

Tủ sách A1dighub

# Hành trình 10 năm của một Full stack digital marketer





## Lời mở đầu

### Những cái mốc loay hoay

Trong 12 năm khởi nghiệp mình gặp khá nhiều bạn Marketers trẻ và nhận thấy có 3 giai đoạn loay hoay

#### 1. Dưới 2 năm đi làm

- Không biết mình nên theo mảng gì
- Không biết mình thích gì
- Đứng núi này trông núi nọ
- Vào Unilever thì không nổi, mà ở cty local sao quá chán

Thực tế mình cũng mất 2 năm loay hoay rồi sau đó mới đi khởi nghiệp. Trong thời gian đó mình cũng gặp khoảng 100 bạn quyết bỏ việc ở cty cũ (ngân hàng, giáo dục, bất động sản..) để làm Trainee (không lương) bên mình

Không sao cả, chúng ta có quyền loay hoay trước khi hiểu rõ con đường của mình

#### 2. Từ 3 - 5 năm

- Đủ trải nghiệm để bắt đầu đặt câu hỏi: Tiếp theo là gì
- Đã bắt đầu muốn lên sếp, nhưng sếp mình còn lâu mới nhường chức 😊
- Bắt đầu gặp 1 số biến cố (ví dụ bỏ bỏ), cần tìm 1 điều khác
- Có nhiều offer tốt hơn (kể cả bạn bè rủ startup)
- Nhu cầu vật chất cao hơn, mà lương kiểu này không đủ sống
- Công việc cũ bắt đầu đi vào lối mòn
- Làm tốt thì đồng nghiệp ghét hoặc sếp giao Kpi cao. Làm dở thì bị chửi "sao mày không hơn cả đứa trainee" (à ông Sếp đó chính là mình của 5 năm trước)

Đây là lúc bạn cần chọn được

- 1 leader thật sự, vẽ ra con đường và đặt bạn đúng vào vị trí
- 1 người mentor, luôn quan tâm và truyền cảm hứng
- Vài anh chị giỏi, chỉ dẫn không chỉ chuyên môn mà cả cách cư xử

Đây là lúc bạn cần thành thật với chính mình

- Liệu mình có tham vọng hoặc mục tiêu lớn lao hay không ?
- Liệu mình có thể cống hiến cho 1 ước mơ hay không ?
- Liệu mình có thể "transform" bản thân, vứt bỏ những thứ cố hữu để thành phiên bản tốt hơn hay không ?

*Cá nhân mình may mắn có được những điều kể trên, đó là nền móng để mình đi được 5 năm tiếp theo. Nhưng nhiều bạn cùng thời đã chững lại ở mốc này và rất chật vật để đi tiếp (hoặc không thể đi xa)*





Hội Saigon Digital marketing lần đầu 2009. Từ đây mình đã quen rất nhiều người bạn, đồng hành trong suốt 10 năm qua. Từ trái sang phải: Nguyễn Hữu Nghị (Brandsvietnam.com), Nguyễn Việt Dũng (AIIIM, Wecreate.life), Nguyễn Phạm Giang Nam (Dentsu, 24h), Đoàn Quang Quỳnh (Mekong Communication), Lê Việt Hồng (Vietdev), Trần Duy Công (Ogilvy, Frieslandcampina), Tổ Hải (Yoga heart), Vũ Trọng Nghĩa (Bizzi), Huỳnh Vĩnh Sơn - Sói ăn chay (Toiyeumarketing), Ngô Minh Thuận (DNA Digital)

### 3. Từ 6-10 năm

- Bạn bè đã lên sếp hết rồi, hoặc có người đã làm chủ. Mình thì sao?
- Lĩnh vực mình làm cũng thay đổi (nhất là digital/ ecom). Nhiều thứ tưởng biết mà thật ra không còn hợp nữa
- Người ta sẵn sàng trả lương rất cao cho bạn, kèm Kpi cao ngất ngưỡng
- Muốn thành công không chỉ có chuyên môn mà cần: quan hệ, soft skill, mindset, và cả may mắn
- Nếu cứ nhảy từ chỗ này qua chỗ khác thì lương có tăng nhưng không phát triển sự nghiệp
- Thời gian như chó đuổi ngoài đồng. Trong khi mình còn ngồi mơ mộng thì nhiều người đã tiến quá xa
- Mình muốn gì? Cái gì cũng muốn nhưng năng lực có hạn



Đây là lúc bạn cần "take risk"

- Mình đến trái đất để làm gì? Thực sự thì mỗi 5 năm nên hỏi lại câu này
- Mình muốn: ổn định, khám phá hay vang danh. Khó mà có được cả 3
- Mình đã có gì và đang thiếu những gì
- Mục tiêu của 5 năm tới
- Nếu thay đổi ra khỏi "comfort zone" thì ngưỡng chịu đựng tới đâu
- Nếu Fail, có ảnh hưởng đến ai không, có chết chóc gì không?

.....

Trả lời được các câu hỏi này thì bạn sẽ trở thành các "nhân vật" sau trong 5-10 năm tiếp theo

- Quản lí cấp cao tại tập đoàn lớn: đãi ngộ cao, quyền lực lớn, kết nối năm châu, năng lực chuyên môn hoàn thiện
- Chuyên gia: đi đâu cũng được săn đón (vd AI, Data, Engineer)
- Startup: thay đổi cả 1 ngành nghề, truyền cảm hứng cho cả 1 thế hệ
- Doanh chủ: kiếm tiền, sống theo cách mình muốn, ít phụ thuộc ai
- Nhà lãnh đạo: tạo ảnh hưởng tích cực cho xã hội, khai phá những thế hệ lãnh đạo kế tiếp

Guidebook này viết tặng các bạn trẻ đang loay hoay trên con đường sự nghiệp của mình. Viết từ chính những trải nghiệm "loay hoay" của bản thân, cũng như đúc kết từ quá trình phát triển hàng ngàn bạn nhân viên trẻ trong các tổ chức mình từng sáng lập

Cuốn sách không nói nhiều về kĩ năng của Full stack marketer, mình sẽ chỉ nói sơ qua và giới thiệu các cuốn sách - tài liệu khác chuyên sâu hơn. Mình sẽ kể nhiều hơn về hành trình phát triển nghiệp từ cấp độ newbie cho đến khi tầm 5 năm kinh nghiệm, từ lúc lương 5tr đến khi lương 100tr, từ khi là lính đến lúc tự tin bước ra tự doanh. Qua đó các bạn sẽ tự soi chiếu lại con đường sự nghiệp của mình, và tham khảo những gợi ý hoặc các câu chuyện được kể, từ đó sẽ có định hướng tốt hơn, tránh được sai lầm từ người đi trước.

