BÁO CÁO MẪU · SO SÁNH HIỆU QUẢ MARKETING VỚI ĐỐI THỦ

website-cua-ban.vn

So với: doi-thu-a.vn, doi-thu-b.vn, doi-thu-c.vn

Ngày tạo: 11/10/2026

Đây là báo cáo mẫu: doanh nghiệp, tên miền và mọi con số đều là minh họa. Báo cáo thật được làm cho website của bạn và tối đa 5 đối thủ.

Bạn đang bán nội thất phòng khách và phòng ăn cho gia đình ở thành phố, trong một thị trường mà các chuỗi lớn giữ phần hàng sản xuất sẵn giá công khai, còn các xưởng nhỏ giữ phần đóng theo yêu cầu. Bạn đang đứng **ở giữa hai khoảng đó** mà chưa chọn bên nào, nên khách **khó thấy lý do chọn bạn** thay vì doi-thu-a.vn. Hướng nên đi là **nội thất đo theo kích thước căn hộ**, giao lắp nhanh, cho gia đình trẻ mới nhận nhà.

Số liệu của chính bạn ủng hộ hướng này: nhóm khách 25–44 tuổi đang mang lại chi phí mỗi khách tiềm năng thấp nhất trên quảng cáo Facebook (khoảng 95.000 đến 110.000 đ), và gần một nửa người xem đến từ Hồ Chí Minh. Sản phẩm và mức giá 8,9 đến 12,5 triệu đồng của bạn tương đương đối thủ; khác biệt nằm ở cách bạn nói về mình và cách khách tiếp cận được bạn.

Về công cụ, website hiện là điểm nghẽn: 79% người xem dùng điện thoại nhưng phải chờ 6,8 giây mới thấy sản phẩm, không thấy giá, và nút "Nhận báo giá" không hoạt động. Đây là việc cần sửa để chiến lược trên chạy được, không phải mục tiêu chính.

Bảng điểm tổng quan



Điểm chung của website-cua-ban.vn

Đối thủ cao nhất: 79 điểm

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Tiêu chí	website-cua-ban.vn (bạn)	doi-thu-a.vn	doi-thu-b.vn	doi-thu-c.vn
Điểm chung	52	79	56	55
Kỹ thuật website	62	78	55	70
Tốc độ trên điện thoại	38	71	45	52
Nội dung và trang bán hàng	58	82	49	64
Chăm sóc khách hàng	55	80	70	40
Hiện diện và đo lường	45	85	60	50

Điểm 0–100 tính bằng code từ số liệu đo được, cùng một công thức cho mọi website.

Điểm mạnh của bạn

- Nhận đo và đóng theo kích thước căn hộ, điều các chuỗi lớn như doi-thu-a.vn không làm
- Nhóm khách 25–44 tuổi trên Facebook có chi phí thấp, khoảng 95.000 đến 110.000 đ mỗi khách tiềm năng
- Khách hỏi được ngay qua Zalo và điện thoại, nhanh hơn doi-thu-c.vn chỉ có form liên hệ

Điểm yếu cần xử lý trước

- Chưa nói rõ mình dành cho ai: thông điệp giống mọi cửa hàng nội thất khác
- Không công khai giá trong khi doi-thu-a.vn niêm yết giá ở 7/8 trang, khách so sánh xong là rời đi
- Website trên điện thoại hiện sản phẩm sau 6,8 giây và nút "Nhận báo giá" không hoạt động

Đối thủ đáng chú ý nhất: doi-thu-a.vn. Đang lấy đúng nhóm gia đình trẻ bạn muốn nhắm bằng giá công khai, giao lắp nhanh và bảo hành 5 năm; website của họ cũng tải nhanh gấp gần ba lần và đo lường quảng cáo đầy đủ.

Định vị của bạn trong thị trường

Câu định vị đề xuất

Dành cho gia đình trẻ mới nhận căn hộ, Website Của Bạn là cửa hàng nội thất đo theo kích thước nhà, giao lắp trong 10 ngày, khác các chuỗi lớn ở chỗ mọi món đều vừa khít căn hộ của bạn.

Thị trường đang thế nào

Nội thất gia đình tại các thành phố lớn đang chia làm **ba khoảng rõ rệt**: các chuỗi lớn bán hàng sản xuất sẵn với giá công khai và giao nhanh, các xưởng nhỏ nhận đóng theo yêu cầu với giá thỏa thuận, và nhóm thiết kế thi công trọn gói cho căn hộ mới bàn giao.

Nhu cầu tìm kiếm **tăng mạnh vào quý IV và trước Tết**, khách ngày càng so sánh giá trên mạng trước khi tới cửa hàng.

Bạn đang đứng ở đâu

Bạn đang **đứng giữa hai khoảng**: bán sofa và bàn ăn như một cửa hàng, nhưng **không công khai giá** như các chuỗi lớn và cũng **chưa nói rõ thế mạnh đóng theo yêu cầu** như các xưởng. Vì vậy khách khó thấy lý do chọn bạn thay vì đối thủ.

Đối thủ đang định vị thế nào

- doi-thu-a.vn: Chuỗi lớn cho gia đình trẻ: giá công khai, giao lắp nhanh, bảo hành 5 năm.
- doi-thu-b.vn: Nội thất gỗ phong cách Bắc Âu, bán trực tuyến là chính, giá trung bình.
- doi-thu-c.vn: Xưởng đóng theo yêu cầu cho biệt thự, giá cao, tư vấn tại nhà.

