



TRẦN THỊ KIM THỊ

NG DẪN + KINH NGHIỆM THỰC CHIẾN

KIẾM TIỀN XUYÊN BIÊN GIỚI TỪ **YOUTUBE**



NHÀ XUẤT BẢN DÂN TRÍ

ƯU ĐÃI THÀNH VIÊN TBooks

- ✓ Tặng 10GB lưu dữ liệu sách
- ✓ Tạo thư viện riêng bản thân
- ✓ Download Nhanh trực tiếp, không quảng cáo

ĐĂNG KÝ NGAY GIẢM 30%

Giảm 30%



Giới Thiệu Ứng Dụng Tbooks

TBooks – Ứng Dụng Giúp Bạn Download, Lưu Trữ Ebook và tạo thư viện Ebook online riêng mình.

Website: [Tbooks.Cloud](https://tbooks.cloud)

Ebooks Kindle tải trực tiếp: [Thư Viện Kindle](#)

List Sách Tbooks: [Link](#)

Đây Là Ứng Dụng Giúp Bạn Lưu Trữ Ebook và tạo thư viện riêng mình, Tbooks Cloud giúp các bạn dùng kindle, Android, Iphone, Windows có thể tải ebook từ internet dễ dàng, ngoài ra bạn còn có thể tạo một thư viện riêng cho mình trên ứng dụng từ nay cần gì bạn có thể tải về nhanh chóng không cần chép vào máy nặng máy, tốn pin máy đọc sách, không còn nỗi lo mất ebook vì tất cả ebook lưu trên cloud.

Ưu điểm TBooks so với App ebook, sách khác thị trường:

- Upload file ebook tới 100mb
- Tạo thư viện ebook cá nhân, có thể chia sẻ bạn bè.
- Kho data lớn 50.000 ebook nhiều thể loại, có thể nói kho ebook lớn nhất Việt Nam cập nhật thêm mỗi ngày
- Tải trực tiếp click là download ngay không cần chờ đợi
- Giao diện đơn giản chỉ có hiển thị bìa sách và tìm kiếm.
- Nhiều định dạng file Azw3/Epub/Pdf/Mobi phù hợp cho tất cả thiết bị
- Giao diện nhiều thiết bị điện thoại, ipad, ngay cả máy đọc sách như kindle luôn nhé, này đảm bảo chỉ Tbooks Cloud mình là thân thiện nhất theo mình biết.
- Sử dụng cloud server riêng, tự mình setup chứa ebook
- Tự động backup dữ liệu mỗi ngày tránh sự cố mất data
- Có ứng dụng cho điện thoại Android. Phiên bản web app cho ios, máy đọc sách kindle
- Tham gia group cộng đồng chia sẻ ebook hay

Link <https://www.facebook.com/groups/tbooksgroup>

HƯỚNG DẪN

liên hệ để được nhà sách hỗ trợ

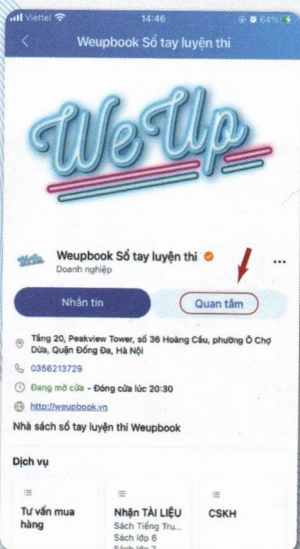
Đây là Zalo OA của nhà sách **Weupbook**, bạn vui lòng làm theo các bước sau để được nhân viên CSKH hỗ trợ bạn nhé!



