



Giới thiệu về các tính năng quảng cáo mới nhất

Chương 1

Khi hướng tới thị trường toàn cầu khổng lồ và rộng mở, làm thế nào để nâng cao độ nhận diện thương hiệu, giúp cho sản phẩm của bạn tăng mức độ hiển thị đối với người tiêu dùng, để từ đó thúc đẩy ý định mua hàng, gia tăng cơ hội bán hàng và củng cố độ tin cậy của khách hàng với sản phẩm, quả thực là một chủ đề vô cùng quan trọng. Quảng cáo trên Amazon có thể giúp bạn phát hiện và thu hút một lượng lớn người tiêu dùng của Amazon từ khắp mọi nơi trên thế giới, bằng cách tác động lên từng khâu mua sắm của khách hàng, bạn có thể điều hướng lượng truy cập một cách chính xác và chuyển đổi lượng truy cập này thành đơn hàng một cách hiệu quả hơn, từ đó giúp bạn nắm bắt được cơ hội kinh doanh toàn cầu.

1. Tổng quan về quảng cáo tìm kiếm

Quảng cáo trên Amazon có thể giúp bạn nâng cao độ nhận diện thương hiệu, thu hút chuẩn xác người tiêu dùng có ý định mua hàng, giúp sản phẩm tiếp cận được chính xác đối tượng khách hàng, đồng thời nâng cao tỷ lệ chuyển đổi đơn hàng. Trong chương này, bạn được tìm hiểu sơ bộ về ý nghĩa và các loại hình quảng cáo tìm kiếm, đồng thời có nhận thức toàn diện hơn về các giải pháp dành cho quảng cáo tự phục vụ do Amazon cung cấp, điều này sẽ tạo điều kiện thuận lợi để bạn tiếp tục học tập chuyên sâu.

1.1	<u>Thế nào là quảng cáo tìm kiếm</u>	3
1.2	<u>Quảng cáo tìm kiếm bao gồm những loại hình nào</u>	4

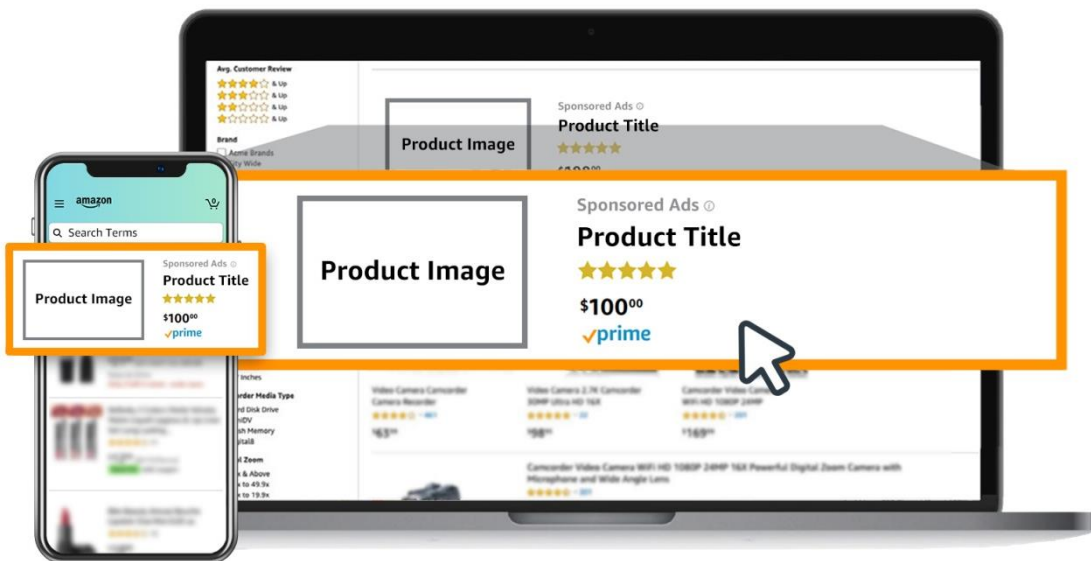
Tài liệu này bao gồm 5 chương, nếu cần học các chương khác, vui lòng tham khảo tài liệu hướng dẫn trên [Trang đọc liên quan](#), tìm tài liệu mà bạn muốn học.

1.1 Thế nào là quảng cáo tìm kiếm

1.1.1 Ý nghĩa của quảng cáo tìm kiếm

Người tiêu dùng thông qua trang mạng Amazon để tìm kiếm và phát hiện sản phẩm mà họ đang có nhu cầu, khi họ tìm kiếm từ khóa sản phẩm trên các Amazon Marketplace, những thương hiệu hoặc sản phẩm có liên quan sẽ xuất hiện tại các vị trí nổi bật trong trang kết quả và như thế sẽ có nhiều khả năng thu hút sự chú ý và tỷ lệ nhấp chuột của người tiêu dùng, đồng thời thúc đẩy hình thành giao dịch bán hàng.

