

TRƯỜNG CAO ĐẲNG FPT POLYTECHNIC
BỘ MÔN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
CHUYÊN NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

FPT POLYSCHOOL

Trực thuộc Tập đoàn 

BÁO CÁO ASSIGNMENT

TÊN ĐỀ TÀI

XÂY DỰNG KẾ HOẠCH VÀ TRIỂN KHAI HOẠT ĐỘNG
QUẢNG BÁ WEBSITE VỚI BỘ MÁY TÌM KIẾM
CHO THƯƠNG HIỆU NẾN THƠM NHÀ MÂY



Môn học DOM107 - SEO & Marketing trên công cụ tìm kiếm

Giảng Viên Hướng Dẫn: Th.s Nguyễn Ngọc Dung

Sinh Viên Thực Hiện: Huỳnh Kiều Vy - TB02008

Lê Huỳnh Ngọc Hân - TB02115

Võ Gia Huy - TB02079

Lê Nhật Anh - TB02222

Lương Thị Ngân Thương - TB02235

Nguyễn Minh Đạt - TB02140

Kế hoạch chi tiết

Đồng Nai, tháng 06 năm 2026

NHẬN XÉT GIẢNG VIÊN

1. Nhận xét của giảng viên

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Nhận xét của hội đồng phản biện

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Kế hoạch chi tiết

LỜI CẢM ƠN

Kế hoạch chi tiết

LỜI CAM ĐOAN

Kế hoạch chi tiết

LỜI MỞ ĐẦU

Kế hoạch chi tiết

BẢNG KẾ HOẠCH THỰC HIỆN DỰ ÁN

1. Đề cương chi tiết

Tên dự án

2. Kế hoạch thực hiện dự án

STT	Nội dung công việc	Thời gian bắt đầu	Thời gian kết thúc	Người chịu trách nhiệm
1				
2				
3				
4				
5				

Kế hoạch chi tiết

MỤC LỤC

Kế hoạch chi tiết

CHƯƠNG 1: XÂY DỰNG HỆ THỐNG KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1.1 Thông tin chung về dự án

1.1.1 Tên dự án

- **Tên thương hiệu:** Nến thơm Nhà Mây
- **Slogan:** Dịu dàng trong từng hương thơm
- **Logo:**

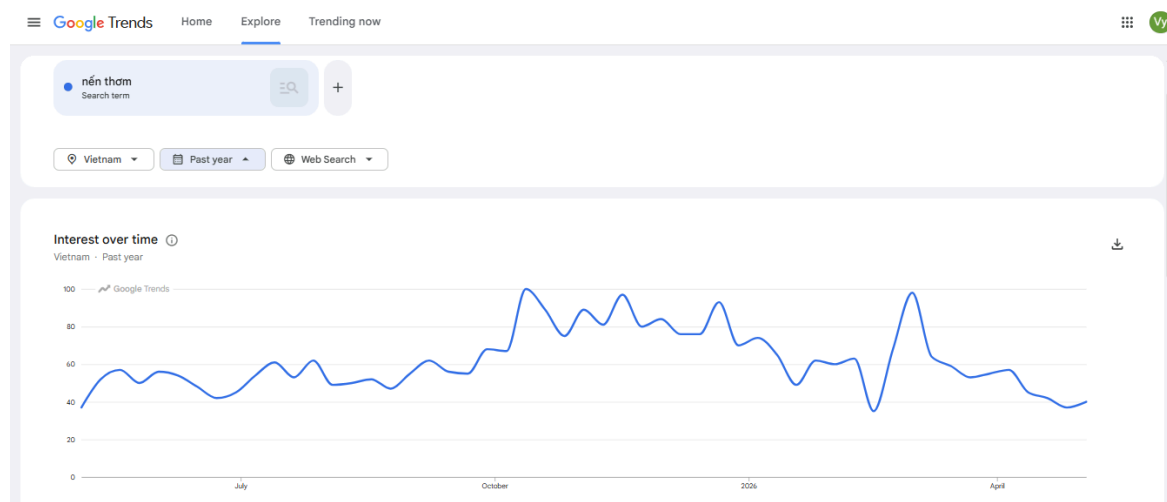


- **Ý nghĩa logo:** Logo mang ý nghĩa về sự bình yên và nhẹ nhàng. Hình nến tượng trưng cho sự thư giãn, còn “Nhà Mây” gợi cảm giác mềm mại, êm dịu như một không gian an toàn để nghỉ ngơi.
- **Website:** nennhamay.io.vn
- **Fanpage:** <https://www.facebook.com/profile.php?id=61575441664662>

1.1.2 Lý do lựa chọn đề tài

Trong bối cảnh hiện nay, nhu cầu chăm sóc sức khỏe tinh thần và cải thiện không gian sống ngày càng tăng, đặc biệt ở giới trẻ. Nến thơm không chỉ là sản phẩm tạo hương mà còn mang lại cảm giác thư giãn, giảm stress và nâng cao trải nghiệm sống. Bên cạnh đó, thị trường nến thơm đang có xu hướng phát triển mạnh trên các nền tảng như TikTok và Shopee, cho thấy tiềm năng kinh doanh rõ rệt.

Kế hoạch chi tiết



Hình: Dữ liệu từ Google Trends trong 12 tháng gần đây tại Việt Nam

Theo dữ liệu từ Google Trends trong 12 tháng gần đây tại Việt Nam, mức độ quan tâm đến từ khóa liên quan đến nến thơm duy trì ở mức trung bình và có nhiều thời điểm tăng cao, đặc biệt vào các dịp lễ và mùa cuối năm. Điều này cho thấy nhu cầu của người tiêu dùng đối với sản phẩm nến thơm là ổn định và có xu hướng tăng theo thời gian.

Lý do kinh doanh online:

Kinh doanh online được lựa chọn do phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện nay, khi khách hàng có thói quen tìm kiếm và mua sắm trên các nền tảng số như TikTok, Shopee và Facebook. Đặc biệt, nến thơm là sản phẩm mang tính cảm xúc, dễ bị thu hút qua hình ảnh và video, nên rất phù hợp với Digital Marketing.

Bên cạnh đó, mô hình online giúp tiết kiệm chi phí mặt bằng, dễ dàng tiếp cận nhiều khách hàng và linh hoạt trong việc triển khai các chiến dịch quảng cáo. Doanh nghiệp cũng có thể nhanh chóng đo lường và tối ưu hiệu quả kinh doanh thông qua dữ liệu trên các nền tảng số.

Chung quy lại, các số liệu về xu hướng tìm kiếm và sự tăng trưởng của thương mại điện tử cho thấy nhu cầu mua sắm online tại Việt Nam đang ngày càng tăng. Đặc biệt, các sản phẩm mang tính cảm xúc như nến thơm dễ thu hút khách hàng thông qua hình ảnh và video trên nền tảng số. Vì vậy, dự án “Nến thơm Nhà Mây” có tiềm năng phát triển tốt,

Kế hoạch chi tiết

đồng thời việc triển khai Digital Marketing là cần thiết để tiếp cận khách hàng mục tiêu, xây dựng thương hiệu và thúc đẩy doanh số.

1.1.3 Giới thiệu thông tin doanh nghiệp và sản phẩm

- Hình thức hoạt động:

Dự án “**Nến thơm Nhà Mây**” lựa chọn hình thức kinh doanh online thông qua các nền tảng mạng xã hội và thương mại điện tử. Cụ thể, sản phẩm được phân phối trên các kênh như TikTok, Shopee và Facebook nhằm tiếp cận khách hàng mục tiêu một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Hình thức này giúp tiết kiệm chi phí vận hành, không cần mặt bằng, đồng thời tận dụng được sức mạnh của hình ảnh và video để quảng bá sản phẩm. Ngoài ra, việc kinh doanh online còn cho phép doanh nghiệp dễ dàng tương tác với khách hàng, thu thập phản hồi và tối ưu chiến lược marketing dựa trên dữ liệu thực tế.

- Mô hình kinh doanh:

Dự án “**Nến thơm Nhà Mây**” áp dụng mô hình kinh doanh B2C (Business to Customer), tức là doanh nghiệp bán sản phẩm trực tiếp đến người tiêu dùng cuối cùng mà không thông qua trung gian.

Sản phẩm được kinh doanh chủ yếu trên các nền tảng online như TikTok Shop, Shopee và Facebook nhằm tiếp cận khách hàng nhanh chóng và phù hợp với xu hướng mua sắm hiện nay. Khách hàng có thể xem hình ảnh, video, đánh giá sản phẩm và đặt mua trực tiếp trên các nền tảng số.

Mô hình này giúp:

- Tiết kiệm chi phí mặt bằng và vận hành
- Dễ dàng tiếp cận khách hàng mục tiêu
- Tăng khả năng quảng bá thông qua Digital Marketing
- Dễ đo lường và tối ưu hiệu quả kinh doanh

- Lĩnh vực kinh doanh:

Kế hoạch chi tiết

“Nền thơm Nhà Mây” hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh nền thơm và các sản phẩm liên quan đến chăm sóc không gian sống. Thương hiệu hướng đến việc mang lại cảm giác thư giãn, giảm căng thẳng và tạo không gian ấm áp cho khách hàng thông qua các sản phẩm có hương thơm nhẹ nhàng và thiết kế tối giản.

Ngoài chức năng tạo hương, sản phẩm còn được sử dụng như một món đồ decor giúp tăng tính thẩm mỹ cho không gian sống. Thương hiệu tập trung vào phong cách “healing – cozy”, phù hợp với xu hướng tiêu dùng của giới trẻ hiện nay.

- Sứ mệnh, tầm nhìn, giá trị cốt lõi của doanh nghiệp:

Sứ mệnh:

“Nền thơm Nhà Mây” mong muốn mang đến cho khách hàng những sản phẩm nền thơm chất lượng, giúp tạo không gian thư giãn, giảm căng thẳng và mang lại cảm giác bình yên sau những giờ học tập và làm việc. Thương hiệu không chỉ bán sản phẩm mà còn hướng đến việc lan tỏa lối sống nhẹ nhàng, tích cực và chữa lành.

Tầm nhìn:

Trở thành thương hiệu nền thơm được giới trẻ yêu thích và tin dùng, xây dựng hình ảnh thương hiệu theo phong cách tối giản, tinh tế và gần gũi. Trong tương lai, “Nhà Mây” hướng đến việc mở rộng sản phẩm và phát triển mạnh trên các nền tảng thương mại điện tử và mạng xã hội.

Giá trị cốt lõi:

Chất lượng => Tinh tế => Thư giãn => Gần gũi => Sáng tạo

Chất lượng: Cam kết mang đến sản phẩm an toàn, chín chu và đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Tinh tế: Thiết kế sản phẩm và hình ảnh thương hiệu theo phong cách tối giản, nhẹ nhàng và thẩm mỹ.

Thư giãn: Mang lại cảm giác dễ chịu, bình yên và hỗ trợ giảm căng thẳng cho khách hàng.

Kế hoạch chi tiết

Gắn gũi: Xây dựng thương hiệu thân thiện, tạo sự kết nối và trải nghiệm tích cực với khách hàng.

Sáng tạo: Không ngừng đổi mới về sản phẩm, hình ảnh và nội dung truyền thông để phù hợp với xu hướng hiện đại.



- Logo



Mô tả: Logo “Tiệm nến thơm Nhà Mây” được thiết kế theo phong cách tối giản với hình ảnh cây nến đặt ở trung tâm, kết hợp cùng các họa tiết lá và ngôi sao nhỏ. Tổng thể sử dụng gam màu kem và nâu nhẹ, tạo cảm giác ấm áp, tinh tế và nhẹ nhàng.

Ý nghĩa: Hình ảnh cây nến tượng trưng cho sự thư giãn, bình yên và ánh sáng dịu nhẹ. Các họa tiết thiên nhiên thể hiện sự gần gũi, mộc mạc và cảm giác chữa lành. Tên “Nhà Mây” mang ý nghĩa về một không gian mềm mại, an yên và thoải mái như mây. Tổng thể logo hướng đến phong cách “healing – cozy”, giúp khách hàng cảm thấy thư thái và dễ chịu.

