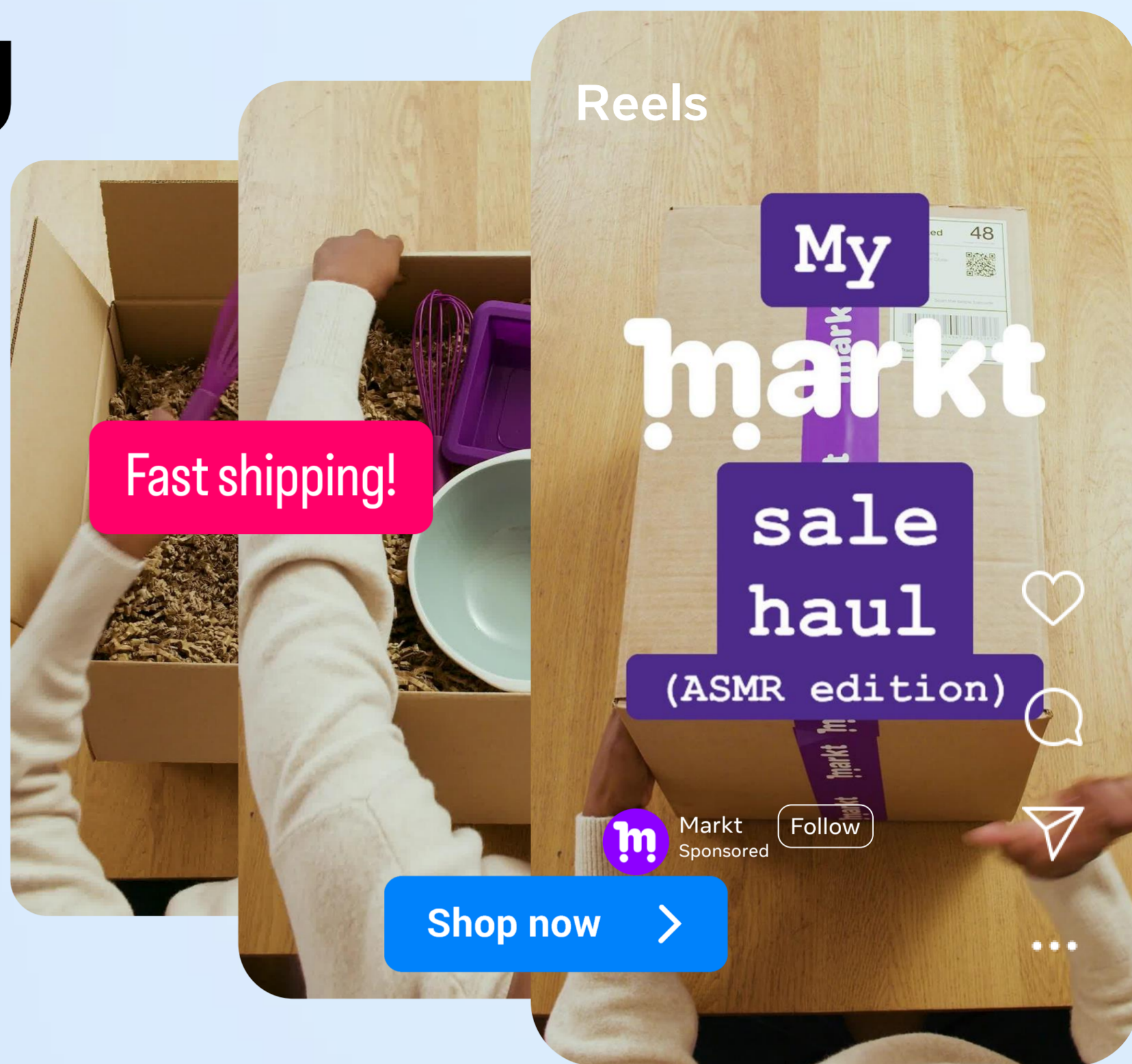


Tiếp lửa cho chiến dịch bằng quảng cáo trên Reels

Reels là môi trường sáng tạo, phong phú và ngày càng phát triển để các thương hiệu có thể biến sự chú ý thành hành động, cũng như là nơi để khả năng sáng tạo thúc đẩy thành công. 3,24 tỷ người dùng ít nhất 1 công nghệ của Meta mỗi ngày,¹ đồng thời Reels và video nhìn chung cũng đang đạt tốc độ tăng trưởng ổn định. Hiện tại, hơn 60% thời gian trên Facebook và Instagram là dành cho video² và khoảng 50% thời gian trên Instagram là dành cho Reels.³



