

CASE STUDY: TRIỂN KHAI PAID TRAFFIC THỰC TẾ

Từ Khởi Nghiệp Đến Tăng Trưởng 500% Doanh Thu Trong 12 Tháng

Biên soạn bởi: HỒNG MINH (MINH HM)

CEO LIGHT | Chuyên gia Marketing Online, lập trình với 12+ năm kinh nghiệm

TỔNG QUAN DỰ ÁN

Thông Tin Khách Hàng

- Lĩnh vực:** Thương mại điện tử thời trang nam
- Ngành:** Bán lẻ thời trang trực tuyến
- Quy mô:** Khởi nghiệp (5-10 nhân viên)
- Thời gian triển khai:** 12 tháng (01/2023 - 12/2023)
- Ngân sách ban đầu:** 50 triệu VND/tháng

Thách Thức Ban Đầu

- Tình trạng:** Website mới ra mắt, không có traffic tự nhiên
- Vấn đề chính:**
 - Không có nhận diện thương hiệu
 - Không có cơ sở dữ liệu khách hàng
 - Thị trường cạnh tranh cao
 - ROI ban đầu âm do chi phí thu hút khách hàng cao
 - Tỷ lệ chuyển đổi thấp (0.8%)

PHÂN TÍCH & CHIẾN LƯỢC

Đánh Giá Thị Trường

- Đối tượng mục tiêu:** Nam 25-40 tuổi, thu nhập trung bình khá
- Nghiên cứu từ khóa:** 150+ từ khóa có lượng tìm kiếm cao
- Phân tích đối thủ:** 5 đối thủ chính với ngân sách quảng cáo 200-500 triệu/tháng
- Cơ hội thị trường:** Phân khúc thời trang công sở chưa được khai thác tối đa

Chiến Lược Paid Traffic Đa Kênh

Giai Đoạn 1: Xây Dựng Nền Tảng (Tháng 1-3)

Mục tiêu: Xây dựng nền tảng và thu thập dữ liệu

Google Ads (60% ngân sách - 30 triệu/tháng)

- Chiến dịch tìm kiếm: Từ khóa thương hiệu + danh mục
- Chiến dịch Shopping: Hiển thị sản phẩm trực tiếp
- Display remarketing: Tái tiếp cận người đã xem website

Facebook Ads (30% ngân sách - 15 triệu/tháng)

- Chiến dịch Traffic: Tăng nhận biết thương hiệu
- Chiến dịch Conversion: Tối ưu cho mua hàng
- Đối tượng tương tự: Mở rộng đối tượng tiềm năng

TikTok Ads (10% ngân sách - 5 triệu/tháng)

- Spark Ads: Khai thác nội dung viral
- Chiến dịch video: Tăng tương tác với đối tượng trẻ

Giai Đoạn 2: Tối Ưu Hóa (Tháng 4-8)

Mục tiêu: Tối ưu hiệu suất và mở rộng quy mô

Tăng ngân sách lên 80 triệu/tháng và tái phân bổ:

- Google Ads: 45 triệu (56%)
- Facebook Ads: 25 triệu (31%)
- TikTok Ads: 7 triệu (9%)
- LinkedIn Ads: 3 triệu (4%) - Nhắm mục tiêu chuyên gia

Giai Đoạn 3: Mở Rộng Quy Mô (Tháng 9-12)

Mục tiêu: Tăng trưởng và mở rộng thị trường

Ngân sách tối đa: 120 triệu/tháng

- Chiến dịch Performance Max
- YouTube Ads cho nhận diện thương hiệu
- Mở rộng sang đối tượng nữ
- Mở rộng quốc tế (Đông Nam Á)

TRIỂN KHAI THỰC TẾ

Triển Khai Google Ads

Cấu Trúc Chiến Dịch

Tài khoản: Thời trang nam

└─ Chiến dịch Tìm kiếm

└─ Chiến dịch Thương hiệu (Khớp chính xác)

└─ Chiến dịch Danh mục (Khớp rộng có sửa đổi)

└─ Chiến dịch Đối thủ (Khớp cụm từ)

└─ Chiến dịch Shopping

└─ Ưu tiên cao (Sản phẩm bán chạy)

└─ Ưu tiên trung bình (Cấp danh mục)

└─ Ưu tiên thấp (Tất cả sản phẩm)

