



Những điều cần biết về **FACEBOOK AD CONTENT**

hanthuong.com

collab with FLIPPED CREATORS

Bạn sẽ được biết về

1. Facebook ad content là gì?
2. Các bước nghiên cứu trước khi làm content
3. Ad content: nội dung bằng chữ
4. Ad content: nội dung hình ảnh
5. Ad content: nội dung video
6. Những lưu ý về các từ ngữ cấm khi chạy ads của Facebook
7. Một vài kinh nghiệm người làm content mạnh mẽ hơn
8. **CASE STUDY**



1. Facebook ad content là gì?

- **Ad content = Copy** (nội dung bằng chữ) + **Visual** (nội dung hình ảnh)
- Dùng để lên quảng cáo Facebook đến khách hàng

Khi khách hàng của bạn đang kéo newsfeed và giữa hàng triệu những thương hiệu khác điều gì khiến họ phải để ý đến quảng cáo của bạn?

Một bài Ads Content trên Facebook đóng vai trò quan trọng trong việc **truyền tải thông tin sản phẩm và quảng bá hình ảnh đến gần hơn với khách hàng.**

Chính vì vậy content càng hấp dẫn thì lượt tương tác, cùng lượt tiếp cận mới càng cao, từ đó là “vũ khí tối thượng” dẫn đến “thắng lợi” của cả 1 chiến dịch!



1. Facebook ad content là gì?

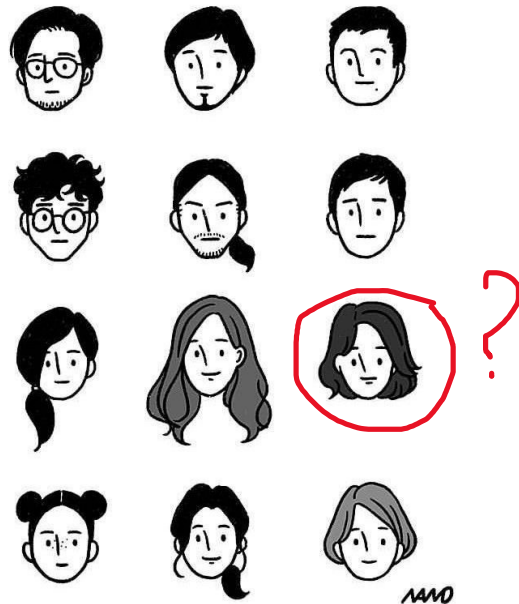
*Ai sẽ đọc content
của bạn?*

Viết thôi là chưa đủ,

Content bắt đầu từ tư duy Marketing vận dụng:

- **Thông tin thị trường** (Market Research)
- **Thấu hiểu khách hàng** (Target customer)
- **Tạo nên Chiến lược nội dung** (Content strategy & plan)
- **Kết nối khách hàng vào Phễu bán hàng** (Content funnel)
- **Triển khai nội dung phù hợp**

(Content execution: writing, photo, design, video,..)



2. Các bước nghiên cứu trước khi làm content

1. AI LÀ NGƯỜI MUA HÀNG?

Không có gì hàn lâm hết, cầm bút lên viết xuống:

- **Demographic:**

- ? Họ là nam hay nữ
- ? Độ tuổi
- ? Nơi sống
- ? Thu nhập/mức sống

- **Behavior:**

? Họ thường lên Facebook để làm gì (chia sẻ cuộc sống, xem meme, tìm sản phẩm để mua, tham gia group cộng đồng,...)

- **Pain point:**

- ? Họ đang cần giải quyết nỗi đau gì

- **Objection:**

? Họ có trở ngại gì không (thiếu tiền, thiếu thời gian, thiếu niềm tin,...)



2. Các bước nghiên cứu trước khi làm content

2. USP (unique selling point) SẢN PHẨM CỦA BẠN LÀ GÌ?

Tiếp tục đặt câu hỏi cho chính mình:

- ? Điều gì khiến bạn tự hào nhất ở sản phẩm?
- ? Điểm khác biệt và nổi trội (USP) so với đối thủ?
- ? Sản phẩm của bạn đem lại giá trị và giải quyết vấn đề gì cho khách hàng?

3. MỤC TIÊU QUẢNG CÁO LÀ GÌ?

Xác định:

- Brand awareness: Reach/Impression
- Consideration: Mess, Engagement, Video views, Lead form...
- Conversion: Landing page, Purchases,...

Đề chọn nội dung + CTA cho phù hợp với từng mục tiêu.



3. Ad content: nội dung bằng chữ

Cấu trúc gọn, đầy và đủ:

- **Headline**
- **Body text**
- **Call-to-Action (CTA)**
- **Footer (Brand info)**
- **Hình ảnh/video**

FLIPPED

Flipped Creators

Published by Han Thuong · April 8 ·

LIÊN HỆ CHÚNG TÔI VIẾT NỘI DUNG MARKETING CHO DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ CỦA BẠN
Chỉ từ 25.000.000Đ / gói dịch vụ từ A -> Z

Đối với một người chủ kinh doanh mới mở công ty, chúng tôi hiểu những khó khăn khi bắt đầu với mọi thứ từ SÓ KHÔNG. Thức dậy và nghĩ tháng này HOA VÓN chứ?

