

Giới thiệu về các tính năng quảng cáo mới nhất

Chương 1

Khi bắt đầu kinh doanh toàn cầu, làm thế nào để nâng cao độ nhận diện thương hiệu, giúp sản phẩm của bạn tăng mức độ hiển thị đối với người tiêu dùng, để từ đó thúc đẩy ý định mua hàng, gia tăng cơ hội bán hàng và củng cố độ tin cậy của khách hàng với sản phẩm, quả thực là một thách thức rất cùng quan trọng. Quảng cáo trên Amazon có thể giúp bạn phát hiện và thu hút một lượng lớn khách hàng Amazon từ khắp mọi nơi trên thế giới, bằng cách tác động lên từng khâu mua sắm của họ, bạn có thể điều hướng lượng truy cập một cách chính xác và chuyển đổi lượng truy cập này thành đơn hàng một cách hiệu quả, từ đó nắm bắt cơ hội kinh doanh toàn cầu tốt hơn.

<u>Quảng cáo tìm kiếm</u>	<u>3</u>
<u>Những loại hình Quảng cáo tìm kiếm</u>	<u>4</u>

1. Tổng quan về quảng cáo tìm kiếm

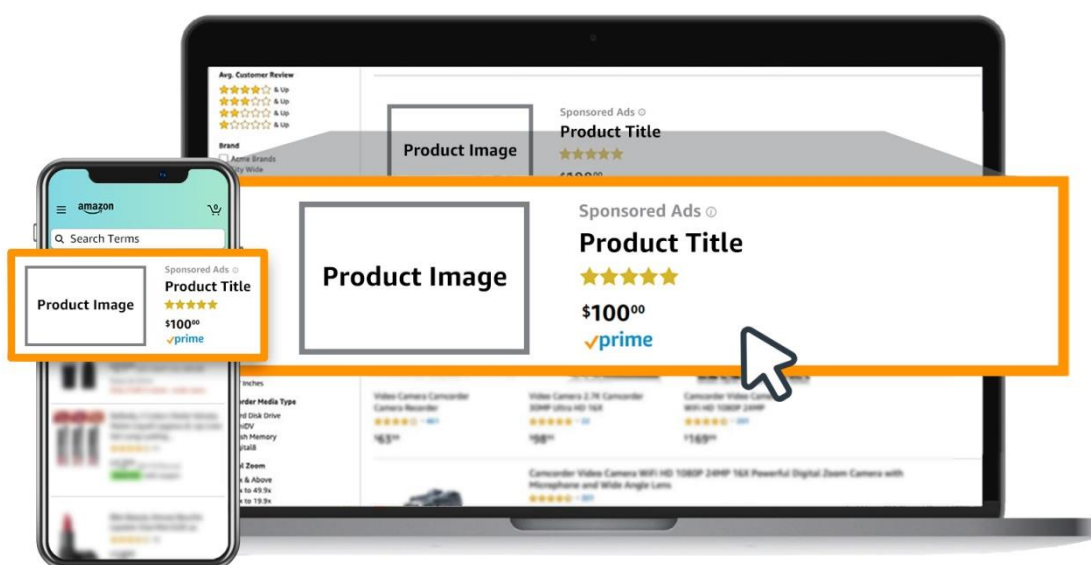
Quảng cáo trên Amazon giúp bạn nâng cao độ nhận diện thương hiệu, thu hút đúng phân khúc người tiêu dùng có ý định mua hàng, giúp sản phẩm tiếp cận được chính xác đối tượng khách hàng, đồng thời nâng cao tỷ lệ chuyển đổi đơn hàng. Trong chương này, bạn sẽ tìm hiểu sơ bộ về ý nghĩa và các loại hình quảng cáo tìm kiếm, đồng thời có nhận thức toàn diện hơn về các giải pháp dành cho quảng cáo tự phục vụ do Amazon cung cấp, điều này sẽ tạo điều kiện thuận lợi để bạn tiếp tục học tập chuyên sâu.

1.1 Quảng cáo tìm kiếm

1.1.1 Ý nghĩa của quảng cáo tìm kiếm

Qua trang Amazon, người dùng sẽ tìm kiếm và phát hiện sản phẩm mà họ có nhu cầu, khi tìm kiếm từ khóa sản phẩm trên các Amazon Marketplace, những thương hiệu hoặc sản phẩm có liên quan sẽ xuất hiện tại các vị trí nổi bật trong trang kết quả và sẽ có nhiều khả năng thu hút sự chú ý và tỷ lệ nhấp chuột của người tiêu dùng, đồng thời thúc đẩy tạo đơn hàng.

Sử dụng quảng cáo tìm kiếm của Amazon có thể giúp thương hiệu hoặc sản phẩm của bạn được hiển thị với đối tượng khách hàng mục tiêu. Những người tiêu dùng này luôn sẵn sàng rút ví chi tiêu, vì vậy khả năng chuyển đổi thành doanh số bán hàng sẽ cao hơn.



