



PHÚC BANI

Truyền nghề YouTube · Xây kênh view ngoại

QUÀ TẶNG MIỄN PHÍ

BỘ QUY TRÌNH XÂY KÊNH YOUTUBE TỪ A ĐẾN Z

Lộ trình 28 ngày cho người bắt đầu từ con số 0

— kèm 14 nỗi đau kinh điển của người làm YouTube và cách gỡ

28

ngày

14

nỗi đau

60+

checklist

30+

ngưỡng số

"Học 100 lần cũng không giàu. Nhưng làm 1.000 lần thì chắc chắn khác."



TRONG BỘ QUY TRÌNH NÀY CÓ GÌ

Đây là bản rút gọn có thể thực thi được của giáo trình 28 ngày xây kênh YouTube view ngoại. Bạn không cần đọc hết trong một lần — hãy dùng nó như bản đồ: mỗi ngày mở đúng một trang, làm xong tích vào ô vuông, rồi đóng lại.

PHẦN 1	14 nỗi đau kinh điển của người làm YouTube	Soi xem bạn đang mắc ở đâu
PHẦN 2	7 nguyên tắc nền tảng phải hiểu trước khi làm	Tránh làm sai từ gốc
PHẦN 3	Lộ trình 28 ngày — checklist từng ngày	Phần thực thi chính
PHẦN 4	Bộ công thức & ngưỡng số bỏ túi	Tra nhanh khi cần quyết định
PHẦN 5	10 cập nhật quan trọng của năm 2026	Những gì đã khác so với trước
PHẦN 6	Bộ công cụ tối thiểu & chi phí thật	Biết mình cần bỏ ra bao nhiêu
PHẦN 7	Thuật ngữ bỏ túi + 10 lỗi làm chết kênh	Đọc trước khi bắt đầu

Dùng bộ quy trình này thế nào cho đúng

- **In ra hoặc mở trên máy tính**, không đọc trên điện thoại rồi để đó. Đây là tài liệu để làm, không phải để lưu.
- **Mỗi ngày làm đúng phần của ngày đó**, không nhảy cóc. Ngày 12 chỉ có tác dụng nếu ngày 1–11 đã xong.
- **Tích vào ô vuông** mỗi khi hoàn thành. Ô nào chưa tích thì hôm sau làm bù, đừng bỏ luôn.
- **Ghi lại số liệu thật** của bạn vào bảng ở Phần 4. Sau 28 ngày bạn sẽ có dữ liệu của chính mình để ra quyết định, thay vì đoán.
- **Chấp nhận 28 ngày đầu chưa ra tiền**. Đây là giai đoạn dựng móng: đủ video, đủ dữ liệu, đủ tín hiệu để YouTube hiểu kênh bạn làm về cái gì.

Một câu cần thuộc trước khi lật trang

Kênh không chết vì thiếu view. Kênh chết vì thiếu video. Phần lớn người bỏ cuộc ở ngày thứ 10–15, đúng lúc YouTube còn chưa kịp thu đủ dữ liệu để biết nên đề xuất kênh của bạn cho ai.



PHẦN 1

14 NỖI ĐAU KINH ĐIỂN CỦA NGƯỜI LÀM YOUTUBE

Trước khi nói về quy trình, hãy gọi tên đúng vấn đề. Dưới đây là 14 tình huống gặp đi gặp lại ở người mới. Với mỗi cái: triệu chứng bạn nhìn thấy, gốc rễ thật phía sau, và chỗ nào trong lộ trình 28 ngày sẽ xử lý nó.

01 Đăng 10–20 video mà view vẫn lẹt đẹt 20–50 lượt

Bạn thấy: Video nào cũng vài chục view, gần như toàn người quen bấm vào.

Gốc rễ: Kênh mới chưa đủ dữ liệu để YouTube biết nên đề xuất cho tệp nào. Thuật toán chạy theo cơ chế **thử thách vòng**: đề xuất cho một nhóm nhỏ, tương tác tốt thì mở rộng vòng tiếp theo. Chưa đủ số video tương đồng thì vòng quay không bao giờ khởi động được.

Chữa ở: Ngày 6–7 (kho video dự trữ), Ngày 13–14 (nhịp đăng đều), Ngày 27 (nhân bản cái thắng).

02 Không biết chọn ngách, chọn xong lại thấy sai

Bạn thấy: Đứng giữa 5–7 chủ đề, chọn mãi không xong, làm được vài video lại muốn đổi.

Gốc rễ: Chọn ngách theo sở thích cá nhân thay vì theo **bằng chứng thị trường**. Ngách đúng phải trả lời được 3 câu: khán giả quốc tế tò mò gì, mình có làm nổi 50 video không, và đã có ít nhất 3 kênh nước ngoài sống được bằng ngách này chưa.

Chữa ở: Ngày 1 — bài test 3 câu hỏi và quy tắc “nghiên cứu thẳng to, làm theo thẳng bé”.

03 Ôm ngách quá rộng nên kênh loãng, không ai theo dõi

Bạn thấy: Kênh có đủ thứ: hôm nay động vật, mai công nghệ, mốt triết lý.

Gốc rễ: Đây là sai lầm giết nhiều kênh mới nhất. Tệp khán giả bị loạn, YouTube không biết đề xuất kênh cho ai nên thôi không đề xuất nữa. **Ngách càng nhỏ, cơ hội càng lớn** — miễn là ngách đó đủ chỗ cho ít nhất 100 video.

Chữa ở: Ngày 1 và Ngày 2 — chốt đúng một ngách và một bộ từ khóa xuyên suốt.

04 Có view nhưng không ra tiền

Bạn thấy: Video đạt vài chục nghìn view mà doanh thu vẫn gần như bằng không.

Gốc rễ: Làm thị trường Việt. RPM Việt chỉ khoảng **0,5–2 USD**, trong khi RPM thị trường ngoại là **5–20 USD** (ngách tài chính, công nghệ có thể 40–60+). Cùng một công sức, để kiếm 1.000 USD bạn cần 500 nghìn – 2 triệu view Việt, nhưng chỉ cần **30–50 nghìn view ngoại**.

Chữa ở: Phần 2 (nguyên tắc 1) và Ngày 5 — đặt đúng ngôn ngữ, quốc gia, thị trường ngay từ đầu.

**05****Vừa bật kiếm tiền xong thì gãy view**

Bạn thấy: Đang lên đều, bật kiếm tiền được vài hôm là view rơi thẳng đứng.

Gốc rễ: Không phải do YouTube “ghét” kênh đã bật kiếm tiền. Gãy vì phần nội dung vốn chưa đủ tốt: thumbnail không đồng nhất, tiêu đề không cảm xúc, và trước đó view đến từ nguồn không bền. Giai đoạn đầu **đẩy view quá sớm** cũng làm kênh gãy đúng lúc này.

Chữa ở: Ngày 15–21 (đọc chỉ số, sửa đúng chỗ) và Phần 5 (kỹ thuật “hãm view”).

06**Bị đánh gậy bản quyền, bị vàng tiền**

Bạn thấy: Video vừa đăng đã dính khiếu nại, hoặc bị gắn biểu tượng vàng, mất doanh thu.

Gốc rễ: Dùng lại nguồn của người khác mà không xử lý: cắt đoạn quá dài, để nguyên cảnh gốc, hoặc dùng từ ngữ chạm chính sách. Phần lớn xử lý được bằng kỹ thuật cắt và bằng cách **viết lại lời bình**, không phải bằng cách bỏ nguồn.

Chữa ở: Phần 5 — cắt dưới 5 giây, từ điển né ngôn từ, và cách kháng bằng “reframe cảm xúc”.

07**Mất tài khoản kiếm tiền, mất luôn kênh**

Bạn thấy: Kênh đang chạy tốt thì tài khoản bị khóa, hoặc bay cả cụm kênh cùng lúc.

