



Chịu trách nhiệm xuất bản Giám đốc - Tổng biên tập **KHÚC THỊ HOA PHƯỢNG**

Biên tập: **Vũ Thị Phương** Bìa: **Trần Mạnh Cường** Trình bày: **Xuân Ngân** Sửa bản in: **Anh Đào**

NHÀ XUẤT BẢN PHỤ NỮ VIỆT NAM

39 Hàng Chuối - Hà Nội ĐT: (024) 39717979 - 39717980 - 39710717 - 39716727 - 39712832 FAX: (024) 39712830 E-mail: nxbphunu@vnn.vn Website: www.nxbphunu.com.vn

Chi nhánh:

16 Alexandre de Rhodes - Q. I - TP Hồ Chí Minh - ĐT: (028) 38234806

In 1.500cuốn, khổ 15.5x23.5cm, tại Nhà in Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Phú Thị, Gia Lâm, Hà Nội. Giấy xác nhận ĐKXB số: 2294-2024/CXBIPH/8-48/PN ký ngày 27/6/2024. Giấy QĐXB số: 819/QĐ-PNVN ký ngày: 9/8/2024 ISBN: 978-604-490-545-7 In xong và nộp lưu chiểu năm 2024

BIẾN ZALO TRỞ THÀNH CÕ MÁY MAKETING TỰ ĐỘNG

NHÀ XUẤT BẢN PHỤ NỮ VIỆT NAM

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: CÁC TÍNH NĂNG CƠ BẢN THƯỜNG DÙNG

TRÊN ZALO6
1. Sử dụng Zalo hiệu quả6
2. Nhắn tin qua Zalo khác gì nhắn tin truyền thống?6
3. Các loại tin nhắn có thể gửi trên Zalo6
4. Quy định về việc đặt tên trên Zalo8
5. Zalo PC và những tính năng chính9
6. Quyền riêng tư của bạn trên Zalo10
7. Xác thực tài khoản Zalo12
8. Thêm bạn bè trên Zalo14
CHƯƠNG 2: CÁC TÍNH NĂNG NÂNG CAO TRÊN ZALO17
1. Gửi tin nhắn cho nhiều người cùng lúc trên Zalo18
2. Chặn tin nhắn spam trên Zalo20
3. Tin nhắn broadcast21
3.1. Các bước gửi broadcast21
3.2. Quản lý tin broadcast23
3.3.Lưuýkhigửitinbroadcast23
4. Kĩ thuật sử dụng tính năng chat nhóm25
4.1. Thêm/mời thành viên vào nhóm25

⊷ 5 **⊸**

4.2. Lịch nhóm	26
4.3. Cách tải dữ liệu về máy	29
4.4. Quyền tin nhắn	30
CHƯƠNG 3: ZALO OFFICIAL ACCOUNT (ZALO OA)	33
1. Quy định về đặt tên Zalo OA	33
2. Quy định về thông tin mô tả Zalo OA	35
3. Quy định về việc khóa Zalo OA	35
4. Quy định xác thực tài khoản	36
5. Zalo OA Doanh nghiệp	37
6. Hướng dẫn đăng ký tài khoản Zalo OA - Doanh nghiệp	38
7. Hướng dẫn hoạt động dành cho Zalo OA đăng ký mới	40
8. Tính năng Gọi thoại trong Zalo OA	48
9. Hướng dẫn tạo bài viết cho Zalo OA	51
10. Hướng dẫn thiết lập Quản lý Admin	53
11. Quy trình xét duyệt xác thực Zalo OA:	60
12. Lý do Zalo OA bị khóa và cách khắc phục	61
13. Các chi phí liên quan đến việc sử dụng Official Account	
doanh nghiệp	63
14. Xử lý tranh chấp	64
15. Gửi tin và phí gửi tin trong Zalo OA	65
15.1. Gửi tin broadcast	65
15.2. Gửi tin phản hồi	65
15.3. Tin chủ động (Tương tác chủ động)	66
CHƯƠNG 4: QUẢNG CÁO ZALO (ZALO ADS)	69
1. Quảng cáo Zalo Ads là gì	70

	2. Các hình thức quảng cáo trên Zalo Ads	.72
	2.1. Quảng cáo Zalo Official Account	72
	2.2. Quảng cáo website	73
	2.3. Quảng cáo form	.75
	2. 4. Quảng cáo video	.76
	2. 5. Quảng cáo bài viết	.77
	2. 6. Quảng cáo sản phẩm	78
	2.7. Quảng cáo tin nhắn	.79
	3. Các hình thức tính phí và cách đặt giá thầu trên Zalo Ads	.80
	4. Nên chọn hình thức quảng cáo nào	82
	5. Những yếu tố ảnh hưởng đến quảng cáo Zalo Ads	.83
	6. Tại sao cần thực hiện AB testing	.84
	7. Ý nghĩa các thông số của quảng cáo	85
	8. Các cách chọn đối tượng quảng cáo	87
	9. Một vài lý do quảng cáo Zalo không "cắn" tiền	89
	9.1. Giá BID thấp	89
	9.2. Chỉ số CTR không cao	.90
	9.3. Chỉ số PPC thấp	90
	9.4. Tối ưu nội dung và hình ảnh của bài viết	91
	9.5. Tăng số BID phù hợp với quảng cáo	92
	9.6. Làm sao cân đối lại số click vào quảng cáo (tham khảo)	.92
CHƯ	ONG 5: ZALO NOTIFICATION SERVICE (ZALO ZNS)	94
	1. Giải pháp chăm sóc khách hàng trực tuyến từ Zalo	94
	2. Hướng dẫn đăng ký sử dụng dịch vụ ZNS	98
	3. ZNS template API	101

4. ZNS follower API105
5. Hướng dẫn thêm nút tháo tác (CTA) trong mẫu ZNS105
6. Thiết lập mục đích gửi khi tạo mẫu ZNS107
7. Tiêu chuẩn về nội dung thông báo ZNS109
CHƯƠNG 6 : KĨ THUẬT SỬ DỤNG ZALO ĐỈNH CAO112
1. Zalo Chatbot113
2. Zalo Shop116
3. Ẩn trò chuyện Zalo118
4. Gọi Zalo và Chia sẻ màn hình121
5. Zavi, nền tảng họp trực tuyến đầu tiên của người Việt122
6. Gắn nhãn người quan tâm trong Zalo OA125
7. Tính năng "Tìm quanh đây" trên Zalo127
8. Kiểm tra bảo mật129
9. Sao lưu và khôi phục dữ liệu131
10. Giao việc trên Zalo133
11. Phân loại trò chuyện136
12. Xử lý cảnh báo link lừa đảo trên Zalo137
13. Tin nhắn nhanh (Quick messages)138
14. Tài khoản Zalo Bussiness141
15. Dịch vụ trả phí với Zalo Official Account
và các thay đổi liên quan đến Zalo Ads146

Zalo là ứng dụng nhắn tin nhanh đa nền tảng được phát triển bởi công ty VNG ở Việt Nam. Ngoài Việt Nam, ứng dụng này còn được sử dụng tại các quốc gia như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Đài Loan, Hàn Quốc, Úc, Đức, Myanmar, Singapore...

Tên gọi của Zalo được kết hợp từ Zing và Alo

Phiên bản thử nghiệm đầu tiên của Zalo được ra mắt vào tháng 8 năm 2012. Đến tháng 9 cùng năm, Zalo mới phát hành phiên bản trên 3 nền tảng iOS, Android và Nokia S40.

Tháng 12 năm 2012, phiên bản chính thức của Zalo mới được tung ra thị trường. Ngày 8 tháng 1 năm 2013, Zalo lần đầu tiên chiếm vị trí dẫn đầu trên bảng xếp hạng App Store ở Việt Nam, vượt qua nhiều đối thủ mạnh.

Ưu điểm của Zalo khi đó là nhắn tin ổn định trên mọi hạ tầng như 2G, 2,5G, 3G, 4G, 5G và wifi. Do đặt máy chủ tại Việt Nam nên tốc độ nhắn tin của Zalo cũng vượt trội, cũng như tiết kiệm pin hơn so với các phần mềm ngoại.

Vào tháng 4 năm 2013, Zalo nhận giải thưởng Sao Khuê 2013.

Tháng 3 năm 2022, Zalo nhận giải thưởng Global Brand Awards của tạp chí quốc tế Global Brand Magazine, được đánh giá là ứng dụng nhắn tin hàng đầu Việt Nam, bên cạnh WeChat và WhatsApp.

Theo khảo sát của Decision Lab trong quý IV năm 2021, có đến 48% số người được hỏi đều sử dụng Zalo để liên lạc với người thân, trong khi đó, con số này của Facebook và Messenger lần lượt là 27% và 20%.

<mark>BI</mark>ẾN ZALO TRỞ THÀNH CỐ MÁY MAKETING TỰ ĐỘNG

Thời gian	Sự kiện
3/2014	Đạt mốc 10 triệu người dùng
11/2014	Đạt mốc 20 triệu người dùng
5/2015	Đạt mốc 30 triệu người dùng
4/2016	Đạt mốc 50 triệu người dùng
9/2016	Đạt mốc 60 triệu người dùng
8/2017	Đạt mốc 70 triệu người dùng
21/05/2018	Đạt mốc 100 triệu người dùng



CÁC TÍNH NĂNG CƠ BẢN THƯỜNG DÙNG TRÊN ZALO

Zalo là ứng dụng nhắn tin và gọi điện miễn phí hoạt động trên nền tảng di động, máy tính bảng và cả máy tính cá nhân. Với nhiều tính năng và đặc điểm nổi bật, Zalo dễ dàng đáp ứng nhu cầu liên lạc thường xuyên với gia đình, bạn bè và đồng nghiệp của bạn:

- Gọi video và âm thanh miễn phí cho người dùng Zalo khác.
- Ghi âm và gửi tin nhắn thoại.

...

- Gửi ảnh, video, sticker, GIF, tin nhắn vị trí và nhiều hơn nữa.
- Chia sẻ trạng thái và khoảnh khắc với chức năng Nhật ký.

Chỉ với một tài khoản Zalo, bạn có thể trò chuyện trên điện thoại, máy tính bảng hoặc máy tính cá nhân. Mọi trò chuyện đều được đồng bộ hóa trên các thiết bị của bạn.

1. Sử dụng Zalo hiệu quả

Nếu bạn thường xuyên sử dụng Zalo để liên lạc với bạn bè hoặc làm việc, hãy thử những cách này để phát huy tối đa công dụng của Zalo:

Cập nhật thường xuyên: Để có trải nghiệm tốt nhất, hãy đảm bảo bạn luôn sử dụng phiên bản cập nhất mới nhất của Zalo.

Kiểm tra phiên bản: Nếu bạn không chắc đang sử dụng phiên bản Zalo nào, hãy kiểm tra bằng cách vào phần cài đặt để cập nhật phiên bản mới nhất.

Kết nối với đường truyền Internet ổn định: Để có được chất lượng cuộc gọi thoại hoặc video rõ ràng, sắc nét hãy đảm bảo đường truyền Internet luôn thông suốt.

2. Nhắn tin qua Zalo khác gì nhắn tin truyền thống?

SMS là tin nhắn văn bản truyền thống được mặc định trên hầu hết thiết bị điện thoại. Tin nhắn SMS bạn gửi đi có thể bị tính phí nếu không đăng ký đúng gói cước. Tin nhắn SMS cũng thường chỉ ở dạng văn bản, thiếu đi những tiện ích như gửi ảnh album, tin nhắn thoại,... vốn đã trở thành một phần không thể thiếu của cuộc sống ngày nay.

Với Zalo, bạn có thể thoải mái nhắn, gọi, gửi ảnh, chia sẻ file và sử dụng nhiều tính năng đa dạng ngay trong ứng dụng - hoàn toàn miễn phí.

3. Các loại tin nhắn có thể gửi trên Zalo

Với Zalo, ngoài tin nhắn văn bản, tin nhắn thoại, ảnh và video, bạn còn có thể chia sẻ thông tin dưới nhiều hình thức khác nhau. Dưới đây là một số hình thức phổ thông hiện nay:

Vị trí

Nhấn vào biểu tượng giọt nước

Chọn Vị trí và gửi địa chỉ

Chia sẻ đường đi nếu bạn thích.

Tài liệu

Nhấn vào biểu tượng kẹp giấy (Tài liệu)

Chọn Tài liệu bạn muốn gửi (tệp word, excel, pdf....).

Danh thiếp

Chọn Danh thiếp

Gửi số điện thoại bạn muốn chia sẻ

Có thể tạo nhóm để giới thiệu hay chat nhóm.

Hình vẽ

Chọn Hình vẽ

Nhấn mũi tên gửi hình bạn vừa vẽ xong.

Kiểu chữ

Chọn kiểu chữ để thay đổi font chữ yêu thích, dễ nhìn.

@GIF

Chọn GIF để gửi hình động cho cuộc trò chuyện thêm sinh động.

@MP3

Chọn MP3 để chia sẻ cùng nhau nghe bài nhạc bạn yêu thích.

@GUGGY

Chọn GUGGY chọn sticker có chữ mình muốn.

@STICKER

Thu âm

Nhấn Thu âm, giữ để thu và gửi.

4. Quy định về việc đặt tên trên Zalo

Tên Zalo nên là tên thật hoặc tên thân mật. Ngoài ra, tên Zalo cần tuân thủ các quy định sau:

Không được chứa từ ngữ nhạy cảm, thô tục, kinh dị, kích động bạo lực, tạo thù hằn, phân biệt chủng tộc, giới tính.

Không được chứa hoặc trùng từ ngữ, tên riêng của tổ chức chính trị, tổ chức địa phương và danh nhân lịch sử.

Không được chứa từ ngữ, tên riêng gây hiểu nhầm có liên quan đến ngân hàng, tổ chức tài chính, tín dụng, cho vay.

Có thể gửi rất nhiều định dạng tin nhắn khác nhau trên ứng dụng Zalo

Không được chứa từ ngữ, tên riêng

trùng với tên thương mại hoặc nhãn hiệu có đăng ký và được bảo hộ theo pháp luật Việt Nam hoặc bất cứ quốc gia và vùng lãnh thổ nào khác trên thế giới.

Không được chứa từ ngữ, tên riêng gây hiểu nhầm là thương hiệu của Zalo và các thương hiệu liên quan đến Zalo.

Tuân thủ các chính sách khác về Điều khoản sử dụng của Zalo (vui lòng xem các cập nhật theo thời gian thực của Zalo).

Trong trường hợp người dùng vi phạm các quy định đặt tên, Zalo sẽ tự động gỡ bỏ kèm thông báo. Nếu người dùng tiếp tục vi phạm có thể dẫn đến khóa tài khoản Zalo.

5. Zalo PC và những tính năng chính

Làm việc qua Zalo luôn mang lại hiệu quả vượt trội cho giới văn phòng, đặc biệt là trên Zalo máy tính bởi tính năng tiện lợi của Chat Nhóm như trao đổi thông tin dung lượng lớn và nhanh chóng. Không chỉ ngừng ở đó, người dùng cần có thêm Zalo Điện thoại trong chiếc smartphone - vật bất li thân của mình giúp triệt để quản lí và sử dụng những tính năng tiện ích ở bất cứ nơi nào!

* Tính năng đồng bộ mọi dữ liệu giúp bạn kết nối mọi lúc trên mọi thiết bị

Dù là ở văn phòng, ở nhà hay đang hội họp bạn bè ngoài hàng quán thì bạn cũng có thể kiểm tra, phản hồi, tìm kiếm những tin nhắn, file được nhận đến từ một trong các thiết bị của bạn.

* An toàn bảo mật tuyệt đối

Bạn có thể đặt mật khẩu đảm bảo cho tài khoản Zalo của mình và đăng nhập để xác minh danh tính trước khi mở ứng dụng ở các thiết bị khác.

* Gửi file, nhận file nhanh chóng, lưu trữ lâu dài trong kho media

Gửi file và nhận file dung lượng lớn một cách dễ dàng, không cần qua các ứng dụng lưu trữ trung gian. Ngoài ra, công cụ quản lý, tìm kiếm file theo tên, ngày gửi và người gửi vô cùng tiện lợi giúp bạn tìm thấy file nhanh chóng hơn.

Nếu bạn chưa sở hữu đủ hai phiên bản này thì nhanh chóng tải ngay về điện thoại và máy tính của mình nào! Một bước dễ dàng khiến công việc, trò chuyện hằng ngày trở nên dễ quản lý hơn bao giờ hết!

* Đồng bộ danh bạ với Zalo PC

Danh bạ của bạn sẽ tự động đồng bộ hóa với PC. Nếu bị mất một số liên lạc sau khi đồng bộ, hãy làm theo các cách sau:

Kiểm tra kết nối Internet của bạn trên cả điện thoại và máy tính. Thoát Zalo PC và vào lai.

Khởi động lại cả điện thoại và máy tính.

6. Quyền riêng tư của bạn trên Zalo

Cài đặt quyền riêng tư: Để thay đổi các cài đặt quyền riêng tư:

* Bạn bè

Tự động thêm bạn bè từ danh bạ: Nếu bật tính năng này, Zalo sẽ tự động đồng bộ liên hệ bạn bè thông qua danh bạ điện thoại.

Nhận lời mời kết bạn từ các nguồn: Quản lý các nguồn bạn có thể nhận lời mời kết bạn.

Hiển thị trạng thái truy cập: Nếu tắt, bạn bè không thấy trạng thái truy cập của bạn, và bạn cũng không thể thấy khi bạn bè truy cập.

* Tin nhắn

Hiển thị trạng thái "Đã xem": Nếu tắt, người khác không thấy khi bạn đã xem tin nhắn, và bạn cũng không thể thấy khi người khác đã xem tin nhắn.

Nhận tin nhắn từ người lạ: Nếu tắt, người lạ không thể gửi tin nhắn cho bạn.

* Nhật ký và khoảnh khắc

Cho người lạ bình luận: Nếu tắt, người lạ không thể bình luận trên các bài đăng của bạn.

Cho người lạ xem ảnh: Nếu tắt, người lạ không thể xem ảnh bạn đăng trên Nhật ký.

Cho người lạ xem 10 nhật ký mới nhất: Nếu bật, người lạ chỉ có thể xem 10 bài đăng mới nhất trên Nhật ký của bạn.

Cho phép bạn bè xem nhật ký: Giới hạn bài đăng trên Nhật ký theo thời gian đối với bạn bè.

* Cuộc gọi thoại và video

Nhận cuộc gọi từ người lạ: Nếu tắt, người lạ không thể gọi cho bạn.

Hiển thị ngày sinh: Lựa chọn có hiển thị ngày sinh hay không và hình thức hiển thị.

7. Xác thực tài khoản Zalo

Xác thực tài khoản giúp nâng cao bảo mật cho tài khoản Zalo và Official Account của bạn. Các nhóm của bạn sẽ được mở rộng giới hạn thành viên lên 1000 người sau khi xác thực hoàn tất.

* Xác thực khi đã có tài khoản Zalo

Nhập từ khóa **Zalo Bảo mật** vào thanh tìm kiếm.

Bấm vào dòng "Zalo Bảo Mật" (có biểu tượng Zalo OA tích vàng).

Chọn "Xác thực tài khoản".

Tải lên hoặc chụp ảnh mặt trước và mặt sau của chứng minh nhân dân/căn cước công dân.

Bấm **Hoàn tất**.

* Lưu ý:

Ảnh giấy tờ tùy thân cần có: ảnh mặt, số giấy tờ, họ tên và các thông tin khác trên giấy tờ tùy thân.

23:30	u" ≑∎
< Quyển riêng tư	
Cá nhân	
🗐 Sinh nhật	>
Hiện trạng thái truy cập	Đạng bật
Tin nhân và cuộc gọi	
😡 Hiện trạng thái "Đã xem"	Đang tắt
Cho phép nhắn tin	Mọi người
Nghiên Sống chiến Sống chiến Sống chiến Sống chiến Sống chiến thế	Bạn bẻ và người lạ từng liên hệ
Nhật ký	
Cho phép xem và bình luận	
🖉 Chặn và ẩn	э
Nguồn tìm kiếm và kết bạn	
Tự động kết bạn từ danh bạ Thêm liên hệ vào danh bạ Zalo kỉ lưu số nhau trên máy	máy hì cả 2 đầu 🌘
an lý nguồn tìm kiếm và k	ết bạn >
Quyển của tiện ích	-0

Cài đặt riêng tư, mục "Bạn Bè – Tin Nhắn – Nhật kí và Khoảnh khắc".

Ảnh giấy tờ tùy thân cần nằm gọn trong khung hình.

Mọi thông tin về giấy tờ tuỳ thân của bạn chỉ được Zalo sử dụng để xác thực và đối chiếu. Việc sử dụng và lưu trữ thông tin giấy tờ tuỳ thân của bạn được đảm bảo theo quy định tại Điều khoản sử dụng của Zalo.

Để chỉnh sửa hay cập nhật thông tin:

Nếu thông tin và hình ảnh rõ ràng đầy đủ, bạn sẽ nhận được thông báo xác thực thành công qua Official Account Zalo Bảo mật sau vài phút.



Zalo OA Bảo Mật

Nếu thông tin hoặc hình ảnh

không rõ ràng, bạn sẽ nhận thông báo xác thực không thành công. Bấm **Thử lại ngay** để bắt đầu lại quá trình xác thực tài khoản.

* Xác thực khi tạo tài khoản Zalo mới

Khi đăng ký tài khoản mới và hoàn thành bước tạo ảnh đại diện, bạn sẽ được dẫn đến trang Xác thực tài khoản. Bấm **Xác thực ngay** và tiến hành các bước nhập thông tin như hướng dẫn trên.



8. Thêm bạn bè trên Zalo

Danh bạ điện thoại của bạn sẽ tự động xuất hiện trong Zalo. Nếu danh bạ của bạn không thể đồng bộ với Zalo, bạn hãy thử các cách sau:

Cập nhật ngay phiên bản mới nhất của Zalo.

Kéo từ góc trên màn hình rồi thả ra để làm mới danh bạ Zalo.

Kiểm tra xem Zalo đã được cấp quyền truy cập danh bạ của bạn hay chưa.

Thử xóa và thêm lại một liên hệ.

Khởi động lại máy. Nếu vẫn không thành công, hãy thử xóa Zalo khỏi máy và cài đặt lại.

* Thêm bạn bằng số điện thoại hoặc mã QR

Cách 1: Thêm bạn bằng số điện thoại

Nhập số điện thoại vào thanh tìm kiếm.

Bấm **Kết bạn** để gửi lời mời kết bạn.

Cách 2: Thêm bạn bằng cách quét mã QR

Mở mã QR trên Zalo ở máy của người bạn muốn thêm.

Trên máy của bạn, bấm + trên thanh tìm kiếm.

Bấm Quét mã QR.

Quét mã QR của người bạn muốn thêm.

* Xóa bạn hoặc chặn liên hệ

Xóa bạn hoặc chặn liên hệ trên iPhone, iPad:

Vào Danh bạ, vuốt sang trái liên hệ bạn muốn xóa hoặc chặn.

 Username thuanymarketing
Mã QR của tối
Nhóm chung
Danh thiếp Zalo

Người là có thể gửi lời mời kết ban qua những nguồn này.

< Quản lý nguồn tim kiếm và kết bạr

Cho phép người lạ tìm thấy và kết bạn qua

số điện thoại

+84904983245

Cho phép người lạ kết ban

.

Gợi ý "Có thể bạn quen"

Bạn có thể thêm Bạn bè từ nhiều nguồn khác nhau

Bấm Xóa để xóa bạn.

Xóa bạn hoặc chặn liên hệ trên máy Android:

Vào Danh bạ, bấm giữ liên hệ bạn muốn xóa hoặc chặn.

Bấm Xóa bạn để xóa bạn hoặc bấm Chặn người này để chặn.

* Chia sẻ danh thiếp trong trò chuyện

Trong trò chuyện bất kỳ, chọn người muốn chia sẻ danh thiếp và bấm gửi để gửi vào trò chuyện.

Giới thiệu bạn bè

Mở trang cá nhân của người bạn muốn giới thiệu cho người khác. Chọn người bạn muốn giới thiệu đến và bấm gửi.

Chia sẻ danh thiếp trên Zalo PC

Trong trò chuyện bất kỳ, bấm biểu tượng **Gửi danh thiếp**.

Chọn người muốn chia sẻ danh thiếp và bấm **Gửi danh thiếp**.

Hãy ghi chép lại những điều bạn học được trong chương này, kèm theo các câu hỏi (nếu có) phía dưới nhé:

.....

.....

.....

.....

Liên hệ tác giả khi có câu hỏi hoặc bạn muốn cập nhật thêm các kiến thức Marketing mới nhất bằng cách quét QR Core dưới đây. (Nhớ ấn nút "Quan Tâm" để nhận Quà)





CÁC TÍNH NĂNG NÂNG CAO TRÊN ZALO

1. Gửi tin nhắn cho nhiều người cùng lúc trên Zalo

* Chuyển tiếp tin nhắn đến nhiều người trên điện thoại

Trong trò chuyện bất kỳ, bấm giữ tin nhắn bạn muốn gửi. Bấm Chuyển tiếp.

Chọn trò chuyện hoặc nhóm và bấm gửi.

Chuyển tiếp tin nhắn đến ứng dụng khác

Bấm giữ vào tin nhắn bạn muốn gửi cho người khác.

Bấm Chuyển tiếp.

Bấm App khác.

* Chuyển tiếp tin nhắn đến nhiều người trên máy tính

Cách 1:

Di chuyển con trỏ chuột đến tin nhắn và bấm Chia sẻ.

Chọn người muốn gửi và bấm Chia sẻ.

Cách 2:

Bấm chuột phải vào tin nhắn và bấm **Chia sẻ**. Chọn người muốn gửi và bấm **Chia sẻ**.



Minh họa cách chuyển tiếp tin nhắn trên máy tính (PC)

* Gửi nhiều tin nhắn cùng lúc

Bấm chuột phải vào tin nhắn và bấm **Chọn nhiều tin nhắn**. Chọn các tin nhắn muốn chuyển tiếp.

Bấm Chuyển tiếp ở ô soạn tin nhắn.

* Lưu ý khi sử dụng tính năng gửi tin nhắn hàng loạt

Hãy lưu ý khi sử dụng tính năng gửi tin nhắn hàng loạt. Các hành vi spam tin nhắn hoặc gửi nhiều tin nhắn có nội dung vi phạm Điều khoản sử dụng Zalo sẽ bị xử lý.

2. Chặn tin nhắn spam trên Zalo

Tin nhắn spam là các tin nhắn được gửi đi hàng loạt đến nhiều người với nội dung quảng cáo, nhảm nhí, thậm chí là lừa đảo. Nội dung này sẽ giúp bạn kiểm soát các tin nhắn spam trên Zalo để có thể có được trải nghiệm tốt nhất.

* Không nhận tin nhắn từ tất cả người lạ



Bạn có thể Bật/Tắt chế độ "Nhận tin nhắn từ người lạ" để hạn chế Spam

Người lạ có thể gửi tin nhắn spam cho bạn. Để không nhận tin nhắn từ tất cả người lạ, làm theo các bước sau:

Vào trang **Quyền riêng tư** bằng cách: Cá nhân => Cài đặt => Quyền riêng tư

Dưới mục Tin nhắn, bấm tắt Nhận tin nhắn từ người lạ.

* Chặn tin nhắn của một người lạ

Nếu bạn bật Nhận tin nhắn từ người lạ, bạn có thể chặn tin nhắn của một người lạ theo các bước sau:

Vào **Tin nhắn từ người lạ** bằng cách: Tin nhắn => Tin nhắn từ người lạ

Chọn trò chuyện của người lạ muốn chặn, vào **Tùy chọn**.

Bấm **Chặn tin nhắn**.

Bấm **Báo xấu** để báo xấu người này với Zalo.

* Chặn tin nhắn từ bạn bè

Nếu bạn bè gửi tin nhắn spam cho bạn, bạn có thể chặn tin nhắn của bạn bè bằng cách:

Vào trang **Tin nhắn**, chọn trò chuyện của bạn bè muốn chặn.

Vào **Tùy chọn**, bấm **Chặn tin nhắn**.

Bấm **Báo xấu** để báo xấu người này với Zalo.

3. Tin nhắn broadcast

Broadcast là tin miễn phí cho phép OA gửi thông tin thông báo các chương trình khuyến mãi, sự kiện, sản phẩm mới,... của doanh nghiệp đến người quan tâm theo hạn mức quy định. Nội dung dưới đây sẽ hỗ trợ doanh nghiệp cách tạo và gửi tin broadcast thành công đến người quan tâm.

3.1. Các bước gửi broadcast

* Bước 1:

Truy cập trang quản lý **https://oa.zalo.me/manage/oa**, chọn tài khoản OA muốn thực hiện gửi broadcast.

· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·				
70	6	OB	aci A	200
2.0	o	Chris		
-	-			

luan	lý Official Account					
i ci	fore him fore Dan	g shat always During by Street				Tae Official Account
	(8.3)	The official Account	Date and shift	Trang that	repairies	
ŧ.	31203820010024076 13	Thugo Y Maderling Technological Sector (1997)	Disevi rytićp	Dang heat drog	During Tring	This Bet Address
2	41070711943380240 42	Thuận Ý Spa Ter Mode giệt Hong	Down sphilp	Deschartfing	Their Y	Tell Bro Admin
	14402056270198247	Pégno	Disariti Kalkeler	East hist feet	Pater	This like Aritist

Chọn tài khoản OA muốn thực hiện gửi Broadcast

* Bước 2:

Tại thanh công cụ, chọn biểu tượng Broadcast, chọn gửi broadcast. Nội dung được phép gửi bao gồm bài viết, video, sản phẩm; có thể chọn tối đa 5 nội dung.



Bạn có thể chọn gửi tối đa 5 nội dung

* Bước 3:

Thiết lập đối tượng gửi và đặt lịch gửi (tùy chọn).

Đối tượng gửi: Cho phép lựa chọn đối tượng nhận tin theo các yếu tố vị trí, độ tuổi, giới tính, nền tảng thiết bị... Đặc biệt, cho phép gửi tin Broadcast hướng đến khách hàng đã được gắn nhãn ghi chú ở mục **chat** khi khách hàng quan tâm OA.

Đặt lịch gửi: Cho phép lựa chọn thời gian cụ thể để tin được gửi đến khách hàng.



Chọn "Đối tượng gửi" và "Đặt lịch gửi" với tin nhắn Broadcast

* Bước 4:

Sau khi thiết lập tin, nhấn nút gửi tin ở phía cuối màn hình để hoàn tất quá trình gửi tin.

Có 2 lựa chọn: Xem trước và gửi ngay

Xem trước: Cho phép người soạn tin xem lại tin trước khi gửi tin đến khách hàng (Lưu ý: Để thêm số điện thoại xem trước tin, bạn chọn Phần Quản lý > Thông tin tài khoản > Thiết lập tài khoản > Số điện thoại xem trước tin tức).

Gửi ngay: Tin Broadcast sẽ được gửi đến hệ thống chờ kiểm duyệt trước khi gửi đến khách hàng.

Lưu ý: Thời gian gửi mỗi tin Broadcast phải cách nhau ít nhất 30 phút.

3.2. Quản lý tin Broadcast

Lịch sử: Thể hiện danh sách các tin Broadcast đã tạo, mỗi tin thể hiện số người đã gửi, số người nhận được tin, số lượt xem và trạng thái tin.

Nháp: Lưu trữ các tin Broadcast đã tạo nhưng chưa gửi.

Đặt lịch gửi: Thể hiện danh sách các tin Broadcast theo thời gian gửi đã chọn.



Quản lý tin Broadcast một cách dễ dàng

3.3. Lưu ý khi gửi tin Broadcast

* Vì sao tin Broadcast của tôi bị báo gửi thất bại?

Thông báo này xuất hiện khi bạn gửi số lượng tin quá hạn mức cho phép. Theo quy định, tài khoản OA doanh nghiệp được phép gửi 20 tin/tháng (có thể nhiều hơn trong một số trường hợp trả phí), nếu gửi tin nhắn vượt số lượng này, hệ thống sẽ tự động từ chối tin của bạn và thông báo tin gửi thất bại.

* Vì sao số lượng người nhận tin Broadcast lại thấp?

Tài khoản thường có hạn mức gửi tin là 20 tin/tháng và hạn mức người quan tâm nhận tin là 1 tin/tháng.

Tài khoản xác thực có hạn mức gửi tin là 40 tin/tháng và hạn mức người quan tâm nhận tin là 4 tin/tháng.

A Trang chủ	Chuel (Chatter	l Nội theng	រ៉េរៀ Thông kệ	Outier Ny	Guileng cita	III Rhic∪	🌲 🛛 🥌 Thuận Ý Marketing 🗸
Tạo br	oadcast						🛞 Soạn bài viết m	di
Bai viêt	Video	¢	Q. Georch tên	bbi viêt		Lọc theo thời g	iin G	Hen milt tiep sin duot tinh bang Sa buring nguati quan tim nhiên vill Sa hương Broadcast khách bảng có thể nhiện hiếng tháng.
	Thời gian tạo	н	inh đại diện	Tên bài s	ARL	Trong thái	Hành độ	Ví dụ: CA có 1000 người quan tâm và đang sử dụng gồi Năng cáo với hạn mức 4 Broadcast khách hàng có thể
1	02/02/2024 20	46		Hosthar	nh liðu	Hiden	Eó chạn	n Vhận/tháng thị sẽ có tổng hạn mức tiếp cặn là: 1000% = 4000/tháng.
÷.	52,03,0554.73		「「「	Mercede	es Benz	10000	1000	Hạn mức tiếp cần 🛞

Tài khoản Zalo OA xác thực hạn mức gửi tin nhắn Broadcast là 40 tin/ tháng.

Vì sự chênh lệch này nên khi người gửi thực hiện gửi tin Broadcast đến những người nhận đã nhận đủ tin trong tháng thì tin Broadcast này sẽ không được gửi đến nữa, dẫn đến số lượng người nhận tin Broadcast thấp.

* Tôi có thể thu hồi tin Broadcast được không?

Khi đã thực hiện gửi tin lên hệ thống thì bạn không thể thu hồi tin Broadcast.

* Vì sao tôi nhận được thông báo từ chối tin Broadcast?

Khi bạn nhận được 1 trong 2 thông báo sau:

Nội dung tin nhắn không phù hợp với danh mục đã đăng ký: Tin Broadcast có nội dung không liên quan với loại hình kinh doanh/ sản phẩm mà OA đã đăng ký với Zalo Official Account.

Nội dung tin nhắn không phù hợp với điều khoản hoạt động của Zalo Official Account: Tin Broadcast vi phạm quy định OA.

4. Kĩ thuật sử dụng tính năng chat nhóm

4.1. Thêm/mời thành viên vào nhóm

Để thêm thành viên vào nhóm bạn có thể tự thêm thành viên đó hoặc gửi link mời tham gia nhóm.

* Thêm thành viên mới vào nhóm

Vào **kho lưu trữ nhóm** bằng cách:

Nhấn vào tên nhóm hoặc nhấn vào biểu tượng thêm 📃

Bấm Thêm thành viên 🚉

* Mời vào nhóm qua link

Vào kho lưu trữ nhóm bằng cách:

Nhấn vào tên nhóm hoặc nhấn vào biểu tượng thêm 📃

Kéo xuống Link tham gia nhóm, bấm Chia sẻ link hoặc Tạo link

Bấm chọn người bạn muốn mời vào nhóm

Bấm mũi tên 🍉 để chia sẻ link.

Sau khi chia sẻ, link tham gia nhóm sẽ được gửi tới người đã mời. Người đó chỉ cần bấm để tham gia nhóm của bạn. Trong trường hợp người đó không dùng Zalo, bạn có thể sao chép link ở bước 2. Khi họ nhấn vào liên kết, họ sẽ được chuyển hướng đến cửa hàng ứng dụng của họ để tải Zalo. Khi họ đã tải xuống và kích hoạt Zalo, thì họ sẽ được chuyển thẳng đến nhóm.

* Trưởng nhóm gửi link mời tham gia nhóm

Khi bạn là trưởng nhóm, bạn có thể mời trực tiếp mà không cần sao chép link.

Vào **kho lưu trữ nhóm** bằng cách:

Nhấn vào tên nhóm hoặc nhấn vào biểu tượng thêm 📃

Kéo xuống **Link tham gia nhóm**, bấm **Chia sẻ link** hoặc **Tạo link** Bấm chọn người bạn muốn mời vào nhóm.

Bấm mũi tên 🍉 để chia sẻ link.

Sau khi chia sẻ, link tham gia nhóm sẽ được gửi tới người đó qua Zalo. Chỉ cần bầm để tham gia nhóm của bạn.

Trong trường hợp người đó không dùng Zalo, bạn có thể sao chép link ở bước 2. Khi họ nhấn vào liên kết, họ sẽ được chuyển hướng đến cửa hàng ứng dụng của họ để tải Zalo. Khi họ đã tải xuống và kích hoạt Zalo, thì họ sẽ được chuyển thắng đến nhóm.

* Vô hiệu hóa link mời vào nhóm

Vào kho lưu trữ nhóm bằng cách:

Nhấn vào tên nhóm hoặc nhấn vào biểu tượng thêm Kéo xuống **Link tham gia nhóm**, bấm vào biểu tượng thêm Bấm **Đổi link nhóm** hoặc **Hủy link nhóm**

4.2. Lịch nhóm

Quá nhiều thứ phải bận tâm hằng ngày khiến bạn quên mất những ngày kỉ niệm ý nghĩa hay buổi họp mặt gia đình, người thân, bạn bè...? Giờ đây bạn không cần lo lắng nữa, bởi tính năng Lịch nhóm sẽ ghi nhớ và nhắc nhở bạn.

* Lịch nhóm - nhắc nhở về những sự kiện gia đình

Đây là một tính năng hữu ích dành cho các nhóm chat, đặc biệt là các nhóm gia đình. Lịch nhóm tổng hợp tất cả các sự kiện theo cả Âm lịch và Dương lịch thành một lịch chung. Nhờ vậy, các thành



trong nhóm

viên dễ dàng theo dõi và không bỏ sót bất kì hoạt động nào.

Trong lịch nhóm có 2 phần là Nhắc hẹn và Ngày kỉ niệm hằng năm. Nhắc hẹn phù hợp cho các sự kiện như họp mặt, đi du lịch hay nhắc việc. Còn ngày kỉ niệm giúp bạn theo dõi các ngày quan trọng lặp lại hằng năm như ngày cưới, ngày giỗ, sinh nhật các thành viên ...

* Tạo Ngày kỉ niệm - gìn giữ truyền thống gia đình

Ngày kỉ niệm sẽ giúp thông báo các hoạt động hằng năm như kỉ niệm đám cưới, ngày giỗ, sinh nhật... Tính năng này sẽ nhắc trước và trong sự kiện để cả nhà ghi nhớ.

Chỉ cần 3 bước đơn giản để tạo một Ngày kỉ niệm:

Bước 1: Mở **Tùy chọn nhóm**, đi tới mục **Bảng tin nhóm**, chọn **Nhắc hẹn và Ngày kỉ niệm.**

Bước 2: Bấm Tạo kỉ niệm.

Bước 3: Điền tiêu đề Ngày kỉ niệm, chọn thời gian diễn ra theo ngày Âm hoặc Dương và bấm **Tạo.** Hằng năm, Zalo sẽ tự động nhắc nhở cả nhà.



Chi tiết cài đặt Nhắc hẹn và Ngày kỉ niệm trong nhóm



Chi tiết cách tạo nhắc hẹn và tạo kỉ niệm trong nhóm

4.3. Cách tải dữ liệu về máy

Từ trò chuyện nhóm, ở góc phải màn hình, bấm **i**≡ > **Ảnh, link, file đã gửi**.

Tải ảnh, video, file về máy:

Với ảnh và video, chọn mục muốn tải, bấm <u>J</u> để tải hoặc > **Lưu về máy**.

Với file, tìm file muốn tải, bấm •••• > **Tải về**.

* Cách lưu vào Cloud của tôi

Cách 1: Từ trò chuyện, bấm giữ tin nhắn muốn lưu và chọn **Lưu Cloud.**

Cách 2: Từ trò chuyện, bấm giữ tin nhắn muốn lưu và chọn Chuyển tiếp > Cloud của tôi > D Gửi.

Lưu ý: File lớn hơn 100MB chỉ được lưu 7 ngày trong Cloud của tôi. Sau khi đã hết hạn, bạn chỉ có thể xem lại file nếu đã tải về máy.

* Chính sách lưu trữ ảnh, file trong nhóm Zalo

Nội dung trò chuyện bạn đã xem chỉ lưu trên điện thoại bạn đang dùng. Nếu đổi máy hoặc xóa Zalo, bạn có thể sẽ không xem được những nội dung này.

Bạn nên làm gì?

Hạn chế đổi máy, xóa Zalo.

Chủ động tải về máy các ảnh, video, file quan trọng hoặc lưu vào Cloud của tôi theo hướng dẫn trên.

Sao lưu tin nhắn thường xuyên.

Lưu ý: Với trò chuyện nhóm, hiện Zalo chỉ hỗ trợ sao lưu, khôi phục tin nhắn văn bản. Tính năng sao lưu, khôi phục ảnh nhóm đang được phát triển.

Tải về máy

Từ trò chuyện nhóm, vào **Tùy chọn > Ảnh, link, file đã gửi > Bộ sưu tập**.

Chọn bộ sưu tập chứa nội dung cần tải về máy.

Tải ảnh và file về máy:

Với ảnh và video, bấm > **Chọn mục**. Chọn ảnh và video muốn tải, bấm **Tải về**.

Với file, bấm •••• > **Tải về**.

Lưu vào Cloud của tôi

Từ trò chuyện nhóm, vào **Tùy chọn** > **Ảnh, link, file đã gửi** > **Bộ sưu tập**.

Chọn bộ sưu tập chứa nội dung cần lưu vào Cloud của tôi.

Lưu ảnh và file vào Cloud của tôi:

Với ảnh và video, bấm > Chọn mục. Chọn ảnh và video muốn lưu, bấm Chia sẻ > Cloud của tôi.

Với file, bấm *** > Chia sẻ > Cloud của tôi.

4.4. Quyền tin nhắn

Trong trường hợp không muốn thành viên mới đọc được các tin nhắn mọi người đã gửi vào nhóm trước đây, bạn có thể tắt tính năng **Thành viên mới xem được tin nhắn cũ.**

Để truy cập tính năng này, **bạn cần có quyền trưởng hoặc phó nhóm**, sau đó thực hiện theo hướng dẫn sau:

Bấm vào nút Thêm (...) nằm trên cùng góc phải của màn hình trò chuyện nhóm.

Tìm mục Cài đặt nhóm.

Tắt/Bật mục Thành viên mới xem được tin nhắn cũ thuộc phần **Cài đặt tin nhắn.**

Tại trạng thái **Tắt**, thành viên mới sẽ không nhận được các tin nhắn trước thời điểm họ tham gia nhóm.

Tại trạng thái **Bật**, thành viên mới sẽ nhận được các tin nhắn trước thời điểm họ tham gia nhóm. Mọi thành viên sẽ xem được toàn bộ lịch sử Kho lưu trữ, bao gồm các hình ảnh, link, file được gửi trước thời điểm họ tham gia nhóm.

* Chú ý:

Trưởng và phó nhóm sẽ luôn nhìn được đầy đủ lịch sử tin nhắn và kho lưu trữ để quản lý nhóm dễ dàng hơn.

Tất cả thành viên đều xem được các nội dung dưới đây, cho dù quyền xem lịch sử tin nhắn và kho lưu trữ đã tắt:

Mọi nội dung nằm trong bộ sưu tập trong kho lưu trữ, kể cả các mục được gửi vào nhóm trước thời điểm thành viên tham gia nhóm.

Mọi nội dung trong lịch nhóm và bảng tin nhóm, như các nhắc hẹn, bình chọn, tin nhắn đã ghim và ghi chú.

* Giới hạn quyền nhắn tin là gì?

Khi bật giới hạn quyền nhắn tin, chỉ trưởng hoặc phó nhóm được gửi tin nhắn. Các thành viên khác của nhóm không thể nhắn tin. Loại nhóm này thường được sử dụng để làm bảng thông báo cho cộng đồng chung cư, lịch học, tin quảng cáo, v.v.

Ngoài quyền nhắn tin, thành viên trong nhóm Zalo còn có các quyền: ghim tin nhắn, tạo bình chọn, sửa thông tin nhóm, v.v. Trưởng nhóm và phó nhóm cũng có thể giới hạn đối tượng có quyền thực hiện các hành động này.

Cách thiết lập quyền nhắn tin của thành viên

Trưởng nhóm và phó nhóm có thể điều chỉnh quyền nhắn tin của thành viên theo các bước sau:

Bấm vào tên nhóm hoặc biểu tượng thêm 📃

Vào Cài đặt nhóm > Quyền gửi tin nhắn.

Các bước này có thể được áp dụng tương tự cho các quyền khác của thành viên.

Hãy ghi chép lại những điều bạn học được trong chương này, kèm theo các câu hỏi (nếu có) phía dưới:

Liên hệ tác giả khi có câu hỏi hoặc bạn muốn cập nhật thêm các kiến thức Marketing mới nhất bằng cách quét QR Core dưới đây. (Nhớ ấn nút "Quan Tâm" để nhận Quà)


⊷ 36 **→**



ZALO OFFICIAL ACCOUNT (ZALO OA)

1. Quy định về đặt tên Zalo OA

Tên OA doanh nghiệp được đặt theo mối liên hệ với doanh nghiệp hoặc hộ kinh doanh và không vi phạm Chính sách của Zalo.

* Định dạng tên OA

Tên OA cần được đặt theo định dạng sau: **Tên OA =** [**Tiền tố**] + **Tên chính** + [**Hậu tố**]

Tên chính bắt buộc phải là 1 trong 3 loại tên sau:

Tên doanh nghiệp hoặc hộ kinh doanh trên Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh (ĐKKD);

Tên nhãn hiệu/ thương hiệu đã có Giấy chứng nhận từ Cục Sở Hữu Trí Tuệ;

Tên giao dịch khác là tên của loại hình dịch vụ, sản phẩm, dự án mà doanh nghiệp hoặc HỘ KINH DOANH đang kinh doanh, và không thuộc 2 cách đặt tên trên.

Tiền tố và hậu tố: Là các từ ngữ bổ sung thêm để làm rõ loại hình doanh nghiệp, ngành nghề, dịch vụ, sản phẩm, chi nhánh.

* Quy định khác về tên OA

Tên OA phải bao gồm ký tự chữ, có ít nhất 2 ký tự và không được quá 40 ký tự;

Tên OA không được chứa các ký tự đặc biệt (@*#?) emoji hoặc biểu tượng;

Nếu tên OA chứa các ký tự đặc biệt do đặt theo tên doanh nghiệp/ HỘ KINH DOANH hoặc tên thương hiệu/ nhãn hiệu đã có Giấy chứng nhận từ Cục Sở Hữu Trí Tuệ, vui lòng gửi kèm giấy tờ xác thực để được sử dụng tên OA này;

Tên OA là tiếng Việt thì không được viết liền, không dấu; Nếu tên OA đặt theo tên website/ tên miền thì cần đặt theo đầy đủ *địa chỉ tên miền* viết liền và không gồm ký tự đặc biệt (ví dụ: "ABCvn", "ABCcomvn");

Tên OA chỉ được viết hoa ký tự đầu tiên, tên riêng của doanh nghiệp hoặc địa danh;

Tên OA không được chứa các yếu tố giả mạo và mạo danh như Zalo/Zalo Shop/Zalo Ads, quản trị viên Zalo hay VNG;

Tên OA không được chứa các thông tin là đường dẫn website, số điện thoại;

Tên OA không được chứa các từ ngữ chung, không có mối liên hệ đến doanh nghiệp hoặc dich vụ/ sản phẩm của doanh nghiệp và dễ gây nhầm lẫn (Sức khỏe là vàng, Giấc ngủ lành mạnh, Số 1 Bình Dương, v.v.);

Tên OA đăng ký không được trùng với tên OA đã được đăng ký thành công trước đó từ cùng 1 số điện thoại;

Nếu tên doanh nghiệp/hộ kinh doanh có tên đăng ký mang ý nghĩa rộng, ví dụ: Thiết bị miền Nam, vui lòng thêm tiền tố là các từ ngữ như: công ty, doanh nghiệp, hộ kinh doanh/HỘ KINH DOANH, cửa hàng.

Lưu ý:

Cách đặt tên với tên OA thuộc lĩnh vực Bất động sản (BĐS) như sau:

Không cần tiền tố "Dự án"

Tên OA là ["Đất nền" + địa danh]: Ví dụ: "Đất nền Bình Định";

Tên OA là 1 BĐS đã hoàn công

Thêm tiền tố "Dự án"

Tên OA chung chung chỉ gồm địa danh như tỉnh, thành phố quận, huyện;

Ví dụ: "Dự án đất biển Vũng Tàu"

Tên OA là 1 dự án BĐS nhất định (có vị trí cụ thể khi tìm kiếm thông tin);

Tên OA là [Loại hình BĐS + tên thương hiệu (nằm trong danh sách thương hiệu)];

Ví dụ: "Dự án biệt thự Zalo"

Nếu tên OA không kèm thông tin loại hình BĐS/ hoặc chữ "Dự án" và có tên trùng thương hiệu lớn thì BAN QUẢN TRỊ ZALO OA sẽ gửi yêu cầu xác thực OA.

Sau khi đăng ký, OA đã tạo sẽ ở trạng thái "Đang chờ duyệt". Trong quá trình duyệt, BAN QUẢN TRỊ Zalo OA có thể yêu cầu bạn bổ sung thêm tiền tố và hậu tố để làm rõ tên OA hoặc yêu cầu cung cấp thêm giấy tờ để xác minh tên OA.

* Quy định về hình ảnh đại diện và ảnh bìa của Official Account

Hình ảnh phải là logo chính thức của doanh nghiệp/ tổ chức hoặc bảng hiệu của doanh nghiệp hoặc hình ảnh sản phẩm/ dịch vụ mà doanh nghiệp đang kinh doanh.

Lưu ý: Tên doanh nghiệp/ hộ kinh doanh trên bảng hiệu/ logo phải giống với tên của doanh nghiệp/ hộ kinh doanh hoặc hình ảnh sản phẩm, dịch vụ phải giống với sản phẩm, dịch vụ mà doanh nghiệp đang kinh doanh.

Không được sử dụng logo được bảo vệ bản quyền và hình ảnh không phù hợp, vi phạm pháp luật. Zalo có quyền gỡ hình ảnh đại diện/ ảnh bìa của OA nếu có tranh chấp, khiếu nại về bản quyền.

Không được sử dụng hình ảnh cá nhân, hình ảnh phản cảm, vi phạm thuần phong mỹ tục, pháp luật.

Không được sử dụng hình ảnh sao chép các tính năng của Zalo/ VNG nhầm gây hiểu lầm cho người xem.

2. Quy định về thông tin mô tả Zalo OA

Thông tin mô tả phải tối thiểu 20 ký tự, tối đa 500 ký tự. Tiếng Việt có dấu. Viết hoa chữ cái đầu tiên.

Thông tin mô tả phải liên quan đến tên OA, ngành nghề/ dịch vụ/ sản phẩm mà doanh nghiệp đang kinh doanh.

Thông tin mô tả không chứa những từ không phù hợp về mặt văn hóa và pháp lý hay gây phản cảm.

Thông tin mô tả không chứa các từ ngữ cấm trong ngành hàng thực phẩm chức năng, mỹ phẩm như (điều trị, trị, sinh lý, chữa, thuốc, thầy, bác sĩ..), các từ ngữ thể hiện sự cam kết không có kiểm chứng như cam kết hết bệnh, cam kết khỏi bệnh 100%,...

Thông tin mô tả không được chứa các ký tự đặc biệt (@*#&?...) mà không hỗ trợ nội dung mô tả.

Website được chèn trong phần mô tả phải phù hợp với tên OA và danh mục OA đăng ký.

3. Quy định về việc khóa Zalo OA

Ban Quản trị sẽ tiến hành việc khóa OA đối với các trường hợp sau:

OA vi phạm các quy định trong việc đăng bài và gửi tin nhắn đến người quan tâm nội dung hình ảnh phản cảm, các chương trình, sự kiện quà tặng không có thật.

OA không hoạt động và tương tác với người quan tâm trong thời gian 30 ngày.

OA không gửi đầy đủ thông tin đăng ký khi BAN QUẢN TRỊ gửi yêu cầu xác thực.

OA đang trong trường hợp giải quyết khiếu nại và tranh chấp.

OA đăng bán các sản phẩm không hỗ trợ kinh doanh theo quy định của pháp luật.

OA đăng thông tin sai lệch, không rõ ràng, nội dung có dấu hiệu lừa đảo.

Mức độ và thời gian khóa OA sẽ tùy vào mức độ vi phạm của OA và có thời gian tương ứng (2 tuần, 4 tuần và vĩnh viễn).

4. Quy định xác thực tài khoản

Dựa trên mối liên hệ giữa tên OA và tên đăng ký của Doanh nghiệp hoặc Hộ kinh doanh, vui lòng lựa chọn 1 trong 3 cách xác thực sau và gửi đến Ban Quản trị Zalo Official Account (BAN QUẢN TRỊ ZALO OA) bộ hồ sơ xác thực OA phù hợp:



Một số cách xác thực Zalo OA

*Quy trình xét duyệt xác thực OA

BAN QUẢN TRỊ ZALO OA sẽ xét duyệt yêu cầu xác thực OA theo quy trình và chính sách của BAN QUẢN TRỊ ZALO OA trong vòng 7 ngày làm việc, tuy nhiên trong một số trường hợp, có thể mất nhiều thời gian hơn;

Trong quá trình xét duyệt, BAN QUẢN TRỊ ZALO OA có thể yêu cầu OA cung cấp thêm thông tin hoặc các giấy tờ khác với mục đích đảm bảo Doanh nghiệp/Hộ kinh doanh đã đăng ký thành lập và đang hoạt động theo quy định của pháp luật Việt Nam;

Kết quả xét duyệt xác thực sẽ được gửi tin nhắn thông báo đến Quản trị viên của OA và thông báo mục "Tin nhắn hệ thống" trên trang admin OA

* Các bước cần thực hiện nếu OA bị từ chối xác thực

OA đọc kĩ phản hồi trong tin nhắn từ BAN QUẢN TRỊ ZALO OA để thực hiện xác thực lại bằng cách cung cấp lại Bộ hồ sơ xác thực, bao gồm: toàn bộ giấy tờ xác thực đã gửi trước đó cùng với giấy tờ/ thông tin được yêu cầu bổ sung thêm;

Nếu có thắc mắc khác hoặc khiếu nại, vui lòng gửi email đến oa@zalo.me để được giải đáp.

5. Zalo OA Doanh nghiệp

* OA Doanh nghiệp là gì?

OA Doanh nghiệp (tên đầy đủ là Zalo Official Account dành cho Doanh nghiệp) là tài khoản chính thức đại diện cho một Doanh nghiệp trên ứng dụng Zalo, cho phép Doanh nghiệp khai thác các tính năng của nền tảng Zalo để phục vụ người dùng tốt hơn. Có 2 loại tài khoản Doanh nghiệp:

Tài khoản thường (chưa xác thực): Là tài khoản của Doanh nghiệp (Công ty/ Tổ chức) đã đăng ký thành công theo quy định của OA nhưng chưa cung cấp các giấy tờ theo quy định để xác thực tài khoản.

Tài khoản xác thực: Là tài khoản Doanh nghiệp (Công ty/ Tổ chức/ Thương hiệu) đã đăng ký thành công và đã cung cấp đầy đủ các giấy tờ chứng minh theo quy định của Zalo, đã được Zalo kiểm tra và xác thực.

* Các tính năng của OA Doanh nghiệp

Nhấn vào đây để tải về tài liệu Hướng dẫn vận hành.

Tinh năng/ Dịch vụ	OA thường (chưa xác thực)	OA xác thực
Thanh menu	1	4
<u>Gùi tin nhắn</u> với khách hàng:		
 Tin phản hồi Tin chủ động (*) 	××	4
Gủi tin broadcast	√ Tổi đa 20 tin/tháng và mỗi người quan tầm nhân được tối đa 1 tin/tháng	Tải đa 40 tìn/tháng và mỗi người quan tâm nhân được tối đa 4 tìn/tháng
Người dùng có thể tim thấy tên OA từ thanh tìm kiểm trên ứng dụng Zalo	x	4
Lưu bài viết	√ Tối đa 30 ngày	
Zalo Chatbot	Х	1
Zalo Ads (*)	1	1
<u>Goi thoai</u>	X	1

(*) Đây là nhóm tính năng/dịch vụ có tính phí.

Các tính năng cơ bản của Zalo OA Doanh nghiệp

6. Hướng dẫn đăng ký tài khoản Zao OA - Doanh nghiệp

* Các bước đăng ký OA

Bước 1: Truy cập trang khởi tạo OA

Đăng nhập tài khoản trang OA theo đường dẫn *http://oa.zalo. me/manage*

Có 2 cách đăng nhập:

Đăng nhập bằng số điện thoại và mật khẩu đã đăng ký Zalo.

Quét mã QR code.