Reels biến sự chú ý thành hành động

Reels khơi dậy kết nối

Reels hình thành dựa trên đồ thị mạng xã hội hiện tại của bạn, nghĩa là bạn bè và người thân của bạn đều có mặt ở đây. Mọi người chia sẻ lại thước phim hơn 3,5 tỷ lần mỗi ngày.⁴

Reels thúc thúc hành động

85%

số người tham gia khảo sát đã theo dõi doanh nghiệp sau khi xem thước phim.⁵

79%

số người tham gia khảo sát đã mua sản phẩm hoặc dịch vụ sau khi xem thước phim.⁶

Reels đẩy mạnh kết quả trên phổ

Phản hồi trực tiếp

- Nhờ thêm vị trí quảng cáo Instagram Reels vào chiến dịch phản hồi trực tiếp thông thường (BAU), giá trị tăng thêm đã đạt mức cao hơn so với khi chỉ dùng chiến dịch BAU, đồng thời các số liệu sau đây cũng tăng đáng kể: khả năng mọi người truy cập trang (97%), lượt thêm vào giỏ hàng (97%) và lượt mua (90%).⁷
- Theo kết quả từ một nghiên cứu được tiến hành trên quy mô lớn nhằm đo lường mức hiệu quả tăng thêm, nhờ thêm vị trí quảng cáo Facebook Reels vào chiến dịch BAU, số lượt mua tăng thêm trên mỗi đô la chi tiêu đã đạt mức cao hơn 3% so với khi chỉ dùng chiến dịch BAU.⁸

Thương hiệu

- Chiến dịch dùng quảng cáo trên Reels đã giúp độ cải thiện sức khỏe thương hiệu trung bình cao hơn 14% và độ cải thiện sức khỏe thương hiệu trung vị cao hơn 24% so với chiến dịch BAU.⁹

Nguồn: 1,2,3: Hội nghị báo cáo kết quả lợi nhuận quý 1/2024 của Meta. Tháng 04/2024. 4. Hội nghị báo cáo kết quả lợi nhuận quý 4/2023 của Meta. Tháng 02/2024. 5. Nghiên cứu do Meta đặt hàng thực hiện với GWI, 2023. Cơ sở: 6.758 người tiêu thụ nhiều video dạng ngắn (1.178 ở Brazil, 1.110 ở Đức, 1.178 ở Ấn Độ, 557 ở Nhật Bản, 515 ở Hàn Quốc, 1.113 ở Vương quốc Anh, 1.107 ở Hoa Kỳ) trong độ tuổi từ 16-64, sử dụng Reels với tần suất ít nhất 1 lần/tuần. 6. Nghiên cứu do Meta đặt hàng thực hiện với GWI, 2023. Cơ sở: 6.758 người tiêu thụ nhiều video dạng ngắn (1.178 ở Brazil, 1.110 ở Đức, 1.178 ở Ấn Độ, 557 ở Nhật Bản, 515 ở Hàn Quốc, 1.113 ở Vương quốc Anh, 1.107 ở Hoa Kỳ) trong độ tuổi từ 16-64, sử dụng Reels với tần suất ít nhất 1 lần/tuần. 7. Kết quả lượt truy cập Trang dựa trên 12 nghiên cứu độ cải thiện, kết quả lượt thêm vào giỏ hàng dựa trên 13 nghiên cứu độ cải thiện và kết quả lượt mua dựa trên 11 nghiên cứu độ cải thiện. Tất cả các nghiên cứu đều diễn ra trong thời gian từ tháng 06/2022 đến tháng 12/2022, do các nhà quảng cáo trên toàn cầu thuộc nhiều ngành dọc (thương mại điện tử, CPG, bán lẻ và dịch vụ chuyên nghiệp) thực hiện. Chiến dịch thông thường là chiến dịch sử dụng các vị trí quảng cáo Bảng feed Facebook, Bảng feed Instagram và Instagram Stories. 8. Trong quý 3/2022, chúng tôi đã tiến hành nghiên cứu trên quy mô lớn trong 2 tuần để đo lường mức hiệu quả tăng thêm đối với 14K nhà quảng cáo trên toàn cầu thuộc nhiều ngành dọc. Kết quả cho thấy rằng việc thêm quảng cáo chạy ở vị trí Facebook Reels đã mang lại số lượt mua tăng thêm trên mỗi đô la chi tiêu cao hơn 3% so với khi không thêm quảng cáo dùng vị trí đó. Để giảm thiểu độ sai lệch, chúng tôi giới hạn số lượt chuyển đổi của mỗi người dùng ở mức 5 lượt đối với mọi tài khoản quảng cáo cụ thể trong thử nghiệm. Kết quả này có ý nghĩa đáng kể về mặt thống kê với độ tin cậy đạt 90%. 9. Trong phân tích tổng hợp về 63 nghiên cứu độ cải thiện sức khỏe thương hiệu trên mọi khu vực, với thử nghiệm được thiết kế để so sánh giữa chiến dịch BAU (không dùng Reels) và BAU (không dùng Reels) + Reels (ít nhất 20% mức đầu tư cho cụm), diễn ra từ 02/01/2023 đến 29/02/2024 xét về khả năng nhớ đến quảng cáo, độ tin cậy đạt 96%.

