

1000 AFFILIATE



@ CẦN MẠNH LINH



Nhà xuất bản
Thanh Niên

ĐỂ LUÔN NGẬP ĐƠN
MÀ KHÔNG PHỤ THUỘC QUẢNG CÁO

Mục lục

Mục lục	2
Lời cảm ơn	2
Giới thiệu	3
Giải thích thuật ngữ	3
Mở Đầu	6
Chương 1: Affiliate - Kỹ năng không phụ thuộc quảng cáo.....	10
Chương 2: Nghệ thuật Booking và kỹ năng làm việc với các Idol Tiktok	21
Chương 3: Xây dựng đế chế 1000 AFFILIATE	43
Chương 4: Đề dự án diễn ra hoàn hảo	49
Lời kết.....	59

Lời cảm ơn

Cuốn sách này được ra đời, tất nhiên một mình Linh không thể làm được điều đó. Linh xin bày tỏ lòng yêu thương và biết ơn đến với những người sau:

Cảm ơn vũ trụ đã cho Linh nhiệm vụ chia sẻ những điều này đến với bạn. Nó không đơn giản là trí tuệ của Cán Mạnh Linh, mà nó kết tinh từ triệu triệu cơ duyên, trăm nghìn sự việc xảy ra trong quá trình kinh doanh của một người đầy sôi nổi và trải nghiệm.

Cảm ơn TikTok đã xây dựng nên một cộng đồng người dùng khổng lồ, tạo ra rất nhiều cơ hội cho những người kinh doanh. Thiết kế tính năng Affiliate rất tuyệt vời, hữu dụng thì mới có những chất liệu để hình thành nên cuốn sách này.

Cảm ơn những nhân sự, những đồng đội của Linh trong công ty TNHH Short Video Hack. Các em là người thực thi, phản hồi, trau chuốt những chiến lược, hành động cụ thể dù là nhỏ nhất. Ngay cả những dấu chấm, dấu phẩy, hay hình vẽ trong cuốn sách này đều có dấu ấn của các em.

Cảm ơn những học viên, khách hàng đã mua cuốn sách *Từ điển xây kênh*, đã ủng hộ và đón nhận cuốn sách để Linh có cảm hứng tiếp tục xuất bản cuốn sách thứ hai này.

Cảm ơn những Idol, những bạn Affiliate, đại lí đã đồng hành cùng Linh trong việc phân phối, đưa cuốn sách **Từ điển xây kênh** đến với độc giả.

Cảm ơn những đối tác về in ấn, nhà xuất bản, chấp bút vì đã giúp Linh làm nên sự thành công của cuốn sách.

Cảm ơn gia đình, những người yêu thương luôn ủng hộ và đồng hành với Linh trên con đường lan tỏa kiến thức, giúp xã hội trở lên tốt đẹp hơn.

Cảm ơn những lời nhận xét, góp ý, những ý kiến trái chiều giúp Linh có động lực tạo ra cuốn sách thứ hai hoàn hảo hơn.

Hy vọng mọi người sẽ tiếp tục đón nhận và ủng hộ Linh trong tương lai.

[Giới thiệu](#)

Bạn đang cầm trên tay cuốn sách hết sức cô đọng, thực chiến về cách thức xây dựng để chế 1000 Affiliate từ con số 0. Bạn sẽ chỉ tốn khoảng 1 giờ đồng hồ để đọc nó, nhưng đây chính là những thứ tinh hoa nhất mà tác giả đã đúc kết trong suốt quá trình bán ra 20 nghìn sản phẩm của mình. Sách được viết dưới dạng tự sự những câu chuyện thật. Có thể nó không phải là thước đo đúng đắn nhất, hoặc là phương án hay nhất dành cho tất cả mọi người. Nó chỉ đơn giản là những thước phim, những lát cắt mà Cán Mạnh Linh cùng đồng đội đã làm trong dự án bán sách của mình, cuốn *Từ điển xây kênh - Từ cơ bản đến thành công*. Tất nhiên, nó có thể phù hợp với bạn hoặc không, nhưng đây là con đường mà tác giả đã trải qua và đạt được một số thành tựu nhất định. Tác giả hy vọng, bạn có thể đọc chúng với tâm thế của một ly nước rộng để tiếp thu những kiến thức mới. Vì sẽ chẳng có điều gì xảy ra, chẳng có gì giúp ích được bạn nếu vẫn giữ những quan niệm cũ. Giả dụ như, bạn có một con ngựa đen ở trong nhà, và rồi Linh đưa cho bạn một con ngựa trắng. Bạn có thể nghĩ:

Con ngựa đen của tôi mới là tốt nhất?

Yes, tốt thôi, Linh sẽ không phản đối điều đó. Nhưng khi đã bước lên con ngựa trắng Linh đưa cho bạn rồi, hãy làm ơn buộc con ngựa đen của bạn lại. Chuyện gì sẽ xảy ra nếu một chân của bạn cưỡi trên con ngựa trắng, một chân còn lại lại cưỡi trên con ngựa đen? Không thể thế được, bạn sẽ gặp tai nạn mất!

Hãy để cho cuốn sách này hoàn thành sứ mệnh của nó. Hãy dành ra 1 giờ đồng hồ để đọc và trải nghiệm nó một cách công tâm và trọn vẹn nhất. Cuốn sách sẽ hoàn hảo hơn nếu bạn đọc kèm những biểu mẫu, tài liệu của nó. **GẾT GỒ!**

[Giải thích thuật ngữ](#)

STT	THUẬT NGỮ	GIẢI THÍCH	NGỮ CẢNH SÁCH
1	Idol	Thần tượng, dùng để chỉ một người, một nhân vật nào đó được nhiều người đặc biệt là giới trẻ yêu mến, ngưỡng mộ, hâm phục, thậm chí sùng bái hay tôn thờ	Ở đây chúng ta hiểu là các Idol TikTok
2	Booking Idol	Là hành động các doanh nghiệp, nhãn hàng, cá nhân... tiến hành hợp tác với các Idol. Theo đó, bên Booking sử dụng hình ảnh của Idol và đẩy mạnh quảng bá, đưa chân dung của sản phẩm, thương hiệu đến rộng rãi phạm vi khách hàng	Booking được coi là hành động hợp tác với các Idol để quảng bá sách
3	Review	Đây là một từ tiếng Anh, dịch ra tiếng Việt là "Lời bình phẩm"	Là hành động đưa ra ý kiến đánh giá về cuốn sách sau khi đọc, trải nghiệm
4	TikTok Shop Partner	Là đối tác chính thức của TikTok về mảng TikTok Shop	Các đơn vị đối tác của TikTok mảng TikTok Shop
5	MCN	<i>Multi-channel Network</i> , hiểu đơn giản là đơn vị liên kết giữa TikTok và nhà sáng tạo nội dung	Các đơn vị đối tác của TikTok mảng TikTok Channel (kênh TikTok)

6	TikTok Ads Agency	Là công ty đối tác của TikTok về mảng quảng cáo	Các đơn vị đối tác của TikTok mảng TikTok Ads
7	Landing Page	Trong các chiến dịch quảng cáo trực tuyến, Landing Page là một trang web đơn có nội dung tập trung nhằm dẫn dắt và thuyết phục người đọc thực hiện một mục tiêu chuyển đổi cụ thể	Là trang trình bày bán hàng nhằm dẫn dắt và thuyết phục người đọc để lại thông tin mua sách
8	Zoom	Là một nền tảng hội họp trực tuyến, cho phép nhiều người được kết nối với nhau dù ở khoảng cách rất xa	Zoom online là khóa học online được tổ chức giảng dạy thông qua phần mềm Zoom
9	Thiền Vipassana	Vipassana - nghĩa là <i>thấy sự việc đúng như thật</i> - là một trong những phương pháp thiền cổ xưa nhất tại Ấn Độ. Truyền thống thiền này được Đức Phật Gotama tái phát hiện cách đây hơn 2500 năm	Ở đây nhắc đến một khóa thiền Linh đã tham gia trong 10 ngày ở Sóc Sơn - Hà Nội
10	Mentor	Là người hướng dẫn, người cố vấn, chia sẻ kiến thức, hỗ trợ và giúp đỡ Mentee (người được hướng dẫn)	Mentor TikTok Ads - chỉ người hướng dẫn, cố vấn về TikTok Ads

11	Content	Là các nội dung, thông tin bổ ích, hay những thông điệp ý nghĩa thuộc nhiều lĩnh vực, được truyền tải đến cộng đồng, xã hội và được thể hiện dưới mọi hình thức như video, báo chí, văn bản, bài hát...	Content trong sách chủ yếu được nhắc đến qua cách thức thể hiện bằng video
12	Check in	Cụm từ ghi tên, đánh dấu sự có mặt của ai đó, vật hoặc món gì đó đang hiện diện tại một địa điểm, không gian nhất định	Check in Facebook được hiểu là chụp hình với cuốn sách để đăng lên Facebook
13	Founder	Nhà sáng lập	Ở đây chỉ chị Dương là nhà sáng lập của công ty Nhanh.vn
14	Data	Số điện thoại của khách hàng thu thập được trong quá trình chạy quảng cáo	Số điện thoại khách hàng quan tâm mua sách trong quá trình chạy quảng cáo
15	Creator	Nhà sáng tạo nội dung	Ở đây chỉ những nhà sáng tạo nội dung trên nền tảng TikTok
16	Sản phẩm Win	Là thuật ngữ dùng để chỉ những sản phẩm được khách hàng mục tiêu của bạn yêu thích và có doanh số bán hàng vượt trội	Sản phẩm sách đang bán được nhiều và tạo ra lợi nhuận
17	Flop	Một từ tiếng Anh (nghĩa đen) sự rơi phịch xuống (nghĩa bóng) sự thất bại, tụt dốc, giảm danh tiếng	Chỉ tình trạng kênh đang có những clip nhiều view, bỗng nhiên tụt view một cách trầm trọng
18	Delay	Sự chậm trễ	Bị kéo dài thời gian
19	Trend	Xu hướng	Những thứ đang Hot, được xuất hiện với tần suất dày đặc trên TikTok
20	Tiền cast	Cát-xê là phiên âm cách đọc của từ tiếng Pháp "cachet", có nghĩa là <i>tiền thù lao</i>	Tiền mình trả cho Idol để booking họ làm video cho mình

Mở Đầu

“Sáu tháng chạt vật tôi mới bán được 400 cuốn sách, tặng khoảng 50 cuốn và còn lại 550 cuốn trong kho. Tôi chưa thấy ai làm marketing cho sản phẩm phễu lại kém như tôi. Vô cùng chán nản, tôi chỉ muốn tìm ai đó thanh lý quách tồn kho đi cho xong. Và tôi làm điều đó thật.”

Nửa cuối năm 2019, tôi là một trong số ít những người đào tạo xây dựng kênh TikTok sớm nhất Việt Nam. Lí do tại sao? Vì tôi là dân tiếng Trung (tốt nghiệp Học viện Ngoại Giao, khoa Quan hệ quốc tế tiếng Trung) nên tôi có điều kiện tiếp xúc với Douyin (app mẹ của TikTok ở bên Trung Quốc) từ sớm. Sau đó một năm, vào 2020, khi tham gia một khóa học của anh Nguyễn Tất Kiểm, anh tư vấn cho tôi là phải ra sách, *“Ra sách sẽ giúp em xây dựng được thương hiệu cá nhân, khẳng định vị thế chuyên gia, và sách là một sản phẩm phễu rất tốt. Dù sao thì khách hàng vẫn sẵn sàng bỏ ra khoảng 200.000 đồng để sở hữu một cuốn sách, hơn là bỏ ra bằng đó số tiền để mua khóa học bằng video trên online. Vì thực tế người ta vẫn thích mua cái gì đó cầm nắm được trên tay hơn. Anh ra sách rồi anh biết.”*

Tôi thốt lên, *“Tuyệt vời anh ơi, thế thì em phải ra sách thôi”*, và tôi cùng cả team cặm cụi cho kế hoạch ra sách từ việc thuê bên chấp bút, ngồi sắp xếp lại ý tưởng nội dung, tìm nhà xuất bản, tìm đơn vị in ấn... Sau hơn 6 tháng làm việc miệt mài và nghiêm túc, tôi đã cầm trên tay đứa con tinh thần đầu tiên của mình, mang tên TikTok giành thiên hạ - Về lại bản đồ kinh doanh online, sau này đổi tên thành Từ điển xây kênh - Từ cơ bản đến thành công. Lần đầu xuất bản, tôi in 1 nghìn cuốn.

Tôi nhớ rõ ngày nhận sách về. Thực sự là một cảm xúc rất lạ và vô cùng phấn khích, không chỉ với tôi mà ngay cả các em trong công ty. Ai nấy đều thi nhau lật từng trang, hít hà cuốn sách. Tôi tất bật lên danh sách anh em bạn bè để ký tặng. Các bạn khác đua nhau cầm sách check in, quay clip để đăng Facebook, TikTok.

Người mà tôi nghĩ đến ngay lúc này, không ai khác chính là anh Nguyễn Tất Kiểm – người anh, người thầy của tôi. Tiếp đến là đồng đội, những anh em trong công ty, học viên, khách hàng – vì họ chính là tư liệu giúp tôi hoàn thành cuốn sách. Ngoài ra, tôi cũng rất biết ơn bố mẹ đã sinh ra tôi, gia đình đã tạo điều kiện để tôi có thể học tập rèn luyện, trở thành người có kiến thức, biết cống hiến cho xã hội. Tôi thực sự vô cùng tự hào về bản thân, thậm chí còn xen lẫn một chút đắc ý nhẹ.

Tuy nhiên niềm vui ngắn chẳng tày gang, nhất là khi tôi bắt đầu nhận ra mình không có kế hoạch cụ thể để marketing cuốn sách. Câu hỏi đặt ra lúc này là: Làm sao để bán được hết 1000 cuốn sách đây? Tất nhiên, kênh đầu tiên là Facebook cá nhân rồi. Tiếp theo sẽ là TikTok (vì tôi đào tạo về xây kênh TikTok mà). Cơ mà đợt đó TikTok vẫn chưa ra TikTok Shop (nó là nửa cuối năm 2021). Chính vì thế, nên việc nhắc đến từ “TikTok” trên kênh thời điểm đó, là một thứ hết sức nhạy cảm. Thực tế cho thấy, cứ kênh nào nhắc đến TikTok ngày đó là bị flop hết. Nên là tôi cũng rén, không dám làm video để bán sách trên này. À, đúng rồi! Còn Tiki nữa cơ mà nhỉ? Phải đưa sách lên Tiki thôi.

Rất nhanh chóng, sách của tôi đã có mặt ngay ngắn trên Tiki. Bây giờ tôi có hai kênh bán hàng chính là Facebook cá nhân Cán Mạnh Linh và gian hàng của mình trên Tiki. Tốt rồi, Facebook cá nhân của tôi tương tác cũng được coi là tạm tạm, vì dù sao tôi cũng có tiếng trong lĩnh vực đào tạo TikTok. Ra sách một cái là học viên cũng ủng hộ thôi. Tuy nhiên Tiki thì bán kiểu gì bây giờ? Tôi

không biết, chỉ đoán sách của mình mới, nó không có trend nên hầu như không ai lên Tiki tự tìm kiếm sách để mua hết. Có thi thoảng tôi gửi link Tiki cho khách đặt trên đó cho tiện thôi.

Kết quả là: sau 6 tháng chật vật, tôi mới bán được 400 cuốn sách, tặng khoảng 50 cuốn và còn lại 550 cuốn trong kho. Tôi chưa thấy ai làm marketing cho sản phẩm phễu lại kém như tôi. Vô cùng chán nản, tôi chỉ muốn tìm ai đó thanh lí quách tồn kho đi cho xong. Và tôi làm điều đó thật.

Đó là vào giữa tháng 6/2022, sau khi tôi đi thiền khóa thiền Vipassana 10 ngày ở Sóc Sơn về. Tôi đã nhắn tin cho chị học viên coaching 1-1 của tôi, chị Dương Wiki (Founder - CEO Công ty phần mềm quản lí bán hàng đa kênh Nhanh.vn):

- *Chị ơi, em đang còn 500 cuốn sách trong kho, chị có muốn nhập về tặng cho khách hàng nhà chị không? Em lấy giá gốc thôi, chị yên tâm. (Tôi không dám nói còn 550 cuốn, vì in 1000 mà còn 550 cuốn thì mất mặt quá, nên nói giảm nói tránh một chút).*

- *Ok, em chuyển sang cho chị đi, xong xuất hóa đơn cho chị.*

Yeah! Cảm ơn chị Dương. Tôi như trút bỏ được gánh nặng trong lòng.



Thực sự cảm giác mình tạo ra một sản phẩm rất chất lượng, nhưng lại không biết cách marketing và bán nó thì thà thanh lí quách đi cho xong! Chứ cứ để hàng tồn một đống, đi ra cũng thấy, đi vào cũng gặp, cảm xúc nó không hề dễ chịu một chút nào

Còn 50 cuốn thì cứ để đẩy thôi, bán túc tắc trên Tiki hoặc thi thoảng lấy để tặng mọi người. Tôi thậm chí, thực sự kẻo sách đã kết thúc ở đây. Tạm biệt nhé sản phẩm phễu, tạm biệt bao tâm huyết dồn nén cho đứa con tinh thần đầu tiên. Cuốn sách tôi viết nhiều thứ đến nỗi sau khi ra sách xong, tôi đã dẹp bỏ luôn khóa học online trên Zoom, mà trước đó tôi dạy 2 ngày thu 4 triệu. Vì sao? Vì những thứ tôi dạy trong 2 ngày đó, trong sách có hết rồi. Thậm chí lượng kiến thức trong sách còn nhiều hơn thế nữa, mà sách chỉ vốn vện 200.000 đồng. Nhưng biết làm sao giờ, mình phải tạm biệt nó thôi vì đâu bán được nó đâu. Coi như tôi đã có bài học đầu đời trong việc bán sách.

Sau đó vài ngày, anh Võ Văn Hải – Mentor Ads TikTok có sang văn phòng tôi chơi. Tôi và anh biết nhau hơn 1 năm rồi, thi thoảng anh em cũng có ngồi cà phê với nhau nhưng chưa thực sự hợp tác làm ăn bao giờ.

Hôm đó anh bảo:

- *Linh ơi, anh em mình kiếm kèo gì làm cùng nhau đi. Anh thì chuyên về mảng Ads, em lại chuyên mảng xây kênh. Anh em mình mà kết hợp được với nhau thì trên thị trường chưa bên nào làm được điều này luôn. Hay là em có sản phẩm gì ngon không, anh em mình cùng chiến?*

- Em có mỗi cuốn sách này em viết thôi anh ạ. Anh nghiên cứu đi xem có chiến được không?

- Thế để anh về làm landing page chạy thử xem sao nhé. Bên anh phụ trách landing page, tài khoản ads, vit ads; bên em lo content, nhân sự sale, kho - vận.

- Ok anh ơi, mức thôi!

Ba ngày sau, mỗi ngày bên tôi nhận về 100-150 data. Tổng chốt được hơn 300 đơn/3 ngày, mà lúc này tôi chỉ còn 50 cuốn sách trong kho. Tôi tức tốc cầu cứu chị Dương:

- Chị Dương ơi, bên chị tặng sách cho khách hàng hết chưa? Nếu chưa thì cho em mua lại được không, hoặc cho em vay để trả trước cho khách với. Tự nhiên bọn em chạy quảng cáo mà bán được nhiều quá chị ạ.

- Ok Linh, bên chị còn khoảng 250 cuốn. Để chị chuyển lại cho nhé.

Thế là bọn tôi có vừa khéo 300 cuốn để gửi cho khách hàng.

