

Dùng Claude trong công việc Marketing

Hướng dẫn thực chiến từ A–Z dành cho Marketer không biết code — từ cách đăng ký, tạo project, viết prompt đến ứng dụng vào từng việc cụ thể mỗi ngày.

Nhập môn — No code	Thực hành 100%	Prompt mẫu đi kèm	Từ căn bản đến nâng cao
--------------------	----------------	-------------------	-------------------------

NỘI DUNG TÀI LIỆU

Phần	Nội dung
1	Tại sao Marketer cần Claude
2	Sơ đồ tổng quan hệ thống
3	Đăng ký và làm quen giao diện
4	Cách viết Prompt hiệu quả
5	Danh sách tác vụ Marketing
6	Kết nối Claude với công cụ khác
7	Vòng lặp làm việc hàng tuần
8	Lưu ý — Hạn chế — Nhược điểm
9–16	Ứng dụng Claude theo từng vị trí trong team (MỚI)

1

Tại sao Marketer cần biết dùng Claude

Không phải để thay thế bạn — mà để bạn làm được nhiều hơn với ít người hơn

Bạn đang làm Marketing hàng ngày với vô số việc: lên kế hoạch, viết content, chạy ads, đọc báo cáo, viết email, họp team. Mỗi thứ tốn thời gian. Nếu dùng đúng cách, Claude là người cộng sự biết Marketing — luôn sẵn sàng trong 30 giây, không cần training lại từ đầu.

Quan trọng cần hiểu ngay

Claude mạnh ở tư duy hệ thống, phân tích, lập kế hoạch, tạo SOP, đọc số liệu. **ChatGPT** mạnh ở viết nội dung nhanh, sáng tạo hàng loạt. Tài liệu này tập trung vào Claude và cách Claude bổ sung cho ChatGPT — không thay thế.

File này giúp bạn làm được gì

Hiểu Claude là gì

Không nhầm lẫn với ChatGPT, không dùng sai chỗ, không lãng phí thời gian.

Bắt đầu được ngay

Từ đăng ký, tạo project, đến task đầu tiên — hướng dẫn từng bước cụ thể.

Dùng vào việc thật

30+ tác vụ marketing cụ thể kèm prompt mẫu copy-paste được ngay.

Tránh lỗi phổ biến

Biết giới hạn của Claude để không kỳ vọng sai và thất vọng không cần thiết.

Sơ đồ tổng quan — Claude ở đâu trong Marketing

Tầng	Claude làm gì	Output nhận được
Chiến lược Phân tích · Kế hoạch · Funnel	Phân tích thị trường · Xây Persona Thiết kế Funnel · Đặt KPI · Kế hoạch	Bản kế hoạch marketing KPI · Lịch triển khai
Nội dung Framework · Lịch · SOP	Xây framework · Brand voice · SOPContent calendar 30 ngày	Lịch content có cấu trúc Brief rõ ràng để giao việc
Quảng cáo Ngân sách · Tối ưu · Đọc số	Tính CPL · Phân bổ ngân sách Đọc báo cáo · Gợi ý tối ưu	Bảng phân bổ ngân sách Đề xuất tối ưu từng kênh
Chuyển đổi Nurture · Tư vấn · Chốt	Phân tích conversion · Upsell Viết sales script · Email nurture	Kịch bản tư vấn Email sequence hoàn chỉnh
Đo lường KPI · Báo cáo · Tối ưu	Đọc số · Tìm điểm yếu funnel Tạo báo cáo tóm tắt · Gợi ý	Báo cáo weekly/monthly Dashboard đơn giản

2

Đăng ký và làm quen với Claude

Từ chưa có tài khoản đến biết dùng các tính năng quan trọng nhất

Đăng ký tài khoản — 4 bước

1

Mở trình duyệt, vào claude.ai

Dùng Chrome hoặc Safari. Không cần cài app — chạy trên trình duyệt.

2

Nhấn "Sign up" → đăng ký bằng Google

Cách nhanh nhất. Gmail cá nhân hoặc Gmail công ty đều được.

3

Chọn gói Free để bắt đầu

Đủ dùng cho người mới. Nâng lên Pro \$20/tháng khi cần dùng nhiều giờ/ngày.

4

Vào giao diện → đọc phần tiếp theo trước khi bắt đầu chat

Hiểu cách tổ chức trước giúp bạn tiết kiệm thời gian rất nhiều về sau.

4 tính năng quan trọng nhất cần biết

Chat thường

Task nhanh, không cần lưu lại. Viết caption, tóm tắt email, dịch đoạn văn. Giống nhắn tin hỏi đồng nghiệp một việc nhỏ.

Projects ★ Quan trọng nhất

Thư mục làm việc. Claude nhớ ngữ cảnh bạn cung cấp — không cần giải thích lại mỗi lần. Tạo 1 project cho mỗi thương hiệu/chiến dịch.

Artifacts

Tài liệu dài hiện ra khung bên phải. Chỉnh sửa trực tiếp, copy ra Word/Google Docs, hoặc yêu cầu Claude chỉnh tiếp.

Memory

Bật trong Settings → Memory. Claude nhớ thông tin về bạn qua các hội thoại. Nói 1 lần, Claude nhớ mãi.

Tạo Project đầu tiên — Làm ngay

1

Thanh bên trái → Projects → nhấn dấu +

Đặt tên: "MKT tháng 7 — Thương hiệu ABC"

2

Vào project → tìm "Project Instructions"

Đây là nơi điền ngữ cảnh một lần cho toàn bộ project.

3

Điền thông tin doanh nghiệp theo template bên dưới

Lưu lại. Từ giờ mọi hội thoại trong project, Claude đều hiểu bạn đang làm gì.

