| **STT** | **Kênh / Hạng mục** | **Chỉ số (Metrics)** | **Công thức đo lường** | **Mục tiêu KPI** | **Thời gian** | **Kết quả thực tế** | **Trạng thái / Đánh giá** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | FACEBOOK ADS |  |  |  |  |  |  |
| 1.1 CPC (Cost Per Click) | Tổng chi phí / Tổng click |  |  |  |  |  |
| 1.2 CTR (Click Through Rate) | (Tổng click / Số lần hiển thị) x 100% |  |  |  |  |  |
| 1.3 CPL (Cost Per Lead) | Tổng chi phí / Số lead (form) |  |  |  |  |  |
| 1.4 CVR (tỷ lệ chuyển đổi) | (Số lead / Số click) x 100% |  |  |  |  |  |
| 2 | GOOGLE ADS |  |  |  |  |  |  |
| 2.1 CTR | (Click / Impression) x 100% |  |  |  |  |  |
| 2.2 CPC | Chi phí / Click |  |  |  |  |  |
| 2.3 Tỷ lệ chuyển đổi (CVR) | (Số giao dịch / Click) x 100% |  |  |  |  |  |
| 2.4 ROAS | (Doanh thu từ Ads / Chi phí Ads) x 100% |  |  |  |  |  |
| 3 | SEO WEBSITE |  |  |  |  |  |  |
| 3.1 Organic Traffic | Lượt truy cập tự nhiên / tháng |  |  |  |  |  |
| 3.2 Số keyword top 10 | Từ khóa trọng tâm lên top 10 Google |  |  |  |  |  |
| 3.3 Bounce Rate | Tỷ lệ thoát trang |  |  |  |  |  |
| 4 | EMAIL MARKETING |  |  |  |  |  |  |
| 4.1 Open Rate | (Số email mở / Số email gửi) x 100% |  |  |  |  |  |
| 4.2 Click Rate | (Click / Số email mở) x 100% |  |  |  |  |  |
| 4.3 Unsubscribe Rate | (Số unsub / Số email gửi) x 100% |  |  |  |  |  |
| 5 | OFFLINE (Sự kiện / POSM / Trade MKT) |  |  |  |  |  |  |
| 5.1 Số người tham dự sự kiện |  |  |  |  |  |  |
| 5.2 Tỷ lệ khách hàng mục tiêu tham gia |  |  |  |  |  |  |
| 5.3 Doanh số tại sự kiện (nếu có bán) |  |  |  |  |  |  |