

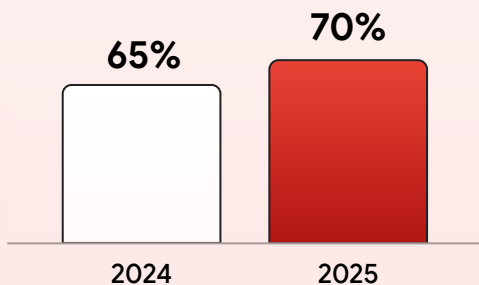


Bắt trọn sức nóng mua sắm dịp Tết cùng Google Search



Nhu cầu mua sắm dịp Tết đang tăng, với số lượng người tiêu dùng và đơn hàng tăng so với năm ngoái.

Tỷ lệ người mua sắm dịp Tết¹




Số lượt mua sắm Tết trung bình trên một người²

2025:

10.0

(tăng từ 9.4 lượt vào năm 2024)

 Người tiêu dùng cảm thấy tự tin và nắm rõ thông tin hơn khi sử dụng Google Search. Những người tiêu dùng tự tin sẽ dễ dàng chốt đơn hơn

Người mua hàng tự tin gấp

1.2x

lần khi mua sắm Tết cùng Google Search và Youtube³

5 bước đơn giản biến lượt tìm kiếm Tết thành doanh số

1 Lên chiến dịch Google Search vào các thời điểm Tết quan trọng

Việc lên kế hoạch mua sắm Tết hiện nay bắt đầu sớm hơn, thậm chí trước Tết vài tháng.



1-3 tháng trước Tết

2-4 tuần trước Tết

1 tuần trước Tết

Tết

Hành vi khách hàng⁴

11%

bắt đầu tìm hiểu
(tăng 2% so với 2024)

47%

bắt đầu lên kế
hoạch và so sánh

39%

mua sắm vào phút
chót (đặc biệt phổ
biến ở nhóm người
trẻ)

Bạn nên làm gì



Nhận biết sớm

Kích hoạt chiến dịch Google Search ít nhất 2 tháng trước Tết. Tập trung vào khám phá & truyền cảm hứng, khi người mua đang tìm ý tưởng chứ không chỉ sản phẩm.



Tối đa hóa tỷ lệ chuyển đổi

Tập trung từ khóa có ý định mua cao (ví dụ: Đột phá, Tối ưu, Cam kết), kết hợp đánh giá hiển thị rõ ràng và review từ người dùng.



Nắm bắt ý định

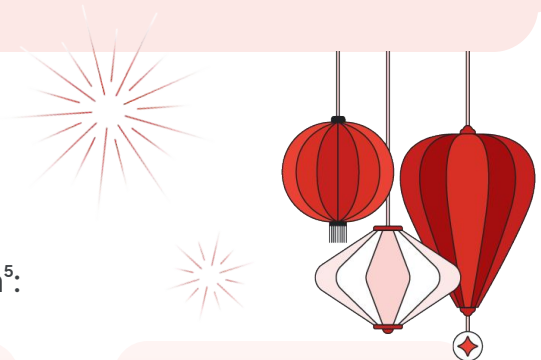
Đẩy thông điệp hối thúc. Ví dụ: Giao nhanh, Số lượng có hạn, Cơ hội cuối cùng.



Mẹo: Hãy xuất hiện sớm, ngay cả khi quyết định mua diễn ra sau đó.

2 Nắm rõ các từ khóa phù hợp với khách hàng và ngành hàng của bạn

Lượng tìm kiếm Tết tăng mạnh ở các nhóm ngành chính⁵:



Nhà cửa & Trang trí

- Trang trí Tết
- Decor Tết
- Bao lì xì

Mức độ quan tâm tăng sớm, có thể trước Tết tới 7 tuần

Quà tặng

- Mẫu giỏ quà Tết
- Quà Tết doanh nghiệp
- Bộ quà Tết

Nhu cầu quà Tết tăng mạnh: 49% năm 2025 so với 45% năm 2024, chủ yếu đến từ nhóm khách hàng trẻ tuổi⁶

Du lịch

- Du lịch Tết
- Du lịch TP. Hồ Chí Minh
- Du lịch Hà Nội

Du lịch đạt đỉnh sau Tết, khi các gia đình lên kế hoạch nghỉ ngơi



Mẹo: Sử dụng **Công cụ lập kế hoạch từ khóa** để khám phá các từ khóa có tác động cao, phù hợp với doanh nghiệp của bạn, và đảm bảo quảng cáo tiếp cận đúng người mua sẵn sàng chi tiêu.

