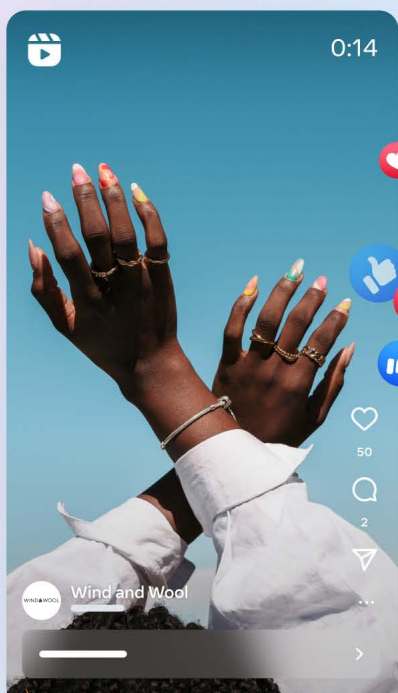
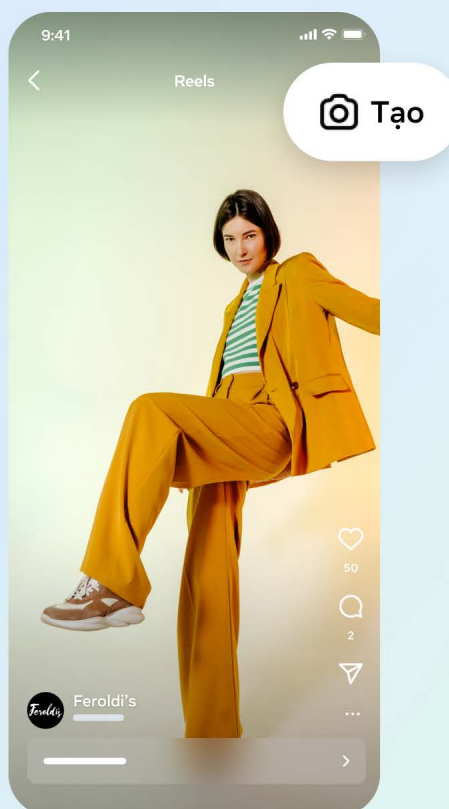
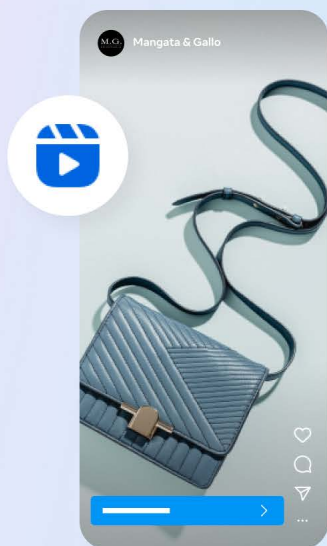
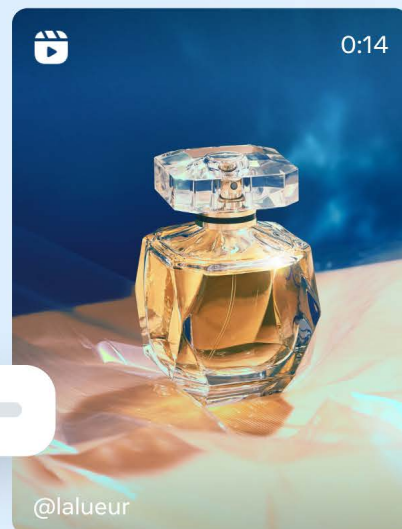


Hướng dẫn của Meta về quảng cáo video dạng Reels

Tìm hiểu cách tạo quảng cáo video sống động mà khách hàng sẽ yêu thích, qua đó tăng hiệu quả quảng cáo và doanh số tại cửa hàng hoặc doanh số online.



Trước tiên, tại sao nên chọn Reels?

Reels là loại video đậm chất giải trí, dễ gây đồng cảm và đang làm thay đổi cách khách hàng tương tác với quảng cáo trên các nền tảng của Meta...

