

• EBOOK • FACEBOOK ADS 2026

Hướng Dẫn Facebook Ads Từ A Đến Z

Chạy Facebook/Meta Ads 2026 cho người Việt — thời Advantage+ & AI thay thế micro-targeting. Setup an toàn, tránh ban tài khoản.

CẬP NHẬT CHO META ADS 2026

Mục lục



Bản đồ Facebook/Meta Ads 2026 — thời Advantage+ & AI thay thế micro-targeting.

- 1 Facebook Ads 2026 — vì sao khác trước** 04
Advantage+, iOS 14.5, signal-based optimization
- 2 Setup an toàn & tránh ban tài khoản** 06
Chương đặc biệt quan trọng cho marketer Việt
- 3 BM, Page, Pixel, CAPI** 08
Nền móng technical bắt buộc
- 4 Advantage+ vs Manual — chọn cấu trúc nào** 10
ASC, ABO, CBO & khi nào dùng cái nào
- 5 Creative — vũ khí quan trọng nhất 2026** 12
UGC, video, hook 3 giây, AI tạo creative
- 6 Đo lường, optimize & scale** 14
Đọc số đúng, scale không phá learning
- 7 10 sai lầm & lộ trình 90 ngày** 16
Cảnh báo + kế hoạch thực tế

CHƯƠNG 01

01

Facebook Ads 2026 — vì sao khác trước?

Hiểu 3 bước ngoặt lớn của Meta Ads — để không học theo "khóa cũ" đã lỗi thời.

Facebook Ads 2026 đã **khác hẳn** 4-5 năm trước. Lý do chính: 3 bước ngoặt liên tiếp — iOS 14.5 (App Tracking Transparency, 2021), shift sang Advantage+ AI (2023-2024), và Meta gỡ Detailed Targeting Exclusions (tháng 3/2026). Kết quả: Meta Ads bây giờ là **game của AI, signal & creative**, không phải micro-targeting.

3 thay đổi lớn nhất bạn phải hiểu

- 1 Advantage+ Audience & ASC trở thành chuẩn.** Năm 2020 chuyên gia khuyên chia 10-20 ad set, mỗi cái nhắm 1 interest hẹp. Năm 2026, broad targeting + Advantage+ thường vượt narrow targeting 14-20%.
- 2 iOS 14.5 & cookie deprecation phá vỡ tracking truyền thống.** Attribution Meta báo cáo thấp hơn thực tế 20-40%. Conversion API (CAPI) gần như bắt buộc — không có CAPI = mù.
- 3 Creative trở thành "targeting" mới.** Meta dùng nội dung creative để hiểu khán giả thay vì interest manual. Creative chất lượng kém = không matter audience giỏi cỡ nào.

⚠ CẢNH BÁO "KHÓA FACEBOOK ADS CŨ" — ĐANG GÂY HẠI

Nếu khóa còn dạy: chia 15-20 ad set nhỏ, mỗi ad set nhắm 1 interest hẹp, lookalike 1%/2%/3% riêng, CBO chia chi tiết — đây là cách 2018-2021. Bây giờ **fragmenting budget** = không ad set nào thoát learning phase = đốt tiền vô ích. Học cuốn này theo 2026.

Logic mới — feed AI signal chất lượng

2026, Meta Ads **không còn là game tinh chỉnh interest từng centimet**. Bây giờ là game **cung cấp signal & creative chất lượng cho AI**. AI làm việc tối ưu hóa. Bạn làm việc chiến lược.



Cũ: micro-targeting

Chia interest hẹp, narrow age, narrow location, chia nhiều ad set nhỏ — tốn công, hiệu quả giảm.



Mới: signal-based

Conversion data sạch, CAPI sạch, broad audience, để AI optimize. Hợp nhất ngân sách.



Creative là chiến trường chính

15-50+ creative đa dạng, refresh 2-3 tuần. UGC organic vượt agency polished 40%.



First-party data quý hơn vàng

Customer list, pixel data, CAPI events — đối thủ không copy được.

🎯 Mục tiêu cuốn này

Cho người mới đầy đủ kiến thức để: (1) **setup an toàn** không bị ban tài khoản (vấn đề lớn ở VN), (2) hiểu BM/Pixel/CAPI đủ để tracking đúng, (3) chọn structure phù hợp (Advantage+ vs Manual), (4) làm creative không kém agency, (5) optimize 90 ngày đầu thực tế. **KHÔNG** dạy "trick" lách policy.