Click vào "Tạo Official Account mới"

Zalo 🔤	tagan m		-	ай талуы	0	Balayaka	HI.			•	🗧 Thear Yoldsteinig -
Quart	y Official Account										
Thus	Reng hour ddrug - Hae	uttal i	ing hitted							Teo Officie	Accession and
134	-14-16	10-00	ani lavean -			10000	***	Tere No.	Apple per		111
	ationsatissional	a Shear	- Marketing	RECTORNEY	Ξ.	making	÷	Employed they	land here		(New Advance)
	410/07/10/06/06/04	d Under	1994			barrie	-	Gentratifies	2487	1.04	(a) (and
	10010042100021	PADING				-	-	Early had they	C+		THE RESIDENCE
	-	- Ter -	No. of Concession, Name	and .		Interes		Emphaneting	Take 7	24	Nan Admin

Cách tạo Zalo OA mới

Bước 2: Chọn loại tài khoản OA Click **Tạo Official Account** mới để tạo mới tài khoản. Chọn loại tài khoản **Doanh nghiệp.**



Các loại Zalo OA

Bước 3: Chọn danh mục

Chọn một trong các danh mục con phù hợp với hình thức kinh doanh của doanh nghiệp (nằm bên dưới danh mục chính **Doanh nghiệp**).

Chọn dam mục phủ hợp	Ű
hhập tên Official Account	2 m
Mhile throng tin girls threa	
	1000
Chan tinh thành 🛛 👻 Dian quân hươth	Y
	tihilip tháng tin giới thiệu Chen tính thành 🛛 😪 - Dian quản hượp thiệp số nhậi phướng, số

Chọn Danh mục cho Zalo OA

Bước 4: Nhập thông tin

Điền đầy đủ thông tin **Tên Official Account, Thông tin mô tả, Họ tên và số điện thoại người tạo OA.**

	1 Dảng ký 2 Khai bác thông tr Tạo tài khoản OA Doanh n	n 3 sole than ghiệp		
Denh muc hoạt động	Chọn danh mực phủ hợp		0	
Ten Official Account Si dive yen mark regrep, al chor, then prev. 04 at doi set statifue ta in typ do los, wenterspille.	Mitago Lein (Official Associate		-	
T hông tin giới thiệu Gia thiêu và họạt động nhậc các từ trụ, sắn shiến Đã nang vập <u>Xam hatma đến.</u>	nihân thứng tin giới thiệu			
Địa chỉ doarth nghiệp Chi nh diatra tác qua Chi của bạn để dàng there tên kiếm ten.	Chọis tính thành 🔍	Chan asán hinrith	400	
	Nings to visit photog, vil		EADE	
Anh đại điện Nah main từ nhữ 1900-1911 (1911, 1910), Dang trang tối đa 1930), Bạn, them Nahri đải tiế đượ	0			
Anth bia Keyn Wyne, sill trom, 2004-180 (2014), Midli, Davig Leong 10, da 1 Milli, <u>New Holen</u> Hannoudin Jan day				

Nhập thông tin cho Zalo OA

```
Giàng Thuận Ý
```

Bước 5: Cập nhật ảnh đại diện, ảnh bìa

Quy định về ảnh đại diện và ảnh bìa trước khi cập nhật hình ảnh trên OA

Tiêu chuẩn hình ảnh:

Ånh đại diện tối thiểu (150x150 pixels, dung lượng <1MB, định dạng png hoặc jpg).

Ånh bìa tối thiểu (320x350 pixels, vùng an toàn 320x180 pixels, dung lượng <1MB, định dạng png hoặc jpeg).

	1 Dàng ký 2 Khai bảo Tạo tài khoản OA	thông ti Doanh r	1 3 Xác thựn ghiệp	
Danh mục hoạt động	Chon danh mục phủ hợp			÷
Tên Official Account Sử dụng têo Ganth nghiệu, tết trí từ, thượng tiêu, Đả sẽ cần sự duyệt tự thủ thuy để têm, Xest hattrop dàn.	Nhập tên Official Account			(i) 4 0
Th ông ta giải thiểu Giả mềy ở họp được luậc dịch vụ vào giấn Đá củay cấp <u>Xen hướng đến</u> .	Nhập thông tin giới thiệu			
				0/901
Địa chỉ doanh nghiệp Gia chỉ chinh vao giáo đã của bao tối đàng được tên biến hơn	Chon tinh thành	~	Chon quân heyên	~
	Nhập số nhà phương, và			W-1.01
<mark>Ánh đại diện</mark> Nich Norse thị thoặc 2405/40 (1991, 1990), Dang Loning Tối chi thánh. <u>Xim thiện</u>	0			

Chọn ảnh bìa và ảnh đại diện cho Zalo OA.

Nhấn **Hoàn tất** để khởi tạo OA

6. Hướng dẫn hoạt động dành cho Zalo OA đăng ký mới

Bước 1:

Đăng ký thành công Official Account.

Bước 2:

Đăng bài viết về sản phẩm, tin tức (tùy theo loại tài khoản OA đăng ký là tin tức hoặc dịch vụ đăng bài viết phù hợp).

Bước 3:

* Mời bạn bè quan tâm OA: tối đa 20 người/ngày. Admin chỉ được nhập số điện thoại mời người quan tâm có trong danh bạ Zalo.

Cách thực hiện: **Quản lý >> Người quan tâm >> Mời người quan tâm**



Mời Người quan tâm Zalo OA

* Chia sẻ đường dẫn của OA:

Mỗi Official Account khi đăng ký thành công sẽ được cung cấp một link liên kết, mặc định link liên kết là 1 dãy số ID Official Account.

Chia sẻ đường link này trên các kênh online và mạng xã hội, website để kêu gọi những người dùng Zalo khác quan tâm OA. Cách chia sẻ đơn giản, truyền thống này mang lại hiệu quả cao trong việc thúc đẩy lượng người quan tâm trên Zalo.

* Scan QR Code:

Scan QR Code là cách nhanh nhất để người dùng vào OA doanh nghiệp/ cửa hàng trên ứng dụng Zalo. Mỗi OA đều có mã QR riêng, có thể đính thêm hình đại diện của thương hiệu. Khi người dùng Zalo scan mã QR sẽ dẫn vào trực tiếp OA doanh nghiệp/ cửa hàng trên Zalo. Đây là cách nhanh nhất để khách hàng vào trực tiếp OA trên Zalo và bấm quan tâm OA.



Chia sẻ đường link hoặc mã QR Code dẫn đến Zalo OA

* Chia sẻ Zalo OA:

*Mua dịch vụ quảng cáo Zalo Ads để tăng người quan tâm

Tùy theo loại tài khoản OA đăng ký, hạn mức nhận tin của người quan tâm khác nhau. Admin nên phân bổ và gửi tin nhắn để hiệu quả nhất.

 Thiết lập cửa hàng để có thể giới thiệu sản phẩm và tương tác với người quan tâm một cách hiệu quả nhất (chỉ áp dụng cho tài khoản dịch vụ và danh mục Cửa hàng - dịch vụ).

- Thiết lập thanh menu để có thêm kênh tương tác khách hàng.





- Thiết lập địa chỉ để người dùng có thể tiếp cận với Official Account của bạn thông qua chức năng location trên Zalo.

Sau khi Official Account của bạn đã thiết lập đầy đủ thông tin, thì bạn có thể chủ động quảng bá theo như hướng dẫn của Zalo để dễ dàng tiếp cận và tương tác với người quan tâm.



Dịch vụ Quảng cáo của Zalo để tăng Người Quan tâm

* Các bước cập nhật ảnh đại diện, ảnh bìa OA

Bước 1: Đăng nhập tài khoản trang OA theo đường dẫn *http:// oa.zalo.me/manage*. Lựa chọn OA muốn thay đổi hình ảnh.

ыĸ:	Rang haar 600g - Bang dh	r skopilje 👘 Alemag Sei Mitteria				Teo Official Account
	UAR2	No Official Account	-	harpful	Approv	
٦	9120302541003417639	Theory V Marinting Theory of Marinton States	Dicardi ngrép	Easy host dong	Dues Tes)	That ites Julie
	4107271106830024842	Thean Y Spa To Invite of Local	To and rightly-	Dasginur Norg	Thiên Ý	This ison Julio
	000407006273108074731	DALENS . The latent data from	Diartinghtip.	David (krist gibed)	Patro	This iam indu
	dokto-ranski zasztikte	Tium phẩm ngơi từ con	Deartinghtp	Dang best filing	Their Y	Test ins idea

Lựa chọn Zalo OA bạn muốn thay đổi thông tin

→ 50 →

Bước 2: Chọn mục **Quản lý.** Chọn lựa chọn phần **Thông tin** tài khoản.



Thay đổi thông tin cơ bản của Zalo OA ở mục thông tin tài khoản

Bước 3: Để thay đổi hình ảnh đại diện, nhấp chọn **"Chỉnh sửa"**. Chọn biểu tượng máy ảnh tại ảnh muốn cập nhật.



Ảnh 13: Chọn nút "chỉnh sửa" để điều chỉnh thông tin Zalo OA

Bước 4: Lựa chọn và điều chỉnh ảnh

Sau khi lựa chọn thay đổi, cửa sổ lựa chọn hình ảnh sẽ xuất hiện, bạn có thể chọn hình ảnh muốn thay đổi bằng cách nhấp vào hình ảnh muốn lựa chọn và nhấp Open.

* Lưu ý:

Dung lượng hình ảnh cho phép tối đa là 1 MB. Ảnh bìa tải lên phải có kích thước tối thiểu 320x180 pixel.

Hộp thoại chỉnh sửa hình ảnh xuất hiện, bạn có thể chỉnh sửa vùng ảnh đẹp theo ý muốn.

Nhấn Cập nhật thông tin để kết thúc quá trình cập nhật.



Ảnh 14: Bạn có thể chỉnh sửa rất nhiều thông tin tài khoản Zalo OA.

* Lưu ý về cập nhật ảnh đại diện, ảnh bìa OA

Hình ảnh đại diện và ảnh bìa của OA phải tuân theo quy định về hình ảnh đại diện và ảnh bìa của Zalo Official Account.

Hình ảnh phải là logo chính thức của doanh nghiệp/ tổ chức hoặc bảng hiệu của doanh nghiệp hoặc hình ảnh sản phẩm/ dịch vụ mà doanh nghiệp đang kinh doanh.

* Lửu ý: Tên doanh nghiệp/ hộ kinh doanh trên bảng hiệu/ logo phải giống với tên của doanh nghiệp/ hộ kinh doanh hoặc hình ảnh sản phẩm, dịch vụ phải giống với sản phẩm, dịch vụ mà doanh nghiệp đang kinh doanh

Không được sử dụng hình ảnh sao chép các tính năng của Zalo/ VNG nhầm gây hiểu lầm cho người xem.

Không được sử dụng logo đã được bảo vệ bản quyền và hình ảnh có liên quan đến logo đó. Zalo có quyền gỡ hình ảnh đại diện/ ảnh bìa của OA nếu có tranh chấp, khiếu nại về bản quyền hình ảnh.

Không được sử dụng hình ảnh cá nhân, hình ảnh phản cảm hay vị pham thuận phong mỹ tục, phát



Ví dụ về Ảnh đại diện

vi phạm thuần phong mỹ tục, pháp luật ...

Ảnh đại diện/ảnh bìa không được chứa hình ảnh phản cảm.

Không được sử dụng hình ảnh liên quan đến nội dung chính trị, quân đội.

Không được sử dụng hình ảnh sản phẩm liên quan đến thuốc lá (thuốc lá điện tử, khói thuốc...) hoặc sản phẩm có yếu tố bạo lực như kim tiêm, vũ khí.

Hình ảnh sử dụng không được vượt quá kích cỡ tiêu chuẩn.

Ånh đại diện (150x150 pixels, dung lượng <1MB, định dạng png hoặc jpg).

Ånh bìa (tối thiểu 320x180 pixels, kích thước chuẩn 16:9, vùng an toàn 16:8, dung lượng <15 MB, định dạng png hoặc jpeg).

8. Tính năng Gọi thoại trong Zalo OA

"Gọi thoại" là tính năng dành riêng cho tài khoản Zalo Official Account (OA) - Doanh nghiệp **được xác thực**. Hiện tại, tính năng chỉ mở chiều nhận cuộc gọi từ người dùng đến OA. Bạn có thể dễ dàng thiết lập một kênh liên lạc miễn phí để quản lý và kiểm soát các cuộc gọi.

* Các bước thiết lập để doanh nghiệp của bạn có thể nhận cuộc gọi từ khách hàng:

Bước 1: Đăng nhập tài khoản trang OA theo đường dẫn http://oa.zalo.me/manage \rightarrow Chọn OA \rightarrow Chọn "Quản lý" \rightarrow "*Thông tin tài khoản*" \rightarrow "*Thiết lập cuộc gọi*" \rightarrow Nhấn vào nút "*Bật*" ở phần "*Chức năng nhận cuộc gọi*".

Bước 2: Thiết lập thời gian nhận cuộc gọi: Chọn khung thời gian bắt đầu và kết thúc của mỗi ngày.



Thiết lập chức năng và thời gian gọi thoại Zalo OA

— 54 **—**

Bước 3: Thiết lập trả lời tự động: nội dung thông báo trong trường hợp ngoài giờ làm việc và hệ thống đang bận.

Sau khi điều chỉnh mẫu hội thoại, Quản trị viên nhấn nút "*Áp dụng*" → Nhấn nút "*Play*" bên mục "*Mẫu nghe thử*" để nghe thử thông báo.



Thiết lập thông báo ngoài giờ nhận cuộc gọi và thông báo khi hệ thống đang bận

Bước 4: Thiết lập quản lý tổng đài viên: Tối đa 5 tổng đài viên, thiết lập quyền truy cập admin "Chăm sóc khách hàng" hoặc "Quản trị viên". Admin có thể xem lại lịch sử thêm/xóa tổng đài viên ở "*Lịch sử hoạt động*".



Ånh 18: Thêm tổng đài viên vào để nhận cuộc gọi

Bước 5: Hoàn tất thiết lập: Quản trị viên nhấn "*Lưu*" để hoàn tất thiết lập.

* Xem lại lịch sử cuộc gọi

Bước 1: Đăng nhập tài khoản trang OA theo đường dẫn http:// oa.zalo.me/manage \rightarrow Chọn OA \rightarrow Rê chuột vào "*Chat*" \rightarrow Chọn "*Lịch sử cuộc gọi*".

Bước 2: Trang quản lý lịch sử cuộc gọi gồm các thông tin cơ bản về Tổng đài viên, khách hàng và kết quả cuộc gọi. Ngoài ra, Quản trị viên có thể tìm kiếm cuộc gọi theo tên và lọc cuộc gọi theo kết quả cuộc gọi.



Cách xem lịch sử cuộc gọi trên Zalo OA

* Lưu ý: Vui lòng cập nhập phiên bản Zalo mới nhất để sử dụng tính năng.

9. Hướng dẫn tạo bài viết cho Zalo OA

Bước 1: Đăng nhập tài khoản trang OA theo hướng dẫn *https://oa.zalo.me/manage/oa*→ Chọn OA.

Bước 2: Truy cập mục Soạn bài viết mới bằng 2 cách:

Cách 1: Chọn **Broadcast → Gửi Broadcast → Soạn bài viết mới**

Zalo	A A	a	Li O G H			5 mart 14	
R. metalation	Quain ty has viet	1				1 1	No. in case of
a	Q.01+001441010	*** 0		-	_		
O tertenten	Q	~	amente - manuale -				samile
	a spenaria		Trans.	Anno 10	Des 2	-	Theire .
	14-1 1	理能	Pagetan di		- ÷	-	1.0
	1	R La Hall	Trimming Tree CPR (101)	19		10000	3752
	142	10	An One 70, 51 (2010) 100	18		62222	245
	(+))	150		319		600000	$\{ (q_i) \}$
	1.6	100	mand an print as print and print and	14	i. 4	60000	-
		14	neglecerine et grande			-	- 00

Cách soạn bài viết mới (cách 1)

Cách 2: Chọn **Quản lý nội dung → Bài viết → Soạn bài viết mới**



Cách soạn bài viết mới (cách 2)

Bước 3: Điền nội dung cho bài viết

Các nội dung có dấu (*) là bắt buộc.

Đối với Video: Dung lượng video tải lên tối đa là 50 MB.

Đối với Ảnh: Định dạng .png hoặc .jpg với kích thước 500x320 pixel, dung lượng tối đa 1MB.

Stops hai via	limi	Balance de age (1)
Note 1	- Marcellan de	
tensk r	They make	
	Nutrition of the second s	In two weather sheet
Cont.		76-5-96-96

Cách soạn bài viết mới trên Zalo

Bước 4: Chọn "**Xuất bản**" để hoàn tất việc tạo bài viết. Để chỉnh sửa/ quản lý bài viết đã tạo, bạn có thể Chọn **Quản lý nội dung → Bài viết / Video**

Lưu ý:

Bài viết đã xóa sẽ không thể khôi phục.

Đối với OA chưa xác thực, bài viết chỉ được lưu trong 30 ngày kể từ ngày xuất bản.

10. Hướng dẫn thiết lập Quản lý Admin

* Giới thiệu các quyền quản lý OA

OA doanh nghiệp có thể được quản lý bởi nhiều admin. Tùy theo nhu cầu vận hành, bạn có thể thiết lập admin với các quyền truy cập truy cập như sau:

Quản trị viên: Đây là quyền quản lý cao nhất, bao gồm quản lý danh sách admin, xóa OA và bao gồm tất cả các quyền admin khác.

Soạn nội dung: Quản lý thông tin chung của OA (tên OA, mô tả, hotline, v.v.), thiết lập cấu hình & thanh menu, soạn bài viết, gửi broadcast, nhắn tin trả lời khách hàng và người quan tâm OA.

Phân tích viên: Xem các số liệu thống kê, báo cáo của OA.

Nhân viên quảng cáo: Sử dụng các chức năng hỗ trợ cho việc tự chạy quảng cáo cho OA trên Zalo.

Chăm sóc khách hàng: Trả lời chat khách hàng.

* Cách thiết lập quyền Admin

Bước 1: Đăng nhập tài khoản trang OA theo đường dẫn http:// oa.zalo.me/manage \rightarrow Chọn OA muốn thiết lập.

Bước 2: Chọn mục Quản lý → Quản lý admin.

Bước 3: Nhập số điện thoại muốn mời làm admin \rightarrow Chọn quyền quản lý \rightarrow Kiểm tra \rightarrow Gửi lời mời.

	Gủi lời mời làm admin			×
Ten hiến thị Thuận Ý	Số điện thoại	Nhép số điện thoại	Kiếm tra	
Thuần Ý	Người dùng Phân quyến	Quán trí viện		
	, in differ	Quyền quần trị cao nhất, b 1. Quần lý danh sách admi 2. Xoa OA về tối cả các qui Hủy Qua lới mơn	ao gàm: 6 ýền xhức	

Cách gửi lời mời Số điện thoại làm Admin

Bước 4: Người được phân quyền xác nhận thông qua **ứng dụng Zalo trên điện thoại**.

Người được phân quyền chọn "Đồng ý" tại "Lời mời làm Admin" trên điện thoại. Sau khi người được mời đồng ý, OA sẽ nhận được thông báo kết quả.

* Xóa/sửa quyền quản lý Admin

Chỉ có Quản trị viên mới xóa/chỉnh sửa quyền các thành viên quản lý OA.

Tại mục Quản lý Admin → Chọn Xóa/Sửa quyền quản lý.

* Thiết lập tài khoản

Là nơi giúp quản trị viên thiết lập các tính năng cung cấp thông tin hỗ trợ đến người quan tâm như website doanh nghiệp, sự kiện doanh nghiệp, số điện thoại hỗ trợ,... Gồm 5 thiết lập: Đường dẫn OA, Lời chào, Trả lời tự động, Truy vấn tự động và số điện thoại xem trước tin tức. => Truy cập Quản lý > Thông tin tài khoản > Thiết lập tài khoản

Đường dẫn Official Account: Mặc định khi tạo OA.

Lời chào: Là trang chào mừng khi người dùng nhấn "quan tâm" OA.

Cách thiết lập Lời chào

A living the	Chat	thatiat	i Fride durry	iii Marg 10	¢ Quanty	tile the state	III ×hac →		
	_								
F			,164-ch342: [] ()	1741.∦ Kister ⊡11	é.				
	/			Tin nhảo vào	a bản 👘 rin	adan nais	Liitin kžt		
		/		titula nài dung	lai diae				
		1							3
				NO KING IN A	1500 W Tu				8/600
			ì	Luis Höy					

Cách thiết lập lời chào khi khách hàng ấn "Quan tâm" Zalo OA

→ 60 **→**

Nhấn vào biểu tượng "cây bút", chọn "Bật"

Nhập thông tin Lời chào:

Tin nhắn văn bản: Tối đa 500 ký tự

Hình ảnh: Chỉ chấp nhận ảnh có dung lượng < 1MB

Nhiều liên kết: Bạn có thể thêm website vào OA để giúp người quan tâm đến trang mong muốn

Thêm: Được tạo tối đa 5 liên kết trong Lời chào

Nhấn **"Lưu"** để hoàn tất

* Trả lời tự động

Là tính năng tự động phản hồi người quan tâm theo nội dung có sẵn. Lưu ý, tính năng này chỉ phù hợp khi doanh nghiệp không làm việc vào ngày cuối tuần, lễ tết, không có bộ phận hỗ trợ trực.

Cách thiết lập:

Nhấn và biểu tượng "cây bút", chọn "Bật"

Chọn thời gian bắt đầu, kết thúc tin trả lời tự động.

Thêm nội dung, hình ảnh, website của tin trả lời tự động.

Nhấn "Lưu" để hoàn thành.



Ảnh 25: Cách thiết lập trả lời tự động

→ 61 **→**

* Truy vấn tự động

Là tính năng hữu ích giúp OA cung cấp nhanh thông tin đến người quan tâm ngay tại thanh menu OA.

* Số điện thoại xem trước tin tức

Nhập số điện thoại muốn xem trước tin Broadcast.



Chương 3 - Ảnh 26: Thiết lập truy vấn tự động và số điện thoại xem trước tin tức

* Giấy tờ xác thực phụ thuộc vào loại Tên OA.

Bước 1: Truy cập trang quản lý Official Account theo đường dẫn http://oa.zalo.me/manage > Chọn OA cần xác thực.

Bước 2: Chọn mục quản lý > xác thực OA.



Chương 3 - Ảnh 27 Xác thực Zalo OA

Bước 3: Chọn cách xác thực phù hợp với tên OA và chọn bộ hồ sơ phù hợp.

Dựa trên mối liên hệ giữa tên OA và tên đăng ký của Doanh nghiệp hoặc Hộ kinh doanh vui lòng lựa chọn 1 trong 3 cách xác thực sau và gửi đến Ban quản trị Zalo OAbộ hồ sơ xác thực OA phù hợp:

Hướng dẫn xác thực tài khoản OA cho doanh nghiệp

<u>Cách 1</u>: Xác thực theo tên đăng ký doanh nghiệp với bộ hồ sơ 1A hoặc 1B khi tên OA được đặt theo tên của Doanh nghiệp hoặc Hộ kinh doanh trên Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

<u>Cách 2</u>: Xác thực theo tên thương hiệu với bộ hồ sơ 2A hoặc 2B khi tên OA là tên thương hiệu/ nhãn hiệu đã được cấp giấy chứng nhận do Cục Sở hữu trí tuệ cấp.

<u>Cách 3</u>: Xác thực theo tên giao dịch với bộ hồ sơ 3A hoặc 3B khi tên OA là tên giao dịch khác (không thuộc 2 cách trên).

Bước 4: Chọn và nộp file giấy tờ xác thực.

Cách 1:

XÁC THỰ	COFFIC	IAL ACCOUNT (OA)	 Thus aic frue 0
1. Vie thus the tin Alex is doub while	occivat infection	actives and the summaries	
What should galleng with the dament capitale bein addy dilling to black dament.			~
Chạn	bộ hở sơ phủ h	ợp để bắt đầo xác thực	
B D00018	0	🖨 de tra un la	0
 Side Along by counts signify IBADVE. CMERCECOUNS shalls also signify the Alon over pilly DEDIS. 		 Döng slitt yös sitte mit mit kineden Då. Tär mita tal döp 	
	50-54	ran. Uhut	

Xác thực theo tên đăng ký doanh nghiệp

Cách 2:

XÁC THỰC OFFIC	IAL ACCOUNT (OA)	H. Thold site then GA
Weilling chon cach size that pho	hep rotales GA Thaips Y Marketing	
 Xác thực theo tên đảng kỳ doanh nghiệp nhị têr (là giững từ tên maint nghiệt tiến giết từng từ khả doanh 		•
2. Xác thực theo tên thượng hiệu Na trẻ thức theo tên thượng kiế trở trượng kiế, sự giệt sac thiến đượng từ khiến kiếu trác	ally de gajete ald stang teams take.	*
Chọn bộ hò sơ phủ h	op để bát đầu xác thực	
0 xxxx	1 St. 16 or 28	0
 - Gally daing by downlongings (BRDH). - (Sattly/GCD3244) prefer was report dat data tion op by GRDA. - Gally to sate methods angle Ne 	 Ching who you calls over the bitmen Gar bit make to obly Gaily to sale enough theory bits 	
See day	ette Mage	

Xác thực Zalo OA theo tên thương hiệu

Cách 3:

XÁC THỰC OFFIC	IAL ACCOUNT (OA)	× Theat also there O
Xác thực theo tên đăng ký doanh nghiệp Na vô ch gông tri tri na tright gin đing tự chỉ manh	ň	
2. Xác thực theo tên thương hiệu nếi thườn ở thười đượ đứng krain hột rong nău, có giữy các nhậc đảng sẽ nhậc hiệc hiệc hiệc thể	ally in any set of the growty tells.	×
3. Xác thực theo tên giao dịch đà trưởng họi Mộc		×
Chon bộ hệ sẽ phù h	ợp để bắt đầu xác thực	
🖨 motocerse 🔘	B 1010 or 18	0
 - Stilly döng frå aksoningshelja (2009)1. - Contract/CODDANE (Well-volke region der diefer tieler gilde better inder trev velk eft under volke beter aksis aksis. 	 Storg visit pile cha not the initiality DA. The result of a file Has (EE) yield in the gravitability gave shots Stars shot initial 	

Xác thực Zalo OA theo tên giao dịch

Dựa trên mối liên hệ giữa tên OA và tên đăng ký của Doanh nghiệp hoặc Hộ kinh doanh, vui lòng lựa chọn 1 trong 3 cách xác thực sau và gửi đến Ban quản trị Zalo Official Account bộ hồ sơ xác thực OA phù hợp:

Cách xác thực	Bộ hồ sơ
Cách 1: Tên OA được đặt theo tên của Doanh nghiệp hoặc HKD trên Giãy chứng nhận ĐKKD	1A • Giãy chứng nhận Đăng kỳ doanh nghiệp hoặc Giãy chứng nhận Đăng kỳ Hộ kinh doanh (HKD); và • CMND/ CCCD/ Hộ chiếu người đại diện pháp luật của doanh nghiệp/ HKD. 1B • Công văn xác thực (CVXT) theo mẫu.
Cách 2: Tên OA là tên thương hiệu/ nhân hiệu đã được cấp giấy chứng nhận	2A • Giảy chứng nhận Đăng kỳ doanh nghiệp hoặc Giảy chứng nhận Đảng kỳ Hộ kinh doanh (HKD); và • CMND/ CCCD/ Hộ chiếu người đại diện pháp luật của doanh nghiệp/ HKD; và • 1 yếu tố xác minh tên thường hiệu. 2B • Công văn xác thực (CVXT) theo mẫu; và • 1 yếu tố xác minh tên thường hiệu.
Cách 3: Tên OA là tên giao dịch khác (không thuộc 2 cách trên)	3A • Giãy chứng nhận Đăng kỳ doanh nghiệp hoặc Giãy chứng nhận Đăng kỳ Hộ kinh doanh (HKD); và • CMND/ CCCD/ Hộ chiếu người đại diện pháp luật của doanh nghiệp/ HKD; và • 2 yếu tố xác minh tên giao dịch khác. 3B • Công văn xác thực (CVXT) theo mẫu; và • 2 yếu tố xác minh tên giao dịch khác.

Chi tiết danh mục hồ sơ các trường hợp

11. Quy trình xét duyệt xác thực Zalo OA:

BAN QUẢN TRỊ ZALO OA sẽ xét duyệt yêu cầu xác thực OA theo quy trình và chính sách của BAN QUẢN TRỊ ZALO OA trong vòng 7 ngày làm việc, tuy nhiên trong một số trường hợp, có thể mất nhiều thời gian hơn;

Trong quá trình xét duyệt, BAN QUẢN TRỊ ZALO OA có thể yêu cầu OA cung cấp thêm thông tin hoặc các giấy tờ khác với mục đích đảm bảo Doanh nghiệp/Hộ kinh doanh đã đăng ký thành lập và đang hoạt động theo quy định của pháp luật Việt Nam;

Kết quả xét duyệt xác thực sẽ được gửi tin nhắn thông báo đến Quản trị viên của OA và thông báo mục "Tin nhắn hệ thống" trên trang admin OA tại đây.

Các bước cần thực hiện nếu OA bị từ chối xác thực:

OA đọc kĩ phản hồi trong tin nhắn từ BAN QUẢN TRỊ ZALO OA để thực hiện xác thực lại bằng cách cung cấp lại Bộ hồ sơ xác thực, bao gồm: toàn bộ giấy tờ xác thực đã gửi trước đó cùng với giấy tờ/ thông tin được yêu cầu bổ sung thêm.

