

fb29

Facebook k29

- Myelin : chỉ phát triển khi gặp sai, sửa chữa được sẽ lên lever mới
- Tăng trưởng doanh thu lập tức
- Xây dựng business bền vững
- Tăng cường quan hệ
- Kiếm nhân tài , tìm mình chủ
- Hợp tác và phát triển
- Facebook ưu tiên những bài tự đăng hoàn toàn
- Facebook ưu tiên bài đăng theo xu hướng (trend) : cung bọ cạp, không thể tin nổi, giật chông, điệp văn, tấm hồ tây
- Quảng cáo : gây thú vị hài hước , gây sợ hãi
- Facebook ưu tiên comment hơn like và share
- Tiêu chuẩn 1 : Comment /like phải đạt 10% (với bài post trên 300 like)
- Tiêu chuẩn 2 : Comment + inbox / like = 10%
- nếu comment / like dưới 10% thì bỏ tạo mẫu khác
- Comment + inbox / like dưới 1% bỏ
- Trên 10% bung reach
- 2 kỹ thuật nhỏ tăng comment ngay lập tức : Chỉ trong hôm nay..... Chỉ dành cho 69 anh..... Chúng em cam kết giữ bí mật số điện thoại của anh chị
- Trang nào hay phản hồi hơn thì ưu tiên hiển thị hơn
- Tổng kết : tự tạo nội dung hoàn toàn, tạo bài đăng theo trend
- Tần suất 2 là dừng
- Sản bán giỏi thì đừng chần nuôi vì reach ít
- Kinh doanh nên list 1 danh sách : không làm
- nhược điểm Fanpage là người dùng không vào Fanpage
- Tất cả người dùng đều thích miễn phí và giải trí
- Mẹo phát triển group : trước khi share tài liệu gì , huy động tương tác, họ sẽ thường xuyên tương tác
- Không bao giờ được dùng từ miễn phí
- Đặt tên : Brand – mô tả , mô tả brand , mô tả nên nhỏ hơn hoặc bằng 8 chữ . Nên chứa 2 điều sau đây : Có lợi cho khách hàng mục tiêu , nên dùng tính từ (giá tốt, uy tín, chuyên nghiệp) 2 . Phải nói rõ mình bán gì . Quá thiên về 1 bị bay , quá thiên về 2 bị thô
- cách 2 : Brand + keyword ngành khi to 1 chút
- 3 / bán rác : Keyword ngành + mô tả

Buổi 2 :

- Phải bán đồ sức mua đang tăng , dựa vào google trend
- Tập chung đánh vào `tháng 6 7 8 9 , tập chung mạnh vào 7 8 , tháng 10 trở ra có dấu hiệu nghỉ ngơi