TEMPLATE — DÁN VÀO PROJECT INSTRUCTIONS

Tên thương hiệu: [điền] · Ngành hàng: [điền]

Sản phẩm/dịch vụ chính: [điền]

Đối tượng khách hàng: [tuổi, giới tính, thu nhập, thói quen mua hàng]

Kênh marketing đang dùng: [Facebook, TikTok, Email, ...]

Ngân sách hàng tháng: [điền] · Giọng văn thương hiệu: [trẻ trung / chuyên nghiệp / gần gũi]

Mục tiêu hiện tại: [điền]

3

Cách viết Prompt hiệu quả

Prompt là yêu cầu bạn gõ vào. Viết đúng cách — kết quả tốt hơn gấp 5 lần

CÔNG THỨC 4 PHẦN

Vai trò Claude + Task cụ thể + Ngữ cảnh đầy đủ + Output mong muốn

So sánh prompt sai và đúng

Prompt sai	Vấn đề	Prompt đúng
"Viết kế hoạch marketing"	Thiếu ngành, mục tiêu, ngân sách	"Lập kế hoạch MKT tháng 7 cho thương hiệu trà sữa, nhắm học sinh 16–22 tuổi HN, ngân sách 20tr, kênh TikTok+Instagram, mục tiêu tăng 30% đơn online."
"Phân tích đối thủ"	Đối thủ nào? Phân tích gì?	"Phân tích điểm mạnh yếu của Gong Cha tại phân khúc bình dân HN. Chỉ ra 3 khoảng trống tôi có thể khai thác. Dạng bảng."
"Viết caption"	Sản phẩm gì? Cho ai? Tone?	"Viết 5 caption cho serum vitamin C, nữ 25–35 tuổi, tăng tương tác, tone tự tin không chảnh, có CTA cuối."

Các lệnh điều chỉnh sau khi Claude trả lời

"Ngắn hơn"

Giữ 3 ý quan trọng nhất, bỏ giải thích dài.

"Trẻ trung hơn"

Bỏ từ ngữ hàn lâm, viết nhẹ nhàng hơn.

"Dạng bảng"

Chuyển nội dung thành bảng so sánh.

"Thêm ví dụ"

Ví dụ cụ thể vào mỗi ý để dễ áp dụng.

"Viết lại phần X"

Chỉ chỉnh phần cụ thể, không viết lại toàn bộ.

"Ngành của tôi là Y"

Cung cấp thêm ngữ cảnh để Claude điều chỉnh.

Prompt mẫu cho 3 tác vụ phổ biến nhất

PROMPT MẪU: Viết caption / bài đăng

"Viết [5] caption cho bài đăng về [sản phẩm/chủ đề]. Khách hàng: [mô tả]. Mục tiêu: [tăng tương tác / bán hàng / nhận biết]. Tone: [trẻ trung / chuyên nghiệp]. Mỗi caption dưới 150 chữ, có CTA cuối bài."

PROMPT MẪU: Phân tích số liệu ads

"Đây là số liệu ads [tháng X]: [paste số liệu]. Hãy: 1) Tóm tắt hiệu quả tổng thể trong 3 dòng, 2) Chiến dịch nào lãng phí ngân sách và lý do, 3) Đề xuất 3 điều chỉnh cụ thể cho tháng tới."

PROMPT MẪU: Lập kế hoạch content tháng

"Lập kế hoạch content tháng [X] cho [kênh]. Thương hiệu: [điền]. Đối tượng: [điền]. Mục tiêu: [điền]. Phân bổ 40% nhận biết / 40% cân nhắc / 20% chuyển đổi. Trình bày bảng theo tuần."

Mẹo tiết kiệm thời gian

Lưu prompt đã hiệu quả vào Google Doc — phân loại theo loại task. Lần sau copy-paste, chỉ thay phần biến số. Paste dữ liệu thực tế (số liệu, nội dung cũ) vào prompt — Claude cho kết quả sát thực tế hơn nhiều.

4

Danh sách tác vụ Marketing với Claude

Từ việc đơn giản nhất đến phức tạp nhất — kèm prompt mẫu dùng được ngay

Cách dùng danh sách này

Bắt đầu từ nhóm Căn bản. Làm quen rồi mới lên Trung cấp và Nâng cao. Prompt mẫu — copy, thay phần trong ngoặc vuông bằng thông tin của bạn, paste vào Claude.

Nhóm Căn bản — Bắt đầu từ đây

CĂN BẢN Viết caption / bài đăng mạng xã hội

CĂN BẢN Tóm tắt tài liệu dài (báo cáo, bài viết, email)

CĂN BẢN Viết email gửi đối tác, khách hàng, agency

CĂN BẢN Brainstorm ý tưởng content cho tháng tới

CĂN BẢN Viết mô tả sản phẩm cho website / fanpage

CĂN BẢN Viết script video ngắn cho TikTok / Reels

Nhóm Trung cấp — Khi đã quen với Claude

TRUNG CẤP Xây Persona khách hàng chi tiết

TRUNG CẤP Lập kế hoạch content tháng theo funnel

TRUNG CẤP Phân tích số liệu ads và đề xuất tối ưu

TRUNG CẤP Viết báo cáo weekly/monthly từ số liệu thô

TRUNG CẤP Chuẩn hoá brand voice thành bộ quy tắc

TRUNG CẤP Đặt KPI tính ngược từ mục tiêu doanh thu

TRUNG CẤP Phân tích đối thủ và tìm khoảng trống thị trường

Nhóm Nâng cao — Dùng Claude như một hệ thống

NÂNG CAO Lập kế hoạch marketing 3 tháng toàn diện

NÂNG CAO Xây SOP cho toàn bộ quy trình sản xuất content

NÂNG CAO Thiết kế hệ thống đo lường KPI từng tầng funnel

NÂNG CAO Phân bổ ngân sách ads tối ưu theo ROAS từng kênh

NÂNG CAO Xây hệ thống email nurture tự động

NÂNG CAO Phân tích toàn bộ funnel và tìm điểm rò rỉ

PROMPT MẪU: Xây SOP từ quy trình có sẵn

"Tôi mô tả quy trình sản xuất content hiện tại. Hãy viết thành SOP gồm: các bước rõ ràng, người phụ trách, thời gian hoàn thành, checklist kiểm tra trước khi đăng. Quy trình: [mô tả tự nhiên, không cần chuẩn]."

