

ĐỀ AI TÍNH

EBOOK THỰC CHIẾN

Hệ thống AI content thực chiến cho SME

Từ ý tưởng rời rạc đến lịch nội dung 30 ngày có thể triển khai

Dành cho marketer SME, founder và content freelancer muốn dùng AI có hệ thống.



Hoàng Nhật Mai

Founder hệ thống Đề AI Tính

Practical AI for Vietnamese marketers

Lời mở đầu

Nếu bạn từng mở ChatGPT, gõ một câu kiểu 'hãy viết cho tôi 20 ý tưởng content', rồi nhận lại một danh sách nghe đúng nhưng không dùng được, ebook này viết cho bạn.

AI không thiếu chữ. AI thiếu bối cảnh. Và trong rất nhiều doanh nghiệp nhỏ, thứ đang thiếu không phải là thêm một công cụ mới, mà là một hệ thống đủ rõ để biến dữ liệu khách hàng thành nội dung có mục tiêu.

Tôi muốn ebook này giống một buổi làm việc thực tế hơn là một tài liệu truyền cảm hứng. Bạn sẽ chọn một sản phẩm mũi nhọn, gom dữ liệu khách hàng thật, xây thông điệp, tạo trụ cột nội dung, viết prompt, dựng lịch 30 ngày, tái sử dụng nội dung và đo lường để cải tiến.

Lời hứa của ebook

Sau khi hoàn thành, bạn có thể xây một hệ thống AI content 30 ngày cho ít nhất một sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể, gồm chân dung khách hàng, trụ cột nội dung, lịch đăng, prompt vận hành, checklist kiểm duyệt và quy trình tái sử dụng.

Cách dùng ebook này

- Đọc theo thứ tự nếu bạn đang xây hệ thống từ đầu.
- Mỗi chương có một phần thực hành. Đừng bỏ qua, vì giá trị chính nằm ở phần bạn áp dụng cho sản phẩm thật.
- Khi gặp prompt mẫu, hãy thay phần trong ngoặc vuông bằng dữ liệu của doanh nghiệp mình.
- Nếu dùng tool có link đăng ký hoặc affiliate, chỉ bấm ở đúng bước bạn cần thực hành, không cần mở quá nhiều công cụ từ đầu.

Bản đồ hệ thống 30 ngày

Giai đoạn	Câu hỏi chính	Đầu ra cần có
1. Chọn trọng tâm	Sản phẩm nào đáng xây content trước?	Một sản phẩm mũi nhọn và mục tiêu content rõ.
2. Hiểu khách hàng	Khách hàng đang đau, sợ, muốn và hiểu sai điều gì?	Bảng insight từ inbox, comment, sales call, review.
3. Xây thông điệp	Mình cần khiến khách hàng tin điều gì?	Message house cho sản phẩm.
4. Thiết kế nội dung	Nội dung nào phục vụ từng đoạn trong hành trình mua?	5-7 trụ cột nội dung.
5. Vận hành bằng AI	Prompt nào giúp ra nháp nhanh nhưng vẫn đúng chất?	Bộ prompt và checklist kiểm duyệt.
6. Đo lường	Bài nào tạo tín hiệu tốt và vì sao?	Bảng review 30 ngày.

Vì sao dùng AI làm content vẫn không ra đơn

Vấn đề thường không nằm ở AI. Vấn đề là doanh nghiệp giao cho AI một nhiệm vụ mơ hồ, không có dữ liệu, không có chiến lược và không có tiêu chí kiểm duyệt.

Ba kiểu dùng AI khiến content bị nhạt

Kiểu thứ nhất là dùng AI như máy nghĩ ý tưởng. Bạn hỏi 'cho tôi 20 ý tưởng', AI trả lời rất nhanh, nhưng danh sách thường giống mọi ngành, mọi thương hiệu, mọi đối thủ.

Kiểu thứ hai là dùng AI như máy viết thay. Bạn đưa một câu lệnh ngắn, nhận một bài viết trôi chảy, rồi thấy nó không giống giọng mình. Đây là lúc nhiều người kết luận 'AI viết giả quá', trong khi vấn đề là chưa đưa đủ chất liệu thật.

Kiểu thứ ba là dùng AI như một bộ sưu tập tool. Hôm nay thử ChatGPT, mai thử Claude, tuần sau thử một tool viết caption khác. Tool đổi liên tục nhưng hệ thống nội dung vẫn không rõ.

Content có mục tiêu khác content có chữ

Một bài content có chữ là bài có mở bài, thân bài, kết bài. Một bài content có mục tiêu là bài biết mình đang làm nhiệm vụ gì trong hành trình mua: giúp khách hàng nhận ra vấn đề, tin vào giải pháp, giảm rủi ro, hoặc hành động.

Khi chưa xác định mục tiêu, AI sẽ tối ưu cho sự trôi chảy. Nhưng kinh doanh không cần bài viết chỉ trôi chảy. Kinh doanh cần nội dung tạo tín hiệu: lưu lại, bình luận chất lượng, inbox, đăng ký, hỏi giá hoặc đặt lịch.

Bài tập cuối chương

Audit hệ thống hiện tại trong 20 phút

Chọn 10 bài đăng gần nhất. Với mỗi bài, đánh dấu mục tiêu chính: nhận biết, giáo dục, niềm tin, bán hàng, chăm sóc khách hàng hay tuyển lead. Nếu hơn một nửa bài không rõ mục tiêu, đừng viết thêm. Hãy xây lại hệ thống từ chương 2.

