

WENDY KELLER
Dịch giả: Thùy Dương

#1 BEST-SELLER

**ULTIMATE
GUIDE SERIES:**



Hướng dẫn bài bản xây dựng và chuyển đổi

DỮ LIỆU NỀN TẢNG

DOANH NGHIỆP THÀNH TIỀN

TẠO RA NỘI DUNG BIẾN NGƯỜI HÂM MỘ TRỞ THÀNH KHÁCH HÀNG

- ✓ Thiết lập một chiến lược nền tảng nhằm thúc đẩy nỗ lực tiếp thị của bạn
- ✓ Giới thiệu thương hiệu, sản phẩm hoặc công ty của bạn và thu hút các cơ hội mới.



BIZBOOKS
SÁCH DÀNH CHO DOANH NHÂN

NHÀ XUẤT BẢN HỒNG ĐỨC

**E - MARKETING
BEST-SELLER**

Chương 07: Các chiến lược kiến tạo nội dung 72

Tổ chức nội dung của 74

Cách để thu thập nội 76

Cách viết nội dung cho 78

Cách để biết hiệu quả của 80

Chương 08: Nội dung 82

Chương 09: Nội dung 84

Chương 10: Nội dung 86

ULTIMATE GUIDE SERIES

HƯỚNG DẪN BÀI BẢN XÂY DỰNG và chuyển đổi DỮ LIỆU NỀN TẢNG DOANH NGHIỆP THÀNH TIỀN



Nhà xuất bản Hồng Đức

MỤC LỤC

Lời mở đầu: Cách sử dụng sách hiệu quả nhất	11
Chương 01: Nền tảng là gì? Và nó sẽ kiếm cho bạn bao nhiêu tiền?	15
<i>Sự thật căn bản về con người</i>	18
<i>Huyền thoại về bán hàng</i>	23
<i>Tùy chỉnh nền tảng của bạn</i>	24
<i>Làm thứ bạn giỏi</i>	25
Chương 02: Xác định chân dung khách hàng	27
<i>Điểm dữ liệu hình ảnh</i>	29
<i>Xây dựng album ảnh nhận dạng chân dung khách hàng</i>	31
Chương 03: Phân tích và gián điệp.....	35
<i>Chi phí thực cho quảng cáo</i>	37
<i>Phân tích việc viết blog</i>	39
<i>Phân tích ánh sáng đối với công ty cung cấp sản phẩm</i>	42
<i>Phân tích ánh sáng đối với công ty cung cấp dịch vụ</i>	43
<i>Gián điệp doanh nghiệp 101</i>	45
<i>Cách thức chúng ta chọn có hiệu quả không?</i>	47
<i>Nguyên lý một nghìn</i>	48
Chương 04: Sức mạnh của định vị	51
<i>Nguyên tắc vàng của yêu thích và lòng tin tưởng</i>	56
Chương 05: Lập kế hoạch kinh doanh bền vững.....	60
<i>"Bốn mức độ của dịch vụ chăm sóc khách hàng" của Michael Glauser</i> .	63
<i>Sức mạnh của mục đích kinh doanh</i>	65
Chương 06: Nguyên tắc dị thường "cho là nhận"	66
<i>Trao tặng cái gì đây?</i>	69
<i>Về freemium và premium</i>	70

Chương 07: Các chiến lược kiến tạo nội dung	72
Tổ chức nội dung của bạn	74
Cách để thu thập nội dung tốt	76
Cách suy nghĩ ý tưởng cho nội dung	76
Cách để biết liệu nội dung của bạn có tốt hay không	80
Giá trị của lịch biên tập.....	82
Cách đồng bộ lịch biên tập	83
Chương 08: Khó khăn trong sáng tạo nội dung: làm thế nào để không chậm trễ	85
Chương 09: Cách để viết và bán sách điện tử	88
Bước một: Quyết định nội dung của bạn.....	89
Bước hai: Những cách viết dễ nhất.....	94
Bước ba: Cấu trúc, định dạng và phương thức phân phối	97
Bước bốn: Cách để bán sách điện tử	100
Chương 10: Truyền thông xã hội.....	102
Chân dung khách hàng và việc phân tích	103
Vũ khí bí mật: Truyền thông xã hội	104
Cách để tạo một trang người nổi tiếng trên Facebook	106
Cách sử dụng trang dành cho công chúng trên Facebook như phòng nghiên cứu tiếp thị của bạn	109
Cách kiểm tra nội dung vì mục tiêu bán hàng	110
Chọn nhóm đối tượng Facebook	113
Cách trở thành ngôi sao truyền thông xã hội	114
Chương 11: Ghi lại những âm thanh đầy cảm xúc.....	117
Cách mọi người nghe.....	119
Bạn có nên thuê một kỹ sư?	123
Cách để thuê một kỹ sư?	123
Dành cho những người tự tay làm lấy.....	125
Chương 12: Cách để tạo sản phẩm hoặc chương trình âm thanh tốt.....	126
Công cụ cần dùng	127
Hướng dẫn cách ghi âm	127

