

10 KỊCH BẢN MARKETING ĐỈNH CAO

ĐỘC QUYỀN ATP

Việc xây dựng một kịch bản cần sự đầu tư, trau chuốt, việc bạn đầu tư cho nó bao nhiêu sẽ tỉ lệ thuận với độ thành công nhận về bấy nhiêu!...



Quy trình



XÂY DỰNG TÀI KHOẢN BÁN HÀNG TRÊN FACEBOOK

1. Mục đích



- Sở hữu các tài khoản MXH để kết nối với khách hàng tiềm năng
- Giải pháp marketing 0 đồng so với các hình thức marketing khác
- Chuyển đổi và khai thác tệp bạn bè để trở thành khách hàng trong tương lai
- Cá nhân có thương hiệu trong một lĩnh vực định hướng trở thành KOLs
- Sở hữu tệp khách hàng tiềm năng rộng lớn **50.000-100.000 KH tiềm năng (sở hữu 10-20 nick)**

4. Quy trình xây dựng



a/ Xây dựng tài khoản

- Đây là giai đoạn khó khăn nhất vì xác suất thành công **50-70%**
- Cần chuẩn bị các sim để đăng ký gmail, facebook (**mỗi ngày chỉ tạo 1-2 nick, target sở hữu 5-10 nick**)
- Tạo nick cần tối ưu ngay về thông tin tài khoản, hình ảnh nhận diện cá nhân, bảo mật tài khoản
- Ưu tiên nuôi trên điện thoại, tương tác thủ công **7-14 ngày**

b/ Xây dựng uy tín

- Sau giai đoạn 1 là giai đoạn tạo uy tín cho tài khoản
- Uy tín cá nhân đến từ nội dung chia sẻ, hình ảnh cá nhân chuyên nghiệp
- Tập trung chia sẻ nội dung giá trị và kêu gọi tương tác (like/cmt/share)
- Kết bạn với khách hàng tiềm năng mỗi ngày
- Thời gian tạo uy tín từ 15-30 ngày (tùy lĩnh vực)

c/ Duy trì và khai thác

- Duy trì nhịp độ lên nội dung mỗi ngày
- Điều hướng nội dung vào các sản phẩm, dịch vụ của mình
- Chuyển đổi sang cmt, inbox, sdt để tư vấn chốt đơn

2. Đối tượng thực thi



- Các cá nhân kinh doanh
- Đội ngũ bán hàng và CSKH

3. Sự chuẩn bị



- Thời gian xây dựng từ **1-3 tháng**
- Phương tiện: có laptop, smartphone, internet,
- Phần mềm: **Simple Facebook, Simple Account, Simple Seeding**

5. Các rủi ro trong QTXD



- Thiếu kiên trì trong quá trình xây dựng
- Tài khoản chết do bị report từ đối thủ
- Tài khoản bị checkpoint do sử dụng phần mềm quá mức
- Tài khoản bị cướp khách hàng v.v
- Thiếu nguồn lực thực thi (nhân viên, thời gian, thiết bị,...)

6. Các KPI chỉ số cần đo lường



- Lượng bạn bè mới (leads) mỗi ngày
- Số lượng inbox phát sinh mới mỗi ngày
- Số lượng like/cmt trung bình các bài viết
- Số bài post mới mỗi ngày

7. Các kiến thức liên quan



- Cách nuôi nick FB chống checkpoint của ATP
- Các bảo mật tài khoản Facebook
- Các nội dung nên đăng lên Facebook cá nhân
- Các mẹo tăng tương tác trên Facebook
- Cách tìm kiếm và kết bạn với khách hàng bằng **Simple Facebook**
- Cách lọc bạn bè không tương tác
- Cách CSKH mỗi ngày bằng Simple Account
- Cách Seeding bài viết bằng Simple Seeding
- Các công cụ hỗ trợ chat nhiều nick Facebook
- Backup sao lưu data khách hàng cá nhân
- Tut mở khóa checkpoint FAQ

WEBSITE: <https://atpsoftware.vn/>

EMAIL: info@atpsoftware.vn

HOTLINE: 1800.0096





Kịch bản



XÂY DỰNG HỆ THỐNG FANPAGE VỆ TINH PHỦ THỊ TRƯỜNG NGÁCH

1. Mục đích



- Sở hữu các Fanpage với nhiều tên gọi và địa điểm khác nhau để phủ thị trường
- Tăng số lượng khách hàng tiềm năng có thể tiếp cận