- khi sức mua cao nhất phải đánh
- Dựa vào google trends
- 3 cấp độ trong quảng cáo : Campaign (1 trong 10 Loại quảng cáo) – ad set (nhóm quảng cáo chuyên về ngân sách, thời gian, nhắm mục tiêu) – ad (mẫu quảng cáo)
- 10 nguyên tắc chơi game :
 1. Chơi game chỉ hợp với brand and sale , không hợp với bán hàng rác
 - 2 không bao giờ được miễn phí, nên bán với giá dưới 1 usd
 3. không nhất thiết phải là ảnh, có thể dùng video
 - 4 nếu up ảnh phải up nhiều ảnh, dưới 100 ảnh
 - 5, Nếu mắng dịch vụ, không lấy dịch vụ thì phải cho tiền
 - 6 , share là phải kèm theo thông điệp , không share cộc lốc, reach giảm
 - 7, Người share phải có strong friend trên 200 friend hoặc 300 friend
 8. Nếu game nhỏ nên chơi 2 hoặc 3 số theo scmt , game lớn nên 4 số
 - 9, Nếu đề 4 số cmt nên có giải nhì hoặc giải 3
 - 10, Phần comment nên tag từ 2 đến 3 người bạn
 - 11, game chơi không nên quá 2 ngày
 - 12, nếu bạn muốn nhiều comment thì cho người chơi mượn chứng minh thư
 - 13 , chắc chắn là ko sửa comment
 - 14 , mô phỏng trong bài hướng dẫn người chơi
 - 15, tranh thủ ném vài album sản phẩm dưới content
 - 16 , nếu chưa tự tin chạy quảng cáo cho game nhưng ko trên 1 triệu
 - 17 , nếu game lớn yêu cầu fan chụp ảnh cho mình
 - 18 , Nếu các bạn thường xuyên chơi game hàng tuần thì ko nên công bố ngày giờ, chỉ công bố hàng tuần
- Các chỉ số chính :
 - Like : không quan trọng
 - Reach : quan trọng
 - Check in : khá quan trọng
 - ER Tương tác/ reach : không quan trọng trong việc bán hàng nhưng quan trọng trong brand not sale
 - Tương tác : like , comment , share click (ảnh, link, click trượt , em thêm)
 - Edgerank : Cực quan trọng, chấm điểm quảng cáo
 - AIDA ; Mô Hình cũ để bán hàng
 - ATTENTION : Gây chú ý
 - Interting : Thú Vị, hài hước
 - Desire : Khơi gợi nhu cầu, mong muốn sở hữu, khát khao
 - Action : Hành động(comment , inbox , click to web , all ...)
 - Hành vi mua hàng trên internet :
 - Phủ – Thích – Khách hàng search – Mua – Chia sẻ (hay share 1 , không hay nó share 9 10) nên kinh doanh chất lượng
 - Hành vi mua hàng mới hơn :
 - A I A A S : A là hỏi , không search mà hỏi luôn
 - Cảm xúc sinh ra hành động
 - 4 Kỹ thuật tạo call to action hiệu quả : Menu có độ tương phản cao , có mũi tên hướng sự chú ý, nút gửi có màu sắc tương phản , kêu gọi hành động có kèm theo số điện thoại phía dưới

- Ý nghĩa màu sắc :
- ĐỎ GÂY CHÚ Ý, cấp bách , cấp cứu , đồn công an
- Màu cam : màu tuyệt vời cho những cuộc gọi
- Màu vàng : Màu âm truyền thống , tương phản tốt với blues
- Đỏ xanh và xanh vàng tương phản với nhau mạnh
- Mẹo nhỏ : nên để chữ viền trắng hoặc viền đen
- Màu xanh lá cây : là màu của tài chính, tiền, vd : Vietcombank, màu yên tâm vd : nút oder thành màu xanh lá cây
- Tham khảo : contentverve.com và unbounce.com
- Định lý quan trọng trong quảng cáo : BẠN càng nói về khách hàng bao nhiêu họ càng nhớ bạn bấy nhiêu , bạn nói về mình bao nhiêu họ càng quên bạn bấy nhiêu
- Ngôn từ không quan trọng , xưng tôi hay bạn ko quan trọng – Quan trọng họ cảm thấy bạn nói về họ
- Họ cảm thấy bạn nói về họ, họ sẽ mua hàng, sẽ nhớ về bạn
- Vd : 90% phụ nữ lấy chồng thích có nhà riêng
- Live chat : rất quan trọng trên web , thuận tiện không cần đăng ký
- Yếu tố thuận tiện rất quan trọng trong cuộc sống này
- Màu xanh blue : Xanh Facebook , các dịch vụ chuyên nghiệp và social , làm người dùng xem xét lại hành động , nút thanh toán cấm được dùng vì làm họ xem xét lại hành động
- Bộ nhận diện thương hiệu ko được dùng màu xanh lá cây
- Mùi tên hướng tới oder dùng màu đỏ
- 6 nguyên tắc làm ảnh :
- 1 . Phải có thông điệp , vd : giám sát thiên thần của bạn bất cứ lúc nào , giảm giá từ bao nhiêu còn bao nhiêu , bóc phét nhưng đẹp lòng người đọc (ko có thông điệp thì đừng bán hàng
- 2 . Call to action , kêu gọi hành động , xem ngay, mua ngay,
- 3 . Con số (giá bao nhiêu....)
- 4 . Chuẩn màu sắc (nút màu gì ...)
- 5 . Logo hoặc tên + sdt
- 6 . icon , simple , mùi tên , hotline vd để 1 cô gái đeo đt
- Ảnh đầu tiên là quan trọng nhất
- chỉ cần 3/6 trở lên là ok (thương hiệu cao cấp ko nên nhồi nhiều quá, nó ko còn cao cấp nữa)
- Tất cả tinh hoa tập chung ảnh 1 , ảnh 2 3 4 chụp góc khác ảnh 1
- Quảng cáo nên dùng chrom và cốc cốc , viết quảng cáo nên dùng iphone có nhiều emoticon bổ nghĩa
- Chơi game lần 2 trở đi post kèm link treo thưởng
- Bài viết dài không quá 8 9 emoticon
- Bài viết ngắn không quá 5 – 6 emoticon
- Chiến lược bán hàng :
- Bán sản phẩm cũ cho khách hàng cũ : bán thêm , vd : bán thêm bia , hôm trước uống bia hôm sau lại uống bia
- Ngành nghề nào ko có quay lại -> gãy -> không giàu được
- Chọn gì bán quyết định cuộc đời của bạn
- Dùng CRM , chăm sóc khách hàng cũ : telesale , thiệp chúc mừng , hãy làm thẻ vip , không hạn mức và có hạn mức