Checklist tự kiểm tra

- Tôi biết một bài content của mình đang phục vụ mục tiêu gì.
- Tôi có tiêu chí để đánh giá bài viết tốt hơn ngoài cảm giác 'nghe hay'.
- Tôi không yêu cầu AI viết ngay khi chưa đưa dữ liệu khách hàng.

Trang làm việc: Vì sao dùng AI làm content vẫn không ra đơn

Dùng trang này để kéo nội dung ra khỏi đầu và đưa vào một dạng có thể vận hành. Không cần viết hay ở bước đầu. Chỉ cần đủ thật, đủ rõ và đủ gần với dữ liệu kinh doanh của bạn.

Mục cần điền	Ghi chú của bạn
Điều quan trọng nhất tôi rút ra từ chương này	
Dữ liệu thật hoặc ví dụ tôi đang có	
Prompt, checklist hoặc template tôi sẽ dùng	
Một việc tôi sẽ làm trong 24 giờ tới	
Dấu hiệu cho thấy bước này đã làm đúng	

Gợi ý tự soi

Nếu câu trả lời của bạn vẫn dùng nhiều từ chung như 'tăng nhận diện', 'làm content tốt hơn', 'khách hàng tiềm năng', hãy viết lại cụ thể hơn: ai, kênh nào, hành động nào, trong bao lâu, dựa trên dữ liệu nào.

Chọn sản phẩm mũi nhọn và mục tiêu content

Doanh nghiệp nhỏ thường có quá nhiều thứ muốn bán cùng lúc. AI chỉ phát huy tốt khi bạn bắt đầu bằng một trọng tâm đủ hẹp.

Vì sao phải chọn một sản phẩm trước

Nếu bạn bán khóa học, tư vấn, workshop, template và dịch vụ triển khai cùng lúc, mỗi sản phẩm có một nhóm khách hàng, một rào cản và một lời hứa khác nhau. Gộp tất cả vào một lịch content sẽ khiến thông điệp bị loãng.

Hãy chọn một sản phẩm mũi nhọn trong 30 ngày. Sản phẩm đó nên có nhu cầu thật, biên lợi nhuận đáng làm, quy trình giao hàng tương đối rõ và đủ case hoặc kinh nghiệm để chứng minh.

Bốn mục tiêu content phổ biến

Thu lead: nội dung cần làm rõ vấn đề và mời người đọc nhận tài liệu, checklist, webinar hoặc tư vấn ngắn.

Tăng niềm tin: nội dung cần chứng minh năng lực bằng quan điểm, quy trình, case, hậu trường chuyên môn.

Chốt sale: nội dung cần xử lý rào cản mua hàng, giải thích offer, trả lời câu hỏi giá trị.

Nuôi cộng đồng: nội dung cần tạo thói quen quay lại, chia sẻ bài học, mở đối thoại và khiến người đọc thấy được đồng hành.

Worksheet: chọn sản phẩm mũi nhọn

Câu hỏi	Ghi chú của bạn	Quyết định
Sản phẩm nào có nhu cầu rõ nhất?		
Khách hàng nào dễ ra quyết định nhất?		
Rào cản mua hàng lớn nhất là gì?		
Mục tiêu 30 ngày là lead, niềm tin hay sale?		

Bài tập cuối chương

Điền bảng sản phẩm mũi nhọn

Chọn một sản phẩm hoặc dịch vụ. Viết trong một câu: ai là người mua, vấn đề họ trả tiền để giải quyết, kết quả họ kỳ vọng và hành động bạn muốn họ làm sau 30 ngày nội dung.

Checklist tự kiểm tra

- Tôi chỉ chọn một sản phẩm hoặc dịch vụ để xây hệ thống trước.
- Tôi biết mục tiêu chính của 30 ngày content là gì.
- Tôi có thể mô tả offer bằng một câu không mơ hồ.

Thực hành chương 2

Trang làm việc: Chọn sản phẩm mũi nhọn và mục tiêu content

Dùng trang này để kéo nội dung ra khỏi đầu và đưa vào một dạng có thể vận hành. Không cần viết hay ở bước đầu. Chỉ cần đủ thật, đủ rõ và đủ gần với dữ liệu kinh doanh của bạn.

Mục cần điền	Ghi chú của bạn
Điều quan trọng nhất tôi rút ra từ chương này	
Dữ liệu thật hoặc ví dụ tôi đang có	
Prompt, checklist hoặc template tôi sẽ dùng	
Một việc tôi sẽ làm trong 24 giờ tới	
Dấu hiệu cho thấy bước này đã làm đúng	

Gợi ý tự soi

Nếu câu trả lời của bạn vẫn dùng nhiều từ chung như 'tăng nhận diện', 'làm content tốt hơn', 'khách hàng tiềm năng', hãy viết lại cụ thể hơn: ai, kênh nào, hành động nào, trong bao lâu, dựa trên dữ liệu nào.

Vẽ chân dung khách hàng bằng dữ liệu thật

Content có lực hơn khi xuất phát từ câu hỏi thật, phản đối thật và ngôn ngữ thật của khách hàng.

Dữ liệu khách hàng đang nằm ở đâu

Bạn không cần một dự án nghiên cứu thị trường lớn để bắt đầu. Dữ liệu thường nằm trong inbox, comment, cuộc gọi tư vấn, email hỏi báo giá, review, lý do từ chối, ghi chú sales và câu hỏi trong workshop.

