Studio

Nắm chắc trong tay

TỈ LỆ CHUYỂN ĐỔI

30

%

Đơn hàng AMZ

Giới thiệu

VỀ ORAS

Speaker:

NƯƠNG NGUYỄN

- Founder - CEO Oras Studio

Studio

Đội ngũ

ORAS

- Đội ngũ 60 Nhân sự **Chụp ảnh** - **Quay phim** - **Thiết kế**
- Có 2 cơ sở tại **Thành phố Hà Nội** và **Thành phố Hồ Chí Minh**

5
Manager

5
Senior Graphic Design
5-7 năm kinh nghiệm

20
Designer

3
Senior Photography
5-7 năm kinh nghiệm

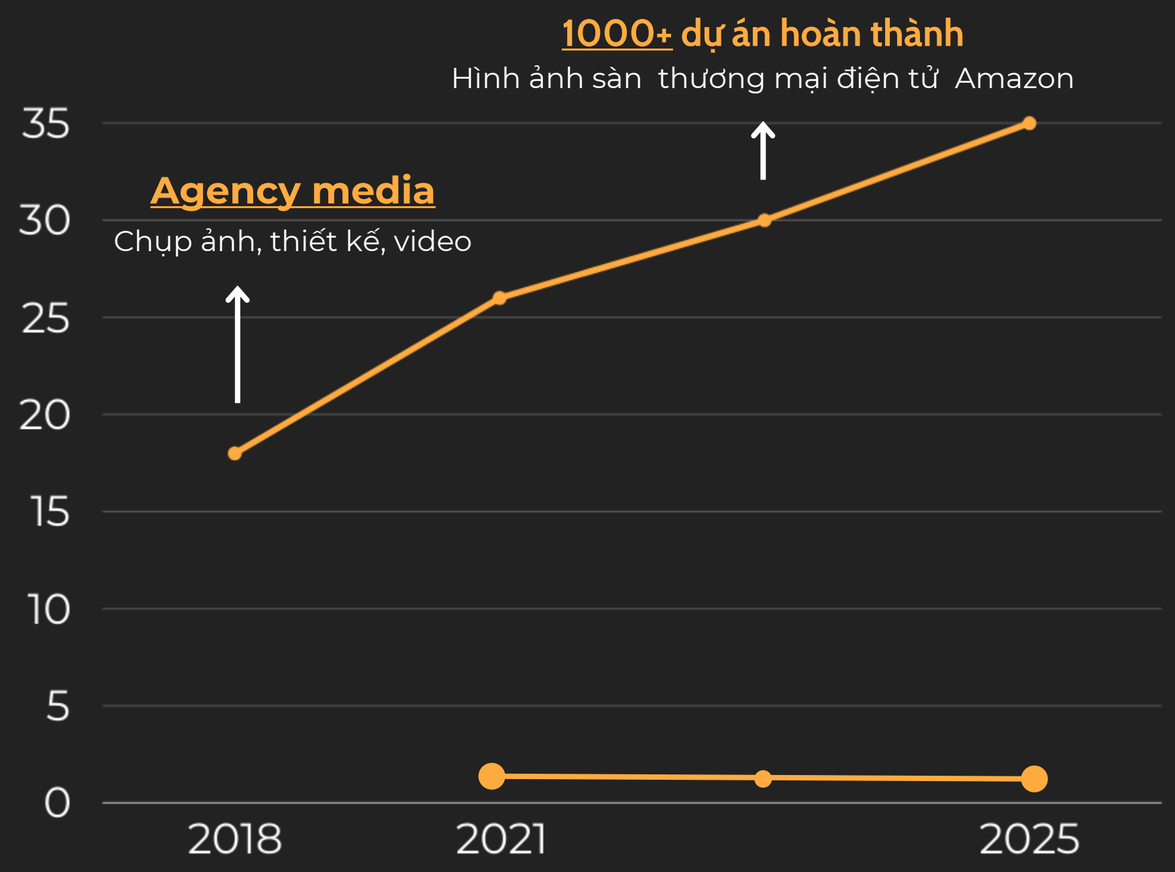
10
Photo - Stylist

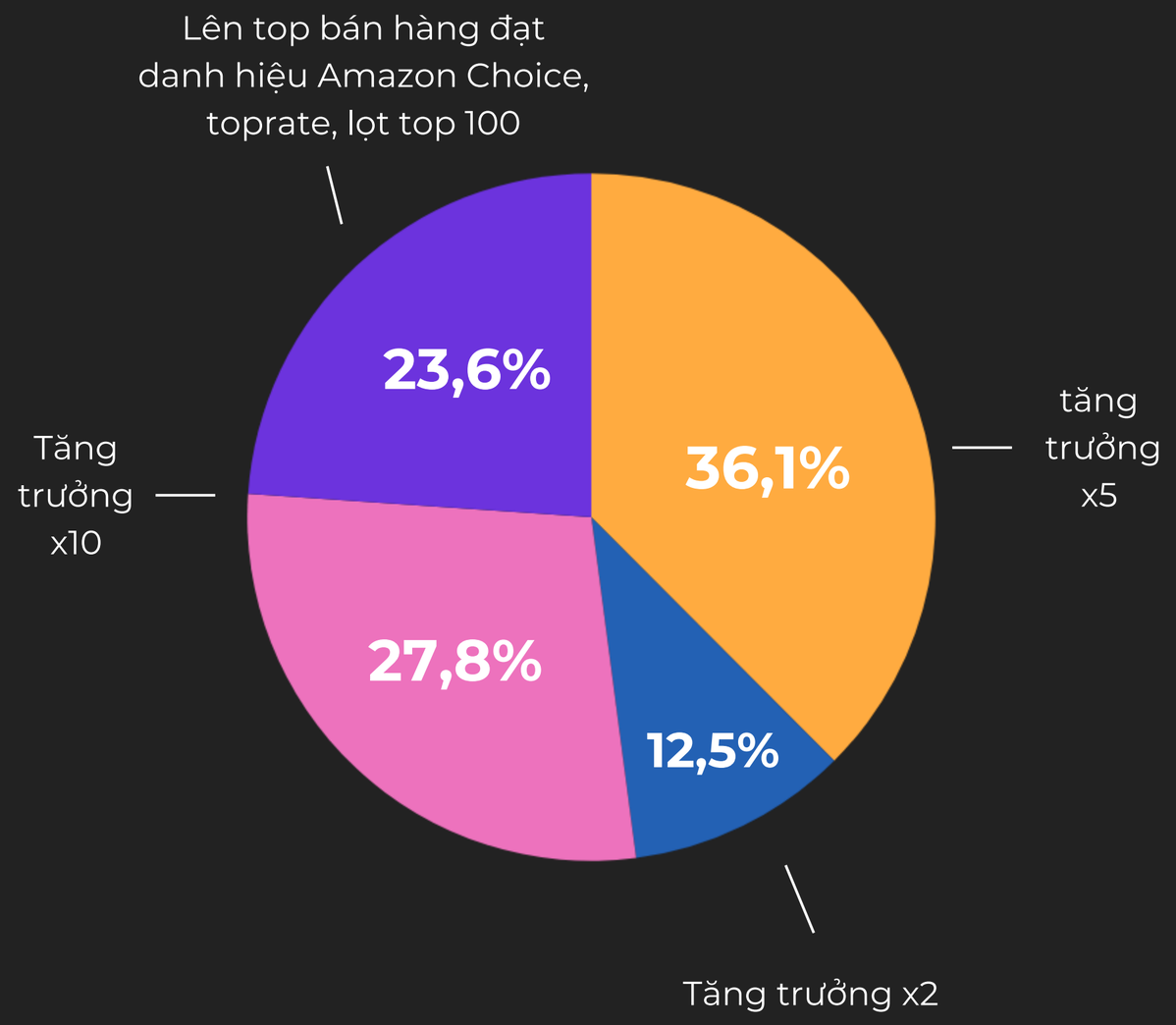
4
Senior Video Photography
5-7 năm kinh nghiệm

15
Cameraman - editor

Giới thiệu

VỀ ORAS





TƯ DUY LÀM VIỆC CỦA ORAS

ORAS là **đơn vị media sáng tạo nội dung chuyển đổi cao**, tập trung vào **3 nguyên tắc cốt lõi:**

1. **Bắt đầu từ hành vi và tâm lý người mua**
2. **Thực hiện bằng quy trình chuyên nghiệp đã kiểm chứng hiệu quả**
3. **Vận hành bởi đội ngũ hiểu rõ sản phẩm, ngành hàng và ngôn ngữ khách hàng mục tiêu**

Tổng quan các lĩnh vực

ORAS PROJECT

Home kitchen, home decor. gift, baby, f&b,...