THỰC HÀNH Bài tập Chương 1

Nếu bạn đã chạy Facebook Ads, ghi ra: bạn đang **chia bao nhiêu ad set**? Mỗi ad set spend bao nhiêu/ngày? Nếu >5 ad set & mỗi cái <500k/ngày — đây là dấu hiệu fragmentation cần sửa.

CHƯƠNG 02

02

Setup an toàn & tránh ban tài khoản

Vấn đề ĐẶC THÙ ở Việt Nam — bị ban Business Manager / ad account là tổn thất lớn nhất, không phải ngân sách ads.

Khác Google Ads, Facebook/Meta có hệ thống chống vi phạm rất "nhạy". Hàng ngày có hàng nghìn tài khoản VN bị ban — nhiều khi không vi phạm cố ý mà do **setup non kinh nghiệm**. Bị ban = mất pixel data, audience, history, đôi khi tiền trong tài khoản. Đây là rủi ro lớn nhất, đặt làm chương 2.

5 lý do phổ biến nhất bị ban ở Việt Nam

- 1 Tài khoản FB cá nhân mới + chạy ads luôn:** không có history activity, Meta nghi ngờ. Nên dùng tài khoản FB cũ ≥ 6 tháng có tương tác bình thường.
- 2 Vi phạm policy về sản phẩm:** bán TPCN với claim chữa bệnh, sản phẩm before/after sai chuẩn, weight loss "thần kỳ", crypto, "kiếm tiền online dễ". Đây là lý do #1 bị flag.
- 3 Hình ảnh vi phạm:** ảnh người gần khóa thân (kể cả underwear/swimwear sản phẩm), "before/after" body, claim y khoa, target nhạy cảm (cân nặng, da liễu).
- 4 Hành vi đáng ngờ:** đăng nhập từ nhiều IP/quốc gia khác nhau, đổi payment method liên tục, chargeback giao dịch, tạo nhiều BM/ad account cùng lúc.
- 5 Landing page vi phạm:** trang đích không có liên hệ rõ, không SSL, redirect lung tung, content khác với ads — Meta crawl thấy là flag.

⚠ ĐẶC BIỆT CẢNH BÁO — NGÀNH NHẠY CẢM

Một số ngành **cực dễ bị ban** dù làm đúng: TPCN, mỹ phẩm có claim, dịch vụ y tế, weight loss, làm đẹp can thiệp, kinh doanh tài chính/đầu tư, crypto, "khóa học làm giàu". Nếu kinh doanh ngành này — cần kiến thức nâng cao về compliance, không phải đọc cuốn này là đủ.

10 VIỆC PHẢI LÀM TRƯỚC KHI BẬT ADS

- 1 Dừng tài khoản FB cá nhân uy tín:** ≥6 tháng tuổi, có bạn bè thật, hoạt động bình thường. Tránh acc mới tinh.
- 2 Setup Business Manager (BM) đúng cách:** 1 admin chính, verify business, thêm Page chính thức. Đừng tạo 5-10 BM mới cùng lúc.
- 3 Verify domain** ngay từ đầu — đặc biệt quan trọng cho conversion campaigns hậu iOS 14.5.
- 4 Pixel + CAPI setup TRƯỚC khi bật ads.** Tracking sạch = AI học đúng. Sẽ chi tiết ở Chương 3.
- 5 Budget thấp tuần đầu:** 200-500k/ngày test. Đừng dồn 5 triệu/ngày "thử cho biết" — vừa rủi ro ban vừa đốt tiền.
- 6 Đọc kỹ Meta Advertising Policies** cho ngành của bạn. Đặc biệt: Restricted Content, Prohibited Content. Tự đánh giá sản phẩm có rơi vào nhóm rủi ro không.
- 7 Tránh các từ "trigger" trong copy:** "khởi 100%", "giảm cân thần kỳ", "kiếm tiền dễ", "you" trong personalize (target tâm lý — Meta cấm).
- 8 Landing page chuyên nghiệp:** SSL, contact info rõ, content match với ads. Cài Facebook Pixel + thẻ verify trên trang.
- 9 Đăng nhập từ 1 IP/thiết bị ổn định:** đổi IP liên tục (VPN, network công cộng) là red flag.
- 10 Nếu bị disable, KHÔNG vội tạo BM/acc mới.** Appeal trước qua Business Help. Tạo acc mới ngay có thể bị link & ban luôn.