Mỗi câu hỏi đều có thể chứa một insight. Ví dụ: 'Bên em nhỏ thì có cần chiến lược thương hiệu không?' không chỉ là câu hỏi. Nó cho thấy khách hàng nghĩ branding là việc của công ty lớn, sợ tốn kém và chưa thấy liên hệ giữa thương hiệu với tăng trưởng.

Dùng AI để phân tích, không viết vội

Ở bước này, nhiệm vụ của AI không phải là viết bài. Nhiệm vụ của AI là giúp bạn đọc dữ liệu nhanh hơn, gom nhóm nổi đầu, mong muốn, rào cản và niềm tin sai.

Khi bạn yêu cầu AI 'không viết bài vội', bạn buộc nó ở lại tầng phân tích. Đây là khác biệt lớn giữa người dùng AI như máy sinh chữ và người dùng AI như trợ lý chiến lược.

Prompt thực hành

Bạn là chuyên gia nghiên cứu khách hàng cho SME.

Dưới đây là dữ liệu thật từ inbox, comment, sales call hoặc review:

[dán dữ liệu vào đây]

Hãy phân tích và trả về:

1. Nổi đầu lặp lại nhiều nhất
2. Mong muốn cụ thể của khách hàng
3. Rào cản khiến họ chưa mua
4. Niềm tin sai hoặc hiểu lầm cần được xử lý
5. Câu nói có thể dùng làm chất liệu content
6. Gợi ý 5 nhóm chủ đề nên khai thác

Không viết bài content vội. Chỉ phân tích insight.

Bài tập cuối chương

Tạo bảng 30 insight

Gom ít nhất 20 câu hỏi, phản hồi hoặc ghi chú thật. Dán vào AI để phân nhóm, sau đó tự chọn ra 10 insight sắc nhất để biến thành góc nội dung.

Checklist tự kiểm tra

- Tôi có dữ liệu thật, không chỉ suy đoán trong đầu.
- Tôi tách được nỗi đau, mong muốn, rào cản và niềm tin sai.
- Tôi chưa vội viết lịch content trước khi hiểu khách hàng.

Thực hành chương 3

Trang làm việc: Vẽ chân dung khách hàng bằng dữ liệu thật

Dùng trang này để kéo nội dung ra khỏi đầu và đưa vào một dạng có thể vận hành. Không cần viết hay ở bước đầu. Chỉ cần đủ thật, đủ rõ và đủ gần với dữ liệu kinh doanh của bạn.

Mục cần điền	Ghi chú của bạn
Điều quan trọng nhất tôi rút ra từ chương này	
Dữ liệu thật hoặc ví dụ tôi đang có	
Prompt, checklist hoặc template tôi sẽ dùng	
Một việc tôi sẽ làm trong 24 giờ tới	
Dấu hiệu cho thấy bước này đã làm đúng	

Gợi ý tự soi

Nếu câu trả lời của bạn vẫn dùng nhiều từ chung như 'tăng nhận diện', 'làm content tốt hơn', 'khách hàng tiềm năng', hãy viết lại cụ thể hơn: ai, kênh nào, hành động nào, trong bao lâu, dựa trên dữ liệu nào.

Xây bộ thông điệp cốt lõi

Khi đã có insight, bước tiếp theo là quyết định bạn muốn khách hàng tin điều gì sau khi đọc nội dung của mình.

Message house cho SME

Một message house đơn giản có ba lớp: lời hứa chính, ba thông điệp hỗ trợ và bằng chứng. Lời hứa chính trả lời 'vì sao giải pháp này đáng quan tâm'. Thông điệp hỗ trợ giải thích những điều khách hàng cần tin. Bằng chứng giúp lời hứa không bị trôi.

Ví dụ với dịch vụ AI content cho SME, lời hứa không nên là 'giúp bạn làm content tốt hơn'. Cụ thể hơn: 'giúp đội nhỏ có lịch content 30 ngày dựa trên insight khách hàng thật, không phụ thuộc vào cảm hứng mỗi sáng'.

Ba loại thông điệp cần có

Thông điệp giáo dục giúp khách hàng hiểu lại vấn đề. Thông điệp niềm tin giúp họ tin rằng giải pháp có cơ sở. Thông điệp bán hàng mềm giúp họ thấy bước tiếp theo an toàn và rõ ràng.

Nếu một thương hiệu chỉ có thông điệp bán hàng, người đọc dễ thấy bị thúc ép. Nếu chỉ có giáo dục, họ học được nhiều nhưng không biết vì sao nên mua của bạn. Hệ thống tốt cần cả ba.

Bài tập cuối chương

Viết message house một trang

Điền một lời hứa chính, ba thông điệp hỗ trợ và ít nhất hai bằng chứng cho mỗi thông điệp. Bằng chứng có thể là kinh nghiệm triển khai, quy trình, case, ví dụ trước-sau hoặc quan sát từ khách hàng.

Checklist tự kiểm tra

- Tôi có một lời hứa chính đủ cụ thể.
- Tôi biết khách hàng cần tin điều gì trước khi mua.
- Mỗi thông điệp đều có bằng chứng hoặc ví dụ đi kèm.

Trang làm việc: Xây bộ thông điệp cốt lõi

Dùng trang này để kéo nội dung ra khỏi đầu và đưa vào một dạng có thể vận hành. Không cần viết hay ở bước đầu. Chỉ cần đủ thật, đủ rõ và đủ gần với dữ liệu kinh doanh của bạn.