Bạn nên đứng ở đâu

Bạn nên chọn khoảng mà các chuỗi lớn phục vụ chưa tốt: nội thất phòng khách và phòng ăn **đo theo kích thước căn hộ chung cư**, **giao lắp trong 10 ngày**. Đây là điều các chuỗi bán hàng sản xuất sẵn không làm được và các xưởng nhỏ làm chậm hơn.

Tập trung vào **gia đình trẻ mới nhận nhà ở TP. Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai**, nơi gần hai phần ba người xem website của bạn đang sống.

Nên tập trung

- Sofa và bàn ăn đo theo kích thước căn hộ chung cư

- Gia đình trẻ mới nhận nhà tại TP. Hồ Chí Minh và lân cận
- Nhóm cư dân các khu chung cư mới bàn giao
- Chiến dịch trước Tết bắt đầu từ tháng 10

Nên tránh

- Chưa nên đua giá với các chuỗi lớn ở hàng sản xuất sẵn
- Chưa mở rộng sang nội thất văn phòng

Bản đồ định vị

Trục ngang: Mức giá (Bình dân Cao cấp). Trục dọc: Mức độ làm theo yêu cầu (Hàng sản xuất sẵn Đo và đóng riêng). Thang 0–100.

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Website	Mức giá	Mức độ làm theo yêu cầu
website-cua-ban.vn (bạn)	55	70
doi-thu-a.vn	35	25
doi-thu-b.vn	85	90
doi-thu-c.vn	50	35

Vị trí trên bản đồ là nhận định của AI từ nội dung công khai của từng website, không phải số liệu đo được.

Ma trận SWOT

Điểm mạnh

- Nhận đo và đóng theo kích thước căn hộ, điều các chuỗi lớn như doi-thu-a.vn không làm
- Nhóm khách 25–44 tuổi trên Facebook có chi phí thấp, khoảng 95.000 đến 110.000 đ mỗi khách tiềm năng
- Khách hỏi được ngay qua Zalo và điện thoại, nhanh hơn doi-thu-c.vn chỉ có form liên hệ

Điểm yếu

- Chưa nói rõ mình dành cho ai: thông điệp giống mọi cửa hàng nội thất khác
- Không công khai giá trong khi doi-thu-a.vn niêm yết giá ở 7/8 trang, khách so sánh xong là rời đi
- Website trên điện thoại hiện sản phẩm sau 6,8 giây và nút "Nhận báo giá" không hoạt động

Cơ hội

- Gia đình trẻ nhận căn hộ mới cần nội thất vừa kích thước, trong khi các chuỗi lớn chỉ bán hàng sản xuất sẵn
- Nhu cầu tìm kiếm nội thất tăng mạnh vào tháng 10–12, còn đủ thời gian chuẩn bị chiến dịch cuối năm
- Chưa đối thủ nào trong nhóm so sánh công bố giá trọn gói theo diện tích căn hộ

Thách thức

- doi-thu-a.vn đang lấy đúng nhóm gia đình trẻ bằng giá công khai và bảo hành 5 năm
- Chi phí quảng cáo Facebook tăng vào mùa cao điểm cuối năm
- Khách quen so giá trên sàn thương mại điện tử trước khi hỏi cửa hàng

1. Xu hướng thị trường

Thị trường đang lớn lên: lượt tìm "nội thất gỗ" trên Google **12 tháng qua tăng 14%** so với 12 tháng trước đó. Nhu cầu có mùa rõ rệt: **cao điểm tháng 10 tới tháng 12**, khi các gia đình sửa sang nhà cửa trước Tết, và xuống thấp nhất vào tháng 2. Năm nay doanh nghiệp nào chuẩn bị sớm từ tháng 9 sẽ đón được phần lớn nhu cầu này.

Các tìm kiếm đang tăng ("nội thất gỗ cao su", "giường ngủ thông minh", "sofa bed thông minh") và các nguồn tra cứu cùng cho thấy một hướng: khách muốn đồ gọn, đa năng, giá vừa phải cho căn hộ nhỏ, và xem mẫu bằng video ngắn trên điện thoại trước khi tới cửa hàng.

doi-thu-a.vn đang đón xu hướng này bằng video TikTok và chương trình cuối năm. Website của bạn **chưa có nội dung nào cho căn hộ nhỏ** và trang chủ không cập nhật từ cuối năm ngoái, nên đang bỏ lỡ đúng phân khúc tăng nhanh nhất.

Google Trends "nội thất gỗ": nhu cầu tìm kiếm 12 tháng qua tăng 14% so với 12 tháng trước; cao điểm vào tháng 10, tháng 11, tháng 12; thấp nhất vào tháng 2.

Xu hướng ngành nội thất gỗ gia đình (minh họa) (tra cứu web)

- Nhu cầu nội thất tăng theo số căn hộ bàn giao mới ở Hồ Chí Minh và các tỉnh giáp ranh; khách ưu tiên đồ gọn, đa năng cho căn hộ 50–70 m².
- Khách mua nội thất xem mẫu và so giá trên điện thoại trước khi tới showroom; video ngắn trên TikTok, Facebook Reels là kênh tham khảo phổ biến.
- Gỗ công nghiệp phủ melamine và gỗ cao su giá vừa phải tăng thị phần so với gỗ tự nhiên cao cấp.
- Dịch vụ thiết kế trọn gói, trả góp 0% và bảo hành dài được nhắc nhiều trong các chương trình bán hàng cuối năm.