Mỗi cuối tháng sau khi xem bảng cân đối kế toán, lại thấy chi phí cho marketing chiếm tới 45% nhưng chưa tạo ra được LỢI NHUẬN. Ra mắt sản phẩm mới, thuê nguyên đội ngũ làm EVENT nhưng chỉ LÈO TÈO vài đơn hàng.

Chính chúng tôi cũng trải qua những thời kỳ KHÓ KHĂN này khi hợp tác với các doanh nghiệp LỚN NHỎ khác nhau. Phải liên tục TESTING mọi thứ, cho đến khi tìm ra CÔNG THỨC WIN thì phải TỐN rất nhiều.

BẠN có muốn rút ngắn thời gian, áp dụng CÔNG THỨC THÀNH CÔNG để đi nhanh hơn. Hãy dành thời gian còn lại để HOÀN THIẾN sản phẩm của chính mình, mang lại giá trị cho khách hàng của bạn.

Những doanh nghiệp nào sẽ sử dụng dịch vụ Flipped Creators!

- ✓ F&B / Nhà hàng
- ✓ Thời trang, trang sức, mỹ phẩm
- ✓ Ads Agency
- ✓ Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ
- ✓ Doanh nghiệp bán lẻ
- ✓ Thương hiệu Thương mại điện tử

Và nhiều hơn thế nữa...

Tôi chắc rằng bạn đang nghĩ liệu đây có phải QUẢNG CÁO không? (Chính chúng tôi cũng tự hỏi nếu tôi là bạn.) Hãy cũng xem qua những gì chúng tôi đã làm cho một số KHÁCH HÀNG và họ vẫn đang TIẾP TỤC kinh doanh đang rất tốt. BẠN CŨNG CÓ THỂ.

👉 Câu chuyện thành công: <https://bit.ly/39M7Mlr>

👉 Liên hệ với Flipped Creators để làm NỘI DUNG. Flipped mang lại không chỉ là VIẾT CON CHỮ, mà còn là TƯ VẤN và THỰC THI theo CÔNG THỨC THÀNH CÔNG!

👉 Liên hệ ngay hôm nay. Chúng tôi đang có ưu đãi cho khách hàng lần đầu sử dụng dịch vụ của Flipped Creators.

Flipped Creators

Dig into your content iceberg

Phone: 0868 0468 82

3. Ad content: nội dung bằng chữ

| HEADLINE

- Khách hàng có 3s để xem và lướt trên mỗi mẫu quảng cáo, headline là câu quyết định hành động của khách hàng.
- Ngắn gọn, súc tích, nhưng trigger được đúng nỗi đau của khách (khó phết đấy!)
- Công thức tạo ra chiếc headline đầy và đủ?

👉 **Headline = Solution + Target customer + Sales Offer/CTA**

Nếu có thể đưa vào USP (unique selling point) thì tuyệt! Nhưng nếu dài quá và công kênh quá thì thôi, nói dần bên dưới 😊

3. Ad content: nội dung bằng chữ

| HEADLINE



Ví dụ nhỏ:

- Solution: “viết nội dung marketing từ A -> Z”
- Target customer: “doanh nghiệp vừa và nhỏ”
- Sales Offer: “25.000.000đ / gói dịch vụ từ A -> Z”
- CTA: “liên hệ chúng tôi”

3. Ad content: nội dung bằng chữ

| BODY TEXT

- Khách hàng đã nhấn “Xem thêm” sau Headline rồi, họ thực sự quan tâm, vậy họ muốn biết thêm gì?
- Chức năng của body text là giải quyết vấn đề của khách hàng bằng sản phẩm/dịch vụ, khách hàng cần được thấu hiểu và giúp đỡ.
- Cần gì cho một – vài đoạn body text? 🙋🙋🙋

👉 **Body text = Pain point + Solution (Product/Service explainer)**

Độ dài ngắn và độ chi tiết phụ thuộc vào tay viết của bạn và phễu khách hàng bạn vạch ra, chi tiết ai hỏi thì mình giải thêm nhe ☺

3. Ad content: nội dung bằng chữ

| BODY TEXT

Đối với một người chủ kinh doanh mới mở công ty, chúng tôi hiểu những khó khăn khi bắt đầu với mọi thứ từ SỐ KHÔNG. Thức dậy và nghĩ tháng này HÒA VỐN chứ?

Mỗi cuối tháng sau khi xem bảng cân đối kế toán, lại thấy chi phí cho marketing chiếm tới 45% nhưng chưa tạo ra được LỢI NHUẬN. Ra mắt sản phẩm mới, thuê nguyên đội ngũ làm EVENT nhưng chỉ LÈO TÈO vài đơn hàng.

Chính chúng tôi cũng trải qua những thời kỳ KHÓ KHĂN này khi hợp tác với các doanh nghiệp LỚN NHỎ khác nhau. Phải liên tục TESTING mọi thứ, cho đến khi tìm ra CÔNG THỨC WIN thì phải TỐN rất nhiều.

BẠN có muốn rút ngắn thời gian, áp dụng CÔNG THỨC THÀNH CÔNG để đi nhanh hơn. Hãy dành thời gian còn lại để HOÀN THIỆN sản phẩm của chính mình, mang lại giá trị cho khách hàng của bạn.

Những doanh nghiệp nào sẽ sử dụng dịch vụ Flipped Creators!

- ✓ F&B / Nhà hàng
- ✓ Thời trang, trang sức, mỹ phẩm
- ✓ Ads Agency
- ✓ Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ
- ✓ Doanh nghiệp bán lẻ
- ✓ Thương hiệu Thương mại điện tử

Và nhiều hơn thế nữa...

