



QUẢNG CÁO ĐẤU GIÁ

Tiktok

TikTok For Business

Quảng cáo trên Tiktok cung cấp giải pháp marketing tổng thể cho các nhà quảng cáo trên toàn thế giới để tiếp cận khách hàng một cách hiệu quả trên các nền tảng tương tác và khám phá nội dung độc quyền như TikTok, BuzzVideo, News Republic, Helo, Babe.

**Quảng cáo
TikTok**



**News
Republic**



BuzzVideo



TikTok



Helo



BaBe



Pangle

Độ phủ thị trường

	Bắc Mỹ	Đông Nam Á	Châu Âu – Trung Đông – Châu Phi	Châu Mỹ La Tinh	Châu Á Thái Bình Dương
 TikTok	US, CA	TH, MY, ID, VN	RU, TR, SA, EG, UAE, AU, GB, IT, FR, ES, PL		JP, KR, TW, IN
 BuzzVideo				BR (Android)	JP
 NewsRepublic					TW (Android)
 Helo					IN (Android)
 BaBe		ID (Android)			
 Pangle		TH, MY, VN	SA, UAE, TR, EG*		JP, KR, TW

** cần kích hoạt tính năng tài khoản, vui lòng liên hệ đại diện kinh doanh

Người dùng

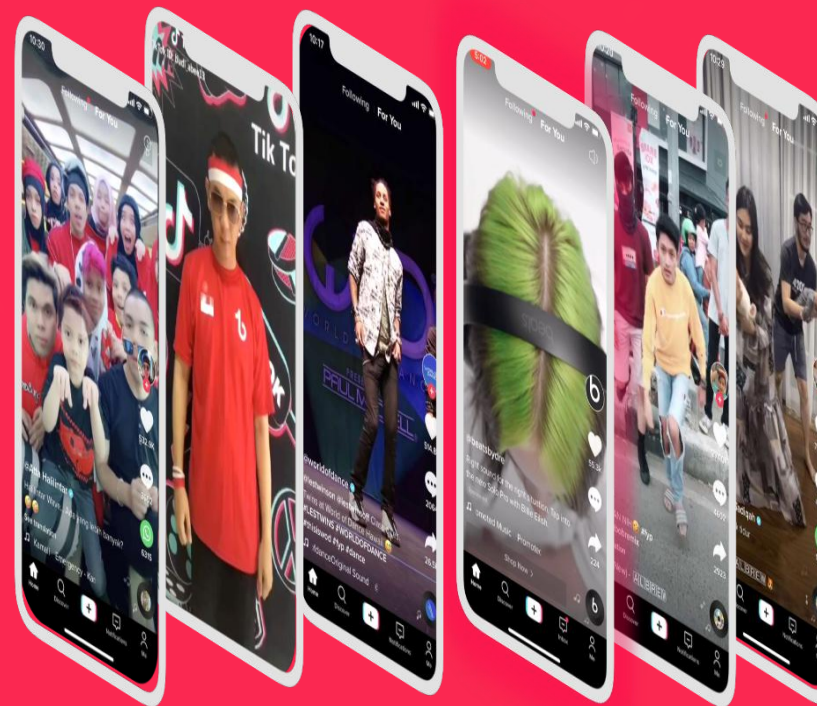
Mở ứng dụng



Topview

Brand Takeover

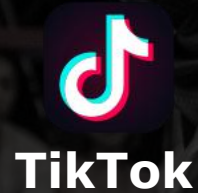
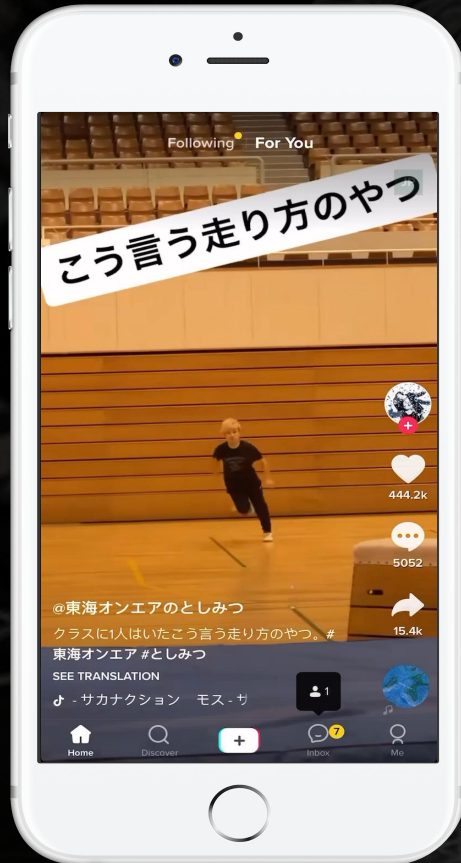
Mục "Dành cho bạn"



Quảng cáo trong luồng

Quảng cáo tự nhiên trong luồng (Native In-feeds)

Quảng cáo xuất hiện một cách tự nhiên và liền mạch với nội dung người dùng.



5 cách để điều hướng người xem về landing page/app store:

- 1) Logo thương hiệu
- 2) Văn bản quảng cáo
- 3) Thương hiệu hoặc tên hiển thị
- 4) Nút Kêu gọi hành động
- 5) Vuốt sang trái



Xác định mục tiêu QC

Quảng cáo ứng dụng?
Quảng cáo trang đích?

Chiến dịch



Xác định cách thức QC

Quảng cáo xuất hiện ở đâu?
Đối tượng tiếp cận?
Lịch trình quảng cáo?
Giá thầu & Ngân sách

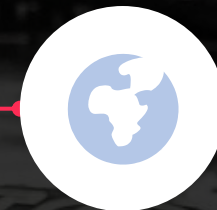
Nhóm QC



Xác định nội dung QC

Người dùng thấy gì?

Quảng cáo



Mục tiêu quảng cáo

Phù hợp với mục tiêu kinh doanh

Lượt tiếp cận (Reach)

Tối đa hóa số người xem quảng cáo và tần suất xuất hiện quảng cáo.