Tạo thước phim. Gặt hái kết quả.

Thước phim thậm chí sẽ phát huy hiệu quả hơn nữa khi bạn tạo đúng cách dựa trên các yếu tố cơ bản về nội dung trên Reels – video dọc (9:16), có bật âm thanh và thông điệp chính nằm trong vùng an toàn.

Hiệu quả cải thiện rõ rệt...

Khi dùng quảng cáo video 9:16 có bật âm thanh và tuân thủ vùng an toàn thì trung bình, chi phí trên mỗi kết quả (CPR) đã giảm 34,5% so với quảng cáo hình ảnh¹⁰, còn CPR giảm 15% so với quảng cáo video không theo tỷ lệ 9:16 và không bật âm thanh trên Reels.¹¹

...khả năng phân phối cũng tốt hơn.

Chiến dịch có quảng cáo tuân thủ các yếu tố cơ bản về nội dung trên Reels phân phối tốt hơn 101% (gấp 2 lần) đến vị trí quảng cáo trên Reels.¹²

1 Tạo video 9:16 để tăng sức hút cho quảng cáo trên Reels

Reels là định dạng video sống động toàn màn hình. Để nội dung hài hòa với định dạng này, hãy cân nhắc bắt đầu từ việc dùng video và điều chỉnh kích thước video thành 9:16.

- [Cắt quảng cáo video theo tỷ lệ 9:16 trong Trình quản lý quảng cáo trên Meta](#)