Ví dụ nhỏ:

- Pain point: nỗi đau của một người chủ mới mở công ty là đổ tiền làm hoạt động marketing nhưng đơn không về (Ừ nó đau lém!)
- Solution: được tư vấn và chuẩn chỉnh nội dung hoạt động marketing có phải là điều chủ doanh nghiệp tìm kiếm? Đặc biệt là từ đơn vị có kinh nghiệm thành công đa dạng ngành hàng?

3. Ad content: nội dung bằng chữ

| **CALL-TO-ACTION (CTA)**

- Chúc mừng, bạn đã thuyết phục được khách hàng rồi đó, vậy giờ họ cần làm gì tiếp để có được sản phẩm/dịch vụ?
- Định hướng CTA cho khách hàng theo phễu bán hàng.

CTA = hành động để khách hàng thực hiện

Nhanh gọn chỉ 01 là đủ. Tuy nhiên tùy vào phễu khách hàng của họ để đón họ bằng “Xem thêm”, “Inbox ngay” hay “Gọi nhé?”

3. Ad content: nội dung bằng chữ

| CALL-TO-ACTION (CTA)

Tôi chắc rằng bạn đang nghĩ liệu đây có phải QUẢNG CÁO không? (Chính chúng tôi cũng tự hỏi nếu tôi là bạn.) Hãy cũng xem qua những gì chúng tôi đã làm cho một số KHÁCH HÀNG và họ vẫn đang TIẾP TỤC kinh doanh đang rất tốt. BẠN CŨNG CÓ THỂ.

👉 Câu chuyện thành công: <https://bit.ly/39M7Mlr>

👉 Liên hệ với Flipped Creators để làm NỘI DUNG. Flipped mang lại không chỉ là VIẾT CON CHỮ, mà còn là TƯ VẤN và THỰC THI theo CÔNG THỨC THÀNH CÔNG!

🎁 Liên hệ ngay hôm nay. Chúng tôi đang có ưu đãi cho khách hàng lần đầu sử dụng dịch vụ của Flipped Creators.

Ví dụ nhỏ:

- CTA 1: “Xem thêm” câu chuyện thành công và tìm thấy sự tin tưởng của khách hàng bằng cách nhấn vào đường link.
- CTA 2: “Liên hệ ngay hôm nay” qua Inbox, Comment tùy sở thích mỗi người.
- Sales Offer (nhỏ và không nhấn mạnh): Ưu đãi cho khách hàng lần đầu sử dụng dịch vụ của FLIPPED CREATORS

3. Ad content: nội dung bằng chữ

| **FOOTER**

- Một đoạn thông tin nhạt nhẽo, nhưng không!
- Footer không chỉ là thông tin liên lạc mà là một phần nhận diện thương hiệu, **KHÔNG THỂ THIẾU**, trừ khi thương hiệu của bạn ai cũng biết rồi.
- Footer đi thống nhất mọi bài viết nhé.

👉 **Footer = Contact info + Brand info**

Có thể thêm Special Offer/Season Offer/Hashtag nếu có campaign nhen.

3. Ad content: nội dung bằng chữ

| FOOTER

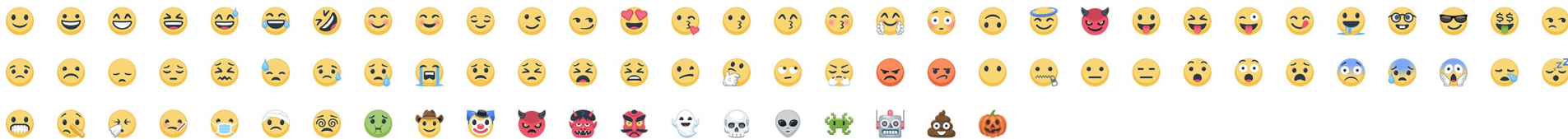
Flipped Creators
Dig into your content iceberg
Phone: 0868 0468 82
Email: hang.le@nextgoodthings.com

Ví dụ nhỏ:

- Contact info: “Flipped Creators”, ”Phone”, “Email”
- Brand info: “Flipped Creators: Dig into your content iceberg”

3. Ad content: nội dung bằng chữ

ICON, có nên sử dụng không?



- Icon nhìn vui mắt mà
- Dùng để phân tầng thông tin, tạo điểm nhấn cần khách hàng chú ý và bài viết dài thường đỡ nhàm chán.
- Nhưng vui thôi đừng vui quá, icon vừa đủ và đúng loại hình.

👉 = CTA, thông tin thêm

👉🎁👉👉👉 = Special offer không thể bỏ qua

👉👉👉👉👉 = theo ngành hàng (trang sức, thời trang, âm nhạc,...)

