

Cẩm nang của Meta để đẩy mạnh hiệu quả cho dịp lễ năm 2025

Dành cho quảng cáo click đến Messenger



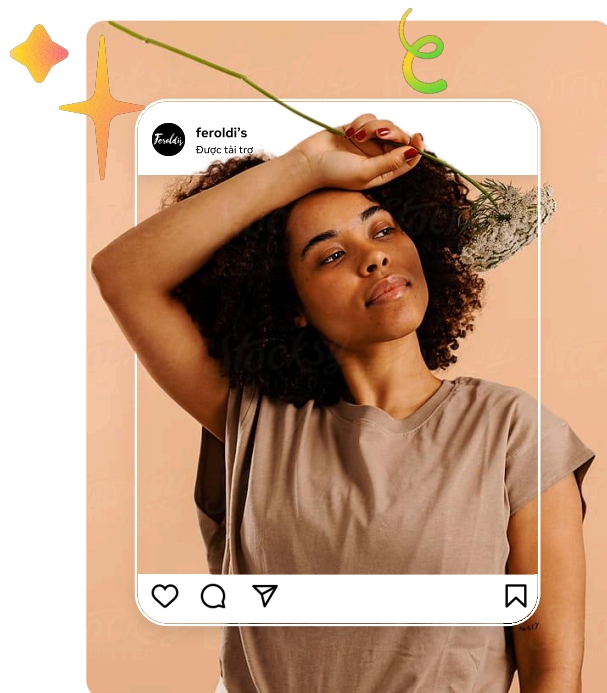
Lên kế hoạch trước để đạt hiệu quả tối ưu

02

Khách hàng của bạn đã sẵn sàng mua sắm cho dịp lễ.

56% số người mua sắm dịp lễ¹ đã khám phá sản phẩm hoặc thương hiệu trên mạng xã hội.
55% số người mua sắm dịp lễ¹ đã dùng mạng xã hội để nghiên cứu cũng như đánh giá sản phẩm và thương hiệu.

Điều này cho thấy rõ rằng hoạt động mua sắm online đóng vai trò ngày càng quan trọng, khi các kênh kỹ thuật số đang tác động đến quyết định mua hàng của phần lớn người tiêu dùng.



Các đợt giảm giá chính

Tiến hành từ ít nhất 1 tháng trước ngày giảm giá dịp lễ thực tế để tận dụng tối đa chiến dịch giảm giá dịp lễ.



1. "Seasonal Holidays Study" của YouGov (nghiên cứu do Meta đặt hàng thực hiện dựa trên một khảo sát online với 18.727 người mua sắm dịp lễ thuộc độ tuổi từ 18-95 tại Úc, Brazil, Canada, Pháp, Đức, Indonesia, Nhật Bản, Mexico, Hàn Quốc, Thụy Điển, Thái Lan, Vương quốc Anh, Hoa Kỳ, Việt Nam), tháng 12/2024.

Củng cố chiến dịch bằng các giải pháp và công cụ quảng cáo mới nhất của Meta.

03

Tìm khách hàng phù hợp với doanh nghiệp và mục tiêu của bạn theo đúng cách và vào đúng thời điểm nhờ tận dụng các lựa chọn sau đây:



Tối ưu hóa giá trị

Hỗ trợ nhà quảng cáo tối ưu hóa quảng cáo click đến Messenger để tiếp cận những người có nhiều khả năng sẽ mua hàng hơn.



Danh mục

Với quảng cáo danh mục click đến Messenger, nhà quảng cáo có thể phân phối các đề xuất sản phẩm dùng làm quà tặng dịp lễ phù hợp với từng khách hàng.



Mua sắm trực tiếp

Nhà quảng cáo có thể dùng tính năng mua sắm trực tiếp và video trực tiếp để quảng bá hàng hóa cũng như dịch vụ vào dịp lễ, đồng thời vẫn thu hút được khách hàng mới ngay tức thì.



Tối ưu hóa khách hàng tiềm năng

Hỗ trợ nhà quảng cáo kết nối và xây dựng lòng tin với khách hàng tiềm năng mà họ chinh phục được từ các chiến dịch trong dịp lễ.

Chọn cách tối ưu hóa phù hợp theo mục tiêu của bạn



Chú trọng vào doanh số?

Hãy đặt mục tiêu hiệu quả là Tiếp cận những người có nhiều khả năng sẽ mua hàng hơn.

[Tìm hiểu thêm](#)



Quan tâm hơn đến việc tìm kiếm khách hàng tiềm năng?

Hãy đặt mục tiêu hiệu quả là Tối đa hóa số cuộc trò chuyện.

[Tìm hiểu thêm](#)



Thúc đẩy kết quả tốt hơn nhờ nội dung quảng cáo truyền cảm hứng.



Nội dung là một trong những đòn bẩy đặc lực nhất để cải thiện hiệu quả của quảng cáo click đến Messenger. Hãy dùng các cách làm tốt nhất và ví dụ truyền cảm hứng này để nâng tầm chiến dịch của bạn.

Chiến Dịch Trong Mùa Lễ

Hình ảnh

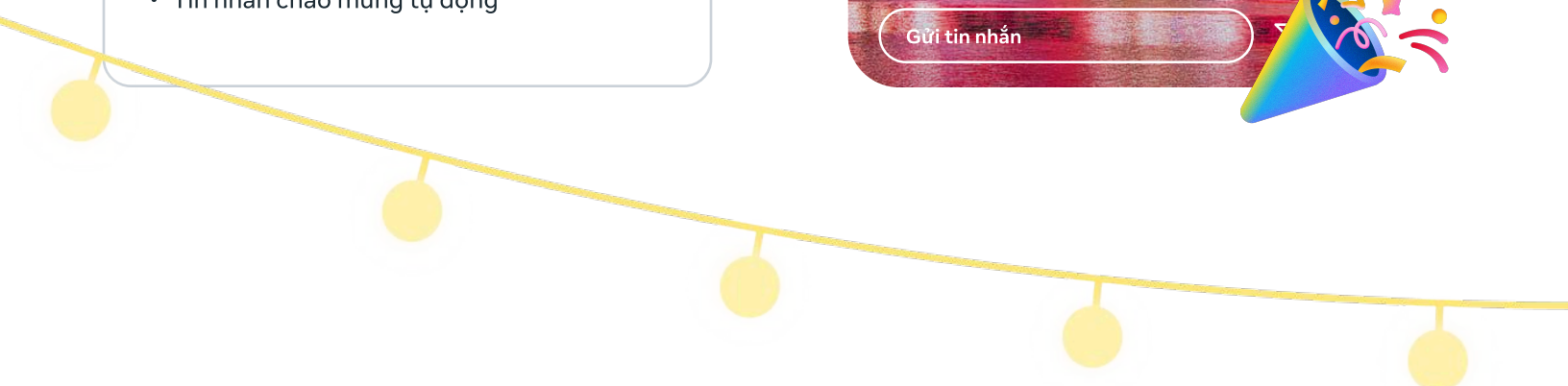
Hình ảnh và video rực rỡ về Giáng sinh (ví dụ: đồ trang trí, pháo hoa)

Phản hồi của bot

"Chúc bạn nghỉ lễ vui vẻ! Bạn đã tham gia đợt tặng quà dịp lễ của chúng tôi."

Giải pháp và tính năng

- Quảng cáo video trực tiếp giới thiệu các giải thưởng và người chiến thắng
- Tin nhắn chào mừng tự động



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

