

50 Cases studies Ứng Dụng AI trong Bán lẻ/ TMĐT/ Digital marketing/ Kiếm tiền online

MỞ ĐẦU	2
PHẦN 1: AI ỨNG DỤNG TRONG MARKETING/ TRUYỀN THÔNG/ XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU	9
Case 1: Nike's Personalized Design AI Campaign	10
Case 2. Design Your Own Shoes, with AI	12
Case study 3. Món tráng miệng cho bữa sáng, gợi ý bởi AI	12
Case Study 4: Coca-Cola's "Share a Coke" Voice Campaign	13
Case study 5: Tập đoàn Sữa VN ứng dụng AI vào hoạt động phát triển ý tưởng và nâng cao năng lực cho đội ngũ truyền thông - MKT	14
Case study 6: Thương hiệu Nam giới Oniiz đưa AI vào hoạt động nghiên cứu sản phẩm, sáng tạo nội dung và xây dựng thương hiệu.	15
PHẦN 2: AI ỨNG DỤNG TRONG BÁN HÀNG/ CSKH KHÁCH HÀNG	17
Case study 7: Bot AI hỗ trợ khách hàng ngành Tài chính/ Ngân hàng	18
Case study 8: Mua sắm dễ dàng với AI	23
PHẦN 3: AI ỨNG DỤNG TRONG VẬN HÀNH	24
Case study 9. Tối ưu chuỗi cung ứng ngành thời trang	26
Case study 10: Làm thế nào để 1 hãng bán lẻ thời trang dự đoán được xu hướng?	27
Case study 11: Quản lí kho thông minh, tự động	30
Case 12: AI ứng dụng trong quản lí hàng hoá	31
Case study 13. Giảm thời gian và nguồn lực sáng tạo nội dung	32
Case study 14: Content agency tiết kiệm \$2000/tháng chi phí nhân sự nhờ AI	34
Case study 15. Lập kế hoạch và triển khai công việc đồng bộ	35
Case study 16. Tạo sản phẩm mẫu trong vài phút	36
Case study 17. Tạo ra nhân viên ảo như 1 người thật	37
Case study 18. AI agents hỗ trợ tư vấn chăm sóc khách hàng	38
Case study 19. Xây dựng sản phẩm Công nghệ No codes/low codes	38
Case study 20. AI khai thông Kế toán/ Tài chính DN	39
PHẦN 5: ỨNG DỤNG AI TRONG Ecommerce	43
Case study 21: Sephora's AI chatbot-powered shopping service	45
Case study 22: AI Beauty	46
Case study 23. Mua rau củ quả với AI	47
Case study 24: Ada's AI-driven customer support & social media engagement platform	52
Các công cụ AI đang ứng dụng trong E-commerce: The Best Tools per Type	54
Case study 25: Công ty mỹ phẩm ứng dụng AI để nâng cao năng lực bán hàng	60

Case study 26: Tập đoàn truyền thông lớn tại VN ứng dụng AI tăng năng suất công việc sáng tạo của đội ngũ biên tập viên	64
NHỮNG BÀI TOÁN THÚ VỊ ĐANG CHỜ BẠN GIẢI	65
Case study 27: Bot social media	65
Case study 28. Bot học tập	66
Case study 29. Bot cập nhật giá thị trường	66
Case study 30. Bot tư vấn b2b	66
Case study 31. Bot hỗ trợ sales Fmcg/ TPCN	67
Case study 32. Bot tuyển dụng	67
PHẦN 5: KIỂM TIỀN LẺ BẰNG AI	68
Case study 33: AI Content Blog Journey	69
Case study 34: Viết sách nhờ AI	70
Case study 35: Bán trăm ngàn \$ chỉ nhờ 1 video triệu views làm bằng AI	71
Case study 36: Làm video triệu views từ các video có sẵn	74
Case study 37. TikToker Creates Business From Scratch Using ChatGPT	74
Case study 38: Các video triệu views bằng AI bạn nên biết	76
Case study 39: LovinBot AI - Giải pháp gia tăng thu nhập từ chuyên môn và sức ảnh hưởng dành cho nhà đào tạo, người sáng tạo nội dung	78
Case study 40: AiKPT- Giải pháp xây dựng nội dung trọn gói cho người làm digital marketing/ MMO	81
PHẦN 6: PHỤ LỤC	81

MỞ ĐẦU

Đôi điều về tác giả:

Mình (Tuấn Lê) là doanh nhân khởi nghiệp, chuyên gia Marketing/ TMĐT/ Công nghệ, đang quản lí 4 doanh nghiệp (100 nhân sự). Nghề tay trái của mình là xây các cộng đồng khởi nghiệp và viết sách. Mình đã xuất bản 6 cuốn sách, đặc biệt cuốn “Từ nông thôn đến triệu đô” 2 tập- thay đổi tư duy, tiếp cận nhưng mô hình kinh doanh ít ai chia sẻ.