- Tagline

“Dịu dàng trong từng hương thơm”

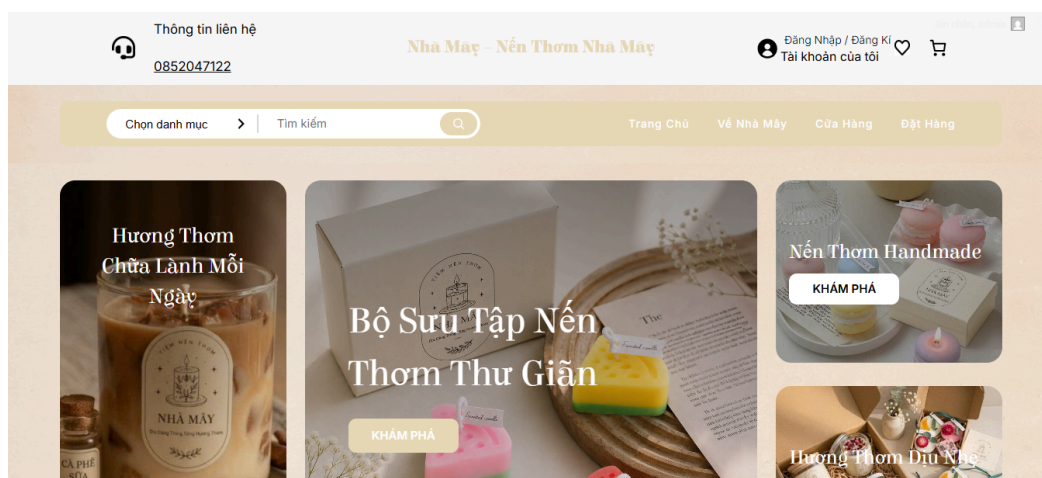
Kế hoạch chi tiết

Mô tả: Tagline được thiết kế ngắn gọn, nhẹ nhàng và phù hợp với phong cách thương hiệu.

Ý nghĩa: “Dịu dàng trong từng hương thơm” thể hiện mong muốn mang đến cảm giác thư giãn, dễ chịu và bình yên cho khách hàng thông qua từng sản phẩm nến thơm của “Nhà Mây”.

1.1.4 Hệ thống bán hàng

- Website: <https://nennhamay.io.vn/>



- TikTok: https://www.tiktok.com/@nhamay_candle
- Fanpage: <https://www.facebook.com/profile.php?id=61575441664662>
- Instagram: https://www.instagram.com/nennhamay_/

Z1.1.5 Giới thiệu sản phẩm

Tên sản phẩm	Hình ảnh	Mô tả	Giá bán
--------------	----------	-------	---------

Kế hoạch chi tiết

Nến thơm Macaron		Sản phẩm xóa tan định kiến "nến chỉ để đốt". Với vẻ ngoài như những chiếc bánh thật, người dùng thường ưu tiên sử dụng chúng làm đạo cụ chụp ảnh hoặc decor bàn làm việc ngay cả khi không thắp nến.	135.000 đ / hộp 4 cái
Nến thơm Phô Mai		thiết kế hình miếng phô mai với hộp kraft và tem thương hiệu mang lại cảm giác thủ công, cao cấp, rất phù hợp để làm quà tặng hoặc đặt trên kệ decor, bàn làm việc để tạo điểm nhấn vui nhộn	80.000 đ / miếng
Nến thơm hương trà xanh		Điểm nhấn đặc biệt nằm mùi hương trà xanh dịu nhẹ và các khối nến trong suốt được tạo hình giống hệt những viên đá lạnh thực tế, tạo cảm giác tươi mát và sống động cho sản phẩm.	135.000 đ

Kế hoạch chi tiết

Nến thơm hương cafe sữa		-Hương thơm đặc trưng và ấm cúng với mùi cà phê sữa đá, là một nhóm mùi hương rất gần gũi và được yêu thích tại Việt Nam, nhưng ít khi được khai thác dưới dạng nến thơm một cách chín chu và đẹp mắt như thế này. Nó mang lại cảm giác ấm cúng, quen thuộc	135.000 đ
Nến thơm bánh Dưa hấu		Sản phẩm Bộ nến thơm Nhà Mây với thiết kế hình dưa hấu pastel độc đáo, mang phong cách trẻ trung và ngọt ngào. Sản phẩm được kết hợp cùng hộp quà tối giản in logo thương hiệu, phù hợp để decor không gian hoặc làm quà tặng tinh tế cho những dịp đặc biệt.ang phong cách tối giản và hương vani , mang lại cảm giác dịu nhẹ , phù	120.000 đ / 1 hộp 3 cái

Kế hoạch chi tiết

		hộp đem tặng bạn bè , người thân , đối tác , có thể dùng để decor phòng	
Nến thơm hương Vani và trái cây		Không chỉ đẹp mắt với tạo hình trái cây sinh động, việc sử dụng bấc gỗ tạo âm thanh khi đốt là điểm khác biệt lớn mà các loại nến thông thường ít có.	135.000 đ / hộp 4 cái
Sáp Thơm Treo Decor Hoa Khô		Lan tỏa hương thơm nhẹ nhàng, bền bỉ trong không gian nhỏ như tủ quần áo, góc làm việc, ô tô hoặc làm quà tặng kèm tinh tế cho khách hàng , bạn bè và người thân	75.000 đ
Sáp Treo Hương Hoa & Trái Cây		Lan tỏa hương thơm trái cây và hoa khô dịu nhẹ và thanh lịch, bền bỉ, giúp khử mùi và làm mới không gian như tủ quần áo, góc làm việc, ô tô	75.000 đ

Kế hoạch chi tiết

Nến thơm Vani vs hoa khô		Sự kết hợp tinh tế giữa lớp sáp đậu nành thiên nhiên trắng mịn mùi vani và tầng trang trí hoa khô mùi hương dịu nhẹ, thảo mộc rực rỡ được đúc thủ công trong hũ thủy tinh lục giác sang trọng.	145.000 đ / hộp 4 cái
Nến thơm cây xương rồng		Nến thơm ly hoa xương rồng của Nhà Mây mang thiết kế pastel nhẹ nhàng với phần sáp tạo hình hoa và sen đá nổi bật trên bề mặt. Sản phẩm không chỉ tỏa hương thơm thư giãn mà còn giúp decor không gian thêm tinh tế, ấm áp và chữa lành.	120.000 đ / 1 hộp

1.2 Khách hàng mục tiêu

- Nhân khẩu học:

Độ tuổi: Nến thơm Nhà Mây hướng đến nhóm tuổi chính từ 18 đến 30. Chủ yếu là học sinh, sinh viên, nhân viên văn phòng và người trẻ yêu thích decor không gian sống.

Kế hoạch chi tiết

Giới tính: Chủ yếu là nữ yêu thích decor, chăm sóc không gian sống và phong cách sống “healing – cozy”.

Ngoài ra, thương hiệu cũng hướng đến nam giới yêu thích sự tối giản, thư giãn và các sản phẩm mang hương thơm nhẹ nhàng, tinh tế

- **Hành vi:**

Khách hàng ưu tiên sản phẩm có nguyên liệu an toàn không gây mùi khó chịu khi đốt , khách hàng cũng tìm đến nến thơm như một liệu pháp tinh thần. Mùi hương nhẹ nhàng giúp họ giảm stress và dễ ngủ hơn.

Họ thường tìm kiếm thông tin sản phẩm qua các trang mạng xã hội như tiktok hoặc tìm kiếm review từ KOL/KOC

-Persona

nhà mây CANDLE

CUSTOMER PERSONA

Linh

Cô gái yêu không gian sống “healing – cozy”

“Sau một ngày mệt mỏi, mình muốn căn phòng có mùi hương dễ chịu để cảm thấy thư giãn và bình yên hơn.”

THÔNG TIN CƠ BẢN

- Độ tuổi: 22 tuổi
- Nghề nghiệp: Sinh viên / Nhân viên văn phòng
- Giới tính: Nữ
- Thu nhập: 6 – 12 triệu/tháng
- Khu vực: TP.HCM, Hà Nội và các thành phố lớn

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG

- Độ tuổi: 18 – 30**
Nhóm tuổi chính từ 18 đến 30. Chủ yếu là học sinh, sinh viên, nhân viên văn phòng và người trẻ yêu thích decor không gian sống.
- Giới tính: Nữ**
Chủ yếu là nữ yêu thích decor, chăm sóc không gian sống và phong cách sống “healing – cozy”.

ĐỐI TƯỢNG HƯỚNG ĐẾN KHÁC

Nam giới yêu thích sự tối giản, thư giãn và các sản phẩm mang hương thơm nhẹ nhàng, tinh tế.

SỞ THÍCH

- Decor phòng ngủ, góc học tập.
- Thích phong cách sống cozy, tối giản.
- Xem TikTok, Pinterest, Instagram để tìm cảm hứng decor.
- Thích mùi hương nhẹ nhàng giúp thư giãn và ngủ ngon.

HÀNH VI MUA HÀNG

- Ưu tiên nến thơm có nguyên liệu an toàn, hương dễ chịu.
- Thường xem review từ KOL/KOC trước khi mua.
- Hay mua hàng qua TikTok Shop hoặc các trang mạng xã hội.
- Quan tâm đến thiết kế đẹp, phù hợp chụp ảnh và trang trí.

NEHU CẦU

- Giảm stress sau học tập và làm việc.
- Tạo không gian thư giãn, ấm áp.
- Tìm sản phẩm vừa có công dụng vừa mang tính thẩm mỹ.

HÀNH VI TÌM KIẾM THÔNG TIN

- Lướt TikTok, Instagram, Pinterest để tìm ý tưởng decor và nến thơm.
- Tìm kiếm review từ KOL/KOC, xem phản hồi từ cộng đồng.
- Đọc kỹ thành phần, công dụng và trải nghiệm thực tế trước khi quyết định mua.
- So sánh giá và ưu đãi trên các nền tảng online.

VÌ SAO CHỌN NHÀ MÂY?

- Nguyên liệu an toàn**
Sáp đậu nành tự nhiên, tinh dầu cao cấp, không độc hại.
- Mùi hương nhẹ nhàng**
Hương thơm tinh tế, giúp thư giãn, cân bằng cảm xúc.
- Thiết kế tinh tế**
Tối giản, sang trọng, phù hợp mọi không gian.
- Thân thiện môi trường**
Bao bì thân thiện, quy trình sản xuất bền vững.

Kế hoạch chi tiết

1.3 Đánh giá đối thủ cạnh tranh

Tiêu chí xác định đối thủ cạnh tranh:

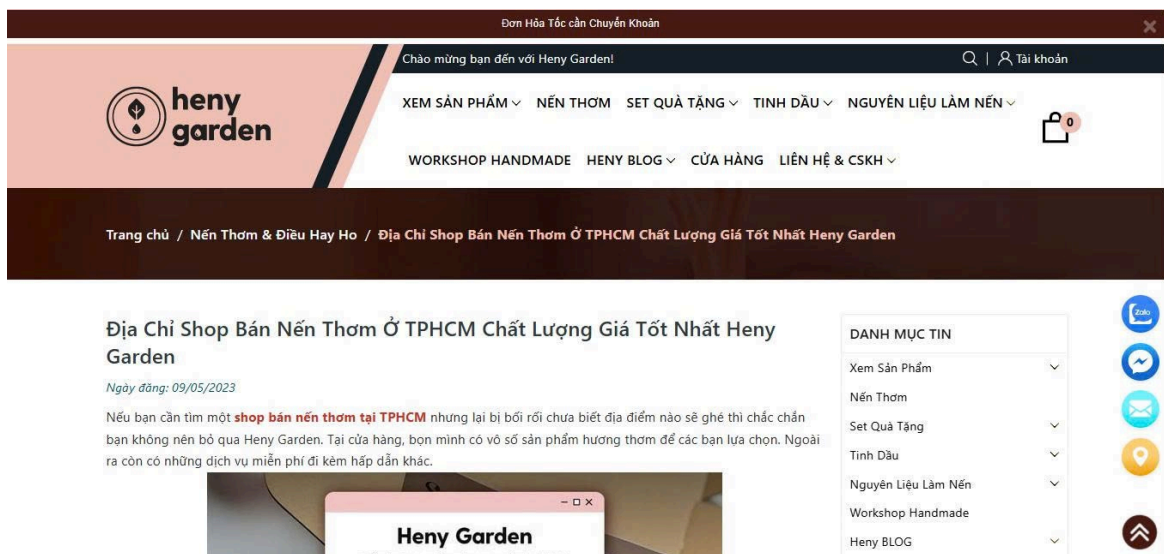
Để xác định các đối thủ cạnh tranh của thương hiệu nến thơm “Nhà Mây”, nhóm dựa trên các tiêu chí cụ thể như sau:

- Cùng ngành hàng kinh doanh (nến thơm, sản phẩm tạo hương, decor không gian sống)
- Có gian hàng hoạt động trên sàn thương mại điện tử Shopee
- Hướng đến tệp khách hàng tương tự (giới trẻ, học sinh – sinh viên, người đi làm yêu thích không gian thư giãn)
- Mức giá từ trung bình đến cao
- Có hoạt động marketing và xây dựng nội dung sản phẩm

