

• SỔ TAY • 50 PROMPT MARKETING

50 Prompt ChatGPT Cho Marketing

Sổ tay prompt thực chiến cho marketer Việt — chiến lược, content, quảng cáo, SEO & đo lường.

SỔ TAY THAM CHIẾU

Mục lục & cách dùng



50 prompt copy-paste phủ toàn bộ vòng đời marketing — chia 5 nhóm × 10 prompt.

- | | | |
|---|---|----|
| 1 | Nhóm 1 — Chiến lược & nghiên cứu thị trường
Phân khúc, USP, đối thủ, ngách | 05 |
| 2 | Nhóm 2 — Content & copywriting
Blog, social, headline, email | 07 |
| 3 | Nhóm 3 — Quảng cáo trả phí & landing page
Facebook Ads, Google Ads, LP copy | 09 |
| 4 | Nhóm 4 — SEO & content dài hạn
Từ khóa, outline, meta, chuyển đổi | 11 |
| 5 | Nhóm 5 — Phân tích, đo lường & tối ưu
Độc số, A/B test, report, cải tiến | 13 |

Sổ tay này dành cho ai?



Marketer inhouse / agency

Mọi vai trò: content, performance, brand, social.



Chủ shop & SME tự làm MKT

Không có team, tự lo từ chiến lược đến chạy ads.



Freelancer content / digital

Nhận project content, ads, SEO cho khách.



Người mới vào ngành

Sinh viên, intern, người chuyển ngành sang MKT.

4 nguyên tắc dùng prompt hiệu quả

- Đưa bối cảnh đầy đủ.** Ngành, sản phẩm, khách mục tiêu, kênh, ngân sách — AI cần đủ để output có ích.
- Yêu cầu nhiều phiên bản.** "Cho 5 phiên bản A/B test" — marketing là kiểm chứng, không phải một-lần-đúng.
- Biên tập lại theo brand.** Mỗi thương hiệu có giọng nói riêng — AI không biết. Bạn thêm "chất" vào.
- Kiểm chứng bằng dữ liệu.** AI gợi ý hay nhưng vẫn đoán. Test với số thật, dùng kết quả ra quyết định.

⚠ ĐẠO ĐỨC MARKETING — ĐỌC KỸ

Prompt trong sách hướng tới marketing **trung thực & có trách nhiệm**. Đừng dùng để: phóng đại công dụng sản phẩm (vi phạm Luật Quảng cáo), tạo review giả, dùng hình ảnh người khác không xin phép, đánh vào nỗi sợ/bất an quá đáng. Mất khách là chuyện, mất uy tín brand là mãi mãi.

💡 Mẹo dùng AI trong marketing

AI giỏi nhất ở khâu **tạo bản nháp nhanh & nhiều phiên bản**. Đừng kỳ vọng nó đưa chiến lược "đúng" cho bạn — đó là việc của marketer. Coi AI như intern siêu nhanh: làm bản nháp, bạn ra quyết định & biên tập.

NHÓM 01 · PROMPT 1-10

01

Chiến lược & nghiên cứu thị trường

Khâu nền móng — sai ở đây, mọi việc sau đều lệch hướng.

01

Phân khúc khách hàng

Tôi bán [sản phẩm/dịch vụ] giá [X] ở Việt Nam. Phân khúc tệp khách thành 3 nhóm chính theo nhân khẩu + hành vi + động cơ mua. Với mỗi nhóm: tên gọi, đặc điểm chính, vấn đề cốt lõi.

02

Persona khách hàng chi tiết

Tạo persona chi tiết cho khách lý tưởng của [sản phẩm]: tên, tuổi, nghề, thu nhập, sở thích, kênh online họ ở, một ngày của họ, lý do mua & lý do không mua. Cụ thể như người thật.

03

Phân tích SWOT thương hiệu

Phân tích SWOT cho thương hiệu [tên] trong ngành [X]. Mỗi mục (S/W/O/T) liệt kê 4 điểm cụ thể, có thể hành động được. Trung thực – không tự khen thái quá.