Nếu có thắc mắc khác hoặc khiếu nại, vui lòng gửi email đến oa@zalo.me để được giải đáp.

12. Lý do Zalo OA bị khóa và cách khắc phục

* Làm thế nào biết được tài khoản OA bị khóa?

Tài khoản OA bị khóa sẽ có ký hiệu "khóa" và nằm tại mục "Đang bị khóa" trên trang Quản trị OA (https://oa.zalo.me/manage/ oa?status=0)

1616 Contraction	Teng 200 March 1 (Secolarities)				Tao Official Account of
	1 yannin	Tank name at the	Rang their	Repril too	
	1 Beiter	a Defend Account. She is we day till see (DSe	experted		
	but the c	Differed Accessed. Their view day off see (Diffe	e Agent og		
	Bethere	i Differed Acqueret. Silver vier day till han (494	a Aspending		

Cách xem trạng thái tài khoản Zalo OA

* Những lý do OA bị khóa

Sau khi khởi tạo OA, BAN QUẢN TRỊ ZALO Official Account sẽ kiểm duyệt thông tin OA cung cấp trước khi cho phép tài khoản được tạo. Đối với các OA không phù hợp với quy định OA, Zalo Official Account sẽ từ chối và tài khoản sẽ bị khóa vĩnh viễn. Sau đây là các lý do tài khoản bị từ chối ở bước xét duyệt:

Tên OA không hợp lệ: Tên OA không có tên doanh nghiệp/ thương hiệu.

Ảnh đại diện không hợp lệ: OA có ảnh đại diện vi phạm quy định hình ảnh OA. Ảnh bìa không hợp lệ: OA có ảnh bìa quy phạm quy định hình OA.

Mô tả không phù hợp với nội dung đăng ký: Mô tả có nội dung không liên quan đến ngành nghề đăng ký hoặc có chứa từ ngữ phản cảm.

Sản phẩm bị cấm hiển thị trên Zalo: Xem thêm các sản phẩm bị cấm hiển thị tại đây.

OA thuộc danh mục dịch vụ tài chính nhưng không đăng tải giấy phép xác thực hợp lệ kèm theo: OA có ngành nghề liên quan đến tài chính như tín dụng, ngân hàng, cầm đồ, chứng khoán,... đều phải nộp giấy phép xác thực cùng lúc tạo OA.

Tên OA mới không được trùng với tên OA đã tạo thành công trước đó: Đã có OA cùng tên được duyệt đăng ký từ cùng 1 số điện thoại tạo OA.

Lưu ý: Zalo Official Account sẽ không mở lại tài khoản đã bị từ chối do vi phạm các quy định trên.

OA quá thời gian chỉnh sửa thông tin theo yêu cầu từ Zalo Official Account.

Khi đã quá thời gian yêu cầu chỉnh sửa thông tin theo quy định mà OA không thực hiện. Zalo Official Account sẽ khóa tài khoản mà không cần thông báo đến Quản trị viên.

Giải pháp: Để mở khóa OA, quản trị viên cần liên hệ đến bộ phận hỗ trợ OA và chỉnh sửa ngay thông tin sau khi được mở khóa trở lại.

Lưu ý: Các trường hợp đã được mở khóa trở lại nhưng không thực hiện chỉnh sửa, Zalo Official Account sẽ khóa vĩnh viễn tài khoản.

OA đăng nội dung vi phạm quy định vận hành OA

Đối với các OA đăng bài viết, gửi tin Broadcast có nội dung phạm pháp, buôn bán các sản phẩm bị cấm, nội dung phản cảm, nội dung mang tính thù địch/ tấn công hoặc nội dung gây ảnh hưởng đến hình ảnh cá nhân/ tổ chức khác, Zalo Official Account sẽ xóa bài viết/Broadcast và gửi cảnh báo đến OA. Nếu OA tiếp tục vi phạm, Zalo Official Account sẽ khóa tài khoản.

Lưu ý: Đối với trường hợp OA vi phạm nghiêm trọng đến chính sách hoạt động, Zalo Official Account sẽ khóa tài khoản mà không thông báo đến quản trị viên OA.

Tùy thuộc vào mức độ nghiêm trọng, Zalo Official Account sẽ mở khóa OA sau 2 tuần hoặc không mở khóa trở lại tài khoản.

Giải pháp: Nếu bạn xác định OA bị khóa do lỗi nội dung, vui lòng liên hệ đến bộ phận hỗ trợ OA để được giải quyết.

OA không có tương tác trong 30 ngày

Theo quy định, hệ thống sẽ tự động khóa các OA không có hoạt động và tương tác với người quan tâm trong 30 ngày. Đây là lý do bạn thường gặp sau 1 thời gian truy cập lại vào OA. **Giải pháp:** Liên hệ với đội ngũ hỗ trợ Zalo Official Account để được hỗ trợ mở khóa OA.

13. Các chi phí liên quan đến việc sử dụng Official Account doanh nghiệp

Việc tạo Official Account và sử dụng các tính năng cơ bản là hoàn toàn miễn phí. Trong quá trình sử dụng, doanh nghiệp có thể phát sinh thêm một số chi phí cho các tính năng nâng cao. Chi tiết về các tính năng và chi phí đi kèm (nếu có) vui lòng xem bảng sau:

A. Chi ph	í Gói dịch vụ OA doanh nghiệp	Cơ bản	Dùng thử	Nâng cao	Premium	
	Chu kỳ thanh toán		1 tháng (Không gia han)	6 /12 tháng	6 /12 tháng	
0	Nhận diện thương hiệu		Ø	Ø	Ø	
	→ URL tùy biến ^{mót}	8	۲	ø		
	Công cụ OA Manager trên điện thoại	۲	Ø			
PD ,	Tương tác cơ bản: tin Tư vấn, tin Giao dịch, tin Truyền thông mới			Ø		
	→ Có sẵn tin Tư vấn ngoài khung 08 tin trong 48 giờ		2.000	2.000	9.000	
	→ Số tin Truyền thông khách hàng tiếp nhận từ OA/tháng	1	4	4	4 Áp dụng với CA mua Gói Pernium tử poly 01/02/2024	
60	Tương tác nâng cao	8				
	→ Số tổng đài viên		5	5	10	
÷	Chatbot	*	0	Ø	0	
2	Quản lý nhóm (GMF) mới	×	×	Ø	0	
	→ Số nhóm chat có sẵn			1	3	
	Nội dung	5	15	15	30	
	Tích hợp OpenAPI (OA, ZNS, Social)	×			Ø	
	Ưu tiên trải nghiệm tính năng mới	۲	8	×		
	Chi phí/ tháng (Đã bao gồm VAT)	Miễn phí	10.000 VND	99.000 VND	399.000 VND	
B. Chi ph	í theo lượt tương tác (Đã bao gồm VAT)					
	Tin Tư vấn ngoài khung 08 tin trong 48 giờ	55 VND/1 tin				
	Tin Giao dich	165 VND/1 tin				

Giàna Thuân Ý

Các chi phí liên quan đến việc sử dụng Official Account doanh nghiệp

(*) OA được miễn phí 1000 tin chủ động đầu tiên mỗi tháng. Phí chỉ áp dụng cho từ tin chủ động thứ 1001 và đã bao gồm VAT.

* Hạn mức gửi tin của OA

Từ khi ra mắt, tài khoản chính thức của Doanh nghiệp (Official Account - OA) trên Zalo đã dần trở thành kênh giao tiếp quan trọng với khách hàng và đón nhận được nhiều sự ủng hộ từ cả 2 phía, Doanh nghiệp và Người dùng. Thông qua OA, các Doanh nghiệp có thể dễ dàng tiếp cận với khách hàng, kịp thời gửi những thông tin cần thiết như cập nhật thông tin tài khoản, các chương trình khách hàng thân thiết,...

Với các tin trả lời Người dùng

Các tài khoản OA được trả lời tin cho Người dùng không giới hạn theo quy định sau:

Trong 48 tiếng kể từ lúc Người dùng nhắn tin, OA được phép trả lời liên tục tối đa 8 tin.

Hạn mức này sẽ được thiết lập lại mỗi khi Người dùng gửi tin mới cho OA.

Với các tin OA chủ động trò chuyện trước với người quan tâm¹

Chỉ các tài khoản OA đã xác thực được chủ động gửi tin trước cho Người dùng đã Quan tâm OA.

Miễn phí 1.000 tin chủ động/tháng.

14. Xử lý tranh chấp

* Điều kiện áp dụng

Nếu bạn cho rằng có tài khoản Zalo Official Account (OA) đang vi phạm quyền sở hữu trí tuệ mà bạn đang sở hữu hoặc đang đại diện, bạn có thể gửi yêu cầu đến Zalo để khiếu nại. Bên cạnh đó, Zalo cũng khuyến khích bạn chủ động giải quyết tranh chấp với tài khoản OA vi phạm.

* Quy trình gửi khiếu nại

Để khiếu nại, bạn vui lòng gửi email đến BAN QUẢN TRỊ ZALO OA tại *oa.zalo.me/lienhe* theo mẫu sau:

Tên email: KN_[Tên doanh nghiệp/ thương hiệu]

Nội dung email gồm:

Thông tin người gửi yêu cầu: Tên cá nhân/ Người đại diện doanh nghiệp

Các giấy tờ liên quan đến tên doanh nghiệp/ thương hiệu mà bạn đang sở hữu/ đại diện. Bao gồm nhưng không giới hạn các giấy tờ sau:

CMND/ CCCD/ Passport của người đại diện pháp luật; hoặc giấy ủy quyền từ doanh nghiệp; hoặc công văn xác thực (dành

¹ Tin OA chủ động trò chuyện trước với người quan tâm là các tin OA gửi đến Người dùng đã quan tâm OA.

Tin OA chủ động trò chuyện không phải là tin trả lời người dùng miễn phí theo quy định và không phải là tin broadcast.

cho doanh nghiệp/thương hiệu đã có OA - Tải công văn xác thực tại đây).

Giấy đăng ký kinh doanh.

Giấy chứng nhận sở hữu thương hiệu/ bản quyền hoặc các giấy tờ hợp pháp khác chứng minh quyền sở hữu/ đại diện.

Thông tin tài khoản vi phạm

Tên OA

Nội dung vi phạm

Hình ảnh đính kèm có chứa nội dung xâm phạm

Khi nhận được khiếu nại từ bạn, BAN QUẢN TRỊ ZALO OA sẽ tiến hành xác minh và giải quyết. Zalo có thể liên hệ với bạn và yêu cầu bổ sung thêm các thông tin cần thiết. Bên cạnh đó, Zalo cũng khuyến khích bạn chủ động giải quyết tranh chấp với tài khoản OA vi phạm và cập nhật cho Zalo kết quả hoặc rút yêu cầu khiếu nại (nếu có).

Trong quá trình xác minh, Zalo có thể tắt dấu tick xác thực đối với các tài khoản liên quan. Sau khi xem xét các thông tin cần thiết, tài khoản OA được xác nhận là vi phạm quyền sở hữu trí tuệ có thể bị khóa hoặc bị xóa, tùy theo từng trường hợp cụ thể. Ngoài ra, trong quá trình kiểm duyệt, BAN QUẢN TRỊ ZALO OA có quyền từ chối hỗ trợ các yêu cầu thay đổi thông tin để thực hiện xác thực lại tài khoản.

* Khiếu nại về kết quả xử lý

Nếu tin rằng kết quả xác minh từ BAN QUẢN TRỊ ZALO OA là chưa thỏa đáng, bạn có thể phản hồi đến Zalo qua email *oa.zalo. me/lienhe*
15. Gửi tin và phí gửi tin trong Zalo OA

* Các loại tin của Zalo Official Account

Từ ngày 22/06/2022, OA đã xác thực mới có thể sử dụng các tính năng gửi tin của Zalo OA.Số lượng gửi tin khác nhau phụ thuộc vào loại Gói dịch vụ OA đăng ký.

15.1. Gửi tin Broadcast

Tài khoản xác thực có hạn mức gửi tin là 40 tin/tháng và hạn mức người quan tâm nhận tin là 4 tin/tháng, riêng Gói Premium người quan tâm OA có hạn mức nhận tin Broadcast lên đến 6 tin/tháng.

15.2. Gửi tin phản hồi

Tin phản hồi là loại tin OA được quyền sử dụng để phản hồi khi người dùng Zalo chủ động nhắn đến OA.

OA xác thực sẽ được phép sử dụng 8 tin phản hồi miễn phí trong vòng 48h kể từ thời điểm người quan tâm gửi tin đến OA. Tại mỗi lần sử dụng, hệ thống sẽ tự động trừ đi số lượng tin đã được cấp. Hạn mức này sẽ được thiết lập lại mỗi khi Người dùng gửi tin mới cho OA.

Khi sử dụng hết hạn mức tin phản hồi: Tin thứ 9 sẽ được tính là tin chủ động.



Giao diện tin phản hồi

15.3. Tin chủ động (Tương tác chủ động)

Gồm 2 loại:

Là loại tin cho phép tài khoản OA chủ động gửi tin đến người dùng đã quan tâm OA.

Tài khoản OA chủ động gửi ZNS

Chỉ có Tài khoản OA xác thực được phép sử dụng loại tin này.

* Khi sử dụng hết hạn mức tin chủ động:

Tài khoản OA xác thực sẽ không thể gửi tin cho người quan tâm. Để tiếp tục gửi tin, OA cần nạp tiền vào tài khoản.



Giao diện tin chủ động

Lưu ý: Quản trị viên OA xem mục "Quản lý tin" ở góc phải khung chat để kiểm tra số lượng tin phản hồi và chủ động.

* Phí gửi tin phản hồi

Chỉ áp dụng cho Tài khoản OA xác thực. Tài khoản OA thường không thể sử dụng tính năng gửi tin chủ động.

	Giá 1 tin nhắn
Từ tin 1 đến tin 8	Miễn phí
Từ tin thứ 9 trở đi	Theo bảng giá tin chủ động



Tham khảo hạn mức tương tác chủ động miễn phí theo từng Gói dịch vụ

* Phương thức nạp tiền

Đối với khách hàng lần đầu sử dụng dịch vụ: cần tạo tài khoản Zalo Cloud Account.

Tài khoản Zalo Cloud Account này không dùng để thanh toán phí quảng cáo Zalo Ads.

Thanh toán: thông qua Cổng thanh toán Zalo Pay theo hướng dẫn và quy định sử dụng của Zalo Pay.

Đơn vị tiền tệ được sử dụng là Việt Nam Đồng (VND).

Mức nạp tối thiểu: 50.000 VND/ lần nạp.

Trong trường hợp nạp tiền không thành công mà tài khoản ngân hàng của khách hàng đã bị trừ tiền, vui lòng cung cấp thông tin dưới đây qua email oa@zalo.me để được Zalo OA hỗ trợ:

		/
\mathbf{C}	TI	N /
()		×/
Vziana	Inuan	- Y
~		-

Hãy ghi chép lại những điều bạn học được trong chương này, kèm theo các câu hỏi (nếu có) phía dưới:

..... _____ _____ _____ _____

Liên hệ tác giả khi có câu hỏi hoặc bạn muốn cập nhật thêm các kiến thức Marketing mới nhất bằng cách quét QR Core dưới đây. (Ấn nút "Quan Tâm" để nhận quà)





QUẢNG CÁO ZALO (ZALO ADS)

1. Quảng cáo Zalo Ads là gì?

Zalo Ads là hệ thống tự chạy quảng cáo giúp doanh nghiệp, chủ cửa hàng tự tạo và quản lý các chiến dịch quảng cáo của mình để nhắm tới khách hàng mục tiêu trên hệ sinh thái Zalo.



Hệ sinh thái "khủng" của Zalo

* Vị trí phân phối quảng cáo

Tên nhên hùng	Tên nhôn hông Minor 2004 Hiệth Pa	
voi dung quống cáo nag nac zhon vulìn mi BIẾN ZALO THÀNH	IÉN ZALO THÀNH Ô MÁY KIẾM TIẾN In Ving Barth Tháng Trên A	N01 during guding colo
CO MAY KIEM TIEN Water And State and the Angeler who for name State of the Office Angeler who for name State of the Office Angeler Market State of the Office Angeler Mar	in during quiding colo	
Atab Soleg In toles (Materiaphy)	latta Muni Ingoy	

Vị trí phân phối quảng cáo Zalo trên News Feed, Zalo Article và Zalo Artcle Native

Baomoi App Native 1	Baomai App Native 2	Baomoi App Native 3
Hội dựng quống cáo ng ngu The reductory in	New one more where we we we we we want to be a set of the set of t	MOW NO AND EXCEPTION OF AN BEIN ALL DEFAULT OF ANALY CO ANY KEM TICK WAR KEM TICK WAR AND AND AND AND AND AND AND AND WAR AND

Vị trí phân phối quảng cáo Zalo trên Báo Mới (Baomoi App Native 1, Baomoi Native 2 và Baomoi Native 3)

* Hình thức tính phí

Hình thức tính phí phổ biến nhất của Zalo Ads là tính theo CPC - trả cho hành vi có ý nghĩa tới việc kinh doanh của bạn. Mức giá này là giá đấu thầu giữa các nhà quảng cáo cùng tham gia quảng cáo trên hệ thống. Vì vậy bạn hoàn toàn chủ động thay đổi mức giá này để tăng thêm sức cạnh tranh và hiện quả cho quảng cáo của bạn.

Ngoài ra, Zalo Ads còn hỗ trợ một số hình thức tính phí khác như CPV, CPM ...

2. Các hình thức quảng cáo trên Zalo Ads



Vị trí phân phối quảng cáo Zalo trên Zing. vn App Native

Thông qua các hình thức quảng cáo khác nhau, Zalo Ads có thể hỗ trợ nhà nhà quảng cáo (chủ doanh nghiệp, chủ cửa hàng...) lựa chọn hình thức quảng cáo phù hợp với từng mục đích khác nhau như: xây dựng thương hiệu, thu hút khách hàng tiềm năng, tăng doanh thu...

2.1. Quảng cáo Zalo Official Account

Quảng cáo Zalo Official Account là hình thức tạo quảng cáo hỗ trợ doanh nghiệp tăng nhận biết thương hiệu thông qua việc thu hút lượng quan tâm trên trang Official Account (OA) của doanh nghiệp/cửa hàng.

Với quảng cáo Zalo Official Account, bạn có thể:

Tăng lượt quan tâm cho tài khoản Official Account

Sau đó, bạn có thể tiếp cận lại nhóm khách hàng này dễ dàng và hoàn toàn miễn phí bằng các tính năng của Zalo Official Account.

Điều kiện để tạo quảng cáo Zalo Official Account: Để tạo được loại quảng cáo này, nhà quảng cáo phải có tài khoản Zalo Official Account (Zalo OA) đã được duyệt.

Hình thức tính phí: CPC

2.2. Quảng cáo website

Quảng cáo website trên Zalo là hình thức quảng cáo tăng lượng truy cập về website của doanh nghiệp/Cửa hàng. Quảng cáo sẽ hiển thị luân phiên trên hệ sinh thái của Zalo Group.

* Điều kiện để quảng cáo Website

Quảng cáo Zalo Official Account
Hình thức tạo quảng các giúp gia tăng nhận biết thương hiệu thông qua việc thu hứt lượng quan tăm trên trang OA của doanh nghiệp/cứa hàng. Tìm biểu thêm
Bầt đầu

Ånh 6: Quảng cáo Zalo Offical Account



Ảnh 7: Một mẫu quảng cáo Zalo Official Account

Nhà quảng cáo cần có link

(đường dẫn) ví dụ website, landingpage trang cá nhân ... để người xem quảng cáo truy cập vào khi click vào quảng cáo.

Với quảng cáo website, bạn có thể:

Chuyển mọi người đến trang liên kết của bạn để mua hàng hoặc để lại thông tin tư vấn.

Tăng số người đi tới ứng dụng trên thiết bị di động của bạn.

Điều kiện tạo loại quảng cáo này bạn cần có **Zalo Official Account** và **trang website** của bạn.

Hình thức tính phí: **CPC**



Ảnh 8: Một mẫu quảng cáo website trên Zalo

2.3. Quảng cáo Form

Đây là hình thức quảng cáo nhằm mục đích thu thập thông tin khách hàng giúp cửa hàng có được danh sách khách hàng tiềm năng.

Hiện tại, hình thức quảng cáo này chỉ dành riêng cho một số ngành hàng cụ thể.

Với quảng cáo form, bạn có thể:

Tối ưu tỉ lệ chuyển đổi khách hàng tiềm năng của nhà quảng cáo.

Cho phép khách hàng tiềm năng dễ dàng cung cấp thông tin liên hệ theo họ tên, số điện thoại, email, địa chỉ

Điều kiện tạo loại quảng cáo này bạn cần có **Zalo Official Account.** Hình thức tính phí: **CPC**



Ảnh 9: Mẫu quảng cáo form trên Zalo

2.4. Quảng cáo video

Quảng cáo Video là hình thức quảng cáo sử dụng định dạng video để hiển thị, giúp doanh nghiệp tăng lượng tương tác với

người dùng thông qua việc xem quảng cáo. Nhà quảng cáo có thể thể hiện được nội dung đa dạng, sinh động và phù hợp với nhu cầu của mình.

* Điều kiện để tạo quảng cáo Video

Ngoài chuẩn bị video để quảng cáo, nhà quảng cáo cần có video đúng format quy định và đường dẫn trang đích (website, landingpage...) để người xem quảng cáo truy cập vào khi nhấn vào quảng cáo.

Với quảng cáo video, bạn có thể:

Tăng độ nhận diện thương hiệu của doanh nghiệp.

Chuyển mọi người đến trang liên kết của bạn để mua hàng hoặc để lại thông tin tư vấn.

Điều kiện tạo loại quảng cáo này bạn cần có **video** và **trang website** của bạn.

Hình thức tính phí: **CPV, CPM.**

2.5. Quảng cáo bài viết

Quảng cáo bài viết là hình thức tạo quảng cáo để tăng lượng truy cập về bài viết trên Zalo Official Account của doanh nghiệp/ cửa hàng/cộng đồng. Quảng cáo hỗ trợ gia tăng nhận biết thương hiệu của doanh nghiệp và tỷ lệ mua hàng.

Điều kiện để tạo quảng cáo bài viết:

Nhà quảng cáo phải có tài khoản Zalo Official Account (Zalo OA).

Nhà quảng cáo phải có bài viết ở trạng thái Hiện trước khi thực hiện tạo quảng cáo bài viết. Xem hướng dẫn tạo bài viết trên Zalo OA.

Các bài viết quảng cáo chỉ nên trong vòng 3 - 6 tháng từ ngày xuất bản. Các bài viết quá cũ sẽ bị khóa vì nội dung đã không còn

phù hợp với người dùng Zalo. Nhà quảng cáo nên kiểm tra bài viết trước khi chọn quảng cáo.

Với quảng cáo bài viết, bạn có thể:

Dễ dàng khởi tạo, tích hợp sẵn trong hệ sinh thái của Zalo Official Account.

Gia tăng nhận biết thương hiệu và tỷ lệ mua hàng.

Điều kiện tạo loại quảng cáo này bạn cần có **Zalo Official Account** và **bài viết** trong Zalo Official Account.

Hình thức tính phí: **CPC**



Ảnh 10: Mẫu quảng cáo Bài viết

2.6. Quảng cáo sản phẩm

Quảng cáo sản phẩm là hình thức quảng cáo để quảng bá sản phẩm từ cửa hàng của doanh nghiệp/chủ shop trên Zalo.

Điều kiện để tạo quảng cáo sản phẩm

Doanh nghiệp có tài khoản Official Account loại Doanh nghiệp.

Tài khoản Official Account đó phải có tính năng Cửa hàng.

Các sản phẩm trong Cửa hàng phải được duyệt và hiển thị bởi BQT Zalo Shop.

Lưu ý:

Trong thời gian chạy quảng cáo, nhà quảng cáo vui lòng không thay nội dung/hình ảnh sản phẩm, hoặc tắt/xóa sản phẩm để tránh ảnh hưởng đến chất lượng quảng cáo.

Với quảng cáo sản phẩm, bạn có thể:

Quảng bá sản phẩm của cửa hàng đến khách hàng tiềm năng.

Tăng khả năng chốt đơn hàng ngay trên chính Zalo.

Điều kiện tạo loại quảng cáo này bạn cần có **Zalo Official Account** và **sản phẩm** đăng trên Zalo Official Account (đã được duyệt).

2.7. Quảng cáo tin nhắn

Quảng cáo tin nhắn (Message Ads) trên Zalo Ads là hình thức hỗ trợ nhà quảng cáo tương tác trực tiếp với khách hàng tiềm năng qua tin nhắn hộp thoại trên Zalo. Qua đó, nhà quảng cáo có thể thu thập thông tin khách hàng, tư vấn trực tiếp 1:1, hoặc chốt đơn hàng trực tiếp ngay trên Zalo.



Ảnh 11: Mẫu quảng cáo sản phẩm trên Zalo

→ 85 **→**

Những lợi ích của nhà quảng cáo khi sử dụng quảng cáo tin nhắn.

Khi người dùng nhấn vào quảng cáo, hệ thống sẽ mở ra hộp thoại nhanh chóng và người dùng có thể tương tác trực tiếp 1:1 với doanh nghiệp.

Nhà quảng cáo/doanh nghiệp có thể tiếp cận lại nhóm khách hàng này trong tương lai với bài viết, hoặc cập nhật sản phẩm mới/ chương trình khuyến mại mới cho khách hàng.

Tăng tỉ lệ chuyển đổi ra đơn hàng khi sử dụng Chatbot để hỗ trợ khách hàng tốt hơn.

Điều kiện quảng cáo

Nhà quảng cáo phải có tài khoản Zalo Official Account để tạo được loại quảng cáo này.

3. Các hình thức tính phí và cách đặt giá thầu trên Zalo Ads

Hình thức tính phí trên Zalo Ads là hình thức đấu thầu trực tiếp giữa các nhà quảng cáo cùng tham gia quảng cáo trên hệ thống. Bạn có thể lựa chọn và trả phí cho hành vi có ý nghĩa tới việc kinh doanh của bạn.

* Các hình thức tính phí

Lượt nhấn (CPC - Cost Per Click):

Đây là hình thức tính tiền khi có người dùng nhấn vào quảng cáo của bạn và đây cũng là hình thức tính tiền phổ biến cho nhiều loại quảng cáo trên Zalo Ads như:

Quảng cáo website Quảng cáo Zalo Official Account Quảng cáo bài viết Quảng cáo sản phẩm Quảng cáo album - bài hát - video Tối ưu hóa hiển thị bài PR

Lượt liên hệ (CPA - Cost Per Action):

Zalo Ads tính phí khi người dùng Zalo thực hiện hành động liên hệ trên quảng cáo sản phẩm. Phương thức này chỉ áp dụng cho quảng cáo sản phẩm trên Zalo Ads.

Lượt hiển thị (CPM - Cost Per Mille):

Zalo Ads tính phí cho mỗi nghìn lượt hiển thị (1M = 1000 lượt hiển thị) video của bạn. Phương thức này chỉ áp dụng cho quảng cáo video trên Zalo Ads.

Lượt xem (CPV - Cost Per View):

Quảng cáo tính phí khi user Zalo xem hoàn tất video của bạn.

Phương thức này chỉ áp dụng cho quảng cáo video trên Zalo Ads.

Chú ý: Nếu video có độ dài trên 30s, thì hệ thống sẽ tính phí khi người dùng xem đến giây 30. Nếu video có độ dài dưới 30s, thì hệ thống sẽ tính phí khi người dùng xem hoàn tất video.

* Cách đặt giá thầu

Ran on the lost have along the children	pérgole O n	
da dang ngan akat atau (t	Tata for one -	 State States of regular bills can state on the data bills related to the can state of the + 60 bills
Lating of Loss (11) (1-14)	autorate a 2404000 m	0
Cial diagra	 Section of the section of the section	that is the way all.
	 Tardberg et al. Tardberg et al. Tardberg et al. Tardberg et al. 	Salary Strategies Salary
	320 Marcalan	144g (Mr. 250,500 d
	Ni karang ang ang ang ang ang ang ang ang ang	The detection on the design of all stress and up the map where the star we detection of the stress of the stress
	• Any second state of ball of Annexistic spin the families way of paints on the spin manufacture designed.	
	Ning als gir digitalin () 158,0000	
	the set strate of Maximitations Responding an and participation of the three the set that (so it if they the free	

Ảnh 12: Cách đặt giá thầu trong quảng cáo Zalo

Để đặt giá thầu khi thiết lập quảng cáo, bạn cần thực hiện theo 3 bước sau:

Bước 1: Chọn lịch chạy cho quảng cáo.

Bước 2: Thiết lập KPI cho từng loại hình tính phí và chọn hình thức tính theo toàn chiến dịch hoặc mỗi ngày.

Bước 3: Đặt giá cho từng loại tính phí (nhấp chuột, lượt hiển thị, lượt xem hoàn tất, hoặc lượt liên hệ).