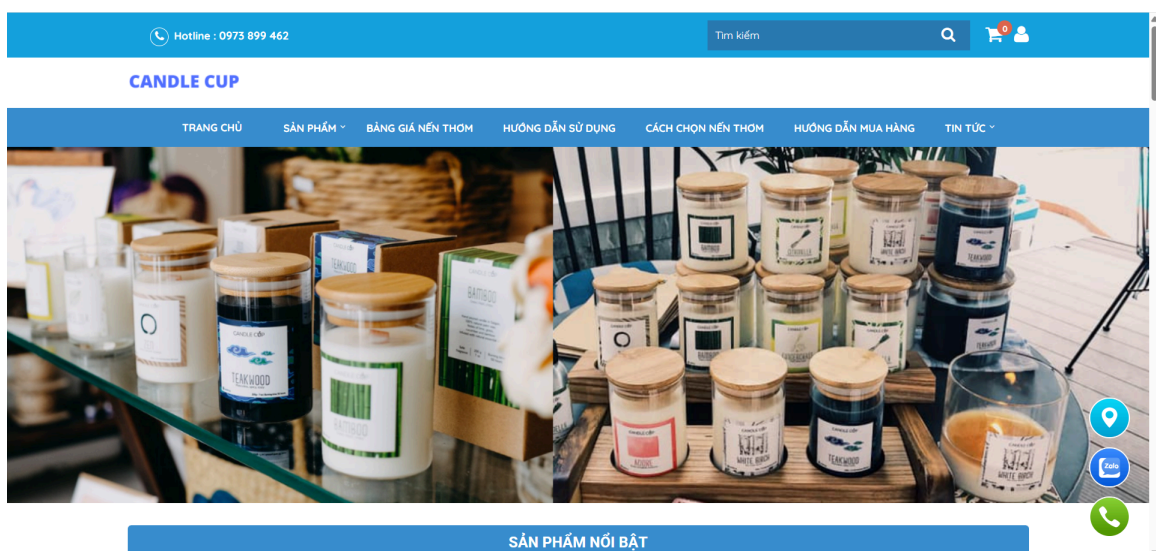
Dựa vào các tiêu chí trên, nhóm xác định 03 đối thủ cạnh tranh tiêu biểu trên như sau:

- Đối thủ 1: Heny Garden Tinh Dầu Official

Kế hoạch chi tiết

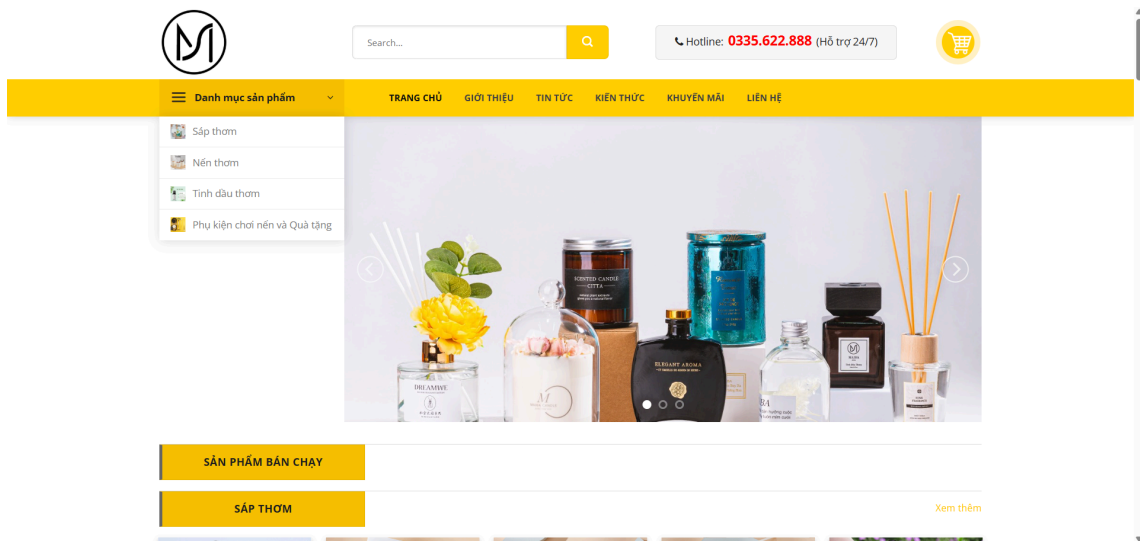


- Đối thủ 2: AGAYA Candle Cup



- Đối thủ 3: MAIBAVN

Kế hoạch chi tiết



1.3.1 Đánh giá của đối thủ

Đối Thủ	Phân Tích Website	Nội Dung Marketing	Hoạt Động SEO	Điểm Mạnh Điểm Yếu	Bài Học
	Website có giao diện chuyên nghiệp, bố cục rõ ràng và dễ tìm sản phẩm. Màu sắc đồng bộ với phong cách thương hiệu.	Nội dung tập trung vào nến thơm, tinh dầu và phong cách sống thư giãn. Có blog chia sẻ kiến thức hỗ trợ khách hàng.	Website sử dụng từ khóa như “nến thơm”, “nến thơm TPHCM” và có bài viết SEO giúp tăng khả năng xuất hiện trên Google.	Điểm mạnh: Website đẹp, nội dung đa dạng, SEO tốt. Điểm yếu: Giao diện hơi nhiều chữ, chưa có điểm khác biệt nổi bật.	Nhà Mây nên đầu tư website tối giản, tối ưu SEO và xây dựng phong cách healing riêng để tạo khác biệt.
CANDLE CUP	Có thiết kế đơn giản, hiện đại và tập trung làm nổi bật sản phẩm. Hình ảnh nền được trình bày rõ ràng, tạo cảm giác chuyên nghiệp.	Nội dung chủ yếu giới thiệu sản phẩm, mùi hương và kiến thức về nến thơm. Phong cách hình ảnh nhẹ nhàng, phù hợp khách hàng yêu thích decor và thư giãn.	Website có sử dụng danh mục sản phẩm, bài viết và từ khóa liên quan đến nến thơm giúp hỗ trợ tìm kiếm trên Google.	Điểm mạnh: Hình ảnh đẹp, giao diện gọn gàng, sản phẩm nổi bật. Điểm yếu: Nội dung chưa đa dạng, website còn ít điểm nhấn thương hiệu riêng.	Nhà Mây nên đầu tư hình ảnh sản phẩm đẹp, giao diện tối giản và xây dựng phong cách thương hiệu riêng để tạo dấu ấn với khách hàng.

Kế hoạch chi tiết

	Website MAIBAVN có giao diện nổi bật với màu sắc hiện đại và bố cục rõ ràng. Sản phẩm được hiển thị trực quan, dễ tìm kiếm và có danh mục phân chia cụ thể.	Nội dung tập trung giới thiệu nền thơm, tinh dầu và sản phẩm khuếch tán hương. Hình ảnh sản phẩm chuyên nghiệp, tạo cảm giác sang trọng và tinh tế.	Website sử dụng từ khóa liên quan đến sáp thơm, nền thơm và tinh dầu. Có thanh tìm kiếm và danh mục hỗ trợ tối ưu trải nghiệm người dùng.	Điểm mạnh: Giao diện bắt mắt, hình ảnh đẹp, sản phẩm đa dạng. Điểm yếu: Nội dung chưa tạo cảm giác gần gũi và chưa có phong cách healing nổi bật.	Nhà Mây có thể học cách trình bày sản phẩm chuyên nghiệp và tối ưu giao diện website, đồng thời tập trung xây dựng phong cách nhẹ nhàng, chữa lành để tạo khác biệt riêng.
--	--	--	--	--	---

Phân tích Semrush	Tổng quan SEO	Chỉ số nổi bật	Điểm mạnh - yếu
	Website có hoạt động SEO khá ổn định với lượng từ khóa tự nhiên và traffic organic đang tăng. Domain có độ uy tín tương đối tốt và có backlink hỗ trợ SEO.	Authority Score: 33 → Website có độ tin cậy khá tốt Organic Traffic: 35 (+25%) → Lượng truy cập tự nhiên đang tăng Organic Keywords: 58 → Có nhiều từ khóa xuất hiện trên Google Backlinks: 3.2K → Có hệ thống liên kết hỗ trợ SEO	Mạnh: → SEO từ khóa khá hiệu quả → Có backlink và domain hỗ trợ tăng độ uy tín → Traffic organic đang phát triển Yếu: → Số lượng từ khóa chưa nhiều → Organic Keywords đang giảm nhẹ → Chưa khai thác mạnh SEO

Kế hoạch chi tiết

			content và AI search
CANDLE CUP	Website có hoạt động SEO khá ổn định với nhiều từ khóa liên quan đến nến thơm, quà tặng và trang trí nhà cửa. Nội dung sản phẩm được tối ưu khá tốt giúp tăng khả năng xuất hiện trên Google.	Authority Score: 20–30 → Độ uy tín ở mức trung bình. Organic Traffic: Đang tăng nhờ nhu cầu tìm kiếm nến thơm và quà tặng. Organic Keywords: Nhiều từ khóa về nến thơm, tinh dầu và decor xuất hiện trên Google. Backlinks: Có hệ thống backlink từ các website review, blog và sàn TMĐT.	Mạnh: → Từ khóa liên quan đến nến thơm có khả năng xếp hạng tốt. → Nội dung sản phẩm đa dạng, dễ triển khai SEO. → Thương hiệu có độ nhận diện nhất định trong thị trường nến thơm Việt Nam. → Backlink hỗ trợ tăng độ uy tín website. Yếu: → Lượng traffic tự nhiên chưa cao so với các đối thủ lớn. → Chưa phủ rộng nhiều từ khóa dài (long-tail keywords). → Nội dung blog và kiến thức chuyên sâu còn hạn chế. → Độ uy tín domain chưa mạnh bằng các thương hiệu dẫn đầu thị trường.

Kế hoạch chi tiết

	Website và các kênh bán hàng của MAIBAVN tập trung vào nhóm sản phẩm nến thơm, tinh dầu thiên nhiên, sáp thơm và đồ trang trí nhà cửa. Thương hiệu có độ nhận diện khá tốt trên các sàn thương mại điện tử và các trang review sản phẩm.	Độ nhận diện thương hiệu: Hơn 30.000 lượt theo dõi trên Shopee, đánh giá trung bình khoảng 4.9/5 sao. Organic Keywords: Xuất hiện với nhiều từ khóa liên quan đến nến thơm, tinh dầu và sáp thơm. Sản phẩm nổi bật: Nến thơm handmade hoa cỏ 4 mùa, nến thơm cầu vòng, nến thơm ly kem MAIBA.	Mạnh: → Mẫu mã đẹp, đa dạng sản phẩm. → Hình ảnh sản phẩm được đầu tư tốt. → Có nhiều đánh giá tích cực từ khách hàng. → Nhận diện thương hiệu khá tốt trên sàn TMDT. Yếu: → Nội dung SEO chưa phong phú. → Từ khóa Google chưa phủ rộng. → Backlink chất lượng còn hạn chế. → Traffic tự nhiên chưa cao so với đối thủ.
--	---	--	--

Kế hoạch chi tiết

1.3.2 SWOT



1.4 Tổ chức xây dựng website

- Link website: <https://nennhamay.click/wordpress/>

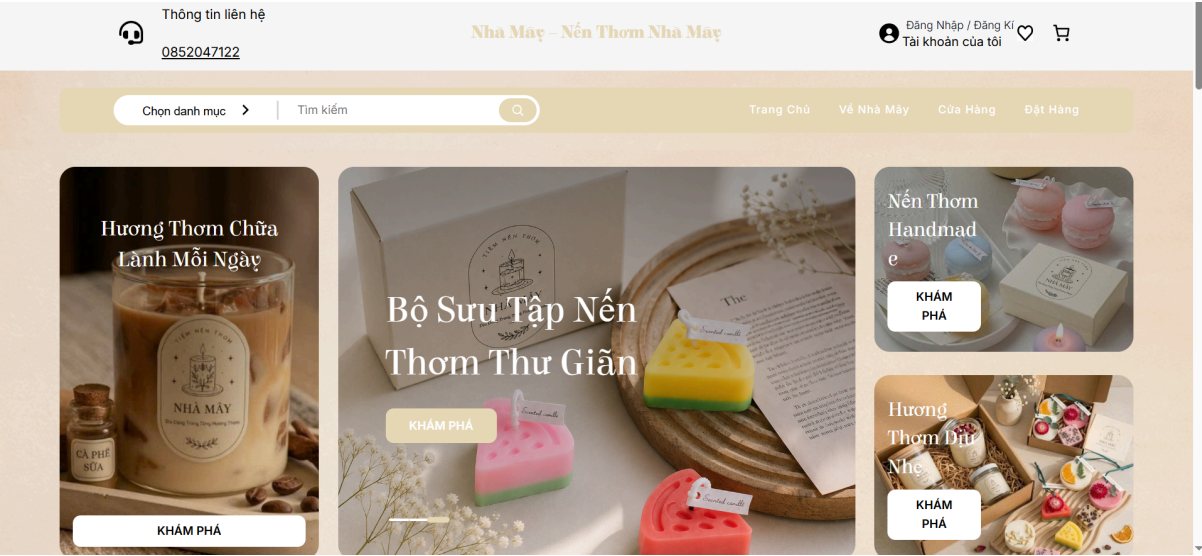
Tên miền : nennhamay.click

Lý do chọn : Sử dụng đuôi .click giúp dễ dàng sở hữu được tên miền đẹp, đúng tên thương hiệu mà không bị trùng lặp hoặc phải chi trả chi phí quá cao như các đuôi truyền thống (.vn , .com)

