



2017

Sách hướng dẫn về quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng trên Facebook

THU THẬP THÔNG TIN TỪ NHỮNG NGƯỜI QUAN TÂM ĐẾN DOANH NGHIỆP CỦA BẠN.

facebook
f i w m

Trang số Nội dung

- 3 Giới thiệu
- 4 Bắt đầu
- 5 Nhằm mục tiêu đối tượng
- 8 Đặt giá thầu & tối ưu hóa
- 9 Nội dung quảng cáo
- 10 Mẫu tìm kiếm khách hàng tiềm năng
- 12 Thu thập khách hàng tiềm năng
- 14 Đánh giá kết quả
- 15 Thử nghiệm & lặp lại

Quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng là cách tốt nhất để chạy chiến dịch tìm kiếm khách hàng tiềm năng trên Facebook và Instagram.

Quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng hoạt động bằng cách làm cho việc đăng ký trở nên dễ dàng với mọi người và mang lại nhiều giá trị hơn cho doanh nghiệp. Quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng trông giống như các quảng cáo thông thường nhưng khi một người nhấp vào quảng cáo, họ sẽ nhìn thấy mẫu được điền sẵn thông tin trước đây họ đã chia sẻ với Facebook - như tên, số điện thoại hoặc email. Mọi người có thể thể hiện sự quan tâm của họ đến một sản phẩm hoặc dịch vụ bằng cách gửi mẫu và cho phép bạn liên hệ với họ.

CÓ NHIỀU CÁCH SỬ DỤNG QUẢNG CÁO TÌM KIẾM KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG:

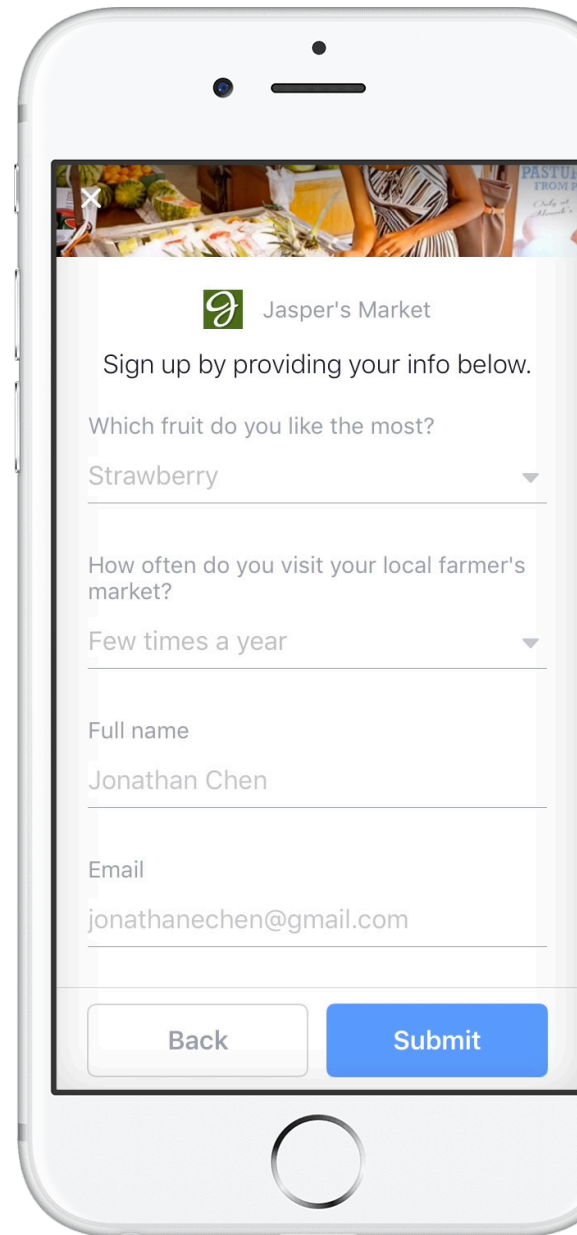
- Đăng ký nhận email
- Mẫu câu hỏi
- Ưu đãi hoặc khuyến mãi
- Đăng ký sự kiện
- Lướt tải xuống trang trắng
- Báo giá
- Lái thử
- Đăng ký hội thảo trên web
- Tư vấn hoặc demo
- Và hơn thế nữa

MẸO BẮT ĐẦU NHANH

Tập trung vào việc nhắm mục tiêu đến đối tượng phù hợp và liên hệ nhanh. Đây là hai yếu tố lớn nhất mang lại thành công cho quảng cáo của bạn, vì vậy hãy đảm bảo chú ý nhiều hơn đến những lĩnh vực này.

Thử nghiệm và lặp lại. Tiếp tục thử nghiệm và thực hiện điều chỉnh nhỏ với quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng đến khi bạn tìm ra yếu tố hoạt động tốt nhất cho doanh nghiệp của mình.