* Lưu ý:

Nếu bạn thiết lập KPI cho quảng cáo theo toàn chiến dịch thì sau khi quảng cáo đó được duyệt, bạn không thể chỉnh sửa theo lại theo mỗi ngày, và ngược lại .

Giá tối thiểu (chi phí tối thiểu cho một click) sẽ do hệ thống đặt ra phụ thuộc việc nhà quảng cáo chọn nhóm đối tượng và thời điểm tạo quảng cáo.

Nếu nhóm đối tượng quảng cáo chọn càng rộng, thì giá tối thiểu hệ thống yêu cầu giảm. Ngược lại nhóm đối tượng quảng cáo chọn càng hẹp, giá tối thiểu hệ thống yêu cầu tăng cao.

4. Nên chọn hình thức quảng cáo nào?

Quảng cáo thường được nhắc đến với vai trò tăng nhận diện thương hiệu, thu hút khách hàng mới và phát triển doanh nghiệp của bạn. Tuy nhiên, ở mỗi giai đoạn phát triển khác nhau, doanh nghiệp sẽ có những mục tiêu quảng cáo khác nhau.

* Thiết lập kênh thông tin doanh nghiệp và chăm sóc khách hàng tại Zalo

Khi mới bắt đầu triển khai một kênh kinh doanh trực tuyến mới, điều đầu tiên bạn luôn đặt ra là "Làm sao để khách hàng biết đến sự hiện diện của doanh nghiệp và tương tác trực tiếp với doanh

nghiệp như thế nào?". Do vậy, mục tiêu đầu tiên đặt ra cho của bạn là xây dựng một lượng người quan tâm đủ lớn cho tài khoản doanh nghiệp của bạn tại Zalo. Có được lượng người theo dõi ban đầu có thể giúp bạn dễ dàng tương tác với khách hàng, triển khai các chiến dịch truyền thông tái tiếp cận (re-marketing) về sau.

Với mục tiêu trên, hình thức **"Quảng cáo Official Account"** sẽ là lựa chọn phù hợp nhất với bạn.

* Tăng lượt truy cập đến website

Với mục tiêu cần tăng lượng truy cập về website của doanh nghiệp thì **Quảng cáo website** sẽ là một lựa chọn phù hợp cho chiến dịch của bạn. Với loại quảng cáo này cho phép người dùng truy cập vào website của bạn để mua hàng, tải ứng dụng hoặc để lại thông tin tư vấn.

* Giới thiệu sản phẩm

Hình thức "**Quảng cáo sản phẩm**" sẽ giúp doanh nghiệp bán hàng trực tiếp trên nền tảng Zalo. Mấu chốt của hình thức quảng cáo này đó là tối giản hóa quá trình mua hàng của người dùng:

Thấy quảng cáo về sản phẩm của bạn.

Click quảng cáo để xem thông tin sản phẩm.

Đặt hàng.

Toàn bộ quá trình trên đều được thực hiện trên nền tảng Zalo sẽ giúp cho tỉ lệ rớt (drop) đơn hàng giảm xuống đáng kể, giúp tối ưu hóa lượng đơn hàng của bạn.

* Giới thiệu dịch vụ, dự án, sản phẩm ... thông qua bài viết chi tiết.

Với tính đặc thù của một số loại dịch vụ, dự án hoặc sản phẩm bạn sẽ cần cung cấp những thông tin chi tiết, đầy đủ để giúp khách hàng cân nhắc kĩ trước khi đưa ra quyết định mua hàng thì **Quảng cáo bài viết** là lựa chọn phù hợp. **Quảng cáo bài viết** trong trường hợp này sẽ mang lại cho bạn 2 lợi ích:

Cung cấp thông tin một cách chi tiết - đầy đủ, để giúp khách hàng trả lời những băn khoăn của doanh nghiệp ngay cả khi doanh nghiệp chưa có website chi tiết.

Khuyến khích khách hàng để lại thông tin cá nhân, để bạn có thể tiếp tục nuôi dưỡng thông qua việc tư vấn cá nhân.

* Giới thiệu những dịch vụ mang tính trải nghiệm theo cách thu hút

Nếu sản phẩm, dịch vụ của bạn mang tính chất trải nghiệm – tức khách hàng phải hình dung được quá trình sử dụng sản phẩm ra sao, thì hình thức **"Quảng cáo video"** sẽ là một lựa chọn thích hợp.

Các video ngắn quay lại quá trình thực hiện một món ăn của nhà hàng, một liệu trình chăm sóc da tại spa, một lộ trình duyệt vay các khoản tài chính nhanh chóng, trải nghiệm sản phẩm ... là những tư liệu cực kỳ có giá trị trong việc quảng bá sản phẩm của bạn.

Cần lưu ý rằng, các video ngắn, được trau chuốt về mặt hình ảnh, chuyển động cùng với âm thanh sống động sẽ mang lại hiệu quả cao hơn hắn so với những video khác.

5. Những yếu tố ảnh hưởng đến quảng cáo Zalo Ads

Khi quảng cáo được duyệt, có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến sự phân phối và hiệu quả quảng cáo của bạn.

* 3 yếu tố chính ảnh hưởng đến phân phối của quảng cáo Zalo Ads

Số CTR của quảng cáo (chỉ số tương tác giữa nội dung và hình ảnh quảng cáo với người dùng Zalo), giá thầu cho 1 click nhà

quảng cáo đặt trong hệ thống, số lượng click nhà quảng cáo đặt cho quảng cáo. Nhà quảng cáo nên lưu ý như sau:

Giữ CTR ở mức ổn định

CTR trên quảng cáo Zalo Ads sẽ dao động từ khoảng 0.7% - 0.9%. Nếu CTR quảng cáo của bạn dưới 0.7%, bạn nên cân nhắc thay đổi nội dung (câu chữ, hình ảnh) của quảng cáo để quảng cáo thu hút và hấp dẫn hơn.

Giá thầu và số lượng click của quảng cáo

Nếu quảng cáo bạn phân phối chậm, rất có thể quảng cáo của bạn có giá thầu và số lượng click thấp hơn so với giá thầu và số lượng click của các quảng cáo đang cạnh tranh cùng nhóm đối tượng trên hệ thống. Vì thế, bạn nên cân nhắc thay đổi và gửi duyệt lại quảng cáo.

* Một số yếu tố khác

Ngoài ra, số tiền trong tài khoản và số tiền tạm giữ cũng quyết định đến việc quảng cáo có được phân phối hay không.

Số tiền trong tài khoản quảng cáo nên lớn hơn hoặc bằng tổng ngân sách dự kiến chạy quảng cáo để đảm bảo các quảng cáo được phân phối ổn định.

Số tiền tạm giữ: Khi quảng cáo được duyệt, hệ thống sẽ tạm giữ một số tiền nhất định để đảm bảo có đủ ngân sách phân phối quảng cáo đó. Nhà quảng cáo có thể kiểm tra tại phần thông tin người dùng để đảm bảo quảng cáo của mình đã được giữ tiền hay chưa.

Nếu hệ thống tạm giữ toàn bộ số tiền trong tài khoản quảng cáo, tức là số tiền hiện có trong tài khoản của bạn không đảm bảo để hệ thống tạm giữ. Lúc đó, nhà quảng cáo nên cân nhắc: Nạp thêm tiền vào tài khoản. Kiểm tra, tắt bớt quảng cáo không cần thiết. Sau đó, đợi khoảng 30 phút để hệ thống hoàn tiền tạm ứng và nhà quảng cáo có thể tạo thêm quảng cáo mới.

6. Tại sao cần thực hiện AB testing?

Để thực hiện A/B testing, trước tiên chúng ta cùng tìm hiểu A/B testing là gì và thực hiện A/B testing thế nào để đạt hiệu quả.

*A/B testing là gì?

A/B testing (hay còn được gọi là split testing) là một quy trình mà trong đó có hai phiên bản (A và B) được cùng so sánh khi thực hiện chiến dịch quảng cáo và qua đó bạn có thể so sánh những phiên bản quảng cáo khác nhau này ở cùng một thời điểm và đánh giá xem phiên bản nào hiệu quả hơn.

Các phiên bản quảng cáo ở đây có thể là mọi thứ từ một hình banner, nội dung quảng cáo, nhóm đối tượng nhắm chọn cho tới trang web và hiệu quả được đánh giá dựa trên mục tiêu của người làm test dành cho các phiên bản này.

A/B testing cho bạn biết liệu hình ảnh trong một quảng cáo này có giúp bạn đạt kết quả tốt hơn những quảng cáo khác không; hoặc nhóm đối tượng quảng cáo này thì sẽ click vào quảng cáo nhiều hơn những đối tượng còn lại... để phân bổ ngân sách vào các mẫu quảng cáo hiệu quả hơn.

* Tiến hành thử nghiệm?

Thiết kế của quảng cáo: hình ảnh, chú thích, mô tả, thông tin thêm, Call-To-Action, trang landing...

Nhóm đối tượng quảng cáo: giới tính, độ tuổi, địa lý, ngành nghề, sở thích...

Lưu ý: Chúng ta không nên cố gắng thử tất cả các yếu tố. Thay vào đó, hãy tập trung vào những yếu tố liên quan đến việc kinh doanh của bạn và mang lại hiệu quả quảng cáo cao.

* Một số cách bạn có thể thử để trải nghiệm A/B testing

Bỏ những yếu tố không cần thiết

Nếu bạn bán mỹ phẩm cho nữ thì việc nhắm đến đối tượng nam là không cần thiết.

Những yếu tố thử nghiệm cần khác biệt

Nếu bạn thử một quảng cáo sử dụng hình nền màu trắng và một quảng cáo sử dụng hình nền màu xám thì sự khác biệt trong hiệu quả của hai quảng cáo này sẽ khá nhỏ.

Chia nhỏ và tinh chỉnh các yếu tố

Bạn thử nghiệm hai nhóm đối tượng 18 - 35 và 36 - 55 và phát hiện nhóm 18 - 35 có kết quả tốt hơn. Tiếp theo, bạn nên chia nhỏ nhóm 18 - 35 thành hai nhóm nhỏ hơn 18 - 22 và 23 - 35.

Đừng bao giờ ngừng thử nghiệm

Khi bạn đã tìm ra sự kết hợp hoàn hảo giữ thiết kế quảng cáo và nhóm đối tượng, hãy phân bổ nhiều kinh phí cho nhóm đấy. Đồng thời, hãy bắt đầu thử nghiệm mới.

Hi vọng bài viết này sẽ giải đáp những thắc mắc của những ai đang tìm hiểu về quá trình A/B testing để áp dụng vào quảng cáo trên Zalo Ads.

7. Ý nghĩa các thông số của quảng cáo

Quảng cáo trên Zalo Ads có nhiều thông số bạn cần lưu ý để quản lý và tối ưu quảng cáo đạt hiệu quả như mong đợi.

Thông tin quảng cáo

Thông tin quảng cáo bao gồm:

ń	🕲 Chille diell - 🔡 D	wvm - (j) Hrmals				518n contai: 21,3838	Re Hepsin
dustin ding sea	Claifer lý chiến dịch Lých sử ngọ tiến Lých sử gian địch	i kas virguning pile. Hins Marry og er til Fred and skal stans level	0 (2 m) 24 m) 10 m (10	Alex All is the pair of a	n san déraing nic Y. In Duing ni	istinalis, das noris, sit i	an ondires. ^X
and and a state	nan ocazata 📇 🔤	0,000#					
417	1000 100	altites	ne : Xuitinades :	And the lot	Mainlung rep- 1	neiding san	
	18477-19790 (4-46)	ru teké	*** ****	Secur	Wyde Kang Ukt Haen The's Vi	**	

Ảnh 13: Các thông số cơ bản của quảng cáo Zalo

ID: Là mã ID của quảng cáo, mỗi quảng cáo sẽ có 1 số ID quảng cáo riêng, mã ID này chính là 8 số.

Tên quảng cáo: Tên của từng quảng cáo trong chiến dịch. Tên quảng cáo giúp khách hàng có thể phân biệt từng quảng cáo trong chiến dịch. Khách hàng có thể áp dụng tên từng quảng cáo để phân biệt các quảng cáo trong kỹ thuật A/B testing.

Trạng thái: Thể hiện trạng thái của quảng cáo.

Tạo mới: Quảng cáo đang tạo và chưa gửi duyệt.

Không chạy - Chờ lịch chạy: Quảng cáo đã được duyệt và đang trong thời gian đồng bộ từ hệ thống đến website báo cáo. Quảng cáo sẽ được chuyển trạng thái đang chạy trong vòng 30 phút.

Đang chạy: Quảng cáo đang được phân phối trong hệ thống Zalo Ads.

Tạm dừng: Quảng cáo được khách hàng tạm dừng.

Dừng hoạt động: Quảng cáo bị dừng hoạt động do vi phạm chính sách quảng cáo, không thể chỉnh sửa trên quảng cáo đấy.

Hoàn tất: Hệ thống hoàn tất quảng cáo do hết thời gian.

Thông số báo cáo

Khi quảng cáo của bạn đã được duyệt và phân phối trên Zalo Ads thì bạn dễ dàng theo dõi được các chỉ số báo cáo sau đây:

─ 94 →

C 21 101		ads.zalo.me	0
Tau has	Edio Ada	Zyra hole	Zan An
Logi chilin diph. Trung thili	Quiling edo Zalo Official Account Tam dung	Lipth alogy	급 31/03/3020 · 67/04/2020
i Hen auk	Nguti sent		
3,074 Logt chile		Ingay Tub	n Thing
426,222 Netwitte			
0.72 CTh			
7,642 56 squbi sem		í	

Ảnh 14: Một số thông số báo cáo

Lượt hiển thị: Thông tin số lần hệ thống hiển thị quảng cáo đến nhóm đối tượng.

Lượt nhấn: Số lần người dùng Zalo nhấn vào quảng cáo của nhà quảng cáo và xem thông tin quảng cáo.

CTR: Chỉ số quan trọng đánh giá quảng cáo của nhà quảng cáo có thu hút người dùng nhấn vào hay không.

 $CTR = s\delta lượt nhấp chuột/ s\delta lượt hiển thị x 100$

Lượt liên hệ: Số lần người dùng Zalo liên hệ (chat với OA hoặc gọi điện với số điện thoại) khi nhà quảng cáo sử dụng nút hiển thị là *Chat ngay* hoặc *Gọi điện*.

Giá trung bình: Giá quảng cáo hệ thống tính cho 1 click của người dùng Zalo vào quảng cáo của nhà quảng cáo. Giá trung bình sẽ bằng hoặc nhỏ hơn giá thầu nhà quảng cáo đặt trong lúc tạo quảng cáo. Nhà quảng cáo cần phải xem giá trung bình của quảng cáo dựa trên toàn thời gian quảng cáo đã chạy. Giá trung bình trong ngày có thể sẽ không chính xác do hệ thống cần thời gian để đồng bộ lại số lượng lượt nhấn và cho giá trung bình chính xác.

Chi phí: Chi phí cho toàn bộ quảng cáo của nhà quảng cáo đã chạy. Hệ thống sẽ trừ trực tiếp số tiền này vào tài khoản quảng cáo của nhà quảng cáo theo thời gian thực.

Chi phí = số lượt nhấn x giá trung bình

Số người xem: Số lượng người dùng Zalo trong hệ thống xem quảng cáo. Một quảng cáo sẽ được xem bởi nhiều người dùng Zalo.

Tần số: Số lần quảng cáo được xem bởi người dùng Zalo. Một người dùng Zalo có thể thấy quảng cáo nhiều lần.

8. Các cách chọn đối tượng quảng cáo

Để tiếp cận đúng đối tượng khác hàng mục tiêu và hiệu quả cao, Zalo Ads hỗ trợ nhà quảng cáo nhiều hình thức nhắm chọn đối tượng khác nhau như sau:

* Nhóm đối tượng theo địa điểm:

Nhà quảng cáo được phép chọn tối đa **5 vị trí địa điểm quảng cáo** theo Tỉnh/thành phố/quận/huyện, hoặc theo vị trí cụ thể

Tỉnh, Thành phố, Quận, Huyện: Nhà quảng cáo có thể chọn tỉnh thành theo vị trí địa lý: Miền Bắc, Miền Trung, Miền Nam

Lưu ý: Nếu nhà quảng cáo để trống phần địa điểm, hệ thống Zalo Ads sẽ hiểu phân phối quảng cáo đến toàn thể người dùng Zalo trên toàn quốc.

Zalo Ads chỉ nhằm chọn đến đối tượng người dùng Zalo trong lãnh thổ Việt Nam. Nếu nhà quảng cáo chọn nhóm đối tượng Zalo ngoài lãnh thổ Việt Nam, thì quảng cáo sẽ không phân phối.

* Nhóm đối tượng theo giới tính:

Nhà quảng cáo có thể chọn giới tính Nam, Nữ hoặc chọn tất cả giới tính, tùy vào mục tiêu mà chiến dịch quảng cáo hướng đến

* Nhóm đối tượng theo độ tuổi:

Nhà quảng cáo chọn nhóm độ tuổi phù hợp với mục tiêu quảng cáo (từ 13 - 65 tuổi)

Lưu ý: Với một nhóm ngành quảng cáo có hạn chế về độ tuổi, nhà quảng cáo phải chọn nhóm độ tuổi chính xác. Ví dụ: Quảng cáo ngành thực phẩm chức năng phải chọn nhóm độ tuổi từ 18 tuổi trở lên.

* Nhóm đối tượng theo nền tảng di động hoặc PC:

Nhà quảng cáo có thể chọn quảng cáo chỉ chọn quảng cáo chỉ hiển thị trên di động (Andorid, iOS) hoặc có thể hiển thị trên PC.

* Tiêu chí khác:

Nhà quảng cáo lựa chọn **Sở thích** và **Nhân khẩu họ**c để nhắm đúng nhóm đối tượng phân phối quảng cáo.

Hệ thống Zalo Ads sẽ phân tích nhóm người dùng Zalo có những hành vi, sở thích trùng với những thông tin nhà quảng cáo chọn và phân phối quảng cáo đến những nhóm người dùng này.

Ban muốn quảng cáo hướng đến r	i O						
Nhêm dãi tượng đã tực 🛩						Lou inhini dhi harang	
Chọn địa điểm 🗇	Q. Ten Timy Dialog - QuaryPhysics		Dá chun (0)	Da chun (0)			
	 Milen Sác 	• Miller Sác 🗢					
	• Millin Tiung O			3= 3=			
	• Mite Nam O						
			12112	bar d	ang quiling cate diffe to	lt cé die diém	
Thông tin người xem 🕘	Gittisen		60 146		Nim táng		
	That:	D ND	Dan 18	18-24	indroid	KOS .	
			E2 25-34 E2 45-54	35-44	ES 140		
			Trên 64				
Các tiệu chi khác 🕲	• Chon các từ	o chỉ để giúp vụ ti	ên hiệu quố quống cá	ŧi			
Non-Ville Load And CO. CTUT	Photos alega			Trees			

Ảnh 15: Cách chọn đối tượng quảng cáo trên Zalo

Lưu ý: Nhà quảng cáo chỉ chọn những tiêu chí phù hợp với nhóm khách hàng tiềm năng của doanh nghiệp. Nếu nhà quảng cáo chọn hết tất cả tiêu chí, hệ thống Zalo Ads sẽ hiểu là không chọn tiêu chí nào.

9. Một vài lý do quảng cáo Zalo không "cắn" tiền

Hiện nay, hình thức bán hàng online trên Zalo ngày càng nhiều các doanh nghiệp lựa chọn để phát triển. Trong đó, Zalo ADS đang được khai thác để mang lại hiệu quả kinh doanh cao hơn.

Zalo ADS là nền tảng hỗ trợ doanh nghiệp (nhà quảng cáo) chủ động trong việc tạo quảng cáo và trực tiếp tối ưu quảng cáo trên hệ thống Zalo Network bao gồm: Ứng dụng Zalo, Zing Mp3 - ứng dụng nghe nhạc hàng đầu Việt Nam, Báo mới và Zing News.

Tuy nhiên, trong mỗi chiến dịch marketing thì nhiều doanh nghiệp gặp phải trường hợp quảng cáo Zalo không "cắn" tiền.

Quảng cáo Zalo không "cắn" tiền được hiểu là khi bạn thực hiện chạy quảng cáo mà không thu được hiệu quả. Trong chiến dịch quảng cáo, nếu tiền cho ngân sách Zalo ADS không được tiêu thì đồng nghĩa với hoạt động này không đem lại kết quả gì. Sau đây là một số yếu tố ảnh hưởng đến Zalo ADS và nguyên nhân gây ra khiến Zalo ADS không cắn tiền, cụ thể như sau:

9.1. Giá BID thấp

Đây là mức phí tối đa mà doanh nghiệp sẽ duyệt chi trả cho mỗi lượt người dùng kích chuột vào quảng cáo trong hình thức quảng cáo pay-per-click của họ. Giá BID thấp được xem là lý do quảng cáo Zalo không cắn tiền được nhiều người nghĩ đến đầu tiên. Vì khi thực hiện Zalo ADS nếu bạn cần xem xét các khía cạnh để lựa chọn giá BID.

Trong một số trường khác, nếu mức giá DID (giá chào mua tại sàn giao dịch) quảng cáo Zalo quá thấp, thì những trường hợp

quảng cáo có thể sẽ không được thể hiển thị. Đơn giản vì có nhiều doanh nghiệp khác đã chấp nhận chi trả nhiều cho mức giá đấu thầu từ Zalo, nên mức giá đấu thầu của bạn thấp hơn thì Zalo sẽ ưu tiên hiển thị quảng cáo cho các doanh nghiệp khác. Điều này dẫn đến tình trạng quảng cáo Zalo không cắn tiền. Thêm một điều nữa, nếu bạn đặt mức giá đấu thầu khi thực hiện Zalo ADS cao thì Zalo sẽ tăng phân phát quảng cáo của bạn trên nền tảng này. Tuy nhiên, điều này sẽ rất tốn kém và không tối ưu được chi phí quảng cáo.

Có thể thấy việc đặt giá BID có vai trò rất quan trọng khi thực hiện chạy quảng cáo Zalo. Giá càng rẻ thì khả năng tiếp cận thấp và khó thành công. Còn nếu giá thầu quá cao thì chi phí có thể sẽ không hợp lý. Cách tốt nhất là bạn cần cân nhắc và để lựa chọn mức giá không quá thấp và không quá cao để đem lại hiệu quả quảng cáo và tránh được tình trạng quảng cáo Zalo không "cắn" tiền.

9.2. Chỉ số CTR không cao

CTR (Click Through Rate) được tính bằng tỷ lệ số lượt nhấp chuột vào trên số lượt hiển thị của quảng cáo. Chỉ số CTR Zalo được dùng để đo lường mức độ quảng cáo mức độ quan tâm của nhóm đối tượng khách hàng mục tiêu với quảng cáo của doanh nghiệp. Nếu quảng cáo phù hợp và nắm được đúng insight¹ sẽ thu hút và khơi gợi được người dùng Zalo CTR của chiến dịch Zalo ADS sẽ cao.

Trong các yếu tố ảnh hưởng đến quảng cáo Zalo thì chỉ số CTR Zalo có ảnh hưởng quan trọng nhất từ đó đưa ra ý kiến để đánh giá trải nghiệm của nhóm khách hàng mục tiêu. Nếu CTR thấp được hiểu là mức độ số người quan tâm đến quảng cáo rất ít. Ví dụ như CTR bằng 2 tức là có 100 lượt hiển thị thì chỉ có 2 lượt nhấn chuột

¹ Customer insights (hay còn được gọi là insight) là các "sự thật ngầm hiểu" của khách hàng giúp doanh nghiệp có thể thấu hiểu một cách sâu sắc mong muốn và nhu cầu của họ.

vào xem quảng cáo. Khi thực hiện chiến dịch quảng cáo, doanh nghiệp cần thường xuyên kiểm tra hiệu suất và giữ cho chỉ số CTR Zalo ở mức ổn định. Theo thông tin của Zalo, chỉ số CTR ổn định sẽ giao động trong khoảng từ 0,7% - 0,9%. Nếu chỉ số CTR dưới 0,7% thì được xem là thấp và doanh nghiệp của bạn cần cân nhắc lại nội dung, chất lượng hình ảnh,... Còn nếu chỉ số CTR chỉ ở mức 0,1% - 0,5% thì là rất thấp, tức là quảng cáo Zalo ADS không cắn tiền.

Lưu ý dành cho người thực hiện chạy quảng cáo Zalo là Zalo chỉ hiển thị những quảng cáo mà chỉ số CTR đạt mức độ cao vì lúc đó họ mới nhận được tiền. Thêm vào đó, số tiền tạm giữ thì phải lớn hơn so với ngân sách hiện tại của doanh nghiệp, nếu không tài khoản quảng cáo của doanh nghiệp sẽ bị liệt vào danh sách nhóm không an toàn. Ví dụ hiện tại ngân sách của bạn là 1.000.000 VNĐ. Bạn set Zalo ADS 1000 click x 760 VNĐ/click = 1.760.000 VNĐ. Khi đó, tài khoản của bạn sẽ bị Zalo liệt vào danh sách nhóm không an toàn và quảng cáo Zalo không cắn tiền dù đã được Zalo được phê duyệt.

9.3. Chỉ số PPC thấp

PPC (Pay-Per-Click) được hiểu là một khoản chi phí mà doanh nghiệp phải trả cho mỗi lượt quảng cáo được nhấp chuột vào.

Đây là một trong lý do tại sao quảng cáo Zalo không cắn tiền, từ đó dẫn đến hoạt động marketing online không đạt được hiệu quả.

Thêm nữa, thời gian chờ cho Zalo duyệt quảng cáo sẽ lâu hơn và nếu có thì việc Zalo ADS cắn tiền cũng sẽ lâu hơn.

PPC thấp thì quảng cáo ít được phân phối, quảng cáo của doanh nghiệp khi thực hiện chỉ được hiển thị trong một thời gian ngắn và tần suất không cao. Ví dụ, bạn có thể dễ hình dung khi cài giá BID là 800 đồng với 100 click.

10. Giải pháp xử lý chuyên nghiệp quảng cáo Zalo không cắn tiền

Sau khi đã tìm ra lý do quảng cáo Zalo không cắn tiền, bạn cần phân tích để tìm ra được cách khắc phục. Dưới đây sẽ là một số giải pháp bạn có thể tham khảo:

10.1. Tối ưu nội dung và hình ảnh của bài viết

Đây là giải pháp giúp bạn khắc phục tình trạng quảng cáo Zalo không cắn tiền do chỉ số CTR thấp. Tổng hợp nội dung thu hút, hình ảnh ấn tượng và bắt mắt sẽ giúp thu hút người xem. Từ đó chỉ số CTR Zalo ngày càng tăng lên. Doanh nghiệp của bạn sẽ tìm kiếm thêm được khách hàng và có đơn nhanh chóng. Đầu tiên, bạn cần xác định các đặc điểm của nhóm khách mục tiêu và từ đó đưa ra lựa chọn hình ảnh và nội dung phù hợp với nhóm đối tượng này.

Màu sắc: Quảng cáo để gây được sự chú ý thì cần có hình ảnh phải nổi bật. Vì vậy bạn nên lựa chọn những màu sắc nổi bật so với gam màu nền nhật ký Zalo nếu không tỷ lệ CTR của Zalo ADS có thể không cao. Mỗi doanh nghiệp có gam màu riêng cho thương hiệu của mình, nếu có sự trùng lặp với màu nền Zalo thì nên thay đổi bố cục nhằm tạo điểm nhấn để gây ấn tượng cho người xem.

Kích thước: Hình ảnh quảng cáo đảm bảo tỷ lệ 2:1 theo kích thước 480×240 pixel. Nếu quảng cáo được sử dụng không đúng kích thước sẽ dẫn đến hình ảnh bị với, mất cân đối.

Thêm nút kêu gọi hành động: Nút kêu gọi sẽ thúc đẩy hành đồng của người xem nhấp chuột vào quảng cáo (tăng tỷ lệ CTR). Tuy nhiên, vị trí nút kêu gọi cần được sắp xếp ở vị trí hợp lý tránh gây phản cảm.

Hình ảnh con người: Với một số lĩnh vực như thẩm mỹ, thời trang,.. thì yếu tố hình ảnh con người trong quảng cáo có vai trò rất quan trọng, giúp tăng sự tin tưởng của người dùng hơn.

Text trong hình ảnh: Thêm chữ vào hình ảnh giúp truyền tải được rõ ràng thông điệp mà doanh nghiệp muốn truyền tải đến người xem.

Dưới đây là một điều cần quan tâm với nội dung của các bài viết Zalo ADS:

Nội dung mô tả cần thu hút, hấp dẫn người xem. Đặc biệt là không tạo nên nội dung khó hiểu, tối nghĩa.

Đa dạng nội dung quảng cáo: Với 1 sản phẩm bạn nên thực hiện đa dạng 2 - 3 nội dung khác nhau để thực hiện Test A/B trong 2 - 3 ngày, từ đó lựa chọn quảng cáo có chỉ số CTR cao hơn.