Mình học ĐHBK TP.HCM, khoa CNTT nên được học và tìm hiểu AI từ 2002-2004. Từ 2008 mình khởi nghiệp trong lĩnh vực Marketing/ Công nghệ nên cũng nắm bắt được vô số insights của ngành. Mình sáng lập a1dighub năm 2018, là 1 platform kết nối phân tích dữ liệu kinh doanh, hướng đến việc dùng AI để ra quyết định (dự án fail và đóng cửa 2021)

Thời điểm đó, mình chơi thân với Fpt.ai và tham gia cùng họ tư vấn chatbot AI cho Techcombank, Bidv (chưa thành công) nên cũng hiểu sâu về việc xây dựng ứng dụng AI

giải bài toán lớn khó thế nào. Sau lần đó, mình có tham gia tư vấn thêm vài dự án chatbot AI nữa nhưng rồi ngừng vì thấy rằng AI chưa sẵn sàng đáp ứng các yêu cầu phức tạp từ DN.

Mình chơi thân với Đinh Trần Tuấn Linh (contentAI) , Đặng Hữu Sơn (Lovinbot), Lê Đăng Hải Nam (aikpt) từ khi các bạn ấy mới làm sản phẩm AI rồi chứng kiến họ nỗ lực cải tiến các giải pháp theo năm tháng như thế nào. Nói vậy để mọi người hiểu mình có hiểu biết sâu chứ không lơ mơ

Ebook tổng hợp các case ứng dụng AI từ thế giới đến Việt Nam. Đây là 1 tư liệu tham khảo cần thiết cho các bạn đang quan tâm và nóng lòng muốn đưa AI vào công việc. Mình cũng phân tích những tình huống AI rất khó ứng dụng để các bạn đỡ mất tiền oan đi mua tool hay đi học linh tinh

AI có thể hỗ trợ đắc lực cho con người và tăng hiệu suất trong rất nhiều công việc. Nhưng kết quả vẫn đến từ mindset, ý tưởng sáng tạo và nỗ lực thử nghiệm, cũng như kiến thức + đam mê sản phẩm. Những cái này đòi hỏi độ trải nghiệm và hiểu biết sâu sắc về cuộc sống, tâm lý, văn hoá- điều này AI khó mà làm thay được. Tóm lại, AI vẫn là công cụ, nếu biết vận dụng thì rất hữu hiệu, nhưng chưa thể kiếm tiền thay mình được. Ước mơ tạo ra con AI lao động thay để ta đi chơi vẫn còn xa vời lắm

Hãy thật bình tĩnh trong thời đại VUCA + AI

GIÁ PHÁT HÀNH: 500k/ bản

THÔNG TIN THANH TOÁN STK: 0441003692326 Vietcombank Lê Anh Tuấn Momo: 0972469597 - đây cũng là zalo của mình , bạn có thể liên hệ bất kì lúc nào

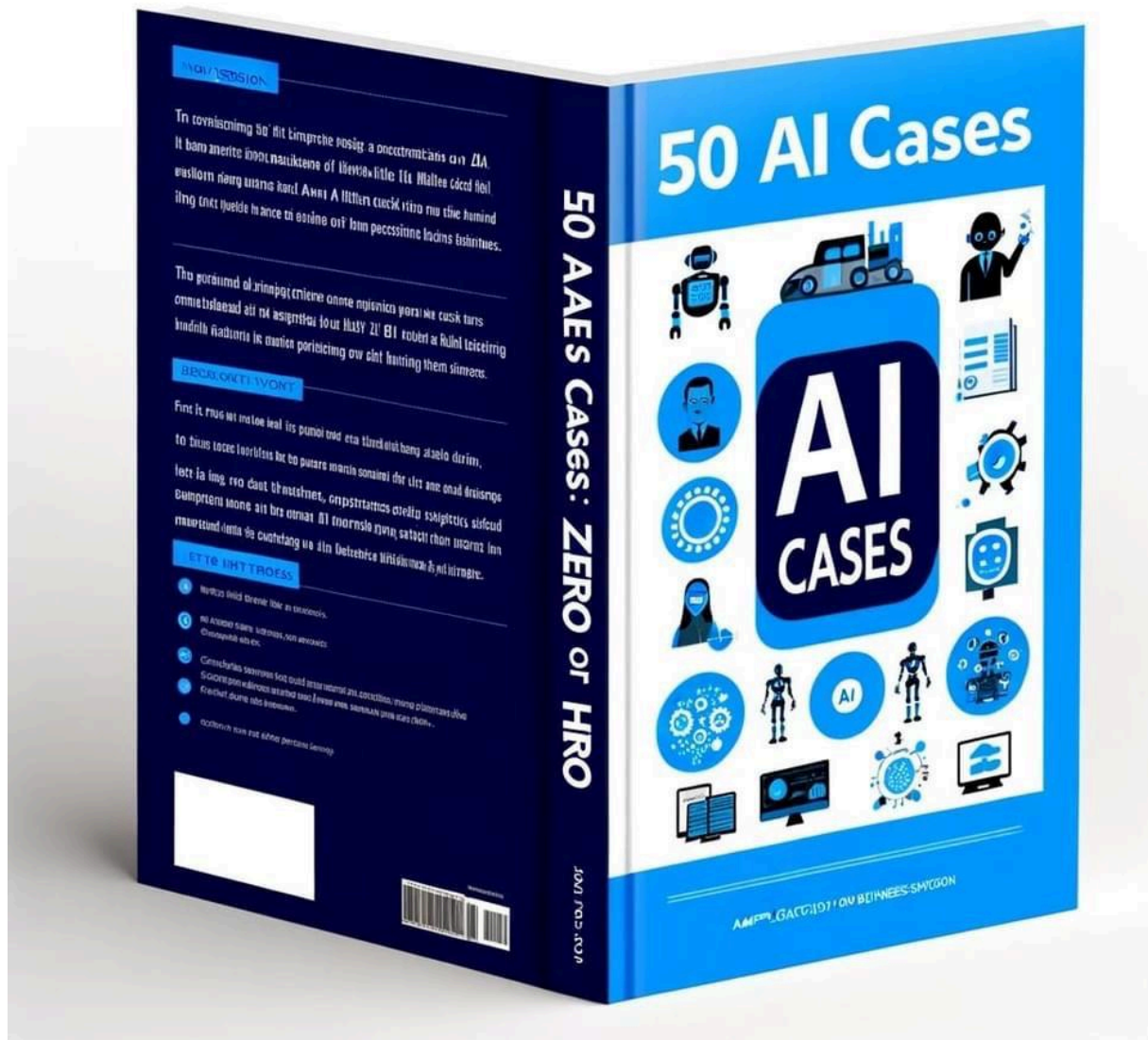
Cú pháp: sdt + AI.