- Không hạn mức : vd bất kì a chi qua điền form sẽ được làm thẻ
- Có hạn mức : khi mua với số tiền này sẽ được thẻ này lần sau qua sẽ được giảm giá
- Thẻ vàng được phép cho mượn nhưng điểm tích vào chủ thẻ
- Thẻ vàng sẽ giảm n phần trăm
- Tuần lễ sinh nhật giảm 2n
- Thẻ kim cương : có hạn mức , giảm z % , z lớn hơn n
- Tiêu 10 20 triệu sẽ nâng từ vàng lên kim cương
- Thẻ kim cương được phép cho mượn , nhưng điểm + chủ thẻ
- Nếu khách lâu quay lại thêm quyền lợi cho thẻ kim cương , miễn phí cái gì đó
- Thẻ kim cương sau mỗi lần giao dịch được tặng phiếu giảm giá để họ tặng cho người khác
- Sản phẩm mới cho khách hàng cũ : up sale, vẫn dùng CRM , nhắn tin cho khách hàng , lấy khách hàng của đối thủ bằng sản phẩm hiện tại
- Quy luật : trong kinh doanh bạn không bao giờ được bán 1 sản phẩm
- 2 : không được bán đồ quá bền
- Bán sản phẩm cũ cho khách hàng mới : thu hút khách hàng ngoài ngành
- Sản phẩm mới khách hàng mới : nó luôn là dấu hỏi , làm quá sức vẫn là dấu hỏi
- Nếu bán chấy hàng nó là ngôi sao
- Bán tầm tầm thì bò sữa
- Đéo bán được là chó
- Cách 2 : bán bò kèm chó , bán sao kèm chó , khuyến mại đi kèm
- Bài tập : Hãy liệt kê tất cả các sản phẩm của các bạn đang là sao, cái gì đang là bò nuôi thật nhiều , là chó cắt
- Nhân viên : ai đang là ngôi sao , tăng lương . thưởng
- ai đang là bò , cứ nuôi, tuyển nhiều bò
- Nhân viên ai lười , là chó thì cắt, lấy lương ném vào sao
- vd : sản phẩm đang là sao : tập chung hết sức
- sản phẩm đang là bò : nuôi bò
- Sản phẩm là chó : giết chó (nuôi chó , chó cắn)
- Trong sản phẩm luôn có sao , bò chó , sao có đặc tính nó sẽ qua, hết một và lỗi thời nên phải tập chung hết sức lúc là sao
- Chiến lược : Tập chung hết sức vào ngôi sao , nuôi thêm nhiều bò , và giết chó
- Bò lên sao : mông má nó hoặc cho về quê,
- Sp mới : test trăm cái thấy ngon , nhập hẳn 2000 c
- Ngay trong giờ làm việc , giờ nào sung sức là ngôi sao
- Đầu việc hàng ngày : ngon làm ngôi sao , việc con bò, trưởng phòng lo , việc con chó nhân viên lo
- Tôi chỉ làm những gì tôi giỏi nhất còn lại đéo làm , tham quá sẽ bị lãng phí tài năng
- Buổi 4
- Liệt kê đầu việc làm trong 1 ngày : Có những việc với mình là chó nhưng với nhân viên là sao, đừng tiếc việc ôm hết vào mình
- Mới mới : Mới toe (nhảy xang ngành nghề khác) – mới lần cận (sản phẩm liên quan)
- Bán sản phẩm cũ cho khách hàng đối thủ : vd : 95% giày trên thị trường là hàng fake , chửi vào thị trường
- Phải cài giờ hoạt động của page thì những tin nhắn ngoài giờ nó ko tính vào tốc độ trả lời tin nhắn nữa

