

RUN BY LINH × MARKETING ACADEMY

KHAI THÁC CLAUDE

CHO MARKETER NO-CODE

Hướng dẫn toàn diện 5 tính năng — từ Chat hàng ngày đến hệ thống tự vận hành
Phiên bản 2025 · Tiếng Việt · Fullstack Marketing System

MỤC LỤC

- 01** Tổng quan — Claude là gì và tư duy dùng đúng
- 02** Bản đồ 5 tính năng — Sơ đồ tổng quan
- 03** Claude Chat — Trợ lý MKT on-demand
- 04** Claude với File — Phân tích tài liệu & dữ liệu
- 05** Claude Artifacts — Tạo file & visual tức thì
- 06** Claude Project — Bộ nhớ & ngữ cảnh bền vững
- 07** Claude Skills — SOP chuẩn hoá quy trình
- 08** Lộ trình áp dụng 4 cấp độ

1. Tổng quan — Claude là gì và tư duy đúng đắn

Đọc chương này trước khi làm bất cứ điều gì khác.

Hầu hết Marketer dùng Claude dưới 20% tiềm năng — không phải vì thiếu tính năng, mà vì hiểu sai bản chất của nó. Chương này giúp bạn xây đúng tư duy trước khi đi vào từng tính năng.

1.1 Claude là gì — hiểu đúng để dùng đúng

Claude không phải search engine để tìm thông tin. Claude không phải autocomplete để hoàn thiện câu. Claude là AI có khả năng suy nghĩ hệ thống — phân tích ngữ cảnh phức tạp, duy trì luồng tư duy dài, và làm việc theo SOP bạn định nghĩa.

Claude là...	Đồng nghiệp AI có thể phân tích, viết, lên kế hoạch, đọc file, và học cách làm việc của bạn theo thời gian qua Project và Skills.
Claude không phải...	Công cụ tìm kiếm real-time. Claude không lên internet tìm thông tin mới nhất, không biết kết quả Ads hôm nay, không thực hiện hành động trực tiếp trên tool của bạn.
Điểm mạnh nhất	Viết tiếng Việt tự nhiên, phân tích ngữ cảnh phức tạp, nhớ context trong hội thoại dài, đọc và xử lý file, làm việc theo SOP định nghĩa sẵn.
Điểm cần nhớ	Output tốt hay tệ phụ thuộc 70% vào cách bạn mô tả yêu cầu. Không phải Claude dở — là cách đặt câu hỏi chưa đủ.

1.2 4 tư duy nền tảng

Context là vua

- ▶ Claude không đọc được suy nghĩ của bạn. Bạn càng cho Claude nhiều bối cảnh — sản phẩm là gì, target là ai, tone muốn gì, platform nào — output càng chính xác. Đây là lý do 2 người dùng cùng 1 câu hỏi nhận được 2 output khác nhau hoàn toàn về chất lượng.

Iterate, đừng kỳ vọng perfect lần 1

- ▶ Claude hoạt động tốt nhất theo vòng lặp: yêu cầu → nhận output → chỉnh → output tốt hơn. Thường cần 2-4 vòng để đạt kết quả lý tưởng. "Tốt nhưng cần ngắn hơn 30% và bỏ đoạn cuối" là cách dùng đúng — không phải "output này tệ, Claude dở".

Claude không phán xét

- ▶ Bạn có thể hỏi "Kế hoạch của tôi sai ở đâu?", "Tại sao chiến dịch này thất bại?", "Phân tích điểm yếu trong copy này" mà không sợ bị đánh giá. Đây là không gian tư duy tự do — tận dụng điều đó.

Claude học từ bạn qua Project

Chat thường thì Claude không nhớ gì giữa các hội thoại. Nhưng khi bạn đầu tư vào Project — upload brand guide, viết Instructions, tạo Skills — Claude trở nên có giá trị hơn theo thời gian. Đây là điểm khác biệt giữa "dùng Claude như Google" và "dùng Claude như AI đồng nghiệp thực sự".

1.3 Khi nào NÊN và KHÔNG NÊN dùng Claude

✓ Nên dùng	✗ Không phù hợp
<ul style="list-style-type: none"> Viết và chỉnh sửa nội dung tiếng Việt Brainstorm angle, hook, ý tưởng content Phân tích chiến lược, lên kế hoạch Đọc và phân tích file: CSV, PDF, ảnh, Word Hỏi đáp tình huống, phản biện kế hoạch Chuẩn hoá quy trình MKT cho cả team Tạo draft báo cáo, brief, tài liệu nội bộ 	<ul style="list-style-type: none"> Cần số liệu real-time (giá cổ phiếu, kết quả Ads hôm nay) Tìm kiếm thông tin mới nhất trên internet Thực hiện hành động trực tiếp: post bài, gửi email, chạy Ads Xử lý file video hoặc audio Thay thế hoàn toàn judgment của marketer có kinh nghiệm Đảm bảo số liệu 100% chính xác mà không kiểm tra lại

2. Bản đồ 5 tính năng — Sơ đồ tổng quan

5 tính năng này không phải 5 tool riêng biệt — chúng là 5 tầng của cùng một hệ thống. Bạn bắt đầu từ tầng 1 và xây dần lên. Mỗi tầng đã có giá trị độc lập, nhưng kết hợp lại thì tạo ra sức mạnh nhân lên.

2.1 Sơ đồ 5 tầng

01 Claude de Chat	Claude Chat · Trợ lý on-demand	
	Dùng khi nào	Hàng ngày — hỏi, viết, phân tích nhanh
	Làm được gì	Brainstorm, viết copy, phân tích tình huống, hỏi đáp chiến lược
	Bắt đầu từ	Ngày hôm nay
02 Claude de với File	Claude với File · Phân tích tài liệu & data	
	Dùng khi nào	Có file cần đọc: báo cáo Ads, brief, research, feedback KH
	Làm được gì	Phân tích CSV Ads, đọc PDF, review ảnh/screenshot, cross-reference nhiều file
	Bắt đầu từ	Ngày hôm nay
03 Claude de Artif acts	Claude Artifacts · Tạo file & visual tức thì	
	Dùng khi nào	Cần tạo nhanh file có format: landing page draft, bảng so sánh, dashboard, check
	Làm được gì	HTML page, bảng visual, báo cáo có format, content calendar, checklist, diagram
	Bắt đầu từ	Ngày hôm nay
04 Claude de Proje ct	Claude Project · Bộ nhớ & ngữ cảnh bền vững	
	Dùng khi nào	Làm việc với brand cụ thể, cần Claude nhớ context qua nhiều ngày
	Làm được gì	Lưu brand guide, avatar KH, SOP — cả team dùng chung, output nhất quán
	Bắt đầu từ	Tuần 1-2
05 Claude de Skill s	Claude Skills · SOP chuẩn hoá quy trình	
	Dùng khi nào	Có quy trình MKT lặp lại muốn chuẩn hoá cho cả team
	Làm được gì	Trigger tiếng Việt → Claude chạy đúng SOP → xuất file đúng format, nhất quán 1
	Bắt đầu từ	Tháng 1

2.2 Quan hệ giữa các tầng

Tầng	Input nhận vào	Output tạo ra
Chat	Câu hỏi / yêu cầu bằng text	Ý tưởng, nội dung, phân tích, tư vấn
File	File upload (CSV, PDF, ảnh, doc)	Phân tích, insight, tóm tắt, đề xuất action
Artifacts	Yêu cầu tạo file + File/Chat làm context	File HTML, Markdown, visual có thể dùng ngay
Project	Brand guide + Avatar KH + Skills + SOP	Bộ nhớ shared — mọi Chat/Skills trong Project đều dùng
Skills	Trigger keywords + thông tin task cụ thể	Output đúng format SOP, nhất quán mọi lần

3. Claude Chat — Trợ lý MKT on-demand

Hỏi bất kỳ — nhận trả lời ngay, không cần setup

Claude Chat là tính năng dùng nhiều nhất và dễ bắt đầu nhất. Không cần cài đặt, không cần học prompt phức tạp. Mở claude.ai, nhấn như nhấn với một chuyên gia marketing thực sự — người không bao giờ bận họp, không phán xét, và luôn sẵn sàng chỉnh dần.

3.1 Khái niệm cốt lõi

Context Window — Claude nhớ gì trong hội thoại

- ▶ Trong một cuộc chat, Claude nhớ toàn bộ từ đầu đến cuối. Bạn có thể nói "dựa vào sản phẩm tôi mô tả ở trên..." mà không cần nhắc lại. Nhưng sang hội thoại mới — Claude không nhớ gì. Đây là lý do cần Project khi muốn Claude nhớ brand qua nhiều ngày.

Cấu trúc một câu lệnh tốt — Khung BVHĐR

- ▶ B — Bối cảnh: bối cảnh, bạn đang làm gì, sản phẩm/brand là gì
- V — Vai trò: Claude đóng vai gì (chuyên gia copy, CMO phản biện, khách hàng khó tính)
- H — Hành động: bạn muốn Claude làm gì cụ thể
- Đ — Định dạng: output trông như thế nào (số phiên bản, độ dài, cấu trúc)
- R — Ràng buộc: giọng điệu, từ cấm, platform

Iterative Refinement — Chỉnh dần trong hội thoại

- ▶ Đừng kỳ vọng perfect lần 1. Vòng lặp đúng: yêu cầu → đọc output → chỉnh bằng feedback cụ thể → output tốt hơn. "Tốt nhưng ngắn hơn 30%, bỏ đoạn 2, thêm urgency vào cuối" là cách dùng hiệu quả nhất.