Sau khi chuyển khoản bạn gửi bill xác nhận về <https://www.facebook.com/a1demy2>

Hotline: Anh Đào - SDT/ZALO: 0358055383

Facebook: <https://www.facebook.com/a1demy2>

*** Bìa sách tạo bằng Dall E.



Đôi dòng lịch sử

Trí tuệ nhân tạo (Artificial intelligence) ra đời từ những năm 1950, với mong muốn rằng máy móc (hay phần mềm) có trí tuệ thông minh như con người, có thể suy nghĩ, tư duy, làm việc và ra các quyết định như những chuyên gia giỏi nhất trong lĩnh vực của mình, dần dần thay thế con người trong các công việc đòi hỏi 24/7 hoặc tốc độ xử lý cực nhanh. Khi mình học CNTT ở ĐHBK TPHCM những năm 2000 thì đã được tiếp cận lí thuyết AI và 1 số bài toán cơ bản. Nổi tiếng nhất là IBM WATSON (AI chẩn đoán bệnh) và AI DEEP BLUE (siêu máy tính đánh bại nhà vô địch cờ vua Garry Kasparov)

Tuy vậy thời đó, AI không phổ biến mà chỉ được ứng dụng trong các tổ chức lớn có đội ngũ chuyên gia xuất sắc lẫn hạ tầng công nghệ hùng mạnh. Cá nhân, DN nhỏ hầu như chưa biết AI là gì

Anh Đỗ Cao Bào, 1 trong những nhà sáng lập FPT chia sẻ:

Ở Việt Nam, AI bắt đầu được nghiên cứu từ những năm 1984-1985. Viện Tin học Việt Nam có hai nhóm nghiên cứu về AI, do GS. TS. Hoàng Kiếm và GS. TS. Hồ Tú Bào dẫn đầu. Tôi có may mắn được tham gia nhóm của GS. TS. Hoàng Kiếm phát triển hệ thống nhận dạng chữ viết DOOCR (thuộc nhánh xử lý ngôn ngữ tự nhiên) và hệ thống giải tự động bài toán hình học phổ thông. Năm 1989-1990, GS. TS. Hoàng Kiếm và tôi đã mang hệ DOOCR đi tham dự hội chợ quốc tế Hanover (Đức), hội thảo về AI ở Tây Ban Nha, chào hàng ở Paris và Nice (Pháp), một doanh nghiệp Việt kiều ở Frankfurt đã bán được dăm chục bản DOOCR tại thị trường Đức.

Rất tiếc rằng suốt một thời gian dài, tất cả các hệ thống AI trên thế giới đều chỉ dừng lại ở mức chứng minh rằng nó “thông minh gần bằng con người”. Muốn đạt đến mức thông minh bằng hoặc thay thế con người, AI cần có thuật toán tốt hơn, xử lý được khối dữ liệu lớn hơn với tốc độ nhanh hơn rất nhiều. Nhưng khi đó công nghệ chip và máy tính vẫn còn những hạn chế về tốc độ xử lý, dung lượng bộ nhớ, lại thiếu sự đột phá về thuật toán dẫn đến trong một thời gian dài, AI không có bước tiến đột phá nào đáng kể

Vào cuối những năm 2000, deep learning (học sâu), machine learning (học máy) hai tập con của công nghệ AI đã có nhiều đột phá. Công nghệ bán dẫn, chip, máy tính cũng có những bước tiến dài, tốc độ xử lý và dung lượng bộ nhớ đã tăng lên hàng trăm, hàng nghìn lần (đặc biệt là chip xử lý song song GPU, chip AI của NVIDIA), nhờ đó mà dữ liệu lớn (big data) cũng có những bước thay đổi ngoạn mục. Khi những rào cản được phá bỏ, AI bắt đầu có những ứng dụng kì diệu, bắt đầu là nhận dạng khuôn mặt và xử lý ngôn ngữ tự nhiên, rồi đến chatbot, xe ô tô tự lái, máy bay tự lái, robot thông minh.

Jensen Huang, nhà sáng lập NVIDIA đã nói rằng “mùa đông của AI đã kết thúc, mùa xuân vĩnh cửu của AI bắt đầu”.