04

Phân tích đối thủ chi tiết

Đối thủ chính của tôi: [liệt kê 3]. Phân tích mỗi bên trên: định vị, USP, kênh marketing, tệp khách, điểm mạnh, điểm yếu. Tổng kết: tôi nên định vị khác biệt thế nào?

05

Xây dựng USP & tuyên ngôn định vị

Sản phẩm tôi: [mô tả]. Đối thủ: [ai]. Viết tuyên ngôn định vị (positioning statement) theo công thức: "Cho [đối tượng] cần [vấn đề], [thương hiệu] là [danh mục] giúp [lợi ích] khác với [đối thủ] ở [khác biệt]".

06

Hành trình khách hàng (Customer Journey)

Vẽ customer journey cho khách mua [sản phẩm]: 5 giai đoạn (Awareness → Consideration → Decision → Use → Loyalty). Mỗi giai đoạn: cảm xúc khách, kênh tiếp xúc, content phù hợp, hành động marketing.

07

Tìm "khoảng trống" thị trường

Trong ngành [X] ở Việt Nam, đối thủ đang tập trung vào [mô tả thị trường hiện tại]. Tìm 3 "khoảng trống" tiềm năng: đối tượng bị bỏ qua, nhu cầu chưa được phục vụ, góc tiếp cận chưa ai làm.

08

Lập kế hoạch marketing 3 tháng

Lập kế hoạch marketing 3 tháng cho [sản phẩm], ngân sách [X], mục tiêu [doanh thu/leads]. Phân bổ theo kênh, tuần, KPI. Ưu tiên kênh phù hợp ngân sách nhỏ.

09

Phân tích insight khách qua bình luận

Đây là 30 bình luận trên bài/video của tôi (hoặc đối thủ): [dán vào]. Phân tích: 3 nhu cầu lớn nhất, 3 nỗi đau nổi bật, 3 cụm từ khách hay dùng (để tôi tái sử dụng trong copy).

10

Brainstorm ý tưởng campaign sáng tạo

Brainstorm 10 ý tưởng campaign marketing cho [sản phẩm] hướng tới [đối tượng], ngân sách [X]. Mỗi ý tưởng có: tên, một câu mô tả, hook chính, kênh chạy.

NHÓM 02 · PROMPT 11–20

02

Content & copywriting

Khâu marketer dùng AI hiệu quả nhất — nhân năng suất 3-5 lần nếu biết cách.

11

Viết headline gây chú ý

Viết 10 headline cho bài [chủ đề] trong ngành [X]. Áp dụng các công thức khác nhau: số, câu hỏi, "How to", before-after, gây tò mò. Tiếng Việt tự nhiên, không clickbait sai sự thật.

12

Bài blog SEO 1000 từ

Viết bài blog 1000 từ về [chủ đề], từ khóa chính [X], đối tượng [Y]. Cấu trúc: H1 – intro hook – 4 H2 con – kết với CTA. Tone [chuyên gia/thân thiện].

13

Caption Facebook bán hàng

Viết caption Facebook bán [sản phẩm] giá [X]. Cấu trúc AIDA: thu hút (hook 1 dòng) → quan tâm (vấn đề) → mong muốn (giải pháp) → hành động (CTA). Dưới 150 từ, có emoji vừa phải.

14

Kịch bản video TikTok / Reels

Viết kịch bản video 30 giây cho [sản phẩm/chủ đề]. Cấu trúc: HOOK 3s (gây dừng cuộn) → VẤN ĐỀ 5s → GIẢI PHÁP 18s → CTA 4s. Kèm gợi ý cảnh quay & text overlay từng giây.

15

Email marketing chiến dịch

Viết email marketing cho campaign [tên] gửi tệp [đối tượng]. Subject hấp dẫn, mở đầu cá nhân, giá trị chính, CTA rõ. Dưới 200 từ. Cho 2 phiên bản A/B test subject line.