10.2. Tăng số BID phù hợp với quảng cáo

Đây sẽ là bí quyết để xử lý cho nguyên nhân quảng cáo Zalo không cắn tiền do BID thấp. Với BID tối thiểu đầu vào bạn có thể giữ nguyên với mức mà Zalo đề nghị. Ở mức giá thầu BID đó quảng cáo vẫn được phân phối.

Ngoài ra, để thiết lập giá đấu thầu BID cho quảng cáo Zalo, bạn có thể tham khảo các bước sau:

Bước 1: Lựa chọn lịch chạy quảng cáo.

Bước 2: Thiết lập KPI cho mỗi loại hình tính phí và quyết định lựa chọn hình thức tính theo ngày hoặc theo toàn chiến dịch.

Bước 3: Đặt giá cho mỗi loại tính phí (lượt hiển thị, lượt nhấp chuột, lượt, lượt liên hệ,...).

Lưu ý:

Khi bạn thiết lập KPI cho quảng cáo theo mỗi ngày thì bạn không thể chỉnh sửa lại theo toàn chiến dịch nếu quảng cáo đã được Zalo phê duyệt và ngược lại.

Giá tối thiểu cho mỗi click sẽ có sự thay đổi phụ thuộc vào việc lựa chọn nhóm đối tượng nhận tin mục tiêu và thời điểm mà bạn tạo quảng cáo.

Nếu nhóm đối tượng quảng cáo càng hẹp thì giá tối thiểu được hệ thống đưa ra càng cao. Ngược lại, giá tối thiểu do hệ thống yêu cầu sẽ thấp hơn nếu nhóm đối tượng quảng cáo được lựa chọn rộng.

10.3. Cách cân đối lại số click vào quảng cáo (tham khảo)

Để tỷ lệ click vào quảng cáo Zalo chất lượng thì bạn cần điều chỉnh PPC hợp lý. Ví dụ với ngân sách hiện có 1.000.000 VNĐ thì bạn nên set 2800 click x 420 VNĐ/click = 1.176.000 VNĐ để số tiền tạm giữ mỗi chiến dịch không vượt quá 20% ngân sách bạn đề ra.

Bên cạnh đó khi set Zalo ADS, tỷ lệ click không phải lúc nào cũng chất lượng. Vậy nên bạn có thể áp dụng một vài mẹo sau để tăng số lượng ượt click như:

Thêm từ khóa được đối thủ sử dụng vào tiêu đề quảng cáo để tăng khả năng cạnh tranh.

Tạo thêm nhiều quảng cáo hướng về cùng một sản phẩm.

Xác định trước đối tượng khách hàng mục tiêu để set Zalo ADS hiệu quả.

Hãy ghi chép lại những điều bạn học được trong chương này, kèm theo các câu hỏi (nếu có) phía dưới:

Liên hệ tác giả khi có câu hỏi hoặc bạn muốn cập nhật thêm các kiến thức Marketing mới nhất bằng cách quét QR Core dưới đây. (Ấn nút "Quan Tâm" để nhận quà)





ZALO NOTIFICATION SERVICE (ZALO ZNS)

1. Giải pháp chăm sóc khách hàng trực tuyến từ Zalo

Zalo Notification Service (ZNS) là dịch vụ gửi thông báo chăm sóc khách hàng trên Zalo dành cho nhóm tài khoản Zalo Official Account (Zalo OA). Với những tính năng nổi bật và chi phí tiết kiệm, ZNS mang đến giải pháp tối ưu dành cho doanh nghiệp trong việc chăm sóc và tương tác với khách hàng.

* Zalo Notification Service là gì?

Zalo Notification Service (ZNS) là dịch vụ gửi thông báo chăm sóc khách hàng trên Zalo. Dịch vụ nằm trong bộ giải pháp dành cho nhóm tài khoản Official Account (OA). Thông qua kênh ZNS, các tài khoản OA có thể gửi thông báo, thông tin giao dịch và các thông tin chăm sóc khách hàng khác đến tất cả khách hàng có sử dụng Zalo.



Ånh 1: Zalo ZNS là dịch vụ chăm sóc khách hàng vượt trội

* Ứng dụng của ZNS dành cho doanh nghiệp

Với mục đích cung cấp một kênh thông tin chính thống trên Zalo cho doanh nghiệp, ZNS hỗ trợ việc gửi thông báo cho các hoạt động giao dịch, chăm sóc khách hàng, hậu mãi,...

Một số ứng dụng nổi bật và phổ biến của ZNS ở các ngành hàng gồm có:

Gửi thông báo xác nhận đơn hàng đến khách mua hàng trực tuyến.

Cập nhật trạng thái đơn hàng của khách qua các giai đoạn.

Xác nhận hợp đồng cho vay tài chính.

Thông báo đến hạn thanh toán khoản vay tài chính.

Thông báo thay đổi số dư tài khoản ngân hàng.

Để đảm bảo hiệu quả gửi thông báo và tính chính thống của doanh nghiệp trên Zalo, nội dung ZNS được kiểm duyệt chặt chẽ và không hỗ trợ nội dung quảng cáo.

Giàng Thuận Ý



Ảnh 2: Zalo ZNS được thiết kế nhằm đáp ứng nhiều đối tượng sử dụng khác nhau

* 4 ưu điểm của ZNS dành cho doanh nghiệp Tiếp cận tệp khách hàng rộng khắp Việt Nam

Zalo hiện tại là một trong những ứng dụng giao tiếp trực tuyến nội địa phổ biến nhất Việt Nam. Với lợi thế của một sản phẩm trực thuộc Zalo, ZNS cho phép các doanh nghiệp tiếp cận dễ dàng đến tệp khách hàng rộng lớn và trải dài khắp cả nước.

Nội dung thông báo đa dạng và được cá nhân hóa

Với số lượng ký tự giới hạn cho mỗi thông báo lên đến 400 ký tự có dấu, thông báo được gửi qua ZNS sẽ được thiết kế trọn vẹn và có thể truyền tải chính xác nội dung đến khách hàng. Mẫu ZNS có thể đính kèm nhiều tiện ích như đường dẫn truy cập và gọi điện nhanh, giúp doanh nghiệp tối ưu hiệu quả của thông báo. Bên cạnh đó, thông qua kênh ZNS doanh nghiệp có thể dễ dàng tăng độ nhận diện thương hiệu của mình với khả năng đính kèm logo thương hiệu trong các ZNS gửi đến khách hàng.
Chi phí tối ưu, minh bạch

Khi sử dụng ZNS, doanh nghiệp chỉ phải thanh toán cho những lệnh ZNS được xử lý thành công, dựa theo báo cáo kết quả xử lý chi tiết. Đây chính là ưu điểm nổi trội giúp việc sử dụng ZNS có chi phí được tối ưu hóa.

Đo lường hiệu quả

Hệ thống báo cáo của ZNS giúp ghi nhận kết quả của tất cả hoạt động xử lý lệnh ZNS đã thực hiện. Doanh nghiệp luôn có thể theo dõi kết quả các lệnh đã tạo, trạng thái đã nhận từ phía khách hàng và lý do xử lý không thành công (nếu có) của từng lệnh ZNS. Các kết quả này cung cấp nguồn số liệu quan trọng để đo lường hiệu quả của hoạt động CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG.

Bên cạnh đó, các báo cáo có thể được truy xuất chính xác theo từng mốc thời gian giúp đáp ứng nhu cầu báo cáo nội bộ của từng doanh nghiệp.

* Chi phí của dịch vụ ZNS

ZNS áp dụng cách tính phí theo đơn giá chuẩn của 3 dạng nội dung cho mỗi lệnh ZNS được xử lý và nhận thành công.



Ảnh 3: Chi tiết giá dịch vụ ZNS do Zalo cung cấp

Với nhóm tài khoản OA Hành chính công và Tiện ích thiết yếu (điện, nước, internet, ...), đơn giá chuẩn của ZNS dạng văn bản và dạng bảng có giá là 120đ/tin.

Giàng Thuận Ý

	SMS truyền thống	Zalo ZNS
Tên thương hiệu	Chỉ hiện dưới dạng text	Hiến thị được cả dạng text và logo (ảnh)
Nội dung tin	160 kỹ tự dạng text	Tổi đa 400 ký tự hỗ trợ dạng bảng
Giá	320-820VNÐ/tin nhān (tủy nhà mạng)	Chỉ từ 0 - 250 VNĐ
Nút CTA	Không có	Điều hướng KH đi tới website, hotline, các kênh bán hàng
Khả năng tương tác	Một chiều	Hai chiều
Báo cáo	Không có	Báo cáo lượt gửi tin, trạng thái gửi thành công-thất bại và chi phí gửi tin theo ngày

Ảnh 3.1: So sánh dịch vụ Zalo ZNS so với tin nhắn SMS truyền thống

* Cách đăng ký sử dụng ZNS

Để bắt đầu sử dụng dịch vụ ZNS, doanh nghiệp cần chuẩn bị những điều kiện ban đầu gồm:

Tạo tài khoản OA trên Zalo

Xác thực thông tin tài khoản OA với Zalo

Hiện tại, doanh nghiệp có thể triển khai sử dụng dịch vụ ZNS thông qua 2 phương án:

Liên lạc trực tiếp với Zalo để đăng ký triển khai dịch vụ, sử dụng phương thức gửi ZNS qua hạ tầng API.

Triển khai thông qua hệ thống đối tác cao cấp của Zalo là các agency có chuyên môn trong lĩnh lực triển khai giải pháp truyền thông.

Tùy theo nhu cầu và nguồn lực có sẵn, doanh nghiệp có thể tùy chọn cách triển khai phù hợp với mình. Cụ thể, phương án tự triển khai và vận hành hệ thống xử lý và truyền ZNS qua API sẽ phù hợp với các doanh nghiệp lớn, đã có sẵn đội ngũ kỹ thuật và

có tần suất gửi thông báo lớn. Ngược lại, phương án sử dụng dịch vụ thông qua đối tác cao cấp của Zalo thích hợp với doanh nghiệp quy mô nhỏ hơn để tối ưu chi phí vận hành và thời gian triển khai.

2. Hướng dẫn đăng ký sử dụng dịch vụ ZNS

Bước 1

Đăng ký tài khoản Official Account (OA) cho doanh nghiệp tại *https://oa.zalo.me/manage/oa?option=create*



Ảnh 4: Đăng ký tài khoản OA theo lĩnh vực hoạt động của bạn

Bước 2

Tiến hành xác thực thông tin tài khoản OA với Zalo.

XÁC THỰC OFFICIAL ACCOUNT (OA) Via long chiến vậc hác phố hợp trực hột có thể Thuận Thánh công	>: These say they. Of
 Xác thực theo tên đảng kỳ doanh nghiệp Nai ức thi pháp thiết such robust với giếp theo by kiết starti. 	ÿ
 Xác: thuộc theo tên thường hiệu nhưng các là thị đó đạn đảo giả tác tố chung trên có giáp các nhận đảng tự rhất hiệu trậc giếp tự ngiện nữ đảng thương hiệu 	÷
3. Xác thực theo tên giao dịch Tiế hơng hơi line	~

Ảnh 5: Xác thực thông tin tài khoản OA đã tạo của bạn

Bước 3

Tạo tài khoản Zalo Business Account tại *https://zns.oa.zalo. me/account/create*

ZBA là loại tài khoản dùng để đăng ký và sử dụng các dịch vụ **có tính phí** của OA trên Zalo. Tài khoản OA của doanh nghiệp cần được kết nối với ZBA để sử dụng các dịch vụ và trả phí.



Ảnh 6: Tạo và liên kết tài khoản ZBA để quản lý hoạt động sử dụng dịch vụ của OA

Tại bước này, bạn cần có ít nhất một ứng dụng để gửi ZNS để kết nối vào tài khoản ZBA. Nếu chưa có ứng dụng, bạn có thể tạo ứng dụng mới tại *https://developers.zalo.me/createapp*



Ånh 7: Tạo ứng dụng gửi ZNS tại trang Zalo for Developers

Bước 4

Sau khi đã liên kết ứng dụng với tài khoản ZBA, bạn cần yêu cầu mã truy cập (access token) và quyền sử dụng API¹ từ Zalo.

Để yêu cầu mã access token, bạn truy cập *https://developers. zalo.me/tools/explorer/*

Zalo for Developent	NAME - HEAD	Citing na - Piklar	Lenké élermék			(9)00
	Laly Access Token	Nemark +		then any long	10 Taar 1999	-8
	Ling desired later	Upthizes here -				
	Kizaar bilan			C.	Lây Annen Tonen	
	Defeat Steel			0		
			(here)			

Ånh 8: Yêu cầu mã access token tại trang Zalo for Developers

Sau khi đã có access token cho tài khoản OA, bạn cần yêu cầu quyền sử dụng API cho tài khoản doanh nghiệp của mình từ Zalo.

Zalo for Developers	Teles teles losses inclusion de teles	19
	Life Access Tokes Vision + -	Designed 🛄 Harrison
	Card access table Inter-Access Name	
	Access taken	C LAy Advents Tokan
	With the	0
	(mm)	
	AP/Eplate	
	aphie J	
	40 s.	Ashert
	Request	
	Parates teached Andy	
	Neg kalau	
	for safath	

Ảnh 9: Gửi yêu cầu cấp quyền sử dụng API tại trang Zalo for Developers

Sau khi nhận được yêu cầu cấp quyền sử dụng API từ OA, Zalo sẽ tiến hành kiểm tra các điều kiện cần thiết và phản hồi lại đến bạn trong vòng 7 ngày làm việc.

¹API: Application Programming Interface - giao diện lập trình ứng dụng

Bước 5

Sau khi đã hoàn tất các bước bên trên và được cấp quyền sử dụng API để gửi ZNS, bạn đã có thể gửi thông báo ZNS đến khách hàng của mình.

Để bắt đầu gửi ZNS, bạn truy cập vào tài khoản ZBA của mình tại *https://zns.oa.zalo.me/account/billing/overview*

+ Tau mike ZMS	Kết quả gửi ZNS	
🛢 Dao cân	2NS TEMPLATE DĂ GÊN ZNIS TEMPLATE DI	A DON THET DI
WAT DUE OCH 2005	[]] 21-03-3024 → 28-05-2024	
ald wrong gir 2015		
5. Thillt ki nói dong		
The optimile 20th		Khong tim thay ket qua
Quiry by mile 2165		Hay that this way down some share.
Quin things		
Câng cụ giế ZNS		
Table the second states		

Ånh 10: Giao diện trang tạo ZNS

3. ZNS Template API

* Mô tả

ZNS Template API là một loại ZNS thể hiện ở dạng dữ liệu đọc được trên thiết bị của Người Dùng Cuối và chỉ được thực hiện khi: Số điện thoại Người Dùng Cuối gắn với tài khoản OTT Zalo. Người Dùng Cuối xác nhận đồng ý nhận ZNS Template API.

Thỏa mãn các điều kiện trong Mục 3 - Điều kiện khởi tạo Lệnh ZNS Template API

Lệnh ZNS Template API - Loại 3 không bao gồm tùy chọn CTA¹ dẫn link tới website, tổng đài hoặc Official Account của Đối tác Dịch vụ và chỉ được áp dụng cho 2 nhóm đối tượng sau:

Dịch vụ Hành chính công do các cơ quan có thẩm quyền cấp cho các tổ chức, cá nhân dưới hình thức các loại giấy tờ có giá trị pháp lý trong các lĩnh vực mà cơ quan nhà nước đó quản lý.

Dịch vụ Tiện ích bao gồm các tiện nghi cơ bản như điện, nước, xử lý chất thải.

* Tùy chọn CTA

Mỗi CTA là đường dẫn (link) dưới dạng nút trong ZNS. Áp dụng tùy chọn này làm phát sinh Khoản Phải Trả theo đơn giá sau:

Đơn giả chứa bao gồm thuế GTGT (VND)		
Hạng mục	Link thứ nhất	Link thứ hai
Website của Đối tác Địch vụ	0	100
Tổng đài của Đối tác Địch vụ	0	100
Link tôi Official Account của Đối tác Địch vụ	0	100
Zalo calendar / Mini App của Đối tác Địch vụ	0	100
ứng dụng của Đối tác Địch vụ	400	500
Fanpage / landing page / sân phẩm của Đối tác Địch vụ nằm trên kênh phân phối khác	400	500
website / Mini App không phải của Đối tác Địch vụ	300	400
Ứng dụng không phối của Đối tác Địch vụ	600	700

Ånh 11: Đơn giá các nút Call to Action

* Quy định chung

Cấu trúc của ZNS phải phù hợp quy chuẩn kỹ thuật và được VNG duyệt trước khi triển khai. Mọi thay đổi về cấu trúc so với mẫu đã duyệt phải được đăng ký lại hoặc liên hệ đội ngũ VNG để được hỗ trợ.

 $^{^1}$ CTA: Call to action có nghĩa là lời kêu gọi hành động, đây là một thuật ngữ được sử dụng khá phổ biến trong marketing

Cấu trúc ZNS phải rõ ràng, không gây nhằm lẫn và liên quan đến giao dịch đã phát sinh với Người Dùng Cuối để họ hiểu lý do vì sao họ nhận được ZNS.

Đối tác Dịch vụ có trách nhiệm kiểm tra và đảm bảo không có sự khác biệt về cấu trúc của ZNS được duyệt và kết quả hiển thị trên thiết bị của Người Dùng Cuối.

Đối tượng đăng ký thiết lập cấu trúc ZNS có thể là: Quản trị viên OA, hoặc là Đại lý/Đối tác dịch vụ của VNG.

Thời gian duyệt đăng ký/thay đổi cấu trúc ZNS và duyệt thay đổi cấu trúc ZNS là trong vòng 2 ngày làm việc, và sẽ được thông báo tới OA.

* Điều kiện khởi tạo Lệnh ZNS Template API

Về Người Dùng Cuối:

ZNS chỉ hiển thị trên thiết bị của Người Dùng Cuối đã có giao dịch trước đó với Đối tác Dịch vụ (và đồng ý cung cấp số điện thoại cho Đối tác Dịch vụ). Ngoại lệ duy nhất là OTP cho khách hàng tạo tài khoản mới.

Về điều kiện xác lập:

ZNS chỉ được hình thành khi có 1 sự kiện liên quan tới biến động tài khoản, giao dịch mua bán hoặc quan hệ tài chính.

Về nội dung:

Tuân theo cấu trúc được duyệt trước bởi VNG và theo tiêu chuẩn kỹ thuật của VNG.

Không được mang tính chất quảng cáo dịch vụ/ sản phẩm và phải có ít nhất 1 tham số đặc trưng (ví dụ như tên khách hàng, mã đơn hàng, tiền ...). Nội dung OTP cần phải chứa tên website/ứng dụng sử dụng OTP đó.

Không vi phạm quy định của Pháp luật Việt Nam.

Không chứa, hàm ý những yếu tố: chống phá Nhà nước, công kích tổ chức, cá nhân; các yếu tố tôn giáo, hoặc miệt thị giới tính, sắc tộc.

Không có sản phẩm/dịch vụ ngoài sản phẩm/dịch vụ đã phát sinh giao dịch với Người Dùng Cuối.

Một số ví dụ về nội dung hợp lệ:

Biến động tài khoản	Giao địch mua bản	Quan hệ tải chinh
Mô xác thực tạo tái khoẩn mới Bảo tạo tái khoản mái thành công Mã xác thực đổi mặt khẩu Bao tại khoản hết hạn	 Mã kéc thực xác trình giao địch Thông bảo hết hàng Xác nhận mục hàng thônh công Báo trạng thái văn chuyển dân hàng Báo ngày đơn hòng tái nơi dụ kiến Báo huệ dan hàng Xác nhận khách năng nhận hàng thánh công 	Bào hồ sa được duyệt thành còng Bào giải ngăn khoản vuy thành còng Thông bào sao kil Thông bào biến đặng số dù tài khoản Nhắc khoán hàng sốp tơi ki trả lất với/traộc ng gốc Nhắc khoán hàng chăm trà ng Thông bào trở ki và/hoặc ng gốc thành công

Ånh 12: Một số ví dụ về nội dung hợp lệ

Về thời gian:

Ngày khởi tạo Lệnh ZNS Template API không vượt quá 7 ngày (trước hoặc sau) so với ngày phát sinh sự kiện. ZNS chỉ được chuyển tới thiết bị của Người Dùng Cuối trong khoảng thời gian từ 7h đến 22h mỗi ngày (trừ trường hợp nội dung OTP hoặc do đặc thù kỹ thuật của từng loại thiết bị).

Về tần suất:

Đối tác Dịch vụ chỉ được khởi tạo Lệnh ZNS Template API cho mỗi thay đổi trạng thái sự kiện giao dịch với Người Dùng Cuối.

Những Lệnh ZNS Template API nào nằm ngoài phạm vi quy định trong mục này thì sẽ được xét duyệt theo từng trường hợp cụ thể.

* Quy trình khởi tạo Lệnh ZNS Template API

Bước 1: Đăng ký và xác thực OA theo quy định tại *https:// oa.zalo.me/home/support*

Bước 2: Đăng ký truy cập vào API thiết lập Lệnh ZNS theo hướng dẫn tại *https://developers.zalo.me/docs/api/official-account-api/phu-luc/official-account-access-token-post-*4307

Bước 3: Đăng ký kịch bản và cấu trúc ZNS. Tại bước này, Doanh nghiệp có thể phải xác thực tính hợp lệ của đối tượng tiếp nhận ZNS theo 2 cơ chế:

Tiền kiểm: Trước khi Lệnh ZNS được thực hiện, trong quá trình đăng ký cấu trúc template, VNG có quyền yêu cầu Doanh nghiệp cung cấp chứng từ hoặc cơ sở chứng minh việc đối tượng tiếp nhận ZNS phù hợp với quy định trong Chính sách này.

Hậu kiểm: VNG có quyền kiểm tra ngẫu nhiên vào bất cứ thời điểm nào và yêu cầu Doanh nghiệp cung cấp cơ sở nhằm xác minh tính hợp lệ về đối tượng tiếp nhận ZNS nhưng không vượt quá 1% tổng số lượng đối tượng nhận quy định bởi Lệnh ZNS Template API trong vòng 7 ngày phát sinh giao dịch gần nhất. Những loại chứng từ được yêu cầu, nhưng không giới hạn bởi các loại sau trong trường hợp người nhận là:

Người mua hàng của Doanh nghiệp: Chứng minh lịch sử giao dịch online hoặc offline (hợp đồng mua bán/ hóa đơn giao dịch/ phiếu xuất kho/ biên bản giao nhận có chữ ký/ phiếu bảo hành...).

Khách hàng sử dụng dịch vụ của Doanh nghiệp: Chứng minh khách hàng đang sử dụng hoặc phát sinh yêu cầu đối với dịch vụ của Doanh nghiệp (hợp đồng sử dụng dịch vụ/ lịch sử cung cấp dịch vụ xuất từ hệ thống của Doanh nghiệp dưới dạng hình ảnh/

hóa đơn giao dịch/ đề nghị phát sinh dịch vụ từ email/ số điện thoại của khách hàng...).

Nhân viên chính thức của Doanh nghiệp: Chứng minh mối quan hệ giữa người sử dụng lao động và người lao động (Scan hợp đồng lao động còn hiệu lực/ scan phát sinh tiền lương có đóng dấu...).

Cộng tác viên của Doanh nghiệp: Chứng minh mối quan hệ cộng tác còn hiệu lực (scan hợp đồng cộng tác/ hình ảnh record lịch sử cộng tác trong vòng 30 ngày/ scan phát sinh tiền lương có đóng dấu, lịch sử chuyển tiền ngân hàng...).

Đối tác của doanh nghiệp: Chứng minh được được mối quan hệ hợp tác và có xác nhận chấp thuận nhận tin từ người dùng. (scan thỏa thuận hợp tác/ xác nhận từ người dùng...).

Bước 4: Theo dõi quá trình và kết quả xử lý Lệnh ZNS Template API: Doanh nghiệp theo dõi quá trình thiết lập và xử lý lỗi phát sinh đảm bảo ZNS chuyển đến thiết bị của người nhận trong khoảng thời gian từ 7h đến 22h mỗi ngày, trừ ngoại lệ được quy định tại Chính sách này.

4. ZNS follower API

ZNS Follower API là một loại ZNS chỉ hiển thị trên thiết bị của Người Dùng Cuối với điều kiện người dùng khởi phát tương tác trước với OA.

Nếu Người Dùng Cuối không phản hồi, thì giới hạn thiết lập Lệnh ZNS Follower API hướng tới người dùng đó tối đa là 8 lần.

Sau 48 giờ kể từ tương tác cuối cùng của người dùng, số lượng Lệnh ZNS Follower API được thiết lập thành công bởi mỗi OA trong mỗi Chu Kỳ Đối Soát là căn cứ để tính Khoản Phải Trả theo đơn giá sau.

	Giàng	Thuận Ý
Dich v	анамен жил жанны кайталар сонтавотон овет са кака зедика со Д	uð rem var nær náti uðanu nærð menn úm rem dani um rem rem mer um
 Số tượ Số tượ 	ng Lệnh ZNG Follower AFI được thiết tập thành còng bởi mỗi GA	hàng mỗi Chụ Kỳ Đội Saôt lũ côn cũ để tính khoản Phải Trú theo đơn giá
11	.17	second and second or other states and second second
	Logi lệnh 2NS	Dan gia chua bao gom thuê GTGT (VND)

Ånh 13: Bång giá ZNS dành cho follower

5. Hướng dẫn thêm nút thao tác (CTA) trong mẫu ZNS * Nút thao tác (CTA) là gì?

Nút thao tác (CTA - Call to action) là dạng nút gắn kèm trong mỗi mẫu thông báo ZNS. Thông qua nút thao tác, người nhận ZNS có thể thực hiện được tác vụ tương ứng được gán cho nút. Có 2 nhóm thao tác chính có thể gán cho nút:

Gọi điện đến số điện thoại được cung cấp.

Truy cập đường dẫn (link) được cung cấp.

Nội dung nút thao tác có thể được tùy chỉnh tùy theo nhu cầu sử dụng của bạn. Với mỗi mẫu ZNS, bạn có thể thêm tối đa 2 nút thao tác (nút chính và nút phụ).

* Mô tả và đơn giá cho nút thao tác

Đơn giá của nút thao tác được quy định theo loại thao tác và đường dẫn được gán cho nút.

STT	Loại nút	Mô tả	Đơn giá nút chính (VNĐ)	Đơn giá nút phụ (VNĐ)
1	Đến trang của doanh nghiệp	Truy cập trang web của doanh nghiệp (có tên miền giống tên OA)	0	100

2	Gọi điện	Gọi đến số điện thoại được cung cấp	0	100
3	Đến trang thông tin OA	Dẫn đến trang thông tin của OA trên Zalo	0	100
4	Đến trang phân phối sản phẩm	Truy cập trang của kênh phân phối (Mạng xã hội, sàn Thương mại điện tử, trang của nhà phân phối,)	400	500
5	Đến trang web khác	Truy cập trang web khác (có tên miền khác OA)	300	400
6	Đến trang tải ứng dụng	Truy cập trang tải ứng dụng (tên ứng dụng giống tên OA)	400	500
7	Đến trang tải ứng dụng khác	Truy cập trang tải ứng dụng (tên ứng dụng khác tên OA)	600	700

* Hướng dẫn thêm nút thao tác cho mẫu ZNS

Bước 1: Tại trang tạo mẫu ZNS, mục **2. Nội dung mẫu tin**, chọn Thêm nút chính.

Bước 2: Chọn thao tác bạn muốn gán cho nút.

Bước 3: Tùy chỉnh nội dung nút:

Nhập Nội dung nút.

Nhập số điện thoại (với loại nút thao tác Gọi điện).

Nhập đường dẫn liên kết (link) (với loại nút thao tác truy cập đường dẫn) và mô tả đường dẫn.

+ 9 2NS				10.00
	second as a second s	Thông tin lớp học	Sacra -	WANT OF A
	Qián đực	Charling to be fair and the second of the base with		
17 Texas	wik (Lips & Paper and the All Strates The relative scale of the Indexes, spring rates we rate of the		11
A Tank state	Treatment of the	The start of an and a start of the start of		Margan arapp
THE OWNER AND INCOME.	H	Received cares		A
terrer Tanganging	Djoh vy làm đạp	And the Provent same		
distant and	1	Ti their Zun - Min elle 240	- 1	0
	Raining Street Street	🕼 Thank	44194	Damp to A Low A A

Ånh 14: Tùy chỉnh nội dung nút CTA

6. Thiết lập mục đích gửi khi tạo mẫu ZNS

Khi tạo mẫu ZNS, thiết lập Điều kiện gửi tin là bước bạn cung cấp thông tin về mục đích gửi thông báo đến người nhận. Đây là điều kiện để Zalo đảm bảo quyền lợi và sự an toàn của người nhận (người dùng) khi giao tiếp với doanh nghiệp qua kênh Official Account. Lựa chọn mục đích gửi tin phù hợp với nội dung sẽ giúp mẫu tin của bạn được phê duyệt nhanh chóng hơn.

