

NỀN MÓNG KÊNH TRIỆU VIEW X10 DOANH THU

Dành cho người chưa biết gì: gỡ lằm tưởg, nhìn thẳng nỗi đau, đặt móng đúng trước khi làm video đầu tiên.

"Tiền không biến mất. Tiền chỉ đổi chỗ. Người thẳng là người chuẩn bị sớm, xây thương hiệu sớm và chuẩn hóa sớm."

**THÁI THƯỢNG HOÀNG HUYNH ·
#TOIUUKINHDOANH**

Bản TẶNG · Đọc trên điện thoại

Phương pháp gốc: **Đào Quang Trung** · Biên soạn & ứng dụng:

Thái Thượng Hoàng Huỳnh

TẬP 1 · NỀN MÓNG

Trong tập này có gì

PHẦN MỞ · TÌNH GIÁC TRƯỚC KHI XÂY

- 01 6 lần tưởng chết người về xây kênh
- 02 Nỗi đau: cái giá của KHÔNG xây kênh và xây SAI cách
- 03 Lợi ích: kênh là tài sản - phễu đầu của Fiveways
- 04 Công thức x10 và cách dùng bộ sách

TẦNG TƯ DUY · 50% CUỘC CHƠI

- 01 9 tư duy gốc quyết định trước cả kỹ thuật
- 02 Ba câu nhắc trước khi vào việc
- 03 Vì sao 80% người học bỏ cuộc giữa đường
- 04 Điểm niềm tin tích cực + 4 cấp độ lãnh đạo
- 05 Bài tập 1%: phép cộng dồn không ai thấy

GIAI ĐOẠN 1 · ĐẶT MÓNG

- 01 Chọn người bạn phục vụ
- 02 Định vị nhân hiệu: tuyến rộng hay tuyến hẹp
- 03 Chuẩn hóa mặt tiền: avatar, banner, giới thiệu
- 04 3 SỚM: chuẩn bị sớm, xây thương hiệu sớm, chuẩn hóa sớm
- 05 Thực hành GĐ1: bài tập + template + tự chấm

GIAI ĐOẠN 2 · NẠP ĐÚNG

- 01 Lọc thông tin: não sạch mới sáng tạo được

02 Top 20: đứng trên vai 20 người khổng lồ

03 File đánh cắp ý tưởng: kho nội dung vô hạn

04 Đơn giản hóa để làm được mỗi ngày

05 Thực hành GD2: bài tập + template + tự chấm

01 Kết tập 1: Móng xong rồi · Hẹn ở Tập 2

02 Một lời mời: nếu bạn muốn nghe bản gốc

6 lầm tưởng chết người về xây kênh

Trước khi dạy bạn làm đúng, tôi phải đập vỡ những thứ bạn đang tin sai. Vì làm chăm đến mấy mà tư duy sai thì càng chăm càng đi xa bờ. Soi từng cái, xem bạn dính mấy cái.

1 "Tôi không có khiếu, không giỏi ăn nói"

Sai. Không cần là nhà sáng tạo, không cần giỏi ăn nói. Người ta **viết note ra trước rồi đọc theo** mà xây được cả hệ thống kênh. Trên mạng xã hội không ai "tự sáng tạo" cả - tất cả đều học từ một cái gốc nào đó.

2 "Làm video là hên xui, video nào lên là do may"

Sai. Người hiểu cách nền tảng phân phối thì **làm một phát là biết video lên hay không**. "Ăn may" chỉ là tên gọi của sự thiếu hiểu biết. Tư duy ăn may là thứ đầu tiên phải vứt đi.

3 "Cứ nhiều view là ra tiền"

Sai. Có người làm video hài triệu view, nhưng người follow **sai tệp hoàn toàn** - "cả Ấn Độ cũng follow". Kết quả: chạy quảng cáo tốn tiền, không chuyển đổi, không ra đơn. **View đúng người mới ra tiền. View sai người chỉ ra số.**

4 "Có sản phẩm tốt rồi, giờ làm kênh nói về nó"

Sai. Bắt đầu từ sản phẩm là loạn kênh, không ai theo dõi. Phải bắt đầu từ **nhóm người bạn phục vụ**: hút được họ vào thì bán cái gì cũng được. Khách không mua sản phẩm, khách mua **lợi ích** mà sản phẩm mang lại.

5 "Video phải đẹp, phải xịn, phải đầu tư máy móc"

Sai. Phải **chiến thắng nền tảng trước khi chiến thắng khán giả**. Nền tảng không phân phối thì video xịn mấy cũng không ai thấy. Video triệu view thường là video **đơn giản, dễ làm** - video cầu kỳ là của diễn viên, không phải của người kinh doanh.

6 "Lên kênh là để đăng bán hàng luôn"

Sai. Xây kênh là đi tìm người lạ - phải **nuôi dưỡng trước, chốt sau**. "Ao cá chưa lớn mà tung sản phẩm thì cá mới vào là chạy luôn." Bán sớm là đuổi khách sớm.

"Chúng ta không thể dùng cách cũ để tạo ra kết quả mới."

Nỗi đau: cái giá của KHÔNG xây kênh

Bạn thấy cửa hàng vắng hơn. Khách cũ ít gọi lại. Chạy quảng cáo thì ngày càng đắt mà đơn thì mỏng. Nhiều người kết luận: "hết thời rồi, thị trường khó rồi".

Sai. **Tiền không biến mất. Tiền chỉ đổi chỗ.** Khách của bạn vẫn tiêu tiền mỗi ngày - họ chỉ đứng ở chỗ khác: trong những video ngắn họ lướt mỗi tối. **Cái chợ đã dời đi. Bạn vẫn ngồi giữ sạp ở chợ cũ.**

Không xây kênh, bạn đang trả những cái giá này mỗi ngày:

- Khách mới **không biết bạn tồn tại** - họ chỉ thấy đối thủ đang phủ sóng.
- Muốn có khách phải **mua từng người** bằng tiền quảng cáo, giá ngày càng đắt.
- Khách cũ rơi rụng dần mà **không có dòng người lạ mới** bù vào.
- Đối thủ chẳng giỏi hơn bạn, chỉ **ra chợ mới sớm hơn** - và họ đang gom khách của bạn.