nên nhớ: khách hàng lên Facebook để giải trí, bài chán ai mà đọc ☺

4. Ad content: nội dung hình ảnh

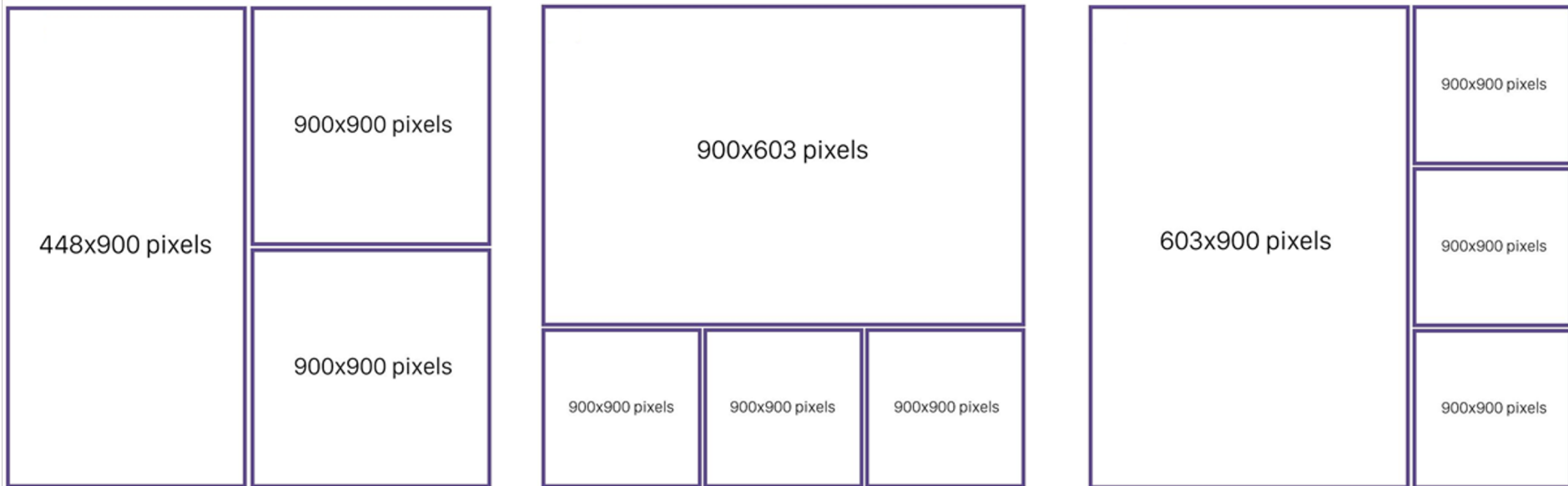
Loại quảng cáo chỉ sử dụng hình ảnh thu hút được lưu lượng truy cập lớn hơn so với các định dạng quảng cáo khác. **Lưu ý một vài điểm sau:**

- Duy trì sự thống nhất về hình ảnh thương hiệu
- Sử dụng ảnh có độ phân giải cao
- Testing/thử nghiệm hình ảnh liên tục
- Có 1 tiêu điểm duy nhất:

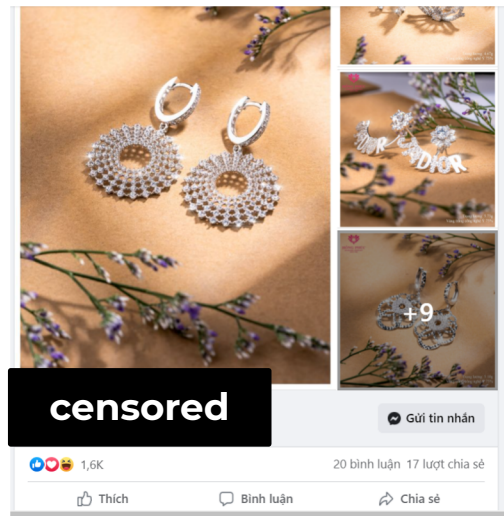
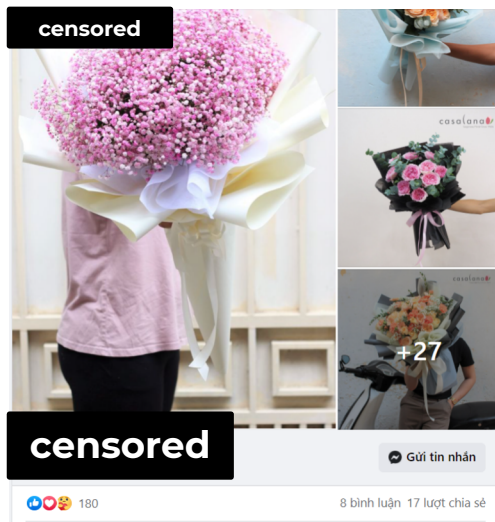
Đảm bảo rằng bạn chỉ yêu cầu mọi người nhìn vào một thứ, gọi là điểm nhấn 🌟



4. Ad content: nội dung hình ảnh



4. Ad content: nội dung hình ảnh



Ví dụ nhỏ:

- Multi photos (nhiều hình trong 1 post)
- Thể hiện rõ sản phẩm trên hình
- Text trên hình, cần thiết chứ!

5. Ad content: nội dung video



Tại sao nên quảng cáo bằng video?

- Chạy video views rất rẻ 😊
- Tạo custom audience trên từng video rất hiệu quả cho chiến dịch retargeting và lookalike 😊
- Truyền đạt được nhiều cảm xúc
- Độ lan truyền cao
- Không nhàm chán

Kích thước và hiển thị:

- Tỷ lệ video: 16:9 đến 9:16, khuyên dùng 16:9
- Độ phân giải: Tải lên video có độ phân giải cao nhất có thể, đáp ứng được tỷ lệ và kích thước tệp.
- Kích thước tệp video: Tối đa 4GB
- Thời lượng video: 5 đến 15 giây

5. Ads Content (Video)

Gợi ý nhỏ nhẹ:

- **Quy tắc 5s** trong tối ưu video quảng cáo Facebook, phải thu hút người xem bằng thông điệp và content thú vị trong 5s đầu.
- **Kịch bản và cốt truyện**, dành thời gian để kể những câu chuyện độc đáo.
- **Thumbnail image**: Ảnh hiển thị đầu tiên thu hút.



