

Hướng dẫn cơ bản về Quảng cáo

Chương 2

Sau những tìm hiểu sơ lược về quảng cáo trên Amazon, nếu bạn quyết định triển khai các hoạt động quảng cáo ngay tại đây, thì nội dung trong chương này có thể hướng dẫn bạn làm thế nào để bắt đầu hoạt động quảng cáo đầu tiên, đồng thời cũng hỗ trợ giới thiệu và phân tích một vài khái niệm quan trọng cần lưu ý trong các hoạt động này và giúp bạn vận hành các chiến dịch quảng cáo của mình hiệu quả hơn.

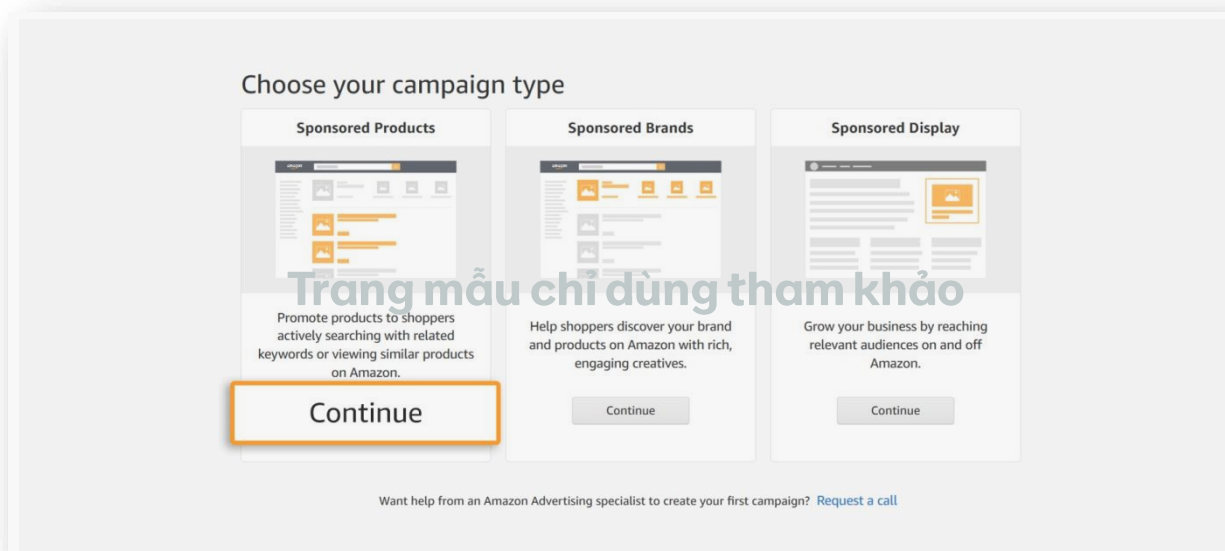
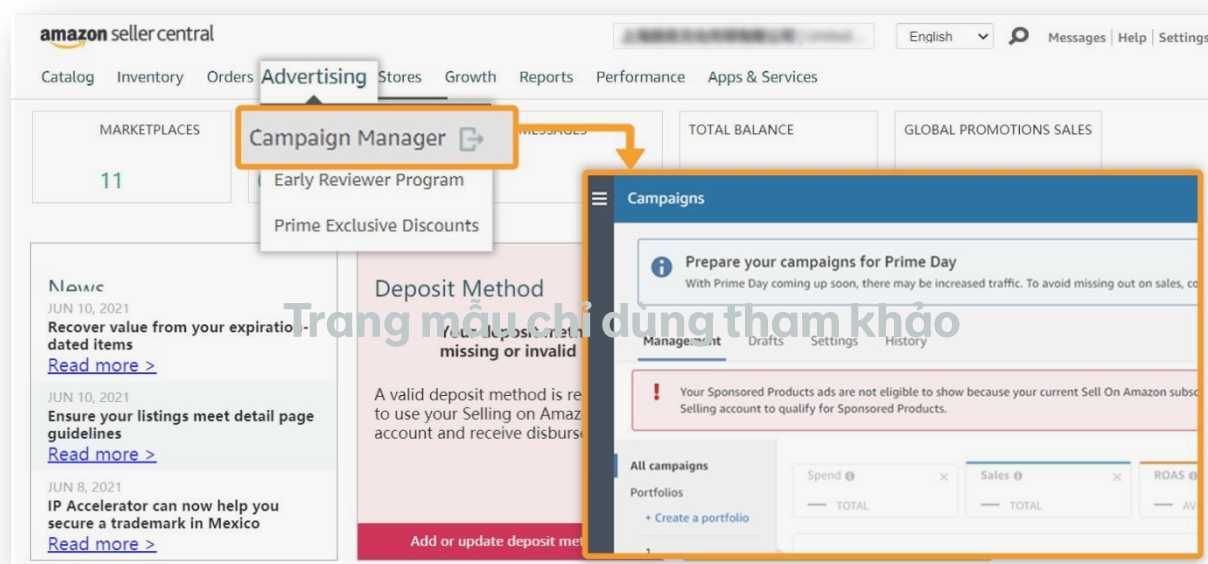
Các bước tạo hoạt động Sponsored Products (Quảng cáo sản phẩm)	3
Các bước tạo hoạt động Sponsored Brands (Quảng cáo thương hiệu)	9
Các bước tạo hoạt động Sponsored Display (Quảng cáo hiển thị)	19
Các bước tạo Brand Flagship Store (Gian hàng chính hãng của thương hiệu)	23

2. Hướng dẫn thao tác tạo hoạt động quảng cáo

Trước khi tạo hoạt động quảng cáo, vui lòng thực hiện theo các hướng dẫn ở chương trước để xác định xem bạn có đủ các điều kiện tham gia hoạt động quảng cáo hay không, đồng thời chọn phương thức phù hợp với mục đích của mình. Nếu bạn đã chuẩn bị đầy đủ cho hoạt động quảng cáo thì thể thực hiện theo các hướng dẫn trong chương này để bắt đầu tạo quảng cáo.

2.1 Các bước tạo hoạt động Sponsored Products (Quảng cáo sản phẩm)

Đăng nhập vào [Amazon Seller Central](#), chọn “Advertising (Quảng cáo) > Campaign Manager (Trình quản lý quảng cáo)” để chuyển đến “Campaigns (Nền tảng quảng cáo)”, sau đó nhấp vào nút “Continue (Tiếp tục)” bên dưới tab “Quảng cáo sản phẩm”.



2.1.1 Nhập thông tin quảng cáo vào phần Settings (Cài đặt)

- **Campaign name (Tên hoạt động quảng cáo):** Lưu ý đặt tên dễ phân biệt cho hoạt động quảng cáo của bạn, ví như theo loại sản phẩm cần quảng cáo hoặc sản phẩm theo mùa, như vậy sẽ thuận tiện hơn cho việc quản lý sau này. Tên hoạt động quảng cáo chỉ được sử dụng để quản lý quảng cáo của bạn trong Seller Central và sẽ không hiển thị tới người tiêu dùng.
- **Portfolio (Danh mục quảng cáo):** Danh mục quảng cáo là một phương thức hoạt động quảng cáo, bạn có thể tiến hành phân loại quảng cáo của mình thành các nhóm nhỏ hơn tùy theo thương hiệu, sản phẩm, danh mục, phạm vi giá hoặc các loại khác (chẳng hạn như chủ đề hoặc sách lược hiển thị).
- **Start/ End (Ngày bắt đầu / Ngày kết thúc):** Bạn có thể lựa chọn linh hoạt ngày bắt đầu và ngày kết thúc hoạt động quảng cáo tùy theo nhu cầu.
 - **Ngày bắt đầu:** Bạn có thể kích hoạt ngay hoạt động quảng cáo của mình hoặc cài đặt ngày bắt đầu trong tương lai;
 - **Ngày kết thúc:** Nếu muốn tiến hành hoạt động quảng cáo dài hạn, bạn có thể chọn “Không có ngày kết thúc”; bạn cũng có thể tạm dừng hoạt động quảng cáo bất kỳ lúc nào và bắt đầu lại sau. Đến ngày kết thúc hoạt động, trạng thái sẽ thay đổi thành “Đã kết thúc” nhưng bạn có thể kéo dài hoạt động này bằng cách thay đổi ngày kết thúc thành một ngày khác trong tương lai.
- **Daily budget (Ngân sách hàng ngày):** ngân sách hàng ngày là mức chi ra cho các hoạt động quảng cáo mỗi ngày, thiết lập ngân sách hàng ngày hợp lý là cách thức quan trọng giúp bạn kiểm soát chi phí quảng cáo.
- **Từ khóa và hiển thị sản phẩm (định vị):** Bạn có thể tạo hai loại kế hoạch hiển thị, **Automatic Targeting (Hiển thị tự động)** và **Manual Targeting (Hiển thị thủ công)**.
 - **Hiển thị tự động:** Amazon sẽ tự động lọc và chọn các từ khóa liên quan đến sản phẩm của bạn hay các sản phẩm tương tự để quảng cáo, ví dụ: khi bạn bán sản phẩm tai nghe, chúng tôi sẽ tự động đặt quảng cáo tại khu vực liên quan đến tai nghe trùm đầu, tai nghe nhét tai, tai nghe không dây và các sản phẩm tương tự khác, để mở rộng phạm vi hiển thị cho quảng cáo sản phẩm của bạn. Hiệu suất của hiển thị tự động có thể là tài liệu tham khảo để áp dụng cho các chiến lược quảng cáo trong tương lai của bạn;
 - **Hiển thị thủ công:** Bạn có thể chỉ định từ khóa và sản phẩm để quảng cáo, đồng thời tự quyết định phân bổ ngân sách. Khi bạn đã tìm hiểu đầy đủ về những từ khóa hoặc sản phẩm nào có thể mang lại lợi ích lớn nhất cho mình, nên sử dụng phương thức này để đạt nhiều kết quả tốt hơn.

Settings

Campaign name

Portfolio

Start End

Daily budget

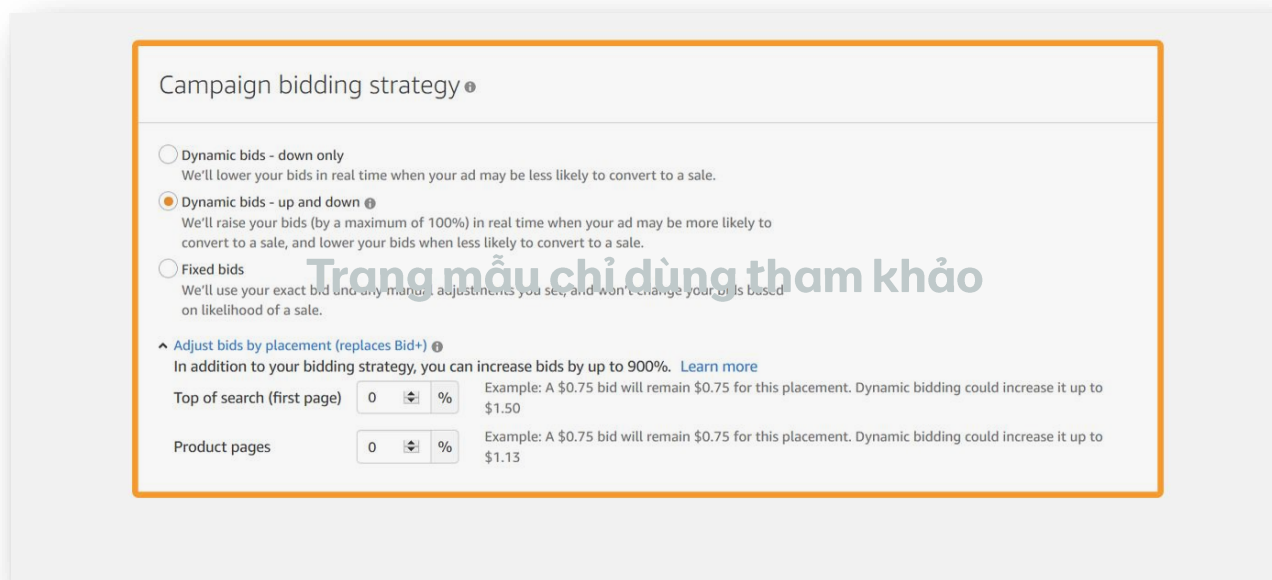
Targeting

Automatic targeting
Amazon will target keywords and products that are similar to the product in your ad.

Manual targeting
Choose keywords or products to target shopper searches and set custom bids.

2.1.2 Cài đặt giá thầu của bạn có nhiều phương pháp đặt giá để lựa chọn:

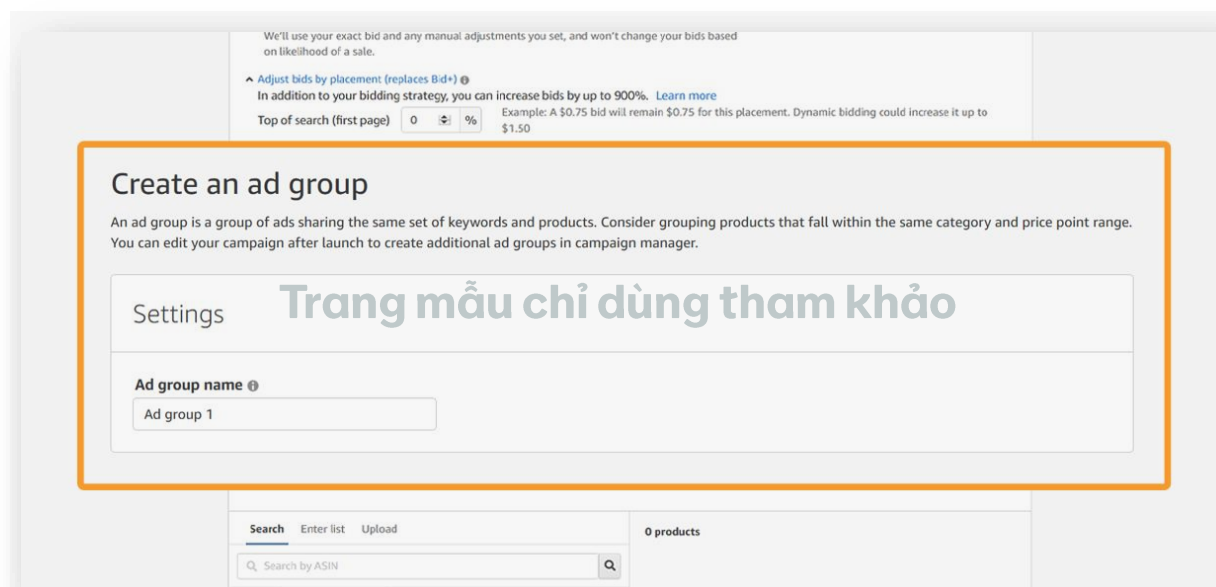
- **Đặt giá thầu động - Chỉ giảm:** Nếu giá thầu bạn đặt tương đối cao hoặc bạn không muốn ngân sách quảng cáo của mình bị tiêu hao nhanh chóng, bạn có thể chọn tùy chọn này, chúng tôi sẽ tính toán dựa trên dữ liệu lớn, căn cứ theo tỷ lệ chuyển đổi để phán đoán khả năng bán hàng, và nếu khả năng này tương đối thấp, chúng tôi sẽ giảm giá thầu của bạn và giúp bạn tiết kiệm chi phí.
- **Giá thầu động - tăng hoặc giảm (dynamic bids - up and down):** Nếu bạn muốn quảng cáo của mình linh hoạt hơn, chẳng hạn khi khả năng bán hàng tương đối cao sẽ sử dụng mức giá thầu cao hơn để giành nhiều cơ hội hiển thị hay khi khả năng bán hàng tương đối thấp sẽ giảm mức giá thầu để tiết kiệm chi phí thì đề xuất lựa chọn tùy chọn này.
- **Giá thầu cố định (fixed bids):** Nếu bạn thực sự chắc chắn về mức giá thầu của các từ khóa hay sản phẩm của mình và không muốn có bất kỳ thay đổi nào trong giá thầu quảng cáo, thì bạn có thể chọn tùy chọn này.
- **Điều chỉnh mức giá thầu theo vị trí quảng cáo (adjust bids by placement (replaces Bid+)):** Nếu bạn cho rằng vị trí quảng cáo có ảnh hưởng đến hiệu quả quảng cáo sản phẩm của mình, bạn có thể tự chọn các vị trí quảng cáo có hiệu quả tốt nhất cũng như đặt khoảng giá thầu rộng hơn cho vị trí này, để sản phẩm có thể giành được vị trí quảng cáo đầy lý tưởng.