└─ Chiến dịch Display

└─ Danh sách Remarketing

└─ Đối tượng tương tự

└─ Đối tượng quan tâm

Chiến Lược Từ Khóa Chi Tiết

- **Từ khóa cấp 1 (Ý định cao):** "áo sơ mi nam", "quần tây nam" - CPC: 8,000-15,000 VND
- **Từ khóa cấp 2 (Ý định trung bình):** "thời trang công sở", "phong cách nam tính" - CPC: 5,000-8,000 VND
- **Từ khóa cấp 3 (Ý định thấp):** "xu hướng thời trang", "phối đồ nam" - CPC: 2,000-5,000 VND

Ví Dụ Nội Dung Quảng Cáo

Tiêu đề 1: Áo Sơ Mi Nam Cao Cấp | Miễn Phí Ship 2H

Tiêu đề 2: Chất Liệu Cao Cấp | Giá Từ 299K

Mô tả: Bộ sưu tập áo sơ mi nam công sở, chất liệu cao cấp, thiết kế hiện đại. Miễn phí đổi trả 30 ngày. Đặt hàng ngay!

Triển Khai Facebook Ads

Loại Chiến Dịch & Mục Tiêu

1. Chiến Dịch Traffic

- Mục tiêu: Tăng lưu lượng chất lượng
- Ngân sách: 5 triệu/tháng
- Đối tượng: Dựa trên sở thích

2. Chiến Dịch Conversion

- Mục tiêu: Tối ưu mua hàng
- Ngân sách: 15 triệu/tháng
- Đối tượng: Đối tượng tương tự + Tùy chỉnh

3. Chiến Dịch Remarketing

- Mục tiêu: Tái nhắm mục tiêu đối tượng tiềm năng
- Ngân sách: 5 triệu/tháng
- Đối tượng: Người truy cập website, bỏ giỏ hàng

Chiến Lược Sáng Tạo

- **Video Ads:** Nội dung do người dùng tạo, demo sản phẩm
- **Carousel Ads:** Giới thiệu nhiều sản phẩm
- **Collection Ads:** Trải nghiệm mua sắm nhập vai
- **Hình ảnh tĩnh:** Ảnh sản phẩm chất lượng cao

Nhắm Mục Tiêu Đối Tượng

Đối tượng cốt lõi:

- Nhân khẩu học: Nam 25-40, Thu nhập 15M+
- Sở thích: Thời trang, Kinh doanh, Lối sống
- Hành vi: Mua sắm trực tuyến, Ưa thích thương hiệu cao cấp

Đối tượng tùy chỉnh:

- Người truy cập website (1%, 95%, 180 ngày)
- Người xem video (25%, 50%, 95%)
- Tương tác với trang
- Tải lên danh sách khách hàng

Đối tượng tương tự:

- 1% Đối tượng tương tự người mua
- 2% Khách hàng giá trị cao
- 5% Người truy cập website



Chiến Lược TikTok Ads

Cấu Trúc Chiến Dịch

- **Spark Ads:** Khuếch đại nội dung organic viral
- **Video Ads:** Kể chuyện thương hiệu + giới thiệu sản phẩm
- **Branded Hashtag Challenge:** Nội dung do người dùng tạo
- **TopView Ads:** Tiếp cận tối đa và nhận diện thương hiệu

Chiến Lược Nội Dung

- Nội dung hậu trường
- Mẹo phối đồ và thủ thuật thời trang
- Lời chứng thực từ người dùng

- Video mở hộp sản phẩm
- Khai thác xu hướng hashtag liên quan

KẾT QUẢ THỰC TẾ

Tháng 1-3: Giai Đoạn Xây Dựng Nền Tảng

Chỉ số	Tháng 1	Tháng 2	Tháng 3	Mục tiêu
Lưu lượng	15,000	22,000	28,000	25,000
Tỷ lệ chuyển đổi	0.8%	1.2%	1.8%	1.5%
ROAS	1.8	2.2	2.8	2.5
CPA	850K	720K	580K	600K
Doanh thu	22M	38M	58M	45M

Tháng 4-8: Giai Đoạn Tối Ưu Hóa

Chỉ số	Tháng 4	Tháng 5	Tháng 6	Tháng 7	Tháng 8
Lưu lượng	35,000	42,000	48,000	55,000	62,000
Tỷ lệ chuyển đổi	2.1%	2.4%	2.7%	3.0%	3.2%
ROAS	3.2	3.8	4.1	4.4	4.6
CPA	480K	420K	380K	350K	320K
Doanh thu	85M	125M	158M	185M	215M