- Tối đa hóa lượt tiếp cận/hiển thị
- Giới hạn tần suất
- Tiếp cận nhiều người hơn
- CPM

Lượt xem Video (Video view)

Hiển thị quảng cáo đến đối tượng xem video liên tục từ 2 – 6 giây

- Hiệu quả chi phí
- Hiệu ứng lan tỏa
- Tiếp cận những người dùng có khả năng cao xem Video.
- CPV

Lượt truy cập (Traffic)

Điều hướng người dùng về website

- Đưa người dùng đến trang đích
- Tăng lưu lượng truy cập website/Appstore
- CPC

Ứng dụng

Tăng lượt cài đặt ứng dụng

- Điều hướng người dùng tải ứng dụng
- CPC, oCPC, oCPM (Beta)

Chuyển đổi

Tối ưu số lượt thực hiện hành động trên website

- Tăng số lượt chuyển đổi trên website hoặc ứng dụng (Cho vào giỏ hàng/ mua hàng/ đăng ký..)
- CPC, oCPC, oCPM(Beta)

Nhận diện thương hiệu

Cân nhắc

Chuyển đổi

oCPC

Lựa chọn đối tượng thích hợp và hiển thị quảng cáo đến các đối tượng tương tự.

Với oCPC,

bạn có thể tăng lượng chuyển đổi, ổn định chi phí và tiếp cận đến nhiều hơn những người dùng có khả năng chuyển đổi, đồng thời kéo dài tuổi thọ của các nhóm quảng cáo.

Lợi ích của oCPC



Chi phí thấp Hiệu quả ổn định



Nhiều lượt truy cập

Lựa chọn đối tượng

1.

Hệ thống sẽ lựa chọn những đối tượng có khả năng chuyển đổi cao nhất



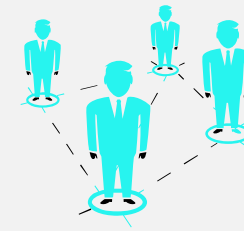
2.

Xác định "Tập mẫu"

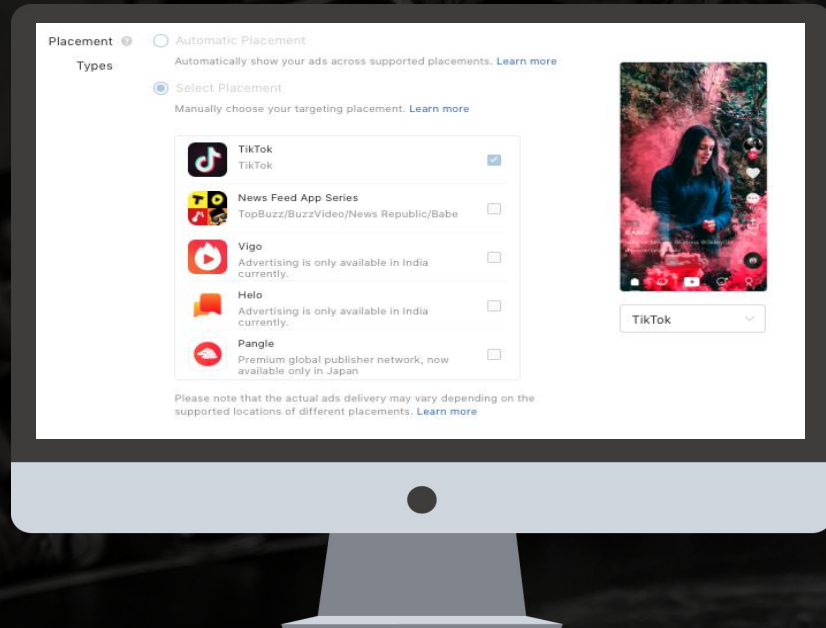
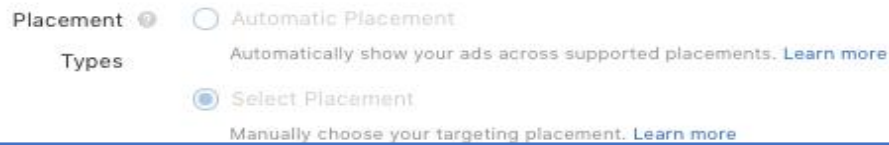


3.

Dựa vào "Tập mẫu" để xây dựng các mô hình nhằm đến các nhóm mục tiêu hiệu quả nhất.



Vị trí quảng cáo



Tự động

Tiếp cận đến các nhóm đối tượng đa dạng

Phân phối quảng cáo tự động trên tất cả các nền tảng tích hợp

Lựa chọn thủ công

Phân phối quảng cáo trên (các) nền tảng nhất định

- TikTok
- News Feed App Series
- Vigo Video
- Helo
- Pangle

Lựa chọn nhằm mục tiêu

Tiếp cận tệp khách hàng lý tưởng



Nhân khẩu học

- Vị trí (Quốc gia và tiểu bang/tỉnh)
- Giới tính
- Độ tuổi
- Ngôn ngữ



Thiết bị

- Hệ điều hành: iOS, Android
- Truy cập Internet: WiFi, 2G, 3G, 4G
- Nhà mạng



Sở thích

Các danh mục sở thích:

Giáo dục
Ô tô
Mẹ & bé
Dịch vụ tài chính
Chăm sóc sắc đẹp
Công nghệ & điện tử
Thiết bị gia dụng
Du lịch
Thú cưng
Các ứng dụng
Trang phục & phụ kiện
Tin tức & giải trí
Trò chơi



Hành vi

Danh mục hành vi:

Sáng tạo & giải trí
Phong cách sống
Phương tiện giao thông
Thời trang
Biểu diễn
- **Hành vi:**
Đã xem/ đã thích/ đã bình luận/ đã chia sẻ video
- Ghi nhận hành vi trong 7/15 ngày gần nhất

Thể thao ngoài trời
Gia đình và cảm xúc



Tùy chỉnh

- Đối tượng tùy chỉnh: (Bao gồm hoặc loại trừ)
Dữ liệu doanh nghiệp
Hoạt động trên web
Hoạt động trên app
- Đối tượng tương tự

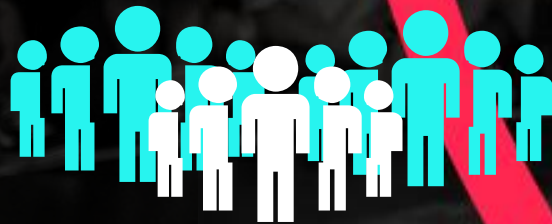
Đối tượng tùy chỉnh

Đễ dàng tiếp cận đối tượng và tìm ra nhiều hơn những đối tượng tương tự

Tùy chỉnh đối tượng



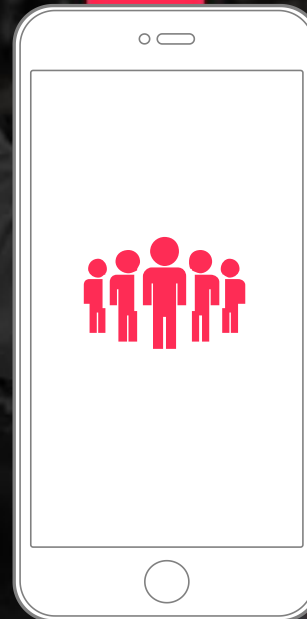
✓ Bao gồm



✓ Loại trừ

Đối tượng tương tự

Tập đối tượng mẫu



Đây là đối tượng gần giống với tập mẫu?