- Buôn tiền :
- Nguyên lý 1 : Quảng cáo luôn chạy qua quăng cao điểm, trước quăng cao điểm nên set quảng cáo trước quăng cao điểm , đến quăng cao điểm không được tắt quảng cáo
- Reach là gì ?
- Chỉ số thể hiện người ta nhìn thấy bạn trên facebook
- Người dùng nhìn thấy bài viết của fanpage trên newsfeed, trong group
- Người dùng tự vào trang xem bài viết : tỷ lệ rất thấp
- Người dùng thấy quảng cáo của fanpage
- Cách tính reach
- Reach = organic reach (reach tự nhiên) + viral reach (người dùng thấy hoạt động của fanpage trên new feeds thông qua tương tác của bạn bè họ) + paid reach (
- Viral : viral nhằm , cộng đồng, business
- Nhảm : giải trí
- Cộng đồng : target nhỏ hơn
- Doanh nghiệp : target hẹp
- Paid reach : người dùng thấy thông qua trả tiền
- Edge Rank : Cái gì quyết định bài viết của bạn có hiện trên newsfeed của người dùng hay không ?

Facebook dùng edgerank để đánh giá chất lượng bài đăng của bạn, từ đó quyết định có hiển thị bài đăng của bạn lên newsfeed của người dùng hay không ?

Với mỗi bài bạn đăng lên thì thuật toán này sẽ chấm điểm cho bài đăng đó và điểm này chính là chỉ số edgerank

Để tăng lượng người nhìn thấy bài đăng thì ta phải tăng chỉ số edgerank lên !

- EdgerRank = U X W X D
- U : chỉ số thể hiện mối quan hệ giữa người dùng và fanpage (số người tương tác/ số người nhìn thấy bài đăng)
- ví dụ : 2 bài đăng quảng cáo như nhau , bài nào có comment nhiều hơn thì điểm cao hơn
- w : trọng số giữa các loại tương tác
- Comment là trọng số quan trọng nhất vì đây là hành vi tạo ra nội dung mới cho facebook
- Đăng bài với nội dung kích thích người dùng comment
- D : độ trễ giữa các tương tác trên bài đăng và giữa người dùng với fanpage
- Vd : 1 bài 5 phút 50 comment , 1 bài 5 tiếng 50 comment thì cái 1 được facebook đánh giá có nội dung tốt hơn
- Vì vậy chúng ta sẽ bùng nổ comment vào giờ cao điểm , tạo nhiều comment trong thời gian ngắn
- 1 khi đăng bài phải tìm cách người dùng tương tác vào
- 2 luôn tìm cách câu comment của người dùng
- 3 Tạo 2 đến 3 nick ảo kết bạn với fan, sau khi đăng bài thì ngay lập tức dùng hệ thống nick ảo này comment seeding kêu gọi người dùng tương tác
- Nguyên tắc : Nick ảo phải là tên người , không là tên page, tên page reoport không chết (phân mở ngoặc đơn thì không chết)