Tháng 9-12: Giai Đoạn Mở Rộng Quy Mô

Chỉ số	Tháng 9	Tháng 10	Tháng 11	Tháng 12	Tăng trưởng
Lưu lượng	68,000	75,000	82,000	95,000	+533%
Tỷ lệ chuyển đổi	3.4%	3.6%	3.8%	4.2%	+425%
ROAS	4.8	5.1	5.4	5.8	+222%
CPA	290K	270K	250K	220K	-74%
Doanh thu	245M	285M	320M	385M	+1,650%

PHÂN TÍCH CHI TIẾT THEO KÊNH

Hiệu Suất Google Ads

Kết Quả Tổng Quan

- Tổng chi phí: 540 triệu VND
- Tổng doanh thu: 1,680 triệu VND

- **ROAS trung bình:** 3.1
- **Tỷ lệ chuyển đổi:** 3.8%

Chiến Dịch Hiệu Quả Nhất

1. Chiến Dịch Tìm Kiếm Thương Hiệu

- ROAS: 8.2
- Tỷ lệ chuyển đổi: 12.5%
- CPC trung bình: 3,200 VND

2. Chiến Dịch Shopping

- ROAS: 4.8
- Tỷ lệ chuyển đổi: 2.9%
- Chi phí mỗi chuyển đổi: 180K VND

3. Display Remarketing

- ROAS: 6.1
- Tỷ lệ chuyển đổi: 8.3%
- Tần suất: 3.2

Bài Học Quan Trọng

- Từ khóa đuôi dài có tỷ lệ chuyển đổi cao hơn 40%
- Lưu lượng di động chiếm 68% nhưng tỷ lệ chuyển đổi chỉ bằng 70% máy tính để bàn
- Chiến dịch Shopping hiệu quả nhất cho sản phẩm mới

Hiệu Suất Facebook Ads

Kết Quả Tổng Quan

- **Tổng chi phí:** 360 triệu VND
- **Tổng doanh thu:** 1,260 triệu VND
- **ROAS trung bình:** 3.5
- **CPM trung bình:** 45,000 VND

Phân Khúc Đối Tượng Hiệu Quả Nhất

1. Đối Tượng Tương Tự 1% Người Mua

- ROAS: 5.8
- CPA: 220K VND
- Quy mô: 2.5M tiếp cận

2. Đối Tượng Tùy Chỉnh Website (95% người xem)

- ROAS: 7.2
- CPA: 180K VND
- Tần suất: 2.1

3. Đối Tượng Cốt Lõi Dựa Trên Sở Thích

- ROAS: 3.1
- CPA: 420K VND
- Quy mô: 8M tiếp cận

Thông Tin Chi Tiết Về Hiệu Suất Sáng Tạo

- Video ads có tỷ lệ tương tác cao hơn hình ảnh tĩnh 240%
- Nội dung do người dùng tạo có ROAS cao hơn nội dung studio 180%
- Định dạng carousel hiệu quả nhất cho chiến dịch retargeting

Hiệu Suất TikTok Ads

Kết Quả Tổng Quan

- Tổng chi phí: 84 triệu VND
- Tổng doanh thu: 294 triệu VND
- ROAS trung bình: 3.5
- CPM trung bình: 28,000 VND

Thông Tin Đột Phá

- Spark Ads từ nội dung organic viral có ROAS 6.8
- Đối tượng 18-25 có tương tác cao nhưng chuyển đổi thấp
- Nội dung video dưới 15 giây có tỷ lệ hoàn thành tốt nhất (78%)

KỸ THUẬT TỐI ƯU HÓA

Kết Quả A/B Testing

Kiểm Tra Landing Page

Kiểm tra	Phiên bản A	Phiên bản B	Người thắng	Cải thiện
Phần Hero	Tập trung sản phẩm	Tập trung lối sống	B	+23% CR
Nút CTA	"Mua Ngay"	"Khám Phá"	A	+15% CR
Chứng minh xã hội	Đánh giá	Lời chứng thực	A	+31% CR
Bố cục di động	Một cột	Hai cột	A	+18% CR

Kiểm Tra Sáng Tạo Quảng Cáo

Yếu tố	Phiên bản A	Phiên bản B	Người thắng	Tác động
Độ dài video	30s	15s	B	+45% VTR
Văn bản CTA	"Shop Now"	"Xem Ngay"	B	+28% CTR
Nền	Studio	Lối sống	B	+35% Tương tác
Nhạc	Sôi động	Thư giãn	A	+22% Hoàn thành