2 Tạo kèm âm thanh để tăng tính giải trí cho quảng cáo trên Reels

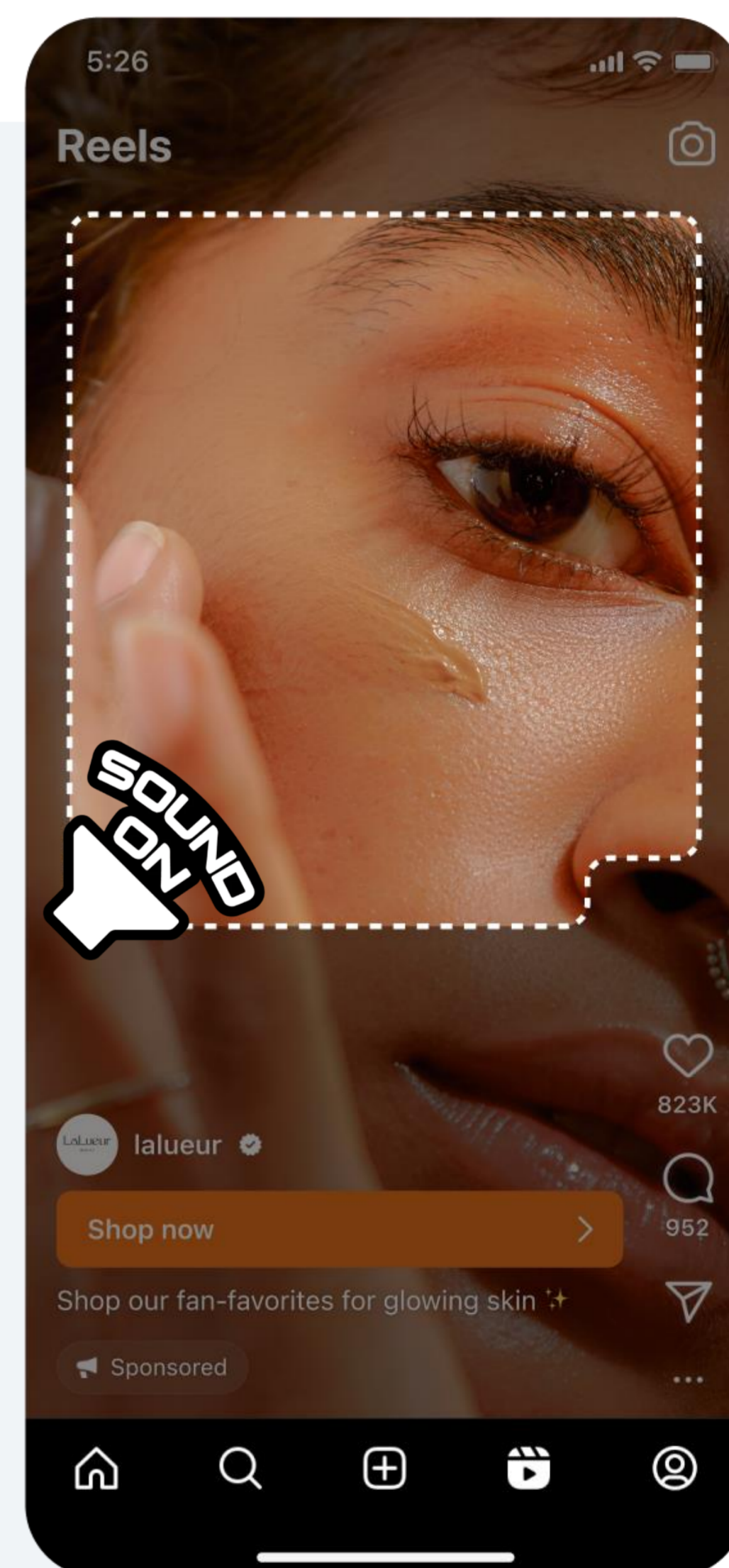
Âm thanh - bất kể là nhạc, phần thuyết minh hay hiệu ứng âm thanh - là yếu tố then chốt để thúc đẩy hoạt động tương tác và tính giải trí trên Reels.

- Bạn có thể tải âm thanh miễn phí xuống từ [Bộ sưu tập âm thanh](#) để dùng trong nội dung của mình. Bộ sưu tập âm thanh hiện đã có cả thư viện âm thanh được tạo riêng cho Reels. Bạn chỉ cần nhập "Âm thanh cho Reels" vào thanh tìm kiếm là có thể khám phá âm thanh phù hợp với nhiều loại tin.

3 Tạo trong vùng an toàn để truyền tải thông điệp rõ ràng

Để giao diện người dùng trên Reels không che khuất thông điệp, hãy tránh đặt logo, văn bản và thành phần nội dung chính trong vùng dưới cùng chiếm 35% diện tích quảng cáo.

- Kiểm tra để đảm bảo rằng các thành phần nội dung chính nằm trong [vùng an toàn](#) thông qua công cụ kiểm tra vùng an toàn cho Reels ([PowerPoint](#), [Photoshop](#), [Keynote](#))
- [Bật phạm vi vùng an toàn](#) trong Trình quản lý quảng cáo trên Meta để dễ dàng điều chỉnh sao cho quảng cáo nằm gọn trong vùng an toàn trên Reels



