

TÀI SẢN SỐ KHỞI ĐỘNG

BẢN ĐỒ 30 NGÀY XÂY KÊNH KIẾM THU NHẬP THỨ HAI

Dành cho người mới muốn bắt đầu với Affiliate, AI và xây kênh cá nhân một cách bài bản.

30 ngày	1 kênh chính	1 sản phẩm thử nghiệm
Có việc làm mỗi ngày	Có nội dung nền tảng	Có chỉ số để tối ưu

Nguyên tắc: Không làm theo cảm hứng. Không đăng bài cầu may. Mỗi ngày có một đầu việc rõ ràng, một kết quả đầu ra cụ thể và một chỉ số cần quan sát.

Mục lục

Tài liệu này được thiết kế để người mới có thể bắt đầu ngay trong 30 ngày, không cần chờ đủ điều kiện, không cần cầu toàn và không cần biết hết mọi thứ mới hành động.

Mục	Nội dung	Vị trí
01	Cách sử dụng tài liệu	Trang 3
02	Tư duy khởi động 30 ngày	Trang 4
03	Tổng quan lộ trình	Trang 5
04	Tuần 1: Định vị và chọn ngách	Trang 6
05	Tuần 2: Xây nền nội dung	Trang 10
06	Tuần 3: Đăng - đo - tối ưu	Trang 14
07	Tuần 4: Gắn affiliate và chuyển đổi mềm	Trang 18
08	Ngày 29-30: Tổng kết và kế hoạch tiếp theo	Trang 22
09	Bảng theo dõi 30 ngày	Trang 24

Cam kết khi dùng tài liệu

Mỗi ngày chỉ cần hoàn thành đúng đầu việc của ngày đó. Không nhảy sang bước nâng cao khi nền tảng chưa rõ. Kết quả quan trọng nhất sau 30 ngày không phải là doanh số lớn ngay lập tức, mà là có kênh, có dữ liệu, có phản hồi thị trường và có năng lực hành động đều.

01. Cách sử dụng tài liệu

Bản đồ 30 ngày này dành cho người muốn bắt đầu kiếm thêm thu nhập thông qua xây kênh, affiliate và ứng dụng AI, nhưng chưa biết bắt đầu từ đâu. Tài liệu không hứa hẹn kết quả tài chính tức thì. Nó giúp anh/chị có một lộ trình hành động rõ ràng để tạo nền tảng đầu tiên.

3 nguyên tắc triển khai

- Mỗi ngày hoàn thành một đầu việc cụ thể trước khi học thêm nội dung mới.
- Không chọn sản phẩm trước khi hiểu tệp khách hàng và định vị kênh.
- Không đánh giá bản thân bằng cảm xúc; hãy dùng dữ liệu: lượt xem, bình luận, lưu, chia sẻ, tin nhắn và số người quan tâm thật.

Chuẩn bị trước khi bắt đầu

- Một tài khoản/kênh chính để đăng nội dung.
- Một nơi lưu ý tưởng: Google Docs, Notion, sổ tay hoặc Google Sheet.
- Một cam kết tối thiểu: 30-60 phút mỗi ngày trong 30 ngày.
- Một thái độ đúng: làm để học từ thị trường, không làm để chứng minh mình hoàn hảo.

Góc nhìn quan trọng

Affiliate không chỉ là gắn link. Xây kênh không chỉ là đăng video. Muốn có thu nhập bền hơn, anh/chị cần xây niềm tin, hiểu nhu cầu, chọn sản phẩm phù hợp và biết cách đo tín hiệu thị trường.

02. Tư duy khởi động 30 ngày

Trong 30 ngày đầu, mục tiêu không phải là trở thành chuyên gia toàn diện. Mục tiêu là tạo ra một vòng lặp hành động: xác định tệp người xem, tạo nội dung, đo phản hồi, tối ưu thông điệp và thử nghiệm lời mời phù hợp.

Điều người mới thường làm sai

- Chọn sản phẩm trước, rồi mới cố tìm người mua.
- Đăng nội dung theo cảm hứng, không có trụ cột và lịch triển khai.
- Chỉ chăm chăm bán hàng, trong khi người xem chưa có đủ niềm tin.
- Thấy chưa ra tiền sau vài ngày thì đổi ngách, đổi sản phẩm, đổi nền tảng.
- Học quá nhiều công cụ nhưng không tạo đủ nội dung để thị trường phản hồi.