Khoảng 2015-2017, AI bắt đầu thu hút được giới trẻ, giới startup Việt Nam

Ở tầm chính phủ, các công nghệ AI nhận dạng khuôn mặt, nhận dạng giọng nói, nhận dạng biển số được triển khai. Hệ thống giao thông thông minh (phạt nguội xe vi phạm giao thông, thu phí xe không dừng), hệ thống nhận dạng khuôn mặt để kiểm soát ra vào tự động các văn phòng, công sở đã được đưa vào ứng dụng thực tế.

Giới khởi nghiệp khi đó cũng bắt đầu hào hứng lao vào giải quyết các bài toán: camera AI (nhận diện người ra vào), đọc hoá đơn, tự động tối ưu quảng cáo theo ngữ cảnh (automation ads), chatbot thông minh

- VietAi, 1 tổ chức do các anh tài Silicon valley lập ra trong đó có những cái tên tiên phong về Ai: Lương Minh Thắng (Google Brain), Thúc Vũ (Ohmilabs). VietAi đã tổ chức hàng chục workshop/ khoá học thu hút hàng ngàn bạn trẻ tham gia, trong đó có nhiều người đã trở thành chuyên gia nổi tiếng về sau
- Huyền Chip, cô gái trẻ đi du lịch qua mấy chục quốc gia rồi gây bão với cuốn sách “Xách balo lên và đi”, bỗng nhiên apply đi học ở Stanford ngành Machine learning và trở thành chuyên gia được trọng vọng
- Trusting social, startup tiên phong dùng AI để chấm điểm tín dụng khách hàng online dựa vào data thu thập qua các kênh social/ e-commerce/ telco...2020 bán cho Masan với giá mấy chục triệu đô
- Fpt.ai: 1 dự án tham vọng của Fpt triển khai từ 2017, với 3 bài toán lớn đã giải quyết được khi đó: chatbot thông minh ứng dụng trong bán lẻ (Fpt shop), ngân hàng (Tiên phong bank); voice to text/ text to voice. 2020 mình cùng đội Fpt.ai đi tư vấn chatbot cho Techcombank, sau 3 tháng đề xuất và đánh vật với rất nhiều yêu cầu thì bọn mình không thuyết phục được đối tác. Nhưng sau vài tháng thì rất nhiều bank nhỏ hơn đã triển khai chatbot vào việc tư vấn/ CSKH.
- Vbee, VAIS là 2 startup trẻ tiên phong giải các bài toán voice to text/ text to voice với tham vọng tạo ra các video hoàn toàn bằng AI. Trong kì họp quốc hội 2018, giải pháp voice to text/ text to voice của VAIS đã được dùng để mổ băng các ý kiến thảo luận đưa vào văn bản tự động. VAIS đoạt giải thưởng Chuyển đổi Số Việt Nam 2019
- Bot bán hàng: 2018-2021 bùng nổ các bot dùng Ai để hỗ trợ người bán hàng trên facebook messenger, web. Nhiều Bot như Harafunel, Botbanhang, Hana.ai, Smax bot đã được ứng dụng ở ạt bởi hàng trăm ngàn seller. Thời đó chatbot (chưa cần đến AI) đã là 1 kênh tăng số quan trọng. Tuy mang tiếng Ai nhưng ít có chatbot nào đạt đến mức giao tiếp tự nhiên mà chỉ dừng lại xử lí các tác vụ cơ bản: nhận diện sdt, trả lời theo keywords, hỗ trợ đặt hàng, gửi thông tin đơn hàng...Rồi sau đó Facebook siết chính sách thì các Bot thoái trào
- Auto call: cũng như chatbot, auto call bắt đầu ứng dụng mạnh từ 2018. Những việc như gọi confirm địa chỉ giao hàng (GHN), nhắc nợ (FE credit), gửi lịch trình bay...thì auto call làm rất tốt. Thậm chí khó có thể phân biệt giữa giọng người với giọng AI, ngữ điệu Bắc Trung Nam, Nghệ Huế Quảng..đạt tới 80%
- Smart ads: từ giữa 2018, Google và các startup lớn đã tung ra các giải pháp dùng AI để tự động hoá/ tối ưu hoá marketing/ bán hàng. Google ads, Facebook ads đều gây ấn tượng mạnh mẽ với seller bằng các giải pháp mà chỉ cần cung cấp 1 số input rồi cài đặt tracking code là tự động ra đơn.
- Marketing & sale automation: Insider, 1 startup trẻ (bây giờ đã là unicorn), Appier vào Việt Nam tiên phong phổ biến AI automation: tự động đề xuất các content/

sản phẩm/ promotion dựa trên hành vi/ nhu cầu người dùng. Giải pháp này được các nhà bán lẻ, Ngân hàng, Tài chính.... áp dụng mạnh mẽ, đến mức nhiều chuyên gia còn sợ rằng đến lúc nghề digital marketing sẽ là dĩ vãng. Thực tế điều này không đúng nhưng sức mạnh của Ai đã quá đáng sợ trong ngành Ecom/ Retail

- Các mảng giáo dục, luật pháp, truyền thông, bán lẻ, chăm sóc khách hàng, an ninh, nông nghiệp.. cũng ứng dụng trong rất nhiều: nhận diện biển số xe, xác thực khuôn mặt (eKYC), giám sát an ninh (camera AI), nhận diện chữ viết tay, dịch Anh - Việt...