3.2 Cách truy cập

Web (claude.ai)	Truy cập https://claude.ai — đăng nhập bằng email hoặc Google. Giao diện chat đơn giản, upload file bằng cách kéo thả hoặc click icon đính kèm.
Mobile App	Tải Claude app trên iOS hoặc Android. Nhấn tin nhanh khi đang di chuyển, chụp ảnh tài liệu và upload trực tiếp.
Desktop App	Claude Desktop (Mac/Windows) — chạy độc lập không cần browser. Phù hợp khi làm việc cường độ cao và cần copy-paste thường xuyên.
Free vs Pro	Free: sử dụng được, giới hạn số tin nhắn/ngày và dùng model nhỏ hơn. Pro (~\$20/tháng): không giới hạn, model Claude Sonnet 4 mạnh hơn, file upload lớn hơn, Projects không giới hạn.

3.3 So sánh prompt tệ vs prompt tốt

Đây là ví dụ cụ thể nhất về tại sao context quan trọng:

Câu lệnh tệ	Câu lệnh tốt (BVHDR)
"Viết caption cho sản phẩm của tôi"	"[C] Tôi bán serum dưỡng ẩm 500k, target nữ 25-35 tuổi văn phòng Hà Nội.[R] Đóng vai copywriter hiểu insight phụ nữ Việt.[A] Viết 3 caption Facebook khác nhau về angle.[F] Mỗi caption 80-120 chữ, kết thúc bằng CTA inbox.[T] Tone: bạn bè tư vấn, không dùng từ siêu/cực."
Kết quả: caption generic, có thể cho bất kỳ sản phẩm nào	Kết quả: 3 caption cụ thể, đúng tone, đúng CTA, dùng được ngay

3.4 Ứng dụng chi tiết theo nhóm công việc

NHÓM 1: NỘI DUNG & COPY

► Brainstorm angle & hook

Dùng khi: Dùng khi bắt đầu chiến dịch mới, bị cạn ý tưởng, hoặc muốn thử hướng hoàn toàn khác. Claude không chỉ cho ý tưởng — Claude giải thích tại sao mỗi angle hoạt động với target của bạn.

Quy trình thực hiện:

- Bước 1: Mô tả sản phẩm, target, bối cảnh (mùa, sự kiện, trạng thái market hiện tại)
- Bước 2: Yêu cầu 6-10 angle kèm lý giải tại sao mỗi angle phù hợp với target
- Bước 3: Chọn 2-3 angle yêu thích, yêu cầu phát triển thêm 3 hook cụ thể cho mỗi angle
- Bước 4: Với angle tốt nhất, hỏi tiếp: content ideas, hashtag, visual direction

CÂU LỆNH MẪU Brainstorm angle & hook

Tôi đang bán [mô tả sản phẩm] cho [mô tả target audience]. Hiện đang ở giai đoạn [bối cảnh: launch mới / sale / mùa vụ]. Cho tôi 8 angle content khác nhau — mỗi angle ghi rõ: (1) Thông điệp chính, (2) Tại sao angle này phù hợp với target, (3) 1 hook TikTok dạng 3 giây đầu theo angle đó. Sắp xếp từ angle mạnh nhất đến yếu nhất theo đánh giá của bạn.

✓ **Mẹo thực tế:** Sau khi nhận 8 angle, chọn 2 cái hay nhất và hỏi tiếp: "Với angle số 3, phát triển thêm 5 hook TikTok khác nhau và 3 caption Facebook theo angle này." Chất lượng tốt hơn nhiều so với brainstorm tất cả cùng lúc.

► Viết caption Facebook / Instagram

Dùng khi: Dùng khi cần nội dung cho post thương hiệu, post quảng cáo, hoặc post cá nhân brand. Yêu cầu 2-3 phiên bản để có lựa chọn và A/B test.

Quy trình thực hiện:

- Bước 1: Cung cấp đủ: sản phẩm/dịch vụ, USP chính, target, platform (Facebook/Instagram), CTA muốn dùng
- Bước 2: Chỉ định tone rõ ràng — nếu có caption cũ tốt, paste vào làm ví dụ tone

7. Bước 3: Yêu cầu 3 phiên bản với angle khác nhau (không chỉ thay từ ngữ)
8. Bước 4: Chọn 1 phiên bản, chỉnh tiếp trong cùng hội thoại

CÂU LỆNH MẪU Viết caption Facebook / Instagram

Viết 3 caption Facebook cho [sản phẩm/dịch vụ]. Context: [mô tả ngắn USP và điểm khác biệt]. Target: [mô tả]. Tone: [tư vấn bạn bè / chuyên nghiệp / hài hước nhẹ] — không dùng từ [từ cấm]. Độ dài: 80-120 chữ. CTA: [inbox tư vấn / comment / click link]. 3 phiên bản cần khác nhau về angle, không chỉ khác về từ ngữ: V1 tập trung vào pain point, V2 tập trung vào benefit, V3 dạng storytelling hoặc social proof.

✓ **Mẹo thực tế:** Paste 1 caption cũ của bạn vào và nói "viết theo tone tương tự nhưng cho sản phẩm X" — Claude bắt được tone thực tế của brand nhanh hơn mô tả bằng lời rất nhiều.

► Viết script TikTok / Reels

Dùng khi: Dùng khi cần script cho video ngắn. Yêu cầu 2 phiên bản A/B với hook khác nhau để test — đây là điểm quan trọng nhất vì hook quyết định 80% hiệu quả video.

Quy trình thực hiện:

9. Bước 1: Cung cấp: format video (giáo dục/tư vấn/entertainment), thời lượng, thông điệp chính
10. Bước 2: Yêu cầu Claude viết đủ 3 phần: Hook 3 giây — Body — CTA, kèm note cho editor
11. Bước 3: Yêu cầu 2 phiên bản với hook khác nhau: 1 dạng câu hỏi, 1 dạng statement mạnh
12. Bước 4: Với script tốt, hỏi thêm variation hook để có 5-6 option test

CÂU LỆNH MẪU Viết script TikTok / Reels

Viết script TikTok [thời lượng] giây cho [sản phẩm/chủ đề]. Target xem: [mô tả]. Objective: [awareness/engagement/conversion]. Tone: [giáo dục nhanh/tư vấn/phản trực giác]. Viết 2 phiên bản A/B — phiên bản A hook dạng câu hỏi gây tò mò, phiên bản B hook dạng statement phản trực giác. Mỗi script theo cấu trúc:[HOOK — 3 giây] Text nói[BODY — X giây] Điểm 1 / Điểm 2 / Điểm 3 (mỗi điểm 1 câu ngắn)[CTA — 3 giây] Text nói[NOTE EDITOR] Gợi ý visual / text overlay

✓ **Mẹo thực tế:** Thêm "ghi chú cho người quay và editor" vào yêu cầu — Claude sẽ thêm direction cho từng cảnh giúp cả quy trình production nhanh hơn đáng kể.

► Viết email marketing

Dùng khi: Dùng khi cần viết email đơn lẻ (newsletter, announcement) hoặc cả chuỗi email automation. Claude viết được cả 4 loại email phổ biến nhất.

Quy trình thực hiện:

13. Bước 1: Xác định loại email: welcome / nurture / sales / re-engagement
14. Bước 2: Cung cấp: profile người nhận, mục tiêu email, offer/value proposition nếu có
15. Bước 3: Yêu cầu cả subject line + preview text + body — không tách riêng
16. Bước 4: Với chuỗi email, brief toàn bộ series trước, Claude giữ narrative nhất quán

CÂU LỆNH MẪU Viết email marketing

Viết email [loại: welcome/nurture/sales] cho [mô tả người nhận]. Họ vừa [hành động của người nhận: đăng ký nhận ebook / mua hàng lần đầu / không mở email 30 ngày]. Mục tiêu email này: [đích đến]. Value tôi muốn deliver: [mô tả]. Tone: [thân thiện/chuyên nghiệp] — không oversell, không dùng từ "siêu ưu đãi". Viết đầy đủ: Subject line (A/B 2 option) / Preview text / Mở đầu / Thân / CTA / P.S.

✓ **Mẹo thực tế:** Với chuỗi email, hỏi Claude "Thiết kế chuỗi email chào mừng 5 email cho người đăng ký nhận [tài liệu X]" — nhận outline đầy đủ trước, duyệt, rồi mới yêu cầu viết từng email. Đỡ phải chỉnh sửa nhiều hơn.

► Viết copy quảng cáo Meta & TikTok

Dùng khi: Dùng khi cần nhiều variation copy để A/B test. Quan trọng: brief Claude về objective và audience temperature (cold/warm/hot) — copy khác nhau rất nhiều giữa 3 loại.