Chuyện thật từ kênh của tôi: tôi làm một video 30 giây điểm tên 8 ngành cực ngon trong 10 năm tới. Hơn **8.000 lượt thích**, gần **900 lượt chia sẻ** - người ta share để cảnh báo nhau, rủ nhau chuẩn bị. Dưới video có người bình luận: **"Ngành 4 đấy! Đã chuẩn bị 8 năm."** Trong khi bạn còn lưỡng lự, người thắng đã chuẩn bị nhiều năm rồi.

"Thờ ơ là trả giá."

Và nỗi đau của người xây kênh SAI cách

Đau hơn cả người chưa làm là người **làm chăm mà làm sai**. Bốn cái chết phổ biến nhất:

① **Cày mãi không lên:** có người chạy công thức cũ suốt **8 tháng**, kênh chỉ được **2.000** người theo dõi.

② **View to, đơn 0:** video triệu view nhưng hút sai người - follow ảo, tệp lệch. Đến lúc bán chẳng ai mua.

③ **Xoay tuyến giữa chừng:** kênh đang lên thì đổi chủ đề - kênh khựng lại, coi như xây lại từ đầu.

④ **Làm kiểu phức tạp:** đầu tư máy móc, dựng cầu kỳ - được 2 tuần thì đuối, bỏ cuộc.

Tin tốt: cả 4 cái chết này đều **tránh được** bằng phần nền móng trong tập này. Người 8 tháng 2.000 follow ở trên, đổi hệ thống xong: **hai tuần** lên mười mấy ngàn, rồi **nút bạc**.

Lợi ích: kênh là tài sản - phễu đầu của Fiveways

Vậy xây kênh đúng cách thì được gì? Ba thứ, và thứ nào cũng đáng tiền:

1 · Kênh là TÀI SẢN, không phải việc làm thêm.

Việc làm thêm: dừng tay là dừng tiền. Tài sản: mỗi video đăng lên **nằm đó làm việc cho bạn ngày đêm**, kéo người lạ về kể cả lúc bạn ngủ. Càng nuôi càng có giá. Bằng chứng: ba năm, **1.300 video, 160.000** người theo dõi - vượt người làm nghề 13 năm.

2 · Kênh là PHỄU ĐẦU của Fiveways.

Doanh thu của bạn đứng trên 5 đòn bẩy (Fiveways): **Traffic × Tỷ lệ chuyển đổi × Giá trị đơn × Tần suất mua lại × Giới thiệu**. Mọi đòn bẩy phía sau đều vô nghĩa nếu **không có dòng người lạ đổ vào**. Kênh chính là vòi nước Traffic - phễu đầu tiên của cả hệ thống, và là traffic **miễn phí, tự chảy**, không phải mua từng người.

3 · Kênh sàng lọc ĐÚNG NGƯỜI và xây NIỀM TIN sẵn.

Định vị đúng thì kênh tự hút đúng tệp khách mua bằng tiền thật. Họ xem bạn mỗi ngày, tin bạn trước khi gặp bạn. Đến lúc bạn mở bán, **không phải thuyết phục người lạ nữa** - bạn mời những người đã tin.

Nhìn rộng ra: trên mạng xã hội chỉ có hai nhóm - **nhóm kiếm được tiền** (nhà sáng tạo) và **nhóm không kiếm được tiền** (người xem). Bộ sách này đưa bạn từ nhóm hai sang nhóm một, theo con đường của người kinh doanh: **kiếm tiền bằng bán sản phẩm, dịch vụ của chính mình.**

Và nhớ: **kênh chỉ là phần nổi của tảng băng.** 80% chìm bên dưới là hệ thống - thứ bộ sách này dạy bạn xây.

Công thức x10 của Fiveways

Nghe "x10 doanh thu", đa số nghĩ phải có view gấp 10. **Sai từ gốc. x10 không đến từ view.** Nó đến từ 5 đòn bẩy của Fiveways nhân vào nhau:

**Traffic × Tỷ lệ chuyển đổi × Giá trị đơn
× Tần suất mua lại × Giới thiệu**

Mỗi đòn bẩy chỉ cần tăng **1,6 lần** là cả cỗ máy ra
x10.

$$1,6 \times 1,6 \times 1,6 \times 1,6 \times 1,6 \approx 10$$

Tăng một thứ lên 10 lần thì cực khó. Tăng năm thứ, mỗi thứ 1,6 lần, thì người bình thường làm được. Đó là **tư duy tối ưu**: không gồng một điểm, mà vận đều cả hệ thống. Ai bảo bạn "cứ viral là giàu" là chưa nhìn thấy 4 đòn bẩy còn lại.

Cách dùng bộ sách

Cả bộ 4 tập đi đúng theo trục Fiveways:

- **Tập 1 (bạn đang đọc):** đặt móng + nạp đúng.
- **Tập 2:** cỡ máy triệu view - kéo **Traffic**.
- **Tập 3:** biến view thành khách - kéo **Tỷ lệ chuyên đổi**.
- **Tập 4:** x10 - kéo **Giá trị đơn, Mua lại, Giới thiệu**.

3 luật khi đọc:

- ① Đọc theo thứ tự, đừng nhảy cóc.
- ② Cuối mỗi giai đoạn có **bài tập + template + bảng tự chấm**. Chưa đạt điểm thì chưa sang phần sau.
- ③ Đọc xong Tập 1 phải có 2 thứ THẬT: **chân dung khách đã chốt** và **file Top 20 đã lập**. Không có, coi như chưa đọc.

TẦNG TƯ DUY · 50% CUỘC CHƠI

9 tư duy gốc: thứ quyết định trước cả kỹ thuật

Trước khi đặt viên gạch đầu tiên, phải nói thẳng một điều: trong toàn bộ hệ thống này, **50% là tầng tư duy**. Không phải kỹ thuật, không phải thiết bị.