Cơn sốt về AI ở Việt Nam thực sự bùng nổ từ 2023, khi ChatGPT gây kinh ngạc trên toàn cầu. ChatGPT thể hiện khả năng đáng sợ: có thể trả lời bất cứ câu hỏi hóc búa nào, rồi viết CV xin việc, soạn bài thuyết trình, viết luận văn, tạo tài liệu mô tả sản phẩm, sáng tác nhạc, viết kịch bản video và viết code (mã) phần mềm, giải toán.... Nhiều người sắp già chợt nhận ra là ChatGPT sẽ khiến họ mất việc. Nhiều người trẻ thì tin tưởng mãnh liệt rằng ChatGPT sẽ giúp họ vận hành kinh doanh nhà nhỏ hoặc kiếm tiền thụ động tới nơi rồi

Các phiên bản ChatGPT tung ra liên tục. Hàng vạn người Việt Nam đã đăng kí tài khoản ChatGPT rồi thử vẽ tranh, sáng tác nhạc, giải toán, làm video...Rất nhiều thứ trước đây không thể làm được vì thiếu kĩ năng hoặc thời gian (như vẽ tranh) thì bây giờ chỉ cần vài prompt

ChatGPT thu thập một lượng dữ liệu khổng lồ hầu như mọi lĩnh vực, cộng với năng lực học tri thức mới nhanh hơn bất cứ chuyên gia nào. ChatGPT dùng 30.000 máy chủ GPU của NVIDIA, kết nối khối lượng dữ liệu lên đến 400GB mỗi giây trên mỗi máy chủ GPU. Có thể nói mọi tri thức nhân loại đều được ChatGPT nắm bắt và ta chỉ cần ra lệnh để biến tri thức thành sản phẩm

Thật ra, AI đã xâm nhập mạnh mẽ và tạo nên những thành tựu vượt trội trong rất nhiều ngành từ rất lâu trước khi ChatGPT gây cơn sốt. Chẳng hạn:

- Xe tự lái (robotaxi, bus) đã vận chuyển hành khách, hàng hoá có thu tiền trên một số đường ở các Bắc Kinh, Thượng Hải, Quảng Châu, San Francisco, Phoenix, Austin... và tiếp tục chạy thử nghiệm ở nhiều thành phố khác.
- Robot thông minh đã có thể tương tác giữa người và máy, làm những công việc phức tạp : kiểm tra chất lượng sản phẩm tự động, kiểm tra môi trường khắc nghiệt (về nhiệt độ, độ cao, trong lòng đất); bảo trì tự động cơ sở hạ tầng; tìm kiếm và đóng gói hàng hoá tự động trong kho. Amazon đang dùng đến 750.000 con robot thông minh trong việc lấy hàng, đóng gói hàng hoá trong các kho trung tâm.

- Các cỗ máy chẩn đoán bệnh và đưa phác đồ điều trị cho một số căn bệnh hiểm nghèo: IBM Watson, Google Medical Vision, Zebra Medical Vision, Butterfly network, Aidos, Tempus, PathAI
- AI BOT TRADE (chơi chứng khoán, forex, phái sinh hàng hoá) xuất hiện từ rất lâu, thậm chí trên 50% các lệnh mua bán xuất phát từ Bot. Khi crypto lên cơn sốt từ 2017 thì các Bot trade càng đê ra như nấm sau mưa. Rất nhiều bạn bè mình có kiến thức Lập trình cũng cố gắng tạo Bot- ăn được vài lần rồi sau cũng ra đảo. Sự thực thì những tổ chức tài chính chuyên nghiệp đã xây Bot tới mức thượng thừa nên nhỏ lẻ hầu như không thể đọ nổi nữa
- Ở TQ, gần như mọi hoạt động ngoài trời đều được theo dõi bởi camera AI, các hành vi phạm luật đều bị phát hiện và xử lý tự động

Cuộc đua của các nền tảng AI: chatGPT, Gemini, Sora..đứng sau bởi các ông lớn Google, Facebook, Microsoft, OpenAI..đã khiến AI tiến hoá nhanh chưa từng thấy. AI bắt đầu định hình tương lai của nhân loại trên hầu hết mọi ngành kinh tế. Nhiều chuyên gia cho rằng đang có sự đảo ngược vai trò: từ máy móc hỗ trợ con người sang con người trở thành hỗ trợ các hệ thống AI trong nghiên cứu, sáng tạo, lao động và ra quyết định.

The Coming Wave

là tên một cuốn sách mới xuất bản gần đây (9/2023) của Mustafa Suleyman, co-founder của DeepMind và Inflection AI.

Anh Đào Trung Thành, 1 chuyên gia tiên phong nghiên cứu AI tóm tắt:

"AI có lẽ là một công nghệ mạnh không kém vũ khí hạt nhân. Người ta đang chứng kiến các "AI Race" giữa các siêu cường là Mỹ và Trung Quốc. Thế giới tài chính đã phản ứng thái độ này bằng cách nâng thị giá của Nvidia, hãng sản xuất chip GPU đằng sau cỗ máy AI khổng lồ, khiến Nvidia có giá theo vốn thị trường hiện đã vượt Amazon và Alphabet (Google). Microsoft đã đặt cược toàn bộ vốn công nghệ của mình vào Copilot và ra sức khống chế OpenAI trong cuộc đua tranh với Google.

