



Giới thiệu về các tính năng quảng cáo mới nhất

Chương 2

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..

2. Quảng cáo sản phẩm

Quảng cáo sản phẩm có thể giúp cho sản phẩm của bạn có được cơ hội tiếp xúc và tiêu thụ tốt hơn, trong chương này, bạn có thể nhanh chóng làm quen với một số khái niệm và yêu cầu cơ bản cần thiết khi tham gia quảng cáo sản phẩm, đồng thời lý giải rõ ràng hơn và triển khai hoạt động quảng cáo này tốt hơn.

2.1	<u>Thế nào là quảng cáo sản phẩm</u>	3
2.2	<u>Quảng cáo sản phẩm có yêu cầu như thế nào</u>	7
2.3	<u>Sản phẩm quảng cáo ưu tiên lựa chọn</u>	8

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.

2.1 Thế nào là quảng cáo sản phẩm

2.1.1 Ý nghĩa của quảng cáo sản phẩm

Quảng cáo sản phẩm là một giải pháp quảng cáo tập trung vào việc tiến hành trình chiếu các sản phẩm bạn đã chỉ định và tính phí theo số lượng nhấp chuột. Quảng cáo này sẽ có cơ hội xuất hiện tại những vị trí mà người tiêu dùng có thể nhìn thấy nhanh nhất và nhiều nhất trong không gian Amazon, điều này giúp gia tăng mức độ hiển thị cho sản phẩm của bạn một cách hiệu quả, từ đó mang lại nhiều cơ hội bán hàng hơn.

2.1.2 Nguyên lý hoạt động của quảng cáo sản phẩm



Bạn có thể lựa chọn các sản phẩm cần quảng bá và tiến hành quảng cáo tập trung vào các từ khóa hoặc thuộc tính sản phẩm với độ liên quan cao hơn.

Sau khi quảng cáo được trình chiếu, nếu người tiêu dùng tìm kiếm một từ khóa hoặc một thuộc tính sản phẩm nhất định, quảng cáo sản phẩm của bạn sẽ xuất hiện trong trang kết quả tìm kiếm và được tiếp cận. Bạn cũng có thể để hệ thống của Amazon căn cứ theo sản phẩm của bạn tự động lựa chọn và trình chiếu các từ khóa có liên quan.



Loại hình quảng cáo này có thể được hiển thị trên tất cả các thiết bị máy tính, thiết bị trình duyệt di động và ứng dụng Amazon trên điện thoại di động.

Khi người tiêu dùng nhấp vào quảng cáo của bạn, họ sẽ được điều hướng đến trang chi tiết sản phẩm mà bạn đang thực hiện quảng bá.



2.1.3 Ưu thế của quảng cáo sản phẩm



Gia tăng độ hiển thị của sản phẩm

Giúp tăng cơ hội hiển thị sản phẩm của bạn tới người tiêu dùng



Độ liên quan cao

Tham chiếu theo từ ngữ tìm kiếm của người tiêu dùng
Cung cấp các nội dung quảng cáo được định vị chính xác



Gia tăng cơ hội bán hàng

Giúp người tiêu dùng thuận lợi phát hiện và mua sắm sản phẩm



Độ minh bạch cao

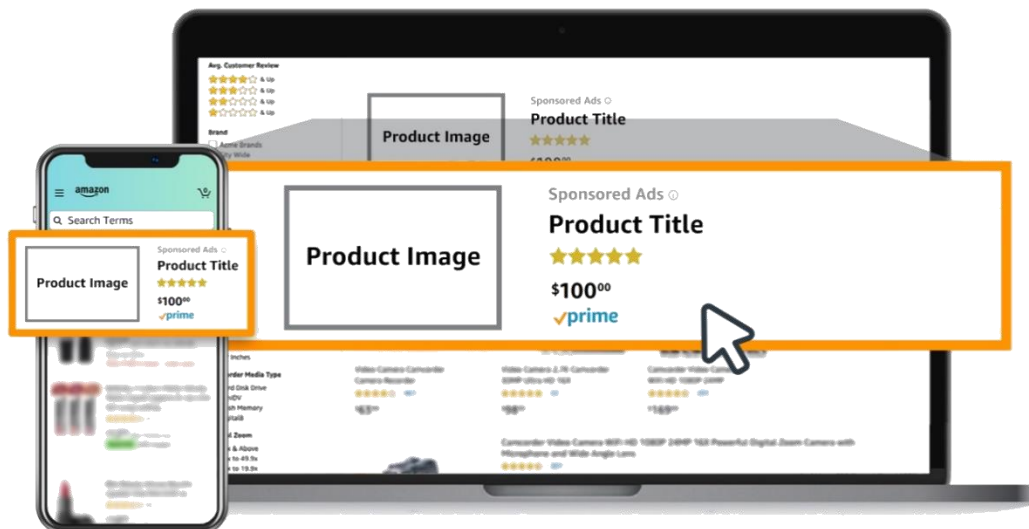
Có thể cân đối lợi nhuận từ đầu tư quảng cáo và tối ưu hóa đầu tư quảng cáo