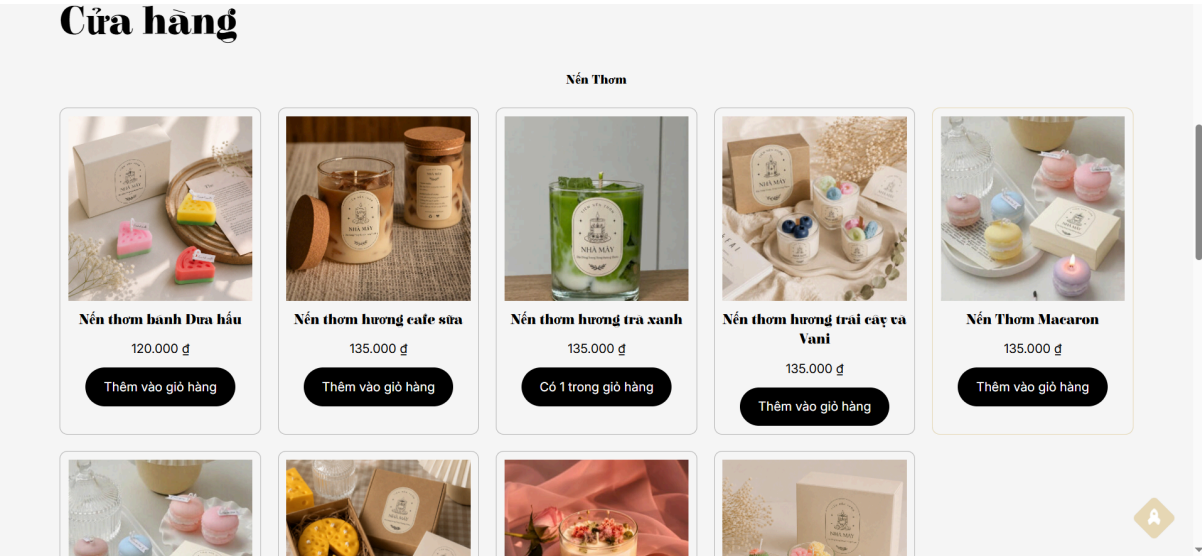
website:

-trang chủ

Kế hoạch chi tiết

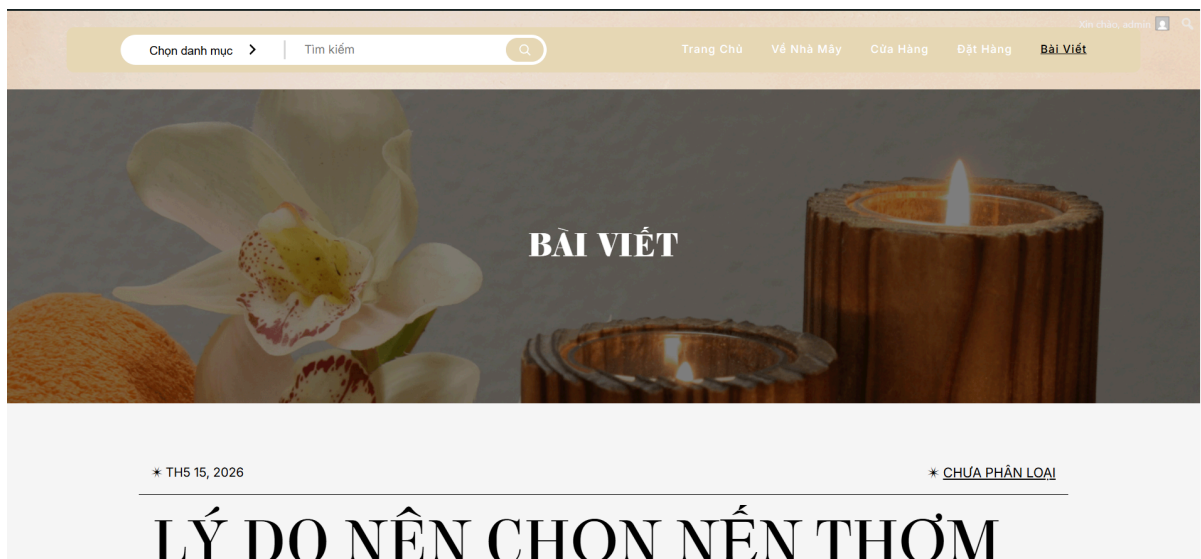


- trang cửa hàng



- trang bài viết

Kế hoạch chi tiết

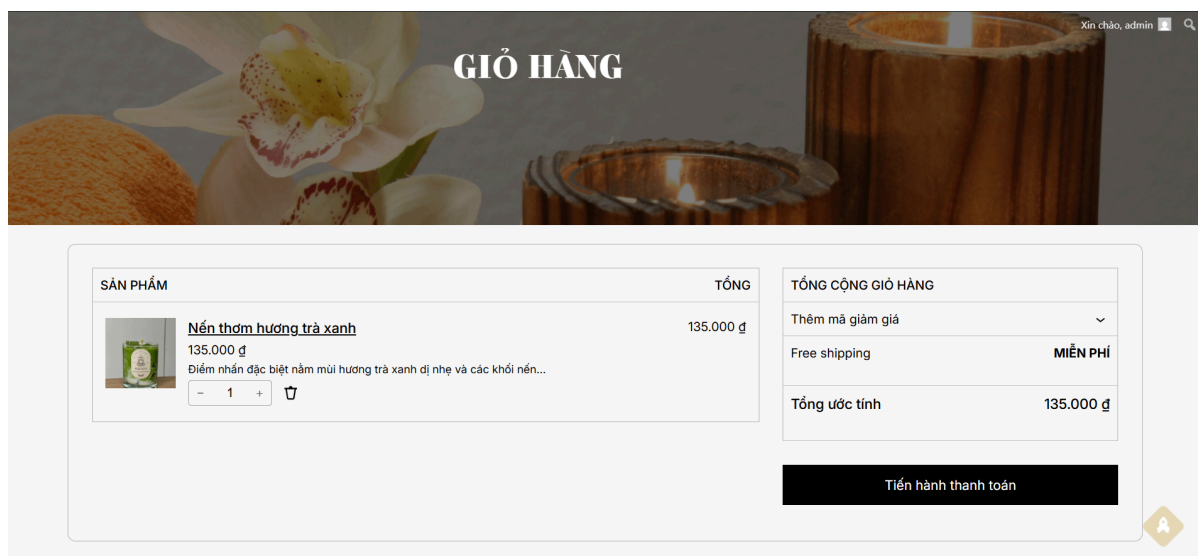


trang giới thiệu :



trang đặt hàng :

Kế hoạch chi tiết



CHƯƠNG 2: LẬP KẾ HOẠCH QUẢNG BÁ WEBSITE VỚI BỘ MÁY TÌM KIẾM VÀ MẠNG XÃ HỘI

2.1 Mục tiêu

Mục tiêu chung

Tăng độ nhận diện thương hiệu nến thơm Nhà Mây trên các nền tảng online, đặc biệt là website và công cụ tìm kiếm Google; đồng thời tăng lượng khách hàng truy cập và quan tâm đến sản phẩm nến thơm handmade của thương hiệu.

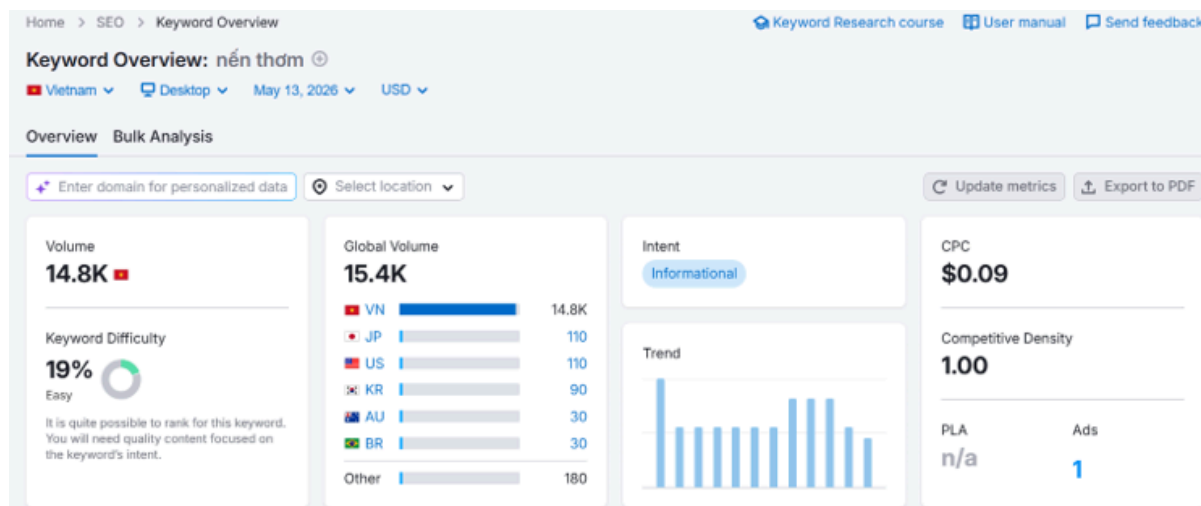
Mục tiêu cụ thể theo SMART

- Tăng nhận diện thương hiệu: Trong vòng 3 tháng, tăng mức độ nhận diện thương hiệu Nhà Mây thông qua SEO và mạng xã hội, đạt tối thiểu 5.000 lượt tiếp cận/tháng trên website và Facebook.
- Tăng lượng truy cập website: Tăng lượng traffic truy cập website Nhà Mây lên ít nhất 40% sau 3 tháng triển khai hoạt động SEO và quảng bá nội dung.
- Tăng tương tác khách hàng: Đạt tối thiểu 300 lượt tương tác/tháng trên các bài viết về nến thơm Nhà Mây như lượt thích, bình luận và chia sẻ trên Facebook hoặc Instagram.
- Tăng tỷ lệ khách hàng mua sản phẩm: Trong vòng 6 tháng, tăng số lượng đơn hàng nến thơm lên 20% thông qua website và các kênh bán hàng online.

Kế hoạch chi tiết

- Cải thiện vị trí tìm kiếm trên Google: Đưa các từ khóa như “nến thơm handmade”, “nến thơm thư giãn”, “nến thơm quà tặng” xuất hiện trong top 10 kết quả tìm kiếm Google sau 4–6 tháng triển khai SEO.

2.2 Nghiên cứu từ khóa SEO



-Có khoảng 14.8k tìm kiếm ở khu vực Việt Nam với từ khóa nến thơm , lượng tìm kiếm rất cao

- Và 15.4k tìm kiếm ở các nước khác , chiếm tỷ lệ cao nhất là Việt Nam

-Chi phí quảng cáo khá thấp, phù hợp cho các chiến dịch Marketing ban đầu của thương hiệu.

-Nến thơm có thể làm từ khóa chính Với 14.8K lượt tìm kiếm mỗi tháng tại Việt Nam, đây là từ khóa mang lại nguồn khách hàng tiềm năng cao nhất

STT	Từ Khóa Chính
1	Nến Thơm
2	Nến Thơm Thư Giãn
3	Nến Thơm Cao Cấp
4	Nến Sáp Thơm
5	Nến Thơm Tinh Dầu

Kế hoạch chi tiết

STT	Từ Khóa Phụ
1	Nến thơm khử mùi phòng
2	Nến thơm giúp dễ ngủ
3	Nến thơm không khói
4	Nến thơm khắc tên
5	Phụ kiện nến thơm

2.3 Quy trình thực hiện

- Các Giai đoạn và các Nội dung thực hiện (Bảng Checklist & các Task mô tả chi tiết): Triển khai tối ưu website, Tối ưu SEO, Duy trì

Giai đoạn	Nội dung	Mô tả chi tiết	Người thực hiện
Giai đoạn 1	Triển khai và xây dựng thương hiệu	Nhóm tiến hành xây dựng thương hiệu Nhà Mây thông qua thiết kế logo, lựa chọn mùi hương, xây dựng hình ảnh sản phẩm và tạo các nền tảng truyền thông	Lê Huỳnh Ngọc Hân Huỳnh Kiều Vy

Kế hoạch chi tiết

		đề quảng bá thương hiệu.	
Giai đoạn 2	Thiết kế website & phát triển SEO	Thiết kế website Nhà Mây với giao diện đơn giản, dễ sử dụng. Xây dựng nội dung, hình ảnh và từ khóa chuẩn SEO cho website. Tăng khả năng tiếp cận khách hàng trên công cụ tìm kiếm.	Lê Nhật Anh Võ Gia Huy
Giai đoạn 3	Đo lường, đánh giá và tối ưu hoạt động quảng bá website.	Đo lường hiệu quả quảng bá website thông qua lượt truy cập và tương tác. Đánh giá kết quả SEO và mức độ tiếp cận khách hàng. Tối ưu nội dung và chiến lược quảng bá để nâng	Lương Thị Ngân Thương Nguyễn Minh Đạt

Kế hoạch chi tiết

		cao hiệu quả hoạt động.	
--	--	-------------------------	--

→ Ngân sách thực hiện

→ Thiết kế website: 800.000đ

Dùng để tạo website giới thiệu sản phẩm và hỗ trợ quảng bá thương hiệu.