4. Quy trình xây dựng



a/ Phân tích thị trường

- Tìm hiểu khách hàng đang tập trung ở khu vực nào (Google map, FB AI)
- Phân tích các cụm từ thường tìm kiếm (tool SEO)
- Lập danh sách các cụm từ + địa điểm tiềm năng

b/ Xây dựng Fanpage

- Đặt tên Fanpage từ bước trên
- Tối ưu thông tin Fanpage cơ bản
- Xây dựng nội dung Fanpage
- Lên nội dung tự động hàng loạt cho hệ thống Fanpage bằng Autoviral Content

c/ Quảng cáo và khai thác Fanpage

- Quảng cáo Facebook
- Quảng cáo trên nhóm và các nick bán hàng
- Cài đặt Chatbot trả lời tự động

2. Đối tượng thực thi



- Nhân viên quản lý Fanpage
- Chủ shop & cá nhân kinh doanh

3. Sự chuẩn bị



- Thời gian 7-14 ngày
- Phương tiện: máy tính, laptop,...
- Phần mềm: Autoviral content, phần mềm quản lý tin nhắn

5. Các rủi ro trong QTXD



- Khó quản lý toàn bộ dàn Fanpage
- Không chạy được quảng cáo Facebook

6. Các KPI chỉ số cần đo lường



- Số lượng Page và like Page
- Lượng tiếp cận mỗi ngày
- Số lượng chat mới mỗi ngày

7. Các kiến thức liên quan



- Cách SEO Fanpage trên Facebook
- Cách tạo chatbot bán hàng tự động
- Chạy quảng cáo Facebook cơ bản
- Các phần mềm quản lý Fanpage
- Các mẹo seeding, tăng checkin cho Fanpage



WEBSITE: <https://atpsoftware.vn/>

EMAIL: info@atpsoftware.vn

HOTLINE: 1800.0096



Quy trình

PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG ĐẠI LÝ CTV TẠI 1 KHU VỰC HAY 1 NHÓM



1. Mục đích



- Phát triển kênh bán sỉ - lẻ toàn quốc
- Xây dựng thương hiệu mạnh mẽ
- Tăng doanh số bán hàng theo hình thức đa cấp
- Training cho toàn bộ hệ thống tự phát triển

4. Quy trình xây dựng



a/ Xác định thị trường tiềm năng

- Phân tích hệ thống của đối thủ (tìm ra các nhóm tiềm năng)
- Phân tích các khu vực tiềm năng (Google trends, Facebook AI)
- Lập danh sách các khu vực tiềm năng

b/ Triển khai tiếp cận

- Nhóm Facebook: tham gia nhóm, gửi kết bạn (inbox) với người tương tác trên nhóm, đăng tin tuyển đại lý ctv ưu đãi hấp dẫn
- Facebook cá nhân: kết bạn với tệp nghề nghiệp như ctv, đại lý, mỹ phẩm,..
- Quảng cáo Facebook theo địa phương để tuyển đại lý, ctv
- Đăng tin tuyển đại lý trên website

c/ Chăm sóc hệ thống

- Tạo Nhóm (Zalo, Facebook) để hỗ trợ cho hệ thống Đại lý, CTV
- Tạo các sự kiện cuộc thi, truyền lửa, thưởng KPI cho hệ thống
- Thường xuyên training kiến thức kinh doanh, marketing cho hệ thống

2. Đối tượng thực thi



- Các đại lý, CTV trong hệ thống
- Bản thân nhà cung cấp

3. Sự chuẩn bị



- Chính sách hợp tác cho đại lý, CTV
- Nền tảng marketing: Website, Fanpage, Nhóm, FB bán hàng...
- Phần mềm: Simple Facebook, Simple Ads, Simple Zalo,...