2.1.4 Chi phí quảng cáo sản phẩm

Quảng cáo sản phẩm sẽ tính phí **theo số lần nhấp vào quảng cáo (CPC - Cost Per Click)**, tức không tính phí nếu khách hàng không nhấp chuột vào sản phẩm, mà chỉ khi nào người tiêu dùng quan tâm đến quảng cáo của bạn và nhấp chuột truy cập vào trang chi tiết sản phẩm thì Amazon mới tham chiếu theo số lần nhấp chuột để khấu trừ chi phí quảng cáo.

Do đó, bạn hoàn toàn có thể kiểm soát chi phí đầu tư trên phương diện giá thầu và dự toán ngân sách.

Khi giá thầu cho quảng cáo của bạn cao hơn những người bán khác, thì quảng cáo của bạn sẽ có cơ hội xuất hiện ở những vị trí bắt mắt và có độ tiếp cận cao.

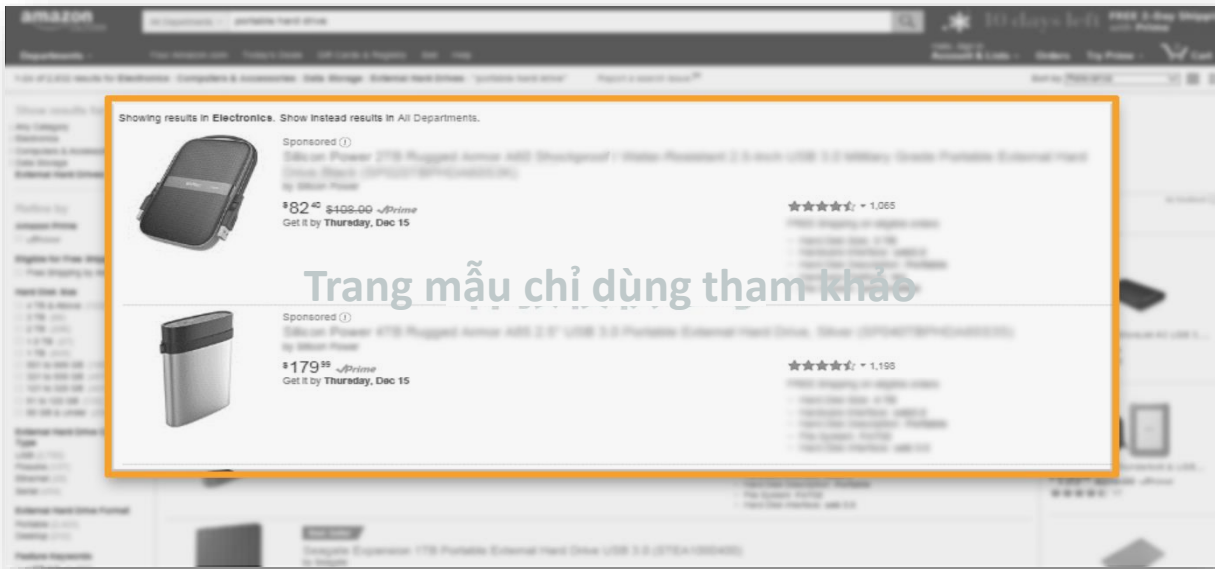


Bạn cũng có thể quan sát và cân đối hiệu quả của quảng cáo trên Seller Central, đánh giá xem giá thầu hay các thiết lập về từ khóa có hợp lý hay không, đồng thời có thể điều chỉnh linh hoạt giá thầu, để thực hiện tối ưu hóa quảng cáo.