*Xác nhận/Cập nhật thông tin giao dịch

Điều kiện thích hợp với các thông báo ZNS cập nhật thông tin giao dịch mua bán giữa doanh nghiệp (OA) và khách hàng hoặc xác nhận yêu cầu từ khách hàng. Bạn có thể lựa chọn lý do này cho các giao dịch có thời gian kéo dài và cần cập nhật trạng thái định kỳ đến khách hàng.

Một số trường hợp sử dụng cụ thể:

Xác nhận đơn mua hàng

Cập nhật thông tin vận chuyển đơn hàng

Nhắc hẹn thanh toán điện, nước, internet, tài chính, ...

Xác nhận yêu cầu đặt dịch vụ, yêu cầu nhận tư vấn,...

* Thông báo hoàn tất giao dịch và hỗ trợ có liên quan

Nhóm điều kiện này dành cho các nội dung thông báo xác nhận hoàn tất giao dịch mua bán với khách hàng. Bên cạnh đó, bạn cũng có thể chọn điều kiện này khi gửi thông báo CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG định kỳ có liên quan đến giao dịch đã thực hiện.

Một số trường hợp sử dụng cụ thể:

- Xác nhận giao hàng thành công

- Thông báo kích hoạt bảo hành
- Thông báo bảo dưỡng định kỳ
- Mời đánh giá chất lượng dịch vụ
- Cảm ơn khách hàng đã dùng dịch vụ

* Cập nhật thông tin tài khoản

Đây là điều kiện gửi tin chỉ dành cho các thông báo CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG có liên quan đến tài khoản của khách hàng đang sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp.

Một số trường hợp sử dụng cụ thể:

- Xác nhận khởi tạo tài khoản
- Thay đổi số sư tài khoản
- Thông báo thăng hạng thành viên
- Cảnh báo bảo mật tài khoản
- Cập nhật thay đổi thông tin của tài khoản

* Cập nhật thay đổi về sản phẩm, dịch vụ

Đây là nhóm điều kiện dành cho các thông báo ZNS cập nhật thông tin chung về doanh nghiệp và sản phẩm, dịch vụ do doanh nghiệp cung cấp. Các cập nhật hoặc thay đổi này phải có liên quan trực tiếp đến quá trình sử dụng dịch vụ của khách hàng hiện tại. Một số trường hợp sử dụng cụ thể:

- Thông báo bảo trì hệ thống

- Thay đổi chính sách dịch vụ

- Thông báo nghỉ lễ, ngưng cung cấp dịch vụ, ngưng hoạt động

- Hướng dẫn sử dụng sản phẩm, hướng dẫn thanh toán

Lưu ý: Việc lựa chọn mục đích gửi chỉ áp dụng cho loại ZNS dạng văn bản và ZNS dạng bảng.

7. Tiêu chuẩn về nội dung thông báo ZNS

Với tính chất của một kênh truyền thông chính thống dành cho doanh nghiệp, các mẫu ZNS được phê duyệt dựa trên các tiêu chuẩn chung từ Zalo. Các tiêu chuẩn này giúp đảm bảo quyền lợi của khách hàng, ngăn chặn tình trạng làm phiền (spam) hoặc mạo danh doanh nghiệp thông qua thông báo ZNS. Việc phê duyệt thông báo ZNS dựa trên 2 nhóm tiêu chuẩn chính gồm: Tiêu chuẩn về nội dung và Tiêu chuẩn về hình thức. Hiểu rõ những tiêu chuẩn này sẽ giúp bạn tạo thông báo ZNS hiệu quả hơn với thời gian phê duyệt được rút ngắn đáng kể.

* Tiêu chuẩn về nội dung thông báo ZNS

Nội dung ZNS được Zalo quy định chỉ hỗ trợ các thông báo mang tính chăm sóc khách hàng. Doanh nghiệp có thể sử dụng để gửi đến khách hàng các thông báo như:

- Thông báo cập nhật tình trạng giao dịch

- Thông báo các thay đổi liên quan đến dịch vụ khách hàng đang sử dụng

- Thông báo tài chính, ngân hàng

- Zalo có thể từ chối phê duyệt các nội dung ZNS mang tính chất quảng cáo, marketing hoặc làm phiền người nhận tin.

Để phân biệt 2 loại nội dung này, bạn có thể lưu ý một số điểm sau:

Thông báo cần định danh chính xác người nhận thông qua tên, mã khách hàng, mã đơn hàng,... hoặc các thông tin khác có tính chất xác định duy nhất.

Nội dung thông báo không chứa đường link hoặc số điện thoại. Thay vào đó, bạn có thể sử dụng nút thao tác (CTA) đi kèm mẫu tin ZNS để thể hiện các nội dung này.

ZNS DANG TEXT 2945 DANG BÁNG		ZNS DANG OTP XÁC MINH	
Tei mèm se knich Narg, câm m sas lin Bêng by		Carg cáp đạn vụ gồi CIP sắc minh qua Ziau với chi pi	
shile lah hen, da dêm, va suning tês bir hen da din wî kîn din hang.		thấp sắ tốc độ giả trị nhưnh trị ng vàng Via	
Contract of the second	XÁC NHÂN ĐƠI Cian cơ Nhân đây được phảo đá vậc được trang Mỹ được năng được trang Mỹ tran trang Mỹ trang Mỹ trang Mỹ trang Mỹ trang Mỹ trang	N HANG In toing, Chung to Blinker Integrala tee. Thong to blinker autos 20 Chu, Ven An - 203- 20 Chu, Ven An - 203- 20 Chun Their - 16CM Distant The Teentilich Vengmus con Ao Guan Ab Bao Distant Chun Chun Hang du Nein An guan tee Hang du Nein An guan tee Hang du Nein An guan tee Hang du Nein	Zatio Shop we off we are used 2022 and a long indication of gate and the general state where the constraints are provided by the state Constraints and the state are used and the state 2020 and the state are also also also and the state 2020 and the state are also also also and the state are state and the state are also also also also also also also also

Ành 15: Mẫu thông báo ZNS ví dụ

* Tiêu chuẩn về hình thức thông báo ZNS

Bên cạnh tiêu chuẩn về nội dung thông báo ZNS, bạn cũng cần lưu ý về hình thức trình bày khi tạo mẫu ZNS. Cụ thể, những tiêu chuẩn quan trọng về hình thức bao gồm:

Nội dung thông báo cần đúng chính tả và không có lỗi đánh máy. Khuyến khích sử dụng tiếng Việt có dấu cho thông báo ZNS.

Logo của OA cần đúng kích thước chuẩn và nên hỗ trợ 2 phiên bản light mode (chế độ sáng) và dark mode (chế độ tối) khi hiển thị trên ứng dụng Zalo.



Anh 16: 2 phiên bản logo trên giao diện tin nhắn của Zalo

Hãy ghi chép lại những điều bạn học được trong chương này, kèm theo các câu hỏi (nếu có) phía dưới nhé:

Liên hệ tác giả khi có câu hỏi hoặc bạn muốn cập nhật thêm các kiến thức Marketing mới nhất bằng cách quét QR Core dưới đây. (Ấn nút "Quan Tâm" để nhận Quà)





KĨ THUẬT SỬ DỤNG ZALO ĐỈNH CAO

1. Zalo Chatbot

Là một chuỗi hệ thống các tin nhắn hội thoại được thiết lập để có thể trả lời tự động các câu hỏi phổ biến từ các khách hàng của bạn trên nền tảng Zalo bằng cách sử dụng các từ khóa, tin nhắn chào mừng, tin nhắn trả lời tự động...

* Tại sao doanh nghiệp của bạn nên sử dụng Zalo Chatbot?

Zalo Chatbot sẽ giúp cho doanh nghiệp trả lời các tin nhắn hay câu hỏi của khách hàng bằng cách cung cấp các cuộc hội thoại được cá nhân hóa và tự động tới khách hàng của bạn.

Zalo Chatbot cũng cho phép doanh nghiệp tự động gửi tin chào mừng người dùng mới, gửi nội dung cho họ, lên lịch tin nhắn, trả lời các từ khóa cụ thể, phân loại các nhóm khách hàng mục tiêu và nhiều tiện ích khác nữa.



Ảnh 1: Chatbot Zalo giúp công việc Marketing của Bạn có thể tự động



Ảnh 2: Chatbot Zalo có hàng loạt tính năng nổi bật rất hữu ích



Ånh 3: Chatbot Zalo có thể sử dụng được trong rất nhiều ngành nghề

— 128 **—**•

Zalo Manager	🛖 Triang chủ	chut.	chatter.	NO dung	itál Thông ké	Quiden 19	🤹 Osibing calu	iii Khite
n Thuận Ý Marketing	15	Tổng q	pains .					
🕼 Tring quart		-	Thuận	Ý Marketi	ing			
A Người dùng		Thuin Y Marketing	Háy Ăn nột Markatingt	: Quan Tâm đổ Chuyển hỗ t	dugit vào nhôi io, tự vấn, dào	n Zalo Chuyê tao, chuyên	m său nhó. Thu giao quy trinh li	àn Ý là: Chuyên gia v Im việc và hợp tậc v
😝 Kịch bản tin nhân		-	CAVID: Int 2	en die Mas P	623 623	rmaan e nee	s nan ereng.	
🖼 Tirihda	<u>^</u>	Thống	g kê tươ	ơng tác				
Từ khóa cơ băn								
Hội đặp Al		80						
O Tin rible chilo ming		10						
▶ Trà lới tự động		Ĩ						
≡ Thashimenu		20 01				- 62		

Anhr 4: Giao diện của Chatbot Zalo

Zalo	A & Q & B 3	O G II	 I 😂 Train Homeny V
C These T Marketty	The second second second second		A Distance of American Stationer
G Near A spilare S Gilarente G Torre - 1	The second disc	The oblight faile (b) - compared and (c) - faile and (Train Features
Contractions		Hand dag at their that Handwides	
≝ Tierrinania		₩ - mitan (S) - mitan (G) - mitan	
© there are		🕒 - haring 🕮 - etagriser	
M Andreader © Stephen		🗂 - Samera	@ @ hink 4 88

Ảnh 5: Chatbot Zalo cho phép bạn tạo ra các khối kịch bản rất phong phú và hấp dẫn

2. Zalo Shop

Bạn có thể đăng bán sản phẩm lên Zalo giống như một sàn thương mại điện tử. Có thể khai thác và tận dụng được rất nhiều lợi thế có sẵn của Zalo để kinh doanh.

11:11			::!. 🗢 🗖
< Z	alo Shop		8
Tất cả	Mini Apps (3)	OA (19)	
Mini App	s (3)		
	Zalo Shop Mini App Trải nghiệm cửa hàng	trực tuyếr	n trên Zalo
	Zalo Connect Mini Ap Ứng dụng hỗ trợ mua	p bán thực p	bhẩm trên
	PyCom Shop Mini Ap Pycom Shop giải phá	。 p đặt hàng	thuận tiệ
	Ảnh 6: Cách vào Zalo Shop	o bằng điện thoạ	i

wonton on oop 1	Tim hiểu thêm 2m34m/t-charge/herting-spo	về Zalo Shop	
Thirt By thi blucks Zalo 5800	Thiattap cox toring Zalo Shop	Theilt lap size sphiles. Zalo Broge	Guile & den-hang Zala Shop
Zalo Shop	1.= 14000	n Hong	
Cheg Tr. Theorem Shad College Tablet Stag. V for any College and the strength of the strength for an and stage strength of the Shad Stage Shad Stage Stage Stage Stage Stage Stage Stage Strength Stage Stage Stage Stage Stage Stage Stage Strength Stage Stage Stage Stage Stage Stage Stage Stage Strength Stage Stag	Non-phone with some Zalan States Col. States min States	Giải graig quốc hóng tiếp năn	g của Nhài quải cùng với Perr 200 triệu khách I

Ånh 7: Đăng kí Zalo Shop

Nhằm duy trì, nâng cao hơn các tính năng cao cấp của OA Doanh nghiệp, từ ngày 01/01/2021, Zalo tiến hành thu phí sử dụng tính năng quảng cáo trên nền tảng Zalo Shop cho OA Doanh nghiệp với thông tin cụ thể như sau:

* Thông tin mức phí sử dụng tính năng Zalo Shop của OA Doanh nghiệp:

- Mức phí và thời gian hiệu lực:

Gói 1: 660.000vnđ/OA (đã bao gồm 10% VAT) - hiệu lực 6 tháng.

Gói 2: 1.320.000vnđ/OA (đã bao gồm 10% VAT) - hiệu lực 14 tháng (đã bao gồm 2 tháng tặng kèm).

– Thời gian thu phí: Bắt đầu từ 01/01/2021.

* Hình thức thanh toán:

- Chuyển tiền tới tài khoản ngân hàng sau:

Chủ tài khoản: Công ty Cổ Phần VNG

Số tài khoản: 060005988971Ngân hàng:

Ngân Hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín (Sacombank) Chi nhánh/PGD: Võ Văn Tân SWIFT code: SGTTVNVX

- Ghi rõ nội dung chuyển tiền theo cú pháp sau:

ZALOSHOP PVH [dấu cách] OA ID [dấu cách] Số điện thoại chủ OA

Ví dụ: OA ID: 230607568xxxxxxx Số điện thoại chủ OA: 0995123456

-> Cú pháp: ZALO SHOP PVH 230607568xxxxxxxx 0995123456

3. Ấn trò chuyện Zalo

Ẩn tin nhắn là tính năng cho phép người dùng Zalo bảo mật những đoạn hội thoại tùy chọn bằng mã PIN. Từ đó, bạn có có thể thoải mái đưa tài khoản Zalo cho người khác kiểm tra, sử dụng mà không sợ bị đọc những tin nhắn riêng tư của mình.

* Ẩn tin nhắn

Ẩn tin nhắn trên điện thoại di động.

Chọn cuộc trò chuyện cần ẩn

Tại giao diện tin nhắn

Đối với IOS: Giữ và vuốt trò chuyện muốn ẩn sang trái và Chọn biểu tượng con mắt có dấu gạch

Đối với Android: Bấm giữ 2 giây lên cuộc trò chuyện mà bạn muốn ẩn và Chọn "Ẩn trò chuyện".

* Đặt mã PIN/ Nhập mã PIN

Nếu đây là lần đầu tiên bạn chọn ẩn tin nhắn thì thông báo sau sẽ hiên ra. Bấm chọn "Đặt mã PIN".

Tiếp đó bạn nhập mã PIN (lưu ý mã PIN gồm 4 chữ số).

Như vậy là bạn đã hoàn tất thao tác để ẩn cuộc trò chuyện, cuộc trò chuyện đó sẽ biến mất khỏi danh sách các cuộc trò chuyện thường xuyên liên lạc.



Ånh 1: Cách ẩn cuộc trò chuyện

Lưu ý: Sau khi ẩn cuộc trò chuyện, khi có tin nhắn đến thì bạn sẽ nhận được thông báo trống, bạn tự mở lại cuộc trò chuyện bị ẩn theo các bước gợi ý dưới đây



Ảnh 2: Cách đặt mã PIN cho đoạn chat trên Zalo

* Mở tin nhắn đã bị ẩn

Để mở tin nhắn của cuộc trò chuyện đã bị ẩn, bạn có thể thực hiện theo thao tác sau:

Cách 1: Nhập mã PIN vào ô tìm kiếm, kết quả trả về sẽ gồm danh sách các cuộc trò chuyện bị ẩn à chọn tên người, nhóm cần trò chuyện.

Cách 2: Nhập trực tiếp tên, số điện thoại của người cần trò chuyện.

Sau đó nhập mã PIN đã cài đặt từ trước

* Bỏ ẩn tin nhắn

Đối với iOS:

Mở cuộc trò chuyện bị ẩn, chọn biểu tượng 3 dấu gạch ngang thuộc góc trên bên phải màn hình.

Trong bảng "Tùy chọn", chọn "Bỏ ẩn trò chuyện", bạn xác nhận "Có".

Đối với Android:

Mở cuộc trò chuyện bị ẩn, chọn biểu tượng ba chấm thuộc góc trên bên phải màn hình.

Trong bảng "Tùy chọn", chọn "Bỏ ẩn trò chuyện", bạn xác nhận "Có".

* Thay đổi mã PIN/Cài đặt mã PIN

Chọn biểu tượng bánh răng cưa (Cài đặt) trên giao diện Zalo. Trong cửa sổ "Cài đặt" , chọn "Tin nhắn".

Chọn "Ẩn trò chuyện".

Chọn đổi mã PIN/ Đặt lại mã PIN.

Lưu ý: Khi chọn "Đổi mã PIN", bạn vui lòng nhập lại mã PIN cũ, mã PIN mới và xác nhận mã PIN mới.

Khi chọn "Đặt lại mã PIN", bạn sẽ hủy mã PIN cũ và toàn bộ thiết lập, khi đó tất cả các trò chuyện đang ẩn cũng sẽ bị xóa. Trong trường hợp quên mã PIN, bạn sẽ phải cài đặt mã PIN.

4. Gọi Zalo và Chia sẻ màn hình

Hiện nay, Zalo được sử dụng nhiều trong công ty và nhà trường. Vì vậy việc trình bày quan điểm với đồng nghiệp hoặc thảo luận việc học trên Zalo rất phổ biến. Nhưng không phải ai cũng biết cách để thảo luận hiệu quả nhất. Thay vì chat gây mất thời gian, Gọi Zalo và Chia sẻ màn hình được chứng minh sẽ giúp việc trao đổi có hiệu quả hơn.

Chia sẻ màn hình trong khi gọi để thảo luận tốt hơn

* Thảo luận dễ dàng hơn khi Gọi Zalo trên máy tính.

Gọi Zalo cực dễ dàng với 2 bước:

Mở cửa sổ chat của người cần gọi.

Nhấn vào biểu tượng Gọi Thoại và Gọi Video ở góc bên phải trên thanh tiêu đề cửa sổ chat.

Zalo gợi ý bạn nên sử dụng tính năng Gọi Video máy tính khi thảo luận. Nghiên cứu chỉ ra việc thảo luận hiệu quả hơn khi bạn nhìn thấy ngôn ngữ cơ thể và cảm xúc của đối phương.

* Chia sẻ màn hình trong cuộc gọi – công cụ mới giúp bạn trình bày tốt hơn.

Khi gọi Zalo, bạn có thể chia sẻ màn hình chỉ với 2 bước sau:

Bấm vào biểu tượng Gọi Video ở góc bên phải trên thanh tiêu đề cửa sổ chat để bắt đầu cuộc gọi.

Bấm vào biểu tượng Chia sẻ màn hình ở góc dưới bên phải khi cuộc gọi video đang diễn ra.

Lúc này camera sẽ tắt và người kia sẽ thấy được màn hình của bạn.

Gọi Zalo và Chia sẻ màn hình sẽ giúp trao đổi công việc dễ dàng hơn. Bạn có thể trực tiếp đưa ra những số liệu và dẫn chứng cho đồng nghiệp hoặc bạn học cùng thấy. Từ đó việc trao đổi sẽ dễ dàng hơn.

Thống kê cho thấy tính năng này giúp tiết kiệm thời gian thảo luận. Hãy bắt đầu Gọi Zalo và Chia sẻ màn hình để thảo luận dễ dàng hơn từ hôm nay.



Ảnh 3: Ví dụ về 1 cuộc gọi chia sẻ màn hình máy tính

5. Zavi, nền tảng họp trực tuyến đầu tiên của người Việt * Với Zavi, họp trực tuyến không còn là nỗi lo

Từ khi ra mắt, Zavi đã được yêu thích vì "không gian họp" thoải mái và chất lượng. Nền tảng này rất phù hợp với người làm văn phòng vì:

Giao diện thân thiện, dễ sử dụng.

Chất lượng cuộc họp ổn định, hỗ trợ cuộc họp lên tới 100 người trong 24 giờ liên tục, hiển thị đồng thời tới 25 người trên màn hình cuộc họp dạng lưới.

Tính bảo mật cao (giới hạn người tham gia bằng cách khóa cuộc họp).





Ảnh 4: Cách tải App Zavi và giao diện đăng nhập

* Tạo cuộc họp Zavi trên Zalo PC với 4 bước đơn giản

Chọn biểu tượng Zavi trên thanh chức năng.

Bấm **Tạo cuộc họp**.

Điền thông tin cuộc họp, bấm **Tạo cuộc họp**.

Mời người tham dự:

 – Để mời người chưa phải là bạn bè trên Zalo, bấm Sao chép link cuộc họp và gửi cho người đó.

 – Để mời bạn bè trên Zalo, bấm Mời người tham dự và lựa chọn người muốn mời.

* Hai cách để tham gia cuộc họp Zavi

Cách 1: Tham gia bằng link

Bấm vào link mời tham dự để vào cuộc họp Zavi.

Cách 2: Tham gia bằng mã cuộc họp và mật khẩu

Chọn biểu tượng Zavi trên thanh chức năng.

Bấm **Tham gia cuộc họp**. Điền **Mã cuộc họp** và **Mật khẩu**, bấm **Tham dự**.

6. Gắn nhãn người quan tâm trong Zalo OA

Nếu có quá nhiều người dùng



Ảnh 5: Cách tạo cuộc họp và tham dự cuộc họp trên Zavi

quan tâm OA và bạn không thể tìm kiếm danh sách người dùng quan tâm theo ý muốn. Bạn hãy tạo ra các nhãn như: "Khách hàng thân thiết", "Khách hàng VIP",... Các nhãn này sẽ giúp tối thiểu thời gian phân loại mỗi khi bạn muốn gửi tin nhắn đến 1 danh sách nào đó.

* Các lợi ích khi gắn nhãn người quan tâm

Tìm kiếm người quan tâm nhanh hơn thông qua khung chat (theo nhân viên hỗ trợ, theo nhóm khách hàng, v.v.).

Gửi tin broadcast theo nhóm người quan tâm xác định.



Ảnh 6: Gửi tin Broacast cho người quan tâm được gắn nhãn trong Zalo OA

* Các bước thiết lập

Bước 1: Truy cập mục chat OA tại https://oa.zalo.me/chatv2, chọn "**Gắn nhãn mới**"



Ảnh 7: Gắn nhãn cho từng Người chat trong Zalo OA

Bước 2: Điền thông tin nhãn muốn tạo > chọn **Tạo**

Tick chọn nhãn vừa mới tạo để gắn người quan tâm (có thể gắn nhiều nhãn cho cùng 1 người quan tâm).

Nhấn **Lưu.**

e va tay chinh Nhân dê sâp xêp huốc	t phân Ioar Aluach hàng	theo như cầu của doarth nghiệp	
hân quy trình 🗇			
🔁 Quy tilch			
😑 📵 Hoàn thành 🔇	Thêm nhà	in mói	>
😑 📵 КН VIp	•-	Nhập tên nhân	0/15
🚍 🌒 KH Thường			Line million
📰 🍈 KH đang GS		tol dal 15 ki iti valknong crita	ki tu dac biet
Trên 18 was			Hủy Tạo nhân
Duck 18 tući		22	D

Ảnh 8: Cách Tạo nhãn mới

Ảnh 9: Hiển thị và lọc các nhãn trong Zalo OA

Để xóa nhãn, bạn vào mục Quản lý nhãn của người quan tâm muốn xóa, nhấn dấu **X** tại nhãn muốn xóa.

Sửa tên nhãn: Hiện chưa hỗ trợ.

7. Tính năng "Tìm quanh đây" trên Zalo.

* Bật chế độ "Tìm quanh đây" trên Zalo

Để bật chế độ "Tìm quanh đây" trên Zalo, điện thoại của han hắt huậc nhỏi l



điện thoại của bạn bắt buộc phải kích hoạt GPS.

Lưu ý: Trước khi sử dụng chức năng tìm quanh đây chúng ta có thể được yêu cầu một số thứ như ảnh đại diện hay Username, một dạng ID của Zalo.

Danh sách bạn bè gợi ý sẽ hiện ra, theo thứ tự khoảng cách đến với vị trị của bạn theo thứ tự từ gần đến xa.

Bạn chọn những người bạn phù hợp , chọn "Kết bạn" và bắt đầu trò chuyện.

* Lọc đối tượng tìm kiếm

Sau khi chọn chế độ "Tìm kiếm quanh đây" và hiện ra danh sách liên lạc gợi ý, bạn thực hiện các thao tác sau để lọc và giới hạn những đối tượng tìm kiếm:

Chọn biểu tượng bánh răng cưa góc trên bên phải màn hình.

Trong cửa sổ "Cài đặt tìm kiếm quanh đây", bạn vui lòng chọn độ tuổi và giới tính của những đối tượng mà bạn muốn tìm kiếm.

Lưu ý: Bạn cũng có thể giới hạn về việc cho phép ai có thể tìm thấy bạn dựa trên tiêu chí về Giới tính

* Tắt chế độ "Tìm kiếm quanh đây" trên Zalo

Để tránh bị làm phiền, bạn cũng có thể tắt chế độ này theo các bước như sau:

Trong cửa sổ "Tìm quanh đây", chọn biểu tượng "Thêm" ở góc trên cùng bên phải.

Chọn "Xóa vị trí, tránh làm phiền".

Bạn xác nhận việc xóa thông tin vị trí của bạn để người khác không tìm thấy, bạn click vào **"có"**. Như vậy là bạn đã tắt "Tìm quanh đây" thành công.

Nếu bạn biết sử dụng đúng cách tính năng định vị "Tìm quanh đây", đúng mục đích thì sẽ trở nên vừa an toàn vừa hữu ích và thú

vị. Do đó, người dùng Zalo cần cân nhắc kỹ trước khi kích hoạt tính năng định vị này. Ngoài ra, hãy cập nhật Zalo phiên bản mới nhất để sử dụng tính năng này tốt hơn.

8. Kiểm tra bảo mật

Khi số điện thoại và mật khẩu Zalo của bạn bị lộ, người khác có thể đăng nhập và chiếm đoạt tài khoản Zalo. Để tránh trường hợp này, Zalo sẽ gửi cảnh báo khi phát hiện vấn đề bảo mật. Bài viết này sẽ hướng dẫn bạn xử lý khi nhận được các cảnh báo từ Zalo.

* Cảnh báo 1: Có phải bạn vừa yêu cầu mã kích hoạt?

Bạn nhận được cảnh báo này khi Zalo nhận được yêu cầu mã kích hoạt để đăng nhập vào tài khoản của bạn trên một thiết bị lạ.

Trường hợp 1: Nếu không phải bạn

Bấm **Kiểm tra bảo mật** để vào trang Kiểm tra bảo mật của Zalo.

Bấm **Không phải tôi** để bắt đầu xử lý vấn đề bảo mật.

Bấm **Chặn ngay** để chặn mã kích hoạt do thiết bị lạ yêu cầu.

Nếu bạn không còn sử dụng SIM số điện thoại đã đăng ký tài khoản Zalo, bấm **Đổi số điện thoại** để đổi số mới.

Trường hợp 2: Nếu đúng là bạn

Bấm **Kiểm tra bảo mật** để vào trang Kiểm tra bảo mật của Zalo. Bấm **Đây là tôi** để tắt cảnh báo này.

* Cảnh báo 2: Có phải bạn đang muốn đăng nhập?

Bạn nhận được cảnh báo này khi tài khoản của bạn đang được đăng nhập trên thiết bị lạ và kích hoạt câu hỏi bảo mật của Zalo.

Trường hợp 1: Nếu không phải bạn

Bấm **Kiểm tra bảo mật** để vào trang Kiểm tra bảo mật của Zalo. Bấm **Không phải tôi** để bắt đầu xử lý vấn đề bảo mật.

Bấm Chặn ngay để chặn thiết bị lạ đăng nhập.

Bấm Đổi mật khẩu để đổi mật khẩu cho tài khoản Zalo của bạn.

Trường hợp 2: Nếu đúng là bạn

Bấm **Kiểm tra bảo mật** để vào trang Kiểm tra bảo mật của Zalo. Bấm **Đây là tôi** để tắt cảnh báo này.

* Cảnh báo 3: Có phải bạn vừa đăng nhập?

Bạn nhận được cảnh báo này khi tài khoản của bạn đã được đăng nhập trên thiết bị lạ.

Trường hợp 1: Nếu không phải bạn

Bấm Kiểm tra bảo mật để vào trang Kiểm tra bảo mật của Zalo.

Bấm Không phải tôi để bắt đầu xử lý vấn đề bảo mật.

Bấm Đăng xuất ngay để đăng xuất tài khoản khỏi thiết bị lạ.

Bấm **Báo xấu** để báo xấu thiết bị lạ.

Trường hợp 2: Nếu đúng là bạn

Bấm **Kiểm tra bảo mật** để vào trang Kiểm tra bảo mật của Zalo. Bấm **Đây là tôi** để tắt cảnh báo này.



Ảnh 12: Ví dụ về một tình huống bảo mật khi sử dụng Zalo
9. Sao lưu và khôi phục dữ liệu

Bạn cần khôi phục lại tin nhắn và ảnh trên thiết bị mới nhưng lại quên mật khẩu của bản sao lưu. Bài viết này sẽ giúp bạn nhanh chóng lấy lại tin nhắn và ảnh chỉ với hai bước.