2.1.3 Tạo nhóm quảng cáo bằng cách nhập tiêu đề vào phần “Creat an ad group (Tạo nhóm quảng cáo)”

Khuyến nghị bạn nên phân nhóm các sản phẩm theo danh mục và phạm vi giá để tiện quản lý thống nhất trong tương lai.

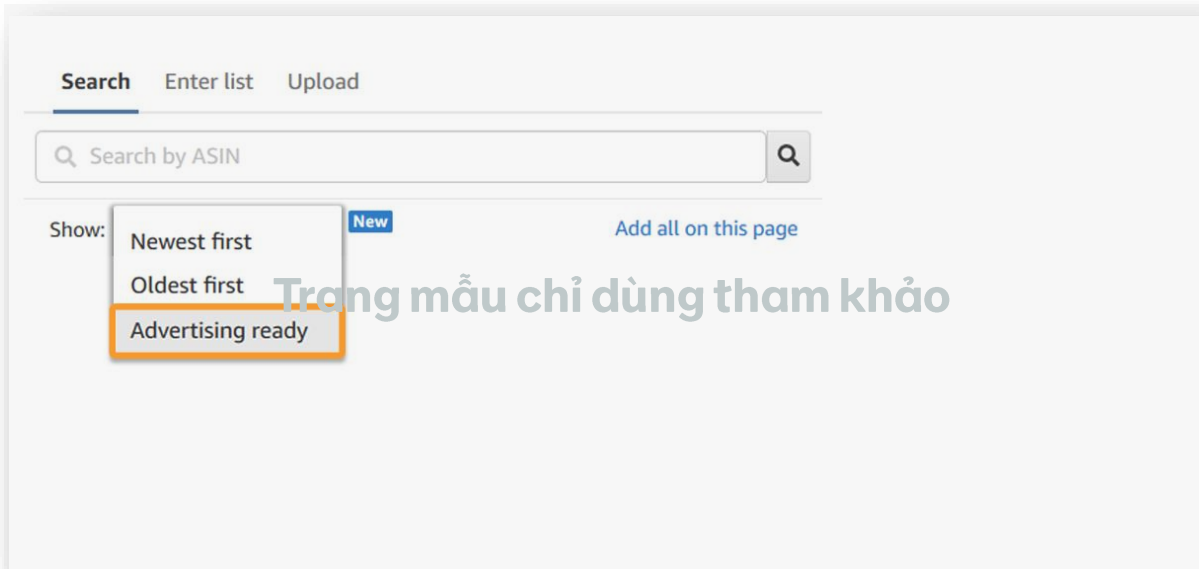
(Xem trang tiếp theo)



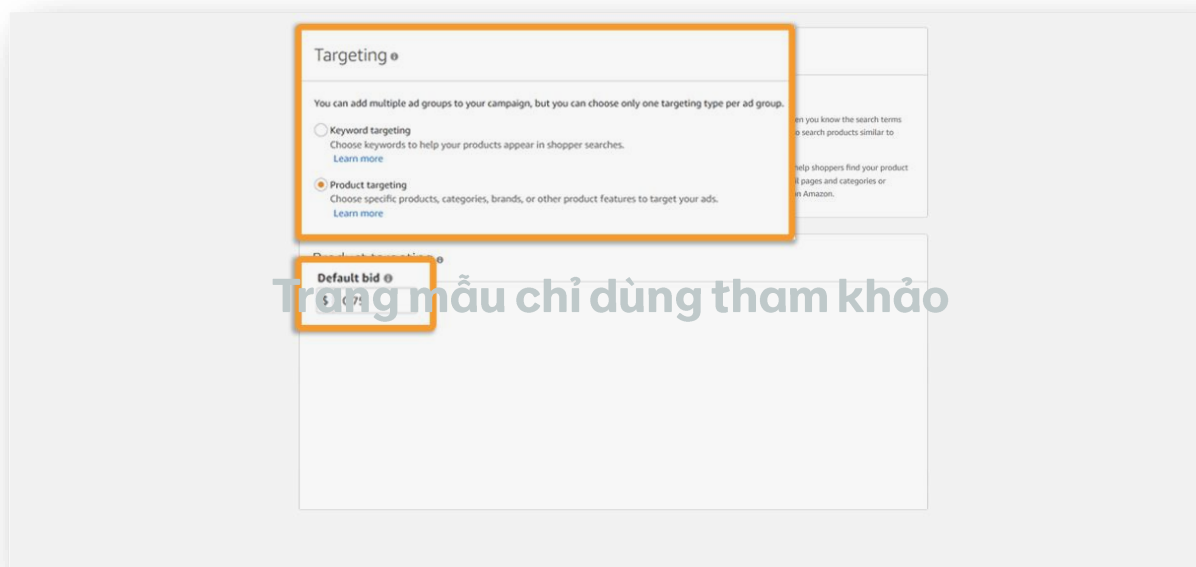
2.1.4 Lựa chọn sản phẩm bạn muốn quảng cáo

Về lựa chọn sản phẩm, đề xuất chọn sản phẩm ưu tiên để tiến hành quảng cáo, đồng thời đảm bảo rằng giá cả có sức cạnh tranh, như thế hoạt động quảng cáo của bạn có khả năng đạt được hiệu quả gấp nhiều lần trên cùng một mức chi ra.

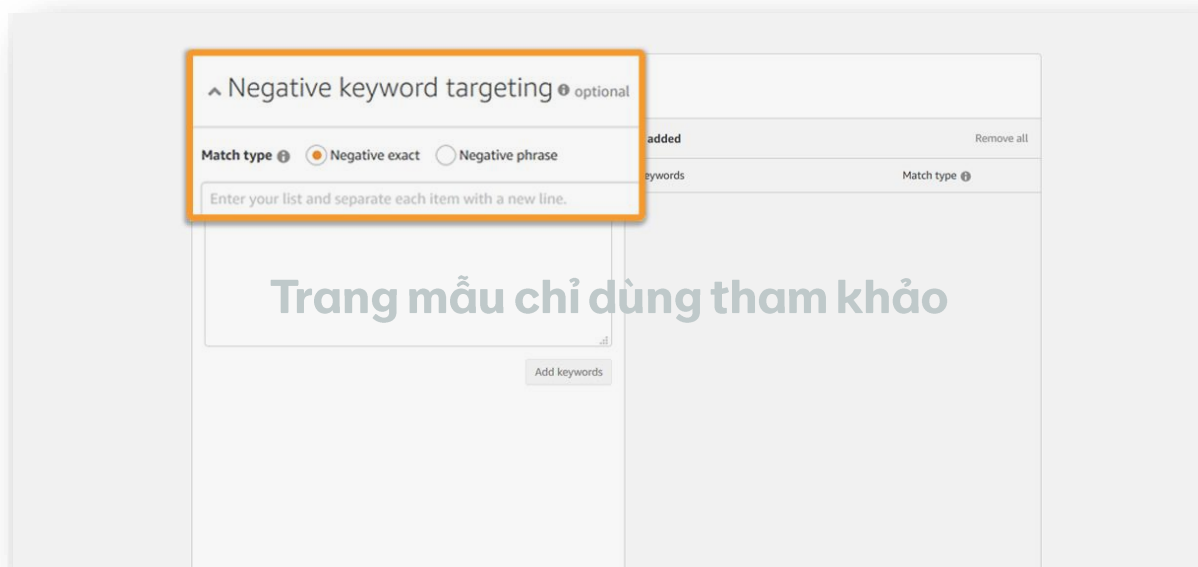
Trên trang “Thêm hoạt động quảng cáo”, hãy nhập ASIN cần được hiển thị quảng cáo, và chọn tùy chọn “Advertising ready (Sản phẩm quảng cáo ưu tiên)” trong danh sách sản phẩm sở xuống. Tính năng này có thể lọc ra các sản phẩm không cần ưu tiên quảng cáo, đồng thời đưa các sản phẩm cần ưu tiên trong danh mục đã chọn lên những vị trí đầu tiên, người bán có thể nhờ vào chức năng này để sàng lọc các sản phẩm có sức hút lớn đối với khách hàng.



2.1.5 Nhập keyword targeting & product targeting (từ khóa và điều kiện hiển thị sản phẩm) cùng giá thầu (default bid)



2.1.6 Thêm Negative keyword targeting (từ khóa phủ định¹ (tùy chọn))



1. Negative keyword (Từ khóa phủ định): Từ khóa phủ định dùng để chỉ từ khóa sản phẩm mà bạn cần loại trừ trong quảng cáo, khi bạn đặt một từ làm từ khóa phủ định thì nếu người tiêu dùng tìm kiếm từ đó, sản phẩm của bạn sẽ không xuất hiện trong kết quả tìm kiếm.

2.1.7 Kích hoạt Launch Campaign (quảng cáo của bạn)

Trước khi gửi đi, vui lòng kiểm tra lại tất cả thông tin để đảm bảo rằng quảng cáo của bạn có thể suôn sẻ vượt qua quá trình xét duyệt.

- Các hoạt động quảng cáo sử dụng Amazon để tự động nắm bắt tài liệu quảng cáo, thông thường có thể được hiển thị trong vòng **1-2 giờ** sau khi bạn gửi lên;
- Đối với các hoạt động quảng cáo có chứa các tài liệu quảng cáo do bạn tự tải lên sẽ chỉ được hiển thị sau khi đã thông qua quá trình xét duyệt của Amazon, quá trình này thường hoàn tất trong vòng **24 giờ**, nhưng cũng có thể kéo dài đến 3 ngày làm việc;
- Chúng tôi sẽ gửi cho bạn một **email thông báo** để bạn biết quảng cáo của mình đã được chấp thuận hay chưa hoặc cần phải tiến hành thay đổi.

Automatic Targeting

Set default bid

\$ 0.75

Suggested bid: \$1.81 (\$1.18-\$2.95)

Set bids by targeting group

Trang mẫu chỉ dùng tham khảo

▼ Negative keyword targeting optional

▼ Negative product targeting optional

Save Launch campaign

Bạn không muốn đăng tải quảng cáo ngay lập tức?

Nếu bạn không muốn lập tức đăng tải các hoạt động quảng cáo của mình:

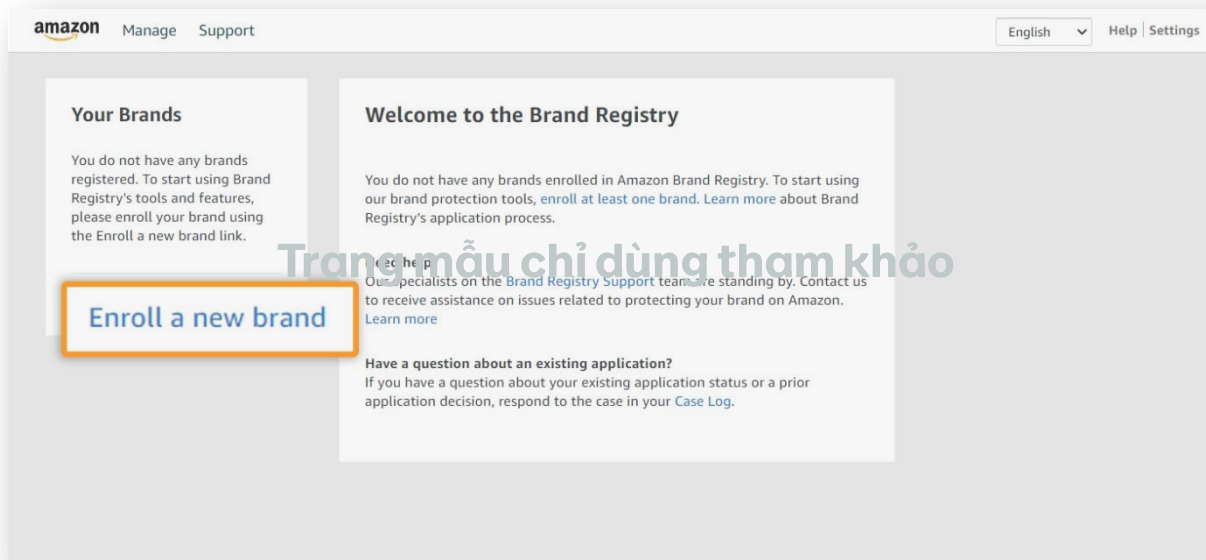
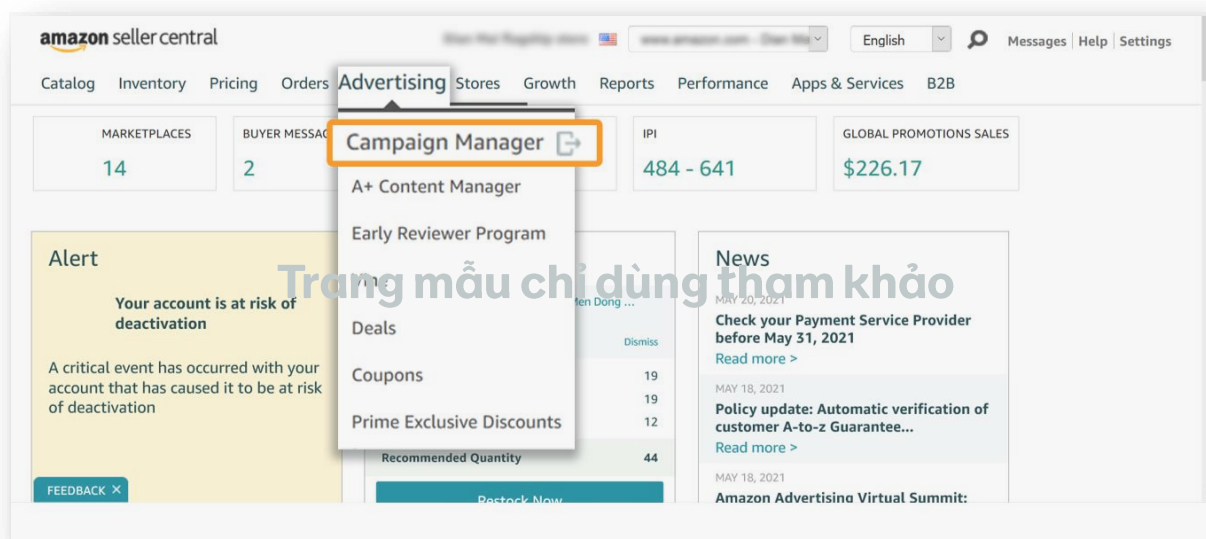
Bạn có thể lưu lại dưới dạng bản nháp. Bạn có thể kiểm tra lại các bản nháp đã lưu trên giao diện trang "Trình quản lý quảng cáo > Bản nháp".

Làm thế nào để thiết lập quảng cáo trong thời gian từng sản phẩm mới?

Nếu bạn không biết cách tối ưu hóa phương thức đặt giá thầu và phân phối, bạn có thể tham khảo hướng dẫn tương ứng từ [Quảng cáo Amazon](#)

2.2 Các bước tạo hoạt động Sponsored Brands (Quảng cáo thương hiệu)

Là người bán có thương hiệu, bạn có thể sử dụng Nhiều sản phẩm quảng cáo của Amazon, Đăng nhập vào Amazon Seller Central, chọn “Advertising (Quảng cáo)> Campaign Manager (Trình quản lý quảng cáo)”, sau đó nhấp vào nút “Continue (Tiếp tục)” bên dưới tab “Quảng cáo thương hiệu”. Nếu chưa đăng ký thương hiệu, bạn cần hoàn thành đăng ký thương hiệu mới (Enroll a new brand) để có thể thực hiện các bước tiếp theo.



Chú ý:

Đối với người bán trên Amazon, nếu trạng thái đăng ký của bạn trong đăng ký thương hiệu Amazon là “Đã chấp thuận”, nhưng vẫn xảy ra lỗi khi thử nghiệm tạo hoạt động quảng cáo thương hiệu, vui lòng liên hệ với chúng tôi để được hỗ trợ.