- Bước 1: Quét mã zalo OA của nhà sách **Weupbook**

- Bước 2: Nhấn quan tâm Zalo OA

- Bước 3: Nhắn tin để đội ngũ **Weupbook** được hỗ trợ bạn ạ



Thân gửi quý độc giả thân mến,

Weupbook là một nhà phát hành sách 100% tác giả và bản quyền đều là của Việt Nam, chúng tôi theo đuổi triết lý tạo ra những cuốn sách mang tính giải pháp và hành động cao, về nội dung không chỉ cô đọng, ngắn gọn, giúp người đọc dễ dàng thẩm thấu kiến thức mà còn tập trung vào thiết kế bắt mắt, chúng tôi luôn nỗ lực sử dụng Hình ảnh, Sơ đồ tư duy, Bảng biểu... để giúp người đọc và học hứng thú hơn với sách vở. Vì chúng tôi biết đa số các sách ngoài thị trường đều đen trắng, nhiều chữ, khô khan nên việc đọc của nhiều độc giả vẫn còn gặp rất nhiều trở ngại, vậy nên Weupbook nỗ lực cải thiện chất lượng kiến thức và thiết kế ngắn gọn, hấp dẫn để quý độc giả tiếp nhận được nhiều kiến thức nhất có thể.

Bên cạnh đó, Weupbook không chỉ là một công ty giáo dục, chúng tôi còn thành lập dự án mang tên "Hành trình yêu thương Weup", đều đặn 2 tháng 1 lần, chúng tôi trích một phần lợi nhuận công ty để hoạt động từ thiện cho tất cả các em nhỏ khó khăn trên toàn đất nước. Dự án này không kêu gọi bất kỳ một nguồn hỗ trợ nào từ bên ngoài, 100% đến từ lợi nhuận bán sách, tức là mỗi đồng quý vị ủng hộ cho Weupbook đã gián tiếp qua Hành trình yêu thương gửi gắm đến các em nhỏ có hoàn cảnh khó khăn trên toàn quốc.

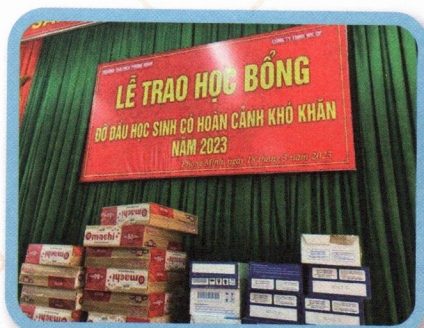
Đây là một số hình ảnh về những điểm trường chúng tôi đã đi qua:



**Điểm trường Na Cà
xã Vũ Chấn, huyện Võ Nhai, tỉnh Thái Nguyên**



**Điểm trường Tiểu học và THCS Mường Tuồng
xã Mường Chiềng, huyện Đà Bắc, Hòa Bình**



**Điểm trường trường TH và THCS Phong Minh
xã Phong Minh, huyện Lục Ngạn, tỉnh Bắc Giang**



**Điểm trường Tiểu học An Đổ
xã An Đổ, huyện Bình Lục, tỉnh Hà Nam**



Bệnh viện Phục hồi Chức năng tỉnh Ninh Bình

Quý độc giả có thể truy cập vào website để biết thêm về Hành trình yêu thương Weup: <https://weupbook.vn/pages/weup-hanh-trinh-yeu-thuong>

Chúng tôi tuy là một công ty sách còn non trẻ, nên còn rất nhiều thiếu sót trong quá trình sản xuất sách, nội dung sách cũng như chăm sóc khách hàng. Nhưng Weupbook vẫn luôn nỗ lực từng ngày để mang lại cuốn sách Made in Việt Nam, tác giả Việt Nam, tập trung vào giải pháp, thiết kế đẹp để khách hàng “thích đọc sách nhất có thể”.

Kính mong quý độc giả dành thời gian phản hồi về chất lượng sách về Hotline - Zalo công ty: **0356213729** để chúng tôi có cơ hội để cải thiện và từ đó được tiếp tục phát triển.

Cảm ơn khách hàng đã đặt sách của Weupbook!

