

1.Cách suy nghĩ về thị trường

- . bán hàng cho đúng người cần, không cố gắng bán những thứ họ không có nhu cầu
- . sản phẩm tốt mà sai thị trường thì coi như công cốc
- . tránh những sản phẩm quá lạ mà muốn bán được cần giáo dục thị trường quá nhiều

2.Nếu người ta không cần sản phẩm của bạn

- . không có cạnh tranh là dấu hiệu nhu cầu thị trường không hề có
- . thay vì bán 1 sản phẩm/dịch vụ, hãy bán giải pháp cho vấn đề
- . chuyển đổi cách tiếp cận cho sản phẩm/dịch vụ của mình để đánh tới nhu cầu khách hàng

3.Customer

- . big idea là thứ được tìm thấy từ thị trường chứ không phải được tạo ra
- . chúng ta sẽ không bao giờ hiểu được khách hàng cho đến khi mình chịu hỏi và lắng nghe
- . đặt khách hàng làm trung tâm, luôn đảm bảo mình giữ kết nối với khách hàng

4.Tương lai của marketing hiện đại

- . marketing tương lai là sự chân thành nghĩ đến lợi ích của khách hàng
- . copywriting cần có lợi thế về suy nghĩ hơn là việc viết

5.Big Idea - yếu tố cốt lõi

- . mỗi người có 1 cách khác nhau để tìm big idea
- . big idea thường đến một cách tự nhiên, chỉ có thể thấy mà khó có thể tìm
- . big idea tốt quyết định 80% chiến dịch

6.Unique Mechanism

- . Unique Mechanism là cơ sở để người ta tin vào big idea của mình
- . có lợi thế cạnh tranh/điểm khác biệt mới có thể tồn tại trên thị trường
- . cái gì dính đến tiền thì nó mới là thật

7.Để ý những dấu hiệu

- . yếu tố bắt buộc của Unique Mechanism
 - . chưa ai nói đến bao giờ
 - . nếu đã có người nói đến thì cần nói theo cách khác và mở rộng nó ra
- . mỗi 1 sản phẩm được bán ra là dấu hiệu của Unique Mechanism tốt

8.Irresistible offer

- . Irresistible offer là lời đề nghị không thể chối từ bỏ qua sự logic
- . tạo deal khiến người mua thấy hời khi mua nó
- . tạo sự khan hiếm và giới hạn để họ phải xuống quyết định ngay để không bỏ lỡ
- . khiến khách để ý đến giá trị mặt hàng hơn là giá của chúng
- . luôn luôn tăng giá trị cho mặt hàng của bạn

9.Tạo Irresistible offer cho sản phẩm

- . thêm vào bonus hữu ích cho khách hàng
- . thêm vào guarantee - cam kết hoàn tiền
- . đổi sang 1 kiểu payment khác - chỉ thanh toán khi hiệu quả
- . thêm vào review của người nổi tiếng
- . đổi sang kiểu deliver value khác - truyền tải thông điệp mang giá trị theo 1 góc nhìn khác

10.Nguồn thu khác ngoài việc kinh doanh

- . nên có nguồn thu khác ngoài việc kinh doanh do
 - . thường giai đoạn đầu cần phải gồng lỗ để đầu tư
 - . có nguồn thu khác sẽ là lợi thế kinh doanh lớn nhờ kỹ năng phụ có từ nguồn thu thứ hai
 - . kiếm được tiền từ bên ngoài mới bước vào kinh doanh được để đảm bảo tâm

11.User generate content - review từ khách hàng

- . 93% khách hàng đọc review online trước khi mua hàng
 - . Tạo động lực cho khách hàng review
 - . quà tặng
 - . lời cảm ơn + tip
 - . coupon/giảm giá cho lần sau
- => món quà tặng cho họ cần đủ giá trị để họ dành thời gian viết review
- => gợi ý cách họ viết vì người ta rất lười nghĩ

12.Tăng doanh thu

- . những ngày gần hết ưu đãi là lúc thu hút được nhiều khách hàng nhất,
- . động lực lớn nhất để người ta mua hàng là FOMO.

