

# HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG AI

## CHO TOÀN BỘ DOANH NGHIỆP

AI Chatbot

Hello! I am chatbot\_







# LỜI MỞ ĐẦU

Tại sao cùng một thị trường, có doanh nghiệp bứt phá mạnh mẽ, nơi khác lại loay hoay tìm hướng đi? Chìa khóa tạo nên sự khác biệt nằm ở năng lực làm chủ dữ liệu. Trong kỷ nguyên số, AI chính là đòn bẩy quyền lực nhất giúp chuyển hóa luồng dữ liệu khổng lồ thành các quyết định kinh doanh sắc bén.

Cuốn sách này là tấm bản đồ chi tiết giúp bạn ứng dụng AI vào từng phòng ban: từ tối ưu tuyển dụng và đào tạo (Nhân sự); tiếp cận khách hàng mục tiêu (Marketing - Bán hàng); đến quản lý chi phí và kiểm soát rủi ro (Tài chính - Kế toán). Đặc biệt, bạn sẽ khám phá cách ChatGPT "làm thay" vô số tác vụ thủ công, giải phóng đội ngũ để tập trung vào những nhiệm vụ chiến lược.

Thế nhưng, ứng dụng AI không chỉ đơn thuần là mua sắm công cụ. Đằng sau đó là sự chuyển đổi sâu sắc từ tư duy lãnh đạo đến văn hóa nội bộ. Cuốn sách sẽ vạch ra một lộ trình bài bản – từ những dự án thử nghiệm nhỏ đến chiến lược phủ sóng AI toàn doanh nghiệp, và cách để đưa mọi nhân sự "đi cùng" trong công cuộc chuyển đổi này.

Dù bạn là chủ doanh nghiệp, nhà quản lý hay chuyên viên mới "chạm ngõ" AI, chúng tôi hy vọng những kinh nghiệm thực chiến tại đây sẽ giúp bạn tự tin tiên phong, nắm bắt cơ hội và tạo ra lợi thế cạnh tranh khác biệt trên thị trường.

**Trân trọng!**

**Đội ngũ biên soạn VN168**

# MỤC LỤC

## **Phần I: Tầm quan trọng và tính cấp thiết của AI trong quản trị doanh nghiệp**

Chương 1: Tầm quan trọng và tính cấp thiết của việc ứng dụng AI trong toàn bộ doanh nghiệp..... 5

Chương 2: Giới thiệu tổng quan về các công cụ AI phổ biến theo phòng ban..... 23

## **Phần II: Ứng dụng AI trong quản lý và phát triển nhân sự**

Chương 3: Ứng dụng AI trong tuyển dụng và đào tạo..... 34

Chương 4: AI trong đào tạo và phát triển nhân sự.....39

## **Phần III: Ứng dụng AI trong nghiên cứu khách hàng, thị trường**

Chương 5: Ứng dụng AI trong nghiên cứu khách hàng, thị trường.... 49

## **Phần IV: Ứng dụng AI trong Marketing và Bán hàng**

Chương 6: Ứng dụng AI trong Marketing và bán hàng..... 68

# Phần I

**AI VÀ VAI TRÒ KHÔNG THỂ THIẾU TRONG QUẢN  
TRỊ DOANH NGHIỆP HIỆN ĐẠI**

# CHƯƠNG 1

## SỰ QUAN TRỌNG VÀ TÍNH TẤT YẾU CỦA VIỆC ĐƯA AI VÀO TOÀN BỘ HOẠT ĐỘNG DOANH NGHIỆP

### BÀI 1:

## NHỮNG MINH HỌA TIÊU BIỂU VỀ ỨNG DỤNG AI TRÊN THẾ GIỚI HIỆN NAY

### 1. Ứng dụng nhận diện khuôn mặt trong thanh toán tại Trung Quốc

**Ví dụ thực tế:** Tại Trung Quốc, hình thức chi trả bằng công nghệ nhận diện gương mặt đã trở nên quen thuộc ở nhiều nơi như cửa hàng, siêu thị, nhà hàng và cả các điểm bán nhỏ lẻ. Thay vì dùng tiền mặt, thẻ ngân hàng hay mã QR, người dùng chỉ cần đứng trước thiết bị có camera để hệ thống AI quét khuôn mặt, xác minh danh tính và hoàn tất giao dịch thông qua các nền tảng thanh toán điện tử như WeChat Pay hoặc Alipay.

✓ **Ý nghĩa thực tiễn:** Mô hình này giúp rút gọn quy trình thanh toán, giảm thao tác thủ công, tiết kiệm thời gian và nâng cao mức độ tiện lợi cho khách hàng trong quá trình mua sắm.

## 2. Xe tự hành tại Mỹ và châu Âu

✓ **Ví dụ thực tế:** Nhiều tập đoàn ô tô lớn trên thế giới như Tesla, Waymo hay BMW đang cạnh tranh mạnh mẽ trong cuộc đua phát triển xe tự lái. Trong hệ thống đó, AI là bộ phận trung tâm giúp phương tiện tiếp nhận và xử lý dữ liệu từ camera, radar, lidar để nhận biết chướng ngại vật, tín hiệu giao thông và các tình huống đang diễn ra trên đường. Không chỉ dừng ở việc “nhìn thấy”, AI còn hỗ trợ xe tính toán và đưa ra quyết định như chuyển làn, dừng xe, rẽ hướng hoặc dự báo hành vi di chuyển của người đi bộ.

✓ **Tác động thực tế:** Ngày nay, xe tự lái không còn chỉ là ý tưởng trong tương lai mà đã được đưa vào thử nghiệm thực tế tại nhiều tuyến đường ở Mỹ, Anh và một số đô thị của Trung Quốc. Công nghệ này được xem là nhân tố có thể làm thay đổi sâu sắc lĩnh vực vận tải và giao nhận, nhất là khi xe tải tự hành và robot giao hàng đã bắt đầu xuất hiện trong thực tế.

## 3. Robot phục vụ tại các nhà hàng ở Nhật Bản

✓ **Ví dụ thực tế:** Tại Tokyo cùng một số thành phố lớn của Nhật Bản, nhiều nhà hàng đã triển khai robot AI để tham gia vào quy trình phục vụ. Các robot này có thể hướng dẫn khách đến chỗ ngồi, mang món ăn đến bàn, di chuyển giữa các khu vực trong quán và thực hiện một số giao tiếp cơ bản như chào hỏi hoặc giới thiệu thực đơn.

- ✓ **Ý nghĩa thực tiễn:** Việc đưa robot vào vận hành giúp nhà hàng giảm gánh nặng nhân sự, duy trì phục vụ trong thời gian dài và tạo thêm trải nghiệm mới cho khách hàng. Cách làm này đặc biệt hữu ích trong bối cảnh thiếu lao động hoặc khi cần hạn chế tiếp xúc trực tiếp.

#### 4. Trợ lý ảo và chatbot trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng

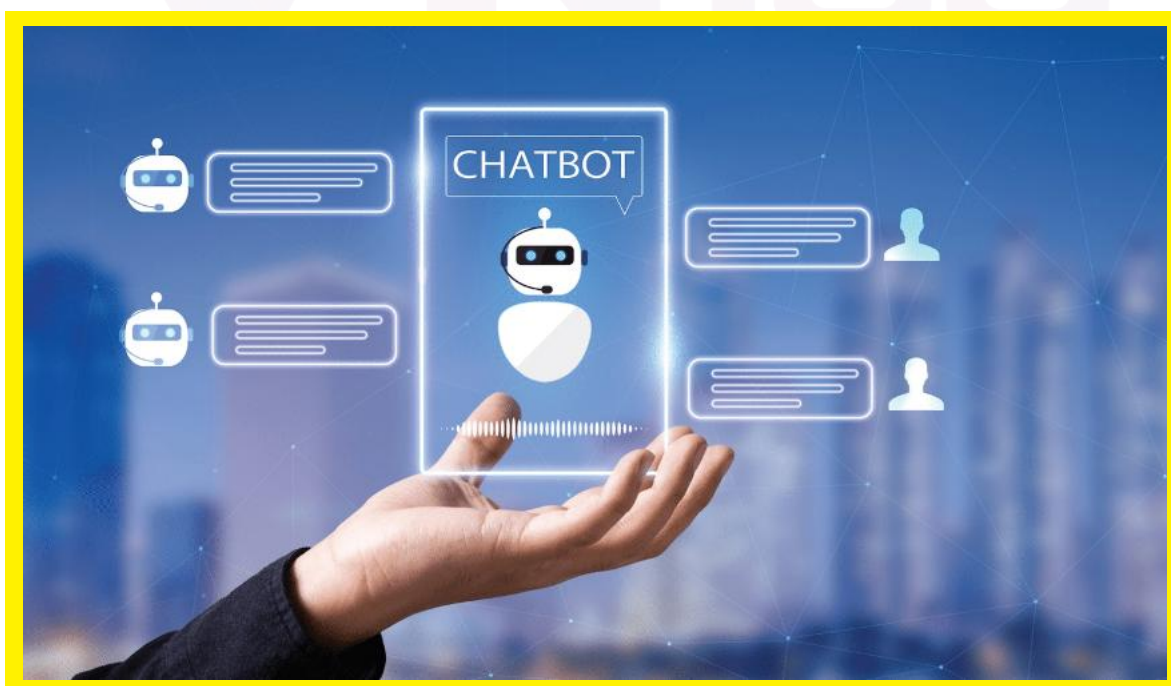
- ✓ **Ví dụ thực tế:** Nhiều tổ chức tài chính lớn đã tận dụng AI để nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng. Chẳng hạn, Bank of America triển khai trợ lý ảo Erica nhằm hỗ trợ người dùng tra cứu thông tin tài khoản, nhắc lịch thanh toán và gợi ý các dịch vụ phù hợp. Tương tự, OCBC Bank của Singapore và HSBC cũng ứng dụng chatbot AI để phản hồi khách hàng liên tục 24/7, qua đó giảm thời gian chờ và giảm tải cho đội ngũ tổng đài viên.
- ✓ **Tác động thực tế:** Nhờ AI, ngân hàng có thể tối ưu quy trình vận hành, dành nguồn lực con người cho những nhiệm vụ chuyên sâu hơn như tư vấn tài chính hoặc xử lý các nghiệp vụ phức tạp. Đồng thời, khách hàng cũng được phục vụ nhanh chóng, thuận tiện và liên tục trên nhiều kênh khác nhau.



## 5. Năng lực sáng tạo của AI trong thiết kế, nội dung và âm nhạc

✓ **Ví dụ thực tế:** AI hiện nay không chỉ hỗ trợ xử lý dữ liệu mà còn tham gia vào các hoạt động sáng tạo như viết nội dung quảng cáo, tạo hình ảnh, hỗ trợ sáng tác nhạc hay đề xuất ý tưởng truyền thông. Nhiều công cụ như Midjourney, DALL·E có thể tạo hình ảnh từ mô tả bằng văn bản, trong khi ChatGPT hỗ trợ xây dựng nội dung marketing, kịch bản và ý tưởng truyền thông. Không ít doanh nghiệp trên thế giới đã đưa AI vào giai đoạn lên ý tưởng ban đầu để rút ngắn thời gian chuẩn bị nội dung.

✓ **Ý nghĩa thực tiễn:** Việc ứng dụng AI trong sáng tạo giúp doanh nghiệp tiết kiệm thời gian, mở rộng khả năng tiếp cận các ý tưởng mới và tăng tính linh hoạt trong công việc. Trong các lĩnh vực như marketing, truyền thông và thiết kế, AI đang trở thành công cụ hỗ trợ hiệu quả để nâng cao sức cạnh tranh.





## **BÀI 2:**

# **BỐI CẢNH CHUNG VÀ XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN AI TRÊN THẾ GIỚI**

## **1. Kỷ nguyên công nghiệp 4.0 và sự phát triển mạnh của AI**

Thế giới đang bước vào giai đoạn phát triển mới, trong đó công nghệ trở thành trung tâm của quản lý, sản xuất và kinh doanh.

+ Cách mạng công nghiệp 4.0 là sự kết hợp của nhiều yếu tố như:

- Công nghệ số
- Dữ liệu lớn (Big Data)
- Internet vạn vật (IoT)
- Trí tuệ nhân tạo (AI).

Sự kết hợp này giúp máy móc, phần mềm và hệ thống kết nối với nhau xử lý thông tin nhanh hơn phân tích dữ liệu hiệu quả hơn thực hiện nhiều công việc vốn trước đây do con người đảm nhận AI hiện không còn chỉ xuất hiện ở các tập đoàn công nghệ lớn mà đã lan rộng sang nhiều lĩnh vực khác nhau. Trong y tế, AI hỗ trợ bác sĩ chẩn đoán nhanh hơn và chính xác hơn. Trong giáo dục, AI góp phần theo dõi kết quả học tập và hỗ trợ đánh giá năng lực người học. Trong tài chính, AI giúp phát hiện rủi ro, nhận diện giao dịch bất thường và hạn chế gian lận. Trong sản xuất, AI tham gia điều hành dây chuyền, tối ưu quy trình và đẩy mạnh tự động hóa. Trong hành chính, AI hỗ trợ xử lý hồ sơ, giấy tờ và rút ngắn thời gian giải quyết công việc.

AI phát triển nhanh nhờ nhiều điều kiện thuận lợi năng lực xử lý dữ liệu của máy ngày càng mạnh chi phí lưu trữ và tính toán trên nền tảng đám mây ngày càng hợp lý các công nghệ như Machine Learning và Deep Learning liên tục được cải tiến. Nhờ đó, hệ thống AI có khả năng học từ dữ liệu, ngày càng hoàn thiện và nâng cao chất lượng kết quả. Với doanh nghiệp nhỏ và vừa, AI mở ra cơ hội ứng dụng rất thực tế.

+ AI có thể giúp doanh nghiệp:

- Xử lý các việc lặp đi lặp lại
- Tiết kiệm thời gian
- Giảm chi phí vận hành
- Hạn chế sai sót do thao tác thủ công.

+ Ví dụ, một cửa hàng bán hàng online có thể dùng AI để:

- Trả lời khách hàng tự động
- Gợi ý sản phẩm phù hợp
- Hỗ trợ tương tác liên tục mà không cần tăng nhiều nhân sự trực.