Mình cho rằng có 3 điều quyết định sự thành công của sự nghiệp: KĨ NĂNG, TƯ DUY và ĐỊNH HƯỚNG. Cuốn sách này sẽ cố gắng kết hợp cả 3 qua những ví dụ thực tiễn ở từng giai đoạn phát triển.

Có một số phần hơi mang tính "chủ quan", nếu không hợp mong các bạn bỏ qua, vì thực tâm mình muốn cho các bạn trẻ thực sự đi đúng hướng từ đầu, tránh được các móc loay hoay



## CHÂN DUNG MỘT DIGITAL MARKETER

Rất nhiều bạn hỏi: Làm Digital marketing là làm những gì ? Em học trường ABC, em có bằng XYZ, em rất đam mê TPL thì liệu có thể đi làm Digital được không ? Nhưng có nhiều bạn sau 1 thời gian làm Digital rồi lại than thở rằng: chẳng lẽ em tốt nghiệp ĐH ra rồi mà đi quản lí fan page, spam forum, viết blog hay sao?

Có 1 số bạn đã đi làm Marketing (truyền thống) hoặc các ngành khác lại nghĩ rằng Digital khó lắm, phải biết về Tech, phải am hiểu các công cụ. Thực sự không cao siêu đến thế. Trong 6 tháng thì bạn có thể tự tin làm chủ mọi thứ về Digital, chỉ cần có NỀN TẢNG và sự RÈN LUYỆN

### NỀN TẢNG

- Học thuật: Digital marketing thì vẫn nằm trong Marketing thôi. Các lí thuyết về 7P, Marketing Mix, Định vị....chính là nền tảng. Sách của Phillip Kotler, Al Ries là bắt buộc. Thậm chí sách giáo trình của các trường ĐH VN cũng ổn mà. Một số course trên Coursera, Udemy hay Brandsvietnam cũng rất dễ tiếp thu và có thể học mọi lúc mọi nơi. Đừng lười quá là được
- Tư duy: làm gì cũng cần phải có tư duy phù hợp. Với Marketing, bạn cần kết hợp giữa tính Logic (để phân tích) và tính Sáng tạo (để có nhiều ý tưởng). Trong thời đại số thì cần thêm Tư duy mở (để sẵn sàng tiếp thu cái mới), Tò mò (để khám phá cách thức mới) và Tổng hợp (để đoán nhận được các xu hướng)

### RÈN LUYỆN

- Xắn tay lên mà làm: nhiều bạn cứ nghĩ Marketing tức là làm Chiến lược và đưa ra kế hoạch. Mình có làm Giám khảo ở 1 số cuộc thi Marketing cho SV thì cảm thấy rất lo lắng. Chưa từng làm, chưa quay cuồng với áp lực công việc thì làm Chiến lược bằng tưởng tượng hay sao ? Trừ khi bạn là thiên tài. Các bạn trẻ mới có 1, 2 năm kinh nghiệm cũng rất hay thích ghi vào bản CV là em thích/ hoặc em có năng lực làm Chiến lược. Quả thật là điều sai trái :D Chiến lược thường phải do các cấp Senior dặn dõ kinh nghiệm làm, các bạn trẻ đa phần chạy việc thôi. Nhưng chạy việc thì không có gì sai cả. Một bạn viết content cho fanpage tốt, hoặc biết làm SEO thuần thục cũng rất được trọng vọng, ngoài làm cty vẫn có thể kiếm thêm được từ freelancer. Nên đừng có coi thường việc thực hành
- Đừng ngại làm những việc “thấp cấp”. Có nhiều việc rất “tay chân” như seeding, chat support khách, gửi mail thông báo, viết blog.....Hãy làm với thái độ tích cực, để tâm vào để cải tiến.

Ví dụ: Một cái mail đơn giản nếu dùng từ không cẩn thận có thể như tát nước vào mặt khách hàng. Một đoạn chat vô cảm chẳng khác nào đuổi khách. Rất nhiều bạn mới vào nghề sẽ mắc phải cái lỗi này. Ấn sau đó là các bài học Marketing vô giá. Xưng hô và hành văn như thế nào là Copywriting. Đối thoại và tạo sự hứng khởi cho khách chính là Customer experiences. Thúc đẩy khách hành động chính là Sales.

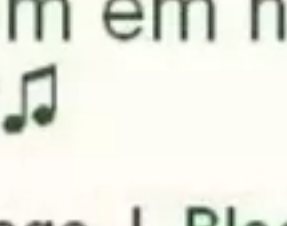


Background mình là Software developer, thời đầu thì làm Mobile game, sau làm về Website. 11/2008 mình là developer chính website của campaign “Closeup - Tìm em nơi đâu”. Khi website xong thì mình được giao làm thêm việc support chat cho mấy bạn vào chơi game (trên web) và cùng mấy bạn khác đi seeding trên các forum và yahoo blog (thời đó còn thịnh). Khá nhiều việc không tên như Report, kéo traffic, chặn cheating...Mỗi việc như thế đều rèn luyện cho mình 1 kĩ năng đáng giá.

- [http://www.yahoo.com/profile/\\_J2G54C\\_cEqv93fMSH/y3Uq~?cq=1](#)

Tìm em nơi  
âu

Top Page | Blog |  
Feeds | Friends |  
Lists



valentine??? --> Click here Reply

Blog Wed Feb 11 06:32pm PST

### Ngày Gặp Gỡ....



Bữa giờ hể rảnh rồi là mình lại phẩn lên timem.com.vn coi các bài dư thi viết về cuộc gặp gỡ của mình ( hoho tự nhiên thành đề tài mỗ xê của công luận). Mà cũng phải công... more

Previous Posts:

  - nothing - Entry for February 06, 2009
  - Em đã thấy mùa xuân chưa
  - Chiều 30 - Entry for January 24, 2009

[View Blog](#)

Lists

Movies I like that I recommend.



## Review: Close Up "Tìm em nơi đâu" - Mở xẻ một case-study về Viral Marketing

5



Note 1/ Note 2/ The voice), Microsoft Window 8 (2012). Mình đã chuyển dịch từ 1 bạn Software thuần túy thành một Digital marketer thực chiến theo cách đó

Xem thêm case study về NESCAFE

[Nescafe "Cùng trò chuyên": Học cách làm plan qua một "integrated campaign" điển hình](#)

Với các bạn Digital marketer dưới 3 năm, bên cạnh NỀN TẢNG và TƯ DUY, cần “mài dũa” một nhóm Kỹ năng để thực sự GET IT DONE, tránh việc gì cũng làm dở dở ương ương.