→ Viết nội dung SEO: 200.000đ

Chi phí xây dựng bài viết chuẩn SEO giúp tăng khả năng tiếp cận khách hàng.

→ Thiết kế hình ảnh: 100.000đ

Dùng để thiết kế hình ảnh sản phẩm và bài đăng truyền thông.

Quảng cáo hỗ trợ: 300.000đ

- Chi phí chạy quảng cáo trên Facebook/TikTok để tăng tương tác và tiếp cận người xem.

Ngân sách được sử dụng để thiết kế website, xây dựng nội dung SEO, thiết kế hình ảnh và quảng bá sản phẩm trên mạng xã hội.

Các chiến lược SEO

→ SEO từ khóa: Sử dụng các từ khóa liên quan đến sản phẩm và thương hiệu để tăng khả năng xuất hiện trên Google và thu hút khách hàng tìm kiếm.

→ Tối ưu website: Thiết kế website dễ nhìn, nội dung rõ ràng, chuẩn SEO và cập nhật đầy đủ thông tin sản phẩm.

→ SEO mạng xã hội: Đăng bài thường xuyên trên Facebook và TikTok, kết hợp hashtag phù hợp để tăng lượt tiếp cận và tương tác.

→ Tối ưu hình ảnh: Sử dụng hình ảnh sản phẩm đẹp, chất lượng cao để thu hút khách hàng và hỗ trợ quảng bá thương hiệu.

Kế hoạch chi tiết

Phương pháp theo dõi, đánh giá và đo lường kết quả SEO

- Google Analytics: Dùng để theo dõi lượt truy cập website, thời gian người dùng ở lại trang và mức độ tương tác của khách hàng.
- Google Search Console: Dùng để kiểm tra hiệu quả từ khóa SEO, số lượt tìm kiếm và tình trạng hiển thị của website trên Google.
- Facebook Insight: Dùng để đo lường lượt tiếp cận, tương tác bài viết và hiệu quả nội dung trên Facebook.
- TikTok Analytics: Dùng để theo dõi lượt xem video, tương tác và mức độ tiếp cận khách hàng trên TikTok.

2.4 Kế hoạch phát triển và phân phối nội dung (liên quan đến chiến dịch SEO)

Xây dựng thông điệp và ý nghĩa

- **Thông điệp:**

“Nhà Mây – Mang những mùi hương nhẹ nhàng đến không gian sống, giúp mỗi khoảnh khắc trở nên thư giãn và bình yên hơn.”

- **Ý nghĩa:**

Nhà Mây mong muốn mang đến sự thư giãn, bình yên và ấm áp thông qua những mùi hương nhẹ nhàng từ nền thơm thiên nhiên. Thương hiệu giúp khách hàng tạo nên không gian sống chill, giảm căng thẳng và tận hưởng những phút giây thoải mái trong cuộc sống hằng ngày.

Lịch biên tập:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1IoB70drScQ5Jwn1Rs1an0QSN0Gt2rPLJoXPpp4quQTo/edit?usp=sharing>

Mục tiêu

- Tăng độ nhận diện thương hiệu Nhà Mây trên Google.

Kế hoạch chi tiết

- Tăng lượng truy cập vào website thông qua các từ khóa liên quan đến nến thơm.
- Thu hút khách hàng tiềm năng và gia tăng doanh số bán hàng.
- Hỗ trợ chiến lược SEO bằng cách tăng lưu lượng truy cập và mức độ nhận diện thương hiệu.

Nội dung quảng cáo

- Giới thiệu các dòng nến thơm nổi bật của Nhà Mây.
- Nhấn mạnh các lợi ích như thư giãn, tạo không gian sống ấm áp và làm quà tặng ý nghĩa.
- Truyền tải thông điệp: “Nhà Mây – Thắp hương thơm, lan tỏa bình yên”.

Thời gian triển khai

- Thời gian thực hiện: 3 tháng.
- Giai đoạn 1: Tăng nhận diện thương hiệu.
- Giai đoạn 2: Tăng lượt truy cập website.
- Giai đoạn 3: Tối ưu chuyển đổi và doanh số.

Ngân sách

- Ngân sách dự kiến: 6.000.000 VNĐ/tháng.
- Quảng cáo tìm kiếm: 70% ngân sách.
- Quảng cáo hiển thị: 30% ngân sách.

Bộ từ khóa Google Ads

- nến thơm
- nến thơm handmade
- nến thơm thiên nhiên
- nến thơm thư giãn
- nến thơm decor phòng
- nến thơm phòng ngủ
- quà tặng nến thơm

Kế hoạch chi tiết

- nến thơm Nhà Máy
- nến thơm cao cấp
- nến thơm mùi gỗ
- nến thơm mùi hoa
- mua nến thơm online

Thiết kế bộ banner quảng cáo hiển thị

- Tone màu chủ đạo: Kem, be, nâu nhạt và trắng.
- Hình ảnh: Sản phẩm nến thơm trong không gian ấm áp, tối giản.
- Nội dung banner:
 - “Nến thơm Nhà Máy – Mang bình yên vào từng góc nhỏ.”
 - “Khám phá bộ sưu tập nến thơm thư giãn mới nhất.”
 - “Ưu đãi hấp dẫn dành cho khách hàng mới.”
- Kích thước banner:
 - 300x250 px
 - 728x90 px
 - 1080x1080 px
 - 1200x628 px



Kết quả kỳ vọng

Kế hoạch chi tiết

- Tăng 30% lượng truy cập website.
- Tăng mức độ nhận diện thương hiệu trên Google.
- Gia tăng tỷ lệ chuyển đổi và doanh số bán hàng từ kênh trực tuyến.
- Hỗ trợ cải thiện hiệu quả SEO thông qua lượng truy cập và tương tác của người dùng.

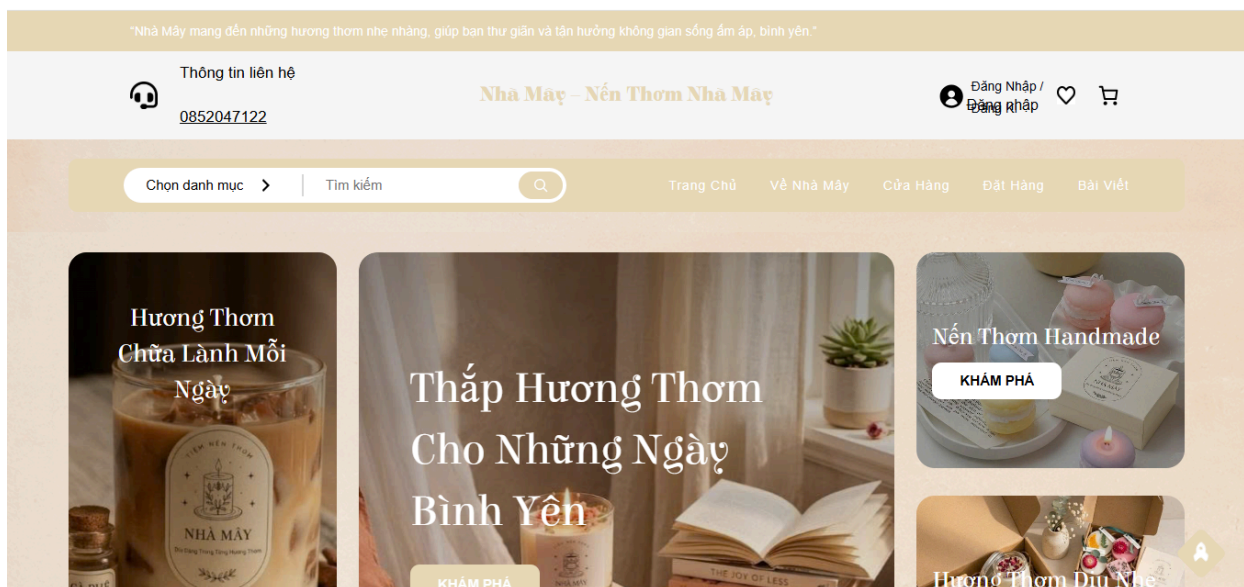
2.5 Kế hoạch phát triển shop trên sàn TMĐT

GG SHEET :

 nhóm 5

CHƯƠNG 3: TRIỂN KHAI QUẢNG BÁ WEBSITE VỚI BỘ MÁY TÌM KIẾM

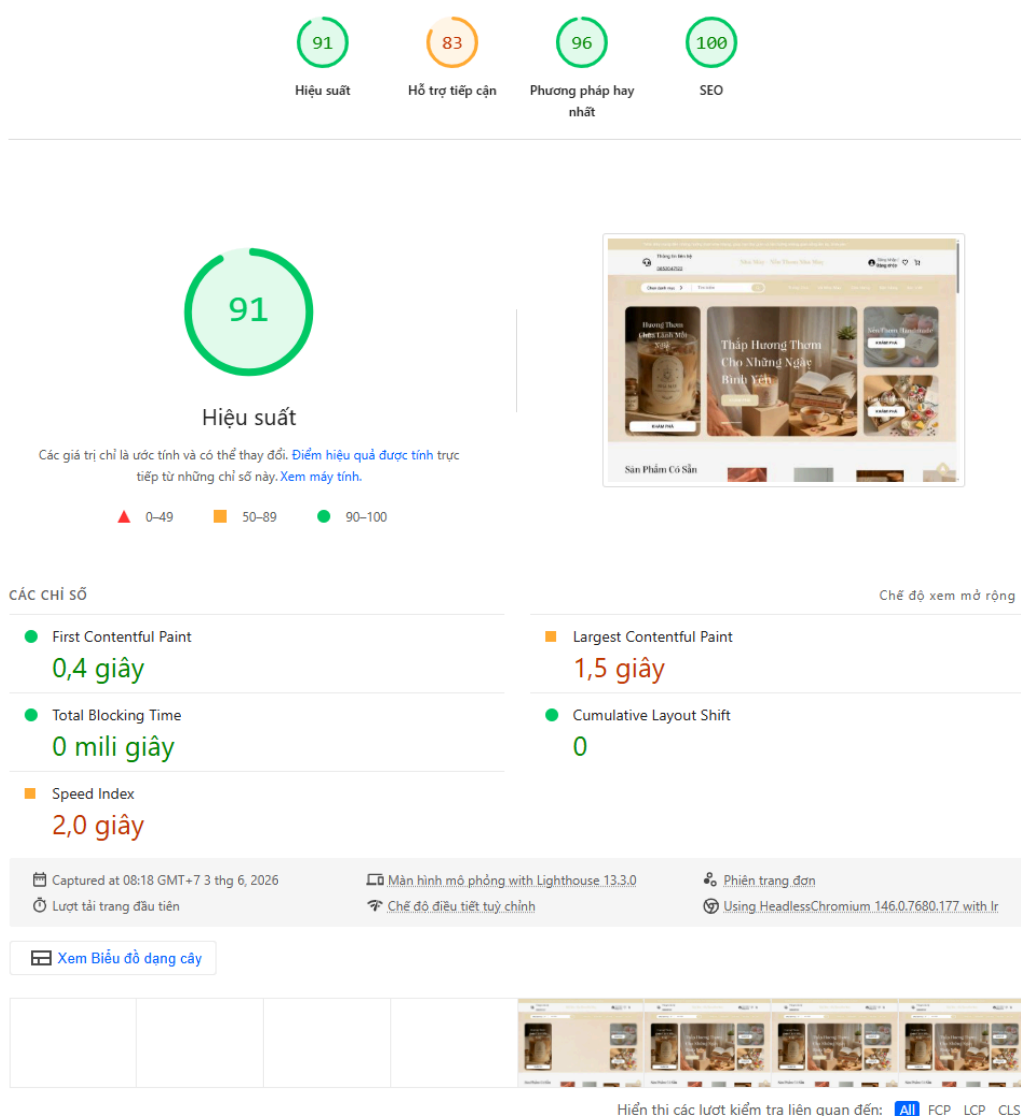
3.1 Tối ưu website



→ Kết nối website Nhà Mây với Google Search Console để theo dõi hiệu suất tìm kiếm, lập chỉ mục và khắc phục lỗi SEO.