Giám đốc - Founder công ty,
Phạm Thị Dung

LỜI MỞ ĐẦU

Bạn có bao giờ tưởng tượng, ngay cả khi bạn đang ngủ, những video trên YouTube của mình vẫn miệt mài làm việc – thu hút hàng triệu lượt xem và mang về nguồn thu nhập đều đặn từ khắp nơi trên thế giới? Nếu câu trả lời là “Có”, thì bạn đã sẵn sàng bước vào hành trình mới: biến YouTube thành cỗ máy kiếm tiền xuyên biên giới.

Trong cuốn sách này, bạn sẽ không chỉ học cách xây dựng một kênh YouTube đơn thuần. Thay vào đó, bạn sẽ được khám phá chiến lược toàn diện để tạo dựng một hệ thống kênh bền vững: sản xuất video hấp dẫn, tối ưu hóa doanh thu quảng cáo và quan trọng hơn cả là mở rộng ra thị trường quốc tế, nơi cơ hội kiếm tiền cao gấp nhiều lần so với trong nước.

Điều làm nên giá trị đặc biệt của cuốn sách nằm ở chính người viết – **Trần Thị Kim Thi**, Partner Manager tại METUB Network. Với hơn 2 năm kinh nghiệm trực tiếp quản lý đối tác YouTube, chị đã đồng hành phát triển hơn 150 kênh ở nhiều lĩnh vực: giải trí, game, âm nhạc, giáo dục,... với doanh thu đạt đến 100.000 USD+/tháng. Những kiến thức trong sách không chỉ mang tính lý thuyết, mà chính là chiến lược thực chiến đã được kiểm chứng.

Với sự dẫn dắt từ tác giả, bạn sẽ tiết kiệm được cả tháng, thậm chí cả năm thử sai; tránh được những “cái bẫy” tốn kém mà nhiều YouTuber từng mắc phải và tiến nhanh hơn tới thành công. Cuốn sách sẽ giúp bạn biến câu hỏi “Làm sao để thành công trên YouTube?” thành hành động cụ thể, có lộ trình và kết quả rõ ràng.

Đây không chỉ là cơ hội để kiếm tiền, mà còn để bạn làm chủ một nền tảng toàn cầu, kết nối với hàng tỷ người xem và xây dựng đế chế riêng từ chính những video của mình. Hãy bắt đầu hành trình ngay hôm nay và khám phá cách kiếm tiền xuyên biên giới từ YouTube!

Trân trọng!