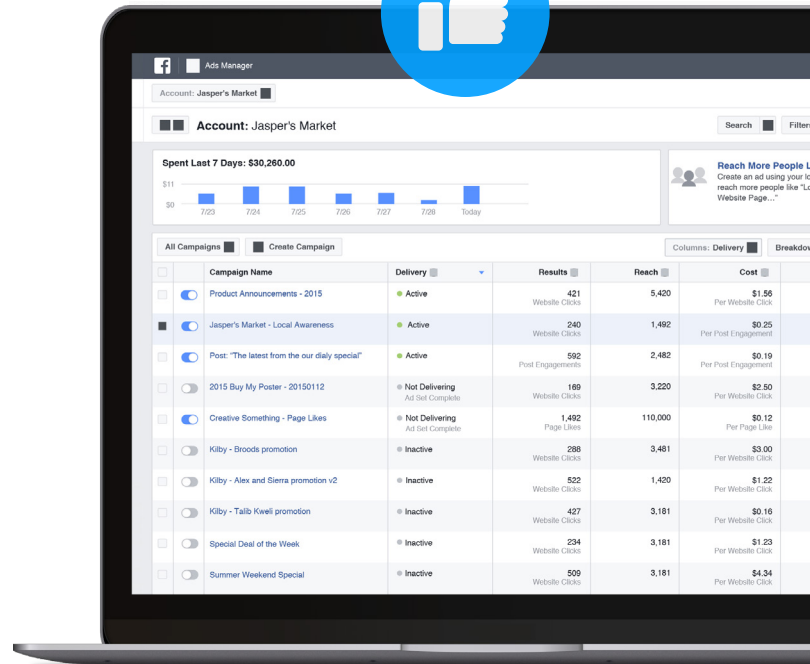
Biết được chi phí thực trên mỗi khách hàng tiềm năng. Chúng tôi sẽ giúp bạn tính toán giá trị của một khách hàng tiềm năng đối với bạn để bạn có thể đưa ra ngân sách và giá thầu tương ứng.



Bắt đầu

ĐỀ XUẤT VÀ YÊU CẦU

- **Liên kết tới chính sách quyền riêng tư của doanh nghiệp.** Chúng tôi yêu cầu tất cả các nhà quảng cáo tạo quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng phải có chính sách quyền riêng tư trên trang web doanh nghiệp của họ. Chúng tôi sẽ yêu cầu bạn bao gồm liên kết tới chính sách quyền riêng tư này khi bạn tạo quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng.
- **Danh sách thông tin bạn cần thu thập trong mẫu.** Chọn từ một số [trường mặc định](#) hoặc [tạo câu hỏi tùy chỉnh](#) để thu thập bất cứ thông tin cần thiết nào khác.
- **Mọi thông tin hoặc trường bắt buộc để quản lý khách hàng tiềm năng của bạn.** Nếu có phần mềm để tải khách hàng tiềm năng lên, bạn có thể cần thêm câu hỏi hoặc thông tin cụ thể hay thêm các tên ID trường tùy chỉnh cho mỗi câu hỏi.
- **Thông tin bạn muốn thêm vào [màn hình chào mừng \(tùy chọn\)](#).** Màn hình chào mừng cho phép bạn cung cấp nhiều ngữ cảnh hoặc chi tiết hơn về doanh nghiệp của mình.
- **Văn bản và video hoặc hình ảnh cho quảng cáo của bạn.** Quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng có [các yêu cầu quảng cáo tương tự](#) đối với văn bản và hình ảnh như quảng cáo liên kết trên Facebook.



TẠO QUẢNG CÁO TÌM KIẾM KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

1. Đi tới **Trình quản lý quảng cáo**.
2. Nhấp vào **Tạo quảng cáo** ở trên cùng bên phải.
3. Chọn **Tìm kiếm khách hàng tiềm năng** và nhấp vào **Tiếp tục**.
4. Trong phần **Trang**, chọn Trang bạn muốn sử dụng để tạo quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng. Nhấp vào **Xem điều khoản**. Xem lại Điều khoản dịch vụ quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng và chọn **Tôi đồng ý với điều khoản và điều kiện**.

Nhắm mục tiêu đối tượng

Nhắm mục tiêu đối tượng là yếu tố quan trọng nhất quyết định thành công của quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng. Có 3 cách chính để nhắm mục tiêu quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng:

1. **Đối tượng cốt lõi:** Tiếp cận mọi người dựa theo thông tin nhân khẩu học, vị trí, sở thích và hành vi.
2. **Đối tượng tùy chỉnh:** Liên lạc với những người bạn đã biết.
3. **Đối tượng tương tự:** Tìm những người mới tương tự khách hàng của bạn.



ĐỐI TƯỢNG CỐT LÕI

Nhắm mục tiêu Đối tượng cốt lõi có thể giúp bạn tiếp cận đối tượng đồng đảo dựa trên một số đặc điểm nhất định. Đây có thể là lựa chọn phù hợp khi bạn muốn thu thập một lượng lớn khách hàng tiềm năng, chẳng hạn như để tăng số liên hệ trên danh sách gửi thư của bạn.