AI là: "công cụ thúc đẩy sự giàu có và thịnh vượng vĩ đại nhất trong lịch sử nhân loại. Nó cũng sẽ là một trong những tác nhân gây hỗn loạn nhất. Nếu người người đều có thể tiếp cận nhiều năng lực công nghệ hơn, rõ ràng những kẻ muốn gây hại cũng nằm trong số đó. Khi công nghệ phát triển nhanh hơn biện pháp phòng thủ, những kẻ xấu, từ các băng đảng ma túy Mexico đến tin tặc Triều Tiên, đều có thêm cơ hội. Dân chủ hóa quyền truy cập đồng nghĩa với dân chủ hóa rủi ro."

Anh Thành còn lo ngại: tương lai AI còn có thể tự đê ra các ngôn ngữ giao tiếp riêng và tự ngầm thảo luận với nhau để qua mặt con người. Có thể đến lúc ta không biết AI nghĩ gì và sẽ tiến bộ như thế nào nữa rồi mất đi kiểm soát. Khi đó rất nhiều cuộc tấn công sẽ do AI thực hiện, đe dọa sự an nguy của con người

Nhưng, AI không hẳn cao siêu mà xuất hiện trong mọi mặt của đời sống, hầu như lĩnh vực nào cũng có thể triển khai. Lê Mai Tùng, 1 người bạn mình, sáng lập công ty EyeQ Tech chuyên về các giải pháp AI camera, gần đây đã ứng dụng AI để tối ưu vận hành cho các trang trại nuôi cua ở Nhơn Trạch đem lại chất lượng đồng đều hơn hẳn so với nuôi thủ công. Tùng lắp các cảm biến đo nhiệt độ, lượng nước, độ mặn, không khí...rồi xây dựng 1 số thuật toán AI để phân tích và điều chỉnh chế độ chăm sóc. Thu về lợi nhuận rất tốt, Tùng đang ráo riết triển khai rộng mô hình này

Tuy vậy, đừng quá nóng ruột, bởi AI mới chỉ ở điểm xuất phát

Anh Đào Trung Thành chia sẻ:

Tỷ lệ sử dụng AI trong dịch vụ và sản phẩm của Mỹ chỉ đạt 4%. McElheran, giáo sư tại Đại học Toronto, cho biết: “Câu chuyện AI có mặt ở khắp mọi nơi, cùng một lúc, nhưng dữ liệu cho thấy nó khó thực hiện hơn những gì mọi người muốn thảo luận”.

Khảo sát vào tháng 11/2023 của Cục điều tra dân số Hoa Kỳ (The U.S. Census Bureau):

- Mức độ áp dụng AI rất khác biệt giữa các ngành. Chẳng hạn, lĩnh vực Dịch vụ Chuyên nghiệp, Khoa học và Kỹ thuật có tỷ lệ dùng AI đạt 9,1%. trong khi Dịch vụ lưu trú và ăn uống chỉ có 1,2%

- Tỷ lệ sử dụng AI cao nhất ở các công ty lớn: hơn 50% công ty có hơn 5.000 nhân viên đang sử dụng AI.

- Ứng dụng AI gia tăng hiệu suất làm việc lên 2,3 lần nhưng ở mức độ áp dụng AI tổng thể trong doanh nghiệp chưa chắc đã tăng năng suất. Bởi lẽ Doanh nghiệp có nhiều bài toán cần giải quyết, chứ không đơn giản là bấm nút sẽ có kết quả.

- Việc áp dụng công nghệ mới cũng thường kéo theo gia tăng chi phí đầu tư trong khi lợi ích còn chưa được chứng minh..Những công ty có tiềm lực kinh tế, thống lĩnh thị trường càng có nhiều cơ hội áp dụng AI để tăng tốc. Còn các công ty với nguồn lực ít ỏi sẽ ngày càng khó hơn


Trong cuốn sách này mình sẽ không bàn sâu về các vấn đề vĩ mô hay các tương lai quá xa. Mình sẽ đi sâu vào những case study đang ứng dụng thực tế để anh em thấy cách làm và mạnh dạn ứng dụng

PHẦN 1: AI ỨNG DỤNG TRONG MARKETING/ TRUYỀN THÔNG/ XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU

Marketing dựa trên việc thấu hiểu tâm lý, hành vi, xu hướng tiêu dùng để đưa ra các thông điệp/ hình ảnh/ giá trị hấp dẫn. Những DN lớn như Unilever, Coke, Nike...đã thành

thực việc này hàng trăm năm qua. Sự hỗ trợ của AI trong việc nghiên cứu hành vi và tương tác cá nhân hóa đã thúc đẩy các hoạt động Marketing lên tầm cao mới

Chúng ta sẽ lần lượt đi qua các case study từ các brand toàn cầu trước. Tuy vậy ta sẽ không đi sâu. Bởi lẽ các brand lớn có vô số nguồn lực và điều kiện để thành công, nên nhiều khi AI cũng chỉ đóng vai trò “phụ hoạ”. Ta có thể tìm thấy cảm hứng và những định hướng để tư duy, nhưng cần tinh tảo để biết rằng bài học của họ áp dụng vào DN mình tới đâu theo đúng nguồn lực hạn chế

