

BÍ KÍP LÀM GIÀU VỚI CPO TỪ SỐ 0

Anh em thân mến,

Như đã được nhấn mạnh, kiến thức và kinh nghiệm là hai yếu tố tiên quyết cho sự thành công của chúng ta khi bắt đầu với mảng Affiliate Marketing. Vậy nên anh em hãy bắt tay ngay vào chiến các bài học/ hướng dẫn vô cùng căn bản và thiết yếu dưới đây, để tự tin bung số nào!

Mời anh em đọc mục lục dưới đây để tìm được bí kíp nhé!

Mục lục

<i>I.</i>	<i>Từ điển thuật ngữ của bạn :D</i>	<i>2</i>
<i>II.</i>	<i>Các bước làm giàu</i>	<i>5</i>
2.1.	Đăng ký/ Đăng nhập – Trở thành thành viên	5
2.2.	Làm quen giao diện	9
<i>III.</i>	<i>Bắt tay vào làm</i>	<i>23</i>
Bước 1.	Chọn sản phẩm (offers)	23
Bước 2.	Chọn Kênh/Nền tảng traffic	24
Bước 3.	Chuẩn bị content	27
Bước 4.	Tracking – đo lường hiệu quả	28
Bước 5.	Tạo chiến dịch quảng cáo (thực chiến)	28
Bước 6.	Testing – tối ưu hóa chiến dịch	29
Bước 7.	Scale up hiệu quả	30

I. Từ điển thuật ngữ của bạn

1: Affiliate Marketing (tên tiếng Việt là tiếp thị liên kết) là 1 hình thức kinh doanh online gần giống như mô hình cộng tác viên. Với hình thức này, bạn có thể tìm các nhà phân phối sản phẩm có hỗ trợ affiliate, đăng ký và quảng bá sản phẩm của họ, bạn sẽ được hoa hồng. Chẳng hạn, sau khi bạn mở tài khoản AdFlex và được chấp thuận, bạn sẽ có thể quảng bá bất cứ sản phẩm nào trên nền tảng này.

Khi có khách hàng mua qua link của bạn (Gọi là affiliate link), bạn sẽ được hoa hồng. Tùy chiến dịch sẽ có những mức hoa hồng khác nhau. Thông thường dao động từ 30-40% giá sản phẩm.

=> Tóm lại: Bạn là cộng tác viên (hay Publisher – viết tắt là Pub) cho công ty có sản phẩm (hay Advertiser – vt: Adv). Bạn làm quảng cáo sản phẩm đó (sản phẩm gọi là offer), khách đặt hàng trên link bạn quảng cáo => Adv trả tiền cho bạn. Dễ hiểu chưa :D?

2: Aff_sub: một công cụ giúp bạn biết đơn hàng đó bạn lấy từ kênh quảng cáo nào. Bạn chỉ cần đặt link ở bên cạnh aff_sub khi có đơn về bạn sẽ biết đơn đó từ nguồn nào

3: AdFlex CPO: Đây là hình thức **tiếp thị liên kết** mà hoa hồng được tính trên **mỗi đơn đặt hàng** của khách hàng. Tức là khi khách hàng click vào link phân phối của bạn và đặt hàng, sau đó call center gọi tới, khách hàng xác nhận “Tôi đồng ý mua hàng” (conversion thành công) là bạn được chia sẻ hoa hồng cho đơn hàng đó.

⇒ Tóm lại: AdFlex là một sân chơi, kết nối công ty có sản phẩm (Adv) và cộng tác viên quảng cáo (Pub). Thông qua sân chơi này, Adv đưa sản phẩm (offer) của họ lên, Pub chọn offer để chạy quảng cáo. Khi khách mua trên link/trang web Pub quảng cáo + xác nhận mua hàng => có tiền. Đơn giản và thấy tiền nhiều chưa này :D

⇒ Lợi là gì?

- Kiếm tiền online, làm bất cứ đâu

- Kiếm tiền với 2 bước:

+ Tạo sản phẩm hoặc tìm kiếm sản phẩm của các Nhà cung cấp để quảng bá.

+ Điều hướng người dùng tới trang bán sản phẩm đó. (quảng cáo)

- AdFlex cung cấp cho bạn sản phẩm (thế là không phải đi kiếm nhà cung cấp rồi nhé, he he), Landingpage (trang mua hàng để khách chỉ việc điền thông tin, trang này đã được kiểm nghiệm và tối ưu)
- Giá share cao trên mỗi đơn hàng, ngoài ra còn có các combo tăng giá share cho bạn. Khách mua nhiều bạn được nhiều.
- Hỗ trợ kỹ thuật, không biết chạy thì có bí kíp này để học từ đầu, biết chạy rồi mà mắc đâu lại có đội ngũ Affiliate Manager (AM) hỗ trợ kỹ thuật. Việc của bạn là mỗi cầm tiền đếm thôi
- Bạn có tư duy content hay kinh nghiệm Digital Marketing rồi thì chỉ việc gom tiền về ví thôi ạ

Công thức để thành công với CPO = Digital Marketing + Tư Duy Content

4: BM: Business Manager: Trang quản lý quảng cáo của bạn trên Facebook

5: Clone: Là thuật ngữ dùng để chỉ việc copy pre-landing hoặc landing về up lên domain của bạn, việc này là **BẮT BUỘC** nếu bạn muốn quảng bá sản phẩm trên Facebook và Google, link affiliate (link tracking) của bạn là link chuyển hướng nên không thể chạy trực tiếp trên Facebook và Google (Zalo vẫn chạy bình thường) - clone cần cả domain và hosting.

- ⇒ Tóm lại: Clone bản chất là copy, nhưng copy các trang Pre-Landing Page hoặc Landing Page để tối ưu, tùy chỉnh theo ý muốn và hạn chế bị vi phạm chính sách hạn chạy quảng cáo (VPCS).
- ⇒ Cách clone giới thiệu ở dưới sau.

6: Domain: Là địa chỉ nhà của trang thông tin quảng cáo sản phẩm, khách cần địa chỉ nhà để đến đọc và mua sản phẩm

7: Hosting: Nơi nhà, kho lưu trữ thông tin trên mạng của sản phẩm, người ta tới đây để đọc, xem, mua sản phẩm

8: Hoa hồng/Giá chia sẻ: Số tiền bạn nhận được khi có 1 đơn hàng thành công

9: Kênh Traffic: Kênh/nền tảng chạy quảng cáo. Ví dụ: Chạy quảng cáo trên Facebook, Google, Zalo,... Hay traffic của bạn là Facebook, Google, Zalo. Hiện nay chủ yếu chạy quảng cáo trên Facebook (giá chạy quảng cáo thường rẻ nhất, dễ chạy nhất) -> Zalo -> Google.

⇒ Ngoài ra có một số kênh khác như: kênh book báo hoặc Native Ads Network khác như eclick, mgid, Traffic factory v.v... Freetraffic như SEO, Youtube. Nhưng nên chạy Fb -> Zalo
->Google trước

10: Landing-page là trang đích giới thiệu trực tiếp sản phẩm và nơi khách hàng để lại thông tin đặt hàng. Khuyến khích khi chạy tất cả các sản phẩm nên chọn chạy qua Pre-landing page để có tỷ lệ chuyển đổi cao hơn

11: Link affiliate: Mỗi offer trong AdFlex đều có link tracking riêng ứng với mỗi pre-landing và landing-page, để có hoa hồng, bạn cần điền thông tin khách hàng vào link affiliate đó - vì đó là link của bạn

12: Offer: Các sản phẩm

13: Pre-landing page thường là các bài viết nói về sản phẩm mà bạn chọn là cách tiếp cận khách hàng một cách tự nhiên và tạo thiện chí khi chuyển đổi mua hàng. AdFlex xây dựng rất nhiều Pre-landing page cho mỗi sản phẩm bạn có thể lựa chọn Pre-landing có content phù hợp nhất để chạy.

=> Pre-Landing page là để giới thiệu, chào chuôt sản phẩm, có thể có form đặt hàng hoặc không. Landing page thì là link giới thiệu, nhưng ít thông tin hơn Pre, có form chốt đơn.

Lưu ý:

- Ở AdFlex: Cứ link “.zxc” là tính lượt click + data đặt hàng trên đó là tính cho bạn, link này không chạy được quảng cáo trên Facebook.
- Còn link không có “.zxc” thì KHÔNG TÍNH LƯỢT CLICK, nhưng TÍNH DATA cho bạn.

14: Parking Domain: Bản chất Parking Domain giống clone, nhưng thực hiện ngay trên nền tảng của AdFlex, bạn không cần hosting, chỉ cần domain và gắn trực tiếp prelanding/landing vào domain của bạn (nhược điểm là chưa gắn được pixel cho publishers chạy chuyển đổi)

15: Tracking: Bạn có thể hiểu đơn giản như sau: Ví dụ bạn chạy 2 bài post quảng cáo với 2 target khác nhau cùng đổ về 1 trang landing page, và lúc này khi bạn có đơn về. Nếu bạn không tracking, hệ thống report của AdFlex sẽ không thể giúp bạn phân biệt được sale này đến từ bài post quảng cáo nào.