### **Nhóm Kỹ năng về Phân tích & Tối ưu**

Mình cho rằng đây là công việc khác nhất so với marketers truyền thống

Đương nhiên Marketer nào cũng phải có kỹ năng đó. Nhưng Digital platform đem tới cho Marketer những nguồn dữ liệu đa dạng, luôn tươi mới và đầy bí ẩn. Việc nắm bắt và thấu hiểu được số liệu sẽ giúp Digital marketers đưa ra các quyết định có tính chắc chắn cao hơn và liên tục hơn

- Google analytics: giúp bạn hiểu rõ hành vi của khách trên website, từ đó biết cần tập trung cải thiện UX/ Content/ Phần như thế nào. Nếu làm các vị trí sâu hơn về Ecommerce hoặc Game thì bắt buộc phải nắm rất kỹ về các khái niệm Conversion, Assist, Attribution, Ecommerce tracking.... Còn nếu chỉ làm các vị trí chung về Marketing thì nắm được Sessions, Time on site, Bounce rate, Pageviews, Event... là đủ. Trông khá dễ đọc và dễ hiểu, tuy vậy nhiều bạn khá lười để đọc nó, dẫn đến tâm lý ngại số. Đi sâu thì Google analytics khá vi diệu, các bạn đọc thêm ở các bài này  
[Google Analytics là gì? 9 KPI quan trọng trong thành công website](#)  
[Google Analytics Và Tại Sao Nó Không Chính Xác](#)
- Các tool Analytics khác sẽ đi chuyên sâu vào từng phần của Digital platform. Ví dụ Heatmap để tracking hành vi theo dõi content trên website, Hotjar/ Mixpanel/ Yandex có thể thay 1 phần Google analytics, Appsflyer để tracking App, Similarweb/ Ahrefs để tracking 1 website bất kỳ, Comscore để tracking số liệu các website theo dạng Panel.
- Facebook fan page insights/ Instagram insights/ Youtube insights/ Group insights: là những công cụ cơ bản để theo dõi sức khỏe và sự phát triển của 1 kênh. Các thông số tập trung chủ yếu vào Impressions → Reach/ Views → Users/ Fan → Engagement, chia theo các Content, Vị trí và Thiết bị. Nếu muốn đánh giá các xu hướng bên ngoài thì dùng thêm các tool về Social listening như SocialHeat, Buzzmetrics....
- Các công cụ đánh giá Search khá thịnh hành như Ahrefs/ Moz: cho biết nhu cầu tìm kiếm của người dùng và mức độ hiển thị của Website trên Search engine, đồng thời chấm điểm website dựa trên các tiêu chí về Technical và UX. Rất hữu ích cho những bạn muốn tối ưu website và Search



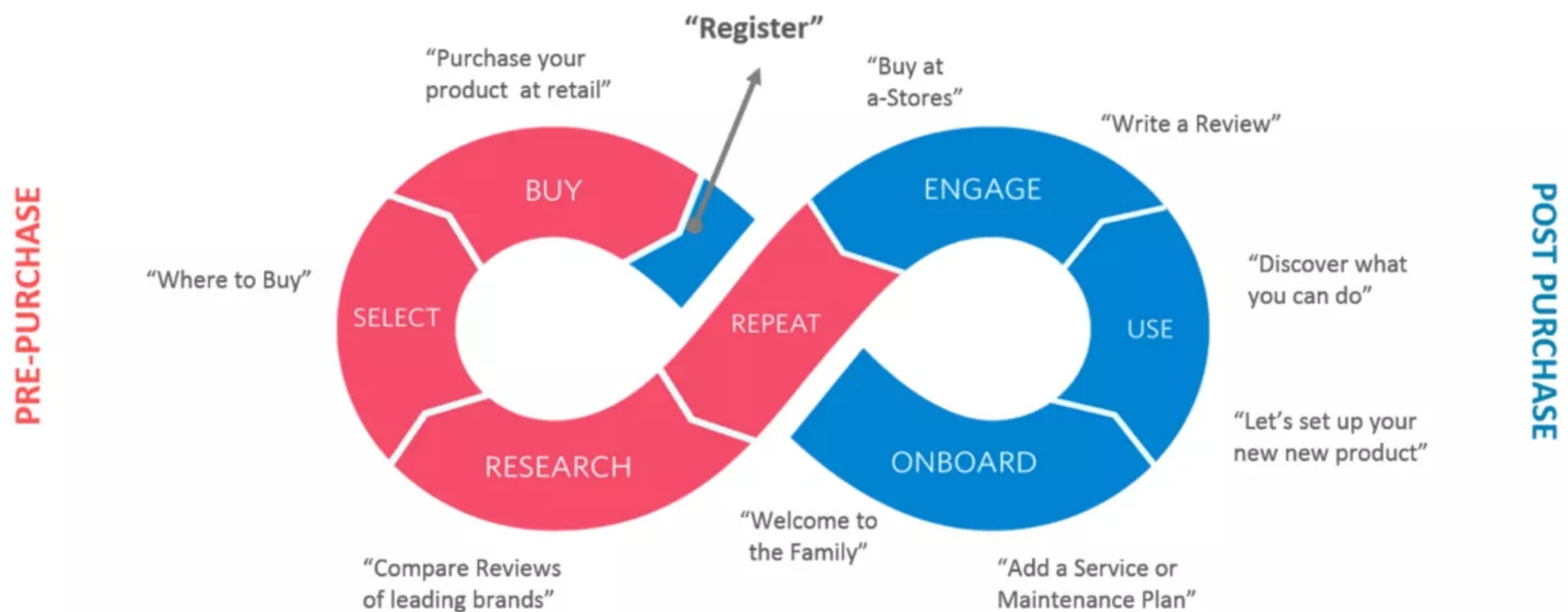
Có thể hơi nhiều, nhưng cần thiết. Đa số các tool đều có nguyên tắc đo lường và đọc số liệu giống nhau, nên thực ra biết khoảng 5 tool là đủ. Sâu hơn thì biết vận dụng nhiều tool khác nhau cho từng mục đích chuyên biệt để phân tích chính xác hơn

Muốn gom lại các chỉ số để đọc cho dễ và nắm được tình hình nhanh chóng thì nên dùng các tool tổng hợp và phân tích số.