Tư duy đúng → chiến lược đúng → hành động đúng.

Tư duy sai → chiến lược sai → hành động sai theo.

Đây là 9 tư duy gốc. Nắm đủ 9 thứ này thì **không có con đường thất bại**.

1 Kênh là một TÀI SẢN cực lớn

Muốn có kênh mà chỉ để kinh doanh thì thuê người xây cho nhanh. Bạn tự xây vì **kênh chính là tài sản** - là cửa hàng của bạn trên online.

Phép so sánh đắt giá: mở 3 cửa hàng thật tốn **10 tỷ đầu tư + 145 triệu tiền thuê mỗi tháng**, lại nằm trên đất người khác. Cửa hàng online: **không mất một đồng thuê**, mà doanh số có thể gấp ba. Vậy tại sao lại coi nó là "việc làm thêm"?

Coi kênh là tài sản 10 tỷ thì **hành động sẽ nhất quán**: làm video xong mới ăn, làm xong mới đi chơi. Coi nó là thứ phụ thì lúc làm lúc bỏ - và đó là lý do 90% người thất bại.

2 Tư duy Top 20

Bám sát Top 20 thì: **người ta đi 10 năm, bạn chỉ cần 3 năm; người ta 3 năm, bạn 1 năm; người ta 1 năm, bạn 3 tháng.**

Và Top 20 không chỉ cho bạn ý tưởng video - họ có sẵn cả **sản phẩm, hệ thống marketing, bán hàng, chăm sóc, vận đơn**. Không có Top 20 thì bạn đi đường vòng vo, rất lâu mới tới đích.

3 8 tiếng sản xuất thì 6 tiếng phải để NẠP

Nguyên văn: "**Nếu cho bạn 8 tiếng để sản xuất triệu view, bạn phải dành 6 tiếng để nạp triệu view.**"

Đầu vào chất lượng thì đầu ra chất lượng.
Người làm ngược lại - 8 tiếng cắm đầu quay dựng, 0 tiếng nạp - là người mãi không khá lên được. **Nạp ít quá** chính là lý do thật sự khiến bạn bí ý tưởng.

4 Sự ĐƠN GIẢN tạo ra sức mạnh

Hai vế phải thuộc: "**Sự đơn giản tạo ra sức mạnh**" và "**Làm những việc đơn giản, có hiệu quả, lặp đi lặp lại sẽ đem đến thành công.**"

Vì sao đúng: thứ thông thường mới là thứ **hàng chục triệu người quan tâm mỗi ngày.**

Một video quay lại vài động tác tập theo ông cụ đạt **9,5 triệu view** - vì ai chẳng đau vai, đau lưng, ai chẳng muốn giảm đau. Còn động tác yoga cắm đầu xuống đất thì rất ít người làm theo được.

Người ta hay mang cái phức tạp vào cuộc chơi, rồi không hiểu vì sao mình thua.

5 Nghĩ lớn, làm nhỏ, kiên trì, nhất quán

Nghĩ lớn: nghĩ triệu view. Một triệu view bằng khoảng **25 lần lấp đầy sân vận động Mỹ Đình** - lớn thật.

Làm nhỏ: video 12-20 giây, 2-5 video mỗi ngày, đơn giản dễ làm.

Kiên trì: 3 tháng, 4 tháng vẫn làm. **Nhất quán:** màu sắc, khuôn mặt, tuyến nội dung không đổi.

Làm giữa chừng mà đổi tuyến, đổi cấu trúc, đổi tệp khách thì **thiên thời địa lợi nhân hòa cũng không cứu được**. Và nhớ: **đủ LƯỢNG thì CHẤT sẽ tới** - chưa lên là vì chưa làm đủ lượng.

6 Thuộc 8 yếu tố triệu view như lòng bàn tay

Học nghiêm túc, ghi chép đàng hoàng, nhìn một video là **gọi tên được ngay yếu tố nào đang thiếu**.

Tư duy sai phổ biến: ham tốc độ, học một chút rồi thấy ai có video triệu view là lao vào bắt chước - nhưng không hiểu bên trong nó là gì, nên làm vài hôm không lên là kết luận "công thức không hợp với mình".

Video lên mà không biết vì sao lên thì **đó là ăn may** - hôm sau flop bạn cũng không biết vì sao. Nắm 8 yếu tố thì làm mãi vẫn lên, vì mọi nền tảng đều đang chạy chung một cấu trúc đề xuất. (Chi tiết ở Tập 2.)

7 20% tốt nhất của 20% tốt nhất

Trong kho video của Top 20, lại chỉ lấy **20% tốt nhất**: view cao nhất, chia sẻ nhiều nhất, bình luận nhiều nhất, lưu nhiều nhất. **Cưỡi con ngựa nhanh nhất.**

Có tư duy này thì **bét nhất bạn cũng là người nghèo nhất trong khu nhà giàu** - không thể làng nhàng trong khu nhà nghèo. Áp dụng với triệu view cũng vậy:бет lắm cũng phải có một hai video triệu view.

8 Bạn KHÔNG cần là nhà sáng tạo

Bạn là **người kinh doanh biết nhân bản những thứ đã thành công** - không phải nhà sáng tạo nội dung phải nghĩ ra cái mới mỗi ngày.

Nhân bản video thắng thành nhiều video.
Nhân bản sản phẩm thắng thành dòng sản phẩm. Cùng một công thức. (Chi tiết ở Tập 2.)

9 NO MONEY, NO VIEW

Người ta hay nói "no view no money". Đúng nhưng chưa đủ. Tư duy đúng là **ngược lại: không ra tiền thì đừng làm view.**

Triệu view phải **tạo ra khách hàng, tạo ra danh sách**, phải xác định được sau bao nhiêu ngày thì ra tiền. Kênh không dẫn tới tiền thì bỏ, làm kênh khác - để tránh sai lầm, vì sai rồi sửa lại rất tốn thời gian.

Ba câu nhắc trước khi vào việc

1 · Thành công không đo bằng mỗi tiền.