Sử dụng quảng cáo tìm kiếm của Amazon có thể giúp bạn tăng cơ hội để thương hiệu hoặc sản phẩm của mình được hiển thị trước mắt đối tượng khách hàng được nhắm đến. Những người tiêu dùng này luôn sẵn sàng rút ví chi tiêu, vì vậy khả năng chuyển đổi thành doanh số bán hàng của bạn sẽ càng cao hơn.



Quảng cáo tìm kiếm của Amazon **được tính phí cho mỗi lần nhấp chuột (CPC - Cost Per Click)**, có thể giúp bạn theo dõi và tối ưu hóa hiệu quả thực hiện quảng cáo, từ đó mở rộng phạm vi bao phủ của chúng, xây dựng hình ảnh thương hiệu, đồng thời nâng cao doanh số bán hàng trên toàn cầu.

1.1.2 Vì sao nên chọn quảng cáo tìm kiếm của Amazon?



- **Hiểu về người tiêu dùng hơn:** Nhờ vào sự hiểu biết cạnh kề của Amazon về người tiêu dùng toàn cầu, các quảng cáo trên Amazon có thể giúp người bán tiếp cận chính xác hơn tới những người tiêu dùng sẵn sàng mua hàng nhất.



- **Thông tin sâu sát hơn:** Quảng cáo tìm kiếm của Amazon có thể giúp người bán tiếp cận tốt tới người tiêu dùng có tính tương quan cao nhất và hiển thị thông tin quảng bá gần nhất với nhu cầu của nhóm người này tại những thời điểm và vị trí tốt nhất.

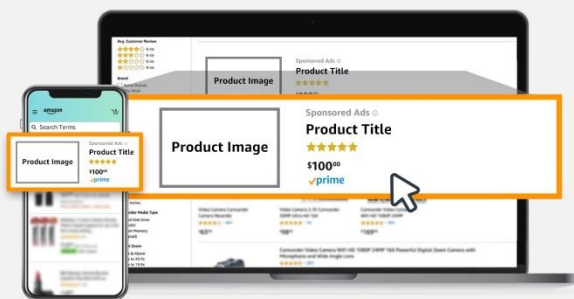


- **Dữ liệu trực quan hơn:** Dữ liệu do chúng tôi cung cấp có thể sử dụng làm tài liệu tham khảo quan trọng cho người bán, giúp người bán quy hoạch và tối ưu hóa chiến lược tiếp thị của bản thân, để thu được hiệu quả như mong đợi.

1.2 Quảng cáo tìm kiếm bao gồm những loại hình nào

1.2.1 Quảng cáo tìm kiếm bao gồm các loại hình nào:

Trước khi bắt đầu sử dụng tính năng quảng cáo trên Amazon, đầu tiên bạn cần hiểu rõ quảng cáo tìm kiếm bao gồm những loại hình chủ yếu nào, để dễ dàng lựa chọn loại hình phù hợp nhất với mục tiêu quảng bá và thương hiệu của mình. Dưới đây chúng tôi sẽ giới thiệu một vài loại hình quảng cáo chủ yếu để bạn tham khảo:

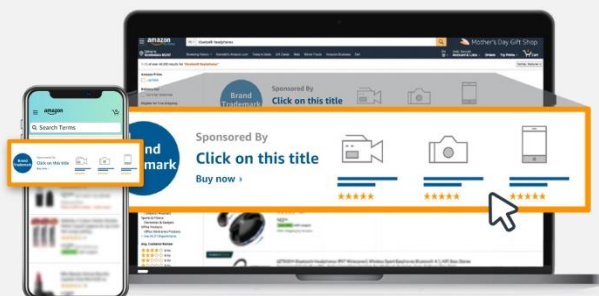


Quảng cáo sản phẩm - Sponsored Products

Nâng cao độ hiển thị của sản phẩm thông qua các quảng cáo được hiển thị trong kết quả tìm kiếm mua sắm, giúp thúc đẩy ý định mua hàng của người tiêu dùng và tăng doanh số bán hàng.