Quy trình thực hiện:

17. Bước 1: Cung cấp: sản phẩm, objective (traffic/lead/conversion), audience temperature
18. Bước 2: Yêu cầu đúng format: Primary text + Headline + Description (Meta) hoặc Hook + CTA (TikTok)
19. Bước 3: Yêu cầu 5-8 variation để có đủ cho A/B test — đừng chỉ xin 1-2
20. Bước 4: Phân nhóm theo angle: pain-point / benefit / social proof / FOMO

CÂU LỆNH MẪU Viết copy quảng cáo Meta & TikTok

Viết 6 variation copy Meta Ads cho [sản phẩm]. Target: [mô tả audience]. Audience temperature: [cold — chưa biết brand / warm — đã tương tác / retarget — đã xem landing page]. Objective: [conversion]. Format mỗi variation:- Primary text (60-100 chữ)- Headline (40 ký tự)- CTA button: [Learn More / Shop Now / Sign Up]Phân bổ: 2 variation pain-point focused, 2 benefit focused, 1 social proof, 1 urgency/FOMO. Không dùng emoji quá 2 cái/variation.

✓ **Mẹo thực tế:** Sau khi chạy Ads 3-5 ngày, screenshot kết quả và hỏi Claude "variation nào đang win và tại sao theo bạn?" — nhận analysis + gợi ý iteration tiếp theo.

NHÓM 2: CHIẾN LƯỢC VÀ LÊN KẾ HOẠCH

► Lên content calendar tháng

Dùng khi: Dùng để draft content plan nhanh, sau đó chỉnh dần. Claude cho khung tổng thể — bạn chỉnh theo thực tế lịch và nguồn lực.

Quy trình thực hiện:

21. Bước 1: Cung cấp: số ngày đăng/tuần, các kênh cần có content, theme tháng (nếu có)
22. Bước 2: Cung cấp: top 3 objectives tháng này, event/mùa vụ quan trọng trong tháng
23. Bước 3: Yêu cầu Claude draft calendar theo tuần, phân bổ content type theo mục tiêu
24. Bước 4: Chỉnh: "Tuần 2 cần thêm 2 post về [chủ đề]", "Bỏ loại content X vì không có nguồn lực"

CÂU LỆNH MẪU Lên content calendar tháng

Lên content calendar tháng [tháng] cho [brand/sản phẩm]. Thông tin:- Kênh: [Facebook / TikTok / Instagram / Email]- Tần suất: [X post/tuần]- Objective tháng: [ví dụ: 60% awareness, 40% conversion]- Event quan trọng trong tháng: [liệt kê]- Budget có content production: [có video / chỉ có ảnh tĩnh]Yêu cầu: calendar theo tuần, mỗi post có: Ngày / Platform / Content type / Topic / Angle / CTA. Cuối tháng tổng hợp: tỷ lệ content type và lý giải phân bổ.

✓ **Mẹo thực tế:** Sau khi nhận calendar, hỏi thêm: "Với post ngày 15 về [chủ đề], viết thêm 2 caption A/B để tôi chọn." Dùng Chat như layer tiếp theo của content planning.

► Phân tích đối thủ

Dùng khi: Dùng trước khi launch sản phẩm mới, review định kỳ, hoặc khi muốn tìm khoảng trống thị trường. Paste nội dung thực tế của đối thủ vào để nhận phân tích chính xác nhất.

Quy trình thực hiện:

25. Bước 1: Paste landing page, caption, email, hoặc script của đối thủ vào chat
26. Bước 2: Cung cấp context: bạn là ai, bạn đang cạnh tranh ở segment nào
27. Bước 3: Yêu cầu phân tích theo framework: thông điệp / audience / điểm mạnh / điểm yếu / khoảng trống
28. Bước 4: Hỏi tiếp: "Nếu tôi muốn cạnh tranh trực tiếp, tôi nên định vị như thế nào?"

CÂU LỆNH MẪU Phân tích đối thủ

Đây là [landing page / caption / email / script] của đối thủ chính của tôi: [paste nội dung]. Bối cảnh: tôi đang bán [sản phẩm tương tự] ở phân khúc [mô tả]. Phân tích đối thủ theo 5 điểm: (1) Thông điệp định vị chính họ đang dùng, (2) Target audience họ đang nhắm đến (suy từ ngôn ngữ và angle), (3) Điểm mạnh trong cách truyền thông, (4) Điểm yếu và khoảng trống họ bỏ qua, (5) Nếu tôi muốn lấy thị phần từ họ, góc cạnh tranh nào khả thi nhất cho tôi.

✓ **Mẹo thực tế:** Paste ảnh quảng cáo của đối thủ vào chat — Claude phân tích được cả visual hierarchy, message, và format. Không cần mô tả bằng lời.

► Phản biện kế hoạch

Dùng khi: Dùng trước khi present kế hoạch, trước khi execute, hoặc khi muốn kiểm tra blind spot. Yêu cầu Claude "đóng vai" để nhận góc nhìn khác nhau.

Quy trình thực hiện:

29. Bước 1: Paste draft kế hoạch vào — toàn bộ, không cần edit trước
30. Bước 2: Yêu cầu Claude đóng vai stakeholder cụ thể: CMO khắt khe, CFO cắt budget, khách hàng khó tính
31. Bước 3: Nhận câu hỏi khó → trả lời → Claude đánh giá câu trả lời
32. Bước 4: Yêu cầu "top 5 rủi ro" và "plan B cho rủi ro lớn nhất"

CÂU LỆNH MẪU Phản biện kế hoạch

Đây là kế hoạch marketing của tôi: [paste kế hoạch]. Hãy đóng vai một CMO có 15 năm kinh nghiệm, khắt khe và không ngại nói thẳng. Nhiệm vụ của bạn: (1) Đặt 8 câu hỏi khó nhất về kế hoạch này, theo thứ tự từ quan trọng nhất đến ít quan trọng hơn, (2) Chỉ ra 3 giả định trong kế hoạch mà bạn nghi ngờ nhất và tại sao, (3) Đề xuất 1 thay đổi lớn mà bạn cho là sẽ cải thiện kết quả đáng kể nhất.

✓ **Mẹo thực tế:** Sau khi nhận câu hỏi, trả lời từng câu — Claude sẽ đánh giá câu trả lời và chỉ ra câu nào chưa thuyết phục. Đây là cách tốt nhất để prepare cho buổi present với sếp hoặc client.

NHÓM 3: PHÂN TÍCH VÀ BÁO CÁO

► Phân tích số liệu Ads (paste data)

Dùng khi: Dùng để phân tích nhanh khi chưa có dashboard hoặc khi cần insight ngay. Paste data thô — Claude không tính toán sai, không bỏ sót dòng, và quan trọng hơn: Claude diễn giải được ý nghĩa đằng sau con số.

Quy trình thực hiện:

33. Bước 1: Export data từ Ads Manager — giữ các cột: Campaign / Ad Set / Spend / Revenue / Orders / Messages / CTR / CPM
34. Bước 2: Paste data vào chat (hoặc upload file CSV)
35. Bước 3: Hỏi theo framework phễu: từ Reach → CTR → Landing Page → Action
36. Bước 4: Yêu cầu action items cụ thể: "top 3 việc cần làm ngay hôm nay"

CÂU LỆNH MẪU Phân tích số liệu Ads (paste data)

Đây là số liệu Meta Ads [khoảng thời gian] của tôi:[paste data hoặc upload file CSV]Phân tích theo flow phễu:1. Impression & CPM — traffic có rê không, có bị audience saturation không2. CTR — creative có đang thu hút không, so với mức tham chiếu ngành3. Landing page — người vào có ở lại không, bounce rate nếu có4. Conversion — CVR bao nhiêu, có bottleneck ở đâuSau phân tích, cho tôi:- Adset/Campaign nào cần tắt ngay- Adset/Campaign nào có thể scale- Top 3 action tôi nên làm trong 48h tới

✓ **Mẹo thực tế:** Hỏi tiếp theo sau phân tích: "Nếu tôi còn [X triệu] ngân sách tháng này, phân bổ như thế nào?" — Claude đưa ra recommendation có ưu tiên rõ ràng hơn là chỉ nhận xét.

► Draft báo cáo tháng

Dùng khi: Dùng khi cần viết báo cáo cho sếp, client, hoặc team. Claude không chỉ trình bày số — Claude viết narrative giải thích tại sao số tốt hay xấu và khuyến nghị gì tiếp theo.

Quy trình thực hiện:

37. Bước 1: Cung cấp số liệu tháng: key metrics, so sánh vs tháng trước và vs target
38. Bước 2: Cung cấp bối cảnh: có gì đặc biệt tháng này (campaign mới, tăng budget, đổi thủ tung offer)
39. Bước 3: Yêu cầu Claude viết theo cấu trúc: Summary → Highlights → Challenges → Next month plan
40. Bước 4: Chỉnh giọng điệu theo audience: báo cáo cho sếp khác với báo cáo cho team

CÂU LỆNH MẪU Draft báo cáo tháng

Viết báo cáo marketing tháng [tháng] cho [audience: team nội bộ / sếp / client]. Số liệu:[paste số liệu: revenue, ROAS, CPO, CPMess, lead, conversion rate...]So sánh: vs tháng [X] là [+/-X%], vs target là [on track / below / above].Bối cảnh đặc biệt: [ví dụ: tuần 2 tăng budget 50%, đối thủ có chương trình sale lớn].Viết theo cấu trúc: (1) Tóm tắt 3 câu cho executive, (2) Highlights tháng — điều gì làm tốt, (3) Challenges — điều gì chưa đạt và nguyên nhân, (4) Learnings — bài học rút ra, (5) Kế hoạch tháng sau.

✓ **Mẹo thực tế:** Thêm "tone: thẳng thắn, không tô hồng số xấu — sếp của tôi muốn nghe sự thật" vào yêu cầu. Claude sẽ viết báo cáo trung thực hơn thay vì tìm cách spin số xấu.