Chương 13: Lợi ích từ việc làm Podcast	130
<i>Sáu lý do bạn nên làm Podcast</i>	132
<i>Cách để thiết lập podcast của bạn</i>	132
<i>Biên tập: phương thuốc hay tai họa</i>	135
<i>Xuất bản và quảng bá</i>	135
<i>Làm Podcast – một điểm siêu hấp dẫn</i>	136
<i>Cách kiếm tiền từ Podcast.....</i>	138
Chương 14: Cách để tạo một video chất lượng.....	140
<i>Cách ghi hình cho một video</i>	141
Chương 15: Cách để thiết lập một kênh thương hiệu trên YouTube	149
<i>Phương thức dễ dàng và phương thức giá rẻ.....</i>	150
<i>Làm video blog.....</i>	151
Chương 16: Cách quảng bá tới công chúng.....	154
<i>Bạn có sẵn 67 281,48 đô la để dự phòng chứ?</i>	155
<i>Tại sao họ lại nên giới thiệu một người bình thường như tôi?</i>	158
Chương 17: Cách để viết một bài giới thiệu hay.....	163
<i>Đài phát thanh yêu thích của mọi người</i>	167
<i>Viết bài giới thiệu tuyệt vời</i>	168
<i>Quy tắc 5W và 1H</i>	171
<i>Bài viết về một câu chuyện địa phương.....</i>	172
<i>Gắn chặt bản thân với các bản tin</i>	173
<i>Chế tác và diễn lại bài thông cáo báo chí.....</i>	175
Chương 18: Nơi tìm những nhà báo chân chính và cách tiếp cận họ	179
<i>Tiếp cận mục tiêu theo phương pháp điểm đen</i>	180
<i>Vậy bạn cần giới thiệu tin với ai và khi nào?</i>	182
<i>Kế hoạch đặt chỗ của bạn</i>	186
Chương 19: Cách để tìm được nhà tài trợ.....	189
<i>Ý tưởng loé sáng.....</i>	191

Cách để nhận thoả thuận tài trợ	193
Cách để tìm được nhà tài trợ phù hợp	196
Cách để theo đuổi nhà tài trợ tiềm năng	197
Thiết lập thoả thuận	199
Đề xuất tài trợ	199

Chương 20: Các cuộc thi, bốc thăm trúng thưởng và giải thưởng.201

Danh sách những điều phải làm để tổ chức một cuộc thi	202
Những ý tưởng giải thưởng tiềm năng	203
Nhận giải thưởng của bạn miễn phí	205
Mọi người sẽ chiến thắng như thế nào?	206
Cách bạn tặng giải thưởng?	207

Chương 21: Sử dụng hội thảo, hội thảo trực tuyến và hội nghị...208

Kiểm tiền miễn phí	208
Các loại hình thuyết trình sinh lợi	210
Cách chọn lựa ý tưởng của bạn	211
Đưa đề tài vào hội thảo hoặc hội nghị chuyên đề.....	212
Thế giới tuyệt vời của hội thảo trực tuyến (Webinar)	219
Thời điểm bắt đầu quảng bá sự kiện của bạn	221

Chương 22: Cách kiếm tiền bằng diễn thuyết 224

Ba bước đầu tiên	225
Kế hoạch tự quảng cáo theo từng bước.....	228
Cách bán hàng từ bục diễn thuyết.....	231

Chương 23: Viết một cuốn sách 234

Câu hỏi đầu tiên.....	236
Bài phát biểu của liên kết	236
Làm một nghiên cứu nhỏ trước khi bạn viết	237
Giai đoạn lập kế hoạch	238
Bạn sẵn sàng viết chưa?	240
Cách tạo một cuốn sách giúp bạn kiếm tiền: 10 trong 10 000 cách	241
Tại sao một cuốn sách bán chạy còn cuốn khác thì thất bại?	243

Chương 24: Xây dựng một nền tảng bền vững 247

Quản lý thời gian và nguồn tài nguyên của bạn..... 249
Cách tính toán giá trị của một giao dịch..... 251
Hiệu ứng bọ chigger 253
Cách cải thiện tỷ lệ chuyển đổi của bạn 254