5. Ads Content (Video)

lo nghĩ nữa rồi, vì đã có "bạn" GOLDILAC GROW ở đây!... [Xem thêm](#)



GROW.SUANON-GOLDILAC.VN

+10.689 người đã đặt hàng

Sữa non tổ yến cho bé từ 0-10 tuổi

Mua ngay

48

4 lượt chia sẻ

Ví dụ nhỏ:

- Video description (khung đỏ)
- Tỷ lệ video: 16:9
- Thời lượng video: 15 giây
- Content trong video: Thông điệp chính muốn truyền tải, thành phần và tác dụng nổi trội, giá trị đem lại cho khách hàng, CTA
- Hình ảnh: Thể hiện được màu sắc chủ đạo của brand

6. Bộ từ ngữ bị cấm quảng cáo trên Facebook

1. Những từ ngữ vi phạm chính sách Facebook liên quan đến y tế: các từ ngữ liên quan đến bộ phận cơ thể (tim, gan,...), bác sĩ, phòng bệnh, bệnh nhân, thực phẩm chức năng. Và các từ tiêu cực như Đau đớn, Tuyệt vọng, Tự tử,...
2. Lĩnh vực tiền tệ tài chính: vay vốn, tiền tệ,....
3. Liên quan đến thành phần hoá học: vitamin, omega, chất xơ, các thành phần dược liệu.
4. Các từ phân biệt chủng tộc và giới tính
5. Lĩnh vực đào tạo nghề, việc làm, cho thuê văn phòng nhà
6. Những từ liên quan đến lĩnh vực Camera theo dõi, Camera an ninh
7. Content chạy Facebook Ads mang tính cam kết chắc chắn
8. Sử dụng hình ảnh nhạy cảm khi chạy quảng cáo
9. Các lỗi so sánh trước sau
10. Các từ vi phạm bản quyền thương hiệu
11. Ngoài ra:
 - Bộ phận nhạy cảm của con người, giảm cân, tăng cân, mụn, sẹo.
 - Hộ chiếu, Bằng lái xe, Sổ đỏ, Sổ hộ Khẩu, Hẹn hò

Tìm hiểu kỹ hơn tại: <https://www.facebook.com/policies/ads/>

Đôi khi Facebook bị lỗi khiến cho tài khoản của bạn không được phê duyệt. Nếu gặp phải trường hợp này đầu tiên bạn nên xem lại nội dung bài đăng của mình đã tuân thủ hết các quy định của Facebook hay chưa. Sau đó hãy gửi báo cáo lên Facebook để yêu cầu xem xét lại.

7. Một vài kinh nghiệm để người làm content mạnh mẽ hơn!

- Biết spy ad của đối thủ trực tiếp và gián tiếp
- Spy để tham khảo và tìm ý tưởng, đừng copy paste
- Không bao giờ vi phạm chính sách quảng cáo, nếu phải vi phạm, hãy nhanh trí dùng óc sáng tạo để lèo lái.
- Thử nghiệm liên tục, mấy ý trên có khi giờ này không còn đúng nữa rồi 😊
- Chịu trách nhiệm với lời mình viết ra, đừng nói hai lời hoặc nói sai sự thật.
- Tự tin là người làm content tốt đẹp!

Còn spy ad như thế nào?

👉 Contact ở trang cuối 😊



Vài miếng **CASE STUDY**

hanthuong.com

collab with FLIPPED CREATORS

NGÀNH HÀNG THỜI TRANG



TET 2021 COLLECTION | By HUYNH NGOC UYEN
Rạng rỡ sắc xuân
Kieu sa, quyền rũ

Cổ điển nhưng vẫn vô cùng hiện đại, tinh tế nhưng không kém phần sang trọng và quý phái - chính là BST **TET 2021 - Rạng Rỡ Sắc Xuân** được thiết kế độc quyền bởi NTK Huỳnh Ngọc Uyên (đại diện Việt Nam tham gia Triumph Inspiration Award 2010 tại Milan, Italia).

Các Quý cô khi chọn BST **TET 2021 - Rạng Rỡ Sắc Xuân** không đơn t... See More

Design & Fashion

67 7 Comments 5 Shares

Performance for Your Post

36953 People Reached

96 Likes, Comments & Shares

2411 Post Clicks

1771 Photo Views	188 Link Clicks	452 Other Clicks
------------------	-----------------	------------------

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide All Posts	0 Hide Post
0 Report as Spam	0 Unlike Page

96 Likes, Comments & Shares

BRANDED CONTENT DISTRIBUTION

View Breakdown

36953 Total Reach	4827 Organic Reach	33148 Paid Reach
60054 Total Impressions	5536 Organic Impressions	54518 Paid Impressions

Cùng một sản phẩm, cùng một người quảng cáo, cùng một kỹ thuật lên campaign nhưng chỉ cần thay đổi **CONTENT** thì tin nhắn đổ về ồ ạt, cost per mess rẻ hơn, tệp khách hỏi cũng chất lượng hơn.

Vậy chứ mình thay đổi gì?