Kĩ năng về Phân tích & Tối ưu cũng quan trọng một phần vì chúng gắn liền với những xu hướng của tương lai, được nói tới rất nhiều thời gian gần đây: Marketing automation, Machine learning và CDP

- **Marketing automation:** thế mạnh của Digital marketing chính là automation (tự động hoá). Điều này sẽ giúp giảm thời gian và tăng hiệu suất, điều mà ai cũng mơ ước. Điển hình là các hệ thống như Chatbot (giúp giảm công chat từng người, tăng năng suất chăm khách) hay Email marketing (giúp duy trì mối quan hệ cá nhân hoá và đều đặn). Tuy vậy muốn làm Automation thì phải biết phân tích số liệu để đưa ra các tình huống giả định, từ đó cấu hình cho tool chạy, rồi lại từ số liệu thực tế mà tối ưu từng bước một.
- **Machine learning:** những gì có khuôn mẫu mà con người phải làm đi làm lại thì đưa máy tự tư duy rồi làm luôn sẽ tốt hơn. Chưa kể người thì còn hay tuột mood, hay lười biếng chứ máy chỉ có cảm mệt mà chạy 24/7. Ví dụ: Google ads ra mắt Smart campaign, bạn chỉ việc cài đặt tracking cho đúng và đưa ra budget, mọi công việc tối ưu thủ công (đặt giá thầu, điều chỉnh mẫu QC...) sẽ do Máy tự làm. Hiệu quả tốt hơn hẳn mà người thì siêu nhàn  
*Nếu Digital marketer không có tư duy phân tích mà chỉ biết làm tay chân thì vài năm tới chắc chắn sẽ bị đào thải*
- **CDP:** “CDP is a marketing system that unifies a company’s customer data from marketing and other channels to enable customer modeling and optimize the timing and targeting of message and offers” Nguyên văn định nghĩa của Gartner về CDP  
Hiểu theo nghĩa đó thì CDP chính là 1 cỗ máy thay bạn thấu hiểu mọi hành vi của người dùng và tiếp cận họ theo cách hiệu quả nhất  
Vậy thì bạn ngồi chơi sao ? Hay sẽ bị sa thải ?  
Thực chất máy móc luôn cần người hiểu cách sử dụng và đưa các nguyên liệu đầu vào (content, banner, hình ảnh, video...) Và máy thì cũng có lúc chạy sai, cần người điều chỉnh các thông số hoặc thay đổi máy :) Tương lai của Digital marketers có lẽ là người Kiến trúc sư hoặc Vận hành các cỗ máy khủng khiếp đó





Cả nguồn sống của Marketer bỗng chốc thu bé lại vừa bằng một cỗ máy

### Nhóm Kỹ năng về Sáng tạo

Nhiều bạn cho rằng Sáng tạo là bắt buộc với Marketer, và họ yêu thích Marketing vì nó Sáng tạo. Thực sự, Sáng tạo là điều nên có trong mọi ngành, chứ không phải đặc quyền của ngành nào cả.

Đương nhiên Marketer nào Sáng tạo thì sẽ xử lý công việc hiệu quả hơn. Sáng tạo sẽ dễ lan tỏa sức hút và thúc đẩy ham muốn. Thật khó để làm Marketing nếu bạn cứng nhắc, làm lì và ít ý tưởng. Tuy thế sáng tạo không phải là nghĩ ra những TVC sâu sắc hay những event đỉnh cao. Với Digital marketers, sáng tạo thể hiện trong các kỹ năng rất cụ thể và đơn giản

- **Copywriting (viết lách):** nếu viết 1 đoạn văn bản nửa trang A4 mà người khác không hiểu thì thật khó mà lôi cuốn được ai. Viết lách nên là kỹ năng cần có với mọi Marketer, chứ không phải chỉ có mấy bạn Copywriter
- **Nghệ thuật:** làm sao thẩm định một tấm hình, một đoạn nhạc hay 1 video có thể "lay động" lòng người hay không? Đây không phải là trách nhiệm của Creative hay Producer mà nên là việc chung của mọi người làm Marketing
- **Thuyết trình:** làm sao để người đối diện hiểu và ủng hộ mình? Kỹ năng này càng quan trọng với những công việc đòi hỏi sự giao tiếp, tương tác liên tục giữa nhiều đội nhóm

Sáng tạo cũng có thể rèn luyện. Một số bạn có năng khiếu thì sẽ làm tự nhiên và nhanh chóng hơn. Người chưa có tố chất thì chịu khó mỗi ngày thì sẽ tích lũy được nội công thôi. Thời 2008 - 2010 mình luôn bị chê là kém thẩm mỹ, không biết góp ý cho Design, hoặc không có ý tưởng sáng tạo. OK thôi, mình dở thì mình phải xem nhiều mẫu QC, vọc nhiều website, đọc nhiều về các campaign, chém gió nhiều với các chuyên gia. Sau 3 năm thì cũng tự tin đưa ra ý kiến liên quan đến Sáng tạo. Dù mình vẫn không giỏi về Sáng tạo

Mà không giỏi Sáng tạo có phải là thảm họa đâu. Giỏi những kỹ năng khác để bù đắp lại



Nestle 100 năm, một dự án mang tính Sáng tạo nhất mình Lead. Ra đời năm 2012, nhân dịp kỉ niệm 100 năm Nestle có mặt ở VN, website mô phỏng sự thay đổi của đô thị VN qua suốt 100 năm (tương ứng 100 ngày), đi kèm với một loạt kiến thức về Văn hoá/ Lịch sử khắp các vùng miền. Creative idea đến từ Publicis, còn tất cả các hình ảnh, motion, câu chữ đến từ team mình. Đương nhiên mình không làm design hay copywriting (mình là Lead cơ mà :D ) nhưng để hoàn thành 1 website đồ sộ như vậy thì quả thật trình độ Sáng tạo của mình cũng không thể tệ

Xem file: [Climax-Nestle100Years-15Mar12.pdf](#)



### Nhóm Kỹ năng về Tối ưu Quảng cáo

Quảng cáo Digital, hiểu nôm na là triển khai Ads trên các kênh Google, Facebook, Youtube, Instagram, Zalo, Tiktok...ngày càng trở nên quan trọng. Đến nỗi không có Ads thì đừng mong có Leads/ Sale. Một cty nhỏ mỗi tháng có thể chạy cả trăm triệu tiền Ads, cty lớn thì cả chục tỉ, cá biệt có những Cty chạy cả vài chục tỉ/ tháng. Vậy nên một bạn Ads specialist sẽ quan trọng cỡ nào rồi. Nắm trong tay ngân sách Ads triệu usd/ năm thì dĩ nhiên lương của bạn cũng phải tính bằng ngàn đô chứ nhỉ :D

Chạy Ads có gì khó không ?

