

Một bài viết hay với việc xây dựng fanpage và những chỗ s, yếu tố nào quan trọng khi bạn quyết định thuê, mua, xây dựng một fanpage đáp ứng với nhu cầu thực tế của riêng bạn. Đôi khi phải trải qua thực tế, phải thực hiện nó thì bạn mới biết rằng mình rõ điều gì cần để "nghe đến" và "anh thấy người ta nói rằng" ... Bài này xin phép em Lý Bưu copy và chia sẻ với các bạn trên site của công ty hy vọng sẽ có giá trị tốt với những người đang tìm hiểu, đang làm trong ngành Facebook marketing để ý khách liếc và để ý mình nhé.

Hôm nay mình nghĩ tôi quen với bạn ra 20 triệu để mua một fanpage 200.000 fans, mình nghĩ khác bạn nghĩ đây là kỳ lạ với số tiền để mua một trang 168.000 fans với giá 11 triệu để bạn và khi tôi phải nói, họ đưa ra luận cứ "em có tính đến yếu tố thời gian xây dựng trang ra chúng đó fans không".

Thật ra, fans không phải là tất cả thời bạn cần khi nhìn vào một fanpage.

Bài viết này tôi muốn để bạn biết một số chỗ s, một số điều để bạn lưu ý khi bạn có ý định mua hay thuê một fanpage.

1. Thứ nhất, LIKE không phải yếu tố tiên quyết.

Có một câu nói rất vui, điều gì bạn nhìn thấy ra số thấy thấy mà bạn biết bạn đang xung quanh một. Tất nhiên bạn xem, quanh bạn có hàng triệu fanpage đang tồn tại. Một số trong chúng là những fanpage sạch với những công việc để bạn biết, một số lên trên quăng cáo trên facebook, những cũng có những trang lên bằng cách sử dụng những shock, sex, có những trang cài nút like lên trên web shock sex để lấy được like. Nếu chỉ nhìn số fans, liệu bạn có biết:

- Like đến từ đâu
- Like đó có phù hợp với công việc bạn muốn xây dựng
- Người ta có phải khách hàng mục tiêu của bạn
- Bạn có biết họ like vì họ thích fanpage đó hay vì bạn dùng, vì nút like lên
- Bạn có sẵn sàng nhìn thấy fanpage của bạn là một trong số này:

- ⚠ Trang Hãy Yêu Đi Đùng Ngại của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Sống Về Đêm _ Chuyên Chém Gió của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Mất Cảm Giác Yêu của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Sexy là chuyện nhỏ, "Coi bỏ hết " mới là chuyện lớn của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Siêu Thị Thông Tin của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang MiniStyle của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Marketing online của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Hãy " Nghiêng " theo cách của bạn :X của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Người Bạn Yêu của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Hội những người thích được nhận 1 SMS chúc ngủ ngon :* :X của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Sống đẹp mỗi ngày của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Ở Thi:x Tổ Thích Cậu của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Minh là chính chủ của nhau nhé :x của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Tôi Yêu Em của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang 1 Triệu Likes Kêu Gọi Hot Girl Happy Polla Đến Việt Nam của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Yêu :x của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Tổ yêu cậu chi vậy thôi ☹ của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Hội những người cứ nhìn thấy những thứ dễ thương là chết mê chết mệt :x của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Tình Yêu của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Mỗi ngày tôi chọn một niềm vui của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53
- ⚠ Trang Lớn rồi mà nhìn vẫn như trẻ con :X của bạn đã bị hạn chế sử dụng được phát hành. 22:53

Tôi có mọt nguyên tắc nhỏ khi xem mọt fanpage, đó là KHÔNG BAO GIỜ NGHE ADMIN KỂ VÀ TIẾP SỰ CỐ A NÓ. Vì hèn ai hèn, người bán luôn dành lời có cánh dành cho thợ hèn bán ra, nhất là khi đó là thợ hèn tay làm.

Hãy nhìn vào căn cứ khác.

2. Talking About This (TAT) không bị hiểu nhầm cho điều gì.

Trước khi phân tích điều này, tôi muốn mời bạn nhìn qua bức ảnh chụp insight mặt fanpage mà tôi từng ghé thăm:



Rất nhiều người rơi vào làm Facebook để TAT lên đầu vì bằng cách nào đó họ được tiếp xúc trực tiếp, hay gián tiếp với các nguồn tin đưa Talking About This thành chỗ họ trông với lập luận rằng "thuôn nông" của mặt vài người: "Nó có quan trọng thì Facebook mới hiện thì nó cũng như chỗ like". Nói họ rằng TAT không quan trọng thì họ phản pháo ngay: "Em sai rồi, bạn ABC, chuyên gia bên XYZ nói với anh rằng CLGT, v.v...".

Thực tế là, TAT là tổng tất cả các hành vi được thực hiện ra trên mặt fanpage, bao gồm like, share, comment, tag, hỏi, nhận offer, tham chí mention mặt fanpage (Tôi bổ sung để hiểu nghĩa của bài cho ai muốn đọc kỹ). Chúng ta có TAT cho từng post, cho từng ngày, từng tháng, nhưng tất cả chúng đều chỉ là bị hiểu nhầm cho từng ngày tác đã xảy ra trước đây mà thôi.