► Tổng hợp insight từ feedback KH

Dùng khi: Dùng khi có lượng comment, review, inbox cần phân tích để tìm pattern. Claude đọc và phân tích nhanh hơn rất nhiều so với đọc thủ công từng cái.

Quy trình thực hiện:

41. Bước 1: Collect feedback: copy comment, paste inbox, hoặc export review — càng nhiều càng tốt
42. Bước 2: Paste vào chat, không cần edit hay format trước
43. Bước 3: Yêu cầu phân tích pattern: chủ đề lặp lại, cảm xúc dominant, ngôn ngữ thực tế KH dùng
44. Bước 4: Yêu cầu output dạng actionable: "top pain point → đề xuất content angle"

CÂU LỆNH MẪU Tổng hợp insight từ feedback KH

Đây là [X] comment/inbox/review thực tế từ khách hàng của tôi:[paste feedback]Phân tích và tổng hợp:1. Top 5 pain point được đề cập nhiều nhất — quote câu thực tế KH nói2. Top 3 điều KH khen — điểm mạnh thực sự trong mắt KH3. Top 3 objection / lý do không mua — nếu có4. Ngôn ngữ và từ ngữ thực tế KH dùng để mô tả vấn đề của họ5. Gợi ý 5 angle content tận dụng insight từ feedback này

✓ **Mẹo thực tế:** Output của bước này — đặc biệt là "ngôn ngữ thực tế KH dùng" — nên được lưu vào Avatar KH trong Project Knowledge. Đây là nguồn copy tốt nhất vì chính KH tự viết.

3.5 Tips nâng cao

✓ **Đưa toàn bộ ngữ cảnh vào ngay từ đầu:** Thay vì hỏi từng phần, dán brief / data / ví dụ mẫu vào đầu hội thoại ngay. Claude có đủ context từ đầu → mọi câu trả lời sau đều tốt hơn, đỡ phải chỉnh nhiều.

✓ **Chia nhỏ câu lệnh cho việc phức tạp:** Thay vì 1 câu lệnh dài, chia thành chuỗi: (1) Phân tích vấn đề → (2) Đề xuất hướng giải quyết → (3) Viết output. Mỗi bước build trên bước trước, chất lượng cuối tốt hơn nhiều.

✓ **Phản hồi cụ thể thay vì cảm tính:** "Formal hơn 20%, bỏ đoạn 2, thêm 1 pain point về thiếu thời gian" tốt hơn "viết lại hay hơn". Claude chỉnh chính xác khi nhận feedback cụ thể.

✓ **Nhờ Claude đóng vai để nhận góc nhìn khác:** "Đóng vai CFO phân tích ngân sách", "đóng vai KH khó tính đọc landing page này" — nhận insight không bị bias bởi góc nhìn người làm.

✓ **Lưu hội thoại tốt làm mẫu dùng lại:** Khi tìm được chuỗi câu lệnh cho kết quả tốt, lưu lại toàn bộ hội thoại. Lần sau chạy lại đúng chuỗi đó — không cần mày mò lại từ đầu.

4. Claude với File — Phân tích tài liệu & dữ liệu



Upload file — Claude đọc và phân tích ngay, không cần copy-paste

Đây là tính năng nhiều Marketer biết nhưng chưa khai thác đúng. Claude không chỉ "đọc" file — Claude phân tích, tổng hợp, cross-reference giữa nhiều file, và đưa ra insight có thể hành động ngay. Không cần biết Excel, không cần biết Sheets — chỉ cần biết hỏi đúng câu.

4.1 Claude đọc được file gì

Loại file	Claude làm được gì	Giới hạn cần biết
CSV / Excel (.csv, .xlsx)	Đọc dữ liệu, tính toán, phân tích pattern, so sánh, tìm outlier, tóm tắt insight	File quá lớn (>5MB) có thể bị cắt bớt — nên lọc cột không cần trước khi upload
PDF	Đọc và tóm tắt, trích dẫn thông tin cụ thể, phân tích nội dung, so sánh với tài liệu khác	PDF scan (ảnh chụp) đọc kém hơn PDF text — dùng PDF có text layer tốt hơn
Ảnh / PNG / JPG	Phân tích visual, đọc text trong ảnh, nhận xét design, phân tích screenshot dashboard	Không edit được ảnh — chỉ phân tích và nhận xét
Word / DOCX	Đọc nội dung, chỉnh sửa, cải thiện, review và feedback, chuẩn hoá tone	Không giữ nguyên format phức tạp (bảng nhiều cột, text box)
TXT / Markdown	Đọc đầy đủ, phân tích, chỉnh sửa, tổng hợp	Tốt nhất cho Skill files và SOP documents

4.2 Ứng dụng theo từng loại file

CSV VÀ EXCEL — Phân tích dữ liệu Ads & KH

► Phân tích báo cáo Meta Ads

Workflow phổ biến nhất. Thay vì mở Excel, tạo pivot table, tính công thức — upload thẳng vào Claude và hỏi.

Quy trình:

45. Export từ Meta Ads Manager: Columns → chọn Campaign Name, Ad Set Name, Amount Spent, Results, Cost per Result, CTR, CPM, ROAS (nếu có pixel)
46. Lưu dưới dạng CSV, upload vào chat
47. Hỏi theo chuỗi prompt dưới đây — không hỏi tất cả một lúc, hỏi từng bước để đào sâu

CÂU LỆNH MẪU Overview nhanh

Đây là báo cáo Meta Ads [khoảng thời gian] của tôi. Cho tôi overview trong 5 gạch đầu dòng: tổng spend, tổng kết quả, cost per result trung bình, so sánh với [mức tham chiếu hoặc tháng trước nếu có], và nhận xét chung về hiệu quả.

CÂU LỆNH MẪU Drill down adset

Rank tất cả Ad Sets theo ROAS (hoặc Cost per Result nếu không có ROAS). Chỉ rõ: top 3 adset đang hoạt động tốt nhất và lý do, bottom 3 cần xem xét tắt và lý do, adset nào có CTR tốt nhưng conversion kém (vấn đề ở landing page).

CÂU LỆNH MẪU Action items

Dựa trên phân tích trên, nếu tôi còn [X triệu VND] budget cho [số ngày] ngày còn lại của tháng, đưa ra kế hoạch phân bổ cụ thể: giữ lại adset nào với budget bao nhiêu, tắt adset nào, có nên test adset mới không.

► Phân tích order history

Tim pattern trong dữ liệu đơn hàng: sản phẩm nào bán chạy, khách nào mua lại, thời điểm nào peak.

Quy trình:

48. Export order data từ Shopify/WooCommerce/Google Sheets: Order ID, Date, Customer, Product, Quantity, Revenue
49. Upload CSV vào chat
50. Hỏi theo các chiều phân tích dưới đây

CÂU LỆNH MẪU Product analysis

Phân tích order data này. Cho tôi: (1) Top 5 sản phẩm theo revenue và theo số đơn, (2) Sản phẩm nào có average order value cao nhất, (3) Pattern thời gian: ngày trong tuần nào và khung giờ nào có nhiều đơn nhất, (4) Tỷ lệ khách mua lại (customer có >1 order) là bao nhiêu.

CÂU LỆNH MẪU Customer segmentation

Từ data này, phân chia khách hàng thành 3 nhóm: Champions (mua nhiều, mua gần đây, giá trị cao), At-risk (từng mua nhiều nhưng lâu chưa mua lại), New customers (mới mua lần đầu trong 30 ngày). Cho tôi số lượng và % mỗi nhóm, và gợi ý campaign phù hợp cho từng nhóm.

PDF — Đọc tài liệu và phân tích nội dung

► Đọc brief từ client

Client gửi PDF brief dài 20 trang — Claude đọc và tóm tắt trong 2 phút, extract đúng thông tin bạn cần.

CÂU LỆNH MẪU Đọc brief từ client

Đây là brief từ client của tôi. Sau khi đọc, tóm tắt cho tôi theo format sau: 1. Objective chính của campaign 2. Target audience (demographic + psychographic nếu có) 3. Key message / thông điệp truyền thông 4. Deliverables cụ thể được yêu cầu 5. Timeline và deadline quan trọng 6. Budget (nếu được đề cập) 7. Điểm nào trong brief còn mơ hồ — tôi cần hỏi lại client

► Phân tích báo cáo ngành / research

Báo cáo ngành 50-100 trang — Claude đọc và extract đúng insight bạn cần cho kế hoạch MKT.

CÂU LỆNH MẪU Phân tích báo cáo ngành / research

Đây là báo cáo [tên báo cáo / ngành]. Tôi đang làm marketing cho [sản phẩm/brand] ở phân khúc [mô tả]. Extract cho tôi từ báo cáo này: (1) Số liệu và trend quan trọng nhất liên quan đến business của tôi, (2) Insight về behaviour của target audience [mô tả audience của bạn], (3) Opportunity và threat từ xu hướng thị trường, (4) Góc nào trong báo cáo có thể dùng làm data point cho content marketing của tôi.

ẢNH VÀ CHỤP MÀN HÌNH — Phân tích visual

► Phân tích creative quảng cáo

Screenshot quảng cáo đang chạy hoặc quảng cáo của đối thủ — Claude nhận xét về visual hierarchy, message clarity, và CTA.