Nhân khẩu học



Hành vi người dùng



Sở thích

Theo dõi & đo lường



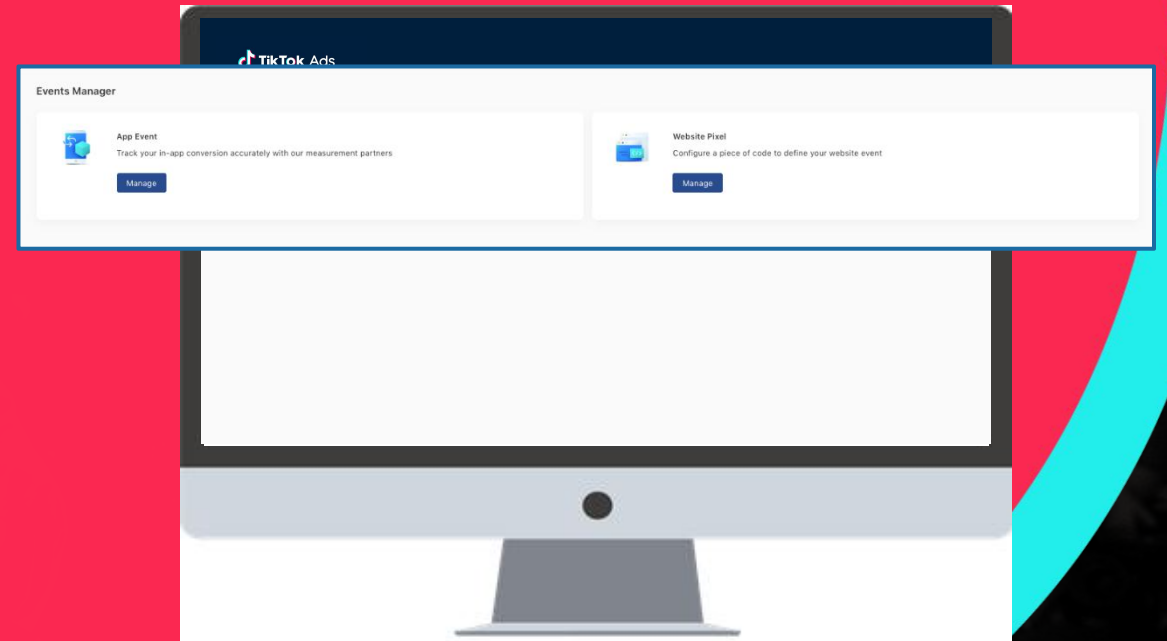
Sự kiện liên quan đến ứng dụng

Theo dõi hiệu suất quảng cáo – lượt cài đặt ứng dụng và các sự kiện trong ứng dụng với các đối tác đo lường.



Website pixel

Cài đặt TikTok Pixel lên website và cấu hình các sự kiện để hệ thống hiểu các hành động của người dùng trên website cũng như đo lường hiệu quả quảng cáo.



Đôi tác đo lường

Tích hợp với các đối tác đo lường ứng dụng thiết bị di động để hỗ trợ theo dõi chuyển đổi và các sự kiện trong ứng dụng



TikTok Pixel

**Chuyển
đổi
website**

**Cài đặt mục tiêu chuyển đổi
Đánh giá quảng cáo hiệu quả hơn**



TikTok Ads

Pixel
Cài đặt code pixel lên
website



Thiết lập sự kiện

Chọn sự kiện để theo dõi
hành vi người dùng trên
web



Đo lường hiệu quả

Theo dõi hiệu quả quảng
cáo
Thu thập dữ liệu về hành
vi người dùng

Công cụ sáng tạo nội dung

- ✓ Video Creation Kit
- ✓ Smart Soundtrack
- ✓ Smart Video
- ✓ Tối ưu nội dung động (ACO)