Kế hoạch chi tiết

- Sử dụng Google Analytics để phân tích hành vi người dùng, nguồn truy cập và tỷ lệ chuyển đổi.
- Theo dõi thứ hạng từ khóa bằng SEMrush hoặc Ahrefs nhằm đánh giá hiệu quả SEO và phân tích đối thủ cạnh tranh.
- Kiểm tra tốc độ tải trang bằng Google PageSpeed Insights để tối ưu hiệu suất website.



Phân tích kết quả PageSpeed Insights của website Nhà Mây

- Hiệu suất (Performance): 91/100 → Tốc độ tải trang tốt, trải nghiệm người dùng khá ổn định.

Kế hoạch chi tiết

- SEO: 100/100 → Website được tối ưu SEO rất tốt, đáp ứng đầy đủ các tiêu chí cơ bản của Google.
- Khả năng truy cập (Accessibility): 83/100 → Cần cải thiện thêm về trải nghiệm cho mọi đối tượng người dùng.
- Phương pháp hay nhất (Best Practices): 96/100 → Website tuân thủ tốt các tiêu chuẩn kỹ thuật.

Các chỉ số nổi bật:

- First Contentful Paint: 0,4 giây (rất tốt).
- Largest Contentful Paint: 1,5 giây (tốt).
- Total Blocking Time: 0 ms (rất tốt).
- Cumulative Layout Shift: 0 (không bị xô dịch bố cục).
- Speed Index: 2,0 giây (tốt).

Kết luận: Website Nhà Mây có hiệu suất tải trang tốt và được tối ưu SEO hiệu quả. Tuy nhiên, cần cải thiện thêm chỉ số Accessibility để nâng cao trải nghiệm người dùng và đạt hiệu quả tối ưu hơn.

Thực hiện tối ưu hóa hiệu quả cho công cụ tìm kiếm

- Nghiên cứu và lựa chọn từ khóa phù hợp với sản phẩm nền thom.
- Tối ưu tiêu đề, mô tả, hình ảnh và nội dung trên website theo chuẩn SEO.
- Kết nối Google Search Console và Google Analytics để theo dõi hiệu quả.
- Kiểm tra hiệu suất bằng PageSpeed Insights, website đạt 91 điểm hiệu suất và 100 điểm SEO.

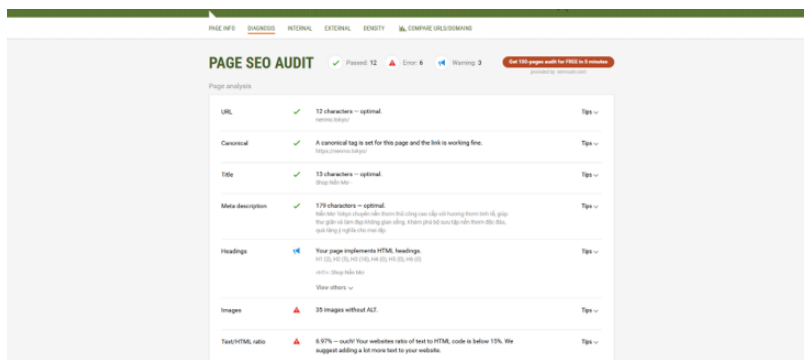
Kết quả: Website được tối ưu tốt, hỗ trợ tăng khả năng hiển thị trên Google và thu hút khách hàng tiềm năng.

3.2 SEO On-page

Meta Title, Meta Description

Trang chủ:

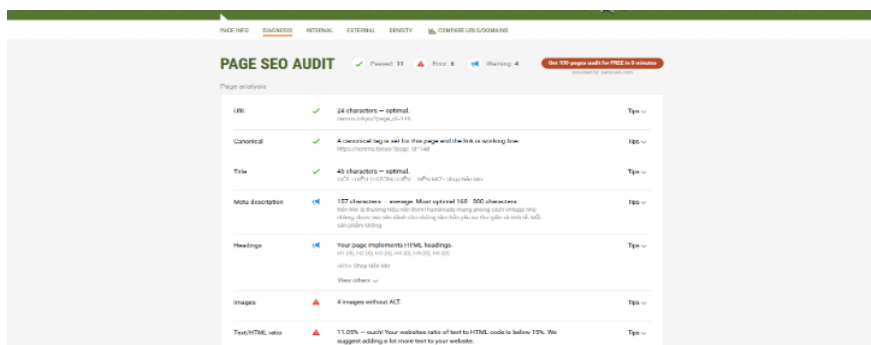
Kế hoạch chi tiết



Page analysis	Passed: 12	Error: 6	Warning: 2	Get 100 pages audit for FREE in 3 minutes
URL	✓ 12 characters – optimal.			Tip
Canonical	✓ A canonical tag is set for this page and the link is working fine.			Tip
Title	✓ 13 characters – optimal.			Tip
Meta description	✓ 170 characters – optimal.			Tip
Headings	✗ Your page implements HTML headings.			Tip
Images	✗ 35 images without ALT.			Tip
Text/HTML ratio	✗ 6.97% – audit! Your website ratio of text to HTML code is below 15%. We suggest adding a bit more text to your website.			Tip

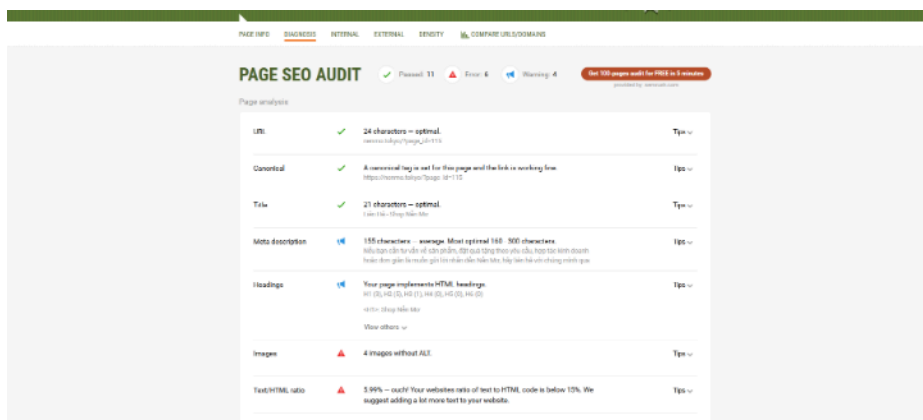
Hình: Title và Description của trang chủ

Giới Thiệu:



Page analysis	Passed: 11	Error: 6	Warning: 4	Get 100 pages audit for FREE in 3 minutes
URL	✓ 24 characters – optimal.			Tip
Canonical	✓ A canonical tag is set for this page and the link is working fine.			Tip
Title	✓ 40 characters – optimal.			Tip
Meta description	✗ 127 characters – average. Most optimal 160 – 300 characters.			Tip
Headings	✗ Your page implements HTML headings.			Tip
Images	✗ 4 images without ALT.			Tip
Text/HTML ratio	✗ 11.05% – audit! Your website ratio of text to HTML code is below 15%. We suggest adding a bit more text to your website.			Tip

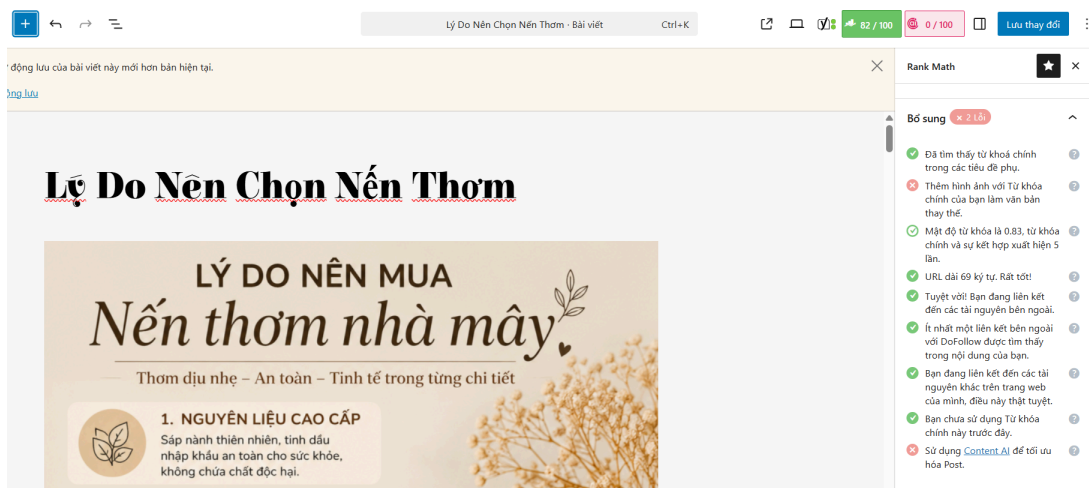
Liên Hệ:



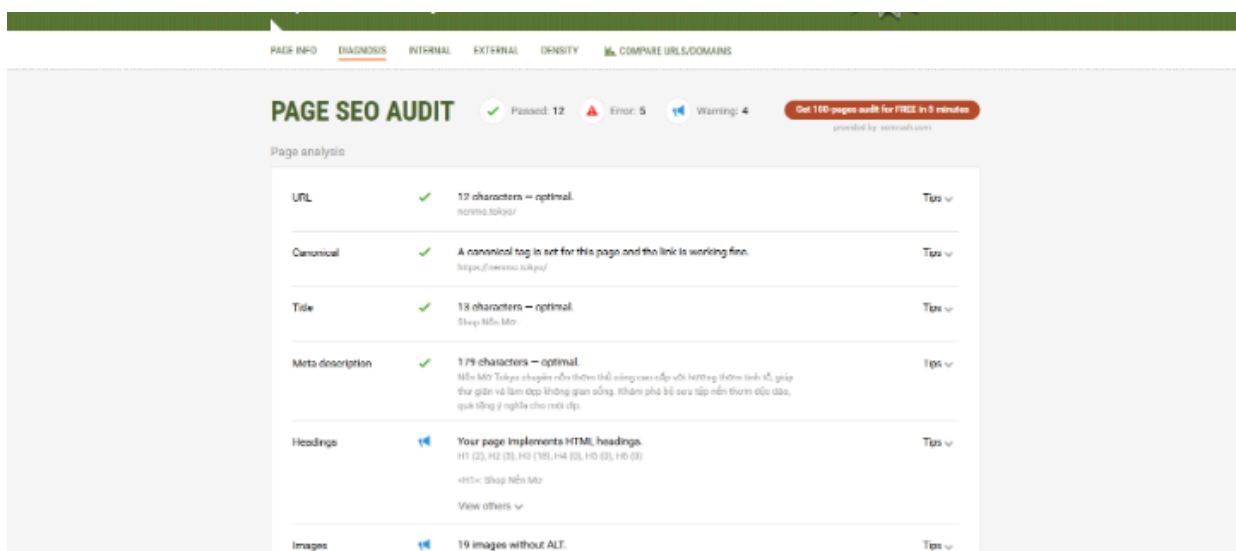
Page analysis	Passed: 11	Error: 6	Warning: 4	Get 100 pages audit for FREE in 3 minutes
URL	✓ 24 characters – optimal.			Tip
Canonical	✓ A canonical tag is set for this page and the link is working fine.			Tip
Title	✓ 21 characters – optimal.			Tip
Meta description	✗ 155 characters – average. Most optimal 160 – 300 characters.			Tip
Headings	✗ Your page implements HTML headings.			Tip
Images	✗ 4 images without ALT.			Tip
Text/HTML ratio	✗ 5.99% – audit! Your website ratio of text to HTML code is below 15%. We suggest adding a bit more text to your website.			Tip
Focuses	✓ Not detected			Tip

- Xây dựng bài viết để SEO On-page (SEO Content)

Kế hoạch chi tiết



Hình Bài viết SEO On-page



Hình Các tiêu chí SEO On-page trên hệ thống bằng SEOQuake

3.3 SEO Off-page

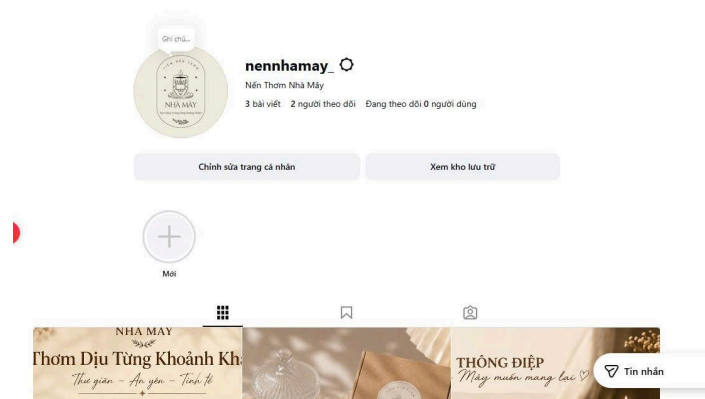
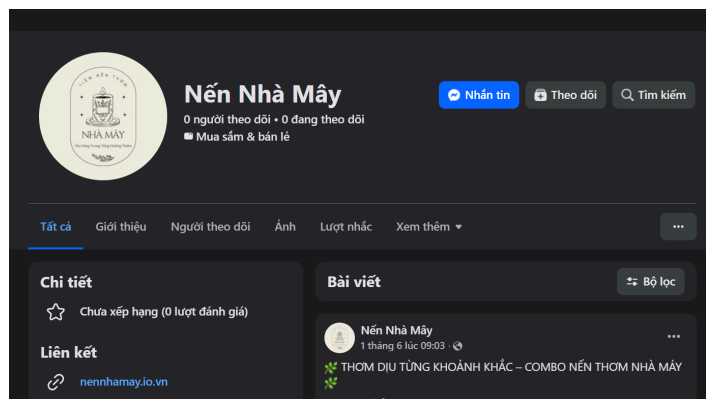
SEO Off-page là quá trình tối ưu các yếu tố bên ngoài website nhằm nâng cao độ uy tín, tăng khả năng nhận diện thương hiệu và cải thiện thứ hạng trên công cụ tìm kiếm. Hoạt

Kế hoạch chi tiết

động SEO Off-page được triển khai thông qua việc xây dựng hệ thống backlink đa dạng, tự nhiên và phù hợp với chiến lược SEO tổng thể.