PROMPT MẪU: Đặt KPI tính ngược

"Mục tiêu doanh thu: [X] triệu. Giá bán trung bình: [Y]đ. Tỷ lệ chốt: [Z]%. Tính ngược ra số đơn, số leads, lượt tiếp cận cần có. Đề xuất KPI từng kênh: [liệt kê kênh]."

5

Claude tạo được gì & kết nối với đâu

Nhiều marketer chỉ dùng Claude viết text — nhưng Claude làm được nhiều hơn thế rất nhiều

Các định dạng Claude có thể tạo ra

Định dạng	Claude tạo ra gì	Dùng ngay như thế nào
Text / Văn bản	Caption, email, kịch bản, báo cáo, SOP	Copy → paste vào bất kỳ đâu
Bảng (Table)	Kế hoạch content, KPI dashboard, lịch đăng bài	Copy → paste vào Google Sheet / Notion
HTML	Landing page, email template, trang sản phẩm	Copy code → paste vào website builder hoặc gửi dev
Sơ đồ	Flowchart quy trình, mind map, sơ đồ hệ thống	Export SVG hoặc chụp màn hình
Markdown	Tài liệu có cấu trúc, wiki nội bộ	Paste vào Notion, Obsidian, GitHub

Làm thế nào để xuất ra file .doc / .docx?

Claude không xuất trực tiếp ra .doc — nhưng chỉ mất 30 giây: Yêu cầu Claude tạo tài liệu → copy toàn bộ từ Artifact → mở Google Docs → paste → File → Download → Microsoft Word (.docx). File Word hoàn chỉnh, giữ nguyên cấu trúc tiêu đề và bảng.

3 hướng kết nối Claude với công cụ đăng bài

1 Thủ công có hệ thống — Dễ nhất, phù hợp người mới

Claude tạo nội dung → copy → paste vào Meta Business Suite hoặc Buffer. Tổ chức trong Google Sheet theo cột: ngày / kênh / nội dung / trạng thái. Setup 30–45 phút cho cả tháng.

2 Công cụ lên lịch đăng bài — Bước tiếp theo

Buffer / Later / Hootsuite / Meta Business Suite. Claude viết → paste vào draft → công cụ tự đăng đúng giờ. Không cần code, gói miễn phí là đủ để bắt đầu.

3 Tự động hoá với Zapier / Make — Nâng cao

Kéo thả luồng không cần code: Claude tạo nội dung → tự lưu vào Sheet → Buffer lấy và đăng → Slack thông báo team. Setup 1 lần, chạy tự động mãi.

Công cụ kết nối phổ biến cho Marketers

Buffer / Later

Lên lịch Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn. Gói miễn phí. Dễ nhất để bắt đầu.

Meta Business Suite

Miễn phí hoàn toàn. Lên lịch Facebook + Instagram. Phù hợp team chỉ dùng 2 kênh này.

Zapier / Make

Notion / Google Sheet

Kết nối Claude với hầu hết mọi app. Tạo luồng tự động không cần code. Tìm hiểu khi đã quen bước cơ bản.

Lưu trữ, tổ chức nội dung Claude tạo ra. Chia sẻ team, theo dõi trạng thái. Không cần tool trả phí thêm.

Lộ trình đề xuất cho marketers nhập môn

Tuần 1–2: Claude tạo nội dung, copy thủ công vào Meta Business Suite. **Tuần 3–4:** Setup Buffer, lên lịch cả tuần trong 1 lần. **Tháng 2:** Tìm hiểu Zapier để tự động hoá 1 bước nhỏ.

Tháng 3+: Xây luồng hoàn chỉnh Claude → Sheet → Buffer → đăng tự động.

6

Vòng lặp hàng tuần & Lưu ý quan trọng

Nhịp làm việc cố định + những điều cần biết để dùng Claude đúng cách

Vòng lặp làm việc hàng tuần — 50 phút tổng

Đầu tuần — 20 phút

Paste số liệu tuần trước. Hỏi Claude: điểm yếu ở đâu, tuần này ưu tiên gì. Ra 3–5 ưu tiên rõ ràng.

Giữa tuần — 15 phút

Viết nội dung còn thiếu, chỉnh brief gửi designer, soạn email. Mỗi task không quá 5 phút nếu prompt đúng.

Cuối tuần — 15 phút

Paste số liệu cả tuần. Claude tóm tắt → dùng làm báo cáo weekly gửi manager ngay.

PROMPT MẪU: Báo cáo weekly cuối tuần

"Số liệu tuần này: [paste]. Viết báo cáo weekly gửi manager: tóm tắt kết quả (3 dòng), điểm nổi bật, điểm cần cải thiện, kế hoạch tuần tới. Không quá 200 chữ."

Lưu ý — Hạn chế — Nhược điểm

Những điều Claude KHÔNG làm được

Không truy cập internet thời gian thực — Không biết trend hôm nay hay số liệu thị trường mới nhất. Bạn cần cung cấp dữ liệu cho Claude.