16

Lịch content tháng cho social

Lập lịch content 30 ngày cho fanpage/TikTok [ngành]. Mỗi ngày 1 post: chủ đề; định dạng (ảnh/video/text), hook, CTA. Đa dạng: 40% giáo dục, 30% giải trí, 20% bán hàng, 10% chia sẻ.

17

Storytelling cho thương hiệu

Viết câu chuyện thương hiệu (brand story) 300 từ cho [tên brand] trong ngành [X]. Cấu trúc: gốc gác → vấn đề chúng tôi thấy → cách chúng tôi giải quyết → cam kết. Chân thực, không sáo rỗng.

18

Viết case study / câu chuyện thành công

Viết case study về khách [A] dùng sản phẩm [B]. Cấu trúc: bối cảnh → vấn đề → giải pháp → kết quả (có số liệu). Trung thực, có quote khách (giả định). Dùng cho landing page.

19

Repurpose content đa kênh

Đây là bài blog tôi vừa viết: [dán]. Biến thành: (1) chuỗi 5 post Facebook, (2) script video TikTok 60s, (3) chuỗi 7 tweet, (4) email newsletter. Giữ thông điệp chính, đôi giọng phù hợp từng kênh.

20

Microcopy cho website

Viết microcopy cho [website của tôi bán X]: text nút CTA (5 phiên bản), placeholder form, thông báo lỗi, message thành công, tooltip. Ngắn, rõ, đúng tone thương hiệu [mô tả tone].

NHÓM 03 · PROMPT 21-30

03

Quảng cáo trả phí & landing page

Khâu đốt tiền nhanh nhất nếu làm sai — đầu tư copy & testing đúng cách quan trọng.

21

Copy Facebook Ads

Viết 5 phiên bản copy Facebook Ads cho [sản phẩm] giá [X], mục tiêu [conversion/leads]. Mỗi bản: primary text 80 từ, headline, description. Khác nhau về angle (giá, lợi ích, nỗi đau, social proof, urgency).

22

Google Search Ads

Viết 8 headline (30 ký tự) + 4 description (90 ký tự) cho Google Search Ads, từ khóa [X], sản phẩm [Y]. Tuân thủ giới hạn ký tự, có CTA rõ, đúng intent người search.

23

Mô tả audience targeting

Tôi sắp chạy quảng cáo [sản phẩm] cho khách [mô tả]. Gợi ý: 5 detailed interests trên Facebook, 3 từ khóa Google Ads, 3 đối tượng lookalike từ data nào. Cụ thể có thể dùng ngay.

24

Script video ads 15-30 giây

Viết script video ads 20 giây cho [sản phẩm], chạy trên [Facebook/TikTok/YouTube]. Hook 3s đầu phải mạnh (không có âm thanh cũng hiểu). Bản nhỏ + bản full sound. Kèm gợi ý cảnh quay.

25

Landing page outline hoàn chỉnh

Viết outline landing page bán [sản phẩm]. Cấu trúc: hero (headline + sub + CTA + ảnh), 3 lợi ích chính, social proof, demo/benefit, FAQ, CTA cuối. Mỗi mục viết headline + 2-3 câu nội dung mẫu.

26

A/B test headline cho ads

Viết 6 headline cho ads [sản phẩm] để A/B test, theo 6 angle khác nhau: lợi ích, nỗi đau, tò mò, số liệu, thử thách, before-after. Mỗi headline dưới 12 từ, ghi chú "test giả thuyết gì".

27

Copy retargeting cho khách bỏ giỏ

Viết 3 copy ads retargeting cho khách đã [xem sản phẩm/thêm giỏ nhưng chưa mua]. Mỗi bản: tone khác nhau (nhắc nhẹ, FOMO, incentive). Không spam, tôn trọng quyết định của khách.

28

Lead magnet hấp dẫn

Gợi ý 5 lead magnet (ebook, checklist, template, mini-course, calculator) cho ngành [X] hướng tới [đối tượng]. Mỗi cái: tên hấp dẫn, mô tả 1 câu, lợi ích chính, hợp với funnel ở giai đoạn nào.