2.2.1 Nhập thông tin quảng cáo vào phần “Settings (Cài đặt)”

- **Campaign name (Tên hoạt động quảng cáo)** : Lưu ý đặt tên dễ phân biệt cho hoạt động quảng cáo của bạn, ví dụ như theo chủ đề quảng cáo (gia đình ấm áp, tình yêu ngọt ngào v.v.) để thuận tiện hơn cho việc quản lý sau này. Tên hoạt động quảng cáo sẽ không thể hiển thị tới bất kỳ người tiêu dùng nào.
- **Portfolio (Danh mục quảng cáo)** : Danh mục quảng cáo là một phương thức hoạt động quảng cáo, bạn có thể tiến hành phân quảng cáo của mình thành các nhóm nhỏ hơn tùy theo thương hiệu, sản phẩm, danh mục, phạm vi giá hoặc các loại khác (chẳng hạn như chủ đề hoặc chiến lược hiển thị).
- **Start – End (Ngày bắt đầu / Ngày kết thúc)**: Chọn ngày bắt đầu và ngày kết thúc phù hợp với chu kỳ hoạt động quảng cáo của bạn.
- **Budget (Ngân sách)**: Bạn có thể đặt ngân sách theo từng ngày hoặc theo từng chu kỳ.
- **Brand (Thương hiệu)**: Trong mỗi lần hoạt động Sponsored Brands (Quảng cáo thương hiệu), bạn có thể chọn nhiều loại sản phẩm cùng một thương hiệu để quảng bá, nhưng bạn không thể tạo một hoạt động quảng cáo cho nhiều thương hiệu.
- **Landing Page (Trang đích)**: Các tùy chọn của bạn bao gồm gian hàng chính hãng của thương hiệu, trang sản phẩm chi tiết hoặc tùy chỉnh, trang đích đơn giản hoặc tùy chỉnh, bạn có thể lựa chọn theo nhu cầu bản thân. Nếu bạn chọn một gian hàng chính hãng của thương hiệu làm trang đích, thì bạn bắt buộc phải đảm bảo rằng các sản phẩm bạn quảng cáo đã được bán trong gian hàng.

The screenshot shows the 'Settings' form for an Amazon Advertising campaign. The form is divided into several sections:

- Campaign name**: A text input field containing 'Campaign - 5/21/2021 18:12:53'.
- Portfolio**: A dropdown menu currently set to 'No Portfolio'.
- Start** and **End**: Two date input fields. 'Start' is set to 'May 21, 2021' and 'End' is set to 'No end date'.
- Budget**: A section with a currency symbol '\$', a budget amount input field, and a dropdown menu set to 'Daily'.
- Brand**: A dropdown menu for selecting a brand.
- Landing page**: A section with two radio buttons. The first is selected and labeled 'Amazon Store (including subpages)'. Below it are two dropdown menus: 'Choose a Store' and 'Choose a page' (set to 'Home'). A 'See page' link is also present. The second radio button is labeled 'New landing page' and has a note: 'Choose products to display on the landing page for your ad. At least 2 products on the landing page must be available for purchase at all times, or the campaign will be paused.'

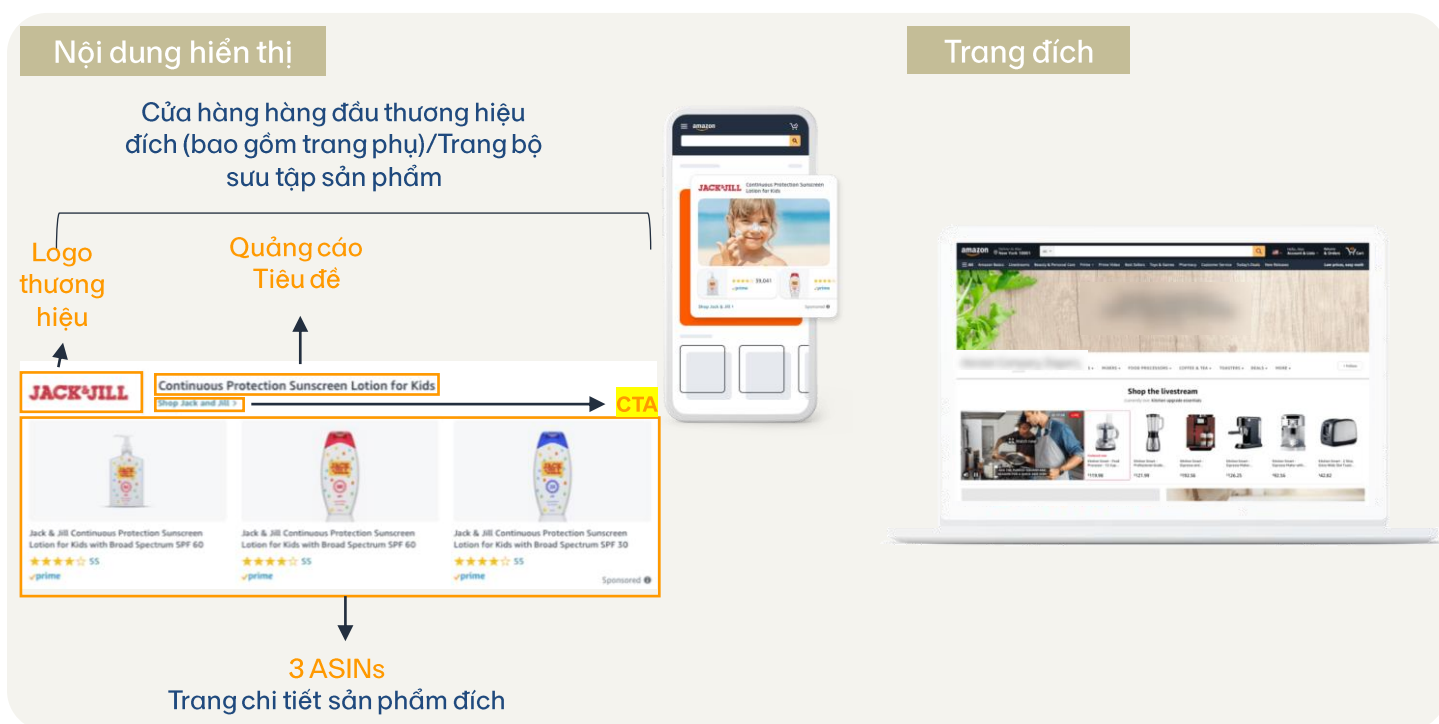
A large watermark 'Trang mẫu chỉ dùng tham khảo' is overlaid across the center of the screenshot.

2.2.2 Chọn định dạng quảng cáo

Bạn có thể chọn bất kỳ định dạng Sponsored Brands nào, bao gồm bộ sưu tập, tiêu điểm cửa hàng hàng đầu thương hiệu và video.

Định dạng 1: Định dạng bộ sưu tập

Sử dụng hình ảnh để thu hút lưu lượng truy cập đến trang chi tiết sản phẩm, giúp quảng bá cho nhiều sản phẩm. Đồng thời, Logo thương hiệu, tiêu đề quảng cáo và hình ảnh tùy chỉnh (tùy chọn thêm) còn hỗ trợ thu hút lưu lượng truy cập cho cửa hàng hàng đầu thương hiệu. Bạn còn được chọn sản phẩm muốn quảng bá, hệ thống sẽ tạo trang đích cho bạn hoặc bạn có thể tùy chỉnh trang đích của mình.



Định dạng 2: Định dạng tiêu điểm Brand Flagship Store (Cửa hàng hàng đầu thương hiệu)

Nếu sử dụng định dạng này, sau khi tương tác với quảng cáo của bạn, khách hàng sẽ được dẫn đến Brand Flagship Store, trong đó có bao gồm cả trang phụ. Đồng thời, bạn cũng có thể đặt tiêu đề quảng cáo và Logo thương hiệu độc quyền dựa trên nhu cầu tâm lý của người tiêu dùng. Bạn cũng có thể hiển thị kịch bản sử dụng sản phẩm thông qua hình ảnh tùy chỉnh (tùy chọn thêm) để gây ấn tượng với người tiêu dùng.



Định dạng 3: Định dạng video

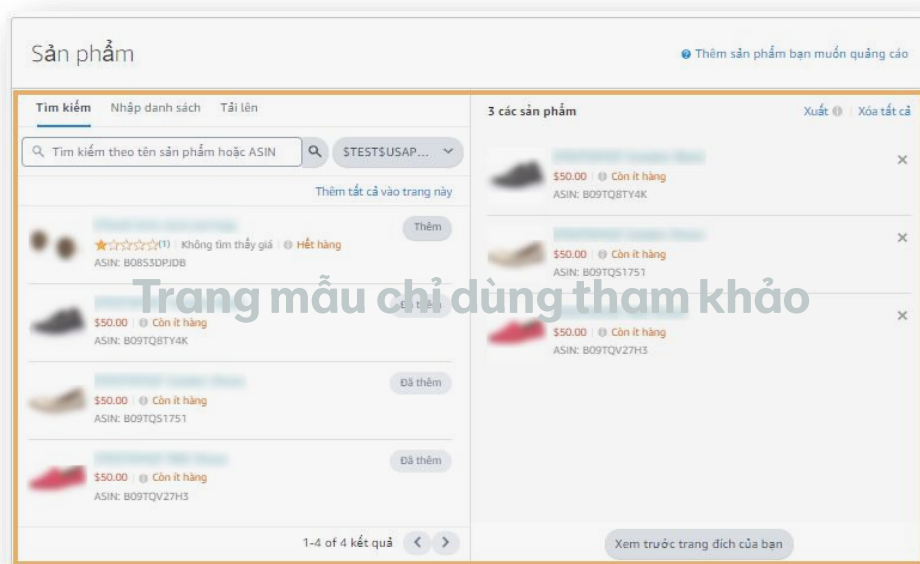
Sử dụng định dạng này giúp bạn có thể hiển thị sản phẩm riêng lẻ bằng video tự động phát. Hiểu rõ người tiêu dùng, nắm bắt giai đoạn phát triển của thương hiệu và làm rõ định vị thương hiệu, từ đó thu hút lưu lượng truy cập một cách chuẩn xác thông qua video sáng tạo.



2.2.3 Chọn sản phẩm/trang phụ muốn quảng cáo:

Khi chọn định dạng bộ sưu tập, bạn phải **cung cấp ít nhất 3 loại sản phẩm** (tối đa không quá 100 loại); khi bạn chọn định dạng video thì cần chọn 1 sản phẩm quảng bá. Để đảm bảo hiệu quả quảng bá, bạn có thể tham khảo những gợi ý dưới đây khi lựa chọn sản phẩm:

- Chọn các sản phẩm trong cùng một danh mục hoặc chọn các sản phẩm có từ khóa tương tự. Ví dụ, nếu sản phẩm bạn bán là tai nghe, bạn có thể chọn quảng bá các loại tai nghe khác nhau hoặc dụng cụ cuốn dây tai nghe, v.v.



- Khi sử dụng định dạng tiêu điểm cửa hàng hàng đầu thương hiệu, bạn cần chọn 3 trang phụ của cửa hàng hàng đầu thương hiệu được quảng bá.

Quảng cáo

Tên và logo thương hiệu

ABC test

Số ký tự còn lại: 22

Chỉnh sửa logo

Tiêu đề

Xem hướng dẫn tạo thông điệp

Tiêu đề của bạn ở đây

Số ký tự còn lại: 50

Trang Gian hàng

Thay đổi hoặc sắp xếp lại các trang bên dưới.

1 2 3

Special 9.99

Thay đổi trang

Chúng tôi đã thay đổi tên hiển thị sang viết hoa đầu câu để đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng của chúng tôi. Vui lòng đảm bảo các danh từ riêng và nhãn hiệu phù hợp được viết hoa chính xác.

Tên hiển thị

Special 9.99

Xem trước quảng cáo

Tìm kiếm hàng đầu: Quảng cáo tr...

1 trên 4

Where will my ad show?