2. Khách hàng và phân khúc thị trường

Số liệu thật của bạn cho thấy khách hàng chủ yếu là **nữ (59%) trong độ tuổi 25–44 (65%)**, sống ở Hồ Chí Minh và các tỉnh giáp ranh. Bình Dương và Đồng Nai cộng lại chiếm 23% người xem, nhiều hơn cả Hà Nội. Điều này khớp với Google Trends: "nội thất gỗ" được quan tâm cao nhất ở Hồ Chí Minh (100), Bình Dương (86) và Đồng Nai (71).

Trên quảng cáo Facebook, Hồ Chí Minh mang lại **57%** khách tiềm năng với chi phí khoảng 110.000 đ mỗi khách, trong khi Hà Nội tốn gần 240.000 đ. Nếu chưa giao lắp tận nơi ở Hà Nội, nên dồn ngân sách vào Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai.

Tìm kiếm đang tăng như "nội thất gỗ cao su" và "giường ngủ thông minh" cho thấy nhu cầu về dòng sản phẩm giá vừa phải cho căn hộ nhỏ. Đây là hướng nội dung và sản phẩm mà chưa đối thủ nào làm nổi bật.

Số liệu thật từ dữ liệu của bạn

Google Analytics 4 (số liệu minh họa) · Người dùng hoạt động: 18.420 · 90 ngày gần nhất

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Độ tuổi	Tỷ lệ
18-24	7,0%
25-34	37,0%

Độ tuổi	Tỷ lệ
35-44	28,0%
45-54	16,0%
55-64	8,0%
65+	4,0%

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Giới tính	Tỷ lệ
Nữ	59,0%
Nam	41,0%

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Tỉnh/thành	Tỷ lệ
TP. Hồ Chí Minh	45,0%
Bình Dương	14,0%
Đồng Nai	9,0%
Hà Nội	8,0%
Long An	5,0%
Khác	19,0%

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Kênh/nguồn	Tỷ lệ
Organic Search	40,0%
Organic Social	23,0%
Direct	21,0%
Paid Social	9,0%
Referral	6,9%

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Thiết bị	Tỷ lệ
mobile	79,0%
desktop	19,0%
tablet	2,0%

Tệp xuất Trình quản lý quảng cáo Meta (số liệu minh họa) · Kết quả / chuyển đổi: 412

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Độ tuổi	Tỷ lệ	Chi phí mỗi kết quả
18-24	9,2%	200.000 đ
25-34	41,5%	110.000 đ
35-44	34,5%	95.000 đ
45-54	10,9%	140.000 đ
55-64	3,9%	180.000 đ

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Giới tính	Tỷ lệ	Chi phí mỗi kết quả
Nữ	65,0%	103.993 đ
Nam	35,0%	147.292 đ

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Tỉnh/thành	Tỷ lệ	Chi phí mỗi kết quả
TP. Hồ Chí Minh	56,6%	110.000 đ
Bình Dương	18,0%	95.000 đ
Đồng Nai	12,6%	110.000 đ
Hà Nội	7,5%	240.000 đ
Khác	5,3%	148.182 đ

Chân dung khách hàng (đối chiếu với số liệu thật của bạn)

Vợ chồng trẻ mới nhận căn hộ · khoảng 37% người xem theo Google Analytics
Độ tuổi: 25–34
Giới tính: Nữ là người tìm hiểu chính, chồng cùng quyết định
Khu vực: TP. Hồ Chí Minh, Bình Dương
Đặc điểm: Nhân viên văn phòng, thu nhập gia đình 25–40 triệu đồng/tháng, xem mẫu trên điện thoại buổi tối
Nhu cầu và nỗi lo: Đồ vừa căn hộ 50–70 m², sợ mua gỗ kém chất lượng, muốn biết rõ giá và thời gian giao lắp
Kênh tiếp cận hiệu quả: Quảng cáo Facebook theo khu vực, nhóm cư dân chung cư, Zalo tư vấn
Căn cứ: 25–34 tuổi chiếm 37% người xem GA4 và 42% khách tiềm năng từ quảng cáo Facebook; tìm kiếm "giường ngủ thông minh" đang tăng

Gia đình nâng cấp nhà phố · khoảng 28% người xem
Độ tuổi: 35–44
Giới tính: Cả nam và nữ
Khu vực: TP. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Long An
Đặc điểm: Chủ kinh doanh nhỏ hoặc quản lý, ưu tiên gỗ tự nhiên, sẵn sàng chi 30–80 triệu đồng cho cả bộ
Nhu cầu và nỗi lo: Độ bền, bảo hành dài, được xem hàng thật ở showroom
Kênh tiếp cận hiệu quả: Google tìm kiếm, YouTube video sản phẩm, gọi điện trực tiếp
Căn cứ: 35–44 tuổi chiếm 28% người xem; sản phẩm gỗ tự nhiên giá 8,9–12,5 triệu trên website