16: Via: Tài khoản facebook đã bị hack, bạn dùng via này để đi quảng cáo. Via này thường là đi mua

II. Các bước làm giàu

2.1. Đăng ký/ Đăng nhập – Trở thành thành viên

Sau khi bạn click vào link đăng ký Adflex. Tại giao diện hiện ra, bạn click vào **tôi đồng ý với thỏa thuận hợp tác** và nhấn ==> tiếp tục.

Đăng ký tài khoản

Những thông tin này sẽ giúp chúng tôi và bạn liên kết với nhau.

Chính sách Thông tin Kinh nghiệm Hoàn tất

Điều khoản và chính sách

ĐIỀU KHOẢN CHUNG

Áp dụng cho các Đối tác hoạt động trên hệ thống AdFlex.vn

Bản Điều Khoản chung này (sau đây gọi là "Điều khoản chung") được phát hành bởi Công ty Cổ phần AdFlex Việt Nam (sau đây gọi là "AdFlex") quy định các quyền và nghĩa vụ đối với các đối tác hoạt động trên hệ thống AdFlex.vn (sau đây gọi là "Đối tác").

MỤC I. ĐỐI TÁC

☐ Tôi đồng ý với thỏa thuận hợp tác

Tiếp tục

Bạn hãy điền đầy đủ thông tin được yêu cầu ở các trường đây là những trường bắt buộc phải điền. Bao gồm: email, tên tài khoản, mật khẩu, số điện thoại, tài khoản Skype, Facebook (bắt buộc)

Đăng ký tài khoản

Những thông tin này sẽ giúp chúng tôi và bạn liên kết với nhau.

Chính sách

Thông tin

Kinh nghiệm

Hoàn tất

Thông tin tài khoản

CHOOSE PICTURE

Họ và tên *

Nguyễn Mack

Nơi sinh sống *

Miền Nam

Tên tài khoản *

CEOMackNguyen

Email *

kiemtienonlineproz@gmail.com

Số điện thoại *

0975956710

Mật khẩu *

.....

Xác nhận mật khẩu *

.....

Skype

adongdesigns

Facebook

https://www.facebook.com/

Quay lại

Tiếp tục

Tiếp đến AdFlex sẽ hỏi bạn một vài thông tin về kinh nghiệm làm affiliate của bạn: Bạn có loại traffic nào (Facebook, Zalo, SEO,...)

- Bạn đã từng kiếm được bao nhiêu tiền 1 tháng với affiliate
- Bạn đã từng chạy qua những network nào và nếu có hãy hình ảnh chụp về nguồn thu nhập đã kiếm được bạn cũng có thể upload lên luôn nhé.

Nếu chưa có nguồn thu nhập nào từ internet, bạn có thể điền những con số mà bạn cảm thấy hợp lý. Cũng có thể điền số 0 vì bạn mới bắt đầu.

Đăng ký tài khoản

Những thông tin này sẽ giúp chúng tôi và bạn liên kết với nhau.

Chính sách

Thông tin

Kinh nghiệm

Hoàn tất

Thông tin nguồn traffic mà bạn có.

Loại traffic mà bạn có ? *

Facebook

Bạn đã từng sử dụng các nền tảng affiliate nào ?

Masoffer

Doanh thu bạn từng kiếm được trong 1 tháng ?

5000000

Hình ảnh tham khảo

Chọn tệp

Không có tệp nào được chọn

Quay lại

Tiếp tục

Cuối cùng bạn gõ lời nhắn bạn muốn nhắn đến AdFlex để họ có thể duyệt tài khoản cho bạn nhanh hơn ví dụ như bạn có thể nhắn: *“Xin vui lòng chấp nhận tài khoản đăng ký của mình”*. Sau đó nhấn ==> Hoàn thành.

Đăng ký tài khoản

Những thông tin này sẽ giúp chúng tôi và bạn liên kết với nhau.

Chính sách

Thông tin

Kinh nghiệm

Hoàn tất

Drop us a short message.

Sơ n tin nhấn

Xin vui lòng chấp nhận tài khoản đăng ký của mình|

Ví dụ

Please, approve my account. :(

Quay lại

Hoàn thành

Sau khi **đăng ký hoàn thành** bạn sẽ nhận được email báo về từ hệ thống AdFlex về việc hoàn tất đăng ký tài khoản.



AdFlex no-reply@adflex.vn [qua](#) amazonses.com
tới tôi ▾



Chào bạn

Cám ơn bạn đã đăng ký hệ thống AdFlex CPO - Premium Affiliate Marketing network. Tham gia với chúng tôi, bạn sẽ có cơ hội chạy những offer cực "độc" với giá chia sẻ cao "ngút trời". Đồng thời, bạn có thể tham gia cộng đồng Publisher của AdFlex để trau dồi kiến thức về Affiliate Marketing của mình.

Sau khi xác nhận email, tài khoản của bạn sẽ được nằm trong danh sách xét duyệt.



Nếu chờ đợi quá lâu, bạn có thể chủ động liên hệ với Affiliate Manager theo thông tin sau:

- Thu Hồng: tathithuhong (Skype)
- Tú Anh: anne.adflex (Skype)

Để tham gia thảo luận và học hỏi với cộng đồng publishers của AdFlex, hãy click vào link này: <https://goo.gl/KPTV9Y>

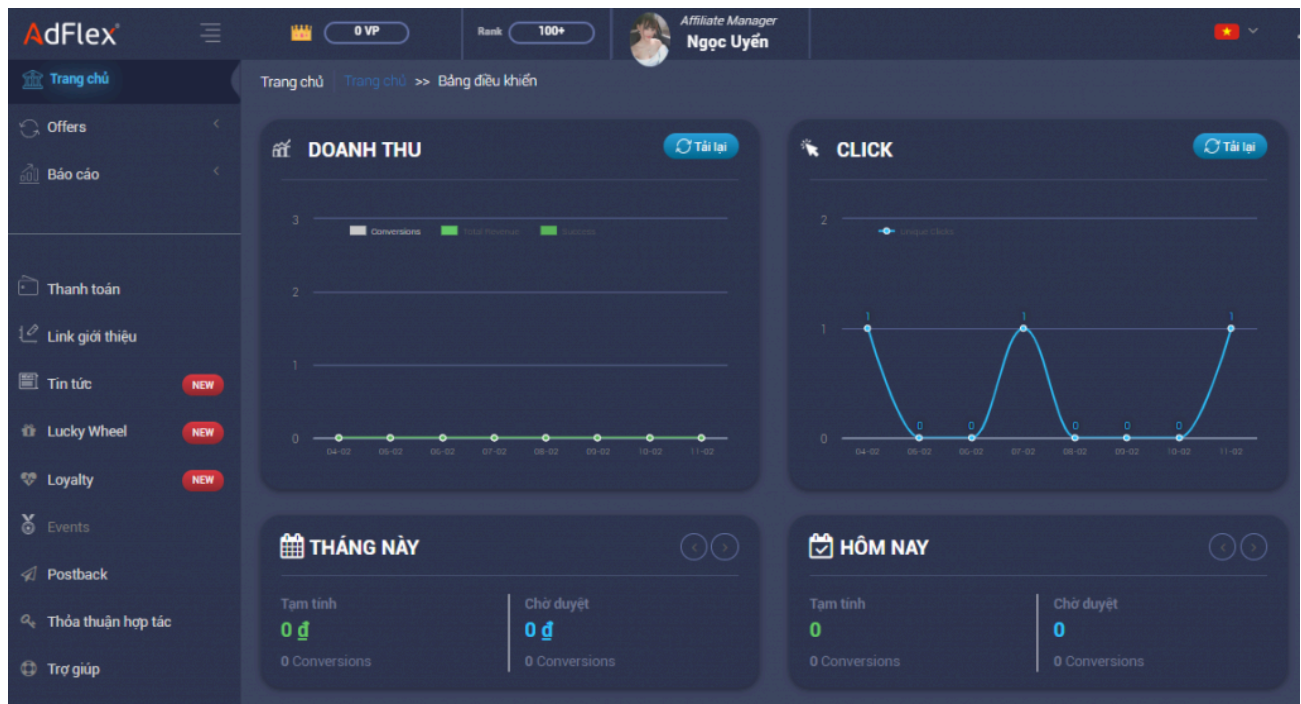
Bạn nhấn vào XÁC NHẬN EMAIL

Tuy nhiên AdFlex sẽ duyệt và kích hoạt tài khoản cho bạn sau 24 giờ nên lúc này tài khoản của bạn sẽ chưa thể làm việc ngay được.

Bạn yên tâm vì AdFlex sẽ duyệt rất nhanh chóng và kích hoạt tài khoản cho bạn. Nếu sau 24h bạn vẫn chưa được kích hoạt, bạn hãy liên hệ với chúng tôi [qua zalo](#)/[qua số hotline](#) (+84 961.007.774) Trong thời gian chờ đợi, bạn hãy cùng mình xem qua **giao diện MỚI của Adflex** phía bên dưới nhé.

2.2. Làm quen giao diện

Đầu tiên khi vào giao diện tài khoản AdFlex bạn chú ý giúp mình Menu bên trái:



Tại đây mình sẽ diễn giải chi tiết các danh mục hiện có trên Menu:

2.2.1. Mục Offer

Đầu tiên, bạn sẽ thấy danh mục có tên Offers (hay sản phẩm): Chứa đầy đủ thông tin về các offers dành cho bạn chạy quảng cáo, Click vào mũi tên (<) sẽ cho bạn 3 lựa chọn như sau:

- **All offer:** Bao gồm các thông tin đầy đủ về các offer bạn có thể dùng link để quảng bá.