Đo bằng 3 thứ: bạn có **hạnh phúc** với việc mình làm không · nó có **mang lợi ích cho xã hội** không · nó có **đủ tiền nuôi** bạn và đội nhóm không.

2 · Ba thứ phá sự tập trung.

Người khác · nỗi đau · sự sung sướng. Thấy người ta kiếm tiền tỷ là bỏ đường mình đang đi - con đường vớ vẩn nhất, và gần như ai cũng dính.

3 · Tập trung một thứ, tới nơi tới chốn.

Đã chọn thì **làm ít nhất một năm**, khó mấy cũng không bỏ. Có Top 20 rồi thì **chỉ nạp từ Top 20**, tránh nhiễu loạn thông tin.

Chứng cứ tư duy tạo ra tiền: một học viên chỉ chỉnh mục tiêu giá trị đơn trung bình - từ **800 nghìn lên 2,4 triệu rồi 4 triệu**: doanh thu tăng **gấp 5 lần** mà không cần thêm khách.

Vì sao 80% người học bỏ cuộc giữa đường

Sự thật phũ: trong bất kỳ khóa học nào cũng chỉ khoảng **20% người thành công**. Không phải vì 80% kia dốt hơn. Lúc vào ai cũng tin. Nhưng đi được một đoạn thì **suy nghĩ tiêu cực chiếm hữu**: "mình nhỏ bé quá", "mình không giỏi bằng người ta", "chắc cách này không hợp với mình". Mất niềm tin là dừng lại.

Và đây là gốc của nó: người ta chỉ chờ **thành công lớn** mới cho phép mình vui. Trong khi con đường từ điểm A đến điểm B rất dài, đầy rào cản và người nói ra nói vào.

Nhận ra mình chưa? Kênh lên 4.000 follow, có video mấy trăm nghìn view - mà chưa từng đăng một bài ăn mừng nào, vì **"đợi triệu view rồi mới ăn mừng"**. Đó là câu có thật của một học viên, và là cách nhanh nhất để tự làm mình kiệt sức.

"Chúng ta có kết quả nhỏ nhưng không ăn mừng - rồi tự hỏi vì sao mình hết năng lượng."

Điểm niềm tin tích cực: thứ giữ bạn đi tới cùng

Giải pháp đơn giản đến mức nghe xong nhiều người bảo "ảo": **ăn mừng mọi chiến thắng nhỏ, và nói nó ra**. Nhưng nó có công thức:

Ngôn từ tích cực → Cảm xúc
→ Niềm tin → Sự ủng hộ

Mỗi lần ăn mừng là một **điểm niềm tin tích cực** cắm xuống đường đi.

Vòng lặp thật sự: bạn kể một thắng lợi nhỏ → người nghe **xuất hiện cảm xúc** nên khen thật lòng → lời khen nạp ngược năng lượng cho bạn → bạn hành động mạnh hơn → lại có thắng lợi mới.

Chuyện thật: một chị mua chiếc bánh đa về ăn với chồng để mừng video đầu tiên có tương tác; kênh đạt 10.000 follow thì dẫn chồng và hai người bạn đi ăn sáng. Nghe rất nhỏ - nhưng đó là cách xây niềm tin cho mình và cho người xung quanh.

4 cấp độ lãnh đạo kim cương

Trước hết, nó nổi thẳng vào kỹ năng bán hàng: biết dùng ngôn từ tạo cảm xúc thì bạn **đọc được cảm xúc của khán giả** → nắm được tầng tâm lý → dẫn dắt được → khách **mua tự nhiên, không cần bán**. (18 tầng tâm lý ở Tập 4.)

Còn muốn dẫn dắt cả một cộng đồng hàng nghìn người lạ, bạn phải đi qua đủ 4 tầng - thiếu tầng nào là nền móng lung lay chỗ đó:

1. **Lãnh đạo bản thân** - dẹp được suy nghĩ tiêu cực của chính mình.
2. **Lãnh đạo gia đình** - để người nhà tin và ủng hộ thay vì cản.
3. **Lãnh đạo đội nhóm** - nhân viên, cộng sự tin vào con đường bạn đi.
4. **Lãnh đạo cộng đồng** - hàng nghìn người lạ nghe bạn.

"Đến vợ mình còn không thuyết phục được thì bán hàng sao được? Đến con mình còn không thuyết phục được thì làm sao thuyết phục cả một cộng đồng chưa từng gặp mình?"

Vì sao gia đình quan trọng đến thế: online là thứ **không nhìn thấy, không sờ thấy**.

Chồng/vợ không hiểu, bố mẹ càng không hiểu, bạn bè không hiểu vì sao bạn phải nổi tiếng. Không hiểu thì sinh rào cản, rào cản thì làm bạn phân tâm, phân tâm thì không tới đích. Ăn mừng cùng họ chính là cách gỡ.

Kết quả có thật: một chị bị chồng gọi trống không, nghi ngờ chuyện học online. Sau khoảng 12 ngày làm đúng bài - có kết quả nhỏ là khoe, là ăn mừng cùng chồng - anh chồng quay sang **tự nguyện làm mẫu cho vợ quay video**, dọn hẳn một góc phòng đẹp để vợ có chỗ quay.

Bài tập 1%: phép cộng dồn không ai thấy

Vì sao chiến thắng nhỏ lại đáng ăn mừng? Vì toán học đứng về phía bạn:

**Tốt hơn 1% mỗi ngày
= 37,8 lần sau một năm**

1,01 lũy thừa 365 $\approx$ 37,8. Mỗi ngày nhích 1% là thứ **không ai nhìn thấy** - kể cả bạn.

Đó là lý do phải ăn mừng cái 1% đó: nó quá nhỏ để cảm nhận, nên nếu không chủ động ghi nhận, bạn sẽ tưởng mình đang giậm chân tại chỗ và bỏ cuộc - đúng vào lúc phép nhân bắt đầu có tác dụng.