2008, mình bắt đầu chạy Google adwords, đến 2009 thì chạy Facebook ads và sau đó cũng chạy khá nhiều các kênh khác qua DSP (Demand side platform). Để chạy Ads thì không khó, tốn 1 tuần hiểu các Metrics và các Nút bấm là xong :) Nhưng để thuần thục và chạy ra hiệu quả thì cũng đòi hỏi tố chất

Cái hay của Ads là kết hợp hai nhóm Kỹ năng: Phân tích với Sáng tạo

- **Phân tích** : bạn chạy Ads phải luôn nhìn vào các con số và đưa ra nhận định. Rồi thử tắt cái này, giảm cái kia xem sao. Rồi bắt trends, học từ đối thủ....Quả là một công việc xoay vần với số liệu và những nút bấm
  - **Sáng tạo**: không có Banner và Content tốt thì đồ mà Ads ra hiệu quả. Nhưng thế nào là tốt ? Có phải banner đẹp, câu chữ hay là tốt? Không hẳn nhé. Có những banner được Design rất lung linh không hề tạo ra chuyển đổi. Ngược lại, có những banner nhìn rất "nông dân" lại đem đơn ầm ầm. Tốt ở đây là sự phù hợp giữa Sản phẩm với Tâm lí người xem. Nên cái chữ Sáng tạo của ông chạy Ads phải luôn dung hoà được tư duy thẩm mỹ của Design với tư duy phân tích
- Ví dụ đây là banner của 1 TMV





Về phương diện Sáng tạo thì cũng chẳng có gì đặc sắc cả, thậm chí nhiều bạn sẽ chê là banner kiểu này sao bán được hàng. Thế mà họ đã bán được cả chục tỉ doanh số mỗi tháng. Marketing là để bán hàng chứ không phải để tranh cãi đẹp xấu nhé :)

Bí quyết là

- Làm sao để Facebook duyệt hình ảnh: để màu đen (before), sửa câu chữ...Ai cũng biết là Facebook rất kĩ lưỡng trong việc duyệt, nhưng chỉ có bạn chạy Ads mới mày mò ra được cách "lách"
- Khuyến, tặng quà, cam kết là những cái "bẫy" chẳng có gì mới mẻ. Nhưng vẫn rất hiệu quả trong mảng Thẩm mỹ

Sáng tạo, tức là thu hút được người xem và thúc đẩy họ hành động. Chứ không phải là đẹp, xấu

### Nhóm Kỹ năng về tối ưu các nền tảng

Với marketing truyền thống, nhiệm vụ là tạo ra nhận biết (Brand awareness) và thu hút khách tới Cửa hàng/ Siêu thị (Trade). Với Digital marketing, bạn có thể tương tác ngay lập tức với Khách hàng tiềm năng ngay khi mẫu QUảng cáo vừa chạy. Ví dụ: khách comment, inbox fan page, chat trên web....Làm sao để phản hồi được ngay và điều hướng khách tới hành động. Đó quả là một công việc tỉ mỉ, lặp đi lặp lại nhưng không hề nhàm chán. Thậm chí nó ngày càng trở nên quan trọng vì rất gần với Sales.

- **Website/ App optimization:** công việc này dành cho các bạn làm Seo (search engine optimization), hoặc webmaster, hoặc Content, hoặc Ux developer. Mục tiêu cao nhất là giúp Web/App tự điều hướng visitor thành buyer. Nếu bạn giỏi hết những việc này thì có thể lên chức Ecommerce Manager hoặc Product manager với mức lương cỡ 2000 usd trở lên
- **Chăm sóc Khách hàng:** nghe có vẻ nhàm chán. Chat với khách trên fan page, trả lời comment, tư vấn khách trên chatbox, trực hotline/email, thiết kế kịch bản cho chatbot....Nhưng đây là những việc đầu tiên khi mình bước chân vào ngành Digital và nó đã đem lại vô số bài học (như đã kể). Vì vậy bạn đừng coi thường nhé. Làm tốt thì lên các vị trí như Customer experiences manager, CRM , Sales manager với mức lương cao ngất ngưỡng đấy



- **Tech support:** mỗi nền tảng đều có các cơ chế mở để bạn phát triển thêm các ứng dụng xung quanh. Ví dụ: facebook app, mautic, slack...Hiểu các chỉ dẫn và tạo ra những app giúp tối ưu công việc và tăng hiệu suất là điều rất thú vị. Đi xa hơn bạn sẽ thành Growth hacker (sẽ nói ở phần tiếp theo), hoặc Martech expert
- **Social media optimization:** đây không phải vị trí chạy Ads hay viết content dù nhiều bạn vẫn hay nhầm lẫn. Việc tối ưu kênh Social như Fanpage, Youtube, Group, Instagram nhằm đem lại Organic traffic ; tương tự là Aso (app search optimization) nhằm tăng hiển thị khi search trên appstore. Làm tốt thì thu nhập rất khá. Có những bạn xây kênh youtube bằng re-up video hoặc xây fanpage bằng copypcat mà kiếm tiền khủng. Phát triển xa hơn thì có thể thành MMO (make money online); bạn đọc báo nghe nói mấy bạn 9x kiếm mấy chục tỉ từ Youtube thì đây là Mmo nhé

Tất nhiên không ai giỏi hết mọi thứ được. Chỉ cần khá một vài kĩ năng kể trên là bạn sẽ có vị trí rất tốt trong mảng Digital rồi. Nếu nền tảng tốt và chọn đường đi đúng thì bạn sẽ tiến rất xa. Một bạn chạy ads cứng (khoảng 2 năm kinh nghiệm) vẫn có thể đạt thu nhập cả ngàn usd nhờ làm việc chăm chỉ ở cty và nhận thêm freelance. Chẳng có gì quá tự hào về năng lực chạy Ads, nhưng nhiều bạn học đủ thứ lí thuyết Marketing mà không có kĩ năng thực thi thì khó mà tồn tại trong một thời mà Marketing cần trả lời về các con số

Marketing giỏi phải kiếm được tiền -



Sách viết bởi Sergio Zyman - cựu Giám đốc Marketing Coca Cola, người đưa tên tuổi của Coca Cola vụt sáng trên thị trường với doanh số bán hàng cao ngất ngưởng của những năm 1993.