6. Các KPI chỉ số cần đo lường



- Số lượng inbox mới mỗi ngày
- Số lượng CTV đăng ký mới

7. Các kiến thức liên quan



- Cách xây dựng và quản lý đội nhóm
- Kiến thức kinh doanh và Digital marketing



WEBSITE: <https://atpsoftware.vn/>

EMAIL: info@atpsoftware.vn

HOTLINE: 1800.0096



Quy trình

QUẢNG CÁO PHỦ THƯƠNG HIỆU TRONG MỘT THỊ TRƯỜNG NGÁCH



1. Mục đích



- Tiếp cận chính xác khách hàng mục tiêu
- Tăng nhận biết về thương hiệu hoặc sản phẩm của bạn
- Tăng doanh số bán hàng online

4. Quy trình xây dựng



a/ Xác định kênh truyền thông

- Mạng xã hội: Facebook Ads, Group tiềm năng, FB bán hàng, Zalo, Instagram
- Google: Google Ads, PR banner,
- Youtube

b/ Thiết kế thông điệp quảng cáo

- Thông điệp quảng cáo (nội dung, hình ảnh, video) thích phù hợp từng kênh
- Xác định điểm tiếp cận khách hàng (kênh hứng traffic): landing page, fanpage,...

c/ Triển khai chiến dịch

- Quảng cáo Facebook target vào Page, nhóm, target theo khu vực, đối thủ (Simple Ads)
- Đăng bài quảng cáo lên các tài khoản FB bán hàng
- Đăng bài quảng cáo lên các Nhóm tiềm năng
- SMS/inbox lại cho các KH cũ trên Fanpage (Chatbot), FB cá nhân (Simple Facebook), Zalo (Simple Zalo), Instagram (Simple Instagram)
- Quảng cáo Google theo keyword và local truy cập vào Landing page
- Đặt popup quảng cáo trên Website

2. Đối tượng thực thi



- Đội ngũ bán hàng và CSKH
- Đội ngũ marketing

3. Sự chuẩn bị



- Thời gian: N/A
- Phần mềm Simple Facebook, Simple Ads, Simple Zalo, Simple Instagram,...

5. Các rủi ro trong QTXD



- Khó đo lường chính xác hiệu quả kênh thực hiện
- Tốn kém chi phí nếu không biết chọn kênh phù hợp

6. Các KPI chỉ số cần đo lường



- Facebook: Reach, like, cmt, inbox, CPM, click, CTR,
- Google: click, traffic vào website, CPC, CPM,

7. Các kiến thức liên quan



- Quảng cáo Facebook cơ bản
- Quảng cáo Facebook theo UID Simple Ads
- Quảng cáo Google Ads
- Cách sử dụng bộ công cụ ATP All In One
- Cách sử dụng Chatbot
- Thiết kế landing page





Quy trình



DỒN TOÀN LỰC ĐẨY TRAFFIC VỀ MỘT KÊNH HƯỚNG

1. Mục đích



- Tận dụng nền tảng khách hàng các kênh để đẩy traffic tổng lực
- Tăng like tăng tương tác Fanpage
- Tăng lượng thành viên Nhóm
- Tăng traffic vô website
- Tăng doanh số bán hàng

4. Quy trình xây dựng



a/ Xác định kênh truyền thông

- Mạng xã hội: Facebook Ads, Group tiềm năng, FB bán hàng, Zalo, Instagram
- Google: Google Ads, PR banner,
- Youtube

b/ Thiết kế thông điệp quảng cáo

- Thông điệp quảng cáo (nội dung, hình ảnh, video) thích phù hợp từng kênh
- Xác định điểm tiếp cận khách hàng (kênh hướng traffic): landing page, fanpage,...

c/ Triển khai chiến dịch

- Quảng cáo Facebook target vào Page, nhóm, target theo khu vực, đối thủ (Simple Ads)
- Đăng bài quảng cáo lên các tài khoản FB bán hàng
- Đăng bài quảng cáo lên các Nhóm tiềm năng
- SMS/inbox lại cho các KH cũ trên Fanpage (Chatbot), FB cá nhân (Simple Facebook), Zalo (Simple Zalo), Instagram (Simple Instagram)
- Quảng cáo Google theo keyword và local truy cập vào Landing page
- Đặt popup quảng cáo trên Website

2. Đối tượng thực thi



- Bộ phận marketing, bán hàng và CSKH

3. Sự chuẩn bị



- Phần mềm ATP
- Nền tảng online: website, Facebook Nhóm, Fanpage, FB bán hàng, Zalo, Instagram

5. Các rủi ro trong QTXD



- Khó kiểm soát toàn bộ các kênh (thường chỉ chạy 1-3 kênh)
- Phải có biết cách sử dụng nhiều công cụ marketing

6. Các KPI chỉ số cần đo lường



- Gắn mã UTM cho từng kênh để đo lường trong Google Analytics (nếu đẩy về web)
- Tỷ lệ điền form trên web
- Số lượng traffic về web từ các kênh
- Lượng chat trả lời trên Fanpage, Profile, Zalo, Instagram
- Tỷ lệ đọc tin nhắn SMS, mở Email.