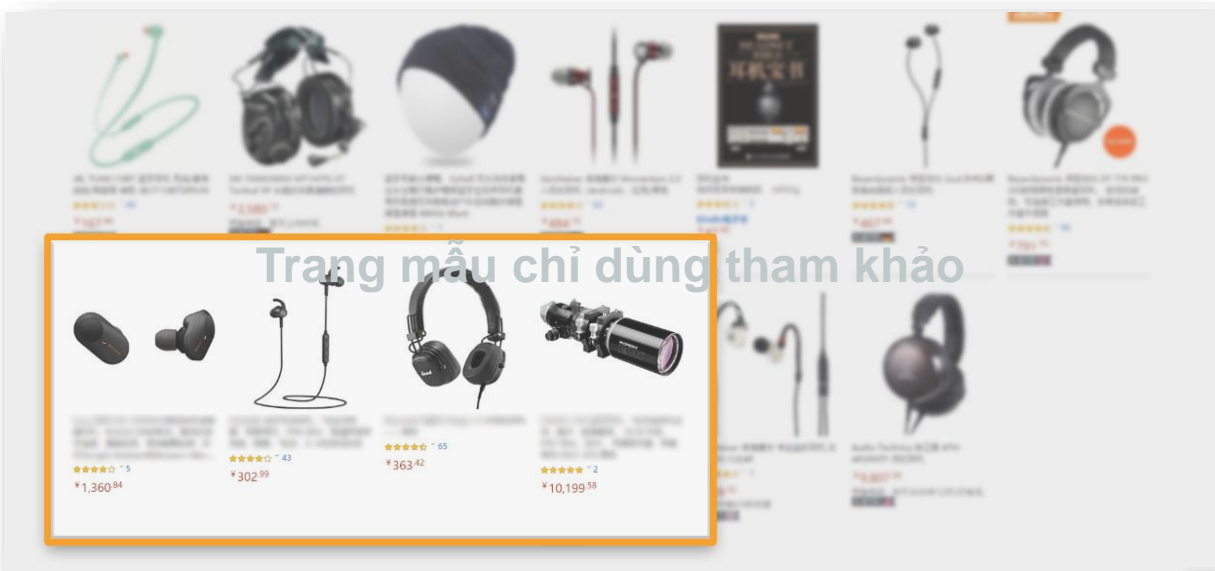
2.1.5 Ví dụ về vị trí hiển thị quảng cáo sản phẩm

Vị trí hiển thị:

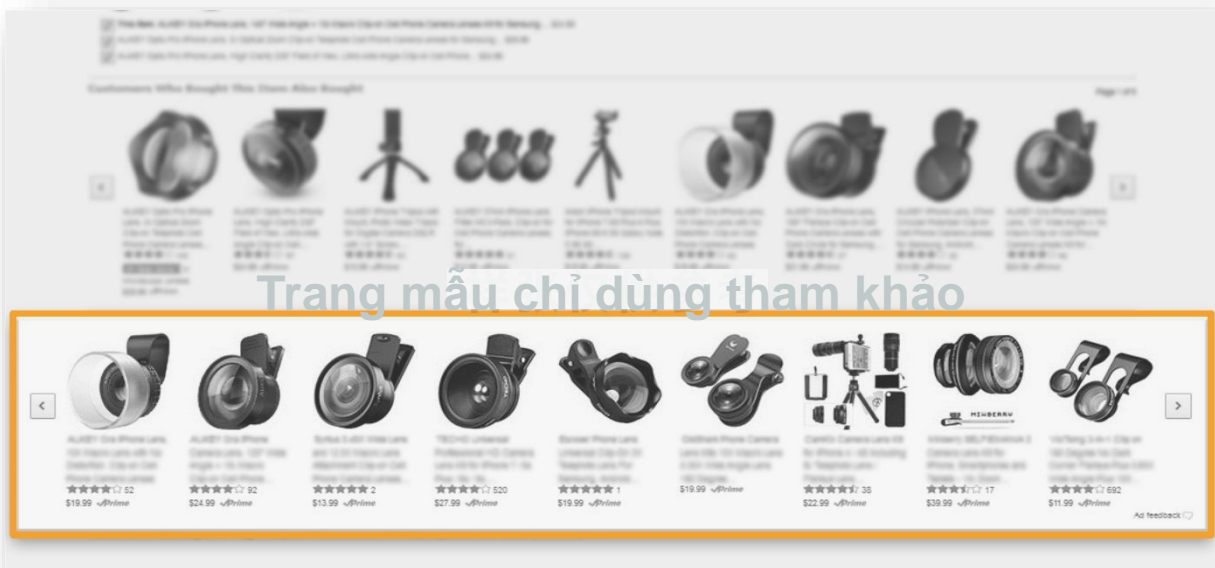
- Phía trên cùng / Phía dưới / Ở giữa trang tìm kiếm (máy tính và thiết bị di động)
- Ở giữa trang chi tiết sản phẩm