Chạy ads tiếp cận trước
Hình ảnh đầu tư sau ?

Tác động tỉ lệ chuyển đổi

STT	Tiêu chí	Ads trước – Hình ảnh chưa tối ưu	Hình ảnh trước – Ads sau
1	**Ngân sách chạy Ads**	10 triệu đồng	10 triệu đồng
2	**Lượt click vào trang**	100 lượt	100 lượt
3	**Tỷ lệ chuyển đổi**	1% (1 người mua)	20% (20 người mua)
4	**Số đơn hàng**	1 đơn	20 đơn
5	**Chi phí cho 1 đơn hàng**	**10.000.000 VNĐ**	**500.000 VNĐ**

Tỉ lệ chuyển đổi

50% USP SẢN PHẨM

+

30% **HÌNH ẢNH SẢN PHẨM**

+

20% CHIẾN LƯỢC QUẢNG CÁO TIẾP CẬN

01

Làm thế nào ORAS giúp Seller đạt 30% tiêu chuẩn của Hình ảnh sản phẩm để tăng tỷ lệ chuyển đổi đơn hàng X5 ?

Hình ảnh nào có tỉ lệ chuyển đổi cao hơn?

1

Tỉ lệ chuyển đổi lượt mua/ lượt click

40%

2

Tỉ lệ chuyển đổi lượt mua/ lượt click

10%

PHƯƠNG PHÁP HÌNH ẢNH

Dựa trên hành trình khách hàng

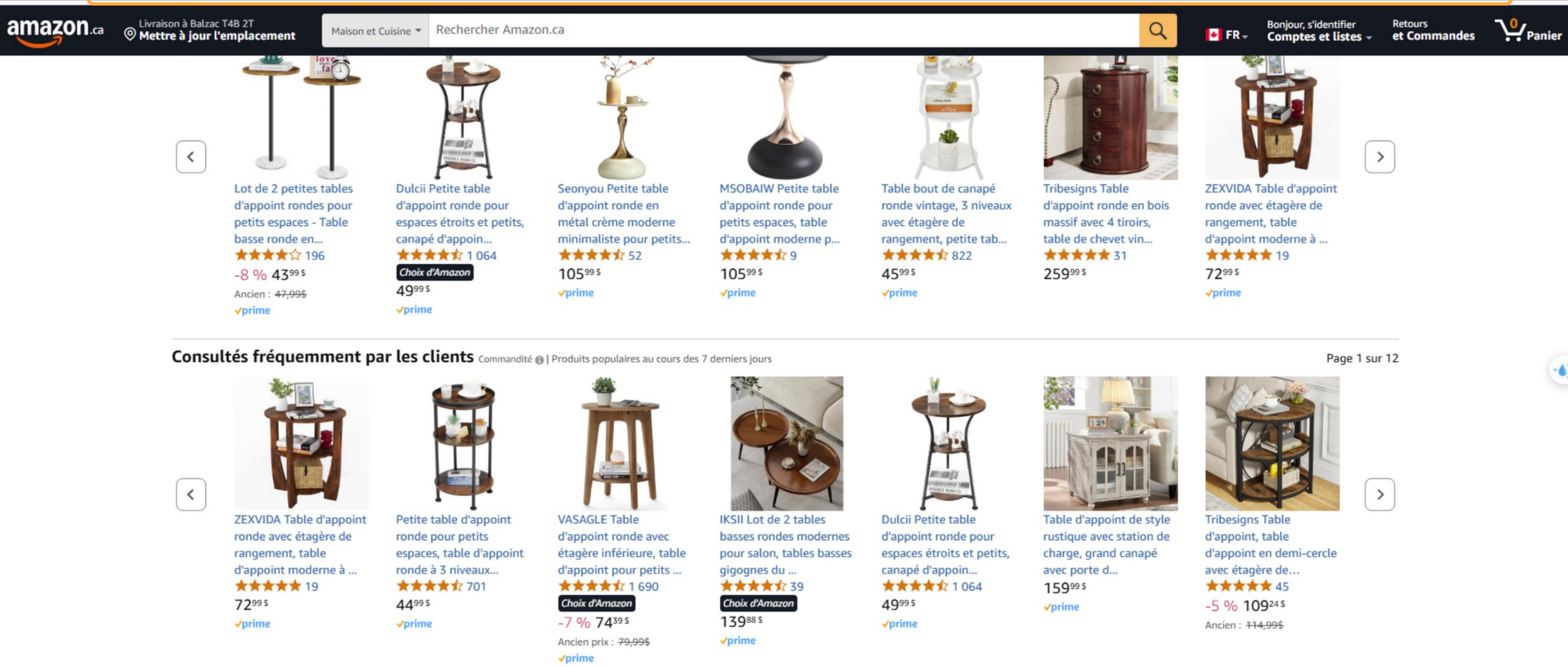
1. Tìm kiếm (Searching)
2. Xem xét sản phẩm
3. Ra quyết định mua
4. Sau mua hàng
5. Tái mua hàng (Upsell)