## 2. Vì sao AI trở thành lợi thế cạnh tranh toàn cầu

AI không còn là xu hướng của tương lai mà đã trở thành năng lực cạnh tranh của hiện tại



**Thứ nhất: AI giúp tự động hóa công việc AI có thể thay con người xử lý nhiều nhiệm vụ mang tính lặp lại.**

- + Những công việc có thể tự động hóa gồm:
  - Nhập liệu kiểm tra chứng từ
  - Tổng hợp báo cáo phản hồi câu hỏi phổ biến của khách hàng
- + Việc tự động hóa mang lại nhiều lợi ích:
  - Giảm áp lực nhân sự
  - Tiết kiệm chi phí vận hành
  - Tăng tốc độ xử lý công việc
  - Hạn chế lỗi phát sinh

Doanh nghiệp nhờ đó có thể dành nhiều nguồn lực hơn cho các nhiệm vụ quan trọng và có giá trị cao hơn.

- + Ví dụ, một doanh nghiệp kinh doanh hàng tiêu dùng có thể dùng AI để:
  - Theo dõi tồn kho
  - Lập báo cáo cuối ngày
  - Hỗ trợ chăm sóc khách hàng.

**Thứ hai: AI hỗ trợ ra quyết định dựa trên dữ liệu. AI giúp doanh nghiệp giảm phụ thuộc vào cảm tính và kinh nghiệm chủ quan.**

- + Hệ thống AI có thể:
  - Phân tích dữ liệu theo thời gian thực
  - Nhận ra xu hướng thị trường
- + Gợi ý phương án phù hợp hơn Trong kinh doanh trực tuyến, AI có thể hỗ trợ xác định:
  - Thời điểm khách hàng dễ mua hàng nhất
  - Sản phẩm nào đang được quan tâm nhiều
  - Nhóm khách hàng nào có khả năng chuyển đổi cao
- + Trong quảng cáo, AI giúp:
  - Chọn đúng đối tượng
  - Phân bổ ngân sách hiệu quả hơn
  - Tăng khả năng tiếp cận đúng nhu cầu thị trường

Thứ ba: AI tạo ra sự linh hoạt và cá nhân hóa trải nghiệm. AI cho phép doanh nghiệp phục vụ khách hàng sát hơn với nhu cầu thực tế.

- + Nhờ AI, khách hàng có thể:
  - Thấy đúng nội dung mình quan tâm
  - Nhận đúng gợi ý sản phẩm phù hợp
  - Được chăm sóc theo hành vi và sở thích riêng.
- + Điều này giúp:
  - Tăng sự hài lòng của khách hàng
  - Nâng cao khả năng giữ chân khách hàng
  - Tạo mối liên kết bền chặt hơn với thương hiệu.

Nhiều nền tảng thương mại điện tử lớn đã tận dụng rất tốt khả năng này để gia tăng hiệu quả kinh doanh.

Nếu doanh nghiệp không kịp thích ứng, khoảng cách cạnh tranh với thị trường sẽ ngày càng lớn.

Thứ tư: AI ngày càng phù hợp hơn với doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trước đây, nhiều người nghĩ AI chỉ dành cho doanh nghiệp lớn có nguồn lực mạnh.

Các nền tảng no-code và low-code giúp doanh nghiệp không cần giỏi lập trình vẫn có thể ứng dụng AI triển khai tự động hóa nhanh hơn thử nghiệm với chi phí thấp hơn.

- + AI có thể được đưa vào nhiều hoạt động như:
  - Chăm sóc khách hàng
  - Quản lý hàng hóa
  - Theo dõi hiệu quả quảng cáo
  - Tối ưu quy trình nội bộ

Vì vậy, điều quan trọng không còn nằm ở quy mô doanh nghiệp, mà nằm ở việc doanh nghiệp có sẵn sàng bắt đầu hay không.

### 3. Kết Luận

Trên thế giới, doanh nghiệp ở nhiều quy mô đều đang đẩy mạnh ứng dụng AI. Điều đó cho thấy AI không còn là công cụ thử nghiệm mà đang trở thành yếu tố cần thiết để phát triển bền vững.

+ Nếu chậm triển khai AI, doanh nghiệp có thể:

- Mất cơ hội tăng tốc
- Suy giảm năng lực cạnh tranh
- Bị bỏ lại phía sau

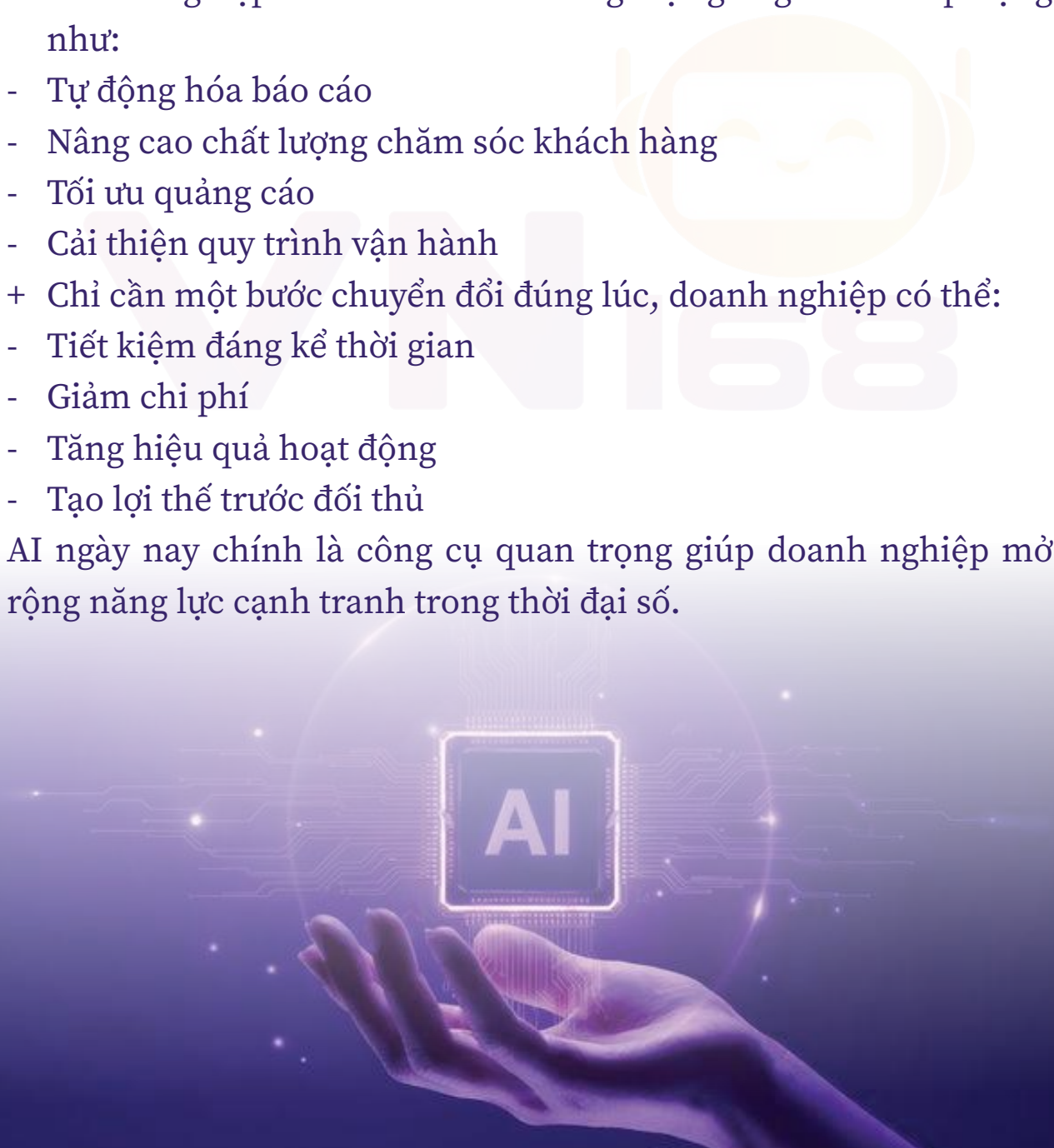
+ Doanh nghiệp nên bắt đầu từ những việc gần gũi và dễ áp dụng như:

- Tự động hóa báo cáo
- Nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng
- Tối ưu quảng cáo
- Cải thiện quy trình vận hành

+ Chỉ cần một bước chuyển đổi đúng lúc, doanh nghiệp có thể:

- Tiết kiệm đáng kể thời gian
- Giảm chi phí
- Tăng hiệu quả hoạt động
- Tạo lợi thế trước đối thủ

AI ngày nay chính là công cụ quan trọng giúp doanh nghiệp mở rộng năng lực cạnh tranh trong thời đại số.



## **BÀI 3:**

# **THỰC TRẠNG VÀ TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN AI TẠI VIỆT NAM**

## **1. Điều kiện nền tảng và định hướng chính sách**

Việt Nam đang đẩy mạnh tiến trình chuyển đổi số trên nhiều lĩnh vực, trong đó AI được xác định là một hướng đi quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả lao động, cải thiện chất lượng phục vụ của khu vực công và hỗ trợ quản trị xã hội hiện đại hơn. Sự mở rộng của hạ tầng số, mạng viễn thông và internet, cùng với việc thử nghiệm 5G và tỷ lệ người dùng điện thoại thông minh ở mức cao, đã tạo ra môi trường thuận lợi cho việc thu thập, xử lý và khai thác dữ liệu trong nước.

## **2. Doanh nghiệp Việt Nam đã bắt đầu nhập cuộc**

Nhiều doanh nghiệp lớn trong nước như FPT, Viettel, Vingroup, VinAI hay VNG đã dành nguồn lực đáng kể cho AI thông qua việc xây dựng bộ phận nghiên cứu, phát triển công nghệ hoặc liên kết với các trường đại học và startup. Trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng, nhiều đơn vị đã đưa AI vào các bài toán cụ thể như phân tích dữ liệu, chăm sóc khách hàng bằng chatbot, chấm điểm tín dụng và nhận diện rủi ro gian lận. Không chỉ các tập đoàn lớn, khối doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng bắt đầu quan tâm đến AI ở những hoạt động gần gũi hơn như quản lý khách hàng, tự động hoá marketing hay hỗ trợ vận hành nội bộ trong các mảng nhân sự, kế toán.

### 3. Việt Nam có nhiều dư địa để phát triển AI

**Có ba điều kiện nổi bật đang tạo lực đẩy cho AI tại Việt Nam**

**Lực lượng lao  
động trẻ**

**Nhu cầu thị  
trường lớn**

**chi phí triển  
khai tương đối  
cạnh tranh**

- ✓ **Lực lượng lao động trẻ:** Việt Nam sở hữu nguồn nhân lực trẻ, năng động, trong đó nhiều người được đào tạo về công nghệ thông tin và có khả năng thích nghi nhanh với công nghệ mới.
- ✓ **Nhu cầu thị trường lớn:** Việt Nam sở hữu nguồn nhân lực trẻ, năng động, trong đó nhiều người được đào tạo về công nghệ thông tin và có khả năng thích nghi nhanh với công nghệ mới.
- ✓ **Chi phí cạnh tranh:** So với nhiều quốc gia phát triển, chi phí nhân sự và vận hành tại Việt Nam vẫn ở mức phù hợp hơn, nhờ đó startup và doanh nghiệp trong nước có thêm điều kiện để thử nghiệm, triển khai và hoàn thiện các giải pháp AI.



## **BÀI 4:**

# **VÌ SAO AI GIỮ VAI TRÒ CHIẾN LƯỢC TRONG QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP?**

### **1. AI giúp tinh gọn vận hành và tiết giảm chi phí**

Một trong những lợi ích rõ ràng nhất của AI là khả năng tiếp nhận các đầu việc lặp lại mà trước đây doanh nghiệp phải dùng nhiều thời gian và nhân lực để xử lý. Thay vì để nhân viên làm thủ công các việc như nhập dữ liệu, rà soát chứng từ hay tổng hợp báo cáo, doanh nghiệp có thể ứng dụng RPA để tự động hoá toàn bộ hoặc một phần quy trình. RPA là công nghệ sử dụng phần mềm để mô phỏng các thao tác của con người trên máy tính, từ đó thực hiện tự động những công việc lặp đi lặp lại như điền biểu mẫu, xuất báo cáo hoặc kiểm tra hoá đơn. Hiện nay, có nhiều nền tảng RPA phổ biến như UiPath, Automation Anywhere hay Blue Prism; dù cách triển khai khác nhau, điểm chung vẫn là ghi nhận thao tác của con người rồi tự động lặp lại các thao tác đó theo lịch hoặc theo tín hiệu phát sinh.

Ví dụ, một cửa hàng bán đồ gia dụng trực tuyến có thể dùng bot để tự động lấy số liệu bán hàng từ sàn thương mại điện tử vào cuối ngày, tổng hợp thành báo cáo và gửi cho người quản lý.

Khi các khâu xử lý được tự động hoá, doanh nghiệp có thể giảm tải cho nhân sự, rút ngắn thời gian xử lý và hạn chế lỗi do thao tác thủ công. Ngoài ra, việc tinh gọn quy trình còn giúp doanh nghiệp đưa hàng ra thị trường nhanh hơn, từ khâu kiểm tra, báo cáo đến cập nhật tồn kho, đóng gói và giao hàng, qua đó tăng sức cạnh tranh trên các sàn bán hàng trực tuyến.

## **2. AI hỗ trợ doanh nghiệp ra quyết định nhanh hơn và chuẩn xác hơn**

Thông qua Machine Learning, doanh nghiệp có thể theo dõi dữ liệu gần như theo thời gian thực, thay vì phải chờ đến cuối tuần hoặc cuối tháng mới có báo cáo. Điều này giúp nhà quản trị nhìn thấy sớm biến động về giá, doanh số, mức độ quan tâm của khách hàng hay nhu cầu thị trường để phản ứng kịp thời. Khi hệ thống phát hiện một mặt hàng đang có tốc độ tiêu thụ tăng mạnh, doanh nghiệp có thể ngay lập tức điều chỉnh quảng cáo, bổ sung hàng hoá hoặc thay đổi kế hoạch bán hàng để tận dụng cơ hội doanh thu.

## **3. AI góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng**

AI có thể phân tích lịch sử mua sắm, thói quen tiêu dùng và sở thích của từng nhóm khách. Nhờ đó, doanh nghiệp không chỉ tăng khả năng bán hàng mà còn tạo cảm giác được thấu hiểu và phục vụ đúng nhu cầu cho khách hàng. AI cũng giúp đưa ra gợi ý sản phẩm phù hợp hơn. Chatbot cũng là một công cụ hữu ích khi có thể hỗ trợ giải đáp thông tin về giá cả, đổi trả hoặc sản phẩm bằng tiếng Việt liên tục 24/7 mà không làm tăng quá nhiều chi phí nhân sự.

Bên cạnh đó, khi dữ liệu khách hàng được đồng bộ giữa các kênh như cửa hàng, website hay Facebook, trải nghiệm mua sắm sẽ liền mạch hơn, khách hàng không phải lặp lại thông tin nhiều lần và mức độ hài lòng cũng được nâng cao.