10. Dữ liệu phân tích tổng hợp thống kê trên toàn cầu đối với 15 thử nghiệm phân tách về các chiến dịch chỉ chạy trên Reels, trong đó nhà quảng cáo dùng tài sản hình ảnh tĩnh trong một chiến dịch và dùng video 9:16 có bật âm thanh, tuân thủ vùng an toàn trong một chiến dịch khác. Nhà quảng cáo thuộc các ngành dọc như thương mại điện tử, bán lẻ và hàng tiêu dùng đóng gói, bao gồm cả doanh nghiệp vừa và nhỏ. Phương pháp này mang lại hiệu quả cao hơn với độ tin cậy đạt 99,9%. 11. Dữ liệu phân tích tổng hợp thống kê trên toàn cầu đối với 15 thử nghiệm phân tách về các chiến dịch chỉ chạy trên Reels, trong đó nhà quảng cáo dùng tài sản video thông thường trong một chiến dịch và dùng tài sản video 9:16 có bật âm thanh, tuân thủ vùng an toàn trong một chiến dịch khác. Video thông thường là bất kỳ video nào có tỷ lệ nhỏ hơn 9:16 và không chứa âm thanh. Nhà quảng cáo thuộc các ngành dọc như thương mại điện tử, bán lẻ và hàng tiêu dùng đóng gói, bao gồm cả doanh nghiệp vừa và nhỏ. Phương pháp này có xu hướng mang lại hiệu quả cao hơn với độ tin cậy đạt 70%. 12. Xu hướng toàn cầu trong thời gian từ tháng 03 - 05/2024, dựa trên mẫu gồm 4 triệu chiến dịch đã chọn dùng Reels. Yếu tố cơ bản về nội dung trên Reels: nội dung video 9:16, có âm thanh.

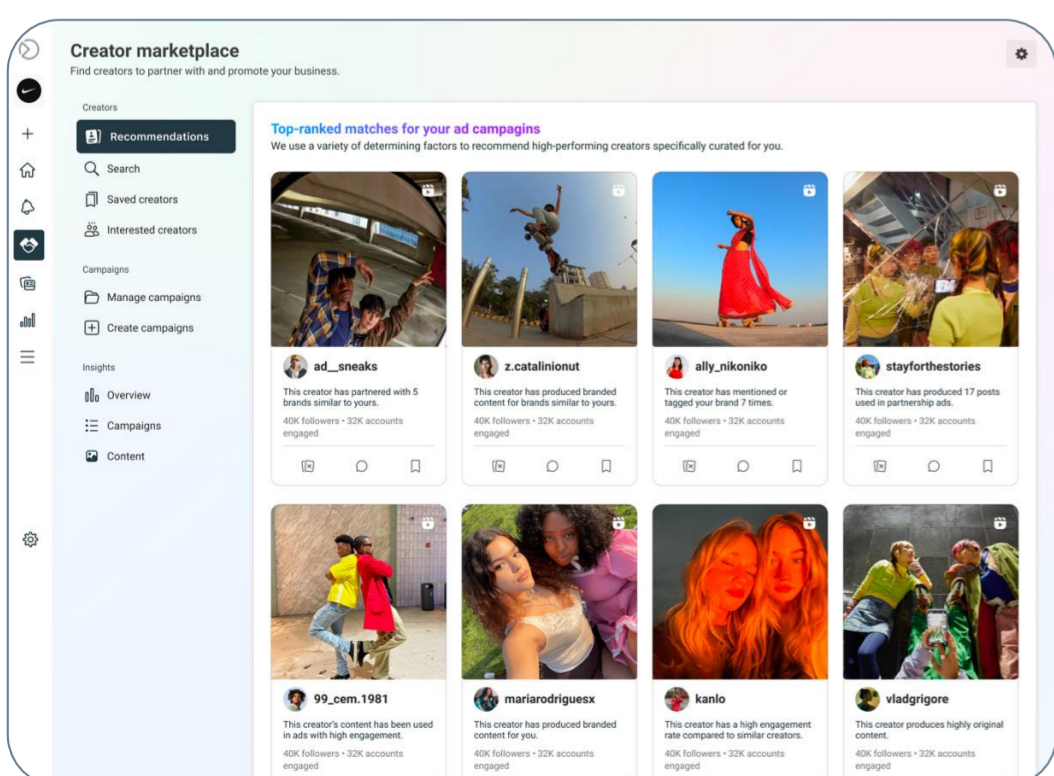
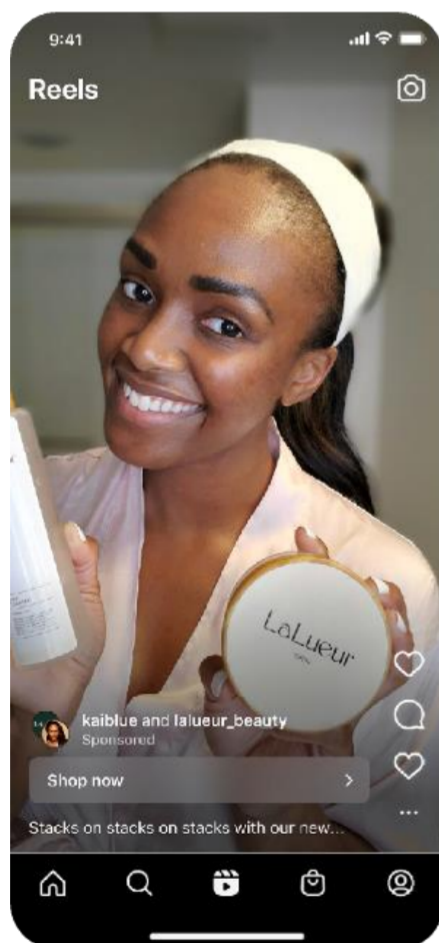
Kết nối với Đối tác kinh doanh của Meta để tạo quảng cáo trên Reels một cách hiệu quả