Trong mục **All offer** sẽ được chia thành 2 mảng chính là:

- **Thực phẩm chức năng:**

Bao gồm các offer thuộc ngành thực phẩm chức năng với một số ngành như: Sinh lý, giảm cân, làm đẹp, đặc trị,... Tại đây bạn có thể dễ dàng lấy các thông tin cũng như mang link đi để quảng bá.

Tên sản phẩm	Giá chia sẻ	Quốc gia	
 Zextor - VN HOT	1 : 360,000 đ 2 : 510,000 đ	VN	Lấy link
 Combo 2 Getridox - VN HOT	1 : 210,000 đ 2 : 350,000 đ	VN	Lấy link
 Detoxherb - VN HOT	400,000 đ	VN	Lấy link
 Tăng Cường Sinh Lý Nam ACE - TH HOT	423,000 đ	TH	Lấy link
 Kem Chống Lão Hóa 22 Again HOT	379,200 đ	VN	Lấy link
 Alphamax Gel + - ID NEW	282,000 đ	ID	Lấy link

- **Phụ kiện:** Chứa thông tin đầy đủ về các Offers vật lý như: quần áo, nôi em bé, thiết bị tiết kiệm điện.....để bạn có thể dùng link để quảng bá

Phụ Kiện	Báo cáo Thanh toán Link giới thiệu Tin tức Coupon Events Postback Thỏa thuận hợp tác Trợ giúp			
	Thu gọn 10 Tên sản phẩm Tỉ lệ chốt Giá chia sẻ Quốc gia			
	 Gối chống trào ngược Runa Kids - VN HOT 49.91 % 200,000 đ VN Lấy link			
	 Stability - MM HOT 56.65 % 110,000 đ MM Lấy link			
	 Money Amulet 2 - VN 34.43 % 312,000 đ VN Lấy link			
	Showing 1-3 of 3 < 1 >			

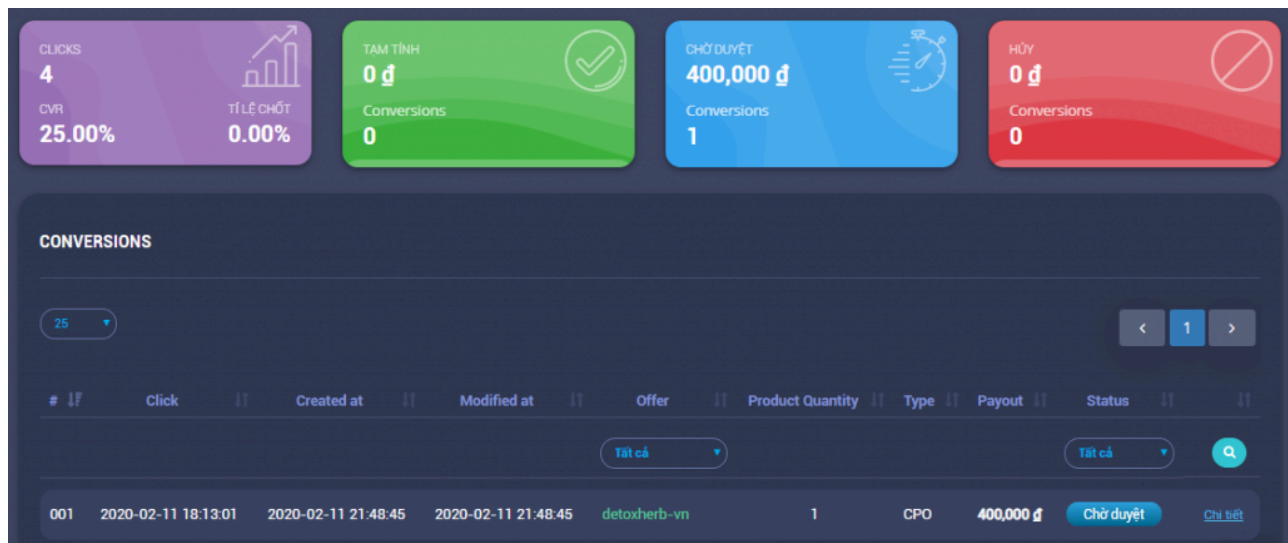
2.2.2. Mục Báo cáo:

Tất cả các thông tin traffic, doanh thu, lượt click của các offer. Click vào mũi tên (<) sẽ cho bạn 2 lựa chọn như sau:

- **Báo cáo hiệu quả:** Click, Conversion (Chuyển đổi), Revenue (Doanh thu)



- **Báo cáo chi tiết:** Click, tạm tính, chờ duyệt, hủy



2.2.3. Mục Thanh toán:

Nơi chứa #ID offer (sản phẩm), ngày thanh toán, doanh thu, trạng thái.

Thanh toán | [Trang chủ](#) >> Thanh toán

#ID	NGÀY THANH TOÁN	DOANH THU	TRẠNG THÁI
(Trống)			

2.2.4. Mục Link giới thiệu:

Sau khi bạn trở thành Publisher của Adflex CPO, bạn có thể dùng link này để chia sẻ lại cho những bạn mới như bạn.

Có một điều rất hay ở link giới thiệu này. Đây là một kênh tuyệt vời giúp bạn kiếm tiền khác, bạn giới thiệu bạn bè của bạn cùng chạy CPO trên AdFlex, 90 ngày tiếp theo, bạn sẽ được **hưởng 3%** doanh thu của họ.

Đặc biệt lưu ý: Phần “cảm ơn” này hoàn toàn không ảnh hưởng gì tới tiền share mà Pub và bạn của Pub nhận được, không phải sự chuyển dịch doanh thu từ người này sang người khác. Đây là một khoản hoa hồng khác, tách riêng biệt, giúp bạn tăng thêm lợi ích.

Link giới thiệu | Trang chủ >> Link giới thiệu

Link giới thiệu của bạn
<https://cpo.adflex.vn/register?ref=6GFHL6FWJNDGd3Y> COPY

Đã giới thiệu: 2 Đã kích hoạt: 0

Chia sẻ link giới thiệu đăng ký tài khoản mới, bạn nhận được
 + Nhận 5% doanh thu của Pub đã đăng ký qua link giới thiệu của bạn trong 90 ngày đầu
 + Nhận 3% doanh thu của Pub đã đăng ký qua link giới thiệu của bạn trong 90 ngày tiếp theo

Tài khoản bạn đã giới thiệu

Gửi thông báo 2020-01-11 - 2020-02-11

5 RECORDS SEARCH:

Tên đăng nhập	Ngày tạo	Hoa hồng
No data available in table		
Tổng		0

Showing 0 to 0 of 0 entries

Thông báo đã gửi

5 RECORDS SEARCH:

Chủ đề	AM Note	Trạng thái	ACT
No data available in table			

2.2.5. Mục tin tức:

Nơi chứa các thông tin mới nhất của các offer mà AM chia sẻ

Tin tức | Trang chủ >> Tin tức

🔥 PHÁ ĐẢO THỊ TRƯỜNG SINH LÍ INDO VỚI NEW OFFER
 07-02-2020
 ✨ Các anh em sinh lí lại vui mừng chinh phục thị trường Indo đầy tiềm năng với New offer alphamaxgelplus - ID

🚫 [QUAN TRỌNG] - DỪNG CHẠY OFFER AMULET - PH
 05-02-2020
 KẾT TỪ NGÀY 04/02/2020, OFFER AMULET - PH SẼ TẠM DỪNG DO YÊU CẦU TỪ PHÍA NHÀ SẢN XUẤT.

📅 [QUAN TRỌNG] LỊCH NGHỈ TẾT NGUYÊN ĐÁN 2020
 10-01-2020
 ADFLEX XIN THÔNG BÁO LỊCH NGHỈ DỊP TẾT NGUYÊN ĐÁN NHƯ SAU:

BÀI VIẾT NỔI BẬT

- 🔥 PHÁ ĐẢO THỊ TRƯỜNG SINH LÍ INDO VỚI NEW OFFER
- 📅 [QUAN TRỌNG] LỊCH NGHỈ Tết Nguyên Đán 2020 📅
- ESTROMEN TUNG TƯ LIỆU TRUYỀN THÔNG "CÁC TƯ THẾ" SIÊU HOT 🔥🔥🔥
- [QUAN TRỌNG] TAM DỪNG CHẠY OFFER TẶNG CÂN HOA BẢO 1 - VN 🚫🚫
- 🔔 Thông báo lịch nghỉ lễ các offer TH và ID.