#### 4. AI giúp doanh nghiệp đón trước xu hướng

Bằng cách phân tích dữ liệu thị trường, AI có thể hỗ trợ doanh nghiệp nhận ra những khoảng trống chưa được khai thác, phát hiện sớm xu hướng tiêu dùng mới hoặc xác định nhóm khách hàng còn chưa được tiếp cận hiệu quả.

Chẳng hạn, nếu dữ liệu cho thấy nhu cầu với một dòng sản phẩm nào đó tăng lên mạnh ở một khu vực cụ thể, doanh nghiệp có thể nhanh chóng triển khai chương trình bán hàng hoặc khuyến mãi sớm hơn đối thủ.

Quan trọng hơn, dữ liệu nếu được lưu trữ bài bản và tập trung trên các hệ thống như Cloud hoặc ERP sẽ trở thành nguồn tài sản chiến lược.

Khi đó, AI có thể biến những dữ liệu rời rạc thành thông tin có giá trị, hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng định hướng phát triển dài hạn thay vì chỉ xử lý công việc trước mắt.



## **BÀI 5:**

# **SỰ CẦN THIẾT PHẢI TRIỂN KHAI AI TRONG TOÀN BỘ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

Chúng ta đang ở trong một giai đoạn mà công nghệ đổi thay từng ngày, còn thị trường thì biến động rất nhanh. Nếu doanh nghiệp không sớm tiếp cận và đưa AI vào hoạt động thực tế, chỉ sau một thời gian ngắn rất dễ bị chậm nhịp, suy giảm lợi thế và dần lép vế trên thị trường.

**Hãy quan sát bối cảnh cạnh tranh trên toàn cầu:** Từ các tập đoàn quy mô lớn đến những startup năng động đều đang tăng tốc đầu tư vào AI để nâng cao hiệu quả vận hành, giảm chi phí và cải thiện chất lượng phục vụ khách hàng. Những ứng dụng như tự động xử lý dữ liệu, chatbot hỗ trợ liên tục suốt ngày đêm hay hệ thống dự báo doanh thu theo thời gian thực giờ đây không còn là điều mới mẻ, mà đã trở thành công cụ quen thuộc trong kinh doanh. Trong khi đó, không ít doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam vẫn còn phụ thuộc vào cách làm thủ công, tiêu tốn nhiều nhân lực và phản ứng chậm trước thay đổi của thị trường. Điều đó buộc chúng ta phải nhìn thẳng vào một câu hỏi rất rõ ràng: khi đối thủ đang vận hành nhanh hơn, gọn hơn và chính xác hơn nhờ AI, mô hình kinh doanh hiện tại của chúng ta liệu còn đủ sức đứng vững hay không? Câu trả lời là rất khó. AI không còn đơn thuần là một xu hướng để tham khảo, mà đang trở thành yếu tố quyết định khả năng tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.



AI mang lại những lợi ích rất thiết thực. Trước hết, công nghệ này giúp doanh nghiệp nhận ra cơ hội thị trường nhanh hơn nhờ khả năng phân tích dữ liệu tức thời, từ biến động giá cả, nhu cầu khách hàng cho đến xu hướng tiêu dùng. Nhờ đó, doanh nghiệp có thể phản ứng kịp lúc và không bỏ lỡ những cơ hội kinh doanh quan trọng. Bên cạnh đó, AI còn giúp cắt giảm chi phí và phân bổ lại nguồn lực hợp lý hơn. Những công việc lặp lại như nhập dữ liệu, rà soát thông tin hay xử lý các bước mang tính thủ công có thể giao cho hệ thống tự động đảm nhận, để đội ngũ nhân sự tập trung vào những việc tạo giá trị cao hơn như sáng tạo, cải tiến sản phẩm và mở rộng thị trường. Không những vậy, AI còn góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng thông qua khả năng phục vụ liên tục, phản hồi nhanh và cá nhân hóa nội dung, sản phẩm hay dịch vụ theo nhu cầu của từng người. Trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc chần chừ hoặc thử nghiệm theo tâm lý chờ xem không còn là lựa chọn an toàn.

VN168



Doanh nghiệp cần bắt đầu hành động ngay, bằng cách đầu tư phù hợp vào AI và các giải pháp chuyển đổi số. Thực tế, không nhất thiết phải triển khai từ những dự án quá lớn; chỉ cần bắt đầu từ một quy trình nhỏ được tự động hóa, doanh nghiệp cũng có thể thấy rõ hiệu quả: chi phí giảm xuống, hiệu suất tăng lên và nhân viên được giải phóng khỏi những đầu việc nặng về thao tác lặp lại. Tính cấp thiết của AI không chỉ nằm ở việc theo kịp đối thủ, mà còn liên quan trực tiếp đến khả năng đứng vững của doanh nghiệp trong dài hạn. Muốn phát triển bền vững, thích ứng tốt trước biến động và giữ được vị thế trên thị trường, doanh nghiệp không thể đứng ngoài làn sóng AI. Trong thời đại hiện nay, đơn vị nào quyết đoán hơn, đổi mới sớm hơn và hành động nhanh hơn sẽ là đơn vị có nhiều cơ hội dẫn đầu. Vì vậy, doanh nghiệp cần bắt đầu ngay từ bây giờ bằng việc xây dựng kế hoạch ứng dụng AI vào từng khâu cụ thể như quản lý, vận hành, tiếp thị và chăm sóc khách hàng. Thay vì chỉ dừng ở mức tìm hiểu, hãy biến AI thành công cụ thực tế để nâng cao hiệu quả hoạt động của chính doanh nghiệp mình.



## CHƯƠNG 2

### SỰ QUAN TRỌNG VÀ TÍNH TẤT YẾU CỦA VIỆC ĐƯA AI VÀO TOÀN BỘ HOẠT ĐỘNG DOANH NGHIỆP

**Trước đây, nhiều đầu việc trong doanh nghiệp phải xử lý hoàn**

**toàn bằng tay:** kế toán phải nhập từng hóa đơn, bộ phận kinh doanh mất nhiều thời gian để soạn nội dung quảng cáo và chăm sóc khách hàng, còn nhân sự thì vất vả trong khâu lọc hồ sơ ứng viên. Những công việc này thường lặp lại, tốn thời gian và khiến nhân sự khó tập trung vào các nhiệm vụ quan trọng hơn.

Hiện nay, AI có thể hỗ trợ xử lý đáng kể những khâu đó. Từ kế toán, nhân sự đến marketing hay chăm sóc khách hàng, mỗi phòng ban đều có thể tìm thấy những công cụ phù hợp để giảm việc thủ công, tăng tốc độ xử lý và nâng cao hiệu quả công việc. Điểm đáng chú ý là nhiều giải pháp hiện nay không quá phức tạp, chi phí tiếp cận cũng không còn quá cao.

Thực tế cho thấy, ngay cả các doanh nghiệp nhỏ ở Việt Nam cũng đã bắt đầu ứng dụng chatbot, RPA hay các công cụ phân tích dữ liệu và sớm nhận được hiệu quả rõ ràng. Dù mục tiêu là tiết kiệm chi phí, tăng năng suất hay nâng cao năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp đều có thể tìm thấy công cụ AI phù hợp với nhu cầu của mình.



## 1. Bộ phận Kinh doanh và Marketing

### a. Nhiệm vụ 1: Chatbot và trợ lý hỗ trợ khách hàng

- ✓ **FPT.AI Chatbot:** Phù hợp với doanh nghiệp muốn tư vấn và phản hồi khách hàng liên tục trên website hoặc fanpage. Hỗ trợ tiếng Việt tốt, có thể xử lý đơn hàng và nhắc chương trình khuyến mãi.
- ✓ **Zalo AI như Kiki, Voicebot:** Hữu ích với doanh nghiệp có tệp khách hàng thường xuyên tương tác qua Zalo, giúp giảm bớt việc trả lời bằng tay.



- ✓ **Hiệu quả thực tế:** Với một cửa hàng hoa online, chỉ cần triển khai 1 chatbot cũng có thể giảm bớt khối lượng công việc tương đương 2-3 nhân sự trực tổng đài.

### b. Nhiệm vụ 2: Cá nhân hóa nội dung Marketing

- ✓ **ChatGPT/Gemini:** Hỗ trợ viết nội dung quảng cáo, email marketing, slogan, dàn ý bài viết và nhiều ý tưởng truyền thông khác.

Bộ sách “100 công thức viết Content chuyển đổi + Ứng dụng AI viết content” của Webbook cũng là tài liệu tham khảo hữu ích cho bộ phận marketing.



# ChatGPT

# Genmini

- ✓ **Canva tích hợp AI:** Giúp tạo poster, banner cho Facebook, Zalo với gợi ý về bố cục và phối màu.
- ✓ **Tình huống thực tế:** Một shop thời trang không có nhân sự thiết kế vẫn có thể tự làm nội dung fanpage bằng ChatGPT, sau đó dùng Canva tạo ảnh bìa, tiết kiệm đáng kể thời gian và chi phí thuê ngoài.



### c. Nhiệm vụ 3: Quản trị thông tin khách hàng (CRM)

- ✓ **HubSpot, Odoo CRM bản Community:** Giúp lưu trữ dữ liệu khách hàng, theo dõi lịch sử giao dịch và tự động hóa một số hoạt động marketing.
- ✓ **Salesforce bản cơ bản:** Có tích hợp AI Einstein để phân tích hành vi khách hàng và đề xuất hướng chăm sóc phù hợp.
- ✓ **Kết quả mang lại:** Doanh nghiệp bán hàng hiệu quả hơn, chăm sóc khách hàng sát nhu cầu hơn mà không cần tăng chi phí quá nhiều.



## 2. Bộ phận Tài chính - Kế toán

### a. Nhiệm vụ 1: Tự động xử lý nhập liệu và hóa đơn

- ✓ **AkaBot của FPT, UiPath bản Community:** Có thể tự động lấy hóa đơn từ email, đối chiếu với dữ liệu trên hệ thống và lập báo cáo cuối ngày.

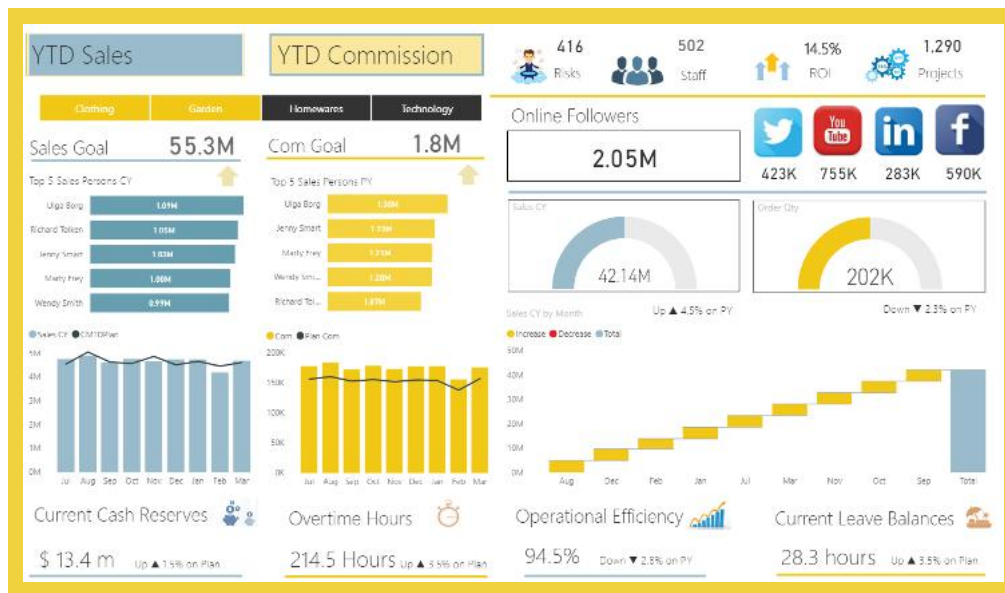


- ✓ **OCR nhận diện ký tự:** Với hóa đơn giấy hoặc ảnh chụp, hệ thống OCR có thể tự bóc tách thông tin như mã hàng, giá trị, thuế VAT...
- ✓ **Ví dụ thực tế:** Một doanh nghiệp nhập hàng từ nhiều nhà cung cấp mỗi ngày có nhiều hóa đơn, nếu dùng robot ảo sẽ giảm đáng kể thời gian gõ tay cho kế toán.



## b. Nhiệm vụ 2: Theo dõi dòng tiền và dự báo tài chính

- ✓ **Power BI kết hợp Excel:** Cho phép kết nối dữ liệu sổ sách để theo dõi thu - chi, dòng tiền theo thời gian thực.



- ✓ **Looker Studio của Google:** Phù hợp với doanh nghiệp đang dùng Google Sheets, giúp trực quan hóa số liệu tài chính bằng biểu đồ.

- ✓ **Lợi ích:** Nhà quản lý có thể nhìn nhanh tình hình tài chính, biết thời điểm nào thiếu hụt nguồn tiền hoặc lúc nào đủ khả năng đầu tư, từ đó hạn chế quyết định cảm tính.

### 3. Bộ phận Nhân sự và Hành chính

#### a. Nhiệm vụ 1: Chatbot nội bộ và trợ lý cho HR

✓ **FPT.AI hoặc chatbot Zalo OA:** Giải đáp các câu hỏi phổ biến như quy định nghỉ phép, lương thưởng, chính sách nội bộ.

✓ **Ví dụ thực tế:** Một công ty được với khoảng 50 nhân viên sử dụng chatbot để phản hồi thắc mắc liên quan đến BHXH, đi trễ, nghỉ phép... Nhờ đó HR đỡ áp lực hơn và nhân viên nhận phản hồi nhanh hơn.



#### b. Nhiệm vụ 2: Tuyển dụng và đánh giá nhân sự

✓ **HrFlow.ai, Talent Platform do đối tác trong nước phát triển:** Hỗ trợ đọc CV, lọc hồ sơ theo tiêu chí tuyển dụng. Hỗ trợ gợi ý KPI, phân tích năng lực và tổng hợp dashboard đánh giá nhân sự theo tháng.



- ✓ **Hiệu quả:** Rút ngắn thời gian sàng lọc hồ sơ, hạn chế bỏ sót ứng viên phù hợp và hỗ trợ đánh giá nhân sự khách quan hơn nhờ dữ liệu.