Đối tác kinh doanh của Meta là những công ty đã được Meta xem xét kỹ lưỡng về dịch vụ và kỹ năng kỹ thuật, cũng như khả năng độc nhất mà họ nắm giữ để hỗ trợ doanh nghiệp phát triển.

Bất kể bạn cần mẫu nhanh gọn, tạo nội dung hoàn chỉnh hay hợp tác với người sáng tạo nội dung, Đối tác kinh doanh của Meta đều có thể cung cấp các giải pháp toàn diện dành cho quảng cáo trên Facebook Reels và Instagram Reels. Nhờ đó, bạn có thể nhanh chóng tạo chiến dịch chất lượng trên quy mô lớn.

Trong một nghiên cứu mới đây, chúng tôi nhận thấy rằng khi thêm nội dung trên Reels do đối tác hỗ trợ tạo (video 9:16 có âm thanh và tuân thủ vùng an toàn) trong quá trình thiết lập chiến dịch BAU thì trung bình, chi phí trên mỗi kết quả giảm 5% và tỷ lệ chuyển đổi tăng 11%.¹³

➔ [Tìm đối tác hoàn hảo để sản xuất, tối ưu hóa tài sản và tạo mẫu dành cho Reels.](#)



Mời người sáng tạo nội dung làm đối tác sản xuất/nội dung

Người sáng tạo nội dung đang thổi bùng sức sống cho hệ sinh thái Reels, thúc đẩy khả năng sáng tạo, tính chân thực và đồng cảm, cũng như góp phần thúc đẩy kết quả kinh doanh từ giai đoạn khám phá đến mua hàng:

55%

số người tham gia khảo sát đồng ý rằng người sáng tạo nội dung trên Reels đóng vai trò hữu ích khi họ khám phá thương hiệu mới.¹⁴

53%

số người tham gia khảo sát đồng ý rằng họ nhiều khả năng sẽ mua hàng nếu có người sáng tạo nội dung quảng cáo mặt hàng đó trên Reels.¹⁵

Khai thác tiềm năng của quảng cáo hợp tác để mở rộng quy mô cộng tác với người sáng tạo nội dung

Nhờ thêm quảng cáo hợp tác trên Reels vào chiến dịch BAU hiện có, trung bình, chi phí trên mỗi kết quả đã giảm 5%, còn tỷ lệ chuyển đổi tăng 20% so với khi chỉ dùng chiến dịch BAU.¹⁶