...Reels thậm chí còn hiệu quả hơn nữa khi bạn biến loại video này thành quảng cáo. 🏆

Sau đây là số liệu cho thấy quảng cáo video dạng Reels thực sự đem lại kết quả:¹

16% chi phí trên mỗi kết quả giảm 16%

13% lợi nhuận trên chi tiêu quảng cáo tăng 13%

29% tỷ lệ chuyển đổi tăng 29%

11% số người tiếp cận tăng 11%

1. Kết quả dựa trên 10 nghiên cứu độ cải thiện từ tháng 04-05/2023 của các nhà quảng cáo trên toàn cầu thuộc nhiều ngành dọc khác nhau, bao gồm Thương mại điện tử, CPG, Bán lẻ và Công nghệ. Nội dung tự nhiên trên Reels là nội dung video theo tỷ lệ 9:16, có bật tiếng và tuân thủ vùng an toàn. Những nội dung này có thêm ít nhất một thành phần nội dung, chẳng hạn như sự hiện diện của con người, lớp phủ nhân dân văn bản, phần thuyết minh, nội dung không cấu kỳ và "chi tiết lời cuốn" trong vài giây đầu tiên.

Mục lục

PHẦN

01

Những điều cần có ở nội dung dạng Reels

PHẦN

02

Ý tưởng hay cho quảng cáo video tiếp theo

PHẦN

03

Cách tạo quảng cáo video dạng Reels

PHẦN

04

Chạy quảng cáo trong Trình quản lý quảng cáo trên Meta

PHẦN

05

Câu chuyện thành công: Mami Wata Surf và El Ray Court

PHẦN

06

Phụ lục: Danh sách kiểm tra về Reels để quảng cáo thành công 

Những điều cần có ở nội dung dạng Reels



Hãy đảm bảo quảng cáo video dạng Reels đáp ứng các tiêu chí sau để tăng tối đa hiệu quả.



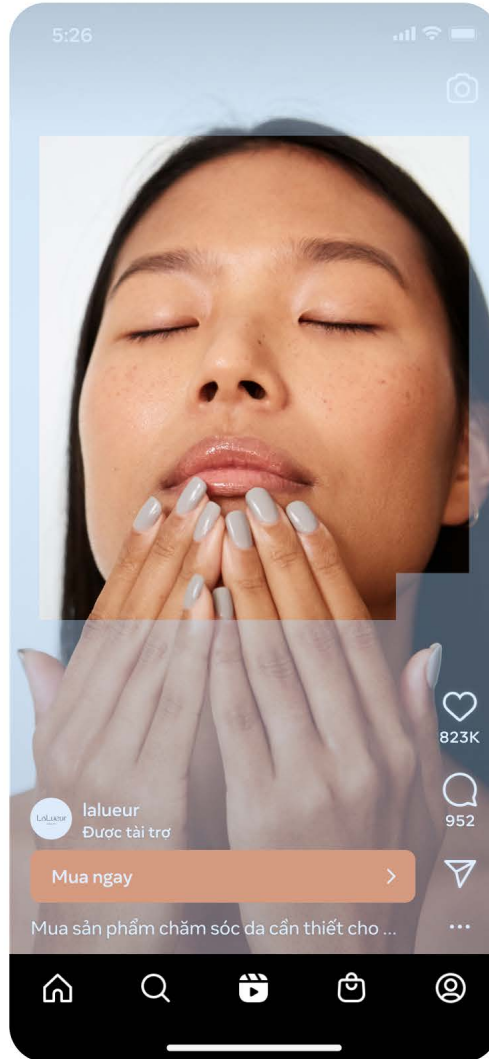
Dùng tỷ lệ khung hình 9:16 để tạo video sống động.

So với quảng cáo không theo tỷ lệ khung hình 9:16, quảng cáo video dạng Reels có tỷ lệ khung hình 9:16 đạt điểm số phản hồi tích cực trung bình cao hơn đáng kể về mặt thống kê (+7 điểm).²



Thiết kế phù hợp để xem khi bật âm thanh nhằm tạo video lôi cuốn.

So với quảng cáo không có âm thanh, quảng cáo video dạng Reels dùng cả nhạc lẫn phần thuyết minh đạt điểm số phản hồi tích cực trung bình cao hơn đáng kể về mặt thống kê (+15 điểm).³



Tạo trong "vùng an toàn" để giúp mọi người dễ xem được video.