## 4. Bộ phận Vận hành và Quản lý kho

### a. Nhiệm vụ 1: Tự động hóa các thao tác trong kho

- ✓ **akaBot, UiPath:** Có thể tự động lấy dữ liệu bán hàng cuối ngày, kiểm tra lượng tồn kho và cập nhật báo cáo.
- ✓ **Zapier hoặc Make:** Kết nối với Shopee, Lazada để lấy dữ liệu đơn hàng, đồng bộ sang Google Sheets hoặc Excel, sau đó gửi email tổng hợp.
- ✓ **Kết quả thực tế:** Chỉ với 1 người quản lý kho, doanh nghiệp vẫn có thể nắm tương đối đầy đủ tình hình hàng hóa thay vì phải cần 2-3 người làm thủ công.

### b. Nhiệm vụ 2: Dự báo nhu cầu hàng hóa

- ✓ **Odoo Inventory kết hợp AI hoặc ERPNext:** Khai thác dữ liệu bán hàng trong quá khứ để đề xuất mức tồn kho phù hợp, giúp hạn chế tồn đọng quá nhiều hoặc thiếu hàng đột ngột.
- ✓ **Power BI:** Xây dựng bảng theo dõi và dự báo những mặt hàng có khả năng bán mạnh dựa trên xu hướng tiêu dùng và hiệu quả quảng bá.

- ✓ **Ý nghĩa:** Ngay cả doanh nghiệp quy mô vừa và nhỏ cũng có thể kiểm soát tồn kho tốt hơn, giảm rủi ro hàng bị ứ đọng hoặc không đủ để giao cho khách.

## 5. Bộ phận Chăm sóc khách hàng và hỗ trợ sau bán

### a. Nhiệm vụ 1: Chatbot và voicebot

- ✓ **FPT.AI, Zalo AI, LiveChat có tích hợp AI:** Hỗ trợ khách tra cứu đơn hàng, báo lỗi kỹ thuật và tiếp nhận yêu cầu bảo hành vào bất kỳ thời điểm nào.
- ✓ **Ví dụ thực tế:** Một doanh nghiệp kinh doanh máy lọc nước sử dụng chatbot để khách chỉ cần nhập mã thiết bị là có thể xem lịch bảo dưỡng và nhận nhắc nhở thay lõi định kỳ.
- ✓ **Hiệu quả:** Khách hàng được hỗ trợ nhanh hơn, doanh nghiệp giảm áp lực xử lý cuộc gọi lặp lại và tăng mức độ tin cậy.



## b. Nhiệm vụ 2: Phân tích cảm xúc và phản hồi khách hàng

- ✓ **Sentiment Analysis như FPT.AI hoặc Google Cloud NLP:** Hệ thống có thể đọc bình luận, email và tin nhắn để xác định khách đang hài lòng hay không hài lòng.
- ✓ **Ứng dụng thực tế:** Với quán cà phê hoặc chuỗi nhà hàng, việc phân tích phản hồi giúp đơn vị phát hiện sớm vấn đề và điều chỉnh chất lượng phục vụ kịp thời.
- ✓ **Lưu ý:** Doanh nghiệp nên chọn công cụ AI dựa trên đúng nhu cầu công việc của từng bộ phận. Hiện có nhiều giải pháp phù hợp về chi phí, thậm chí có bản miễn phí cho doanh nghiệp rất nhỏ. Quan trọng nhất là xác định đúng khâu nào cần tự động hóa hoặc cải thiện trước tiên.
- ✓ **Cách triển khai Khởi đầu từ việc đơn giản:** Kế toán có thể ưu tiên RPA, còn CSKH có thể triển khai chatbot trước.
- ✓ **Làm theo từng chặng:** Theo dõi hiệu quả thực tế và giúp nhân sự làm quen dần với công cụ mới.
- ✓ **Mở rộng sau khi ổn định:** Khi quy trình vận hành trơn tru, doanh nghiệp có thể tiến tới các ứng dụng AI nâng cao hơn như dự báo, phân tích chuyên sâu hay cá nhân hóa trải nghiệm.

✓ **Kết luận:** Chuyển đổi số và ứng dụng AI không còn là lợi thế riêng của doanh nghiệp lớn. Doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ cũng hoàn toàn có thể bắt kịp, thậm chí tạo lợi thế riêng trong thị trường ngách nếu biết ứng dụng AI đúng cách vào từng bộ phận. Cách đi phù hợp là bắt đầu từ những khâu nhỏ nhưng có tác động rõ ràng, để nhìn thấy hiệu quả sớm, sau đó từng bước mở rộng, nâng cao chất lượng quản trị và sức cạnh tranh trên thị trường.



# Phần II

ỨNG DỤNG AI TRONG QUẢN LÝ VÀ PHÁT TRIỂN

NHÂN SỰ

## CHƯƠNG 3

### ỨNG DỤNG AI TRONG CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG VÀ ĐÀO TẠO NHÂN SỰ

#### 1. Vì sao việc đưa AI vào phòng HR hiện nay khá dễ tiếp cận

##### a. ChatGPT và nhiều công cụ AI phổ thông đã rất dễ dùng

- ✓ **ChatGPT của OpenAI:** Có khả năng hỗ trợ tiếng Việt khá ổn, tạo nội dung nhanh và gần như không mất phí nếu dùng bản miễn phí, còn bản trả phí cũng ở mức chi phí không quá cao. Nhiều doanh nghiệp tại Việt Nam, từ bán lẻ, dịch vụ đến công ty công nghệ, đã bắt đầu dùng ChatGPT để soạn JD, xây dựng bộ câu hỏi phỏng vấn và hỗ trợ chuẩn bị nội dung đào tạo.

##### b. Google Workspace và Microsoft 365 giúp HR làm việc tiện hơn

- ✓ **Các bộ công cụ:** Như Google Workspace hoặc Microsoft 365 đều có những lựa chọn phù hợp cho doanh nghiệp nhỏ, chi phí thấp và hỗ trợ tốt cho công việc văn phòng. Khi kết hợp Google Forms, Google Sheets hoặc các công cụ tương tự, doanh nghiệp có thể tổ chức việc nhận CV, lưu hồ sơ và theo dõi ứng viên theo cách đơn giản nhưng hiệu quả.



### c. Không cần biết lập trình vẫn có thể dùng AI

- ✓ **Những nền tảng no-code hoặc low-code:** Cho phép doanh nghiệp kết nối nhiều công cụ chỉ bằng thao tác kéo thả, không cần viết mã. Zapier có bản miễn phí để liên kết các ứng dụng như Gmail, Google Sheets hay Zalo OA.
- ✓ **UiPath Community Edition:** Cũng là lựa chọn miễn phí phù hợp với doanh nghiệp nhỏ hoặc cá nhân muốn tự động hóa các việc lặp đi lặp lại.

## 2. Các bước ứng dụng AI cho HR với chi phí thấp

### Bước 1:

#### Soạn mô tả công việc và nội dung tuyển dụng

##### + Dùng ChatGPT (miễn phí):

Mở ChatGPT - Gõ yêu cầu: “hãy viết mô tả công việc cho vị trí ( ABC ) với những yêu cầu sau...”

ChatGPT sẽ gợi ý mô tả công việc, liệt kê trách nhiệm, yêu cầu kỹ năng

## Tối ưu “tin tuyển dụng”

### Công cụ: ChatGPT hoặc Genmini

Cách làm: Yêu cầu ChatGPT viết mới hoặc chỉnh sửa tin tuyển dụng ( chưa hoàn thiện ) thành phiên bản “ thân thiện và thu hút” ứng viên.

**Kết quả:** Đoạn tin ngắn gọn, nhấn mạnh lợi ích, văn hóa doanh nghiệp, dễ gây ấn tượng với ứng viên.



## Bước 2:

### Thu thập và quản lý CV

### Tạo form tuyển dụng bằng Google Forms ( hoặc Microsoft Forms):

Cách làm: thiết kế form có trường thông tin: Họ tên, Email, Số, điện thoại, Vị trí ứng tuyển, Upload CV....

### Bước 3:

#### Dùng AI để sàng lọc và nhận định hồ sơ ứng viên

- ✓ **Sử dụng ChatGPT:** Để rút gọn nội dung CV Có thể mở CV ở dạng PDF hoặc Word, sao chép phần thông tin chính như kinh nghiệm, kỹ năng rồi đưa vào ChatGPT. Chỉ cần yêu cầu hệ thống tóm tắt và nhận xét mức độ phù hợp của ứng viên đối với một vị trí cụ thể, HR sẽ có ngay một bản đánh giá sơ bộ để tham khảo. Cách này giúp giảm đáng kể thời gian đọc toàn bộ hồ sơ theo kiểu thủ công.

- ✓ **Ví dụ:** Nhận định ứng viên cho vị trí Marketing Ứng viên có nền tảng học vấn tốt, cho thấy khả năng tiếp thu và tư duy ổn định. Dù ngành học không hoàn toàn trùng với Marketing, nhưng các chứng chỉ liên quan và trải nghiệm thực tế giúp bù đắp phần đó.

### Bước 4:

#### Tổ chức phỏng vấn và bài kiểm tra với sự hỗ trợ của AI

- ✓ **Sơ tuyển bằng biểu mẫu và chatbot:** Doanh nghiệp có thể dùng Google Forms hoặc Microsoft Forms để tạo một vòng đánh giá đầu vào bằng câu hỏi tình huống. Bên cạnh đó, có thể triển khai chatbot đơn giản qua Tidio hoặc ManyChat để ứng viên trả lời trực tiếp, sau đó hệ thống lưu lại dữ liệu. Nhờ cách này, HR có thể loại bớt những hồ sơ chưa phù hợp trước khi bước vào phỏng vấn trực tiếp. Nhờ ChatGPT tạo bộ câu hỏi phỏng vấn. AI có thể hỗ trợ xây dựng danh sách câu hỏi dùng để đánh giá kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống và tư duy nghề nghiệp cho từng vị trí.

# CHƯƠNG 4

## ỨNG DỤNG AI TRONG ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN ĐỘI NGŨ

- ✓ **Mục tiêu:** Giúp doanh nghiệp tận dụng AI để thiết kế chương trình học nội bộ, nâng cao năng lực nhân sự, đồng thời tiết kiệm chi phí và rút ngắn thời gian triển khai.
- ✓ **Lưu ý:** Các giải pháp được đề cập ở đây ưu tiên tính thực tế, dễ áp dụng, phù hợp với doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ.

### 1. Vì sao AI có thể tạo thay đổi rõ rệt

- ✓ **Học theo năng lực từng người:** Mỗi nhân viên có tốc độ tiếp thu và nền tảng khác nhau, AI có thể đề xuất lộ trình học cũng như bài kiểm tra phù hợp hơn.
- ✓ **Giảm chi phí tổ chức đào tạo:** Doanh nghiệp không nhất thiết phải thuê giảng viên riêng hay mở phòng đào tạo chuyên biệt, mà có thể dùng nền tảng học trực tuyến có hỗ trợ AI để xây khóa học và đánh giá kết quả.

- ✓ **Tăng sự chủ động khi học:** AI giúp theo dõi tiến độ, gửi nhắc việc đúng lúc, khiến nhân viên cảm thấy được hỗ trợ sát sao mà không phải lúc nào cũng chờ HR hay quản lý trực tiếp.

## 2. Xây dựng hệ thống e-learning

- ✓ **Điểm mạnh:** Dễ sử dụng, thuận tiện khi tạo lớp học, tài liệu và bài tập. Có thể dùng gần như miễn phí nếu doanh nghiệp đã có tài khoản Google Workspace hoặc chỉ dùng Gmail thông thường.
- ✓ **Khả năng hỗ trợ từ AI:** Google đang bổ sung nhiều tính năng hỗ trợ soạn thảo, gợi ý nội dung và kiểm tra chính tả khi làm bài giảng hoặc đề kiểm tra. Có thể kết hợp với Google Forms để tạo bài kiểm tra và chấm điểm tự động.
- ✓ **Cách triển khai nhanh:** Tạo lớp học, thêm nhân viên bằng email, đăng tài liệu dạng PDF hoặc video, giao bài tập và tạo quiz thông qua Google Forms, Moodle.
- ✓ **Điểm mạnh:** Là nền tảng mã nguồn mở, miễn phí, có thể bổ sung thêm nhiều plugin hỗ trợ AI như phân tích quá trình học hoặc gợi ý tài liệu. Phù hợp với doanh nghiệp muốn tùy biến sâu hơn và có người phụ trách kỹ thuật cơ bản.

- ✓ **Cách triển khai:** Cài Moodle trên hosting. Bổ sung các plugin như Learning Analytics để theo dõi tiến độ học tập. Tạo tài khoản cho nhân viên và phân quyền truy cập vào các khóa học tương ứng.

### 3. Dùng ChatGPT để hỗ trợ xây nội dung đào tạo và bài kiểm tra

- ✓ **Soạn khung bài giảng:** Ban đầu có thể yêu cầu ChatGPT xây dàn ý cho một khóa học theo chủ đề cụ thể, dành cho nhân viên mới, chia thành nhiều bài học với độ dài mong muốn. AI sẽ giúp phác ra cấu trúc ban đầu, sau đó doanh nghiệp chỉnh sửa lại cho phù hợp với thực tế vận hành và văn hóa nội bộ.
- ✓ **Ví dụ:** Với khóa học Content Marketing, AI có thể xây dựng chuỗi nội dung gồm:

**Bài 1:** Tổng quan về Content Marketing, vai trò, lợi ích, thành phần chính, điểm khác biệt với các hình thức marketing khác và xu hướng mới.

**Bài 2:** Cách xây chiến lược nội dung, từ xác định khách hàng mục tiêu, đặt mục tiêu SMART, lập kế hoạch đến chọn kênh phân phối.

**Bài 3:** Phương pháp tạo nội dung chất lượng, cách viết hấp dẫn, tối ưu SEO và chỉnh sửa để đảm bảo chất lượng.

**Bài 4:** Cách phân phối và quảng bá nội dung qua blog, mạng xã hội, email, influencer và quảng cáo trả phí.

**Bài 5:** Phương pháp đo lường hiệu quả, đọc chỉ số, dùng công cụ phân tích và tối ưu chiến lược dựa trên dữ liệu.



✓ **Hiệu quả mang lại:** Giúp rút ngắn đáng kể thời gian lên khung bài giảng, không phải bắt đầu lại từ số 0 tạo câu hỏi trắc nghiệm và bài đánh giá. Doanh nghiệp có thể nhờ ChatGPT sinh bộ câu hỏi trắc nghiệm theo từng bài học, kèm đáp án cách này giúp phòng đào tạo nhanh chóng có bộ câu hỏi kiểm tra để đưa vào Google Forms, Classroom hoặc các nền tảng học tập khác.

✓ **Ví dụ:** Chỉ cần yêu cầu AI tạo 10 câu hỏi trắc nghiệm cho một chủ đề như kỹ năng giao tiếp hiệu quả, hệ thống sẽ trả về bộ câu hỏi kèm đáp án để sử dụng ngay cá nhân hóa nội dung đào tạo.