Đội ngũ biên soạn WE UP

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU

PHẦN 01

TƯ DUY KIẾM TIỀN XUYÊN BIÊN GIỚI TỪ YOUTUBE

CHƯƠNG 1: YouTube không còn là sân chơi riêng của người nổi tiếng09

CHƯƠNG 2: Tại sao nên chọn thị trường quốc tế thay vì Việt Nam?15

CHƯƠNG 3: Không giỏi tiếng Anh, không lộ mặt vẫn kiếm được tiền23

PHẦN 02

CHIẾN LƯỢC XÂY HỆ THỐNG KIẾM TIỀN TỪ YOUTUBE

CHƯƠNG 4: Chọn ngách – bước khởi đầu quan trọng nhất32

CHƯƠNG 5: Viết kịch bản chuẩn quốc tế để giữ chân người xem48

CHƯƠNG 6: Quy trình sản xuất video 60 phút, không cần biết edit62

CHƯƠNG 7: Tạo kênh, tối ưu kênh, video và các đề xuất81

CHƯƠNG 8: Lộ trình từ 0 lên 1.000 lượt theo dõi đầu tiên97

CHƯƠNG 9: Bắt kiếm tiền và tạo dòng tiền đầu tiên107

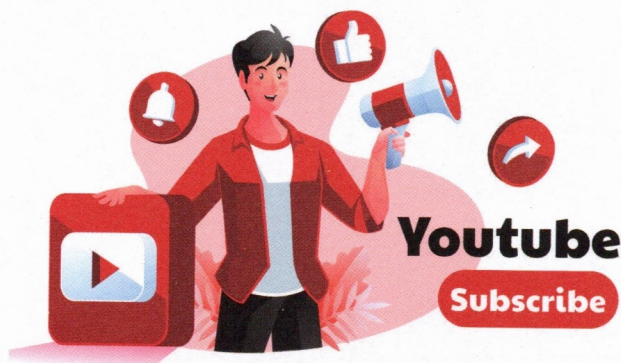
PHẦN 03

HỆ THỐNG HOÁ VÀ MỞ RỘNG QUY MÔ

CHƯƠNG 10: Lộ trình 90 ngày – từ \$0 đến \$1.000 đầu tiên120

CHƯƠNG 11: Xây dựng chuyên sản xuất video một cách
hệ thống hoá132

CHƯƠNG 12: Nhân bản kênh và tăng trưởng doanh thu
bền vững143



PHẦN 1

**TƯ DUY KIẾM TIỀN
XUYÊN BIÊN GIỚI
TỪ YOUTUBE**

— CHƯƠNG 01:

YOUTUBE KHÔNG CÒN LÀ SÂN CHƠI RIÊNG CỦA NGƯỜI NỔI TIẾNG

Nhiều năm trước, khi nhắc đến YouTube, người ta thường nghĩ ngay đến ca sĩ ra MV, diễn viên làm talkshow, hay những vlogger nổi tiếng. YouTube từng được xem như một sân khấu hào nhoáng, nơi chỉ người nổi tiếng mới có cơ hội tỏa sáng.

Nhưng bức tranh ấy đã thay đổi hoàn toàn.

Năm 2023, YouTube trả cho các nhà sáng tạo nội dung toàn cầu hơn 29 tỷ USD tiền quảng cáo (theo báo cáo tài chính Google – Alphabet Q4/2023). Đây không phải khoản tiền chỉ rơi vào túi của ca sĩ, diễn viên hay người nổi tiếng, mà còn được chia cho hàng triệu người sáng tạo nội dung, những người bình thường như bạn và tôi.



❑ Tuy nhiên, số tiền sẽ có sự khác biệt lớn nằm ở thị trường khán giả:

▶ Việt Nam: RPM (Revenue Per Mile Doanh thu mỗi 1000 lượt xem) chỉ khoảng 0,3-1,5 USD (Thống kê đối với nguồn doanh thu hoàn toàn từ quảng cáo).

▶ Mỹ/Anh/Úc/Canada: RPM dao động từ 5-20 USD.

❑ Cùng một video 1 triệu lượt xem (view):

▶ Nếu nhắm vào thị trường Việt Nam, bạn có thể thu về 300-1.500 USD.

▶ Nhưng nếu nhắm tới thị trường Mỹ/Anh, con số đó có thể là 5.000-20.000 USD.

Chỉ riêng sự chênh lệch này đã đủ để thúc đẩy hàng ngàn bạn trẻ Việt Nam bước vào cuộc chơi kiếm tiền xuyên biên giới từ YouTube làm cùng một công sức, nhưng lợi nhuận gấp 5-10 lần.

Tháng 9 năm 2020, một chàng trai gốc Hoa ở Mỹ cầm chiếc máy quay nhỏ, hướng về căn bếp ấm áp nơi bố mẹ anh đang chuẩn bị bữa tối. Ban đầu, Randy chỉ có một mong muốn rất bình thường: lưu giữ công thức nấu ăn truyền thống của gia đình, để mai này con cái anh vẫn còn biết mùi vị cơm nhà đúng nghĩa.

Những video đầu tiên rất mộc mạc: một ông bố tóc đã bạc, giọng nói hiền hậu, đôi tay khéo léo chế biến từng món ăn. Không kịch bản cầu kỳ, không ánh sáng rực rỡ, chỉ là một căn bếp nhỏ và những câu chuyện đời thường. Nhưng chính điều giản dị ấy lại chạm vào trái tim hàng triệu người.

Khán giả khắp thế giới tìm thấy trong đó sự ấm áp của gia đình, sự tò mò về văn hóa ẩm thực và cả niềm hoài niệm mà ai cũng từng có. Họ không chỉ học cách nấu món ăn Trung Hoa, mà còn cảm nhận được tình thương cha mẹ qua từng cảnh quay.