Quảng cáo tìm kiếm của Amazon **được khấu trừ theo chi phí cho mỗi lượt nhấp (CPC) và mỗi nghìn lượt hiển thị có thể xem (vCPM)**, có khả năng giúp bạn theo dõi và tối ưu hóa hiệu quả phân phối quảng cáo tốt hơn, từ đó mở rộng độ phủ, xây dựng hình ảnh thương hiệu và tăng doanh số bán hàng trên toàn thế giới.

1.1.2 Vì sao nên chọn quảng cáo tìm kiếm của Amazon?



- **Phạm vi tiếp cận rộng:** Tập trung vào thời gian dùng của người dùng. Amazon không chỉ cung cấp quảng cáo mà còn tạo kết nối và tương tác với người tiêu dùng tại thời điểm họ chú ý vào những sản phẩm mình yêu thích.



- **Liên kết mạnh mẽ:** Hiểu rõ về khách hàng một cách kỹ lưỡng. Dịch vụ Quảng cáo trên Amazon giúp bạn hiểu tường tận về những gì khách hàng mình cần.

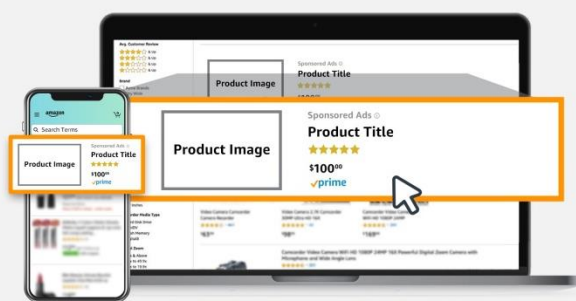


- **Hiệu quả rõ rệt:** Tập trung vào các chỉ số đo lường chính. Quảng cáo trên Amazon cung cấp những thông tin chi tiết về hành trình mua hàng của người dùng từ giai đoạn tìm hiểu đến mua hàng.

1.2 Những loại hình quảng cáo tìm kiếm

1.2.1 Những loại hình quảng cáo tìm kiếm

Trước khi bắt đầu sử dụng tính năng quảng cáo trên Amazon, đầu tiên bạn cần hiểu rõ quảng cáo tìm kiếm bao gồm những loại hình chủ yếu nào, để dễ dàng lựa chọn loại hình phù hợp nhất với mục tiêu quảng cáo và thương hiệu của mình. Dưới đây chúng tôi sẽ giới thiệu một vài loại hình quảng cáo chủ yếu để bạn tham khảo:

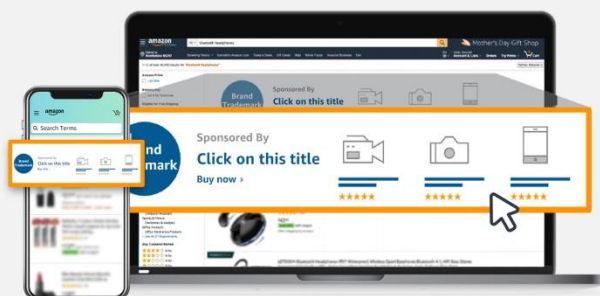


Sponsored Products (Quảng cáo sản phẩm)

Giúp khách hàng của Amazon khám phá và mua các sản phẩm của bạn trên Amazon thông qua **quảng cáo xuất hiện trên kết quả tìm kiếm và trang chi tiết sản phẩm**.

Ưu điểm của Sponsored Products :

- Tăng khả năng hiển thị
- Tăng doanh số bán hàng;
- Kiểm soát chi phí tốt.

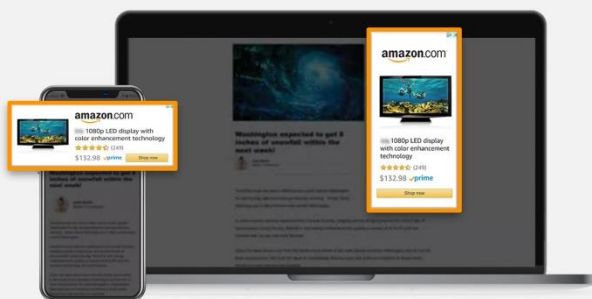


Sponsored Brands (Quảng cáo thương hiệu)

Bạn có thể hiển thị **Logo thương hiệu, văn bản tùy chỉnh và tối đa ba sản phẩm** với quảng cáo Sponsored Brands. Quảng cáo này xuất hiện trong kết quả tìm kiếm và tạo độ nhận biết cho thương hiệu và nhóm sản phẩm.

Ưu điểm của Sponsored Brands :

- Nâng cao độ nhận diện thương hiệu;
- Thu hút nhiều khách hàng hơn;
- Kiểm soát chi phí.