✓ **Có thể bổ sung yêu cầu cụ thể như:** “Nhân sự kế toán thường hay sai ở khâu nào khi hạch toán? Hãy tạo thêm 2 bài tập tình huống sát thực tế.”

Điểm mạnh là ChatGPT có thể bám theo bối cảnh doanh nghiệp để xây dựng ví dụ và tình huống gần với công việc thực tế hơn.

✓ **Tuy vậy:** Nội dung tạo ra vẫn cần được rà soát lại để bảo đảm đúng chuyên môn và phù hợp cách dùng từ của doanh nghiệp.

## 4. Tự động nhắc học và theo dõi tiến độ

### a. Kết hợp Zapier/Make với Google Sheets

✓ **Mục đích:** Tự động gửi nhắc nhở cho nhân viên chưa hoàn tất bài học.

✓ **Cách triển khai:** Lập bảng theo dõi trên Google Sheets gồm tên nhân viên và trạng thái hoàn thành bài học dùng Zapier hoặc Make kiểm tra định kỳ, nếu ai còn thiếu bài, hệ thống sẽ gửi email hoặc thông báo qua Slack/Zalo. Với khối lượng thao tác nhỏ, gần như không phát sinh chi phí.

### a. Kết hợp Zapier/Make với Google Sheets

✓ **Công cụ có thể dùng:** ManyChat, Harafunnel... với bản miễn phí giới hạn tính năng.

✓ **Cách triển khai:** Tạo chatbot, lưu danh sách nhân viên và để chatbot chủ động gửi tin nhắn nhắc lịch học kèm đường dẫn vào lớp học.

✓ **Lợi ích:** Vì nhân viên đã quen dùng Zalo hoặc Messenger nên dễ đọc thông báo, từ đó tăng tỷ lệ tham gia học đầy đủ.

## 5. Đánh giá năng lực và đề xuất hướng phát triển

### a. Google Forms kết hợp chấm điểm

- ✓ **Cách làm:** Tạo bài kiểm tra năng lực ngắn theo tuần hoặc theo từng khóa. Google Forms tự chấm điểm và hiển thị ai đạt mức nào. Dựa trên kết quả này, HR xác định ai cần bồi dưỡng thêm kiến thức.

### b. Dùng Power BI bản miễn phí

- ✓ **Mục đích:** Theo dõi trực quan quá trình đào tạo, kết quả kiểm tra và so sánh giữa các đợt huấn luyện.
- ✓ **Cách làm:** Lấy dữ liệu từ Google Sheets đưa vào Power BI Desktop. Thiết lập biểu đồ để xem điểm trung bình, mức tiến bộ và các xu hướng học tập.
- ✓ **Hỗ trợ AI cơ bản:** Có thể đặt câu hỏi bằng ngôn ngữ tự nhiên như “Ai có điểm dưới 50%?” và hệ thống phản hồi bằng biểu đồ.

### c. ChatGPT hỗ trợ xây lộ trình học

✓ **Cách làm:** Người quản lý hoặc HR cung cấp thông tin về điểm yếu, mục tiêu phát triển của từng nhân viên. Từ đó ChatGPT gợi ý module học phù hợp hoặc tài liệu cần bổ sung.

✓ **Hiệu quả:** Thay vì phải soạn toàn bộ từ đầu, quản lý chỉ cần chỉnh sửa lại khung gợi ý mà AI đã tạo.

## 6. Một số tình huống áp dụng thực tế

### a. Doanh nghiệp thời trang bán lẻ

✓ **Google Classroom:** Để mở khóa “kỹ năng bán hàng chuyên nghiệp” cho nhân viên mới. ChatGPT hỗ trợ chuẩn bị 5 bài học và 10 tình huống thực hành, doanh nghiệp chỉ cần tinh chỉnh lại theo phong cách thương hiệu.

✓ **Kết quả mong muốn:** Nhân viên mới nắm việc nhanh hơn; cuối khóa có bài kiểm tra và người đạt từ 80% trở lên sẽ được công nhận nội bộ, tạo động lực và chuẩn hóa cách bán hàng.

## b. Doanh nghiệp dịch vụ du lịch

- ✓ **Có thể cài Moodle trên hosting:** Chi phí thấp để đăng tải liệu và video hướng dẫn về tour, cách xử lý quy trình, đặt vé. Dùng chatbot Messenger nhắc bài hằng tuần; người chưa hoàn thành kiểm tra sẽ nhận thông báo nhắc tiếp.

- ✓ **Kết quả:** Tỷ lệ hoàn thành khóa học cao, nhân viên nắm rõ quy trình hơn và giảm sai sót khi tư vấn, bán tour.

## c. Startup công nghệ

- ✓ **Nhân viên kỹ thuật:** Có thể học thêm qua các nền tảng quốc tế như Coursera hoặc Udemy để cập nhật công nghệ mới. Zapier giúp đồng bộ chứng chỉ hoặc trạng thái hoàn thành khóa học về Google Sheets để HR theo dõi. Hằng tháng, Power BI có thể tổng hợp tiến độ và ghi nhận những nhân sự học tập tích cực, từ đó hình thành văn hóa cạnh tranh lành mạnh.

## 7. Những điểm cần lưu ý khi triển khai

- ✓ **Rà soát nội dung do AI tạo ra:** Dù AI hỗ trợ nhanh, doanh nghiệp vẫn phải kiểm tra để bảo đảm phù hợp với quy định và thực tế nội bộ.

- ✓ **Tạo động lực học tập:** Không nên chỉ giao bài và kiểm tra; nên có hình thức ghi nhận như chứng nhận, phần thưởng nhỏ hoặc tuyên dương để khuyến khích nhân viên.
- ✓ **Giữ an toàn cho tài liệu nội bộ:** Cần dùng các nền tảng đáng tin cậy và kiểm soát quyền chia sẻ nếu tài liệu mang tính riêng tư hoặc độc quyền.
- ✓ **Liên tục cập nhật chương trình:** Phản hồi của nhân viên cùng dữ liệu từ hệ thống sẽ giúp doanh nghiệp chỉnh sửa giáo trình ngày càng sát thực tế hơn.

AI trong đào tạo và phát triển nhân sự không còn là giải pháp chỉ dành cho doanh nghiệp lớn. Ngay cả doanh nghiệp quy mô nhỏ cũng có thể tận dụng các công cụ miễn phí hoặc chi phí thấp để xây dựng hệ thống đào tạo nội bộ, theo dõi tiến độ và cá nhân hóa quá trình học cho từng người.

| Điểm bắt đầu hợp lý                                                                                                                                                                                            | Giá trị mang lại                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Khởi đầu bằng những công cụ đơn giản như Google Classroom, ChatGPT để soạn nội dung, hoặc Zapier để nhắc hạn học; sau đó mới mở rộng sang các ứng dụng nâng cao hơn như phân tích dữ liệu hay tư vấn lộ trình. | Giảm chi phí đào tạo, tiết kiệm thời gian chuẩn bị, nâng cao trình độ nhân viên, hạn chế sai sót và góp phần hình thành văn hóa học tập bền vững. |



# Phần III

**ỨNG DỤNG AI TRONG NGHIÊN CỨU KHÁCH  
HÀNG, THỊ TRƯỜNG**

## CHƯƠNG 5

### ỨNG DỤNG AI TRONG CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG VÀ ĐÀO TẠO NHÂN SỰ

#### 1. Vì sao AI tạo ra khác biệt lớn trong nghiên cứu thị trường?

- ✓ **Xử lý thông tin với tốc độ rất cao:** AI có thể rà soát nhanh khối lượng lớn phản hồi, nhận xét sản phẩm, dữ liệu thị trường hay ý kiến người dùng trong thời gian ngắn.
- ✓ **Tìm ra tín hiệu mà con người dễ bỏ qua:** Thay vì chỉ dựa vào cảm nhận, doanh nghiệp có thể dùng AI để nhận biết xu hướng, hành vi và nhu cầu tiềm ẩn của khách hàng thông qua dữ liệu.
- ✓ **Giảm đáng kể chi phí nghiên cứu:** Nếu trước đây khảo sát và phân tích thị trường thường tốn kém, thì nay nhiều công cụ AI miễn phí hoặc chi phí thấp đã giúp cả doanh nghiệp nhỏ cũng có thể làm nghiên cứu bài bản hơn.

## 2. Cách thu thập và tổng hợp dữ liệu khách hàng

### Hướng 1:

#### THIẾT KẾ KHẢO SÁT BẰNG GOOGLE FORMS

Phần này hướng đến việc giúp doanh nghiệp, kể cả quy mô nhỏ, tự xây dựng biểu mẫu khảo sát, thu thập phản hồi khách hàng và bước đầu dùng AI để hỗ trợ đọc kết quả một cách dễ hiểu, trực quan.

##### a. Dùng ChatGPT để lên bộ câu hỏi khảo sát

**Bước 1:** Xác định mục đích khảo sát trước tiên cần làm rõ mình muốn đo lường điều gì.

**Ví dụ:** Kiểm tra mức độ hài lòng của khách sau khi sử dụng dịch vụ giao hàng hoặc hậu mãi.

**Bước 2:** Nhờ ChatGPT hỗ trợ soạn câu hỏi cung cấp cho ChatGPT bối cảnh như mục tiêu khảo sát, nhóm khách hàng cần hỏi.

**Yêu cầu AI đề xuất:** Danh sách câu hỏi, cách diễn đạt dễ hiểu, trình tự hỏi hợp lý. Sau đó doanh nghiệp chỉnh sửa lại để sát với thực tế vận hành.

**Bước 3:** Tạo biểu mẫu khảo sát có thể chọn Google Forms hoặc các nền tảng tương tự như Typeform.

✓ **Đưa câu hỏi vào form và sắp xếp theo trình tự logic, chẳng hạn:**

Phần giới thiệu, thông tin cơ bản, nội dung khảo sát chính. Nếu cần, có thể thiết lập câu hỏi ẩn/hiện theo từng trường hợp trả lời.

**Bước 4:** Gửi khảo sát đến khách hàng chia sẻ biểu mẫu qua email, tin nhắn hoặc mạng xã hội. Kèm theo một lời mời ngắn gọn, rõ ràng và nêu lý do khách hàng nên tham gia.

**Bước 5:** Đọc và khai thác kết quả sau khi có phản hồi, xuất dữ liệu ra để xem biểu đồ hoặc nhận diện mẫu xu hướng. Từ đó rút ra các điểm cần điều chỉnh trong sản phẩm, dịch vụ hoặc quy trình phục vụ.

**Ví dụ:** Nếu mục tiêu là đánh giá mức độ hài lòng với dịch vụ giao hàng, ChatGPT có thể hỗ trợ doanh nghiệp tạo bộ câu hỏi phù hợp để đưa vào biểu mẫu khảo sát.

## **b. Các bước tạo khảo sát trực tiếp bằng Google Forms**

**Bước 1:** Vào Google Forms mở trình duyệt và truy cập trang Google Forms. Nếu chưa đăng nhập, cần dùng tài khoản Google để vào hệ thống.

**Bước 2:** Tạo một form mới Google Forms có sẵn nhiều mẫu. Nếu muốn tự thiết kế từ đầu, chọn mẫu trắng Blank.

**Bước 3:** Đặt tên và mô tả biểu mẫu đặt tiêu đề rõ ràng, ví dụ như khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng.



**Bước 4:** Thêm câu hỏi khi nhập nội dung câu hỏi, Google Forms có thể tự gợi ý kiểu trả lời phù hợp như trắc nghiệm, nhiều lựa chọn, hộp kiểm, câu trả lời ngắn.

**Ví dụ:** Với câu hỏi về chất lượng sản phẩm, có thể dùng thang đo đánh giá 1–5 hoặc số sao.

**Bước 5:** Tận dụng gợi ý câu hỏi của hệ thống trong một số trường hợp, Forms có thể gợi ý kiểu câu hỏi phù hợp ngay khi nhập tiêu đề. Nếu gõ các từ như email, tuổi..., hệ thống có thể tự nhận diện và chuyển sang đúng dạng dữ liệu cần nhập.

**Bước 6:** Điều chỉnh cài đặt biểu mẫu có thể bật chức năng thu thập email nếu doanh nghiệp muốn lấy thông tin người trả lời. Có thể giới hạn mỗi người chỉ gửi một phản hồi. Nếu bảng hỏi dài, có thể bật thanh tiến trình để người làm khảo sát dễ theo dõi.

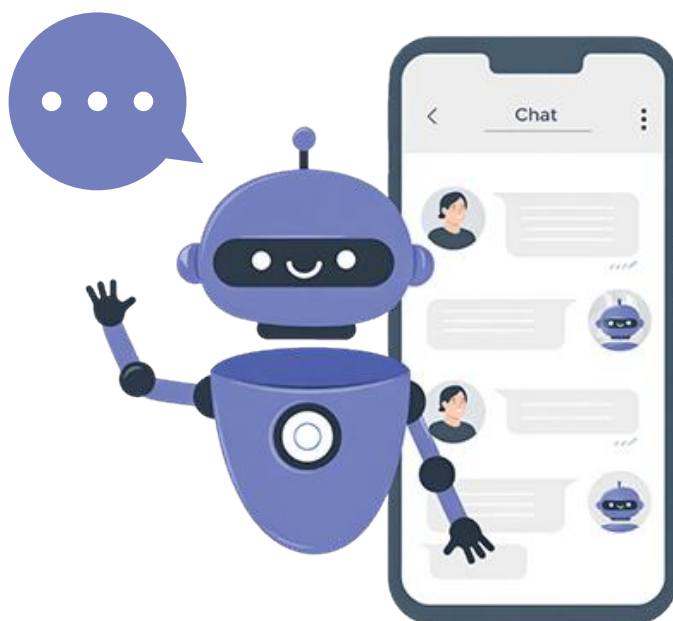
**Bước 7:** Lấy đường link để chia sẻ sau khi hoàn tất, nhấn nút gửi chọn hình thức chia sẻ bằng đường link, có thể rút gọn link rồi sao chép. Đây sẽ là liên kết dùng để gửi cho khách hàng tham gia khảo sát.

### c. Các cách gửi bảng khảo sát đến khách hàng

**Phương án 1:** Gửi trực tiếp qua email trong phần gửi của Google Forms, doanh nghiệp có thể chọn hình thức gửi thẳng biểu mẫu qua email. Bạn chỉ cần thêm tiêu đề và vài dòng mời tham gia, hệ thống sẽ gắn sẵn liên kết khảo sát vào email.