Nhưng nếu anh chị nào đã từng chạy quảng cáo rồi thì sẽ hiểu. Khi một chiến dịch mình lên đang ngon, giá quảng cáo đang thấp, thì một điều tối kỵ là tắt quảng cáo. Vì vậy, mặc dù đã hết sạch hàng sau 3 ngày, chúng tôi vẫn phải duy trì quảng cáo mà không được tắt nó đi. Bây giờ chúng tôi lại gặp một vấn đề khác, là có khách nhưng lại không có hàng.

Tôi tức tốc làm việc với nhà xuất bản để xin giấy phép tái bản. Song song với đó là làm việc lại với xưởng in để thúc đẩy tiến độ in. Tuy nhiên, do đợt đó rơi trúng vào cuối tháng 8, đầu tháng 9 (mùa khai giảng), bên xưởng in cũng nhiều đơn hàng của các trường học, nên mặc dù dự kiến có thể gửi sách cho bên tôi trong vòng 10 ngày, nhưng thực tế phải đến 20 ngày sau họ mới in xong.

Thực sự, đây là quãng thời gian bản thân tôi khá stress. Thứ nhất: Khách hàng ngày nào cũng giục, tính đến ngày có hàng, chúng tôi nợ hơn 1300 đơn của khách lẻ. Thứ hai, tôi cảm nhận rất rõ ràng, chúng tôi đang bị đánh rơi rất nhiều tiền trong giai đoạn này. Vì đơn giản, chúng tôi đang có sản phẩm Win, có đối tác đang làm việc rất chặt chẽ và phát huy được sức mạnh cho nhau. Nếu sẵn hàng trong kho lúc này, chắc chắn sản phẩm sẽ tạo nên đợt sóng rất lớn. Nói chung là hơi tiếc.

Sau lần này, chúng tôi bắt đầu có kế hoạch cụ thể và chu đáo hơn trong việc chuẩn bị hàng hóa, để lúc nào cũng chủ động, tránh tình trạng có khách mà không có hàng. Bên anh Hải mỗi ngày vẫn chạy ads và trả data đều đặn cho chúng tôi. Tuy nhiên, với đội ngũ 3 nhân sự sale, chúng tôi chỉ nhận xử lý maximum 200 data/1 ngày.

Đúng, có thể bạn nghĩ là 3 sale mà xử lý 200 data/1 ngày là quá ít. Hoàn toàn có thể vít lên 400-500 data/1 ngày. Tuy nhiên, phong cách làm việc của tôi là không muốn anh em trong công ty phải làm việc quá tải. Vì tôi biết, quá tải thì kiểu gì cũng sẽ xảy ra lỗi, không sớm thì muộn. Mà ngoài việc gọi điện xác nhận đơn, các bạn ấy còn phải gửi hàng, đóng hàng, check đơn với bên vận chuyển. Ngoài ra, chủ nhật thì vẫn phải làm việc vì data ngày nào cũng phải xử lý. Vì vậy các bạn ấy cần phải đả ca cho nhau, ví dụ chủ nhật tuần này bạn này làm việc, thì chủ nhật tuần sau bạn đó sẽ nghỉ. Cho nên, tôi thấy 3 sale xử lý 200 data từ landing page về là hợp lý.

Vậy có cách nào đẩy số lượng đơn hàng ngày lên hay không? Ví dụ đang từ 200 lên 1000 data chẳng hạn? Tôi bắt đầu tư duy:

- **Cách 1:** Tăng nhân viên Sale, từ 3 người lên 15 người.
- **Cách 2:** Chuyển giao mô hình bán hàng này cho bên khác nữa để họ tự vận hành một bộ máy như mình, mình đóng vai trò nhà sản xuất.
- **Cách 3:** Đẩy sách qua TikTok Shop, để đỡ phải gọi điện xác nhận, và tiết kiệm thời gian làm việc với bên vận chuyên. Lúc này nhân sự chỉ cần đóng hàng và gửi đi nữa thôi. Như thế, có 200 hay 1000-2000 đơn/ngày, các em cũng xử lí nhẹ nhàng.

Tôi không chọn cách 1, vì nó làm quỹ lương của công ty phình lên rất nhiều. Chưa kể việc quản lí đội telesale 15 người cũng không phải là điều dễ dàng. Rồi tuyển xong 15 bạn mà lúc đó data không ra đều đặn 1000 số/ngày, không lẽ anh em ngồi chơi à?

Tôi cũng không chọn cách 2, vì tìm được một bên vừa biết ads, vừa biết sản xuất content, vừa biết vận hành thì thực sự là điều không dễ, hoặc nếu làm được thì cũng mất rất nhiều thời gian. Nó không phù hợp với hoàn cảnh của tôi lúc này.

Nên chúng tôi đã chọn phương án 3: Mở TikTok Shop và nghĩ cách đẩy đơn về đây. Chính anh Hải là người đưa cuốn sách này lên TikTok Shop. Tôi vô cùng biết ơn về điều đó. Bây giờ, chúng tôi sẽ có hai cách để bán sản phẩm này:

- **Cách 1:** Vẫn duy trì chạy ads chuyển đổi bán qua landing page vì tỷ lệ chuyển đổi cao, và tiền về nhanh hơn TikTok Shop.
- **Cách 2:** Bán trên TikTok Shop để có thể mở rộng không giới hạn.

Và công cuộc xây dựng đế chế 1000 Affiliate của tôi bắt đầu.



Tưởng tượng xem, điều gì sẽ xảy ra khi chúng ta có 1000 Affiliate? Đó chính là 1000 nhân viên marketing và sale đang làm việc cho chúng ta mà không cần phải trả lương. Chỉ đơn giản là chúng ta sẽ chia % hoa hồng cho họ khi shop phát sinh doanh thu. Đương nhiên rồi, sẽ có cả một hệ thống giúp chúng ta kiếm tiền ngay cả trong lúc ngủ

Chương 1: Affiliate - Kỹ thuật không phụ thuộc quảng cáo

1. AFFILIATE LÀ GÌ?

Affiliate là hình thức tiếp thị liên kết. Tại đây, các nhà phân phối dựa trên năng lực, sự hiểu biết của mình sẽ thực hiện tiếp thị, thu hút khách hàng đến mua hàng và sử dụng dịch vụ của nhà cung cấp.

Hiểu nôm na thì hệ thống Affiliate là hình thức marketing + sale mà bạn không cần phải bỏ ra chi phí ban đầu, những người làm Affiliate sẽ chỉ nhận được % Affiliate khi họ bán được sản phẩm và tạo ra doanh thu cho bạn. Ngược lại, những người làm Affiliate cho bạn sẽ không phải bỏ vốn nhập hàng, ôm hàng. Vì vậy rào cản để ai đó có thể làm Affiliate cho bạn là thấp hơn rất nhiều so với việc họ bỏ tiền ra nhập hàng để làm đại lí cho bạn.

Những lợi thế của việc phát triển hệ thống Affiliate trên TikTok là:

1. TikTok là nền tảng có vô cùng nhiều traffic, hơn bất cứ nền tảng thương mại điện tử nào khác ngoài kia.
2. Trên TikTok, có rất nhiều nhà sáng tạo nội dung sở hữu nhiều traffic, nhưng họ đang không biết kinh doanh sản phẩm gì.
3. Hệ thống tính hoa hồng của TikTok minh bạch. Khi người làm nội dung, người live phát sinh doanh thu thì tiền hoa hồng sẽ được chuyển trực tiếp vào tài khoản nhận hoa hồng Affiliate của họ. Chính vì thế, đối tác Affiliate của bạn sẽ rất yên tâm khi làm việc.
4. TikTok hỗ trợ rất đa dạng các hình thức Affiliate: Qua Video ngắn, qua Livestream, gắn link vào shop,... nên thuận tiện với nhiều đối tượng khác nhau.
5. Cài đặt % Affiliate linh hoạt: Bạn hoàn toàn có thể cài đặt được các mức hoa hồng khác nhau (từ 1-80%) cho hệ thống Affiliate của mình, và tùy ý thay đổi nó theo thời gian, vì thế có thể phát huy tối đa sức mạnh của hệ thống.

Cuối cùng, TikTok có sẵn các nhà sáng tạo, nơi bạn có thể tùy ý lựa chọn và liên kết với những Creator. Cũng rất đơn giản để các Creator tìm được đến bạn trên TikTok. Bạn có thể truy cập để đăng tại:



2. TẠI SAO CHỌN HÌNH THỨC BÁN HÀNG THÔNG QUA AFFILIATE ?

Hiện nay, trên TikTok đang thịnh hành một số hình thức bán hàng phổ biến như: Làm video ngắn gắn link sản phẩm, chạy quảng cáo chuyển đổi về landing page, chạy quảng cáo về TikTok Shop, livestream bán hàng.

Và Affiliate chính là cách bạn bán hàng thông qua việc làm video ngắn gắn link sản phẩm, livestream bán hàng. Chỉ khác là bạn đang thực hiện hai cách thức này thông qua “n” tài khoản của Affiliate, thay vì chỉ làm một mình. Và bạn nghĩ xem, chuyện gì sẽ xảy ra nếu bạn phát triển được 1000 người làm Affiliate cho sản phẩm của mình trong thời gian ngắn?

Không sai, đó chính là 1000 nhân viên marketing + sale mà bạn không phải trả lương cứng, chỉ cần chia % hoa hồng cho họ khi phát sinh doanh thu.

Đây sẽ là hệ thống tạo ra tiền cho bạn ngay cả khi bạn đang ngủ, hàng ngày, hàng tuần, hàng tháng. Và quan trọng hơn, bạn sẽ tạo được hệ thống nhà bán hàng, không chỉ đồng hành cùng bạn trong một sản phẩm, mà còn sẵn sàng chiến đấu với bạn trong “n” sản phẩm khác.

3. NHỮNG LỰC LƯỢNG GIÚP TÔI NHANH CHÓNG ĐẠT 1000 AFFILIATE

3.1. NHỮNG THÀNH PHẦN THAM GIA DỰ ÁN



Hình 1.1: Phân bổ cấp bậc theo chính sách bán hàng

Nhìn vào hình 1.1 ta thấy:

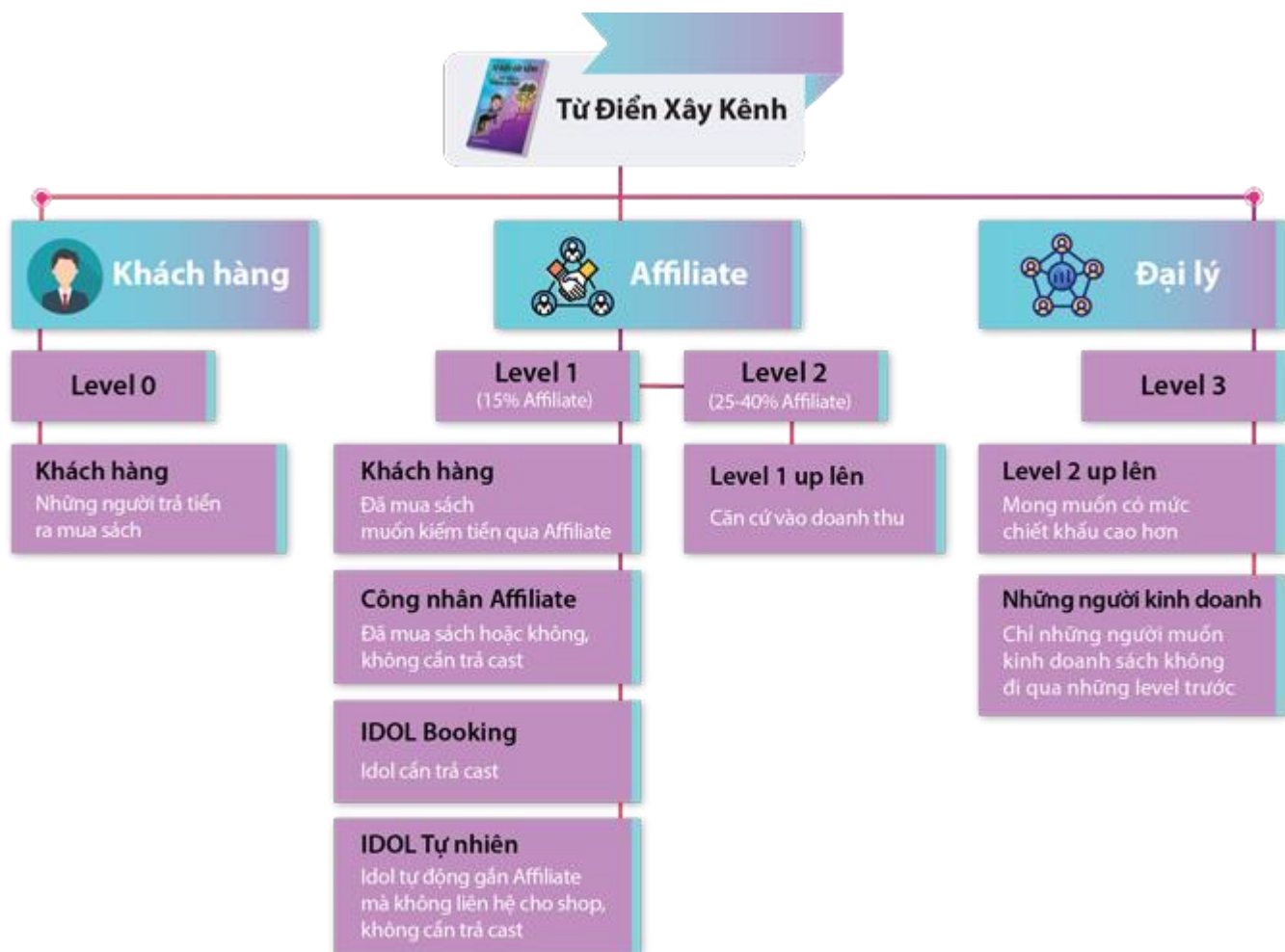
Những Level thấp là nguồn cung cấp nhân sự cho Level cao: Level 0 sẽ có tỷ lệ up lên Level 1, Level 1 up lên Level 2,...

Những Level cao tạo ra nhân sự cho những Level thấp hơn: Level 3 tạo ra Level 0, 1, 2; Level 2 sẽ tạo ra Level 0, 1,...

Có thể, bạn sẽ thắc mắc **đại lý** với **Affiliate** khác gì nhau? Đừng thôi, Linh sẽ giải thích rõ hơn chỗ này nhé.

- **Affiliate:** Là những người không cần bỏ tiền để nhập sách của Linh về. Họ chỉ cần làm video hoặc livestream liên quan đến sách, bán được sách là họ được nhận hoa hồng.

- **Đại lý:** Là những người sẽ bỏ tiền mặt ra để nhập một số lượng sách nhất định bên Linh về (từ 100 đến 1000 cuốn). Ngoài việc phụ trách bán hàng ra, họ sẽ chủ động trong việc đóng hàng, gửi hàng, thậm chí là tự chăm sóc khách hàng.



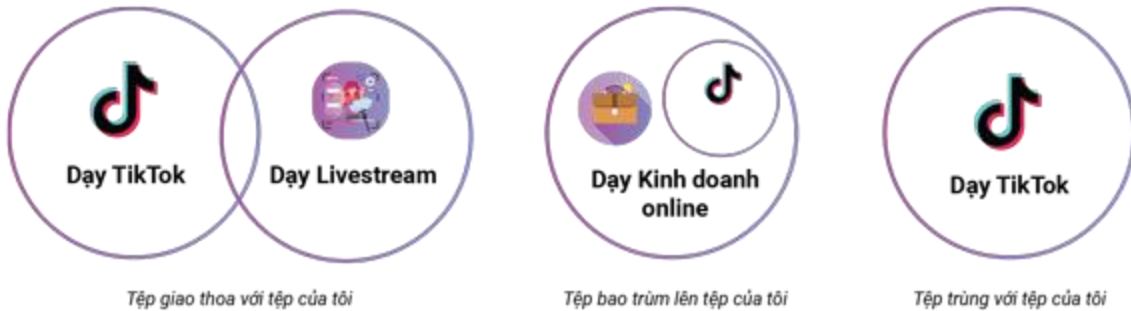
Hình 1.2: Bảng các đối tượng tham gia dự án

Nhìn vào hình 1.2, có thể thấy 1000 Affiliate được tạo ra ở Level 1 và Level 2. Có 4 đối tượng tạo nên để chế này, bao gồm: Khách hàng, công nhân Affiliate, Idol booking và Idol tự nhiên. Mục tiêu xuyên suốt của chúng ta trong cuốn sách này là phơi bày cách thức và giúp bạn đạt được 1000 thành viên ở Level 1 và Level 2, hay còn gọi là 1000 Affiliate. Và đây là một số những trợ lực mà trong đầu tôi nghĩ đến:

3.2 NHỮNG NGƯỜI SỞ HỮU TỆP CỦA TÔI

Nếu bây giờ tôi đang xây kênh TikTok, livestream để tập hợp những người quan tâm đến sản phẩm và dịch vụ của mình về một chỗ, follow kênh TikTok của tôi, thì ở đâu đó ngoài kia đối thủ của tôi cũng đang làm thế, những người cùng ngành của tôi cũng đang làm thế. Hoặc chắc chắn có ai

đó đang sở hữu một tệp khách hàng trùng khớp với tệp khách của tôi, giao thoa với nó, hoặc bao trùm lên nó.



Hình 1.3: Mối tương quan giữa các tệp khách hàng

Đây là danh sách những người tôi có thể tặng họ sản phẩm, booking để họ review và làm affiliate cho mình.

3.3 NHỮNG NGƯỜI CÓ ĐỦ THẨM QUYỀN NÓI VỀ SẢN PHẨM CỦA TÔI

Ở đây, tôi phải bày tỏ lòng biết ơn vô cùng lớn đối với vũ trụ, với những gì chúng tôi đã làm trong quá khứ. Bằng một sự trùng hợp nào đó, chúng tôi đã tạo ra cuốn sách đào tạo về cách thức xây kênh TikTok. Đó thực sự là một cuốn sách tuyệt vời, một sản phẩm mà thị trường của nó vô cùng rộng lớn. Cũng không hình dung chúng tôi sẽ đi được bao xa, và bán được bao nhiêu cuốn sách, nhưng chắc chắn nó sẽ là một con số vô cùng vô cùng lớn, với thị trường có tới khoảng 50 triệu người dùng TikTok thường xuyên như ở Việt Nam.

Và bạn thử nghĩ mà xem:

- Nếu trên tay chúng tôi là một cuốn sách về nuôi dạy con, ai sẽ là người có thẩm quyền giới thiệu về nó đây? Chắc chắn không thể thuê những bạn thanh niên chưa lập gia đình nói về nó được rồi.
- Hoặc nếu trên tay tôi là một cuốn sách về GYM, ai sẽ là người có thẩm quyền giới thiệu về nó? Chắc chắn không thể là những người béo ục béo ịch, bụng bia hay gầy ốm được rồi.

Còn nếu trên tay tôi là cuốn sách *Từ điển xây kênh - Từ cơ bản đến thành công*, thì chỉ cần ai đó có kênh TikTok nhiều followers, đã kiếm được tiền trên TikTok hoặc thậm chí đã cầm chiếc điện thoại lên, đã bắt đầu làm TikTok – là họ hoàn toàn có quyền chia sẻ về cuốn sách, về những trải nghiệm của họ. Mẹ bím sữa cũng được, hot girl hot boy cũng được, công nhân, nông dân, tri thức,... đều được.

Và sẽ thật có lỗi với ông Trời, nếu chúng tôi không thể biến cuốn sách trở thành một trong những cuốn Best Seller tại Việt Nam trên TikTok Shop.

