch về mức tăng ở các nhà quảng cáo có điểm EMQ từ 5–7 chuyển sự kiện mua hàng bằng API Chuyển đổi, cũng như các nhà quảng cáo chuyển sự kiện đăng ký bằng API Chuyển đổi

Nguồn: Nghiên cứu tình huống của Meta

# Vì sao nên dùng API Chuyển đổi?



## HÃY TRIỂN KHAI API CHUYỂN ĐỔI NGAY HÔM NAY ĐỂ GẶT HÁI THÀNH CÔNG TRONG HOẠT ĐỘNG MARKETING THEO DỮ LIỆU:

- **Tăng hiệu quả quảng cáo**

Tăng số lượng cùng độ tin cậy của dữ liệu dùng cho việc nhắm mục tiêu và tối ưu hóa quảng cáo để khai thác hiệu quả hơn nữa tiện ích tích hợp dữ liệu hiện có. Dùng dữ liệu theo nhiều cách hơn nhờ các công cụ tối ưu hóa và tăng hiệu quả, chẳng hạn như quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng, đối tượng tùy chỉnh và tối ưu hóa sau chuyển đổi.\*

- **Cải thiện khả năng đo lường**

Nhà tiếp thị phải biết được kênh và nền tảng nào hiệu quả nhất trong việc thúc đẩy kết quả kinh doanh. API Chuyển đổi không chỉ cải thiện khả năng đo lường để bạn hiểu rõ hơn giá trị thực tế của quảng cáo, mà còn nâng cao cơ hội tiếp cận các công cụ đo lường tinh vi (như Thước đo mức tăng chuyển đổi) nhằm hoạch định và thử nghiệm những chiến lược khác nhau cho chiến dịch.

- **Tiếp cận các phương thức kiểm soát và công nghệ cải tiến mới, chú trọng vào quyền riêng tư**  
Xây dựng chiến lược bảo vệ quyền riêng tư dựa trên các phương thức tăng cường quyền kiểm soát dữ liệu và tinh giản cách sử dụng các giải pháp dùng công nghệ cải thiện quyền riêng tư, chẳng hạn như Độ cải thiện riêng – dịch vụ đo lường cải thiện quyền riêng tư của chúng tôi.

Chúng tôi muốn hỗ trợ bạn xây dựng các cách sử dụng dữ liệu để luôn tôn trọng quyền riêng tư của người tiêu dùng và xem dữ liệu như một tài sản quý giá. Việc triển khai API Chuyển đổi có thể tốn thời gian, nhân lực và tiền bạc, nhưng tôn trọng lựa chọn quyền riêng tư của mọi người là điều hết sức quan trọng. Đó là việc bạn cần làm nếu muốn đưa hoạt động marketing lên một tầm cao mới, đạt được lợi thế cạnh tranh và trở thành nhà tiếp thị theo dữ liệu hàng đầu.

\*Tính năng Tối ưu hóa sau chuyển đổi được triển khai thử nghiệm beta trong năm 2022 và sẽ ra mắt chính thức vào nửa đầu năm 2023.

# Thiết lập API Chuyển đổi

Bạn nên thiết lập API Chuyển đổi cùng với Meta Pixel theo cách thiết lập dự phòng. Khi kết hợp cả hai công cụ này, bạn có thể tăng cường độ tin cậy của dữ liệu mình chia sẻ, từ đó giảm chi phí trên mỗi hành động.

Có một số cách thiết lập API Chuyển đổi và vài cách trong số đó có thể mất chưa đến 1 giờ. Các cách tích hợp khác nhau về chi phí, độ khó triển khai và các tính năng được hỗ trợ. Hãy xem phần bên dưới để tìm ra cách tích hợp phù hợp với doanh nghiệp của bạn.

## TÍCH HỢP TRỰC TIẾP

Bạn có thể tự thiết lập để tùy chỉnh tiện ích tích hợp API Chuyển đổi. Dù cách này không tốn chi phí (ngoại trừ chi phí cho đội ngũ phát triển nội bộ), nhưng quy trình thiết lập thường mất nhiều tuần và cần quyền truy cập vào cơ sở mã của máy chủ, đồng thời đòi hỏi phải duy trì liên tục. Cách triển khai chi tiết này phù hợp nhất với các doanh nghiệp có nguồn lực nhà phát triển để xây dựng và duy trì cơ sở hạ tầng kỹ thuật số.

- **Khả năng đặt cấu hình:** Cách tích hợp trực tiếp có thể phù hợp với các nhà quảng cáo có nhu cầu tùy chỉnh cấu hình, kiểm soát dữ liệu họ chia sẻ lên Meta và thời điểm họ chia sẻ.





