



Một năm với nhiều cơ hội mới

Phát triển doanh nghiệp của bạn bằng cách sử dụng tài liệu chuyên sâu và xu hướng ảnh hưởng đến nhu cầu về quảng cáo trực tuyến.

70%

người tìm kiếm trên thiết bị di động
gọi trực tiếp đến doanh nghiệp từ
kết quả tìm kiếm của Google.





Phát hiện cơ hội

Tài liệu này được thiết kế để giúp đại lý của bạn hiểu rõ xu hướng theo mùa và theo ngành để lấy được khách hàng mới và để giúp khách hàng hiện tại tăng sự hiện diện trực tuyến của họ trong suốt cả năm. Để dễ dàng điều hướng qua hướng dẫn này, bạn có thể sử dụng con trỏ mũi tên trên bàn phím hoặc chỉ cần nhấp vào các tab có màu.

Khi bạn đã sẵn sàng bắt đầu chuẩn bị kế hoạch quảng cáo, hãy gọi cho chúng tôi và chúng tôi sẽ giúp bạn tập hợp các thông tin lại với nhau. Từ chọn chiến lược tốt nhất đến đáp ứng các nhu cầu cụ thể theo ngành – chúng tôi sẵn lòng trợ giúp.

Để hỗ trợ kế hoạch quảng cáo cho từng khách hàng mới, bạn có thể bao gồm mã khuyến mại AdWords – chúng rất tuyệt để khuyến khích khách hàng tiềm năng dùng thử AdWords. Những đại lý đã đăng ký trên Google Partners có thể nhận được mã khuyến mại bằng cách liên hệ với quản lý tài khoản Google của chúng tôi theo số 120 11 435.**

Đi từ kế hoạch đến quảng cáo tiếp thị

Sử dụng bản kế hoạch treo tường để giúp bạn chọn loại doanh nghiệp mà bạn muốn tiếp cận. Khi bạn đã sẵn sàng, hãy xem hướng dẫn ngành mà chúng tôi đã phác thảo, sử dụng ví dụ từ từng lĩnh vực, cách Google xu hướng có thể giúp định hướng bản kế hoạch quảng cáo của bạn. Lập kế hoạch trước – lý tưởng là bạn nên có một chiến dịch chạy trong 3 tháng trước bất kỳ sự kiện nào.

**Để đăng ký nhận mã khuyến mại cho khách hàng mới của bạn tại Việt Nam, đại lý xin vui lòng gọi điện thoại cho chuyên gia hỗ trợ của chúng tôi qua số 120 11 435 và điền vào phiếu yêu cầu trên mạng qua Website: <http://goo.gl/UE3zh3>



Dưới đây là cách chúng tôi có thể trợ giúp

Chúng tôi sẵn lòng hỗ trợ bạn ở hai giai đoạn chính. Trước tiên, chúng tôi sẽ giúp bạn lập kế hoạch quảng cáo chiêu hàng cho khách hàng mới – sau đó, chúng ta sẽ cùng nhau phát triển một chiến lược bổ sung cho tầm nhìn của bạn và mục tiêu tiếp thị của họ.

Trước khi bạn lập kế hoạch quảng cáo, chúng tôi có thể đưa ra lời khuyên về:

- đặt ngân sách và từ khóa cho kế hoạch quảng cáo của bạn
- tùy chỉnh kế hoạch quảng cáo với thương hiệu của khách hàng tiềm năng
- nói chuyện với khách hàng có nhu cầu cụ thể theo ngành

Sau khi bản kế hoạch của bạn được chấp nhận từ khách hàng mới, chúng tôi sẽ làm việc với bạn trong 4 – 13 tuần (dựa vào chi tiêu) đầu tiên của chiến dịch mới.

Dưới đây là những gì mong đợi:

- Chúng tôi sẽ giúp khách hàng của bạn có được một khởi đầu tuyệt vời bằng cách chọn từ khóa có liên quan và tạo ra các mẫu quảng cáo hấp dẫn cho chiến dịch mới.
- Khi chiến dịch diễn ra, chúng tôi sẽ tiếp tục theo dõi tài khoản, số lượng hiển thị, chuyển đổi, CTR và các yếu tố khác.
- Sử dụng những hiểu biết này, chúng tôi sẽ giúp bạn tối ưu hoá các chiến dịch và giúp quảng cáo của bạn ngày một hoàn thiện hơn.

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***



Kế hoạch quảng cáo theo mùa

Tư vấn từ Andrew Eckford, Chuyên gia quảng cáo Google mảng Kinh Doanh Bán Lẻ

Tại sao yếu tố thời điểm lại quan trọng?

Trong nhiều ngành công nghiệp, thời điểm rất là quan trọng và ảnh hưởng tới doanh thu hàng năm – ví dụ như các nhà bán lẻ vào thời điểm Giáng sinh. Vì thế, hoạt động tiếp thị tăng cao vào những lúc này. Mặc dù nhu cầu khách hàng nhiều hơn, tuy nhiên, cạnh tranh cũng gia tăng, vì vậy khách hàng của chúng ta cần phải suy nghĩ một cách chiến lược để tối đa hóa doanh thu và lợi nhuận của họ.

Khi nào nên cân nhắc yếu tố “mùa vụ”?

