

4 hình thức Livestream bán hàng trên TikTok

Từ kinh nghiệm triển khai thực tiễn, UpBase nhận thấy rằng cùng là “livestream”, nhưng **cách làm và mục tiêu** có thể khác nhau hoàn toàn. Để tối ưu hiệu quả và khai thác hết tiềm năng của kênh này, thương hiệu cần một **cách tiếp cận có cấu trúc**, thay vì triển khai dàn trải. Sau đây là 4 hình thức livestream cơ bản cần được phân biệt rõ.

[Đọc tiếp →](#)



1 Daily Live



Daily Live là gì?

Daily Live là hình thức livestream đều đặn mỗi ngày (hoặc cách ngày).



Duy trì **hiển thị** tự nhiên ổn định.



Tăng độ **quen thuộc** & niềm tin của khách hàng.



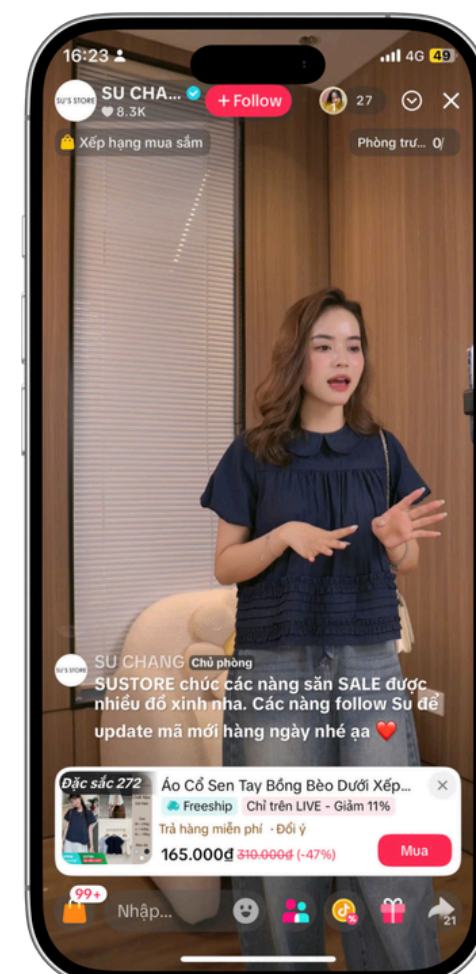
Cho phép thử nghiệm và **tối ưu** nội dung liên tục

Cách vận hành & triển khai

- **Thời lượng:** 2-3 tiếng/phiên
- **Khung giờ:** Cố định (11h-13h, 20h-23h)
- **Tần suất:** cao (hàng ngày hoặc cách ngày), ưu tiên duy trì hoạt động đều để tận dụng thuật toán nền tảng
- **Sản phẩm:** Tập trung vào best-seller, combo và sản phẩm phụ
- **Nội dung:** Đơn giản, không cần kịch bản phức tạp; chủ yếu giới thiệu sản phẩm và tương tác tự nhiên
- **Format:** nói tự nhiên, lặp lại (loop)
- **Nhân sự:** In-house hoặc CTV livestream

Daily Live phù hợp khi:

- ✓ Shop đã có sản phẩm bán ổn (best-seller rõ ràng)
- ✓ Cần giữ traffic đều, không phụ thuộc vào ads
- ✓ Có khả năng duy trì team live
- ✓ Mô hình bán hàng cần tần suất xuất hiện cao



LSA: Nếu chưa tối ưu nội dung và tỷ lệ chuyển đổi thì **không nên** đẩy ngân sách vào LSA cho livestream.

Campaign Live



Campaign Live là gì?

Campaign Live là livestream theo lịch chiến dịch của TikTok (Flash Sale, Payday, DDay).