Giai đoạn	Tâm lý KH	Loại media hiệu quả nhất	Tỷ lệ ảnh hưởng đến CR (ước lượng)	Ghi chú triển khai
1. Tìm kiếm (Searching)	*Lướt nhanh, đánh giá trực quan*	✅ **Ảnh chính (main image)** ✅ **Ảnh variation**	📈 **35–45%** ảnh hưởng đến *Click-Through Rate (CTR)*	Ảnh chiếm vai trò quyết định khách có bấm vào hay không
2. Xem xét sản phẩm	*So sánh, đánh giá, cân nhắc mua*	**Hình ảnh listing, Conten A+** ✅ **Ảnh lifestyle** ✅ **Ảnh infographic** ✅ **Ảnh so sánh / ứng dụng / packaging**	📈 **30–40%** ảnh hưởng đến *Conversion Rate (CR)*	Làm rõ lợi ích, kích hoạt cảm xúc, giảm nghi ngờ
3. Ra quyết định mua	*Cần cú chốt tin tưởng cuối cùng*	✅ **Video demo/review 30–60s** ✅ **Ảnh chi tiết sản phẩm / chất liệu**	📈 **15–20%** ảnh hưởng đến CR	Video giúp khách tin tưởng nhanh hơn ảnh tĩnh
4. Sau mua hàng	*Trải nghiệm – đánh giá sản phẩm*	✅ **A+ Content** ✅ **Video hướng dẫn sử dụng**	📉 **Giảm 20–30% tỷ lệ hoàn hàng** 📈 Tăng 5–10% khả năng review tốt	Hỗ trợ hậu mãi, giảm kỳ vọng sai lệch
5. Tái mua / Upsell	*Đã tin tưởng – tìm mua thêm*	✅ **Front Store** ✅ **Ảnh combo – bộ sưu tập – banner thương hiệu**	📈 Tăng **10–20% giá trị giỏ hàng (AOV)** nếu triển khai đúng	Quan trọng với thương hiệu có nhiều SKU

1. Tìm kiếm (Searching) Amazon

Ảnh main - nền trắng

Lướt nhanh, đánh giá trực quan



2. Xem xét sản phẩm

- Hình ảnh listing, Conten A+
- *So sánh, đánh giá, cân nhắc mua*

Home & Kitchen | Search Amazon

Patio, Lawn & Garden › Patio Furniture & Accessories › Tables › Side Tables

Click to see full view

LUE BONA Adirondack Outdoor Side Table, 2-Tier White HDPS Patio End Table Weather Resistant, Morden Side Table for Patio, Pool, Porch

Visit the LUE BONA Store

4.7 ★★★★☆ 969 ratings

Amazon's Choice

100+ bought in past month

-6% $46.99

Typical price: ~~$49.99~~

FREE Returns

Coupon: Apply 10% coupon Shop items › | Terms

Get $50 off instantly: Pay $0.00 ~~$46.99~~ upon approval for Amazon Visa. No annual fee.