3

Điều chỉnh thông điệp Tết cho hai nhóm người mua chính

Gen Z và Millennials tiếp cận Tết theo những cách khác nhau, với động cơ và hành vi mua sắm rất riêng biệt.

Gen Z

Với họ, Tết là thời điểm để nghỉ ngơi, du lịch và “làm mới” bản thân

Trọng tâm: Chăm sóc cá nhân & thời trang để thay đổi diện mạo⁷

Hành động: Định vị sản phẩm như phiên bản nâng cấp, món quà tự thưởng, hoặc cách để thể hiện cá tính và bản sắc riêng.



Millennials

Họ chú trọng vào khâu chuẩn bị cho từng chi tiết, là người chủ động lo Tết cho cả gia đình

Tập trung: Đồ dùng nấu nướng thiết yếu, sản phẩm cải thiện không gian sống, quà tặng⁸

Hành động: Cung cấp thông tin rõ ràng, thông số, lợi ích và giá trị thực tế. Tránh sử dụng khẩu hiệu chung chung.



Mẹo: Điều chỉnh thông điệp theo tâm lý từng nhóm, và xuất hiện đúng thời điểm họ sẵn sàng mua nhất.

4

Tiếp cận nhiều người mua hơn với Broad Match

TĂNG **35%** lượt chuyển đổi khi sử dụng Broad Match⁹

Thay vì sử dụng Đối sánh Chính xác và Đối sánh Cụm từ cho từ khóa, hãy thử sử dụng **Đối sánh Rộng** để tự động nắm bắt các truy vấn liên quan. Điều này giúp bạn thu hút nhiều lượt truy cập hơn, giảm công sức tối ưu thủ công và tối ưu ngân sách bằng cách tiếp cận các tìm kiếm có ý định mua cao.



Cách bật Đối sánh Rộng:

- 1 Nhấp vào biểu tượng **Chiến dịch** trong cài đặt tài khoản Google Ads của bạn
- 2 Nhấp vào Đối tượng, Từ khóa và Nội dung quảng cáo, sau đó chọn **Từ khóa Tìm kiếm**
- 3 Nhấp vào **Chỉnh sửa**
- 4 Chọn Thay đổi loại khớp đối sánh, sau đó chọn **Nâng cấp lên Đối sánh Rộng**
- 5 **Bật Đối sánh Rộng** ngay bây giờ



Mẹo tối ưu ngân sách & giá thầu thông minh


- Tăng ngân sách sớm để đón nhu cầu mua sắm ngày càng cao
- Tăng giá thầu khi nhu cầu tìm kiếm tăng cao. Càng nhiều người tìm kiếm, càng nhiều cơ hội
- Tối ưu cho các hành động sớm như **Thêm vào giỏ hàng**, đặc biệt khi người mua vẫn đang so sánh
- Sử dụng **Đấu giá thông minh** được hỗ trợ bởi Google AI, để phân tích các tín hiệu như thời điểm, thiết bị và ý định tìm kiếm theo thời gian thực, giúp bạn chinh phục các “thời điểm vàng” mà không cần chi tiêu quá mức



Mẹo: Kết hợp Đối sánh Rộng và **Đấu giá thông minh** để tiếp cận thêm các đối tượng tìm kiếm có nhu cầu mua cao mà không làm tăng khối lượng công việc truy vấn.

5

Chuyển đổi nhiều khách hàng giá trị cao hơn với  AI MaxTĂNG **27%** lượt chuyển đổi với chi phí tương đương khi sử dụng AI Max¹⁰

Sau Tết, người tiêu dùng có xu hướng chuyển sang những quyết định mua sắm có kế hoạch và giá trị cao hơn, đặc biệt trong các ngành điện tử tiêu dùng và làm đẹp.  AI Max giúp bạn tận dụng tối đa nhu cầu này bằng cách tự động tối ưu chiến dịch Google Search.



Cách bật AI Max

- 1 Đi đến **Cài đặt** trong menu Chiến dịch.
- 2 Chọn **chiến dịch Tìm kiếm** bạn muốn cập nhật
- 3 Trong menu cài đặt, chọn **AI Max**
- 4 Bật tùy chọn kích hoạt **AI Max**

Tối ưu hóa chiến dịch Tìm Kiếm với AI Max

- 5 Chọn các tính năng AI Max phù hợp cho chiến dịch của bạn:

- Khớp từ khóa tìm kiếm
- Tối ưu hóa tài sản



Mẹo: AI Max nâng tầm chiến dịch Tìm Kiếm, giúp doanh số tiếp tục tăng trưởng ngay cả sau khi mùa Tết kết thúc.

Cơ hội dùng thử miễn phí 1 tháng **Gói Gemini Pro** khi **chia sẻ** thêm thông tin về doanh nghiệp của bạn.