- **Những “VẾT DẦU LOANG”**

Đây là nhân tố cực kỳ quan trọng, những người luôn đứng TOP doanh thu trong cả chiến dịch. Ở thời kỳ đầu, đó chính là Nga Tích Cực, Cu Đông Vlog, Vũ An Nguyên hay anh Trần Thịnh Lâm ATP. Họ là những người đứng TOP doanh thu, những ngôi sao lớn khi bắt đầu chiến dịch bán sách qua Affiliate của tôi. Chắc chắn tôi không thể khuấy động thị trường, tạo ra tiếng vang nếu không có được những nhân tố này. Tôi vô cùng biết ơn họ. Họ chính xác là những vết dầu loang, giúp tôi nhanh chóng thu phục 1000 Affiliate.

• **Khách hàng**

Đứng dưới góc độ là người đã từng mua sách về đọc, khách hàng chính là những người có trải nghiệm sâu sắc nhất về sản phẩm. Vì vậy, cái cách mà họ nói, review về sản phẩm chính là những thứ thu hút với những người xem được clip. Nó cũng đáp ứng được một tiêu chí rất lớn của tôi trong kinh doanh, đó là phải xây dựng mối quan hệ gắn bó lâu dài nhất đối với khách hàng của mình. Và còn gì tuyệt vời hơn khi khách hàng mua sách của tôi vừa có được một sản phẩm tuyệt vời, vừa học hỏi được thêm rất nhiều các kiến thức, vừa được thực hành kiếm tiền bằng cách làm Affiliate bán chính cuốn sách họ đã mua. Tuy nhiên, bài toán đặt ra là, làm sao tôi có thể giúp đỡ khách hàng hoàn thành được những clip bán hàng hiệu quả một cách “ĐƠN GIẢN NHẤT”.

4. NHỮNG MẢNH GHÉP LÀM NÊN ĐẾ CHẾ 1000 AFFILIATE CỦA TÔI

SẢN PHẨM TỐT

Bạn có sẵn sàng mang rau trong vườn nhà đi bán, khi chính bạn cũng không dám ăn nó hay không? Hãy trả lời câu hỏi đó trước khi xây dựng đế chế Affiliate của bạn. Vì sao ư? Vì nếu bản thân rau nhà chúng ta trồng mà chúng ta còn không dám ăn, thì chắc chắn rau này có vấn đề.

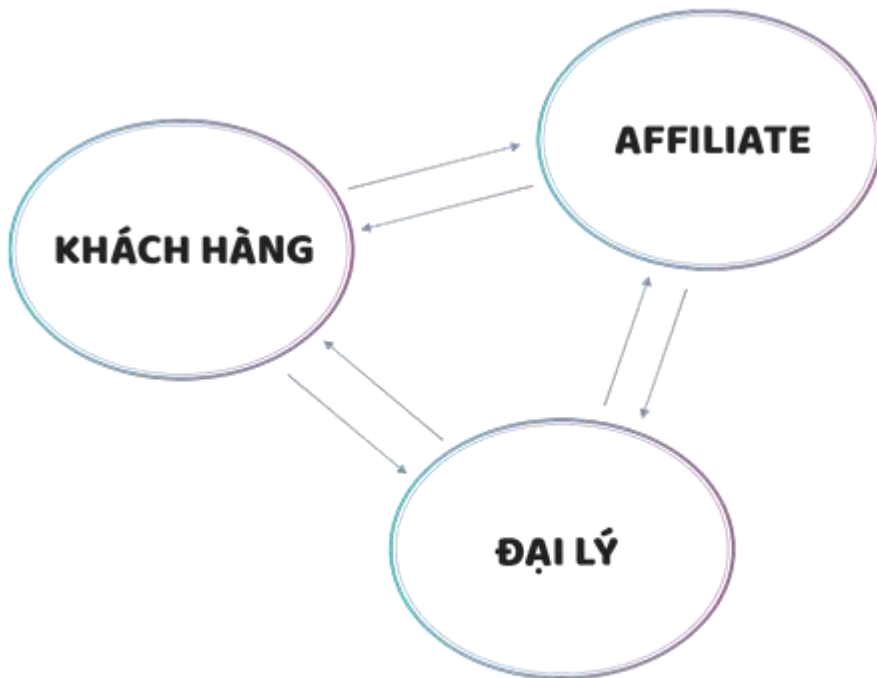


Sẽ chẳng có đế chế Affiliate hùng mạnh nào được tạo nên nhờ các sản phẩm có vấn đề đâu. Nếu có, thì chỉ có đi lừa đảo mà thôi

Chắc chắn rồi, tôi không thể chỉ cho bạn cách lừa đảo trong cuốn sách này, vì bản thân chúng tôi không làm vậy.

Có một vài lí do khác mà tôi thực sự tin rằng, sản phẩm tốt là điều kiện tiên quyết để xây dựng đế chế 1000 Affiliate của mình. Đó là:

1. Trong số những người tham gia vào đế chế Affiliate, một bộ phận lớn sẽ đến từ khách hàng của tôi, giống như những gì chúng ta đã bàn ở trên. Vậy nên, tôi sẽ không thể thuyết phục được họ tham gia vào đế chế nếu chúng ta có một sản phẩm “TÔI”. Còn nếu sản phẩm đủ tốt để dễ dàng biến khách hàng thành Affiliate, bạn sẽ có một vòng lặp vô hạn. KHÁCH HÀNG – AFFILIATE – ĐẠI LÍ.



Hình 1.4: Vòng lặp vô hạn của đế chế 1000 Affiliate

2. Sản phẩm tốt mang lại sự tự tin rất lớn cho đế chế Affiliate của tôi. Bản chất những người đi làm Affiliate, Idol giới thiệu cho sản phẩm là họ đang đi bán uy tín của chính họ. Vậy nên, tôi sẽ không bao giờ để những người làm Affiliate, những Idol của tôi cảm thấy họ đang đánh mất uy tín của chính họ, hoặc đang phải đi bán uy tín một cách rẻ mạt. Tôi muốn họ thực sự yêu thích và tâm huyết với sản phẩm của tôi. Khi đó, NĂNG LƯỢNG họ thể hiện trên clip, trên livestream sẽ khác hẳn, từ đó khách hàng dễ dàng chốt đơn hơn rất nhiều.

3. Tôi tin rằng, sản phẩm 1 chỉ là sự mở đường, giúp tôi xây dựng đế chế Affiliate của mình, xây dựng hệ thống kênh phân phối. Và đây chính là tài sản quý giá nhất của tôi trong phi vụ này.



Tôi muốn tạo ra một hệ thống mà làm sao, sau này khi tôi có sản phẩm 2, 3, 4... n, họ không ngần ngại dù chỉ 1 giây để tham chiến với tôi

BẮT ĐẦU TỪ BÁN LẺ

Ngay từ ban đầu, bán sách qua Affiliate không phải dự định chính của tôi. Cách chúng tôi sử dụng là bán qua thương hiệu cá nhân và chạy quảng cáo. Hình thức này cho chúng tôi cảm giác ổn định hơn so với bán qua Affiliate. Vì bạn biết đấy, quảng cáo là bỏ tiền ra để mua traffic, đây là loại

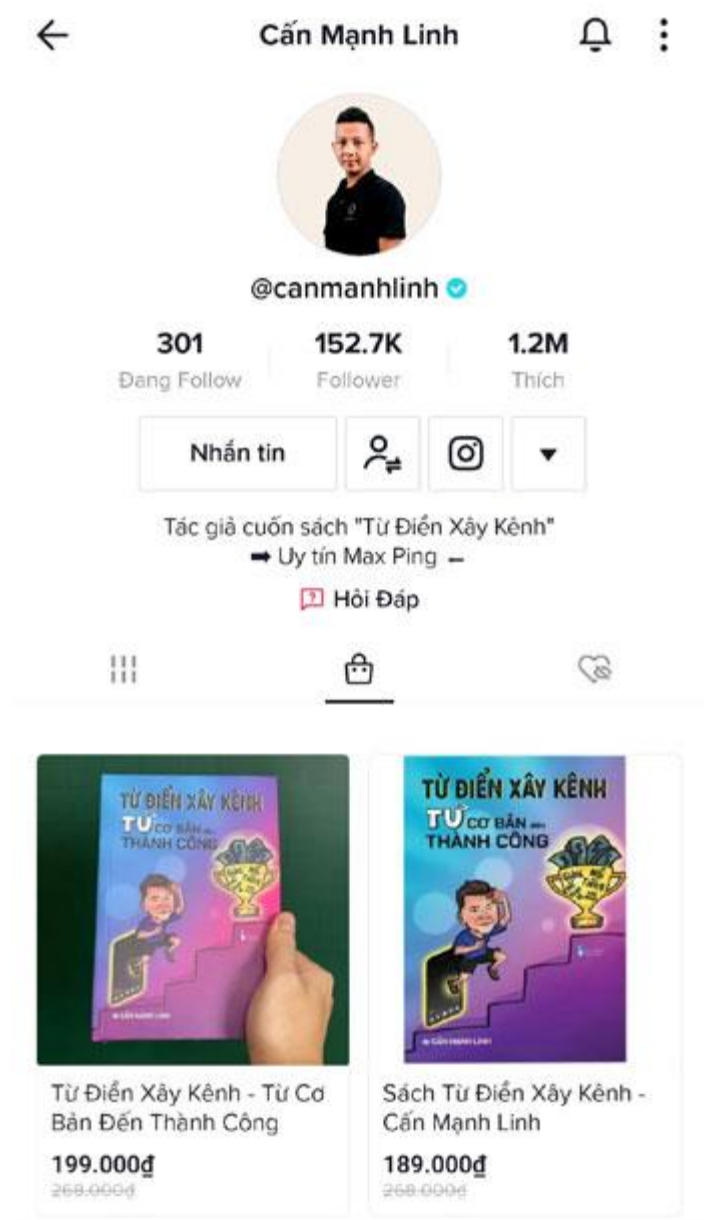
traffic mình có thể điều khiển được. Còn Affiliate thì không, ngay cả một Idol hay những người làm nội dung cũng không thể kiểm soát được clip nào của họ lên xu hướng, lên view, và clip nào không lên. Chính vì thế, lúc đầu chúng tôi đã tập trung cho bán lẻ, cho hình thức là tự mình phải bán trước. Và tất nhiên, điều này có lợi vô cùng khi chúng tôi xây dựng để chế 1000 Affiliate, xây dựng đại lí.

HIỂU RÕ VỀ NỀN TẢNG TIKTOK

Đây chắc chắn là lợi thế của một chuyên gia đào tạo TikTok như tôi. Vì dù ít dù nhiều, những Idol trên TikTok đều biết đến tôi. Ngoài ra, tôi biết rất rõ sách này làm content kiểu gì để có thể bán hàng, booking Idol thì phải booking ai, phải deal với họ như thế nào, yêu cầu về clip thì yêu cầu những gì, cái gì được xuất hiện trong clip, cái gì không... Nếu bạn đang chưa thực sự hiểu về những điều trên, thì hãy sắm ngay một cuốn *Từ điển xây kênh - Từ cơ bản đến thành công* của tôi đi nhé. Lên TikTok tìm shop Cán Mạnh Linh (tích xanh) là có nha.

CƠ CHẾ AFFILIATE TỐT

Đã là Idol thì chắc chắn không chỉ hợp tác với một mình bạn, trừ khi họ là đại diện hình ảnh độc quyền cho bạn. Vậy nếu giữa rất nhiều kèo khác nhau, mà cơ chế của bạn lại không đủ tốt, liệu họ có dành thời gian, tâm huyết để làm với bạn hay không? Tôi không biết. Nhưng với tôi: Cuộc chơi phải là cuộc chơi 3 WIN. Tôi win – khách hàng win – Affiliate win. Tôi sẵn sàng nhường phần kiếm tiền, tạo % chiết khấu cao cho hệ thống Affiliate để họ đi theo mình. Và tôi thấy rằng, khi hệ thống Affiliate của mình thực sự kiếm được số tiền xứng đáng, có một deal hời, họ sẽ mang toàn bộ tâm huyết và nguồn lực đặt vào đó. Đây cũng chính là lúc bản thân mình kiếm được nhiều tiền hơn. Từ đó, tôi bắt đầu tạo ra nhiều mức % Affiliate từng nấc, để khách hàng, hệ thống của tôi đi được cùng tôi lâu nhất, kiếm được nhiều tiền nhất có thể.



Hình 1.5: TikTok Shop Cấn Mạnh Linh

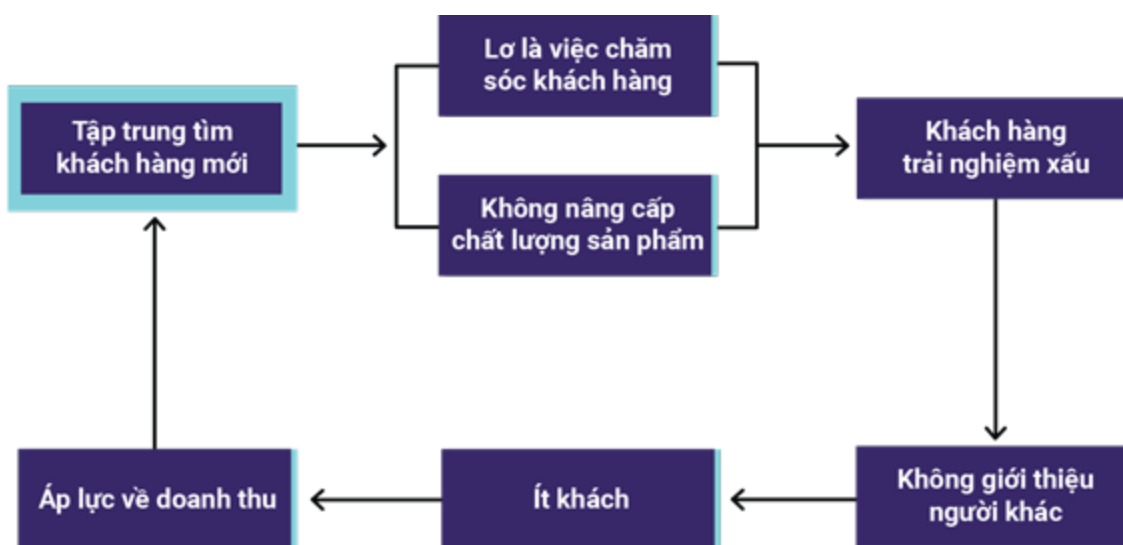


Với tôi: Cuộc chơi phải là cuộc chơi 3 WIN. Tôi win – Khách hàng win – Affiliate win

TƯ DUY XÂY DỰNG MỐI QUAN HỆ DÀI HẠN

Tôi không biết mình đã bỏ lỡ bao nhiêu tiền, hoặc chí ít số tiền tôi kiếm được cũng phải nhiều hơn hiện tại gấp 10, 20, thậm chí 100 lần nếu như tôi có tư duy này từ sớm. Trước kia, tôi hay đọc được ở đâu đó rằng, doanh thu chủ yếu đến từ khách quen (~80%), còn ~20% đến từ khách lạ. Tôi thấy rất vớ vẩn. Tư duy này chắc chỉ đúng cho những sản phẩm tiêu dùng nhanh, nhà hàng, sản phẩm tiêu hao, khách hàng phải mua đi mua lại. Chứ tôi làm đào tạo, bán có 1-2 sản phẩm thì khách hàng thường chỉ mua 1 lần thôi, phải tập trung tìm kiếm khách hàng mới thì mới phát triển được doanh thu chứ.

Nhưng mà, đi tìm khách hàng mới mãi thì bản thân mình cũng cực kỳ mệt mỏi. Nhất là khi khả năng marketing của tôi cho khóa học cũng không thực sự mạnh. Mà tập trung trọng số nhiều cho marketing và sale, tôi lại thường có xu hướng lơ là công tác chăm sóc khách hàng. Nó tạo ra vòng lặp vô cùng tai hại.



Hình 1.6: Sơ đồ vòng lặp sai lầm

Khi bán sách trên TikTok, tôi đã hạ quyết tâm thay đổi tư duy và cách làm này. Thực ra ngay ở thời điểm ban đầu, tôi cũng chưa biết phải làm như thế nào. Nhưng tôi luôn đau đáu một điều là: “*Thay vì bán hàng, tôi sẽ xây dựng mối quan hệ với khách hàng lâu nhất có thể.*” Bây giờ khi tổng hợp lại, tôi phát hiện đó chính là một trong những lí do rất lớn giúp mình xây dựng được để chế 1000 Affiliate sau này.

KẾ HOẠCH VỀ NGUỒN HÀNG

Vụ chạy quảng cáo nợ 1300 đơn không có sách trả khách là một bài học nhớ đời đối với tôi. Nhất là đối với hình thức bán hàng thông qua Affiliate trên TikTok Shop, sự cố kiểu này sẽ càng nghiêm trọng, vì chạy quảng cáo bán qua landing page thì mình còn nợ hàng được, chứ bán qua TikTok Shop mà nợ hàng 10-20 ngày như thế là shop mình “*lên đường*” luôn. Thế nên, tôi luôn phải có sẵn trong nhà 1000-2000 sản phẩm. Nếu không tích sẵn một lượng tồn kho thế này, chỉ cần một

vài người có clip lên xu hướng, nỗ đơn một cái là mình trở tay không kịp. Nên bạn hãy cân nhắc kỹ để có kế hoạch về nguồn hàng nhé.



Chạy quảng cáo bán qua landing page thì mình còn nợ hàng được, chứ bán qua TikTok Shop mà nợ hàng 10-20 ngày như thế là shop mình “lên đường” luôn

MỞ GIỚI HẠN ĐƠN TRÊN TIKTOK SHOP

Không biết là khi bạn cầm cuốn sách này trên tay, chính sách của TikTok có thay đổi không? Nhưng vào thời điểm tôi viết cuốn sách này (tháng 11/2022), thì mỗi shop mới chỉ được bán giới hạn 100 đơn/ngày. Vì vậy, chúng tôi phải lo thủ tục để mở giới hạn đơn. Nếu bạn chưa biết cách mở giới hạn đơn thế nào, đừng ngần ngại liên hệ với đội ngũ hỗ trợ của tôi. Chúng tôi sẽ tư vấn cho bạn phương án hợp lý cho việc này (thường sẽ mất phí đó nhé).

QUAN HỆ VỚI MỘT SỐ BÊN ĐỐI TÁC CỦA TIKTOK: TIKTOK SHOP PARTNER, MCN, TIKTOK ADS AGENCY ...

Vì biết đâu đó, chẳng may một ngày đẹp trời, sản phẩm ở shop của bạn đang chạy phăm phăm, đơn nổ âm ầm, thì bị khóa vì một lí do trời ơi đất hỡi nào đó, hoặc một lí do thực sự không đáng. Lúc đó nếu bạn không biết cách xoay sở, thực sự sẽ rất toang. Để chế 1000 Affiliate của bạn có thể sụp đổ bởi những điều tưởng chừng vớ vẩn như thế.

TÀI NGUYÊN DÀNH CHO CHIẾN DỊCH

Trong quá trình làm việc với Idol và để chế 1000 Affiliate của mình, tôi nhận thấy mọi người đều rất happy vì hầu như mọi thứ bên tôi đều có biểu mẫu, tài nguyên, tài liệu rõ ràng, như là: tài liệu về tác giả + nội dung sách gửi cho Idol, bảng biểu chính sách dành cho Affiliate, cơ chế hợp tác với đại lí, tài nguyên bằng video để hướng dẫn cho đội Affiliate dùng làm video bán sách... Mọi người sẽ cực kỳ thích thú và biết ngay bạn chuyên nghiệp khi có những thứ này. Cụ thể hơn, tôi sẽ nói ở phần tiếp theo nhé.