Mục cần điền	Ghi chú của bạn
Điều quan trọng nhất tôi rút ra từ chương này	
Dữ liệu thật hoặc ví dụ tôi đang có	
Prompt, checklist hoặc template tôi sẽ dùng	
Một việc tôi sẽ làm trong 24 giờ tới	
Dấu hiệu cho thấy bước này đã làm đúng	

Gợi ý tự soi

Nếu câu trả lời của bạn vẫn dùng nhiều từ chung như 'tăng nhận diện', 'làm content tốt hơn', 'khách hàng tiềm năng', hãy viết lại cụ thể hơn: ai, kênh nào, hành động nào, trong bao lâu, dựa trên dữ liệu nào.

Thiết kế 5 đến 7 trụ cột nội dung

Trụ cột nội dung giúp bạn không phải ngồi nghĩ hôm nay đăng gì. Mỗi trụ cột là một vai trò trong hành trình chuyển đổi.

Các trụ cột nên có

Giáo dục thị trường: giúp khách hàng gọi tên vấn đề. Phản biện niềm tin sai: xử lý những suy nghĩ khiến họ trì hoãn. Quy trình chuyên môn: cho thấy bạn làm việc có phương pháp. Case và ví dụ: biến lời hứa thành thứ nhìn thấy được.

Hậu trường chuyên môn giúp thương hiệu có tính người. Bán hàng mềm giúp offer xuất hiện tự nhiên. Nội dung cộng đồng giữ nhịp tương tác và khiến người đọc thấy mình thuộc về một nhóm đang học cùng nhau.

Cách phân bổ trong 30 ngày

Trong tuần đầu, ưu tiên nhận biết vấn đề và giáo dục. Tuần hai, tăng nội dung niềm tin, quy trình, phản biện. Tuần ba, đưa case, ví dụ và bằng chứng. Tuần bốn, xử lý rào cản và mời hành động rõ hơn.

Không cần mỗi ngày đều bán. Nhưng nếu cả tháng không có bài nào mời hành động, bạn đang vận hành như một kênh chia sẻ miễn phí chứ chưa phải một hệ thống content phục vụ kinh doanh.

Worksheet: ma trận trụ cột

Trụ cột	Vai trò	Ví dụ góc bài
Giáo dục	Giúp khách hàng hiểu vấn đề	
Phản biện	Xử lý niềm tin sai	
Quy trình	Tăng niềm tin chuyên môn	
Case	Cho thấy ứng dụng thực tế	
Bán hàng mềm	Mời hành động rõ ràng	

Bài tập cuối chương

Chọn trụ cột và tỷ trọng

Chọn 5 trụ cột cho sản phẩm mũi nhọn. Gán tỷ trọng cho 30 ngày, ví dụ giáo dục 30%, niềm tin 25%, case 15%, bán hàng mềm 20%, cộng đồng 10%.

Checklist tự kiểm tra

- Mỗi trụ cột có vai trò rõ trong hành trình mua.
- Tôi không nhầm trụ cột nội dung với định dạng bài viết.
- Tôi có tỷ trọng nội dung cho 30 ngày.

Thực hành chương 5

Trang làm việc: Thiết kế 5 đến 7 trụ cột nội dung

Dùng trang này để kéo nội dung ra khỏi đầu và đưa vào một dạng có thể vận hành. Không cần viết hay ở bước đầu. Chỉ cần đủ thật, đủ rõ và đủ gần với dữ liệu kinh doanh của bạn.

Mục cần điền	Ghi chú của bạn
Điều quan trọng nhất tôi rút ra từ chương này	
Dữ liệu thật hoặc ví dụ tôi đang có	
Prompt, checklist hoặc template tôi sẽ dùng	
Một việc tôi sẽ làm trong 24 giờ tới	
Dấu hiệu cho thấy bước này đã làm đúng	

Gợi ý tự soi

Nếu câu trả lời của bạn vẫn dùng nhiều từ chung như 'tăng nhận diện', 'làm content tốt hơn', 'khách hàng tiềm năng', hãy viết lại cụ thể hơn: ai, kênh nào, hành động nào, trong bao lâu, dựa trên dữ liệu nào.

Viết prompt AI theo chuẩn đầu vào chuyên nghiệp

Prompt tốt không phải câu lệnh hoa mỹ. Prompt tốt là bản brief đủ rõ để AI hiểu sản phẩm, khách hàng, mục tiêu, giọng văn và tiêu chí đánh giá.

Cấu trúc prompt sáu phần

Một prompt vận hành nên có: vai trò của AI, bối cảnh doanh nghiệp, dữ liệu khách hàng, mục tiêu nội dung, định dạng đầu ra và tiêu chí loại bỏ. Thiếu phần nào, AI sẽ tự đoán phần đó.

Đừng chỉ yêu cầu 'viết hay hơn'. Hãy nói rõ hay theo tiêu chí nào: gần gũi hơn, ít thuật ngữ hơn, nhiều ví dụ hơn, CTA mềm hơn, hoặc giống giọng của một founder đang chia sẻ thật hơn.

Vị trí gắn tool hoặc affiliate link

Nếu ebook có hướng dẫn dùng một công cụ cụ thể, đây là vị trí tự nhiên để đặt link đăng ký: ngay trước phần prompt lab hoặc cuối phần hướng dẫn thiết lập. Người đọc lúc này đã hiểu vì sao cần tool và chuẩn bị thực hành.