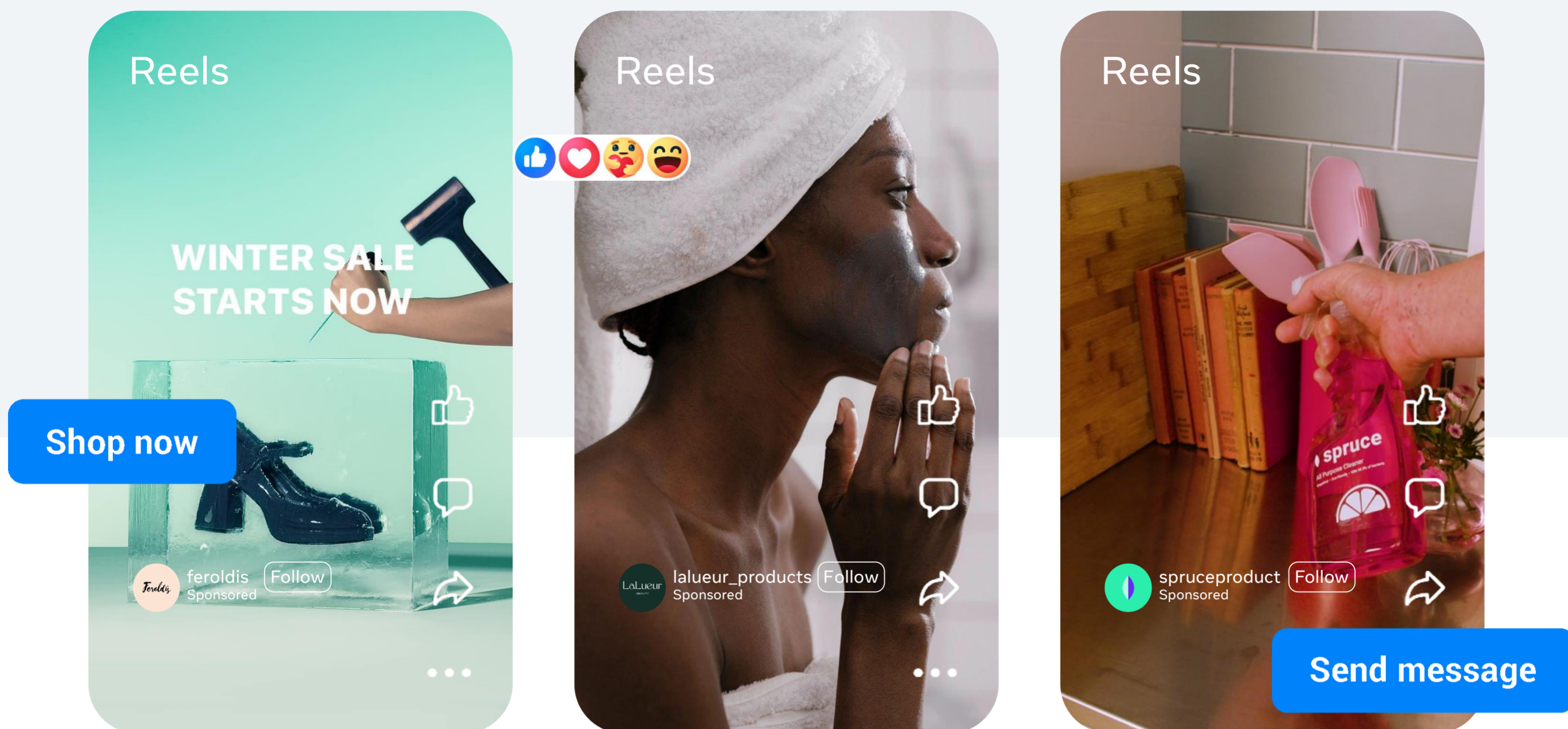
Tận dụng sàn giao dịch cho người sáng tạo nội dung trên Instagram để khám phá, cũng như dễ dàng kết nối và cộng tác với người sáng tạo nội dung để tìm kiếm cơ hội hợp tác

Sàn giao dịch cho người sáng tạo nội dung sử dụng các đề xuất về người sáng tạo nội dung phù hợp với từng nhà quảng cáo, dựa trên dữ liệu bên thứ nhất, có sử dụng công nghệ máy học. Nhờ đó, bạn sẽ dễ dàng xác định những thước phim chứa nội dung có thương hiệu mà mình có thể quảng cáo để chiến dịch đạt hiệu quả cao.