"Vùng an toàn" là phần video dạng Reels không bao giờ bị giao diện của Reels che khuất, chẳng hạn như biểu tượng trang hoặc nút kêu gọi hành động. Hãy luôn đặt thông điệp chính và các điểm trọng tâm về hình ảnh trong vùng an toàn để tỷ lệ click (CTR) tăng thêm 28%.⁴



Thêm hình ảnh con người để tăng hiệu quả.

Thêm cảnh hành động hoặc cảnh người trò chuyện hướng về phía camera. Khi có yếu tố này, quảng cáo dạng Reels đạt CTR cao hơn 27%.⁵

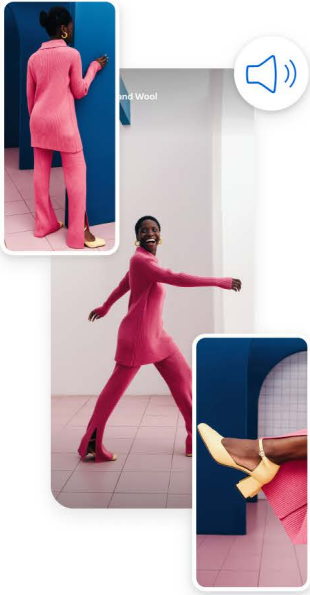
2 & 3. Nguồn: Nghiên cứu người tiêu dùng của MetrixLab. (Nghiên cứu online do Meta ủy quyền thực hiện với 10.000 người từ 18 tuổi trở lên ở Hoa Kỳ; người dùng hoạt động hàng tháng là người dùng Instagram đang hoạt động trong quý 1/2022). Định nghĩa số liệu: Phản hồi tích cực là số liệu tổng hợp được đo lường bằng hình thức hiển thị bắt buộc về mức độ hiệu quả của nội dung trong việc tạo ra cảm xúc tích cực về thương hiệu - Thương hiệu ở phần giữa/dưới phần - trọng số và thuộc tính như sau: Đối với câu trả lời là Quan tâm hơn, Cải thiện ý kiến, Sẽ đề xuất và Ý định hành động, mỗi câu chiếm 12,5%; còn đối với các câu trả lời là Giải trí, Mức độ yêu thích, Mức độ phù hợp, Sự khác biệt, Dễ hiểu, Độ tin cậy, Tính chân thực, Thông tin mới và Phù hợp với thương hiệu được thu thập khi thăm dò ý kiến khảo sát, mỗi câu chiếm 5,5%.

4. Nguồn: Trường hợp vi phạm vùng an toàn: phân tích kết quả ở cấp độ vị trí quảng cáo đối với quảng cáo liên quan đến 58 nghiên cứu toàn cầu về Độ cải thiện sức khỏe thương hiệu, được tự xác định ở thời điểm tạo nghiên cứu là thử nghiệm việc thêm Reels làm vị trí quảng cáo cho chiến lược hiện tại của chiến dịch. Các nghiên cứu diễn ra từ tháng 06/2021 đến hết tháng 03/2022. Một quảng cáo được cho là vi phạm vùng an toàn của Reels nếu có bất kỳ phần nào của lớp phủ văn bản, thông tin nhận diện thương hiệu hoặc nhãn sản phẩm bị che khuất bởi phần nào đó của giao diện người dùng Reels hay biểu tượng Camera cố định.

5. Nguồn: Phân tích khoảng 2,2 triệu Quảng cáo trên Facebook Reels và Instagram Reels trên khắp thế giới. Các kết luận từ nghiên cứu không đảm bảo đem lại kết quả trong tương lai.

02 Ý tưởng hay cho quảng cáo video tiếp theo

2/3 số người được khảo sát đã mua sản phẩm/dịch vụ sau khi xem Reels.¹ Hãy thử vận dụng một hoặc nhiều kiểu câu chuyện sau mà khách hàng sẽ yêu thích, qua đó tăng doanh số tại cửa hàng và doanh số online.



LOẠT ẢNH NGẪU HỨNG

Biến bộ sưu tập hình ảnh/video đồng bộ với nhạc thành một câu chuyện nhỏ.