- Chỉ kết bạn với những người comment , inbox và share, đây là những người quan tâm các bạn
- Với những fanpage một ngày có trên 300 comment + inbox thì không cần dùng nick ảo nữa, nếu rảnh thì cứ dùng :))
- Email của nick này là nên là domain của các bạn
- Số điện thoại bảo mật là số của công ty
- Tặng lượng người dùng tự truy cập
- Quang trọng : Giá trên 1 đơn hàng , giá trên 1 chuyển đổi (có thể comment , click to web, sumidform)
- Quảng cáo thì giảm like xuống tăng comment lên
- Cách dùng power editor
- Bắt đầu từ ads
- Tuổi : thực tế có 4 đến 12 nhóm
- Giả sử nữ 18 – 24 , test 18 – 18 , 19 – 19, 20 – 20 , 21 – 21
- khi test nhiều lần nhóm giống nhau thì gộp với nhau
- Thời gian test thường từ 7h sáng (tối đa là từ 8h sáng, húng lên từ đêm) đến 2 đến 3h chiều bắt đầu buôn tiền
- Khi test muốn tiêu hết n tiền thì phải để ngân sách 2n , nếu không có comment thì không buôn được tiền (rất cần 10%)
- Buôn tiền chỉ 2 lần : lần 1 là 2,3h chiều , lần 2 chính lúc 7h sáng hôm sau
- Nếu muốn buôn tiền lần 3 thì phải sau tối thiểu 2 ngày, tính từ lần buôn tiền thứ 2
- Để ngân sách hằng ngày
- Buổi 5 :
- Viết mục tiêu bán hàng từ 5 đến 10 c : vd bán búp từ thì chúng ta bán sự an toàn, chung cư mua vì gần công viên, tránh trộm cướp,
- Tại sao người ta mua quần áo imdovy : người ta muốn kinh doanh quần áo, phải hỏi khách mua cái gì
- Phải có thông điệp, nội dung phù hợp
- Buôn tiền nâng cao
- Các kiểu đầu lợn khi buôn tiền mà nếu làm chắc chắn thành lợn
- Đầu lợn 1 : Quảng cáo theo giờ, cứ giờ cao điểm bật quảng cáo lên, giờ thấp điểm thấp đi (edgrank = 0)
- Đầu lợn 2 : Sau khi buôn tiền 1 đến 2 tiếng sau vào xem giá tương tác + tắt (vì khi buôn tiền reach lại những người buổi sáng tương tác)
- Đầu lợn 3 : Buôn tiền liên tục , buôn tiền 2 lần thôi
- Đầu lợn 4 : Tắt quảng cáo xong bật lại
- Mỗi campain nên chỉ từ 3 đến 14 ngày
- Tần suất quảng cáo nên nhỏ hơn 2 hoặc cùng lắm nhỏ hơn 3
- Phương pháp lách text :
- Pp 1 : Up n + 1 ảnh nếu muốn up N ảnh , Ảnh 1 phong cảnh (không tecx)
- Bước 2 vào bài xoá ảnh 1 đi
- Bước 3 bắt đầu chạy quảng cáo
- Tư duy : Luôn chia thành 25 ô khi thiết kế , tránh chữ ở rìa
- Cách 2 gồm 2 bước :
- Bước 1 : Khi ta nói nhiều hơn sẽ truyền thông nhiều hơn , phủ mờ tech từ 11 – 15%
- Bước 2 : Phủ 1 lớp mờ thứ 2 lên chữ để 11 – 15%