Không tự biết về doanh nghiệp bạn — Claude không tự tìm hiểu. Bạn cần cung cấp thông tin trước (dùng Project Instructions).

Không thay thế insight thực tế — Phỏng vấn khách hàng, đọc comment, cảm nhận xu hướng — vẫn cần con người.

Không tự đăng bài hay chạy ads — Chỉ tạo nội dung và kế hoạch. Bạn vẫn cần thực thi.

Có thể "bịa" số liệu — Nếu hỏi Claude số liệu thị trường mà không cung cấp dữ liệu thực, Claude có thể đưa ra con số ước đoán. Luôn cung cấp dữ liệu thực tế.

6 lỗi phổ biến nhất cần tránh

Lỗi	Hệ quả	Cách sửa
Không tạo Project	Giải thích lại từ đầu mỗi lần, không nhất quán	Tạo Project cho mỗi thương hiệu/chiến dịch
Prompt quá ngắn	Output chung chung, không áp dụng được ngay	Áp dụng công thức 4 phần
Chỉ dùng Claude viết content	Bỏ lỡ 80% giá trị	Mỗi tuần thử 1 use case mới
Dùng nguyên output không chỉnh	Thiếu cá tính thương hiệu	Coi output là bản nháp — bạn biên tập cuối
Không lưu prompt hiệu quả	Viết lại từ đầu mỗi lần	Tạo Google Doc lưu prompt library
Tin tuyệt đối vào số Claude tự tạo	Có thể sai hoặc ước đoán	Luôn cung cấp số liệu thực, không hỏi Claude số liệu thị trường

Lưu ý quan trọng nhất

Claude là công cụ hỗ trợ tư duy — không phải người ra quyết định thay bạn. Kết quả tốt hay không phụ thuộc phần lớn vào chất lượng thông tin bạn cung cấp. **Người dùng Claude giỏi là người biết Marketing — không phải người biết nhiều về AI.**

PHẦN 2

Ứng dụng Claude trong Quy trình vận hành Team Marketing

Chia theo từng vị trí: Chủ doanh nghiệp · MKT Leader · Content · Ads · Design

Vị trí	Ứng dụng chính
Chủ doanh nghiệp / CMO	Chiến lược, kế hoạch, phân tích P&L, giao tiếp cấp cao
Marketing Manager / Leader	Brief, review, báo cáo, vận hành team, onboard nhân viên
Content / Copywriter	Sản xuất nội dung, vòng lặp 15–20 phút/bài, 30+ tác vụ
Ads / Performance	Copy quảng cáo, phân tích số liệu, xử lý tình huống
Design / Creative	Hiểu brief, brainstorm concept, viết copy trong thiết kế

7

Tại sao cả team Marketing cần Claude

Không chỉ cá nhân — mà cả quy trình vận hành cũng được nâng cấp

Phần lớn marketer dùng Claude đơn lẻ — viết caption, phân tích số liệu. Đây là cách tốt nhưng mới chỉ khai thác 20% giá trị thật sự. Khi áp dụng vào cả quy trình vận hành team, Claude trở thành hệ thống: giúp mọi vị trí làm việc nhanh hơn, giao tiếp chuẩn hơn, và output nhất quán hơn.

Claude trong vận hành team mang lại:

Giảm thời gian lặp lại — brief, báo cáo, họp review không còn mất 3–4 giờ mỗi lần

Nhất quán brand voice — khi mọi người dùng chung Project và Instructions, output không lệch tone

Onboard nhanh hơn — nhân viên mới nắm bắt quy trình trong 1–2 ngày thay vì 2 tuần

Giao tiếp chính xác hơn — brief rõ ràng, chưa hiểu thì hỏi Claude trước khi hỏi người khác

So sánh: Dùng đơn lẻ vs Dùng cả team

Chỉ tiêu	Dùng đơn lẻ	Dùng cả team
Tốc độ sản xuất	Cá nhân nhanh hơn 2–3x	Cả team nhanh hơn 3–5x
Brand voice	Phụ thuộc từng người viết	Nhất quán theo Project chung
Kiến thức về brand	Phải giải thích lại mỗi session	Lưu trong Project — dùng ngay
Báo cáo & review	Viết tay mất 1–2 giờ	30 phút — paste số liệu, Claude tóm tắt
Onboard nhân viên mới	Cần training trực tiếp	Tự đọc + hỏi Claude — 1–2 ngày là được việc

3 nguyên tắc khi triển khai Claude cho cả team

1. Tạo 1 Project chung cho mỗi thương hiệu / chiến dịch — không để mỗi người tự tạo riêng
2. Viết Instructions chuẩn trong Project: brand voice, tone, target audience, các quy tắc viết
3. Lưu prompt hiệu quả vào Google Doc chung — ai cũng dùng được, không ai viết lại từ đầu

Quy trình vận hành team Marketing với Claude

Áp dụng Claude vào từng khâu trong sản xuất hàng tuần

Vòng lặp hàng tuần — 5 bước, ~90 phút tổng

Thứ 2 sáng: Lao phóng tuần mới (30 phút)

Leader paste số liệu tuần trước vào Claude: CTR, CPM, ROAS, engagement rate

Claude phân tích điểm mạnh-yếu, đề xuất 3–5 ưu tiên tuần này

Ra meeting brief rõ ràng: ai làm gì, deadline khi nào, tiêu chí chất lượng

Thứ 2–3: Brief content & design (20 phút / brief)

Content dùng Claude viết creative brief chuẩn: mục tiêu, message chính, tone, format, CTA