Tăng mạnh
doanh thu
trong thời
gian ngắn



Tối ưu chuyển
đổi với kịch
bản rõ ràng và
CTA mạnh



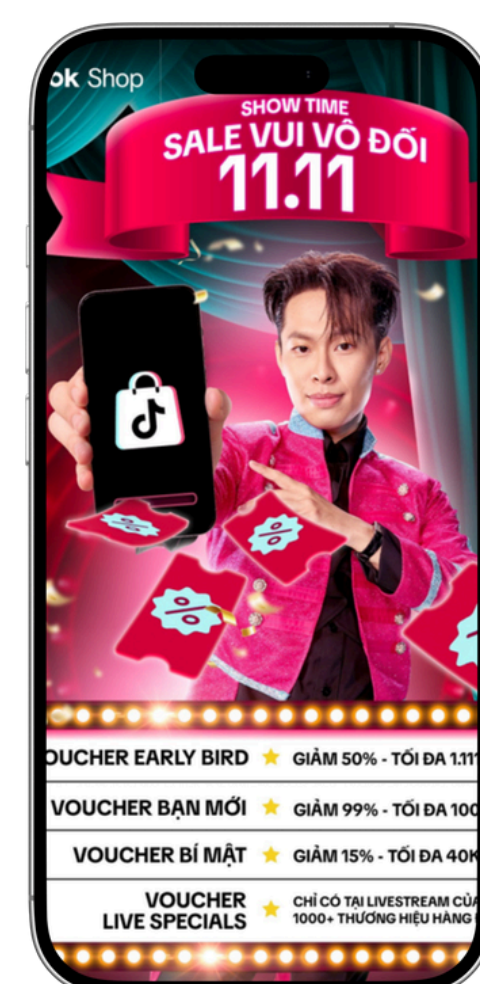
Khuếch đại độ
phủ thương
hiệu thông qua
ads

Cách vận hành & triển khai

- **Thời lượng:** 3-5 tiếng/phiên (có thể chia nhiều khung giờ)
- **Tần suất:** theo lịch chiến dịch
- **Sản phẩm:** Hero product (sản phẩm chủ lực), sản phẩm có ưu đãi mạnh/dễ upsell
- **Nội dung:** Có kịch bản rõ ràng, chia theo timeline (mở đầu – minigame – deal giờ vàng – kết thúc)
- **Nhân sự:** In-house/ CTV livestream hoặc KOC tùy quy mô
- **Tactic kết hợp:** Video teasing; Social post kéo traffic; Ghim sản phẩm, CTA rõ ràng trong live

Campaign Live phù hợp khi:

- ✓ Có chiến dịch bán hàng rõ ràng (sale, ra mắt, event)
- ✓ Cần đẩy mạnh doanh thu trong thời gian ngắn
- ✓ Có sẵn ưu đãi hấp dẫn / deal đủ mạnh
- ✓ Có khả năng chuẩn bị kịch bản & vận hành bài bản



LSA: Nên chạy LSA khi mục tiêu là tăng đơn hàng và ROAS; ưu tiên chạy ads kéo view đầu buổi; đến khung deal thì chạy ads tối ưu chuyển đổi để đẩy đơn.

Key Live



Key Live là gì?

Key Live là livestream khi launch sản phẩm mới, dịp lễ lớn hoặc hợp tác KOL độc quyền.



Tối đa **doanh thu** trong phiên livestream trọng điểm



Mở rộng **độ phủ** & tăng trưởng nhận diện thương hiệu



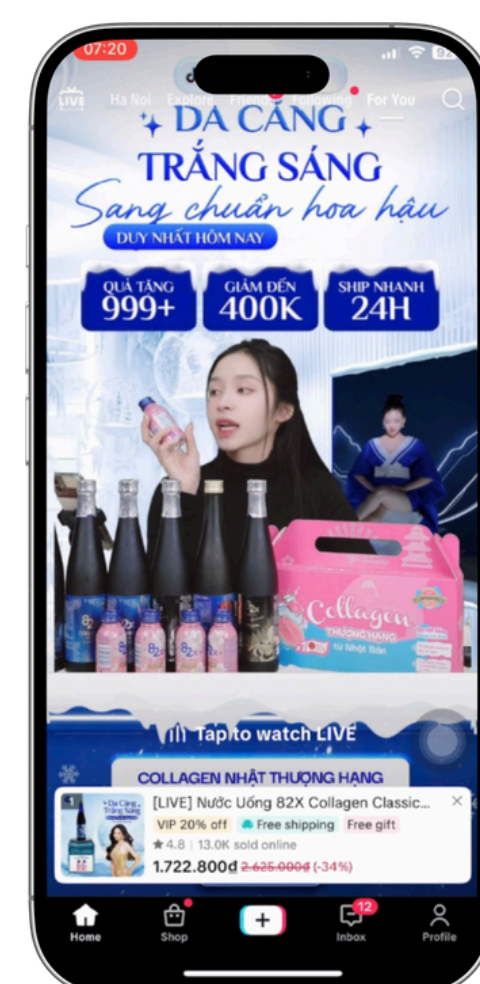
Tận dụng nội dung để **tái sử dụng** cho ads và kênh khác