**Phương án 2:** Chia sẻ đường dẫn trên Zalo, Facebook có thể sao chép link khảo sát rồi đăng lên Facebook, Zalo hoặc gửi qua tin nhắn cá nhân. Nên viết kèm một lời mời ngắn, rõ lợi ích để người nhận dễ bấm vào tham gia, chẳng hạn tặng mã ưu đãi hoặc quà nhỏ.

**Phương án 3:** Đặt khảo sát trên website nếu có website, doanh nghiệp có thể đặt nút bấm hoặc chèn đường dẫn dẫn tới form khảo sát. Khi khách truy cập trang web, họ có thể thấy lời mời khảo sát và điền ngay tại đó.





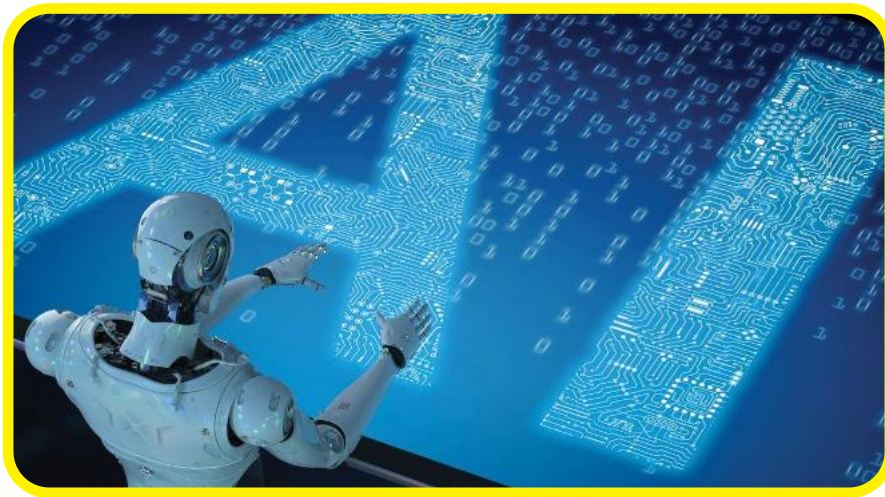
## d. Theo dõi phản hồi và đọc kết quả ở mức cơ bản

**Bước 1:** Xem trực tiếp trong Google Forms Sau khi có người trả lời, vào mục phản hồi để xem kết quả tổng hợp. Google Forms tự hiển thị biểu đồ và thống kê số lượng lựa chọn cho từng phương án. Nhờ vậy, doanh nghiệp có thể nhìn nhanh bức tranh tổng quát mà không cần tự làm báo cáo từ đầu.

**Bước 2:** Đồng bộ dữ liệu sang Google Sheets từ phần phản hồi, có thể mở dữ liệu bằng Google Sheets. File Sheets này sẽ chứa thông tin chi tiết hơn như thời điểm trả lời và nội dung từng người đã điền. Đây là bước rất hữu ích vì Sheets cho phép lọc, sắp xếp và phân tích sâu hơn so với giao diện biểu mẫu. Điểm tiện lợi là khi có phản hồi mới, dữ liệu trong Sheets cũng cập nhật tự động.

## e. Khai thác AI ở mức cơ bản với Google Forms và Google Sheets

**Các hỗ trợ thông minh sẵn có trong Google Forms:** Khi nhập câu hỏi, hệ thống có thể đề xuất kiểu câu trả lời phù hợp như hộp chọn, câu hỏi trắc nghiệm hay danh sách thả xuống. Khi xem kết quả, Forms cũng tự động dựng biểu đồ và chỉ ra xu hướng trả lời nổi bật. Dù đây mới chỉ là mức hỗ trợ cơ bản, nhưng vẫn rất hữu ích với doanh nghiệp nhỏ muốn xem nhanh số liệu mà không cần thao tác thủ công. Kết hợp thêm tự động hóa bằng Script hoặc Zapier có thể dùng Zapier hoặc Make để liên kết Google Sheets với Gmail hoặc công cụ khác nhằm gửi thông báo khi có phản hồi mới. Ngoài ra, Google Apps Script cũng cho phép thiết lập việc gửi email tổng hợp kết quả theo ngày.



✓ **Ví dụ:** Vào cuối ngày hệ thống có thể tự kiểm tra số lượt phản hồi và gửi báo cáo tóm tắt cho người quản lý nếu đạt một ngưỡng nhất định. Dùng ChatGPT để gom ý và rút ý chính từ câu trả lời mở với những câu hỏi mở như góp ý về sản phẩm, khách hàng thường trả lời dài và khó đọc nhanh. Khi đó có thể sao chép từng nhóm câu trả lời sang ChatGPT, tóm lược ý chính, phân nhóm phản hồi, chia thành nhóm khen, chưa hài lòng, đề xuất cải thiện. Cách này giúp doanh nghiệp nhận ra nhanh những chủ đề được nhắc nhiều nhất, cũng như các vấn đề khách hàng đang bức xúc. Phân tích từ khóa cơ bản bằng Google Sheets. Nếu doanh nghiệp muốn biết khách hàng nhắc nhiều đến điều gì, có thể gom các phản hồi mở vào Google Sheets. Sau đó dùng các hàm đếm để thống kê tần suất xuất hiện của những từ khóa quan trọng như chất lượng, giá, giao hàng hay bảo hành. Phương pháp này đơn giản, gần như không phát sinh chi phí, nhưng vẫn giúp xác định khá rõ các vấn đề trọng tâm mà khách hàng quan tâm nhất.

## Hướng 2:

### ỨNG DỤNG AI ĐƠN GIẢN ĐỂ PHÂN TÍCH KHÁCH HÀNG VÀ THỊ TRƯỜNG

#### a. Google Trends ( miễn phí )

- ✓ **Cách sử dụng:** Vào Google Trends và nhập từ khóa liên quan đến sản phẩm hoặc lĩnh vực kinh doanh. Theo dõi mức độ quan tâm theo từng giai đoạn, từng khu vực để nhận ra xu hướng đang đi lên hay đi xuống.
- ✓ **Ứng dụng thực tế:** Doanh nghiệp có thể biết thời điểm nhu cầu tìm kiếm tăng cao để chuẩn bị hàng hóa và kế hoạch truyền thông phù hợp. Chẳng hạn, nếu lượng tìm kiếm “áo len nữ” tăng mạnh từ cuối năm đến đầu năm sau, thì nên nhập hàng và chạy quảng cáo sớm hơn.



## b. Facebook Audience Insights

✓ **Cách sử dụng:** Đăng nhập Meta Business, vào mục Insights để xem dữ liệu về nhóm người đang quan tâm đến trang như độ tuổi, giới tính, khu vực và sở thích.

✓ **Giá trị mang lại:** Giúp doanh nghiệp hiểu rõ hơn ai đang quan tâm đến sản phẩm, nhóm khách nào tương tác mạnh và nội dung nào thu hút nhất. Từ đó có thể tinh chỉnh tệp quảng cáo cho sát đối tượng hơn.

## c. Power BI và Looker Studio

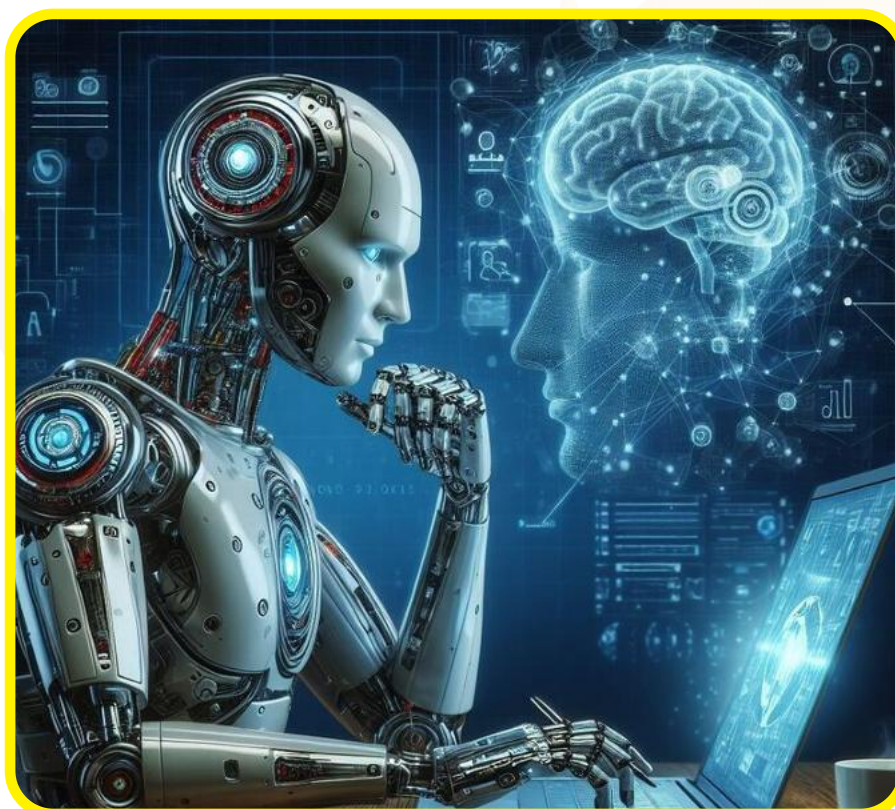
✓ **Power BI bản miễn phí:** Có thể đưa dữ liệu từ biểu mẫu khảo sát, Google Sheets hoặc Excel bán hàng vào Power BI để tạo dashboard tổng hợp. Hệ thống còn hỗ trợ đặt câu hỏi theo ngôn ngữ tự nhiên, ví dụ hỏi tháng nào doanh số cao nhất.

✓ **Looker Studio:** Phù hợp khi doanh nghiệp muốn kết nối dữ liệu từ Google Analytics, Sheets, YouTube Analytics... Dễ quan sát, dễ trình bày và hỗ trợ gợi ý cách hiển thị biểu đồ.



#### d. Dự báo nhu cầu và xu hướng

- ✓ **Dùng ChatGPT:** Để dự báo ở mức cơ bản Doanh nghiệp có thể cung cấp dữ liệu bán hàng của nhiều tháng gần nhất cho ChatGPT để nhờ AI nhận xét xu hướng và đề xuất kế hoạch nhập hàng. Với dữ liệu mẫu của một cửa hàng mỹ phẩm, có thể thấy mùa hè nên ưu tiên nhóm dưỡng da, chống nắng giai đoạn chuyển mùa có thể tăng nhẹ dòng son cuối năm nên chuẩn bị thêm nhóm trang điểm, quà tặng và son môi vì sức mua thường tăng. Cách làm này giúp doanh nghiệp có cái nhìn tổng quát nhanh để ra quyết định ban đầu.



- ✓ **Điểm cần lưu ý:** ChatGPT không thay thế được các công cụ phân tích chuyên sâu, vì vậy kết quả chỉ nên xem là nguồn tham khảo. Bù lại, AI cho tốc độ xử lý nhanh và phù hợp với đơn vị mới bắt đầu làm phân tích. Dự báo bằng Excel và công cụ hỗ trợ AI

Với Excel 2016 trở lên, doanh nghiệp có thể dùng tính năng Forecast Sheet để dựng biểu đồ và giá trị dự báo theo chuỗi thời gian. Chỉ cần có dữ liệu theo 2 cột là mốc thời gian và doanh số hoặc số lượng bán. Sau đó chọn dữ liệu, vào thẻ Data và dùng Forecast Sheet để tạo bảng dự báo. Ngoài ra có thể kết hợp Power Query hoặc một số add-in hỗ trợ phân tích. Cách này giúp doanh nghiệp nhìn trước xu hướng bán hàng để hạn chế nhập thiếu hoặc nhập dư.

### **e. Một số gợi ý triển khai thực tế**

Shop bán phụ kiện điện thoại Có thể kết hợp Google Trends với Audience Insights để xem loại ốp lưng, kính cường lực nào đang được quan tâm nhiều theo từng khu vực. Mỗi tháng theo dõi xu hướng tìm kiếm và dữ liệu tương tác để điều chỉnh nhập hàng. Nhờ vậy, cửa hàng dễ nhập đúng mẫu khách thích hơn, giảm tồn kho và cải thiện doanh số. Doanh nghiệp thực phẩm đóng gói có thể đọc phản hồi từ Facebook, TikTok, Shopee rồi đưa vào ChatGPT để tóm lược xem khách hàng đang chưa hài lòng điều gì. Nếu phát hiện nhiều người than phiền bao bì khó mở, doanh nghiệp có thể thay đổi thiết kế hoặc bổ sung hướng dẫn sử dụng. Việc điều chỉnh này có thể giúp trải nghiệm khách hàng tốt hơn và nâng điểm đánh giá. Startup thời trang Có thể dùng Looker Studio kéo dữ liệu từ Google Analytics và Facebook Insights lên cùng một bảng điều khiển. Theo dõi định kỳ các chỉ số như lượng truy cập, tỷ lệ chuyển đổi và khu vực mua hàng nhiều. Khi nhận ra một thị trường tiềm năng, doanh nghiệp có thể đẩy quảng cáo và bổ sung mẫu mã phù hợp để tăng đơn hàng.



- + Những điểm cần lưu ý khi áp dụng AI vào nghiên cứu khách hàng và thị trường
  - Phải kiểm tra lại chất lượng dữ liệu: AI xử lý nhanh nhưng chỉ hữu ích khi dữ liệu đủ lớn và đủ đại diện.
  - Không nên giao toàn quyền cho AI: Kết quả phân tích vẫn cần kết hợp với kinh nghiệm thực tế, quan sát thị trường và phản hồi từ đội sales hoặc CSKH.
  - Chú ý bảo mật dữ liệu khách hàng: Nếu có sử dụng email, số điện thoại hay lịch sử mua hàng, doanh nghiệp cần kiểm soát tốt việc lưu trữ và chia sẻ thông tin.
  - Nên bắt đầu từ bài toán nhỏ: Có thể khởi động bằng việc xem xu hướng tìm kiếm hoặc khảo sát mức độ hài lòng, sau đó mới mở rộng sang dự báo hay phân tích cảm xúc chuyên sâu hơn.

## 1. Phân tích nhu cầu và xu thế tìm kiếm

- ✓ **Mục đích:** Tìm ra xu hướng quan tâm của thị trường đối với sản phẩm hoặc dịch vụ.
- ✓ **Nguồn thông tin:** Google Trends. Từ khóa tìm kiếm trên website. Gợi ý từ khóa từ sàn như Shopee, Lazada.
- ✓ **Công cụ/cách làm:** Dùng Google Trends để theo dõi biến động mức độ quan tâm theo thời gian. Dùng ChatGPT để tóm lược và đối chiếu sự khác nhau giữa các vùng

- ✓ **Ví dụ kết quả:** Nhu cầu tăng mạnh vào giai đoạn tháng 10 đến tháng 12. Khu vực phía Nam quan tâm cao hơn đáng kể so với phía Bắc.
- ✓ **Ứng dụng thực tế:** Chủ động nhập hàng sớm hơn trước mùa cao điểm. Dồn ngân sách quảng cáo vào các địa bàn có nhu cầu nổi bật.

