

QUÀ TẶNG ĐẶC BIỆT · 2DM GROUP

30 BÍ KÍP GIÚP DOANH NGHIỆP GIA TĂNG CHUYỂN ĐỔI

Đúc kết từ hàng trăm dự án SME Việt Nam — Nguyễn Phúc Thịnh

30

Anh/chị chủ doanh nghiệp thân mến,

Mình biết cảm giác đổ tiền chạy quảng cáo, khách vào ầm ầm mà đơn thì nhỏ giọt — nó tức lắm. Vấn đề hầu như không nằm ở "chưa đủ khách", mà ở chỗ khách đến rồi mà mình chưa biết cách biến họ thành người mua. File này là 30 bí kíp cái nào cũng đọc phát làm được luôn, không lý thuyết suông. Anh/chị không cần làm hết một lúc — chỉ cần nhặt 3–5 bí kíp áp dụng tuần này, tỷ lệ chốt đơn đã khác rồi. Đọc chậm, gạch chân cái nào "đúng bệnh" của mình, rồi bắt tay làm ngay. Bắt đầu nhé!

NHÓM 1 — Tối ưu trang bán hàng & landing page

1 Một trang chỉ phục vụ một mục tiêu

Đừng nhồi vừa bán hàng, vừa tuyển dụng, vừa giới thiệu công ty vào một trang. Landing page bán khoá học thì cả trang chỉ dẫn về một nút "Đăng ký". Mỗi khi định thêm thứ gì, hãy tự hỏi "cái này giúp khách bấm mua nhanh hơn hay chậm hơn?" — chậm thì bỏ.

2 Nói lợi ích trước, tính năng sau

Khách không mua "máy lọc nước 5 lõi RO", họ mua "nước sạch cho con uống không lo bệnh". Viết tiêu đề bằng kết quả khách nhận được, rồi mới liệt kê thông số. Công thức: "Giúp anh/chị [đạt được X] mà không phải [nỗi sợ Y]".

3 Nút kêu gọi hành động phải rõ và lặp lại

Nút CTA để chữ cụ thể như "Nhận báo giá trong 5 phút" thay vì "Gửi đi" chung chung. Trang dài thì đặt nút lặp lại sau mỗi phần quan trọng, để khách quyết định lúc nào cũng có nút ngay tầm tay.

4 Bằng chứng thật đặt cạnh chỗ khách phân vân

Ảnh chụp tin nhắn khách khen, video review, số liệu "đã phục vụ 2.300 khách" — đặt ngay chỗ khách hay chần chừ (gần giá, gần nút mua). Một shop mỹ phẩm chỉ thêm 5 ảnh phản hồi Zalo là tỷ lệ chốt tăng gần gấp đôi.

5 Giảm ma sát ở form đăng ký

Mỗi ô bắt điền thêm là mất một phần khách. Chỉ hỏi thứ thật sự cần: tên, SĐT là đủ để gọi lại. Bỏ bớt ô "địa chỉ, nghề nghiệp, ngày sinh" nếu chưa dùng tới — hỏi sau khi khách đã là khách.

6 Tốc độ tải trang là tiền

Trang tải quá 3 giây là khách bỏ đi, nhất là khách vào từ điện thoại. Nén ảnh trước khi tải lên, bỏ video tự chạy nặng ở đầu trang, ưu tiên bố cục gọn. Luôn xem thử trang trên điện thoại trước khi chạy quảng cáo.

NHÓM 2 — Content & video ngắn tăng chuyển đổi

7 3 giây đầu quyết định sống còn

Trên TikTok, Reels người xem lướt cực nhanh. Mở đầu bằng câu chạm thẳng nỗi đau: "Anh/chị đang mất khách mỗi ngày mà không biết vì sao?" — đừng phí 3 giây chào hỏi. Vào thẳng vấn đề rồi mới dẫn dắt.

8 Một video một thông điệp

Đừng tham nhồi 5 ý vào một clip 30 giây. Mỗi video xoáy một điểm duy nhất: một mẹo, một lỗi sai, một kết quả. Người xem nhớ được một điều là thắng, nhớ 5 điều là quên sạch.

9 Quay theo công thức Vấn đề – Giải pháp – Kêu gọi

Nêu vấn đề khách gặp → cho cách giải quyết cụ thể → mời khách nhắn tin/để lại thông tin. Công thức này áp cho mọi ngành, từ quán ăn, spa đến dịch vụ kế toán, quay bao nhiêu clip cũng không cạn ý.