amazon

Tiêu đề của bạn ở đây

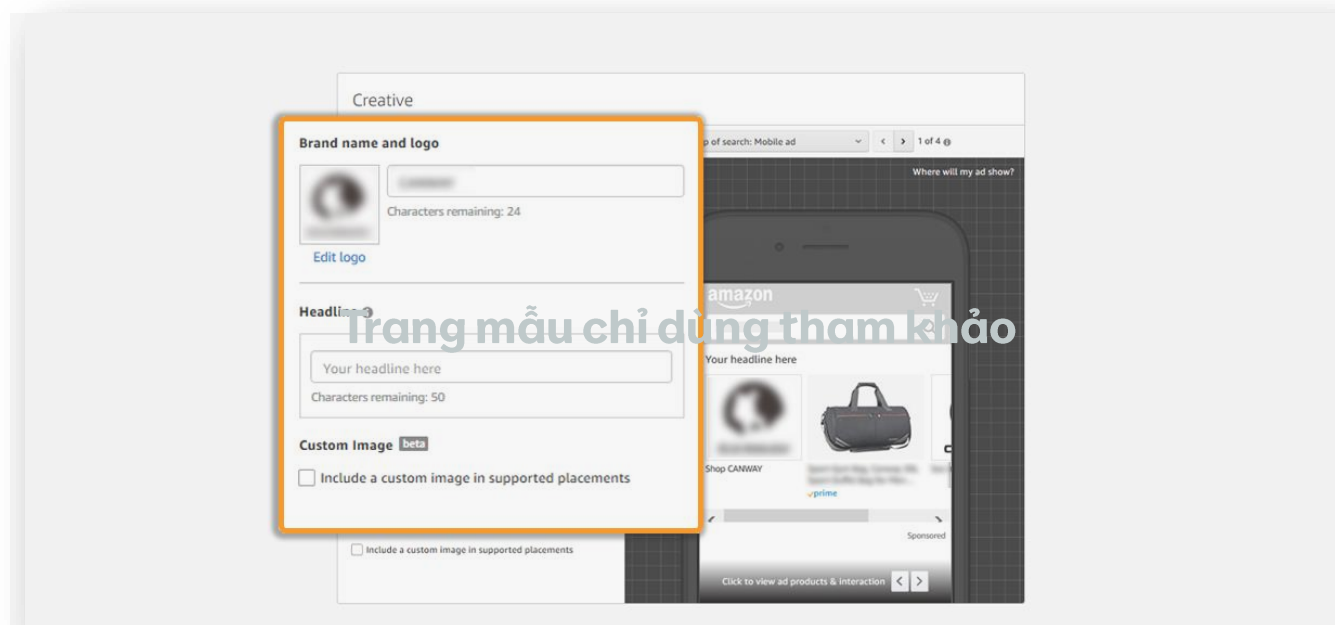
Special 9.99 Women Men

Shop the ABC test Store on Amazon > Sponsored

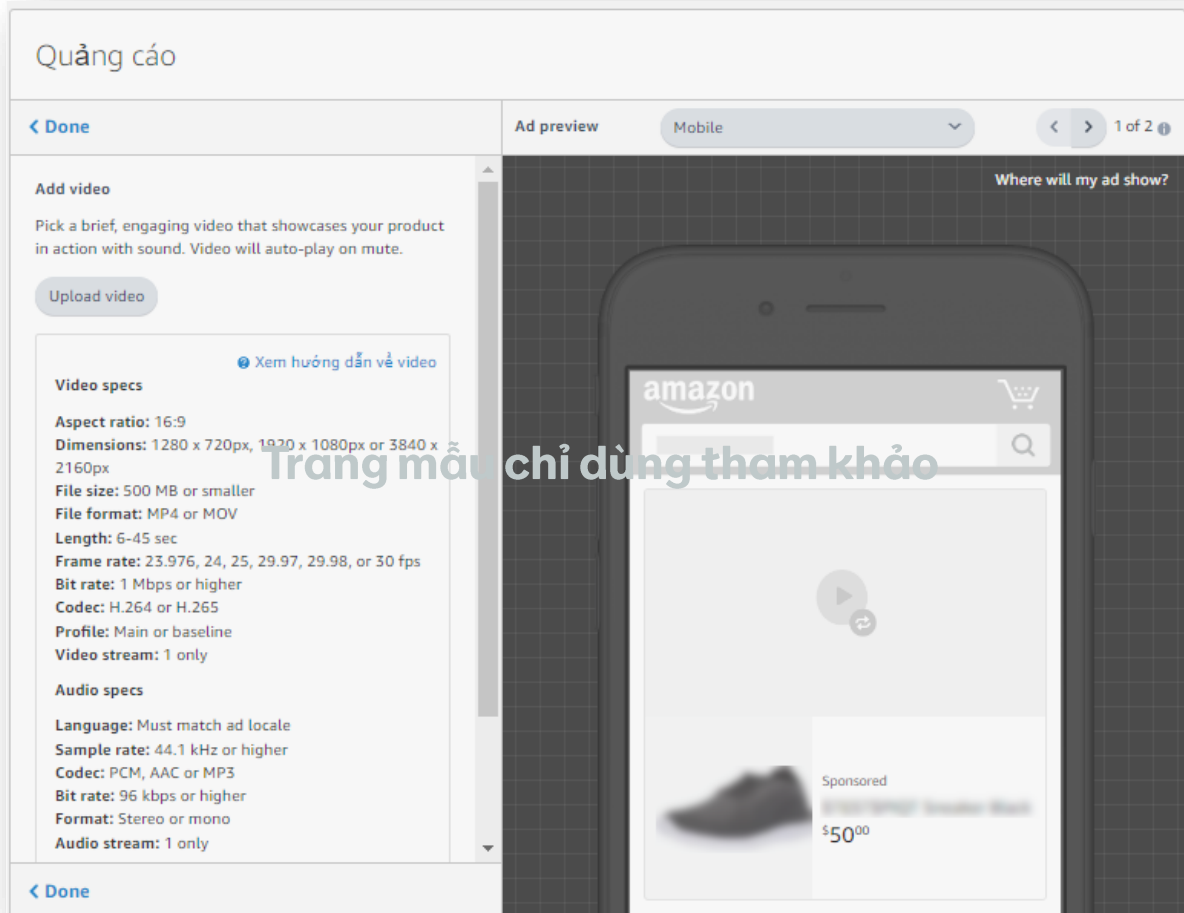
Trang mẫu chỉ dùng tham khảo

2.2.4 Đăng tải tài liệu quảng cáo của bạn

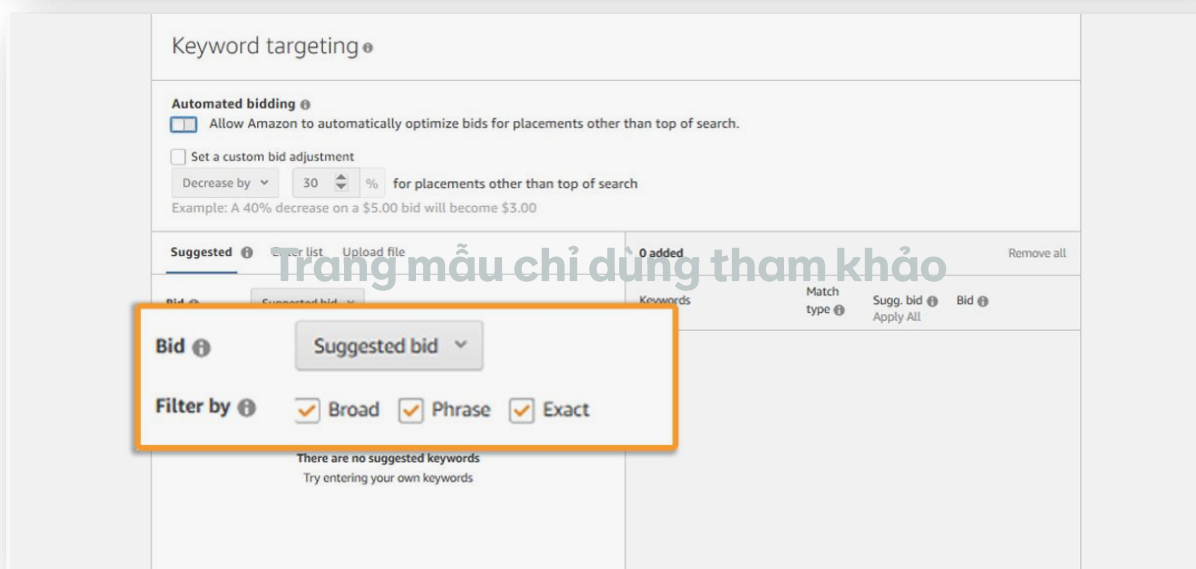
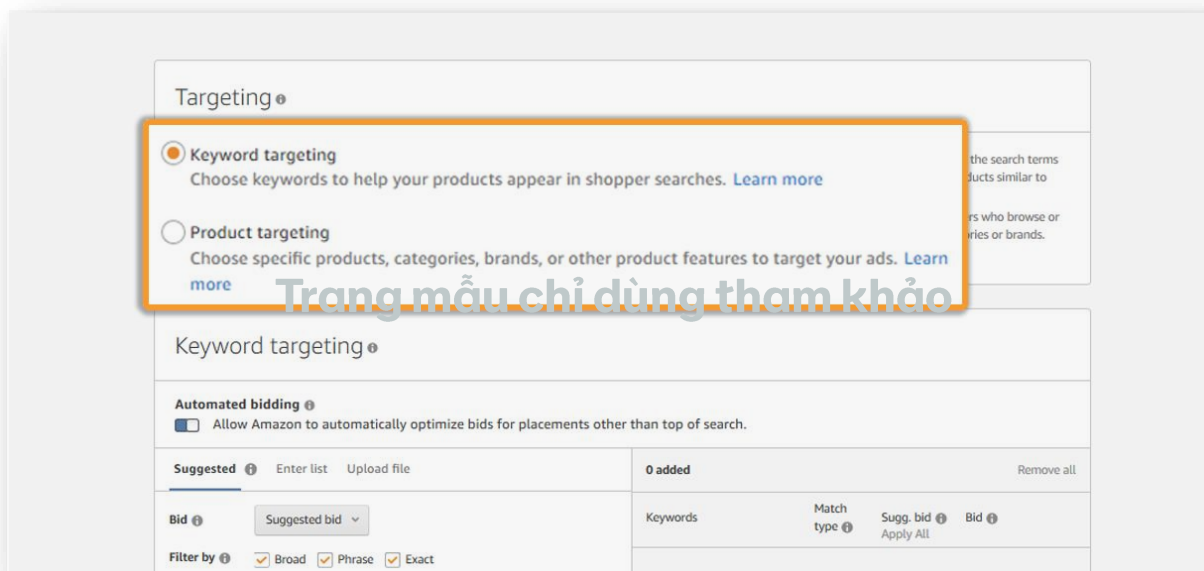
- **Brand name and logo (Tên thương hiệu và nhãn hiệu):** Dung lượng của hình ảnh nhãn hiệu phải dưới 1MB và kích thước phải là 400x400 pixel. Liên quan tới các hướng dẫn về nhãn hiệu, vui lòng tham khảo tại [chính sách chấp nhận tài liệu quảng cáo nhãn hiệu thương hiệu](#).
- **Hình ảnh tùy chỉnh:** Hình ảnh tùy chỉnh không phải là hình ảnh sản phẩm độc lập hay nhãn hiệu thương hiệu. Bạn có thể đăng tải hình ảnh sản phẩm hoặc nhãn hiệu xuất hiện trong cảnh đời thường. Ngoài ra, khi chọn hình ảnh tùy chỉnh, bạn cần chú ý một số điểm sau:
 - Bạn phải tải lên nhãn hiệu trong trường “Nhãn hiệu hàng hóa” thì mới có thể tham gia quảng bá;
 - Hình ảnh tùy chỉnh sẽ được hiển thị tại các vị trí quảng cáo trên cùng của trang kết quả tìm kiếm trong các ứng dụng hay trang trình duyệt của thiết bị di động;
 - Vui lòng chọn ảnh có kích thước ít nhất 1200x628 pixel, ảnh phải nhỏ hơn 1MB và ở định dạng tệp PNG, JPEG hoặc GIF;
 - Để biết thêm thông tin, vui lòng tham khảo [chính sách chấp nhận tài liệu quảng cáo hình ảnh tùy chỉnh](#).
- **Heading (Tiêu đề):** Nội dung dòng tiêu đề quảng cáo của bạn phải chứa thông tin thương hiệu của bạn.



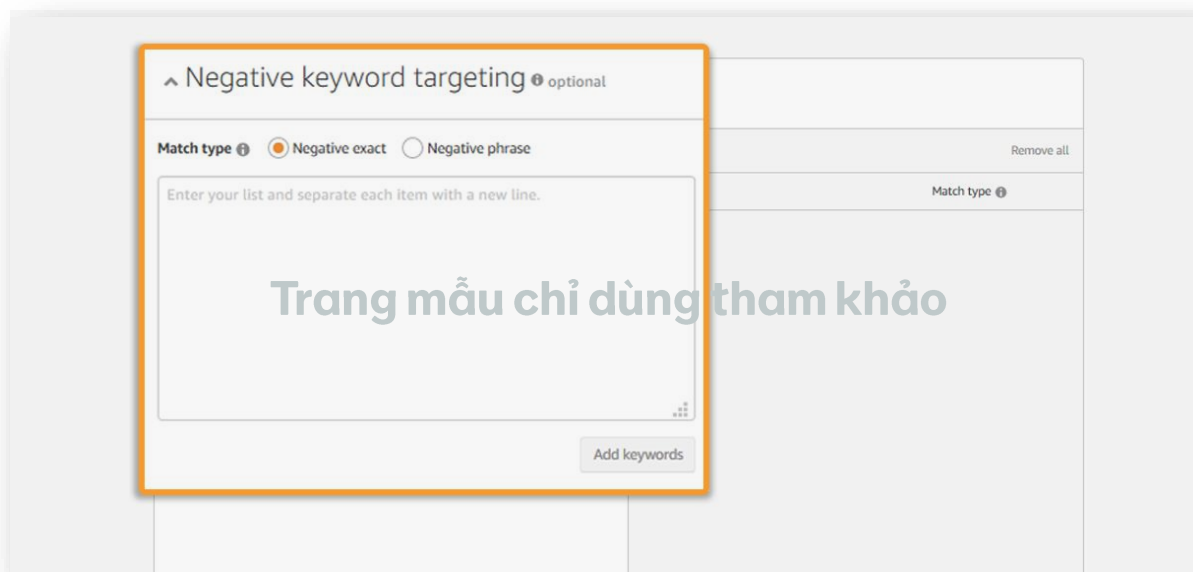
- **Video:** Đăng tải tài liệu video để sử dụng trong Sponsored Brands và chắc chắn rằng video đó tuân thủ chính sách xét duyệt.



2.2.5 Keyword targeting & product targeting (Chọn các điều kiện hiển thị của bạn) và Bid (nhập giá thầu)



2.2.6 Negative keyword targeting (optional) (Thêm từ khóa phủ định (tùy chọn))



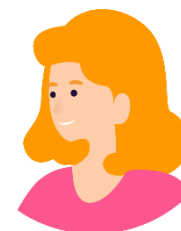
2.2.7 Gửi quảng cáo của bạn để xét duyệt



Tôi muốn vượt qua đợt xét duyệt sớm, có đề xuất đặc biệt nào dành cho tôi hay không?

Tuân thủ theo các đề xuất bên dưới để quảng cáo của bạn được chấp thuận nhanh hơn:

- Tránh các tiêu đề có giới hạn thời gian
- Không viết hoa tất cả các ký tự
- Kiểm tra lỗi ngữ pháp và lỗi sai chính tả
- Loại trừ các ký tự đặc biệt
- Nội dung phải chính xác và có thể kiểm chứng được
- Chỉ những danh mục sản phẩm đã được phê duyệt mới có thể tiến hành quảng bá
- Lựa chọn hình ảnh phù hợp

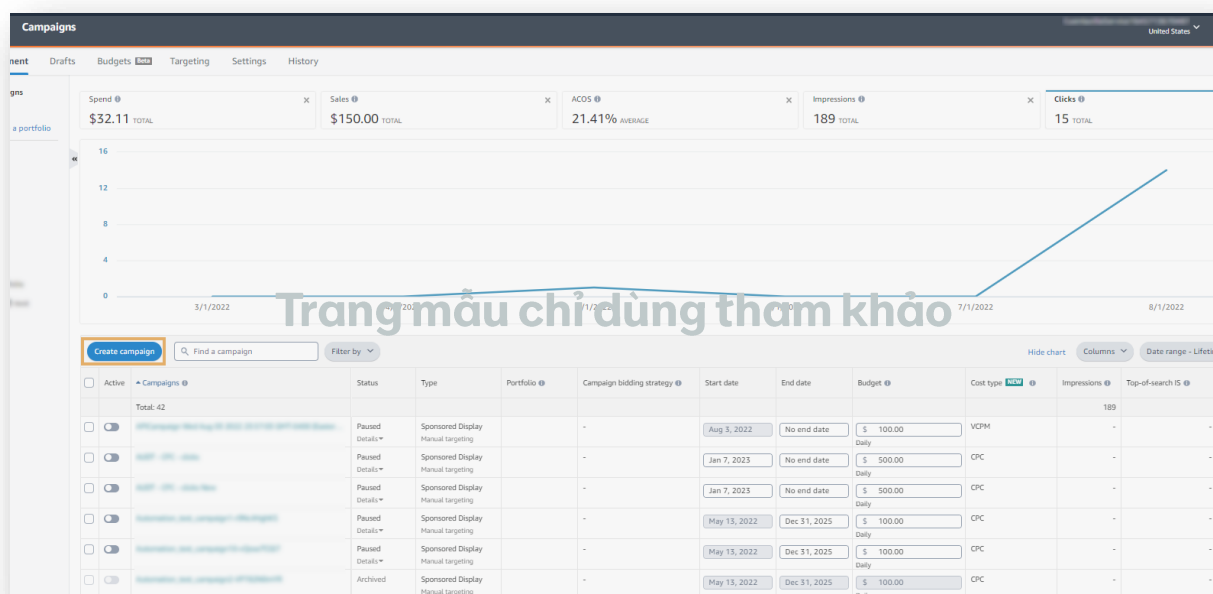


Chú ý:

Sau khi hoạt động quảng cáo của bạn được chấp thuận, bạn vẫn có thể chỉnh sửa chi tiết hoạt động quảng cáo, chẳng hạn như trang đích, tài liệu quảng cáo và sản phẩm, bằng cách đăng nhập vào Amazon Seller Central, vào trang hoạt động quảng cáo, sau đó nhấp vào “Tài liệu quảng cáo > Chỉnh sửa tài liệu quảng cáo”.

2.3 Các bước tạo hoạt động Sponsored Display (Quảng cáo hiển thị)

Đăng nhập vào Nền tảng quảng cáo trên Amazon, chọn “Trình quản lý quảng cáo > Tạo chiến dịch quảng cáo” và nhấp vào nút “Tiếp tục” bên dưới “Quảng cáo hiển thị”. Nếu chưa đăng ký thương hiệu, bạn phải đăng ký thương hiệu trước khi thực hiện các bước tiếp theo.



This section contains three promotional cards for Amazon advertising products. Each card has a header, a representative image, a descriptive paragraph, and a "Tiếp tục" (Continue) button. A large watermark "Trang mẫu chỉ dùng tham khảo" is overlaid across the middle of the cards.

- Sponsored Products:** "Quảng bá sản phẩm cho những người mua hàng chủ động tìm kiếm bằng các từ khóa liên quan hoặc xem các sản phẩm tương tự trên Amazon." Button: "Tiếp tục".
- Sponsored Brands:** "Giúp người mua hàng khám phá thương hiệu và sản phẩm của bạn trên Amazon với bằng quảng cáo có nội dung phong phú và mang tính tương tác." Button: "Tiếp tục". Below the button is a link: "Khám phá Sponsored Brands".
- Sponsored Display:** "Phát triển doanh nghiệp của bạn bằng cách tiếp cận đối tượng có liên quan trong và ngoài Amazon." Button: "Tiếp tục". Below the button is a link: "Khám phá Sponsored Display".

2.3.1 Nhập thông tin quảng cáo vào phần Settings (Cài đặt)

- **Campaign name (Tên hoạt động quảng cáo):** Đặt tên để phân biệt cho hoạt động quảng cáo, ví như đặt tên theo chủ đề quảng cáo để thuận tiện hơn cho việc quản lý sau này. Tên hoạt động quảng cáo sẽ không thể hiển thị tới bất kỳ người tiêu dùng nào.
- **Daily budget (Ngân sách hàng ngày):** ngân sách hàng ngày là mức chi ra cho các hoạt động quảng cáo mỗi ngày, thiết lập ngân sách hàng ngày hợp lý là cách thức quan trọng giúp bạn kiểm soát chi phí quảng cáo.
- **Start-End (Ngày bắt đầu / Ngày kết thúc):** Chọn ngày bắt đầu và ngày kết thúc phù hợp với kế hoạch quảng cáo của bạn.

