

# SO SÁNH HIỆU QUẢ CHIẾN DỊCH 12.12







Đo lường bởi **Reputa** - Social Listening Platform

# Diễn biến thảo luận của 04 thương hiệu

Thời gian: 0h00 ngày 08/12/2020 – 23h59 ngày 14/12/2020

## NHẮC TỚI LƯỢT LAN TỎA

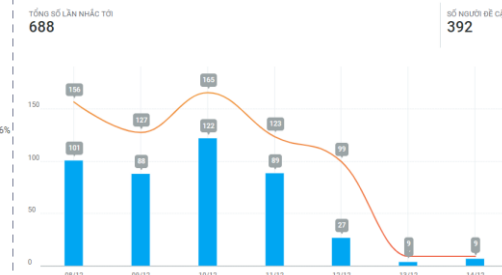
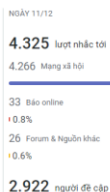
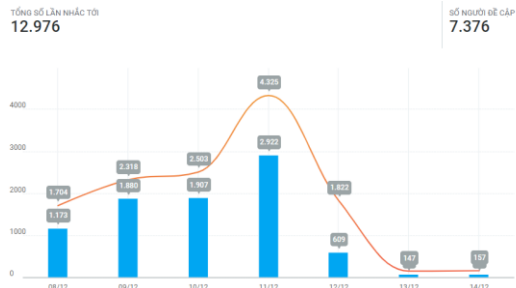
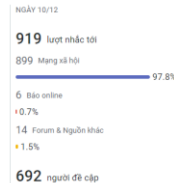
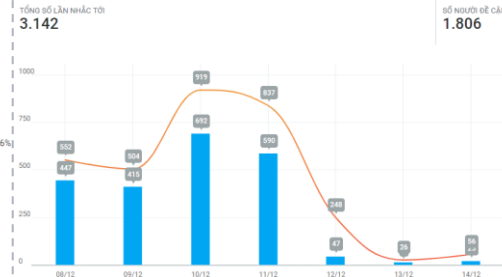
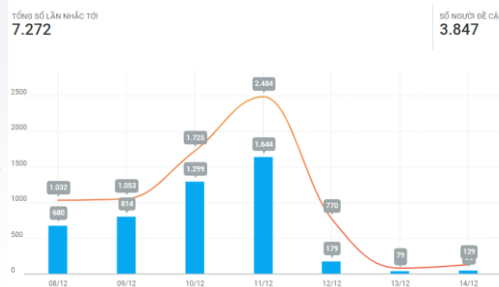
 Shopee	12.976 <span style="color:red">↓4%</span>	33.639.114 <span style="color:red">↓10%</span>
 TIKI.VN	3.142 <span style="color:green">↑51%</span>	7.851.878 <span style="color:green">↑11%</span>
 Sendo	688 <span style="color:red">↓20%</span>	2.605.175 <span style="color:red">↓86%</span>
 Lazada	7.272 <span style="color:red">↓26%</span>	54.485.167 <span style="color:red">↓1%</span>

↕ So sánh với cùng khoảng thời gian của chiến dịch 11.11

Lượt nhắc tới của **03 thương hiệu đều đạt đỉnh ở ngày 11.12**, riêng Tiki thì đạt đỉnh ngày 10.11 và đều giảm ngay hôm sau.

Shopee dẫn đầu thị trường về lượt Nhắc tới trong mùa Sale 12.12 năm nay, **cao hơn 1.78 lần** với đối thủ đứng ngay sau là Lazada. Tuy nhiên Lazada có mức độ lan tỏa lớn nhất và gấp 1.62 lần so với Shopee.

Tiki là thương hiệu duy nhất có sự tăng trưởng dương về lượt đề cập và hiệu quả lan tỏa trong chiến dịch 12.12; hiệu ứng lớn đến từ việc các “Shipper” đình đám dần được hé lộ trong Vũ trụ Shipper được Tiki giấu kỹ với mỗi bung ra trong chiến dịch lần này.