Khách mua tặng hoặc mua cho bố mẹ
Độ tuổi: 45–64
Giới tính: Nữ nhiều hơn
Khu vực: Các tỉnh giáp Hồ Chí Minh
Đặc điểm: Mua ít nhưng giá trị cao, cần người tư vấn kỹ
Nhu cầu và nỗi lo: Giao hàng xa, lắp đặt tận nơi, thanh toán khi nhận
Kênh tiếp cận hiệu quả: Zalo, gọi điện, giới thiệu từ người quen
Căn cứ: 45–64 tuổi chiếm 24% người xem; website có chat Zalo và số điện thoại ngay trang chủ

Google Trends 12 tháng: “nội thất gỗ” theo tỉnh thành (0–100, mức quan tâm tương đối)

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Tỉnh/thành	Mức quan tâm
Hồ Chí Minh	100
Bình Dương	86

Tỉnh/thành	Mức quan tâm
Đồng Nai	71
Hà Nội	64
Đà Nẵng	52
Long An	47
Cần Thơ	41
Khánh Hòa	35

Tìm nhiều cùng: giường gỗ · tủ quần áo gỗ · bàn ăn gỗ · nội thất gỗ óc chó · sofa gỗ

Đang tăng: nội thất gỗ cao su · tủ bếp gỗ an cường · giường ngủ thông minh

Google Trends 12 tháng: “sofa” theo tỉnh thành (0–100, mức quan tâm tương đối)

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Tỉnh/thành	Mức quan tâm
Hồ Chí Minh	100
Hà Nội	93
Bình Dương	78
Hải Phòng	61
Đà Nẵng	58
Đồng Nai	55
Bà Rịa - Vũng Tàu	44

Tìm nhiều cùng: sofa da · sofa giường · sofa phòng khách · sofa góc

Đang tăng: sofa bed thông minh · sofa vải nỉ

MARKETING VÀ BÁN HÀNG

Cách trình bày sản phẩm, dịch vụ so với đối thủ

Sofa phòng khách

Website của bạn: Mỗi mẫu sofa chỉ có một ảnh và dòng "Liên hệ báo giá"; không có kích thước, chất liệu hay thời gian giao.

Đối thủ: doi-thu-a.vn ghi giá, kích thước, 6–8 ảnh trong nhà thật và thời gian giao ở từng mẫu; doi-thu-b.vn có công cụ chọn màu vải.

Bạn còn thiếu:

- Giá hoặc khoảng giá ở từng mẫu
- Kích thước và hướng dẫn chọn theo diện tích phòng khách
- Ảnh sofa đặt trong căn hộ thật của khách đã mua
- Thời gian giao lắp và chính sách bảo hành

Nên bổ sung trước: Làm lại trang của 5 mẫu bán chạy nhất với giá, kích thước và ảnh thực tế, nêu rõ nhận đo theo kích thước căn hộ.

Bàn ăn gỗ

Website của bạn: Bàn ăn nằm chung trong danh mục "Phòng ăn", không tách theo số ghế hay loại gỗ.

Đối thủ: doi-thu-a.vn chia theo 4, 6, 8 ghế và có bảng so sánh loại gỗ; doi-thu-c.vn kể quy trình đóng theo yêu cầu.

Bạn còn thiếu:

- Lọc theo số ghế và kích thước
- Giải thích khác biệt giữa các loại gỗ
- Ví dụ bàn đã đóng theo kích thước riêng

Nên bổ sung trước: Thêm bộ lọc theo số ghế và một trang kể 3 trường hợp đóng bàn theo kích thước căn hộ.

3. So sánh giá và chi phí

Hai trên ba đối thủ công khai giá. doi-thu-a.vn niêm yết giá ở **7 trên 8 trang** đã đọc, có trang bảng giá riêng và nút "Nhận báo giá trong 2 giờ". doi-thu-c.vn bán trên Haravan với giá rõ ràng từ 5.990.000 đ. Website của bạn **chỉ có giá ở 3 trên 12 trang**, phần còn lại ghi "Liên hệ".

Mức giá bạn đang công bố (8,9 đến 12,5 triệu đồng cho giường và tủ) nằm ở giữa: cao hơn doi-thu-c.vn khoảng 20–**30%** nhưng thấp hơn dòng gỗ tự nhiên của doi-thu-a.vn khoảng 10–**17%**. Nghĩa là bạn không cần giảm giá để cạnh tranh; bạn cần giải thích vì sao đáng giá đó (loại gỗ, bảo hành, giao lắp) ngay cạnh con số.

Khách mua nội thất thường so giá ở 3–4 nơi trước khi gọi điện. Không thấy giá, nhiều khách sẽ bỏ qua thay vì hỏi.

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Tiêu chí	website-cua-ban.vn (bạn)	doi-thu-a.vn	doi-thu-b.vn	doi-thu-c.vn
Trang bảng giá công khai	Không tìm thấy	doi-thu-a.vn/bang-gia	Không tìm thấy	doi-thu-c.vn/san-pham
Giường gỗ 1m6	8.900.000 đ	9.900.000 đ	Không công bố	7.450.000 đ
Tủ quần áo 3 cánh	12,5 triệu	15 triệu	Không công bố	9.800.000 đ
Chính sách bảo hành	Không công bố	5 năm, có trang riêng	Không công bố	2 năm

4. Hiện diện trên tìm kiếm và AI

Đối thủ A cài đủ bộ đo lường: Google Analytics 4, Google Tag Manager, Meta Pixel, Google Ads và TikTok Pixel. Nghĩa là họ đang chạy quảng cáo trên nhiều kênh và đo được quảng cáo nào ra đơn. Website của bạn **chỉ có Google Analytics 4**, chưa xác minh Search Console và chưa có thẻ chia sẻ mạng xã hội, nên mỗi lần chia sẻ link lên Facebook hay Zalo sẽ hiện ảnh ngẫu nhiên.