Color: **White**

$57.99	$43.69 ~~$49.99~~	$59.99	$55.99	$50.34 ~~$52.99~~	$49.39 ~~$51.99~~
$55.99	$51.99	$46.99 ~~$49.99~~			

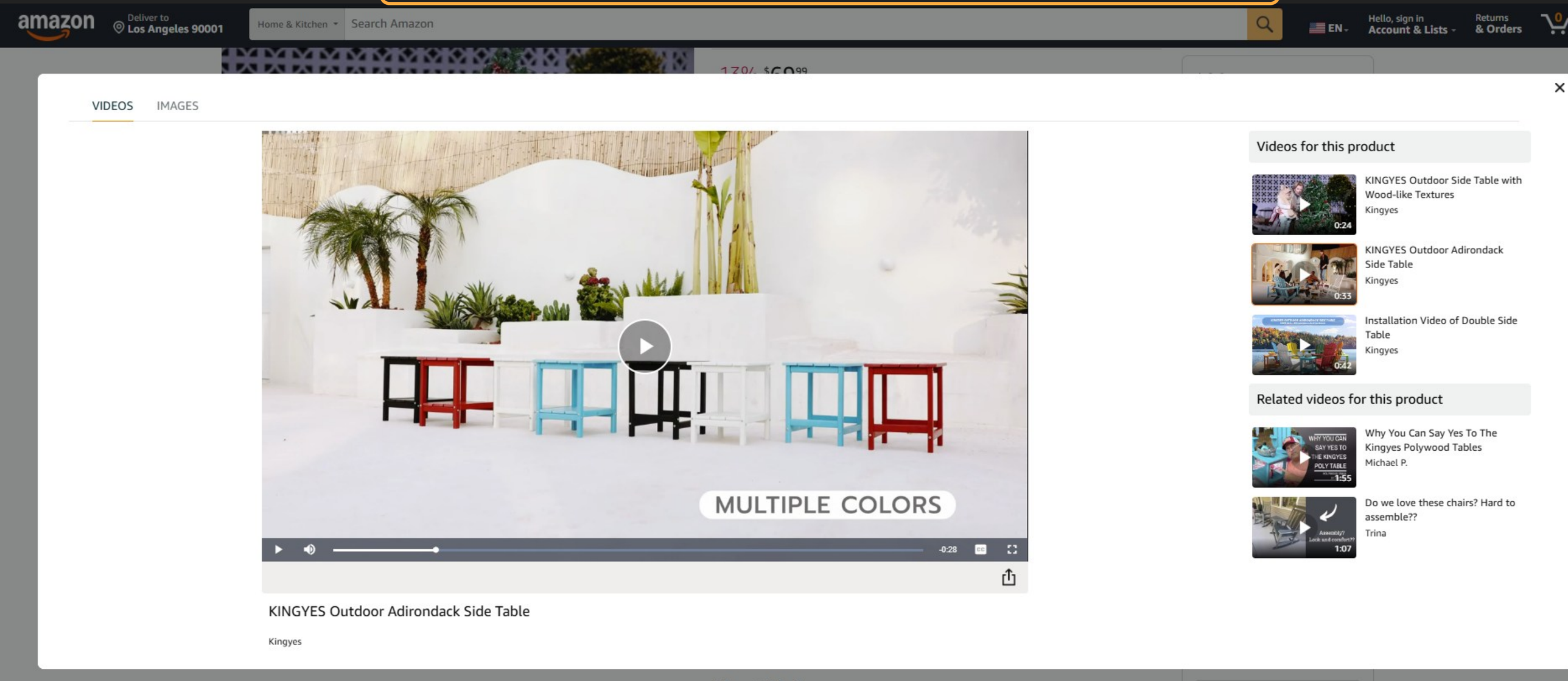
Brand	LUE BONA
Product Dimensions	12.9"D x 16.1"W x 16.7"H