Dịch bởi Thái Phạm, cựu GD MARKETING Vinamilk và giờ đang khởi nghiệp Happy.live

Mình rất đồng tình quan điểm đó. Chạy ads, viết content, làm youtube...đều là marketing nếu nó tạo ra tiền cho cty. Làm những thứ bóng bẩy, cao xa mà không ra số thì cũng bị loại sớm



## CHÂN DUNG MỘT FULL STACK MARKETER

Lí thuyết nói rằng bạn cần phải trở thành người đa nhiệm, có thể làm nhiều công việc khác nhau. Điều này sẽ giúp kết quả công việc cao hơn nhờ: tốc độ, linh hoạt và tối ưu liên tục. Vậy thì làm sao có thể trở thành Full Stack marketer? Chả nhẽ phải học hết từ Creative đến Content đến Seo đến Webmaster đến Performance media đến Social media đến Email marketing đến Design hay sao?

Và làm sao để trong 1 năm có thể Full stack?

Trong khoảng 12 năm, mình gặp khá nhiều bạn Full stack, và cũng phát triển được khoảng 100 bạn nhân viên Full stack. Bản thân mình cũng rất Full stack. Tuy nhiên mình nghĩ rằng hiểu đúng về Full stack, đi cùng với việc hiểu mong muốn và thể mạnh của bản thân sẽ tốt hơn trước khi bắt đầu.



[Full-Stack Digital Marketers là ai, họ có những kỹ năng gì?](#) Các bạn nên đọc cuốn này của Vũ Văn Hiến, một trong những Full stack marketers có nền tảng chuyên môn và tinh thần học hỏi cao độ mà mình từng biết. Từ một bạn Web design, Hiến đã vươn lên trở thành Marketing Director tại Adayroi.com (Vingroup), LDG group, và tiếp tục phát triển sự nghiệp tại các tập đoàn Đa quốc gia như Fonterra, Leoburnett

[Full-Stack Digital Marketers là ai, họ có những kỹ năng gì?](#)



Bùi Quang Tinh Tú cũng là một trong những Full stack marketers có nền tảng chuyên môn và tinh thần học hỏi cao độ. Từ 1 Content editor, Tú đã vươn lên thành 1 chuyên gia được săn đón, không chỉ vì kĩ năng chuyên môn vừa rộng vừa sâu (T-shaped) mà còn bởi tư duy sắc sảo về Marketing lẫn Tech. Từng là Digital director ở Wallstreet English, Ringier, CMO của Go-viet, Sáng lập [UAN - Công Đồng Marketing & Truyền Thông Public Group](#), một cộng đồng đông đảo và luôn có nhiều hoạt động chia sẻ kiến thức từ cơ bản đến chuyên sâu. Tú là một trong những người có nhiều ảnh hưởng và tạo giá trị tốt nhất về Digital marketing trong suốt 10 năm qua

Chia sẻ của Tú

“ Một trong những yếu tố quan trọng giúp bản thân mình có thể tiếp nhận kiến thức tốt hơn, học hỏi một cách nhanh hơn và kết nối mọi thứ lại với nhau dễ dàng hơn đến từ mindset hướng về công nghệ. Tú hiểu về SEO nhưng đồng thời cũng đào sâu về web với việc tự học HTML/CSS/Javascript, Tú biết thiết lập quảng cáo nhưng đồng thời cũng hiểu cách thức vận hành của các nền tảng cung cấp quảng cáo, Tú biết viết content nhưng Tú cũng hiểu được cách thức content được đo lường và tracking như thế nào trên các nền tảng, v.v...”

Tú bắt đầu sự nghiệp của mình từ một mảng kiến thức và mở rộng nó ra dần dần sang các mảng tiệm cận. Và dần dần lấp đầy kiến thức của mình ở các mảng bằng cách tự học hoặc trải nghiệm với các dự án. Cách phát triển này được gọi là phát triển kiến thức theo hình chữ T, và những marketer phát triển kiểu này thường được gọi là T-shaped marketer. Tuy nhiên, với các kiến thức mở rộng theo chiều ngang và trải rộng, các marketers này cũng thường được biết đến với một tên gọi khác, phản ánh bản chất của họ là những con người có mindset công nghệ: full stack marketers.

Hơn bao giờ hết, thị trường đang cần ngày càng nhiều những full stack marketers. Chúng ta không cần chỉ những người biết chạy ads, mà còn phải hiểu cách đo lường và tracking, chúng ta không cần chỉ những người biết viết nội dung facebook mà còn phải hiểu thuật toán Facebook và tại sao nó ưu tiên loại nội dung này hơn loại kia, chúng ta cần những người không phải chỉ biết sáng tạo, mà còn biết vận dụng công nghệ vào ý tưởng sáng tạo của mình, v.v...”

Tú, Hiền là những Full stack marketers tiêu biểu. Ngoài chuyên môn, cả 2 đều có những kĩ năng vô cùng quan trọng khác, mà mình cho rằng đây mới quyết định sự thành công của họ, chứ không phải Kĩ năng

- **HỌC HỎI** không ngừng nghỉ. Rõ ràng Digital marketing cách đây 10 năm, 5 năm rất khác. Nếu ai đó cứ tự hài lòng và tự sướng về hiểu biết của bản thân thì chắc chắn không thể đi xa được
- **KẾT NỐI** không phân biệt trình độ, đẳng cấp, vùng miền. Nhờ mối quan hệ chất lượng, rộng khắp nên cơ hội để hợp tác luôn rất rộng mở. Hiền từng nằm trong nhóm trợ lý của chủ tịch Vingroup, còn Tú cũng từng tham gia Go-viet từ ngày đầu
- **CHIA SẺ & TẠO GIÁ TRỊ**: Tú sáng lập [UAN - Công Đồng Marketing & Truyền Thông Public Group](#), Hiền sáng lập [DMA - Digital Marketing Agency Public Group](#) . Hàng trăm



ngàn bạn trẻ đã được học hỏi và phát triển từ những bài viết và buổi workshop chất lượng từ 2 cộng đồng đó