Gốc rễ: Dùng chung một tài khoản cho nhiều kênh (“một mèo một kênh” là quy tắc bắt buộc), dùng chung IP cho quá nhiều kênh, hoặc lưu thông tin không đầy đủ nên khi có sự cố thì không chứng minh được quyền sở hữu.

Chữa ở: Ngày 5 (lưu hồ sơ kênh) và Phần 5 (nguyên tắc an toàn tài khoản).

08**Cạn ý tưởng, không biết viết kịch bản**

Bạn thấy: Ngồi trước màn hình trắng cả buổi, viết được nửa trang là bí.

Gốc rễ: Viết trước rồi mới đi tìm hình. Quy trình đúng là ngược lại: **tìm nguồn trước, viết sau**, và viết bám theo từng link nguồn — vừa nhanh gấp nhiều lần vừa không bị lệch giữa lời bình và hình ảnh.

Chữa ở: Ngày 3–4 — quy trình 4 bước: dàn ý → tìm nguồn → viết theo từng link → dựng.

09**Không dám lộ mặt, không biết edit, không có thiết bị**

Bạn thấy: Nghĩ rằng phải có máy quay, phải nói trước ống kính mới làm được YouTube.

Gốc rễ: Toàn bộ mô hình này là **kênh không lộ mặt**: hình ảnh lấy từ kho footage và ảnh, giọng đọc dùng giọng AI, dựng bằng CapCut. Cái bạn thật sự cần là kịch bản tốt và một quy trình lặp lại được, không phải thiết bị.

Chữa ở: Ngày 3–4 và Phần 6 — bộ công cụ tối thiểu.

**10****Tỷ lệ nhấp (CTR) thấp, thumbnail làm mãi không ăn****Bạn thấy:** Video được hiển thị nhiều nhưng gần như không ai bấm vào.**Gốc rễ:** Cố làm thumbnail “đẹp hơn” thay vì làm thumbnail **đúng công thức đang thắng** trong ngách. Giai đoạn đầu, việc cần làm là sao chép bố cục và màu sắc của thumbnail đang ra view, chỉ đổi chi tiết nhỏ — chứ không phải sáng tạo.**Chữa ở:** Ngày 2 (mẫu thumbnail), Ngày 15–21 (ngưỡng CTR 2–6% và cách sửa).**11****Đu trend, hết trend là kênh chết****Bạn thấy:** Bắt được một trend thì nổ view, trend đi qua thì kênh về mo.**Gốc rễ:** Làm 100% trend nên khán giả đến rồi đi, không ai ở lại. Tỷ lệ đúng là **80/20**: 8 video giữ khán giả cũ, 2 video mở tệp mới. Và “trend” thật sự là thứ lên đều liên tục từ hai tuần trở lên, không phải thứ nổ một phát rồi tắt sau 24 giờ.**Chữa ở:** Ngày 15–21 và Phần 5 (định nghĩa lại trend, khái niệm “đà”).**12****Làm một mình, kiệt sức, không có quy trình****Bạn thấy:** Một mình vừa nghĩ ý tưởng, vừa viết, vừa dựng, vừa đăng — được 2 tuần là đuối.**Gốc rễ:** Không tách quy trình thành các khâu rời và không sản xuất gỏi đầu. Người làm bền luôn có **2–3 video nằm sẵn ở chế độ riêng tư**, nên hôm nào mệt vẫn có bài đăng.**Chữa ở:** Ngày 6–7 (kho dự trữ), Ngày 28 (viết SOP để bàn giao hoặc thuê người).**13****Tiết tiền công cụ, làm chậm gấp ba lần****Bạn thấy:** Dùng toàn bản miễn phí, mất cả buổi cho việc lẽ ra 20 phút là xong.**Gốc rễ:** Sợ đầu tư trong khi chi phí thật của bộ công cụ tối thiểu chỉ khoảng vài trăm nghìn một tháng — thấp hơn nhiều so với giá trị thời gian bị mất. Đây là một trong những nguyên nhân âm thầm khiến người mới bỏ cuộc.**Chữa ở:** Phần 6 — bảng công cụ và chi phí thật.**14****Nôn nóng: cây chưa ra rễ đã đòi hái quả****Bạn thấy:** Làm 2 tuần chưa thấy tiền là nản, đổi ngách, đổi format, rồi bỏ kênh.**Gốc rễ:** Kỳ vọng sai về thời gian. Một kênh thành công thường mất từ **6 tháng đến 2 năm**. Đa số thất bại không phải vì thiếu kỹ thuật, mà vì **đổi format giữa chừng** và không đi hết một vòng quy trình.**Chữa ở:** Toàn bộ lộ trình 28 ngày — mục tiêu là đi trọn một vòng, không phải kiếm tiền ngay.**Nếu bạn thấy mình trong 3 nỗi đau trở lên**

Đó là chuyện bình thường, và đó cũng là lý do bộ quy trình này tồn tại. Gần như toàn bộ 14 vấn đề ở trên đều quy về cùng một gốc: **không có quy trình, nên mỗi ngày lại quyết định lại từ đầu**. 28 ngày tiếp theo sẽ thay chỗ đó bằng một danh sách việc cần làm.



PHẦN 2

7 NGUYÊN TẮC NỀN TẢNG PHẢI HIỂU TRƯỚC KHI LÀM

Bảy điều dưới đây quyết định 80% kết quả. Người hiểu đúng bảy điều này rồi làm chậm vẫn thắng người làm nhanh nhưng sai gốc.

Nguyên tắc 1 — Cùng một công sức, hãy chọn thị trường trả tiền cao hơn

Đây là lý do toàn bộ mô hình này nhắm vào thị trường nước ngoài. Không phải vì nội dung ngoại hay hơn, mà vì cùng một video, cùng một lượng công sức, số tiền nhận về chênh nhau hàng chục lần.

Thị trường	RPM tham chiếu	Ý nghĩa thực tế
RPM thị trường Việt	0,5 – 2 USD / 1.000 view	Cần 500.000 – 2.000.000 view để có 1.000 USD
RPM thị trường ngoại	5 – 20 USD / 1.000 view	Chỉ cần 30.000 – 50.000 view để có 1.000 USD
Ngách màu mỡ (tài chính, công nghệ, bất động sản)	40 – 60+ USD / 1.000 view	View thấp vẫn ra tiền tốt

Nguyên tắc 2 — Hơn 70% view đến từ đề xuất, không đến từ tìm kiếm

Người mới thường dồn toàn lực vào SEO vì nghĩ khán giả sẽ gõ từ khóa để tìm mình. Thực tế **trên 70–80% lượt xem đến từ trang chủ và cột đề xuất**. Vai trò của từ khóa không phải để kéo view, mà để YouTube hiểu kênh bạn làm về cái gì và đề xuất đúng người.

Câu chốt nên nhớ

“YouTube tìm video cho người xem, chứ không tìm người xem cho video.” Nhiệm vụ của bạn là làm cho hệ thống hiểu rõ kênh mình phục vụ ai — càng rõ, càng được đề xuất.

Nguyên tắc 3 — Nghiên cứu thẳng to, nhưng làm theo thẳng bé

- **Kênh lớn** cho bạn biết công thức nào đã được thị trường chứng thực: phong cách, cách dựng tiêu đề, kiểu thumbnail.
- **Kênh nhỏ đang lên** (dưới 5.000 đăng ký nhưng có video triệu view) mới là thứ bạn bắt chước cách làm, vì kênh mới đang được ưu tiên và bắt trend tốt hơn.
- Kênh lớn lên view một phần nhờ tệp fan sẵn có — bạn làm y hệt sẽ không lên, vì bạn chưa có tệp đó. Đừng nhầm chỗ này.
- Cách làm: phân tích 3 video nhiều view nhất của 2 kênh top, tìm điểm chung, rồi tạo ra “kênh thứ ba” là kênh của bạn.