Bài tập bắt buộc, làm ngay hôm nay: viết **một bài ăn mừng** đăng lên trang cá nhân hoặc cộng đồng của bạn. Ăn mừng bất cứ thứ gì: video đầu tiên đã đăng, người đầu tiên nhắn tin hỏi, 100 view đầu tiên. Nhỏ đến đâu cũng được - **quan trọng là nói ra**.

Hai từ khóa để đào sâu thêm: nội động lực và ngoại động lực. Cả hai đều **luyện được**, không phải bẩm sinh - chúng được xây lên từ chính môi trường quanh bạn.

Bốn viên gạch đầu tiên

Kênh muốn lên được thì 80% là việc **mài rìu trước khi đốn củi**. Giai đoạn này là mài rìu: chưa cần quay video nào, nhưng quyết định kênh của bạn sau này có ra tiền hay không. Đi sai ở đây là toi ngay từ đầu.

1 Chọn người bạn phục vụ

SAI LẦM CHẾT NGƯỜI

Người mới hay bắt đầu từ **sản phẩm**: "tôi bán trà sen, tôi bán mỹ phẩm, giờ làm kênh về nó". Bắt đầu từ sản phẩm là loạn kênh, đa mục tiêu, không ai theo dõi.

LÀM ĐÚNG

Bắt đầu từ **nhóm đối tượng**: chọn một nhóm người cụ thể, hút được họ vào thì bán cái gì cũng được. Quy trình đúng là: **đối tượng → nội dung hút đối tượng → có view → rồi mới gấn sản phẩm**.

CHÂN DUNG KHÁCH MUA BẰNG TIỀN THẬT

Cố định 3 thứ: họ ở **khung tuổi** nào, **giới tính** gì, và đang gặp **nỗi đau** gì (liệt kê càng nhiều nỗi đau càng tốt). Đây là khách rút ví thật, không phải người xem cho vui.

5 khung tuổi - chọn đúng MỘT khung, đừng ôm cả dải:

18-22: hành vi xem và mua rất khác · **23-25:** đi làm, thu nhập ổn nhưng chưa cao · **26-30:** bắt đầu có gia đình, thu nhập tăng · **31-40:** dư giả, **mua nhiều nhất và giá trị lớn nhất**, chuộng chất lượng hơn giá · **40-55:** ít vướng bận, có tiết kiệm nhưng mua sắm ít hơn.

"Khách hàng không mua sản phẩm. Khách hàng mua cái lợi ích mà sản phẩm đó mang lại."

Và nhớ: bạn có **quyền chọn người mình phục vụ**. Đừng hút tất cả. Hút tất cả là hút về toàn người không bao giờ mua.

2 Định vị nhân hiệu: tuyển rộng hay tuyển hẹp

NGUYÊN TẮC GỐC

Đừng bó mình vào một sản phẩm. Nhất là sản phẩm của người khác: bán hàng cho họ là đang truyền thông không công cho họ. Nhỡ một ngày chia tay thì sao? Kênh xây bao năm thành kênh quảng cáo họ.

HAI LỐI ĐI

Tuyển hẹp: định vị thắng một ngành (ví dụ "nhà bất động sản") và đi thẳng vào vấn đề của ngành đó. **Tuyển rộng:** một kênh phục vụ nhiều mảng kinh doanh, khi đó thứ được đẩy lên là **nhân hiệu cá nhân** của bạn, không phải một món hàng.

NGOẠI LỆ

Nếu sản phẩm do chính bạn sản xuất, thương hiệu của chính bạn, thì cho nhân hiệu đi song hành cùng thương hiệu là tốt.

"Em phải đưa nhân hiệu của em lên, đừng đưa nhân hiệu doanh nghiệp của người ta lên."

Hai ca sửa định vị thật:

- Một chị bán thực phẩm chức năng, kênh đầy đáng dấp "boss xỉ" và la liệt sản phẩm. Sửa lại: định vị "**khỏe mạnh, hạnh phúc, phát triển mỗi ngày**", hiện lên như một người mẹ sau sinh có thật. Khách tin người thật, không tin người gồng.
- "Hàng Housing" bỏ bám tên một dự án bất động sản, lấy nhãn hiệu riêng. Kênh lên rất nhanh.

Định vị xong thì **đứng yên với nó**. Xoay tuyến giữa chừng là kênh đứng khựng lại. Chọn chậm mà chắc, chọn rồi thì đi tới cùng.

3 Chuẩn hóa mặt tiền: avatar, banner, giới thiệu

VÌ SAO GỌI LÀ MẶT TIỀN

Kênh của bạn là cửa hàng ngoài chợ mới. Khách lạ lướt qua 1-2 giây, mặt tiền quyết định họ bước vào hay lướt tiếp.

AVATAR CHUẨN

Khuôn mặt chiếm **2/3 khung hình**. Nụ cười rạng rỡ hoặc biểu cảm tạo cảm xúc tích cực.

BANNER CHUẨN

Đủ 3 lớp: **thương hiệu + cam kết + kinh nghiệm**. Làm bằng Canva hay CapCut đều được.

PHẦN GIỚI THIỆU CHUẨN

Ghi rõ: ngành nghề, sản phẩm dịch vụ, **số điện thoại, email, website**, số năm kinh nghiệm. Khách muốn liên hệ là liên hệ được ngay.

Mẫu chuẩn - "Hà Coffee": banner ghi "Hà Coffee - nâng tầm cà phê Việt" + cam kết chất lượng + **11 năm kinh nghiệm**. Không phải người nổi tiếng, nhưng mặt tiền chuẩn nên kênh lên 19.000 follow, khách gọi qua số điện thoại mỗi ngày.

4 3 SỚM: luật của người thắng cuộc

CHỌN ĐÚNG VẤN THUA, NẾU THIẾU 3 CHỮ NÀY

Chọn đúng ngành, đúng khách, đúng định vị... vẫn chưa đủ. Video 8 ngành của tôi chốt bằng một câu, nhắc lại ở đây vì nó là luật:

① CHUẨN BỊ SỚM

Mọi con sóng đều báo trước. Người bình luận "đã chuẩn bị 8 năm" cho ngành thú cưng chính là bằng chứng. Thấy sóng rồi mới chuẩn bị là trễ.