- Thiếu 1 trong 2 : không an toàn
- Khi bán hàng Room in và Room out
- Bước 1 : Làm cho họ biết chúng ta , tăng chi phí quảng cáo nhưng ko được quá cao
- Bước 2 : Họ sẽ cân nhắc lựa chọn
- Bước 3 : going – demo
- Bước 4 : Tăng chuyển đổi – đặt cọc (conversion) hoặc đow giá vd trong vòng bao nhiêu phút , đáng nhẽ 50 triệu , nếu ai rồi cho khoảng 20 ông chim lợn đăng ký tạo niềm tin , điện thoại iphone cũng cho trả góp miễn là đặt cọc
- Bước 5 : Mua
- Bài tập : Bạn đang bán hàng qua mấy bước ?
- Câu 2 : nếu bạn đang bán hàng qua 3 bước hoặc 4 bước thì có thể gia tăng lợi nhuận bằng thêm bước ko ?
- BÀI 3 : Xem ngành các bạn , bước nào là quan trọng nhất ? Bước 3 : Đánh hoà để thắng (khuyến mãi 1 sản phẩm – bắt buộc phải đến – đến giới thiệu sản phẩm khác)
- Nếu không có cửa hàng tối thiểu là x2 , có thể x 3
- Nếu có cửa hàng được phép bán giá dưới X2
- Vì thế bán online tránh những ngành dưới X2 vd : thịt bò khô, trâu gác bếp ...
- Bí mật kinh doanh là vòng quay tiền mặt
- Bí quyết kinh doanh là ko rủi ro
- TAM ĐOẠN :
- Ins – Ins – Giải pháp , Ins – Ins – Qc , Ins – Giải pháp – QC
- Trong 3 câu đầu tiên phải làm tê liệt não khách hàng, 3 câu đầu tiên chiếm 80% bài quảng cáo (thời gian viết bài)
- Giải pháp là giải quyết vấn đề của insign
- Insign : là tất cả những gì nằm sau 2 chữ ý là , hoặc 3 chữ thực ra là....Tìm insign bằng cách trả lời để làm gì
- Mô tả rõ ràng insign ra để mọi người có thể viết được quảng cáo , bí quyết câu đầu không nên viết dài quá và nên viết hoa hoàn toàn, nếu không muốn viết hoa cả đoạn thì viết hoa 1 vài từ
- Không tham thông điệp
- Dùng ngôn từ : từ bỏ nghĩa , gây giật mình trong quảng cáo, vd : ánh mắt như những hạt pha lê
- Có thơ và vần điệu
- Thương hiệu là cuộc chiến của liên tưởng, liên tưởng là thắng
- Chiếm liên tưởng từng giai đoạn 1, ngược lại phải né liên tưởng ra, đừng đối đầu , đừng cạnh tranh
- Hãy dùng con số đi
- Tính kết dính trong quảng cáo
- Cái gì nói trước sẽ vào não trước , nên cân nhắc xem cái nào nói trước lên đầu
- Bí mật trong quảng cáo là con số : ở độ cao 3000 mét những hạt cafe
- Hãy biến ... trở thành ... nhất của ...
- vd : Hãy biến áo thun trở thành người bạn thân thiết nhất của cuộc đời bạn
- Việc ... chưa bao giờ đến thế , ví dụ : kinh doanh thời trang chưa bao giờ dễ dàng đến thế
- 2 câu thần chú áp dụng trong mọi trường hợp
- Hãy viết tất cả quảng cáo 4 lần ,3 mẫu trước chỉ là bản nháp

- 2 insign thì cần phải kết dính
- Câu đầu nên 6 – 8 chữ
- Phương pháp tăng doanh thu :
- $F = F1 \times F2 \times F3$
- F : Doanh thu cả tháng
- $F1 : (fa + fb)$ fa là mới toe , Fb là lượng khách quay lại , khi quay lại lần 2 trong tháng là
- $F3 =$ Lượng khách 1 tháng
- F2 : Doanh thu trung bình trên 1 đơn hàng
- F3 : Lượng khách quay lại trong tháng nghĩa là trong tháng quay lại lần 2
- _____
- Hãy giảm giá – không được tặng
- mua 1 , mua 2 , mua 3 , mua 4 , mua 5 giảm giá dần

TARGET :

- Sở thích : đã chọn con là không được chọn mẹ
- Quy luật hiện ra suggest của thương hiệu : đeo có quy luật gì cả
- Phải lên được con số tối đa và tối thiểu reach
- Bước 1 : Lên 1 con số phù hợp
- Interest : tập nào lãi thì giữ lại, tập nào lỗ – cắt
- 1 campain chạy từ 3 đến 14 ngày
- Sau 3 đến 6 tháng sẽ có 1 bộ sưu tập interest có lãi, thả là ăn tiền
- Loại trừ tất cả bọn chém gió :
- Buôn tiền : lần 1 2h – 3h chiều , lần 2 7h sáng hôm sau
- Test interest : cùng content và interest khác nhau
- Thông điệp trong ảnh : khơi gợi những cái được của khách hàng
- Sở thích : quản trị viên trong facebook, digital marketing ads, né mẹ đánh con
- Quy luật : bán hàng online nếu không có cửa hàng doanh thu không quá được 600 triệu 1 ngày vì thế nên bạn bán hàng 400 nghìn thì không quá được 1500 đơn 1 ngày
- nếu bán hàng 4 triệu thì ko quá được 150 đơn/ ngày
- nếu bán hàng 40 triệu thì ko quá được 15 đơn/ ngày
- vì vậy 1 ngày nghìn đơn trăm đơn là như nhau
- Với shop có nhiều sản phẩm : Chụp 39 ảnh tương ứng với 39 sp , bước 2 chuẩn bị mô tả đủ 39 sản phẩm
- Viết content tổng hợp cho toàn bộ cửa hàng , ở mỗi sp sẽ miêu tả cụ thể
- Nếu có sự chuẩn bị thì lòng thêm vài album ảnh khác vào vd : xem thêm album áo thun tại đây
- Mỗi ảnh 1 thông tin riêng
- Phải có đường link để nhìn toàn bộ album
- Vào bit.ly , rút gọn link toàn bộ past vào từng sản phẩm
- Trên mỗi ảnh sản phẩm nếu muốn khách hàng hỏi nhiều thì ko đề giá
- Bit.ly thống kê được lượng click vì vậy chúng ta đo lường được
- ở power chỉnh sửa được tiêu đề
- 5 Bước sửa quảng cáo :
- Bước 1 : Mở Power editor
- Bước 2 : Vào phần ads và trở qua bài khác