Cách làm đúng trong giai đoạn khởi động

- Bắt đầu từ con người thật, câu chuyện thật, năng lực thật.
- Chọn một tệp người xem đủ rõ và một lời hứa nội dung đủ cụ thể.
- Tạo nội dung giáo dục trước, chuyển đổi sau.
- Dùng AI để tăng tốc tư duy và sản xuất nội dung, không dùng AI để thay thế trải nghiệm thật.
- Chọn sản phẩm affiliate dựa trên tiêu chí: nhu cầu, độ tin cậy, sự phù hợp và khả năng tạo nội dung dài hạn.

Công thức nền

Kênh có lực = Định vị rõ + Nội dung đều + Niềm tin thật + Sản phẩm phù hợp + Dữ liệu để tối ưu

Trong 30 ngày, anh/chị chỉ cần xây được 5 yếu tố này ở phiên bản đầu tiên. Sau đó mới nâng cấp hệ thống, phễu, đội nhóm hoặc mô hình kinh doanh sâu hơn.

03. Tổng quan lộ trình 30 ngày

Lộ trình được chia thành 6 giai đoạn. Mỗi giai đoạn có mục tiêu riêng, nhưng đều phục vụ một mục tiêu lớn: giúp anh/chị xây một kênh có định hướng và có khả năng tạo thu nhập thứ hai trong tương lai.

Giai đoạn	Mục tiêu	Đầu ra cần có
Ngày 1-3	Xác định điểm mạnh, ngách và lời hứa nội dung.	Một định vị cá nhân rõ: tôi giúp ai, đạt điều gì, bằng cách nào.
Ngày 4-7	Chọn tệp khách hàng và hiểu vấn đề họ đang gặp.	Chân dung khách hàng, 20 nỗi đau, 20 mong muốn, 10 góc nội dung.
Ngày 8-14	Xây nội dung nền tảng cho kênh.	Bộ 21 ý tưởng, 7 kịch bản ngắn, 3 bài viết dài, lịch đăng 7 ngày.
Ngày 15-21	Đăng đều, đo chỉ số, tìm tín hiệu thị trường.	Tối thiểu 7 nội dung đã đăng, bảng số liệu và 3 mẫu nội dung thắng.
Ngày 22-28	Gắn affiliate/bán hàng mềm và xây niềm tin.	Một sản phẩm thử nghiệm, 5 nội dung chuyển đổi mềm, 1 kịch bản tư vấn.
Ngày 29-30	Tổng kết, đóng gói bài học và quyết định hướng đi.	Bản đánh giá kênh 30 ngày và kế hoạch 30 ngày tiếp theo.

Chỉ số tối thiểu sau 30 ngày

Tối thiểu 15-20 nội dung đã đăng, 3-5 mẫu nội dung có tín hiệu tốt, 1 sản phẩm/ngành hàng thử nghiệm, 1 kịch bản tư vấn ngắn và 1 kế hoạch 30 ngày tiếp theo.

TUẦN 1: ĐỊNH VỊ VÀ CHỌN NGÁCH

Tuần đầu không chạy theo sản phẩm. Tuần đầu là tuần làm rõ mình là ai, mình nói với ai và kênh của mình đem lại giá trị gì. Khi định vị rõ, mọi nội dung phía sau sẽ nhẹ hơn.

NGÀY 1: Kiểm kê tài sản cá nhân

Mục tiêu: Nhìn rõ mình đang có gì để không bắt đầu từ con số 0.

Việc cần làm:

[] Viết 10 trải nghiệm thật của bản thân liên quan đến công việc, sức khỏe, thu nhập, kỹ năng hoặc thay đổi cuộc sống.

[] Liệt kê 10 kỹ năng/điểm mạnh mình có thể chia sẻ cho người khác.

[] Chọn 3 câu chuyện thật có thể dùng làm nội dung mở đầu kênh.