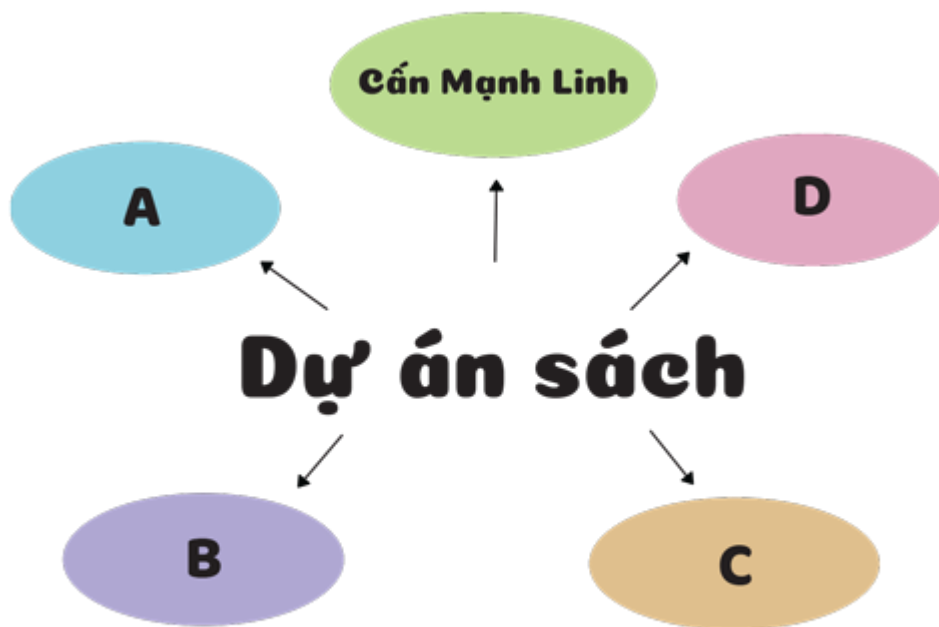
Chương 2: Nghệ thuật Booking và kỹ năng làm việc với các Idol Tiktok

1. TƯ DUY LỰA CHỌN IDOL

Bắt đầu bằng câu chuyện booking, đây cũng là một bước ngoặt trong dự án của tôi. Mới đầu chạy ads bán sách, tôi tư duy là làm gì thì làm, cứ phải có mặt mình xuất hiện, xong clip phải up lên kênh mình. Vì sao? Vì vừa có thể tạo ra doanh thu ngay, vừa có thể phủ thương hiệu của mình, vừa tăng lượng follow trên kênh. Một mũi tên trúng 2, 3 đích. Điều này quả thật rất hoàn hảo và khôn ngoan (trong suy nghĩ).

Tuy nhiên, thực tế bao giờ cũng khác trong lý thuyết. Khi tôi chạy được khoảng 2-3 tuần thì nhận ra một vài điều như thế này:

1. Nếu một mình mình quay, mọi thứ sẽ bị phụ thuộc vào mình, từ content, diễn viên. Nếu hôm nào mình không quay được, các bộ phận khác cũng bị ảnh hưởng, delay.
2. Luôn có một bộ phận những người không thích mình, dù mình có là ai. Ví dụ đối với bạn, bạn hợp với cách thể hiện và truyền đạt của tôi, bạn thấy rất ổn. Nhưng với người khác họ sẽ thấy bình thường thôi, và đối với một bộ phận khác nữa họ lại thấy rất nhảm nhí. Cứ nghe thấy giọng tôi là họ lướt, nhìn thấy mặt tôi là họ lướt, thậm chí còn chặn luôn tôi trên TikTok.
3. Bản thân tôi là tác giả đi bán sách, mà tác giả lúc nào cũng nói tốt về sản phẩm của mình thì đúng là cũng không khách quan lắm. Khách giả sẽ nghĩ là: *“Sách của ông thì ông chả nói tốt, chứ có thấy ai review về sách của ông đâu. Toàn tự mình khen hay.”*
4. Tôi nhận thấy rõ ràng, nếu chỉ dựa vào một mình bản thân tôi thì không thể tạo được cơn sốt, làn sóng cho sản phẩm này. Một mình tôi quá nhỏ nhoi, tôi cần nhiều người hơn, nhiều nguồn lực hơn, để mọi người có thể cùng nhau tạo ra sóng cho nó.
5. Tôi nhìn nhận lại vấn đề thực sự trong kèo này là: Mà muốn kiếm tiền hay phủ thương hiệu cá nhân hả Linh? Nếu là kiếm tiền, việc ưu tiên là làm sao để bán sản phẩm có lãi, hoặc ít nhất là không được lỗ; còn việc có xuất hiện trên clip hay không thì tính sau. Nếu một người A không thích mà, không mua sách, thì mà có thể tìm một vài Idol mà họ thích để review về cuốn sách này, có sao không? Không sao hết, cứ thoải mái mà chiến thôi. Từ lúc đó, tư duy của tôi bắt đầu mở. Tôi xếp mình về đúng vị trí hơn, để chế 1000 Affiliate chuẩn bị được ra đời.

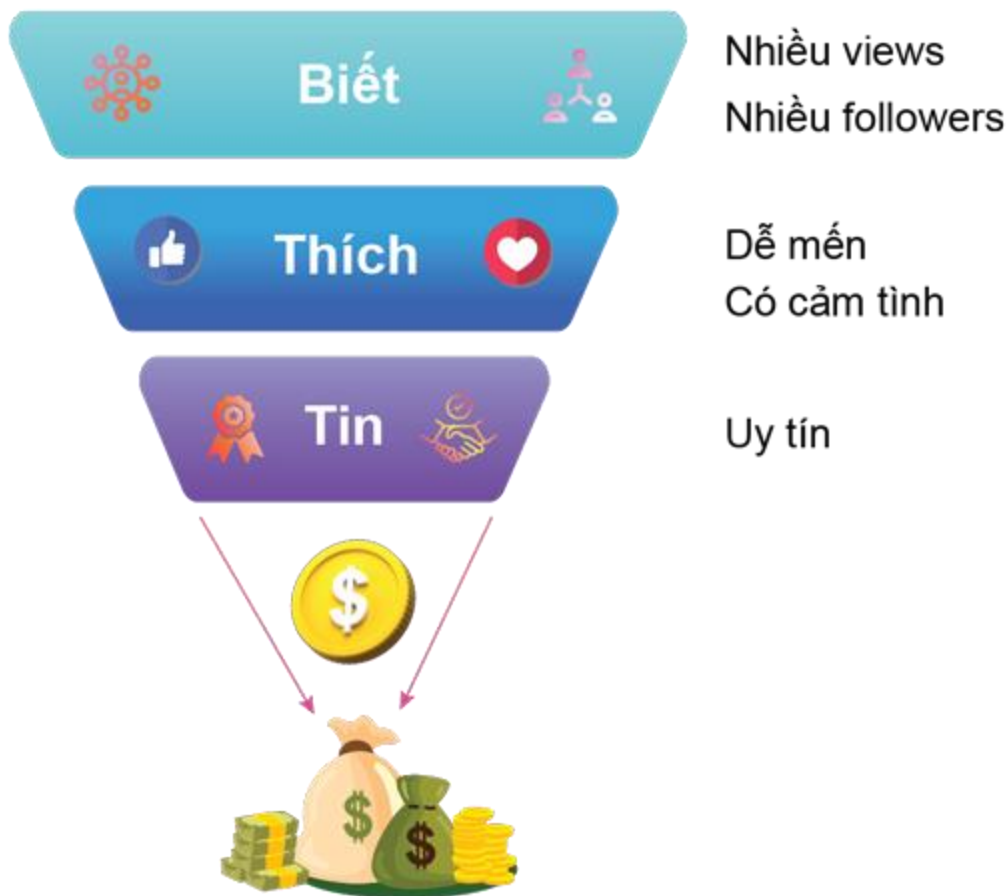


Hình 2.1: Sơ đồ dự án sách

“Nhưng bây giờ, giữa muôn vàn Idol như thế, mình sẽ lựa chọn thế nào đây? Phải có một tiêu chí nhất định cho việc này chứ?” – tôi tự hỏi bản thân. Và đột nhiên tôi cảm thấy rất may mắn, khi phát hiện ra cuốn sách Từ điển xây kênh có rất nhiều lựa chọn để booking. Vì sao?

- Nếu đó là một cuốn sách dạy nấu ăn, chắc hẳn tôi phải tìm những Idol là đầu bếp, hoặc về ngành ẩm thực nói chung.
- Nếu đó là cuốn sách về nuôi dạy con khoa học thì chắc chắn Idol phải là những chuyên gia, những mẹ bỉm sữa đã hoặc đang nuôi con nhỏ.
- Còn riêng với cuốn sách xây kênh, chỉ cần những người có nhiều followers, kiếm được tiền trên TikTok hoặc đã từng làm TikTok là đã có tư cách nói về cuốn sách rồi.

Nhưng liệu chỉ có tiêu chí nhiều followers không thôi, thì đã đủ chưa? Cần có thêm tiêu chí gì khác nữa không? Tôi liền vẽ ra những tiêu chí để lựa chọn.



Hình 2.2: Tiêu chí lựa chọn Idol TikTok

- Mỗi Idol chúng tôi liên hệ đều cần đáp ứng đủ 3 bậc trên: (i) nhiều views, followers; (ii) dễ mến, làm người xem có cảm tình; (iii) uy tín.
- Nhiều views, followers được chúng tôi định nghĩa là trên 50k views/1 clip, và trên 100k follow.
- Tất nhiên trong 3 phần trên, thường mỗi Idol sẽ có một phần nổi bật hơn cả. Hoặc là họ sẽ rất nhiều view, hoặc là họ vô cùng dễ mến, hoặc là họ cực kỳ uy tín.
- Trong trường hợp đang muốn đẩy mạnh để phủ, tôi sẽ ưu tiên những Idol có phần (i) mạnh nhất.
- Trong trường hợp đang muốn tập trung nhiều về doanh thu, tôi sẽ ưu tiên những Idol có phần (iii) mạnh nhất.

2. XÂY DỰNG TÀI LIỆU BOOKING



Nếu Idol không thực sự hiểu về cuốn sách tôi viết, họ chỉ nhận job đơn thuần là vì tiền, họ sẽ rất khó để truyền tải những thông điệp đúng đắn của cuốn sách đến với khán giả

Ngoài ra, công việc sẽ dễ dàng triển khai hơn nếu Idol thực sự biết họ cần làm gì trong mỗi video. Vì vậy, tôi cần chuẩn bị tài liệu gửi cho họ, đảm bảo họ có đủ thông tin về tác giả, về mục tiêu chiến dịch, về cuốn sách. Tài liệu đó bao gồm:

STT	Thông tin	Mô tả ngắn	Tôi viết
1	Tên tài liệu	Phần này bắt buộc	Booking Sách Từ Điển Xây Kênh
2	Mục tiêu chiến dịch	Để Idol hiểu rõ đích đến của mình ở đâu: chuyển đổi ra đơn hay phủ thương hiệu	Tặng số bán
3	Quyền lợi của Idol	Ai mà chẳng quan tâm đến quyền lợi đầu tiên	<ul style="list-style-type: none"> • Được tặng sản phẩm mẫu • Được nhận cast cứng theo thỏa thuận • Nhận thêm 15% tổng doanh thu
4	Yêu cầu	Để Idol biết rõ họ cần làm gì cho mình	<ul style="list-style-type: none"> • Độ dài 40-120s • Hashtag không chứa từ TikTok • Caption không chứa từ khóa TikTok • Sản phẩm phải được xuất hiện trong video (tốt nhất trong 6s đầu) • Có kêu gọi click vào link bên dưới hoặc giỏ hàng để mua sách • Video phải được để trên kênh ít nhất 90 ngày • Có gắn link sản phẩm trong giỏ hàng (nếu ưu tiên ghim lên đầu được thì càng tốt)

5	Giới thiệu về tác giả	Để họ hiểu rõ bản thân mình hơn	<ul style="list-style-type: none"> • Cựu sinh viên Học viện Ngoại Giao, 10 năm học tiếng Trung • Kênh TikTok về đào tạo 190k followers (tích xanh) https://www.tiktok.com/@canmanhlinh • Một trong số những người đào tạo xây kênh TikTok sớm nhất Việt Nam (từ năm 2019)
6	Giới thiệu sơ lược về cuốn sách	Để họ biết rõ thông số cuốn sách: kích thước, số trang, chất liệu giấy in..., hiểu được nội dung chính cuốn sách viết gì (những người lười đọc, đọc phần này là nắm được nội dung luôn)	<ul style="list-style-type: none"> • Tên sách: Từ Điển Xây Kênh - Từ cơ bản đến thành công • Khổ in: 13,5 x 20 cm • Độ dày: 312 trang • Giá bán: 199k • Đối tượng khách hàng • Sơ lược về nội dung cuốn sách
7	Quà tặng cho khách hàng mua sách	Giúp Idol dễ dàng chốt sale hơn, có thêm chất liệu để làm video	<ul style="list-style-type: none"> • Add vào nhóm hỗ trợ riêng để hỏi đáp trực tiếp cùng tác giả • Tặng khóa học chỉnh sửa clip chuyên nghiệp • Zoom trực tiếp cùng tác giả để tư vấn, khám kênh hàng tuần • Tặng bảng điều tra thị trường 179 ngành nghề • Voucher giảm 500K các khóa học TikTok Ads, TikTok Shop, Livestream

8	Feedback của khách hàng	Giúp Idol có thêm niềm tin về sản phẩm	Show tổng hợp những tư liệu hình ảnh Feedback của khách hàng về sản phẩm
9	Idol tiêu biểu	Liệt kê danh sách những người bạn đã làm việc cùng và thành quả của họ, để những Idol khác có thước đo, dễ dàng hợp tác với bạn hơn	Show hình ảnh, doanh thu, link video của những KOC tiêu biểu
10	Những từ khóa giúp bán hàng hiệu quả hơn	Đây là những key word ra chuyển đổi cao. Idol có thể cho những từ khóa này vào trong clip để tăng hiệu quả bán hàng	<ul style="list-style-type: none"> • Ít view nhưng nhiều đơn Ví dụ: Cách thức để tạo ra những clip ít view nhưng nhiều đơn • Quá rẻ để xây kênh Ví dụ: Thay vì bỏ ra 5-10 triệu đi học những khóa học xây kênh ngoài kia, bạn chỉ cần bỏ ra 199k để sở hữu cuốn sách này • Có hơn 10k lượt mua sau 3 tháng Ví dụ: Cuốn sách có 10k lượt mua sau 3 tháng, chứng tỏ chất lượng sách và sự đón nhận của độc giả lớn thế nào?
11	Thông tin liên hệ	Tôi sẽ làm việc với ai? Trụ sở của anh/chị ở đâu?	<ul style="list-style-type: none"> • Hotline: 0923.338.338 • Email: shortvideohack@gmail.com • Địa chỉ: 56 Sunrise B, KĐT The Manor Central Park, Nguyễn Xiển, Đại Kim, Hoàng Mai, Hà Nội

Tham khảo file booking sách ở phần PHỤ LỤC

Lưu ý:

- Hãy viết hết những mong muốn của bạn khi làm việc với Idol, càng rõ ràng càng tốt
- Quyền sử dụng hình ảnh cho quảng cáo, cùng % Affiliate là điều cần nói rất rõ trong phần này

3. TÌM KIẾM IDOL Ở ĐÂU?

Bạn đã có tiêu chí lựa chọn Idol và tài liệu để đi booking rồi, nhưng cần tìm kiếm Idol ở đâu? Sau đây là một vài gợi ý dành cho bạn:

3.1. TÌM KIẾM TRỰC TIẾP TRÊN APP TIKTOK

Chúng ta sẽ tìm kiếm thông qua các từ khóa. Ví dụ như cuốn sách *Từ điển xây kênh*, mình sẽ tìm các từ khóa như: *Sách, marketing, kiếm tiền, bán hàng...*



Có 1 tip là sau khi tìm những từ khóa liên quan, khi click vào mỗi clip, hãy lần theo những #hashtag của clip đó nhé, bạn sẽ tìm được rất nhiều Creator ở đây

3.2. TÌM KIẾM TRÊN CHỢ NHÀ SÁNG TẠO TRONG TIKTOK SHOP SELLER CENTER

Bước 1: Đăng nhập vào tài khoản TikTok Shop Seller Center của bạn tại <https://seller.tiktok.com/>

Bước 2: Vào Tiếp thị liên kết

TikTok Shop Seller Center

Tiếp thị Liên kết Quản lý phát trực tiếp Học viện

Hành động cần làm

Đơn hàng đang chờ xử lý 104 Xem	SKU hết hàng 2 Xem
--	---

Bạn có các Phần Thưởng Hấp Dẫn cần thu thập
Chương trình Tăng Trưởng cho Nhà Bán Hàng đã lên sóng. Thực hiện Nhiệm Vụ ngay để phát triển kinh doanh!

[THAM GIA NGAY](#)

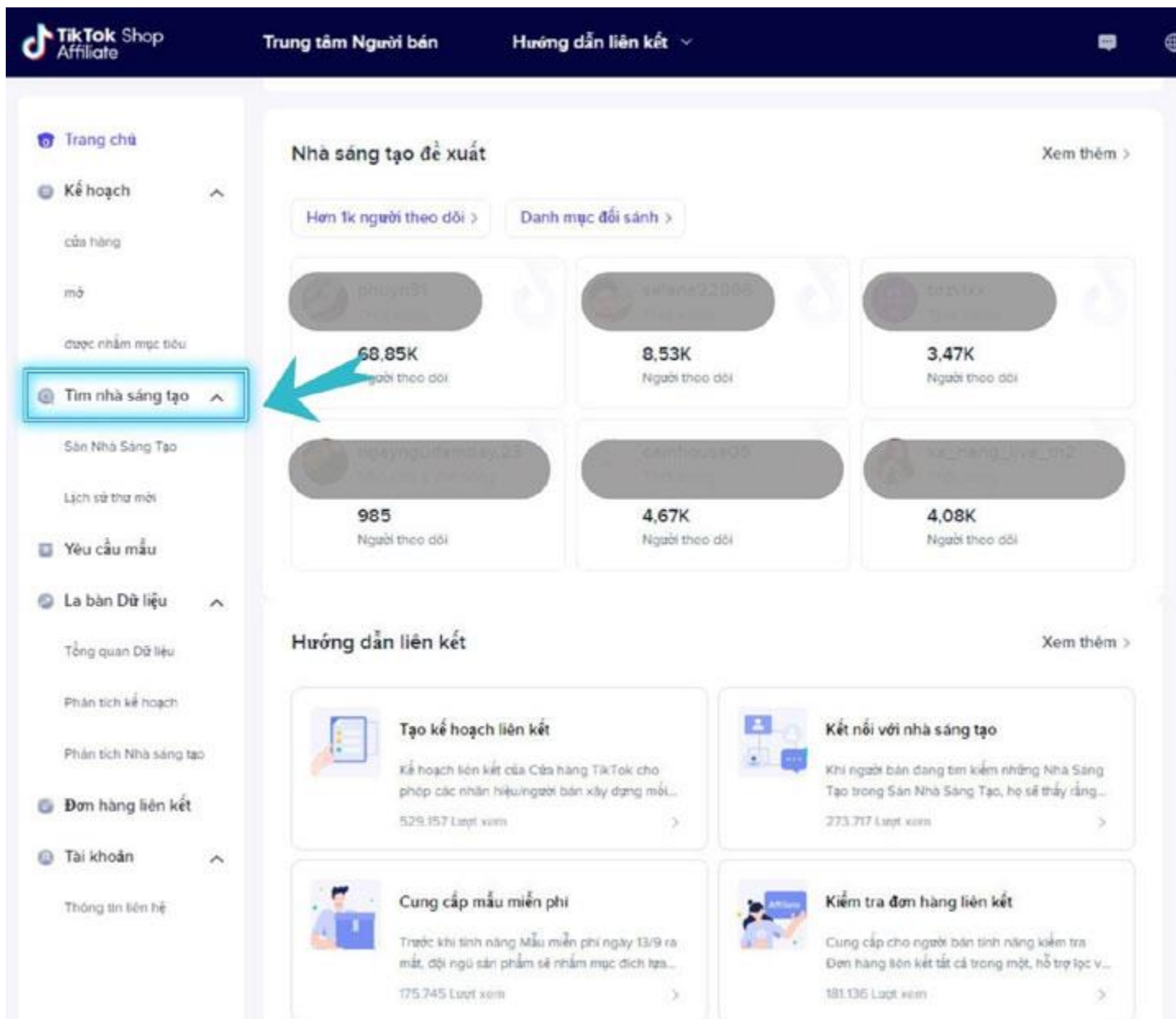
Chiến dịch

Siêu Sale Giáng Sinh
🕒 Ngày chiến dịch: 18/12/2022 00:00 - 26/12/2022 00:00
🕒 Kết thúc ngày đăng ký: 09/12/2022 00:00
[Xem chi tiết](#)
TikTok Shop dành riêng cho chương trình như trợ giá sản phẩm, mã giảm giá, mã miễn phí vận chuyển, hỗ trợ tăng lượt tiếp cận. Nhanh tay đăng ký ngay hôm nay!