Kết quả thật bất ngờ: chỉ sau 2,5 tháng, kênh được bật kiếm tiền. Cuối 2021, Made With Lau đã có 500.000 subscribers và thu nhập trung bình 50.000 USD/tháng. Cuối 2022, kênh cán mốc 1 triệu subscribers.

➔ Thành công của Made With Lau không nằm ở kỹ thuật quay dựng, mà ở sự chân thành và giá trị cảm xúc phổ quát. Một bữa cơm gia đình, khi được kể lại bằng ngôn ngữ chân thật, có sức lan tỏa hơn bất kỳ chiến dịch quảng cáo nào.



Walking Cities là một trong những kênh không lộ mặt điển hình nhất. Nội dung chỉ là những video dài hàng giờ, ghi lại cảnh đi bộ trên phố ở New York, Tokyo, Paris. Không nhân vật chính, không lời thoại, không hiệu ứng bắt mắt. Đơn giản đến mức ai cũng có thể nghĩ: “Làm thế này thì có gì hay?”



❑ Nhưng kết quả thật bất ngờ:

- ▶ Doanh thu quảng cáo YouTube: 23.000 USD/tháng.
- ▶ Thu nhập từ người xem ủng hộ: 12.000 USD/tháng.
- ▶ Bán lại stock footage cho các nhà sản xuất nội dung khác: 8.000 USD/tháng.

➡ Tổng cộng hơn 40.000 USD/tháng, chỉ nhờ việc đi bộ và quay lại.

Nhìn vào hai ví dụ trên, ta dễ thấy một điểm chung: nội dung cực kỳ đơn giản, không cầu kỳ, không phụ thuộc vào danh tiếng. Vậy thì điều gì khiến hàng triệu người khắp thế giới sẵn sàng bấm nút “xem” và “đăng ký”?

❑ Họ chạm vào nhu cầu thật của khán giả:

- ▶ Ở ví dụ 1, khán giả quốc tế bị cuốn hút bởi sự ấm áp của bữa cơm gia đình, bởi mong muốn học nấu ăn theo công thức gốc và cả sự tò mò về văn hóa ẩm thực Trung Hoa. Đây là nhu cầu tự nhiên: vừa học, vừa giải trí, vừa cảm thấy gần gũi.
- ▶ Ví dụ 2, khán giả tìm đến vì sự thư giãn, để “du lịch tại nhà”, hoặc đơn giản chỉ cần âm thanh đường phố làm nền khi làm việc.

❑ Sự chân thật, không màu mè:

- ▶ Trong một thế giới đầy quảng cáo và nội dung dàn dựng, người xem lại bị cuốn hút bởi sự giản dị. Một gia đình thật đang nấu ăn, một đôi chân thật đang đi trên phố, những điều nguyên bản ấy lại tạo ra cảm giác tin tưởng và gần gũi.

❑ Tính toàn cầu:

- ▶ Ở ví dụ 2, người xem không cần biết ngôn ngữ, bất kỳ ai ở bất kỳ quốc gia nào cũng hiểu và thưởng thức.
- ▶ Hay ví dụ 1, tuy là kênh ẩm thực Trung Hoa, nhưng phụ đề tiếng Anh và cách kể chuyện gần gũi giúp người xem toàn cầu tiếp cận dễ dàng.

❑ Độ bền vững của nội dung:

- ▶ Một công thức nấu ăn ngon hay một đoạn video đi bộ

quanh New York, 5 năm sau vẫn còn giá trị. Đây là “tài sản số” sống mãi với thời gian, tiếp tục hút view và mang về tiền đều đặn.

❑ Để dễ hình dung về những yếu tố cần có cho nội dung xuyên biên giới, tôi đã tạo ra mô hình TLE, bạn chỉ cần nhớ và áp dụng là xong:

- ▶ **Truthful** (Chân thật)
- ▶ **Language-neutral** (Không phụ thuộc ngôn ngữ)
- ▶ **Evergreen** (Bền vững theo thời gian)

02

Bạn cũng có thể làm được như họ

Điều đáng chú ý nhất từ hai ví dụ trên là họ bắt đầu từ những điều rất bình thường.