- **Nhân khẩu học** - Chọn đối tượng dựa trên các đặc điểm như độ tuổi, giới tính, tình trạng quan hệ, học vấn, nơi làm việc, chức danh, v.v.
- **Vị trí** - Tiếp cận những người ở gần đây hoặc ở khu vực bạn muốn tiến hành kinh doanh.
- **Sở thích** - Tìm đối tượng dựa trên những gì họ quan tâm, như thói quen, hình thức giải trí yêu thích, v.v.
- **Hành vi** - Tiếp cận mọi người dựa trên hành vi mua hàng, việc sử dụng thiết bị và các hoạt động khác.

LƯU Ý

Bạn có thể sử dụng nhiều tùy chọn nhắm mục tiêu cùng một lúc, ví dụ như để tiếp cận đối tượng là nam giới thuộc độ tuổi từ 18-34 thích đạp xe.



ĐỐI TƯỢNG TÙY CHỈNH VÀ ĐỐI TƯỢNG TƯƠNG TỰ

Nhắm mục tiêu Đối tượng tùy chỉnh và Đối tượng tương tự có thể giúp bạn tiếp cận đối tượng cụ thể gồm những người có thể quan tâm đến doanh nghiệp của bạn. Loại nhắm mục tiêu này có thể là lựa chọn hiệu quả khi bạn muốn tiếp cận khách hàng tiềm năng chất lượng cao.

4 CÁCH SỬ DỤNG ĐỐI TƯỢNG TÙY CHỈNH VÀ ĐỐI TƯỢNG TƯƠNG TỰ:

- 1. Tiếp cận khách hàng hiện có.** Xây dựng Đối tượng tùy chỉnh gồm những người bạn đã biết bằng cách tải danh sách khách hàng của bạn lên Facebook. Sử dụng danh sách này để nhắm mục tiêu và kết nối lại với khách hàng hiện có hoặc loại trừ họ khỏi phương pháp nhắm mục tiêu của bạn nếu bạn chỉ muốn tiếp cận những người mới. [Tìm hiểu cách thực hiện.](#)
- 2. Tiếp cận khách truy cập trang web.** Tạo Đối tượng tùy chỉnh từ trang web của bạn để tiếp cận những người đã thể hiện sự quan tâm bằng cách truy cập trang web đó. Để sử dụng loại nhắm mục tiêu này, trước tiên, bạn cần cài đặt pixel Facebook. [Tìm hiểu cách thực hiện.](#)
- 3. Tiếp cận những người trước đây đã tương tác.** Xây dựng Đối tượng tùy chỉnh gồm những người trước đây đã tương tác với nội dung của bạn trên Facebook. Bạn có thể nhắm mục tiêu lại quảng cáo đến những người đã xem video, mở hoặc hoàn tất quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng hoặc mở Canvas của bạn trên Facebook. [Tìm hiểu cách thực hiện.](#)
- 4. Tiếp cận những người mới tương tự khách hàng của bạn.** Tạo Đối tượng tương tự để tiếp cận những người mới có khả năng quan tâm đến doanh nghiệp của bạn vì họ giống những người đã quan tâm đến doanh nghiệp. Sử dụng Đối tượng tùy chỉnh làm nguồn để tìm những người có điểm tương đồng với khách hàng hiện tại, khách truy cập trang web hoặc những người trước đây đã tương tác. Đây là lựa chọn tuyệt vời khi bạn muốn mở rộng quy mô cho chiến dịch của mình nhưng vẫn muốn duy trì chất lượng khách hàng tiềm năng ở mức cao. [Tìm hiểu cách thực hiện.](#)

Hơn 40% số lần hiển thị quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng được phân phối trên Facebook sử dụng nhắm mục tiêu Đối tượng tùy chỉnh

DỮ LIỆU CỦA FACEBOOK, THÁNG 3/2017



CÁCH SỬ DỤNG ĐỐI TƯỢNG TÙY CHỈNH HOẶC ĐỐI TƯỢNG TƯƠNG TỰ

1. Mở **Trình quản lý quảng cáo** và nhấp vào **Tạo quảng cáo**.
2. Chọn mục tiêu **tim kiếm khách hàng tiềm năng**.
3. Trong phần **Đối tượng**, chọn Đối tượng tùy chỉnh hoặc Đối tượng tương tự để nhắm mục tiêu.
4. Hoàn tất quá trình tạo quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng và chọn **Đặt hàng**.

MẸO:

Quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng có sẵn trên cả Facebook lẫn Instagram. Để tiếp cận đối tượng trên cả hai nền tảng, bạn nên chọn tùy chọn **Vị trí quảng cáo tự động**.

MẸO:

Tránh trùng lặp đối tượng cho các chiến dịch đang chạy cùng lúc vì điều này có thể dẫn đến sự cố phân phối dưới mức.

Câu chuyện thành công: Epic Games

Nhà phát triển trò chơi điện tử đã sử dụng quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng để khuyến khích mọi người đăng ký phiên bản beta mở của trò chơi mới nhất, Paragon, mang lại tỷ lệ chuyển đổi ở mức 80%.

• **80%** tỷ lệ chuyển đổi

• **40%** mức giảm chi phí trên mỗi khách hàng tiềm năng so với mục tiêu



Đặt giá thầu & tối ưu hóa

NGÂN SÁCH

Trong phần **Ngân sách & lịch chạy**, hãy đặt ngân sách hàng ngày hoặc trọn đời mà bạn muốn chi tiêu.