Sale Giáng Sinh - Nhà cửa & Đời sống - 19 & 24.12
🕒 Ngày chiến dịch: 19/12/2022 00:00 - 24/12/2022 23:59
🕒 Kết thúc ngày đăng ký: 13/12/2022 23:59
[Tham gia ngay](#)
Siêu Sale Giáng Sinh đã tới gần, đăng ký tham gia ngay hôm nay để nhận được những quyền lợi đặc biệt từ TikTok Shop nha!

Hình 2.3: Bước 2

Bước 3: Vào Tìm nhà sáng tạo -> Chợ nhà sáng tạo



Hình 2.4: Bước 3

3.3. TÌM KIẾM TRÊN CÁC HỘI NHÓM BOOKING IDOL Ở FACEBOOK

Hoặc các hội nhóm về TikTok trên Facebook

3.4. TÌM KIẾM THÔNG QUA CÁC MCN (MULTI CHANNEL NETWORK)

MCN là những công ty, tổ chức quản lý rất nhiều Idol. Ưu điểm của hình thức này là mỗi MCN sẽ quản lý một số lượng các Idol nhất định, bạn sẽ đỡ mất công liên hệ với từng Idol nhỏ lẻ. Nhược điểm là chi phí bỏ ra thường sẽ đắt hơn việc tự liên hệ trực tiếp với Idol, vì thông qua MCN, các Idol sẽ phải trả % cho MCN.

4. BOOK AI? NHƯ THẾ NÀO LÀ ĐẮT, NHƯ THẾ NÀO LÀ RẺ?

Đó là bài toán khá đau đầu khi bắt tay làm việc với các Idol. Khi chúng ta gửi cho họ bảng thông tin booking, họ phản hồi và báo giá lại cho chúng ta. Lúc này, làm sao để biết giá họ báo có hợp lí không? Mình có nên làm việc với Idol này hay không? Tại sao?

Có một tư duy mà Linh muốn chúng ta sẽ cần rõ ràng với nhau ở đây, đó là:



Chi phí để thuê Idol hoặc xây dựng đội ngũ Affiliate, thực chất chính là chi phí mà chúng ta bỏ ra cho cả marketing và sale

Nên với Linh, việc đi booking Idol hay trả hoa hồng cho đội ngũ làm Affiliate, không thể nói là chắc chắn lời 100%, vì chúng ta sẽ phải bỏ tiền ra trước. Chỉ là, thay vì có thể dùng tiền đó đi chạy ads thì mình đi booking. Cần phải tính được con số mà mình sẵn sàng chi trả để có một đơn hàng thành công, từ đó phân bổ được ngân sách cho việc booking. Nó đòi hỏi chúng ta phải rất rõ ràng giữa doanh thu và chi phí. Ví dụ như sách Từ điển xây kênh bên Linh, thì sẽ có một bảng tính như sau:

Bảng hạch toán chi phí bán lẻ sách		
STT	Hạng mục	Số tiền
1	Giá in sách	70.000 đ
2	Đóng gói (hộp giấy + xốp + băng dính)	3.000 đ
3	Mặt bằng (tiền thuê nhà + điện, nước, mạng)	5.000 đ
4	Nhân sự vận hành (lương + com%)	5.000 đ
5	Phí sàn (2.5%)	5.000 đ
6	Thuế (1.5%)	3.000 đ
7	Tiền trả cho Affiliate (15%)	30.000 đ
Tổng chi phí:		121.000 đ
Doanh thu:		199.000 đ
Lợi nhuận:		78.000 đ

Hình 2.5: Bảng số liệu tháng 12/2022
(chi phí được tính theo giá bán lẻ làm tròn 200.000đ)

Sau khi có bảng doanh thu và chi phí này rồi, mình sẽ biết được số tiền Maximum (lớn nhất) mình có thể chi ra để có một đơn hàng thành công là bao nhiêu. Chính là Doanh thu - Chi phí = 199.000đ - 121.000 đ = 78.000 đ

Vậy:

- Nếu Idol đề nghị mức giá là 3 triệu/ 1 clip up lên kênh thì mình sẽ căn xem bạn đó có thể mang về cho mình (3.000.000 đ/78.000 đ) = 39 đơn hàng hay không?
- Nếu Idol đề nghị mức giá là 12 triệu/ 1 clip up lên kênh thì mình sẽ căn xem bạn đó có mang về cho mình (12.000.000 đ/ 78.000 đ) = 154 đơn hàng hay không?

Lúc này, mình sẽ căn cứ vào 2 yếu tố nữa để ra quyết định:

(i) Trung bình view tự nhiên cho mỗi đơn hàng (giả dụ với cuốn sách của Linh, sẽ dao động từ 1000 - 2000 views/ 1 đơn)

(ii) Trung bình view 10 clips gần nhất của Idol

Nếu mình chỉ 12 triệu, kỳ vọng sẽ mang về 154 đơn, thì cần xét xem 10 clips gần nhất của Idol có đạt được trung bình từ 154k - 308k views hay không? Nếu đạt, mình sẽ quyết định book, nếu không đạt thì thôi. Đó là cách thức để Linh ra quyết định liệu có book một Idol hay không, vì chỉ cần đạt đến điểm hòa vốn thôi là chúng ta đã lời rất nhiều thứ rồi:

(i) Giúp tăng độ phủ cho sản phẩm;

(ii) Có mối quan hệ hợp tác với Idol;

(iii) Được sử dụng clip của Idol để quảng cáo hoặc làm truyền thông trên các kênh của mình;

(iv) Có case study thành công trong việc hợp tác với sản phẩm của mình, từ đó giúp chúng ta dễ dàng hợp tác với các Idol khác hơn

5. IDOL QUAN TÂM ĐIỀU GÌ KHI NHẬN BOOKING



Người xưa có câu “Biết người biết ta, trăm trận trăm thắng.” Vì vậy, trước khi bắt đầu chiến dịch Booking cho một sản phẩm bất kỳ, chúng ta nên hiểu rõ những mong muốn của Idol, từ đó dễ dàng làm việc và khớp nối với họ

Trong quá trình làm việc với Idol của mình, Linh thấy họ có những mối quan tâm được sắp xếp như sau:

(i) Sản phẩm có chất lượng không?

Tài sản lớn nhất của Idol chính là tệp Fan của họ. Vậy nếu họ dùng uy tín của mình để quảng cáo, review cho một sản phẩm không chất lượng, chắc chắn họ sẽ mất đi sự yêu quý, tin tưởng của Fan. Vì vậy, chắc chắn Idol sẽ không lựa chọn “Tham bát bỏ mâm.”

(ii) Sản phẩm có phù hợp tệp Fan của họ hay không?

Những Idol chân chính, họ không chỉ biết nghĩ cho Fan của mình, mà song song với đó họ cũng muốn tạo ra kết quả cho Brand, cho những người bỏ tiền ra book họ. Vì thế, nếu Idol nhận ra rằng sản phẩm không thực sự phù hợp với tệp Fan của mình, họ thường sẽ không nhận kèo Booking.

(iii) Kèo Booking này có thơm không? Có xứng đáng để làm không?

Nếu bạn thỏa mãn 2 điều kiện trên, thì thu nhập sẽ là điều số 3 mà một idol chân chính quan tâm. Giữa muôn vàn kèo booking khác nhau từ các Brand, Linh tin: Nếu bạn là Idol, bạn cũng sẽ ưu

tiền những kèo ngon, kiếm nhiều tiền để làm trước mà thôi. Tuy nhiên, sự khác nhau ở đây có chẳng chỉ là:

- Idol: Sẽ thường có xu hướng quan tâm đến tiền cast trước tiên, sau đó mới là % Affiliate (trong trường hợp sản phẩm của bạn chưa thực sự tạo được tiếng vang trên thị trường).
- Brand: Để vừa có thể tạo ra kèo ngon cho Idol, vừa giảm bớt rủi ro ở phía mình, các Brand sẽ hướng đến giải pháp cân đối trả một phần cast cứng, một phần chuyển sang % Affiliate. Miễn sao dự trù đảm bảo được 2 yếu tố: Tiền cast cứng giảm xuống thấp hơn so với Idol đề xuất, nhưng tổng số tiền Idol kiếm được cao hơn so với họ đề xuất.

(iv) Brand có uy tín không?

Một Idol có thể nghĩ, đối tác uy tín hay không thì quyết định gì nhiều ở đây? Dù sao tiền Booking cũng nhận đủ rồi mà? Brand bán hàng trên Shop không uy tín, thì khách hàng sẽ tự báo cáo với TikTok để TikTok phạt Brand thôi. Hoặc nếu Brand có làm ăn vớ vẩn thì Idol cũng có quyền bóc phốt mà. Brand nào mà chẳng sợ phốt. Đấy, nếu suy nghĩ đơn giản như vậy thì Brand nào chẳng như nhau.

Nhưng thực ra đấy chỉ là suy nghĩ của Idol mới nổi. Còn Idol già dơ, họ thừa hiểu rằng: số tiền họ kiếm được sẽ rất dày, uy tín trong giới của họ sẽ tăng, họ sẽ có mối quan hệ làm ăn lâu dài, tin tưởng khi được làm việc với những Brand uy tín. Và đây cũng chính là sợi dây gắn kết rất bền chặt giữa Idol và Brand.

Trên đây là 4 yếu tố Idol rất quan tâm trước khi quyết định có nhận Booking hay hợp tác với Brand không. Giờ “*Biết người biết ta rồi*”, cùng nhau hành động sao cho đạt kết quả tốt nhất nhé, bạn của Linh!

6. KỸ NĂNG ĐÀM PHÁN VỚI IDOL



Khi chúng ta có mục tiêu rõ ràng, yêu cầu rõ ràng, nhưng Idol lại đòi hỏi một vài điều khác với yêu cầu của chúng ta – đây là lúc chúng ta nói ra những suy nghĩ của mình

Bản thân Linh có book một Idol nữ hơn 600k followers. Bạn này báo cast 7 triệu, cam kết clip đăng lên kênh sẽ đạt 100k views sau 72h (3 ngày). Nếu sau 72h clip không đạt 100k views, bạn ấy sẽ hỗ trợ ghim clip đó lên đầu trong vòng 72h tiếp theo. Mình thấy đề nghị này không hợp lí ở điểm “*hỗ trợ ghim clip trong 72h tiếp theo.*” Vì sao?

- Vì nếu clip lên xu hướng, nó đã đạt đủ 100k views sau 72h rồi.

- Còn nếu không lên xu hướng, hành động ghim clip cũng không giải quyết vấn đề gì, vì sau 72h chắc gì bạn ấy đã lên clip mới.

- Có lên clip mới thì tỷ lệ xem clip mới sau đó sang xem video của mình cũng rất ít, với cả nó cũng không đúng tệp.

Vậy là mình đàm phán lại với bạn đấy, sẽ có hai phương án để bạn ấy lựa chọn:

- Phương án 1: Mình sẽ trả đủ 7 triệu theo đúng ý bạn này, nhưng Affiliate sẽ là 1% (bình thường là 15%)

- Phương án 2: Mình vẫn trả 15% Affiliate, nhưng nếu clip không đạt 100k views, mình sẽ chỉ trả 3,5 triệu.

Bạn Idol lựa chọn phương án 1, tất nhiên hợp đồng đã không diễn ra (bạn biết vì sao rồi đấy).

7. TÍN HIỆU PHÁT HIỆN NHỮNG IDOL RỒM



Đôi khi, những gì bạn thấy chỉ là thứ mà người khác muốn cho bạn thấy

Trong quá trình đi booking, bên Linh cũng đã trải qua một vài trường hợp ăn trái đắng khi làm việc phải những “Idol rỏm.”

Mình nhớ có một trường hợp, bạn Idol này là nữ làm về chủ đề “Mẹ & Bé”, có khoảng 100k follow. Đội mình check thì thấy những clip của bạn này cũng khá nhẹ nhàng, clip nào lên cũng khoảng hơn 100k views, báo giá cast chỉ 9 trăm nghìn. À, bonus thêm ở phần mô tả trên kênh của bạn ấy, viết rõ ràng 4 chữ “Làm việc từ tâm” khiến bọn mình rất ưng mà ngay lập tức chốt kèo Booking. Mọi việc vẫn diễn ra trôi chảy, đến giờ clip up lên kênh, mình thấy view cũng tăng khá nhanh kèm theo mấy chục bình luận có vẻ rất quan tâm đến cuốn sách. Sáng hôm sau, clip này lên hơn 160k views nhưng khi check lại trên TikTok Shop Seller Center, nó không hề ra một chuyển đổi nào. Vâng, đúng là 0 chuyển đổi nhé bạn. Lúc này ngay lập tức Linh làm hai việc:

1. Nói chuyện lại với Idol xem chuyện gì đã xảy ra.
2. Check kỹ lại kênh bạn này để xem mình đã sai ở đâu.

Sau khi làm cả hai bước này, bên Linh phát hiện đây là một trường hợp bom view, bom follow ảo. Nghĩa là view của bạn ấy không phải do TikTok đề xuất, mà là dùng phần mềm tăng view ở các trang web bên ngoài khác. Tất nhiên điều này không hề có ích một chút nào cho việc chuyển đổi ra đơn hàng. Vậy còn comment trên các video thì sao?

Có hai cách để tạo comment ảo dễ dàng qua mắt chúng ta:

- Cách 1, cũng sử dụng những phần mềm, trang web tạo ra comment ảo.
- Cách 2, là những bạn “Idol rơm” này sẽ có nguyên cả một cộng đồng chuyên đi comment chéo lẫn nhau. Nên nếu chúng ta không check kỹ, những tài khoản mà họ dùng đi comment đó đều là những tài khoản hoạt động, và nội dung comment sẽ đi rất đúng hướng, chuyên nghiệp.

Vậy, cách bọn mình dùng để đối phó với những “Idol rơm” này là gì?

1. Yêu cầu chụp phân tích kênh trong 7 hoặc 28 ngày qua, để xem tương tác thật của kênh đó như thế nào (vì những views ảo mà được bơm trên web sẽ không được xuất hiện trong phần phân tích kênh này).
2. Kiểm tra trên Chợ nhà sáng tạo, xem kỹ những chỉ số của Idol.
3. Không ưu tiên lựa chọn những Idol bé (cast 500.000đ – 1.500.000đ) lúc ban đầu. Những Idol lớn (cast 5.000.000đ – 10.000.000đ trở lên) họ sẽ có mức độ uy tín và trách nhiệm với công việc hơn. Ngoài ra khi đã làm việc với những Idol lớn rồi, quay trở lại booking những Idol bé hơn, chúng ta sẽ có cái “UY” nhất định. Từ đó, các “Idol rơm” sẽ có xu hướng “né” mình, giảm rủi ro cho chúng ta.

8. XÂY DỰNG MỐI QUAN HỆ – THÀNH BẠI QUYẾT ĐỊNH Ở LEVEL 2

Chưa chắc 10 Idol chúng ta bỏ tiền ra book đều có hiệu quả tốt hết cả 10, hoặc cả 10 Idol đó đều có trách nhiệm tuyệt vời với dự án của chúng ta. Có thể sẽ chỉ chọn được 6-7 người trong số đó, thậm chí là 2-3. Nhưng không lẽ, suốt ngày chúng ta cứ chăm chăm đi tìm Idol mới để booking hay sao? Tất nhiên đó là việc vẫn sẽ phải làm, nhưng mấu chốt vấn đề ở đây là khiến những Idol làm việc hiệu quả liên tục lên clip, liên tục livestream bán sản phẩm của chúng ta. Có 2 cách để thực hiện điều đó:

- Cách 1: Tiếp tục book lại Idol hiệu quả đó với những thỏa thuận của lần 1
- Cách 2: Tiếp tục book lại Idol đó với thỏa thuận khác

Và cách 2 chính là cách Linh lựa chọn cho việc bán sách của mình. Mọi người có thể hình dung rõ hơn qua hình vẽ bên dưới:



Hình 2.6: Vòng lặp tuần hoàn 3 level, 4 bậc thang

Level 1 chính là lúc chúng ta đi book lần 1. Sau đó với những Idol nào hiệu quả, Linh sẽ đề xuất họ lên những clip tiếp theo với chính sách của Level 2 (lúc này Idol sẽ nhận % Affiliate cao hơn Level 1, và không nhận tiền cast cứng). Thực tế cho thấy, Idol rất thích những đề xuất hợp tác như thế này. Ví dụ:

Bạn Idol X bên Linh, Linh book lần 1, cast bạn ấy là 4 triệu + 15% Affiliate. Video đầu tiên X up lên kênh bán được hơn 400 đơn ~ 80 triệu doanh thu sau 2 ngày.

Tổng X nhận về là $4.000.000đ + 12.000.000đ = 16.000.000đ$

Trong đó:

Cast cứng: 4.000.000đ

% Affiliate: $15\% \times 80.000.000đ(\text{doanh thu}) = 12.000.000đ$

CHÍNH SÁCH AFFILIATE

SỐ LƯỢNG	BẮT ĐẦU	50	100	250	500
DOANH THU	0	10.000.000 đ	20.000.000 đ	50.000.000 đ	100.000.000 đ
CHIẾT KHẤU	15%	25%	30%	35%	40%

⚠ Lưu ý

- Chiết khấu sẽ được cập nhật vào mỗi thứ 3 hàng tuần, dựa trên doanh thu cộng dồn trước đó của mỗi tài khoản.
- Giá bán lẻ là 199k (được làm tròn là 200k trong bảng tính)

Lúc này, so vào bảng chính sách ở Level 2 của Linh, mức doanh thu 80 triệu đồng sẽ được up % Affiliate lên 35%.

Ngay lập tức, bạn X nhận được lời đề nghị lên những clip tiếp theo với chính sách mới là 35% Affiliate, nhưng không được nhận chi phí cứng, X vui vẻ nhận lời. Hai tuần sau, X lên liên tiếp hai clip nữa, tổng thu về hơn 200 triệu đồng doanh thu sau 3 clips, đạt mốc Affiliate cao nhất 40% và trở thành đối tác tin cậy của bên mình luôn.