Không công nghệ cầu kỳ, không kịch bản phức tạp, không cần phải là người nổi tiếng. Nhưng chính sự gần gũi, chân thật ấy lại chạm đúng vào nhu cầu khán giả: muốn học hỏi, muốn thư giãn, muốn được trải nghiệm thế giới theo cách giản dị nhất.

❑ Và đó cũng là thông điệp dành cho bạn:

- ▶ Nếu bạn có một gia đình, một thói quen, một sở thích nhỏ,... bạn đã có chất liệu để kể câu chuyện của mình.
- ▶ Nếu bạn có một chiếc điện thoại và sẵn sàng quan sát xung quanh,... bạn đã có công cụ để tạo ra video đầu tiên.

Khán giả không cần bạn hào nhoáng. Họ cần nội dung thật, đều đặn và kiên trì. Vậy nên, nếu bạn là một người bình thường, bạn cũng hoàn toàn có thể bắt đầu và làm được. Bắt đầu nhỏ, với một ý tưởng và một video đầu tiên. Phần còn lại, thời gian và sự kiên trì sẽ trả lời.

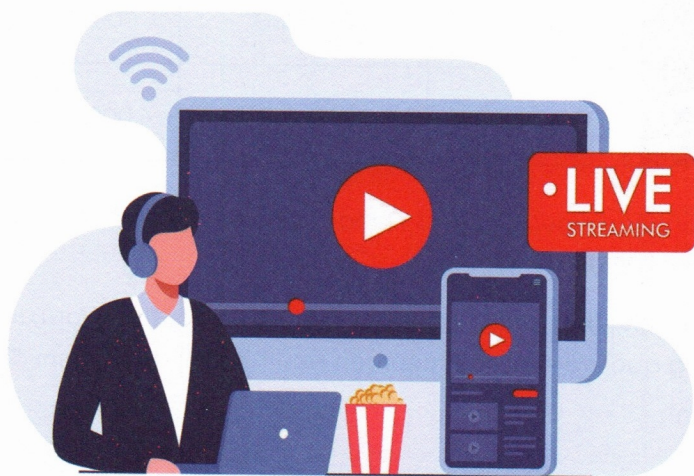
—CHƯƠNG 02:

TẠI SAO NÊN CHỌN THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ THAY VÌ VIỆT NAM?

Hãy thử tưởng tượng: bạn dành 1 tuần làm ra một video 10 phút. Video đó đạt 1 triệu lượt xem.

- ☐ Nếu khán giả chủ yếu ở Việt Nam → thu nhập của bạn khoảng 300-1.000 USD.
- ☐ Nếu khán giả chủ yếu ở Mỹ, Anh, Úc → bạn có thể nhận 5.000-12.000 USD.

➡ Cùng một công sức, cùng một video, nhưng thu nhập chênh lệch gấp 10 lần. Câu hỏi đặt ra: *Tại sao lại có sự khác biệt này?* Và nếu bạn thật sự muốn sống bằng YouTube, nên chọn thị trường nào?



01 Sự chênh lệch doanh thu

Theo Alphabet (công ty mẹ Google), năm 2023 YouTube đã chi trả hơn 29 tỷ USD cho các nhà sáng tạo nội dung trên toàn cầu. Nhưng số tiền mỗi người sáng tạo nội dung nhận được phụ thuộc cực lớn vào quốc gia của người xem.