LỊCH CHẠY

Chọn ngày bắt đầu và kết thúc của nhóm quảng cáo. Hãy cân nhắc chạy quảng cáo vào các thời điểm chiến lược. Nếu có những thời điểm trong ngày khó liên hệ với khách hàng (ví dụ: khi tổng đài đóng cửa), hãy sử dụng tính năng lên lịch chạy quảng cáo để đảm bảo quảng cáo sẽ không chạy khi bạn không thể liên hệ với khách hàng tiềm năng.

TỐI ƯU HÓA CHO PHÂN PHỐI QUẢNG CÁO

Vì bạn đang sử dụng mục tiêu tìm kiếm khách hàng tiềm năng nên chúng tôi sẽ tối ưu hóa phân phối quảng cáo của bạn cho khách hàng tiềm năng. Điều này có nghĩa là Facebook sẽ hiển thị quảng cáo của bạn đến những người phù hợp trong đối tượng mục tiêu của bạn để giúp bạn thu hút được nhiều khách hàng tiềm năng nhất với chi phí thấp nhất.

GIÁ THẦU

Giá thầu của bạn phản ánh số tiền bạn sẵn sàng trả để thu hút được một khách hàng tiềm năng. Giá thầu được kết hợp với các yếu tố khác và tham gia đấu giá quảng cáo của Facebook để xác định nhà quảng cáo nào được hiển thị quảng cáo. Có 2 cách để quyết định giá thầu của bạn:

- **Đặt giá thầu tự động:** Khi bạn chọn đặt giá thầu tự động, Facebook sẽ tự động đặt giá thầu giúp bạn thu hút được nhiều khách hàng tiềm năng nhất với giá tốt nhất.
- **Đặt giá thầu thủ công:** Nếu bạn biết chi phí thực trên mỗi khách hàng tiềm năng, hãy đặt giá thầu thủ công và nhập số đó làm giá thầu của bạn. Khi tối ưu hóa cho khách hàng tiềm năng, điều quan trọng là bạn phải đặt giá thầu đủ cao để thu hút đủ số người tiếp cận cho quảng cáo của mình. Bạn nên đặt giá thầu theo chi phí thực trên mỗi khách hàng tiềm năng (chi phí thực tối đa mà bạn có thể trả cho một khách hàng tiềm năng và là ROI dương).



CÁCH TÍNH TOÁN CHI PHÍ THỰC TRÊN MỖI KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG:

Điều quan trọng là cần biết giá trị của một khách hàng tiềm năng với doanh nghiệp của bạn. Ví dụ: giả sử bạn bán nội thất và có tổng lợi nhuận trên mỗi lượt bán hàng là \$150. Bạn cũng biết rằng gần 20% yêu cầu trên trang web chuyển thành một lượt bán hàng. Dựa trên thông tin này, số tiền tối đa bạn sẵn sàng trả cho mỗi khách hàng tiềm năng sẽ là \$30 ($\$150 \times 20\% = \30).

Nội dung quảng cáo

ĐỊNH DẠNG & HÌNH ẢNH



Quay vòng

Tạo quảng cáo có tối đa 10 video hoặc hình ảnh có thể cuộn được. Sử dụng không gian để hiển thị nhiều sản phẩm, nêu bật các tính năng khác nhau của một sản phẩm, kể chuyện hoặc giải thích một quá trình.



Một video

Tạo quảng cáo có một video. Thu hút ngay sự chú ý bằng hình ảnh hấp dẫn, đề cập đến thương hiệu hoặc sản phẩm của bạn ngay từ đầu và cố gắng giữ thời lượng quảng cáo dưới 15 giây.



Bản trình chiếu

Tạo quảng cáo video lặp lại có tối đa 10 hình ảnh. Bản trình chiếu là cách nhanh chóng và có giá cả phải chăng để tạo và phát một cách tuyệt đẹp trên bất kỳ tốc độ kết nối nào.



Một hình ảnh

Tạo tối đa 6 quảng cáo, mỗi quảng cáo có một hình ảnh. Tải lên ảnh của chính bạn hoặc ảnh trong kho ảnh miễn phí của chúng tôi. Cũng xin lưu ý rằng chúng tôi khuyến nghị mức giới hạn văn bản trong hình ảnh quảng cáo là 20%.