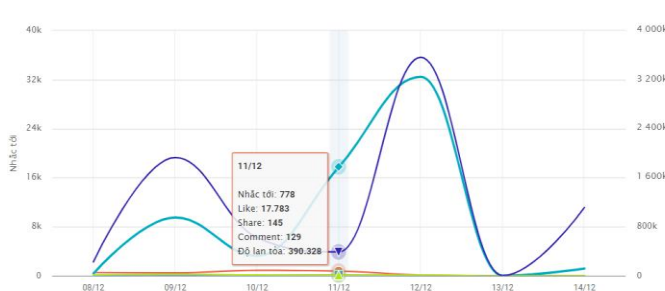
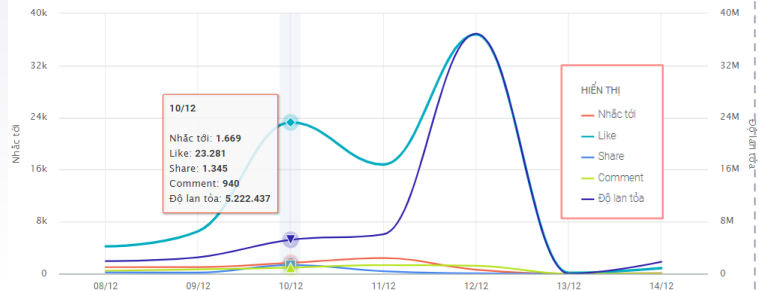


# Diễn biến tương tác của 04 thương hiệu

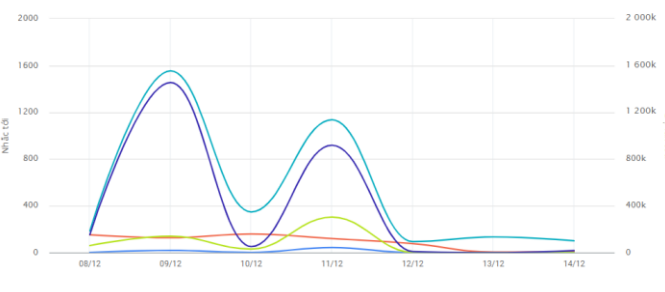
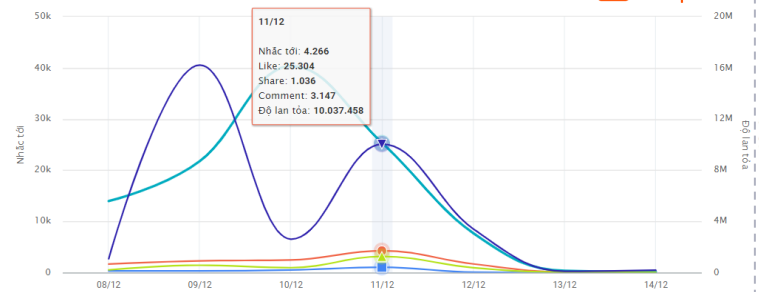
Thời gian: 0h00 ngày 08/12/2020 – 23h59 ngày 14/12/2020



TIKI.VN



Sendo



Tổng lượt tương tác cao nhất là Shopee, kế đến là Lazada, Tiki và Sendo. Tuy nhiên so với chiến dịch 11.11 thì riêng Tiki là thương hiệu có hiệu quả tăng trưởng dương duy nhất trong đợt 12.12

## Shopee:

- Bùng nổ với các sự kiện flashsale hấp dẫn: Sale nửa giá, Deal 12k, Deal từng khung giờ
- Shopee Super Awards và Đại tiệc show: Soobin Hoàng Sơn, Noo Phước Thịnh, Thủy Tiên,...
- Minigame chúc mừng sinh nhật Shopee.

## Lazada:

- Chương trình sale: Deal hot cho ngành hàng, freeship, Deal 12k, mua 1 tặng 1, sale tới 50%..
- Supershow 12.12 ĐỘC QUYỀN trên app Lazada: Jack 97, Chi Pu, 16 Typh, Amee,...
- Hàng loạt minigame mùa sale