Ngoài X ra, với những Idol hiệu quả khác, bên Linh cũng đàm phán đề nghị chính sách tương tự. Rất may, hầu hết trong số họ đều vui vẻ đồng ý. Chỉ có một số ít Idol muốn đa dạng nội dung trên kênh, nên không muốn làm nhiều clip về sản phẩm của mình để up lên kênh họ. Những Affiliate ở Level 2 này thường chiếm khoảng trên 60% doanh thu của shop, cũng là tác nhân quan trọng để thu hút, tạo động lực cho những bạn Affiliate ở Level 1.

9. KỊCH BẢN CỦA IDOL – CAN THIỆP MỨC NÀO LÀ HỢP LÝ?

Đây là câu chuyện xung đột muôn thuở giữa Idol và Brand. Brand sẽ luôn muốn những thông tin về sản phẩm, doanh nghiệp, nhãn hàng được xuất hiện nhiều hơn trong clip, và cũng đi thẳng vào chủ đề bán hàng hơn – Linh gọi nội dung dạng này là Sale Content.

Còn với Idol thì ngược lại, họ muốn tập trung hơn vào việc tạo ra những clip nhiều view, và thời lượng để nhắc đến sản phẩm, doanh nghiệp, nhãn hàng sẽ ít thôi – Linh gọi dạng nội dung này là Viral Content. Để rõ ràng hơn, bạn hãy tham khảo bảng sau:

Phân loại	Định nghĩa	Mô tả	Bên mong muốn
Sale Content	Là những nội dung chủ yếu tập trung vào bán hàng	<ul style="list-style-type: none"> Việc nhắc đến sản phẩm, doanh nghiệp, nhãn hàng trong clip chiếm NHIỀU thời lượng Cách thức bán hàng mạnh bạo, lộ liễu Tỷ lệ chuyển đổi CAO View ÍT 	Brand
Viral Content	Là những nội dung chủ yếu tập trung vào lượt xem (views)	<ul style="list-style-type: none"> Việc nhắc đến sản phẩm, doanh nghiệp, nhãn hàng trong clip chiếm ÍT thời lượng Cách thức bán hàng được lồng ghép nhẹ nhàng, tinh tế Tỷ lệ chuyển đổi THẤP View CAO 	Idol

Bảng 9.1: Sale Content và Viral Content

Vậy, vấn đề đặt ra ở đây là làm sao vừa dung hòa được hai luồng tư tưởng này, vừa đạt được mục đích tạo ra nhiều doanh thu. Phải có một loại content nào đó vừa NHIỀU view, nhưng vẫn phải có tỷ lệ chuyển đổi TỐT chứ? Có đấy, Linh gọi nó là Big Boom Content (những nội dung tạo ra vụ nổ lớn). Nó sẽ được mô tả cụ thể qua bảng sau:

Phân loại	Định nghĩa	Mô tả	Bên mong muốn
Big Boom Content	<ul style="list-style-type: none"> Là những nội dung đáp ứng được cả 2 yếu tố: View CAO Tỷ lệ chuyển đổi TỐT 	<ul style="list-style-type: none"> Việc nhắc đến sản phẩm, doanh nghiệp, nhãn hàng trong clip chiếm VỪA ĐỦ thời lượng Những yếu tố "HẠ GỤC" khách hàng được sử dụng rất triệt để Tỷ lệ chuyển đổi TỐT 	Brand & Idol

Bảng 9.2: Big Boom Content

Đại loại, chúng ta sẽ có 3 diễn biến xảy ra với 3 loại clip này như sau:

STT	Lượt xem	Loại Content	Số lượng đơn hàng
1	100k views	Viral Content	15 đơn
2	20k views	Sale Content	20 đơn
3	50k views	Big Boom Content	40 đơn

Bảng 9.3: Diễn biến giả định

Nhìn vào bảng 9.3, phương án thứ 3 chính là phương án tốt nhất cho cả hai bên. Đó cũng chính là lí do tại sao trong tài liệu Booking Idol, Linh cố gắng lồng ghép phần “*những từ khóa giúp tăng tỷ lệ mua hàng khi xuất hiện trong clip.*”

Với Linh, Linh không gò ép Idol phải làm clip theo một kịch bản nhất định mà mình đưa ra. Ngược lại, Linh vẫn khuyến khích Idol làm clip theo đúng phong cách vốn có của họ. Vì khi đó, họ mới chính là họ và Fan của họ mới cảm thấy tự nhiên, thoải mái nhất khi xem. Chỉ có điều trong clip cần phải có 1-3 từ khóa tăng tỷ lệ mua hàng được nhắc đến một cách rõ ràng rành mạch.



Tóm lại, Idol hãy cứ là chính mình, muốn sáng tạo kiểu gì cũng được, nhưng phải lồng ghép được 1-3 từ khóa tăng khả năng mua hàng vào. Đây là những từ khóa team Linh đã cung cấp cho các Idol



NHỮNG TỪ KHÓA GIÚP BÁN HÀNG HIỆU QUẢ HƠN

1

Ít view nhưng nhiều đơn

Ví dụ: Cách thức để tạo ra những clip ít view nhưng nhiều đơn

2

Quá rẻ để xây kênh

Ví dụ: Thay vì bỏ ra 5-10 triệu đi học những khóa học xây kênh ngoài kia bạn chỉ cần bỏ ra 199k để sở hữu cuốn sách này

3

Có hơn 10k lượt mua sau 3 tháng

Ví dụ: Cuốn sách có 10k lượt mua sau 3 tháng chứng tỏ được chất lượng và sự đón nhận của độc giả lớn như thế nào!

4

Bắt đầu xây kênh từ con số 0

Ví dụ: Nếu bạn đang có dự định xây kênh TikTok, thì đây là cuốn sách giúp bạn bắt đầu xây kênh từ con số 0

NHỮNG TỪ KHÓA GIÚP BÁN HÀNG HIỆU QUẢ HƠN

5

Được thêm vào nhóm hỗ trợ cùng tác giả

Ví dụ: Chưa bao giờ mua một cuốn sách 199k lại có một cộng đồng hỗ trợ giải đáp thắc mắc cùng tác giả như thế

6

1 sản phẩm rất ngon để làm Affiliate

Ví dụ: Các bạn nên mua cuốn sách này về để trải nghiệm, sau đó có thể tham gia làm Affiliate cho cuốn sách để kiếm thêm thu nhập

7

Công thức kiếm 3-10 triệu/ tháng qua Affiliate

Ví dụ: Khi mua sách, các bạn sẽ được hướng dẫn công thức làm Affiliate chính cuốn sách này. Chỉ cần 5 phút/ ngày để có thêm 3-10 triệu thu nhập/ tháng

Chú ý: Mỗi clip chỉ được xuất hiện từ 1-3 từ khóa trên để đạt hiệu quả tốt nhất.

Hình 2.8 - 2.9: Bộ từ khóa giúp bán hàng hiệu quả hơn

Còn làm thế nào để tìm ra được những từ khóa này, thì bạn chính là người phải tìm ra nó. Đơn giản thôi, vì người áp ủ và thay ngهنهن một sản phẩm sẽ dễ dàng hiểu về nó hơn bất cứ ai.

Chúc bạn nhanh chóng tìm ra những từ khóa này nhé!

1. TUYỂN DỤNG “CÔNG NHÂN AFFILIATE”

Tôi thường có chương trình riêng để tuyển dụng những “công nhân” này. Những người này thường không phải là khách hàng mua sách, nhưng họ có mục tiêu rất rõ ràng, đang mong muốn kiếm tiền thông qua chương trình Affiliate của tôi.

Có những công nhân Affiliate Fulltime (những người dành toàn thời gian cho công việc này) và cũng có rất nhiều công nhân Affiliate Partime (họ vẫn có những công việc khác thường ngày, nhưng cũng dành thời gian làm thêm Affiliate để tăng thu nhập). Dưới đây là thần chú để tôi thu phục họ:



Hình 3.1 - 3.2: Mẫu bài tuyển dụng “Công nhân Affiliate”



Tất nhiên những gì tôi viết ở trên đều là CON SỐ THẬT, rút ra từ quá trình hướng dẫn đội ngũ Affiliate của mình. Hãy đưa vào đây những con số thực tế trong trường hợp của bạn nhé!



Khuyến cáo: Không nên đưa số liệu fake. Hãy đăng những bài tuyển “công nhân Affiliate” này lên tất cả những nơi bạn có thể – Facebook cá nhân, Fanpage, hội nhóm, Zalo, Instagram..., bắt kể nơi nào bạn thấy phù hợp và có thể đăng nhé.

2. LÀM VIỆC VỚI QUÂN THÌ BẠN LÀ TƯỚNG, LÀM VIỆC VỚI TƯỚNG THÌ BẠN LÀ VUA

Bạn đang xây dựng để chế những người làm Affiliate cho sản phẩm của mình. Và chắc chắn sẽ có những người khác cũng đang làm điều này ở đâu đó ngoài kia (ít nhất có Cán Mạnh Linh và những người đang sở hữu cuốn bí kíp này!)

Khi tạo ra đội ngũ làm Affiliate, bạn là một vị tướng. Còn khi thống lĩnh nhiều vị tướng có đội ngũ Affiliate, bạn sẽ trở thành một vị vua. Vậy những vị tướng này có thể hợp tác được với bạn không? Phải tìm họ ở đâu?

- Cách 1: Search những từ khóa liên quan đến Affiliate trên TikTok, xem ai đang chia sẻ về vấn đề này, liên lạc với họ.
- Cách 2: Search những từ khóa liên quan đến TikTok Affiliate, kiếm tiền TikTok Shop trên Facebook, tham gia những cộng đồng này.
- Cách 3: Tham gia cộng đồng 1000 Affiliate của Cán Mạnh Linh tại đây:



Làm sao biết họ có phù hợp để bắt tay với bạn không? Có 1 cách Linh đã áp dụng và thấy khá hiệu quả. Đó là tặng sản phẩm mẫu (sách Từ điển xây kênh) cho những vị tướng này:

- Có người rất vui vẻ nhận lời
- Có người đã từng mua sách rồi
- Có người không nhận hoặc nhận mà không vui vẻ lắm
- Có người không trả lời

Lúc này Linh bắt đầu lọc ra được ai có khả năng hợp tác với mình để đưa ra lời đề nghị phù hợp.

3. BẮT TAY VỚI ĐỘI REUP?

Thời điểm Linh viết cuốn sách này (tháng 12/2022), có một hiện trạng rất phổ biến là người người nhà nhà đi reup lại clip và phát lại livestream sau đó gắn giỏ hàng. Điều này xảy ra nhiều đến nỗi có riêng những lớp học, cộng đồng dạy người ta đi reup clip của người khác hoặc phát lại livestream.



Hình 3.3 - 3.4: Tình hình Reup thời điểm tháng 12/ 2022

Rõ ràng, đây cũng là một cách giúp bạn gia tăng doanh thu cho Shop mình. Vì thực tế có những người không hề biết làm clip hay livestream, nhưng lại cực kỳ giỏi những tips, tricks thế này. Bạn hoàn toàn có thể tìm đến họ để hợp tác.

À, nếu bạn hỏi là dự án sách của Linh có dùng phương án này không? Thì... bên Linh không. Vì phương án này có thể gia tăng kết quả tài chính, nhưng về lâu dài thì không phải là con đường phát triển lành mạnh cho nền tảng và các nhà bán hàng, người sáng tạo nội dung. Cho nên, Linh không cố xúi cho điều này nhé.

4. BIẾN KHÁCH HÀNG THÀNH AFFILIATE

Những khách hàng mua sản phẩm, đó là người thực tế đã sử dụng sản phẩm của bạn. Tuy nhiên, để họ có thể làm Affiliate cho bạn, phải tìm ra cách thức để giao tiếp với họ.

Với sản phẩm sách, mình giao tiếp với khách hàng chủ yếu qua thẻ kẹp sách. Bên Linh sẽ để mã QR Nhóm hỗ trợ cùng tác giả ở trên thẻ kẹp này. Chính vì thế, tỷ lệ khách hàng mua sách xong vào nhóm khá đông (trung bình cứ 3-5 khách mua lại có 1 khách vào nhóm; nhóm này tạo trên Zalo hay Facebook tùy bạn).

Lúc đầu Linh có tạo nhóm trên Zalo để khách hàng quét cho tiện. Tuy nhiên khi số lượng khách tăng lên quá đông, nhóm Zalo có mấy nhược điểm sau:

- Dễ bị trôi tin nhắn, thành viên khó focus vào chủ đề
- Nhanh bị full số lượng thành viên (1 nhóm Zalo chỉ được tối đa 1000 người)
- Nhiều khách hàng có quá nhiều nhóm Zalo, nên rất dễ tắt thông báo nhóm
- Khó kiểm soát người vào nhóm có thực sự là khách hàng của bạn không

Vì vậy, một thời gian sau mình đã chuyển từ nhóm Zalo sang Facebook để dễ dàng tương tác đa chiều với khách hàng hơn.

À, nếu bạn hỏi là: “*Linh ơi, sản phẩm là sách thì dễ khiến khách hàng vào nhóm rồi. Thế sản phẩm của tôi, cần làm gì để khiến khách hàng vào nhóm đây?*” Hi... Linh không biết đâu nhé, bạn hãy nghĩ ra những lợi ích và lí do để khiến khách hàng vào nhóm nha. Có thể sẽ là một quà tặng, ưu đãi gì đó có ở shop bạn, hoặc quyền lợi bất kỳ dành riêng cho khách hàng...



Bất cứ thứ gì khiến khách hàng cảm thấy việc lôi điện thoại ra quét mã vào nhóm là điều xứng đáng thì bạn cứ làm nhé

Sau bước giúp khách hàng vào nhóm, hãy tổ chức những buổi Zoom chia sẻ với họ cơ hội kiếm tiền bằng cách làm Affiliate với bạn nhé.

5. ĐÀO TẠO ĐỘI NGŨ AFFILIATE

Affiliate ở Level 2 thì dễ rồi, vì họ có sẵn kỹ năng và khả năng để làm clip. Và vì họ đã và đang kiếm được tiền, chiết khấu cao, nên sự chủ động hành động của họ sẽ khá lớn. Chỉ cần bạn đối xử với họ chân tình, khâu vận hành chu đáo, là hầu như họ sẽ chủ động lên video bán hàng cho bạn.

Tuy nhiên Affiliate ở Level 1 thì lại không được như vậy, họ sẽ cần sự hướng dẫn của bạn lắm đấy. Và đây là cách thức Linh làm với dự án sách của mình. Linh tổ chức các buổi Zoom để chia sẻ, hướng dẫn, giao lưu dành cho đội ngũ Affiliate. Cụ thể hơn, Linh chia đào tạo thành 3 phân loại khác nhau:

- Phân loại 1: Cá nhân Linh đào tạo. Nó sẽ là những buổi chia sẻ về câu chuyện bản thân, về lí do tạo ra cuốn sách sản phẩm, về tiềm năng của thị trường, về cách thức làm những content bán sách kiếm 3-10 triệu/tháng chỉ mất 5 phút/ngày...
- Phân loại 2: Cộng đồng đào tạo lẫn nhau. Đây là buổi Linh mời những Idol, Affiliate có kết quả tốt lên để chia sẻ kinh nghiệm, hướng dẫn mọi người cách thức thực tế mà họ đã làm.
- Phân loại 3: Những buổi đào tạo ngoài. Linh có thể mời thêm những chuyên gia bên ngoài về để đào tạo cho họ (bạn cũng có thể cân nhắc mời bên Linh về đào tạo cho đội ngũ của bạn ở bước này nhé).

Đó, làm Affiliate cho bên Linh họ sướng thế cơ mà. Làm sao mà đội Affiliate không phát triển nhanh cho được. Hi, đùa thôi, đào tạo cho Affiliate cũng là đào tạo cho sale và marketing để họ bán sản phẩm của mình đấy.

6. CHUẨN BỊ TÀI NGUYÊN CHO AFFILIATE

Khi người khác làm Affiliate cho chúng ta trên TikTok, đồng nghĩa với việc họ sẽ phải làm video hoặc livestream. Với dự án sách của Linh, 90% Affiliate đến từ video ngắn. Vậy làm cách nào để những “công nhân Affiliate”, những người bình thường nhất, dù họ không giỏi về công nghệ, vẫn có thể làm Affiliate cho chúng ta và kiếm được tiền đây? Nếu chúng ta giải quyết được vấn đề này, Linh tin việc có cho mình để chế 1000 Affiliate sẽ diễn ra trong vòng dưới 30 ngày.





Sau khi mở TikTok Shop được khoảng nửa tháng, tính năng Affiliate mở chủ động 15%. Linh phát hiện có những bạn tự động lấy video trên kênh Cán Mạnh Linh về, sửa đổi đôi chút về tốc độ video, giọng nói, màu sắc rồi đăng lại trên kênh của bạn ấy. Từ đó, bạn ấy bắt đầu có những đơn hàng đầu tiên. Wow, điều này thực sự là một gợi mở đây. Nhưng với chuyên môn đào tạo TikTok của mình, Linh biết rất rõ đây không phải là phương án tốt và có thể nhân bản cho nhiều người được. Vì chắc chắn những tài khoản reup kiểu này sẽ rất nhanh chóng bị TikTok quét thôi, nên phải có cách làm content khác hiệu quả và thông minh hơn.

Trải qua 3 ngày suy nghĩ, vận dụng những kỹ năng toán học của mình từ hồi trên ghế nhà trường, và nghiên cứu các dạng content bán hàng hiệu quả – với dự án sách của mình, Linh có tạo ra một công thức khiến cho người bình thường nhất cũng chỉ mất khoảng 5-10 phút để làm video. Nếu để ý một chút, bạn sẽ thấy cấu tạo của một video như sau:

- Một video 30 giây, thực chất là tổ hợp của khá nhiều video khác ngắn hơn ghép lại. Có thể là 3 video có thời lượng 10 giây, cũng có thể là 6 video thời lượng 5 giây.
- Một video sẽ bao gồm phần hình và phần tiếng. Trong đó tiếng có thể là nhạc, hoặc đối thoại trực tiếp, hoặc thu âm.

Vậy nếu bóc tách hết những phần đó ra, và để cho đội Affiliate nhà bạn tự động ghép lại những thành tố đó với nhau theo một cách ngẫu nhiên nào đó, chúng sẽ tạo ra vô vàn những clip mà không hề bị tính là reup (lấy lại nội dung của nhau). Vậy nên, hãy tạo ra kho ít nhất 1000 video 5-7 giây khác nhau (đánh số từ 1 đến 1000), để làm tài nguyên cho đội Affiliate nhà bạn nhé, nó sẽ tuyệt vời lắm đấy.

Ví dụ: Trong trường hợp cùng làm một video 30 giây (được tạo nên từ 6 video 5 giây):

Video cần làm	30 giây					
 Người thứ 1	1	3	6	7	9	12
 Người thứ 2	2	6	7	8	9	32
 Người thứ 3	8	15	65	32	45	189
...						
 Người thứ n	5	76	86	687	56	7

Hình 3.5: Bảng minh họa phân bổ các thành tố video trong kho tài nguyên

Theo công thức toán học, chúng ta có thể tạo ra tổ hợp chập 6 của 1000

TÍNH TỔ HỢP CHẬP

Nhập K và N để tính tổ hợp của K và N:

K =

N =

Kết quả

Tổ hợp chập 6 của 1000 là 1368173298991500

Có 1368173298991500 cách chọn ra 6 phần tử từ một tập hợp có 1000 phần tử

Hình 3.6: Bảng tính tổ hợp chập 6 của 1000

Chúng ta có 1.368.173.298.991.500 (1 triệu 368 nghìn 173 tỷ 298 triệu 991 nghìn 500) cách tạo ra những video 30 giây khác nhau từ 1000 video gốc này. Và nếu mỗi thành viên trong đội Affiliate của chúng ta làm 2 video/ngày, thì đây là số năm mà các thành viên sẽ sử dụng hết kho tài nguyên đó mà không trùng nhau:

1368173298991500 : 1000 : 2 : 365 = 1874209998.62

(1000 người, ngày 2 clip, 365 ngày)

1 tỷ 874 triệu 209 nghìn 998.62 năm

Đó là riêng phần hình, chưa kể phần nhạc hoặc lồng giọng. Mỗi người trong một video có thể dùng nhạc và giọng khác nhau. Để hình dung rõ hơn, hãy xem video “Tài nguyên cho Affiliate” trên kênh Youtube của Cán Mạnh Linh.