Bước 1: Trên thiết bị cũ - Xóa mật khẩu và bản sao lưu gần nhất, tạo bản sao lưu mới

Vào trang **Cá nhân**, bấm biểu tượng **Cài đặt** $\{ O \}$, bấm **Sao lưu và khôi phục**.

Để xóa mật khẩu của bản sao lưu: Mật khẩu của bản sao lưu → Xóa mật khẩu & bản sao

Sau khi xóa bản sao lưu gần nhất, bấm **Sao lưu** để sao lưu tin nhắn và ảnh.

Chờ quá trình sao lưu hoàn tất. Bạn vẫn có thể tiếp tục sử dụng Zalo trong khi chờ.

Bước 2: Trên thiết bị mới - Khôi phục tin nhắn và ảnh

Khôi phục khi đăng nhập

Trên máy mới hoặc khi cài lại Zalo, hãy làm như sau:

Đăng nhập vào tài khoản Zalo của bạn.

Bấm **Khôi phục**.

Chờ quá trình khôi phục hoàn tất. Bạn vẫn có thể tiếp tục sử dụng Zalo trong khi chờ.

Khôi phục ở Cài đặt

Nếu bạn đã bỏ qua khôi phục khi đăng nhập, hãy làm như sau:

Vào trang **Cá nhân**, bấm biểu tượng **Cài đặt** (), bấm **Sao lưu và khôi phục**.

Bấm **Khôi phục**.

Chờ quá trình khôi phục lưu hoàn tất. Bạn vẫn có thể tiếp tục sử dụng Zalo trong khi chờ.



Ảnh 13: Chức năng Sao lưu và Khôi phục trên Zalo

10. Giao việc trên Zalo

Zalo đã cho ra mắt tính năng Giao việc hoàn toàn mới. Bài viết này sẽ hướng dẫn bạn cách sử dụng tính năng này để làm việc hiệu quả hơn.

* Lợi ích của tính năng "Giao việc"

Với "Giao việc", người sử dụng Zalo có thể dễ dàng:

Đánh dấu các tin nhắn công việc quan trọng.

Ghi nhớ các phần công việc sắp đến deadline để điều chỉnh kế hoạch làm việc phù hợp.

Tìm kiếm, theo dõi, cập nhật tiến độ công việc của đồng nghiệp và bản thân.

* Cách giao việc trên Zalo

Đầu tiên để giao việc cho ai đó, người giao việc và người nhận việc phải là bạn Zalo của nhau.

Giao việc cho thành viên trong nhóm trò chuyện

Chọn chức năng Giao việc trên Zalo bằng các cách như sau:

Cách 1: Đối với tin nhắn đã nhắc (mention) đến mình, người nhận tin nhắn có thể giao việc bằng chọn (button) **Giao việc** ngay dưới tin nhắn đó.

Cách 2: Đối với tin nhắn không nhắc (mention) đến mình, người nhận tin nhắn vẫn có thể giao việc bằng việc chọn biểu tượng khi nhấp chuột trái vào tin nhắn bất kỳ trong đoạn hội thoại.

Cách 3: Tag tên trực tiếp của người nhận việc trong hộp hội thoại và bấm **Giao việc** ngay bên cạnh tên người nhận.

Cách 4: Chọn biểu tượng thanh công cụ.

Cách 5: Trong trò chuyện bất kỳ và bấm **Giao việc** bên cạnh người cần giao việc.

* Hoàn tất thông tin về công việc cần giao

Tiêu đề: Tên công việc cần hoàn thành. Ví dụ: Chuẩn bị báo cáo cho cuộc họp, Nghiên cứu thị trường mới,...

Nội dung: Nội dung tin nhắn trong đoạn hội thoại chứa nội dung quan trọng về phần công việc được giao.

Giao cho: Tên người thực hiện công việc được giao.

Lưu ý: Bạn có chỉ có thể giao việc cho bạn và thành viên trong nhóm trò chuyện có kết bạn Zalo với bạn.

Bạn chỉ có thể để thành viên trong nhóm trò chuyện có kết bạn Zalo với bạn theo dõi tình trạng công việc được giao cùng bạn.

Thời hạn: Điền rõ thông tin thời hạn phải hoàn thành công việc (tính chính xác đến giờ, phút, ngày, tháng, năm) hoặc chọn **Không thời hạn**.

Bấm Giao việc để hoàn tất.

* Giao việc đích danh

Chọn biểu tượng Giao việc ở thanh công cụ bên trái màn hình.

Trong cửa số **Công việc**, chọn biểu tượng thêm mới.

Điền đầy đủ các thông tin như sau:

Chọn "Giao việc" trên cửa số "Giao công việc mới" để xác nhận công việc được giao.

Lập tức cửa sổ trò chuyện của bạn và người được giao việc sẽ hiển thị cùng với thông báo về tình trạng công việc được giao.

* Cách nhận việc trên Zalo

Khi được giao việc, bạn sẽ nhận được hộp thoại thông báo công việc được giao:

Để nhận việc bạn chọn **Xác nhận sẽ làm**, cửa sổ mới sẽ tiếp tục hiển thị.

Công việc đã nhận sẽ được chuyển trực tiếp vào danh mục **Chưa xong** thuộc danh mục lớn **Cần làm**.

Khi bạn hoàn tất công việc được giao, bạn **Hoàn thành**, công việc sẽ chuyển vào danh mục **Đã xong** thuộc danh mục lớn **Cần làm**.

* Kiểm tra, cập nhật tiến độ công việc

Bạn có thể chủ động theo dõi các nội dung công việc mình giao, nhận, theo dõi bằng cửa sổ trong cửa sổ **Giao việc** của Zalo:

Tôi giao: Theo dõi và kiểm tra tiến độ của các phần công việc bạn giao.

Cần làm: Theo dõi và kiểm tra tiến độ của các phần công việc bạn nhận làm.

Theo dõi: Theo dõi và kiểm tra tiến độ của các phần công việc giao cho các thành viên trong nhóm mà bạn nằm trong danh sách theo dõi.

Ngoài ra, bạn có thể lọc và tìm kiếm tình trạng công việc bằng **Bộ lọc**, cho phép lọc công việc theo các trạng thái: Chưa xong, Đã xong, Chưa nhận, Đã nhận làm, Quá hạn.

11. Phân loại trò chuyện.

* Phân loại trò chuyện

Cách 1:

Trên Zalo PC, bên cạnh trò chuyện bất kỳ, bấm ... Phân loại Chọn phân loại phù hợp cho trò chuyện.

Cách 2:

Trong mục **Phân loại**, chọn phân loại bạn muốn.

Bấm **Thêm hội thoại vào phân loại**.

Chọn các hội thoại để thêm vào phân loại, bấm Thêm.

* Tạo phân loại mới

Bấm Quản lý phân loại Chọn mục Thêm phân loại

Nhập tên phân loại và chọn màu.

Bấm **Thêm phân loại**.



Ảnh 16: Bạn có thể dễ dàng phân loại cuộc hội thoại Zalo để quản lý và theo dõi

12. Xử lý cảnh báo link lừa đảo trên Zalo

* Lý do bạn nhận được cảnh báo

Bạn đã từng nhận được tin nhắn từ bạn bè trên Zalo, yêu cầu truy cập một đường link làm khảo sát, nhận tài liệu miễn phí, thực hiện giao dịch với ngân hàng, v.v. Khi nhấn vào link, trang web yêu cầu bạn cần nhập số điện thoại, mật khẩu hoặc các thông tin cá nhân nhạy cảm khác. Trong trường hợp này, có thể bạn đã gặp hình thức lừa đảo qua link.

Nếu Zalo xác định đây là một link lừa đảo, bạn sẽ nhận được thông báo của Zalo về chi tiết đường link và thời điểm bạn đã truy cập.

* Cách xử lý

Kẻ tấn công có thể sử dụng thông tin bạn cung cấp để truy cập trái phép vào tài khoản Zalo của bạn. Vì vậy, sau khi nhận được cảnh báo của Zalo, bạn nên thực hiện các biện pháp sau:

Thay đổi mật khẩu Zalo

Không nên đặt mật khẩu trùng tên tài khoản, số điện thoại, ngày sinh hoặc biệt danh của bạn.

Không nên dùng lại các mật khẩu cũ.

Ngoài ra, bạn nên cập nhật thông tin và đổi mật khẩu mới cho các tài khoản cá nhân khác như: tài khoản ngân hàng, email, mạng xã hội, ví điện tử, v.v. nếu bạn nghi ngờ mật khẩu đã bị lộ.

Kiểm tra lịch sử đăng nhập

Chú ý kiểm tra những phiên đăng nhập từ thiết bị lạ, không quen thuộc với bạn;

Chú ý kiểm tra những phiên đăng nhập vào trong các khung giờ lạ.



Ảnh 17: Bạn có thể dễ dàng kiểm tra lịch sử đăng nhập để kiểm soát các thiết bị đang sử dụng Zalo của Bạn

13. Tin nhắn nhanh (Quick messages)

Tin nhắn nhanh được phát triển dựa trên nghiên cứu về nhu cầu gửi tin nhắn có nội dung giống nhau và thói quen viết tắt của người dùng. Tính năng hỗ trợ người dùng gắn những nội dung dài với một từ khóa cụ thể, để dễ dàng sử dụng trong quá trình soạn tin với cú pháp "/**từ khóa**" (VD: gõ /**baogia** để gửi nhanh nội dung gắn liền với từ khóa baogia)

Những lợi ích khi dùng tin nhắn nhanh

Tạo Tin nhắn nhanh dễ dàng với 3 bước.

Chèn nội dung Tin nhắn nhanh đã lưu vào hội thoại bất kỳ.

Tăng tốc độ phản hồi của bạn, giảm tối đa thời gian chờ của khách hàng, đối tác.

Quản lý được nội dung, giọng điệu "chuẩn" trong cách bạn giao tiếp với đối tác, khách hàng.

Bớt nhàm chán khi trao đổi những nội dung lặp đi lặp lại trong quá trình tư vấn - bán hàng.

Không chỉ hỗ trợ nội dung dạng văn bản, tiện ích này còn hỗ trợ đính kèm hình ảnh, đường link, cho người dùng có nhu cầu cần gửi nhiều, gửi nhanh những thông tin như: báo giá, chương trình khuyến mãi, mời họp định kì, nhắc nhở hoàn thành báo cáo,...

Giờ đây, nhờ vào lợi ích "soạn 1 lần, gửi mọi nơi" của Tin nhắn nhanh, người dùng sẽ dễ dàng tập trung cho các tác vụ khác thay vì phải tốn công sức và thời gian soạn thảo các tin nhắn lặp lại nhàm chán.

* Tạo Tin nhắn nhanh dễ dàng với 3 bước

Để sử dụng tính năng hữu ích này, bạn hãy tạo một danh sách tin nhắn nhanh cho mình theo các bước sau đây:

Bước 1: Mở danh sách Tin nhắn nhanh bằng 1 trong 2 cách sau:

Cách 1: Chọn biểu tượng Tin nhắn nhanh > nhấn Quản lý

Cách 2: Từ Cài đặt > chọn Tin nhắn > nhấn Quản lý

Bước 2: Nhấn Tạo mới tại danh sách tin nhắn nhanh để bắt đầu tạo sẵn nội dung tin nhắn.

Bước 3: Xây dựng nội dung tin nhắn.

Quy định 1 từ khóa (keyword) để sử dụng khi chèn nhanh nội dung.

Nội dung tin nhắn được lưu sẵn vào khung soạn thảo.

Đính kèm hình ảnh (nếu cần thiết).

Lưu lại nội dung.

Chèn nội dung Tin nhắn nhanh đã lưu vào hội thoại bất kỳ.

Có 2 cách để chèn Tin nhắn nhanh vào cửa sổ trò chuyện như sau:

Cách 1: Từ biểu tượng "Tin nhắn nhanh" trên thanh chức năng tại cửa sổ trò chuyện

Chọn biểu tượng **"Tin nhắn nhanh"** => nhấn chọn tin nhắn cần chèn.

Cách 2: Sử dụng kí tự "/":

Gõ kí tự "/" vào khung soạn thảo để hiển thị danh sách Tin nhắn nhanh, hoặc **Gõ "/" + "từ khóa"** đã lưu để hiển thị nội dung ứng với từ khóa đó.

Nhấn chọn hoặc enter để chèn đầy đủ nội dung.

Với thiết kế đơn giản, dễ sử dụng, không mất nhiều thời gian "làm quen", Tin nhắn nhanh hứa hẹn sẽ trở thành 1 công cụ không thể thiếu trong quy trình làm việc chuẩn mực, đề cao tính chuyên nghiệp và nhanh nhạy khi giao tiếp với khách hàng, đối tác.

< Quay về cải đặt	×
Tin nhắn nhanh	
Tạo, chính sửa và quần lý phies tắt cho những tin nhân thư	ờng sử dụng trong hồi thoại.
Tin nhân nhanh (2/50)	Tạo mới
(20)	
Câm ơn AC đã đãng lí khoá học tíhoà học 🗟 được gửi c	tho AC trong vòng 24h kế từ lúc đã
/sinchao	
Câm ơn bụn đã nhắn tin. Minh có thể giúp gi cho bạn?	

Ảnh 18: Giao diện "Tin nhắn nhanh" trên máy tính



Ảnh 19: Giao diện "Tin nhắn nhanh" trên điện thoại

14. Tài khoản Zalo Bussiness

Với tài khoản Zalo Business giúp bạn sở hữu:

* *Giải pháp hỗ trợ kinh doanh toàn diện:* Hỗ trợ người bán trong việc tư vấn, giao tiếp, tiếp cận khách hàng trên Zalo.

* Tạo sự tin tưởng với: Hồ sơ kinh doanh

Khách hàng luôn tìm kiếm những địa chỉ uy tín khi mua sắm. Hồ sơ kinh doanh trên Zalo với đầy đủ các thông tin thiết yếu sẽ giúp bạn nhận được sự tin tưởng từ khách hàng.

* Tư vấn khách hiệu quả với: Tin nhắn tự động

Khách hàng có thể liên hệ tới cửa hàng vào bất cứ lúc nào. Với tin nhắn tự động, bạn có thể trả lời tin nhắn của khách hàng ngay cả khi vắng mặt bằng tin nhắn soạn sẵn. Giảm thời gian chờ đợi của khách hàng, đảm bảo khách hàng có thể nhận được thông tin nhanh nhất.

* Tiếp cận khách hàng tiềm năng: Tìm kiếm mở rộng

Tăng độ phủ sóng và nhận diện tài khoản Zalo của mình trong danh sách kết quả tìm kiếm của khách hàng, giúp gia tăng độ tiếp cận và tỉ lệ tương tác với các khách hàng tiềm năng.

* Giới thiệu sản phẩm nhanh chóng: Danh mục sản phẩm

Chỉ cần tạo sản phẩm và bạn có thể lập tức chia sẻ tới khách hàng, không cần soạn lại nội dung mỗi lần tư vấn.



Ảnh 20: Nick Zalo sẽ có thêm thông tin "Business Pro" khi tham dự gói Zalo Business



Ånh 21: Ưu điểm của tài khoản Zalo Business

Chọn gói phù hợp với bạn

Sau khi dáng kỳ, ban có thế hộy gia hạn 59t củ lực nào Basic Pro Gol tabi notriêns che nhu câu ce bên Darm one right kinh daanh chindin nghètip Mién phí 199.000d/ tháng do san 198.0000 marg Đàng ký gối Dùng thủ miền phi 2 to also to reade march Mitake shan diribin tak simoday kinin duaren Treductor index trailini tur dörer Mining dank balles \$2,000 part. - the other of 95 mile in mile strant Danh muc sán přílle (catálogi) 20 más tin relati tra lot ta épiga CONTRACTOR NO. Onem mac sale attiles concepts 2 Hills think an kint down

Chọn tài khoản zalo phù hợp nhu cầu

Zalo là một trong những kênh bán hàng tốt nhất hiện nay, tuy nhiên trong lần thay đổi mới nhất của Zalo vào ngày 20/6/2022 thì Zalo đã bắt đầu phiên bản beta thay đổi dành riêng cho Zalo. Zalo trước đây chỉ tập trung vào Zalo OA dành riêng cho doanh nghiệp, nay Zalo đang dần mở rộng bao gồm cả Zalo dành riêng cho cá nhân. Hãy tưởng tượng nếu bạn là một người kinh doanh, đặc biệt là bán hàng bằng Zalo, thì những gói trả phí mà bạn nên sử dụng này sẽ rất có lợi cho bạn.

* Ưu điểm tài khoản Zalo Business

- Tính chuyên nghiệp của tài khoản Zalo

Zalo hoạt động như một doanh nghiệp khi được đánh dấu là "doanh nghiệp", nhưng đó là tài khoản Zalo cá nhân, tức là tài khoản có đặc quyền tốt hơn Zalo không trả phí. Ngoài nền tảng còn có tick xanh Facebook, Shopee Mall, Lazmal và các chức năng khác là Zalo kinh doanh Zalo.

Thêm vào đó, khi truy cập vào tài khoản Zalo doanh nghiệp, bạn có thể thể hiện sự chuyên nghiệp của tài khoản chỉ bằng cách gửi tin nhắn cho khách hàng.

- Gửi nhiều sản phẩm cùng một lúc

Trước đây, bạn phải nhắn tin cho tất cả mọi người, việc này rất tốn thời gian. Tuy nhiên, khi cập nhật tính năng mới này, bạn có thể nhanh chóng gửi kho sản phẩm của mình cho khách hàng tiềm năng.

Bạn có thể dễ dàng và nhanh chóng tạo ra một sân chơi dành riêng cho sản phẩm của mình với cơ sở khách hàng của bạn. Quá trình tạo kho sản phẩm rất đơn giản, chỉ với một vài cú nhấp chuột, bạn có thể tạo ra một loạt các sản phẩm.

- Tiết kiệm thời gian và kết nối khách hàng

Nếu như trước đây, bạn phải tạo mọi thông điệp cho mọi khách hàng, hay các cửa hàng kinh doanh thời trang, mỹ phẩm, ... thường xuyên phải gửi hình ảnh. Sau đó, mọi người có thể nhanh chóng tiết kiệm tiền với tính năng nhắn tin nhóm.

Nhưng tính năng này được thiết kế để giúp người dùng tiết kiệm thời gian hơn. Các thương hiệu gửi thông điệp đến khách hàng một cách nhanh chóng.

Điều này làm cho tài khoản của bạn chuyên nghiệp hơn khi nó có chức năng "kinh doanh".

- Tiết kiệm chi phí quảng cáo Quảng cáo Zalo

Nghe thì có vẻ vô lý nhưng thực ra trong thời gian qua Zalo chỉ tập trung vào quảng cáo dành riêng cho Zalo OA, tức là chạy Zalo Ads.

Tuy nhiên, khi bạn nâng cấp chức năng kinh doanh trên Zalo của mình thì điều đó trở nên rất dễ dàng bằng cách quảng bá các danh mục sản phẩm của bạn đến với khách hàng tiềm năng thật nhiều.



Ånh 22: Các bước thiết lập Zalo Business

-	1	Sau khi dàng kỳ, bạn có thể hủy gia hại	n bat cur luc nao
		Basic	Pro
1		Web phi	190 000d/thirea
ĉ	2	Using murmeen pro	Eddig ký pis
		Mở rộng mạng lưới kháci	1 hàng
1	Dairti Galagii Sê	Kināng dāi	10,000
¥	Củ đời thủ người là xem nhất kỳ tả nhân	Khảng Cá	6é
i	Link dhia së (aflortimi)	U6 840 #108	oð diðrithagi
Ŷ	Mhân tin nhân và cuốc gọi từ ngựni lạ	Çä	Cé
10		Xây dựng uy tin	10
	Hồ sợ kinh doạth	Không Cá	C0
u	Nhãn nhân diễn tùi thoàn linh doanh	Nhông cô	Tentrari
12	-	Hỗ trợ giao tiếp và bán t	hàng
14	Thông báo lin nhắn từ người lạ	Kinding Q8	06
1.11	Tix nhānnharlt (Guick message)		3
16	Tin nhân trà lời tự động (Auto reph)	1	26
	Gúi tin nhấn đồng loạt (thên Zalo PC)	Không Cá	Cho oD ngubi
18	Mờ ການຈັ້ນ ເຊົາລ ຮູ້ບໍ່ ເກັນຢູ່ (biện Zalo PC)	Nhông Có	Ci .
19	Danhi muzia an phâm (Catalog)	Z sier phiers	100 aian phâm

Ảnh 23: Bảng so sánh tính năng gói Business "xây dựng thương hiệu uy tín"

	Dacia	Bro
	Dasic	PIO
	Dáng thứ miền phi	Ding ký gót
	Mở rộng mạng lưới khác	h hàng
Gant su tan 6à	Kriting th	10,000
Căi đặi cho người lạ sem nhật lý cả nhận	Không Đả	Ci
Link chra sé (shorflink)	Số điền thoại	Số đền troa
Nhậc tin nhân và cuốc gọi từ người là	Có	08
0	Xây dựng uy tin	17
Hồ sơ kinh daph	Hhāng Cá	Cá
z binän nhàn diện tài thoàn sinh doach	Khingoi	Hawers
	Hỗ trợ giao tiếp và bán	hàng
Thông báo từ nhấn lý người là	Không Cá	Gi
Tin nèšn ritanti (Guick message)		a
Tin nhấn Và lời tự đông (Auto reph)		25
Dùi tin nhân đồng loạt thên Zaio PCI	Hhiðing Cél	Gio 50 oguili
 Wô en la của số chạt điện 240 PC) 	Không Că	05
Dunh muc sán phẩm (Catalog)	2 sin phẩm	100 săngtiân
Quản Ví thể nhân loại khách hàng trên điện (bưai	Hhông Gá	Sha ra mit



Ảnh 23: Bảng so sánh tính năng gói Business "Hỗ trợ giao tiếp, tư vấn khách hàng"

15. Dịch vụ trả phí với Zalo Official Account và các thay đổi liên quan đến Zalo Ads

Nhằm hỗ trợ và nâng cao vị thế của các doanh nghiệp trong việc sử dụng Zalo Official Account (Zalo OA) trở thành kênh liên lạc chính với khách hàng trên Zalo cho các hoạt động Chăm sóc, Xây dựng thương hiệu, cộng đồng và tăng trưởng doanh thu, ... ZALO OA sẽ có những cải tiến về tính năng và cơ cấu lại các loại ZALO OA như sau:

- Thay đổi phân loại và tính năng của tài khoản OA.
- Triển khai các Gói dịch vụ dành riêng cho OA xác thực.

Thông báo của Zalo Official Account về việc thay đổi Tài khoản OA phổ thông / xác thực và các gói dịch vụ dành cho ZALO OA cao cấp.

Thông tin dành cho các gói dịch vụ dành cho ZALO OA xác thực như sau:

So sánh các loại tài khoản	Cơ bản (Miễn phí)	Dùng thử (45 ngày)	Nâng cao	Premium	Ghi chú	
		Nhận đi	ên Thươn	g hiệu		
Dấu xác thực	Ok	Ok	Ok	Ok	Hiển thị dấu xác thực trên Zalo, tăng uy tín cho tài khoản Doanh nghiệp, giúp khách hàng dễ dàng nhận diện OA.	
Tìm kiếm được trên Zalo	Ok	Ok	Ok	Ok	Có thể tìm kiếm trên Zalo, giúp khách hàng tìm được OA dễ dàng.	
Chia sẻ OA qua QR & URL	Ok	Ok	Ok	Ok	Có thể chia sẻ đường dẫn tới trang cá nhân của OA dưới dạng URL hoặc QR code.	
Widget Ok Official Account		Ok	Ok	Ok	Gắn Widget Official Account lên trang web và cho phép khách hàng có thể tương tác trực tiếp với OA.	
		V	ân hành	1	1	
Số lượng tài khoản nhân viên	100	100	100	100	Số lượng nhân viên được phép quản lý Official Account.	
Báo cáo hiệu quả OA	Ok	Ok	Ok	Ok	Cung cấp các thống kê về tình hình hoạt động của OA, lượt tương tác, bài viết, người theo dõi,	

Giàng Thuận Ý

Broadcast & Bài viết												
Số Broad- cast/tháng OA khởi tạo	40	40	40	40	Số lượng Broadcast tối đa mà OA có thể khởi tạo.							
Số Broad- cast/tháng khách hàng tiếp nhận	1	4	4	6	Số lượng Broadcast tối đa mà người quan tâm có thể tiếp nhận từ OA.							
Số bài viết xuất bản/ tháng	5	15	15	30	Số lượng bài viết tối đa mà OA có thể xuất bản trong tháng.							
Lưu trữ bài viết không giới hạn	Ok	Ok	Ok	Ok	Bài viết của OA sẽ luôn được hiển thị với người dùng.							
Chatbot												
Sử dụng Chatbot		Ok	Ok	Ok	Truy cập và sử dụng tất cả tính năng của tính năng Chatbot.							
Kịch bản Chatbot		20	20	Số lượng kịch bản Chatbot tối đa được tạo.								
		Tươ	ờng tác cơ	bản								
Phản hồi tương tác của khách hàng	Ok	Ok	Ok	Ok	Khi khách hàng tương tác với OA, OA có thể phản hồi lại 8 nội dung trong vòng 48h.							
Tương tác chủ động miễn phí/ tháng		200	2.000	9.000	Tương tác chủ động là tương tác khi OA muốn hiển thị nội dung đến khách hàng trước hoặc đã sử dụng hết 8 nội dung phản hối.							

Lời chào	Ok	Ok	Ok	Ok	Hiển thị nội dung khi khách hàng bấm quan tâm hoặc hiển thị nội dung tương tác lần đầu tiên với OA.
Trả lời tự động	Ok	Ok	Ok	Ok	Trả lời tự động khi khách hàng chủ động tương tác với OA.
Truy vấn tự động	Ok	Ok	Ok	Ok	Giúp doanh ng- hiệp thiết lập các từ khóa liên kết đến các nội dung/ tương tác tự động.
Thanh Menu	Ok	Ok	Ok	Ok	Giúp người dùng dễ dàng tìm kiếm và truy cập ngay các thông tin cần thiết ngay trong cửa sổ chat.
		Tương	g tác nâng	cao	
Nhận tương tác từ khách hàng		Ok	Ok	Ok	Cho phép tiếp nhận khi khách hàng liên hệ tới OA trong thời gian được thiết lập sẵn.
Chủ động tương tác với khách hàng		Ok	Ok	Ok	Cho phép OA chủ động tương tác với khách hàng.
Quản lý lịch sử tương tác		Ok	Ok	Ok	Quản lý lịch sử tương tác với từng khách hàng.
		Tíc	h hợp AP	I	
Official Account API		Ok	Ok	Ok	Hệ thống API để quản lý OA và thực hiện tương tác với người quan tâm.

Giàng Thuận Ý

Zalo No- tification Service API	Ok	Ok	Ok	Hệ thống API để hiển thị thông báo chăm sóc khách hàng tới người sử dụng Zalo.
Social API	Ok	Ok	Ok	Hệ thống API để truy vấn dữ liệu người dùng, dữ liệu bạn bè, đăng tin mới và nhiều tác vụ khác.
Shop API	Ok	Ok	Ok	Hệ thống API để có thể truy cập dữ liệu trên nền tảng quảng cáo Zalo Shop.
Ưu tiên trải nghiệm tính năng mới			Ok	

Việc thay đổi phân loại ZALO OA và hạn chế các tính năng của ZALO OA phổ thông, đồng nghĩa với việc một số loại hình quảng cáo mà các nhà quảng cáo đang sử dụng sẽ bị ảnh hưởng:



Ảnh 26: Loại hình quảng cáo tương ứng với các tài khoản Zalo OA

Lưu ý:

 Nhà quảng cáo đang vận hành các chiến dịch quảng cáo trên ZALO OA phổ thông với các hình thức quảng cáo Tin nhắn / Bài viết / Sản phẩm / ZALO OA sau thời gian trên sẽ được chuyển sang trạng thái Bị từ chối. Sau khi xác thực ZALO OA thành công, nhà quảng cáo có thể gửi duyệt lại các quảng cáo đã bị từ chối trước đó.

• Nhà quảng cáo vui lòng xác thực ZALO OA trước thời gian này để tránh ảnh hưởng các chiến dịch quảng cáo. Trong trường hợp, nhà quảng cáo không có đủ chứng từ để xác thực ZALO OA, vui lòng cân nhắc chuyển sang các hình thức quảng cáo còn lại.

Hãy ghi chép lại những điều bạn học được trong chương này, kèm theo các câu hỏi (nếu có) phía dưới nhé:

•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••
•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••
•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••
•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	••••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••
•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	••••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••
•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	••••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••	•••

Liên hệ tác giả khi có câu hỏi hoặc bạn muốn cập nhật thêm các kiến thức Marketing mới nhất bằng cách quét QR Core dưới đây (Ấn nút "Quan Tâm" để nhận Quà)