Cũng bởi là tổng tất cả, nên để y TAT để đo lường báo KPI là đơn giản để với người làm Facebook Marketing chuyên nghiệp. Bạn chỉ cần làm vài hành vi: Share bài lên fanpage khác,

đăng bài câu like, câu comment, câu share với nội dung tấp nham, thậm chí mang cả ảnh lãnh đạo, shock sex ra để tăng cho số đó, bên cũng có thể chạy auto like, auto comment cho từng post. Bên đăng càng nhiều thì từng ngày tác động càng cao, page TAT 1 triệu trên kia trung bình 1 ngày admin đăng 40 bài và bên từng ngày số post của fanpage máy tính hàng giờ đăng trong 1 tuần đó bên.

Bên nhìn vào TAT, bên có cảm giác rằng đó là chị số thực tế nhưng bài đăng tấp nập và mật độ đăng từng ngày tác động mạnh, hay là số nhân phẩm của chiêu trò. Chị cứ nhìn mà đi u, chúng ta khó mà nhìn ra được.

Hãy nhìn xa ra, thậm chí ta cũng không phải là từng ngày tác cũ, ta cần từng ngày tác mới, hành vi mới theo nhu cầu ta mong đợi.

Vậy ta nhìn vào đâu?

1. Bên đã từng để ý về ORGANIC REACH?

Facebook định nghĩa rằng **Lifetime Post Total Reach** là *"Lifetime The number of people who saw your Page post. (Unique Users) - Từng số người nhìn thấy post của fanpage bên"*.

$$\text{Total reach} = \text{Organic Reach} + \text{Viral Reach} + \text{Paid Reach}$$

Organic Reach - Từng số người nhìn thấy post của page bên trên newfeed (group fans, người follow list có fanpage bên, hoặc người vào fanpage và thấy post *(Lifetime The number of people who saw your Page post in news feed or ticker, or on your Page's timeline. (Unique Users)*

Viral Reach - Từng số người nhìn thấy post trên fanpage của bên thông qua hành động mà bên bè họ chia sẻ trên newfeed (*Lifetime The number of people who saw your Page post in a story from a friend. (Unique Users)*

Paid Reach - Từng số người nhìn thấy post trên fanpage thông qua quảng cáo (*Lifetime The number of people who saw your Page post in an ad or sponsored story. (Unique Users)*

Đa phần chúng ta lên Facebook để quảng bá, để bán hàng hay lấy traffic, mua có được đi u này bên không cần like nhiều, bên không cần TAT cao, nhưng nhất quyết bên phải được nhiều người nhìn thấy. Và REACH là chị số đầu tiên bên cần để tâm nhằm đạt mục tiêu đó.

Viral Reach là vì có bên bè họ có hành động (like, comment, share) thì bên bè họ thấy, vậy mua tăng Viral Reach bên chỉ cần chăm chỉ chia sẻ, đăng nội dung có thể tỏa ra hành động. Đơn giản như, dùng 1 fanpage chia sẻ hay đưa nội dung vào 100 group thì bên đã làm xong nhiệm vụ rồi.

Paid Reach là câu chuyện của đăng tiền và tối ưu hóa quảng cáo.

Vậy Organic Reach?

Phải nhận rằng; Organic Reach chỉ tạo ra khi bạn thấy post ngay trên newfeed hay vào fanpage, tức bạn thấy fanpage và thấy post một cách tự nhiên nhất. Organic Reach bị hiểu nhầm cho một fanpage được các người dùng theo dõi, để đây nó bạn chỉ có duy nhất một cách là đăng những content được mọi người xem, kéo họ vào fanpage để like hay add fanpage vào list và từ đó họ xuyên truy cập trực tiếp vào fanpage đó.

Đây Organic Reach là đây content được xem post trực tiếp, đó là công việc khó để hack, và bạn sẽ cần cố gắng trên đó để xem xét một fanpage chất lượng hay không.

ĐĂNG GÌ ĐỂ ORGANIC REACH CAO?

Bạn thấy search trên google mà xem, rồi rồi thì nhiều bài tôi đã đăng có ý kiến như thế này:

Reach text cao hơn reach ảnh

Reach ảnh cao hơn reach link

Đây là một suy nghĩ của một blogger chia sẻ trên mashable.com và được khá nhiều người làm social media Việt Nam chia sẻ lại.