CÂU LỆNH MẪU Phân tích creative quảng cáo

Đây là [creative quảng cáo của tôi / của đối thủ]. Phân tích theo góc nhìn conversion optimization: 1. Visual hierarchy: mắt người xem đi theo thứ tự nào? 2. Message clarity: thông điệp có rõ trong 3 giây không? 3. CTA: có nổi bật không, action có rõ ràng không? 4. Audience alignment: visual có match với target audience không? 5. Điểm mạnh nhất của creative này? 6. 1 thay đổi quan trọng nhất nếu muốn test variation

► Đọc số liệu từ screenshot dashboard

Khi không export được CSV — chụp màn hình dashboard Ads Manager hoặc Analytics và hỏi Claude phân tích.

CÂU LỆNH MẪU Đọc số liệu từ screenshot dashboard

Đây là screenshot dashboard Ads Manager của tôi. Đọc các số liệu trong ảnh và phân tích: (1) Tổng spend và kết quả tổng, (2) Campaign/Adset nào đang perform tốt nhất và tệ nhất, (3) Chỉ số nào đang ở mức đáng lo ngại, (4) Gợi ý hành động cụ thể dựa trên số liệu này. Lưu ý nếu có số liệu nào bạn không đọc được rõ từ ảnh.

4.3 Dùng nhiều file cùng lúc — so sánh và tổng hợp

Một trong những use case mạnh nhất và ít người biết: upload nhiều file cùng lúc và yêu cầu Claude cross-reference giữa chúng. Claude nhớ tất cả file trong hội thoại.

CÂU LỆNH MẪU Dùng nhiều file cùng lúc

Tôi upload 3 file: - File 1 (brief.pdf): Brief chiến dịch tháng này - File 2 (ads-results.csv): Kết quả Ads tháng trước - File 3 (competitor.pdf): Phân tích đối thủ tôi vừa làm. Dựa vào cả 3 file, đề xuất cho tôi: 1. Content angle nào phù hợp nhất với objective trong brief, tận dụng điểm yếu đối thủ? 2. Budget allocation đề xuất cho tháng này dựa trên performance tháng trước? 3. 3 điều không nên làm lại dựa trên kết quả tháng trước? 4. 1 experiment mới đáng thử trong tháng này và lý do

5. Claude Artifacts — Tạo file & visual tức thì

⚡ Tạo file có format ngay trong chat — không cần tool khác

Artifacts là tính năng Claude tạo ra file hoàn chỉnh ngay trong giao diện — HTML page, document có format, bảng visual, checklist. Bạn thấy kết quả ngay, chỉnh ngay, và dùng ngay. Không cần Figma, không cần Canva, không cần Word — với những thứ cần làm nhanh.

5.1 Artifacts là gì — và không phải là gì

Artifacts LÀ	File được tạo và hiển thị ngay trong chat. Bạn thấy trực tiếp và có thể chỉnh tiếp trong cùng hội thoại. Các loại: HTML page, Markdown document, code snippet, SVG diagram.
Artifacts KHÔNG PHẢI	Tool thay Canva hay Figma. Không tạo được ảnh thực sự, không animate, không có database. Dùng cho prototype, draft, và visual concept — không phải production asset.
Khi nào dùng Artifacts	Khi cần tạo nhanh để show concept, brief cho designer, hoặc dùng ngay (checklist, báo cáo text). Khi cần present nhanh cho sếp/client mà chưa có thời gian làm đẹp trên tool khác.
Khi nào dùng tool khác	Khi cần file production đẹp để publish (dùng Canva). Khi cần pptx/xlsx chuẩn (dùng Office). Khi cần host online và có database (dùng developer).

5.2 Ứng dụng thực tế cho marketer không biết code

► Landing page draft để show concept

Dùng để tạo nhanh draft landing page show cho client hoặc sếp duyệt concept trước khi dev làm thật. Tiết kiệm 1-2 vòng brief qua lại.

Cách hoạt động thực tế:

- Claude tạo HTML hoàn chỉnh: hero section, pain points, benefits, testimonial placeholder, CTA
- Bạn xem trực tiếp, chỉnh trong chat: "đổi màu button sang #5B3FD9", "thêm section pricing sau benefits"
- Khi ổn: copy HTML và gửi cho developer làm thật, hoặc paste vào Notion để share link
- Không phải landing page thật — không có form backend, không host được. Chỉ dùng để duyệt concept

CÂU LỆNH MẪU Landing page draft để show concept

Tạo landing page HTML cho [sản phẩm/khoá học]. Thông tin:- Headline chính: [headline]- Target: [mô tả]- 3 pain points chính: [liệt kê]- 3 benefits/features chính: [liệt kê]- Offer: [mô tả offer]- CTA: [text button]Sections cần có: Hero (headline + subheadline + CTA) → Pain points (3 cards) → Solution/Benefits (3 cards) → Social proof placeholder → CTA cuối.Style: màu chủ đạo [màu], font Be Vietnam Pro từ Google Fonts, clean và minimal. Mobile responsive.

► Dashboard báo cáo visual để present

Khi cần present số liệu cho sếp hoặc client mà chưa có Looker Studio — Claude tạo HTML dashboard với chart ngay trong chat.

Cách hoạt động thực tế:

- Paste số liệu vào, Claude tạo dashboard có bar chart, pie chart, hoặc line chart
- Dùng để present trong meeting — mở trên browser, share screen
- Chỉnh được real-time trong meeting: "đổi màu chart", "thêm số liệu tuần trước"
- Không real-time data — cần update thủ công mỗi lần có số mới

CÂU LỆNH MẪU Dashboard báo cáo visual để present

Tạo HTML dashboard báo cáo marketing tháng [tháng] với các số liệu sau:[paste số liệu: revenue, ROAS, CPO, leads, conversion rate...]Yêu cầu:- KPI cards ở trên (4 metric quan trọng nhất)- Bar chart so sánh performance theo tuần- Pie chart phân bổ ngân sách theo kênh- Bảng top campaigns- Màu brand: [màu chính]- Clean, professional, font Be Vietnam Pro- Số liệu tháng trước để so sánh: [paste số liệu cũ]

► Content matrix & content calendar visual

Tạo content calendar dạng visual có màu sắc phân loại theo platform và content type — để review và để phân công hơn dạng bảng text thuần.

Cách hoạt động thực tế:

- Claude tạo HTML calendar theo tuần, màu sắc theo platform hoặc content type
- Dùng để review plan trong team meeting
- Chỉnh trực tiếp: "đổi post ngày 15 thành video thay vì ảnh", "thêm email marketing vào tuần 3"

CÂU LỆNH MẪU Content matrix & content calendar visual

Tạo content calendar HTML cho tháng [tháng]. Dữ liệu:[paste content plan: ngày / platform / content type / topic]Yêu cầu: layout dạng lịch grid theo tuần, màu sắc phân biệt theo platform (Facebook = xanh, TikTok = đen, Instagram = gradient, Email = cam), mỗi item hiển thị: ngày + platform + content type ngắn + topic. Header tháng và năm. Clean, dễ đọc khi in hoặc share screen.

► Checklist & SOP document

Tạo nhanh checklist quy trình, hướng dẫn làm quen, hoặc SOP document có format để dùng ngay hoặc paste vào Notion.

Cách hoạt động thực tế:

- Claude tạo Markdown document có cấu trúc rõ ràng, heading, checkbox
- Dùng cho: danh sách kiểm tra trước ra mắt, danh sách làm quen, danh sách việc cần làm hàng tuần
- Copy và paste vào Notion, Google Docs, hoặc Confluence dùng ngay

CÂU LỆNH MẪU Checklist & SOP document

Tạo checklist [tên checklist: ví dụ "Pre-launch campaign checklist"]. Bao gồm các hạng mục sau:[liệt kê các hạng mục cần có]Format: Markdown với checkbox [], nhóm theo phase/category, mỗi item có ghi chú ngắn về cách thực hiện nếu cần. Thêm cột "Owner" và "Deadline" dạng placeholder. Phù hợp paste vào Notion.

► Funnel & customer journey diagram

Visualize funnel hoặc customer journey để align với team hoặc present cho client — không cần Figma hay Miro.

Cách hoạt động thực tế:

- Claude tạo diagram dạng HTML/SVG trực quan
- Dùng để: align team về customer journey, present strategy cho client, hướng dẫn nhân sự mới
- Chỉnh được: "thêm giai đoạn retention sau purchase", "đổi màu stage awareness"

CÂU LỆNH MẪU Funnel & customer journey diagram

Tạo customer journey map dạng visual HTML cho [sản phẩm/brand]. Hành trình gồm các giai đoạn: [liệt kê: ví dụ Awareness → Interest → Consideration → Purchase → Retention]. Với mỗi giai đoạn hiển thị: Tên giai đoạn- Touchpoints chính (kênh/nơi KH gặp brand)- Câu hỏi/suy nghĩ KH ở giai đoạn này- Action của marketing team. Layout: horizontal flow từ trái sang phải, màu gradient từ nhạt đến đậm theo hành trình, font Be Vietnam Pro, professional.

5.3 Cách chỉnh Artifacts hiệu quả

✓ **Chỉnh trong cùng hội thoại:** Không cần tạo lại từ đầu. "Đổi màu button sang #5B3FD9", "bỏ section testimonial", "thêm countdown timer" — Claude chỉnh trực tiếp vào file đã tạo.