Designer nhận brief rõ — không cần họp giải thích thêm, không bị hiểu sai

Lưu brief mẫu vào template Google Drive chung, tái sử dụng cho lần sau

Thứ 3–4: Sản xuất & review (theo vị trí)

Content: Claude viết bản nháp, con người biên tập — mục tiêu 1 bài / 15–20 phút

Ads: Claude đề xuất A/B copy, target logic — QA kiểm tra trước khi chạy

Design: Claude brainstorm concept, gợi ý keyword tìm stock, viết alt text & caption kèm visual

Thứ 5: Kết nối & lịch đăng (15 phút)

Compile nội dung lên Buffer / Meta Business Suite theo lịch tuần đã lập

Claude review lại toàn bộ batch: nhất quán tone, đủ CTA, đúng key message chưa

Xác nhận lịch đăng với leader trước khi hẹn giờ đăng tự động

Thứ 6: Báo cáo & wrap-up (20 phút)

Paste số liệu cả tuần vào Claude, yêu cầu viết báo cáo weekly

Leader chỉnh sửa thêm insight cá nhân, context nội bộ không có trong số liệu

Lưu báo cáo vào Drive, chia sẻ toàn team trước 5pm — mọi người biết kết quả

PROMPT MẪU: Lao phóng hàng tuần

"Số liệu tuần này: [paste]. Phân tích: 1) Kết quả tổng thể trong 3 dòng, 2) Điểm nổi bật nhất và lý do, 3) Điểm cần cải thiện và nguyên nhân, 4) Đề xuất 3 ưu tiên hành động tuần tới. Format biểu điểm A–F cho từng chỉ số chính."

PROMPT MẪU: Báo cáo weekly gửi manager

"Số liệu tuần: [paste]. Viết báo cáo weekly: tóm tắt kết quả (3 dòng), điểm nổi bật, điểm cần cải thiện, kế hoạch tuần tới. Không quá 200 chữ. Tone chuyên nghiệp, trung thực, có số liệu cụ thể."

A Chủ doanh nghiệp & CMO / Giám đốc Marketing

Người ra quyết định chiến lược, phân bổ ngân sách, giám sát toàn bộ hoạt động marketing của công ty

Những việc Claude giúp bạn làm — ở tầng chiến lược

1. Lập chiến lược & kế hoạch

- Xây kế hoạch marketing quý / năm: mục tiêu SMART, ngân sách, kênh ưu tiên, KPI theo tháng
- Phân tích đối thủ: điểm mạnh-yếu, khoảng trống thị trường có thể khai thác ngay
- Thiết kế marketing funnel: awareness → consideration → conversion → retention → advocacy
- Đặt KPI tính ngược từ mục tiêu doanh thu: số đơn → leads → lượt tiếp cận → ngân sách cần

2. Quản lý hiệu suất & ngân sách

- Review báo cáo team nhanh hơn — paste số liệu, Claude tóm tắt điểm chính trong 1 phút
- Phân tích P&L marketing: đầu tư kênh nào hiệu quả, kênh nào nên cắt hoặc scale
- Viết brief chiến lược cho agency hoặc team nội bộ — chuẩn, rõ, không bị hiểu sai

3. Giao tiếp cấp cao & đối ngoại

- Viết email thương lượng với đối tác, KOL, agency — giữ đúng tone người lãnh đạo
- Soạn bài phát biểu, nội dung pitching khi gặp nhà đầu tư hoặc đối tác chiến lược
- Chuẩn bị slide báo cáo hội đồng / cổ đông: cấu trúc logic, số liệu rõ ràng

PROMPT MẪU: Phân tích hiệu quả marketing quý

"Ngân sách marketing Q[X]: [số]. Số liệu từng kênh: [paste]. Phân tích: 1) ROAS từng kênh và so sánh với benchmark ngành, 2) Kênh nào đang lãng phí ngân sách và lý do, 3) Đề xuất phân bổ lại ngân sách Q[X+1], 4) 3 quyết định ưu tiên cần thực hiện ngay. Format báo cáo tổng giám đốc, không quá 1 trang A4."

PROMPT MẪU: Xây kế hoạch marketing quý mới

"Thương hiệu: [tên]. Ngành: [ngành]. Mục tiêu doanh thu Q[X]: [số]. Ngân sách MKT: [số]. Hiện có các kênh: [liệt kê]. Lập kế hoạch marketing quý với: mục tiêu SMART, chiến lược từng kênh, phân bổ ngân sách, KPI theo tháng, rủi ro cần chú ý và cách xử lý."

Lưu ý quan trọng cho cấp lãnh đạo khi dùng Claude

Claude không truy cập internet — cần cung cấp số liệu nội bộ và dữ liệu thị trường thực tế bạn có

Dùng Claude để suy nghĩ cùng — nhưng quyết định chiến lược cuối cùng vẫn là của bạn
Tạo Project riêng cho từng thương hiệu / chiến dịch để bảo mật thông tin nội bộ
Kiểm tra kỹ số liệu Claude đề xuất — đặc biệt khi hỏi về benchmark ngành mà không cung cấp dữ liệu thực

B Marketing Manager / Team Lead

Quản lý 3–10 người, đảm bảo tiến độ, giao tiếp lên cấp trên và xuống cấp dưới, giữ brand nhất quán

Những việc Claude giúp Manager làm hàng ngày**1. Quản lý & phân công**

- Viết Job Description rõ ràng cho từng vị trí khi cần tuyển dụng thêm
- Lập khung onboarding cho nhân viên mới: tài liệu, SOP, checklist tuần 1
- Phân tích hiệu suất từng thành viên từ số liệu cụ thể, đề xuất cách cải thiện có cơ sở