Thị trường	CPM (Chi phí cho 1.000 lượt quảng cáo)	RPM (Doanh thu kiếm được trên 1.000 lượt xem)	Thu nhập từ 1 triệu lượt xem (views)
Việt Nam	USD	0,3-1 USD	300-1.000 USD
Mỹ (US)	12-30 USD	5-12 USD	5.000-12.000 USD
Anh (UK)	10-25 USD	4-10 USD	4.000-10.000 USD
Úc (AU)	15-30 USD	6-12 USD	6.000-12.000 USD
Canada (CA)	10-20 USD	4-9 USD	4.000-9.000 USD

(Nguồn: Alphabet Q4/2023 Report; Lenostube RPM Report 2023; Backlinko, 2023)

➔ Chỉ cần nhìn bảng này, câu trả lời đã rõ: làm YouTube cho thị trường quốc tế sinh ra nhiều tiền hơn hẳn thị trường nội địa.

02 Nguyên nhân gốc rễ của sự khác biệt

❑ Không phải YouTube thiên vị người sáng tạo nội dung quốc tế. Sự chênh lệch bắt nguồn từ:

► Kinh tế và sức mua:

○ GDP/người: Mỹ ~80.000 USD, Việt Nam ~4.300 USD (World Bank, 2023).

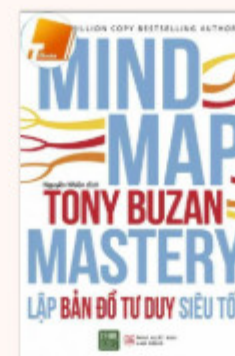
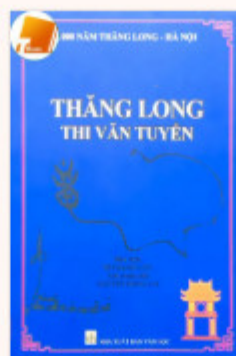
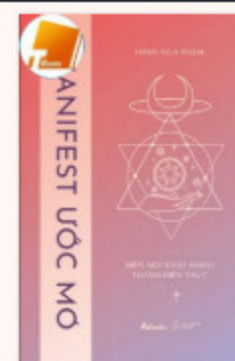
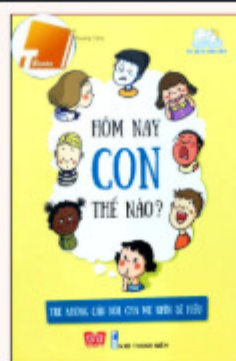
► Người Mỹ/Úc có thu nhập cao → Người dân sẵn sàng chi nhiều hơn cho mua sắm. Ngân sách quảng cáo:

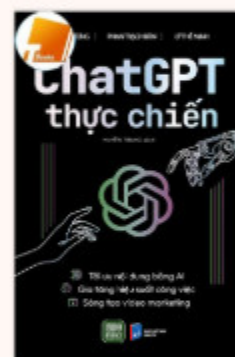
○ Mỹ: chi hơn 250 tỷ USD/năm cho quảng cáo digital → Nhà quảng cáo ở các nước phát triển sẵn sàng **trả giá cao** để tiếp cận đúng nhóm đối tượng, vì chi phí bỏ ra sẽ được hoàn vốn tốt hơn (hành vi tiêu dùng cao hơn).

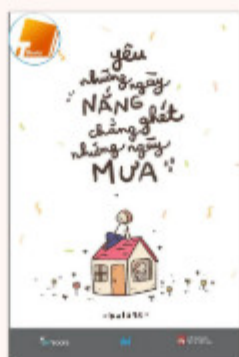
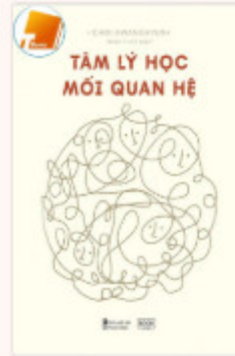
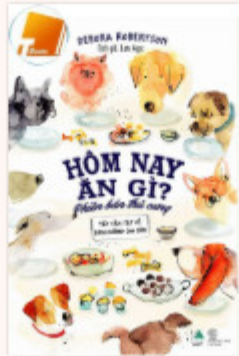
○ Việt Nam: dưới 1 tỷ USD/năm.