Cách vận hành & triển khai

- **Thời lượng:** tùy mục tiêu, thường từ 6 tiếng/phiên
- **Tần suất:** theo các dịp đặc biệt (launch, sale lớn, event)
- **Sản phẩm:** Sản phẩm mới launch; deal độc quyền / ưu đãi đặc biệt
- **Nội dung:**
 - Đầu tư concept, format, kịch bản rõ ràng
 - Có minigame, quà tặng, seeding để giữ chân
- **Nhân sự:** KOL/KOC lớn hoặc host có kinh nghiệm

Key Live phù hợp khi:

- ✓ Ra mắt sản phẩm mới
- ✓ Có ngân sách đủ cho ads và production
- ✓ Có hợp tác với KOL/KOC lớn
- ✓ Muốn tạo đỉnh doanh thu trong thời gian ngắn



LSA: LSA cần triển khai theo **full-funnel:** kéo view → giữ chân → chốt đơn → đo lường ROAS.

4 Mega Live KOL



Mega Live KOL là gì?

Mega Live KOL là livestream quy mô lớn có sự tham gia của KOL/KOC hàng đầu.



Bù đắp **doanh thu** trong phiên livestream quy mô lớn



Khuếch đại **độ phủ** & thu hút lượng lớn khách hàng mới



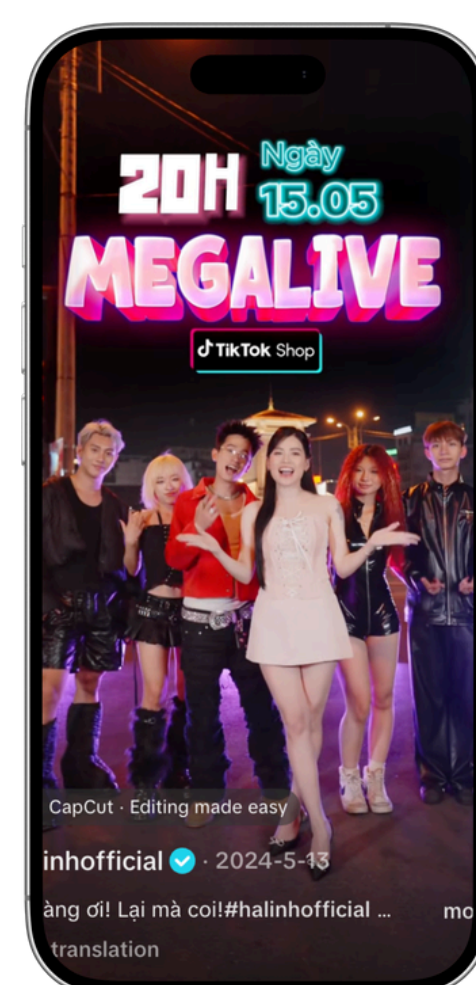
Tạo **hiệu ứng truyền thông** và FOMO

Cách vận hành & triển khai

- **Thời lượng:** Tối thiểu 6 tiếng
- **Tần suất:** Không thường xuyên, theo các dịp đặc biệt
- **Sản phẩm:** New arrival (launch); Best-seller; Combo ưu đãi / deal độc quyền
- **Nội dung:** Đầu tư concept, kịch bản chi tiết theo timeline; Có minigame, quà tặng, seeding, feedback thật; Tạo cao trào liên tục (deal giờ vàng, drop sản phẩm)
- **Nhân sự:** KOL/KOC lớn
- **Tactic kết hợp:** Video teasing; truyền thông đa kênh (TikTok, Facebook, Zalo, Email...)

Campaign Live phù hợp khi:

- ✓ Có chiến dịch bán hàng rõ ràng (sale, ra mắt, event)
- ✓ Cần đẩy mạnh doanh thu trong thời gian ngắn
- ✓ Có đội ngũ vận hành livestream bài bản (host, seeding, tech)
- ✓ Có khả năng chạy ads và tối ưu theo từng giai đoạn



LSA: Bắt buộc **chạy full-funnel:**

- Đầu buổi: kéo view
- Giữa buổi: giữ chân, tăng tương tác
- Cuối buổi: đẩy chốt đơn, tối ưu ROAS

Chuẩn hoá Livestream

Nâng tầm thương hiệu



Tiết kiệm 100%
Chi phí Setup & Hạ tầng

Chuyên nghiệp
Vận hành trọn gói

Tối ưu tức thì
ROI và Tỷ lệ chuyển đổi

 **Giải pháp Livestream trọn gói cho Brand Ecom**