One day, meet your Double Adirondack Side Table

VARIOUS STYLES

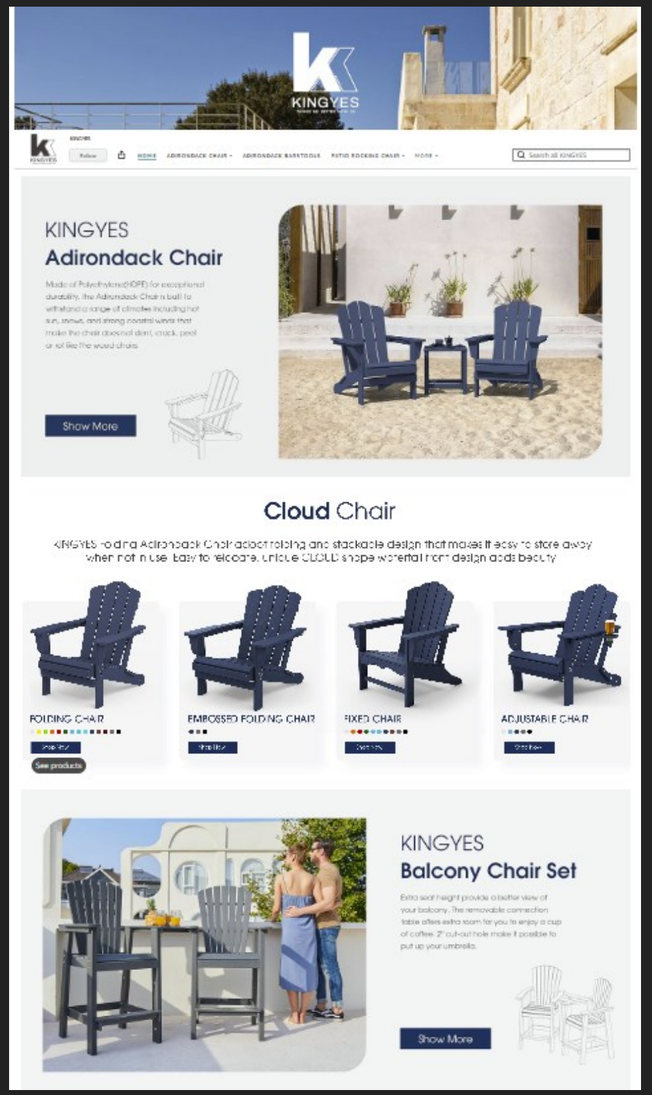
3. Ra quyết định mua

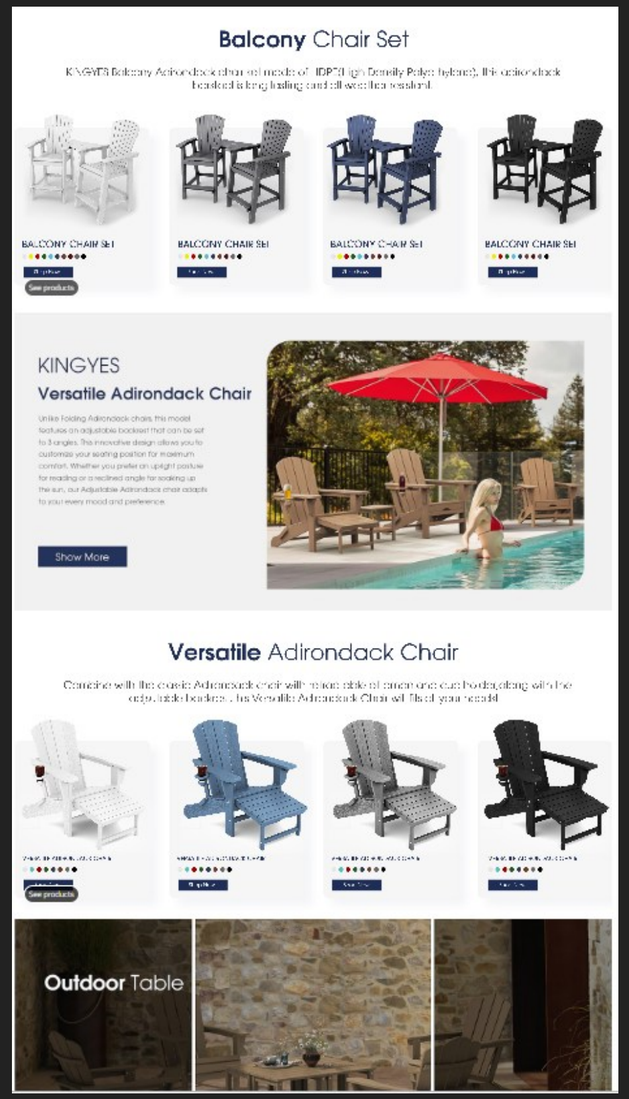
Video listing- gia tăng niềm tin sản phẩm
Cần cú chốt tin tưởng cuối cùng