Create campaign

Settings

Campaign name ⓘ
Campaign - 5/21/2021 18:26:53

Start ⓘ **End** ⓘ
May 21, 2021 No end date

Daily budget ⓘ
\$ 100.00

Choosing an end date ensures your ads are always active, so you don't miss out on impressions or clicks.

Most campaigns with a budget over \$100.00 run throughout the day.

2.3.2. Creat an ad group (Tạo nhóm quảng cáo)

Create an ad group

An ad group is a group of ads sharing the same set of products. Consider grouping products that fall within the same category and price point range.

Settings

Ad group name ⓘ
Ad group 1

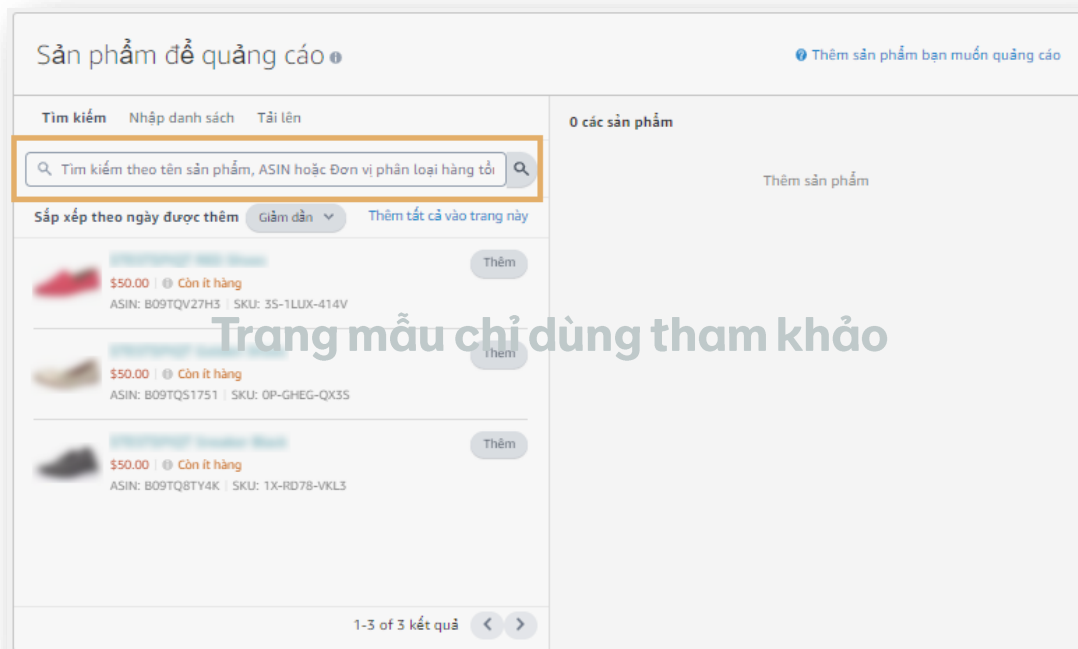
Product targeting
Choose specific products or categories to target your ads.

Audiences
Choose which audiences you want to see your ads.

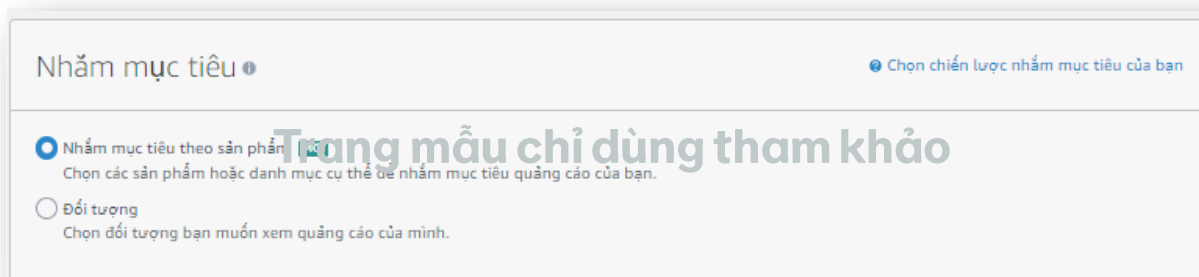
Details

- Placement: On Amazon
- Bids: per click (CPC)
- Creative customization: Yes

2.3.3 Chọn sản phẩm bạn muốn quảng cáo

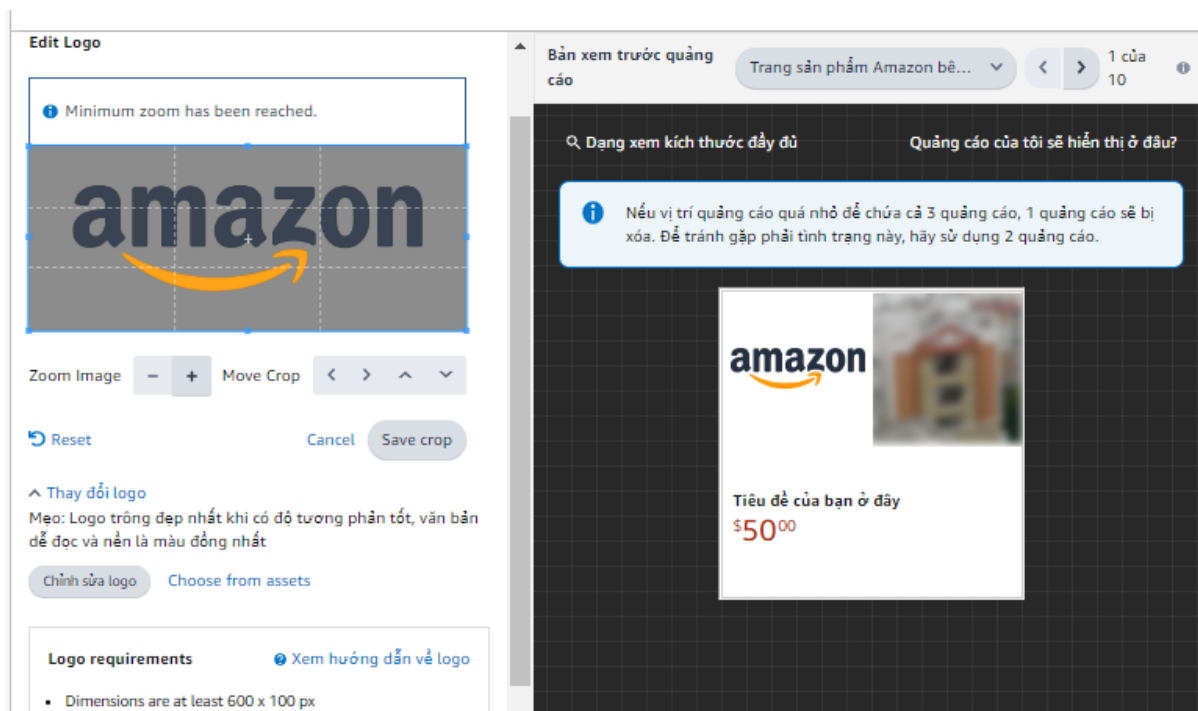


2.3.4 Chọn một tùy chọn phân bố quảng cáo có sẵn, chẳng hạn như phân bố quảng cáo theo người xem hoặc sản phẩm, và đặt thêm giá thầu



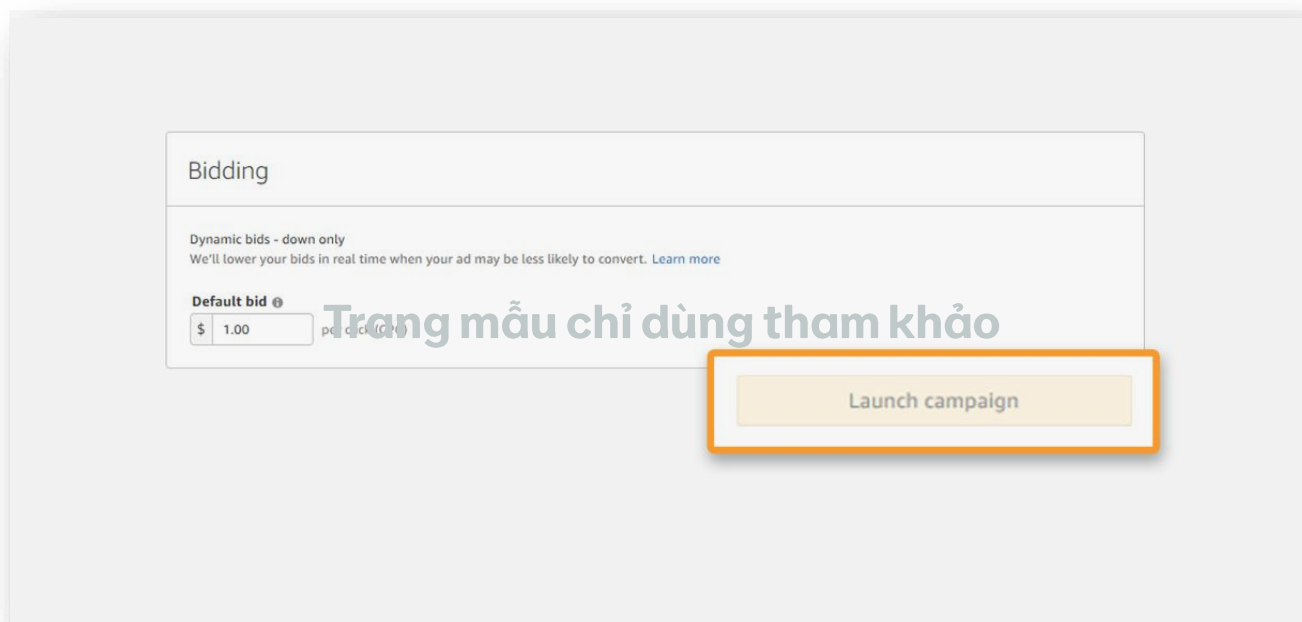
2.3.5 Thiết lập sáng tạo quảng cáo

Thêm Logo (biểu trưng) và dòng tiêu đề vào quảng cáo của bạn hoặc thêm hình ảnh tùy chỉnh.



2.3.6 Gửi quảng cáo của bạn

Vui lòng kiểm tra tất cả thông tin trước khi gửi để đảm bảo quá trình xét duyệt diễn ra suôn sẻ.



Lưu ý:

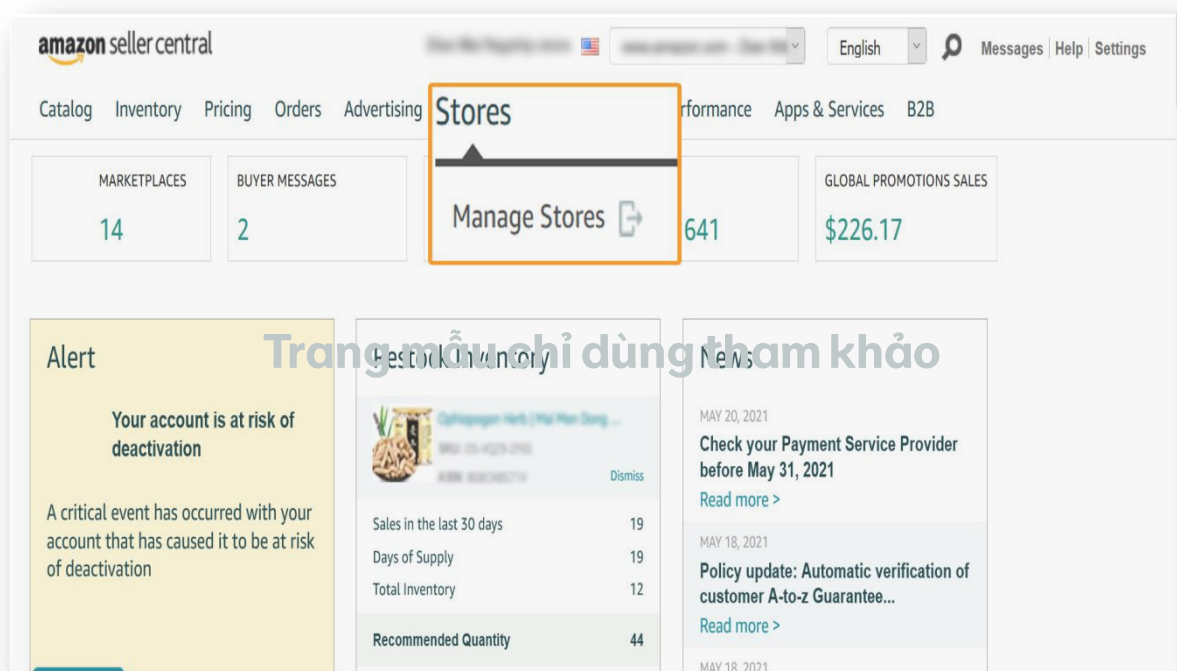
Nếu tiêu chí phân phối quảng cáo của bạn là **lượt xem**, bạn có thể sử dụng thao tác hàng loạt để tạo chiến dịch quảng cáo hiển thị với số lượng lớn.

2.4 Các bước tạo Brand Flagship Store (Gian hàng chính hãng của thương hiệu)

Brand Flagship Store có thể trở thành trang đích cho các hoạt động quảng cáo khác của bạn, giúp bạn theo dõi hiệu quả của việc quảng cáo tốt hơn và củng cố người tiêu dùng thương hiệu, bạn có thể thực hiện theo các bước dưới đây để tạo, chỉnh sửa và tối ưu hóa gian hàng chính hãng của thương hiệu:

2.4.1 Tạo gian hàng chính hãng của thương hiệu mới

Đầu tiên, bạn cần đăng nhập vào [Amazon Seller Central](#), chọn “Stores (Gian hàng chính hãng của thương hiệu) > Manage Stores (Quản lý gian hàng)” và nhấp vào “Tạo gian hàng chính hãng của thương hiệu”, nếu bạn chưa đăng ký thương hiệu, thì trước tiên bạn cần hoàn tất quá trình đăng ký này.



- Nhập tên hiển thị thương hiệu của bạn;
Đây là tên thương hiệu bạn sẽ hiển thị tới người tiêu dùng, tên hiển thị bằng tiếng Anh của thương hiệu sẽ được sử dụng trong các short link Amazon của Brand Flagship Store và đường dẫn của trang phân cấp bên trong trang gian hàng.
Chú ý: Tên hiển thị thương hiệu có phân biệt chữ hoa chữ thường.