2. Brief & review nội dung

- Viết creative brief chuẩn gửi designer / agency — không bị hiểu sai, không hợp giải thích thêm
- Review content của team: Claude chỉ ra điểm chưa phù hợp brand voice, tone, hoặc thiếu CTA
- Lập lịch content cả tháng: phân bổ 40% nhận biết / 40% cân nhắc / 20% chuyển đổi
- Xây SOP cho quy trình sản xuất content từ biên tập đến đăng bài

3. Báo cáo & giao tiếp

- Chuẩn bị slide / báo cáo monthly gửi GD trong 30 phút (trước mắt 2–3 giờ viết tay)
- Viết email nội bộ, thông báo quy trình mới, update chiến lược cho toàn team
- Soạn lịch họp hiệu quả: agenda rõ, ai làm gì sau cuộc họp, deadline cụ thể

Tác vụ	Prompt mẫu	Thời gian tiết kiệm
Creative brief	"Viết brief cho [bài đăng/campaign]. Thương hiệu: [tên]. Mục tiêu: [điền]. Message: [điền]. Tone: [điền]. Format: [điền]. Deadline: [ngày]."	45 phút → 10 phút
Review batch	"Review [X] bài này theo brand voice [thương hiệu]: [paste]. Chỉ ra bài nào chưa đúng tone, thiếu CTA, không phù hợp mục tiêu. Kèm đề xuất sửa cụ thể."	2 giờ → 30 phút
Lịch content tháng	"Lập lịch content tháng [X] cho [kênh]. Thương hiệu: [tên]. Phân bổ 40/40/20. Bảng theo tuần, có chủ đề và mục tiêu từng bài."	3 giờ → 45 phút
Báo cáo monthly	"Số liệu tháng: [paste]. Báo cáo monthly gửi GD: kết quả vs KPI, phân tích nguyên nhân, kế hoạch tháng tới. Không quá 1 trang A4."	2 giờ → 30 phút

PROMPT MẪU: SOP sản xuất content chuẩn cho team

"Tôi mô tả quy trình sản xuất content hiện tại: [mô tả tự nhiên]. Hãy viết thành SOP đầy đủ gồm: các bước rõ ràng, người phụ trách từng bước, thời gian hoàn thành mỗi bước, checklist kiểm tra trước khi đăng. Format bảng để cả team theo dõi."

PROMPT MẪU: Onboarding nhân viên mới (Content/Ads)

"Vị trí: [tên vị trí]. Nhiệm vụ chính: [liệt kê]. Tool đang dùng: [liệt kê]. Viết plan onboarding tuần 1 đầy đủ: ngày 1 làm gì, ngày 2-3 làm gì, cuối tuần kiểm tra gì, tài liệu nào cần đọc, ai là người hỗ trợ. Mục tiêu: sau 5 ngày nhân viên mới tự làm được 80% công việc thường ngày."

C Content Writer / Copywriter / Social Media Executive

Sản xuất nội dung hàng ngày: caption, blog, email, script video, nội dung website, bài PR cho thương hiệu

Vòng lặp sản xuất nội dung với Claude — 15–20 phút / bài

Mục tiêu: mỗi bài viết hoàn thành trong 15–20 phút — thay vì 45–60 phút như trước khi có Claude.

Bước 1 — Nạp nguồn (2 phút)

Cung cấp cho Claude: thương hiệu, sản phẩm, đối tượng, mục tiêu bài, tone, kênh đăng
Nếu đã có Project — thông tin này đã có sẵn trong Instructions, bỏ qua bước này

Bước 2 — Lấy bản nháp (5 phút)

Yêu cầu Claude viết 3–5 phiên bản khác nhau của cùng 1 nội dung (caption / headline / script)

Claude tạo, bạn chọn phiên bản phù hợp nhất hoặc ghép những phần hay của mỗi phiên bản

Bước 3 — Biên tập (8–10 phút)

Thêm góc nhìn cá nhân, cảm xúc thực, chi tiết đặc thù của thương hiệu mà Claude không biết

Chạy lại Claude: "Rút gọn còn 150 chữ", "Trẻ trung hơn", "Thêm CTA rõ hơn cuối bài"

Bước 4 — QA trước khi gửi (3 phút)

"Hỏi Claude: "Bài này có gì có thể bị hiểu sai hoặc phản cảm không?"

Kiểm tra: hashtag đúng, đúng kênh, đủ CTA, kèm ảnh / video chưa, link tracking chưa

30+ tác vụ content với Claude

Mạng xã hội

- Caption Facebook / Instagram / TikTok / LinkedIn theo từng mục tiêu
- Script video ngắn 15–30–60–90 giây cho Reels & TikTok
- Hook mở đầu video — 5 phiên bản A/B test để chọn cái hook tốt nhất
- Hashtag set phù hợp theo chủ đề, kênh và target audience
- Lịch content cả tháng: 40/40/20 theo funnel, có chủ đề tuần

Website & SEO

- Mô tả sản phẩm: ngắn (150 chữ) và dài (500 chữ) tối ưu chuyển đổi

- Bài blog chuẩn SEO: outline → viết → kiểm tra keyword density
- Meta title & description tối ưu CTR cho từng trang
- FAQ cho trang sản phẩm, dịch vụ — giảm lo lắng trước khi mua

Email Marketing

- Welcome series 3–5 email cho khách hàng mới đăng ký
- Email khuyến mãi: tiêu đề A/B test, nội dung, CTA mạnh
- Email re-engagement cho khách không mở mail sau 30 ngày
- Newsletter hàng tuần: cấu trúc + nội dung tự nhiên, không quảng cáo lộ liễu

PROMPT MẪU: Caption mạng xã hội chuẩn

"Viết 5 caption cho bài đăng về [chủ đề / sản phẩm]. Khách hàng: [mô tả đối tượng]. Mục tiêu: [tăng tương tác / bán hàng / nhận biết thương hiệu]. Tone: [trẻ trung / chuyên nghiệp / thân thiết]. Mỗi caption dưới 150 chữ, có CTA cuối. Kênh: [Facebook / Instagram / TikTok / LinkedIn]."