NỘI DUNG

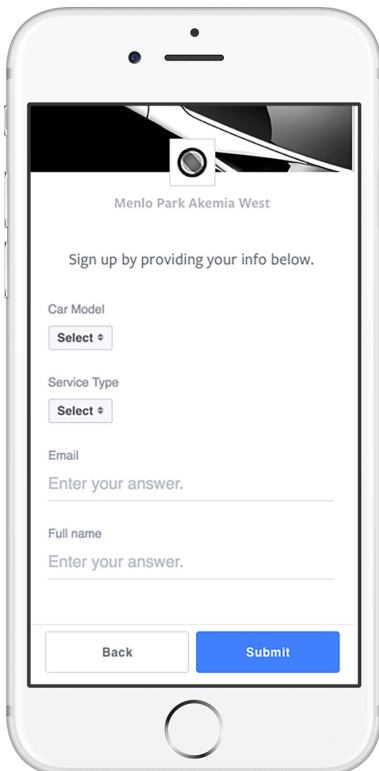
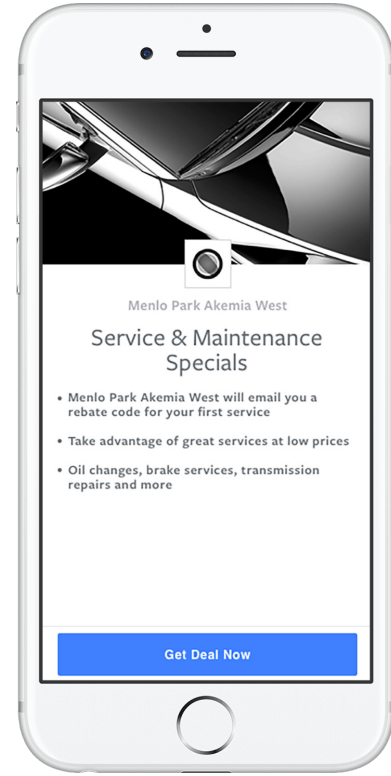
- Văn bản quảng cáo là vị trí tuyệt vời để giới thiệu thêm với mọi người về doanh nghiệp của bạn. Hãy cho họ biết bạn đang cung cấp sản phẩm/dịch vụ gì cũng như lý do họ nên chia sẻ thông tin với bạn.
- Chọn nút kêu gọi hành động giúp mọi người hiểu được hành động họ đang thực hiện khi điền vào mẫu tìm kiếm khách hàng tiềm năng của bạn. Ví dụ: nếu họ đăng ký nhận bản tin qua email, hãy sử dụng nút kêu gọi hành động **Đăng ký**.

Mẫu tìm kiếm khách hàng tiềm năng

MÀN HÌNH CHÀO MỪNG

Thêm màn hình chào mừng vào quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng để cung cấp thêm chi tiết. Ví dụ: hãy mô tả sản phẩm hoặc dịch vụ hoặc cho mọi người biết những gì họ sẽ nhận được khi gửi thông tin của mình. Thêm màn hình chào mừng là tùy chọn.

- **Cung cấp thêm ngữ cảnh.** Sử dụng không gian để cho mọi người biết thêm về doanh nghiệp của bạn cũng như nêu bật lợi ích mà sản phẩm của bạn mang lại.
- **Cho mọi người lý do để chia sẻ chi tiết của họ.** Cân nhắc việc cung cấp phiếu giảm giá hoặc khuyến mãi trong quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng - bất kỳ điều gì nhằm kích lệ người xem chia sẻ thông tin của họ với bạn.
- **Cho mọi người biết điều gì sẽ xảy ra sau khi họ chia sẻ thông tin với bạn.** Cung cấp các chi tiết như cách thức và thời điểm bạn sẽ liên hệ với họ. Nếu bạn nói sẽ liên hệ với khách hàng tiềm năng thì hãy nhớ làm vậy.



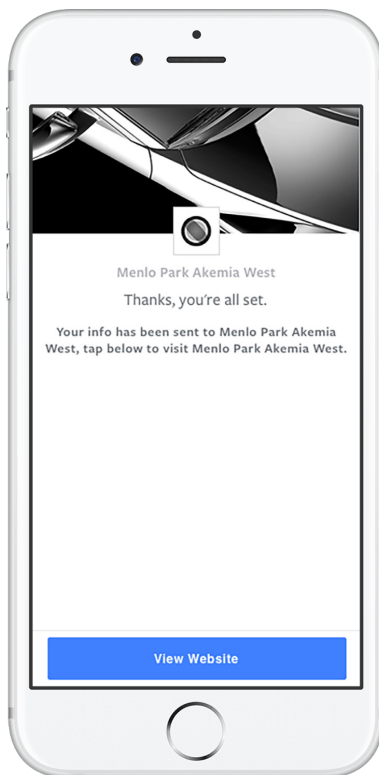
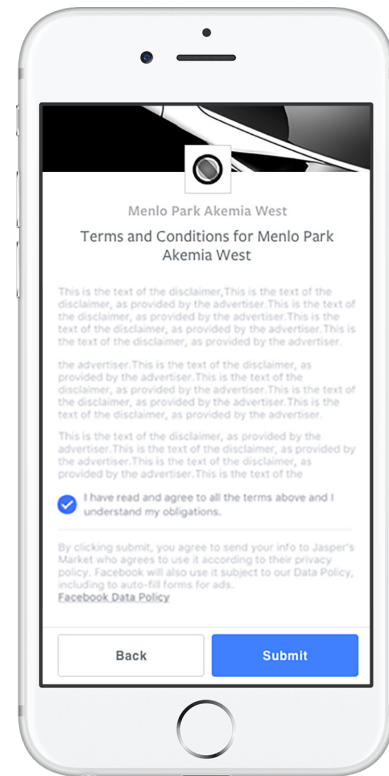
CÂU HỎI

Đây là mẫu mở ra có thông tin liên hệ của một người được tự động điền, dựa trên thông tin họ chia sẻ với Facebook, như tên và địa chỉ email của họ.