Điều đó phụ thuộc vào tầm ảnh hưởng của các sự kiện theo mùa, kinh doanh của khách hàng, và kiến thức kỹ thuật số của họ. Nếu sự kiện này là một chìa khóa cho việc kinh doanh, hoặc nếu họ lớn hơn và ít hiểu biết kỹ thuật số, thảo luận kế hoạch ban đầu xảy ra tháng trước. Đối với các doanh nghiệp am hiểu kỹ thuật số, chúng tôi sẽ thảo luận về chiến thuật và chi tiết cụ thể khi gần tới sự kiện. Chúng tôi cũng xem xét chu kỳ ngân sách – nhiều doanh nghiệp có kế hoạch cho năm tài chính, vì vậy ngân sách quảng cáo cho mùa Giáng sinh cần được thảo luận vào trước tháng Bảy.

Làm thế nào để bạn sử dụng “quảng cáo theo thời vụ” khi làm việc với khách hàng?

Kể từ khi nhiều sự kiện theo mùa xảy ra chỉ một lần mỗi năm, hành vi tiêu dùng có thể thay đổi đáng kể từ các chiến dịch trước đó. Tôi giúp khách hàng hiểu được những thay đổi này, và cung cấp cho họ những hiểu biết đó sẽ làm cho chiến dịch mới của họ thành công. Trong khi phân tích là chìa khóa, chúng tôi đã học được rằng khi bạn chia sẻ những hiểu biết là 1 yếu tố quan trọng.

Khách hàng của chúng tôi hưởng lợi ích nhiều nhất từ kiến thức mới nhất về hành vi tiêu dùng và xu hướng kỹ thuật số trước hoặc trong quá trình lập kế hoạch chiến dịch. Nó cho phép họ lựa chọn kênh tiếp thị 1 cách sáng tạo và ngân sách hiệu quả. Có 2 bước khi quảng cáo theo mùa – đầu tiên là hành vi của người tiêu dùng, thứ hai là hành vi lập kế hoạch chiến dịch của họ. Tôi xem xét cả hai để cung cấp thông tin hữu ích nhất cho khách hàng.



Những thông tin thị trường nào bạn nên tìm kiếm?

Bất cứ điều gì giúp lập kế hoạch chiến dịch - hành vi của khán giả, phân tích đối thủ cạnh tranh, xu hướng truyền thông, điều kiện kinh tế vĩ mô. Cụ thể hơn, tôi tìm câu trả lời cho những câu hỏi như thế mà sản phẩm cần được đặc trưng, làm thế nào các ngày trong tuần và cuối tuần thực hiện khác nhau, những phương tiện truyền thông kết hợp làm người sử dụng, và thế nào có thể tất cả các thay đổi này từ các năm trước. Ví dụ, nhìn vào mô hình theo mùa để tìm kiếm đồ chơi Giáng sinh năm ngoái, nhưng kiểm tra để xem những vật phẩm nào mới đã gia tăng trong doanh số bán đồ chơi vào tháng Sáu / tháng Bảy.

Dữ liệu nào bạn sử dụng để phân tích?

Tôi thường bắt đầu với những điều kiện kinh tế vĩ mô và thông qua dữ liệu ngành công nghiệp, người tiêu dùng và tài khoản. Các tài liệu của chính phủ có thể là tuyệt vời cho những hiểu biết cấp cao nhất, trong khi nghiên cứu ngành công nghiệp hoặc thông tin thị trường giúp thu hẹp để phù hợp với nhu cầu của bạn. Tôi sử dụng Google Trends để tìm ra danh mục sản phẩm hoặc từ khóa cụ thể nào được ưa chuộng. Cuối cùng chúng ta nhìn vào dữ liệu từ AdWords của khách hàng và tài khoản Analytics để xem cách họ đang thực hiện dựa trên xu hướng này.

Xem xu hướng

Google Xu hướng tuyệt vời để lập kế hoạch thời gian cho bản kế hoạch quảng cáo và giúp định hướng chiến lược từ khóa của chiến dịch. Google Xu hướng có thể cho bạn biết lượng tìm kiếm lịch sử của từ khóa và cho phép so sánh từng khía cạnh nhiều từ khóa. Bạn có thể xem xu hướng cùng với tất cả các cụm từ tìm kiếm có liên quan và thậm chí bạn có thể phân đoạn dữ liệu này theo loại tìm kiếm, thiết bị và vị trí.

Để giúp bạn xem cách Google Xu hướng hoạt động, cuốn sách này được chia thành tám phần, mỗi phần dành riêng cho một ngành cụ thể. Mỗi phần có chứa cụm từ tìm kiếm mẫu để cho biết cách bạn có thể sử dụng công cụ này để lập kế hoạch và bố trí quảng cáo cho khách hàng của bạn.



Tiếp tục theo dõi

Muốn có thêm ý tưởng cho việc sử dụng các xu hướng theo mùa để phát triển doanh nghiệp của bạn? Chúng tôi có những sự hỗ trợ cho bạn bên dưới:

- Khuyến mại dành cho đại lý của bạn.
- Buổi tọa đàm theo Quý với các chuyên gia Google, giúp bạn hiểu biết và có thể tư vấn cho khách hàng của bạn về xu hướng theo mùa.
- Các ví dụ điển hình, hướng dẫn cách làm và tài liệu để sử dụng khi trình bày với khách hàng.

Kiểm tra trang Web Google Partners của bạn và theo dõi các tin tức và cập nhật trên trang Cộng Đồng <http://goo.gl/CMB1T6> của chúng tôi.

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***



Bán lẻ

Tính thời vụ định hướng nhu cầu trong ngành bán lẻ – từ các món quà vào dịp Giáng sinh đến hoa vào Ngày lễ tình nhân. Lập bản kế hoạch quảng cáo của bạn xung quanh các thời điểm mà nhà bán lẻ có thể được hưởng lợi từ chiến dịch AdWords.