Marketing applications	Key AI technologies and solutions	Example use cases
<div style="background-color: #4CAF50; color: white; padding: 10px; text-align: center; border-radius: 5px;"> AI-augmented campaign tactics </div>	 Sense <ul style="list-style-type: none"> • Image and video analysis • Facial recognition • Speech analytics • Text analytics 	<ul style="list-style-type: none"> • Product recommendations based on facial recognition • Celebrity voice-mimicking campaign • Redemption of loyalty points based on voice recognition
<div style="background-color: #4CAF50; color: white; padding: 10px; text-align: center; border-radius: 5px;"> AI-enabled chatbots and intelligent agents </div>	 Act <ul style="list-style-type: none"> • Natural language generation  Sense, think, and act <ul style="list-style-type: none"> • Conversational service solutions • Pretrained vertical solutions 	<ul style="list-style-type: none"> • Shortcuts to content (e.g., how-to tutorials) • Status updates (e.g., points balance) • Product research (e.g., comparison tools)
<div style="background-color: #4CAF50; color: white; padding: 10px; text-align: center; border-radius: 5px;"> AI-powered marketing technologies </div>	 Think <ul style="list-style-type: none"> • Machine learning platforms • Deep learning platforms  Sense, think, and act <ul style="list-style-type: none"> • AI-enhanced analytics solutions • Intelligent research solutions • Intelligent recommendation solutions 	<ul style="list-style-type: none"> • Audience targeting • Rule and segment discovery • Personalized product recommendations • Campaign tailoring and optimization

Những Case Study nổi bật của các Brand lớn thường thiên về việc tạo ra sự hứng thú, viral và gieo ấn tượng vào đầu người xem hơn là việc trực tiếp tạo ra doanh số. Còn Brand nhỏ thì thực dụng hơn: làm gì vui những phải ra số mới gọi là hiệu quả

Case 1: Nike's Personalized Design AI Campaign

to have be...

Nike By You

What If You Were a Shoe?

Let's find out! Be just who you are by putting more youness in your shoeness with Nike By You, Nike's co-creation service for Members. A little more of this, a little less of that—just have fun customizing a shoe that feels more like you.

[Shop](#)

Featured NBY Styles

Member Access	Price	Member Access	Price	Member Access	Price
Customize	\$195	Customize	\$195	Customize	\$135
Nike Air Max 97 By You Greatest Gift Custom Shoes		Nike Air Max 97 By You Greatest Gift Custom Shoes		Nike Air Force 1 Low By You Custom Shoes	

Nike thu thập dữ liệu từ các app mobile, đọc hành vi trên social media platforms, trích xuất lịch sử mua sắm, rồi dùng AI để phân nhóm khách hàng theo các tiêu chí khác nhau từ đó gợi ý các mẫu giày phù hợp mỗi khi khách truy cập website. Doanh số bán, tỉ lệ khách hàng quay lại tăng vọt. Việc ứng dụng AI để tạo ra các design giày cá nhân hoá đã tiếp tục khẳng định vị trí của Nike's trong ngành giày thể thao

Mấu chốt thành công của Nike nằm ở việc thấu hiểu nhu cầu của từng phân khúc khách hàng nhờ việc phân tích dữ liệu hành vi. Vai trò của AI đã giúp đào sâu, phân tích dữ liệu để trích xuất ra rất nhiều insights hữu dụng, dẫn đến gợi ý về thiết kế giày. AI còn cung cấp insights để triển khai nội dung và chạy ads hiệu quả hơn, trúng đích hơn

Tuy vậy muốn học theo Nike thì bạn phải có lượng dữ liệu khổng lồ cùng năng lực phát triển các giải thuật để hợp nhất dữ liệu. Việc này không hề đơn giản vì tổ chức nào cũng bị tình trạng “data silos”: dữ liệu thì nhiều nhưng rải rác khắp nơi và thông tin không chính xác. Nên việc đầu tiên phải làm là xây dựng lại các mô hình để tổ chức, sắp xếp và hợp nhất dữ liệu trước khi nghĩ đến AI

Case 2. Design Your Own Shoes, with AI

Nike’s ‘By You’ campaign dùng 1 hệ thống cá nhân hoá (nhờ AI-powered) cho phép khách design đôi giày theo ý thích để đặt hàng trên online hoặc tại store. Campaign này đã tạo ra lượng đơn hàng tăng vọt, đồng thời cung cấp cho Nike rất nhiều thông tin giá trị để tung ra các mẫu giày mới trong tương lai.



Thiết kế đôi Nike của riêng bạn

Case study 3. Món tráng miệng cho bữa sáng, gợi ý bởi AI

Ben & Jerry's là brand kem rất nổi tiếng. Tuy nhiên họ gặp nhiều thách thức trong việc tạo nên các sản phẩm mới hấp dẫn hơn và cuốn hút được giới trẻ hơn.

AI đã giúp tìm ra lời giải. Bằng việc thu thập dữ liệu về các xu hướng ăn uống mới, AI đã đưa ra nhiều gợi ý thú vị về việc đưa kem vào bữa sáng. Ben & Jerry's, đã phát triển 3 hương liệu kem và tung ra chiến dịch "ice cream for breakfast" rất thành công!