Quy tắc vàng tránh ban

Nguyên tắc đơn giản: "**hành xử như business thật, đăng quảng cáo cho người thật**". Mọi thứ làm cho có vẻ đáng ngờ — tài khoản fake, content vi phạm, hành vi bất thường — đều là tín hiệu để Meta flag. Chậm mà chắc > nhanh & bị ban.

THỰC HÀNH Bài tập Chương 2

Đánh dấu trong 10 việc ở trang trước: cái nào bạn đã làm / chưa làm. **CHƯA bật ads** đến khi đủ tick — đặc biệt #2, #3, #4 (BM verify, domain verify, Pixel+CAPI).

CHƯƠNG 03

03

BM, Page, Pixel, CAPI — nền móng

4 thứ kỹ thuật bắt buộc — setup sai = ads "mù", không thoát learning phase.

1 Business Manager (BM)

BM là "tủ chính" chứa tất cả: Page, ad account, pixel, audience, employees. Người mới hay dùng cá nhân chạy ads — sai. Luôn chạy qua BM.

- 1 Tạo BM tại *business.facebook.com*. Verify business với giấy phép kinh doanh nếu có (tăng trust với Meta).
- 2 Thêm Page, ad account, domain (verify), Instagram (nếu có). Phân quyền cho team rõ ràng.

2 Page Facebook

- 1 **Page chuyên nghiệp:** ảnh đại diện, cover, mô tả đầy đủ, có vài bài đăng organic. Page mới tinh + chạy ads luôn = đáng ngờ.
- 2 **Verified Page (tick xanh)** không bắt buộc nhưng tăng trust & CTR.

3 Pixel — Browser tracking

Pixel là đoạn code JavaScript cài vào website → track hành vi user (view, add cart, purchase). Bắt buộc cho mọi conversion campaign.

- 1 Tạo Pixel** trong BM > Events Manager. Mỗi domain 1 Pixel. Cài qua Google Tag Manager hoặc trực tiếp vào header.
- 2 Setup Standard Events:** PageView, ViewContent, AddToCart, InitiateCheckout, Purchase. Đặt đúng từng event ở đúng trang.
- 3 Test Events** trong Events Manager — bấm thử trên site, xem event có fire không. Đợi ≥7 ngày sau cài để verify hoạt động đúng.

4 Conversion API (CAPI) — bắt buộc 2026

⚠️ KHÔNG CÓ CAPI = MẤT 20-40% TRACKING

Sau iOS 14.5, Pixel browser-side mất nhiều dữ liệu (user opt-out tracking, ad blocker, cookie restrictions). **CAPI** gửi event server-to-server từ website của bạn → Meta. Bù vào phần mất. Hậu 2024, CAPI không phải "nice to have" — gần như bắt buộc.

- 1 Setup CAPI:** Shopify có sẵn integration, WordPress dùng PixelYourSite Pro, custom code dùng Meta Conversion API directly. Test event matching ở Events Manager.
- 2 Event Match Quality cao** = AI hiểu khách tốt hơn. Cố gắng pass thêm email, phone, name (đã hash) qua CAPI để match score cao.

Aggregated Event Measurement (AEM)

Meta giới hạn **8 conversion events** per domain hậu iOS 14.5. Bạn cần priority hóa 8 cái quan trọng nhất — vd: Purchase > AddToCart > ViewContent > Lead >... Vào Events Manager > Aggregated Event Measurement để config.

THỰC HÀNH Bài tập Chương 3

Audit setup hiện tại của bạn: (1) BM đã verify chưa? (2) Domain đã verify? (3) Pixel cài đúng & test events sạch? (4) CAPI đã setup? (5) AEM đã prioritize 8 events? Đây là nền móng — sai 1 chỗ là gãy cả hệ thống.

CHƯƠNG 04

04

Advantage+ vs Manual — chọn structure

Quyết định lớn nhất khi setup campaign — chọn sai = scale không được.

3 loại campaign chính 2026

Advantage+ Sales Campaign (ASC) CHO E-COMMERCE

Campaign AI tự động cho e-com. Không có "ad sets" — tất cả creative ở campaign level. AI tự chia: new customer / existing customer, audience, placement.

Mạnh nhất với shop online có catalog. Cần pixel data đủ (~50 purchases/tuần) để hiệu quả.