Ad

Video Creation Kit

Thiết kế phù hợp với nhu cầu kinh doanh - tạo video hấp dẫn một cách dễ dàng

55+

Mẫu Videos
Dọc/Ngang



**Bước 1: Chọn mẫu
phù hợp**



**Bước 2: Chỉnh sửa
nội dung**

600+

Bài nhạc
bản quyền



**Bước 3: Lựa chọn
nhạc nền**

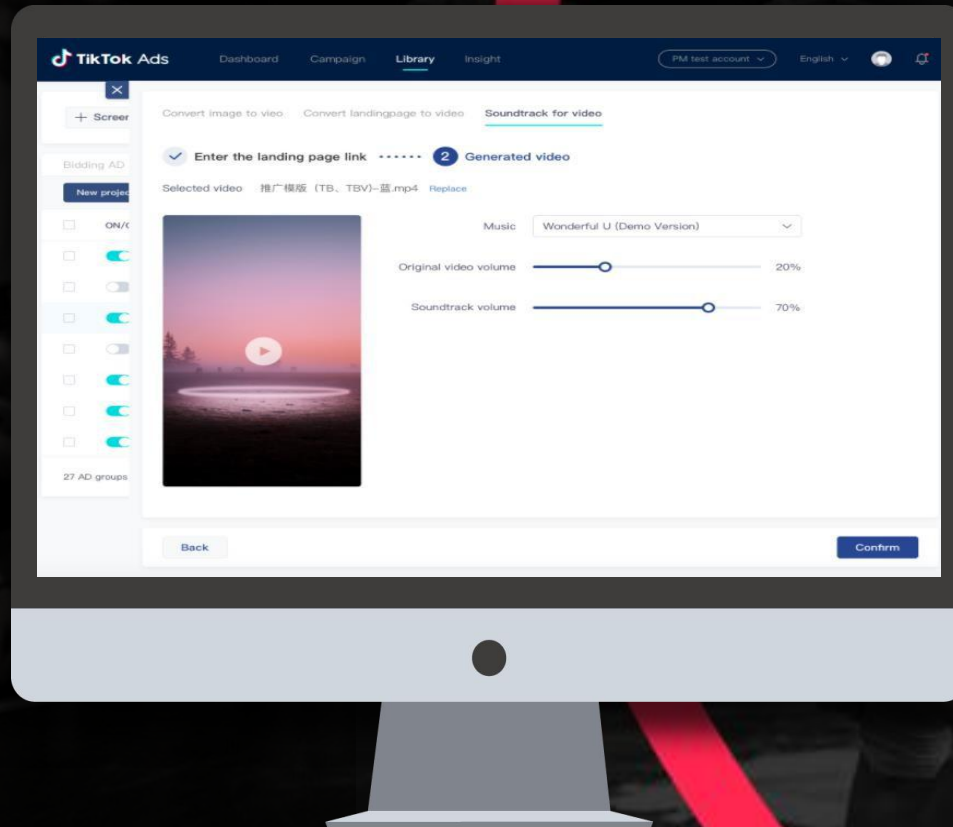
Ad

Smart Soundtrack

Chọn nhạc phù hợp với quảng cáo

Tìm nhạc nền thích hợp

Chỉ cần đăng tải Video của bạn, hệ thống sẽ tự động lựa chọn nhạc nền thích hợp nhất



600
Bản nhạc
bản quyền



Tùy chỉnh
Âm thanh gốc
& nhạc nền

Smart Video

Kết hợp các Videos một cách thông minh



Hiệu quả hơn

So với việc chỉnh sửa
thủ công



Nâng cao hiệu quả chiến dịch

Với các hiệu ứng video đẹp
mắt



Tạo nhiều phiên bản

Cùng lúc



Định dạng nội dung

Hình ảnh

Dung lượng: Tối đa 500KB
Kích thước (Dài x rộng): 1200*628px hoặc 375*604px
Định dạng: JPEG or PNG

VIDEO

Dung lượng: Tối đa 500 MB
Tỉ lệ: 16:9, 9:16, hoặc 1:1
Định dạng: MP4, MOV, MPEG, AVI, hoặc GIF
Video quảng cáo hiệu quả: độ phân giải 720*1280 px và 516 Kbps Bitrate, thời lượng từ 5-60s

A person is performing a handstand in a crowd. The person is wearing a light-colored long-sleeved shirt and dark pants. They are balancing on one hand, with their legs spread wide in the air. The background is a large, dark crowd of people, some of whom are looking towards the performer. The overall scene is dimly lit, with some light reflecting off the performer's clothing.

TikTok For Business

Công cụ nâng cao

Tối ưu hóa nội dung động (ACO)

Kết hợp nhiều nội dung quảng cáo và tối ưu hiệu quả quảng cáo

Hiệu quả



Tiết kiệm thời gian & công sức

- Chạy quảng cáo với nhiều nội dung khác nhau
- Dành ít thời gian hơn để phân tích và đánh giá hiệu quả quảng cáo

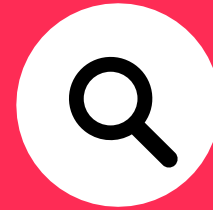
Tối ưu



Tự động tối ưu quảng cáo

- Đánh giá các mẫu quảng cáo hiệu quả nhất
- Dừng các quảng cáo không hiệu quả

Thời gian sử dụng



Nhóm quảng cáo chạy lâu hơn

- Sử dụng nhiều biến thể quảng cáo khác nhau

Tối ưu hóa nội dung động

**Upload nhiều thành
tổ quảng cáo cùng lúc**



**Gom các thành tố
thành từng nhóm**

QC 1: Video 2 + Văn bản 3 + CTA 1

QC 2: Video 9 + Văn bản 1 + CTA 1

QC 3: Video 1 + Văn bản 5 + CTA 2

QC 4: Video 8 + Văn bản 2 + CTA 4



QC 150: Video 3 + Văn bản 4 + CTA 1

**Hiển thị quảng cáo
và tối ưu dựa trên
hiệu quả**

CTR

CVR



Tốt – Tiếp tục hiển thị
CTR & CVR cao nhất



Trung Bình – Giảm hiển thị

CTR & CVR Trung bình



Kém – Dừng hiển thị
CTR & CVR thấp

Tối ưu chuyển đổi trong ứng dụng (AEO)

Đặt mục tiêu quảng cáo dựa trên hành động của người dùng thực hiện trong ứng dụng (Đăng nhập, đăng ký...), hệ thống sẽ dựa vào mục tiêu để tối ưu.



Tối ưu chuyển đổi trong ứng dụng (AEO)

Đặt mục tiêu quảng cáo dựa trên hành động của người dùng thực hiện trong ứng dụng (Đăng nhập, đăng ký...), hệ thống sẽ dựa vào mục tiêu để tối ưu.

Cài đặt

Điều kiện

Chuyển đổi nông

Đăng nhập
Đăng ký

Hành động
trong ứng
dụng

Chuyển đổi nông:

200 lượt cài đặt/ngày + CVR
10%

**Chuyển
đổi sâu**

(Thêm thông
tin thanh
toán, thanh
toán thành
công..)

Auto-Bid/
Multi-Bid*

*Cần kích hoạt trước

Chuyển đổi sâu:

200 lượt cài đặt/ngày
+
20 chuyển đổi/Nhóm QC/ngày
+
CVR 0.5%

Trình Quản Lý Quảng Cáo



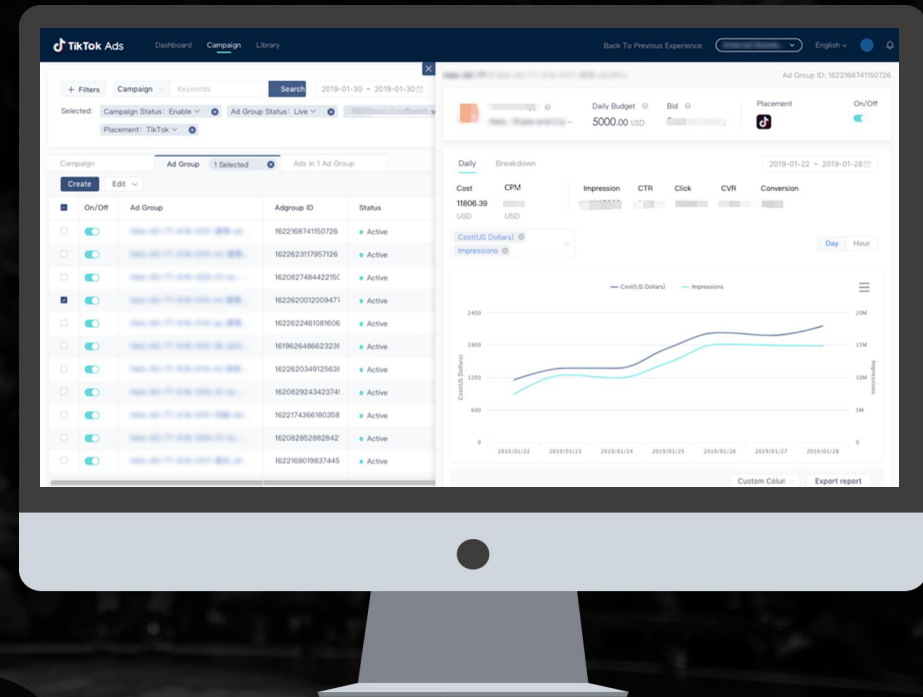
Theo dõi thời gian thực

- Tổng quan các chiến dịch trên tài khoản
- Theo dõi hiệu quả từ cấp chiến dịch đến quảng cáo.
- Lọc thông tin mong muốn
- Hỗ trợ xuất báo cáo dữ liệu



Chỉ số đo lường

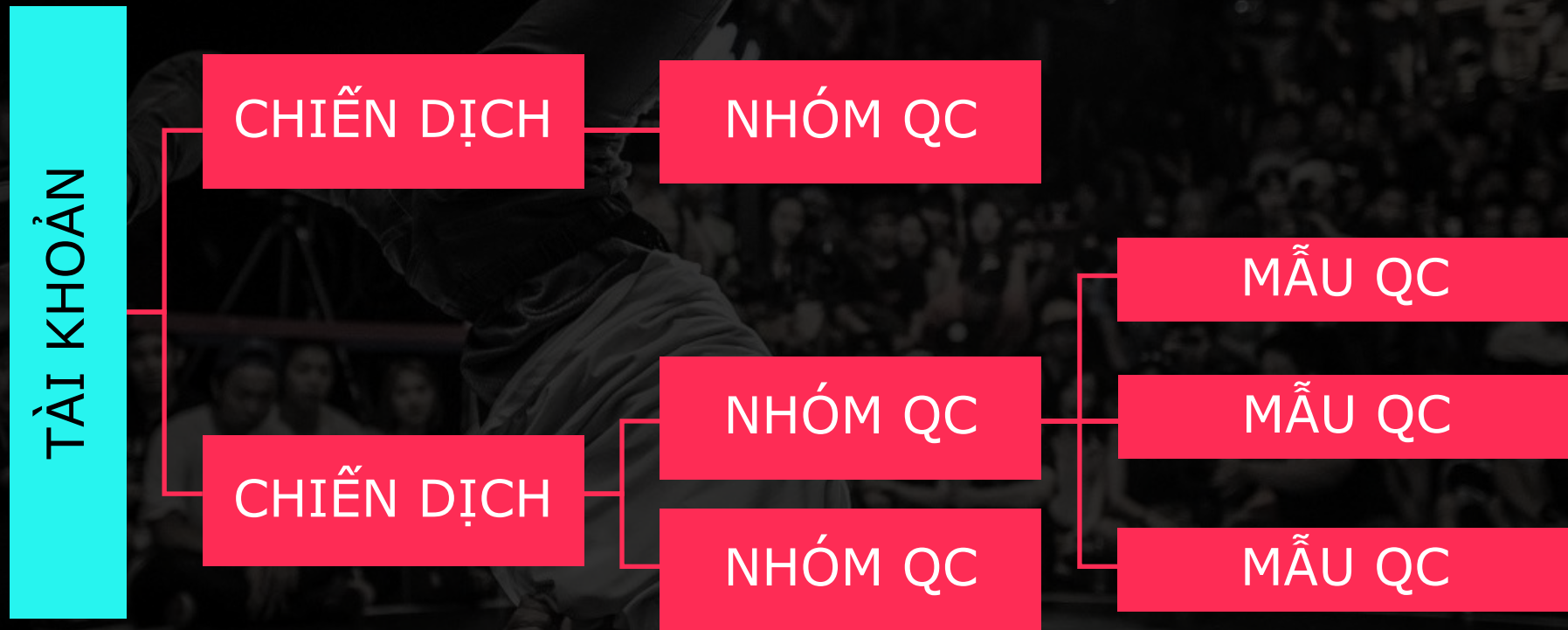
- Tổng chi phí
- CPC
- CPM
- Hiển thị
- Clicks
- CTR
- Chuyển đổi
- CPA
- CVR
- ...



TikTok For Business

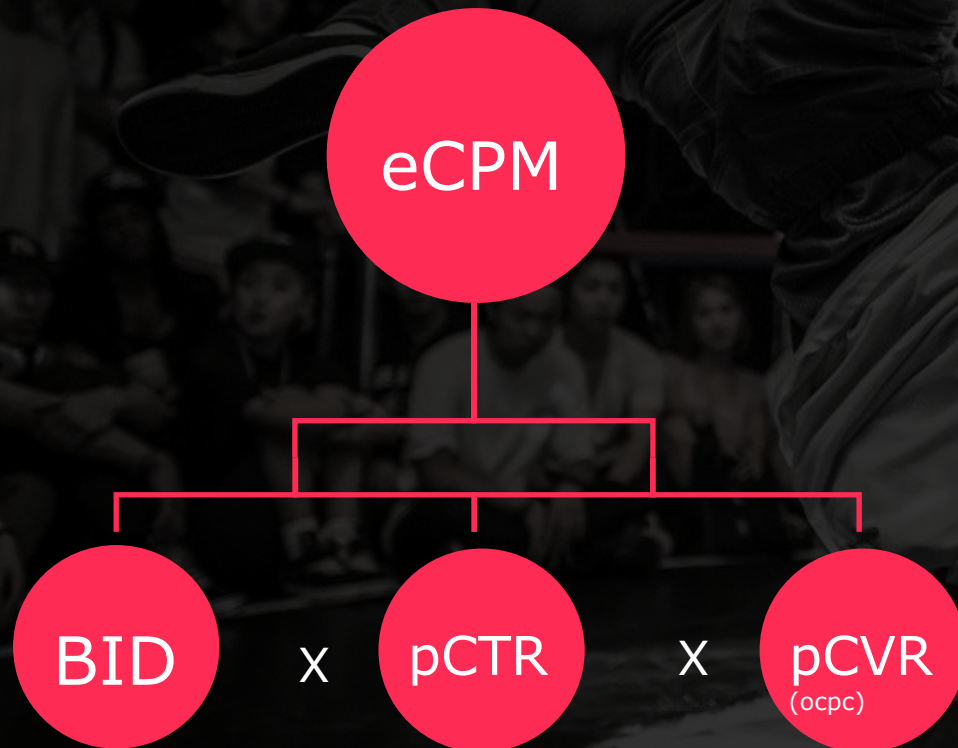
Những lưu ý khi chạy quảng cáo

CẤU TRÚC TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO



Nguyên tắc hiển thị quảng cáo

Trong quảng cáo đấu giá, các nhà quảng cáo sẽ cạnh tranh lẫn nhau cho lượt hiển thị quảng cáo. TikTok sử dụng chỉ số eCPM để quyết định người chiến thắng.