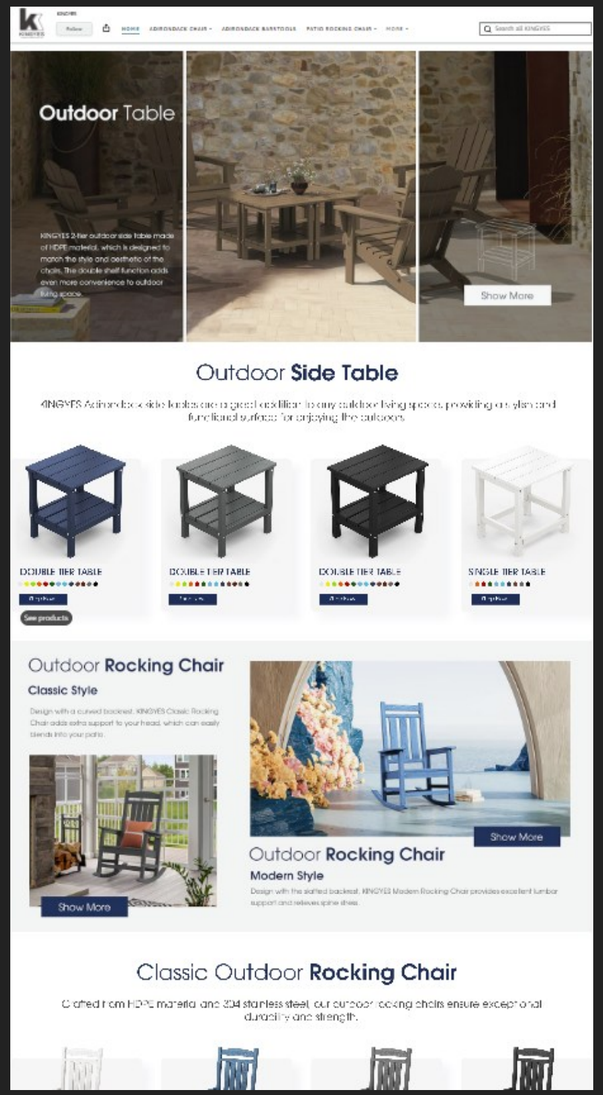


4. Front Store

Định vị thương hiệu, tăng tỉ lệ bán chéo trong và sau mua hàng







Một bộ hình bán hàng không nên bắt đầu bằng concept
mà phải bắt đầu từ hành trình khách hàng

Công thức tối ưu chi phí khi đầu tư hình ảnh

1. Gợi ý tối ưu chi phí đầu tư hình ảnh
2. Các tiêu chí của hình ảnh listing tốt
3. Gợi ý làm việc cùng media team đạt hiệu quả tối đa

Có nên đầu tư chuyên nghiệp tất cả các hạng mục hình ảnh ngay từ đầu không?

Rủi ro: đầu tư full hình ảnh với sản phẩm nhiều biến thể

20-30 mã sản phẩm

↓

15 mã win

↓

Lãng phí chi phí đầu tư cho **15 mã**

↓

Lãng phí 225tr ~ 15tr/ mã sản phẩm làm hình ảnh chuyên nghiệp

Tỉ lệ cạnh tranh khi tham gia vào thị trường ngách

Quy mô sản phẩm "side table" (end table)

Theo dữ liệu từ AmzChart:

Mục tiêu	Số liệu
Listings "side table"	~11.000
Listings toàn bộ "Tables"	~24.000
Seller trên 1 listing (ASIN cụ thể)	2–15
Listings trend mới nổi	Có thể thêm hàng trăm đối thủ mới

=> Thị trường side table cực đông, với hàng chục nghìn listings và hàng trăm ngàn reviews
=> Người mới cần tận dụng điểm khác biệt rõ ràng (thiết kế + thương hiệu + listing đẹp)

02

Chi phí đầu tư - nên đầu tư ưu tiên những hạng mục gì?