Ý Tưởng

"Giới thiệu [chèn tên sản phẩm]": Hiển thị nhiều loại hình ảnh và video mô tả chi tiết sản phẩm, quá trình sử dụng sản phẩm, v.v.

"Sản phẩm mới của chúng tôi cho mùa thu": Tổng hợp các sản phẩm mới ra mắt hoặc sản phẩm được yêu thích theo mùa để gợi sự hứng khởi.

DANH SÁCH LIỆT KÊ

Vận dụng kỹ năng biên tập khi kể chuyện cùng với nhãn dán văn bản để chia nhỏ video thành các đoạn ngắn.

Ý Tưởng

"5 cách sử dụng [sản phẩm của bạn]": Kiểu danh sách liệt kê này cực kỳ thú vị nếu sản phẩm của bạn có thể có những cách sử dụng bất ngờ.

"3 điều bạn sẽ thích ở [sản phẩm của bạn]": Tạo một thước phim quảng bá ngắn, thú vị về những lý do phù hợp nhất sẽ khiến khách hàng yêu thích sản phẩm của bạn.



1. Nguồn: "Global Consumer Short-Form Video Survey" của Factworks (khảo sát online do Meta đặt hàng thực hiện với hơn 12.600 người tiêu dùng từ 13-64 tuổi; Người xem nội dung video ngắn tại Úc, Hoa Kỳ, Brazil, Đức, Vương quốc Anh, Hàn Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ và Pháp), tháng 10 - 11/2022



H&Đ

Giải đáp câu hỏi khách hàng thường đặt ra về cửa hàng online hoặc cửa hàng bán lẻ của bạn.

Ý Tưởng

"Câu hỏi khách hàng hay đặt ra nhất cho chúng tôi": Đây là cách hay để giải đáp câu hỏi thường gặp nhất.

Cho khách hàng phỏng vấn bạn/nhân viên: Qua hình thức phỏng vấn, khách hàng có thể cảm nhận được ngay sự chân thực và thấy rõ bản sắc mà thương hiệu của bạn thể hiện.

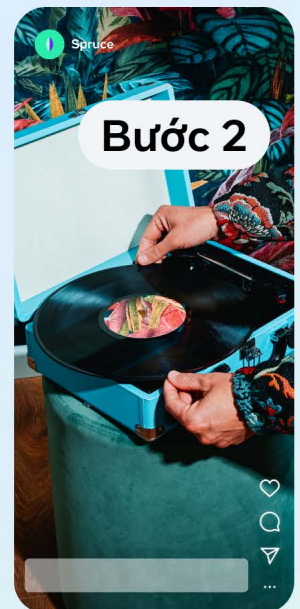
HƯỚNG DẪN

Tri ân đối tượng bằng cách chia sẻ kiến thức hoặc giải thích những điều phức tạp theo kiểu dễ hiểu hơn.

Ý Tưởng

Hiển thị hình ảnh khách hàng thực đang dùng sản phẩm của bạn: Bạn có thể nâng cao uy tín và gợi sự đồng cảm khi giới thiệu những khách hàng thực, có niềm đam mê thật sự với sản phẩm của bạn.

Hướng dẫn từng bước: Cho khách hàng biết cách dùng sản phẩm ở một bối cảnh cụ thể, chẳng hạn như vào mùa nào đó.



KHOẢNH KHẮC HẬU TRƯỜNG

Vén màn hậu trường cho đối tượng biết.

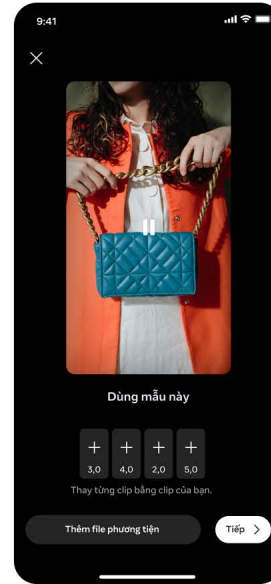
Ý Tưởng

"Cách chúng tôi làm ra [sản phẩm của bạn]": Để xây dựng cơ sở khách hàng trung thành, bạn có thể vận dụng một cách hữu ích là nêu bật tay nghề khéo léo và sự chăm chút trong từng sản phẩm.