29

Hero section landing page

Viết hero section cho landing page bán [sản phẩm]: 5 phiên bản headline + sub-headline + nút CTA. Mỗi phiên bản theo angle: kết quả, vấn đề-giải pháp, danh xưng, tò mò, USP.

30

FAQ landing page giải tỏa lo ngại

Viết 8 câu FAQ cho landing page bán [sản phẩm]. Tập trung giải tỏa lo ngại thực tế của khách (chứ không phải câu sản phẩm tự khen). Mỗi câu trả lời 2-3 câu, trung thực.

NHÓM 04 · PROMPT 31-40

04

SEO & content dài hạn

Kênh "ngấm chậm" nhưng bền nhất — đầu tư đúng giờ ăn quả nhiều năm sau.

31

Brainstorm cluster từ khóa

Tôi muốn SEO chủ đề [topic chính] trong ngành [X]. Đề xuất 1 từ khóa "pillar" + 15 từ khóa "cluster" liên quan. Ghi chú: intent (informational/commercial), độ khó ước lượng, idea bài viết.

32

Outline bài SEO chi tiết

Outline chi tiết cho bài SEO chủ đề [X], từ khóa chính [Y], mục tiêu rank top 10. Cấu trúc: H1, intro, 5-7 H2 (mỗi H2 có 2-3 H3 nếu cần), kết, FAQ. Ghi chú: từ khóa phụ chèn ở đâu, ý chính mỗi mục.

33

Meta title + meta description

Viết 5 phiên bản meta title (dưới 60 ký tự) + meta description (dưới 155 ký tự) cho bài [chủ đề], từ khóa [X]. Hấp dẫn click, có từ khóa tự nhiên, hứa hẹn giá trị.

34

Phân tích "search intent"

Từ khóa [X] – người search có ý định gì? Phân tích: informational, navigational, commercial, transactional. Đây là loại nội dung Google đang xếp top? Bài nên đi theo hướng nào để hợp intent?

35

Tối ưu bài cũ chưa rank

Đây là bài cũ tôi viết về [chủ đề], chưa rank top 20: [đán bài hoặc URL]. Phân tích: thiếu gì? Cần bổ sung gì để rank cao hơn? 5 điểm cải thiện cụ thể?

36

Bài so sánh đối thủ (vs)

Viết outline bài "X vs Y" so sánh [sản phẩm tôi] với [đối thủ]. Cấu trúc: tổng quan, so sánh trên 5 tiêu chí (giá, tính năng, support, use case, kết luận). Trung thực, không bôi xấu đối thủ.

37

Bài "How to" hướng dẫn từng bước

Viết bài "How to" hướng dẫn [làm việc gì]. Cấu trúc: bài toán → công cụ cần → 5-7 bước rõ ràng, mỗi bước có heading + giải thích + ảnh gợi ý. Đối tượng người mới hoàn toàn.

38

Bài listicle hấp dẫn

Viết bài "Top 10 [X]" cho ngách [Y]. Mỗi mục: tên, mô tả 100 từ, ưu/nhược, đối tượng phù hợp. Sắp xếp có lý do (không chỉ random). Có intro & kết giúp người đọc chọn.

39

Internal linking gợi ý

Đây là cấu trúc website của tôi: [liệt kê bài/danh mục]. Bài mới về [chủ đề] nên link nội bộ tới những bài nào? Anchor text nên là gì? Lý do tại sao mỗi link.

40

Lịch xuất bản content dài hạn

Lập lịch xuất bản content SEO 3 tháng cho blog [ngách], mục tiêu rank cluster [X]. Mỗi tuần 1-2 bài, theo logic pillar → cluster. Liệt kê: tuần, chủ đề, từ khóa chính, mục tiêu.

NHÓM 05 · PROMPT 41–50

05

Phân tích, đo lường & tối ưu

Phần marketer "thường" hay bỏ qua — phân biệt agency giỏi với agency làng nhàng.

41

Đọc & phân tích báo cáo Ads

Đây là số liệu campaign Facebook Ads tuần này: [dán: spend, reach, CTR, CPC, conversions, ROAS]. Phân tích: campaign khỏe/yếu chỗ nào? 3 hành động tối ưu cụ thể nên làm tuần sau.