✓ **Kết hợp với File upload:** Upload brand guide hoặc brief PDF trước, sau đó yêu cầu tạo Artifact — Claude tạo đúng màu, đúng font, đúng tone theo brief.

✓ **Dùng Artifact làm brief cho designer:** Thay vì mô tả bằng lời, show HTML draft và nói "làm đẹp hơn cái này". Designer hiểu layout và intent ngay — đỡ 2-3 vòng revise.

6. Claude Project — Bộ nhớ & ngữ cảnh bền vững

📁 Claude nhớ brand của bạn — không cần giải thích lại mỗi lần

Project là tính năng tạo ra sự khác biệt lớn nhất giữa "dùng Claude như chatbot" và "dùng Claude như AI đồng nghiệp". Trong Project, Claude luôn biết brand là gì, khách hàng của bạn trông như thế nào, team làm việc như thế nào — và mọi người trong team đều làm việc trong cùng một ngữ cảnh đó.

6.1 Chat thường vs Chat trong Project

Chat thường	Mỗi hội thoại là một tờ giấy trắng. Claude không biết brand của bạn, không biết tone muốn dùng, không biết SOP của team. Bạn phải giải thích lại context mỗi lần — mất 10-15 phút đầu hội thoại chỉ để setup.
Chat trong Project	Claude đã biết brand, tone, avatar KH, SOP — từ trước khi bạn nói câu đầu tiên. Bạn bắt đầu từ yêu cầu thực sự luôn. Không waste thời gian explain lại.
Ví dụ cụ thể	Chat thường: "Tôi bán khoá học marketing, target là chủ shop nhỏ, tone tư vấn bạn bè, không dùng từ hoa mỹ... [5 câu giải thích brand]... viết caption." Chat trong Project: "Viết caption cho post ra mắt khoá học tháng 11."
Giá trị với team	Mọi người trong team đều dùng chung một Project — output nhất quán 100% dù ai trigger. Không còn tình trạng mỗi người viết một kiểu, brand voice không đồng nhất.

6.2 4 thành phần của một Project

Project Instructions (System Prompt)	Văn bản bạn viết để định nghĩa Claude trong Project này là ai, làm gì, theo nguyên tắc nào. Đây là "nhân cách" của Claude khi làm việc trong Project. Instructions chạy trước mọi hội thoại — Claude đọc Instructions trước khi đọc câu hỏi của bạn. Ví dụ: "Bạn là AI Marketing cho thương hiệu X. Luôn dùng tiếng Việt. Tone: tư vấn thân thiện, không formal, không dùng buzzword. Khi nhận trigger về quy trình MKT, đọc Skill file tương ứng..."
Project Knowledge (Files)	Các file bạn upload — brand guide, avatar KH, Skills, SOP, kết quả chiến dịch cũ. Claude đọc và nhớ toàn bộ, tự áp dụng khi phù hợp mà không cần bạn nhắc. Khác với chat thường: bạn không cần paste brand guide vào mỗi hội thoại — Claude đã biết từ Knowledge.
Conversations (Lịch sử)	Tất cả hội thoại trong Project được lưu. Claude có thể tham chiếu context từ hội thoại trước trong cùng Project — "như tôi đã nói hôm qua" hoặc "dựa trên kế hoạch tuần trước". Giới hạn: Claude không nhớ chi tiết từng hội thoại cũ, nhưng Knowledge files (được upload) thì luôn available.

Team Access
(Chia sẻ)

Mời thành viên nhóm vào Project (Pro/Team plan). Họ dùng chung Instructions và Knowledge — không ai cần setup riêng. Khi có nhân sự mới, mời vào Dự án là họ đã được có đủ ngữ cảnh thương hiệu ngay lập tức.

6.3 Thiết lập Project từ A đến Z

1 Tạo Project và đặt tên

claude.ai → Sidebar trái → "New Project" → đặt tên rõ ràng. Nên tạo Project riêng theo brand hoặc chiến dịch lớn. Ví dụ: "MKT — [Tên brand] Evergreen" hoặc "Campaign Q4 2025 — Khoá học X". Không dồn tất cả vào 1 Project chung — context bị nhiễu và khó manage.

2 Viết Project Instructions

Click vào "Edit project instructions" (hoặc "Project settings"). Viết Instructions theo template 6 thành phần ở mục 6.4. Đây là phần quan trọng nhất — dành 30-60 phút để viết kỹ. Instructions tốt giảm 70% thời gian iterate sau này.

3 Chuẩn bị và upload Knowledge files

Tạo các file theo danh sách ở mục 6.5. Đặt tên file rõ ràng: "brand-guide.md", "avatar-kh.md", "skill-01-content-calendar.md". Claude đọc tên file để biết áp dụng khi nào. Upload vào phần "Add files" trong Project.

4 Test với câu hỏi thực tế

Tạo hội thoại mới trong Project và thử 5-10 câu hỏi thực tế bạn hay dùng. Kiểm tra: Claude có dùng đúng tone không? Có áp dụng brand info đúng không? Output có đúng format mong muốn không?

5 Chỉnh hướng dẫn dựa trên kết quả thử

Khi output chưa đúng, quay lại chỉnh Instructions thay vì chỉnh từng câu trả lời. "Claude hay dùng emoji quá nhiều" → thêm vào Instructions "không dùng quá 1 emoji/output". Thường cần 3-5 vòng iterate để Project hoạt động tốt.

6 Invite team và deploy

Mời thành viên qua email. Họ cần có tài khoản Claude Pro hoặc Team. Đặt quy ước team: ai có quyền upload Knowledge mới, khi nào cập nhật Instructions, cách đặt tên file mới.

6.4 Cách viết Instructions hiệu quả

Instructions là System Prompt — định nghĩa Claude trong Project này là ai. Cấu trúc tốt nhất gồm 6 thành phần:

CÂU LỆNH MẪU Template Instructions — 6 thành phần (copy và điền vào)

ROLE & CONTEXT Bạn là AI Marketing cho [Tên thương hiệu]. Bạn làm việc với team MKT để lên kế hoạch, viết nội dung, phân tích chiến dịch và chuẩn hoá quy trình. Người dùng chính là [mô tả: marketer / social media manager / founder tự làm MKT]. **# LANGUAGE & TONE**- Luôn phản hồi bằng tiếng Việt trừ khi được yêu cầu khác- Tone: [mô tả cụ thể — ví dụ: tư vấn thân thiện, không quá formal, nói chuyện như bạn bè hiểu marketing]- Tránh dùng: [liệt kê từ/phong cách không muốn — ví dụ: "siêu ưu đãi", "cực kỳ", "buzzword tiếng Anh không cần thiết]- Emoji: [không dùng / tối đa 1 cái / chỉ dùng khi phù hợp] **# BRAND KNOWLEDGE**- Đọc file "brand-guide.md" để hiểu nhận diện thương hiệu, màu sắc, voice- Đọc file "avatar-kh.md" để hiểu khách hàng mục tiêu, pain point, ngôn ngữ thực tế họ dùng- Khi viết content, ưu tiên dùng ngôn ngữ thực tế của KH trong file avatar- Không tự ý thêm thông tin về brand ngoài những gì có trong Knowledge **# SKILLS & QUY TRÌNH**- Khi nhận trigger liên quan đến quy trình MKT, đọc Skill file tương ứng và chạy đúng quy trình- Nếu không rõ Skill nào cần dùng, liệt kê Skill có sẵn và hỏi người dùng chọn- Không bỏ bước nào trong Skill file trừ khi người dùng yêu cầu **# OUTPUT FORMAT**- Luôn xuất 2-3 version cho content (caption, script, email) trừ khi được yêu cầu khác- Đánh số rõ ràng khi có nhiều items- Với kế hoạch/brief: theo format có trong Skill file tương ứng **# BOUNDARY**- Khi không chắc về thông tin brand, hỏi lại thay vì đoán- Không commit deadline hay số liệu cụ thể thay cho team

6.5 Knowledge files — nên upload gì

Tên file	Ưu tiên	Nội dung cần có
brand-guide.md	Bắt buộc	Tên thương hiệu (cách viết chính xác, viết tắt được không). Tagline. Màu sắc chính (hex code). Font. Tone of voice mô tả cụ thể. Ví dụ câu ĐÚNG tone và SAI tone. Từ hay dùng / tuyệt đối không dùng. Logo usage (chỉ mô tả, không cần upload ảnh).
avatar-kh.md	Bắt buộc	Demographic: tuổi, giới tính, nghề nghiệp, thu nhập, địa lý. Psychographic: giá trị, mối quan tâm, nỗi sợ, mục tiêu. Pain points theo từng giai đoạn mua hàng. QUAN TRỌNG: ngôn ngữ thực tế KH hay dùng khi nói về vấn đề của họ — copy từ comment, review, inbox thực tế.
skill-XX.md	Bắt buộc(sau khi viết)	Một file riêng cho mỗi Skill. Xem Chương 7 để biết cách viết. Đặt tên rõ: skill-01-content-calendar.md, skill-02-campaign-brief.md...
campaign-results.md	Nên có	Kết quả các chiến dịch đã chạy: angle nào hiệu quả, thông điệp nào không hoạt động và tại sao, audience nào convert tốt, số liệu ROAS/CPO baseline. Claude tham chiếu khi lên kế hoạch mới — không đề xuất lại thứ đã thất bại.
sop-team.md	Nên có	Quy trình review: ai duyệt gì, bao nhiêu vòng. Naming convention cho file. Quy tắc đặt tên campaign trong Ads Manager. Timeline chuẩn cho từng deliverable. Quy tắc sử dụng ngân sách.
competitors.md	Hữu ích	Top 3-5 đối thủ: tên, định vị, điểm mạnh/yếu. Khoảng trống thị trường đang khai thác. Từ khoá và angle đối thủ hay dùng — để Claude tránh giảm lên.