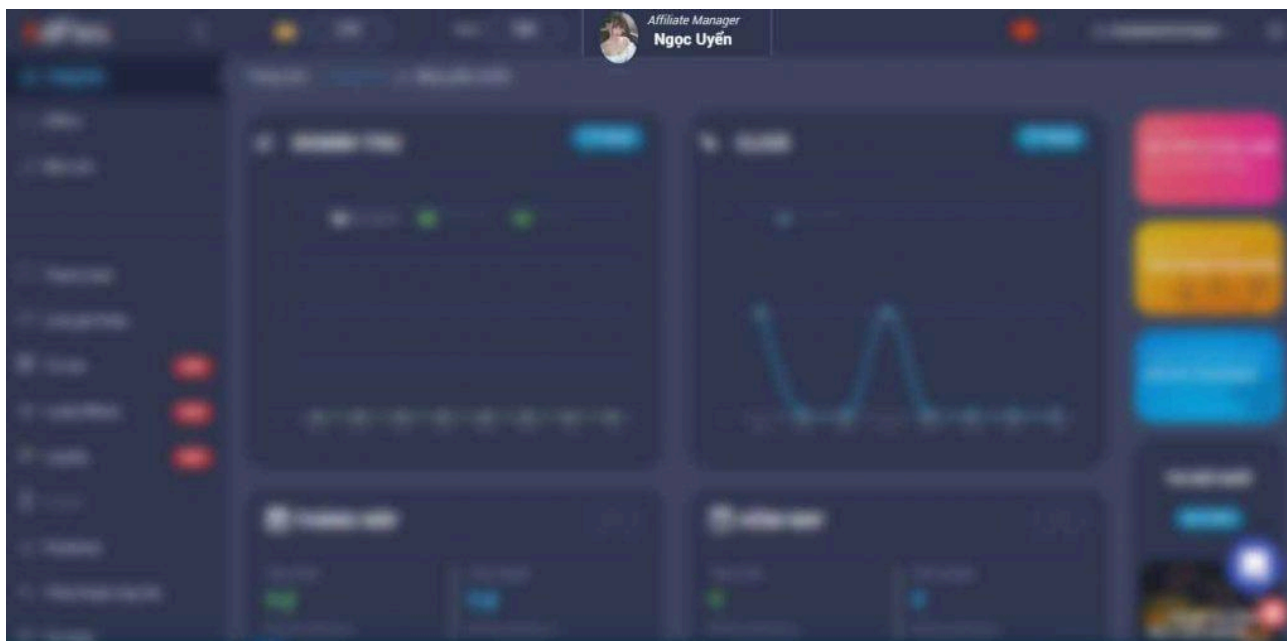
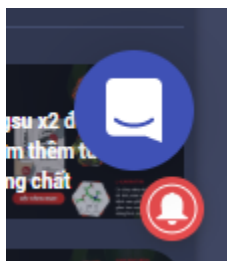
Các mục còn lại bạn chưa cần quan tâm. Để được hướng dẫn cụ thể hơn các offers, bạn liên hệ các **Affiliate Manager (AM)**.

2.2.6. Affiliate Manager (AM):

Ở phía bên trên có mục **Affiliate Manager (AM)**, người này sẽ trực tiếp hỗ trợ bạn các vấn đề khi kiếm tiền với CPO AdFlex như sau:

- Giải đáp những thắc mắc khi sử dụng Adflex CPO, Pre-ladipage, cách lấy link chạy QC,...
- Offer nào đang chạy tốt.
- Cung cấp những thông tin về offer như: giấy phép, KOLs, tăng giá offer,....
- Nguồn traffic tốt nhất của offer như: Facebook, zalo, GA,...

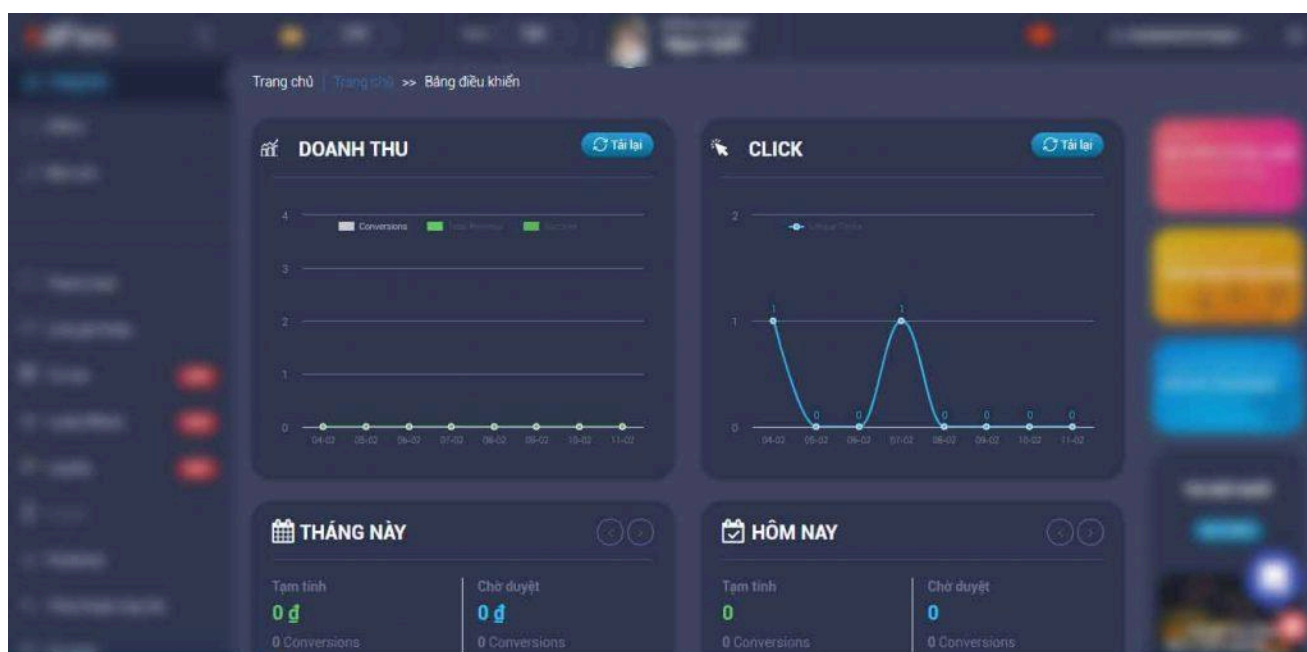
Bạn liên hệ với AM ở phần livechat, góc cuối cùng bên phải của màn hình, bạn sẽ nhìn thấy biểu tượng này, bạn đặt câu hỏi của bạn ở đây, và AM của bạn sẽ xuất hiện 😊



2.2.7. Bảng điều khiển.

Tại đây bạn sẽ được cập nhật các thông tin về :

- Doanh thu hàng tháng.
- Doanh thu hàng ngày.
- Biểu đồ doanh thu.
- Biểu đồ lượt click của traffic.



2.2.8. Coupon

The coupon details are as follows:

- AdFlex** logo and navigation menu on the left.
- 3,109 VP** and **Rank 94** displayed at the top.
- Affiliate Manager: Anne Hoàng** profile.
- Coupon for LADIPAGE:**
 - Thời hạn hết coupon: Không giới hạn
 - MÃ CODE: AdFlex | Giảm giá 10% và tặng thêm 3 tháng sử dụng
 - Nhận tin với Support Ladipage: AdFlex và tận hưởng ưu đãi!
- Link to use coupon:** <https://ladipage.vn/>

Đây là nơi bạn có thể lấy những ưu đãi từ các đối tác của bên mình để phục vụ tốt nhất cho việc chạy affiliate của bạn. Nếu bạn muốn nhận thêm ưu đãi từ bên thứ 3 nào khác các coupon sẵn có, hãy nói với AM của bạn và chúng tớ sẽ cố gắng hết sức để giúp bạn nhé 😊

2.2.9. Cách lấy link Sản phẩm để chạy quảng cáo.

Bạn xem danh mục các offer sẽ thấy danh sách các offer kèm mức giá chia sẻ (hoa hồng mà bạn nhận được) rất hấp dẫn. Mình lấy ví dụ cho bạn cách lấy link quảng bá của offer: **Detoxherb** –

VN, một sản phẩm chống ký sinh trùng đang **HOT** hiện có mức giá chia sẻ (hoa hồng) là **400.000 VND** với một Đơn đặt hàng thành công.

Tên sản phẩm		Giá chia sẻ	Quốc gia	
	Zextor - VN HOT	1 : 360,000 đ 2 : 510,000 đ	VN	Lấy link
	Combo 2 Getridox - VN HOT	1 : 210,000 đ 2 : 350,000 đ	VN	Lấy link
	Detoxherb - VN HOT	400,000 đ	VN	Lấy link
	Tăng Cường Sinh Lý Nam ACE - TH HOT	423,000 đ	TH	Lấy link
	Kem Chống Lão Hóa 22 Again HOT	379,200 đ	VN	Lấy link
	Alphamax Gel + - ID NEW	282,000 đ	ID	Lấy link

Sau khi bấm vào offer, tại đây sẽ có các thông tin:

- Tên sản phẩm
- Mức hoa hồng
- Tracking Link
- Facebook Pixel
- API gửi đơn
- Các trang Pre Landing Page và Landing Page
- Tạo form đặt hàng và nhúng vào website.

Bạn sẽ thấy mục **Tracking Link**, đây chính là link dẫn đến trang bán sản phẩm mà bạn sẽ đổ traffic vào để khách hàng đặt hàng. (Tức là bạn sẽ mang link này đi quảng bá)



Detoxherb - VN

Offer ID: detoxherb-vn

Giá chia sẻ: 400.000 đ

Mô tả: Thực phẩm bảo vệ sức khỏe Detoxherb. Link giấy phép: https://drive.google.com/drive/folders/KY6_okWo7LdQ?usp=sharing

Điểm VIP nhận: 5.6

TẠO LINK PHÂN PHỐI | **TẠO FORM ĐẶT HÀNG**

Tracking link: COPY

Facebook Pixel ID: Lưu lại

API gửi đơn: Tạo link API

PRE LANDING PAGE

- No Pre Landing Page
- Romedic Blog
- Medical Blog
- Sức Khỏe Blog
- Medical VN Blog
- Y Học Ngày Nay Blog
- Thông Tin Y Tế Blog
- Live Healthy Blog
- Sống Khỏe Blog
- Sức Khỏe Blog

LANDING PAGE

- Default
- Detoxherb 2
- Detoxherb 3

Khi bạn chạy quảng cáo kéo traffic vào trang này, khách hàng Để lại SĐT – Họ tên vào form đặt hàng thì bạn đã có 1 order và nếu telesale chốt đơn thành công thì bạn sẽ được tính **hoa hồng 400.000 VNĐ**.