Gợi ý để có eCPM cao

- 1 Đặt giá thầu cạnh tranh
- 2 Chọn danh mục quảng cáo phù hợp và liên quan đến sản phẩm/dịch vụ để giúp hệ thống học và ước lượng chính xác CTR & CVR.
- 3 Tạo nội dung quảng cáo chất lượng và liên quan để tăng CTR và CVR.
- 4 Thử nhiều mẫu quảng cáo mới khác nhau để tiếp cận người dùng.



Begin the Journey

Four Phases



User Acquisition

Start your TikTok Ads journey with an user acquisition app install campaign to grow your user base



Test & Learn

Test different audiences, bids and creatives to reach your ideal audiences and build your user base on TikTok



Scaling Up

Leverage on advanced bidding strategies and campaign insights gained from TikTok Ads to further scale your campaign and maximise performance



Deeper Conversions

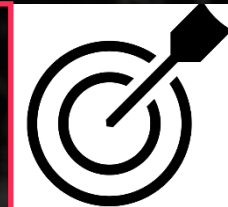
With sufficient campaign data, aim for deeper conversions via App Event Optimization (beta) which optimizes for both installs and in-app actions

Những lưu ý đối với Chiến dịch

1

Chọn mục tiêu quảng cáo phù hợp với mục tiêu kinh doanh.

Mục tiêu quảng cáo



Ngân sách chiến dịch

Chọn “Không giới hạn” - Quản lý ngân sách ở Nhóm QC sẽ hiệu quả hơn.

2

Những lưu ý đối với Nhóm QC

1

Tạo Nhóm QC dựa trên mục tiêu khách hàng

Tạo Nhóm QC



Số Nhóm QC

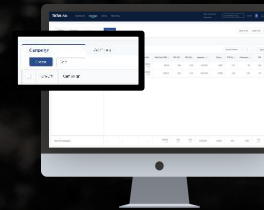
Luôn có 7-10 Nhóm QC chạy mỗi ngày

2

3

Tạo Nhóm QC mới khi muốn thêm mẫu QC

Mẫu QC mới



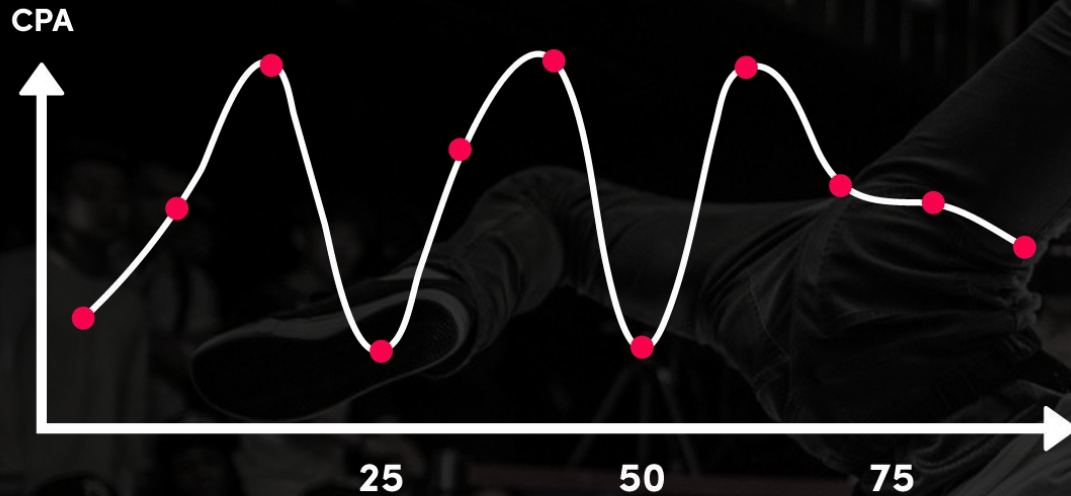
Để tăng thời gian sử dụng nhóm QC

Sử dụng tính năng Tối ưu hóa nội dung động để tạo nhiều phiên bản quảng cáo khác nhau.

4



Giai đoạn máy học



Trong giai đoạn máy học

1. Tuyệt đối không chỉnh sửa giá thầu, mục tiêu khách hàng và mẫu QC.
=
2. Đặt giá thầu CPA/CPI cao hơn để hoàn thành giai đoạn máy học nhanh hơn.
3. Ngân sách hàng ngày tối thiểu = $30 \times \text{Giá thầu}$
4. Đảm bảo có đủ nhóm QC trong mỗi chiến dịch để tăng khả năng vượt qua giai đoạn máy học.
5. Trong vòng 3 ngày, nếu Nhóm QC không vượt qua được giai đoạn máy học, tăng giá thầu lên tối thiểu 30% hoặc tạo Nhóm QC mới và thử lại

50 chuyển đổi để hoàn thành giai đoạn máy học

Giai đoạn máy học là quá trình diễn ra khi mới bắt đầu phân phối quảng cáo, giúp hệ thống tìm những nhóm người dùng thích hợp và chính xác nhất theo mục tiêu tiếp nhận quảng cáo.

Giai đoạn hoàn thành máy học

1. Chỉ chỉnh sửa Nhóm QC tối đa 1 lần/ngày (Vd: Giá thầu)
2. Nhóm QC tiêu tối đa ngân sách hàng ngày với chi phí chuyển đổi nằm trong khoảng cho phép, đây là dấu hiệu cho thấy nhóm QC đang chạy hiệu quả và có thể tăng ngân sách hàng ngày.
3. Thường xuyên thay đổi mẫu QC, ít nhất 1 lần/tuần
4. Khi tạo Mẫu QC mới, nên tạo ở nhóm QC mới thay vì thêm vào nhóm QC đang chạy.
5. Tạo nhiều nhóm QC vào thứ 6 để tận dụng nguồn hiển thị dồi dào vào cuối tuần. Dồn ngân sách vào cuối tuần nếu có thể.
6. Đảm bảo luôn có từ ít nhất 7-10 nhóm QC chạy.
7. Sử dụng bộ công cụ tạo Video để tạo nhiều mẫu QC hơn.