Chương 25: Cách tiếp nhận và tận dụng lời giới thiệu, sự tán thành, chứng nhận và lời đánh giá..... 258

Các yếu tố đối xứng và lời tán thành 260
Lời giới thiệu thiết thực..... 263
Các đánh giá có tính tiết lộ..... 263
Xấu hổ vì tiền 264
Cách để yêu cầu thứ bạn muốn 265

Chương 26: Lợi nhuận chuyển tiếp 268

Phụ lục: Các nguồn dữ liệu và liên kết 271

Các liên kết truyền thông, phần thưởng và chương trình của Keller 271
Các nguồn tài liệu đề xuất của Wendy 272
Gặp gỡ các ngôi sao! 276

Thuật ngữ 281



CÁCH SỬ DỤNG SÁCH HIỆU QUẢ NHẤT

Rất có thể, bạn đang đọc cuốn sách này nhằm một mục đích cụ thể đã được dự kiến trước: Bạn muốn nền tảng của mình phát triển để bạn kiếm được nhiều tiền hơn. Những trang sau đây sẽ đem lại điều đó theo một cách tốt nhất. Người đọc đầu tiên, một nhà tư vấn tiếp thị rất thành công và nổi tiếng, nói với tôi: “Tôi thực sự đã ghi chép lại những ý tưởng hay của bạn ở đây. Tôi dự định sử dụng một trong những ý tưởng này với khách hàng của mình”.

Tôi cho rằng bạn có ba sự lựa chọn:

1. Bạn có thể đọc rất nhiều thú hay ho ở đây, nhưng không làm bất cứ điều gì và cảm thấy thất vọng vì không có gì thay đổi trong công việc kinh doanh của bạn. Việc sở hữu một cuốn sách không có nghĩa là bạn sẽ thu được các thành quả mà cuốn sách đem lại bằng một cách diệu kỳ nào đó. Trong ngành công nghiệp xuất bản, chúng tôi gọi toàn bộ thể loại này là sách “shelf help” (kệ sách giúp đỡ) bởi vì điều duy nhất chúng có ích là giúp cho những kệ sách mà chúng được trưng bày trông thật đẹp mắt.
2. Bạn có thể thử làm theo một vài điều một cách ngẫu nhiên và từ bỏ khi chúng không có hiệu quả trong lần thử nghiệm đầu tiên. Chúng ta có thể bắt đầu với sự thật rằng: Một số thú sẽ hoạt động tốt. Một số thú lại hoàn toàn không hiệu quả đối với bạn (mặc dù chúng rất hữu ích với những người khác). Nhưng chắc chắn rằng, một số chiến lược ở đây có thể giúp bạn hoàn thành công việc này một cách xuất sắc!

Lưu ý: Trong hầu hết mọi trường hợp, bạn sẽ cần phải thử thực hiện chúng nhiều hơn một lần. Có thể bạn sẽ phải áp dụng một cách linh động và điều chỉnh sao cho phù hợp hơn với doanh nghiệp của bạn. Đó chính là kinh doanh.

3. Bạn có thể quyết định tin tưởng quá trình được nêu trong cuốn sách. Những ý tưởng và chiến lược bạn sắp nhận được dựa trên những gì đã thực sự hữu ích đối với hàng trăm người mà tôi đã giúp phát triển doanh nghiệp của họ. “Đừng phê phán nó cho đến khi bạn thử nó”. Giả sử bạn muốn chơi đàn violin. Bạn có thể xem một số video trên YouTube và tiếp thu những điều cơ bản. Bạn có thể mua một cây đàn violin và thực hành một số hợp âm. Sự thật rằng bây giờ bạn đã biết “làm thế nào” để chơi đàn violin. Tuyệt vời! Nhưng cho đến khi bạn thực hành, học hỏi, thích ứng và phát triển, liệu mọi người sẽ trả tiền để lắng nghe bạn chơi đàn? Chắc là không.

Mục tiêu của tôi với cuốn sách này là biến bạn thành một bậc thầy xây dựng nền tảng. Chúng ta sẽ cùng nhau xây dựng nên một nền tảng tùy biến theo mục tiêu, doanh nghiệp, tài năng, sở thích và khả năng của bạn. Nhưng chuyện này cũng giống như mọi chuyện khác, “Có công mài sắt có ngày nên kim”.