Kết quả đầu ra: Bảng kiểm kê cá nhân gồm 10 trải nghiệm, 10 điểm mạnh, 3 câu chuyện thật.

Lưu ý: Người xem tin con người thật trước khi tin lời giới thiệu sản phẩm.

NGÀY 2: Chọn 1 hướng nội dung chính

Mục tiêu: Không lan man; chọn một trục nội dung đủ rõ để xây niềm tin.

Việc cần làm:

[] Chọn 1 trong 4 hướng: kiếm thêm thu nhập, xây kênh, affiliate, lối sống/kỷ luật cá nhân.

[] Viết 5 lý do vì sao mình phù hợp với hướng này.

[] Loại bỏ các chủ đề mình không muốn theo đuổi trong 90 ngày tới.

Kết quả đầu ra: Một chủ đề chính và một danh sách các chủ đề sẽ tạm thời không làm.

NGÀY 3: Viết lời hứa kênh

Mục tiêu: Biến kênh thành một điểm đến có lý do theo dõi.

Việc cần làm:

[] Hoàn thành mẫu câu: Tôi giúp [ai] đạt [kết quả gì] bằng [cách nào].

[] Viết 3 phiên bản lời hứa: mạnh, mềm, thực tế.

[] Chọn 1 phiên bản phù hợp nhất để đặt vào bio hoặc phần giới thiệu.

Kết quả đầu ra: Một câu định vị kênh có thể dùng ngay.

Tuần 1 - tiếp tục xác định tệp và nền tảng

NGÀY 4: Vẽ chân dung người xem lý tưởng

Mục tiêu: Biết mình nói với ai để nội dung có lực kéo.

Việc cần làm:

- ☐ Mô tả tuổi, nghề, hoàn cảnh, mong muốn và nỗi sợ của người xem lý tưởng.
- ☐ Viết 10 câu họ thường tự nói trong đầu về tiền, công việc, kênh hoặc affiliate.
- ☐ Chọn 1 nhóm người ưu tiên phục vụ trong 30 ngày đầu.

Kết quả đầu ra: Một chân dung khách hàng rõ và một tệp ưu tiên.

NGÀY 5: Đào sâu nỗi đau và mong muốn

Mục tiêu: Tạo dữ liệu để viết hook và kịch bản đúng vấn đề.

Việc cần làm:

- ☐ Viết 20 nỗi đau của tệp mục tiêu.
- ☐ Viết 20 mong muốn/kết quả họ đang tìm kiếm.
- ☐ Khoanh tròn 5 vấn đề có thể tạo nội dung ngay.

Kết quả đầu ra: Danh sách 20 nỗi đau, 20 mong muốn và 5 vấn đề ưu tiên.

NGÀY 6: Chọn nền tảng chính

Mục tiêu: Tập trung vào một mặt trận để không vỡ trận.

Việc cần làm:

- ☐ Chọn 1 nền tảng chính: TikTok, Facebook cá nhân, Facebook group, YouTube Shorts hoặc Reels.
- ☐ Xác định định dạng chính: video ngắn, bài viết, livestream ngắn hoặc ảnh chữ.
- ☐ Cam kết tần suất tối thiểu trong 30 ngày.

Kết quả đầu ra: Một nền tảng chính, một định dạng chính và một lịch đăng tối thiểu.

NGÀY 7: Thiết lập hồ sơ kênh

Mục tiêu: Tạo ấn tượng đầu tiên rõ ràng, chuyên nghiệp, có định hướng.

Việc cần làm:

- ☐ Cập nhật ảnh đại diện rõ mặt hoặc hình ảnh nhận diện phù hợp.
- ☐ Cập nhật bio bằng lời hứa kênh đã chọn.
- ☐ Ghim hoặc chuẩn bị 1 bài giới thiệu: tôi là ai, tôi đang xây điều gì, bạn sẽ nhận gì khi theo dõi.

Kết quả đầu ra: Một hồ sơ kênh sẵn sàng đón người xem mới.

Kết thúc tuần 1 cần có

Một câu định vị kênh, một tệp người xem rõ, một nền tảng chính, một hồ sơ kênh sẵn sàng và ít nhất 7 ý tưởng nội dung ban đầu.