Manual Sales/Lead Campaign CHO NGƯỜI MỚI / NICHE

Truyền thống: campaign → ad set (chọn audience, placement, budget) → ads. Kiểm soát chi tiết hơn ASC.

Phù hợp khi: data ít, ngân sách nhỏ, ngành niche cần audience riêng, lead-gen B2B.

Engagement / Traffic / Awareness CHO TOP FUNNEL

Tối ưu cho view, like, click, reach — không phải conversion. Phù hợp brand awareness, content marketing.

CPC rẻ nhưng ROI khó đo. Đừng dùng để "thử cho biết" sản phẩm có bán được không.

Cấu trúc tài khoản 2026 — hợp nhất, không fragment

Năm 2020: 10-20 ad set, mỗi cái nhắm 1 interest. Năm 2026: **2-3 ad set, mỗi cái budget cao, audience rộng**. Lý do: Meta cần ≥ 50 events/tuần per ad set để thoát learning. Chia nhỏ = không ad set nào đủ data.

Khi nào dùng cái nào?

Tình huống	Nên chọn
Shop online, >50 purchase/tuần, ngân sách >20tr/tháng	Advantage+ Sales Campaign (ASC)
Mới chạy, dưới 20 conversion/tuần	Manual Sales (broad audience + Advantage+ Audience)
Lead-gen B2B / dịch vụ	Manual Lead Generation
Brand awareness sản phẩm mới	Engagement / Reach campaign
Retargeting khách cũ	Manual với Custom Audience (visitors, customer list)
Test creative angles mới	Manual với 1 ad set duy nhất, broad audience

Advantage+ Audience — cách dùng đúng

Năm 2026, Advantage+ Audience là **default**. Bạn vẫn nhập detailed targeting, nhưng Meta xem là "gợi ý" để AI tìm audience tốt nhất — không phải rule cứng.

- Bắt đầu broad:** chỉ chọn location + age range cơ bản + ngôn ngữ. Để Advantage+ Audience tự tìm.
- Thêm 3-5 interest "suggestion"** để AI có hint ban đầu. Đừng chọn 20 interest — nhiều signal.
- Customer list (Custom Audience)** là input mạnh nhất. Upload khách thật → Meta học pattern → mở rộng.

Quy tắc 2-3 ad set

Với ngân sách bình thường (5-50tr/tháng), **tối đa 2-3 ad set/campaign** là đủ. Mỗi ad set nên có ≥500k-1tr/ngày để học. Nếu bạn đang có 10 ad set với 200k/ngày mỗi cái — hợp nhất ngay, hiệu quả sẽ tăng.

THỰC HÀNH Bài tập Chương 4

Theo bảng ở trang trước, chọn loại campaign phù hợp với business của bạn. Ghi rõ: **(a)** loại campaign, **(b)** số ad set, **(c)** budget mỗi ad set. Đây là blueprint setup.

CHƯƠNG 05

05

Creative — vũ khí quan trọng nhất 2026

"Creative is the new targeting" — khi AI làm tất cả việc targeting, creative quyết định win-lose.

Creative tốt 2026 trông thế nào?

- 1 UGC organic-style vượt agency polished 40%.** Người dùng skip ads "đẹp như quảng cáo". Video bằng iPhone, cảnh thật, người thật → blend vào feed tốt hơn.
- 2 Hook 3 giây đầu quyết định 80% kết quả.** Câu hỏi gây tò mò, sản phẩm-sốc, problem statement mạnh. Đừng intro chậm rãi.
- 3 Vertical (9:16) là chuẩn 2026:** Reels, Stories chiếm phần lớn impression. Quay dọc, không landscape.
- 4 Sound-off design:** 80% người xem tắt tiếng. Caption to, text overlay, visual storytelling — đừng phụ thuộc audio.
- 5 Đa dạng angle, không repeat:** mỗi creative test 1 angle khác — vấn đề, lợi ích, social proof, demo, before-after.

Volume creative cần thiết 2026

⚠ SỐ LƯỢNG CREATIVE ĐÃ TĂNG GẤP ĐÔI

Năm 2022: 5-10 creative/campaign là đủ. Năm 2026, Meta khuyến nghị **15-50+ active creative** để AI optimize tốt. Lý do: AI test & loại nhanh hơn, creative fatigue đến trong 2-3 tuần. Account nhỏ creative ít = AI không có gì để tối ưu.