Nguyên tắc 4 — Ngách càng nhỏ, cơ hội càng lớn



Bạn không cạnh tranh nổi ở “sức khỏe”, nhưng hoàn toàn có cửa ở “thói quen buổi sáng của người trên 60 tuổi”. Nguyên tắc **cá lớn ao nhỏ**: thay vì lao vào thị trường tiếng Anh cạnh tranh khốc liệt, chọn ngách nhỏ hoặc ngôn ngữ ít người làm. Điều kiện duy nhất: ngách đó phải đủ chỗ cho **ít nhất 100 video** để bạn còn đường mở rộng về sau.

Nguyên tắc 5 — Kênh mới cần dữ liệu, và dữ liệu cần thời gian

YouTube vận hành theo cơ chế **thử thách vòng**: video mới được đẩy tới một nhóm nhỏ; nhóm đó phản hồi tốt thì mở vòng lớn hơn. Muốn vòng quay chạy, bạn phải liên tục cho ra video **tương đồng nhau** về thumbnail và tiêu đề, đủ nhanh để hệ thống tích được dữ liệu. Đây là lý do quy tắc “mỗi ngày một video” ở tuần 2 quan trọng hơn mọi mẹo kỹ thuật.

Nguyên tắc 6 — Seeding là để tạo hành vi, không phải để có view

Rất nhiều người hiểu sai chỗ này. Hệ thống tài khoản nuôi **không nhằm cộng view** cho video. Mục đích là để YouTube học được hành vi của những tài khoản đó, rồi từ đó đề xuất kênh bạn tới những người có hành vi tương tự — tức là kéo được **khán giả mới thật**. Nếu nội dung chưa đủ tốt mà cố đẩy, hệ thống sẽ coi đó là tín hiệu bất thường và phản tác dụng.

- Nguyên tắc: **ít nhưng chất, tự nhiên, đều đặn** — hành vi không được lặp lại y hệt mỗi ngày.
- Tài khoản nuôi tuyệt đối không đung vào kênh chính trong giai đoạn khởi động (5–7 ngày đầu).
- Chỉ bắt đầu bình luận khi video đã có từ **20 view** trở lên.
- Kênh mới chỉ cần chăm giờ đầu tiên sau khi đăng, không cần canh liên tục 48 giờ.

Nguyên tắc 7 — Dữ liệu là thầy, cảm xúc thì không

Từ tuần 3 trở đi, mọi quyết định đổi thumbnail, đổi tiêu đề, đổi hook đều phải xuất phát từ ba con số: **tỷ lệ nhấp, thời lượng xem trung bình và nguồn truy cập**. Và luôn chỉ đổi **một yếu tố mỗi lần** — đổi hai thứ cùng lúc thì dù kết quả tốt lên bạn cũng không biết nhờ cái nào.

“Hoàn thành quan trọng hơn hoàn hảo. Kỷ luật quan trọng hơn cảm hứng.”



PHẦN 3

LỘ TRÌNH 28 NGÀY — LÀM ĐẾN ĐÂU TÍCH ĐẾN ĐÓ

Bốn tuần, mỗi tuần một nhiệm vụ rõ ràng. Tuần 1 mài riu và dựng căn cứ. Tuần 2 tạo đà. Tuần 3 tăng tốc bằng dữ liệu. Tuần 4 chuẩn hóa để đi đường dài.

Giai đoạn	Nhiệm vụ	Kết quả cần có
Tuần 1 · Ngày 1–7	Mài riu, dựng căn cứ	Chốt ngách, bộ từ khóa, 2 video đầu, lập kênh, dựng kho dự trữ
Tuần 2 · Ngày 8–14	Tạo đà	Tối ưu toàn bộ video, công khai video đầu tiên, vào nhịp đăng đều
Tuần 3 · Ngày 15–21	Tăng tốc bằng dữ liệu	2–3 video/tuần, đọc chỉ số, sửa đúng một yếu tố mỗi lần
Tuần 4 · Ngày 22–28	Bền bỉ & nhân bản	Tìm video trụ cột, tối ưu sâu, nhân bản cái thắng, viết quy trình

TUẦN 1 — MÀI RIU VÀ DỰNG CĂN CỨ

Tuần này gần như chưa có video nào lên sóng, và điều đó là bình thường. Bạn đang làm phần quyết định 80% kết quả về sau: chọn đúng ngách, chốt đúng bộ từ khóa, và dựng hạ tầng.

NGÀY 1**Chốt ngách và dựng hệ thống tài khoản nuôi**

Mục tiêu: ra khỏi ngày 1 với đúng **một** ngách đã được kiểm chứng, không phải một danh sách năm ý tưởng.

Bài test 3 câu hỏi cho ngách

- Khán giả quốc tế thật sự tò mò điều gì ở chủ đề này? (nếu bạn không trả lời được trong một câu, ngách đó chưa đủ rõ)
- Bạn có làm nổi **50 video** trong ngách này không? Viết thử 20 tiêu đề ngay bây giờ — bí ở tiêu đề thứ 8 thì ngách quá hẹp hoặc bạn chưa hiểu nó.
- Đã có ít nhất **3 kênh nước ngoài** sống được bằng ngách này chưa? Không có nghĩa là không có nhu cầu, chứ không phải bạn đang đi tiên phong.

Dựng hệ thống tài khoản nuôi (seeding)

- Chuẩn bị **20–50 tài khoản Gmail**, mỗi tài khoản gắn một proxy riêng. Nguyên tắc an toàn nhất: **1 Gmail — 1 kênh — 1 proxy**.
- Quản lý bằng trình duyệt chống phát hiện (GPM Login, GoLogin hoặc tương đương); mỗi thời điểm chỉ mở một hồ sơ.
- **Khởi động 5–7 ngày:** xem, thích, bình luận, đăng ký các kênh khác trong ngách — tuyệt đối chưa đụng tới kênh chính.



- Với kênh nhắm thị trường ngoại: **không bao giờ bình luận bằng tiếng Việt.**

- ☐ Đã chốt **một** ngách duy nhất và viết ra bằng một câu
- ☐ Đã liệt kê được 20 tiêu đề video trong ngách đó
- ☐ Đã tìm và lưu link 3 kênh nước ngoài thành công cùng ngách
- ☐ Đã tạo xong hệ thống tài khoản nuôi và bắt đầu ngày khởi động thứ nhất

NGÀY 2

Lập bảng kế hoạch và ngân hàng từ khóa

Mục tiêu: có một file Google Sheet duy nhất điều hành toàn bộ kênh, và một danh sách 30–50 từ khóa đã được chấm điểm.

Hai bảng cần tạo

Bảng A — Sản xuất	Ngày đăng · Tiêu đề · Từ khóa chính · Từ khóa phụ · Hook 0–15 giây · Chỉ tiêu · Kế hoạch seeding · Trạng thái
Bảng B — Ngân hàng từ khóa	Từ khóa · Lượng tìm kiếm · Độ cạnh tranh · Khả năng click · Độ liên quan · Điểm tổng

Công thức chấm điểm từ khóa

Điểm = Lượng tìm kiếm – Độ cạnh tranh + Khả năng click + Độ liên quan

Mỗi tiêu chí cho điểm từ 1 đến 5. Chấm hết danh sách rồi sắp theo điểm giảm dần — bạn sẽ thấy ngay 10 từ khóa đáng làm trước. Vùng ngọt cho kênh mới: từ khóa **dài 3–6 chữ**, lượng tìm kiếm khoảng **500–10.000 mỗi tháng**.

Quy trình tìm từ khóa: bắt đầu từ 8–12 chủ đề gốc → lấy gợi ý ngay trên thanh tìm kiếm YouTube → kiểm tra lượng tìm kiếm bằng VidIQ / TubeBuddy / KeywordTool → đối chiếu xu hướng 90 ngày trên Google Trends → lọc lại còn 30–50 từ khóa. Mẹo: **tra 5 từ khóa cùng lúc** thay vì từng từ một, công cụ sẽ trả về nhiều gợi ý liên quan hơn hẳn.