7. Các kiến thức liên quan



- Kiến thức sử dụng bộ công cụ ATP: Simple FB, Simple Zalo, Simple Instagram
- Kiến thức về QC FB click to web
- Kiến thức sử dụng Chatbot trên Fanpage
- Kiến thức về sử dụng hệ thống Email marketing
- Kiến thức về quảng cáo Google
- Kiến thức thiết kế landing page





Quy trình



XÂY DỰNG NHÓM FACEBOOK (NÂNG CAO)

1. Mục đích



- Khai thác tệp thành viên trong nhóm để quảng cáo, xây thương hiệu, tạo cộng đồng

4. Quy trình xây dựng



a/ Tạo nhóm (mua nhóm)

- Tùy mục đích của nhóm để tạo tên nhóm cho phù hợp (cộng đồng, brand, CSKH)
- Có thể mua nhóm để có một lượng thành viên ban đầu để xây tiếp.

b/ Xây dựng nhóm

- Bố trí nhân viên kiểm duyệt nội dung
- Đưa ra quy định của nhóm
- Đưa ra các chủ đề cho thành viên đóng góp nội dung

c/ Phát triển nhóm

- Viral trên các nhóm khác
- Kết nối với các admin nhóm khác
- Liên kết nhóm với Fanpage
- Mời bạn bè tham gia nhóm từ nick cá nhân
- Đầu tư nội dung nhóm thật sự chất lượng

d/ Khai thác nhóm

- Quảng bá thương hiệu công ty
- Thu phí đăng bài quảng cáo
- Xây dựng thương hiệu cá nhân

2. Đối tượng thực thi



- Đội ngũ Marketing, bán hàng và CSKH

3. Sự chuẩn bị



- Thời gian: 3 tháng - 1 năm (tùy lĩnh vực)
- Nhân lực
- Kiến thức
- Mối quan hệ

5. Các rủi ro trong QTXD



- Rất tốn nguồn lực: nuôi nhân sự, tiền bạc, thời gian
- Thiếu kiên trì
- Không có khả năng khai thác từ việc xây dựng nhóm

6. Các KPI chỉ số cần đo lường



- Lượng member mới mỗi ngày
- Số lượng bài post trên nhóm
- Lượng reach nhóm

7. Các kiến thức liên quan



- Cách đăng nội dung tăng tương tác trên Facebook
- Các kiến thức để chia sẻ trên nhóm



WEBSITE: <https://atpsoftware.vn/>

EMAIL: info@atpsoftware.vn

HOTLINE: 1800.0096



Kịch bản



LIVESTREAM BÁN HÀNG TRÊN FACEBOOK

1. Mục đích



- Tạo uy tín cho Fanpage, tài khoản bán hàng
- Tăng tương tác Facebook
- Chốt sale nhanh chóng

4. Quy trình xây dựng



a/ Set up buổi livestream

- Cài đặt OBS livestream trên laptop
- Livestream trên ipad, điện thoại
- Nội dung livestream: chào hỏi, minigame, giữ chân khách hàng, kêu gọi hành động,..
- Tool seeding, kéo view

b/ Khai thác livestream

- Tặng card điện thoại, free các sản phẩm hot, chạy minigame, đặt câu hỏi tặng quà,..
- Giới thiệu các sản phẩm
- Reup video lên kênh Youtube, Tiktok, Instagram
- Sử dụng video livestream để chạy quảng cáo Facebook

2. Đối tượng thực thi



- Nhân viên bán hàng
- Chủ shop kinh doanh

3. Sự chuẩn bị



- Thiết bị quay: điện thoại có camera trước trên 8MG, laptop, máy quay phim, ipad để xem bình luận
- Tắm hắt sáng, đèn trợ sáng
- Background đẹp mắt
- Đường truyền Internet mạnh
- Các tool seeding, share nhóm, kéo view tăng mắt livestream
- Các tài khoản FB cá nhân bán hàng

5. Các rủi ro trong QTXD



- Đường truyền mạng chậm
- Tool lỗi trong lúc livestream
- Không có khả năng giao tiếp tốt
- Mẫu mã sản phẩm