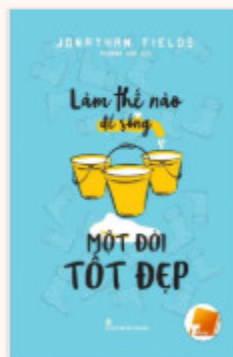
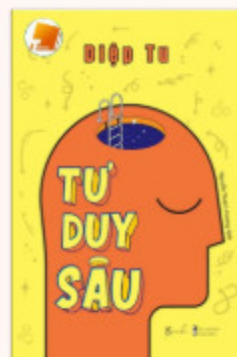
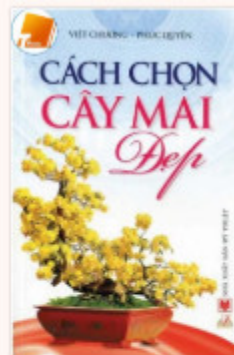
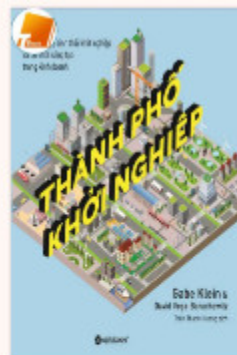
○ Doanh nghiệp sẵn sàng trả nhiều hơn để quảng cáo → Ngân sách của các nước phát triển sẽ lớn → CPM cao.

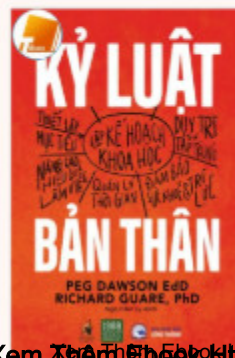
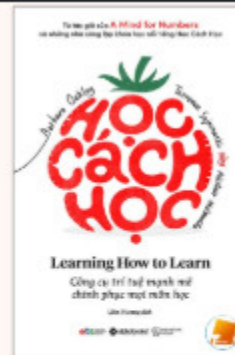
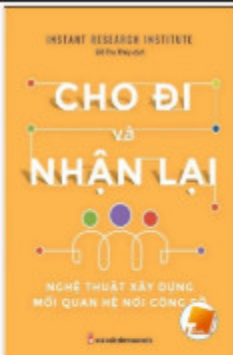


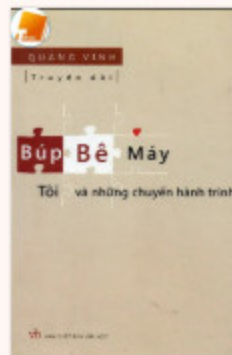
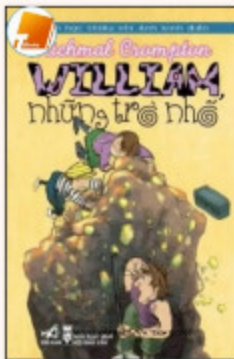


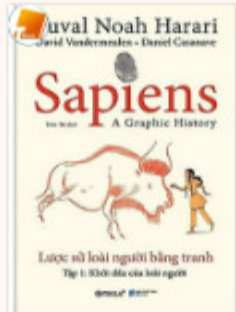






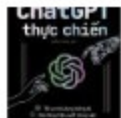






Edit

Xem Nhiều Ngày



Ebook Chat GPT Thực Chiến PDF

104 views



Ebook 30 Tuổi – Mọi Thứ Chỉ Mới

Bắt Đầu PDF

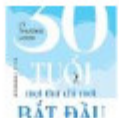
63 views

Xem Nhiều Tháng



Ebook Chat GPT Thực Chiến PDF

2.3k views

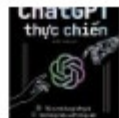


Ebook 30 Tuổi – Mọi Thứ Chỉ Mới

Bắt Đầu PDF

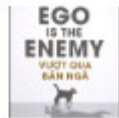
1.6k views

Xem Nhiều Năm



Ebook Chat GPT Thực Chiến PDF

3k views



Ebook Vượt Qua Bản Ngã – Ego Is

The Enemy full PDF

1.8k views

Xem Thêm Ebook <https://sach.mhtruong.com>