Ưu thế của quảng cáo sản phẩm:

- Gia tăng độ **hiển thị của sản phẩm**
- Gia tăng **cơ hội tiêu thụ** sản phẩm
- Độ liên quan **cao**, trình chiếu quảng cáo chính xác

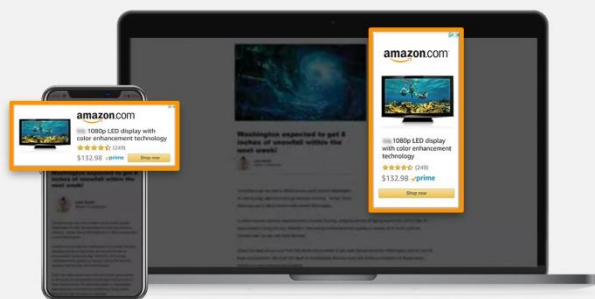


Quảng cáo thương hiệu - Sponsored Brands

Giúp người tiêu dùng phát hiện và chú ý đến thương hiệu của bạn thông qua các hiển thị quảng cáo có chứa nhãn hiệu, tiêu đề tùy chỉnh và sản phẩm của bạn trong kết quả tìm kiếm mua sắm của người tiêu dùng.

Ưu thế của quảng cáo thương hiệu:

- Có vị trí hiển thị quảng cáo **bắt mắt**
- Có thể đồng thời hiển thị **hiệu số sản phẩm cùng một lúc**
- Các hình thức quảng cáo tùy chỉnh **tự do hơn**



Quảng cáo hiển thị - Sponsored Display

Thông qua việc quảng cáo hiển thị hình ảnh để tạo lập và quản lý, đồng thời dựa trên hứng thú mua sắm để thu hút người tiêu dùng **trong và ngoài các website của Amazon.**

Ưu thế của quảng cáo hiển thị:

- Chiến lược thực hiện **đa dạng**
- Tạo dữ liệu quảng cáo tự động **thuận tiện hơn**
- Kênh hiển thị **phong phú hơn**



Gian hàng chính hãng của thương hiệu - Brand Flagship Store

Bạn có thể tạo lập miễn phí một trang dành riêng cho thương hiệu của mình trên Amazon. Đồng thời thông qua việc sử dụng quảng cáo thương hiệu, giúp nâng cao lưu lượng cho gian hàng chính hãng trong thương hiệu của bạn.

Ưu thế của gian hàng chính hãng của thương hiệu

- **Trưng bày toàn diện** thương hiệu và sản phẩm
- Miễn phí và **dễ tạo lập**
- Có thể tập trung **lưu lượng truy cập** do các kênh mang lại

Trường hợp cần truy vấn các điều khoản quảng cáo của Amazon, vui lòng tham khảo [Thỏa thuận Quảng cáo Amazon](#).

Nếu muốn tìm hiểu cụ thể về sự khác biệt giữa bốn loại hình quảng cáo và cách thức làm thế nào để lựa chọn loại hình thích hợp, vui lòng xem bảng sau:

Loại hình quảng cáo	Quảng cáo sản phẩm	Quảng cáo thương hiệu	Quảng cáo hiển thị	Gian hàng chính hãng của thương hiệu
Mục tiêu thực hiện	Thúc đẩy ý định mua sắm Nâng cao doanh số bán hàng	Nâng cao độ nhận diện Thúc đẩy ý định mua sắm	Nâng cao độ nhận diện Thúc đẩy ý định mua sắm Nâng cao doanh số bán hàng	Nâng cao độ nhận diện Thúc đẩy ý định mua sắm Nâng cao doanh số bán hàng
Điều kiện thực hiện	Từ khóa: Sản phẩm	Từ khóa: Sản phẩm	Sản phẩm Danh mục Hứng thú	--
Khu vực hiển thị	Bên trong các gian hàng của Amazon	Bên trong các gian hàng của Amazon	Bên trong / Bên ngoài các gian hàng của Amazon	Bên trong các gian hàng của Amazon
Vị trí quảng cáo	Kết quả tìm kiếm mua sắm Trang chi tiết sản phẩm	Vị trí đầu trong kết quả tìm kiếm mua sắm	Các trang mạng có liên quan ngoài các gian hàng của Amazon Sản phẩm bên trong các gian hàng của Amazon Trang chi tiết sản phẩm v.v.	Giao diện gian hàng chính hãng của thương hiệu
Trang đích	Trang chi tiết sản phẩm	Trang chi tiết sản phẩm Gian hàng chính hãng của thương hiệu (Bao gồm giao diện thứ cấp) Giao diện danh mục sản phẩm mới	Trang chi tiết sản phẩm	--
Tài liệu quảng cáo	Tạo lập tự động	Tùy chỉnh	Tạo lập tự động	--
Phương thức tính phí	Tính phí trên mỗi nhấp chuột Ngân sách hàng ngày	Tính phí trên mỗi nhấp chuột Ngân sách hàng ngày	Tính phí trên mỗi nhấp chuột Ngân sách hàng ngày	Miễn phí
Tư cách	Người bán	Người bán đã hoàn thành đăng ký thương hiệu tại Amazon	Người bán đã hoàn thành đăng ký thương hiệu tại Amazon	Người bán đã hoàn thành đăng ký thương hiệu tại Amazon