Ba công thức tiêu đề dùng được ngay

- **[Số] + từ khóa + lợi ích hoặc nỗi sợ** — ví dụ: “7 loại thực phẩm đang rút ngắn tuổi thọ của bạn”.
- **Câu hỏi + con số** — ví dụ: “Vì sao 90% người mới bỏ cuộc sau 30 ngày?”.
- **Mở đầu gây tò mò + từ khóa + lời hứa** — ví dụ: “Không ai nói với bạn điều này về ...”.

Tiêu đề nên dưới 70 ký tự, từ khóa đặt ở đầu.

- ☐ Đã tạo Google Sheet với đủ Bảng A và Bảng B
- ☐ Đã chấm điểm và lọc còn 30–50 từ khóa
- ☐ Đã chọn 10 từ khóa điểm cao nhất để làm trước
- ☐ Đã viết sẵn tiêu đề cho 10 video đầu

**NGÀY 3 – 4****Sản xuất hai video đầu tiên**

Mục tiêu: hai video hoàn chỉnh nằm trong máy. Chưa đăng, chưa cần đẹp — cần xong.

Cấu trúc kịch bản chuẩn

Phần	Thời lượng	Nhiệm vụ
Hook	0 – 15 giây	Câu gây sốc, con số bất ngờ hoặc câu hỏi khiến người xem không tắt được
Dẫn nhập	10 – 20 giây	Nói rõ video này sẽ cho họ cái gì
Thân bài	3 – 5 ý, mỗi ý 30 – 60 giây	Mỗi ý là một đoạn trọn vẹn, có cảm xúc, con số và bối cảnh
Kêu gọi	Cuối video	Rải khoảng 3 lời kêu gọi đều trong video, không dồn hết vào cuối

Quy trình sản xuất 4 bước**Bước 1 — Lập dàn ý trước**

Không viết ngay. Dựng dàn ý mở – thân – kết, làm khoảng 3 dàn ý rồi giữ lại 2 cái chạy tốt nhất.

Bước 2 — Tìm nguồn trước khi viết

Tìm footage và hình ảnh trước. Đây là bước đối thứ tự quan trọng nhất — có nguồn rồi viết nhanh hơn nhiều lần và không bị lệch giữa lời và hình.

Bước 3 — Viết kịch bản theo từng link nguồn

Viết bám theo từng đoạn nguồn một, không viết cả cục rồi mới đi ghép. Dùng từ nối để xâu các đoạn rời thành một câu chuyện liền mạch.

Bước 4 — Dựng video

Đọc lời bình tới đâu dựng tới đó. Ghi lại thời điểm và link nguồn của từng đoạn để sau này dễ sắp xếp.

Ngưỡng cần nhớ

- **Thời lượng tối ưu cho kênh mới: 5–8 phút.** Ổn định rồi mới tăng dần, theo tỷ lệ 2:1 hoặc 3:1, không nhân đôi đột ngột.
- Ưu tiên **thời gian xem** hơn phần trăm xem.
- Đưa **cảm xúc, con số, bối cảnh không gian – thời gian** vào lời bình. So sánh cụ thể ăn đứt liệt kê thông số.
- Tránh dùng thẳng từ ngữ nhạy cảm — đảo góc nhìn tình huống thay vì mô tả trực diện.

- ☐ Video 1 hoàn thành (kịch bản + giọng đọc + dựng)
- ☐ Video 2 hoàn thành
- ☐ Đã lưu link và mốc thời gian của mọi nguồn đã dùng
- ☐ Đã đặt mã cho video theo dạng V001, V002 trên bảng theo dõi

**NGÀY 5****Lập kênh và hoàn thiện nhận diện**

Mục tiêu: kênh được tạo bằng một tài khoản sạch, hoàn thiện hồ sơ, rồi **để yên**.

Kỹ thuật chờ — đừng bỏ qua

Tạo kênh xong hãy để kênh “có tuổi” **ít nhất 7 ngày** trước khi đăng video đầu tiên. Kênh vừa lập đã đăng ngay rất dễ bị xếp vào nhóm spam. Bảy ngày này không lãng phí — bạn dùng nó cho ngày 6–7.

Tài khoản lập kênh	Dùng Gmail sạch , không nằm trong hệ thống tài khoản nuôi
Tên kênh	Không cần chứa từ khóa, nhưng phải đặc biệt và duy nhất — kiểm tra trùng bằng bộ lọc tìm kiếm dạng kênh
Ảnh đại diện	800 × 800 điểm ảnh
Ảnh bìa	2560 × 1440, vùng an toàn 1546 × 423
Mô tả kênh	1–2 câu đầu phải chứa từ khóa chính; thêm 8–15 từ khóa kênh
Ngôn ngữ & quốc gia	Đặt đúng thị trường bạn nhắm tới, không để mặc định
Xác minh số điện thoại	Bắt buộc — để mở thumbnail tùy chỉnh, phát trực tiếp và video dài trên 15 phút

- ☐ Đã tạo kênh bằng Gmail sạch, riêng biệt
 - ☐ Đã hoàn thiện ảnh đại diện, ảnh bìa, mô tả, từ khóa kênh
 - ☐ Đã xác minh số điện thoại
 - ☐ Đã tạo sẵn 3 danh sách phát và 3 mẫu thumbnail
 - ☐ Đã **lưu lại toàn bộ thông tin lập kênh** (ngày tạo, số điện thoại, mail khôi phục) vào một nơi an toàn
- Bước lưu thông tin lập kênh trông có vẻ thừa, nhưng đây chính là thứ cứu bạn khi cần gửi yêu cầu hỗ trợ để lấy lại kênh.

NGÀY 6 – 7**Hòa nhập cộng đồng và dựng kho video dự trữ**

Mục tiêu: vừa để kênh “ngâm” đủ tuổi, vừa tích lũy 5–7 video nằm sẵn.

Hòa nhập cộng đồng ngách

- Bình luận bằng **tiếng Anh** (hoặc ngôn ngữ thị trường), độ dài **25–30 từ trở lên**, theo cấu trúc ba phần: khen hoặc kể trải nghiệm → góp một ý kiến thức → một câu mở lời nhẹ nhàng.
- Đăng ký khoảng **3 kênh top + 5 kênh vừa + 5 kênh nhỏ** trong ngách.
- Tỷ lệ hành vi nên giữ: **60% chỉ xem · 30% xem và thích · 10% xem, thích và bình luận**.
- Không bình luận kèm link, không mời khán giả kênh khác — đây là đường ngắn nhất để mất kênh.

Dựng kho dự trữ



Sản xuất tiếp cho đủ **5–7 video** nằm sẵn. Đây là thứ giúp bạn sống sót qua tuần 2 và 3, khi vừa phải đăng đều vừa phải sản xuất tiếp. Người bỏ cuộc gần như luôn là người không có kho dự trữ.

- ☐ Đã bình luận và tương tác đủ 2 ngày, hành vi tự nhiên, không lặp
- ☐ Đã đăng ký đủ nhóm kênh top / vừa / nhỏ
- ☐ Kho dự trữ đạt 5–7 video
- ☐ Kênh đã đủ ngày “ngâm” trước khi đăng bài đầu



TUẦN 2 — CHẶT CÂY, TẠO ĐÀ

Tuần này video đầu tiên lên sóng. Nhiệm vụ không phải là nổ view, mà là vào được nhịp và cho YouTube dữ liệu đầu tiên để hiểu kênh bạn.

NGÀY 8 – 11

Tải toàn bộ video ở chế độ riêng tư và tối ưu

Mục tiêu: mọi video đã dựng đều nằm trên kênh ở chế độ riêng tư, được tối ưu đầy đủ, chỉ chờ đến giờ là chuyển sang công khai.