"Cách chúng tôi tìm nguồn nguyên liệu": Chia sẻ thông tin về tính bền vững mà khách hàng quan tâm để cho thấy sự chân thực và minh bạch là cơ sở hình thành nên thương hiệu của bạn.

Cách tạo quảng cáo video dạng Reels

Quảng cáo ngày càng trông giống nội dung tự nhiên. Hãy dùng các tính năng tạo và chỉnh sửa tự nhiên trên Reels để tạo nội dung tự nhiên cho quảng cáo.



Cách 1:

Tạo thước phim trong ứng dụng Instagram.

1. Mở ứng dụng Instagram.
2. Chọn nút bài viết mới rồi chọn THƯỚC PHIM để bắt đầu.
3. Nhấn vào nút quay nhiều clip để quay và ghép nhiều clip thành thước phim.
4. Tải video hoặc ảnh tĩnh lên từ thư viện ảnh.



Cách 2:

Dùng mẫu Reels trong Instagram.

Với mẫu Reels trên Facebook và Instagram, bạn có thể mượn cấu trúc cùng âm thanh của một thước phim khác và tải hình ảnh của riêng mình lên.

1. Chuyển đến tab Reels.
2. Chọn biểu tượng camera ở góc trên bên phải mà bạn thường truy cập vào để tải nội dung lên.
3. Ở dưới cùng màn hình, bạn sẽ nhìn thấy Thước phim và Mẫu. Hãy nhấp vào Mẫu.
4. Tại đó, hãy cuộn qua các mẫu thịnh hành để chọn ra mẫu phù hợp nhất với bạn.



Bí quyết: Bất cứ khi nào xem Reels, bạn cũng có thể tìm thấy nút mẫu ở những nơi sau:

- ✓ Trong bảng feed của bạn
- ✓ Trong tab Reels
- ✓ Trong nội dung dạng Reels trên các tài khoản
- ✓ Trong tab Khám phá

04

Chạy quảng cáo trong Trình quản lý quảng cáo trên Meta 🎉

Giờ bạn đã có một số nội dung video hay rồi, hãy tạo quảng cáo dạng Reels thôi!

1. Trong Trình quản lý quảng cáo, ở cấp độ nhóm quảng cáo, hãy chọn Sử dụng bài viết có sẵn trong phần Thiết lập quảng cáo.
2. Chuyển đến tab Facebook hoặc Instagram và chọn bài viết dạng Reels mà bạn muốn dùng.
3. Hoàn tất quy trình thiết lập quảng cáo. Hãy nhớ bật vị trí quảng cáo Advantage+ và nội dung Advantage+ có điểm cải thiện tiêu chuẩn.
4. Chạy quảng cáo thôi!

1 Nội dung quảng cáo

Thêm file phương tiện ▾

Thêm hình ảnh

Thêm video

2 cách để dễ dàng tăng tối đa hiệu quả quảng cáo



Chạy quảng cáo ở những nơi phù hợp nhờ vị trí quảng cáo Advantage+:

Đừng chỉ chạy quảng cáo ở vị trí Reels vì như vậy sẽ hạn chế phạm vi tiếp cận. Thay vào đó, khi tạo quảng cáo trong Trình quản lý quảng cáo, hãy bật vị trí quảng cáo Advantage+ để tự động phân bổ ngân sách cho những vị trí quảng cáo giúp tiết kiệm nhiều chi phí nhất. [Tìm hiểu thêm.](#)

Vị trí quảng cáo

- Vị trí quảng cáo Advantage+ (Khuyến dùng)
- Vị trí quảng cáo thủ công



Cá nhân hóa quảng cáo bằng điểm cải thiện tiêu chuẩn cho nội dung Advantage+.

Tự động tạo quảng cáo phù hợp hơn với từng người xem thuộc đối tượng của bạn dựa trên những gì họ có nhiều khả năng phản hồi nhất. [Tìm hiểu thêm.](#)



Điểm cải thiện tiêu chuẩn



05

Câu chuyện thành công: Mami Wata Surf và El Ray Court 🙌

Lấy cảm hứng từ 2 doanh nghiệp đang tìm những cách sáng tạo để đạt mục tiêu kinh doanh bằng quảng cáo video dạng Reels.