6. Các KPI chỉ số cần đo lường



- Đơn hàng chốt từ livestream
- View livestream
- Lượng tương tác like-cmt-share

7. Các kiến thức liên quan



- Cách tạo minigame
- Chạy quảng cáo video trên Facebook



WEBSITE: <https://atpsoftware.vn/>

EMAIL: info@atpsoftware.vn

HOTLINE: 1800.0096



Kịch bản



KÍCH CẦU SẢN PHẨM MỚI TRÊN MÔI TRƯỜNG ONLINE

1. Mục đích



- Tạo nhận biết về một sản phẩm mới
- Tăng doanh số bán hàng

4. Quy trình xây dựng



a/ Chọn kênh triển khai

- Website cần SEO và quảng cáo Google Ads
- Mạng xã hội Facebook, Zalo, Instagram

b/ Thiết kế nội dung quảng bá

- Thiết kế ảnh, video
- Lên nội dung cho sản phẩm

c/ Kích cầu sản phẩm trên các kênh

- Website chạy quảng cáo cho sale page, lên bài viết SEO
- Fanpage chạy quảng cáo tăng like Fanpage, click to web, tương tác bài viết
- Đăng các bài giới thiệu sản phẩm, kích cầu dùng thử, free, minigame trên các tài khoản MXH

2. Đối tượng thực thi



- Người kinh doanh cá nhân
- Đội ngũ bán hàng và CSKH

3. Sự chuẩn bị



- Thời gian xây dựng từ 1-3 tháng
- Nền tảng website, MXH
- Công cụ hỗ trợ của ATP Software: Simple Ads, Simple Facebook,...

5. Các rủi ro trong QTXD



- Không xây dựng được nền tảng khách hàng để kích cầu
- Không đủ nguồn lực để triển khai nhiều kênh

6. Các KPI chỉ số cần đo lường



- Traffic truy cập website
- Lượng tương tác like-cmt-share trên MXH
- Lượng chat inbox

7. Các kiến thức liên quan



- Xây dựng fanpage, tài khoản bán hàng
- Kiến thức quảng cáo Facebook, Google Ads
- Xây dựng thiết kế website, SEO



WEBSITE: <https://atpsoftware.vn/>

EMAIL: info@atpsoftware.vn

HOTLINE: 1800.0096



Kịch bản



CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG ĐA KÊNH

1. Mục đích



- Khách hàng được chăm sóc ở mọi nơi
- Tăng trải nghiệm thương hiệu
- Tăng doanh số bán hàng
- Upsell

4. Quy trình xây dựng



a/ Thiết kế thông điệp CSKH

- Design ảnh, video phù hợp cho từng kênh
- Soạn nội dung CSKH phù hợp

b/ Triển khai chiến dịch CSKH

- Website remarketing khách hàng đã truy cập website
- Chạy quảng cáo Facebook trên tệp data khách hàng cũ, tệp tương tác Fanpage
- Fanpage inbox lại các KH cũ (sử dụng Chatbot, Simple Facebook)
- Facebook cá nhân inbox/cmt lại cho các KH cũ (Simple Facebook, Simple Account)
- Sử dụng hệ thống gửi Email cho KH cũ
- SMS nhắn tin lại cho KH cũ

2. Đối tượng thực thi



- Đội ngũ bán hàng và CSKH
- Người kinh doanh cá nhân

3. Sự chuẩn bị



- Nền tảng online như website, mạng xã hội
- Các công cụ hỗ trợ CSKH: CRM, SMS, Email, Chatbot...
- Các công cụ ATP: Simple Ads, Simple Facebook, Simple Zalo, Simple Instagram

5. Các rủi ro trong QTXD



- Khó triển khai tất cả các kênh
- Chi phí triển khai
- Thông điệp không tốt sẽ tạo cảm giác tiêu cực cho KH

6. Các KPI chỉ số cần đo lường



- Lượng điền form, click chuột trên website
- Reach trên Facebook
- Tỷ lệ phản hồi qua email, inbox, sms

7. Các kiến thức liên quan



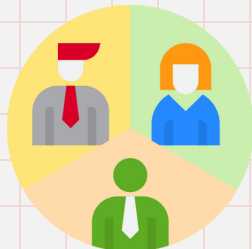
- Google ads remarketing
- Quảng cáo Facebook theo tệp đối tượng tùy chỉnh
- Cách sử dụng Chatbot, Email marketing
- Cách sử dụng các tool ATP



WEBSITE: <https://atpsoftware.vn/>

EMAIL: info@atpsoftware.vn

HOTLINE: 1800.0096



Kịch bản



MARKETING ONLINE THEO HÀNH VI KHÁCH HÀNG



3 KÊNH
TRUYỀN
THÔNG
CƠ BẢN:



PAID

Truyền thông phải trả tiền: những gì thương hiệu phải trả tiền để có được, gồm các bài viết PR trên các trang tin điện tử, bài đăng của người nổi tiếng Influencers,...