- Bước 3 : Xem lại thai đôi
 - Bước 4 : Vào fanpage sửa quảng cáo bình thường
 - Bước 5 : Lại vào ads trở lại bài đã sửa – upload change
 - Cách chỉnh ảnh quảng cáo :
 - Bước 1 2 3 làm như trên
 - Bước 4 rút iphone ra up ảnh lên
 - Các ý tưởng truyền thông :
 - So sánh, liên tưởng , ẩn dụ (Kể chuyện)
 - 2 . chủ đề hot (mark làm từ thiện 99% tài sản
 - 3 . Con số
 - 4 . Thúc giục (Xem ngay, sắp cháy hàng, sinh nhật,...)
 - 5 . Thời gian sống (Tường thuật trực tiếp)
 - 6 . Mượn người nổi tiếng (Thương mại điện tử có anh Tuấn Nguyễn, thương hiệu có Đức Sơn)
 - 7 . Gây trash cãi hay ức chế (Thí sinh Olimpia không về nước, đi ngược dư luận đang diễn ra, ...)
 - 8. Ủng hộ số đông dư luận (Tranh thủ luồng ý kiến của số đông nào đó)
 - 9. Sử dụng dữ liệu báo cáo nghiên cứu (theo báo cáo mới nhất)
 - 10. Warning (Cảnh báo) rất mạnh
 - Động cơ thoát khỏi sợ hãi và trở về bình thường mạnh gấp 9 lần từ bình thường đến hạnh phúc vì vậy cho nên nguyên tắc quảng cáo vẫn là dọa
 - Liên quan đến cái chết, tệ hơn cái chết là trẻ con chết chính vì thế những vấn đề liên quan đến trẻ em nó cảnh báo rất kinh, warning về trẻ em, thực phẩm, sữa...
 - Tiền mất , tật mang, cảnh báo lừa đảo
-
- bán gì đấy phải khéo léo dọa cho ng ta sợ vì khách hàng thích từ sợ hãi đến bt, nhân viên kinh doanh bán hàng đôi lúc phải biết dọa
 - Vùng Miền, dân tộc, vd : Giảm n% cho khách hàng có chứng minh thư nguyên quán
 - Nhân ngày lễ dân tộc ...
 - Dùng vùng miền để kiếm tiền
 - 11 : Sex : 100% viral
 - 12. Tài sản thu nhập
 - 13 . Người nổi tiếng, vd như oppo
 - 14 . Bật mí, bí mật
 - 15 . Đeo bám (Galaxy và iphone) : bạn phải bám vào người số 1 thị trường , mọi người tưởng bạn là số 2 vd : Bphone bám vào Iphone : Về mặt truyền thông là thành công hoặc trung nguyên và staburk
 - 16 , Cảm động – neptuyn về nhà đón tết
 - 21 . Phi thường (Công ty chuỗi lớn nhất thế giới trị giá 1 tỷ đô
 - 22. Kỳ quặc ngộ nghĩnh (141 đầu đầu với tiền sĩ chém gió)
 - 23 . Giải thưởng (Ly cafe lớn nhất Việt Nam, người thứ 2 bay vào vũ trụ)
 - Khai trương phải đông
 - 25 . Ngược đời (Cảnh sát giao thông ở đà nẵng, y tá dúm phong bì)
 - 26. Hải hức (heniken)
 - 27 . Chứng nhận (Top 5 luật sư, huân chương kháng chiến hạng nhì, iso, thân thiện môi trường)