ƯU ĐÃI ĐẶC BIỆT

GIẢM GIÁ **-50%**

Giá niêm yết: ~~1.580.000đ~~

Giá khuyến mãi: **790.000đ**

Số lượng sản phẩm với mức giá ưu đãi có hạn

Dữ liệu của bạn được bảo mật bởi SecureTECH

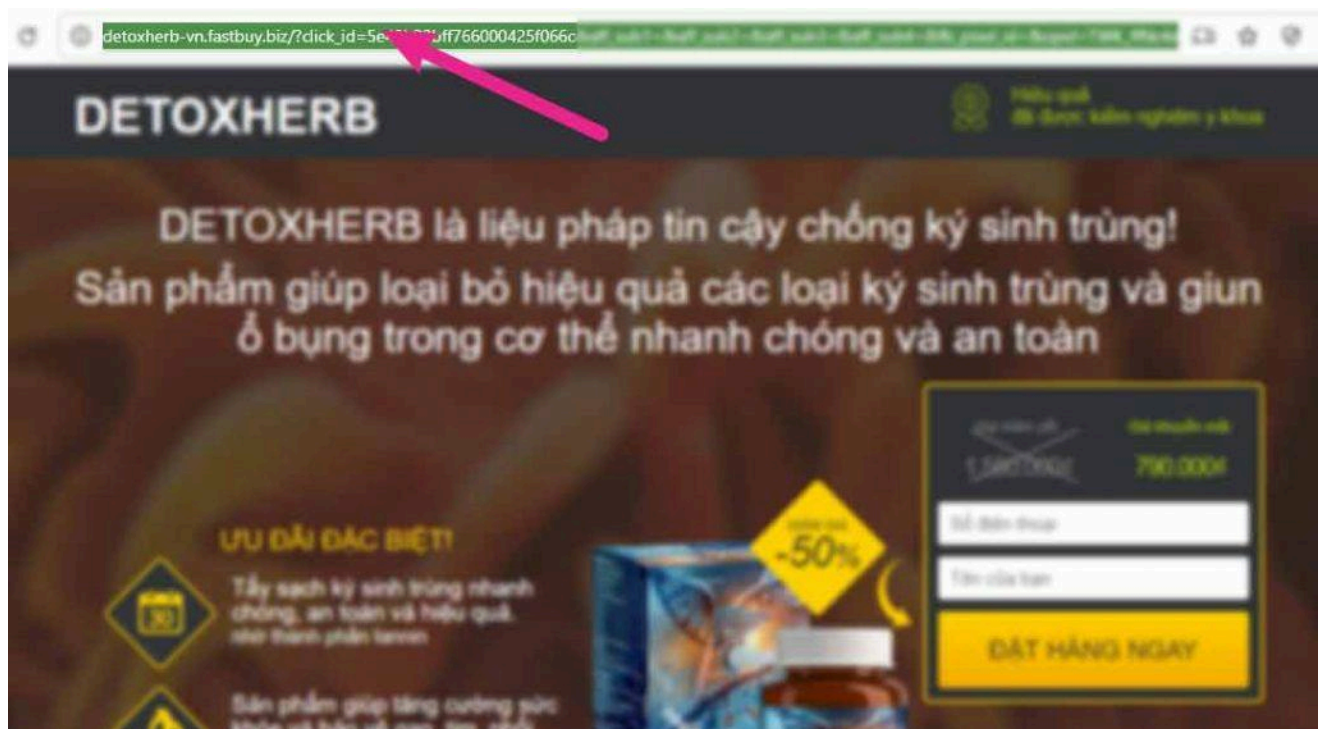


Số điện thoại:

Tên của bạn:

ĐẶT HÀNG NGAY

Lưu ý quan trọng: Trên mỗi offer sẽ chứa 1 ID, phần ID sẽ đứng trước dãy số như sau: &aff_sub1=&aff_sub2=&aff_sub3=,....



Có một yếu tố quyết định khá lớn đến thành bại của một chiến dịch marketing chính là nội dung (Content).

2.2.10. Content Pre-landing page:

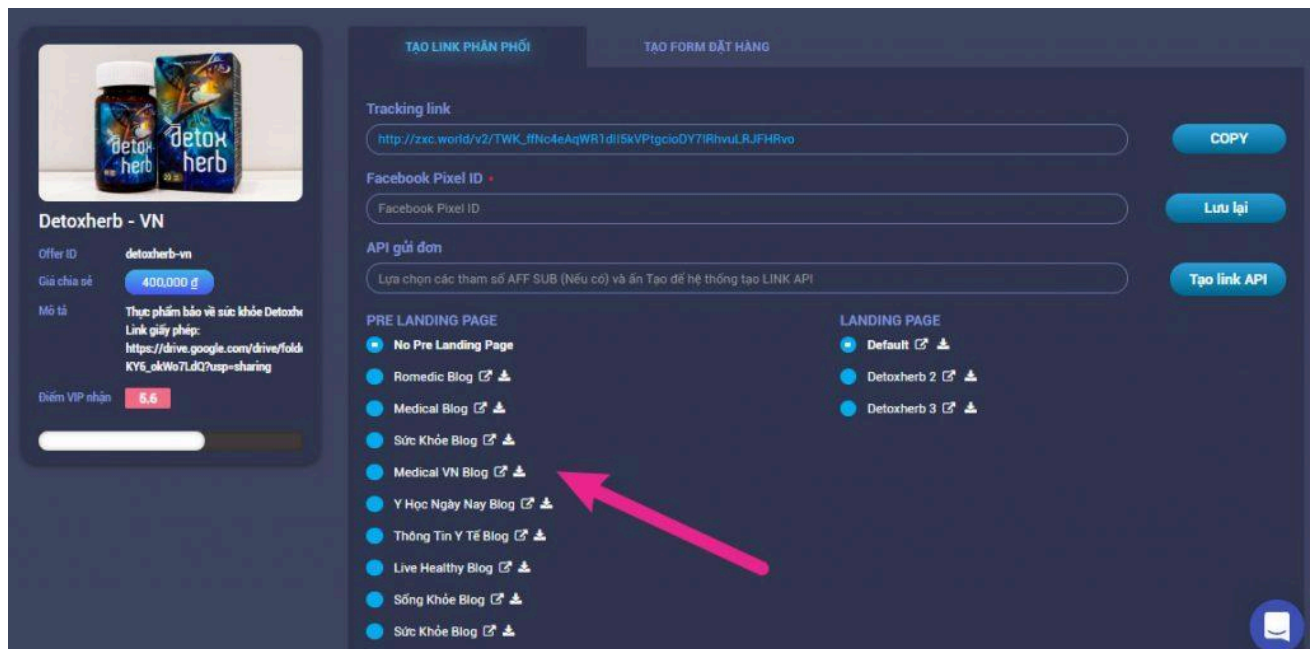
Là các bài viết nói về sản phẩm mà bạn chọn là cách tiếp cận khách hàng một cách tự nhiên và tạo thiện cảm khi chuyển đổi mua hàng. AdFlex xây dựng rất nhiều Pre-landing page cho mỗi sản phẩm.

Bạn hãy chọn Pre-Landing page bạn thấy ngon nhất để chạy (tuy nhiên khuyên bạn nên tự viết content nếu có thể để tối ưu hơn, vì Pre-Landing page trên AdFlex rất nhiều anh em chạy).

2.2.11. Content Landing Page:

Landing Page là trang đích giới thiệu trực tiếp sản phẩm và nơi khách hàng để lại thông tin đặt hàng

Ngoài ra các bạn có thể tự sáng tạo Pre-landing page nếu bạn có đủ kiến thức.



2.2.12. Tracking Parameters:

Đây là tính năng mà AdFlex trang bị thêm cho bạn giúp bạn dễ dàng trong việc tracking lưu lượng traffic để biết sale đến từ đâu, và sẽ giúp bạn nhiều hơn trong quá trình tối ưu chuyển đổi sau này.

□ Tracking là gì?

Bạn có thể hiểu đơn giản như sau: Ví dụ bạn chạy 2 bài post quảng cáo với 2 target khác nhau cùng đổ về 1 trang landing page, thì lúc này khi bạn có sale. Nếu bạn không tracking, hệ thống report của AdFlex sẽ không thể giúp bạn phân biệt được sale này đến từ bài post quảng cáo nào.