## → CỔNG API CHUYỂN ĐỔI

Cổng API Chuyển đổi là một phương thức tích hợp để kết nối trang web của bạn với phiên bản Amazon Web Services do bạn sở hữu và vận hành, rồi từ đó gửi dữ liệu cho Meta một cách trực tiếp, nhanh chóng và dễ dàng.

Bằng cách này, bạn sẽ không tốn thêm chi phí nào khác ngoài khoản phí cho phiên bản AWS. Phương thức này không dùng mã nên không cần sự tham gia của nhà phát triển. Nếu chưa có tài khoản AWS, bạn có thể tại theo [hướng dẫn này](#) trên trang web của Amazon Web Services.

Cổng API Chuyển đổi có thể là lựa chọn phù hợp nhất cho các doanh nghiệp có nguồn lực nhà phát triển hạn chế vì với phương thức này, nhà tiếp thị chỉ cần sự hỗ trợ tối thiểu về CNTT là đã có thể tự tích hợp. Nhờ cách thiết lập không cần mã, Cổng API Chuyển đổi có thể giảm thời gian tích hợp từ hàng tháng xuống còn vài giờ.

Cổng API Chuyển đổi mang đến thêm các lợi ích như:

- **Tốc độ**  
Thời gian tích hợp API Chuyển đổi giảm từ hàng tuần xuống còn vài giờ.
- **Chi phí**  
Với Cổng API Chuyển đổi, bạn sẽ mất ít chi phí hơn do các yêu cầu hoặc nguồn lực kỹ thuật cần đáp ứng ở mức thấp hơn. Phí Amazon Web Services là chi phí duy nhất mà bạn phải trả khi tích hợp Cổng API Chuyển đổi.
- **Yêu cầu thấp về mặt nâng cấp kỹ thuật**  
Chỉ cần có một chút kiến thức về kỹ thuật là bạn đã có thể tự thiết lập và đặt cấu hình API Chuyển đổi, mà đội ngũ CNTT hoặc nhà phát triển gần như không phải động tay đến.
- **Chi phí duy trì thấp**  
Không giống như cách tích hợp trực tiếp thủ công, Cổng API Chuyển đổi có thể tự động cập nhật bất cứ khi nào có tính năng mới, qua đó giảm chi phí duy trì dài hạn.

## TÍCH HỢP ĐỐI TÁC

Không phải nhà quảng cáo nào cũng có đủ nguồn lực hay kinh nghiệm để thiết lập hoặc duy trì phiên bản Cổng API Chuyển đổi. Các đối tác và một số agency có thể giải quyết khó khăn này. Cách này có thể phù hợp với cả các nhà quảng cáo dùng tiện ích tích hợp đối tác cho một phần trong phiếu và muốn bổ sung để ghi lại sự kiện ở phía trên hoặc giữa phiếu.

- **Tính linh hoạt của hệ sinh thái đối tác**

Hơn 50 đối tác hỗ trợ tiện ích tích hợp API Chuyển đổi, chẳng hạn như Shopify, WooCommerce, Trình quản lý thẻ của Google, Tealium, Segment, v.v. (xem [tại đây](#)). Chi phí và độ phức tạp khi triển khai tùy thuộc vào đối tác, một số đối tác chỉ cần thực hiện vài cú nhấp chuột là xong.

- **Tận dụng mối quan hệ hợp tác hiện có**

Có thể bạn đang phối hợp với đối tác nào đó để quản lý chiến dịch quảng cáo, thiết lập và vận hành cửa hàng online rồi. Đối tác đó có thể hỗ trợ bạn tích hợp API Chuyển đổi. Ví dụ: một số đối tác như nền tảng thương mại điện tử có thể triển khai API Chuyển đổi mà không tốn thêm chi phí, đồng thời giảm chi phí cho việc loại bỏ sự kiện trùng lặp trên trang web.



## MARKETING DỰA TRÊN DỮ LIỆU HIỆU QUẢ NHẤT NHỜ API CHUYỂN ĐỔI

Hãy tìm hiểu thêm về cách dùng API Chuyển đổi để cải thiện hiệu quả quảng cáo [tại đây](#).



# 43%

tỷ lệ chuyển đổi mua hàng tăng 43%

[Fair Harbor Clothing](#)



# 16%

khả năng chinh phục khách hàng mới tăng 16%

[Shopify](#)



# 42%

chi phí trên mỗi lượt mua hàng giảm 42%

[Safe Life Defense](#)



# 17%

doanh thu được ghi nhận tăng 17%

[Love Your Melon](#)



# 52%

chi phí trên mỗi khách hàng tiềm năng chất lượng giảm 52%

[Università Telematica Pegaso](#)



# 30%

lợi nhuận trên chi tiêu quảng cáo tăng 30%

[BoxyCharm](#)

[→ BẮT ĐẦU](#)