Đã tra cứu web: trong các kết quả hàng đầu chưa có bài đánh giá hay so sánh nào của bên thứ ba nhắc tới thương hiệu của bạn, trong khi doi-thu-a.vn xuất hiện trong hai bài "top cửa hàng nội thất gỗ". Đây là khoảng trống bạn có thể lấp bằng bài viết của khách hàng, báo chí địa phương hoặc hợp tác với người có ảnh hưởng.

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Tiêu chí	website-cua-ban.vn (bạn)	doi-thu-a.vn	doi-thu-b.vn	doi-thu-c.vn
Công cụ đo lường và quảng cáo trên trang chủ	Google Analytics 4	Google Analytics 4, Google Tag Manager, Meta (Facebook) Pixel, Google Ads, TikTok Pixel	Google Tag Manager, Meta (Facebook) Pixel	Google Analytics 4, Meta (Facebook) Pixel
Xác minh Google Search Console	Không thấy thẻ xác minh	Có thẻ xác minh	Không thấy thẻ xác minh	Có thẻ xác minh
Thẻ chia sẻ mạng xã hội (Open Graph)	Không thấy	Có	Có	Có
Cho phép công cụ tìm kiếm đọc (robots.txt)	Có	Có	Có	Có

Đã tra cứu web: trong các kết quả hàng đầu không có bài viết của bên thứ ba nhắc tới thương hiệu này.

5. Facebook và mạng xã hội

Website của bạn có liên kết tới fanpage và YouTube nhưng **chưa cài Meta Pixel**. Vì vậy mọi quảng cáo Facebook bạn chạy không đo được ai đã vào website, không chạy lại được quảng cáo cho người đã xem sản phẩm, và Facebook không học được nhóm khách nào hay mua. Cả ba đối thủ đều đã cài Pixel.

doi-thu-a.vn hiện diện trên nhiều kênh nhất: Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, kèm cả chat Messenger và Zalo. doi-thu-c.vn bán qua Shopee nhưng không có fanpage trên website. Hệ thống không xem được số người theo dõi hay quảng cáo đang chạy của từng fanpage; bạn có thể xem trực tiếp quảng cáo đang chạy của từng đối thủ qua các liên kết Thư viện quảng cáo Meta bên dưới.

Theo tệp quảng cáo bạn cung cấp, chi phí trung bình khoảng **119.000 đ mỗi khách tiềm năng**. Nhóm 35–44 tuổi rẻ nhất (khoảng 95.000 đ), tiếp theo là 25–34 (110.000 đ); nhóm 18–24 đắt gấp đôi (200.000 đ) mà ít khi mua đồ gỗ giá trị cao.

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Tiêu chí	website-cua-ban.vn (bạn)	doi-thu-a.vn	doi-thu-b.vn	doi-thu-c.vn
Fanpage Facebook liên kết trên website	facebook.com/noithatcuaban	facebook.com/doithua.official	facebook.com/doithub	Không thấy
Meta Pixel (đo lường quảng cáo Facebook, Instagram)	Không thấy	Có	Có	Có
Pixel quảng cáo khác	Không thấy	Google Ads, TikTok Pixel	Không thấy	Không thấy
Chat Messenger trên website	Không thấy	Có	Có	Không thấy
Chat hoặc Zalo OA	Có	Có	Không thấy	Không thấy
Kênh khác liên kết trên website	YouTube	Instagram, TikTok, YouTube	Instagram	Shopee

Xem quảng cáo đang chạy của từng website trên Thư viện quảng cáo Meta (facebook.com/ads/library), tìm theo: website-cua-ban.vn (“noithatcuaban”), doi-thu-a.vn (“doithua.official”), doi-thu-b.vn (“doithub”), doi-thu-c.vn (“Đối thủ C”).

6. So sánh mô hình chăm sóc khách hàng

Bạn đang dùng chat Zalo, kênh mà khách Việt quen nhất, và có số điện thoại, email ngay trang chủ. Đây là **lợi thế so với doi-thu-c.vn**, website không có kênh chat nào.

Tuy vậy doi-thu-a.vn làm tốt hơn ở khâu sau bán: có trang bảo hành 5 năm, có showroom riêng và cả chat Zalo lẫn Messenger. Website của bạn chưa có trang chính sách bảo hành hay hướng dẫn bảo quản đồ gỗ, những câu hỏi khách hay hỏi trước khi chuyển khoản số tiền lớn.