- **Đó có thể là hình ảnh:** hình ảnh một bạn mẫu mặc đầm tung xòe 2 bên, cười rạng rỡ ra nhiều tin nhắn hơn hình bạn mẫu đứng yên mặt thần thái không cười!
- **Đó có thể là cách sắp xếp hình ảnh:** Hình bạn mẫu mặc đầm hở vai đưa lên làm HERO BANNER lại bán chạy hơn hình bạn mẫu thấy mặt.
- **Đó có thể là HEADLINE:** Headline là một câu tiếng Anh nói về vẻ đẹp của người mặc lại HÚT hơn câu mô tả tên và giá sản phẩm.

censored

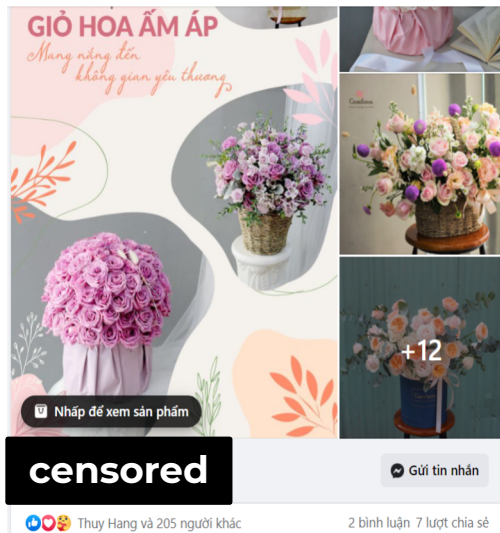
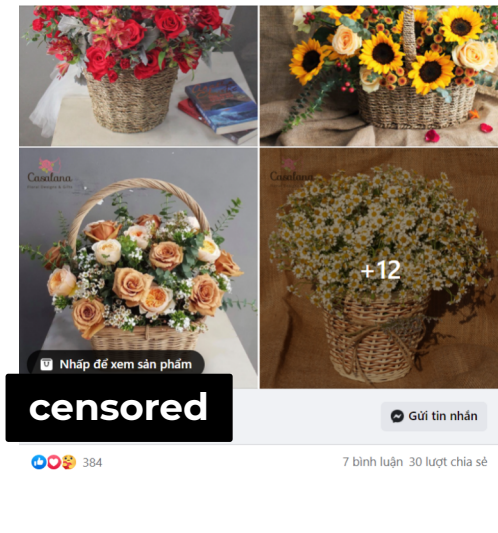
 Send Message

censored

 Send Message

14063	2182	11887
Total Impressions	Organic Impressions	Paid Impressions

NGÀNH HÀNG QUÀ TẶNG

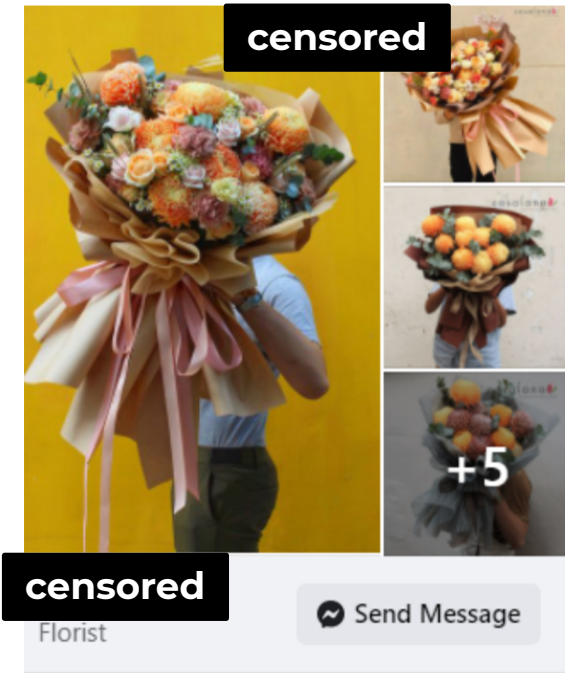


Ngành hàng về hoa cũng là một ngành hàng đòi hỏi sự tinh tế và sáng tạo trong khâu chọn và sắp xếp hình ảnh.

Với mỗi concept hoa khác nhau, bạn cần biết lựa chọn hero banner và design thế nào để thu hút khách hàng.

Có những content win vì **hero banner** design xinh xắn, lại có những content thắng đậm nhờ **lựa chọn concept** vintage nhiều người yêu thích, đúng gu khách hàng!

TĂNG TRƯỞNG TỐT KHI KẾT HỢP CONTENT + AD



1.9K 96 Comments 81 Shares

☀️ *Không là nắng nhưng vẫn cứ chói chang* ☀️

Living coral x Sweet brown x Sunshine = HAPPINESS

Sắc cam rạng rỡ thụ hưởng sự mạnh mẽ của màu đỏ và sự hạnh phúc của màu vàng. Nó biểu trưng cho sự đam mê, phấn khởi, hạnh phúc, sáng tạo, quyết đoán, thành công, sự khuyến khích và kích thích, là biểu tượng của sức mạnh, sự bền bỉ.