Thương
hiệu
Nhân
hiệu

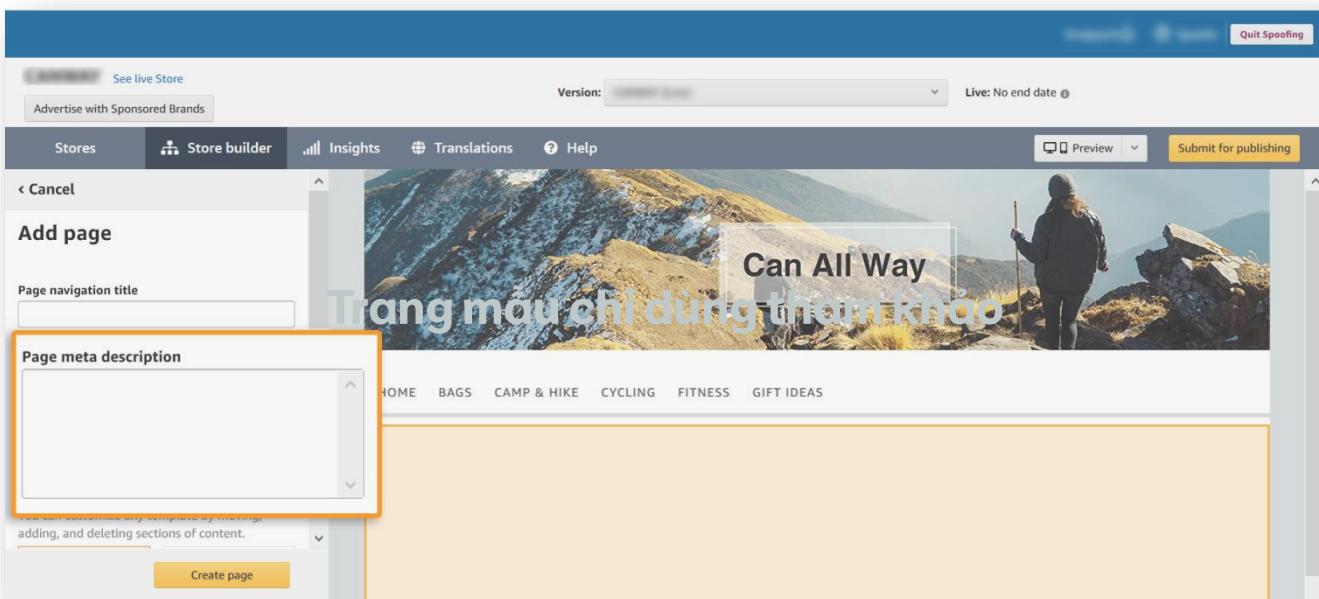
Tên hiển thị thương hiệu > [tiêu đề điều hướng trang](#)

[Giao diện trang chủ](#) [Danh mục A](#) [Danh mục B](#)

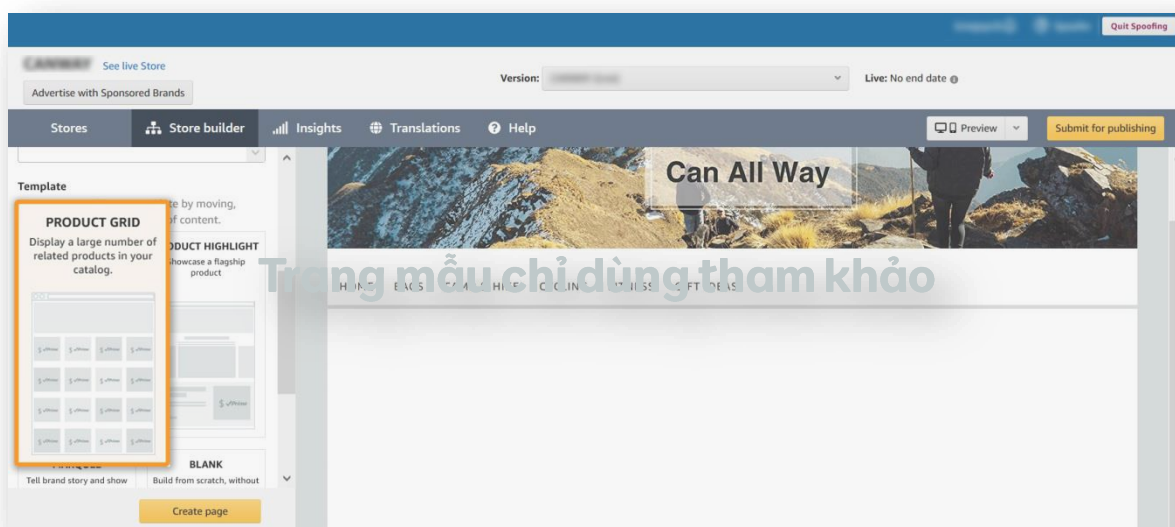


<https://www.amazon.com/stores/page/>

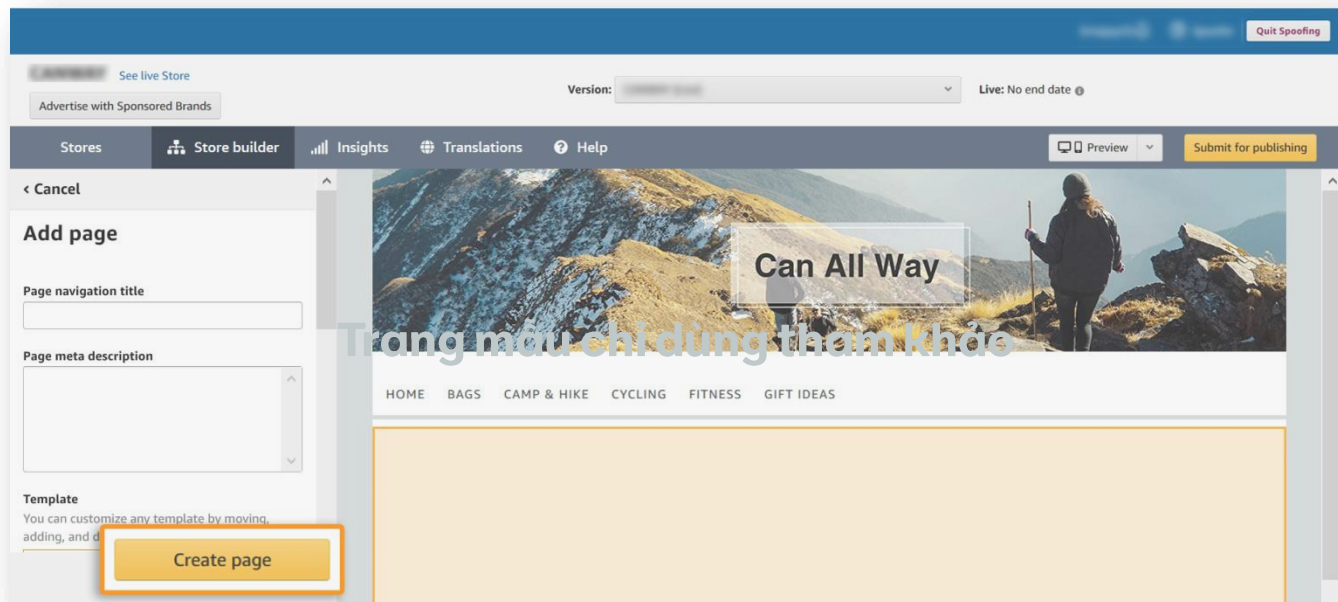
- Đăng tải nhân hiệu thương hiệu của bạn và nhấp vào "Tiếp theo".
- Trong hộp thoại "Page meta description (Mô tả nội dung trang)", nhập nội dung tóm tắt trang, nó sẽ được hiển thị ở đầu của các trang kết quả tìm kiếm dưới dạng văn bản mô tả bổ sung cho Brand Flagship Store.



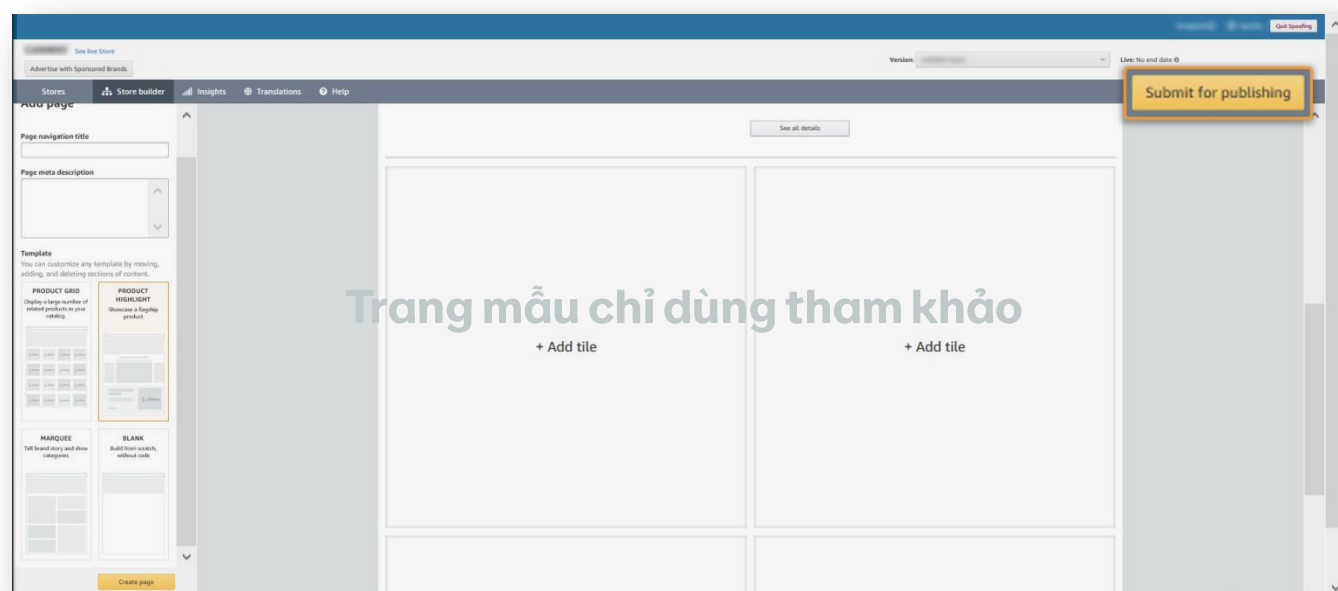
- Chúng tôi cung cấp mẫu trang, bạn có thể trực tiếp chọn các module thích hợp để nhanh chóng thiết lập trang theo yêu cầu của thương hiệu hay sở thích, hoặc bắt đầu từ một trang trống và xây dựng Brand Flagship Store của riêng bạn.



- Nhấp vào “Create page (Tạo trang)”, bắt đầu thêm nội dung vào Brand Flagship Store.



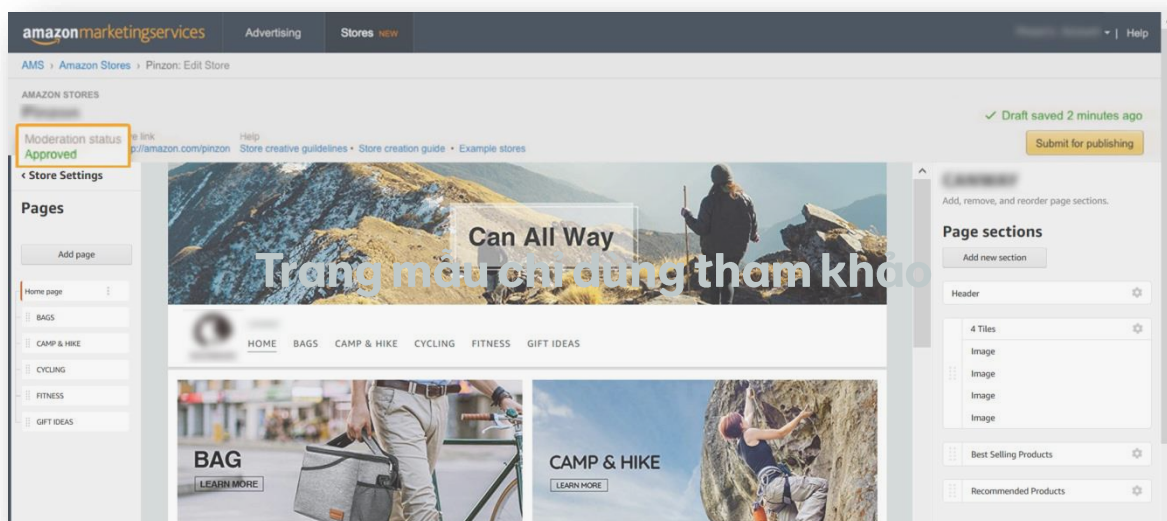
- Sau khi hoàn thành việc tạo Brand Flagship Store, bạn có thể nhấp vào "Submit for publishing (Gửi đi)". Tính năng gian hàng chính hãng của thương hiệu cung cấp hai tùy chọn đăng tải:
 - **Đăng tải tiêu chuẩn:** khi nội dung của bạn đã được xét duyệt, Brand Flagship Store sẽ ngay lập tức được hiển thị với người tiêu dùng. Để chọn tùy chọn này, hãy nhấp vào “Gửi đăng tải” trong cửa sổ pop-up.
 - **Đăng tải theo kế hoạch:** gian hàng chính hãng của thương hiệu theo ý mình. Để sử dụng tùy chọn này, hãy chọn hộp thoại tùy chọn nâng cao “Yêu cầu ngày đăng tải”, chọn ngày và giờ theo mong muốn và nhấp vào Gửi đi.



Chú ý:

Ngày và giờ mà bạn yêu cầu đăng tải bắt buộc phải muộn hơn **ít nhất 24 giờ so với thời điểm gửi**, để tiện cho việc xét duyệt. Nếu gian hàng chính hãng thương hiệu của bạn không được chấp thuận, bạn cần chỉnh sửa thông tin trước đó, gửi lại nội dung gian hàng chính hãng thương hiệu và đề nghị thời gian đăng tải.

- Bất kể bạn chọn tùy chọn đăng tải nào, sau khi gửi yêu cầu cho Brand Flagship Store Amazon sẽ tiến hành kiểm tra để đảm bảo rằng gian hàng của bạn phù hợp với các chính sách của Amazon. Sau khi hoàn thành xét duyệt, chúng tôi sẽ thông báo cho bạn, và bạn cũng có thể kiểm tra trạng thái xét duyệt của gian hàng trong bảng trạng thái xét duyệt

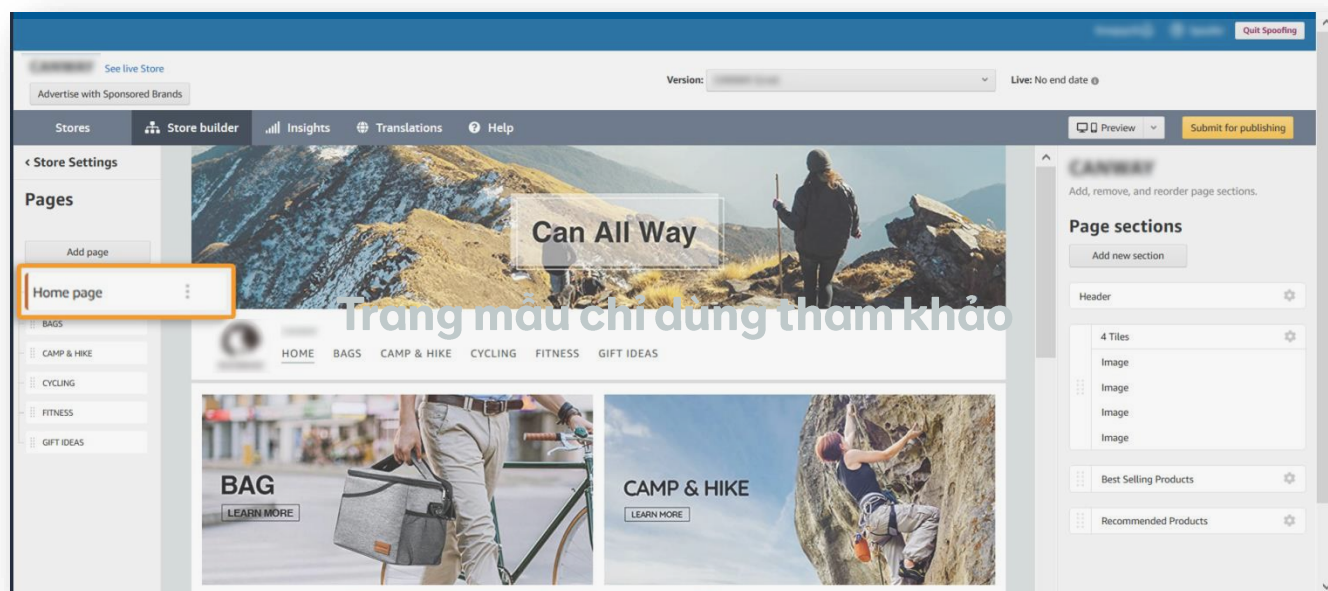


Để biết thêm chi tiết, vui lòng kiểm tra tại [xét duyệt Brand Flagship Store](#).