PROMPT MẪU: Script video ngắn TikTok / Reels

"Viết script video 60 giây về [chủ đề]. Sản phẩm: [tên]. Cấu trúc: Hook 3 giây đầu thật mạnh → Phần thân 3 điểm chính → CTA rõ ràng. Viết theo format [HÌNH ẢNH]: ... / [LỜI THOẠI]: ... để dễ quay. Tone: [điền]."

PROMPT MẪU: Email re-engagement

"Viết email gửi cho khách hàng không mở email sau 30 ngày. Sản phẩm: [tên]. Ưu đãi dành riêng: [điền]. Mục tiêu: kéo họ quay lại và thúc đẩy mua hàng. Tiêu đề: 3 phương án A/B test. Nội dung: thân thiện, không push sale, có CTA 1 hành động duy nhất."

D Ads Specialist / Performance Marketer

Quản lý ngân sách quảng cáo, tối ưu chiến dịch, phân tích số liệu, báo cáo hiệu suất theo KPI

Claude giúp Ads Specialist làm gì

1. Trước khi chạy chiến dịch

- Viết quảng cáo copy cho các format: single image, carousel, video, story, collection
- A/B test copy: tạo 5–10 phiên bản headline và primary text khác nhau để test
- Nghiên cứu đối tượng: đề xuất interest, behavior, demographics phù hợp sản phẩm
- Lập kế hoạch chiến dịch: phân bổ ngân sách theo giai đoạn, message từng giai đoạn

2. Trong khi chạy

- Đề xuất xử lý khi chiến dịch bị bottleneck: CTR thấp, CPM cao, giá chuyển đổi tăng
- Viết nội dung quảng cáo mới khi frequency cao (> 2.5) — chống creative fatigue
- Giải thích thuật ngữ cho team / manager: CPM, CTR, ROAS, CPA, CAC, LTV

3. Phân tích & báo cáo

- Phân tích số liệu ads theo từng nhóm quảng cáo, so sánh A/B, tìm pattern hiệu suất
- Xuất báo cáo chiến dịch: kết quả vs KPI, phân tích, đề xuất tối ưu tuần / tháng tới
- Tính toán: ROAS, CPA, break-even ROAS, LTV theo biến phí thay đổi

Tình huống gặp	Prompt xử lý ngay	Output nhận được
CTR thấp < 1%	"CTR hiện tại [X]%. Quảng cáo đang chạy: [mô tả]. Đối tượng: [mô tả]. Đề xuất 5 headline mới mạnh hơn để A/B test. Giải thích tại sao mỗi headline này có thể tăng CTR."	5 headline sẵn sàng test
ROAS thấp, phí quá cao	"ROAS tuần này: [X], mục tiêu [Y]. Ngân sách: [số]. Số liệu từng nhóm: [paste]. Tìm nguyên nhân và đề xuất 3 điều chỉnh cụ thể theo thứ tự ưu tiên."	Action plan rõ ràng
Creative fatigue (freq > 2.5)	"Frequency > 2.5 trên nhóm [tên]. Viết 5 quảng cáo copy hoàn toàn mới về [sản phẩm], giữ cùng mục tiêu [mục tiêu], khác angle với hiện tại."	5 creative mới để test
Báo cáo cuối tháng	"Số liệu tháng [X]: [paste]. Báo cáo ads: kết quả vs KPI từng kênh, insight chính, nguyên nhân lệch KPI, kế hoạch tối ưu tháng tới. Format trình bày gọn."	Báo cáo sẵn sàng gửi

PROMPT MẪU: Kế hoạch chiến dịch quảng cáo toàn diện

"Mục tiêu: [mục tiêu]. Ngân sách: [số]. Thời gian: [X tuần]. Sản phẩm: [tên], giá [số]. Đối tượng: [mô tả cụ thể]. Các kênh có thể dùng: [Meta / Google / TikTok / Zalo]. Đề xuất kế hoạch: phân bổ ngân sách theo giai đoạn, message chính từng giai đoạn, format quảng cáo, KPI và cách đo lường, rủi ro và cách xử lý."

PROMPT MẪU: Viết copy quảng cáo A/B test

"Sản phẩm: [tên], giá [số], ưu điểm chính: [liệt kê]. Đối tượng: [mô tả]. Mục tiêu chiến dịch: [mục tiêu]. Viết 5 phiên bản quảng cáo khác nhau angle: 1) Tính cảnh báo, 2) Bằng chứng xã hội, 3) Khẩn cấp / giới hạn, 4) Tiện ích thực tế, 5) Cảm xúc / kết nối. Mỗi phiên bản: Headline + Primary text + CTA."