TUẦN 2: XÂY NỀN NỘI DUNG

Tuần 2 là tuần tạo kho nguyên liệu. Anh/chị chưa cần bán. Hãy tập trung tạo ra nội dung giúp người xem hiểu vấn đề, thấy góc nhìn mới và bắt đầu có lý do theo dõi kênh.

NGÀY 8: Xây 5 trụ cột nội dung

Mục tiêu: Có khung sáng tạo để không bí ý tưởng.

Việc cần làm:

- [] Chọn 5 trụ cột: câu chuyện cá nhân, bài học, sai lầm, hướng dẫn, phân tích cơ hội.
- [] Mỗi trụ cột viết 3 ý tưởng ban đầu.
- [] Chọn 7 ý tưởng dễ làm nhất cho tuần này.

Kết quả đầu ra: 5 trụ cột nội dung và 15 ý tưởng thô.

NGÀY 9: Tạo ngân hàng hook

Mục tiêu: Nâng khả năng giữ chân người xem ngay 3 giây đầu.

Việc cần làm:

- [] Viết 20 câu mở đầu dạng: sai lầm, sự thật, cảnh báo, góc nhìn ngược, câu hỏi đau.
- [] Chọn 5 hook mạnh nhất để dùng trong 7 ngày tới.
- [] Đọc to từng hook để kiểm tra độ tự nhiên.

Kết quả đầu ra: 20 hook và 5 hook ưu tiên.

NGÀY 10: Viết 7 kịch bản video ngắn

Mục tiêu: Có đủ nguyên liệu để đăng đều một tuần.

Việc cần làm:

- [] Dùng cấu trúc: Hook - vấn đề - góc nhìn - hành động nhỏ.
- [] Mỗi kịch bản chỉ tập trung một ý duy nhất.
- [] Đánh dấu kịch bản nào phù hợp quay mặt, kịch bản nào phù hợp ảnh chữ/voice.

Kết quả đầu ra: 7 kịch bản video ngắn 30-90 giây.

NGÀY 11: Viết 3 bài nội dung dài

Mục tiêu: Xây chiều sâu và niềm tin, không chỉ chạy theo video ngắn.

Việc cần làm:

- [] Viết 1 bài câu chuyện cá nhân.
- [] Viết 1 bài phân tích sai lầm của người mới.
- [] Viết 1 bài chia sẻ lộ trình đơn giản để bắt đầu.

Kết quả đầu ra: 3 bài viết nền tảng có thể đăng hoặc chuyển thành video.

Tuần 2 - hoàn thiện lịch đăng và bản nháp

NGÀY 12: Chuẩn hóa công thức caption

Mục tiêu: Biến nội dung thành cuộc trò chuyện có định hướng.

Việc cần làm:

- [] Tạo 3 mẫu caption: kể chuyện, chia sẻ bài học, kêu gọi bình luận.
- [] Viết 5 câu CTA mềm như: comment 'bắt đầu', nhấn 'lộ trình', lưu lại để làm sau.
- [] Không dùng CTA quá bán hàng trong tuần đầu đăng.

Kết quả đầu ra: 3 mẫu caption và 5 CTA mềm.

NGÀY 13: Lên lịch đăng 7 ngày

Mục tiêu: Tạo nhịp triển khai thay vì làm theo cảm xúc.

Việc cần làm:

- [] Gán mỗi ý tưởng vào một ngày cụ thể.
 - [] Xác định giờ đăng thử nghiệm.
 - [] Chuẩn bị tiêu đề file, caption, hashtag cơ bản nếu cần.
- Kết quả đầu ra: Một lịch đăng 7 ngày có nội dung, format và giờ đăng.

NGÀY 14: Quay/soạn trước 3 nội dung

Mục tiêu: Giảm ma sát khi bước vào giai đoạn đăng thật.

Việc cần làm:

- [] Hoàn thiện 3 nội dung đầu tiên ở mức đủ tốt, không cầu toàn.
- [] Kiểm tra âm thanh, ánh sáng hoặc bố cục ảnh chữ.
- [] Lưu bản nháp để ngày 15 bắt đầu đăng.

Kết quả đầu ra: 3 nội dung sẵn sàng đăng.