Vì vậy, bạn có thể tự tạo thêm aff_sub cho link, như hình mình tạo aff_sub : Ads Detox 1, và phần link mình lấy đem đi quảng bá sẽ có phần aff_sub ở phía sau.

https://detoxherb-vn.fastbuy.biz/?click_id=5e428c3dff766000425d0a7e&aff_sub1=Ads Detox 1

DETOXHERB

Hiệu quả đã được kiểm nghiệm y khoa

DETOXHERB là liệu pháp tin cậy chống ký sinh trùng!
Sản phẩm giúp loại bỏ hiệu quả các loại ký sinh trùng và giun ỏ bụng trong cơ thể nhanh chóng và an toàn

ƯU ĐÃI ĐẶC BIỆT!
Tẩy sạch ký sinh trùng nhanh chóng, an toàn và hiệu quả. nhờ thành phần tannin
Sản phẩm giúp tăng cường sức

GIẢM GIÁ -50%

Giá niêm yết: ~~1.580.000đ~~
Giá khuyến mãi: **790.000đ**

Số điện thoại:
Tên của bạn:

ĐẶT HÀNG NGAY

Như vậy, nếu bài post quảng cáo 1 của mình giúp mình ra sale, mình sẽ nhìn vào báo cáo chi tiết ở Mục Báo cáo AdFlex để biết được sale đến từ đâu, và mình có thể có chiến lược tối ưu hoặc tăng chuyển đổi từ quảng cáo tương ứng.

2.2.13. Thanh toán

AdFlex sẽ thanh toán vào thứ 6 hàng tuần, nhưng thanh toán doanh thu từ thứ 2 tới chủ nhật tuần trước đó, với doanh thu tối thiểu cần đạt là 1 triệu, nếu chưa đủ 1 triệu sẽ cộng dồn và khi nào đạt sẽ gửi Pub tiền.

Ví dụ: T2 là ngày 13/4, chủ nhật là 19/4, thứ 6 tuần sau là 24/4. Bạn sẽ được trả hoa hồng vào ngày 24/4, nhưng là doanh thu từ ngày 13-19/4. Không liên quan gì tới các ngày từ 20-23/4. Nếu doanh thu trong tuần không đủ 1 triệu sẽ cộng dồn sang tuần khác.

Lưu ý: Với lần thanh toán đầu tiên, bạn cần gửi ảnh chứng minh traffic của bạn. Tức là bạn gửi ảnh màn hình chụp kênh traffic bạn chạy (có thể là campaign/bài seo bạn viết,...)

Ngoài ra bên mình sẽ check tỷ lệ hoàn hàng, nếu dưới 40% bạn sẽ được thanh toán.

2.2.14. Trùng đơn/Không hiển thị đơn

- 1 số điện thoại có thể đặt được nhiều đơn hàng tại nhiều offer khác nhau mà không bị huy trùng

Ví dụ: số 0945 312 213 đặt offer TengSu vào 10h sáng, ketoslim vào 11h sáng, detoxherb vào 15h chiều,... => vẫn sẽ được bắn sang CRM của ADV và hiển thị trên AP

- 1 số điện thoại sẽ bị huỷ trùng nếu đặt từ lần thứ 02 trở lên tại cùng 1 offer, trong khoảng thời gian là 01 ngày (nếu số điện thoại nhập lên hệ thống giống hệt nhau)

Ví dụ: Số điện thoại 0945 312 213 đặt đơn Tengsu lúc 10h sáng ngày 13/04, tới 15h chiều 13/04 đặt lại lần Tengsu lần nữa sẽ bị huỷ đơn

=> Đơn lần 1: Hiển thị Pending trên AP và được bắn sang CRM của ADV

Đơn lần 2: Hiển thị duplicate trên AP và không bắn sang CRM của ADV

Đơn từ lần 3: Không hiển thị trên AP và không bắn sang CRM của ADV => Tức là trùng lần 3 sẽ không hiển thị lên hệ thống của bạn luôn

....

Sang ngày 14/04 đặt lại sẽ lên đơn bình thường

=> Đơn thành công sẽ tính cho pub nào có đơn vào hệ thống trước

(Tuỳ trường hợp có thể linh động tính cho pub có số vào sau nếu sale chốt được số vào sau)

III. Bắt tay vào làm

- Tổng quan các bước:

Bước 1: Chọn sản phẩm (offers)

Bước 2: Chọn Kênh/Nền tảng traffic

Bước 3: Chuẩn bị content

Bước 4: Tracking – đo lường hiệu quả

Bước 5: Tạo chiến dịch quảng cáo (thực chiến)

Bước 6: Testing – tối ưu hóa chiến dịch

Bước 7: Scale up hiệu quả

- Chi tiết các bước:

Bước 1. Chọn sản phẩm (offers)

Có 4 cách để bạn tìm được sản phẩm phù hợp nhất

- Nghiên cứu thị trường: Spy ads trên Facebook là dễ nhất
- Tham khảo anh em trong group AdFlex ([tham gia tại đây](#))
- Chọn sản phẩm theo kinh nghiệm đang có: đã từng chạy mảng spa, đông y, mỹ phẩm..
- Hỏi AM về Top offer hiện tại (cách nhanh và dễ nhất ☺)

CÁC SAI LẦM CƠ BẢN KHI CHỌN OFFER

- Chạy quá nhiều offer cùng một lúc
 - Trừ những người có kinh nghiệm lâu năm ra, các newbie mới bước chân vào nghề CPO không nên chạy song song nhiều offer một lúc. Vì có quá nhiều thứ và khâu phải chú trọng như tài khoản quảng cáo, cân đối và phân bổ dòng tiền khi test offer, test content v.v.. Tóm lại con nào ngon thì scale lên, bao giờ không scale được nữa thì mới nhảy sang con khác, vì các offer đều là công sức của Adflex đã chọn lọc trong hàng trăm các offer khác nhau để có thể tối ưu nguồn lợi cho các bạn.
- Không tìm hiểu kỹ sản phẩm hoặc chỉ chú trọng giá chia sẻ
 - Sau khi tham khảo ý kiến AM và các anh em khác cũng đang chạy, sai lầm hay mắc phải tiếp theo của các newbie là nghĩ rằng sản phẩm nào cũng có một cách triển khai như nhau. Có rất nhiều yếu tố để quyết định thành bại của một chiến dịch như là: phân tích sản phẩm, tìm hiểu thị trường, nghiên cứu khách hàng, spy, test ads, nhưng hầu hết đều lười tìm hiểu sản phẩm, dẫn đến content bán hàng lại ko hề đi được vào lòng khách hàng.
 - Giá chia sẻ của offer chỉ thực sự quan trọng khi bạn hiểu được sản phẩm, hiểu được chân dung của khách hàng bạn đang muốn nhắm đến, bạn chạy ra đơn và bạn muốn tối ưu dòng tiền từ đó.
 - Ngoài vấn đề về giá chia sẻ còn phải chú ý đến tỷ lệ chốt của offer, nếu có dấu hiệu thì cũng nên tắt ads và liên hệ cho AM xem tình hình như thế nào. Thông thường 1 offer tốt có tỷ lệ chốt tầm 40-50%, có những offer “ngon” lên tới 60-70%.
- Vậy để hiểu được sản phẩm chúng ta phải làm gì? Cách duy nhất đó là **đọc đọc và đọc**.
 - ✓ **Đừng** quá phụ thuộc vào những gì có sẵn. Nếu dễ như vậy thì có vẻ như ai cũng có thể làm được.
 - ✓ **Đừng** ngần ngại việc phải test. Ban đầu test có thể sml, nhưng một khi đã tìm ra offer phù hợp, mọi công sức, tiền bạc và chất xám bạn bỏ ra sẽ được trả công xứng đáng.

*** Video tham khảo: <https://www.youtube.com/watch?v=orCsQm4JHdU&t>

Bước 2. Chọn Kênh/Nền tảng traffic

Mình sẽ thống kê ưu và nhược điểm của các kênh traffic để giúp bạn dễ lựa chọn.

1. FACEBOOK

** Ưu điểm:

- Dễ Setup Campaign.
- Scale cực nhanh.
- Khả năng target chuẩn, lượng user lớn
- Hình thức quảng cáo phong phú (CTW, Conversion,...)

**** Nhược điểm:**

- Không ổn định đặc biệt là vào những dịp update và cuối tháng.
- Dễ mất tiền oan do tính tiền bằng CPM (FB tính tiền dựa trên lượt hiển thị)
- Cạnh tranh cao.
- Dễ chết tài khoản do vi phạm chính sách.

1. **GOOGLE ADS**

**** Ưu điểm:**

- Ổn định (Ít update hệ thống)
- CPC không cao.
- Chạy được phần lớn các sản phẩm: 18+
- Ít chết tài khoản.

**** Nhược điểm:**

- Khó setup cho newbie
- Khó scale volume lớn
- Cạnh tranh cao để dành 4 vị trí top.
- Cần thời gian nghiên cứu.

1. **ZALO (chạy được trực tiếp link của Adflex)**

**** Ưu điểm:**

- Dễ dàng setup (giống FB)
- Có thể scale được
- Tính tiền theo CPC
- Chạy được các sản phẩm sinh lý nếu content phù hợp.

- Không chết tài khoản.

**** Nhược điểm:**

- Dễ bị lỗi Không cần tiền
- Ads được người kiểm duyệt nên dễ bị cảm tính.
- Số dư Trả trước (không có chính sách Refund)

1. **MGID (Native Ads)**

**** Ưu điểm:**

- Scale cực nhanh
- Ổn định, ít update hệ thống.
- Lượng traffic cực lớn do tích hợp với các website báo chí và thông tin.