6.6 Ứng dụng theo từng loại nhóm

► Solo marketer

Tạo 1 Project per brand đang phụ trách. Nếu phụ trách nhiều brand: Project riêng cho từng brand, không mix. Benefit lớn nhất: không cần giải thích lại context — mỗi sáng mở Claude, vào đúng Project, làm việc ngay.

- Project A: Brand khoá học — có brand guide, avatar học viên, Skills content & script
- Project B: Brand sản phẩm FMCG — có brand guide khác, avatar KH khác, Skills Ads copy & báo cáo
- Mỗi Project độc lập, không ảnh hưởng nhau

► Team 3-5 người

Shared Project là điểm quan trọng nhất. Mọi người vào cùng 1 Project → output nhất quán. Không còn tình trạng copywriter viết kiểu A, ads manager brief kiểu B, social media manager tone kiểu C.

- Designate 1 người làm "Project Admin" — có quyền edit Instructions và upload Knowledge
- Còn lại là members — dùng để trigger Skills và chat
- Quy tắc: khi muốn thay đổi Instructions hoặc thêm Knowledge, báo Admin — không tự sửa

► Agency với nhiều client

Một Project per client. Template Instructions dùng lại — chỉ thay phần Brand Knowledge và tone. Benefit: đưa khách hàng mới vào làm quen trong 2-3 tiếng thay vì 2 tuần.

- Tạo "Instructions Template" document — base template dùng cho mọi client
- Với mỗi client mới: copy template, điền thông tin brand, upload brand guide của client
- Knowledge: tách riêng theo client — không mix thông tin của các client với nhau

7. Claude Skills — SOP chuẩn hoá quy trình

★ **Viết quy trình một lần — trigger mãi mãi, ai dùng cũng ra cùng chất lượng**

Skills không phải prompt template. Skills là SOP đầy đủ được viết thành file và đưa vào bộ nhớ của Claude. Khi trigger, Claude không chỉ "viết" — Claude chạy đúng quy trình của bạn từng bước một, hỏi thông tin còn thiếu, và xuất output đúng format đã định. Ai trigger cũng ra cùng chất lượng.

7.1 Prompt vs Skill — sự khác biệt thực sự

	Câu lệnh thông thường	Claude Skill
Ai viết	Bạn viết lại mỗi lần dùng	Viết một lần, dùng mãi
Output consistency	Phụ thuộc vào cách bạn hỏi hôm đó	Nhất quán mọi lần, mọi người
Quy trình	Bạn phải nhớ nên hỏi gì, theo thứ tự nào	Claude tự chạy đúng quy trình đã định
Thông tin còn thiếu	Claude đoán hoặc bỏ qua	Claude hỏi bổ sung trước khi chạy
Format output	Thay đổi mỗi lần	Luôn đúng format đã định trong Skill
Người dùng mới	Cần học lại cách viết prompt tốt	Trigger câu đơn giản, nhận output chuẩn ngay

7.2 Cấu trúc Skill file — 6 phần

Skill file là file Markdown (.md). Bạn viết như đang viết SOP đào tạo nhân viên mới — nhưng nhân viên ở đây là Claude. File càng cụ thể, Claude càng chạy đúng.

TRIGGER KEYWORDS

- Liệt kê tất cả cách người dùng có thể trigger Skill này. Càng nhiều cách nói → trigger càng ít bị miss. Ví dụ cho Skill script TikTok: "viết script TikTok", "làm script video", "kịch bản TikTok", "script clip", "content TikTok cho...", "giúp tôi viết video về..."

MÔ TẢ SKILL

- Giải thích ngắn gọn Skill này làm gì, output là gì, dùng khi nào. Giúp Claude xác nhận đúng Skill khi trigger. Ví dụ: "Skill này tạo script video TikTok/Reels hoàn chỉnh với 2 phiên bản A/B để test. Output bao gồm hook, body, CTA và ghi chú cho editor."

THÔNG TIN CẦN THU THẬP (Thông tin cần hỏi trước)

- Danh sách thông tin Claude phải hỏi nếu chưa có trong yêu cầu. Quy tắc quan trọng: nếu người dùng đã cung cấp → không hỏi lại. Nếu brand guide trong Knowledge đã có → tự áp dụng, không hỏi. Ví dụ: "Nếu chưa có: (1) Sản phẩm/dịch vụ và USP chính, (2) Target audience, (3) Objective video, (4) Thời lượng, (5) Tone"

4 QUY TRÌNH THỰC HIỆN(Step-by-step)

Từng bước Claude cần làm. Đây là phần quan trọng nhất — càng cụ thể càng tốt. Ví dụ tốt: "Bước 1: Viết 3 option hook theo 3 format: câu hỏi / statement phản trực giác / số liệu gây sốc. Bước 2: Chọn 2 hook mạnh nhất làm phiên bản A/B. Bước 3: Develop body 3 điểm chính cho mỗi phiên bản — mỗi điểm 1 câu ngắn. Bước 4: Viết CTA phù hợp với objective."

5 FORMAT OUTPUT

Mô tả output trông như thế nào: số phiên bản, tên section, độ dài, ký hiệu trình bày. Ví dụ: "Xuất 2 phiên bản song song. Mỗi phiên bản:[PHIÊN BẢN A][HOOK — 3 giây]: ...[BODY — X giây]: Điểm 1 / Điểm 2 / Điểm 3[CTA — 3 giây]: ...[NOTE EDITOR]: ..."

6 VÍ DỤ MẪU(Optional nhưng quan trọng)

Paste 1 output tốt từ trước làm ví dụ. Claude học tone và format từ ví dụ thực tế tốt hơn từ mô tả bằng lời rất nhiều. Nếu chưa có ví dụ tốt, bỏ qua phần này — thêm vào sau khi đã chạy Skill vài lần.

7.3 Skill file mẫu hoàn chỉnh — có thể dùng ngay

Dưới đây là Skill file hoàn chỉnh. Copy về, điền thông tin brand của bạn vào phần [ngoặc], upload vào Project Knowledge.

CÂU LỆNH MẪU SKILL FILE: Script TikTok/Reels (skill-03-script-tiktok.md)

SKILL 03: VIẾT SCRIPT VIDEO TIKTOK / REELS## TRIGGER KEYWORDSKích hoạt khi nhận: "viết script TikTok", "làm script video", "kịch bản TikTok", "script clip", "content TikTok cho", "viết video về", "giúp tôi làm video"**## MÔ TẢ SKILL**Tạo script video TikTok/Reels hoàn chỉnh với 2 phiên bản A/B để test. Output gồm hook, body, CTA và note cho editor.**## THÔNG TIN CẦN THU THẬP** (hỏi nếu chưa có — bỏ qua nếu đã có)1. Sản phẩm/dịch vụ và USP chính là gì?2. Target audience: ai sẽ xem video này?3. Objective: awareness / engagement / conversion?4. Thời lượng: 15 / 30 / 60 giây?5. Tone: giáo dục nhanh / tư vấn / phản trực giác / relatable?→ Nếu brand guide có trong Knowledge: tự áp dụng tone, không hỏi lại.**## QUY TRÌNH THỰC HIỆN**Bước 1 — Viết options hook (3 giây đầu): Option A: Câu hỏi gây tò mò ("Bạn có biết tại sao...") Option B: Statement phản trực giác ("Đừng làm X nếu bạn muốn Y") Option C: Số liệu hoặc fact gây sốc ("[Con số] người đang mắc sai lầm này") Option D: Situation người xem nhận ra mình trong đóBước 2 — Chọn 2 hook mạnh nhất làm phiên bản A và BBước 3 — Develop body (phần chính): Tối đa 3 điểm, mỗi điểm 1-2 câu ngắn Mỗi điểm deliver value cụ thể, không padding Dùng ngôn ngữ từ avatar KH nếu có trong KnowledgeBước 4 — Viết CTA (3-5 giây cuối): Awareness → follow để xem thêm Engagement → comment ý kiến / hỏi thêm Conversion → link trong bio / inbox để nhận tư vấnBước 5 — Note cho editor: Visual suggestion cho từng điểm chính Text overlay cần highlight B-roll hoặc screen recording cần gì**## FORMAT OUTPUT**[PHIÊN BẢN A — Hook: câu hỏi][HOOK — 3 giây]: (text nói)[BODY — X giây]: • Điểm 1: (text nói) • Điểm 2: (text nói) • Điểm 3: (text nói)[CTA — 3 giây]: (text nói)[NOTE EDITOR]: (hướng dẫn visual / text overlay)[PHIÊN BẢN B — Hook: statement phản trực giác](cấu trúc tương tự)

CÂU LỆNH MẪU SKILL FILE: Content Calendar (skill-01-content-calendar.md)