Kết thúc tuần 2 cần có

5 trụ cột nội dung, 20 hook, 7 kịch bản video ngắn, 3 bài viết nền tảng, 3 mẫu caption, 5 CTA mềm và 3 nội dung sẵn sàng đăng.

TUẦN 3: ĐĂNG - ĐO - TỐI ƯU

Tuần 3 là lúc đưa nội dung ra thị trường. Hãy xem mỗi bài đăng như một lần khảo sát. Nội dung nào có tín hiệu, mình học từ nó. Nội dung nào chưa có tín hiệu, mình điều chỉnh thay vì tự trách bản thân.

NGÀY 15: Đăng nội dung số 1

Mục tiêu: Bắt đầu đưa tín hiệu ra thị trường.

Việc cần làm:

- ☐ Đăng nội dung đầu tiên theo lịch.
 - ☐ Sau 2-4 giờ, ghi lại lượt xem, bình luận, lưu, chia sẻ nếu có.
 - ☐ Trả lời mọi bình luận bằng thái độ chuyên nghiệp.
- Kết quả đầu ra: Nội dung đầu tiên đã đăng và có số liệu ban đầu.

NGÀY 16: Đăng nội dung số 2

Mục tiêu: Kiểm tra phản ứng với một góc nhìn khác.

Việc cần làm:

- ☐ Đăng nội dung thứ hai với một hook khác ngày 15.
- ☐ Quan sát câu nào làm người xem dừng lại hoặc bình luận.
- ☐ Ghi lại 3 nhận xét về phản ứng thị trường.

Kết quả đầu ra: Nội dung thứ hai và 3 nhận xét thị trường.

NGÀY 17: Tối ưu hook

Mục tiêu: Tăng lực mở đầu thay vì đổi toàn bộ chiến lược.

Việc cần làm:

- ☐ Chọn 2 nội dung đã đăng và viết lại mỗi nội dung 3 hook mới.
- ☐ Tạo phiên bản ngắn hơn, trực diện hơn.
- ☐ Đăng nội dung số 3 dùng hook đã tối ưu.

Kết quả đầu ra: Một nội dung mới đã đăng và 6 hook cải tiến.

NGÀY 18: Đăng nội dung câu chuyện

Mục tiêu: Kích hoạt niềm tin thông qua trải nghiệm thật.

Việc cần làm:

- ☐ Kể một câu chuyện thật: trước đây tôi nghĩ gì, tôi gặp vấn đề gì, tôi thay đổi ra sao.
- ☐ Chèn một bài học cụ thể cho người xem.
- ☐ Kết thúc bằng một câu hỏi để mở hội thoại.

Kết quả đầu ra: Một nội dung câu chuyện cá nhân có bài học.

Tuần 3 - tìm tín hiệu thị trường

NGÀY 19: Đăng nội dung hướng dẫn

Mục tiêu: Tạo cảm giác theo dõi kênh là có giá trị thực tế.

Việc cần làm:

- [] Chọn một vấn đề nhỏ và hướng dẫn 3 bước xử lý.
- [] Tránh nói quá rộng; chỉ giải quyết một việc.
- [] Kêu gọi người xem lưu lại hoặc thử làm trong hôm nay.

Kết quả đầu ra: Một nội dung hướng dẫn có thể lưu lại.

NGÀY 20: Đăng nội dung phản biện sai lầm

Mục tiêu: Tạo góc nhìn chuyên gia mà không cần khoe thành tích.

Việc cần làm:

- [] Chọn một sai lầm của người mới làm affiliate/xây kênh.
- [] Giải thích vì sao sai lầm đó khiến họ không ra kết quả.
- [] Đưa ra một cách làm thay thế đơn giản.

Kết quả đầu ra: Một nội dung phản biện có góc nhìn sắc nét.

NGÀY 21: Đọc số liệu tuần đầu

Mục tiêu: Không đoán; dùng dữ liệu để quyết định bước tiếp theo.

Việc cần làm:

- [] Ghi lại 7 nội dung đã đăng và các chỉ số chính.
- [] Chọn 3 nội dung có tín hiệu tốt nhất.
- [] Tìm điểm chung: chủ đề, hook, format, thời điểm, độ dài.