**** Nhược điểm:**

- Cần một lượng tiền lớn để testing: ~\$5k
- Mất nhiều thời gian để tối ưu.

1. **TRAFFIC FACTORY**

**** Ưu điểm:**

- Là Kênh chuyên sản phẩm sinh lý
- Tính tiền theo CPC
- Chạy được tất cả các loại content nhạy cảm cho sp sinh lý

**** Nhược điểm:**

- Số dư trả trước.
- Có khả năng chết tài khoản
- Đầu tư content (hình ảnh) kỹ lưỡng.
- Tốn nhiều thời gian và tiền để testing.

1. **SEO (Kênh Free Traffic).**

**** Ưu điểm:**

- Triển khai được tất cả sản phẩm
- Traffic cực kỳ bền vững
- Chi phí bỏ ra thấp (Domain + Hosting,...)

**** Nhược điểm:**

- Tốn công và nhiều thời gian
- Khó scale volume lớn
- Đầu tư content kỹ lưỡng
- Đòi hỏi kỹ thuật tối ưu cao
- Hãy chọn Kênh Quảng Bá phù hợp với khả năng của bạn nhất để triển khai nhé!

Bước 3. Chuẩn bị content

Content hay chính là chìa khóa cho tỉ lệ chuyển đổi từ quảng cáo và cuối cùng là tỉ lệ chốt các đơn hàng của bạn. Content ở đây bao gồm toàn bộ những thứ bạn đưa cho khách hàng đọc từ ảnh, dòng mô tả ảnh, nội dung pre landing page đến landing page. Vậy làm sao để có những content "ra tiền" nhất?

2 bước cực kỳ hữu ích để các bạn áp dụng:

- **Hỏi AM tham khảo Pre-landing nào đang hiệu quả.**
- **Spy Ads của đối thủ => Sáng tạo và Viết lại Pre cho riêng mình.**

Trước tiên hãy tham khảo cách làm từ Publisher hàng đầu của AdFlex tại đây nhé:
<http://bit.ly/cachtaocontent>

Sau đó, hãy tận dụng những bí kíp vàng dưới đây để tối ưu content cho mình nhé:

**** Content Ads:**

- Hình Ảnh/Video: bắt mắt, thu hút, gọi click (có thể thêm vài chữ, nhưng ko nên quá nhiều).
- Văn bản:

- + Tóm gọn nội dung trong 3 dòng đầu,
- + Liên quan đến nội dung của Pre. Không liên quan đến bán hàng.
- + Ko vi phạm hoặc đã lách chính sách của FB.

**** Content Pre-landing: Dẫn dắt khách hàng vào vấn đề và bán hàng**

Gồm 3 dạng cơ bản:

- Dạng Câu chuyện của KOLs đang có vấn đề (lão hóa, dạ dày, sinh lý) và đã tìm được giải pháp (Offer Adflex).
- Dạng phỏng vấn chuyên gia hoặc KOLs
- Dạng Chuyên gia nghiên cứu và tìm ra giải pháp.
- Cách tìm ý tưởng để viết: Search từ khóa trên Google và chọn bài báo có nội dung liên quan để tham khảo ý tưởng.

Ví dụ: Ngách giảm cân => Từ khóa “U40 giảm cân”, “Mẹ 2 con vóc dáng thon gọn”,...

Bước 4. Tracking – đo lường hiệu quả

Trong Affiliate thì đây là một trong những bước quan trọng nhất. Khi chạy quảng cáo 1 chiến dịch, bạn cần phải cài đặt các mã theo dõi để tracking/đo lường được hiệu quả (đơn ra từ nguồn nào, tỉ lệ click vào ad, tỉ lệ chuyển đổi, tỉ lệ thoát trang, thời gian đọc pre và hành vi của người dùng như thế nào,...) của chiến dịch.

Khi các bạn đã có được các số liệu sau khi tracking thì công việc tối ưu nội dung, tối ưu click,... sẽ trở nên dễ dàng hơn.

**** Các công cụ để Tracking hiệu quả:**

1. Sử dụng Facebook để tracking các chỉ số (CTR, CPC, CPM), [xem tại đây](#).
2. Sử dụng Google Analytics để tracking Time on site, Bounce Rate (Tỉ lệ thoát trang), [xem tại đây](#).
3. Sử dụng HotJar để tracking hành vi của người dùng (Click vào đâu, thoát ở phần nội dung nào, thời gian đọc nội dung pre lâu hay nhanh), [xem tại đây](#).

HÃY NẮM RÕ CÁC CÔNG CỤ TRACKING ĐỂ LUÔN KIỂM SOÁT ĐƯỢC ĐỘ HIỆU QUẢ CỦA CHIẾN DỊCH CỦA MÌNH NHÉ!

Bước 5. Tạo chiến dịch quảng cáo (thực chiến)

Có 4 hướng đi chính như sau:

1. Paid traffic:

- Vì là mạng CPO hấp dẫn với việc hỗ trợ đầy đủ công cụ dành cho Publisher như Pre landing page, Landing page... nên tất nhiên phương pháp kiếm tiền chính từ AdFlex là chạy quảng cáo (**Paid traffic**).
- Đa phần anh em chạy quảng cáo với 3 hình thức: **Zalo, Facebook, Google AdWords**

2. Xây dựng website/blog:

Đây là cách mình đang áp dụng hiện nay bằng cách xây dựng 1 blog, viết bài, chèn link affiliate và **SEO lên top**. Tuy nhiên, lý do mình chọn phương pháp này vì mình không có nhiều vốn đầu tư cũng như mình xác định phát triển website bền vững sau này.

3. Email Marketing:

Nếu bạn có danh sách email khách hàng đúng với nhóm đối tượng sản phẩm bạn định quảng bá, hãy gửi mail giới thiệu sản phẩm cho họ và kèm link giới thiệu của bạn.

4. Chia sẻ lên group, fanpage, diễn đàn:

Đây là cách quen thuộc, tuy nhiên hiệu quả theo mình khá thấp vì người dùng rất thận trọng khi click bất cứ 1 link nào

Bước 6. Testing – tối ưu hóa chiến dịch

Trước khi lên được campaign win, một thao tác vô cùng quan trọng bạn cần thực hiện đó là testing để sau đó liên tục tối ưu hóa, gia tăng hiệu quả cho chiến dịch của mình. Bài học này sẽ cung cấp cách testing hiệu quả giúp bạn.

**** Cách Testing A/B:**

- Chuẩn bị 2, 3 content ads.
- Set up chiến dịch, theo mô hình:
 - 1 adset – 2 ads => ads nào tốt sẽ dc FB tối ưu
 - 2 adset – 2 ads => xem chỉ số để đánh giá

=> Chọn adset có ad hiệu quả nhất để chạy.

**** Cách đánh giá các chỉ số CTR, CVR, CPM, CPC**

➡ Các chỉ số fb ads cần chú ý theo kinh nghiệm của mình bao gồm:

- CPM (Cost Per Impression/ Cost per Mile): chi phí cho 1000 lượt hiển thị qc

- CTR (Click Through Rate): số lần nhấp vào quảng cáo được chia cho số lần quảng cáo được hiển thị.

- CPC (Cost Per Click): chi phí cho 1 click vào qc

➡➡ Trong đó mình thường chú ý nhất đến CTR, theo mình mức đẹp ở khoảng 7-15%, nếu thấp hơn thì nên xem lại content ads, hoặc hình ảnh qc chưa đủ hấp dẫn.

➡➡ CPM quảng đẹp theo mình là dưới 150000 VND, CPC là dưới 1500 VND.

Sau khi lên ads set, bạn check lại các chỉ số này sau khi qc đạt 1000 lượt reach.

😞😞 Nếu CTR thấp (nhỏ hơn hoặc bằng 3%) thì thường CPM và CPC sẽ cao, điều này đồng nghĩa việc bạn chạy có thể bị lỗ, thường thì nên chỉnh sửa lại ads hoặc lên ads set mới.

Tuy nhiên nếu sau khi đạt 1000 reach, ads set đã ra đơn thì mình thường vẫn để cho ads chạy và theo dõi tiếp. 😊

😄😄😄 Nếu CTR ở mức tiềm năng, các chỉ số CPM và CPC thấp, và sau khi tiếp cận được 1000 reach đã ra đơn, thì công việc bạn nên làm đó là scale chiến dịch, sẽ được hướng dẫn trong bài học tiếp theo.

*Xem thêm livestream hướng dẫn của AM Trung Kiên [tại đây](#).

Bước 7. Scale up hiệu quả

Sau một thời gian test thử nhiều chiến dịch quảng cáo và tìm được *winning campaign*, đã đến lúc bạn tìm cách *scale* để có được nhiều đơn hàng hơn và quan trọng nhất, **tiền lãi**. Nội dung email này sẽ cho các bạn cái nhìn tổng quát nhất về quy trình *scaling*. Email khá dài, vì vậy, bạn hãy tìm một nơi yên tĩnh, chậm rãi nghiền ngẫm từng dòng tâm huyết của đội ngũ chuyên môn AdFlex nhé!

1. Phạm vi áp dụng

Nguyên lý cơ bản của việc scale có thể áp dụng cho tất cả traffic source, sự khác nhau duy nhất là cách thức áp dụng thực tế có thể khác nhau (tùy vào từng cách thức vận hành của traffic source đó); nhưng ý tưởng thì luôn giống nhau.