- **Chi yêu cầu thông tin bạn thực sự cần.** Mặc dù nhiều thông tin hơn là tốt nhưng điều này cũng phải đánh đổi. Các câu hỏi bổ sung có thể làm tăng khả năng một người bỏ dở mẫu trước khi hoàn thành.
- **Giữ việc nhập văn bản dạng tự do ở mức tối thiểu.** Với các câu hỏi tùy chỉnh, bạn có thể đặt các câu hỏi mở nhưng lưu ý rằng mọi lần nhập văn bản sẽ cản trở việc điền mẫu. Cố gắng cung cấp một số tùy chọn cho câu trả lời mà họ có thể chọn.
- **Giới hạn số câu hỏi nhiều lựa chọn.** Đối với các câu hỏi mà người xem có thể chọn một hoặc nhiều tùy chọn, hãy thử giới hạn các tùy chọn xuống còn 3 hoặc 4. Giảm thiểu việc cuộn khách hàng tiềm năng để có trải nghiệm tốt hơn.
- **Đặt câu hỏi phù hợp.** Tùy theo loại sản phẩm hoặc dịch vụ bạn muốn quảng cáo, [sau đây là một số câu hỏi](#) bạn có thể đặt ra để thu thập thông tin bạn cần từ khách hàng tiềm năng.

CHÍNH SÁCH QUYỀN RIÊNG TƯ

- **Thêm văn bản liên kết và URL liên kết đến chính sách quyền riêng tư.** Như một bước tùy chọn, bạn có thể chọn hộp bên cạnh **Thêm tuyên bố từ chối trách nhiệm tùy chỉnh** nếu muốn thêm tuyên bố từ chối trách nhiệm bổ sung vào mẫu tìm kiếm khách hàng tiềm năng. Lưu ý rằng tuyên bố từ chối trách nhiệm không có giới hạn ký tự.



MÀN HÌNH CẢM ƠN

- **Nhập URL trang web bạn muốn mọi người truy cập sau khi họ hoàn tất mẫu.** Đây là cách thích hợp để chuyển hướng mọi người tới trang web của bạn để biết thêm thông tin trong khi họ đợi bạn liên hệ.

Để chỉnh sửa hoặc sao chép mẫu tìm kiếm khách hàng tiềm năng, hãy làm theo **các hướng dẫn tại đây**.

Thu thập khách hàng tiềm năng

Bạn có thể thu thập khách hàng tiềm năng thông qua tệp xuất dưới dạng CSV từ Trang của mình, được tải xuống từ [Trình quản lý quảng cáo](#) hoặc truy cập từ một số [đối tác CRM](#). Bạn nên kết nối quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng với công cụ tiếp thị để giúp bạn tiết kiệm thời gian và liên hệ nhanh chóng.

TẢI XUỐNG TỪ TRÌNH QUẢN LÝ QUẢNG CÁO

Xin lưu ý rằng chúng tôi sẽ chỉ lưu khách hàng tiềm năng của bạn trong 90 ngày và sẽ không thể tải xuống được các khách hàng tiềm năng lâu hơn số ngày này. Bạn nên thường xuyên tải xuống các khách hàng tiềm năng của mình. Bạn cũng có thể tải xuống khách hàng tiềm năng từ Trang bằng cách làm theo [các hướng dẫn tại đây](#).

1. Đi tới **Trình quản lý quảng cáo** và nhấp vào tên của quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng.
2. Trong cột **Kết quả**, hãy nhấp vào biểu tượng tải xuống.
3. Từ cửa sổ **Tải xuống khách hàng tiềm năng** xuất hiện, chọn tải xuống tất cả khách hàng tiềm năng hay chỉ khách hàng tiềm năng trong một khoảng ngày cụ thể, sau đó, nhấp vào **Tải xuống**. Khách hàng tiềm năng sẽ được tải xuống tệp CSV.

MẸO:

Liên hệ nhanh chóng! Việc liên hệ với khách hàng tiềm năng ngay lập tức có thể giúp đạt được tỷ lệ chuyển đổi tốt hơn và đảm bảo ngân sách được chi tiêu hiệu quả.



TỰ ĐỘNG NHẬN KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

Dễ dàng liên hệ với khách hàng tiềm năng bằng cách kết nối quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng với công cụ tiếp thị của bạn. Bằng cách đó, khi ai đó hoàn tất quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng, thông tin sẽ tự động xuất hiện trong danh sách email hoặc công cụ quản lý mối quan hệ khách hàng (CRM) của bạn. Điều này cho phép bạn tiếp cận tất cả khách hàng tiềm năng mới ở một nơi mà không cần tải xuống CSV mới một cách thủ công mỗi khi bạn muốn xem khách hàng tiềm năng mới.