Không dùng lịch đăng cho kênh mới

Với kênh mới, hãy tải lên ở chế độ **riêng tư** rồi tự tay chuyển sang công khai đúng giờ. Không đặt lịch đăng, không công chiếu, không phát trực tiếp trong giai đoạn này.

Bước 0 — tối ưu thô trước khi tải lên

Đổi tên file video thành từ khóa: **không dấu, chữ thường, nối bằng gạch ngang**. Ví dụ: **7-foods-shorten-lifespan.mp4**. Bước nhỏ này thường bị bỏ qua, nhưng nó là tín hiệu đầu tiên hệ thống đọc được về nội dung của bạn.

Danh sách tối ưu đầy đủ cho mỗi video

- ☐ **Tiêu đề** 50–70 ký tự, từ khóa đặt ở đầu
- ☐ **Mô tả** từ 200 ký tự trở lên, 2–3 câu đầu chứa từ khóa chính
- ☐ Có **mốc thời gian** (timestamp), mỗi mốc chứa từ khóa liên quan, không quá 5 chữ
- ☐ **8–15 thẻ**: từ khóa chính + 5–7 từ khóa dài + 1–2 thẻ theo kênh đối thủ
- ☐ Đã xếp video vào **danh sách phát** đúng chủ đề
- ☐ Đã thêm **phụ đề** cho ngôn ngữ chính (thêm 1–2 ngôn ngữ phụ càng tốt)
- ☐ Đã gắn **thẻ trong video** và **màn hình kết thúc**
- ☐ Đã chọn đúng **danh mục, ngôn ngữ và vị trí**

Song song đó, tiếp tục khởi động sâu hệ thống tài khoản nuôi: đăng nhập lần lượt từng tài khoản qua đúng proxy của nó, xem video cùng ngách, lướt web bình thường. Mục tiêu là hành vi giống người thật, không phải số lượt.

NGÀY 12

Công khai video đầu tiên

Mục tiêu: đưa video đầu ra đúng giờ, xử lý 48 giờ đầu đúng cách.

Chọn giờ đăng

- Đăng theo **múi giờ của thị trường**, không theo giờ Việt Nam. Với thị trường Mỹ, khung vàng là **19–21 giờ giờ Mỹ**.
- Chọn một khung giờ rồi **giữ cố định**. Đổi khung giờ đăng làm tương tác giảm và phải mất cả tuần mới hồi.



- Nếu đăng nhiều video trong ngày, các video phải cách nhau **ít nhất 2–3 tiếng**.

Lịch chăm sóc 48 giờ đầu

Mốc	Mức độ	Lưu ý
15 phút đầu	10–20 lượt xem, xem hết 50–80% video, giữ chân trên 70%	Tuyệt đối chưa bình luận
Sau 2–3 giờ	Thêm 20–40 lượt xem	Thêm 1–2 bình luận tự nhiên bằng ngôn ngữ thị trường
Ngày 1–3	10–20 lượt mỗi ngày nếu tín hiệu tốt	Ghim một bình luận khơi chuyện để kéo thảo luận thật

Nếu tín hiệu 24 giờ đầu xấu, đừng cố đẩy thêm. Dừng lại, ghi nhận, và dồn sức cho video tiếp theo — đẩy tiếp chỉ làm hệ thống đọc ra tín hiệu bất thường.

- ☐ Video 1 đã công khai đúng khung giờ vàng của thị trường
- ☐ Đã xử lý mốc 15 phút đầu đúng cách (chỉ xem, chưa bình luận)
- ☐ Đã ghim một bình luận khơi chuyện
- ☐ Đã ghi lại số liệu 24 giờ đầu vào bảng theo dõi

NGÀY 13 – 14**Vào nhịp đăng đều**

Mục tiêu: biến việc đăng video thành thói quen chứ không phải sự kiện.

- Mỗi ngày một video, đúng khung giờ cố định đã chọn.
- Luôn giữ **2–3 video gối đầu** ở chế độ riêng tư. Đây là quy tắc không thương lượng.
- Các video ra trong giai đoạn này nên **tương đồng nhau** về kiểu thumbnail và dạng tiêu đề — đó là cách bạn giúp hệ thống nhận ra mẫu hình của kênh.
- Video đang lên thì **không sửa**. Chỉ chỉnh sau khi nó đã qua đỉnh view.

Câu cần dán lên màn hình

“Kênh không chết vì thiếu view. Kênh chết vì thiếu video.” Tuần 2 là tuần dễ bỏ cuộc nhất, vì bạn đã làm rất nhiều mà con số vẫn còn nhỏ. Đó là lúc dữ liệu đang được tích, chưa phải lúc kết luận.

- ☐ Đã đăng đều, đúng giờ, không bỏ ngày nào
- ☐ Luôn còn ít nhất 2 video gối đầu ở chế độ riêng tư
- ☐ Đã ghi số liệu từng video vào bảng theo dõi



TUẦN 3 — TĂNG TỐC BẰNG DỮ LIỆU

Từ tuần này trở đi bạn không còn đoán nữa. Mỗi thay đổi đều phải xuất phát từ một con số cụ thể, và mỗi lần chỉ đổi một thứ.

NGÀY 15 – 21

Đăng 2–3 video mỗi tuần và bắt đầu đọc chỉ số

Mục tiêu: cuối tuần 3 có **4–6 video công khai** và bạn đọc được ba chỉ số cốt lõi của từng video.

Nhịp đăng

- 2–3 video mỗi tuần vào **ngày cố định** (ví dụ thứ Ba – thứ Sáu – Chủ nhật).
- Mỗi video mới, chăm 48 giờ đầu ở mức **30–50 lượt xem, giữ chân 60–80%**, kèm 2–3 bình luận có nội dung thật.
- Tỷ lệ nội dung **80/20**: 8 video giữ tệp khán giả cũ, 2 video mở tệp mới. Cứ 2 video bắt trend thì xen một video đúng chủ đề gốc.

Ba chỉ số phải đọc trong 24–72 giờ

Chỉ số	Ngưỡng mục tiêu	Nếu không đạt thì làm gì
Tỷ lệ nhấp (CTR)	2 – 6%	Dưới 2% với trên 500 lượt hiển thị → đổi thumbnail hoặc tiêu đề
Thời lượng xem trung bình	Từ 30 – 40% trở lên	Video 5 phút phải giữ được 1,5 – 2 phút. Dưới 20–25% → sửa hook và phần dẫn nhập
Nguồn truy cập	Phải thấy Trang chủ / Đề xuất	Nếu gần như chỉ có truy cập trực tiếp → tối ưu lại tiêu đề, mô tả, thẻ

Luật thử nghiệm A/B

- Chỉ đổi **một yếu tố** mỗi lần.
- Cho chạy **24–48 giờ** rồi mới đọc kết quả.
- Giữ lại phiên bản mới nếu tỷ lệ nhấp tăng được **0,5–1%**.
- Cải thiện thumbnail từng chút cho các video sau — tăng khoảng 0,1% mỗi lần, sau 1–2 tháng lên được 5–6% là view đã rất khác.

Ba cách sửa hook khi giữ chân kém

- **Gây sốc kèm số liệu** — mở đầu bằng một con số khiến người xem phải dừng lại.
- **Câu hỏi kèm lời hứa** — hỏi đúng thứ họ đang thắc mắc, rồi hứa sẽ trả lời trong video.
- **Câu chuyện cá nhân** — kể một tình huống cụ thể thay vì nói khái quát.

Data là thầy, không phải cảm xúc

Đừng đổi thumbnail vì bạn thấy nó “chưa đẹp”. Chỉ đổi khi tỷ lệ nhấp nói rằng nó chưa hiệu quả. Rất nhiều kênh chết vì chủ kênh sửa liên tục theo cảm giác, khiến không lần nào đủ dữ liệu để kết luận.