## 2. Phân tích ý kiến và đánh giá của khách hàng

- ✓ **Mục đích:** Xác định những vấn đề khách hàng đang chưa hài lòng. Đồng thời nhận ra điểm mạnh của sản phẩm.
- ✓ **Nguồn thông tin:** Bình luận trên Facebook, TikTok. Đánh giá trên Shopee, Tiki. Kết quả khảo sát từ Google Forms.
- ✓ **Công cụ/cách làm:** Theo dõi phản hồi bằng social listening thủ công hoặc công cụ giá rẻ. Dùng ChatGPT để gom ý và rút ra nhóm nhận xét chính.



- ✓ **Ví dụ kết quả:** Phần lớn khách chưa hài lòng vì giao hàng chậm. Một nhóm khác đánh giá cao độ bền của sản phẩm. Một tỷ lệ nhỏ cho rằng giá còn hơi cao.
- ✓ **Ứng dụng thực tế:** Cải thiện khâu vận chuyển và đóng gói. Tăng cường truyền thông về chất lượng để củng cố định vị sản phẩm.

### 3. Phân nhóm khách hàng và xây dựng chân dung người mua

- ✓ **Mục đích:** Chia khách thành từng nhóm theo tuổi, thu nhập và hành vi mua sắm.
- ✓ **Nguồn thông tin:** Dữ liệu khách hàng cũ trong Excel hoặc CRM. Dữ liệu thu được từ khảo sát.
- ✓ **Công cụ/cách làm:** Sử dụng Power BI hoặc Looker Studio để trực quan hóa. Phân tích mức chi tiêu, tần suất mua. Dùng cách phân nhóm đơn giản với AI.
- ✓ **Ví dụ kết quả:** Nhóm sinh viên ưu tiên giá rẻ. Nhóm nhân viên văn phòng coi trọng giao hàng nhanh. Nhóm thu nhập cao sẵn sàng chi thêm cho chất lượng tốt hơn.

- ✓ **Ứng dụng thực tế:** Mỗi nhóm khách sẽ nhận thông điệp khác nhau. Nhóm sinh viên có thể ưu tiên ưu đãi. Nhóm nhân viên văn phòng phù hợp với thông điệp giao nhanh. Nhóm thu nhập cao phù hợp với gói cao cấp và hậu mãi dài hơn.



#### 4. Dự đoán doanh số và nhu cầu

- ✓ **Mục đích:** Ước lượng trước mức bán ra để tránh tồn kho quá lớn hoặc thiếu hàng.
- ✓ **Nguồn thông tin:** Doanh số của 6-12 tháng gần nhất. Các yếu tố như mùa vụ và biến động giá.

✓ **Công cụ/cách làm:** Dùng Excel Forecast Sheet hoặc Power BI. Dùng ChatGPT để tóm lược tình hình và gợi ý xu hướng.

✓ **Ví dụ kết quả:** Doanh số tháng 11 có thể cao hơn tháng 10. Giá vốn có khả năng tăng thêm do nguyên liệu đầu vào biến động.

✓ **Ứng dụng thực tế:** Chuẩn bị lượng hàng hợp lý cho mùa cao điểm. Điều chỉnh giá bán và dự trù chi phí marketing sớm hơn.

## 5. Đánh giá đối thủ và vị thế thị trường

✓ **Công cụ/cách làm:** Dùng ChatGPT để rút ngắn các báo cáo dài. Kết hợp Google Sheets hoặc Power BI để đối chiếu doanh thu, lượng truy cập và các chỉ số quan trọng.

✓ **Ví dụ kết quả:** Một đối thủ đang chiếm tỷ trọng lớn ở kênh online. Một đối thủ khác mạnh ở phân khúc cao cấp và ít cạnh tranh ở nhóm giá rẻ.

✓ **Ứng dụng thực tế:** Doanh nghiệp có thể tập trung đánh mạnh phân khúc phổ thông nếu đó là khoảng trống. Hoặc đầu tư nâng cấp sản phẩm để cạnh tranh ở nhóm khách cao hơn.

## 6. Kênh bán hàng và hiệu quả marketing

✓ **Mục đích:** Theo dõi khả năng chuyển đổi và hiệu quả chi tiêu quảng cáo.

✓ **Nguồn thông tin:** Dữ liệu từ Facebook Ads, Google Ads. Chỉ số tương tác từ fanpage và email marketing.

✓ **Hướng ứng dụng:** Dựa trên các chỉ số này để đánh giá kênh nào đang mang lại hiệu quả cao hơn và nên ưu tiên ngân sách cho đâu. Phương pháp và công cụ AI sử dụng. Dùng Looker Studio để kết nối và theo dõi dữ liệu từ GA4 và Facebook Ads. Sử dụng Zapier hoặc Make để tự động đồng bộ và làm mới dữ liệu. Kết hợp ChatGPT để gợi ý các hướng tối ưu dựa trên số liệu đang có. Quảng cáo Facebook đạt ROAS 3.2. Google Ads có tỷ lệ chuyển đổi khoảng 2.5%. Email marketing đạt mức mở thư vào khoảng 20%. Giá trị thực tiễn và hướng áp dụng. Có thể tăng thêm ngân sách cho Facebook Ads vì hiệu quả hoàn vốn đang tốt. Cần rà soát lại bộ từ khóa Google Ads và tối ưu trang đích để cải thiện khả năng chuyển đổi. Cách dùng mẫu bảng phân tích. Làm rõ mục tiêu trước: Doanh nghiệp cần xác định mình muốn nhìn ra vấn đề gì, điểm nào cần cải thiện và loại quyết định nào cần dữ liệu hỗ trợ. Kết quả minh họa.





**Tập hợp dữ liệu đầu vào:** Ở cột nguồn dữ liệu, ghi rõ nơi lấy thông tin như phản hồi khách hàng, doanh thu bán hàng, khảo sát hoặc các dữ liệu liên quan khác.

**Ghi rõ cách ứng dụng AI:** Tại cột công cụ/phương pháp, nêu rõ doanh nghiệp đang dùng công cụ nào và dùng theo cách nào để hỗ trợ phân tích.

**Tóm lược kết quả nổi bật:** Ghi ngắn gọn các con số quan trọng hoặc những phát hiện chính mà AI hỗ trợ rút ra.

Chuyển kết quả thành hành động: Từ các phát hiện đó, đề xuất bước làm cụ thể như điều chỉnh chiến dịch tiếp thị, thay đổi giá bán hoặc cải thiện sản phẩm.



# Phần IV

**ỨNG DỤNG AI TRONG MARKETING VÀ BÁN HÀNG**

# CHƯƠNG 6

## ỨNG DỤNG AI VÀO HOẠT ĐỘNG TIẾP THỊ VÀ KINH DOANH

- ✓ **Mục tiêu:** Hỗ trợ doanh nghiệp cải thiện hiệu suất marketing, từ việc tiếp cận đúng khách hàng, cá nhân hóa nội dung, tối ưu chi phí quảng cáo cho đến hỗ trợ bán hàng như quản lý khách tiềm năng và dự đoán nhu cầu thị trường, với cách làm đơn giản và tiết kiệm.

### 1. Dùng AI để tạo nội dung marketing

#### Lưu ý:

Nếu muốn đi sâu hơn về kỹ thuật triển khai, có thể tham khảo thêm các tài liệu chuyên đề về Content AI đã được biên soạn riêng.

#### a. Dùng ChatGPT để viết nội dung quảng bá và lên ý tưởng

### Cách thực hiện:

Mở ChatGPT ở bản miễn phí hoặc bản trả phí. Nhập yêu cầu rõ ràng, ví dụ muốn một đoạn quảng cáo ngắn cho Facebook, theo phong cách trẻ trung, có lời kêu gọi hành động mạnh.

| Kết quả nhận được                                                                                                                                                                      | Kinh nghiệm sử dụng                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AI có thể tạo sẵn phần tiêu đề, nội dung mô tả và câu chốt hành động. Sau đó doanh nghiệp chỉ cần chỉnh lại để phù hợp hơn với tính cách thương hiệu và câu chuyện riêng của sản phẩm. | Mô tả càng cụ thể về sản phẩm, khách hàng mục tiêu và phong cách mong muốn thì nội dung tạo ra càng sát nhu cầu. Dù ChatGPT viết tiếng Việt khá tốt, doanh nghiệp vẫn nên biên tập lại để bài viết có màu sắc riêng, tránh cảm giác chung chung. |

### b. Tạo hình ảnh bằng Canva AI, DALL·E

- ✓ **Canva có tích hợp AI:** Bản miễn phí đã đủ để thiết kế poster, banner hoặc hình quảng bá cơ bản. Các tính năng như xóa nền tự động hoặc gợi ý nội dung tiêu đề rất hữu ích cho người không chuyên thiết kế.

✓ **Midjourney / DALL·E:** Phù hợp khi doanh nghiệp cần hình ảnh sáng tạo hơn, không trùng lặp. Chỉ cần nhập mô tả bằng câu lệnh, hệ thống sẽ sinh hình theo ý tưởng.

✓ **Ứng dụng thực tế:** Các đơn vị bán hàng online như thời trang, mỹ phẩm, đồ ăn hay phụ kiện có thể tự làm banner, hình sản phẩm và hình truyền thông mà không phải tốn nhiều chi phí thuê thiết kế ngoài.

### c. Tạo video bằng Sora và HeyGen

**Bước 1:** Cài và truy cập Sora nếu đang dùng gói ChatGPT có hỗ trợ plugin, vào kho plugin để tìm và cài Sora. Sau khi cài xong, công cụ này sẽ xuất hiện trong danh sách có thể dùng cùng.

**Bước 2:** Chuẩn bị nội dung cần đọc Soạn trước một đoạn script ngắn, rõ ý, tốt nhất ở mức vừa phải để xử lý thuận lợi.

**Bước 3:** Tạo giọng nói gửi lệnh yêu cầu Sora chuyển đoạn văn thành giọng đọc theo ngôn ngữ mong muốn. Hệ thống sẽ tạo file âm thanh hoặc cung cấp đường dẫn phát thử.

#### Lưu ý:

Nếu có tùy chọn tải xuống, nên lưu file âm thanh về máy để dùng cho các bước dựng video sau. Nếu chỉ nghe online, cần kiểm tra xem hệ thống có cho phép tải file hay không.

### **Kết quả:**

Bạn sẽ có một file âm thanh AI hoặc liên kết chứa giọng đọc, sẵn sàng đưa vào phần mềm tạo video. Dùng HeyGen để tạo video avatar AI.

**Bước 1:** Truy cập HeyGen Vào trang HeyGen, tạo tài khoản và chọn gói dùng thử hoặc gói phù hợp.

**Bước 2:** Tạo video mới chọn mẫu video hoặc nhân vật ảo phù hợp với nội dung muốn truyền tải.

**Bước 3:** Thêm nội dung âm thanh

+ Có thể chọn một trong hai cách:

- Dán trực tiếp phần văn bản để hệ thống tự đọc bằng giọng AI.
- Hoặc tải file âm thanh đã tạo từ Sora lên.
- Hệ thống sẽ đồng bộ cử động môi và phần nói của avatar.

**Bước 4:** Chỉnh bối cảnh có thể thay nền, thêm logo, chèn phụ đề và bố trí vị trí nhân vật trên khung hình.

**Bước 5:** Xuất video sau khi hoàn thiện, bấm tạo video và đợi hệ thống xử lý. Bản miễn phí thường bị giới hạn thời lượng hoặc có watermark. Cuối cùng có thể tải video về máy hoặc chia sẻ bằng đường dẫn.



### **Kết quả:**

Doanh nghiệp sẽ có một video AI với nhân vật ảo trình bày nội dung bằng giọng đọc tự động.

#### **d. Một số lưu ý khi triển khai**

- ✓ **Về chất lượng giọng đọc:** Trong một số trường hợp, giọng tạo từ Sora có thể tự nhiên hơn giọng tích hợp sẵn trong HeyGen. Cần kiểm tra kỹ khả năng hỗ trợ tiếng Việt hoặc giọng song ngữ nếu doanh nghiệp cần dùng.
- ✓ **Về watermark và bản quyền:** Gói miễn phí của các nền tảng video AI thường đi kèm watermark hoặc giới hạn tính năng. Nếu cần chất lượng cao và video dài hơn, nên cân nhắc gói trả phí.
- ✓ **Về độ dài nội dung:** Nên giữ mỗi video ở mức ngắn để tiết kiệm thời gian xử lý và tối ưu chi phí. Nếu nội dung dài, nên chia thành nhiều đoạn video nhỏ. Rà soát lời thoại và chất lượng đọc trước khi xuất bản video, cần kiểm tra lại kỹ phần kịch bản vì giọng AI đôi khi phát âm sai dấu hoặc ngắt câu chưa tự nhiên. Nếu chất lượng giọng đọc chưa thật rõ, nên bổ sung phụ đề để người xem dễ theo dõi hơn.

## 2. Tự động hóa marketing theo hướng tiết kiệm chi phí

### a. Email marketing bằng Mailchimp, Sendinblue hoặc HubSpot

- ✓ **Cách triển khai:** Tạo tài khoản trên nền tảng email marketing phù hợp, ưu tiên gói miễn phí nếu danh sách khách chưa lớn. Tải danh sách email khách hàng lên từ file CSV hoặc Excel, sau đó dùng giao diện kéo-thả để tạo mẫu email. Các tính năng gợi ý thông minh của nền tảng có thể hỗ trợ đề xuất tiêu đề, cấu trúc nội dung và thời điểm gửi hợp lý.
- ✓ **Hiệu quả mang lại:** Cải thiện tỷ lệ mở email và hạn chế nguy cơ rơi vào thư rác. Có thể chia nhóm khách hàng theo hành vi như đã mở mail hay đã bấm liên kết để gửi nội dung phù hợp hơn cho từng nhóm.
- ✓ **Kinh nghiệm áp dụng:** Có thể dùng ChatGPT để soạn phần nội dung ngắn, rõ thông điệp và có lời kêu gọi hành động cụ thể. Với doanh nghiệp nhỏ, gói miễn phí thường đã đủ dùng trong giai đoạn đầu nếu số lượng liên hệ chưa quá lớn.