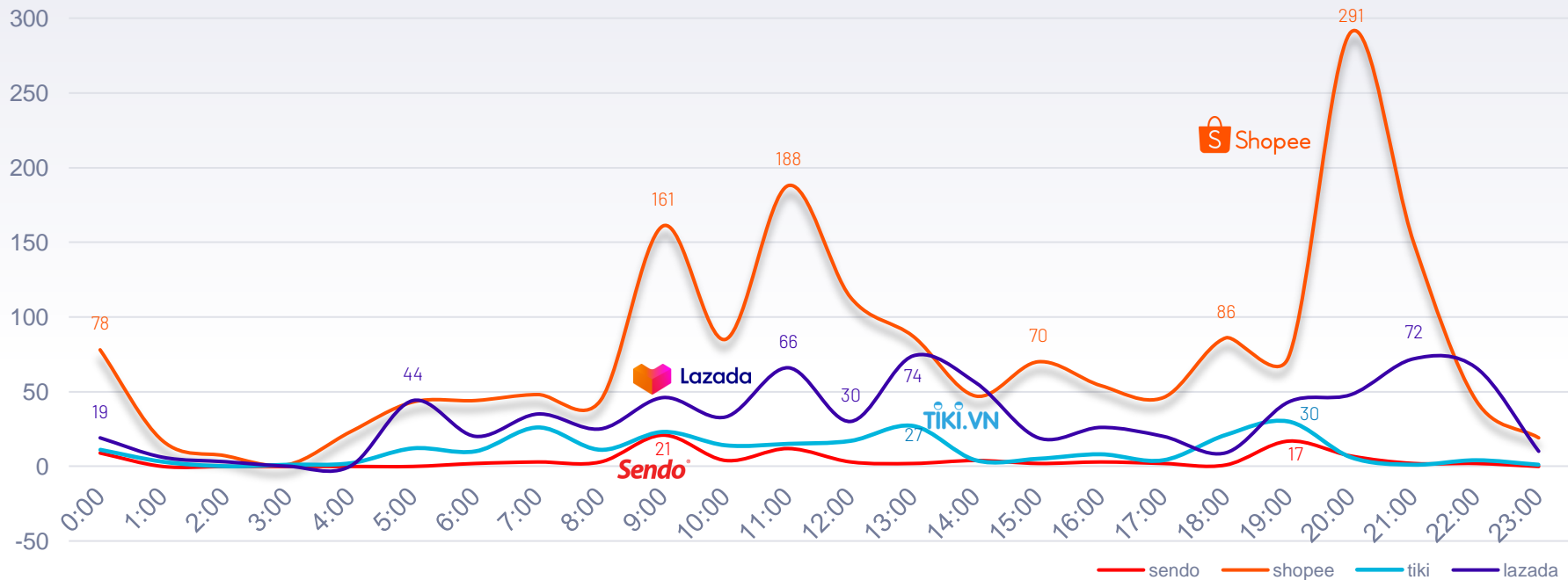
## Tiki:

- Các siêu sale: Đồng giá từ 12k, Deal sốc countdown, Deal độc quyền Lúc 0h, tiệc 12XK bùng nổ
- Vũ trụ Shipper tung các MV ship hàng bởi các Shipper như OSAD, HIEUTHUAI,...

## Sendo:

- Chương trình Chữ Đò Kỳ Diệu; Show: "Đêm hội 60 giờ" và "Mùa sao cuối năm" kết hợp cùng VTV6

# Diễn biến lượt nhắc tới trong ngày 12.12 theo giờ



Khác với chiến dịch 11.11, lượng đề cập lớn tập trung vào khung giờ 0:00 - 1:00 và 9:00 - 13:00 thì chiến dịch 12.12, **lượng thảo luận đạt đỉnh chủ yếu tại khung giờ 19:00 - 22:00** của cả 04 thương hiệu. 9:00 - 13:00 là khung giờ có lượng thảo luận cao thứ 2 trong ngày.

Với Shopee, có 4 khung giờ tạo đỉnh thảo luận là 9:00 - 13:00; 19:00 - 22:00. Mốc cao nhất là **21:00**.

Với Lazada, Tiki và Sendeo có 2 khung giờ có nhiều thảo luận nhất là 9:00 - 13:00 và 21:00 - 22:00

# Hiệu ứng đề cập đến KOLs nổi bật

Lazada: Hiệu ứng đề cập đến các KOLs như: Lee Min Ho, Chi Pu, Jack 97,... là cao nhất với 2,699 lượt đề cập.

Shopee: KH có sự liên tưởng lớn giữa Cổ nghệ sĩ Chí Tài và thương hiệu Shopee. Tổng đề cập là 2.082 lượt, tiếp cận hơn 15M người, gấp 2,2 lần so với Lazada. Các KOLs có lượng đề cập cao là Thủy Tiên, Bảo Anh, DJ Mie, Sobin Hoàng Sơn,...

Tiki: "Vũ trụ shipper" lần lượt xuất hiện thêm các shipper khác như OSAD, HIEUTHUHAL, nên cạnh Lãng LD với các bản Rap bắt tai bắt mắt thu hút lượt thảo luận của giới trẻ.