Kết quả đầu ra: Bảng đánh giá 7 nội dung và 3 mẫu có tín hiệu tốt.

Bảng đo nội dung tuần đầu

Nội dung	Chủ đề	Hook	Lượt xem	Tương tác	Bài học
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					

TUẦN 4: GẮN AFFILIATE VÀ CHUYỂN ĐỔI MỀM

Tuần 4 mới bắt đầu đưa sản phẩm vào bối cảnh. Cách làm đúng là giáo dục, xây niềm tin, đặt câu hỏi và mời hành động mềm. Không ép mua, không hứa hẹn quá mức, không biến kênh thành nơi chỉ đăng link.

Bảng chấm điểm sản phẩm/ngành hàng

Tiêu chí	Câu hỏi tự chấm	Điểm 1-5
Nhu cầu thị trường	Người xem có đang đau, đang cần, đang muốn giải pháp này không?	—
Tần suất mua lại	Sản phẩm có khả năng dùng đều, mua lại hoặc tạo quan hệ dài hạn không?	—
Niềm tin thương hiệu	Có đủ uy tín để người mới dễ giới thiệu không?	—
Dễ làm nội dung	Có thể tạo nhiều câu chuyện, hướng dẫn, review, case study không?	—
Biên lợi ích	Hoa hồng/giá trị kinh doanh có xứng đáng với công sức không?	—
Phù hợp cá nhân	Sản phẩm có ăn khớp với hình ảnh và tệp khách hàng của mình không?	—

NGÀY 22: Chọn sản phẩm affiliate thử nghiệm
Mục tiêu: Chọn sản phẩm bằng tiêu chí, không chọn vì cảm xúc.
Việc cần làm:
[] Liệt kê 3 sản phẩm/ngành hàng có liên quan tới tệp người xem.
[] Chấm điểm theo 6 tiêu chí trong tài liệu.
[] Chọn 1 sản phẩm để thử nghiệm nội dung, chưa vội bán mạnh.
Kết quả đầu ra: Một sản phẩm/ngành hàng thử nghiệm có lý do chọn rõ ràng.

NGÀY 23: Viết câu chuyện liên kết sản phẩm
Mục tiêu: Biến sản phẩm thành giải pháp trong bối cảnh thật.
Việc cần làm:
[] Viết vấn đề của khách hàng trước khi dùng giải pháp.
[] Viết vai trò của sản phẩm trong quá trình giải quyết vấn đề.
[] Viết lời nhắc: sản phẩm không thay thế nỗ lực cá nhân/hệ thống hành động.
Kết quả đầu ra: Một câu chuyện liên kết sản phẩm mềm, không bị bán hàng thô.

NGÀY 24: Tạo 3 nội dung giáo dục trước bán
Mục tiêu: Xây niềm tin trước khi gắn lời mời.
Việc cần làm:
[] Nội dung 1: vấn đề thị trường đang hiểu sai.
[] Nội dung 2: tiêu chí chọn giải pháp/sản phẩm đúng.
[] Nội dung 3: lỗi người mới cần tránh trước khi mua/làm theo.
Kết quả đầu ra: 3 nội dung giáo dục giúp làm ấm người xem.

Tuần 4 - chuyển đổi mềm và tối ưu hồ sơ

NGÀY 25: Tạo 2 nội dung chuyển đổi mềm

Mục tiêu: Mời hành động nhưng không tạo áp lực.

Việc cần làm:

- ☐ Nội dung 1: ai phù hợp/không phù hợp với giải pháp này.
- ☐ Nội dung 2: câu chuyện thay đổi hoặc trải nghiệm thực tế.
- ☐ CTA mềm: comment từ khóa, nhấn tin, nhận checklist hoặc trao đổi thêm.

Kết quả đầu ra: 2 nội dung chuyển đổi mềm có CTA rõ.

NGÀY 26: Thiết kế kịch bản tư vấn 5 câu hỏi

Mục tiêu: Không tư vấn cảm tính; đặt câu hỏi để hiểu nhu cầu.