E Graphic Designer / Creative / Visual Designer

Thiết kế visual cho tất cả kênh: social media, quảng cáo, website, email, bao bì, in ấn, ấn phẩm nội bộ

Claude giúp Designer làm gì**1. Hiểu brief & chuẩn bị sáng tạo**

- Giải thích brief khi còn mơ hồ: 'Brief này ý tưởng chính là gì, nên đi theo hướng nào?'
- Brainstorm concept visual: đề xuất 5 hướng tiếp cận khác nhau cho cùng 1 brief
- Tìm từ khóa tiếng Anh để search stock: 'Ảnh thể nào thể hiện [cảm xúc / ý tưởng] này?'
- Nghiên cứu phong cách thiết kế phù hợp target audience và mục tiêu chiến dịch

2. Nội dung trong thiết kế

- Viết headline ngắn gọn cho banner, poster, thumbnail (dưới 8 từ, gõ mạnh)
- Viết body copy ngắn cho quảng cáo display, email banner, infographic
- Tạo tagline cho chiến dịch: 5–7 phiên bản để chọn
- Viết alt text cho hình ảnh tối ưu SEO và accessibility

3. Quy trình & tài liệu chuẩn hoá

- Viết brand guideline: quy tắc sử dụng màu sắc, font, logo, khoảng trắng tối thiểu
- Tạo style guide cho kênh social: kích cỡ chuẩn, filter màu, font sử dụng theo loại post
- Soạn shot list / hướng dẫn cho photoshoot hoặc quay phim — để ekip thi công đúng

4 cách Designer dùng Claude hiệu quả nhất

1. Giải brief: Paste nguyên brief, hỏi 'Mục tiêu chính là gì? Tôi nên ưu tiên thể hiện điều gì trước?'
2. Brainstorm concept: 'Đề xuất 5 concept visual cho [campaign], thương hiệu [X], tone [Y], đối tượng [Z]'
3. Viết copy ngắn: 'Viết 5 headline cho banner quảng cáo [sản phẩm], dưới 7 từ, tone [Z], kênh [A]'
4. Tìm stock keyword: 'Tôi cần ảnh thể hiện [cảm xúc]. Đề xuất 10 từ khóa tiếng Anh để search Unsplash / Shutterstock / Adobe Stock'

PROMPT MẪU: Brainstorm concept creative cho campaign

"Tôi cần thiết kế [banner / poster / thumbnail / bao bì] cho campaign [tên]. Mục tiêu: [mục tiêu]. Thương hiệu: [tên], tone [phong cách]. Target: [đối tượng, insight chính của họ]. Đề xuất 5 concept visual khác nhau: mỗi concept mô tả màu chủ đạo, phong cách hình ảnh, layout ý tưởng, cảm xúc người xem sẽ có khi nhìn vào."

PROMPT MẪU: Viết nội dung cho thiết kế

"Thiết kế: [loại — banner / poster / thumbnail]. Sản phẩm / dịch vụ: [tên]. Mục tiêu: [bán hàng / nhận biết / engagement]. Đối tượng: [mô tả]. Viết: 1) 5 headline, mỗi cái dưới 8 từ, gõ mạnh, nổi bật, 2) 3 phiên bản body copy ngắn 15–20 chữ, 3) 2 CTA rõ ràng."

Tuần 1–2: Setup cơ sở

1. Tạo tài khoản Claude.ai Pro cho các vị trí chính: Leader, Content, Ads (ít nhất)
2. Tạo 1 Project chung cho thương hiệu chính — tất cả thành viên dùng chung Project này
3. Viết Project Instructions chuẩn: brand voice, tone, target audience, sản phẩm, quy tắc viết
4. Mỗi thành viên thử 1 tác vụ trong công việc hàng ngày của họ — bắt đầu nhỏ thôi
5. Lưu prompt hiệu quả đầu tiên vào 1 Google Doc chung — bắt đầu xây thư viện prompt

Tuần 3–4: Chuẩn hoá quy trình

6. Content: áp dụng vòng lặp 15–20 phút / bài, đếm giờ trước và sau để so sánh
7. Leader: thử dùng Claude review batch content hàng tuần — tiết kiệm 1–2 giờ
8. Ads: thử phân tích số liệu hàng tuần bằng Claude — từ viết báo cáo tay sang Claude hỗ trợ
9. Bắt đầu viết brief bằng Claude — gửi cho designer / agency, thử xem có bị hiểu sai không
10. Lập báo cáo weekly bằng Claude — so sánh thời gian trước và sau

Tháng 2+: Nâng cao và tự động hoá

11. Xây thư mục prompt library đầy đủ theo từng vị trí — ai cũng dùng được
12. Tích hợp Buffer / Later: Claude viết → paste vào tool → đặt lịch tự động đăng
13. Thử Zapier / Make: tự động hoá 1 bước nhỏ (ghi vào Sheet, thông báo Slack)
14. Đánh giá mỗi tháng: bao nhiêu giờ tiết kiệm / tuần? Chất lượng output tăng hay giảm?

Những lỗi thường gặp khi triển khai Claude cho cả team

Mỗi người tự tạo Project riêng → brand voice không nhất quán → Giải pháp: 1 Project chung, 1 Instructions chuẩn

Dùng nguyên output không biên tập → mất cá tính thương hiệu → Giải pháp: output là bản nháp, con người biên tập cuối

Chỉ dùng để viết content → bỏ lỡ 80% giá trị → Giải pháp: mỗi tuần thử 1 use case mới ngoài viết content

Không lưu prompt hiệu quả → viết lại từ đầu mỗi lần → Giải pháp: Google Doc chung lưu prompt library

Tin tuyệt đối vào số liệu Claude tự tạo → có thể sai → Giải pháp: luôn cung cấp số thực, không hỏi Claude số thị trường

Kết luận: Người dùng Claude giỏi là người biết Marketing

Claude là công cụ hỗ trợ tư duy — không phải người ra quyết định thay bạn.

Kết quả tốt hay không phụ thuộc phần lớn vào chất lượng thông tin bạn cung cấp vào.

Mỗi vị trí dùng Claude theo cách khác nhau — nhưng mọi người đều có thể tiết kiệm 30–50% thời gian thủ công.

Người dùng Claude giỏi nhất không phải là người biết nhiều về AI — mà là người biết Marketing thật sự.