Đằng sau những bó hoa là một câu chuyện, một ý nghĩa riêng. Bạn đã viết nên câu chuyện của mình chưa?

censored #SaigonFlorist #Sunshine #Orange #Anh #Brown

Performance for Your Post

269127

People Reached

2230

Likes, Comments & Shares

31426

Post Clicks

16807

Photo Views

3524

Link Clicks

11095

Other Clicks

NEGATIVE FEEDBACK

0

Hide All Posts

0

Hide Post

0

Report as Spam

0

Unlike Page

2230

Likes, Comments & Shares

BRANDED CONTENT DISTRIBUTION

View Breakdown

269127

Total Reach

8771

Organic Reach

263375

Paid Reach

587102

Total Impressions

10443

Organic Impressions

576659

Paid Impressions

🔑 Bí MẬT CỦA SỰ DUYÊN DÁNG CHO CÁC QUÝ CÔ

Sự duyên dáng toát ra từ chi tiết nhỏ nhất như nét cười, điệu vèn tóc sẽ ngọt ngào, toả sáng hơn với chiếc nhẫn - những tạo tác tinh tế, nhỏ xinh. Lấy tinh thần tỉ mỉ, nhấn mạnh sự độc đáo và chi tiết từ các nhà mẫu cao cấp, **Hồng Phúc Diamond Jewelry** tâm huyết với từng chiếc nhẫn từ **công** đoạn thiết kế cho tới khi ra sản phẩm với sự cầu toàn, mang lại vẻ khác biệt và sự đa dạng - từ những thiết kế đơn giản, điểm xuyết tinh tế cho tới những tạo tác cầu kỳ, phức tạp. **công** đoạn thiết kế cho tới khi ra sản phẩm với sự cầu toàn, mang lại vẻ khác biệt và sự đa dạng - từ những thiết kế đơn giản, điểm xuyết tinh tế cho

Tinh tế và duyên dáng - Bộ sưu tập của quý **cô** sẽ không thể thiếu nhẫn vàng cao cấp từ **Hồng Phúc Diamond Jewelry**.

🌟 Ghé **Hồng Phúc** sắm sửa ngay nhé

🌟 Chất liệu: Vàng trắng **công** nghệ Ý 75%

📌 Thông tin sản phẩm: Giá từ 3.598.000đ-10.472.000đ (giá tham khảo, có thể thay đổi tùy theo thời điểm)

📍 **Nữ trang chuyển phát toàn quốc, trao tận tay khách hàng**

[#Hongphucmytho](#) [#Kimcuonghongphuc](#) [#Kimcuongtiengiang](#)

[#Vangtranhongphuc](#) [#Nhancuoihongphuc](#) [#KimcuongGIA](#)

[#GIAdiamond](#) [#nhankimcuong](#) [#kimcuong](#) [#vangtrang](#)

BỘ SƯU TẬP NHẪN NAM - KHẲNG ĐỊNH ĐẲNG CẤP, XÚNG TẦM QUÝ ÔNG

Sức cuốn hút của người đàn ông không chỉ nằm ở phong thái lịch lãm hay mùi hương quyến rũ, mà còn ở thể hiện qua những phụ kiện đẳng cấp, khoe trọn được nét cá tính và khí chất độc đáo của quý ông thành đạt.

🌟 nâng tầm những giá trị đó, bộ sưu tập nhẫn nam của Hồng Phúc được sinh ra dành riêng cho những quý ông của thời đại mới, những người không ngừng tìm kiếm và chinh phục thành **công**. Khoác lên mình thiết kế sang trọng và tinh tế, mỗi kiệt tác trong bộ sưu tập đều mang đến cho người sở hữu nó là nét đẳng cấp, tôn lên tổng thể lịch lãm mà không kém phần phong độ. **Đang** khoác lên mình thiết kế

...yên tập những thiết kế nhẫn dành cho **nam giới** ưu việt:

🌟 Bản to, mạnh mẽ nhưng tinh tế tỉ mỉ trong từng chi tiết.

🌟 Chất liệu: Vàng trắng **công** nghệ Ý 75%

📌 Thông tin sản phẩm: Giá nhẫn Nam giao động từ 8.232.000đ đến 21.952.000đ (giá tham khảo, có thể thay đổi tùy theo thời điểm)

📍 **Nữ trang chuyển phát toàn quốc, trao tận tay khách hàng**

[#Hongphucmytho](#) [#Kimcuonghongphuc](#) [#Kimcuongtiengiang](#)

[#Vangtranhongphuc](#) [#Nhancuoihongphuc](#) [#KimcuongGIA](#)

[#GIAdiamond](#) [#kimcuong](#) [#vangtrang](#) [#nhannam](#)

Lựa chọn tone&mood và lối viết phù hợp với thương hiệu

Để thể hiện được cá tính và màu sắc riêng của thương hiệu, việc lựa chọn ra **Tone&mood** xuyên suốt các bài content là rất quan trọng.

Lấy ví dụ với brand kinh doanh kim cương, trang sức, có định vị cao cấp. Chính vì thế nên phần content câu chữ từ Headline đến thân bài đều phải trau chuốt, lựa chọn từ ngữ để có thể tôn lên được giá trị và sự sang trọng của sản phẩm!