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Tiêu chí	website-cua-ban.vn (bạn)	doi-thu-a.vn	doi-thu-b.vn	doi-thu-c.vn
Kênh chat trên website	Zalo	Zalo, Messenger	Messenger	Không thấy
Trang hỗ trợ/hướng dẫn	Không thấy	doi-thu-a.vn/bao-hanh	doi-thu-b.vn/huong-dan-bao-quan	Không thấy
Tên miền phụ (trợ giúp, học viện, cửa hàng...)	Không thấy	showroom.doi-thu-a.vn	Không thấy	Không thấy
Số điện thoại trên trang chủ	Có	Có	Có	Có
Email trên trang chủ	Có	Có	Không thấy	Có

WEBSITE

7. So sánh cấu trúc website và nội dung

doi-thu-a.vn có **1.380 trang trong sitemap** và trung bình 820 chữ mỗi trang: mỗi sản phẩm có mô tả chất liệu, kích thước, hướng dẫn bảo quản. Nhờ vậy họ có nhiều cửa để khách tìm thấy từ Google. Website của bạn có 214 trang, trung bình 310 chữ, và **7 trên 12 trang thiếu mô tả** nên Google tự cắt chữ bất kỳ để hiển thị.

Nội dung mới nhất trên trang chủ của bạn là từ tháng 11/2025, gần một năm trước. Hai đối thủ dẫn đầu cập nhật trong tháng này. Với khách hàng, trang chủ cũ tạo cảm giác cửa hàng ít hoạt động.

Điểm cộng là menu của bạn gọn (9 mục) và chia theo phòng (phòng khách, phòng ngủ, phòng bếp), dễ đi hơn doi-thu-b.vn với 14 mục.

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Tiêu chí	website-cua-ban.vn (bạn)	doi-thu-a.vn	doi-thu-b.vn	doi-thu-c.vn
Số trang khai báo trong sitemap	214	1.380	96	452
Số mục trên menu	9	7	14	8
Nút đặt mua/đăng ký trên trang chủ	Không thấy	Có ("Nhận báo giá trong 2 giờ")	Có ("Liên hệ")	Có ("Mua ngay")
Mô tả trang (meta description)	Có	Có	Không thấy	Có
Dữ liệu có cấu trúc (JSON-LD)	Không thấy	Có	Không thấy	Có
Ngày nội dung mới nhất trên trang chủ	2025-11-04	2026-09-28	2026-06-12	2026-09-15

Tiêu chí	website-cua-ban.vn (bạn)	doi-thu-a.vn	doi-thu-b.vn	doi-thu-c.vn
Nền tảng	WordPress 6.2	Không xác định	WordPress 6.8	Haravan
Số trang đã đọc thêm	12	8	8	8
Trang có giá niêm yết	3/12	7/8	0/8	6/8
Ví dụ giá thấy được	8.900.000 đ, 12,5 triệu	6.490.000 đ, 9.900.000 đ, 15 triệu	Không thấy	5.990.000 đ, 7.450.000 đ
Trang có form liên hệ/đăng ký	1/12	6/8	2/8	3/8
Trang thiếu mô tả (meta description)	7/12	1/8	8/8	2/8
Số chữ trung bình mỗi trang	310	820	180	540

8. Lỗi kỹ thuật và trải nghiệm

Vấn đề lớn nhất là tốc độ. Google chấm website của bạn **38 điểm tốc độ trên điện thoại**, thấp nhất nhóm, và người dùng thật trên Chrome đánh giá là "Kém". Nội dung chính hiện sau 6,8 giây, gần gấp ba doi-thu-a.vn (2,4 giây). Với một cửa hàng nội thất, ảnh sản phẩm là thứ bán hàng; ảnh đầu trang nặng 4,2 MB khiến khách thấy màn hình trắng trước khi thấy sản phẩm.

Lỗi thứ hai ảnh hưởng trực tiếp tới doanh số: **4 nút không dẫn đi đâu**, trong đó có nút "Nhận báo giá" ở vị trí đẹp nhất trang chủ. Khách đã quan tâm tới mức bấm nút, nhưng không được dẫn tới đâu cả. Đối thủ A không có nút hỏng nào.

Cuối cùng, website chạy WordPress 6.2 đã cũ. Đây chưa phải sự cố nhưng là rủi ro: website bị nhiễm mã độc sẽ bị Google cảnh báo, và chi phí khắc phục lớn hơn nhiều so với việc cập nhật định kỳ.

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Tiêu chí	website-cua-ban.vn (bạn)	doi-thu-a.vn	doi-thu-b.vn	doi-thu-c.vn
Điểm tổng (trên 100)	62	78	55	70
Điểm Bảo mật	80	90	65	85
Điểm SEO	58	82	50	71
Điểm Giao diện & Responsive	70	85	62	74
Điểm Hiệu năng	41	72	48	60
Điểm Nội dung	61	76	52	66
Vấn đề mức Nghiêm trọng và Cao	5	1	6	3
Nút/liên kết không dẫn đi đâu	4	0	2	1
Thời gian máy chủ phản hồi	1.240 ms	310 ms	890 ms	520 ms
Điểm tốc độ trên điện thoại (Google, trên 100)	38	71	45	52
Thời gian hiện nội dung chính (LCP)	6,8 giây	2,4 giây	5,1 giây	3,9 giây

Tiêu chí	website-cua-ban.vn (bạn)	doi-thu-a.vn	doi-thu-b.vn	doi-thu-c.vn
Thời gian trang bị "đơ" khi tải (TBT)	1.120 ms	210 ms	760 ms	480 ms
Độ xô lệch bố cục (CLS, càng thấp càng tốt)	0,21	0,03	0,15	0,08
Trải nghiệm người dùng thật trên Chrome	Kém	Tốt	Chưa đủ lượt truy cập để Google thống kê	Cần cải thiện

Các vấn đề nên ưu tiên trên website-cua-ban.vn

Trang chủ tải chậm trên điện thoại · Nghiêm trọng
Nội dung chính hiện sau 6,8 giây; ảnh sản phẩm ở đầu trang nặng 4,2 MB, chưa nén.
Sửa: Nén ảnh sang WebP, tải trễ ảnh phía dưới, bật bộ nhớ đệm trang.