Cấu trúc 1 video ads chuyển đổi cao

- 1 **HOOK 3s:** Câu hỏi/sốc/problem. "Bạn có biết...", "3 sai lầm khi...", "Tôi đã thử 5 loại X, đây là cái duy nhất...".
- 2 **VẤN ĐỀ 5-7s:** Khuếch đại nỗi đau khán giả đang gặp. Đồng cảm.
- 3 **GIẢI PHÁP 15-25s:** Sản phẩm giải quyết thế nào. Demo cụ thể, ưu/nhược thật.
- 4 **SOCIAL PROOF 5-8s:** Số lượng khách, review thật, kết quả thật.
- 5 **CTA 3-5s:** "Mua ngay", "Inbox được tư vấn", giá ưu đãi nếu có.

Dùng AI tạo creative — đúng cách

► PROMPT MẪU — SCRIPT VIDEO ADS

Viết 5 kịch bản video ads 30-45 giây cho [sản phẩm] giá [X] bán cho [đối tượng] ở VN. Mỗi script khác nhau về angle: (1) problem-solution, (2) demo trực quan, (3) before/after, (4) social proof + review, (5) FOMO/giới hạn. Cấu trúc: HOOK 3s + body + CTA. Tiếng Việt tự nhiên. Không phóng đại sai sự thật, tránh từ khóa trigger ban (khỏi 100%, thần kỳ, kiếm tiền dễ).

ADVANTAGE+ CREATIVE — KÍCH HOẠT

Trong ad level, bật **Advantage+ Creative** — Meta tự generate variation từ assets bạn cung cấp (crop ảnh, đổi headline, thêm music). Trung bình tăng hiệu quả 14% theo Meta. Upload ≥3-5 ảnh/video gốc để AI có nguyên liệu.

💡 Refresh creative — 2-3 tuần/lần

Frequency >3 = creative fatigue (cùng người thấy quá nhiều). Performance bắt đầu drop. Solution: thay 30-50% creative đang chạy mỗi 2-3 tuần. Dùng cố "tối ưu audience" khi vấn đề thật là creative cũ.

THỰC HÀNH Bài tập Chương 5

Tạo **5 creative** theo 5 angle khác nhau (dùng prompt AI). Quay/edit theo cấu trúc 5 bước. Upload & bật Advantage+ Creative.

CHƯƠNG 06

06

Đo lường, optimize & scale

Đọc số đúng + scale có nguyên tắc — đây là phần phân biệt amateur vs pro.

6 chỉ số đáng theo dõi

Chỉ số	Ý nghĩa & mức tốt 2026
CTR (link click)	% người thấy ads rồi click link. Tốt: >1.5% feed, >2% Reels.
CPC	Chi phí mỗi click. So benchmark ngành. VN thường 2-15k/click cho B2C.
CPM	Chi phí 1000 impression. Cao = audience đắt / creative chưa hấp dẫn.
Conversion Rate	% người click → mua. Phụ thuộc landing page chính. Tốt: >2-3%.
CPA	Chi phí 1 conversion. So với giá trị conversion của bạn.
ROAS	Doanh thu / chi phí. Tốt: 3-5x cho e-com VN, cao hơn cho dịch vụ.

⚠️ ATTRIBUTION META BÁO CÁO "THẤP HƠN THỰC TẾ"

Hậu iOS 14.5, Meta báo cáo ROAS thường **thấp hơn thực tế 20-40%** — vì không track được hết. Đối chiếu với revenue thật trong shop/website để có "true ROAS". Đừng tắt campaign chỉ vì Meta báo ROAS <1 nếu shop thực tế đang tăng đơn.

Learning Phase — hiểu để không phá

- Mỗi ad set cần ≥50 optimization events/tuần** để thoát learning. Conversion phải đủ — đó là lý do hợp nhất ad set.
- Trong learning, CPA cao hơn 20-50%.** Bình thường — đừng panic, đợi qua learning rồi đánh giá.
- Đổi gì cũng reset learning:** budget >20%, audience, creative thêm/bớt, optimization event. Hạn chế thay đổi tuần đầu.

Scale đúng cách — không phá learning

Sai lầm phổ biến: thấy ad set tốt → nhân budget x3 → CPA tăng vọt → tắt. Đây là vì scale quá nhanh phá Learning Phase.