VÍ DỤ VỀ CONTENT FUNNEL

FLIPPED CREATORS

NOTE

Keywords: Sắm bộ chính (bạn có keyword xuất hiện ít nhất 1-2 lần trong post social)

CREATIVES FOR CERTAIN OBJECTIVE FACEBOOK ADS		
Top of the funnel (TOF) - 5 bài	Middle of the funnel (MOF) - 3 bài	Bottom of the funnel (BOF) - 2 bài
[SINGLE PHOTO] SẮM TIỀN VUA VIỆT NAM - SẮM CỦA GIA ĐÌNH VIỆT Task: - Kiểm soát được nguồn sắm đưa đến tay người tiêu dùng (thay vì sắm nhập khẩu không đảm bảo chất lượng) - Thương hiệu sắm dành cho người Việt (concept tree: sản phẩm dùng cho tất cả thế hệ) - Nơi sản xuất cam kết vệ sinh (có hình ảnh sản phẩm)	[SINGLE PHOTO] SẮM HÀN QUỐC VS SẮM TIỀN VUA VIỆT NAM - KẼ S LẠNG, NGƯỜI NỮA CÁN Task: - Thế hiện điểm khác biệt của sắm VN & sắm HQ (nhưng không đi vào lỗi viết so sánh tiêu cực, hạ thấp sắm HQ) - Chỉ ra điểm khác nhau về mặt đường chất, chăm nuôi, trồng trọt...	[SINGLE PHOTO] ƯU ĐÃI CÓ HẠN - CHẤT LƯỢNG VƯỢT Task: Giới thiệu promotion cho khách hàng
[SHORT VIDEO] SẮM TIỀN VUA VIỆT NAM - MANG TÂM TỰ CỦA NGƯỜI NÔNG DÂN Task: - Vision: - Đặt bước ngoặt cho ngành nông sản Việt - Rút ngắn khoảng cách thế hệ trong gia đình Việt - Mission: - Mang đến sản phẩm sắm tâm từ Việt Nam, đạt chất lượng quốc tế	[SHORT VIDEO] SỨC KHOẺ CẢ GIA ĐÌNH GỖI GON TRONG 1 CỐC SẮM Task: - Thế hiện tác dụng cho từng thành viên trong gia đình - Ông & bố: dùng để trung, ngâm rượu & tốt cho sức khỏe nam giới - Bà & mẹ: dùng để chống quá trình lão hoá - Con cháu: dùng cho sức khỏe, có thể mua để tặng ông bà mẹ	[SHORT VIDEO] CÁC THẾ HỆ NÓI GÌ VỀ SẮM TIỀN VUA VIỆT NAM? Task: - Phỏng vấn ngắn gọn (chúng 3 câu) 3 người ở 3 độ tuổi sau: - Nam trung niên - Nữ trẻ - Nữ trung niên
[MULTI PHOTO - 4 HÌNH] "AI LÀ TRIỀU PHỦ KIẾN THỨC SẮM TIỀN VUA VIỆT NAM?" Task: - Sắm Tiền Vua Việt Nam là gì? - Được trồng ở đâu? - Có điểm gì đặc biệt?	[MULTI PHOTO] BẢO QUẢN SẮM THẾ NÀO LÀ ĐÚNG CÁCH? Task: - Cung cấp thông tin bảo quản sắm - Thời gian bảo quản - Cách bảo quản	[SHORT VIDEO] LÀNG NGHE NHỮNG NGƯỜI LÀM SẮM KỂ... Task: Phỏng vấn nông dân (thể hiện tâm trạng, tâm huyết)
[SINGLE PHOTO] THẬT ĐÁT, VANG DANH, NHÀ VẠN LUÔN CHỜ TÀ Task: - Thế hiện tình cảm gia đình, sự kết nối giữa các thế hệ - Nội: viết ngắn gọn về việc gia đình luôn là người đồng hành từ nhỏ đến lớn nên hãy dành thời gian chăm lo cho gia đình, tạo ra những kỷ niệm trong ngày tháng ở bên nhau → mua sắm để dành tặng người thân		
TỔNG CỘNG		10 BÀI

Content Funnel

TẠO PHỄU DATA KHÁCH HÀNG BỀN VỮNG TỪ VIDEO AD CHO BRAND

Bài học đúc kết được từ bước nghiên cứu chân dung khách hàng và hành trình mua hàng của bạn là gì? hãy xem FLIPPED đã làm thế nào với Case study sau:

Nhằm đạt mục tiêu thu hẹp phễu khách hàng và lấy được data chất lượng, FLIPPED đã gắn video trong plan với Content Funnel:

- Top of the funnel:** Giới thiệu về Brand nhằm **tăng độ nhận diện** của brand tới khách hàng - hay “nôm na” là muốn nhiều người biết đến thương hiệu của bạn
- Middle of the funnel:** Nhận mạnh về **tác dụng sản phẩm** giúp giải quyết vấn đề với đúng tệp khách hàng mục tiêu - hay “nôm na” muốn KH mục tiêu thấy được vấn đề của mình trong content và SP của bạn giải quyết được vấn đề đó.
- Bottom of the funnel:** **Tạo dựng niềm tin** và kích thích mua hàng bằng **video feedback** - hay “nôm na” muốn KH tin tưởng SP và ra quyết định mua

Hết phim!

Call-to-Action mình dành cho bạn là:

**Chất vấn mình về mô
lí thuyết và kinh
nghiệm kể trên.**

Theo dõi chia sẻ làm
nghề và học tập mỗi
ngày của mình tại:
hanthuong.com

 hanthuong.com

**Bắt tay vào làm nội
dung marketing** cho
thương hiệu A → Z

với FLIPPED
CREATORS?

 **FLIPPED CREATORS**

Vẫn chưa phù hợp?

Cảm ơn bạn đã đọc đến
đây nhé, mình sẽ quay
lại với nội dung phù hợp
hơn 😊

 Exit, bye bye