(Vị trí hiển thị ở đầu danh mục kết quả tìm kiếm)



(Vị trí hiển thị ở cuối danh mục kết quả tìm kiếm)



(Vị trí hiển thị trang chi tiết sản phẩm)



(Vị trí hiển thị ở ứng dụng Amazon trên thiết bị di động / máy tính bảng)

2.2 Quảng cáo sản phẩm có yêu cầu như thế nào

2.2.1 Yêu cầu về tài khoản

- Tài khoản chuyên nghiệp
- Có tài khoản có uy tín tốt và còn hiệu lực trên Amazon
- Có thể hoàn thiện đơn hàng đến quốc gia / khu vực nơi mà quảng cáo của bạn đang hướng tới.
- Phương thức thanh toán có hiệu lực
- Sản phẩm của bạn phải từng đạt được Buy Box (hoặc Golden Shopping Cart)
- Bắt buộc phải thuộc một hoặc nhiều danh mục sản phẩm được hiển thị dưới đây:

Danh mục tìm kiếm trên Amazon được áp dụng cho quảng cáo sản phẩm *			
Thời trang	Bộ sưu tập tiền xu	Nội thất gia đình và đồ dùng nhà bếp	Giày dép
Đồ điện gia dụng	Máy tính	Công nghiệp và khoa học	Phần mềm
Sản phẩm nghệ thuật, hàng thủ công mỹ nghệ và sản phẩm dệt may	Sản phẩm điện tử	Vali và túi xách	Thể thao
Linh kiện và phụ kiện ô tô	Vui chơi giải trí	Điện ảnh và truyền hình	Bộ sưu tập thể thao
Mẹ và bé	Hàng sưu tầm	Âm nhạc	Công cụ sửa chữa và trang trí nội thất gia đình
Pin	Tác phẩm nghệ thuật	Nhạc cụ	Đồ chơi và trò chơi
Mỹ phẩm	Đồ gia dụng	Văn phòng phẩm	Trò chơi video
Nhiếp ảnh	Thực phẩm và thực phẩm khô	Ngoài trời	Đồng hồ
Điện thoại di động và phụ kiện	Sản phẩm thủ công mỹ nghệ	Sản phẩm chăm sóc sân vườn, bãi cỏ và vườn hoa	Rượu bia và nước giải khát
Quần áo và phụ kiện	Chăm sóc sức khỏe cá nhân	Đồ dùng cho thú cưng	-

* Danh mục các ngành hàng áp dụng sẽ được cập nhật liên tục, vui lòng kiểm tra kịp thời thông tin liên quan của nền tảng quảng cáo.

2.2.2 Yêu cầu về danh mục sản phẩm

- Các sản phẩm dành cho người lớn, đồ cũ hoặc hàng tân trang không đáp ứng yêu cầu
- Sản phẩm phải tuân thủ chính sách bán lẻ
- Sản phẩm bị cấm hiển thị (sản phẩm thiếu thông tin quan trọng hoặc chứa thông tin không chính xác) sẽ không đáp ứng yêu cầu
- Nếu sản phẩm có nhiều biến thể ¹ (mối quan hệ chủ yếu và thứ cấp), thì chỉ có biến thể (sản phẩm thứ cấp) đủ điều kiện quảng bá