- ☐ Đã đăng đủ 2–3 video trong tuần, đúng ngày cố định
- ☐ Đã ghi lại CTR, thời lượng xem và nguồn truy cập của từng video
- ☐ Đã chạy ít nhất một thử nghiệm A/B đúng luật (một yếu tố, 24–48 giờ)
- ☐ Đã sửa hook cho ít nhất một video có giữ chân dưới ngưỡng



TUẦN 4 — BỀN BỈ VÀ NHÂN BẢN CÁI THẮNG

Mục tiêu cuối tuần 4: **8–10 video công khai** và tìm ra **1–2 video trụ cột** — những video sẽ định hình hướng đi của cả kênh.

NGÀY 22

Tìm video trụ cột

Mục tiêu: xác định video nào đáng để dồn lực.

Ba tiêu chí nhận diện video trụ cột

- Tỷ lệ nhấp **bằng hoặc cao hơn mức trung bình của kênh** (ví dụ từ 3% trở lên).
- Thời lượng xem trung bình đạt **35–40% trở lên**.
- Lượt hiển thị đang tăng, và bắt đầu xuất hiện ở mục **Đề xuất**.

Ghi lại đầy đủ cho mỗi ứng viên: mã video, tỷ lệ nhấp, thời lượng xem trung bình, tổng thời gian xem, số đăng ký thu được. Bảng này là tài sản của bạn.

- ☐ Đã lập bảng so sánh toàn bộ video đã đăng
- ☐ Đã chọn được 1–2 video trụ cột

NGÀY 23

Tối ưu sâu video trụ cột

- ☐ Làm **2 biến thể thumbnail** để thử nghiệm — chỉ khác nhau đúng một yếu tố
- ☐ Viết lại mô tả cho đủ **250–350 từ**
- ☐ Thêm **mốc thời gian** đầy đủ (bắt buộc với video trụ cột)
- ☐ Gắn **thẻ trong video** ở khoảng 80–90% thời lượng
- ☐ Dựng **màn hình kết thúc** cho 15–20 giây cuối

NGÀY 24 – 26

Chuỗi liên hoàn: kéo thêm nguồn truy cập ngoài

Mục tiêu: đưa video trụ cột ra ngoài YouTube một cách tự nhiên — chia sẻ có giá trị, không rải link.

- Chia sẻ ở nơi có người thật sự quan tâm: một chủ đề trên Reddit, hai nhóm Facebook đúng ngách, một nhóm Discord hoặc Telegram, một bài trên Medium hoặc LinkedIn. **Chia sẻ kèm giá trị, tuyệt đối không spam link.**
- Gửi email cho **5 người có ảnh hưởng nhỏ** (5.000–50.000 người theo dõi) trong ngách — giới thiệu ngắn gọn, không xin xỏ.
- Cắt **Shorts 30–45 giây** từ video trụ cột, kèm link về video gốc.
- Theo dõi kết quả trong 48 giờ và ghi lại nguồn nào thật sự mang người xem về.

Lưu ý: Shorts dùng để hỗ trợ tìm thấy kênh, **không dùng để kéo đăng ký**. Hành vi xem Shorts khác hẳn hành vi xem video dài, kéo sai tệp sẽ làm đề xuất lệch.



NGÀY 27

Nhân bản cái thắng

Làm ngay **2 video tiếp nối** cùng công thức với video trụ cột: giữ nguyên cấu trúc tiêu đề và bối cảnh thumbnail, chỉ đổi chi tiết. Gom chúng vào cùng một danh sách phát để tạo thành một chuỗi. Đây là bước nhiều người bỏ qua — họ tìm được video thắng rồi lại đi làm thứ khác.

- ☐ Đã sản xuất 2 video tiếp nối cùng công thức
- ☐ Đã gom thành danh sách phát hoặc chuỗi

NGÀY 28

Chuẩn hóa để đi đường dài

Mục tiêu: biến 28 ngày vừa rồi thành một quy trình lặp lại được — và nếu cần, bàn giao được cho người khác.

- ☐ Tổng hợp toàn bộ số liệu 28 ngày vào một bảng
- ☐ Viết **quy trình chuẩn** cho từng khâu: nghiên cứu → viết kịch bản → giọng đọc → dựng → tối ưu → đăng
- ☐ Soạn **mô tả công việc** để thuê người dựng, người làm thumbnail, người nghiên cứu khi cần
- ☐ Chốt bộ công cụ AI sẽ dùng lâu dài cho từng khâu
- ☐ Đặt mục tiêu tiếp theo: **4.000 giờ xem** và ngày dự kiến nộp bật kiếm tiền

Ba quy tắc vàng để bước sang tháng thứ hai

1. Dữ liệu đi trước — mỗi lần chỉ đổi một biến. **2. Nhân bản cái thắng** — tìm ra công thức nào chạy thì làm tiếp công thức đó, đừng đi tìm cái mới. **3. Giữ mọi thứ tự nhiên** — không dồn view, không rải bình luận, không lôi kéo khán giả của kênh khác.



PHẦN 4

BỘ CÔNG THỨC & NGƯỠNG SỐ BỎ TÚI

Trang này để tra nhanh. Khi phân vân “thế nào là đủ tốt”, mở đúng bảng dưới đây thay vì đoán.

Ngưỡng số cần thuộc

Hạng mục	Ngưỡng	Ghi chú
RPM thị trường ngoại	5 – 20 USD / 1.000 view	Ngách tài chính, công nghệ, bất động sản có thể 40–60+
RPM thị trường Việt	0,5 – 2 USD / 1.000 view	Cùng công sức, tiền về chênh hàng chục lần
Tỷ lệ nhấp (CTR)	2 – 6%	Dưới 2% với trên 500 lượt hiển thị thì phải sửa
Thời lượng xem trung bình	Từ 30 – 40%	Dưới 20–25% là hook có vấn đề
Thời lượng video kênh mới	5 – 8 phút	Tăng dần theo tỷ lệ 2:1 hoặc 3:1
Lượng tìm kiếm từ khóa	500 – 10.000 / tháng	Từ khóa dài 3–6 chữ là vùng ngọt cho kênh mới
Số video trước khi kết luận	Tối thiểu 15 – 30 video	Chưa đủ số này thì chưa đủ dữ liệu để bỏ kênh
Ngâm kênh trước khi đăng	7 – 10 ngày	Kênh mới lập đăng ngay rất dễ bị coi là spam
Khoảng cách giữa 2 video / ngày	Tối thiểu 2 – 3 tiếng	Để hệ thống kịp thu dữ liệu video trước
Số kênh trên một địa chỉ mạng	1 – 2 kênh	Từ 3 kênh trở lên bắt đầu rủi ro dây chuyền
Mục tiêu bật kiếm tiền	4.000 giờ xem + 1.000 đăng ký	Đích của giai đoạn sau 28 ngày

Bốn công thức dùng hằng ngày**1. Chấm điểm từ khóa**

Điểm = Lượng tìm kiếm – Độ cạnh tranh + Khả năng click + Độ liên quan (mỗi tiêu chí 1–5 điểm).
Chấm cả danh sách rồi sắp giảm dần.

2. Cấu trúc kịch bản

Hook 0–15 giây → Dẫn nhập 10–20 giây → Thân bài 3–5 ý (mỗi ý 30–60 giây) → Kêu gọi. Rải khoảng 3 lời kêu gọi đều trong video.

**3. Tiêu đề**

Bản cũ: **[Số] + từ khóa + lợi ích hoặc nỗi sợ**. Bản 2026: **Cảm xúc + Bối cảnh + Hành động**, và tiêu đề phải đánh vào việc **khán giả muốn trở thành ai**, chứ không phải kể ai đã trở thành ai.

4. Tỷ lệ nội dung 80/20

10 video thì **8 video giữ tệp khán giả cũ** (trend trong kênh) và **2 video mở tệp mới** (trend ngoài). Giữ 80%, mở 20%.