Ngoài cách thức làm video đơn giản như trên ra, cũng cần có video hướng dẫn để mọi người làm được những video khác có độ khó tăng dần. Và người làm video hướng dẫn ở đây, không ai phù hợp hơn chính bạn, hoặc nhân sự trong công ty, những thành viên trong đội ngũ Affiliate của bạn. Hãy chọn ra vài thành viên năng nổ, kỹ năng làm clip tạm ổn. Hãy đặt hàng họ sản xuất cho bạn 30-50 video hướng dẫn cho đội Affiliate.

Chương 4: Để dự án diễn ra hoàn hảo

1. BẠN CHẮC CHẮN SẼ THẤT BẠI NẾU MẮC PHẢI NHỮNG LỖI SAU

KHÔNG CHUẨN BỊ KỸ LƯỢNG TÀI LIỆU, TÀI NGUYÊN

- Bạn đi booking Idol, nhưng không viết rõ ràng điều bạn muốn. Idol sẽ thấy bạn rất hời hợt -> Bạn fail (thất bại).
- Bạn đi booking Idol, nhưng không có tài liệu về doanh nghiệp, bản thân, sản phẩm. Idol sẽ không đủ hiểu để có thể phát triển thành content -> Bạn fail.
- Bạn làm việc với Affiliate Level 1, nhưng không có tài nguyên cung cấp cho họ làm clip. Họ không làm được, không bán được hàng -> Bạn fail.
- Bạn làm việc với Affiliate Level 1, họ không biết cách mở TikTok Shop, không biết cách gắn link sản phẩm của bạn vào giỏ hàng -> Bạn fail.
- Bạn làm việc với đại lý, không cung cấp cho họ những tài nguyên hình ảnh, video họ có thể dùng để làm TikTok Shop, để họ chạy quảng cáo, để họ up lên các nền tảng khác -> Bạn fail.

KHÔNG CÓ CHÍNH SÁCH RÕ RÀNG, KHOA HỌC

- Khách hàng mua xong, muốn làm Affiliate cho bạn, họ không biết sẽ được bao nhiêu % tiền Affiliate -> Bạn fail.
- Affiliate Level 1 không biết họ bán nhiều có được tăng % Affiliate hay không? Nếu tăng thì tăng lên bao nhiêu, bao giờ thì tăng -> Bạn fail.

- Chính sách Affiliate ở Level 2 không đủ hấp dẫn để Idol booking ở Level 1 sẵn sàng quay thêm clip mà không cần nhận cast -> Bạn fail.

- Chính sách đại lí không khiến cho đối tác sẵn sàng bỏ tiền ra để nhập hàng -> Bạn fail.

KHÔNG XÂY DỰNG MỐI QUAN HỆ LÂU DÀI VỚI KHÁCH HÀNG

- Khách hàng mua xong, không ai muốn làm Affiliate, vì sản phẩm hoặc chính sách quá tồi -> Bạn fail.

- Affiliate Level 1 không thể lên được Level 2 vì không bán được hàng -> Bạn fail.

- Lên Level 2 xong, không ai muốn làm đại lí, hoặc không có người nào ở bên ngoài muốn làm đại lí để kinh doanh cùng bạn -> Bạn fail.

- Nhận ồ ạt đại lí, không kiểm định năng lực bán hàng của họ, hoặc không có những hành động tích cực hỗ trợ đại lí bán hàng -> Bạn fail.

- Khách hàng, Affiliate, đại lí làm việc với bạn ở sản phẩm 1 xong, không ai muốn làm việc với bạn ở sản phẩm 2 -> Bạn fail.

KHÔNG THỰC SỰ BÁN LẺ

- Bạn không biết cách bán lẻ như thế nào trên TikTok. Không biết chạy quảng cáo, không livestream, không booking Idol. Nhưng bạn lại yêu cầu đội ngũ Affiliate của bạn phải bán được hàng -> Bạn fail.

- Bạn không có đội ngũ vận hành: quản lí shop, đóng đơn, gửi đơn, chăm sóc khách hàng -> Bạn fail.

KHÔNG TẠO RA TREND TRÊN THỊ TRƯỜNG

- Bạn booking Idol, có bán được sản phẩm nhưng Idol không đủ lớn hoặc không đủ số lượng để “LÀM NÓNG” thị trường -> Bạn fail.

- Tương tác với khách hàng, đội Affiliate ngắt quãng, không liên mạch.

- Bạn gom hết khách hàng vào nhóm Facebook, Zalo nhưng hầu như không tương tác, chia sẻ, đào tạo bao giờ -> Bạn fail.

- 1 tuần -> 10 ngày bạn mới đưa tin đến nhóm Affiliate 1 lần. Bạn cũng không xem thống kê trên TikTok Shop Seller Center xem ai đang bán tốt, ai không → Bạn fail.

- Không follow kỹ hành trình của Affiliate Level 1, Level 2 .

- Bạn mất rất nhiều công sức để liên hệ được với một Idol. Bạn gửi sản phẩm mẫu cho họ, có thể là tặng, có thể là booking, nhưng không theo dõi bao giờ họ nhận hàng, khi nào họ lên kịch bản demo, bao giờ up clip lên kênh -> Bạn fail.

- Bạn book được 10 Idol ở Level 1, có 5 idol hiệu quả, nhưng bạn không liên hệ với họ để tiếp tục đề nghị họ lên Level 2 -> Bạn fail.

2. ĐỘI QUÂN AFFILIATE CỦA BẠN HÀNH ĐỘNG NHƯ MỘT CON LỬ QUÉT

KHÔNG NGẠI CHI TIỀN ĐÁNH PHỦ ĐẦU

- Chi tiền hợp lí cho một Idol lớn sẽ rất hữu ích để giúp sản phẩm của bạn lan tỏa nhanh chóng và có tiếng vang trên thị trường.

- Nó sẽ tạo ra hiệu ứng hấp dẫn những Idol ngang hàng hoặc bé hơn, tạo ra vị thế đàm phán cho bạn với những Idol khác.

ĐẮC NHÂN TÂM

- Idol thời nay, mỗi ngày đều nhận được rất nhiều lời mời hợp tác từ các bên. Vậy nếu bạn không có gì đặc biệt, họ sẽ bật trạng thái “trả deadline.” Còn nếu bạn thực sự tôn trọng họ, họ sẽ rất nhiệt tình với bạn.

- Mình giúp Idol có nhiều thu nhập hơn: Tự động trả thêm cast hoặc % Affiliate ngoài thỏa thuận khi Idol làm việc hiệu quả.






HÂM NÓNG HÀNG NGÀY ĐỘI NGŨ KHÁCH HÀNG, AFFILIATE

- Mỗi ngày Linh đều gửi số liệu thống kê top 5 thu nhập Affiliate (bao gồm: doanh thu, % Affiliate, thu nhập, link clip) của ngày hôm trước vào các nhóm khách hàng Affiliate để cả đội có thêm động lực phấn đấu, cũng như tham khảo cách thức làm content của những thành viên đang làm hiệu quả.

TỔNG HỢP TOP 5 DOANH THU

NGÀY 8/12



STT	TÊN	DOANH THU	% AFF	THU NHẬP
1	 VAN	32.363.506 đ	40%	12.945.402 đ
2	 NTC	18.589.200 đ	40%	7.435.680 đ
3	 NHBT	5.934.000 đ	30%	1.780.200 đ
4	 TSH	4.039.791 đ	30%	1.211.937 đ
5	 TP	1.770.100 đ	15%	265.551 đ

Hình 4.1: Top 5 doanh thu Affiliate ngày 08/12/2022

TẶNG SẢN PHẨM MẪU

- Linh là người khá chịu khó đi tặng sản phẩm mẫu cho các Idol hoặc những anh chị em có tầm ảnh hưởng trong giới (ngay cả khi họ không review hoặc đăng feedback về sách của Linh).
- Một bộ phận trong số họ sẽ feedback và review về sản phẩm đó. Một số khác thì không. Nhưng khi thị trường nóng lên, họ sẽ nói về nó hoặc bắt đầu hợp tác với Linh.

3. ĐỐI PHÓ VỚI ANTI-FAN VÀ XỬ LÝ KHỦNG HOẢNG TRUYỀN THÔNG

Đây là vấn đề khá oái oăm, và nếu không có kinh nghiệm xử lý, có thể cả dự án của bạn sẽ đổ sông đổ bể. Tất nhiên sẽ chẳng ai nói về bạn, hoặc rất ít ý kiến phàn nàn nếu bạn chỉ bán được 100-200 sản phẩm. Nhưng khi đã bán ra 5-10 nghìn sản phẩm trên thị trường, việc gặp phải những ý kiến trái chiều, thậm chí chọc phá từ đối thủ là điều đương nhiên, nhất là khi bạn đã ra mặt đại diện cho sản phẩm đó.

Khi bán được gần 10.000 cuốn sách Từ điển xây kênh, Linh cũng bị công kích bởi một số TikToker khác. Với một người chỉ muốn yên ổn làm ăn, và không thích dính dáng đến drama trên mạng xã hội, Linh đã chọn cách im lặng trong khoảng thời gian đầu. Vì mình biết rõ, đối tượng kia đang mượn sự nổi tiếng của sản phẩm bên mình để kiếm fame. Khi đó, bạn TikToker review xấu về cuốn sách của Linh đang có ~13k followers, Linh có 148k followers. Ngoài ra bạn này cũng có gắn sách ở trên giỏ hàng, nhưng mỗi sản phẩm số bán đều dưới 10. Vậy mình biết rõ ràng, đây là đối tượng cố tình chọc ngoáy mình để nổi tiếng đi lên. Vậy nếu mình làm video combat lại, chẳng hóa ra giúp họ nổi tiếng hơn à?

Tuy nhiên sau đó vài ngày, Linh nhận thấy mình càng im lặng thì họ càng lấn tới. Đến nỗi còn lên video sửa sách của Linh, mà họ không biết đây là hành vi vi phạm quyền tác giả, vi phạm pháp luật. Có khá nhiều bạn bè, học viên gửi những video này cho Linh. 1-2 Idol bên Linh đang book còn có động thái quay xe: người báo không nhận job, người báo để suy nghĩ thêm. Vậy nếu cứ im lặng, chắc chắn công việc kinh doanh của mình sẽ bị ảnh hưởng. Đơn giản thôi, vì “Một lời dối trá nếu được lặp đi lặp lại đủ mức thì nó sẽ trở thành sự thật” - Joseph Goebbels. Lúc này, Linh thấy cần phải lên tiếng để cộng đồng nghe được những ý kiến từ hai phía. Kịch bản cho màn đáp trả đã được soạn thảo cẩn thận để lên video sau đó.

Thực sự đây là một loại content không mấy dễ dàng, khi nó phải đáp ứng đủ những điều kiện sau:

- Giúp cho những người theo dõi, quen biết mình có thêm một góc nhìn khác về sự việc, để đỡ bị bên kia truyền thông dắt mũi.
- Không sa đà vào việc công kích cá nhân, không vạ miệng nói ra những điều bất lợi cho mình, tạo điều kiện cho kẻ địch lấy cớ tấn công chúng ta.
- Có sự răn đe đối với những người “hai mang”. Bên mình thì nói một kiểu, bên địch thì nói một kiểu.
- Tranh thủ lôi kéo được sự ủng hộ của Fan nhà mình, hoặc những người đang lấp lửng đứng giữa ngã ba đường, không phản đối cũng không ủng hộ bên nào.

Sau đó Linh làm 2 clip, mỗi clip dài 2-3 phút nói rõ ràng những quan điểm của mình và chấm dứt sự kiện trên.

4. SEEDING KHI IDOL ĐĂNG CLIP?

Còn nhớ, một trong số những Idol đầu tiên review cuốn sách Từ điển xây kênh cho bên Linh là Nga Tích Cực. Nga có một kênh 156k follow, lên video về sách cụ thể như sau:

“Nhờ TikTok mà có thể trả được nợ, mua được xe và thành lập được một công ty giúp rất nhiều người thành công được ở trên TikTok. Đó là câu chuyện của tác giả sách Từ điển xây kênh – anh Cán Mạnh Linh. Có quyển sách này trong tay, bạn sẽ biết được 7 mô hình siêu kiếm tiền trên TikTok, bí kíp của các Hot TikToker, quy trình xây kênh TikTok chuyển đổi cao 6+2. Mình đã mất rất nhiều thời gian, thậm chí suýt mất kênh vì không biết những nguyên tắc của TikTok. Những

bí kíp của TikTok đều nằm ở trong đây. Đây là những gì bạn cần để bắt đầu xây dựng thương hiệu cá nhân và kiếm tiền trên TikTok. Hãy click vào link bên dưới nhé.”

Wow, không ngờ một clip vồn vện 28 giây của một tài khoản không quá nổi tiếng, chỉ sau một đêm đó, đã lên hơn 200k views và mang về 150 đơn cho cuốn sách. Tôi rất vui vì clip mang lại hiệu quả tốt, thậm chí “Chắc Nga cũng vui như vậy.” Nhưng không, Nga không thực sự vui khi lướt xuống comment. Có khá nhiều ý kiến tiêu cực, nói Nga lừa gà. Nói là Nga cuối cùng cũng đi bán hàng, tại sao lại đi PR cho cuốn sách làm mất hết giá trị của kênh,... còn khá là nhiều những điều khó nghe hơn nữa. Nga Tích Cực bỗng trở nên tiêu cực và phải mất tầm nửa tháng, bạn ấy mới có thể bình thường trở lại.

Hơn ai hết, Linh cũng là một người sáng tạo nội dung. Linh biết môi trường TikTok Việt Nam nhiều đối tượng toxic đến mức nào. Linh biết khi bản thân mình rất cố gắng, nỗ lực để tạo ra những nội dung hay, hữu ích, nhưng lại bị tiêu cực, toxic thì cảm xúc đó tệ ra sao. Và nếu mình không có biện pháp bảo vệ Idol của mình khi lên clip, lỡ chẳng may họ bị combat, có thể chúng ta sẽ đánh mất mối quan hệ hợp tác mãi mãi. Một điều nữa quan trọng không kém, đó là tỷ lệ mua hàng của chúng ta chắc chắn sẽ bị ảnh hưởng không ít.



Vậy nên, khi Idol của mình mới lên clip thì việc seeding là vô cùng cần thiết

Ấn comment thì cũng được thôi, nhưng seeding tích cực cũng mang lại giá trị riêng cho nó, và bảo vệ được Idol của bạn trước bão giông.

5. BÀN VỀ CÂU CHUYỆN “CHẠY ADS”

Cứ có đội ngũ Affiliate đông đảo rồi là khỏi cần phải chạy ads đúng không? Tất nhiên là KHÔNG. Vẫn phải chạy ads rồi, vì tài nguyên video của chúng ta đang nhiều thế cơ mà. Nếu không sử dụng cho mục tiêu chạy ads, thì phần tài liệu booking Idol, chúng ta có thêm điều khoản được sử dụng hình ảnh để làm gì?

Và trên thực tế, dự án sách của Linh cũng có 2 dạng chạy quảng cáo: (i) là video chạy kéo về TikTok Shop; (ii) là chạy quảng cáo chuyên đổi trên landing page. Thậm chí, nếu chính sách đại lí của bạn đủ tốt, đại lí của bạn cũng có thể chạy quảng cáo để bán sản phẩm này.

Khi tất cả những mảnh ghép trên đều được vận hành cùng lúc: từ booking Idol, hệ thống Affiliate Level 1, 2 đến chạy quảng cáo..., chúng ta sẽ tạo ra được lực công phá thực sự khủng khiếp đến với thị trường. Quảng cáo vẫn phải chạy, tuy nhiên nó chỉ đóng vai trò là một mảnh ghép trong dự án, đóng góp phần trăm nhất định vào tổng doanh thu, chứ chúng ta không phụ thuộc hoàn toàn vào nó.

6. NHỮNG “CÁI CHẾT” KHÔNG ĐƯỢC BÁO TRƯỚC

TỰ Ý SỬ DỤNG HÌNH ẢNH IDOL KHI CHƯA XIN PHÉP

Khi booking, bạn không thỏa thuận với Idol việc sử dụng hình ảnh của họ nhưng lại nghiêm nhiên lấy video của họ để chạy ads. Việc này chắc chắn sẽ dẫn đến hậu quả nghiêm trọng. Idol hoàn toàn có thể báo cáo lên TikTok để vô hiệu hóa những quảng cáo của bạn. Ngoài ra, đây cũng là hành động không đẹp trong mối quan hệ hợp tác giữa hai bên.

LINK SẢN PHẨM BỊ ĐÌNH CHỈ DO LỖI VẬN HÀNH

Đội ngũ Affiliate sách của Linh đang bán bon bon, số bán sản phẩm tăng vù vù. Đột nhiên một buổi chiều nọ, Linh nhận được thông báo “Sản phẩm bị đình chỉ do đánh giá tiêu cực cao” mặc dù tỷ lệ đánh giá trung bình shop đang đạt 4.7/5*, cụ thể là:

Xếp loại	Số đánh giá
1*	1
2*	2
3*	1
4*	1
5*	45

Thôi xong, bao nhiêu video đang gắn link sản phẩm này giờ bị đình chỉ, khác gì xóa nháp. Và đây là 3 việc Linh đã làm lúc đó:

- Tạo link sản phẩm mới để có thể lên những video mới và tiếp tục bán
- Gửi kháng cáo cho đội ngũ TikTok qua gmail dưới đây: e-commerce@tiktok.com
- Đọc kỹ lại Policy của TikTok Shop, và hiểu rõ tỷ lệ đánh giá tiêu cực cao thực chất được cấu thành từ 3 yếu tố:

3 Yếu tố đánh giá TIÊU CỰC



Hình 4.2: Ba yếu tố đánh giá tiêu cực trên TikTok Shop

Sau đó Linh đã kháng cáo được link sản phẩm này, đồng thời cũng được một người em gợi ý tạo thiệp cảm ơn để gửi kèm trong mỗi đơn hàng. Bạn có thể tham khảo nhé.



Hình 4.3 - 4.4: Mặt trước và sau của Thank you card

7. NHỮNG CÂU HỎI THƯỜNG GẶP

Gắn giỏ hàng vào video có bị bóp tương tác không?

Nói là có thì cũng đúng, nhưng nói là không thì cũng phải. Vì theo Linh, hành động gắn giỏ hàng không trực tiếp ảnh hưởng đến việc video bị ít tương tác. Chỉ là khi gắn giỏ hàng, nội dung video thường làm theo dạng Sale Content, mà Sale Content thì vốn dĩ cũng ít view hơn là đúng rồi. Chưa

kể còn bị hạn chế sử dụng nhạc nữa, nó sẽ khiến video càng kém phần hấp dẫn. Để khắc phục tình trạng này, hãy chuyển sang Big Boom Content đã được đề cập ở phần trước.

Nếu tôi không phải là Idol, tôi có làm theo được cách của Linh không?