Bán lẻ

Thông tin chi tiết theo mùa:

Số lần tìm kiếm quà tặng cao nhất trong tháng 3.

Mặc dù có ba cao điểm chính về tìm kiếm **quà tặng** trong năm, cao điểm nhất xảy ra vào tháng 3. Đây có khả năng là do tầm quan trọng của việc tặng quà như là một phần của việc chúc mừng Tết nguyên đán. Số lần tìm kiếm cũng tăng trong tháng 10 với Ngày phụ nữ và trong tháng 12 vào dịp Giáng sinh.

Một chiến dịch AdWords sử dụng Sitelinks có thể giúp khách hàng của doanh nghiệp viếng thăm các trang khác nhau của trang Web doanh nghiệp và nổi bật khi khách hàng có nhu cầu. Doanh nghiệp nên cân nhắc những điều sau khi làm bản kế hoạch:

Cửa hàng quà tặng

Trang web thương mại điện tử

Trung tâm thương mại

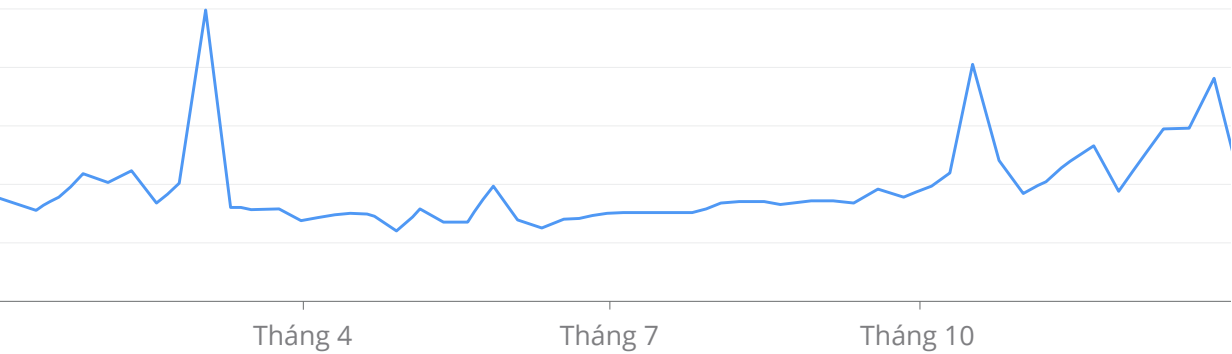
Sử dụng bảng kế hoạch treo tường in được và [Google Xu](#) hướng để tìm các cơ hội theo mùa khác trong ngành bán lẻ.

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***



Xu hướng bán lẻ

Dưới đây là xu hướng tìm kiếm **quà tặng** của người Việt Nam trong năm 2013



Cụm từ tìm kiếm hàng đầu và cụm từ tìm kiếm tăng đối với **quà tặng**

Hàng đầu

quà sinh nhật	100	
mua quà tặng	50	
qua tang	50	
cách tặng quà	45	
quà tặng mẹ	35	
quà tặng độc	30	
quà handmade	30	

Gia tăng

quà tết	+60%
đồ handmade	+60%
tặng quà tết	+50%
quà 8/3	+40%

Xem xu hướng tìm kiếm trên trang [google.com/trends](https://www.google.com/trends)

Thống kê ngành bán lẻ

38%

người mua đồ dùng
tự chế, công cụ &
thiết bị làm vườn đã
nghiên cứu trực tuyến
trước khi mua hàng
ngoại tuyến.

60%

người mua thiết bị gia
dụng đã nghiên cứu
trực tuyến trước.

35%

người dưới 40 tuổi
mua thiết bị thể thao
đã sử dụng công cụ
tìm kiếm khi
nghiên cứu.

48%

người mua các thiết bị
cá nhân đã nghiên cứu
trực tuyến trước.

Nguồn: Biểu đồ người tiêu dùng với Google

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***





Ô tô

Xe hơi mới, xe hơi cũ, phụ kiện và bảo trì – ngành ô tô là một ngành bận rộn. Theo dõi những gì đang xảy ra trên đường để phát hiện các cơ hội trong lĩnh vực này.



Ô tô

Thông tin chi tiết theo mùa:

Tìm kiếm xe hơi cao nhất vào cuối năm.

Mặc dù **xe hơi** là cụm từ tìm kiếm phổ biến quanh năm, nhưng thời điểm cao nhất xảy ra vào cuối năm, từ tháng 9 đến tháng 11. Điều này có thể là do mọi người nghiên cứu mua hàng tiềm năng trước khi hết năm hoặc trong năm mới.

Sử dụng Quảng cáo tìm kiếm động sẽ tự động thay đổi văn bản quảng cáo để bao gồm thương hiệu hoặc loại sản phẩm cụ thể mà một người đang tìm kiếm, có thể mang lại lợi ích cho các doanh nghiệp sau:

Đại lý xe hơi mới

Trang web rao vặt

Trang web đánh giá xe hơi

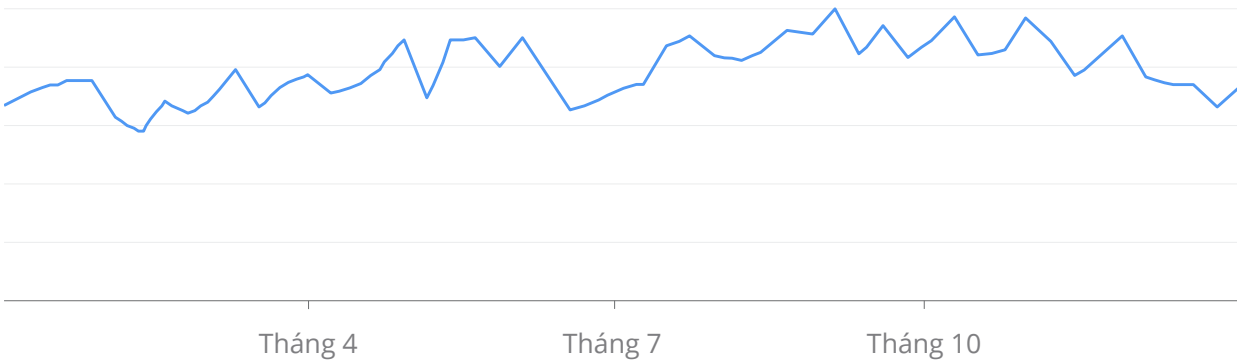
Sử dụng bảng kế hoạch treo tường in được và [Google Xu](#) hướng để tìm các cơ hội theo mùa khác trong ngành ô tô.

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***



Xu hướng ô tô

Dưới đây là xu hướng tìm kiếm **xe hơi** của người Việt Nam trong năm 2013



Cụm từ tìm kiếm hàng đầu và cụm từ tìm kiếm tăng đối với **xe hơi**

Hàng đầu

giá xe hơi	100	
xe hơi	60	
bán xe hơi	60	
xe hơi 2013	45	
xe hơi cũ	30	
xe hơi điện	30	
thế giới xe	25	

Gia tăng

xe hơi 2013	+850%
xe hơi honda	+50%
xe hơi toyota	+50%

Xem xu hướng tìm kiếm trên trang [google.com/trends](https://www.google.com/trends)

Thống kê ngành ô tô

33%

người mua sản phẩm/
dịch vụ ô tô đã sử dụng
công cụ tìm kiếm để
nghiên cứu trước.

43%

người mua xe hơi đã
nghiên cứu trực tuyến
trước khi mua hàng.

58%

người mua xe hơi
ngoại tuyến đã nghiên
cứu trực tuyến trước
khi mua hàng.

69%

người dưới 40 tuổi
mua xe hơi đã nghiên
cứu trực tuyến trước.

Nguồn: Biểu đồ người tiêu dùng với Google

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***





Du lịch

Ngành du lịch là một ngành thương mại quanh năm. Hiểu các động lực thúc đẩy đằng sau vị trí và lý do khiến mọi người đi du lịch vào những thời điểm nhất định có thể giúp bạn kế hoạch quảng cáo của bạn chuẩn xác và hữu ích hơn.



Du lịch

Thông tin chi tiết theo mùa:

Số lần tìm kiếm khách sạn đạt tới đỉnh điểm vào mùa xuân và mùa hè.

Mặc dù **khách sạn** thường có lượng tìm kiếm khá cao cả năm, nhưng lượng tìm kiếm đạt tới đỉnh điểm vào mùa xuân và mùa hè. Đây là thời điểm mọi người có nhiều khả năng lập kế hoạch cho chuyến đi, nghỉ phép hoặc tìm kiếm ưu đãi phút chót.

Khi mọi người so sánh các giao dịch, doanh nghiệp có thể được hưởng lợi từ chiến dịch Tiếp thị lại để tiếp cận những người đã thể hiện sự quan tâm đến những gì doanh nghiệp cung cấp, bao gồm:

Khách sạn

Đại lý du lịch

Đại lý đặt vé trực tuyến

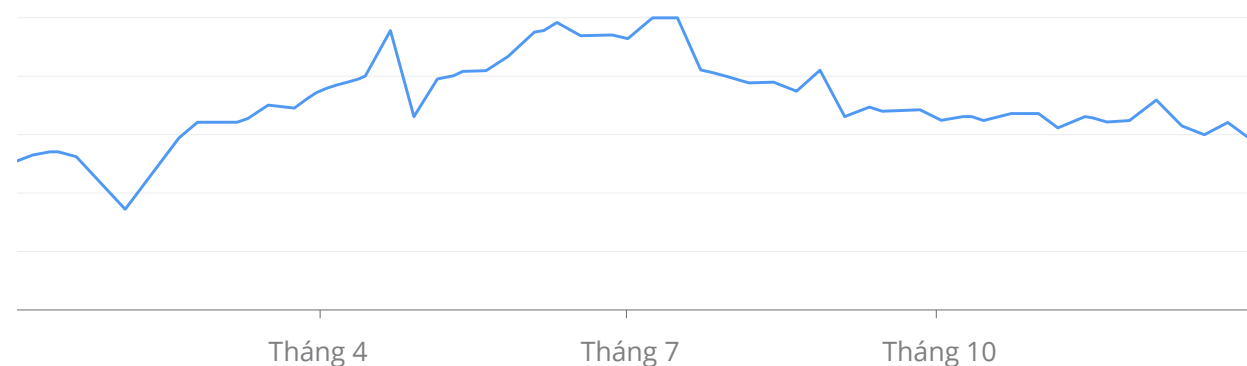
Sử dụng bảng kế hoạch treo tường in được và [Google Xu](#) hướng để tìm các cơ hội theo mùa khác trong lĩnh vực du lịch.