- 1 Tăng budget chậm:** tối đa +20% mỗi 3-4 ngày. Không nhảy x2-x3.
- 2 Horizontal scale:** nhân bản (duplicate) ad set winner sang campaign mới, audience hơi khác. Hiệu quả & không phá ad set gốc.
- 3 Đợi qua weekend** trước khi quyết định scale. Cuối tuần performance khác — đừng panic Thứ 7.
- 4 Khi scale, theo dõi sát:** CPM, CTR, CPA. Nếu CPM tăng & CTR giảm → audience saturation → cần creative mới hoặc audience mới.

Routine optimize hàng tuần (45 phút)

- 1 10 phút:** check spend / conversions / ROAS overall — có alarm nào không?
- 2 15 phút:** creative report — cái nào fatigue (frequency >3, CTR drop), cái nào winner.
- 3 10 phút:** launch 2-3 creative mới thay cho cái fatigue.
- 4 10 phút:** ghi 1 hypothesis cho tuần sau (vd: "thử angle 'before/after' nhiều hơn"). Test có chiến lược, không random.

Quy tắc 1 thay đổi/tuần

Đổi 5 thứ cùng lúc → không biết cái nào ảnh hưởng. **Mỗi tuần đổi 1 thứ chính** (creative hoặc audience hoặc bidding). Đợi 7-10 ngày đánh giá. Tích lũy bài học có hệ thống, không "fiddle" cảm xúc.

CHƯƠNG 07

07

10 sai lầm & lộ trình 90 ngày

Cảnh báo phổ biến nhất + kế hoạch thực tế 3 tháng đầu.

10 sai lầm "đốt tiền" phổ biến

- 1 **Chia quá nhiều ad set (10-20 cái) với budget nhỏ.** Không cái nào thoát learning. #1 sai lầm 2026.
- 2 **Không setup CAPI.** Mất 20-40% tracking, AI học sai, kết quả tệ.
- 3 **Đổi setting mỗi ngày.** Reset learning liên tục, không bao giờ thoát.
- 4 **Creative ít & cũ.** 3 creative chạy 2 tháng — fatigue nặng, CPA tăng dần.
- 5 **Target quá hẹp.** Interest hẹp + age hẹp + location hẹp = audience <100k, không scale được.
- 6 **Scale x2-x3 ngân sách đột ngột.** Phá Learning, CPA tăng vọt.
- 7 **Tin Meta báo ROAS <1 là thất bại.** Không cross-check với revenue thật.
- 8 **Landing page tệ.** Tải chậm, không match ads. Click vào → bounce, không mua.
- 9 **Vi phạm policy không cố ý.** Claim quá đà, before/after sai chuẩn → flag → ban.
- 10 **Không retarget khách warm.** Chạy cold cho ai cũng giống → bỏ phí "fruit" gần nhất.

Lộ trình 90 ngày cho người mới

Giai đoạn	Mục tiêu & việc làm
Tháng 1	Setup an toàn: BM, Page, Pixel, CAPI, domain verify. 1 campaign Manual nhỏ, broad audience. Tạo 5 creative đầu.
Tháng 2	Có data conversion. Thêm Retargeting (custom audience). Tạo 10-15 creative đa angle. Bắt đầu test creative.
Tháng 3	Đủ data → cân nhắc ASC (nếu e-com). Scale winner. Refresh creative mỗi 2 tuần. Đánh giá & lập kế hoạch quý sau.

HOÀN THÀNH

Facebook Ads 2026 — game của creative & signal

Bạn vừa đi qua 7 chương — từ hiểu thay đổi 2026, setup an toàn tránh ban, BM/Pixel/CAPI, Advantage+ vs Manual, creative, đo lường & scale, đến sai lầm phổ biến. Facebook Ads không còn là game tinh chỉnh targeting — là **game cho AI input chất lượng & làm creative giỏi**.

Bốn điều cốt lõi mang theo

Setup an toàn trước

BM verify + Pixel + CAPI + tránh ban.

Hợp nhất, không fragment

2-3 ad set với budget cao > 15 ad set nhỏ.

Creative là chiến trường

15-50+ creative, UGC organic, refresh 2 tuần.

Đọc số có nguyên tắc

Hiểu Learning Phase, scale chậm, true ROAS.

“**Năm 2020 thắng nhờ targeting tinh vi. Năm 2026 thắng nhờ creative giỏi & signal sạch. Đầu tư đúng chỗ.**”

NhịpAI

Chúc bạn ROAS cao & tài khoản an toàn! 

Tài liệu được NhịpAI biên soạn để chia sẻ miễn phí cho cộng đồng.