Không nên nhồi link ở đầu ebook. Link chỉ hiệu quả khi xuất hiện đúng thời điểm người đọc có nhu cầu hành động.

Prompt thực hành

Bạn là trợ lý chiến lược content cho một SME.

Bối cảnh:

- Sản phẩm/dịch vụ: [mô tả]
- Khách hàng mục tiêu: [ai]
- Vấn đề chính: [vấn đề]
- Rào cản mua hàng: [rào cản]
- Lời hứa chính: [promise]
- Giọng thương hiệu: [ấm, thực tế, có quan điểm, không giáo điều]

Nhiệm vụ:

Tạo 10 ý tưởng content cho giai đoạn [nhận biết/niềm tin/bán hàng].

Mỗi ý tưởng cần có:

1. Hook mở bài
2. Insight đứng sau ý tưởng
3. Góc triển khai
4. CTA mềm

Loại bỏ các ý tưởng quá chung, nghe như bài quảng cáo hoặc không dựa trên insight khách hàng.

Bài tập cuối chương

Tạo prompt gốc cho sản phẩm của bạn

Viết một prompt gốc có đủ sáu phần. Chạy thử để tạo ba ý tưởng bài viết, sau đó đánh giá: ý tưởng có sát insight không, có đúng giọng không, có phục vụ mục tiêu 30 ngày không.

Checklist tự kiểm tra

- Prompt của tôi có đủ bối cảnh, không chỉ có yêu cầu đầu ra.
- Tôi có tiêu chí loại bỏ để tránh bài viết chung chung.
- Tôi biết đặt link công cụ ở đúng bước thực hành, không nhồi đầu ebook.

Thực hành chương 6

Trang làm việc: Viết prompt AI theo chuẩn đầu vào chuyên nghiệp

Dùng trang này để kéo nội dung ra khỏi đầu và đưa vào một dạng có thể vận hành. Không cần viết hay ở bước đầu. Chỉ cần đủ thật, đủ rõ và đủ gần với dữ liệu kinh doanh của bạn.

Mục cần điền	Ghi chú của bạn
Điều quan trọng nhất tôi rút ra từ chương này	
Dữ liệu thật hoặc ví dụ tôi đang có	
Prompt, checklist hoặc template tôi sẽ dùng	
Một việc tôi sẽ làm trong 24 giờ tới	
Dấu hiệu cho thấy bước này đã làm đúng	

Gợi ý tự soi

Nếu câu trả lời của bạn vẫn dùng nhiều từ chung như 'tăng nhận diện', 'làm content tốt hơn', 'khách hàng tiềm năng', hãy viết lại cụ thể hơn: ai, kênh nào, hành động nào, trong bao lâu, dựa trên dữ liệu nào.

Tạo lịch content 30 ngày có logic chuyển đổi

Lịch content tốt không chỉ là bảng ngày đăng. Nó là một chuỗi niềm tin được sắp xếp để người đọc tiến gần hơn tới hành động.

Logic bốn tuần

Tuần 1: gọi tên vấn đề. Tuần này giúp người đọc thấy 'đúng rồi, mình đang mắc chuyện này'. Nội dung nên dùng nhiều insight, ví dụ đời thường và câu hỏi tự soi.

Tuần 2: giải thích giải pháp. Đây là lúc đưa framework, quy trình, phương pháp. Tuần 3: chứng minh. Dùng case, ví dụ, hậu trường, phân tích trước-sau. Tuần 4: mời hành động và xử lý rào cản.

Mỗi bài cần một CTA phù hợp

CTA không phải lúc nào cũng là mua ngay. Ở đầu hành trình, CTA có thể là lưu bài, trả lời một câu hỏi, tải checklist, hoặc tự audit. Ở cuối hành trình, CTA có thể là đặt lịch, inbox, đăng ký workshop hoặc mua ebook.

Nếu CTA quá sớm, người đọc thấy bị bán. Nếu CTA quá muộn, content không tạo chuyển đổi. Hãy xem CTA như nhíp dẫn đường, không phải câu chốt ép buộc.

Mẫu lịch content 30 ngày

Ngày	Trụ cột	Hook/ý tưởng	CTA
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

Bài tập cuối chương

Dạng lịch nháp 30 ngày

Tạo lịch gồm ngày, trụ cột, mục tiêu, hook, định dạng, CTA và trạng thái. Chưa cần viết full bài. Chỉ cần chắc rằng 30 ngày có logic chuyển đổi rõ.

Checklist tự kiểm tra

- Tuần 1 tập trung gọi tên vấn đề.
- Tuần 2 có nội dung phương pháp và quy trình.
- Tuần 3 có case, ví dụ hoặc bằng chứng.
- Tuần 4 có xử lý rào cản và lời mời hành động.

Thực hành chương 7

Trang làm việc: Tạo lịch content 30 ngày có logic chuyển đổi

Dùng trang này để kéo nội dung ra khỏi đầu và đưa vào một dạng có thể vận hành. Không cần viết hay ở bước đầu. Chỉ cần đủ thật, đủ rõ và đủ gần với dữ liệu kinh doanh của bạn.