Sendo triển khai Chương trình Chữ Đỏ Kỳ Diệu với các gương mặt Tường Vi, Lê Minh Thành và Mc đa-zi-năng Việt Trung nhưng mức độ lan tỏa vẫn chưa thực sự cao.

SO SÁNH HIỆU QUẢ TƯƠNG TÁC NỘI DUNG LIÊN QUAN ĐẾN KOLs CỦA CÁC THƯƠNG HIỆU



**NHẮC TỚI**  
**TỔNG TƯƠNG TÁC**  
**LƯỢT LAN TỎA**

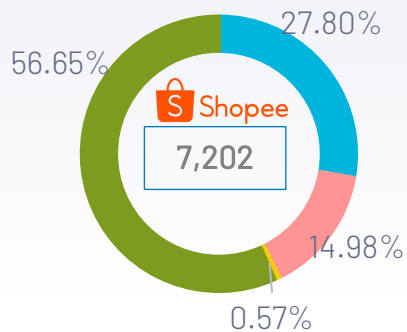
2.699  
128.084  
6.969.673

2.082  
356.831  
15.312.695

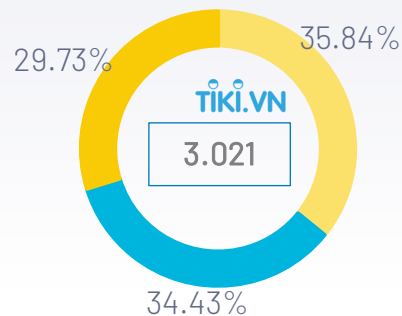
624  
72.822  
3.328.762

59  
4.256  
17.920

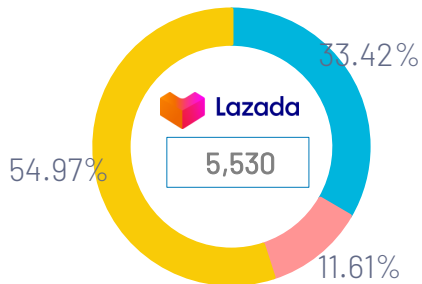
# Tỷ trọng thảo luận về các sự kiện



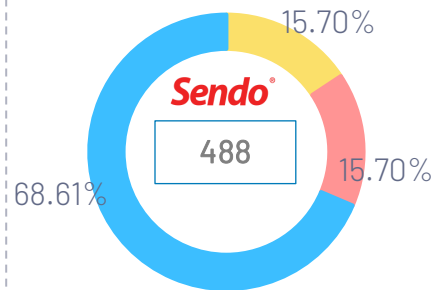
- Minigame chúc mừng sinh nhật Shopee
- Đại tiệc show
- Shopee Super Awards
- Lịch sẵn sale: sale nửa giá, deal 12k, deal từng khung giờ,..



- Các siêu sale: Đồng giá từ 12k, Deal sốc countdown, Deal độc quyền Lúc 0h, tiệc 12XK bùng nổ
- Vũ trụ Shipper tung các MV ship hàng bởi các Shipper như OSAD, HIEUTHUHA!,..
- Minigame tại Fanpage

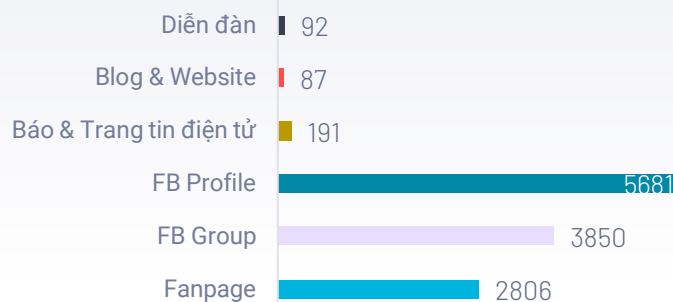
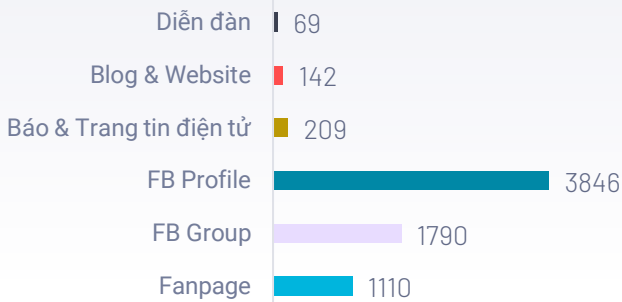


- Hàng loạt minigame mùa sale
- Supershow 12.12 ĐỘC QUYỀN trên app Lazada
- Chương trình sale: deal hot cho ngành hàng, freeship, deal 12k, mua 1 tặng 1, sale tới 50%..