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***



Xu hướng du lịch

Dưới đây là xu hướng tìm kiếm **khách sạn** của người Việt Nam trong năm 2013



Cụm từ tìm kiếm hàng đầu và cụm từ tìm kiếm tăng đối với **khách sạn**

Hàng đầu

khách sạn	100	
đà lạt	45	
khách sạn tphcm	25	
khách sạn huế	20	
vung tau	15	
khách sạn đẹp	15	
phú quốc	15	

Gia tăng

khách sạn pullman	Đột phá
khách sạn marriott	+170%
agoda	+50%

Xem xu hướng tìm kiếm trên trang [google.com/trends](https://www.google.com/trends)

Thống kê ngành du lịch

83%

người dưới 40 tuổi
mua vé đi công tác
đã nghiên cứu trực
tuyến trước.

47%

người mua lưu trú
khách sạn cũng đã
nghiên cứu trực tuyến.

57%

người dưới 40 tuổi
mua vé máy bay phục
vụ cho nhu cầu giải
trí đã sử dụng công
cụ tìm kiếm khi
nghiên cứu.

76%

khách hàng nữ mua
kỳ nghỉ trọn gói đã
nghiên cứu trực tuyến
trước khi mua.

Nguồn: Biểu đồ người tiêu dùng với Google

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***





Giải trí

Lễ hội mùa hè, bộ DVD, phát hành phim và tất cả mọi thứ trong đó. Với rất nhiều điều xảy ra, AdWords có thể đóng vai trò hỗ trợ trong tiếp thị giải trí cả năm.



Giải trí

Thông tin chi tiết theo mùa:

Tìm kiếm lễ hội tăng lên xung quanh ngày lễ và lễ kỷ niệm.

Hai cao điểm nhất về số lần tìm kiếm **lễ hội** xảy ra trong dịp Tết và Halloween. Điều này là do tính phổ biến của các hoạt động lễ hội như là một cách để kỷ niệm các ngày lễ.

Khi đến lễ hội, mọi người có xu hướng đi nơi nào đó mà bạn bè của họ đang đi. Việc thêm Chú thích trên mạng xã hội cho phép mọi người thấy tính phổ biến của sự kiện giữa bạn bè của họ, có thể hữu ích cho các doanh nghiệp sau đây:

Công ty tổ chức lễ hội

Công ty du lịch

Nơi tổ chức sự kiện

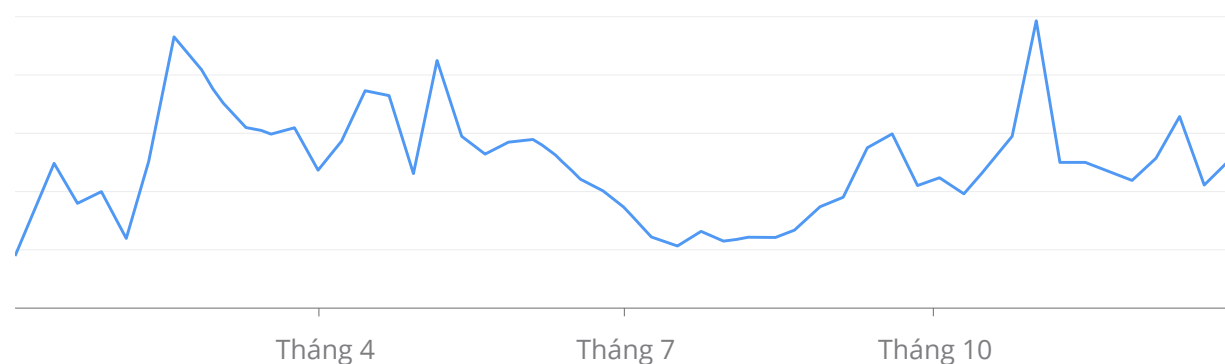
Sử dụng bảng kế hoạch treo tường in được và [Google Xu](#) hướng để tìm các cơ hội theo mùa khác trong lĩnh vực giải trí.

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***



Xu hướng giải trí

Dưới đây là xu hướng tìm kiếm **lễ hội** của người Việt Nam trong năm 2013



Cụm từ tìm kiếm hàng đầu và cụm từ tìm kiếm tăng đối với **lễ hội**

Hàng đầu

lễ hội hoa	100	
các lễ hội	80	
le hoi	60	
halloween	45	
lễ hội halloween	40	
tranh lễ hội	30	
đền hùng	15	

Gia tăng

hội đua voi	+350%
lễ hội heineken	+350%
heineken	+170%
halloween	+60%
lễ hội halloween	+50%
đền hùng	+50%
chùa hương	+40%

Xem xu hướng tìm kiếm trên trang [google.com/trends](https://www.google.com/trends)

Thống kê ngành giải trí

41%

người dưới 40 tuổi mua vé xem sự kiện đã sử dụng công cụ tìm kiếm cho nghiên cứu.

25%

nam giới mua trò chơi video đã mua trực tuyến.

33%

người mua vé xem phim ngoại tuyến đã nghiên cứu trực tuyến.

37%

phụ nữ mua vé xem sự kiện đã nghiên cứu trực tuyến.

Nguồn: Biểu đồ người tiêu dùng với Google

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***





Giáo dục

Nghiên cứu những gì đang xảy ra trong lĩnh vực giáo dục. Bạn sẽ tìm thấy cơ hội trong suốt cả năm mà AdWords có thể trợ giúp doanh nghiệp hoặc tổ chức tiếp cận đối tượng của họ trực tuyến.



Giáo dục

Thông tin chi tiết theo mùa:

Lượng tìm kiếm các trường đại học cao nhất vào tháng 8 và tháng 9.