② XÂY THƯƠNG HIỆU SỚM

Vào ngành ngon mà không xây thương hiệu là xây nhà trên đất thuê. Xây kênh từ hôm nay, khi chưa cần bán gì, để lúc cần bán thì đã có người tin.

③ CHUẨN HÓA SỚM

Chuẩn hóa mặt tiền, chân dung khách, quy trình. Hai người cùng ngành, một người giàu một người còng lưng, khác nhau ở chữ chuẩn hóa.

"Người thắng là người chuẩn bị sớm, xây thương hiệu sớm và chuẩn hóa sớm."

Bài tập bắt buộc: Đặt móng

Chốt giai đoạn 1 - trước khi làm bài

Móng gồm 4 viên gạch: **đúng người** (chân dung khách) · **đúng vị** (nhân hiệu, tuyến) · **đúng mặt tiền** (avatar, banner, giới thiệu) · **đúng lúc** (3 SƠM).

Đọc mà không làm thì bằng không. Lấy bút ra, điền thẳng vào sách hoặc chép ra sổ. Làm xong 3 bài mới được lật sang Giai đoạn 2.

BÀI 1 · Chân dung khách mua bằng tiền thật

Khung tuổi (khoanh **MỘT** khung duy nhất):

18-22

23-25

26-30

31-40

40-55

Giới tính:

Nam

Nữ

Cả hai

Họ là ai? (nghe, hoàn cảnh, một câu mô tả)

5 nỗi đau lớn nhất của họ (thứ khiến họ mất ngủ, mất tiền):

BÀI 2 · Định vị nhân hiệu

Chọn tuyển:

Tuyển hẹp (1 ngành)

Tuyển rộng (nhân hiệu)

Tên nhân hiệu / tên kênh:

Một dòng định vị (khách đọc xong biết ngay bạn giúp gì cho họ):

Sản phẩm / dịch vụ sẽ bán (sau này, chưa bán ngay):

Số năm kinh nghiệm + bằng chứng đáng tin nhất của bạn:

BÀI 3 · Chuẩn hóa mặt tiền - làm ngay hôm nay

- ☐ Chụp avatar mới: mặt chiếm 2/3 khung, cười rạng rỡ
-
- ☐ Làm banner: thương hiệu + cam kết + kinh nghiệm
-
- ☐ Viết lại phần giới thiệu: ngành nghề + SĐT + email + website
-
- ☐ Xóa/ẩn nội dung cũ lệch định vị trên trang cá nhân
-

Checklist tự chấm: Móng đã chắc chưa?

Mỗi ô tích được 1 điểm. Tích là phải có bằng chứng thật, không tích theo cảm giác.

- ☐ Đã khoanh đúng MỘT khung tuổi, không ôm cả dài
- ☐ Viết được ít nhất 5 nỗi đau của khách
- ☐ Khách của tôi mua bằng tiền thật, không phải "ai cũng được"
- ☐ Đã chọn xong tuyến rộng hay hẹp, hiểu vì sao chọn
- ☐ Định vị không bó vào sản phẩm của người khác
- ☐ Viết được một dòng định vị đọc phát hiểu ngay
- ☐ Avatar mới: mặt 2/3 khung, có cảm xúc tích cực
- ☐ Banner đủ 3 lớp: thương hiệu + cam kết + kinh nghiệm
- ☐ Giới thiệu có đủ SĐT, email, website, kinh nghiệm
- ☐ Cam kết KHÔNG xoay tuyến giữa chừng

Thang điểm: 0-5: móng chưa có, đọc lại GD1, làm lại bài. · **6-8:** khá, hoàn thiện trong tuần này. · **9-10:** móng chắc, được sang Giai đoạn 2.

Đầu vào quyết định đầu ra

Móng xong rồi. Trước khi làm video, phải nạp. Vì một luật đơn giản: **đầu vào là rác thì đầu ra là rác**. Càng nạp càng thông minh, nhưng nạp bừa thì chỉ càng loạn. Giai đoạn này dạy bạn nạp đúng.

5 Lọc thông tin: não sạch mới sáng tạo được

BÀI HỌC

Muốn nạp thì trước hết phải lọc. Khi vào giờ nạp: **tắt điện thoại khỏi mọi thứ gây nhiễu, bỏ hết mọi thứ xung quanh, tập trung hoàn toàn**. Thông tin đến quá nhiều thì không bao giờ thành công được. Não phải sạch trơn mới sáng tạo được.

ÁP DỤNG NGAY

Drama, tin cháy nổ, tin lẻ hội... thấy trên bảng tin là **xóa đi ngay**, bỏ theo dõi ngay. Mỗi thứ rác đó chiếm một chỗ trong đầu bạn, chỗ đó đáng lẽ dành cho ý tưởng ra tiền.

Người mới hay hỏi: "Lướt mạng cả ngày cũng là nạp mà?" Không. Lướt vô thức là bị nạp. Nạp đúng là chủ động chọn nguồn, chọn giờ, để phân tích. Nguồn đó là gì? Chương tiếp theo.

6 Top 20: đứng trên vai 20 người khổng lồ

VÌ SAO PHẢI CÓ TOP 20

Bạn loay hoay không biết đăng gì, làm gì, vì bạn **không có hình mẫu**. Như đứng giữa ngã ba đầy sương mù. Sách gọi đây là **modeling**: mô hình hóa người thành công và làm theo. Từ 100 kênh cùng phục vụ đối tượng của bạn, chọn ra **20 kênh tốt nhất**. Có Top 20 là thành công 80%. Không có Top 20 là coi như thất bại trong xây kênh.

SỰ THẬT CẦN NUỐT

Chúng ta không nguyên bản. Trên mạng xã hội không ai tự sáng tạo từ số 0 cả. Mọi kênh lớn đều học từ một cái gốc nào đó. Muốn nhanh và ổn định thì đừng cố làm "nhà sáng tạo", hãy làm người mô hình hóa giỏi.