Những lưu ý đối với Nhóm QC



Ngân sách Nhóm QC

Ngân sách tối thiểu từ 30 lần giá thầu



Mới quảng cáo trên Tiktok?

Nhà quảng cáo mới có thể tham khảo giá thầu trên các nền tảng khác để tham gia đấu thầu.



Giá thầu oCPC

Bắt đầu đấu giá cao hơn 30% so với mức mong đợi và điều chỉnh dựa trên hiệu quả chiến dịch.



Nhiều Nhóm QC

Thử nhiều mức giá thầu khác nhau ở các nhóm QC khác nhau.



Trong giai đoạn máy học

~~Thức~~ Không chỉnh sửa giá thầu/nhắm mục tiêu đối tượng.



Tần suất thay đổi giá thầu

Tránh thay đổi giá thầu nhiều hơn 1 lần/ngày (Đối với những nhóm QC đã vượt qua giai đoạn máy học)

Những lưu ý khi tạo Nhóm QC



Tiếp cận nhiều người hơn

Nhắm mục tiêu rộng để tiếp cận nhiều đối tượng tiềm năng hơn và giúp hệ thống tìm được nhiều đối tượng phù hợp với chiến dịch.



Tránh nhắm nhiều lớp mục tiêu

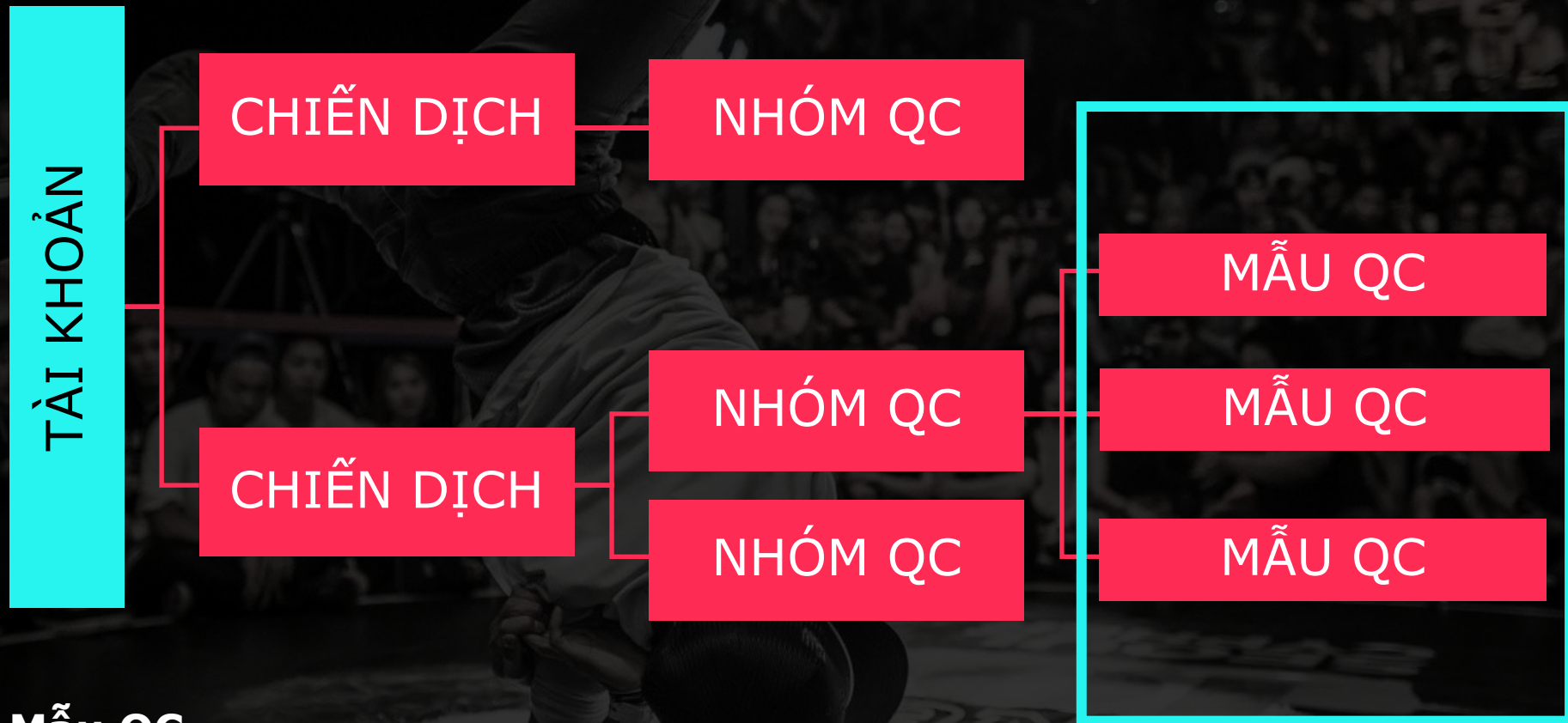
Nhắm mục tiêu nhiều lớp sẽ làm giảm độ tiếp cận quảng cáo.



Tiếp cận nhóm đối tượng tiềm năng nhất

Sử dụng tệp đối tượng tùy chỉnh có sẵn và tạo Đối tượng tương tự để tiếp cận hiệu quả hơn.

CẤU TRÚC TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO



Xác định Mẫu QC

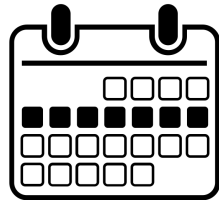
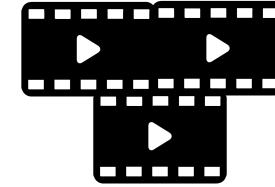
Xác định những gì Khách hàng
thấy

Những lưu ý khi tạo Mẫu QC

1

Đảm bảo có từ 1-3 mẫu QC ở mỗi nhóm QC.

Số lượng Mẫu QC



Thường xuyên thay đổi

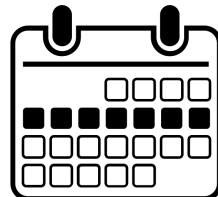
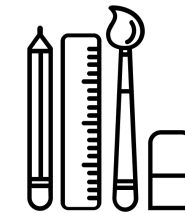
Tạo nhóm QC mới mỗi khi thêm mẫu QC mỗi tuần.