## b. Chatbot trả lời tự động trên Facebook và Zalo

- ✓ **Các công cụ phù hợp:** ManyChat, Harafunnel hoặc BotStar ở bản miễn phí.
- ✓ **Cách hoạt động:** Kết nối chatbot với fanpage Facebook hoặc Zalo OA để hệ thống tự phản hồi tin nhắn. Ở mức cơ bản, chatbot có thể nhận ra một số từ khóa quen thuộc như giá, địa chỉ, thời gian giao hàng để trả lời nhanh.
- ✓ **Ví dụ thực tế:** Một shop thời trang online có thể để chatbot xử lý các câu hỏi lặp lại như giá bán, mẫu mã hoặc thu thập số điện thoại khách hàng. Nhờ đó, doanh nghiệp giảm thời gian trả lời thủ công mà vẫn duy trì tương tác liên tục cả ngày.
- ✓ **Hướng nâng cấp:** Khi cần xử lý hội thoại phức tạp hơn, có thể tích hợp thêm NLP như FPT.AI hoặc Zalo AI để chatbot hiểu câu tự nhiên tốt hơn.

### 3. Phân tích khách hàng và tối ưu chiến dịch quảng cáo

#### a. Facebook Ads và Google Ads tận dụng AI để tối ưu

- ✓ **Cách vận hành:** Các nền tảng quảng cáo hiện đã có sẵn nhiều tính năng tự động như đấu thầu thông minh hoặc chiến dịch thông minh để tìm nhóm khách có khả năng chuyển đổi tốt hơn. Khi tạo quảng cáo, có thể bật chế độ hiển thị tự động để hệ thống tự chọn vị trí phân phối phù hợp nhất. Ngoài ra, có thể dùng tệp khách tương tự trên Facebook hoặc Google để mở rộng phạm vi tiếp cận dựa trên dữ liệu khách hàng cũ.
- ✓ **Lưu ý khi sử dụng:** Nên cài đầy đủ Facebook Pixel hoặc Google Analytics để hệ thống có dữ liệu học hành vi người dùng. Có thể nhờ ChatGPT gợi ý từ khóa quảng cáo hoặc viết mẫu nội dung text ads. Sau vài ngày chạy, cần xem hiệu quả thực tế để tăng ngân sách cho nhóm quảng cáo tốt và dừng nhóm kém hiệu quả.

#### b. Theo dõi hiệu quả marketing bằng Power BI hoặc Looker Studio



| Cách làm                                                                                                                                                                                   | Điểm mạnh                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kết nối dữ liệu từ Facebook Ads, Google Ads và Google Sheets vào Power BI hoặc Looker Studio. Tạo bảng theo dõi trực quan để xem chi phí quảng cáo, lượt nhấp và doanh thu theo thời gian. | Không cần nhập số liệu thủ công từng lần. Có thể nhìn ra chiến dịch nào sinh lời tốt để tiếp tục đầu tư, chiến dịch nào kém hiệu quả để điều chỉnh hoặc tạm dừng. |

- ✓ **Tính năng hữu ích:** Với Power BI, người dùng còn có thể đặt câu hỏi trực tiếp bằng ngôn ngữ tự nhiên để lấy biểu đồ so sánh nhanh.

## 4. Hỗ trợ bán hàng: quản lý khách tiềm năng và dự báo nhu cầu

### a. CRM cơ bản với phiên bản miễn phí

- ✓ **Công cụ phù hợp:** HubSpot CRM Free hoặc Zoho CRM bản miễn phí. Cách sử dụng lưu thông tin khách hàng như tên, số điện thoại, nhu cầu và trạng thái xử lý. Hệ thống có thể gợi ý nhắc lịch gọi lại hoặc email chăm sóc tiếp theo.
- ✓ **Ví dụ thực tế:** Với doanh nghiệp bán máy lọc nước, mỗi khách để lại thông tin từ quảng cáo Facebook sẽ được tự động đưa vào danh sách liên hệ. Sau đó hệ thống nhắc nhân viên gọi lại, còn những khách chưa chốt thì tiếp tục được theo dõi ở bước sau.

- ✓ **Kết quả mang lại:** Giảm tình trạng bỏ quên khách tiềm năng. Dễ nhìn thấy toàn bộ phễu bán hàng từ lúc phát sinh nhu cầu đến lúc chốt đơn.
- ✓ **Dùng Excel Forecast Sheet:** Nếu đã có dữ liệu bán hàng vài tháng gần nhất, doanh nghiệp có thể dùng Forecast Sheet trong Excel để dựng biểu đồ dự báo cơ bản. Cách này giúp ước lượng nhu cầu trong thời gian tới để tránh nhập thiếu hoặc nhập quá nhiều hàng.
- ✓ **Kết hợp ChatGPT:** Với dữ liệu đơn giản, có thể đưa doanh thu hoặc số lượng bán theo tháng vào ChatGPT để nhờ AI nhận xét xu hướng. Có thể yêu cầu hệ thống gợi ý thời điểm nên đẩy mạnh tiếp thị hoặc chuẩn bị thêm hàng.





### Lưu ý:

ChatGPT chỉ nên đóng vai trò hỗ trợ nhận định ban đầu, không thay thế hoàn toàn công cụ phân tích chuyên sâu. Khi doanh nghiệp phát triển lớn hơn, nên chuyển sang các giải pháp như Power BI, Odoo hoặc ERPNext để tăng độ chính xác.

## c. Các phần mềm CRM trả phí dành cho doanh nghiệp vừa và nhỏ

Có thể cân nhắc các nền tảng ERP/CRM nội địa để quản lý quy trình đồng bộ hơn. Trong ảnh hiện tại chỉ mới thấy tiêu đề của mục này, chưa có phần diễn giải chi tiết bên dưới.



## Phần mềm 1: FAST Business Online (FAST Software)

|                  |                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Mô tả</b>     | FAST Business Online là giải pháp ERP do doanh nghiệp Việt phát triển, tích hợp nhiều phân hệ quan trọng như kế toán - tài chính, bán hàng, kho và sản xuất, đáp ứng nhu cầu quản trị tổng thể của doanh nghiệp.                |
| <b>Tính năng</b> | Liên thông dữ liệu giữa các phòng ban, hỗ trợ tự động hóa báo cáo tài chính và quản lý đơn hàng trên nhiều kênh bán hàng. Tích hợp AI ở mức cơ bản nhằm hỗ trợ phân tích tồn kho, doanh thu và dự báo dòng tiền.                |
| <b>Chi phí</b>   | Chi phí phụ thuộc vào số lượng người sử dụng, thường dao động từ vài triệu đến hàng chục triệu đồng mỗi năm.                                                                                                                    |
| <b>Ưu điểm</b>   | Là phần mềm thuần Việt nên phù hợp với môi trường doanh nghiệp trong nước, có đội ngũ hỗ trợ triển khai và bảo trì thuận tiện. Phiên bản Cloud giúp doanh nghiệp sử dụng trực tuyến mà không cần đầu tư hệ thống máy chủ riêng. |

## Phần mềm 2: BRAVO

|                  |                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Mô tả</b>     | BRAVO là hệ thống ERP kết hợp CRM dành cho doanh nghiệp trong các lĩnh vực sản xuất, thương mại và dịch vụ, được phát triển bởi công ty công nghệ Việt Nam.                                                                      |
| <b>Tính năng</b> | Phần mềm hỗ trợ quản lý xuyên suốt quy trình hoạt động của doanh nghiệp, từ mua hàng, bán hàng, sản xuất đến kế toán và nhân sự. AI Ứng dụng dữ liệu tập trung để hỗ trợ phân tích hiệu quả bán hàng và dự báo chi phí vận hành. |
| <b>Chi phí</b>   | Chi phí được xác định theo hình thức triển khai như on-premise hoặc cloud, đồng thời phụ thuộc vào quy mô thực tế của doanh nghiệp.                                                                                              |
| <b>Ưu điểm</b>   | Tích hợp tốt với hóa đơn điện tử, chữ ký số và đáp ứng các yêu cầu theo chuẩn kế toán Việt Nam. Có lộ trình tư vấn, triển khai từng bước, phù hợp với doanh nghiệp muốn thực hiện chuyển đổi số một cách đồng bộ và toàn diện.   |



### Phần mềm 3: MISA AMIS

|                  |                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Mô tả</b>     | MISA AMIS là nền tảng quản trị doanh nghiệp trên nền tảng Cloud, bao gồm nhiều nghiệp vụ như kế toán, nhân sự, bán hàng và hóa đơn điện tử. Đây là một trong những giải pháp phổ biến của MISA tại thị trường Việt Nam. |
| <b>Tính năng</b> | Một số phân hệ được tích hợp trợ lý AI, có khả năng hỗ trợ gợi ý nghiệp vụ hạch toán, nhận diện hóa đơn tự động bằng OCR và phân tích dòng tiền.                                                                        |
| <b>Chi phí</b>   | Doanh nghiệp có thể lựa chọn mua từng phân hệ riêng lẻ hoặc sử dụng gói tổng thể. Mức giá thường bắt đầu từ vài triệu đồng mỗi năm và thay đổi theo số lượng người dùng.                                                |
| <b>Ưu điểm</b>   | Giao diện thân thiện, dễ tiếp cận, đặc biệt phù hợp với doanh nghiệp vừa và nhỏ. Hỗ trợ tốt các nghiệp vụ kê khai thuế, lập báo cáo tài chính theo chuẩn Việt Nam và kết nối với hệ thống ngân hàng.                    |



## 5. Mô hình marketing và bán hàng mẫu với chi phí tối ưu

- ✓ **Xây dựng nội dung:** Có thể sử dụng ChatGPT để biên soạn bài viết và Canva để thiết kế banner, sau đó đăng tải trên Fanpage nhằm phục vụ truyền thông và tiếp cận khách hàng.
- ✓ **Chạy quảng cáo:** Sử dụng tùy chọn “Automatic Placements” kết hợp với “Lookalike Audience” trên Facebook Ads để tối ưu phạm vi tiếp cận. Kết nối Facebook Pixel để theo dõi hành vi người dùng và đo lường hiệu quả chiến dịch.
- ✓ **Thu thập khách hàng tiềm năng:** Chatbot có thể hỗ trợ trả lời bình luận, ghi nhận thông tin như số điện thoại hoặc email, sau đó tự động đồng bộ dữ liệu sang Google Sheets hoặc HubSpot CRM thông qua Zapier bản miễn phí.
- ✓ **Chăm sóc và chốt đơn:** Bộ phận kinh doanh theo dõi dữ liệu trên CRM để ưu tiên liên hệ các khách hàng tiềm năng có khả năng chuyển đổi cao. Với nhóm khách hàng chưa phát sinh mua hàng, có thể tiếp tục chăm sóc bằng email marketing qua Mailchimp hoặc Sendinblue, đồng thời tận dụng AI để gợi ý thời điểm gửi phù hợp nhằm tăng tỷ lệ mở thư.
- ✓ **Phân tích hiệu quả:** Kết hợp dữ liệu quảng cáo và doanh thu trên Power BI để đánh giá hiệu quả từng chiến dịch.

✓ **Ví dụ:** nếu chiến dịch A đạt ROAS 3.0 trong khi chiến dịch B chỉ đạt ROAS 1.5 thì có thể cân nhắc dừng hoặc giảm ngân sách cho chiến dịch B để tập trung nguồn lực cho chiến dịch A. Đồng thời, ChatGPT có thể hỗ trợ tổng hợp phản hồi từ bình luận và tin nhắn để doanh nghiệp nhận diện những điểm khách hàng hài lòng hoặc chưa hài lòng.

## 6. Những điểm cần lưu ý khi ứng dụng AI vào marketing và bán hàng

**Không phụ thuộc hoàn toàn vào AI:** AI hỗ trợ tạo nội dung nhanh, nhưng nếu sử dụng máy móc sẽ dễ khiến thông điệp trở nên giống nhau. Vì vậy, doanh nghiệp vẫn cần bổ sung câu chuyện thương hiệu, phong cách riêng và dấu ấn con người để tạo khác biệt.

**Luôn kiểm tra độ chính xác của nội dung:** Các công cụ AI như ChatGPT hay Bard đôi khi vẫn có thể tạo ra thông tin chưa chính xác, vì vậy mọi nội dung trước khi sử dụng cần được rà soát và xác thực lại.

**Bắt đầu ở quy mô nhỏ và theo dõi thường xuyên:** Nên triển khai quảng cáo với ngân sách vừa phải để thử nghiệm và tối ưu dần theo kết quả thực tế. Đồng thời cần xác định kênh chủ lực phù hợp với doanh nghiệp, có thể là Facebook, Google, email hoặc Zalo. Bảo vệ dữ liệu khách hàng. Dù sử dụng CRM hay chatbot, doanh nghiệp vẫn phải đặc biệt chú trọng đến việc bảo mật dữ liệu, nhất là các thông tin nhạy cảm như số điện thoại và email của khách hàng.



**Tăng cường phối hợp giữa các bộ phận:** Thông tin khách hàng do marketing thu thập cần được chuyển kịp thời cho bộ phận kinh doanh để phục vụ chốt đơn hiệu quả. Bên cạnh đó, bộ phận vận hành và kho hàng cũng cần nắm được dự báo nhu cầu để chủ động chuẩn bị nguồn hàng, tránh tình trạng thiếu hụt.

### **Kết luận:**

Nhờ các công cụ AI có chi phí hợp lý, thậm chí nhiều nền tảng còn cho phép sử dụng miễn phí, từ ChatGPT, Canva đến Mailchimp, ManyChat hay HubSpot CRM, các doanh nghiệp vừa và nhỏ hoàn toàn có khả năng tự động hóa nhiều hoạt động trong marketing và bán hàng. Doanh nghiệp không nhất thiết phải đầu tư quá lớn hoặc sở hữu một đội ngũ kỹ thuật đông đảo vẫn có thể chủ động triển khai hiệu quả các công việc như:

Xây dựng nội dung chẵn chu, hấp dẫn và mang tính sáng tạo. Theo dõi, quản lý khách hàng tiềm năng hiệu quả hơn, hạn chế bỏ sót cơ hội. Phân bổ ngân sách quảng cáo hợp lý, tập trung nguồn lực vào những chiến dịch đem lại kết quả tốt. Chủ động dự đoán nhu cầu thị trường để giảm thiểu tồn kho và lãng phí.

Điều quan trọng nhất là nên triển khai từ quy mô nhỏ, chẳng hạn bắt đầu bằng một chiến dịch quảng cáo đơn giản hoặc một chatbot ở mức cơ bản, sau đó theo dõi kết quả thực tế để từng bước hoàn thiện và mở rộng. Khi được ứng dụng đúng cách, AI sẽ trở thành công cụ hỗ trợ đắc lực, giúp doanh nghiệp gia tăng doanh thu và xây dựng mối quan hệ lâu dài, bền chặt với khách hàng.