➔ [Tìm hiểu thêm về sàn giao dịch cho người sáng tạo nội dung trên Instagram.](#)

13. Kết quả phân tích tổng hợp loạt 15 thử nghiệm A/B ở nhiều ngành dọc và khu vực trên toàn cầu (Đức, Tây Ban Nha, Indonesia, Vương quốc Anh và Hoa Kỳ); n = 15 nghiên cứu được tiến hành trong thời gian từ tháng 05/2022 - 04/2023. Cách thiết lập cụm thử nghiệm (Nội dung do đối tác hỗ trợ tạo ở vị trí quảng cáo trên Reels với tối thiểu 30% ngân sách chiến dịch và nội dung thông thường, không dùng tỷ lệ 9:16 ở các vị trí quảng cáo khác). 14. Nghiên cứu do Meta đặt hàng thực hiện với GWI, 2023. Cơ sở: 6.758 người tiêu thụ nhiều video dạng ngắn (1.178 ở Brazil, 1.110 ở Đức, 1.178 ở Ấn Độ, 557 ở Nhật Bản, 515 ở Hàn Quốc, 1.113 ở Vương quốc Anh, 1.107 ở Hoa Kỳ) trong độ tuổi từ 16-64, sử dụng Reels với tần suất ít nhất 1 lần/tuần. 15. Nghiên cứu do Meta đặt hàng thực hiện với GWI, 2023. Cơ sở: 6.758 người tiêu thụ nhiều video dạng ngắn (1.178 ở Brazil, 1.110 ở Đức, 1.178 ở Ấn Độ, 557 ở Nhật Bản, 515 ở Hàn Quốc, 1.113 ở Vương quốc Anh, 1.107 ở Hoa Kỳ) trong độ tuổi từ 16-64, sử dụng Reels với tần suất ít nhất 1 lần/tuần. 16. Phân tích thống kê tổng hợp về 12 nghiên cứu độ cải thiện diễn ra trong thời gian từ tháng 09/2022 đến tháng 06/2023, do nhà quảng cáo trên toàn cầu thuộc nhiều ngành dọc thực hiện, chỉ phân phối trên Reels.

Sau khi bạn nắm vững các yếu tố cơ bản về nội dung, hãy khám phá ngôn ngữ của Reels để nâng tầm cho chiến dịch.



Tạo thước phim theo nhiều cách.

Thước phim có thể hài hước, lôi cuốn hoặc khơi gợi suy nghĩ. Có thước phim gây bất ngờ, mang đến nhiều điều mới lạ hoặc giới thiệu thương hiệu/sản phẩm mà chúng ta chưa biết đến. Bất kể nội dung là gì thì các thước phim đều có một điểm chung, đó là phong cách truyền tải có chút khác biệt. Phong cách này vừa đậm tính giải trí và dễ hiểu, vừa dễ tạo sự đồng cảm. Chúng tôi gọi đây là "ngôn ngữ của Reels".

Thêm nội dung phù hợp với Reels để cải thiện hiệu quả chung của chiến dịch.

Nhờ thêm quảng cáo trên Reels tuân thủ các yếu tố cơ bản về nội dung và bao gồm ít nhất 1 thành phần nội dung khác (sự hiện diện của con người, lớp phủ văn bản, nội dung mộc mạc hay chi tiết "lôi cuốn" ngay trong vài giây đầu tiên) vào chiến dịch thông thường, CPR đã giảm 16%, ROAS tăng 13%, tỷ lệ chuyển đổi tăng 29% và số người tiếp cận tăng 11% trên Reels, Bảng feed cũng như Tin.¹⁷

1 Tạo nội dung đậm tính giải trí

Những quảng cáo xuất sắc trên Reels khơi gợi cảm xúc nhờ sự kết hợp giữa âm nhạc, hiệu ứng hình ảnh và lối kể chuyện. Sức hấp dẫn của những quảng cáo này có thể đến từ thông tin hữu ích, yếu tố hài hước hoặc câu chuyện làm thỏa mãn trí tò mò.

2 Tạo nội dung dễ đồng cảm

Các quảng cáo xuất sắc trên Reels dễ tạo được sự đồng cảm nhờ kể những câu chuyện có bóng dáng chúng ta trong đó, giới thiệu những người có vẻ giống chúng ta và sử dụng phong cách hình ảnh cùng bộ quy ước mà chúng ta biết rõ.

3 Tạo nội dung dễ hiểu

Những quảng cáo xuất sắc trên Reels tận dụng được khoảng thời gian ít ỏi của đối tượng bằng cách đi thẳng vào vấn đề, truyền đạt thông điệp ngay lập tức và dễ hiểu. Hãy tập trung vào nhịp điệu của thước phim để đảm bảo bạn thu hút, duy trì và đền đáp xứng đáng cho mọi người vì họ đã chú ý.

**Every connection is an opportunity.
It's Your World.**