TIÊU CHÍ CHỌN - CHỖ NGƯỜI MỚI HAY SAI

KHÔNG chọn theo số follow. Chọn theo **tốc độ tăng trưởng hiện tại**: kênh nhỏ đang ra triệu view dồn dập đáng học hơn kênh 1 triệu follow đứng yên. Mốc đo: tăng **từ 10.000 follow/tháng** là kênh tốt (8.000 chấp nhận được, **5.000 là loại**).

"Đôi khi kênh nhỏ lại chính là kênh có võ - và đây là võ đỉnh cao."

Quy trình Top 20: 6 bước thực chiến

1. **Liệt kê:** tìm theo đối tượng và từ khóa ngành, trên mọi nền tảng. Ghi 20 kênh vào file (tên · link · follow · số video).
2. **Xem hết:** xem toàn bộ video triệu view của họ. Giữ video **đơn giản, dễ làm**; bỏ video cần thiết bị, bối cảnh phức tạp.
3. **Định vị nhóm chủ đề:** chọn 1-3 nhóm cùng phục vụ đúng đối tượng của bạn.
4. **Làm luôn:** làm và đăng để đo tuyến nào khách thích nhất. Đừng chờ hoàn hảo.
5. **Đo tăng trưởng mỗi tháng:** follow cuối tháng trừ đầu tháng. Giữ kênh 8.000-10.000/tháng, loại kênh 5.000.
6. **Lọc định kỳ:** mỗi tháng loại kênh flop, kênh xoay tuyến; bổ sung kênh mới.

Một mẹo giữ năng lượng: kênh đã flop thì vẫn lấy video hay của nó về kho, nhưng **không bấm theo dõi kênh**. Theo dõi kênh đang đi xuống là tự kéo năng lượng mình xuống theo.

7 File đánh cắp ý tưởng: kho nội dung vô hạn

NÓ LÀ GÌ

Dân nghề gọi là hồ sơ swipe. Gọi kiểu Việt Nam cho dễ: **file đánh cắp ý tưởng**. Gặp video hay, link hay trong Top 20 là ném ngay vào file này. Đừng tin trí nhớ.

THÓI QUEN SỐNG CÒN

Mỗi ngày **15-30 phút lướt Top 20**, vào một khung giờ cố định. Người thầy của phương pháp này nói: **"3 năm qua chưa ngày nào tôi dừng."** Kho ý tưởng đầy thì không bao giờ bí nội dung.

3 CÂU HỎI SÀNG LỌC

Trước khi ném vào file, hỏi: ① Đúng đối tượng khách của mình? ② Đúng tuyến nội dung, đúng lĩnh vực kinh doanh? ③ Kéo được khách về kênh? Một câu "không" là bỏ. Ba câu "có" là đưa về hệ thống.

KHO 100 VIDEO TRIỆU VIEW

Song song, gom một kho **100 video triệu view** trong ngách của bạn. Khán giả sẽ không thấy bạn giống riêng ai - họ thấy sự tổng hợp của cả 20 người trong một kênh.

8 Đơn giản hóa để làm được mỗi ngày

NÚT THẮT THẬT SỰ

Người ta bỏ cuộc không phải vì thiếu ý tưởng, mà vì làm video **quá phức tạp**: mắc nhất ở khâu sáng tạo và khâu biên tập. Gỡ hai nút này thì ai cũng làm được video mỗi ngày.

① VIẾT NOTE RỒI ĐỌC THEO

Không cần giỏi ăn nói. **Viết note ra trước, rồi đọc theo.** Gỡ luôn giới hạn không gian: ra đường cũng quay được, trên thuyền trên tàu cũng quay được.

② BIÊN TẬP KIỂU LỚP PHỦ

Chụp màn hình phần nội dung đã viết, **dán vào lớp phủ (overlay) trong CapCut**, đọc theo. Không cần học dựng phim.

③ TEXT SLIDE

Tối giản nhất: video 5-7 giây gắn chữ, chạy lặp vòng. Người xem đọc hết chữ thì video đã chạy 6-7 lượt. Ai trong công ty bạn cũng làm được.

"Càng đơn giản càng tuyệt vời - đơn giản mới nhân bản được cho cả doanh nghiệp."

Bài tập bắt buộc: Nạp đúng

Chốt giai đoạn 2 - trước khi làm bài

Lọc rác để não sạch → **chọn Top 20** làm nguồn → **nạp 15-30 phút mỗi ngày** vào file đánh cặp ý tưởng → **đơn giản hóa** để ngày nào cũng làm được. Nạp đủ dày, tự khắc bạn chuyển từ đánh cặp ý tưởng sang sáng tạo.

BÀI 4 · Dọn não trong 7 ngày

- ☐ Bỏ theo dõi / ẩn toàn bộ trang drama, tin giật gân trên bảng tin
- ☐ Chốt khung giờ nạp cố định mỗi ngày (15-30 phút)
- ☐ Khi nạp: tắt thông báo, bỏ mọi thứ xung quanh, chỉ lướt và phân tích

Khung giờ nạp của tôi (viết ra để giữ lời):

.....

BÀI 5 · Lập file Top 20 - trang 1/2

Kẻ bảng này vào Google Sheet (khuyến dùng) hoặc điền tay. Đo lại follow vào ngày đầu mỗi tháng.

#	Tên kênh	Follow đầu tháng	Follow cuối tháng	Nhóm chủ đề
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

BÀI 5 · Lập file Top 20 - trang 2/2

#	Tên kênh	Follow đầu tháng	Follow cuối tháng	Nhóm chủ đề
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

Luật đo mỗi tháng: tăng ≥ 10.000 là kênh tốt ·
8.000 chấp nhận · ≤ 5.000 thì loại và thay kênh mới.

BÀI 6 · Nạp 7 ngày đầu tiên

Mỗi ngày 15-30 phút lướt Top 20. Gặp video hay: hỏi 3 câu (đúng đối tượng? đúng tuyến? kéo khách về kênh?). Đủ 3 "có" thì ghi vào đây:

Ngày 1 - link/tên video hay nhất:

.....