MAMI WATA SURF

Tìm cảm hứng từ cách công ty bán lẻ và thương mại điện tử này dùng nội dung video dạng Reels.

Chiến Lược 1: Kết hợp thước phim dạng bản trình chiếu sản phẩm với chú thích giàu sức thuyết phục.

Mami Wata Surf vừa dùng bản trình chiếu sản phẩm có tiết tấu nhanh để giới thiệu đợt giảm giá và sản phẩm mới ra mắt, vừa có chuyển động đủ mức để khiến khách hàng ngừng cuộn.

Chiến Lược 2: Khuyến Khích mọi người ghé thăm (các) cửa hàng thực.

Mami Wata Surf khéo léo dùng nhiều cách, ví dụ như dạo qua cửa hàng, mời dự sự kiện tại địa phương và tua nhanh các điểm hấp dẫn trong cửa hàng để nêu bật không gian cửa hàng. Hãy thử vận dụng chiến lược này để giúp mọi người hình dung ra trải nghiệm mua sắm tại (các) vị trí cửa hàng của bạn.

EL RAY COURT

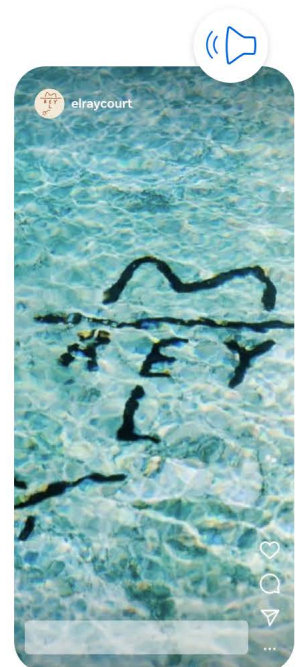
Tận dụng chiến lược sau để thu hút người dân địa phương và khách hàng mới như cách khách sạn tại Hoa Kỳ này đã làm.

Chiến Lược 1: Thể hiện nét độc đáo của doanh nghiệp bạn.

El Rey Court dùng clip video quay cảnh bồn tắm nước nóng ngoài trời, lò sưởi, bộ sưu tập sách, tác phẩm nghệ thuật và đĩa ghi âm cùng các đêm nhạc sống để giới thiệu những điểm vượt trội của họ.

Chiến Lược 2: Đồng bộ clip với nhạc.

El Rey Court khéo léo đồng bộ video của họ với clip của những bài hát phổ biến trên Reels. Hãy thử thêm nhạc hoặc âm thanh để củng cố cho hình ảnh của thước phim.



06 Phụ lục: Danh sách kiểm tra về Reels để quảng cáo thành công

Đối với mỗi thước phim hay mà bạn biến thành quảng cáo video, hãy nhớ đáp ứng mọi tiêu chí dưới đây. Sau đó, bạn sẽ thấy quảng cáo đạt hiệu quả tốt hơn và doanh số tại cửa hàng hoặc doanh số online cũng cao hơn.

Quảng cáo video dạng Reels của bạn có...không?

- Dùng tỷ lệ khung hình 9:16
- Thêm âm thanh và/hoặc nhạc
- Luôn đặt hình ảnh và thông điệp chính trong vùng an toàn
- Đưa hình ảnh con người vào nội dung
- Dùng quy trình sản xuất đơn giản, chân thực
- Chọn dùng vị trí quảng cáo Advantage+ khi bạn tạo quảng cáo
- Dùng nội dung Advantage+ có điểm cải thiện tiêu chuẩn khi bạn tạo quảng cáo

Nguồn Lực bổ Sung

Meta Blueprint

Tham gia khóa học trực tuyến trên Meta Blueprint về cách tạo nội dung.

Hướng dẫn cách bắt đầu với Reels

Xem thêm bí quyết và ý tưởng về nội dung để tạo quảng cáo video trên các nền tảng của Meta.

Trung tâm sáng tạo của Meta

Xem nguồn cảm hứng về quảng cáo video từ những doanh nghiệp nhỏ khác giống bên bạn.

Bộ công cụ tạo video

Dùng hình ảnh có sẵn để tạo video dành cho di động chỉ với vài bước trên Trình quản lý quảng cáo.