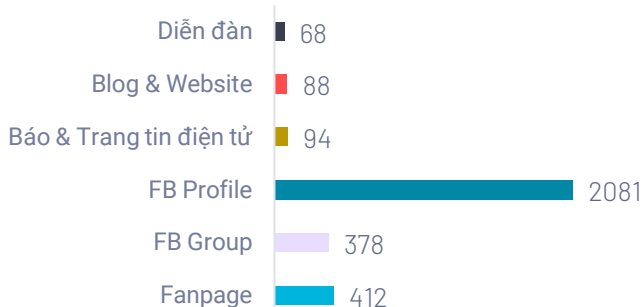


- Chương trình Chữ Đỏ Kỳ Diệu
- Show: "Đêm hội 60 giờ" và "Mùa sao cuối năm" kết hợp cùng VTV6
- Deal sale giảm giá

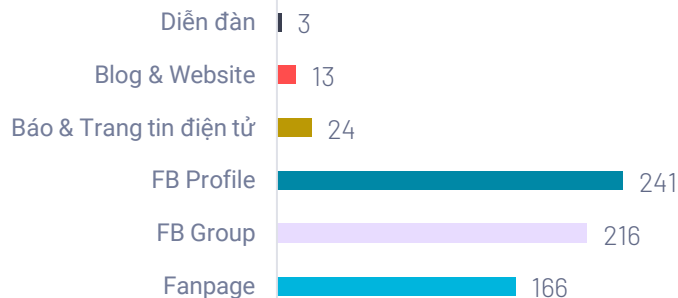
# So sánh các nguồn thảo luận



TIKI.VN



Sendo



Nội dung thảo luận đến từ **Trang cá nhân chiếm tỷ lệ cao nhất** cho cả 04 thương hiệu; đứng sau đó là nguồn thảo luận trong các Facebook Group.

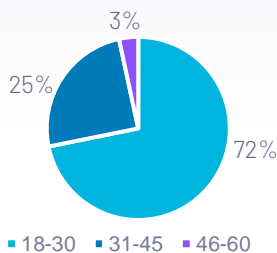
Chỉ riêng Tiki có lượng nhắc tới từ các Fanpage nhiều hơn FB Group.

**Lazada có số tin bài trên Báo chí & Trang tin online lớn nhất**, 209 tin, và Shopee là 191 tin bài.

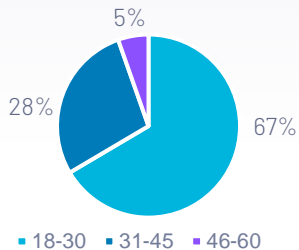
# Nhân khẩu học



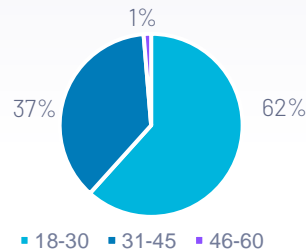
26.19%  
 73.81%



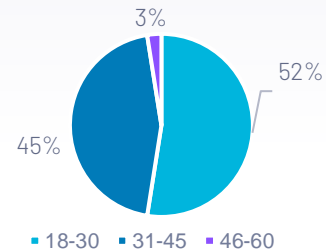
22.72%  
 77.28%



21.59%  
 78.41%



20%  
 80%



Hồ Chí Minh	47.82%
Hà Nội	38.98%
Đà Nẵng	5.34%
Khánh Hòa	3.94%
Thừa Thiên Huế	3.94%

Hồ Chí Minh	59.47%
Hà Nội	23.12%
Đà Nẵng	6.62%
Đồng Nai	6.31%
Sóc Trăng	4.48%

Hồ Chí Minh	62.84%
Hà Nội	21.60%
Đà Nẵng	5.64%
Thừa Thiên Huế	5.45%
Đồng Nai	4.47%

Hồ Chí Minh	24.29%
Hà Nội	21.43%
Lâm Đồng	10%
Bình Dương	7.14%
Hà Tĩnh	7.14%



Muốn lắng nghe hiệu quả chiến dịch bạn đang triển khai trên Social Media?

Bắt đầu tại **Reputa.vn**