Ghi chú:

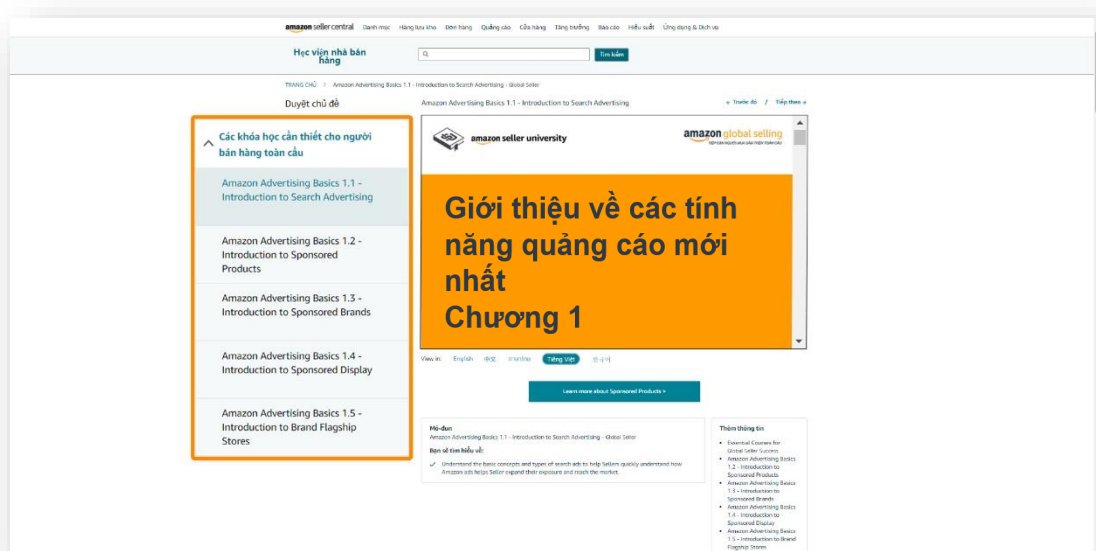
Cho dù bạn chọn loại hình quảng cáo nào, một khi xảy ra tình trạng thiếu hàng, quảng cáo sẽ bị **tạm dừng**. Đợi sau khi bạn bổ sung đầy đủ sản phẩm, chỉ cần nằm trong khung thời gian đã cài đặt trước của quảng cáo, hoạt động này có thể khôi phục trạng thái trình chiếu. Trong trường hợp thông thường, quá trình đợi khôi phục có thể kéo dài nhiều nhất là 4 giờ.

Tài liệu liên quan

Giới thiệu về các tính năng quảng cáo mới nhất

- Tổng quan về quảng cáo tìm kiếm
- Quảng cáo sản phẩm Sponsored Products
- Quảng cáo thương hiệu Sponsored Brands
- Quảng cáo hiển thị Sponsored Display
- Gian hàng chính hãng của thương hiệu Stores

Cách thức tìm kiếm bài học: Amazon Seller Central > Hiệu suất > Học viện nhà bán hàng > Tìm kiếm tên bài học
Link dẫn: Học viện nhà bán hàng [Marketplace Bắc Mỹ](#), [Marketplace Châu Âu](#), [Marketplace Nhật Bản](#)



Bạn muốn học tập nhiều hơn về các nội dung liên quan tới quảng cáo trên Amazon:

- Bạn muốn lập tức bắt đầu hoạt động quảng cáo? Tìm kiếm “Hướng dẫn bắt đầu”
- Bạn muốn biết làm thế nào để cải thiện hiệu suất quảng bá của quảng cáo? Tìm kiếm “Tối ưu hóa quảng cáo”
- Bạn muốn học hỏi kinh nghiệm thành công của người khác? Tìm kiếm “Ví dụ quảng cáo xuất sắc”

Phản hồi sau khi học

Nếu bạn cảm thấy nội dung liên quan là hữu ích, vui lòng đánh dấu " ✓ " ở góc dưới bên phải của trang để cung cấp phản hồi cho chúng tôi, xin chân thành cảm ơn!

The screenshot shows the Amazon Seller Central interface. At the top, there's a search bar and navigation links. The main content area is titled 'Amazon Advertising Basics 1.1 - Introduction to Search Advertising'. A large orange banner in the center reads 'Giới thiệu về các tính năng quảng cáo mới nhất Chương 1'. Below this, there's a 'Mô-đun' section with a list of topics. A feedback box in the bottom right corner asks 'Điều này có hữu ích không?' with a green checkmark icon selected. Another callout box on the left highlights the 'Các khóa học cần thiết cho người bán hàng toàn cầu' link in the sidebar.