42

Đọc số liệu Google Analytics

Đây là số website tháng này: [traffic, source, bounce, time on page, conversion]. Phân tích: trang nào hiệu quả, trang nào yếu, nguồn nào đáng đầu tư thêm? 5 insight có thể hành động.

43

Thiết kế A/B test

Tôi muốn A/B test [yếu tố: headline / CTA / hình ảnh] trên [landing page/ads]. Thiết kế thí nghiệm: giả thuyết, biến A vs B, metric đo, sample size cần, thời gian chạy, cách quyết định người thắng.

44

Phân tích lý do CTR thấp

Quảng cáo của tôi: [mô tả copy + ảnh + audience]. CTR đang ở [X%], thấp hơn benchmark. Đề xuất 5 giả thuyết về nguyên nhân + cách test từng giả thuyết để tìm vấn đề thật.

45

Tính & tối ưu CAC, LTV, ROAS

Số liệu của tôi: doanh thu [X], chi MKT [Y], số khách mới [Z], giá trị đơn TB [W], % khách quay lại [N%]. Tính CAC, LTV, ROAS hiện tại. Có lành mạnh không? Cần cải thiện chỉ số nào trước?

46

Báo cáo marketing tháng cho sếp

Tôi cần viết báo cáo MKT tháng cho sếp. Số liệu: [dán]. Viết báo cáo 1 trang: executive summary 3 dòng, kết quả vs KPI, 3 highlights, 2 điểm cần cải thiện, đề xuất tháng sau.

47

Phân tích vì sao campaign thất bại

Campaign [tên] vừa chạy không đạt mục tiêu. Bối cảnh: [mô tả: mục tiêu, ngân sách, kết quả]. Phân tích post-mortem: 5 nguyên nhân khả dĩ, ưu tiên sửa cái nào trước, bài học rút ra.

48

Phân tích funnel tìm chỗ rơi

Funnel của tôi: [impression → click → LP visit → form fill → purchase] với số liệu mỗi bước. Tính conversion rate từng bước, xác định bước "rơi" nhiều nhất, đề xuất giả thuyết & cách sửa.

49

Survey thu hiểu khách hàng

Tôi muốn survey khách [mục tiêu: hiểu vì sao họ chọn / vì sao họ rời / nhu cầu mới]. Soạn 10 câu hỏi: 5 trắc nghiệm, 5 mở. Câu hỏi ngắn, dễ trả lời, không dẫn dắt. Ghi chú insight mỗi câu mong thu.

50

Đề xuất KPI cho team marketing

Team MKT tôi gồm [vai trò: content / ads / SEO / social]. Mục tiêu công ty: [X]. Đề xuất KPI cụ thể cho từng vai trò trong 3 tháng tới – đo được, có thể đạt, gắn với mục tiêu chung.

HOÀN THÀNH

50 prompt — biến AI thành đồng đội marketing

Bạn vừa có **50 prompt thực chiến** phủ toàn bộ vòng đời marketing — từ chiến lược, content, quảng cáo, SEO, đến đo lường. Đây là sổ tay tham chiếu — không cần đọc tuần tự, lần sau gặp việc nào mở đúng nhóm đó.

Bốn điều cốt lõi mang theo

Đưa bối cảnh đầy đủ

Output cụ thể chỉ khi input cụ thể.

Yêu cầu nhiều phiên bản

Marketing là kiểm chứng, không một-lần-đúng.

Biên tập theo brand

AI viết nháp, bạn thêm "chất".

Kiểm chứng bằng số

AI gợi ý hay, dữ liệu thật mới quyết định.

“AI không thay marketer giỏi. Nó **nhân năng suất marketer giỏi** — và làm hiện rõ ai chỉ "biết dùng template".

NhịpAI

Chúc bạn campaign nào cũng thắng! 

Tài liệu được NhịpAI biên soạn để chia sẻ miễn phí cho cộng đồng.