Các công việc thực hiện bao gồm:

- Xây dựng backlink từ website vệ tinh. Xây dựng backlink từ các nền tảng mạng xã hội như Facebook, TikTok, Instagram,...



- Tạo backlink từ các website có độ uy tín cao, bao gồm các trang giáo dục (.edu) và chính phủ (.gov) khi có cơ hội phù hợp.
- Xây dựng backlink từ diễn đàn, trang thương mại điện tử và các website có độ tin cậy cao.
- Thực hiện các kỹ thuật SEO như tạo và khai báo Sitemap, tối ưu Robots.txt, quản lý liên kết dofollow/nofollow và xử lý các lỗi chuyển hướng 301, 302, 404.
- Thực hiện seeding nội dung và sử dụng các công cụ hỗ trợ SEO nhằm gia tăng lưu lượng truy cập và số lượng backlink chất lượng trở về website.

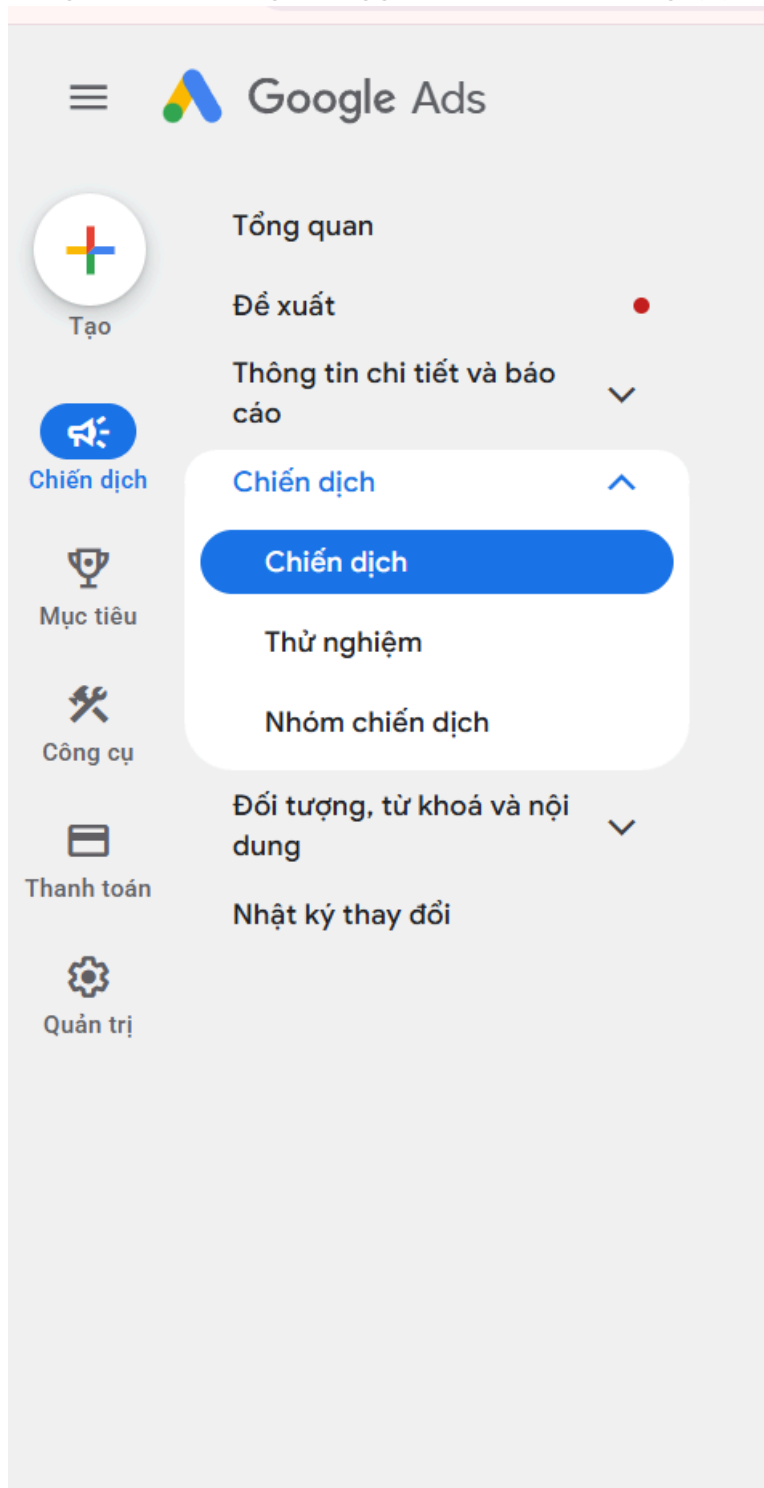
Việc triển khai SEO Off-page giúp tăng độ tin cậy của website, cải thiện thứ hạng từ khóa trên Google và hỗ trợ nâng cao hiệu quả hoạt động marketing trực tuyến.

3.4 Google Ads

Tạo chiến dịch quảng cáo trên mạng tìm kiếm cho thương hiệu nến thơm Nhà Mây

Kế hoạch chi tiết

1. ở giao diện trang chủ gg ads chọn dấu cộng (+) để thực hiện tạo chiến dịch



2. Chọn mục tiêu chiến dịch

Kế hoạch chi tiết

Mục tiêu chiến dịch của bạn là gì?

Chọn mục tiêu của bạn

Chọn một mục tiêu để điều chỉnh trải nghiệm của bạn cho phù hợp với các mục tiêu và tùy chọn cài đặt sẽ mang lại hiệu quả tốt nhất cho chiến dịch của bạn

**Doanh số**
Thúc đẩy bán hàng trực tuyến, trong ứng dụng, qua điện thoại hoặc tại cửa hàng

**Khách hàng tiềm năng**
Khuyến khích khách hàng hành động để thu hút khách hàng tiềm năng và thúc đẩy các hoạt động chuyển đổi khác

**Lưu lượng truy cập trang web**
Thu hút người dùng mục tiêu truy cập vào trang web của bạn

**Quảng cáo ứng dụng**
Tăng số lượt cài đặt, tương tác và đăng ký trước cho ứng dụng của bạn

**Phạm vi tiếp cận, số lượt xem và số lượt tương tác trên YouTube**
Nâng cao mức độ nhận biết và mức độ cân nhắc về sản phẩm hoặc thương hiệu của bạn
Trước đây gọi là "Mức độ nhận biết và cân nhắc"

**Chương trình khuyến mãi và lượt ghé thăm cửa hàng thực tế tại địa phương**
Thúc đẩy lượt ghé thăm tại cửa hàng địa phương, bao gồm cả nhà hàng và đại lý.

**Tạo chiến dịch mà không cần hướng dẫn**
Tiếp theo, bạn sẽ chọn chiến dịch

3. Chọn loại chiến dịch

Chọn loại chiến dịch

**Tối đa hoá hiệu suất**
Tăng doanh số bằng cách tiếp cận người dùng phù hợp ở mọi nền tảng mà họ đang duyệt xem bằng quảng cáo trên Google Tìm kiếm, YouTube, Mạng Hiển thị và nhiều nơi khác

**Tim kiếm**
Tăng doanh số bán hàng trên Google Tìm kiếm bằng quảng cáo dạng văn bản

**Tạo nhu cầu**
Thúc đẩy nhu cầu và số lượt chuyển đổi trên YouTube, Mạng Hiển thị của Google và nhiều vị trí khác bằng quảng cáo dạng hình ảnh và quảng cáo dạng video

**Video**
Tăng doanh số bán hàng trên YouTube bằng quảng cáo dạng video

**Hiển thị**
Tiếp cận khách hàng tiềm năng trên 3 triệu trang web và ứng dụng bằng mẫu quảng cáo của bạn

**Mua sắm**
Quảng bá sản phẩm từ Merchant Center trên Google Tìm kiếm bằng quảng cáo Mua sắm

4. Thực hiện nhập thông tin và chọn chiến dịch mới

Kế hoạch chi tiết

Mọi người sẽ được đưa đến đâu sau khi nhấp vào quảng cáo của bạn?

Hãy nghĩ về sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn muốn bán, rồi nhập URL bạn muốn mọi người nhìn thấy sau khi nhấp vào quảng cáo của bạn. Đây có thể là trang chủ hoặc một trang cụ thể hơn trên trang web của bạn.

<https://nennhamay.io.vn/>

Bạn có muốn tiếp tục từ một bản dự thảo chiến dịch hiện có không?

Tài khoản của bạn đang có các bản dự thảo chiến dịch thuộc cùng loại chiến dịch, cho phép bạn tiếp tục thiết lập chiến dịch ở bước gần nhất mà bạn chưa hoàn tất

☐ Tiếp tục từ một bản dự thảo chiến dịch hiện có

☒ Tạo chiến dịch mới

Tên chiến dịch*

Sales-Performance Max-5

Hủy **Tiếp tục**

5. Chọn các mục để tạo chiến dịch mới

Google Ads Chiến dịch mới

Tìm một trang hoặc chiến dịch

Giao diện Trợ giúp Thông báo

508-881-0190 thuongltnb02235@gmail.com

Tối đa hoá hiệu suất

☒ **Đặt giá thầu**

Đặt giá thầu

Thu nạp khách hàng

Giữ chân người dùng

☒ Cài đặt chiến dịch

☒ Nhóm thành phần

☐ Ngân sách

☐ Tóm tắt

Không lưu được thay đổi

Đặt giá thầu

Đặt giá thầu

Bạn muốn tập trung vào điều gì?

Lượt chuyển đổi

☐ Đặt giá mỗi hành động mục tiêu (không bắt buộc)

Thu nạp khách hàng

☐ Chỉ đặt giá thầu cho khách hàng mới

Chiến dịch của bạn sẽ chỉ xuất hiện với khách hàng mới, cho dù bạn chọn chiến lược giá thầu nào

Theo mặc định, chiến dịch của bạn đặt giá thầu như nhau cho khách hàng mới và khách hàng hiện tại. Tuy nhiên, bạn có thể định cấu hình chế độ cài đặt thu nạp khách hàng để tối ưu hoá cho việc thu nạp khách hàng mới. [Tìm hiểu thêm về chế độ cài đặt thu nạp khách hàng](#)

Giữ chân người dùng

☐ Điều chỉnh chiến lược đặt giá thầu để thu hút lại khách hàng không hoạt động

Theo mặc định, chiến dịch của bạn không điều chỉnh chiến lược đặt giá thầu để thu hút lại khách hàng không còn hoạt động. Tuy nhiên, bạn có thể thiết lập chế độ thu nạp khách hàng

99,9%

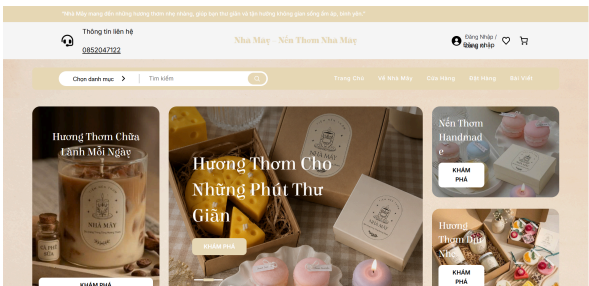
Điểm tối ưu hóa của chiến dịch

Ước tính hàng tuần

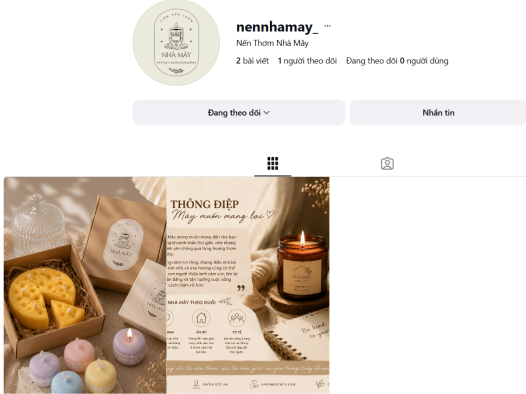
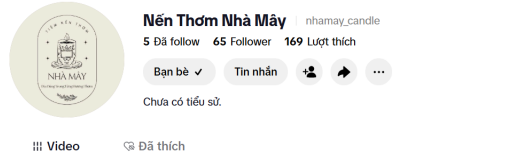
Dựa vào ngân sách hàng ngày và chế độ cài đặt giá thầu của bạn

Số lượt chuyển đổi bằng tuần	Chi phí/Lượt chuyển đổi
70	60.485 đ
Chi phí hàng tuần	4.252.108 đ

3.5 Tích hợp Mạng xã hội vào Website

	https://nennhamay.io.vn/
	https://www.facebook.com/profile.php?id

Kế hoạch chi tiết

	=61590551094479
	https://www.instagram.com/nennhamay_/
	https://www.tiktok.com/@nhamay_candle
	https://www.instagram.com/nennhamay_/

3.6 Triển khai hoạt động sản|

Link shopee :

Tên shop: Nến Thơm Nhà Mây (tạo sự uy tín).