Một số Full stack marketers khác mà các bạn trẻ có thể follow để học hỏi

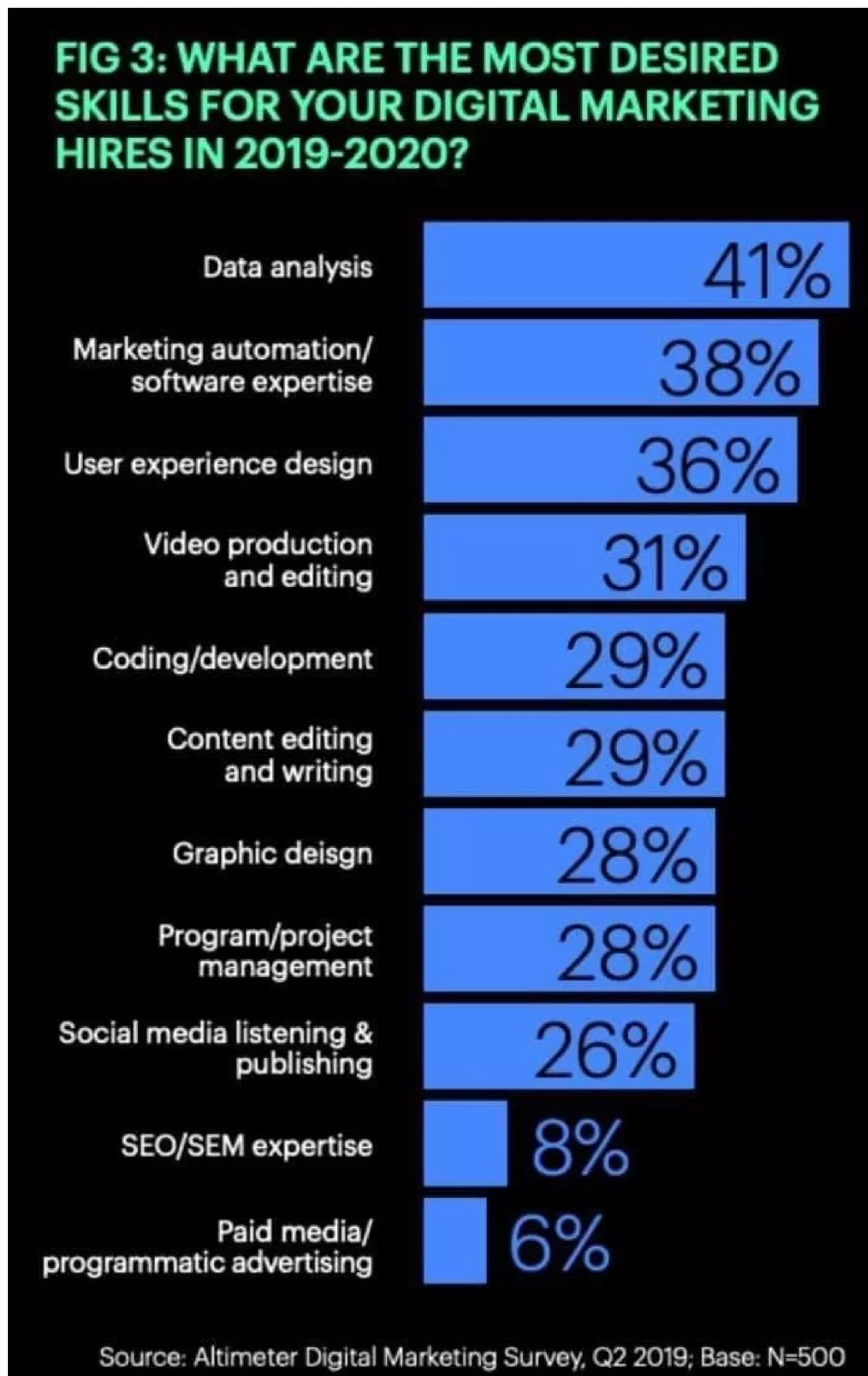
- [Diệp Nguyễn](#): nổi danh trong giới SEO với biệt hiệu Diệp Cú / Diệp Aqua, tuy vậy năng lực KẾT NỐI và CHIA SẺ & TẠO GIÁ TRỊ của Diệp cũng rất bá đạo. Một SEO số ít ở VN đủ tầm lead các dự án cho thị trường Quốc Tế. Group [Rocket SEO Group - Học SEO Cùng Nhau](#) của Diệp là nơi tham khảo giá trị cho các bạn nào muốn học về SEO
- [Quân Phạm](#): co-founder của Printub, nền tảng in áo thun hàng đầu VN. Quân rất đa năng và có hiểu biết sâu về Digital marketing/ Growth, luôn tích cực CHIA SẺ & TẠO GIÁ TRỊ thông qua <https://phamdinhhquan.net/>
- [Dung Phạm](#): App Marketing Specialist / SEM Manager tại Tiki. Dũng có các buổi training free về Google ads được hàng ngàn người đón nhận. Hiện giờ Dũng đang tự kinh doanh rất thành công
- [Trung Đức](#): khởi đầu là 1 Lập trình Viên, rồi nổi danh nhờ viết cuốn Facebook marketing từ A-Z. Sau đó sáng lập MediaZ, giờ đã thành MZgroup với rất nhiều lĩnh vực hái ra tiền. Đức là một người vừa giỏi về hard skill, vừa có mindset về quản trị và chiến lược cực tốt.



Các buổi chia sẻ chuyên sâu về Digital marketing ở [A1dighub](#) luôn được đón nhận vì hàm lượng kiến thức thực chiến được chia sẻ bởi các chuyên gia có tâm



Con đường đi lên từ 1 Digital marketer thành Full stack marketer trông như thế nào ?



Một khảo sát của Altimeter Digital marketing, q2.19 - cũng khá đúng với thị trường VN



## Một số bài viết và tài liệu hay để các bạn đọc thêm

### 1. Bắt đầu bước vào ngành Digital marketing

[Hoc Digital Marketing ở đâu?](#)

[Digital Marketing Career Roadmap- Những nấc thang danh vọng- P.1](#)

[Digital Marketing Career Roadmap- Những nấc thang danh vọng- P.2](#)

[Digital career roadmap – Những nấc thang danh vọng – P3 và hết](#)

[Digital Freelancer - Lựa chọn của những người thích làm việc tự do](#)

### 2. Dành cho Digital marketer dưới 3 năm

[Digital Marketing: Đừng ngộ nhân và ảo tưởng \(Phần 1\)](#)

[Digital Marketing - Đừng ngộ nhân và ảo tưởng \(Phần 2\)](#)

[Forum seeding – thời oanh liệt nay còn đâu \[phần 2\]: Seeding 3.0](#)

[Forum seeding – thời oanh liệt nay còn đâu \[P.1\]](#)

[Điểm danh các Digital Agency nổi bật tại Việt Nam phần 1](#)

[Danh sách các Agency nổi bật ở VN - Hybrid Phần 3](#)