CHI PHÍ TRUNG BÌNH
THỊ TRƯỜNG

Agency

><

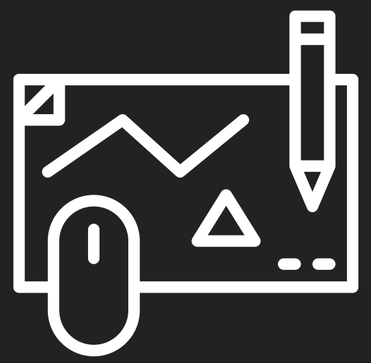
Freelancer

Gợi ý chi phí đầu tư ưu tiên theo giai đoạn

Hạng mục theo thứ tự ưu tiên	Chi phí thông thường cho 1 sản phẩm (Full Service)	Chi phí tối ưu theo gợi ý của Oras
1. Hình ảnh listing (7 cái))	4.000,000 – 8,000,000 VND	4.000,000 – 8,000,000 VND
2. Video listing	2,500,000 – 7,000,000 VND	2,000,000 – 7,000,000 VND
3. Content A+	2,500,000 – 7,000,000 VND	
4. Front store	3.000.000 – 10,000,000 VND	
Tổng chi phí ban đầu	12– 32 triệu VND	4 – 12 triệu VND

03 Listing tốt cần thể hiện điều gì?

HÌNH ẢNH LISTING HIỆU QUẢ CẦN ĐIỀU GÌ



Ảnh main **sắc nét**, chiếm **85% khung hình**

2-3 Ảnh life style: Cảm giác sử dụng

Người thật sử dụng sản phẩm **trong bối cảnh thật** (nhà, bếp, văn phòng...)

2 - 3 Ảnh Infographic

Tích hợp **icon + text đơn giản**: ví dụ “100% gỗ tre”, “Chịu lực 10kg”

Mô tả chi tiết **lợi ích nổi bật** hoặc **quy trình sử dụng**

Ảnh chi tiết / cận cảnh

Zoom chất liệu, phụ kiện, thiết kế đặc biệt

HÌNH ẢNH LISTING HIỆU QUẢ CẦN ĐIỀU GÌ

Từng ảnh là 1 thông điệp riêng biệt

- **Không lặp** lại **nội dung** giữa các ảnh
- **Mỗi ảnh** có **mục đích riêng**

Tối giản chữ, ưu tiên icon / biểu tượng

- **Tránh overload** thông tin
- Đảm bảo **dễ đọc** trên mobile

Tư duy theo "5 giác quan"

- Khách hàng sẽ **cảm nhận gì, dùng ra sao, sờ được gì, nghe được gì, và trải nghiệm thế nào**

Nhân sự chậm deadline - không hiểu ý tưởng
Phải cầm tay chỉ việc - sửa nhiều lần không được kết quả ưng ý?

04

Làm việc với đội media thế nào để hiệu quả?

CHECKLIST CHUẨN BỊ
CHỤP ẢNH

1. Xác định rõ yêu cầu và mục tiêu
2. Checklist năng lực của đơn vị vận hành
3. Truyền cảm hứng sản phẩm với đội media

Quy trình làm việc với media ra bộ ảnh hiệu quả

Xác định rõ yêu cầu & mục tiêu

- Bộ ảnh phục vụ cho **mục đích** gì? (Listing TMĐT, quảng cáo, social media...)
- **Phong cách mong muốn** ra sao? (Tone màu, cảm xúc, bố cục)
- Xác định chân dung **khách hàng mục tiêu** (độ tuổi, sở thích, hành vi, khu vực địa lý).
- **USP sản phẩm, đối thủ, phong cách hình ảnh** cần tham khảo.

Check năng lực của đơn vị thực hành

- Đơn vị **có thể đề xuất phương án cải tiến hình ảnh** không?
- Đội ngũ **có tư duy về bán hàng, marketing & thấu hiểu khách hàng mục tiêu** không?

Truyền được cảm xúc về sự yêu thích, tâm huyết với sản phẩm đến người thực thi.

- **Truyền cảm hứng** cho đội media: Người làm sáng tạo cần **cảm xúc** để **tạo ra hình ảnh tốt**, vì vậy cần **giúp** họ **hiểu** và **yêu thích sản phẩm**.
- Dành thời gian tạo 1 buổi meeting 30' để share về định hướng, tâm huyết sản phẩm

QUÀ TẶNG ĐẶC BIỆT
TỪ SPEAKER NƯƠNG NGUYỄN

5 suất khám gian hàng, đề xuất chiến lược hình ảnh

Studio

THANK YOU

Connect with us to receive gifts and resources