Việc cần làm:

- ☐ Câu 1: Hiện tại bạn đang muốn cải thiện điều gì nhất?
- ☐ Câu 2: Bạn đã thử cách nào rồi và vướng ở đâu?
- ☐ Câu 3: Bạn muốn kết quả trong bao lâu?
- ☐ Câu 4: Bạn có thể cam kết mức hành động nào?
- ☐ Câu 5: Nếu có lộ trình phù hợp, bạn muốn bắt đầu như thế nào?

Kết quả đầu ra: Một kịch bản tư vấn ngắn, dùng để mở hội thoại.

NGÀY 27: Đăng nội dung mời tương tác

Mục tiêu: Tạo tín hiệu người quan tâm để chăm sóc tiếp.

Việc cần làm:

- ☐ Đăng một nội dung hỏi thẳng vấn đề của tệp mục tiêu.
- ☐ Mời họ comment một từ khóa hoặc chia sẻ tình trạng hiện tại.
- ☐ Ghi lại danh sách người tương tác thật sự có nhu cầu.

Kết quả đầu ra: Một danh sách người có tín hiệu quan tâm.

NGÀY 28: Tối ưu trang cá nhân/kênh cho chuyển đổi

Mục tiêu: Khi người xem quay lại hồ sơ, họ hiểu ngay mình nên làm gì tiếp.

Việc cần làm:

- ☐ Cập nhật bio theo hướng rõ lợi ích và lời mời hành động.
- ☐ Ghim 1-3 nội dung tốt nhất trong 30 ngày.
- ☐ Chuẩn bị một tin nhắn phản hồi nhanh cho người hỏi thêm.

Kết quả đầu ra: Một hồ sơ kênh có bio, nội dung ghim và tin nhắn phản hồi nhanh.

Kết thúc tuần 4 cần có

Một sản phẩm/ngành hàng thử nghiệm, 3 nội dung giáo dục trước bán, 2 nội dung chuyển đổi mềm, 1 kịch bản tư vấn 5 câu hỏi và một hồ sơ kênh đã tối ưu cho người quan tâm.

NGÀY 29-30: TỔNG KẾT VÀ QUYẾT ĐỊNH HƯỚNG ĐI

Hai ngày cuối giúp anh/chị nhìn lại bằng dữ liệu. Đây là bước nhiều người bỏ qua, nhưng lại là bước quyết định mình có nhân bản được kết quả hay không.

NGÀY 29: Tổng kết kết quả 30 ngày

Mục tiêu: Nhìn lại bằng dữ liệu, không bằng cảm xúc.

Việc cần làm:

[] Tổng hợp số nội dung đã đăng, tổng lượt xem, bình luận, tin nhắn, người quan tâm.

[] Viết 5 điều đã học về tệp khách hàng.

[] Viết 3 điều sẽ dừng làm và 3 điều sẽ làm nhiều hơn.

Kết quả đầu ra: Một bản tổng kết 30 ngày có dữ liệu và bài học.

NGÀY 30: Lập kế hoạch 30 ngày tiếp theo

Mục tiêu: Biến khởi động thành hệ thống hành động bền hơn.

Việc cần làm:

[] Chọn 1 chủ đề thắng để nhân bản trong 30 ngày tiếp theo.

[] Đặt mục tiêu số lượng nội dung, số hội thoại và số người quan tâm.

[] Quyết định: tự triển khai tiếp, tìm người dẫn dắt, hoặc tham gia chương trình phù hợp khi đủ điều kiện.

Kết quả đầu ra: Một kế hoạch 30 ngày tiếp theo có mục tiêu, hành động và tiêu chí đo lường.

Mẫu tổng kết 30 ngày

- Tôi đã đăng tổng cộng: _____ nội dung.
- 3 nội dung có tín hiệu tốt nhất là: _____.
- Tệp người xem phản hồi nhiều nhất là: _____.
- Vấn đề họ quan tâm nhất là: _____.
- Sản phẩm/ngành hàng có thể thử nghiệm tiếp là: _____.
- Điều tôi sẽ làm nhiều hơn trong 30 ngày tới là: _____.

Quyết định sau 30 ngày

Nếu anh/chị đã làm nghiêm túc, có dữ liệu và muốn đi sâu hơn, lúc đó việc tham gia một chương trình triển khai có điều kiện sẽ hợp lý hơn. Người có hành động thật luôn xứng đáng được dẫn dắt ở cấp độ sâu hơn.