Mục cần điền	Ghi chú của bạn
Điều quan trọng nhất tôi rút ra từ chương này	
Dữ liệu thật hoặc ví dụ tôi đang có	
Prompt, checklist hoặc template tôi sẽ dùng	
Một việc tôi sẽ làm trong 24 giờ tới	
Dấu hiệu cho thấy bước này đã làm đúng	

Gợi ý tự soi

Nếu câu trả lời của bạn vẫn dùng nhiều từ chung như 'tăng nhận diện', 'làm content tốt hơn', 'khách hàng tiềm năng', hãy viết lại cụ thể hơn: ai, kênh nào, hành động nào, trong bao lâu, dựa trên dữ liệu nào.

Biến một ý tưởng thành nhiều định dạng

Đội nhỏ không nên sản xuất từ số không mỗi ngày. Một insight tốt có thể trở thành nhiều tài sản truyền thông nếu bạn biết tách lõi ý tưởng khỏi định dạng.

Từ insight đến hệ sinh thái nội dung

Một insight có thể bắt đầu bằng bài Facebook dài, sau đó rút thành carousel, chuyển thành kịch bản video ngắn, viết lại thành email nuôi dưỡng và biến thành câu hỏi mở cho cộng đồng.

Điểm cần giữ là luận điểm và ví dụ. Điểm có thể thay đổi là độ dài, nhịp kể, CTA và cách mở bài.

Quy trình tái chế không làm mất chất

Hãy bắt đầu từ bài gốc có góc nhìn rõ. Sau đó yêu cầu AI tạo các biến thể theo từng kênh, nhưng luôn giữ insight chính và giọng thương hiệu. Cuối cùng, con người phải biên tập lại để bỏ câu chung chung.

Tái chế không phải copy cùng một nội dung sang mọi nơi. Tái chế là giữ cùng một ý tưởng chiến lược nhưng đổi cách trình bày cho đúng bối cảnh đọc.

Bài tập cuối chương

Tái chế một bài thành năm tài sản

Chọn một insight mạnh. Tạo 1 bài dài, 1 carousel outline, 1 kịch bản video 45 giây, 1 email ngắn và 1 câu hỏi cộng đồng. So sánh xem định dạng nào cần CTA nào.

Checklist tự kiểm tra

- Tôi có bài gốc đủ rõ trước khi tái chế.
- Mỗi biến thể được chỉnh cho đúng kênh.
- Tôi không để AI lặp nguyên văn cùng một câu ở mọi định dạng.

Trang làm việc: Biến một ý tưởng thành nhiều định dạng

Dùng trang này để kéo nội dung ra khỏi đầu và đưa vào một dạng có thể vận hành. Không cần viết hay ở bước đầu. Chỉ cần đủ thật, đủ rõ và đủ gần với dữ liệu kinh doanh của bạn.

Mục cần điền	Ghi chú của bạn
Điều quan trọng nhất tôi rút ra từ chương này	
Dữ liệu thật hoặc ví dụ tôi đang có	
Prompt, checklist hoặc template tôi sẽ dùng	
Một việc tôi sẽ làm trong 24 giờ tới	
Dấu hiệu cho thấy bước này đã làm đúng	

Gợi ý tự soi

Nếu câu trả lời của bạn vẫn dùng nhiều từ chung như 'tăng nhận diện', 'làm content tốt hơn', 'khách hàng tiềm năng', hãy viết lại cụ thể hơn: ai, kênh nào, hành động nào, trong bao lâu, dựa trên dữ liệu nào.

Kiểm duyệt chất lượng trước khi đăng

AI giúp bạn ra nháp nhanh. Nhưng bản nháp không nên đi thẳng lên kênh thương hiệu nếu chưa qua checklist kiểm duyệt.

Sáu câu hỏi kiểm duyệt

Bài này đang nói với ai? Nó dựa trên insight nào? Nó có một luận điểm rõ không? Nó có ví dụ cụ thể không? CTA có phù hợp với giai đoạn không? Có câu nào nghe như AI viết cho mọi ngành không?

Nếu một bài không trả lời được sáu câu hỏi này, hãy sửa trước khi đăng. Đừng để tốc độ của AI làm bạn bỏ qua tiêu chuẩn thương hiệu.

Cách làm bài viết bớt giọng AI

Thêm chi tiết quan sát thật. Thay câu tổng quát bằng tình huống cụ thể. Giảm các cụm như 'trong thời đại số' hoặc 'đây là yếu tố quan trọng'. Đưa vào quan điểm cá nhân nếu thương hiệu cho phép.

Với De AI Tinh, giọng tốt là giọng có trải nghiệm: 'Tôi đã thử cách này với học viên/coaching/case B2B và thấy điểm dễ kẹt nhất là...'. Nếu chưa có số liệu công bố được, hãy nói là quan sát thay vì bịa kết quả.

Bài tập cuối chương

Biên tập một bài AI viết

Lấy một bài nháp do AI tạo. Dùng checklist sáu câu hỏi để sửa. Sau đó tô đậm ba câu mang chất riêng nhất và xóa ba câu chung chung nhất.

Checklist tự kiểm tra

- Bài viết có insight và luận điểm rõ.
- Có ví dụ hoặc tình huống cụ thể.
- CTA không bị ép và đúng giai đoạn.
- Không có đoạn văn chung chung, nghe như mọi thương hiệu đều dùng được.

Trang làm việc: Kiểm duyệt chất lượng trước khi đăng

Dùng trang này để kéo nội dung ra khỏi đầu và đưa vào một dạng có thể vận hành. Không cần viết hay ở bước đầu. Chỉ cần đủ thật, đủ rõ và đủ gần với dữ liệu kinh doanh của bạn.