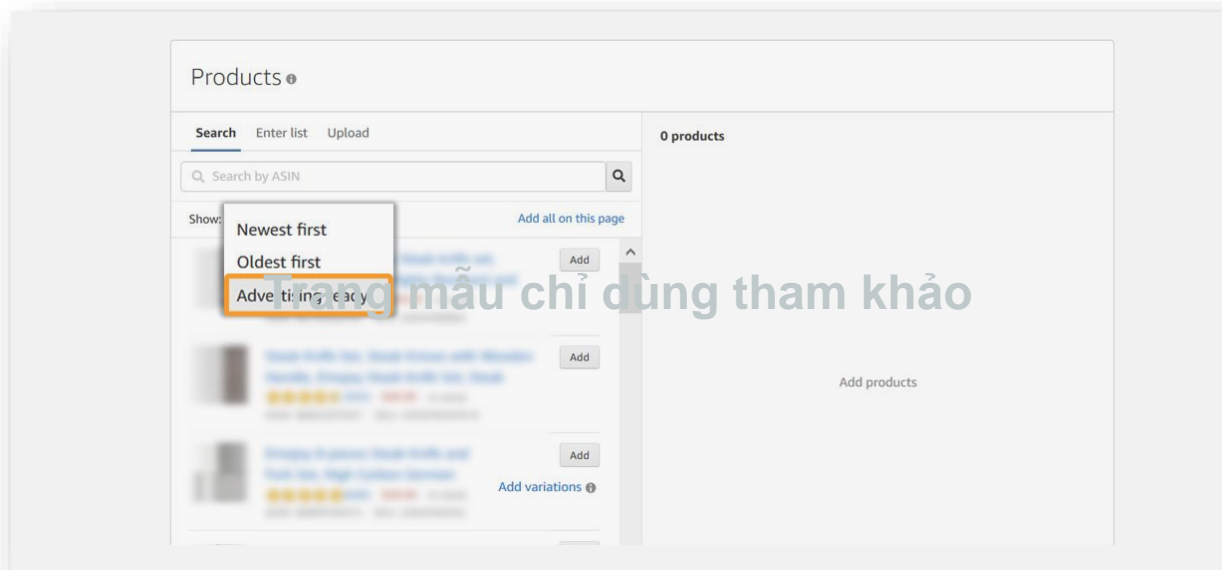
1. Biến thể: Sản phẩm tồn tại mối quan hệ chính / thứ cấp (còn được gọi là "biến thể"), có thể giúp người tiêu dùng tìm thấy các phiên bản khác nhau của cùng một loại sản phẩm. Ví dụ, áo phông có thể có nhiều kích cỡ và màu sắc khác nhau. Sản phẩm chính là áo phông (tay ngắn, chất vải cotton, cổ tròn). Sản phẩm thứ cấp là một biến thể của sản phẩm chính (áo phông màu hồng, áo phông cỡ XXXL).

2.3 Sản phẩm quảng cáo ưu tiên lựa chọn (Advertising Ready products)

Người tạo quảng cáo có thể chọn chức năng sản phẩm ưu tiên quảng cáo để sàng lọc các sản phẩm hấp dẫn hơn đối với khách hàng. Amazon sẽ đánh giá trạng thái, lượng tồn kho và chất lượng trang chi tiết sản phẩm của các sản phẩm được lựa chọn trước tiên, đồng thời tính toán khả năng thu hút khách hàng của từng sản phẩm. Khi thực hiện quảng bá, thì xác suất để một sản phẩm quảng cáo ưu tiên lựa chọn được nhấp vào sẽ cao gấp 16 lần một sản phẩm quảng cáo không được ưu tiên lựa chọn¹.

Khi bổ sung sản phẩm vào hoạt động quảng bá, bạn có thể thử chọn sản phẩm ưu tiên quảng cáo trong danh mục trả xuống của sản phẩm. Tính năng mới này có thể lọc ra các sản phẩm không được ưu tiên lựa chọn, đồng thời đưa các sản phẩm được ưu tiên lên các vị trí hàng đầu trong danh mục đã chọn ấy.

Bạn cũng có thể [nhấp vào đây](#) để chuyển đến “Trung tâm hỗ trợ” và tìm hiểu thêm thông tin.