Số lần tìm kiếm **trường đại học** thường xuyên nhất vào tháng 8 và tháng 9, trong thời gian chuẩn bị để bắt đầu khóa học. Điều này rất có thể là do sinh viên tương lai tìm kiếm thêm thông tin về trường đại học mà họ đã chọn.

Dựa trên thông tin chi tiết này, các chiến dịch theo vị trí cụ thể có Tiềm ích mở rộng cuộc gọi trên quảng cáo có thể khuyến khích mọi người liên lạc để biết thêm thông tin.

Dưới đây là một vài tổ chức khác nhau có thể được hưởng lợi:

Đại học

Nhà cung cấp chỗ ở cho sinh viên

Công ty cho sinh viên vay vốn

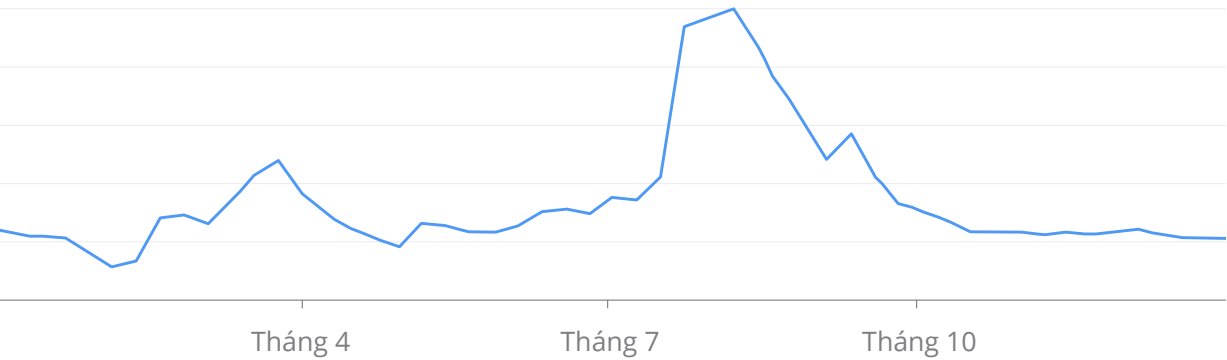
Sử dụng bảng kế hoạch treo tường in được và [Google Xu](#) hướng để tìm các cơ hội theo mùa khác trong lĩnh vực giáo dục.

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***



Xu hướng giáo dục

Dưới đây là xu hướng tìm kiếm **trường đại học** của người Việt Nam trong năm 2013



Cụm từ tìm kiếm hàng đầu và cụm từ tìm kiếm tăng đối với **trường đại học**

Hàng đầu

điểm chuẩn	100	
truong	100	
điểm thi	70	
truong dai hoc	70	
diem chuan	30	
đại học mở	30	
diem thi	25	

Gia tăng

diem chuan 2013	Đột phá
diem san 2013	Đột phá
điểm sàn 2013	Đột phá
nguyện vọng 2	+80%
du học đức	+50%
nguyen vong 2	+50%
hutech	+40%

Xem xu hướng tìm kiếm trên trang [google.com/trends](https://www.google.com/trends)

Thống kê ngành giáo dục

45%

sinh viên đại học trả tiền cho tất cả chi phí học đại học của họ (học phí, tiền thuê nhà, sách).

7 giờ

là thời gian mà hầu hết sinh viên dành để nghiên cứu mua hàng vào mùa tựu trường.

86%

sinh viên tự mình tìm thấy nội dung khóa học bổ sung có nội dung kỹ thuật số.

47%

sinh viên chia sẻ tài liệu kỹ thuật số một lần hoặc nhiều hơn mỗi tuần.

Nguồn: Digital & The New College Experience, TNS & TRU, commissioned by Google, August 2012

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***





Sức khỏe

Kế hoạch cho năm mới, chấn thương thể thao, nha khoa – chăm sóc sức khỏe là công việc kinh doanh quanh năm. Chúng tôi đã thăm dò hoạt động của ngành và nhận thấy các giai đoạn chính mà doanh nghiệp có thể đạt được lợi ích từ AdWords.



Sức khỏe

Thông tin chi tiết theo mùa:

Báo cáo về sự bùng phát tăng mạnh trong tìm kiếm có liên quan đến bệnh cúm tại Việt Nam.

Biểu đồ này minh họa xu hướng tìm kiếm **bệnh cúm** – cao điểm vào tháng 4 sau báo cáo về sự lây nhiễm, trước khi giảm xuống vào thời gian còn lại trong năm sau khi bệnh cúm được ngăn chặn thành công.

Xu hướng hành vi của những người nghiên cứu các triệu chứng của họ và tùy chọn điều trị đang tăng. Doanh nghiệp có thể tìm thấy cơ hội trong hiện tượng này bằng cách sử dụng quảng cáo đa truyền thông trên Mạng hiển thị của Google để tiếp cận nhiều người hơn khi họ đang nghiên cứu, bao gồm:

Hiệu thuốc

Bác sĩ đa khoa

Phòng khám tư nhân

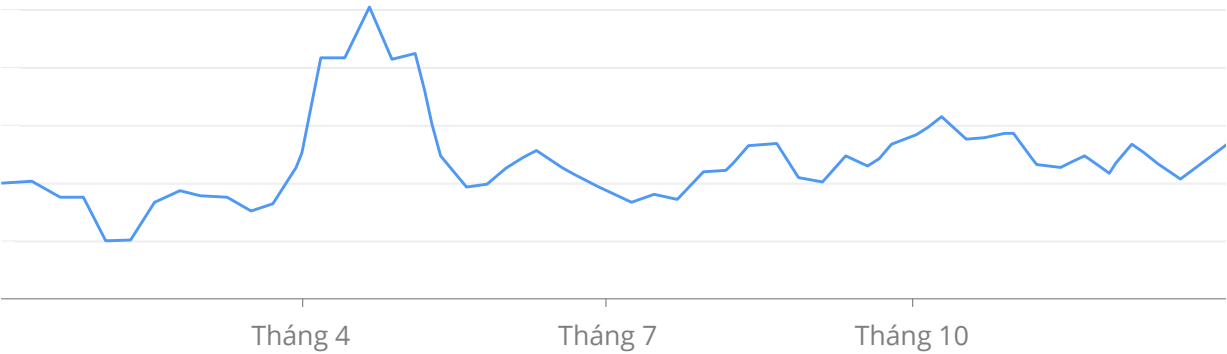
Sử dụng bảng kế hoạch treo tường in được và [Google Xu](#) hướng để tìm các cơ hội theo mùa khác trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe.

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***



Xu hướng sức khỏe

Dưới đây là xu hướng tìm kiếm **bệnh cúm** của người Việt Nam trong năm 2013



Cụm từ tìm kiếm hàng đầu và cụm từ tìm kiếm tăng đối với **bệnh cúm**

Hàng đầu

cảm cúm	100	
thuốc cảm cúm	25	
bệnh cúm	20	
trị cảm cúm	20	
dịch cúm	20	
cúm gia cầm	15	
chữa cảm cúm	15	

Gia tăng

cúm h7n9	Đột phá
h7n9	Đột phá
đại dịch cúm	Đột phá
triệu chứng cúm	+90%
cúm a	+60%
dịch cúm	+60%

Xem xu hướng tìm kiếm trên trang [google.com/trends](https://www.google.com/trends)

Thống kê y tế quan trọng

43%

khách hàng nam giới
mua mỹ phẩm/sản
phẩm làm đẹp đã
nghiên cứu trực tuyến.

30%

người mua sản phẩm
y tế ngoại tuyến đã
nghiên cứu trực
tuyến trước.

24%

người mua mỹ phẩm/
sản phẩm làm đẹp đã
sử dụng công cụ tìm
kiếm trước.

13%

người trên 40 tuổi
mua sản phẩm y tế
đã nghiên cứu
trực tuyến.

Nguồn: Biểu đồ người tiêu dùng với Google

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***





Tài chính

Mọi người luôn cần các dịch vụ tài chính từ khoản vay sinh viên đến bảo hiểm nhà cửa. Bạn càng có thể minh họa kiến thức của mình về lĩnh vực này, bản kế hoạch quảng cáo của bạn càng thu hút sự quan tâm.



Tài chính

Thông tin chi tiết theo mùa:

Tìm kiếm thẻ tín dụng cao nhất vào tháng 12.

Mặc dù **thẻ tín dụng** dao động dưới dạng cụm từ tìm kiếm suốt cả năm, nhưng cao điểm vào tháng 12. Google Xu hướng cũng cho biết rằng tìm kiếm được gắn thương hiệu tăng lên cùng với nhu cầu. Điều này rất có thể là do mọi người sử dụng thẻ tín dụng làm phương thức thanh toán khi mua hàng vào dịp Giáng sinh.

Chiến dịch AdWords sử dụng Tiếp thị lại để tiếp cận mọi người khi họ đang mua sắm và duyệt trên internet có thể mang lại lợi ích cho các doanh nghiệp sau:

Ngân hàng

Công ty phát hành thẻ tín dụng

Trang web thương mại điện tử

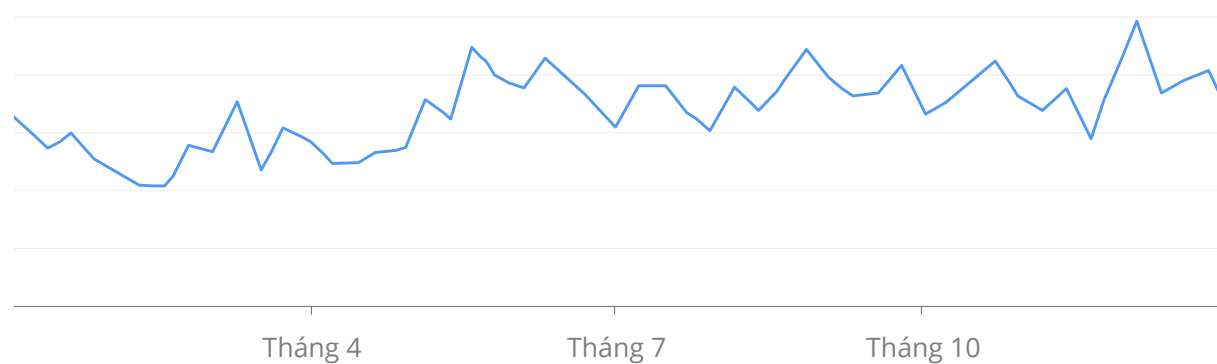
Sử dụng bảng kế hoạch treo tường in được và [Google Xu](#) hướng để tìm các cơ hội theo mùa khác trong lĩnh vực tài chính.

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***



Xu hướng tài chính

Dưới đây là xu hướng tìm kiếm **thẻ tín dụng** của người Việt Nam trong năm 2013



Cụm từ tìm kiếm hàng đầu và cụm từ tìm kiếm tăng đối với **thẻ tín dụng**

Hàng đầu

hsbc	100	
the tin dung	95	
anz	80	
thẻ ghi nợ	40	

Gia tăng

the tin dung	+100%
anz	+60%

Xem xu hướng tìm kiếm trên trang [google.com/trends](https://www.google.com/trends)

Thống kê tài chính quan trọng

30%

người mua các sản phẩm tài chính đã sử dụng công cụ tìm kiếm để nghiên cứu trước khi mua hàng.