Tôi đề nghị bạn nên bắt đầu từ Chương 01 đến Chương 05, bao gồm các nguyên tắc cơ bản. Khi bạn hiểu rõ về những điều đó, phần còn lại sẽ có ý nghĩa hơn rất nhiều. Những chương đầu tiên có thể dễ dàng được đọc trong một lần lướt qua và chúng trở thành nền tảng cho phần còn lại của cuốn sách. Ngoài ra, bạn sẽ nhận được một phần thưởng: Một đánh giá miễn phí sẽ giúp bạn chọn những tùy chọn tốt nhất cho mình từ nhiều ý tưởng được đưa ra trong các trang này.

Khi bạn tiếp thu được những chiến lược mới, đầu tiên chúng ta chỉ nên chọn một vài ý tưởng bạn thấy hữu ích. Kiểm tra chúng. Thử nghiệm chúng. Điều chỉnh chúng cho phù hợp. Hãy xem thử bạn thích thực hiện

chúng đến mức nào và liệu bạn có hài lòng với kết quả đang nhận được hay không. Hãy dành cho bản thân ba đến sáu tháng để trải nghiệm chúng. Một nền tảng mạnh mẽ được xây dựng bằng việc thích nghi theo thị trường, cụ thể là khả năng, khán giả và mục tiêu của bạn. Đôi khi, việc xây dựng nền tảng đem lại lợi nhuận ngay lập tức. Trong những trường hợp khác, lợi tức đầu tư (ROI) có thể không rõ ràng hoặc không đến ngay tức thì. Ngay sau đó, bạn sẽ được giới thiệu một phương pháp rất cụ thể dùng để đánh giá kết quả của bạn và đưa ra quyết định tiếp theo một cách sáng suốt. Nó được biết đến với cái tên là “phân tích” và tôi đã gộp nó vào trong cuốn sách để bạn có thể chắc chắn rằng điều bạn làm đang đưa bạn đến gần hơn với mục tiêu của mình, với một tốc độ hợp lý và nhanh chóng.

Qua nhiều năm đào tạo, tư vấn cho các cá nhân và công ty về việc xây dựng nền tảng, tôi đã nhận ra rằng một số người không làm những việc nhất định, vì họ sợ làm điều đó hoặc họ không có năng khiếu tự nhiên dành cho nó. Tôi tin rằng bạn nên chọn “quả treo thấp” – làm những điều bạn có thể dễ dàng đạt được và biến những điều đó thành chiến lược chủ đạo của bạn. Tại sao lại không làm cho việc thu hút khách hàng đến với doanh nghiệp của bạn trở nên đơn giản và thú vị nhất có thể?

Khi bạn đã triển khai một vài chiến lược nền tảng và chúng đang thu hút nhiều mối làm ăn mới cho bạn, hãy xem xét lại và chọn một vài chiến lược khác. Bạn sẽ khéo léo hơn và hiểu rõ hơn về việc những chiến lược nào đang thu hút nhiều người đến với doanh nghiệp của bạn nhất và mang lại cho bạn nhiều tiền nhất.

Tôi bắt đầu công việc kinh doanh đầu tiên khi mới 15 tuổi để chi trả học phí đại học. Tôi ghi nhớ từ những kinh nghiệm khắc nghiệt rằng ban đầu, không phải lúc nào bạn cũng đủ tiền để thuê người khác làm những thứ bạn không muốn làm.

Đó là lý do tại sao cuốn sách này sẽ vô cùng hữu ích với bạn. Khi bạn áp dụng những chiến lược sau, lợi nhuận bạn thu

Chẳng có chuyện gì xảy ra cho đến khi một ai đó bán thứ gì.



– Arthur H. “Red” Motley

được sẽ tăng lên và bạn sẽ có thể trả tiền để uỷ thác bất cứ công việc gì bạn muốn – và tiếp tục làm theo hướng dẫn này từng bước một để giữ cho nền tảng của bạn phát triển.

Nếu bạn là người thích tự giải quyết công việc – do bạn lựa chọn hoặc bị bắt buộc – thì trong cuốn sách này bạn sẽ tìm thấy “công thức” dễ nhất, đầy đủ nhất, toàn diện nhất để đảm bảo bạn đạt được những điều bạn ao ước.

Vấn đề là bạn phải bắt đầu. Ngay hôm nay.

Nguồn sống cũng như việc buôn bán của doanh nghiệp bạn phụ thuộc vào chính bạn. Xây dựng nên một nền tảng vững chắc là cách thú vị, hiệu quả và bền vững nhất để thu hút thật nhiều khách hàng tiềm năng và biến họ thành những khách hàng sẵn lòng móc hầu bao của họ.