10 Người thật kể chuyện thật ăn đứt quảng cáo bóng bẩy

Video chủ shop tự quay bằng điện thoại, mộc mạc, kể một ca khách khó tính thường viral hơn clip dựng công phu. Khách mua vì tin người, không mua vì hình đẹp. Cứ để mặt mình lên, kể chuyện nghề thật.

11 Luôn có lời kêu gọi ở cuối video

Xem xong mà không biết làm gì tiếp thì phí. Kết clip bằng câu rõ ràng: "Nhấn 'TƯ VẤN' để mình gửi bảng giá" hoặc "Nhấn theo dõi để không bỏ lỡ". Chỉ một hành động thôi.

12 Một nội dung, xé nhỏ ra nhiều nền tảng

Quay một video dài 5 phút, cắt thành 5–7 clip ngắn cho TikTok/Reels, rút ý thành một bài Facebook, gom lại thành một bài blog. Làm một lần, xài mười chỗ — cách chủ doanh nghiệp một người vẫn phủ nội dung khắp nơi mà không kiệt sức.

NHÓM 3 — Thương hiệu cá nhân của chủ doanh nghiệp

13 Mặt chủ là tài sản mạnh nhất của thương hiệu

Khách hàng SME tin người hơn tin logo. Chủ doanh nghiệp chịu xuất hiện, chia sẻ chuyện nghề thì bán gì cũng dễ hơn. Bắt đầu bằng việc mỗi tuần đăng 2–3 nội dung có mặt mình, nói về ngành của mình.

14 Chọn một chủ đề để "đóng đinh" tên tuổi

Đừng nói lan man đủ thứ. Chọn một lĩnh vực mình giỏi nhất và nói mãi về nó, để khi ai nhắc tới chủ đề đó là nghĩ tới anh/chị. Ví dụ "chị chuyên gia da đầu mụn", "anh kế toán cho nhà hàng" — càng cụ thể càng dễ nhớ.

15 Chia sẻ cả thất bại, đừng chỉ khoe thành công

Người ta phát chán với trang chỉ toàn "thành công rực rỡ". Kể lần mình sắp mặt, mất tiền rồi rút ra bài học — nội dung kiểu này gần gũi và được chia sẻ nhiều nhất. Sự thật thô ráp tạo niềm tin.

16 Nhất quán còn quan trọng hơn hoàn hảo

Đăng đều 3 lần/tuần trong 6 tháng ăn đứt đăng 20 bài rồi mất hút. Thương hiệu cá nhân xây bằng sự xuất hiện liên tục. Lên lịch cố định, coi như một cuộc hẹn không được bỏ.

17 Xây một câu chuyện gốc để khách nhớ

Vì sao anh/chị bắt đầu công việc này? Một câu chuyện khởi nguồn tử tế sẽ khiến khách nhớ và kể lại giúp mình. Viết thật ngắn gọn, rồi lồng vào phần giới thiệu, video, bài đăng — kể đi kể lại cho ngấm.

18 **Tương tác thật, đừng chỉ đăng rồi biến mất**

Trả lời hết bình luận, nhắn cảm ơn người chia sẻ, hỏi lại người theo dõi. Mỗi tương tác là một viên gạch xây quan hệ, và thuật toán cũng đẩy nội dung đi xa hơn. Dành 15 phút mỗi ngày để trò chuyện.

NHÓM 4 — Ứng dụng AI để bán hàng nhanh hơn

19 **Dùng AI làm "trợ lý viết nội dung" mỗi ngày**

Bí ý tưởng, mở ChatGPT gõ: "Cho tôi 10 tiêu đề video ngắn về [sản phẩm] nhắm tới [khách hàng]". Trong 30 giây có ngay danh sách để chọn. AI không thay anh/chị, nhưng giúp hết cảnh ngồi nhìn màn hình trắng.

20 **Cho AI viết kịch bản theo giọng của mình**

Đưa AI 2–3 bài mình từng viết, bảo nó "viết theo văn phong này" rồi giao đề tài mới. Kết quả sẽ giống giọng mình chứ không khô cứng. Chỉnh chút cho có chất riêng là đăng được ngay.

21 **Trả lời tin nhắn tự động nhưng vẫn có tình**

Cài kịch bản trả lời tự động cho câu khách hay hỏi: giá, giờ mở cửa, cách đặt hàng. Khách được phản hồi tức thì kể cả lúc mình ngủ. Nhớ chừa cửa chuyển sang người thật khi khách hỏi sâu.