42%

người mua bảo hiểm xe hơi đã nghiên cứu trực tuyến trước khi mua.

40%

người dưới 40 tuổi mua bất động sản ngoại tuyến đã nghiên cứu trực tuyến trước.

39%

phụ nữ nhận khoản vay cá nhân đã nghiên cứu trực tuyến trước.

Nguồn: Biểu đồ người tiêu dùng với Google

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***





Địa phương

Chúng tôi sử dụng cụm từ địa phương để mô tả bất kỳ doanh nghiệp nào cung cấp dịch vụ tại vị trí của một người. AdWords có thể giúp thu hút khách hàng đến các doanh nghiệp này với chiến dịch theo vị trí cụ thể trong suốt cả năm.



Địa phương

Thông tin chi tiết theo mùa:

Số lần tìm kiếm có liên quan đến các hiệu bánh tăng lên xung quanh các ngày lễ lớn.

Số lần tìm kiếm các hiệu **bánh** và các từ khóa tương tự tương đối ổn định trong vài tháng đầu năm, nhưng bắt đầu tăng liên tục từ tháng 7, đạt cao điểm vào tháng 9. Điều này là do tính phổ biến của bánh và bánh kẹo như là một phần của lễ kỷ niệm và các bữa tiệc xung quanh ngày Quốc khánh.

Dựa trên thông tin chi tiết này, chiến dịch AdWords sử dụng Tiện ích mở rộng vị trí để thúc đẩy lưu lượng truy cập có thể mang lại lợi ích cho các doanh nghiệp, chẳng hạn như:

Hiệu bánh
Quán cà phê
Siêu thị

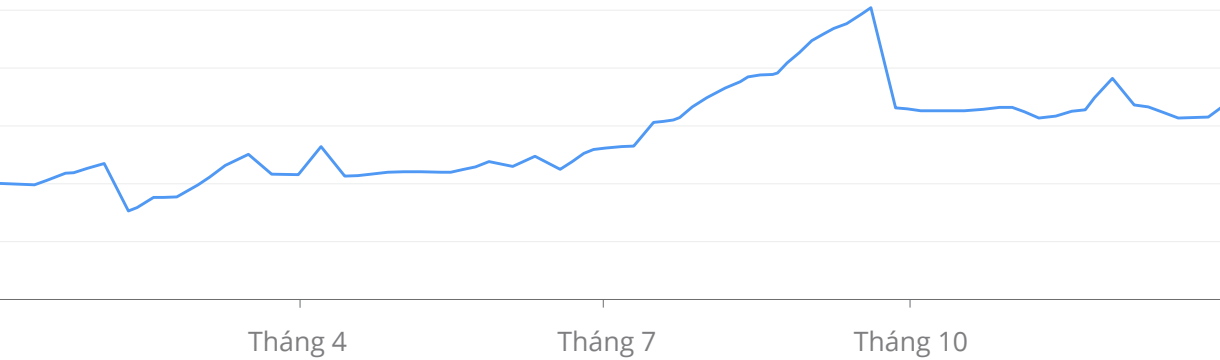
Sử dụng bảng kế hoạch treo tường in được và [Google Xu](#) hướng để tìm các cơ hội theo mùa khác cho doanh nghiệp địa phương.

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***



Xu hướng địa phương

Dưới đây là xu hướng tìm kiếm **bánh** của người Việt Nam trong năm 2013



Cụm từ tìm kiếm hàng đầu và cụm từ tìm kiếm tăng đối với **bánh**

Hàng đầu

làm bánh	100	
cách làm bánh	70	
bánh sinh nhật	35	
bánh kem	30	
bánh mì	25	
bánh ngon	20	
bánh trung thu	20	

Gia tăng

bánh tráng bơ	Đột phá
tiramisu	+170%
bánh tiramisu	+150%
làm bánh tiramisu	+140%
bánh giò	+130%
giày bánh mì	+120%
bánh tráng trộn	+80%

Xem xu hướng tìm kiếm trên trang [google.com/trends](https://www.google.com/trends)

Thống kê tại địa phương

97%

người dùng điện thoại thông minh tại Việt Nam đã tìm kiếm thông tin địa phương.

97%

đã thực hiện hành động như là kết quả.

42%

người đã sử dụng điện thoại thông minh của họ để tìm kiếm nhà hàng, quán rượu hoặc quán bar.

47%

người tìm kiếm thông tin địa phương hàng ngày.

Nguồn: Google/Ipsos: Our Mobile Planet, Understanding the Mobile Consumer, May 2012

Hãy trao đổi với chuyên gia của chúng tôi để được giúp đỡ khi bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số **120 11 435***



Trung bình mỗi tháng,

40 triệu

cuộc gọi được gọi trực tiếp đến
doanh nghiệp từ quảng cáo của
họ trên Google.

Hãy trao đổi với chuyên gia của
chúng tôi để được giúp đỡ khi
bạn có khách hàng mới.
Gọi chúng tôi qua số
120 11 435*

*Hãy điền vào phiếu xin mã khuyến mại tín dụng trên website <http://goo.gl/UE3zh3>
hoặc gọi số 120 11 435 để được trợ giúp (từ thứ 2 – thứ 6, 9 giờ sáng đến 5 giờ chiều).