Nút "Nhận báo giá" trên trang chủ không dẫn đi đâu · Cao
Có 4 nút và liên kết bấm vào không mở trang hay form nào, trong đó có nút quan trọng nhất của trang.
Sửa: Gắn nút với form báo giá hoặc mở chat Zalo, kiểm tra lại trên điện thoại.

WordPress 6.2 đã cũ, thiếu bản vá bảo mật · Cao
Phiên bản WordPress lộ trong mã trang và đã có nhiều bản cập nhật bảo mật sau đó.
Sửa: Sao lưu, cập nhật WordPress và plugin lên bản mới nhất, ẩn số phiên bản.

Nút/liên kết không dẫn đi đâu: Nhận báo giá · Xem thêm · Bộ sưu tập 2025 · Tải catalogue

Nhận định chiến lược

Bạn không cần đối đầu với doi-thu-a.vn ở mọi kênh, vì họ đã đầu tư bài bản và có hơn 1.000 trang nội dung. Hướng hiệu quả hơn là **thắng ở khu vực Hồ Chí Minh và các tỉnh giáp ranh**, nơi số liệu thật cho thấy khách của bạn tập trung và quảng cáo rẻ nhất.

Thứ tự ưu tiên: trước hết sửa những gì đang làm mất khách đã đến (tốc độ, nút hỏng, thiếu giá); sau đó cài Meta Pixel để quảng cáo Facebook đo được; cuối cùng mới mở rộng nội dung về gỗ tự nhiên và căn hộ nhỏ để lấy khách từ Google.

Về thời điểm, hãy bám theo mùa của thị trường: nhu cầu tăng mạnh từ tháng 10 tới tháng 12, nên các việc trên cần xong trong tháng 9, và chiến dịch cuối năm (bộ sưu tập căn hộ nhỏ, trả góp, giao lắp trước Tết) nên chạy quảng cáo từ đầu tháng 10. Tháng 2 là mùa thấp điểm, phù hợp để làm lại nội dung và chụp ảnh sản phẩm mới.

Rủi ro và giả định

Rủi ro cần lường trước

- Công khai giá khiến khách so sánh trực tiếp với các chuỗi lớn giá thấp hơn Ứng phó: Luôn đặt giá cạnh quyền lợi riêng: đo theo căn hộ, giao lắp trong 10 ngày, bảo hành tại nhà.
- Xưởng không kịp giao trong 10 ngày khi đơn tăng cuối năm Ứng phó: Giới hạn số combo nhận mỗi tuần và ghi rõ thời gian giao trên trang sản phẩm.
- Quảng cáo Facebook tốn tiền mà không đo được đơn vì chưa cài Meta Pixel Ứng phó: Cài Pixel và sự kiện báo giá trước khi tăng ngân sách.

Giả định cần kiểm chứng

- Khách hàng chính là gia đình trẻ 25–44 tuổi mới nhận căn hộ Cách kiểm chứng: Xem lại 30 đơn gần nhất: tuổi, loại nhà, diện tích. Hỏi 5 khách vì sao họ chọn bạn.
- Khách sẵn sàng trả cao hơn chuỗi lớn để có nội thất đo theo kích thước Cách kiểm chứng: Thử một combo có giá công khai trong 2 tuần, so số yêu cầu báo giá với combo không ghi giá.
- Zalo là kênh khách muốn dùng để hỏi giá Cách kiểm chứng: Đếm trong 2 tuần số khách hỏi qua Zalo, điện thoại và form trên website.

Kế hoạch 30/60/90 ngày

30 ngày đầu

Chốt thông điệp định vị: nội thất đo theo kích thước căn hộ, giao lắp trong 10 ngày Tác động cao · Ít công sức · Tự làm được

Viết lại câu giới thiệu ở trang chủ, trang sản phẩm, fanpage và mẫu tư vấn Zalo theo đúng một thông điệp. Khách phải hiểu ngay bạn khác các chuỗi lớn ở điểm nào.

Đo bằng: Số yêu cầu báo giá mỗi tuần sau khi đổi thông điệp, xem trong form và tin nhắn Zalo.

Đóng gói 3 combo phòng khách và phòng ăn cho căn hộ 55, 70 và 90 m², có giá trọn gói Tác động cao · Công sức vừa · Cần người làm marketing

Gia đình trẻ mới nhận nhà muốn biết tổng chi phí. Combo có giá công khai giúp bạn so được với chuỗi lớn mà vẫn giữ thế mạnh đo theo kích thước.

Đo bằng: Số lượt xem và số yêu cầu báo giá của từng combo, xem trong Google Analytics 4.

Nén ảnh và bật bộ nhớ đệm để trang chủ hiện dưới 3 giây Tác động cao · Ít công sức · Cần kỹ thuật

Chuyển ảnh sang WebP, tải trễ ảnh phía dưới và bật bộ nhớ đệm. 79% khách xem bằng điện thoại sẽ thấy sản phẩm ngay thay vì màn hình trắng.