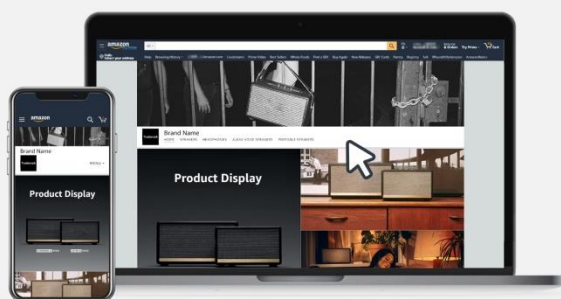


Sponsored Display (Quảng cáo hiển thị)

Sponsored Display là một giải pháp quảng cáo tự phục vụ mới, không yêu cầu ngân sách tối thiểu. Bạn chỉ cần vài phút để có thể tạo các chiến dịch quảng cáo hiển thị, sử dụng Quảng cáo hiển thị để thu hút người xem trong và ngoài Amazon nhằm thúc đẩy việc kinh doanh của mình.

Ưu điểm của Sponsored Display

- Giúp bạn thu hút **người xem có nhu cầu tương tự hoặc mở rộng tệp** hơn;
- Quản lý chiến dịch quảng cáo **một cách linh hoạt và hiệu quả** để đạt hiệu quả tối đa;
- Hỗ trợ **mục tiêu kinh doanh**.



Brand Flagship Store (Gian hàng chính hãng của thương hiệu)

Quảng bá thương hiệu và sản phẩm bằng cách sử dụng miễn phí Cửa hàng hàng đầu thương hiệu với trang web nhiều phân cấp trên Amazon.

Ưu điểm của Brand Flagship Store

- Kể câu chuyện về thương hiệu và giới thiệu sản phẩm của bạn;
- **Không cần mã hóa** mà vẫn có thể thiết kế Brand Flagship Store của bạn;
- Nhận **địa chỉ web amazon.xx của riêng** bạn;
- Sử dụng thông tin chi tiết về Brand Flagship Store để hiểu cách **tối ưu hóa chiến dịch quảng cáo**.

Trường hợp cần truy vấn các điều khoản quảng cáo của Amazon, vui lòng tham khảo [Thỏa thuận Quảng cáo Amazon](#).

Để tìm hiểu chi tiết về sự khác biệt cụ thể giữa bốn loại quảng cáo và cách chọn loại quảng cáo phù hợp, vui lòng xem bảng bên dưới:

Type of advertising (Loại hình quảng cáo)	Products sponsored by Amazon (Sản phẩm được Amazon tài trợ)	Sponsored Brands (Thương hiệu được tài trợ)	Sponsored Display (Quảng cáo hiển thị)	Brand flagship store (Cửa hàng hàng đầu thương hiệu)
Mục tiêu phân phối	Khơi gợi ý định mua hàng Tăng doanh thu bán hàng	Tăng độ nhận biết Khơi gợi ý định mua hàng	Tăng độ nhận biết Khơi gợi ý định mua hàng Tăng doanh thu bán hàng	Tăng độ nhận biết Khơi gợi ý định mua hàng Tăng doanh thu bán hàng
Tiêu chí phân phối	Từ khóa Sản phẩm	Từ khóa Sản phẩm	Sản phẩm Người xem	-
Độ phủ sóng	Trong Amazon	Trong Amazon	Trong/ngoài Amazon	Trong Amazon
Vị trí quảng cáo	Kết quả tìm kiếm mua sắm Trang chi tiết sản phẩm Trang chủ trong Amazon	Trang chủ trong Amazon Đầu kết quả tìm kiếm mua sắm	Trang chủ trong Amazon Trang chi tiết sản phẩm, v.v. Các trang web liên quan ngoài Amazon	Trang kết quả tìm kiếm Trang chi tiết sản phẩm Trang cửa hàng hàng đầu thương hiệu
Trang đích	Trang chi tiết sản phẩm	Trang chi tiết sản phẩm Cửa hàng hàng đầu thương hiệu (Bao gồm trang phụ) Trang danh sách sản phẩm mới	Trang chi tiết sản phẩm	-
Phương thức tạo quảng cáo	Tạo tự động	Tùy chỉnh	Tạo tự động/Tùy chỉnh	-
Phương pháp thu phí	Thu phí theo mỗi lượt nhấp Ngân sách hằng ngày	Thu phí theo mỗi lượt nhấp Ngân sách hằng ngày	Thu phí theo mỗi lượt nhấp, thu phí theo mỗi nghìn lượt hiển thị có thể xem Ngân sách hằng ngày	Miễn phí
Đủ điều kiện	Tất cả người bán	Người bán đã hoàn thành đăng ký thương hiệu Amazon	Người bán đã hoàn thành đăng ký thương hiệu Amazon	Người bán đã hoàn thành đăng ký thương hiệu Amazon

Ghi chú:

Cho dù bạn chọn loại hình quảng cáo nào, một khi xảy ra tình trạng thiếu hàng, quảng cáo sẽ bị **tạm dừng**. Sau khi bạn bổ sung đầy đủ sản phẩm, chỉ cần nằm trong khung thời gian đã cài đặt trước của quảng cáo, hoạt động này có thể khôi phục trạng thái hoạt động. Trong trường hợp thông thường, quá trình đợi khôi phục có thể kéo dài nhiều nhất là 4 giờ.