Tối Ưu Hóa Kỹ Thuật

Thiết Lập Theo Dõi

```
javascript

// Theo dõi Thương mại điện tử nâng cao
gtag('event', 'purchase', {
  transaction_id: 'ORDER_123',
  value: 299000,
  currency: 'VND',
  items: [{
    item_id: 'SKU_123',
    item_name: 'Áo Sơ Mi Cao Cấp',
    category: 'Áo sơ mi',
    quantity: 1,
    price: 299000
  }]
});

// Sự kiện tùy chỉnh Facebook Pixel
fbq('track', 'AddToCart', {
  content_ids: ['SKU_123'],
  content_type: 'product',
  value: 299,
  currency: 'USD'
});
```



Độ Chính Xác Theo Dõi Chuyển Đổi

- Google Analytics: 94% độ chính xác
- Facebook Pixel: 87% độ chính xác (tác động iOS 14.5+)
- TikTok Pixel: 89% độ chính xác
- Theo dõi phía máy chủ: 98% độ chính xác

BÀI HỌC VÀ THỰC HÀNH TỐT NHẤT

Yếu Tố Thành Công Chính

1. Ra Quyết Định Dựa Trên Dữ Liệu

- **Đánh giá hiệu suất hàng tuần** với đầy đủ các bên liên quan
- **Giám sát thời gian thực** dashboard cho mọi chiến dịch
- **Mô hình phân bổ** để hiểu hành trình khách hàng
- **Phân tích nhóm** để tối ưu giá trị trọn đời

2. Xuất Sắc Về Sáng Tạo

- **Nội dung do người dùng tạo** vượt trội hơn nội dung studio
- **Định dạng quảng cáo tự nhiên** có tương tác cao hơn
- **Cá nhân hóa** dựa trên phân khúc đối tượng
- **Làm mới sáng tạo liên tục** để tránh mệt mỏi quảng cáo

3. Hạ Tầng Kỹ Thuật

- **Landing page tải nhanh** (< 2s)
- **Thiết kế mobile-first**
- **Triển khai theo dõi đúng cách** trên tất cả điểm tiếp xúc
- **Phân khúc cơ sở dữ liệu** cho chiến dịch có mục tiêu

Cạm Bẫy Thường Gặp & Giải Pháp

Vấn đề 1: CPA cao trong giai đoạn đầu

Giải pháp:

- Bắt đầu với chiến dịch nhận diện thương hiệu
- Xây dựng đối tượng tùy chỉnh trước khi mở rộng
- Tập trung vào tối ưu chất lượng điểm số

Vấn đề 2: Mệt mỏi quảng cáo nhanh chóng

Giải pháp:

- Xoay sáng tạo mỗi 7-10 ngày
- Duy trì 3-5 sáng tạo hoạt động mỗi ad set
- Giám sát giới hạn tần suất (< 3.0)

Vấn đề 3: Thách thức phân bổ với iOS 14.5+

Giải pháp:

- Triển khai theo dõi phía máy chủ
- Sử dụng thu thập dữ liệu bên thứ nhất
- Tập trung vào kiểm tra tăng trưởng

ROI & TÁC ĐỘNG KINH DOANH

Hiệu Suất Tài Chính

Tăng Trưởng Doanh Thu

- Tháng 1:** 22 triệu VND
- Tháng 12:** 385 triệu VND
- Tăng trưởng:** 1,650%
- Tổng doanh thu 12 tháng:** 2.4 tỷ VND

Tối Ưu Cấu Trúc Chi Phí

Chỉ số	Ban đầu	Cuối kỳ	Cải thiện
Chi phí thu hút khách hàng	850K	220K	-74%
Tỷ suất hoàn vốn chi tiêu quảng cáo	1.8	5.8	+222%
Tỷ lệ chuyển đổi	0.8%	4.2%	+425%
Giá trị đơn hàng trung bình	450K	680K	+51%

Tạo Giá Trị Dài Hạn

- Giá trị trọn đời khách hàng:** Tăng từ 890K lên 2.4M
- Tỷ lệ mua lại:** 35% sau 6 tháng
- Nhận diện thương hiệu:** Tăng 280% (dựa trên khảo sát)
- Thị phần:** 12% trong phân khúc mục tiêu

Tác Động Vận Hành

Phát Triển Đội Ngũ & Quy Trình

- Xây dựng đội marketing nội bộ (3 người)
- Thiết lập quy trình tối ưu hóa hàng tuần
- Đào tạo nhân viên về marketing số
- Triển khai tự động hóa marketing

Bộ Công Nghệ

- CRM:** Tích hợp HubSpot
- Phân tích:** Google Analytics 4 + Data Studio
- A/B Testing:** Google Optimize + Facebook Experiments
- Phân bổ:** Triple Whale + Northbeam