- Chạy báo chí trước, lấy đường link của bài viết ném vào bài quảng cáo, độ tin tưởng tăng
- 28 . Tính duy nhất (Zappos đổi hàng trong 365 ngày)
- Khác biệt là tìm ra cái ngách, người khác có nhưng mình là người nói đầu tiên
- 29. Nâng cao phóng đại vấn đề và không được lưu giải pháp (làm gúa vấn đề khách hàng lên)Muốn người ta share ko quảng cáo , không nói về mình
- Nâng cao , phóng đại giải pháp
- 31. Liên kết nguyên nhân và hậu quả (nga và Thổ Nhĩ kỳ)
- 32. Tốt đẹp một cách bất ngờ
- 33 . Vấn đề và giải pháp trong tưởng tượng (thế giới sẽ ra sao nếu không có google
- 34. Ma
- 35. UFO (Người ngoài hành tinh)
- 36. Vượt lên chính mình (Lịch sử thương hiệu, chiến thắng ngoại mục)
- 37. Tay trắng làm nên (những người làm nên thương hiệu các mốc đáng nhớ)
- 38. Hành trình (Truy lùng và săn đuổi, phiếu lưu trữ về)
- Dùng để làm nội dung nó không chán
- Vấn đề của khách hàng của bạn là gì ?
- Bạn là ai ?
- Bạn khác gì đối thủ ?
- Tại sao khách hàng phải mua hàng của bạn ?
- Trả lời các câu hỏi thì sao của khách hàng? sẽ có nhiều content để quảng cáo
- Thương hiệu của bạn có 2 hay 3 điểm mạnh khác biệt
- Nếu không khác khách hàng ko nhớ được bạn
- Phân tích đối thủ ko làm gì thì mình làm
- Ví dụ : Giao hàng nhanh nhất, giá rẻ nhất, bảo hành lâu nhất, mẫu mã đa dạng nhất, giá cao nhất, mô hình đầu tiên, hỗ trợ nhiều kênh thanh toán nhất, quy mô lớn nhất, chất liệu tốt nhất, bền nhất, miễn phí giao hàng, thiết kế đẹp nhất, sang trọng nhất, bị trí thuận lợi nhất, độc quyền ...
- Cùng 1 sp ở đâu rẻ hơn bù tiền
- Nhấn 1 điểm thôi, đừng tham
- Sản phẩm trên 800k nên có web
- 6 điều lưu ý khi quảng cáo click to web
- 1. Sumit form : tên – email- di động
- 2. Hotline thật nổi bật
- 3 . Vắn đo lường inbox
- 4 . Vắn comment
- 5. Live chat :
- 6. Retargeting
- Có 2 cách tạo quảng cáo ản
- Cách 1 : post bài bình thường trên fange
- bước 2 ản bài post
- bước 3 : trở vào bài post chạy bình thường
- Bước 4 : nếu khó tìm bài post lấy id
- Cách 2 :
- Tạo mới trên power editor mặc định ản
- Cách 3 :
- vào page post

- Chọn sở thích theo ngành nghề dựa vào audion insign, là 1 cách test
- Quảng cáo video:
- Nên dưới 1 phút hoặc dưới 2 phút
- Ngay trường campain bạn phải chọn video view thì mới lưu được người xem mãi mãi
- Khi quảng cáo video luôn luôn tự động lưu 2 tập : tập 1 trên 3s , xem hết 95%
- Có nghĩa là quảng cáo 10 video sẽ có 20 tập
- Tập trên 95% chắc chắn là tập tiềm năng
- Chúng ta có thể quảng cáo bài post, click to web, event đến những người xem video
- Quảng cáo video phải có call to action và nên có hotline liên tục
- Nên có nhạc, vd dj
- Lưu ý quảng cáo video rất rẻ do chiến lược đánh nhau với youtube
- Không đợi gì hết hãy quảng cáo video ngay lập tức
- Lấy ngay video của nước ngoài bản phụ đề tiếng việt