OWNED

Truyền thông sở hữu: là những kênh mà brand có thể quảng bá thuộc sở hữu của mình, gồm các trang fanpage trên MXH như kênh fanpage trên FB hay Youtube...



EARNED

Truyền thông lan truyền: Các thảo luận tự nhiên, khi đó khách hàng trở thành kênh quảng bá của thương hiệu. Earned có thể được xem như là kết quả của Paid và Owned

Hành vi



NHẬN THỨC

Kênh



Paid, Owned

Chi tiết các
hoạt động



Quảng cáo tìm kiếm,
Quảng cáo hiển thị, Quảng cáo MXH

TÌM KIẾM

Owned, Earned, Paid

SEO, Quảng cáo MXH,
Quảng cáo tìm kiếm

CÂN NHẮC

Paid, Earned, Owned

Quảng cáo tìm kiếm,
Quảng cáo hiển thị, Quảng cáo MXH

MUA

Owned, Earned

Tối ưu quy trình thanh toán
(nhẹ gọn)

REVIEW

Owned, Earned

Duy trì mối quan hệ (MXH, Friends,
Email marketing, Chatbot, CRM,...)

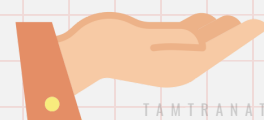


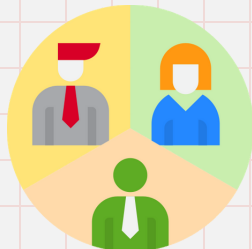
>>> Chi tiết tham dự khóa training của ATP SOFTWARE

WEBSITE: <https://Atpsoftware.vn/>

EMAIL: info@Atpsoftware.vn

HOTLINE: 1800.0096





Kịch bản



MARKETING ONLINE THEO HÀNH VI KHÁCH HÀNG



3 KÊNH
TRUYỀN
THÔNG
CƠ BẢN:



PAID

Truyền thông phải trả tiền: những gì thương hiệu phải trả tiền để có được, gồm các bài viết PR trên các trang tin điện tử, bài đăng của người nổi tiếng Influencers,...



OWNED

Truyền thông sở hữu: là những kênh mà brand có thể quảng bá thuộc sở hữu của mình, gồm các trang fanpage trên MXH như kênh fanpage trên FB hay Youtube...



EARNED

Truyền thông lan truyền: Các thảo luận tự nhiên, khi đó khách hàng trở thành kênh quảng bá của thương hiệu. Earned có thể được xem như là kết quả của Paid và Owned

Hành vi



NHẬN THỨC

Kênh



Paid, Owned

Chi tiết các
hoạt động



Quảng cáo tìm kiếm,
Quảng cáo hiển thị, Quảng cáo MXH

TÌM KIẾM

Owned, Earned, Paid

SEO, Quảng cáo MXH,
Quảng cáo tìm kiếm

CÂN NHẮC

Paid, Earned, Owned

Quảng cáo tìm kiếm,
Quảng cáo hiển thị, Quảng cáo MXH

MUA

Owned, Earned

Tối ưu quy trình thanh toán
(nhẹ gọn)

REVIEW

Owned, Earned

Duy trì mối quan hệ (MXH, Friends,
Email marketing, Chatbot, CRM,...)

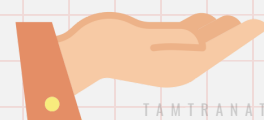


>>> Chi tiết tham dự khóa training của ATP SOFTWARE

WEBSITE: <https://Atpsoftware.vn/>

EMAIL: info@Atpsoftware.vn

HOTLINE: 1800.0096





WEBSITE: <https://Atpsoftware.vn/>
EMAIL: info@Atpsoftware.vn
HOTLINE: 1800.0096
