

Tính chỉnh GMV giúp bạn nắm rõ hơn về giao dịch của khách hàng: Những điều bạn cần biết

Chúng tôi chia bản cập nhật thành các phần dễ hiểu để bạn nhanh chóng nắm bắt tất cả thông tin cần thiết.

Trước tiên, đây là những điều bạn cần biết

- Cách quy kết GMV cho các loại nội dung trên TikTok Shop đã được đơn giản hóa, dẫn đến cách quy kết giao dịch chính xác tương ứng với hành vi của Khách hàng, giúp bạn đưa ra quyết định dựa trên dữ liệu đầy đủ hơn.
- Hiện tại, GMV được tính dựa trên các **loại nội dung: LIVE, Video và Thẻ sản phẩm**.
- GMV được quy cho loại **nội dung cuối cùng mà khách hàng tương tác với sản phẩm trước khi thanh toán**.

 Thẻ sản phẩm là một thành phần quan trọng góp phần vào GMV, nhưng bạn vẫn cần tập trung vào nội dung LIVE và Video và tiếp tục **tạo ra video và LIVE chất lượng cao để thu hút khách hàng**. Nội dung mạng xã hội trực quan là điểm thu hút cốt lõi hình thành nên TikTok.

 **Nói ngắn gọn:** Thẻ Sản Phẩm hiển thị mọi thông tin của sản phẩm, bao gồm tiêu đề, ảnh và miêu tả.

 **Trước đây**
100% GMV =
LIVE + Video + Trang trưng bày + Khác

 **Hiện tại**
100% GMV =
LIVE + Video + Thẻ sản phẩm

Những ai nên lưu ý?

Nhà bán hàng Nhân viên vận hành.

Tình huống thực tế để giúp bạn hiểu rõ

Với tư cách là nhà bán hàng và nhà sáng tạo, việc hiểu cơ chế tính GMV mới sẽ hữu ích cho hành trình của bạn trên TikTok Shop. Những ví dụ sau đây nhằm minh họa cách các loại nội dung góp phần vào GMV.

Ví dụ 1:



Bạn đang bán một chiếc iPhone



Khách hàng tìm thấy iPhone của bạn



Khách hàng mua iPhone của bạn qua Thẻ sản phẩm được đề xuất



GMV từ giao dịch bán iPhone sẽ được quy cho Thẻ sản phẩm tương ứng

Tóm lại Khách hàng A tìm kiếm iPhone, thấy đề xuất, mua ngay và GMV được quy cho Thẻ sản phẩm cụ thể của iPhone này.

Ví dụ 2:



Khách hàng A xem video của bạn có quảng bá iPhone và thêm chiếc iPhone này vào giỏ hàng



Sau khi xem video, Khách hàng A khám phá Trang cửa hàng, đổi ý và quyết định mua thiết bị Android.



Khách hàng A mua thiết bị Android và GMV từ giao dịch mua này được quy cho Thẻ sản phẩm Android tương ứng

Tóm lại Khách hàng A thêm iPhone vào giỏ hàng sau khi xem video nhưng đổi ý sang thiết bị Android trên Trang cửa hàng. GMV của giao dịch mua này được quy cho Thẻ sản phẩm Android.

Lưu ý Nếu trong trường hợp này, Khách hàng A mua iPhone **từ video** thì GMV sẽ được quy cho Video.

Bảng minh họa

Tình huống	Loại nội dung	Cách quy kết GMV	Lý do
Khách hàng mua hàng từ Thẻ sản phẩm trên Đề xuất	Thẻ sản phẩm	Thẻ sản phẩm	Thẻ sản phẩm là loại nội dung tương tác cuối cùng trước khi thanh toán
Khách hàng mua hàng từ LIVE	LIVE	LIVE	LIVE là loại nội dung tương tác cuối cùng trước khi thanh toán
Khách hàng xem video, thêm mặt hàng vào giỏ hàng, thanh toán	Video	Video	Video là loại nội dung tương tác cuối cùng trước khi thanh toán
Khách hàng thêm mặt hàng từ Video nhưng thay đổi màu sắc trong giỏ hàng	Thẻ sản phẩm	Thẻ sản phẩm	Mặc dù Khách hàng tương tác với Video trước nhưng Thẻ sản phẩm là loại nội dung mà họ tương tác cuối cùng để đổi màu sắc trước khi thanh toán
Khách hàng xem LIVE, thêm mặt hàng vào giỏ hàng, thanh toán sau 14 ngày	LIVE	LIVE	LIVE là loại nội dung tương tác cuối cùng trước khi thanh toán, bất kể mặt hàng đó đã được để trong giỏ hàng bao lâu

Điều gì không thay đổi?

Logic mới được sử dụng ở mọi nơi, ngoại trừ các chỉ số liên quan đến giao dịch Tiếp Thị Liên Kết (như GMV Tiếp Thị Liên Kết và Hoa hồng ước tính). Các chỉ số này tuân theo mô hình GMV dựa trên cách cũ để hoa hồng mà bạn trả cho Nhà sáng tạo thông qua Kế hoạch Tiếp Thị Liên Kết sẽ không thay đổi.

Kết luận

Nhìn chung, hãy nhớ rằng bất kể mọi tình huống (lần nhấp chuột cuối cùng, khung thời gian hoặc thay đổi chủng loại/sản phẩm), GMV sẽ luôn và chỉ được quy cho loại nội dung tương tác cuối cùng trước khi thanh toán.

Những điểm chính cần ghi nhớ

- Logic GMV đã được tinh giản để tính toán dựa trên các loại nội dung.
- Thẻ sản phẩm, LIVE và Video là ba loại nội dung.
- Mỗi loại nội dung đều quan trọng như nhau và bạn phải luôn có chiến lược cải thiện chúng.

Tài nguyên

Nếu bạn có bất kỳ thắc mắc nào hoặc cần giải thích rõ hơn, vui lòng liên hệ với AM hoặc CM tương ứng. Ngoài ra, bạn cũng có thể liên hệ với Trung tâm trợ giúp.