Mục cần điền	Ghi chú của bạn
Điều quan trọng nhất tôi rút ra từ chương này	
Dữ liệu thật hoặc ví dụ tôi đang có	
Prompt, checklist hoặc template tôi sẽ dùng	
Một việc tôi sẽ làm trong 24 giờ tới	
Dấu hiệu cho thấy bước này đã làm đúng	

Gợi ý tự soi

Nếu câu trả lời của bạn vẫn dùng nhiều từ chung như 'tăng nhận diện', 'làm content tốt hơn', 'khách hàng tiềm năng', hãy viết lại cụ thể hơn: ai, kênh nào, hành động nào, trong bao lâu, dựa trên dữ liệu nào.

Case thực chiến và cách tự viết case của bạn

Case là nơi biến phương pháp thành niềm tin. Nhưng với case, nguyên tắc quan trọng nhất là không tự bịa kết quả.

Cấu trúc case nên dùng

Một case tốt có sáu phần: bối cảnh, vấn đề ban đầu, cách tiếp cận, quá trình triển khai, quan sát hoặc kết quả, bài học rút ra. Không phải case nào cũng cần số liệu lớn. Nhưng case nào cũng cần tính thật.

Với kinh nghiệm của Hoàng Nhật Mai, phần này có thể lấy từ coaching 1-1, workshop hoặc case B2B như Mibrand. Chỉ nên công bố chi tiết khi đã được phép và có dữ liệu xác thực.

Khung tự viết case

Bối cảnh: khách hàng, học viên hoặc dự án bắt đầu từ đâu. **Vấn đề ban đầu:** họ đang kẹt ở bước nào, mất thời gian ở đâu, hoặc chưa ra quyết định được vì thiếu dữ liệu gì.

Cách triển khai: AI được dùng ở công đoạn nào, con người giữ vai trò duyệt điều gì, và đâu là thay đổi nhỏ tạo ra khác biệt trong cách làm việc.

Bài học rút ra: điều người đọc có thể áp dụng lại cho chính họ, kể cả khi bạn ẩn danh khách hàng hoặc không công bố số liệu.

Bài tập cuối chương

Viết case của chính bạn

Chọn một khách hàng, học viên hoặc dự án. Viết case theo sáu phần. Nếu chưa có quyền công bố tên, hãy ẩn danh và tập trung vào bài học phương pháp.

Checklist tự kiểm tra

- Tôi không bịa số liệu hoặc kết quả khách hàng.
- Case có bối cảnh trước khi nói giải pháp.
- Case rút ra bài học người đọc có thể áp dụng.

Trang làm việc: Case thực chiến và cách tự viết case của bạn

Dùng trang này để kéo nội dung ra khỏi đầu và đưa vào một dạng có thể vận hành. Không cần viết hay ở bước đầu. Chỉ cần đủ thật, đủ rõ và đủ gần với dữ liệu kinh doanh của bạn.

Mục cần điền	Ghi chú của bạn
Điều quan trọng nhất tôi rút ra từ chương này	
Dữ liệu thật hoặc ví dụ tôi đang có	
Prompt, checklist hoặc template tôi sẽ dùng	
Một việc tôi sẽ làm trong 24 giờ tới	
Dấu hiệu cho thấy bước này đã làm đúng	

Gợi ý tự soi

Nếu câu trả lời của bạn vẫn dùng nhiều từ chung như 'tăng nhận diện', 'làm content tốt hơn', 'khách hàng tiềm năng', hãy viết lại cụ thể hơn: ai, kênh nào, hành động nào, trong bao lâu, dựa trên dữ liệu nào.

Vận hành hệ thống content mỗi tuần

Một hệ thống chỉ có giá trị khi đội nhỏ có thể vận hành đều mà không kiệt sức.

Lịch làm việc 2 đến 3 giờ mỗi tuần

Buổi 1: gom dữ liệu và chọn insight. Buổi 2: dùng AI tạo nháp theo trụ cột. Buổi 3: biên tập, lên lịch, chuẩn bị hình ảnh hoặc video. Nếu đội rất nhỏ, có thể gộp buổi 2 và 3 nhưng không nên bỏ bước biên tập.

Mỗi tuần chỉ cần một cuộc review ngắn: bài nào có tín hiệu tốt, bài nào kéo đúng người, câu hỏi nào lặp lại, rào cản nào xuất hiện mới.

Vai trò trong đội

Founder hoặc chuyên gia giữ vai trò nguồn insight và người duyệt quan điểm. Content marketer vận hành lịch, prompt và biên tập. AI hỗ trợ phân tích, tạo nháp, tái chế và kiểm tra độ rõ.

Nếu một người làm tất cả, hãy chia theo mũ: mũ chiến lược, mũ sản xuất, mũ biên tập, mũ đo lường. Đừng đội cả bốn mũ trong cùng một phiên làm việc.

Bài tập cuối chương

Thiết kế tuần vận hành đầu tiên

Chọn ba khung giờ cố định trong tuần tới. Gán từng khung giờ cho gom insight, tạo nháp và biên tập/lên lịch. Đặt lịch trước như một buổi làm việc thật.

Checklist tự kiểm tra

- Tôi có lịch vận hành cố định, không chờ cảm hứng.
- Tôi tách bước tạo nháp và biên tập.
- Tôi review tín hiệu mỗi tuần, không chờ hết tháng mới nhìn số.