Ngày 2:

.....

Ngày 3:

.....

Ngày 4:

.....

Ngày 5:

.....

Ngày 6:

.....

Ngày 7:

.....

Checklist tự chấm: Đã nạp đúng chưa?

- ☐ Bảng tin đã sạch drama, tin giật gân
- ☐ Có khung giờ nạp cố định, giữ được 7 ngày liên tục
- ☐ File Top 20 đủ 20 kênh, có link và số follow
- ☐ Chọn kênh theo tốc độ tăng trưởng, không theo độ nổi tiếng
- ☐ Đã xem hết video triệu view của ít nhất 5 kênh đầu
- ☐ Đã lập file đánh cắp ý tưởng, ném vào ít nhất 7 video
- ☐ Mỗi video trong file đều qua đủ 3 câu hỏi sàng lọc
- ☐ Biết mình sẽ làm video đơn giản: note + overlay + text slide
- ☐ Đã chọn 1-3 nhóm chủ đề cùng phục vụ một đối tượng
- ☐ Hiểu vì sao "không nguyên bản" không phải điều xấu hổ

Thang điểm: 0-5: kho đạn chưa có, quay lại chương 6-7. · **6-8:** khá, bù nốt trong tuần này. · **9-10:** kho đạn đầy, sẵn sàng cho Tập 2.

Móng xong rồi. Tiếp theo là cỗ máy.

Nhìn lại đi. Nếu bạn làm thật, bây giờ trong tay bạn đã có thứ mà 90% người làm kênh không bao giờ có:

- **Chân dung khách mua bằng tiền thật** - đã chốt, đã viết ra giấy.
- **Định vị nhân hiệu + mặt tiền chuẩn** - khách lạ nhìn phát là hiểu bạn là ai.
- **File Top 20 + file đánh cắp ý tưởng** - kho nội dung không bao giờ cạn.

Đó là chiến thắng nhỏ đầu tiên của bạn. Nhỏ, nhưng thật. Và nhớ công thức x10: bạn vừa lắp xong phễu đầu của Fiveways.

Tập 2 · Cỗ Máy Triệu View

Móng để đỡ cái gì? Đỡ cỗ máy. Trong Tập 2, tôi sẽ đưa bạn vào xưởng:

- **Thắng nền tảng trước** - hiểu phân phối, định dạng viral, mùa quét, dấu vết người thành công.
- **8 yếu tố / 4 trạm** - khung bắt buộc của mọi video triệu view.
- **27 yếu tố** - kho "gen" viral, mỗi video chọn 3-5.
- **Kể chuyện 4 bước** + hook 4-6 giây đầu.
- **Nhân bản**: 1 chủ đề thành 6 video, 1 video thắng thành 20 video.
- **Kỷ luật đăng đều** - và vì sao tuyệt đối không đổi chủ đề khi đang lên.

"Kéo đủ view rồi mới tung sản phẩm. Ao chưa đầy mà tung lưới là cá chạy."

Còn bây giờ, một câu tự soi, như mọi video của tôi: **bạn đã điền xong cả 6 bài tập chưa, hay mới chỉ đọc?** Làm xong rồi hãy nhắn tôi hai chữ "TẬP 2".

MỘT LỜI MỜI

Nếu bạn muốn nghe bản gốc

Suốt quyển này bạn thấy một cái tên lặp lại ở phần nguồn: **Đào Quang Trung**. Tôi là người biên soạn lại thành lộ trình cho bạn làm được. Ông ấy là người tạo ra phương pháp.

Nhiều người hỏi tôi học ở đâu. Câu trả lời nằm ở đây, và nó **miễn phí**:

Cộng đồng Kinh Doanh Xây Kênh Online

Trên nền tảng Skool, do **Đào Quang Trung** lập (tên hiển thị trên đó là Trung Quang). Hơn **4.000 người** đang ở trong. **Vào không mất phí.**

Theo giới thiệu của chính cộng đồng, nội dung xoay quanh: triệu view trong 24 giờ · khai thác chủ đề theo ngành · **Kể Chuyện 888** để bán bằng câu chuyện · chiến lược đa nền tảng · biến view thành tiền · mô hình cộng đồng lan truyền.

Bấm vào đây để vào cộng đồng miễn phí

Nhưng làm xong 6 bài tập trong quyển này trước đã. Vào bất cứ chỗ học nào khi chưa viết ra chân dung khách hàng của mình thì nghe gì cũng thấy hay, mà về vẫn không làm được. Đó đúng là cái bẫy ở Lâm tưởng số 3.

Tài liệu tham khảo

Bộ sách này đứng trên vai người khổng lồ, đúng như tinh thần Top 20 mà nó dạy.

- **Phương pháp gốc:** Đào Quang Trung - các khung Tư Duy Top 20, Định Vị Kênh Triệu View, 8 Nguyên Tắc Kinh Doanh Online Bất Bại, 8 Bài Học Từ Bữa Trưa Triệu Đô, và **9 tư duy xây kênh triệu view chuyên đổi** (buổi 90 ngày mùa 3). Tên framework được giữ nguyên để tôn trọng bản gốc.
- **Giọng kể, ví dụ ứng dụng, Fiveways / công thức x10 (5 đòn bẩy) và hệ bài tập - template - tự chấm:** Thái Thượng Hoàng Huỳnh, từ thực tiễn tối ưu và tự động hóa doanh nghiệp (#toiukinhdoanh).

Cam kết không bịa: mọi con số trong sách đều lấy từ tài liệu gốc hoặc số liệu thật của kênh. Số nào không chắc, chúng tôi bỏ, không đoán.

Tập 1 - Nền Móng · Bản TẶNG cho độc giả nhận quà từ kênh Thái Thượng Hoàng Huỳnh · Không sao chép thương mại.

Trọn bộ 4 tập: Nền Móng (tặng) · Cỗ Máy Triệu View · Biến View Thành Khách · X10 Doanh Thu.