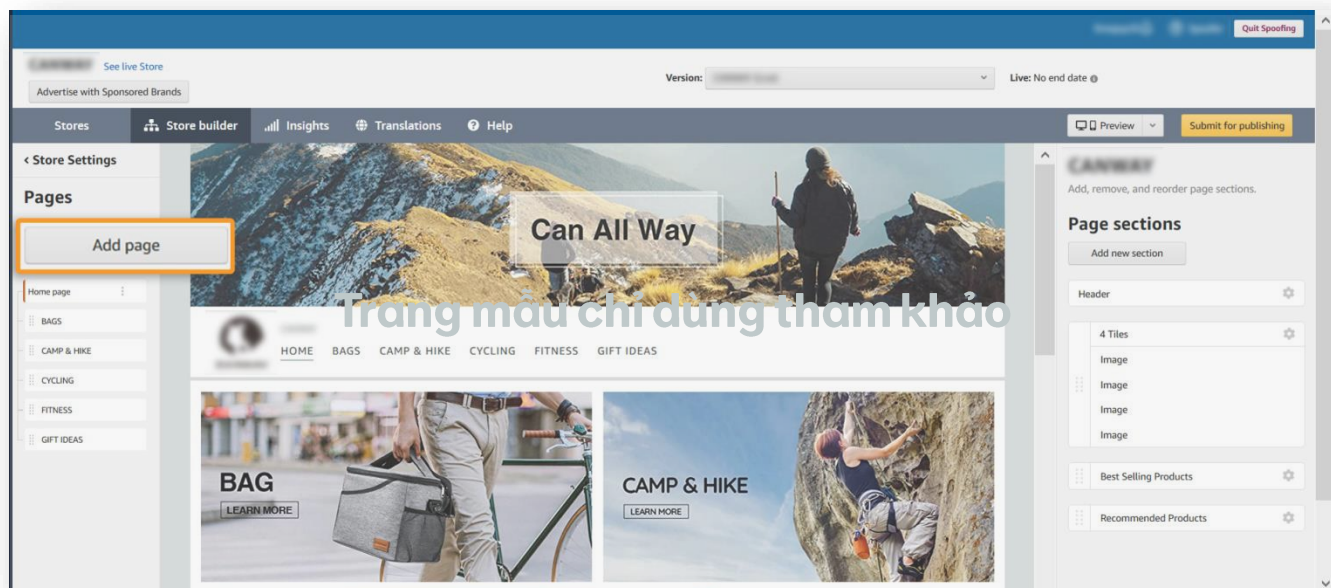
2.4.2 Chỉnh sửa trang Brand Flagship Store (Gian hàng chính hãng của thương hiệu)

Sau khi tạo Brand Flagship Store, bạn vẫn có thể chỉnh sửa trang gian hàng theo nhu cầu bản thân. Bạn có thể bắt đầu tạo một trang mới theo các bước dưới đây:

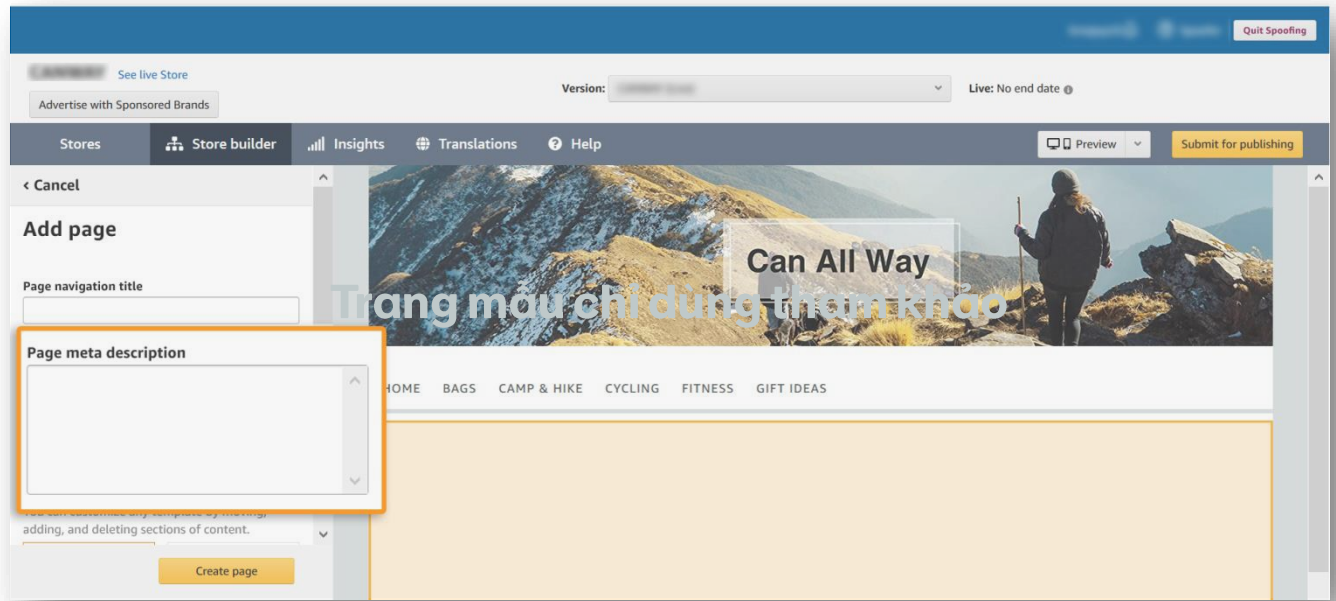
- Trong giao diện “Pages (Trang)”, nhấp vào trang hiện có để tạo trang thứ cấp.



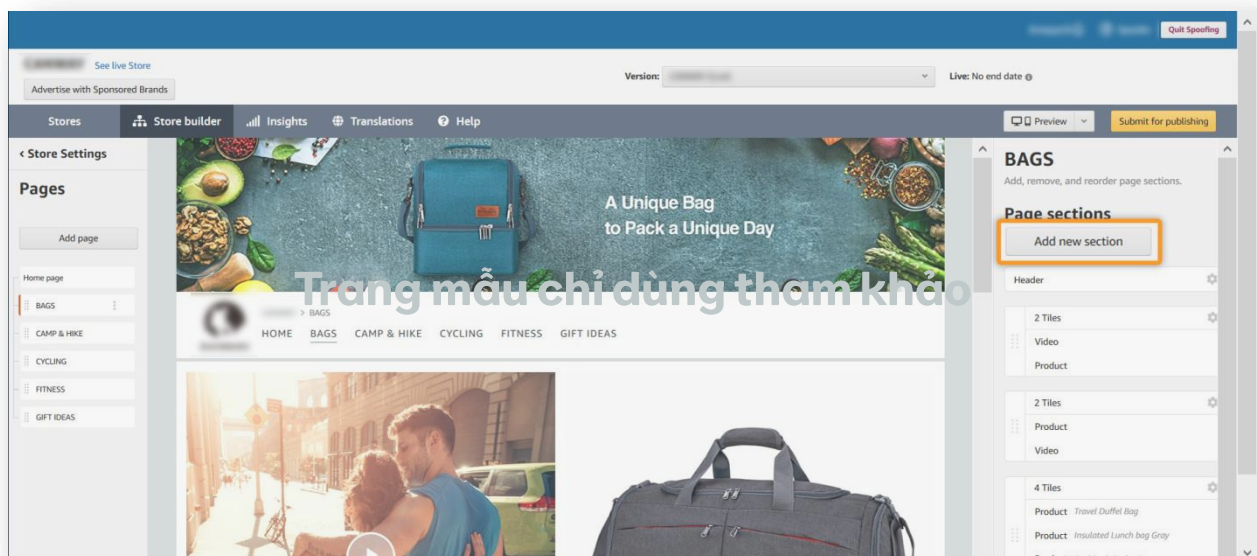
- Nhấp vào “Add page (Thêm trang)”.



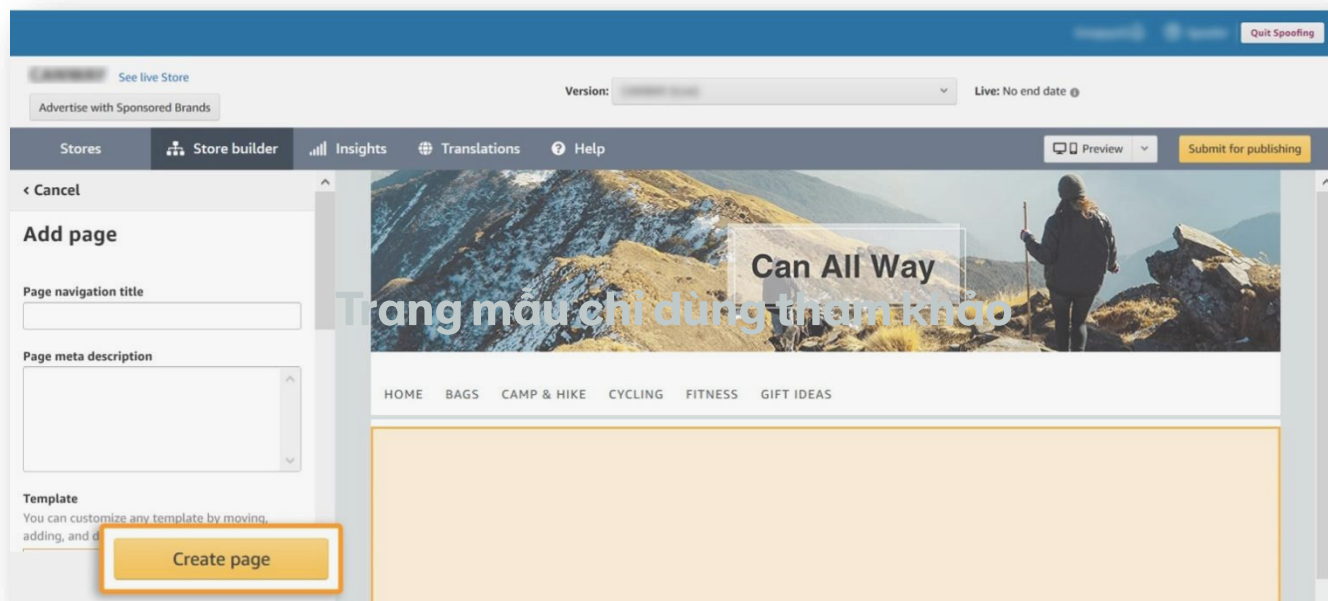
- Nhập tiêu đề điều hướng cho trang mới để thuận tiện cho việc truy xuất và xem lại sau này.
- Nhập mô tả nội dung cho trang này, tốt nhất là một miêu tả tóm tắt ngắn gọn về nội dung của trang.



- Chọn mẫu trang thích hợp.

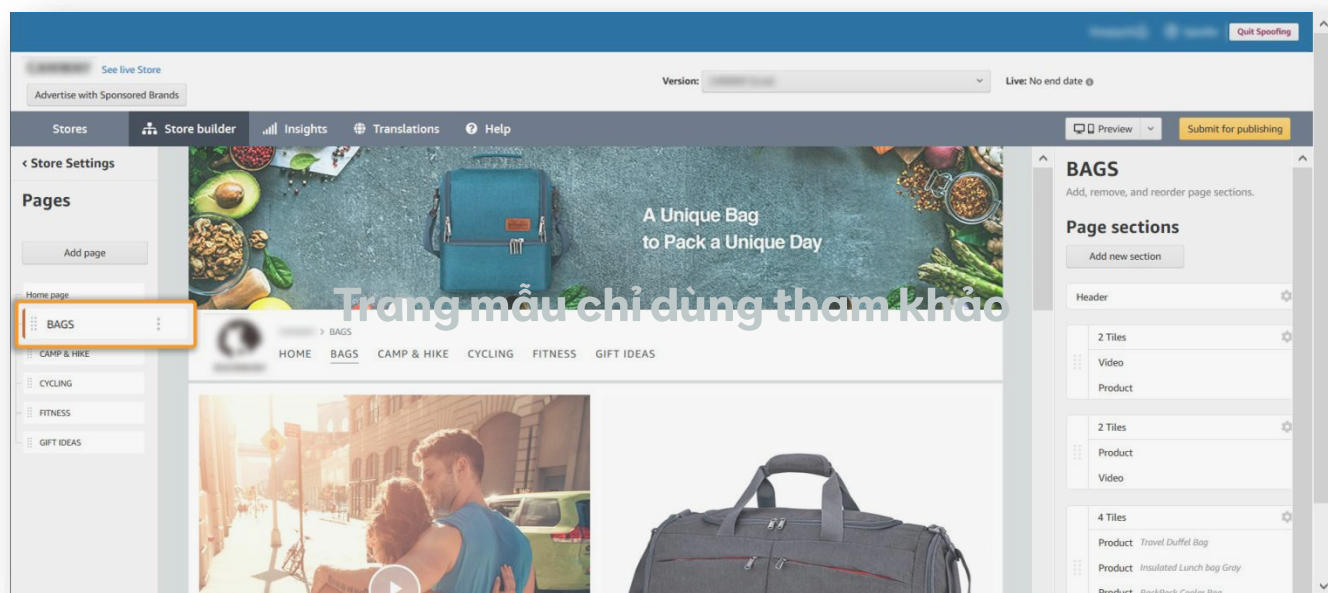


- Nhấp vào “Creat page (Tạo trang)” để bắt đầu thêm nội dung vào trang của bạn và thêm trang mới làm trang thứ cấp.

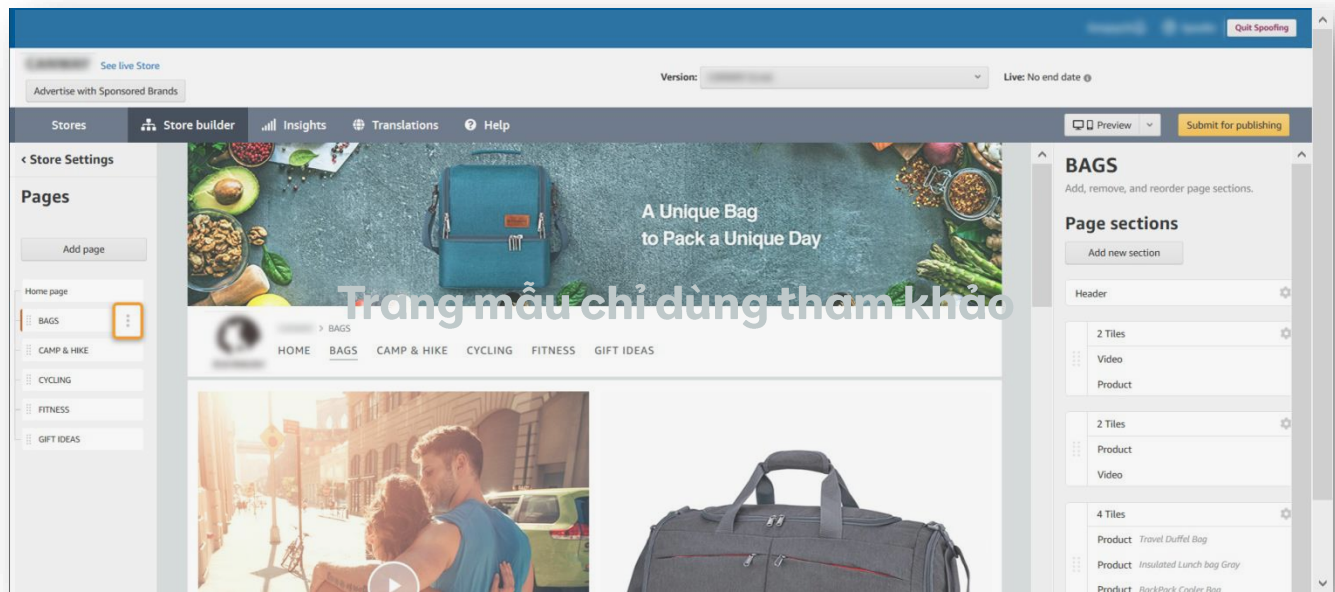


Trường hợp muốn chỉnh sửa tiêu đề điều hướng và nội dung mô tả của trang đã tạo, vui lòng thực hiện theo các bước dưới đây:

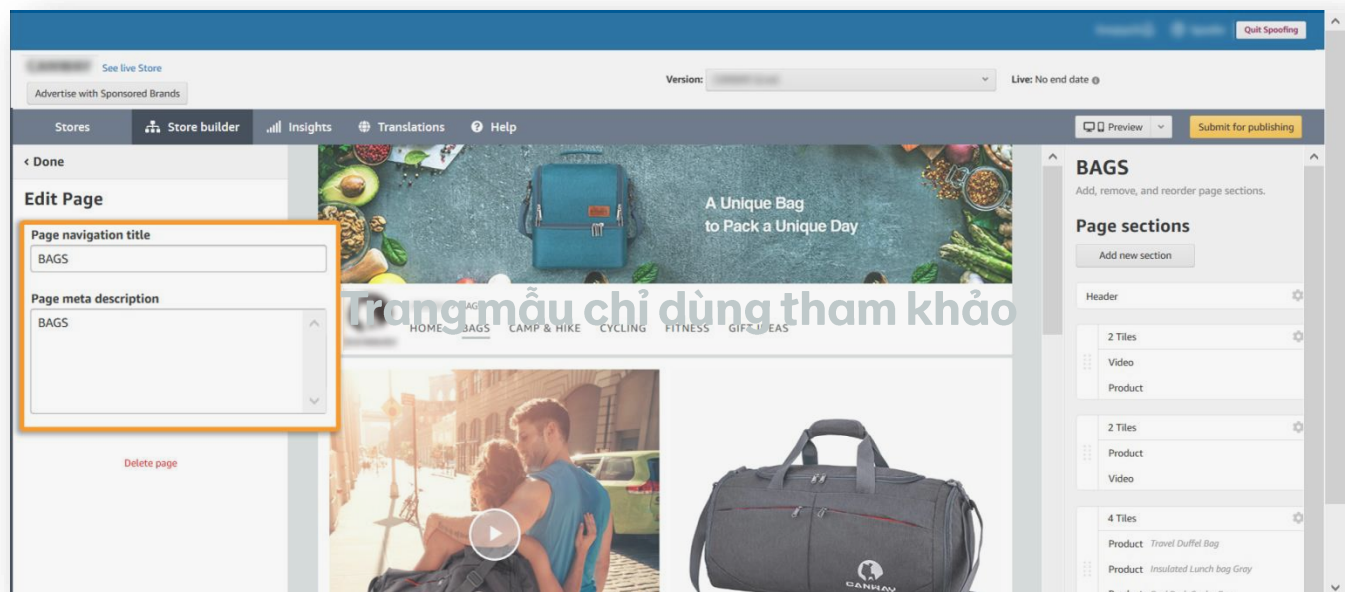
- Chọn trang bạn muốn chỉnh sửa trong giao diện “Pages (Trang)”.