Hoàn toàn làm được, vì đây là dự án kinh doanh. Tất nhiên nếu bạn là Idol, bạn sẽ có sợi dây liên kết chung với các Idol khác, từ đó có chút thuận lợi trong việc Booking. Ngoài ra, bạn cũng tiết kiệm được khi không phải mất tiền thuê chính bản thân để quảng cáo cho sản phẩm của mình.

Giá sản xuất trên giá bán chiếm bao nhiêu % thì tôi có thể áp dụng theo cách ở trên?

Thực chất đây là một câu hỏi khó. Linh nghĩ với những sản phẩm có giá bán dưới 500.000đ, giá sản xuất chiếm maximum không quá 30%, bạn hoàn toàn có thể áp dụng đúng cách chia như của Linh. Còn nếu giá bán của bạn cao hơn 500.000đ, hoặc giá sản xuất của bạn vượt quá 30%, bạn có thể chia lại % Affiliate sao cho linh hoạt.

Sao tôi không thấy Linh áp dụng book Idol livestream cho kèo bán sách, mà toàn thấy book các bạn làm video? Có vấn đề gì khúc mắc ở đây không?

Tại vì thời điểm Linh viết cuốn sách này (tháng 12/2022), cách book Idol làm video đang hiệu quả so với mô hình của Linh. Còn livestream, Linh cũng có một vài Idol làm nhưng chưa thực sự hiệu quả. Có thể cũng do chưa tìm đúng người để livestream bán sách. Tuy nhiên, Linh khẳng định có rất nhiều bên booking Idol livestream rất hiệu quả, nên bạn đừng bỏ qua phương án này nhé.

Tôi làm thời trang, mỹ phẩm thì có áp dụng được mô hình Affiliate này không, hay chỉ áp dụng cho sách thôi ?

Hoàn toàn áp dụng được, vì nguyên lí của nó giống nhau. Linh áp dụng cho sách, vì Linh viết sách, kinh doanh sách. Linh hiểu rõ về sản phẩm và khách hàng của mình. Còn bạn kinh doanh sản phẩm gì, bạn có thể mạnh về ngành nào, hãy nghiêm túc nghiên cứu và áp dụng nó nhé. Có nhiều người áp dụng cho thời trang, mỹ phẩm rồi đó.

Nếu phát triển nhiều đại lí, mỗi đại lí lại có 1 đội Affiliate, làm sao kiểm soát được tình trạng chống bán phá giá ?

Câu này thực chất nằm ngoài phạm vi hiểu biết của Linh khi viết ra những dòng này. Đối với dự án sách của Linh, chắc chắn đại lí sẽ bị ngừng hỗ trợ, ngừng cấp hàng nếu công ty phát hiện tình trạng bán phá giá (điều này đã được nêu rõ trong hợp đồng đại lí). Tuy nhiên đó là với số lượng ít,

đang bán 20 nghìn sản phẩm. Còn với số lượng 200 nghìn hoặc 2 triệu sản phẩm, Linh cũng chưa thực sự biết áp dụng phương án nào cho phù hợp nhất?

Tôi rất hứng thú với những gì Linh làm, tôi muốn được công ty Linh đồng hành để xây dựng đội ngũ 1000 Affiliate như thế này?

Linh thực sự cảm ơn bạn. Hãy liên hệ ngay với Linh để trao đổi cụ thể nhé. Linh có chương trình Coaching 1-1 cho việc này đây.



Lời kết

“1000 Affiliate - Để luôn ngập đơn mà không phụ thuộc quảng cáo” là cuốn sách thứ hai của Linh. Nó chính là một bộ phim ghi lại quá trình phát triển, những tư duy, chiến lược, hành động cụ thể của Linh và đội ngũ để đạt được số bán 20 nghìn đơn hàng trong 4 tháng cuối năm 2022 (9-10-11-12) – đặc biệt với một sản phẩm mà trước đó Linh từng có ý định từ bỏ việc kinh doanh. Có thể giữa việc hiểu lý thuyết và thực thi sẽ còn những khoảng cách, hoặc sản phẩm của bạn sẽ khác sản phẩm của Linh, hoặc mô hình kinh doanh của bạn cũng khác bên Linh... Vì thế, bạn đang có quá nhiều lo lắng, rào cản trong đầu.

Giống như có rất nhiều người đến và bày tỏ với Linh rằng:

- Em ơi, chị muốn làm TikTok quá nhưng không biết bắt đầu từ đâu
 - Anh muốn làm TikTok nhưng anh không biết diễn xuất
 - Em muốn làm TikTok mà em không biết edit video anh ạ
- ... có quá nhiều lý do và sự tương tượng.

Cho đến một ngày, Linh nhận được tin nhắn trên Facebook của một người lạ, mong muốn được Linh khám kênh cho bạn ấy. Lúc đầu Linh thực sự không để ý đâu, vì ngày nào chẳng có vài người nhờ mình khám kênh. Nhưng nhìn lại thì em ấy là người khuyết tật. Wow, kênh của em ấy đạt 77k follow. Linh khám kênh, đưa cho em ấy một vài nhận xét, và tặng cuốn Từ điển xây kênh để em có thể làm TikTok một cách tốt hơn.



Hiếu nhắn tin vô cùng lễ phép và cầu thị



Linh xem kênh và góp ý cho Hiếu



Hiếu rất vui khi nhận được sách Linh tặng



Kênh TikTok của Hiếu hơn 77k followers

Khoảnh khắc đó, em ấy đã giúp Linh nhận ra tất cả trở ngại, rào cản nó chỉ nằm trong suy nghĩ. Nó là thứ mà chúng ta tự nghĩ ra để hợp thức hóa, bào chữa cho sự không quyết tâm, hời hợt của chính chúng ta. Chỉ cần chúng ta đủ quyết tâm, thì mọi chuyện đều có thể biến thành hiện thực.

Chúc bạn sớm xây dựng thành công để chế 1000 Affiliate của mình – để luôn ngập đơn mà không phụ thuộc quảng cáo nhé!

BOOKING SÁCH

TỪ ĐIỂN XÂY KÊNH

☎ 0923.338.338

📍 56 Sunrise B, KĐT The Manor Central Park,
Nguyễn Xiển, Đại Kim, Hoàng Mai, Hà Nội

CÁN MẠNH LINH
TỪ ĐIỂN XÂY KÊNH



MỤC TIÊU CHIẾN DỊCH

Tăng số bán cho cuốn sách
"Từ điển xây kênh" bằng cách
giới thiệu cuốn sách đến
khách hàng và điều hướng
khách hàng về TikTok Shop
(*gắn link sản phẩm*).



☎ 0923.338.338

📍 56 Sunrise B, KĐT The Manor Central Park,
Nguyễn Xiển, Đại Kim, Hoàng Mai, Hà Nội

SẮT THỦ
VIDEO MARKETING



QUYỀN LỢI CỦA KOL/KOC

- 1** Được tặng sản phẩm mẫu
- 2** Nhận cast cứng theo thỏa thuận
- 3** Nhận Affiliate 15% tổng doanh thu
(trên link giỏ hàng mà KOL gắn)

☎ 0923.338.338

📍 56 Sunrise B, KĐT The Manor Central Park,
Nguyễn Xiển, Đại Kim, Hoàng Mai, Hà Nội

SẮT THỦ
-VIDEO NGẮN



YÊU CẦU

- 1** Độ dài 40-120s
- 2** Hashtag không chứa từ TikTok như **#tiktok #xaykenhtiktok #followtiktok**
- 3** Caption cũng không chứa từ khóa TikTok
- 4** Sản phẩm phải được xuất hiện trong video *(tốt nhất là trong 6s đầu)*
- 5** Có kêu gọi click vào link bên dưới hoặc giỏ hàng để mua sách
- 6** Bên mình được nhận video gốc để truyền thông trên các kênh khác
- 7** Video phải được để trên kênh ít nhất 90 ngày
- 8** Có gắn link sản phẩm trong giỏ hàng *(nếu ưu tiên ghim lên đầu được thì càng tốt)*

☎ 0923.338.338

📍 56 Sunrise B, KĐT The Manor Central Park,
Nguyễn Xiển, Đại Kim, Hoàng Mai, Hà Nội

SẮT THỦ
VIDEO NGẮN 

GIỚI THIỆU VỀ TÁC GIẢ CÁN MẠNH LINH



- Cựu sinh viên Học viện Ngoại Giao, 10 năm học tiếng Trung
- Kênh TikTok về đào tạo 140k followers
<https://www.tiktok.com/@canmanhlinh>
- Một trong số những người đào tạo xây kênh TikTok sớm nhất Việt Nam (từ năm 2019)
- Founder hashtag #satthuvideongan (Sát thủ video ngắn, đạt 1 tỷ views trong 6 tháng)
- Tiên phong trong trường phái TikTok chuyển đổi (tập trung ra khách hàng): Trọng tâm, tinh gọn, hiệu quả
- Học viên tiêu biểu: *Bác sĩ Cung ung bướu, bác sĩ Tâm da liễu, Dương Wiki bán lẻ, Mốc Shop, Linh Kiến Boutique, 1900 Hair Salon, VietGoal, Đồng phục Wego,...*

☎ 0923.338.338

📍 56 Sunrise B, KĐT The Manor Central Park,
Nguyễn Xiển, Đại Kim, Hoàng Mai, Hà Nội

SÁT THỦ
VIDEO NGẮN

GIỚI THIỆU SƠ LƯỢC VỀ CUỐN SÁCH

SẮT THỦ
VIDEO NGẮN

1 Tên sách: Từ điển xây kênh - Từ cơ bản đến thành công
(tên cũ là TikTok giành thiên hạ - Vẽ lại bản đồ kinh doanh online)

2 Khổ in: 13,5 x 20 cm

3 Độ dày: 312 trang

4 Giá bán: 199k

5 Đối tượng khách hàng:

** Dành cho những người chưa bao giờ KDOL*

** Đã KDOL nhưng chưa làm TikTok bao giờ*

** Đã làm TikTok nhưng loay hoay không biết cách làm, hoặc làm không hiệu quả*

** Làm TikTok được nhiều view nhưng không kiếm được tiền, mất hàng năm trời để đập đi xây lại*



SƠ LƯỢC VỀ NỘI DUNG SÁCH



1. Giới thiệu tổng quan về nền tảng TikTok
2. Những điều người ta lầm tưởng về TikTok
3. 7 mô hình siêu kiếm tiền trên TikTok
4. Phân biệt 2 trường phái "Idol và Sát Thủ" trên TikTok
5. Xác định thị trường, mục tiêu xây kênh; Công thức S-T-P

6. Quy trình xây kênh TikTok chuyển đổi cao 6+2.
7. 7 cách để có 3s mở đầu hào hùng, hấp dẫn người xem
8. 20 tiêu đề vạn năng
9. Ma trận nội dung: Cách tạo ra nội dung 1 tuần chỉ mất 30 phút
10. Bí mật của các HOT TikToker Triệu Đô

11. Nắm rõ luật chơi, thuật toán của TikTok
12. Cách thức để không bao giờ cạn kiệt ý tưởng nội dung
13. Cách bảo mật tài khoản TikTok
14. 11 sai lầm thường gặp khi làm TikTok
15. 15 bí kíp của Sát thủ video ngắn

☎ 0923.338.338

📍 56 Sunrise B, KĐT The Manor Central Park,
Nguyễn Xiển, Đại Kim, Hoàng Mai, Hà Nội

SÁT THỦ
-VIDEO NGẮN-



QUÀ TẶNG CHO KHÁCH HÀNG MUA SÁCH

- Add vào nhóm hỗ trợ riêng để hỏi đáp trực tiếp cùng tác giả
- Tặng khóa học chỉnh sửa clip chuyên nghiệp
- Zoom trực tiếp cùng tác giả để tư vấn, khám kênh hàng tuần
- Tặng bảng điều tra thị trường 179 ngành nghề
- Voucher giảm 500K các khóa học TikTok Ads, TikTok Shop, Livestream

☎ 0923.338.338

📍 56 Sunrise B, KĐT The Manor Central Park,
Nguyễn Xiển, Đại Kim, Hoàng Mai, Hà Nội

SẮT THỦ
VIDEO NGÂN

FEEDBACK CỦA KHÁCH HÀNG



<https://drive.google.com/drive/folders/1GIXcGp6e7isNmQ6f52GpPbJY98a89Aw5?usp=sharing>

Tráng Trí
Vừa xong - 📍
Sau khi đọc sách và tham gia buổi zoom của chính tác giả Cán Mạnh Linh. Từ một người mơ hồ mà giờ đã biết được thêm rất nhiều điều giá trị. Cảm ơn a rất nhiều!!!

My Phan
1 phút - 📍
Thật sự ko gì là dễ dàng và đơn giản cả, mọi thứ đều phải nỗ lực mới có được. Mình đang phát triển kênh toptop #banhthigao, may nhờ cuốn sách của a Cán Mạnh Linh mà ngộ ra nhiều điều.

Bui Khuong Duy
Vừa xong - 📍
Tôi định đọc rồi ù 1 mình, nhưng mà em nó trẻ mà viết hay quá, tôi chưa biết sẽ ra sao khi nghiên cứu mảng này, nhưng nếu anh em nào có ý định làm cái này thì nên mua mà đọc, giá rẻ nhưng cực kỳ thiết thực! Cảm ơn tác giả nhé.

Huyen Chu
Vừa xong - 📍
Mua sách được chính tác giả và cả một đội ngũ support hỗ trợ đây là lần đầu tiên mình trải nghiệm.
Cảm ơn bạn Cán Mạnh Linh đã tổ chức buổi zoom chia sẻ kiến thức cho những tấm chiếu mới như mình. Kiến thức có độ, thực chiến, ngoài sự mong đợi.

KOC TIÊU BIỂU



Nhà sáng tạo	Sản phẩm	Doanh thu
@vuannguyen1812 Vũ An Nguyễn	115	400.837.086đ

Vũ An Nguyễn

<https://vt.tiktok.com/ZS8Yb5YwV/>



Nhà sáng tạo	Sản phẩm	Doanh thu
@ngatichuc Nga Tích Cực	134	592.926.275đ

Nga Tích Cực

<https://vt.tiktok.com/ZSR9TJPS/>



Nhà sáng tạo	Sản phẩm	Doanh thu
@nhathaibiettuot Nhật Hải Biệt Tuốt	60	125.489.514đ

Nhật Hải Biệt Tuốt

<https://vt.tiktok.com/ZSREr9XLd/>

KOC TIÊU BIỂU



Nhà sáng tạo	Sản phẩm	Doanh thu
@cudongvlog cudongvlog	36	91.860.895đ

Cudongvlog

<https://vt.tiktok.com/ZSR7hgvtA/>



Nhà sáng tạo	Sản phẩm	Doanh thu
@hongts Trần Sỹ Hồng	70	61.938.293đ

Trần Sỹ Hồng

<https://vt.tiktok.com/ZS8LxSQwd/>



Nhà sáng tạo	Sản phẩm	Doanh thu
@haophimarketing Hào Phí	17	28.685.006đ

Hào Phí

<https://vt.tiktok.com/ZSR3faJWE/>

KOC TIÊU BIỂU



Nhà sáng tạo	Sản phẩm	Doanh thu
 @tonyng.official Tony Nguyễn	74	51.036.489đ

Tony Nguyễn

<https://vt.tiktok.com/ZSRoPv5Ng/>



Nhà sáng tạo	Sản phẩm	Doanh thu
 @neverstopsharing Trần Thịnh Lâm - ATP...	13	25.699.236đ

Trần Thịnh Lâm ATP

<https://vt.tiktok.com/ZSR3fsJJ9/>



Nhà sáng tạo	Sản phẩm	Doanh thu
 @tuanghoma36a Tuấn phò mã 36	12	20.489.567đ

Tuấn phò mã 36

<https://vt.tiktok.com/ZSR3fu8ca/>

NHỮNG TỪ KHÓA GIÚP BÁN HÀNG HIỆU QUẢ HƠN

1

Ít view nhưng nhiều đơn

Ví dụ: Cách thức để tạo ra những clip ít view nhưng nhiều đơn

2

Quá rẻ để xây kênh

Ví dụ: Thay vì bỏ ra 5-10 triệu đi học những khóa học xây kênh ngoài kia bạn chỉ cần bỏ ra 199k để sở hữu cuốn sách này

3

Có hơn 10k lượt mua sau 3 tháng

Ví dụ: Cuốn sách có 10k lượt mua sau 3 tháng chứng tỏ được chất lượng và sự đón nhận của độc giả lớn như thế nào!

4

Bắt đầu xây kênh từ con số 0

Ví dụ: Nếu bạn đang có dự định xây kênh TikTok, thì đây là cuốn sách giúp bạn bắt đầu xây kênh từ con số 0

NHỮNG TỪ KHÓA GIÚP BÁN HÀNG HIỆU QUẢ HƠN

5

Được thêm vào nhóm hỗ trợ cùng tác giả

Ví dụ: Chưa bao giờ mua một cuốn sách 199k lại có một cộng đồng hỗ trợ giải đáp thắc mắc cùng tác giả như thế

6

1 sản phẩm rất ngon để làm Affiliate

Ví dụ: Các bạn nên mua cuốn sách này về để trải nghiệm, sau đó có thể tham gia làm Affiliate cho cuốn sách để kiếm thêm thu nhập

7

Công thức kiếm 3-10 triệu/ tháng qua Affiliate

Ví dụ: Khi mua sách, các bạn sẽ được hướng dẫn công thức làm Affiliate chính cuốn sách này. Chỉ cần 5 phút/ ngày để có thêm 3-10 triệu thu nhập/ tháng



Chú ý: Mỗi clip chỉ được xuất hiện từ 1-3 từ khóa trên để đạt hiệu quả tốt nhất.

SẮT THỦ
VIDEO NGĂN



#SắtThủVideoNgăn



56 Sunrise B, KĐT The Manor Central Park
Nguyễn Xiển, Đại Kim, Hoàng Mai, Hà Nội



0923.338.338

TỪ ĐIỂN XÂY KÊNH

Tặng Tóp tóp A Bờ Cờ



CHÍNH SÁCH AFFILIATE

SỐ LƯỢNG	BẮT ĐẦU	50	100	250	500
DOANH THU	0	10.000.000 đ	20.000.000 đ	50.000.000 đ	100.000.000 đ
CHIẾT KHẤU	15%	25%	30%	35%	40%

⚠ Lưu ý

- Chiết khấu sẽ được cập nhật vào mỗi thứ 3 hàng tuần, dựa trên doanh thu cộng dồn trước đó của mỗi tài khoản.
- Giá bán lẻ là 199k (được làm tròn là 200k trong bảng tính)

SẮT THỦ
VIDEO NGẮN



56 Sunrise B, KĐT The Manor
Central Park, Nguyễn Xiển,
Đại Kim, Hoàng Mai, Hà Nội



0923.338.338

TỪ ĐIỂN XÂY KÊNH

Tặng Tóp tóp A Bờ Cờ



Chính sách Đại Lý

SỐ LƯỢNG	50	100	200	500
ĐƠN GIÁ	110.000đ	100.000đ	95.000đ	90.000đ
TỔNG	5.500.000đ	10.000.000đ	19.000.000đ	45.000.000đ

Quyền lợi Đại Lý

STT	QUYỀN LỢI
1	Đào tạo cách thức lựa chọn, liên hệ, booking KOL/KOC
2	Cung cấp danh sách các KOL/KOC tham khảo
3	Cung cấp tài nguyên về video, hình ảnh về sách do KOL/KOC làm
4	Cung cấp kịch bản chốt sale

⚠ Lưu ý

- Giá bán lẻ là 199k/cuốn
- Đại lý không để Affiliate quá 15%
- Quý đối tác không nên phá giá dưới mọi hình thức
- Báo giá trên chưa bao gồm phí vận chuyển