SKILL 01: LÊN LỊCH CONTENT THÁNG## TRIGGER KEYWORDS"lên lịch content", "content calendar", "kế hoạch nội dung tháng", "lịch đăng bài", "content plan", "phân bổ content"**## MÔ TẢ SKILL**Tạo content calendar chi tiết theo tuần cho tháng được yêu cầu, phân bổ đúng tỷ lệ content type theo objective.**## THÔNG TIN CẦN THU THẬP**1. Tháng và năm cần lên lịch2. Kênh cần có content (Facebook / TikTok / Instagram / Email)3. Tần suất đăng mỗi kênh4. Objective tháng: % awareness vs % conversion5. Event hoặc mùa vụ quan trọng trong tháng6. Budget có sản xuất video không (để biết có thể assign video type hay không)**## QUY TRÌNH THỰC HIỆN**Bước 1: Xác định tổng số post cần có theo tần suất × số tuầnBước 2: Phân bổ content type theo objective: - Nếu

awareness focus: 60% educate/entertain, 30% brand story, 10% conversion - Nếu conversion focus: 40% social proof/testimonial, 30% benefit, 30% offer
 Bước 3: Gán topic cụ thể vào từng slot, ưu tiên event trong tháng ở các slot tuần phù hợp
 Bước 4: Đảm bảo có content seeding trước event ít nhất 5-7 ngày
 ## FORMAT OUTPUT
 Trình bày theo tuần. Mỗi dòng: Ngày | Platform | Content Type | Topic/Angle | CTAC
 Cuối tháng: Tóm tắt tổng số post theo platform và content type, tỷ lệ phân bổ.

7.4 Danh sách 12 Skills ưu tiên cho no-code marketer

Skil	Tên	Output	Trigger ví dụ	Ưu tiên
01	Content Calendar	Lịch content tuần/tháng đầy đủ theo kênh	"lên lịch content tháng 11"	Ca
02	Campaign Brief	Brief chiến dịch 8 thành phần	"làm brief campaign ra mắt sản phẩm"	Ca
03	Script TikTok	Script 2 phiên bản A/B có note editor	"viết script TikTok cho serum"	Ca
04	Ad Copy	Copy Meta/TikTok Ads đủ variation	"viết copy quảng cáo cho khóa học"	Ca
05	Caption Pack	Pack 5 caption cho 1 chủ đề, đa dạng angle	"viết caption tuần này về [chủ đề]"	Ca
06	Email Sequence	Chuỗi email 5-7 email với subject line	"viết chuỗi email chào mừng cho người đăng ký"	Ca
07	Campaign Analysis	Phân tích số liệu → insight → action items	"phân tích campaign tháng này"	Tr
08	Monthly Report	Báo cáo tháng format chuẩn	"làm báo cáo tháng 10"	Tr
09	Competitor Research	Phân tích đối thủ 4 chiều	"nghiên cứu đối thủ [tên]"	Tr

				n g b ì n h
10	Customer Insight	Tổng hợp insight theo hành trình mua	" <i>tổng hợp insight từ feedback tháng này</i> "	T r u n g b ì n h
11	UGC Brief	Brief đủ chi tiết cho creator tự làm	" <i>viết brief cho KOC</i> "	T h ấ p
12	Landing Page Brief	Brief landing page đủ cho developer	" <i>brief landing page khoá học mới</i> "	T h ấ p

7.5 Tips viết Skill tốt

✓ **Bắt đầu từ quy trình hay làm nhất:** Không cần viết 12 Skill ngay. Chọn 1-2 quy trình mất nhiều thời gian nhất và lặp lại thường xuyên nhất. Viết Skill cho chúng trước.

✓ **Thêm ví dụ mẫu thực tế:** Paste 1 output tốt từ trước vào phần cuối Skill file. Claude học tone và format từ ví dụ thực tế tốt hơn từ mô tả bằng lời 10 lần.

✓ **Trigger keywords đa dạng:** Người dùng không nhớ chính xác tên Skill. Liệt kê 6-10 cách nói khác nhau — "viết script", "làm script", "kịch bản video", "content TikTok"...

✓ **Test với người không biết context:** Sau khi viết Skill, nhờ ai đó trong team chưa biết gì về quy trình trigger. Nếu output đúng → Skill tốt. Nếu output sai → chỉnh Skill, không chỉnh người trigger.

✓ **Đánh số phiên bản đơn giản:** Đặt tên file: "skill-03-script-tiktok-v2.md". Giúp bạn biết đã cập nhật lần nào và dễ rollback khi Skill mới không tốt bằng Skill cũ.

✓ **Cập nhật Skill sau 1 tháng dùng:** Sau khi dùng thực tế, bạn sẽ biết bước nào thừa, bước nào thiếu, format nào không thực tế. Iterate Skill như iterate sản phẩm.

8. Lộ trình áp dụng 4 cấp độ

Không cần học tất cả cùng lúc. Lộ trình này được thiết kế để mỗi cấp độ đã có ROI rõ ràng — bạn thấy giá trị trước khi lên cấp tiếp theo.

CẤP ĐỘ 1 — NGƯỜI DÙNG HÀNG NGÀY · Tuần 1-2

Mục tiêu: Dùng Chat và File hàng ngày — tiết kiệm 1-2 tiếng/ngày

Tasks cụ thể:

- Tạo tài khoản Claude, khám phá giao diện Chat và cách upload file
- Thực hành 3 use case mỗi ngày trong 2 tuần: 1 content, 1 phân tích, 1 chiến lược
- Upload file CSV báo cáo Ads ít nhất 3 lần — thực hành chuỗi prompt phân tích
- Xây prompt library đầu tiên: lưu 10 prompt tốt nhất tìm được trong 2 tuần
- Thử tạo 1 Artifact đơn giản: checklist hoặc bảng so sánh

Kết quả mong đợi: Tiết kiệm 1-2 tiếng/ngày. Không còn mở Google để tìm cảm hứng content.

Lỗi thường gặp: Kỳ vọng output perfect lần 1 và bỏ cuộc. Chính 2-3 vòng là bình thường.

CẤP ĐỘ 2 — NGƯỜI CÓ HỆ THỐNG · Tháng 1

Mục tiêu: Thiết lập Project cho brand — cả team output nhất quán

Tasks cụ thể:

- Viết brand-guide.md và avatar-kh.md — dành 2-3 tiếng để viết kỹ
- Tạo Project đầu tiên, upload 2 file trên vào Knowledge
- Viết Instructions theo template 6 thành phần, test và iterate 3-5 vòng
- Mời 1-2 người trong team vào Project, quan sát output của họ
- Viết Skill đầu tiên cho quy trình hay làm nhất và hay mất thời gian nhất

Kết quả mong đợi: Không còn giải thích lại brand mỗi lần. Người mới trong team làm quen trong 1 ngày.

Lỗi thường gặp: Instructions quá chung chung ("viết hay và sáng tạo") — phải cụ thể và có ví dụ.

CẤP ĐỘ 3 — NGƯỜI TỐI ƯU QUY TRÌNH · Tháng 2

Mục tiêu: Có 5+ Skills hoạt động tốt — giảm 50% thời gian làm content & báo cáo

Tasks cụ thể:

- Viết thêm 4-5 Skills cho các quy trình MKT quan trọng nhất
- Test tất cả Skills với nhiều người dùng — thu thập feedback, iterate
- Thành thạo phân tích đa file — kết hợp 3 file để nhận insight sâu hơn
- Xây thư viện Artifacts: 3-5 template HTML tái sử dụng được (dashboard, landing draft, checklist)
- Cập nhật campaign-results.md sau mỗi chiến dịch lớn

Kết quả mong đợi: Giảm 50% thời gian làm content và báo cáo. Team tự làm được mà không cần hỏi mỗi bước.

Lỗi thường gặp: Xây quá nhiều Skills cùng lúc mà không test kỹ từng cái — 5 Skills tốt hơn 12 Skills trung bình.

CẤP ĐỘ 4 — NGƯỜI XÂY HỆ THỐNG · Tháng 3+

Mục tiêu: Hệ thống MKT chạy nhất quán — người mới làm được ngay, founder rảnh tay hơn

Tasks cụ thể:

- Có đủ Knowledge files: brand guide, avatar, SOP, competitors, campaign results
- Có ít nhất 8-10 Skills phủ hầu hết quy trình MKT thường xuyên
- Artifacts library cho tất cả deliverable hay present: report, funnel, calendar
- Đặt quy trình maintain Project: ai update, khi nào update, review định kỳ
- Đào tạo cả team — mọi người dùng được, không phụ thuộc vào 1-2 người biết dùng Claude

Kết quả mong đợi: Nhân sự mới làm đúng chuẩn từ ngày 1. Founder/manager không cần micromanage output.

Lỗi thường gặp: Nghĩ rằng hệ thống đã xong và không cần maintain — Project cần được cập nhật theo thực tế.

Nguyên tắc quan trọng nhất

Đừng học Claude như học một phần mềm mới. Học Claude như học cách cộng tác với một đồng nghiệp có năng lực — người không biết gì về brand của bạn cho đến khi bạn chia sẻ. Đầu tư vào việc chia sẻ context (Instructions, Knowledge, Skills) sẽ tạo ra compound interest: Claude ngày càng có giá trị hơn theo thời gian, không phải chỉ tốt trong hôm nay.

Kỹ năng "giao tiếp với AI" — biết mô tả vấn đề rõ, biết chỉnh dần, biết nhận biết output tốt/tệ — là kỹ năng bạn mang theo được dù Claude có thay đổi version hay không.