2. ROI vs PROFIT

Định lý ngàn đời không đổi: Khi tăng ngân sách lên, **ROI giảm!** Đây là quy luật tự nhiên, nó xảy ra với mọi kênh traffic.

Tư duy đúng: nhiều media buyer (người mua traffic trên các kênh) thường có tư duy tập trung vào ROI, nhưng bạn cần phải chuyển cái tư duy đó sang thành tập trung vào VOLUME (lượng đơn hàng/doanh thu). Tôi không quan tâm đến ROI, tôi quan tâm đến lợi nhuận. Tôi thả tiêu 100K\$ với 30% ROI (lợi nhuận 30K\$) còn hơn là chỉ tiêu 10K\$ với 200% ROI (lợi nhuận 20K\$).

Khó khăn: bạn phải tìm ra một campaign có ROI đủ lớn để có thể *scale*. ROI với mỗi ngách sản phẩm là hoàn toàn khác nhau, nên việc chọn sản phẩm để có ROI cao cũng chính là việc tìm ra ngách sản phẩm để bạn đi theo.

Lợi thế: Khi bạn đẩy volume cao, bạn sẽ có cơ hội được các network trả payout cao hơn, điều này gần như chắc chắn, sẽ bù 1 phần vào phần ROI giảm khi scale, khá tốt.

3. Cốt lõi của việc scale

Chiến lược + Hệ thống hoá = Scaling

- **Chiến lược** (strategy): viết ra được quy trình để tìm ra các campaign có lợi nhuận tốt. Nếu bạn đã ở sẵn sàng để *scale* sau khi tìm ra *winning campaign*, hãy tập trung hẳn vào campaign ấy thôi. Lúc ấy bạn biết content nào hiệu quả, mẫu quảng cáo nào thu hút, nội dung nào hiệu quả v.v..
- **Hệ thống hoá** (systemising): khi bạn có chiến lược, bạn có thể hệ thống hoá nó bằng cách bỏ ra từng công đoạn nhỏ.

Nghĩa là, bạn thường có một mindset đơn giản thế này: bạn thử một sản phẩm A, bạn tìm hiểu qua các mẫu quảng cáo hiện có, của đối thủ, của cùng ngành hàng; sau đó bạn clone một số prelanding page về, sửa chút chút là dễ bán hàng hơn. Tiếp theo, bạn mở trình duyệt quảng cáo lên, set ads, thêm target theo cảm tính v.v.. Và ngồi xem chờ may mắn. Đợi mãi không có đơn, bạn tìm hiểu lại, bổ sâu vào thị trường của sản phẩm coi lại khách hàng, rồi thử lại target khác. Ở may thật, campaign lúc đó lại win, ROI cao =]] Lúc này tạm coi xong được bước chiến lược (strategy), vì bạn hiểu sơ sơ hoá ra là chạy như này thì nó win, như nào thì nó lỗ, mẫu quảng cáo nào có hiệu quả, mẫu nào thì không. Hệ thống hoá (systemising) là lúc ae phải bỏ đầu từng công đoạn nhỏ trong cái flow bên trên, từ việc clone landing page, set ads, target, lập báo cáo campaign, mỗi thứ là một công đoạn nhỏ, nhưng systemising là biến nó thành một công việc thực sự.

4. Chiến lược scale

Kể ra các cách scale mà các siêu nhân sử dụng thì muôn hình muôn vẻ. Nhìn chung, mọi người cứ chạy nhiều và tối ưu nhiều thì dần dần sẽ tìm được cách hiệu quả nhất với mình. Còn

phổ biến nhất là nhân bản nhiều nhóm quảng cáo trong cùng thời điểm, nhưng có lúc nó lại làm ngân sách của bạn bay trong chớp mắt nếu không theo dõi cẩn thận.

Dưới đây là một số cách các bạn có thể thử nghiệm, đã được kiểm chứng bởi hàng nghìn anh em Publisher AdFlex.

♦ Cách 1: Tăng ngân sách

* Ưu điểm

- An toàn
- Dễ thực hiện

* Nhược điểm

- Chậm!!! Mất thời gian cho việc scale. Bạn không thể tăng ngân sách từ 10 -100 triệu theo cách này vì nó phải mất vài ngày, có khi cả tuần.

* Cách làm

Sau quá trình test, bạn đã tìm ra được winning adset, giờ bạn sẽ phải tăng 10-30% ngân sách mỗi 2-3 ngày. Lý do là vì 2-3 ngày là thời gian để thuật toán Facebook (máy học) điều chỉnh nhóm quảng cáo với ngân sách mới. Ví dụ:

- Day 1 - \$500
- Day 2 - \$500
- Day 3 - \$500
- Day 4 - \$600 (increase of 20%)
- Day 5 - \$600
- Day 6 - \$600
- Day 7 - \$720 (another increase of 20%)
- ...

Thời điểm tốt nhất để điều chỉnh budget là từ 12h-1h đêm theo múi giờ của tài khoản.

♦ Cách 2: Nhân nhóm quảng cáo

* Ưu điểm

- Scale nhanh: bạn sẽ có thêm nhiều adset tốt và như vậy bạn cũng sẽ có một nền tảng khá ổn để scale tiếp.

* Nhược điểm

- Tỷ lệ trùng lặp đối tượng cao: Khi có x10-20 nhóm quảng cáo thì tức bạn cũng đang tự đấu giá với chính mình và nó sẽ dẫn đến việc phân phối không hiệu quả.

□ Làm như nào để cải thiện?

Khi bạn có một nhóm win, giả sử ngân sách là \$500, bạn chỉ đơn giản là nhân nhóm đó lên 2-3 lần với 100-300% ngân sách. Sau khi làm vậy thì bạn nên đợi 2-3 ngày để xem kết quả. Tắt nhóm kém đi và nhân bản tiếp nhóm hiệu quả rồi lặp lại.

KHI NÀO THÌ DỪNG CÁCH 1 VÀ KHI NÀO DỪNG CÁCH 2 ?

▶ ROI cao: Áp dụng cách 2

▶ ROI thấp - Hòa vốn: Áp dụng cách 1

▶ Lỗ: Tắt!

Note: Mỗi cách sẽ có một tiêu chuẩn về ROI tốt và ROI kém riêng. Nhưng nhớ 1 điều là bạn nên để từ 1-2 ngày để theo dõi và cũng là thời gian thuật toán FB điều chỉnh lại. Đừng vội vã ở khâu này nếu không sẽ không lường trước được hậu quả.

□ Khi nào thì nên dừng scale?

- Khi có vài nhóm quảng cáo với ngân sách lớn, bạn không thể nhân lên tiếp với ngân sách cao hơn được. Lúc này cần phải tắt nhóm kém đi trước đã nếu không sẽ bị giảm hiệu quả.
- Khi mà bạn đã có vài nhóm ngân sách lớn mà hiệu quả đang giảm thì nên thử nhân bản mẫu quảng cáo trong nhóm quảng cáo. Sau vài ngày thì check lại nếu hiệu quả hơn thì tắt mẫu cũ.
- Nếu mà bước trước đó vẫn chưa hiệu quả, đừng từ bỏ vội. Hãy thay đổi content!! Hãy thử thay đổi mọi thứ: Ảnh, chữ, tiêu đề, prelanding (hãy check các chỉ số để biết được nên tối ưu gì). Đừng để một nhóm quảng cáo nào tiêu quá nhiều tiền mà không có kết quả gì. Nếu bạn không thể cải thiện được, tắt đi làm lại là tốt nhất

5. Kiểm tra lại “đồ đạc”

“Đồ đạc” ở đây chính là các thứ hỗ trợ, từ cap (lượng đơn tối đa), cho đến các vấn đề về kỹ thuật (domain còn hạn không, đẩy 10x traffic vào thì server liệu có downtime không, CPU của VPS hay server có bị quá tải cần phải balancing không, v.v..). Bạn dùng bao nhiêu thứ phụ trợ, đều phải kiểm tra lại hết. Và nhớ phải luôn có backup khi cần thiết;

chắc hẳn bạn không muốn một campaign đang được scale và hosting bất ngờ lặn ra chết; dù đã chuẩn bị trước; hãy có backup để thay thế ngay lập tức thay vì dùng hẳn.

6. Dòng tiền

Nhất là với Facebook, việc không đủ số dư thanh toán chắc chắn sẽ làm campaign bị ảnh hưởng chất lượng.

Nếu có thẻ tín dụng (credit), hãy dùng nó, hạn chế dùng thẻ ghi nợ (debit card). Đa phần các thẻ tín dụng có hơn chục ngày miễn lãi kể từ sau chu kỳ ghi nợ, thời gian ấy quá đủ để xoay vòng dòng tiền.

Nếu bạn làm việc với network, đạt ngưỡng thanh toán càng nhanh càng tốt, và thử yêu cầu thanh toán theo tuần. Thậm chí rất nhiều network chấp nhận thanh toán theo ngày nếu bạn cam kết volume đủ lớn.

*** THAM KHẢO THÊM BÀI VỀ CÁCH SCALE ĐỂ KHÔNG BỊ SML (By AM Kiên Trung):

- Part 1 [TAI ĐÂY](#)
- Part 2 [TAI ĐÂY](#)

Bạn đã sẵn sàng quay lại Trình quản lý quảng cáo và bắt đầu thực hiện scale chưa?