Đo bằng: Thời gian hiện nội dung chính trên điện thoại, xem ở Google PageSpeed Insights.

Sửa nút "Nhận báo giá" và 3 liên kết hỏng Tác động cao · Ít công sức · Cần kỹ thuật

Gắn nút với form ngắn (tên, số điện thoại, sản phẩm quan tâm) hoặc mở chat Zalo. Đây là nút khách bấm khi đã sẵn sàng mua.

Đo bằng: Số lượt bấm nút báo giá, xem sự kiện trong Google Analytics 4.

Cài Meta Pixel và sự kiện "Gửi yêu cầu báo giá" Tác động cao · Ít công sức · Cần người làm marketing

Để Facebook đo được quảng cáo nào ra khách, chạy lại quảng cáo cho người đã xem sản phẩm và tự tìm người giống khách đã mua.

Đo bằng: Chi phí mỗi yêu cầu báo giá từ Facebook, xem trong Trình quản lý quảng cáo.

Chuyển ngân sách Facebook sang 25–44 tuổi ở Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai Tác động cao · Ít công sức · Tự làm được

Tắt nhóm 18–24 và giảm Hà Nội cho tới khi có giao lắp tận nơi. Số liệu hiện tại cho thấy cùng ngân sách có thể có thêm khách tiềm năng.

Đo bằng: Chi phí mỗi khách tiềm năng theo nhóm tuổi và khu vực, xem trong Trình quản lý quảng cáo.

Chuẩn bị chiến dịch cuối năm trước mùa cao điểm Tác động cao · Công sức vừa · Cần người làm marketing

Nhu cầu tăng mạnh từ tháng 10 tới tháng 12: lên sẵn ưu đãi giao lắp trước Tết, trả góp và quảng cáo Facebook nhắm 25–44 tuổi ở Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai, chạy từ đầu tháng 10.

Đo bằng: Số đơn và doanh thu trong tháng 10–12 so với cùng kỳ năm trước.

Ngày 31–60

Công khai giá và chính sách bảo hành Tác động cao · Công sức vừa · Tự làm được
Ghi giá từ hoặc khoảng giá cho từng dòng sản phẩm, thêm trang bảo hành và giao lắp. Khách so giá ở nhiều nơi sẽ không bỏ qua bạn.
Đo bằng: Tỷ lệ khách xem trang sản phẩm rồi gửi yêu cầu báo giá, xem trong Google Analytics 4.

Viết lại mô tả cho 30 sản phẩm bán chạy Tác động vừa · Công sức vừa · Cần người làm marketing
Mỗi sản phẩm có chất liệu, kích thước, ảnh thật trong căn hộ và mô tả trang riêng. Google có thêm nội dung để đưa website lên khi khách tìm.
Đo bằng: Lượt truy cập từ tìm kiếm vào các trang sản phẩm đã viết lại, xem trong Search Console.

Ngày 61–90

Làm bộ sưu tập "nội thất cho căn hộ nhỏ" Tác động vừa · Nhiều công sức · Cần người làm marketing
Đón nhu cầu đang tăng về gỗ cao su và giường thông minh mà chưa đối thủ nào làm nổi bật, kèm video ngắn cho TikTok và Facebook.
Đo bằng: Lượt xem và số yêu cầu báo giá từ trang bộ sưu tập, xem trong Google Analytics 4.

Cập nhật WordPress, xác minh Search Console, thêm dữ liệu có cấu trúc Tác động vừa · Công sức vừa · Cần kỹ thuật
Giảm rủi ro bảo mật và giúp Google hiển thị giá, đánh giá ngay trên kết quả tìm kiếm.
Đo bằng: Số trang được Google lập chỉ mục và số lỗi, xem trong Search Console.

Chỉ số nên theo dõi

Ghi lại các chỉ số này trước khi bắt đầu, rồi so sánh sau mỗi giai đoạn 30 ngày. Mức mục tiêu do bạn tự đặt theo số liệu hiện tại của mình.

SỐ LIỆU ĐO ĐƯỢC

Chỉ số	Đo ở đâu
Số yêu cầu báo giá mỗi tuần	Đếm form báo giá và tin nhắn Zalo, đo bằng sự kiện trong Google Analytics 4.
Chi phí mỗi khách tiềm năng Facebook	Xem cột Chi phí trên mỗi kết quả trong Trình quản lý quảng cáo sau khi cài Meta Pixel.
Tốc độ trang chủ trên điện thoại	Kiểm tra điểm Google PageSpeed Insights mỗi tháng, mục tiêu nội dung chính hiện dưới 3 giây.
Tỷ lệ khách xem giá rồi liên hệ	So số lượt xem trang sản phẩm có giá với số yêu cầu báo giá trong Google Analytics 4.

Báo cáo tạo từ các trang công khai của từng website và kết quả tìm kiếm công khai. Số liệu thật của bạn lấy từ nguồn bạn cung cấp, chỉ lưu dạng tổng hợp. Báo cáo không có số liệu nội bộ của đối thủ (lượt truy cập, quảng cáo, doanh thu). Nhận định do AI hỗ trợ, mang tính tham khảo; giá của đối thủ lấy theo niêm yết tại thời điểm đọc.