Trang làm việc: Vận hành hệ thống content mỗi tuần

Dùng trang này để kéo nội dung ra khỏi đầu và đưa vào một dạng có thể vận hành. Không cần viết hay ở bước đầu. Chỉ cần đủ thật, đủ rõ và đủ gần với dữ liệu kinh doanh của bạn.

Mục cần điền	Ghi chú của bạn
Điều quan trọng nhất tôi rút ra từ chương này	
Dữ liệu thật hoặc ví dụ tôi đang có	
Prompt, checklist hoặc template tôi sẽ dùng	
Một việc tôi sẽ làm trong 24 giờ tới	
Dấu hiệu cho thấy bước này đã làm đúng	

Gợi ý tự soi

Nếu câu trả lời của bạn vẫn dùng nhiều từ chung như 'tăng nhận diện', 'làm content tốt hơn', 'khách hàng tiềm năng', hãy viết lại cụ thể hơn: ai, kênh nào, hành động nào, trong bao lâu, dựa trên dữ liệu nào.

Đo lường và cải tiến sau 30 ngày

Mục tiêu của 30 ngày đầu không phải là hoàn hảo. Mục tiêu là học được nội dung nào kéo đúng người và vì sao.

Nhìn chỉ số theo mục tiêu

Nếu mục tiêu là nhận biết, hãy nhìn reach, share, bình luận tự nhiên. Nếu mục tiêu là niềm tin, hãy nhìn lưu bài, inbox hỏi sâu, phản hồi dài. Nếu mục tiêu là bán hàng, hãy nhìn lead, cuộc hẹn, hỏi giá và chuyển đổi.

Đừng so một bài giáo dục với một bài chốt sale bằng cùng một thước đo. Mỗi bài cần được đánh giá theo nhiệm vụ của nó.

Cập nhật prompt và lịch tháng sau

Sau 30 ngày, hãy chọn 5 bài tốt nhất và 5 bài yếu nhất. Dùng AI hỗ trợ phân tích điểm chung, nhưng bạn phải là người quyết định điều gì đúng với thị trường và thương hiệu.

Prompt tháng sau nên được cập nhật bằng insight mới: câu hỏi mới, rào cản mới, ví dụ mới, CTA nào hoạt động tốt hơn, định dạng nào phù hợp hơn.

Bảng review 30 ngày

Bài/lý tưởng	Tín hiệu	Điều học được	Điều chỉnh

Bài tập cuối chương

Review 30 ngày

Tạo bảng gồm bài đăng, mục tiêu, tín hiệu tốt, tín hiệu yếu, insight học được và điều chỉnh cho tháng sau. Chọn ba thay đổi cụ thể, không viết kế hoạch quá rộng.

Checklist tự kiểm tra

- Tôi đo bài theo mục tiêu của bài.
- Tôi có danh sách insight mới sau 30 ngày.
- Tôi cập nhật prompt và lịch tháng sau dựa trên dữ liệu thật.

Trang làm việc: Đo lường và cải tiến sau 30 ngày

Dùng trang này để kéo nội dung ra khỏi đầu và đưa vào một dạng có thể vận hành. Không cần viết hay ở bước đầu. Chỉ cần đủ thật, đủ rõ và đủ gần với dữ liệu kinh doanh của bạn.

Mục cần điền	Ghi chú của bạn
Điều quan trọng nhất tôi rút ra từ chương này	
Dữ liệu thật hoặc ví dụ tôi đang có	
Prompt, checklist hoặc template tôi sẽ dùng	
Một việc tôi sẽ làm trong 24 giờ tới	
Dấu hiệu cho thấy bước này đã làm đúng	

Gợi ý tự soi

Nếu câu trả lời của bạn vẫn dùng nhiều từ chung như 'tăng nhận diện', 'làm content tốt hơn', 'khách hàng tiềm năng', hãy viết lại cụ thể hơn: ai, kênh nào, hành động nào, trong bao lâu, dựa trên dữ liệu nào.

Phụ lục: lịch triển khai 30 ngày

Dùng bảng này sau khi đã hoàn thành các chương chính. Mỗi dòng là một điểm neo để bạn đưa hệ thống vào lịch làm việc thật, thay vì để kế hoạch nằm trong file.

Ngày	Nhiệm vụ chính	Tín hiệu cần theo dõi
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		

Ngày	Nhiệm vụ chính	Tín hiệu cần theo dõi
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		

Phụ lục: bộ prompt nhanh

Dùng phần này như hộp công cụ. Mỗi prompt nên được thay bằng dữ liệu thật từ sản phẩm, khách hàng và lịch content của bạn.

Prompt 1 - Chuyển insight thành góc bài

Insight: [dán insight]

Sản phẩm: [mô tả]

Khách hàng: [ai]

Hãy tạo 8 góc content, chia theo: giáo dục, phản biện, case, bán hàng mềm.

Prompt 2 - Biên tập bớt giọng AI

Dưới đây là bài nháp:

[dán bài]

Hãy chỉ ra các câu chung chung, đề xuất cách sửa gần gũi hơn, có ví dụ hơn, và giữ giọng một founder đang chia sẻ kinh nghiệm thật.

Prompt 3 - Review lịch content

Dưới đây là lịch content 30 ngày:

[dán lịch]

Hãy kiểm tra xem lịch có đủ logic chuyển đổi chưa, có thiếu trụ cột nào không, và đề xuất 5 điều chỉnh để lịch phục vụ mục tiêu [lead/sale/niềm tin].