2

3

Tận dụng bộ công cụ tạo Video (Smart Video) để tạo nhiều mẫu quảng cáo mới.

Bộ công cụ tạo Video

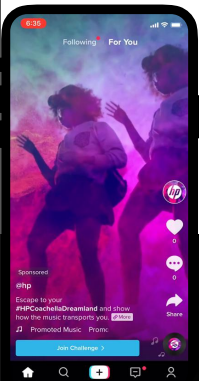
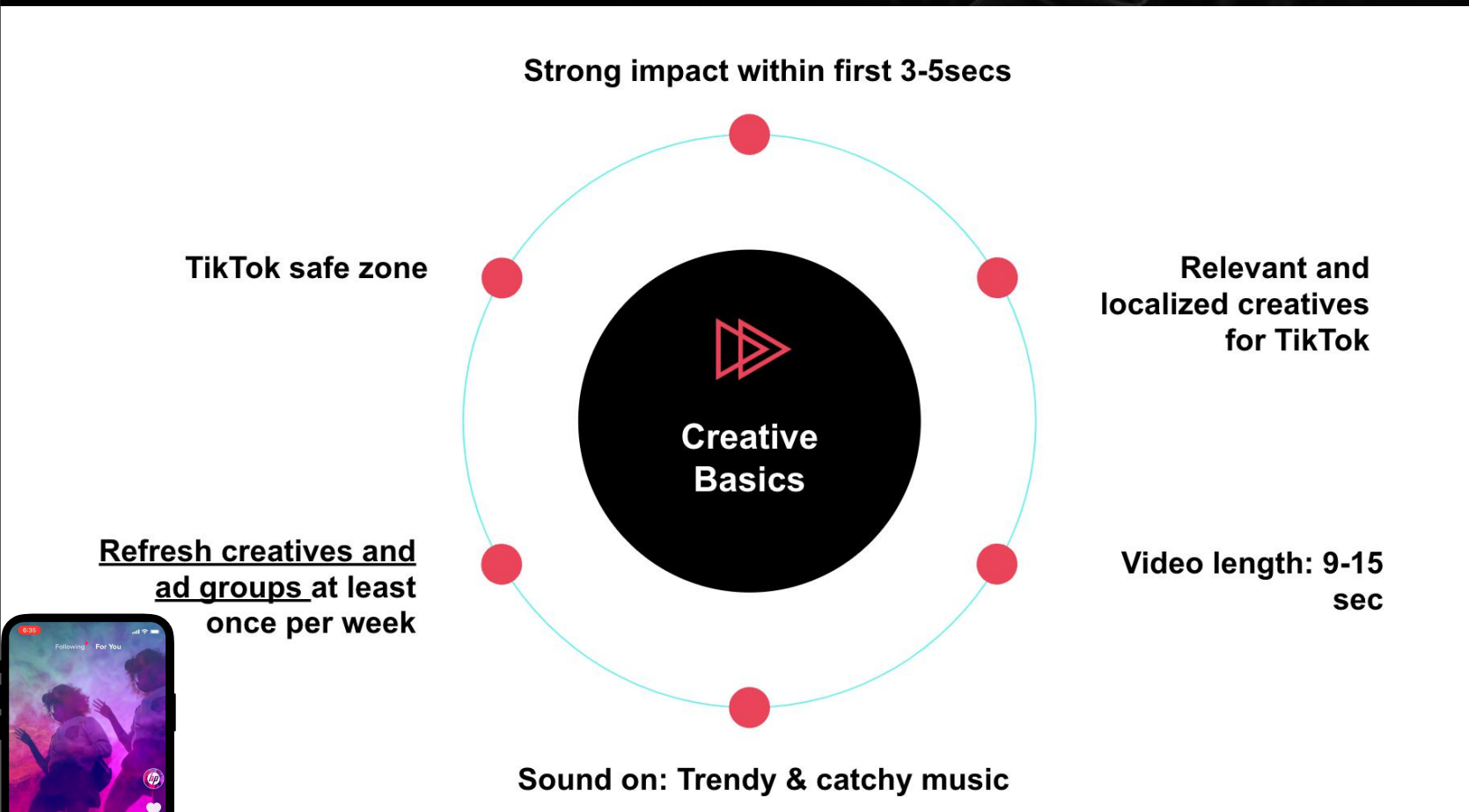


Thay đổi nội dung

Thay đổi nội dung mẫu QC khi thấy CTR bắt đầu giảm

4

Những lưu ý khi tạo Mẫu QC



Nhạc nền

Lựa chọn nhạc sôi động/ tiết tấu cao để gây ấn tượng với người dùng.



Nội dung cuốn hút

Thu hút người dùng trong 3-5s đầu tiên bằng hình ảnh trực quan ấn tượng.



Kể 1 câu chuyện

Dùng video để kể câu chuyện liên quan và cuốn hút người dùng.



Hợp tác

Cùng các Influencers/KOLs để câu chuyện thêm tin cậy.

Troubleshooting

1. Nếu nhóm QC có lượt hiển thị thấp hoặc không được hiển thị?

Kiểm tra xem:

- Mẫu QC đã được duyệt
- Nhóm QC hoặc Mẫu QC có hoạt động
- Quảng cáo được lên lịch chạy đúng theo múi giờ tài khoản.
- Tài khoản vẫn còn tiền
- Ngân sách nhóm QC > 30 x giá thầu
- Có nhắm mục tiêu nhiều lớp không? Nếu có thì giảm lớp mục tiêu và mở rộng tệp đối tượng.
- Giá thầu quá thấp. Liên hệ với CST để biết thêm thông tin liên quan đến giá thầu.

2. Nếu các nhóm QC khó hoặc không vượt qua giai đoạn máy học.

Thử:

- Tạo tệp đối tượng tương tự từ dữ liệu khách hàng sẵn có (tối thiểu 10k)
- Nhắm mục tiêu để giúp thuật toán học đối tượng, sau đó bỏ nhắm mục tiêu khi đã hoàn thành giai đoạn học để tiếp cận nhiều người hơn.
- Đối với những thương hiệu có dữ liệu khách hàng lớn, nên loại trừ khách hàng đến từ các nền tảng khác để tăng hiệu quả kênh.
- Tăng giá thầu để cạnh tranh hơn hoặc thử Max CV

Sau 3 ngày mà nhóm QC vẫn chưa vượt qua giai đoạn máy học, tăng giá thầu lên 30% hoặc tạo nhóm QC mới và thử lại.

THANK YOU

TikTok For Business