Bonus: 15 prompt AI dùng trong 30 ngày

Dùng các prompt dưới đây để tăng tốc tư duy, nhưng luôn chỉnh lại bằng trải nghiệm thật và giọng nói thật của mình.

- Bạn là chuyên gia xây kênh cá nhân. Hãy giúp tôi tìm 10 góc nội dung phù hợp với người mới muốn kiếm thêm thu nhập từ affiliate, dựa trên điểm mạnh sau: [điểm mạnh của tôi].
- Hãy phân tích chân dung khách hàng mục tiêu của tôi: [mô tả]. Cho tôi 20 nỗi đau, 20 mong muốn và 10 câu họ thường tự nói trong đầu.
- Từ chủ đề [chủ đề], hãy viết 20 hook video ngắn theo 5 nhóm: cảnh báo, sự thật, sai lầm, câu hỏi đau, góc nhìn ngược.
- Hãy viết kịch bản video 60 giây theo cấu trúc Hook - vấn đề - góc nhìn - hành động nhỏ cho chủ đề: [chủ đề].
- Hãy biến câu chuyện cá nhân sau thành một bài viết xây niềm tin, không bán hàng thô: [câu chuyện].
- Hãy tạo 7 ý tưởng nội dung cho tuần tới dựa trên 5 trụ cột: [liệt kê trụ cột].
- Hãy viết 5 caption mềm để mời người xem bình luận từ khóa mà không gây áp lực mua hàng.
- Hãy phân tích sản phẩm/ngành hàng [tên] theo 6 tiêu chí: nhu cầu, mua lại, thương hiệu, để làm nội dung, biên lợi ích, phù hợp cá nhân.
- Hãy viết 3 nội dung giáo dục trước bán cho sản phẩm/ngành hàng [tên], tập trung vào sai lầm, tiêu chí chọn và hiểu đúng vấn đề.
- Hãy viết 2 nội dung chuyển đổi mềm cho người đang quan tâm [vấn đề], giọng văn chân thành, chuyên nghiệp.
- Hãy rút gọn nội dung này thành video 45 giây, giữ ý chính và làm câu mở đầu mạnh hơn: [nội dung].
- Hãy đưa ra 5 cách kể lại cùng một ý tưởng theo các góc: câu chuyện, hướng dẫn, phản biện, checklist, trải nghiệm cá nhân.
- Hãy đánh giá nội dung sau: hook có mạnh không, thông điệp có rõ không, CTA có tự nhiên không: [nội dung].
- Hãy tạo lịch đăng 7 ngày với chủ đề chính [chủ đề], mỗi ngày có hook, ý chính, CTA và format đề xuất.
- Hãy giúp tôi viết bản tổng kết 30 ngày dựa trên số liệu sau: [số liệu], theo hướng trung thực, có bài học và có kế hoạch tiếp theo.

Bảng theo dõi 30 ngày

In hoặc sao chép bảng này sang Google Sheet. Mỗi ngày chỉ cần đánh dấu đã hoàn thành và ghi lại một chỉ số/bài học quan trọng.

Ngày	Đầu việc chính	Đã xong	Ghi chú/chỉ số
1		[]	
2		[]	
3		[]	
4		[]	
5		[]	
6		[]	
7		[]	
8		[]	
9		[]	
10		[]	
11		[]	
12		[]	
13		[]	
14		[]	
15		[]	

Bảng theo dõi 30 ngày - phần 2

Ngày	Đầu việc chính	Đã xong	Ghi chú/chỉ số
16		[]	
17		[]	
18		[]	
19		[]	
20		[]	
21		[]	
22		[]	
23		[]	
24		[]	
25		[]	
26		[]	
27		[]	
28		[]	
29		[]	
30		[]	

Lời kết

Người mới không thiếu cơ hội. Thứ thường thiếu là lộ trình rõ, hành động đều và người dẫn dắt đúng thời điểm. Hãy dùng 30 ngày này để chứng minh với chính mình rằng anh/chị là người có thể bắt đầu nghiêm túc.