Tích hợp có sẵn cho nhiều công cụ, trong đó có Gmail, HubSpot Ads, MailChimp, Marketo, Salesforce Marketing Cloud, Salesforce Sales Cloud, Segment Sources, Zoho Social và nhiều công cụ khác. Nếu một tích hợp trực tiếp hiện không khả dụng với công cụ của bạn, bạn có thể sử dụng ứng dụng như Zapier hoặc Leadsbridge để kết nối.

2 CÁCH KẾT NỐI QUẢNG CÁO TÌM KIẾM KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG VỚI CRM CỦA BẠN

Kết nối từ Trang của bạn

1. Truy cập Trang Facebook của bạn.
2. Nhấp vào **Công cụ đăng** ở đầu Trang.
3. Nhấp vào **Thiết lập khách hàng tiềm năng**.
4. Bây giờ, bạn sẽ nhìn thấy một phần có tên **Thiết lập khách hàng tiềm năng**. Trong phần này, bạn có thể kết nối với CRM mình đang sử dụng hoặc kết nối với CRM lần đầu tiên. Xem thêm hướng dẫn [tại đây](#).

Kết nối sau khi tạo quảng cáo

1. Đi tới **Trình quản lý quảng cáo**.
2. Chọn **Tìm kiếm khách hàng tiềm năng** làm mục tiêu quảng cáo và làm theo các bước để [tạo quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng](#).
3. Sau khi đặt hàng, bạn sẽ nhìn thấy một phần có tên **Nhận ngay câu trả lời trong mẫu**. Trong phần này, bạn có thể kết nối với CRM mình đang sử dụng hoặc kết nối với CRM lần đầu tiên. Xem thêm hướng dẫn [tại đây](#).



Đánh giá kết quả

Để xem kết quả chiến dịch, hãy đi tới Trình quản lý quảng cáo. Tại đó, bạn có thể nhìn thấy dữ liệu về khách hàng tiềm năng và chi phí trên mỗi khách hàng tiềm năng. Bạn cũng có thể tải xuống khách hàng tiềm năng từ cột **Kết quả** trong báo cáo hoặc từ **Thư viện mẫu** trên Trang của mình.

Các yếu tố cần cân nhắc khi bạn xem kết quả:

1. **Chi phí trên mỗi khách hàng tiềm năng** - Bạn đang trả bao nhiêu chi phí để có được một khách hàng tiềm năng?
2. **Chất lượng khách hàng** - Cuối cùng, có bao nhiêu khách hàng chuyển đổi?

Sau đây là ví dụ nhanh:

Quảng cáo dành cho khách hàng tiềm năng	Nhắm mục tiêu đối tượng	Ngân sách	Khách hàng tiềm năng	Chi phí/Khách hàng tiềm năng	Tỷ lệ chuyển đổi thành bán hàng	Bán hàng	Chi phí/Lượt bán hàng
#1	Sở thích	\$100	50	\$2	6%	3	\$33
#2	Đối tượng tương tự	\$100	25	\$4	20%	5	\$20

Trong ví dụ này, quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng đã sử dụng nhắm mục tiêu dựa trên sở thích đã nhận được chi phí trên mỗi khách hàng tiềm năng tốt hơn chiến dịch sử dụng nhắm mục tiêu Đối tượng tương tự. Tuy nhiên, quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng sử dụng nhắm mục tiêu Đối tượng tương tự đang nhận được khách hàng tiềm năng chất lượng cao hơn với tỷ lệ chuyển đổi sang bán hàng cao hơn. Bạn nên xem kết quả thông qua cách nhìn tương tự để đảm bảo bạn đang tối ưu hóa để đạt được mục tiêu cuối cùng của mình.

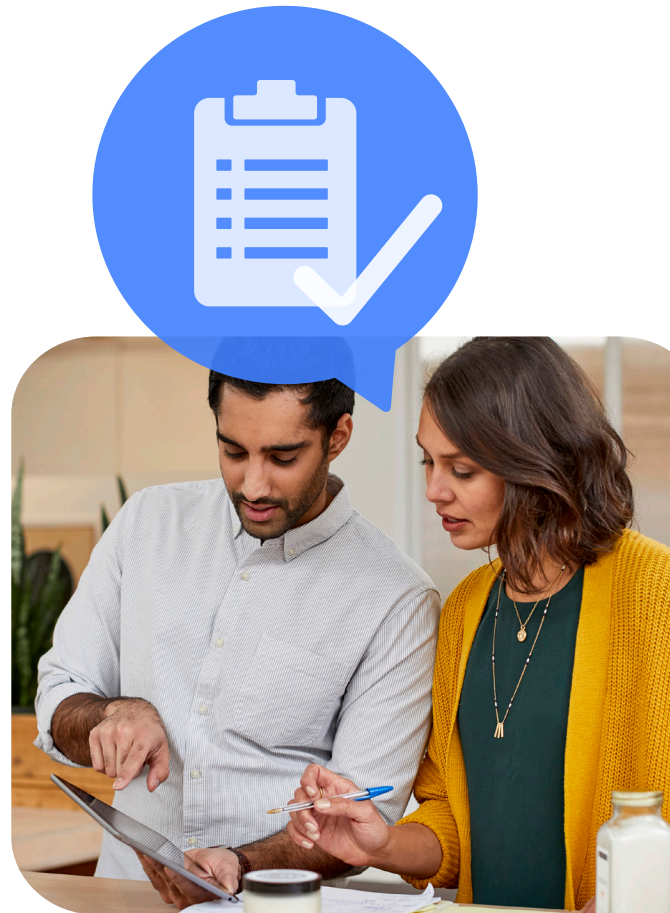
MẸO:

Triển khai [pixel Facebook](#) trên trang web của bạn để giúp tối ưu hóa các quảng cáo và tạo Đối tượng tùy chỉnh và Đối tượng tương tự. Bạn cũng có thể sử dụng pixel để theo dõi chuyển đổi xuôi dòng (ví dụ: thanh toán, quyên góp), nhờ đó bạn biết được tác động của quảng cáo không chỉ đối với khách hàng tiềm năng.

Thử nghiệm & lặp lại

Cũng giống như tất cả các quảng cáo trên Facebook, hãy chuẩn bị để thử nghiệm các biến thể khác nhau để xem biến thể nào hoạt động tốt nhất cho doanh nghiệp của bạn. Bạn có thể tìm thấy một số lần lặp lại hoạt động tốt hơn những lần lặp lại khác, vì vậy, hãy dành thời gian để thiết lập ý tưởng của mình.

- **Nội dung:** Thử nghiệm các hình ảnh hoặc video khác nhau để xem hình ảnh hoặc video nào thu hút được sự chú ý.
- **Mẫu tìm kiếm khách hàng tiềm năng:** Tạo một vài nhóm quảng cáo khác nhau bằng các mẫu khác nhau. Thử nghiệm với các mẫu để tìm định dạng mang lại cho bạn chi phí thấp nhất trên mỗi khách hàng tiềm năng.
- **Nhắm mục tiêu đối tượng:** Nhắm mục tiêu thường là yếu tố lớn nhất trong thành công của quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng, vì vậy, hãy cân nhắc tạo nhiều Đối tượng tùy chỉnh hoặc Đối tượng tương tự và thử nghiệm mỗi Đối tượng.
- **Mục tiêu quảng cáo:** Tạo hai chiến dịch riêng biệt: một chiến dịch sử dụng mục tiêu chuyển đổi và một chiến dịch sử dụng mục tiêu tìm kiếm khách hàng tiềm năng. Bạn cũng có thể thử chạy thử nghiệm phân tách. Sử dụng cùng một ngân sách, giá thầu, nhắm mục tiêu, vị trí quảng cáo và nội dung tương tự cho cả hai chiến dịch nhưng đặt để chiến dịch chuyển đổi hướng người dùng đến trang web chứa mẫu cần điền.



Khi bạn trở nên quen thuộc hơn với quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng, hãy thử thực hiện điều chỉnh nhỏ để cải thiện kết quả. Sau đây là một vài tình huống thường gặp và cách điều chỉnh:

Tôi muốn có khách hàng tiềm năng chất lượng cao hơn.

- **Sử dụng nhắm mục tiêu Đối tượng tùy chỉnh.** Đây là cách tuyệt vời để tiếp cận những người có thể quan tâm đến doanh nghiệp của bạn, bao gồm khách truy cập trang web, liên hệ hiện có hoặc những người trước đây đã tương tác.
- **Kết nối CRM và liên hệ nhanh.** Tích hợp quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng với các công cụ tiếp thị để nhận thông tin về khách hàng tiềm năng ngay khi thông tin được gửi rồi liên hệ ngay lập tức. Thông thường, thời gian liên hệ ngắn hơn sẽ mang lại khả năng chuyển đổi cao hơn.
- **Đặt một câu hỏi tùy chỉnh.** Thay vì chỉ sử dụng các trường mặc định, hãy thử đặt 1-2 câu hỏi tùy chỉnh. Ví dụ: hãy yêu cầu mọi người nhập lại số điện thoại hoặc địa chỉ email của mình để đảm bảo rằng thông tin đó chính xác và bổ sung các vấn đề khác.

Tôi muốn thu hút thêm khách hàng tiềm năng.

- **Sử dụng nhắm mục tiêu Đối tượng cốt lõi.** Tiếp cận nhóm người đồng đạo có thể quan tâm đến doanh nghiệp của bạn dựa trên thông tin nhân khẩu học, vị trí, sở thích và hành vi của họ.
- **Nhắm mục tiêu Đối tượng tương tự.** Tìm những người mới tương tự khách hàng hiện có của bạn bằng cách tạo Đối tượng tương tự dựa trên Đối tượng tùy chỉnh gồm khách truy cập trang web hoặc khách hàng hiện có.
- **Đưa ra hình thức kích lệ.** Cân nhắc đưa phiếu giảm giá hoặc các hình thức kích lệ khác vào nội dung quảng cáo cho quảng cáo tìm kiếm khách hàng tiềm năng. Đảm bảo bạn đang cung cấp giá trị để đổi lấy thông tin của họ.

Cảm ơn bạn!

Để biết thêm thông tin, hãy truy cập:

www.facebook.com/business/leadads