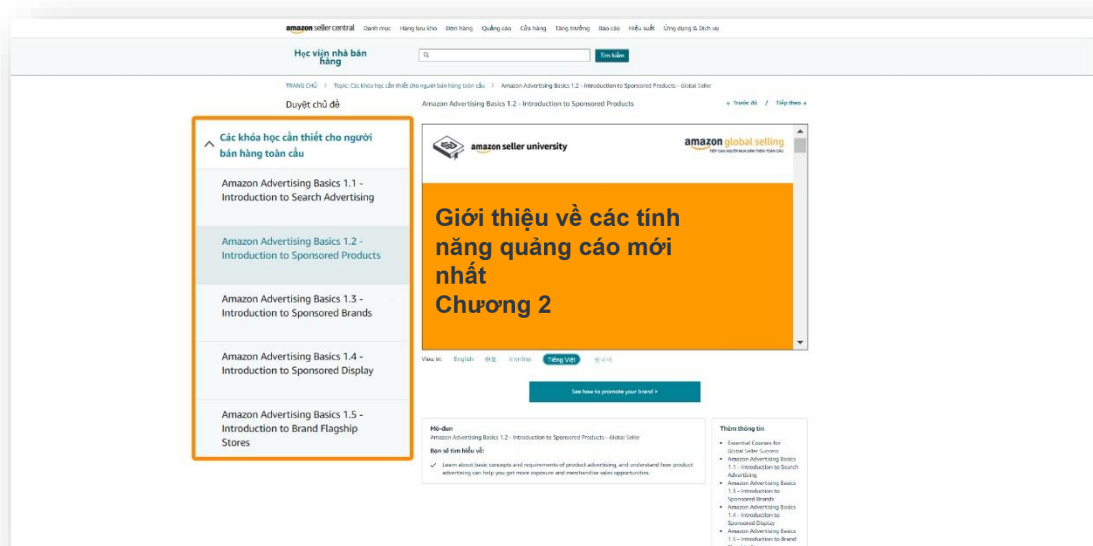
1. Nguồn: Amazon Research, Hoa Kỳ, tháng 7 năm 2020.

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 bá? Tìm kiếm “Hướng dẫn bắt đầu”
- Bạn muốn biết làm thế nào để cải thiện hiệu suất quảng cáo 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!

amazon seller central Danh mục Hàng lưu kho Đơn vị

Học viện nhà bán hàng

TRANG CHỦ > Amazon Advertising Basics 1.2 - Introduction to Sponsored Products - Global Seller

Duyệt chủ đề Amazon Advertising Basics 1.2 - Introduction to Sponsored Products

Quick Start Guide

Các khóa học cần thiết cho người bán hàng toàn cầu

Product Detail Page

Listing Products

Pricing

Introduction to FBA, Policies and services

FBA Gửi đến Amazon Workflow

FBA gửi/bỏ sung hàng tồn kho

Các chương trình và tính năng của FBA

Merchant Fulfilled Shipping (MFN)

Advertise with Sponsored Products

Coupons, Deals, Promotions

Xây dựng thương hiệu của bạn

Advertise your Brand

Phân tích thương hiệu và Báo cáo

Regulatory Compliance

Hiệu suất của người bán

Global Selling

Amazon Accelerate 2020

Amazon Explore

Prime Day and Holiday Readiness

Case Studies

Amazon Business Seller Program

amazon seller university

amazon global selling

Giới thiệu về các tính năng quảng cáo mới nhất

Chương 2

View in: English 中文 ភាសាខ្មែរ Tiếng Việt 한국어

See how to promote your brand >

Mô-đun

Amazon Advertising Basics 1.2 - Introduction to Sponsored Products - Global Seller

Bạn sẽ tìm hiểu về:

- ✓ Learn about basic concepts and requirements of product advertising, and understand how product advertising can help you get more exposure and merchandise sales opportunities.

Thêm

- E...
- Glot
- Ame
- 1.1 -
- Adv
- Ama
- 1.3 -
- Spo
- Ama
- 1.4 -
- Spo
- Amazon Advertising Basics
- 1.5 - Introduction to Brand Flagship Stores

Điều này có hữu ích không?

Điều này có hữu ích không?