Bảng ghi số liệu của bạn

In trang này ra và điền tay. Sau 28 ngày, đây là dữ liệu của riêng bạn — thứ đáng tin hơn mọi lời khuyên trên mạng.

Mã	Tiêu đề video	Tỷ lệ nhấp	Thời lượng xem TB	Nguồn view chính



PHẦN 5

10 CẬP NHẬT QUAN TRỌNG CỦA NĂM 2026

Lộ trình 28 ngày vẫn đúng về khung. Nhưng có mười điểm đã thay đổi so với vài năm trước. Bỏ qua chúng, bạn sẽ làm đúng quy trình mà vẫn gặp rắc rối.

1. **Đừng làm video AI 100%**

Làn sóng quét nội dung “không trung thực” đang rất mạnh. Cách bền hơn: dùng AI để tạo **ảnh tĩnh** rồi thêm chuyển động nhẹ, kết hợp footage có bản quyền (Storyblocks, Envato, Canva, Pexels). Tỷ lệ đan xen an toàn: **70/30 hoặc 80/20** giữa AI và footage thật, và phải đan xen chứ không tách thành từng khối.

2. **“Bán content” bền hơn AI thuần**

Cách làm hiện được ưu tiên: khoảng **50% clip nguồn ghép + 50% kịch bản và lời bình tự viết**. Khác hoàn toàn với đăng lại nguyên bản. Quy trình 4 bước: dàn ý → tìm nguồn → viết kịch bản theo từng link → dựng.

3. **Chuyển từ chạy trend sang từ khóa dài**

Từ khóa dài giờ phục vụ cả tìm kiếm AI (Google AI Overview, các trợ lý hội thoại) chứ không chỉ tìm kiếm trên YouTube. Ngưỡng dùng được: **trên 1.000 lượt tìm mỗi tháng**; dưới 750 thì bỏ. Và hãy **chọn từ khóa sát ngày đăng**, vì lượng tìm biến động liên tục.

4. **Chỉ số quan trọng nhất của kênh mới là lượt hiển thị**

Giai đoạn đầu đừng nhìn view và đăng ký — nhìn **lượt hiển thị thumbnail** (trong Studio: Số liệu phân tích → Nội dung → từng video). Chỉ khi video đạt khoảng **1.000 view trong 48 giờ và duy trì 2 ngày** thì tỷ lệ nhấp và thời lượng xem mới đáng đọc.

5. **Kỹ thuật “hãm view” cho kênh mới**

Không tối ưu thô cho **15 video đầu** (có thể tới 30). Chỉ bắt đầu tối ưu từ video thứ 16. Mục đích là tránh nổ view quá sớm rồi gãy đúng lúc bắt kiếm tiền — một trong những cái bẫy phổ biến nhất.

6. **Chu kỳ lên xuống 7–15 ngày là bình thường**

Đỉnh thật thường giữ được **3–5 ngày**, đáy kéo dài **5–10 ngày**. Chỉ khi đáy kéo quá **2 tuần** mới thật sự đáng lo. Đừng đảo lộn cả kênh chỉ vì ba ngày view xuống.

7. **Định nghĩa lại “trend”**

Trend thật là thứ **lên đều liên tục từ hai tuần trở lên**, không phải thứ nổ một phát rồi tắt sau 24 giờ. Kèm theo đó là khái niệm **đà**: một video lên top thường nhờ được đẩy bởi chuỗi video tốt trước đó, chứ hiếm khi tự nhiên nổ một mình.

8. **Một tài khoản — một kênh**

Dùng chung một tài khoản cho hai kênh có thể khiến cả hai bị đánh dấu là “kênh liên quan” và bay cùng lúc. Tương tự, một địa chỉ mạng chỉ nên gắn 1–2 kênh.

9. **Cắt nguồn dưới 5 giây và viết lại lời bình**



Cắt mỗi đoạn nguồn **dưới 5 giây**, ghép từ nhiều video, chèn đoạn chuyển cảnh xen kẽ. Khi bị gắn cảnh báo, cách hiệu quả nhất là **mô tả lại tình huống theo hướng trung tính và đúng bối cảnh** trong lời bình, thay vì để nguyên cách diễn giải dễ gây hiểu nhầm. Nếu dùng ảnh dựng bằng AI, hãy nói rõ trong video rằng đó là ảnh minh họa.

10. Những việc nên bỏ hẳn với kênh mới

Không đổi logo hay ảnh đại diện giữa chừng (mất nhận diện, view về gần 0); không dùng công chiếu; không phát trực tiếp; không đặt lịch đăng — chỉ tải riêng tư rồi tự chuyển công khai đúng giờ. Và tuyệt đối không đi mời khán giả của kênh đối thủ.

Ngách đang dễ ra tiền nhất cho người mới

Danh sách tổng hợp (top list) — dễ làm nhất để bắt đầu. **Thú cưng** — video ngắn khoảng 5 phút, RPM cao, view không cần lớn. **Tiện ích ô tô, nhà bếp, làm vườn** — ăn hai dòng tiền: quảng cáo và tiếp thị liên kết (kênh chưa bật kiếm tiền vẫn có thể ra tiền từ tiếp thị liên kết). Với kênh mới, nhắm thị trường dễ lên trước rồi mới chuyển dần sang thị trường trả tiền cao.



PHẦN 6

BỘ CÔNG CỤ TỐI THIỂU & CHI PHÍ THẬT

Bạn không cần tất cả. Dưới đây là mức tối thiểu để chạy được trọn 28 ngày, và những thứ chỉ nên mua khi đã có kết quả.

Bắt buộc phải có

Khâu	Công cụ	Ghi chú
Dựng video	CapCut	Đủ dùng cho toàn bộ quy trình. Bốn phím cần thuộc: E cắt, R xóa, 2 thu nhỏ, 3 phóng to
Thumbnail	Canva	Sao chép bố cục và màu của thumbnail đang thắng, đổi chi tiết nhỏ
Kịch bản	Gemini / NotebookLM	NotebookLM để nghiên cứu sâu và dựng dàn ý; Gemini viết chi tiết
Giọng đọc	ElevenLabs hoặc tương đương	Chọn giọng theo insight tệp: giới tính, độ tuổi, nhịp điệu
Từ khóa	VidIQ hoặc KeywordTool	Luôn tra 5 từ khóa cùng lúc để ra nhiều gợi ý liên quan
Footage & ảnh	Storyblocks, Envato (trả phí)	Pexels, Pixabay miễn phí nhưng dễ trùng và dễ vướng bản quyền

Chỉ mua khi đã có kết quả

- **Trình duyệt chống phát hiện** (GPM Login, MKTLogin...) — chỉ cần khi bạn quản lý nhiều tài khoản hoặc nhiều kênh cùng lúc.
- **Proxy** — người mới dùng proxy dân cư; làm lâu dài thì dùng loại tĩnh.
- **Nhạc có bản quyền** (Epidemic Sound) — mua khi đã chuẩn bị bật kiếm tiền.
- **Công cụ AI tạo ảnh nâng cao** — chỉ khi ngách của bạn thật sự cần hình đồng nhất.

Giá công cụ thay đổi liên tục và có nhiều mức khác nhau tùy nguồn mua — hãy kiểm tra lại trước khi xuống tiền.

Nguyên tắc chung: chi phí cho bộ tối thiểu thấp hơn nhiều so với giá trị thời gian bạn mất khi cố xoay xở bằng bản miễn phí.

Quy tắc an toàn tài khoản

- **Mỗi tài khoản lập một kênh chính.** Không dùng chung tài khoản cho nhiều kênh.
- Lưu đầy đủ thông tin lúc lập kênh: ngày tạo, số điện thoại, mail khôi phục — đây là thứ giúp bạn lấy lại kênh khi có sự cố.
- Bật thông báo bảo mật của Google để tăng độ tin cậy cho tài khoản.
- Không đăng nhập kênh trên máy có phần mềm lạ; máy làm việc nên tách riêng khỏi máy dùng cá nhân.
- Kênh dễ lên thường cũng dễ chết — càng lên nhanh càng phải cẩn thận phần nền.