22 **Dùng AI phân tích khách hàng đang muốn gì**

Gom bình luận, tin nhắn, đánh giá của khách, dán vào AI và hỏi "khách than phiền nhiều nhất về điều gì, mong muốn gì?". Anh/chị sẽ thấy insight vàng mắt thường bỏ sót, từ đó làm nội dung và sản phẩm trúng nhu cầu.

23 **Tạo hình ảnh & ý tưởng thiết kế bằng AI**

Cần ảnh minh họa, banner, ý tưởng bao bì mà không có designer? Dùng công cụ AI tạo ảnh ra bản nháp nhanh rồi đưa thợ hoàn thiện. Tiết kiệm thời gian và tiền brief, một người vẫn ra sản phẩm chín chu.

24 **Đừng để AI làm hộ phần "linh hồn"**

AI làm nhanh phần khung, nhưng câu chuyện thật, trải nghiệm thật, cảm xúc thật thì chỉ anh/chị mới có. Luôn đọc lại và thêm chất người trước khi đăng — nội dung 100% máy móc khách nhận ra ngay và mất tin.

NHÓM 5 — Chốt đơn, chăm sóc & tăng giá trị đơn hàng

25 **Phản hồi trong 5 phút đầu tiên**

Khách nhắn tin lúc đang có cảm hứng mua nhất. Để lâu 1–2 tiếng là nguội, hoặc họ đã mua chỗ khác. Cắt cử người trực tin nhắn giờ cao điểm — tốc độ phản hồi chính là tỷ lệ chốt đơn.

26 **Gỡ nỗi lo trước khi khách kịp từ chối**

Khách hay lẩn tránh: "đắt không, có bảo hành không, không hợp thì sao?". Chủ động nói trước: cam kết hoàn tiền, dùng thử, trả góp. Gỡ được nỗi sợ là gỡ rào cản cuối cùng giữa khách và nút mua.

27 **Luôn có một lời mời mua thêm đúng lúc**

Khách vừa đồng ý mua là lúc dễ gặt đầu nhất cho món thứ hai. Bán khoá học thì mời thêm buổi kèm 1:1, bán mỹ phẩm thì gợi ý combo. Câu đơn giản: "Thêm [X] chỉ hơn [Y] nghìn, khách hay lấy kèm để dùng cho trọn bộ".

28 **Gói combo để bán hơn bán lẻ**

Thay vì bán từng món, gom thành gói có giá hời hơn tổng lẻ. Khách thấy được lợi, mình tăng giá trị mỗi đơn. Luôn để 3 mức (cơ bản – phổ biến – cao cấp) và làm nổi bật gói giữa.

29 **Chăm khách cũ rẻ hơn tìm khách mới nhiều lần**

Một khách đã mua mà hài lòng sẽ mua lại và giới thiệu người khác. Lập lịch nhắn hỏi thăm sau mua, gửi ưu đãi riêng cho khách cũ, nhớ ngày đặc biệt của họ. Đây là mỏ vàng phần lớn SME bỏ quên.

30 **Biến khách hài lòng thành người bán hàng cho mình**

Khách vừa khen là lúc xin họ một đánh giá, một video review, hoặc giới thiệu bạn bè kèm ưu đãi cho cả hai. Lời khách nói thuyết phục gấp nhiều lần lời mình tự quảng cáo. Đừng ngại nhờ.

Lời mời cuối cùng

Anh/chị vừa đọc xong 30 bí kíp — nhưng đọc là một chuyện, làm được và làm đúng lại là chuyện khác. Điều mình muốn trao không chỉ là mẹo, mà là cả một hệ thống: cách dùng **Video ngắn kết hợp AI** để vừa xây thương hiệu cá nhân, vừa tăng doanh số — dù anh/chị chỉ có một mình.

"Xây dựng thương hiệu cá nhân & tăng trưởng doanh số bằng Video ngắn kết hợp AI"

 Ngày 22/08/2026 — tại Hà Nội ·  Đăng ký tại kinhdoanh1nguoi.com

Số ghế có hạn, dành cho những anh/chị thật sự nghiêm túc muốn thay đổi. Nếu file này giúp anh/chị dù chỉ một ý tưởng, buổi gặp trực tiếp sẽ còn cho nhiều gấp bội.

Thân mến,

Nguyễn Phúc Thịnh — 2DM Group