Và tôi tôi có một bảng như sau để các bạn đi vào bao quát và truy cập nhau nhé:

Post Message	Type	Lifetime Post Total Reach	Lifetime Post organic	Lifetime Post Paid Reach	Lifetime
		Lifetime The number of people	Lifetime The number of people	Lifetime The number of people	Lifetime
Tiếp tục series hai	Link	59136	59040	0	
[Xếp hạng chỉ số đ	Status Update	161280	157824	0	
Tuyệt kỹ chơi bida	Link	89216	88768	0	
Nổi tiếp chuỗi sự kiện	Photo	17672	17584	0	
Có ai là fans của 2	Link	106112	104480	0	
Like nếu bạn yêu n	Photo	31008	30816	0	
[Truyện ma] Căn p	Link	144576	144384	0	
Bạn nghĩ gì khi xem	Link	149376	147520	0	
Quá đúng! lb	Photo	34112	31024	0	
Hai anh em siêu nh	Link	110464	109888	0	
Ài đã từng ăn :Đ	Photo	52944	52576	0	
[Giải mã hồ sơ mật]	Link	142208	142016	0	
Kinh doanh đây sao	Link	142976	142912	0	
Câu chuyện tâm h	Link	127616	127616	0	
Không có ai là sai l	Link	147392	147200	0	
Câu chuyện của m	Link	117696	117696	0	
[P2] người gian d	Link	159616	159168	0	
Bất ngờ với cô bạn	Link	129728	129728	0	
Đền sân khấu đã r	Video	19536	19536	0	
Quá lắt léo cho đ	Link	155456	155392	0	
[TOP 6 hý sinh rất	Status Update	185216	176896	0	

Hình trên tôi chụp trong d list u fanpage H i nh ng ng i thích ng i bên máy tính hàng giờ (www.facebook.com/yeumaytinh). fanpage này, t l reach vào link luôn cao b ng ho c g n b ng reach m t status, đôi khi nó cao h n, nh ng reach i nh ch c ch n m t đi u không bao giờ cao h n reach link. Th c nghi m t ng t tôi áp d ng cách xây d ng v i fanpage c a Suong.vn t i <https://www.facebook.com/suongquadi> và có k t qu t ng t .

Tuy nhiên, i vài fanpage khác k t qu l i y nh đi u nhi u ng i chia s trên kia: Reach i nh cao h n reach link.

Sau quá trình tìm tòi, tôi phát hi n ra m t đi u thú v mà th t ra ta có th đoán đ c n u bi t t duy r ng ra: REACH không ph thu c vào d ng th c b n đăng mà ph thu c vào hành vi ng i dùng t o ra cho nó (Cái này c a tôi t tìm h u nên bác nào copy nh ghi ngu n).

M t ng i l t facebook luôn có xu h ng xem status vì h không cho đó là spam, nh t là status hay. N u status ch 2 dòng thì reach c c cao vì h u h t l t qua là đ c xong chúng.

K đó, h có xu h ng click xem i nh và t ng tác v i i nh. i nh là visual content, m t chia s nh là đăng i nh s có lan truy n t t h n đăng status b n nhé. Đ n gi n vì ng i dùng khá b thu hút b i i nh luôn to và chi m đi n tích h n 1 câu status.

Khá ít ng i click vào link, vì h ng i truy c p qua trang th 3 ngoài facebook. Hành vi v i m t link ít h n v i i nh và status nên t l reach vì th cũng ít h n.

V y còn nh ng fanpage reach link cao h n i nh mà tôi đã nói? Làm sao đ y đ c reach link cao?

Nguyên t c xây c ng đ ng đ th ng m i hóa: D y ng i dùng hành vi t o l i ích t i i u cho b n.

Máy tính hàng giờ hay S ng đ u đăng link ngay giai đo n xây d ng fanpage thay vì i nh hay status gi i trí, gi i thích m t cách th t thà là h cũng l y fans đa ph n t ng d ng ho c t widget (box nút like t i website). Hai fanpage này đ nh hình hành vi c a fans khi m i like page là "Fanpage tôi chuyên đăng link v game vui hay link có n i dung hài" và h ch đăng nh v y su t vài tu n.

Cái thu đ c sau đó là, ng i dùng đ nh hình đ c hình th c và n i dung fanpage. T đó, anh chia s link hài hay apps game fans i i đ u d dàng click vào link (Đ a ko hay click vào link đã unlike t vòng g i xe vì anh đăng duy nh t lo i hình link trong vài tu n thì ngoài fans thích click đi n i khác, ai ch u cho n i :v)

Khi thuê fanpage câu traffic, tôi th ng đi tìm fanpage tăng like t ng d ng là vì th .

Nếu u không có gì thay đổi, tháng 12 tới đây có thể tôi sẽ rời khỏi Facebook Marketing để mở quán ăn nhỏ tại Vũng Tàu. Vì vậy tôi gửi tôi sẽ viết tới đây để chia sẻ cho những ai muốn tìm hiểu về Facebook nhé. Tôi rất ấn tượng anh Tuấn Hà, người đã cho tôi cảm hứng để hình thành hóa các mô hình trên blog cá nhân của mình.

Tôi cũng viết để cảm ơn anh Linh Litado, người cho tôi cảm hứng trong những ngày tháng 7 đầy nắng này.

Ta đi ngủ thôi, gặp nhau vài bài ngày mai anh nhé :) Chúc mọi người ngủ ngon.

Post tiếp theo : <http://lybau.blogspot.com/2013/07/chi-so-nao-can-e-tam-khi-xem-xet.html>