PHẦN 7

THUẬT NGỮ BỎ TÚI & 10 LỖI LÀM CHẾT KÊNH

Phần tra cứu cuối cùng — đọc trước khi bắt đầu, và đọc lại mỗi khi kênh có vấn đề.

Thuật ngữ hay gặp

RPM	Doanh thu trên 1.000 lượt xem — con số quyết định bạn kiếm được bao nhiêu
CPM	Số tiền nhà quảng cáo trả cho 1.000 lượt hiển thị quảng cáo
CTR	Tỷ lệ nhấp — bao nhiêu phần trăm người thấy thumbnail thì bấm vào
Thời gian xem	Tổng số phút người xem đã dành cho video — quan trọng hơn phần trăm xem
Lượt hiển thị	Số lần thumbnail của bạn được đưa ra trước mắt người dùng
BKT	Bật kiếm tiền — được tham gia chương trình đối tác YouTube
YPP	Chương trình đối tác YouTube (điều kiện để bật kiếm tiền)
GA	Google AdSense — dịch vụ chi trả; mỗi tài khoản chỉ nên gắn một kênh chính
Gây bản quyền	Cảnh cáo vi phạm bản quyền — 3 gây là mất kênh
Vàng tiền	Video bị hạn chế quảng cáo, biểu tượng chuyển màu vàng
Duyệt tính năng	View đến từ trang chủ / đề xuất — nguồn view bền và đáng theo đuổi nhất
View đề xuất	View đến từ cột gợi ý bên cạnh video đang xem, thường là từ kênh đối thủ
Seeding	Nuôi tài khoản để tạo hành vi, giúp hệ thống hiểu nên đề xuất kênh bạn cho ai
Thum	Thumbnail — ảnh bìa video
Sub	Người đăng ký kênh

10 lỗi làm chết kênh nhanh nhất

- **Ôm quá nhiều ngách** hoặc mở rộng chủ đề quá sớm → loạn tệp khán giả, hệ thống ngừng đề xuất.
- **Đổi format giữa chừng** khi vừa thấy chậm — đây là nguyên nhân thất bại số một, còn phổ biến hơn cả lỗi kỹ thuật.
- **Đổi logo, ảnh đại diện, khung giờ đăng** khi kênh đang chạy → mất nhận diện, tương tác tụt.
- **Đẩy view quá sớm** khi nội dung chưa đủ tốt → bị đọc là tín hiệu bất thường.
- **Sửa video đang lên view** → chỉ chỉnh sau khi video đã qua đỉnh.
- **Xóa hàng loạt video** lệch tệp cùng lúc → kênh về mo. Nếu cần xóa, hãy chuyển riêng tư 3–7 ngày rồi xóa lần lượt.
- **Chèn link kênh khác vào bình luận** hoặc đi mời khán giả kênh đối thủ → mất kênh ngay.

#Phúc BANI



- **Dùng chung tài khoản / chung địa chỉ mạng cho nhiều kênh** → chết dây chuyền.
- **Bịa thông tin, giật gân về người nổi tiếng** → lên view nhanh, bay cũng nhanh, đặc biệt là ngay khi vừa bật kiếm tiền.
- **Bỏ kênh trước video thứ 30** khi còn chưa đủ dữ liệu để kết luận bất cứ điều gì.

Khi nào thì thật sự nên bỏ một kênh?

Khi bạn đã đăng **30 video** làm đúng quy trình mà vẫn không có một lượt xem tự nhiên nào. Trước con số đó, vấn đề gần như luôn nằm ở từ khóa, thumbnail hoặc nhịp đăng — tức là những thứ sửa được. Và kể cả khi bỏ kênh, hãy giữ lại bộ từ khóa: **bỏ kênh chứ không bỏ từ khóa**.

Tự chấm điểm sau 28 ngày

Đến cuối lộ trình, hãy tự soi lại bằng danh sách dưới đây. Tích được từ **7 ô trở lên** nghĩa là bạn đã có một cỗ máy chạy được — việc còn lại chỉ là lặp lại nó.

- ☐ Tôi có **đúng một ngách** và nói được nó trong một câu
- ☐ Tôi có bảng từ khóa đã chấm điểm, và biết 10 từ khóa sẽ làm tiếp
- ☐ Tôi đã đăng được **8–10 video công khai**
- ☐ Tôi luôn còn **2–3 video gỏi đầu** ở chế độ riêng tư
- ☐ Tôi biết tỷ lệ nhấp và thời lượng xem trung bình của từng video, không phải đoán
- ☐ Tôi đã tìm ra **1–2 video trụ cột** và đã làm video tiếp nối cho nó
- ☐ Tôi đăng đúng khung giờ cố định, không bỏ nhịp quá 2 ngày
- ☐ Tôi đã viết ra **quy trình chuẩn** cho từng khâu, đủ rõ để người khác làm theo
- ☐ Tôi đã lưu đầy đủ thông tin lập kênh ở nơi an toàn
- ☐ Tôi biết việc tiếp theo của mình trong tháng thứ hai là gì

Ô nào chưa tích, đó chính là việc đầu tiên của tuần thứ năm.



BƯỚC TIẾP THEO CỦA BẠN

Bạn vừa có trong tay bản đồ. Nhưng bản đồ không đưa ai đến đích — chỉ có bước chân mới làm được việc đó.

Ba việc nên làm ngay trong 24 giờ tới

1. Quay lại Phần 1 và khoanh tròn nỗi đau của bạn

Ghi ra ba nỗi đau đúng với tình trạng hiện tại. Chúng cho bạn biết nên bắt đầu từ ngày nào trong lộ trình, thay vì lao vào làm video ngay.

2. Làm xong Ngày 1 trước khi đi ngủ

Chỉ cần trả lời được ba câu hỏi test ngách và viết ra 20 tiêu đề. Một buổi tối là đủ. Ngày 1 xong thì 27 ngày còn lại có chỗ để bám.

3. Đặt lịch cố định cho 28 ngày

Mỗi ngày một khung giờ, dù chỉ 60 phút. Người đi hết lộ trình không phải người có nhiều thời gian nhất, mà là người có khung giờ cố định.

Nếu bạn muốn đi cùng người đã đi trước

Phần khó nhất của YouTube không phải là kiến thức — bạn vừa cầm trên tay gần như toàn bộ khung kiến thức cần thiết. Phần khó là **làm đủ lâu để thấy kết quả**, và có người soi giúp bạn chỗ nào đang sai khi số liệu chưa lên.

- **Hỏi bất cứ lúc nào:** trợ lý kiến thức YouTube tại **phucgpt.com** — hỏi về ngách, từ khóa, kịch bản, tối ưu, xử lý sự cố kênh.
- **Học miễn phí:** theo dõi kênh và fanpage **Phúc BANI** để nhận quy trình, câu lệnh AI và bộ công cụ mới được chia sẻ hằng tuần.
- **Bắt tay vào làm:** tham gia **thử thách xây kênh** tại **ymm.vn** — bạn chỉ đóng một khoản phí cam kết, hoàn thành đầy đủ bài tập là **được hoàn lại 100%**. Cơ chế này tồn tại vì một lý do: học thì dễ, làm mới khó.

Đừng học thêm nữa. Hãy làm đi.

Bạn có thể đọc thêm 10 tài liệu như thế này và vẫn ở nguyên chỗ cũ. Hoặc bạn mở lại trang Ngày 1, làm đúng một việc tối nay, rồi lặp lại điều đó 28 lần. Học 100 lần cũng không giàu — nhưng làm 1.000 lần thì chắc chắn khác.

Chúc bạn đi hết 28 ngày.

Phúc BANI · BANI Holding

ymm.vn · phuc.vn · phucgpt.com