- Nhấp vào ba dấu chấm dọc và bảng chỉnh sửa trang sẽ được hiển thị.

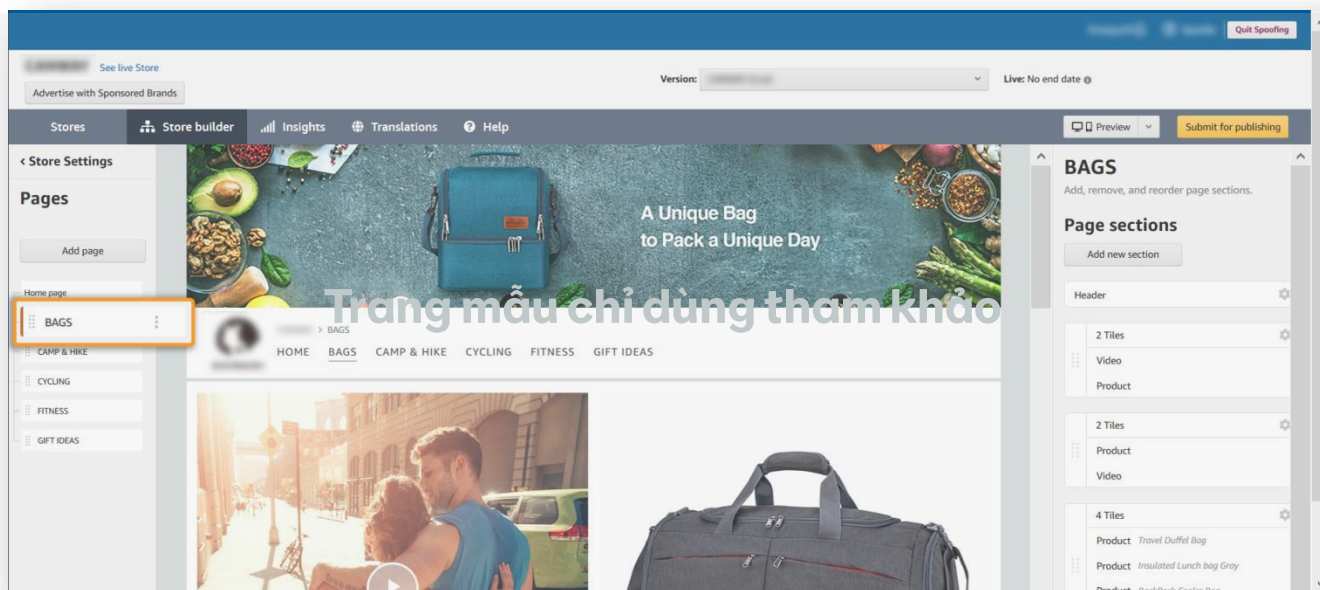


- Chỉnh sửa tiêu đề và mô tả theo ý tưởng của bạn trong Edit Page và nhấp vào "Hoàn tất".

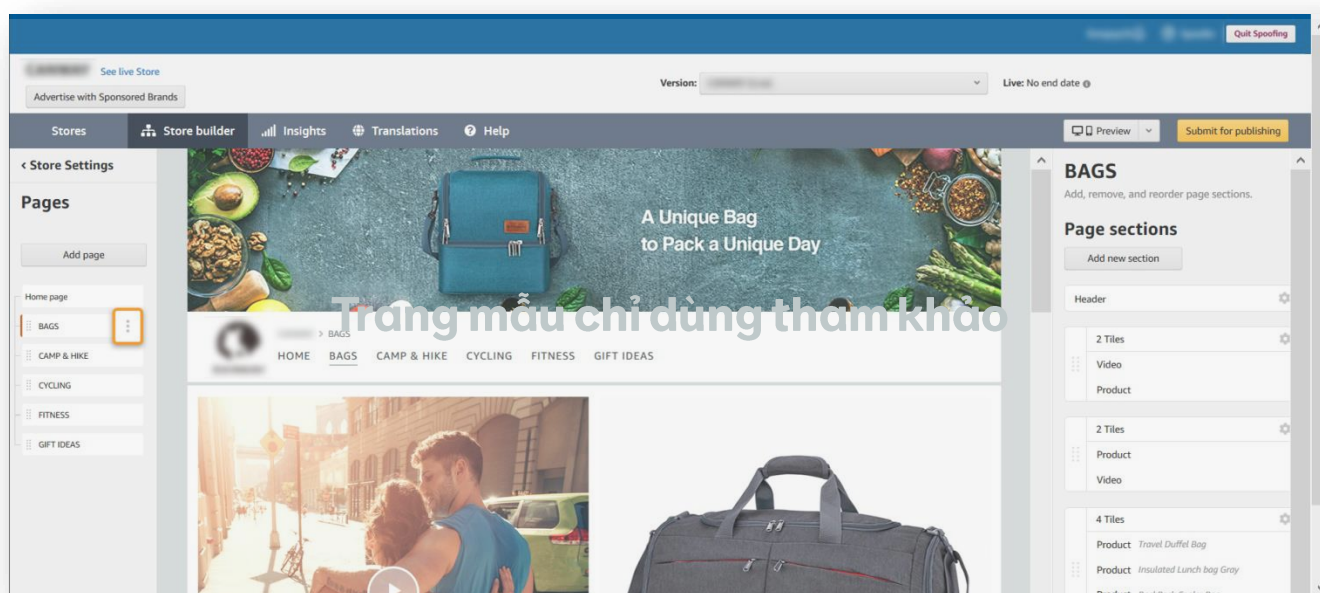


Trường hợp muốn xóa trang gian hàng chính hãng của thương hiệu, vui lòng làm theo các bước dưới đây:

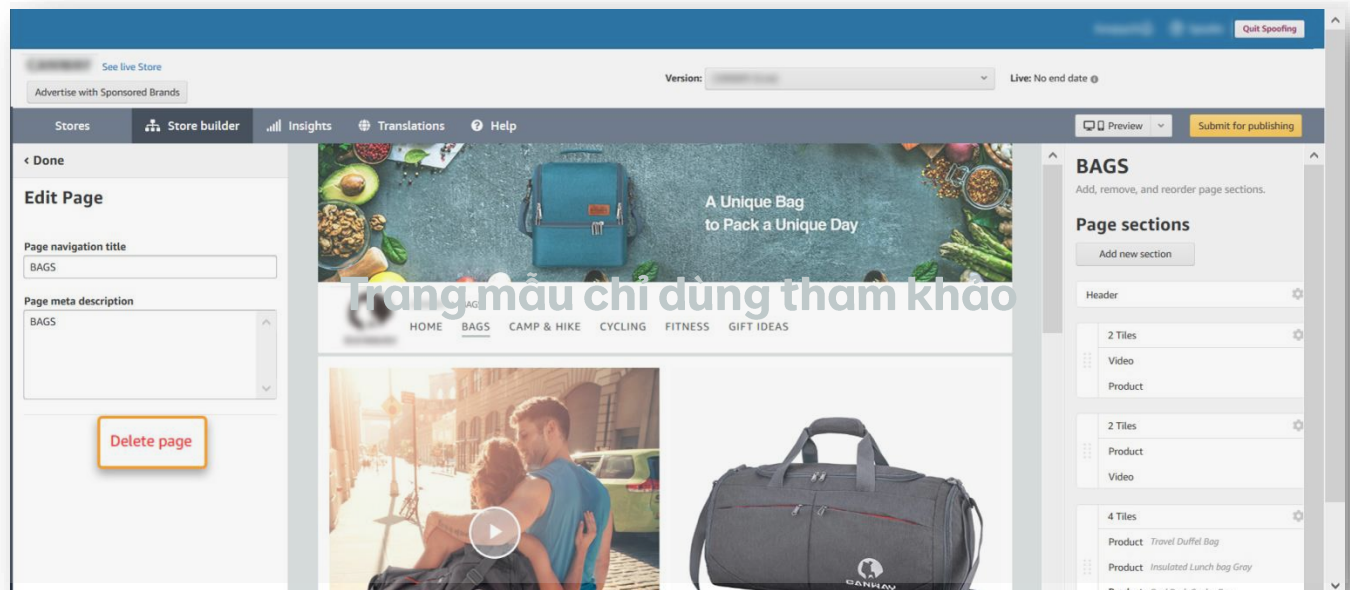
- Nhấp vào trang bạn muốn xóa trong giao diện “Pages (Trang)”



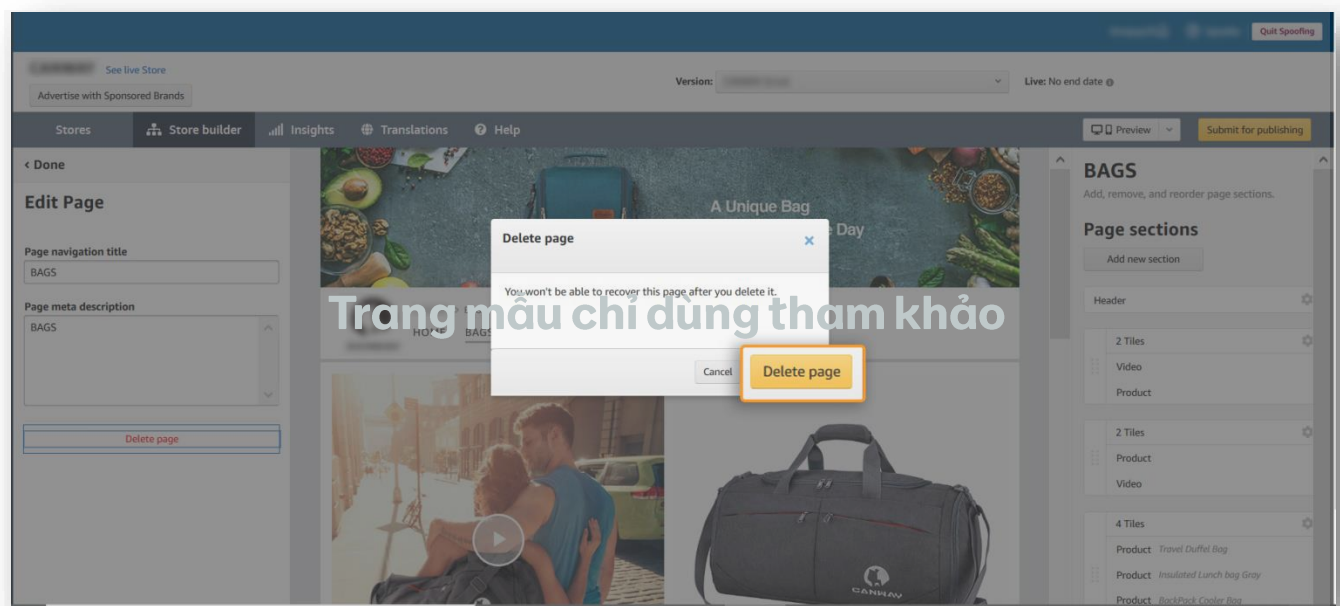
- Nhấp vào ba dấu chấm dọc và bảng chỉnh sửa trang sẽ được hiển thị.



- Nhấp vào “Delete page (Xóa trang)”.

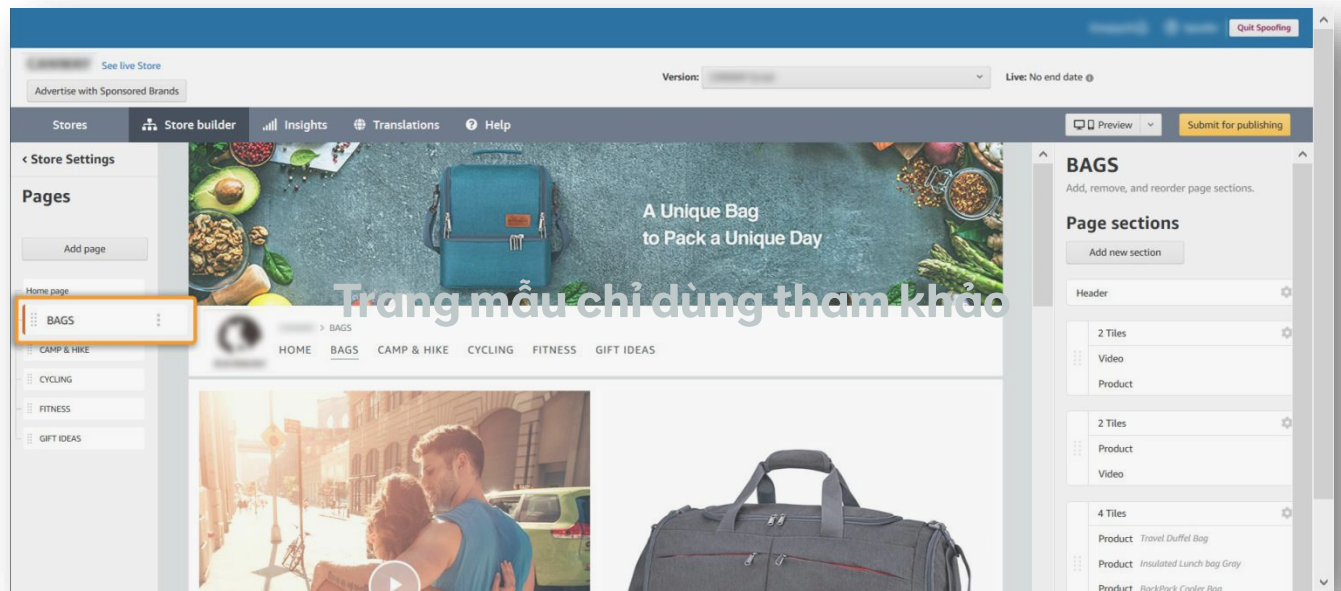


- Thao tác xóa trang là vĩnh viễn và không thể hoàn tác. Trước khi tiến hành, hệ thống sẽ nhắc bạn xác nhận lại xem có thực sự muốn xóa trang hay không (You won't be able to recover this page after you delete it).



Trường hợp muốn điều chỉnh trật tự sắp xếp trang gian hàng chính hãng của thương hiệu, vui lòng làm theo các bước dưới đây:

- Trong tab chức năng “Pages (Trang)”, nhấp và kéo trang đến vị trí mong muốn.



Chú ý:

Giao diện trang chủ luôn ở vị trí đầu tiên và không thể sắp xếp lại.