### 3. Dành cho cấp Quản lí và Chiến lược

[Xây dựng Digital Agency - From zero to one](#)

[Quản trị Marketing - Sale:Hành trình xây dựng hệ thống cho SME B2C](#)

[5 xu hướng ứng dụng social commerce hiệu quả](#)

[Google summit 2019 - Kỉ nguyên Công nghệ thế giới nhiều cơ hội](#)

### 4. Các khoá học

[Brand Camp | Nền tảng học trực tuyến và nội dung số về Marketing, Business và Creativity tại Việt Nam.](#)

[Kyna.vn](#)

[Udemy](#)

[Coursera](#)

### 5. Tài liệu hữu ích

[A Practical Guide to Creating Killer Marketing Content.pdf](#)

[The-Definitive-Guide-to-Lead-Generation.pdf](#)

[Sale-Marketing Strategic Framework-HuyVo.pdf](#)

[Brand equity.pdf](#)

[Learning SEO from the Experts.pdf](#)

[Prove Inbound ROI by Reporting Results.pdf](#)



[7 Steps to an Integrated Marketing Analytics Strategy.pdf](#)

[The-three-step-marketing-audit-how-to-use-customer-data-to-recharge-your-marketing.pdf](#)

[beginners guide to social media.pdf](#)

## 6. Các địa chỉ tin cậy để tham khảo

### Các Group chất

[Cộng đồng Marketing & Advertising Public Group](#) group rất đông các ae làm về Marketing & Advertising

[UAN - Cộng Đồng Marketing & Truyền Thông Public Group](#) : group có nhiều workshop và chuỗi đào tạo về Digital marketing nhất

[DMA - Digital Marketing Agency Public Group](#) : group dành cho các anh em làm Digital marketing agency, có nhiều workshop chất lượng

[Kinh doanh trong kỉ nguyên số](#) : có lẽ là nơi chứa nhiều bài viết chất lượng hàng đầu về kinh doanh số ở VN

[Tăng Trưởng Số Public Group](#) : khoảng 1700 members nhưng là Group chất lượng hàng đầu với những bài chia sẻ ngàn like về Tăng trưởng

[Growth Mastermind](#) : chuỗi chia sẻ hàng tuần về các cách thức để Tăng trưởng cho Doanh nghiệp vừa và nhỏ (Smb) hoặc Startup, đang kinh doanh Online/ Ecommerce

[Launch Public Group](#): khoảng 42000 members là Group tiên phong và có chất lượng hàng đầu với những bài chia sẻ về Startup

[ECOMME GROUP - Cộng đồng eCommerce Việt Nam Public Group](#): khoảng 200,000 members, group tiên phong cho cộng đồng Seller tại VN

### Các anh chị giỏi và thân thiện nên follow

[Long Nguyen Huu](#)

[Nguyễn Việt Hùng \(hungkaka\)](#)

[Lê Minh Mẫn](#)

[Trần Thịnh Lâm](#)

[Do Huu Hung](#)

[Nguyễn Phương Nam](#)

[Lâm Minh Chánh](#)

[Ho Cong Hoai Phuong](#)

[Thai Pham](#)

### Các slide nên xem

[FORBES INSIGHTS: DATA-DRIVEN MARKETING PUSH FORWARD OR FALL BEHIND](#)

[VIETNAM'S FUTURE DIGITAL ECONOMY TOWARDS 2030 AND 2045](#)

[Digital2019 Vietnam \(1\).pdf](#)

[VMS-PNJTrueLove.pdf](#)

[VMS-Speaker-Thuan-Doan-send.pdf](#)

[Unilever Today.pdf](#)



[Ngành bán lẻ Việt Nam: Những bức tranh sáng màu](#)

[WorldLine - Marketing Automation Platform](#)

[DI 2020 Global Marketing Trends.pdf](#)

[20191001 Eurocham Retail Market x Decision Lab eCommerce Facts share by A1 Digihub.pdf](#)

### **CẢM ƠN CÁC BẠN ĐÃ ĐỌC TỚI ĐÂY :)**

Mình viết sách không phải là để dạy dỗ ai, mà là để chia sẻ với mọi người về những điều biết được trong hành trình kinh doanh và khám phá tri thức. Sách như một chỉ dẫn mọi người cách đi vào 1 lĩnh vực mới. Vì vậy ngoài kiến thức, mình luôn bổ sung thêm slide + video + group để mọi người có thể tương tác và thảo luận

Kiến thức hàn lâm thì khó hiểu, còn lôm côm thì hại người đọc. Vì thế mình chỉ trình bày lại thông tin để anh em tham khảo chứ ko sa đà vào chuyện đúng sai về khái niệm

Các bạn đã mua sách thì tham gia Group [A1digihub book](#).

Nơi đây các bạn có quyền

- Chất vấn tác giả về bất kì nội dung gì chưa chính xác
- Làm rõ những điều chưa hiểu thông qua thảo luận hoặc video call
- Nhận thêm tài liệu hoặc thông tin mà trong sách không tiện viết

Các bạn chưa mua sách mà được ai đó share file ebook thì chuyển tiền ủng hộ theo form này đây: <https://forms.gle/aXtuimBaZfKjrLzg7> nhé!! Không tiền thì viết sách làm sao :)

Các cuốn sách khác đã phát hành của A1digihub đều được đón nhận nồng nhiệt với số lượng lên đến vài ngàn bản (online)

- Cuốn 1: Hành trình 10 năm của một Full stack digital marketer
- Cuốn 2: Phân tích số liệu . Từ excel đến Business Intelligence
- Cuốn 3: Xây dựng Mô hình kinh doanh Social + Commerce - áp dụng cho startup/ online sellers muốn bắt đầu từ Zero
- Cuốn 4: Growth mastermind - tăng trưởng tại các DN trăm tỉ thời đại số

Để đăng kí, anh em chuyển khoản về .

- Momo: 0972469597
- Vietcombank: 0441003692326 Lê Anh Tuấn (cn Tân Bình)

Cú pháp: sdt + email + tên + thứ tự cuốn . Ví dụ 09125367mrleee@gmail.comCuon3

- 99k/ cuốn
- 198k / 2 cuốn
- 297k/ 3 cuốn
- 396k/ 4 cuốn

Nếu có bất kì vấn đề gì các bạn liên hệ sdt 0972469597 (zalo) hoặc chat với

- Tác giả :<https://www.facebook.com/baonam.kimchi>



- 
- Support: <https://www.facebook.com/thuthuypham1911>