LỘ TRÌNH TƯƠNG LAI & KHUYẾN NGHỊ

Giai Đoạn Tiếp Theo (2024)

Sáng Kiến Chiến Lược

1. Mở Rộng Quốc Tế

- Mục tiêu: Singapore, Malaysia
- Phân bổ ngân sách: 30% cho thị trường nước ngoài
- Chiến lược bản địa hóa theo thị trường

2. Tích Hợp Đa Kênh

- Tích hợp cửa hàng offline
- Chiến dịch O2O (Online-to-Offline)
- Trải nghiệm khách hàng thống nhất

3. Tự Động Hóa Nâng Cao

- Tối ưu đấu giá được hỗ trợ AI
- Tối ưu sáng tạo động
- Mô hình đối tượng dự đoán

Lộ Trình Công Nghệ

- Q1 2024:** Triển khai theo dõi phía máy chủ
- Q2 2024:** Thiết lập Nền tảng Dữ liệu Khách hàng (CDP)
- Q3 2024:** Tích hợp chatbot AI
- Q4 2024:** Trải nghiệm thử AR/VR

Khuyến Nghị Ngân Sách

Dự Báo Năm 2024

- Tổng ngân sách:** 2.4 tỷ VND (200M/tháng)
- Google Ads:** 40% (960M)
- Meta Platforms:** 35% (840M)

- **TikTok/YouTube:** 15% (360M)
- **Nền tảng mới nổi:** 10% (240M)

Kết Quả Mong Đợi

- **Mục tiêu doanh thu:** 15 tỷ VND
- **ROAS mục tiêu:** 6.0+
- **Thu hút khách hàng:** 45,000 khách hàng
- **Vị thế thị trường:** Top 3 trong phân khúc

KẾT LUẬN

Điểm Chính

Dự án này chứng minh rằng một **chiến lược paid traffic đa kênh** được thực hiện đúng cách có thể mang lại kết quả đột phá cho khởi nghiệp thương mại điện tử. Những yếu tố then chốt bao gồm:

1. **Lập kế hoạch chiến lược:** Phân chia ngân sách và thời gian rõ ràng
2. **Tối ưu hóa dựa trên dữ liệu:** Kiểm tra và cải thiện liên tục
3. **Xuất sắc sáng tạo:** Nội dung chất lượng cao, tự nhiên
4. **Nền tảng kỹ thuật:** Theo dõi và hạ tầng phù hợp
5. **Tiếp cận lấy khách hàng làm trung tâm:** Tập trung vào trải nghiệm người dùng

Khuyến Nghị cho Doanh Nghiệp

Cho Khởi Nghiệp (Ngân sách < 100M/tháng)

- Bắt đầu với 1-2 kênh chính
- Tập trung vào tối ưu chuyển đổi trước khi mở rộng
- Đầu tư mạnh vào sản xuất sáng tạo
- Thiết lập hệ thống theo dõi từ ngày đầu

Cho Doanh Nghiệp Vừa và Nhỏ (Ngân sách 100-500M/tháng)

- Đa dạng hóa trên nhiều kênh
- Triển khai mô hình phân bổ nâng cao
- Xây dựng chuyên môn nội bộ
- Tập trung vào giá trị trọn đời khách hàng

Cho Doanh Nghiệp Lớn (Ngân sách > 500M/tháng)

- Chiến lược tích hợp đa kênh

- Triển khai tự động hóa và AI nâng cao
 - Lập kế hoạch mở rộng quốc tế
 - Sáng kiến xây dựng thương hiệu
-

VỀ CHUYÊN GIA HỒNG MINH

CHUYÊN GIA HỒNG MINH

CEO LIGHT

Hơn 12 năm kinh nghiệm trong ngành Marketing Online, lập trình, SEO, thiết kế đồ họa, chạy quảng cáo, vv...

- Đào tạo chuyên sâu về SEO, Google Ads, Quảng Cáo cho hơn 3000+ doanh nghiệp
 - 20+ Khóa tư vấn đào tạo cho doanh nghiệp về Marketing Online
 - Thực hiện thành công 100+ dự án paid traffic cho các doanh nghiệp từ startup đến tập đoàn lớn
 - Chuyên gia được công nhận bởi Google và Facebook
 - Facebook: <https://www.facebook.com/hm.phm>
 - Chi tiết: <https://light.com.vn/minh-hm>
 - Youtube: <https://www.youtube.com/@minhbmchannel2340>
-

Light - Nhanh - Chuẩn - Đẹp

LIGHT
Nhanh - Chuẩn - Đẹp