Hình ảnh đại diện và ảnh bìa: Sử dụng logo chính thức của Nến Nhà Mây. Banner thiết kế theo concept ấm áp, nhẹ nhàng, tối giản (màu pastel, trắng, hoặc tone gỗ ấm) đi kèm thông điệp cốt lõi của thương hiệu

Mô tả Shop:Giới thiệu ngắn gọn câu chuyện của Nến Nhà Mây (Nến handmade, nguyên liệu tự nhiên, an toàn cho sức khỏe).

Kế hoạch chi tiết

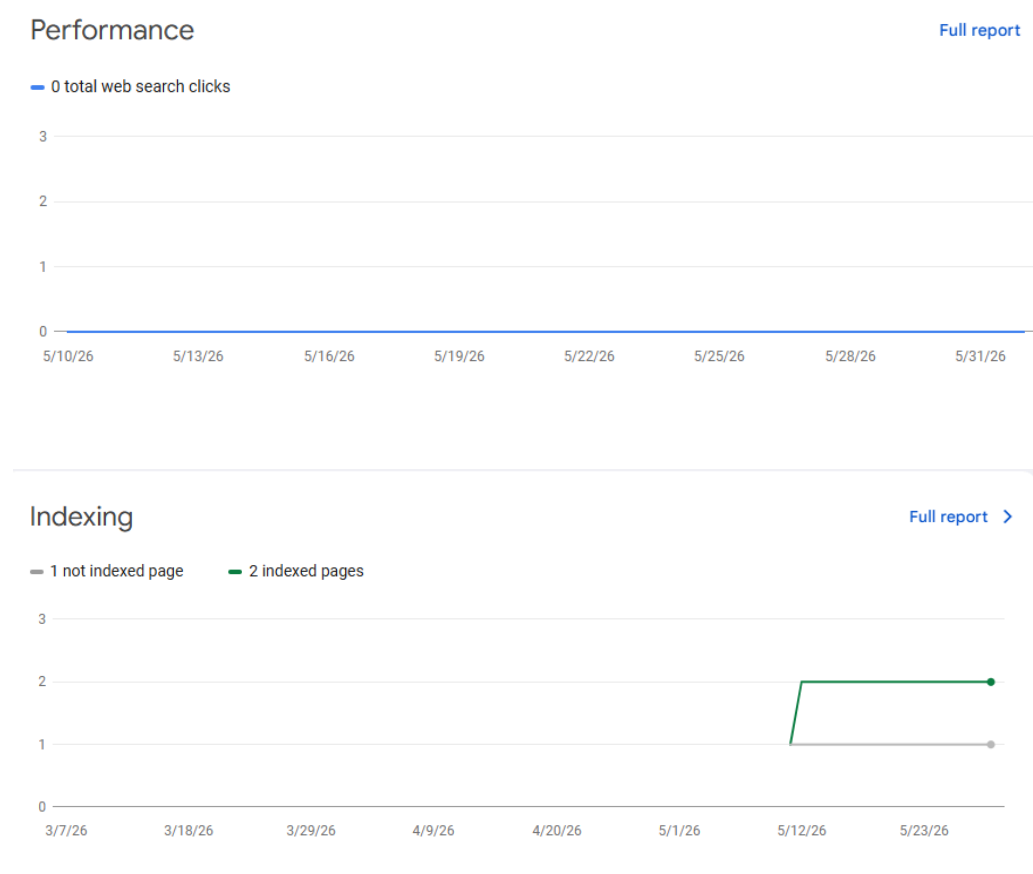
Đăng sản phẩm phẩm : tiến hành đăng tải sản phẩm lên trên trang chủ và trang mua sản phẩm , cập nhật sản phẩm mới , có ảnh chụp chi tiết

CHƯƠNG IV: ĐO LƯỜNG, ĐÁNH GIÁ VÀ TỐI ƯU HOẠT ĐỘNG QUẢNG BÁ WEBSITE VỚI BỘ MÁY TÌM KIẾM

4.1 Báo cáo kết quả

Kiểm tra và đánh giá website bằng Google Analytics

Kiểm tra và đánh giá website bằng Google Search Console.



- Sử dụng Google Search Console để theo dõi hiệu suất hoạt động của website trên công cụ tìm kiếm Google.
- Kết quả kiểm tra cho thấy website hiện có 2 trang đã được lập chỉ mục (Indexed) và 1 trang chưa được lập chỉ mục, cần tiếp tục tối ưu để Google thu thập dữ liệu đầy đủ hơn.

Kế hoạch chi tiết

- Hiện tại website chưa có lượt nhấp (0 Clicks) từ kết quả tìm kiếm, cho thấy website còn mới và cần đẩy mạnh SEO nội dung.
- Dựa trên dữ liệu từ Search Console, tiến hành tối ưu tiêu đề, mô tả, từ khóa, nội dung bài viết và gửi sitemap để tăng khả năng hiển thị trên Google.

Nhận xét: Website đã được Google ghi nhận và bắt đầu lập chỉ mục, tuy nhiên lượng truy cập tự nhiên chưa có. Cần tiếp tục đăng tải nội dung và tối ưu SEO để cải thiện thứ hạng tìm kiếm.

Đánh giá kết quả thực hiện so với mục tiêu ban đầu

Tiêu chí đánh giá	Mục tiêu ban đầu	Kết quả thực hiện
Nội dung website	Có bài viết và trang giới thiệu sản phẩm	Xây dựng được nội dung cơ bản
Google Search Console	Website được Google lập chỉ mục	2 trang được index, 1 trang chưa index
Tối ưu SEO On-page	Hoàn thiện tiêu đề, mô tả, từ khóa	Đã thực hiện trên các trang chính
Lượt nhấp từ Google	Có lượt truy cập tự nhiên	0 lượt nhấp

- Đánh giá hiệu quả công việc
 - Website đã được Google nhận diện và bắt đầu lập chỉ mục.
 - Các công cụ SEO như Google Search Console, Ahrefs và SEO Quake đã được sử dụng để kiểm tra tình trạng website.
 - Cấu trúc website và các yếu tố SEO cơ bản đã được tối ưu.
 - Tuy nhiên, website còn mới nên chưa phát sinh lượt nhấp từ kết quả tìm kiếm Google.

Kế hoạch chi tiết

→ Cần tiếp tục đăng bài viết chuẩn SEO, xây dựng liên kết nội bộ và cập nhật nội dung thường xuyên để tăng thứ hạng tìm kiếm và lượng truy cập tự nhiên.

4.2 Báo cáo kết quả chiến dịch quảng cáo

Chiến dịch quảng cáo của thương hiệu nền thơm Nhà Mây được triển khai nhằm tăng độ nhận diện thương hiệu và thu hút khách hàng tiềm năng. Sau thời gian thực hiện, chiến dịch đã đạt được những kết quả tích cực.

- Hiển thị (Impressions): 25.000 lượt hiển thị.
- Số nhấp chuột (Clicks): 750 lượt nhấp.
- Tỷ lệ nhấp chuột (CTR): 3%.
- Tỷ lệ chuyển đổi (Conversion Rate): 4%.
- Số lượng chuyển đổi/Hành động: 30 đơn hàng hoặc lượt đăng ký thông tin.
- Chi phí quảng cáo: 2.250.000 VNĐ.
- CPC trung bình: 3.000 VNĐ/lượt nhấp.
- CPM trung bình: 90.000 VNĐ/1.000 lượt hiển thị.

Nhìn chung, chiến dịch đã giúp Nhà Mây tiếp cận đúng đối tượng khách hàng quan tâm đến nền thơm và sản phẩm trang trí không gian sống. Tỷ lệ nhấp chuột và tỷ lệ chuyển đổi ở mức khả quan, góp phần gia tăng lượng truy cập website và hỗ trợ hoạt động bán hàng của thương hiệu.

4.3 Bài học kinh nghiệm

Thuận lợi:

Thị trường nền thơm đang phát triển, nhu cầu sử dụng đồ thư giãn, trang trí và làm quà tặng ngày càng tăng.

Các kênh Digital Marketing như Facebook, TikTok, Instagram và Shopee hỗ trợ thương hiệu tiếp cận khách hàng với chi phí thấp.

Kế hoạch chi tiết

SEO giúp sản phẩm có cơ hội xuất hiện trên công cụ tìm kiếm và sàn TMĐT khi khách hàng tìm kiếm các từ khóa liên quan đến nền thương mại.

Khó khăn:

Là thương hiệu mới nên độ nhận diện thương hiệu còn thấp, chưa tạo được sự tin tưởng với khách hàng.

Website và gian hàng TMĐT chưa có nhiều lượt truy cập, đánh giá và phản hồi từ người mua, gây khó khăn cho SEO.

Cạnh tranh cao với các thương hiệu nền thương mại đã có vị thế trên thị trường.

Việc truyền tải mùi hương sản phẩm qua hình ảnh và nội dung quảng cáo còn hạn chế, ảnh hưởng đến quyết định mua hàng.

Bài học rút ra

Cần đầu tư xây dựng thương hiệu đồng bộ từ logo, hình ảnh đến nội dung truyền thông để tăng độ nhận diện.

SEO cần được thực hiện lâu dài và liên tục thông qua tối ưu từ khóa, mô tả sản phẩm và nội dung hữu ích cho khách hàng.

Marketing trên mạng xã hội đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút khách hàng và tạo tương tác cho thương hiệu mới.

Chú trọng chất lượng hình ảnh, video và đánh giá khách hàng để tăng độ tin cậy khi bán hàng online.

Kết hợp SEO và Marketing sẽ giúp thương hiệu tiếp cận khách hàng hiệu quả hơn, tăng lượng truy cập và doanh số bán hàng trong tương lai.

4.4 Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả chiến dịch SEO

Các giải pháp nâng cao hiệu quả SEO :

Kế hoạch chi tiết

On-Page & UX/UI Website :

-Tối ưu kỹ thuật: Lên kế hoạch viết thẻ Title, Meta Description chuẩn SEO, tối ưu hình ảnh sản phẩm sắc nét và gắn thẻ Alt chứa từ khóa cho Nến Nhà May.

-Cấu trúc Topic Cluster (Cụm chủ đề): Thiết lập các bài viết Blog xoay quanh 3 trụ cột chính (Kiến thức dùng nến - Sức khỏe/Phong cách sống - Ý tưởng quà tặng) và điều hướng link nội bộ về trang sản phẩm.

Tập trung vào SEO Hình ảnh & Video (Kênh Visual) :

-Giải pháp: Vì nến thơm là sản phẩm thiên về cảm xúc và decor, cần tối ưu SEO hình ảnh bài viết và sản phẩm thật bắt mắt.

-Hành động: Đặt tên file ảnh chuẩn SEO , viết thẻ chi tiết, và nhúng các video ngắn từ TikTok/Reels vào bài viết blog để tăng thời gian ở lại trang của khách hàng.

Tối ưu hóa SEO Local (Google Maps) để đi đơn nhanh :

-Giải pháp: Đánh vào tâm lý khách muốn mua làm quà tặng gấp hoặc muốn đến ngửi thử mùi hương.

-Hành động: Tối ưu hóa Google Business Profile cho Nến Nhà May, tối ưu từ khóa , và tích cực seeding đánh giá 5 sao kèm hình ảnh thực tế để tăng uy tín trên bản đồ.