Bài học là: AI là công cụ đắc lực trong việc quan sát các trend mới và trích xuất ra các thông tin hữu ích cho việc sáng tạo nên những sản phẩm mới hợp thời liên tục.



Case Study 4: Coca-Cola's "Share a Coke" Voice Campaign

Share a Coke là 1 chiến dịch marketing toàn cầu rất thành công của Coca-Cola's. Ý tưởng là cho phép mọi người in cái tên mình muốn lên nhãn và mua về tặng nhau.

2013, cty cũ của mình là agency triển khai chiến dịch này tại Việt Nam. Lượng người mua và share cái chai có tên mình lên facebook nhiều khủng khiếp. Coke còn tổ chức nhiều hoạt động tới từng cty để nhân viên ở đó mua và tặng nhau các chai Coke để thương có tên nhau



Tiếp nối thành công, Coca-Cola tung campaign "Using Your Voice to Share a Coke", cho người dùng dùng giọng nói để ra lệnh khắc tên lên nhãn. Việc nhận diện giọng nói dùng Voice AI rất nhanh và chính xác. Bằng việc tạo ra các chai khắc tên cá nhân, Coke đã chinh phục được người mua

Bài học: gắn vào xu hướng điều khiển bằng giọng nói đang lên ngôi để tạo ra trải nghiệm thú vị hơn

Case study 5: Tập đoàn Sữa VN ứng dụng AI vào hoạt động phát triển ý tưởng và nâng cao năng lực cho đội ngũ truyền thông - MKT

Các tập đoàn lớn tại VN thường có đội ngũ marketing inhouse để quản lí và phối hợp với các marketing agency thực hiện campaign. Việc gửi các đề bài và tư liệu khá tốn thời gian, đôi khi còn hiểu sai nếu brief chưa kĩ.

Tại 1 tập đoàn sữa, Đội ngũ inhouse digital marketing hơn 25 nhân sự, chuyên làm việc với các công ty agency, production house về Display ads, TVC, các đối tác quảng cáo lớn (Google, Meta...). Họ rất muốn ứng dụng AI trong công việc để tăng năng suất và hiệu quả

Vấn đề thường gặp:

- Khó khăn trong việc phát triển ý tưởng mới (quảng cáo, TVC, thông điệp, nội dung...)
- Mất thời gian trong việc sản xuất nội dung sáng tạo, phát triển kịch bản, xây dựng storyboard
- Hiệu suất công việc mỗi thành viên trong team không đồng đều, đôi khi thiếu đồng bộ vì giao tiếp quá nhiều bộ phận

- Sự thay đổi chóng mặt của các kênh truyền thông online, khiến team bối rối trong việc thấu hiểu khách hàng và xu thế

Đặng Hữu Sơn (Lovinbot) được Ban đào tạo giao nhiệm vụ thu thập các vấn đề để lên đề cương đào tạo ứng dụng AI trong MKT.

Tháng 10/2023, Sơn tổ chức 1,5 ngày đào tạo làm chủ AI với bốn nhóm nội dung cùng các hoạt động thực hành. Kết quả, 40 nhân sự có cả quản lí hiểu tường tận về cách hoạt động, khả năng của công cụ GEN AI với người làm Marketing để ứng dụng trong công việc. Team tự tin triển khai ngay các công nghệ mới sáng tạo content, phát triển ý tưởng, tận dụng sức mạnh của AI tạo ảnh và video.

Kết quả không lớn nhưng đáng khích lệ

100% hiểu và biết cách xây dựng câu lệnh khó, nâng cao phục vụ công việc content SEO

Giảm 2/3 thời gian sản xuất nội dung, sáng tạo ý tưởng, xây dựng Storyboard mà trước đây phải nhân sự có chuyên môn hoặc chuyển cho agency triển khai, giảm 40% chi phí.

Case study này cho thấy rằng việc hiểu và vận dụng 1 số công cụ nhỏ vẫn có những tác dụng rõ ràng trong 1 số phòng ban. Các DN nên mạnh dạn thí điểm ở từng nhóm nhỏ trước khi đánh giá kết quả để nhân rộng ra

Cuối 2023, mình cũng được Pfizer mời đến chia sẻ với hơn 100 nhà quản lí bán hàng về xu hướng sử dụng AI trong lĩnh vực phân phối dược phẩm. Mọi người rất hào hứng nghe và đặt câu hỏi nhiệt tình. Mặc dù biết là chưa thể áp dụng được ngay nhưng việc quan sát, tìm hiểu là rất cần thiết để khi có cơ hội, ta không bị bỏ lỡ

Case study 6: Thương hiệu Nam giới Oniiz đưa AI vào hoạt động nghiên cứu sản phẩm, sáng tạo nội dung và xây dựng thương hiệu.

Oniiz (thuộc Deman) là thương hiệu phân phối các dòng sản phẩm chăm sóc sức khỏe dành cho nam giới. Sản phẩm của Oniiz có chất lượng cao, đúng gu, được nhiều khách hàng tin tưởng

Tháng 4/2023, CEO Deman nghe bài chia sẻ của Đặng Hữu Sơn về tiềm năng và khả năng của AI trong doanh nghiệp, nên đã tuyển hẳn 1 nhân sự chuyên về Stable Diffusion (model mã nguồn mở tạo ảnh).

Tuy vậy việc ứng dụng chưa được sâu rộng, vì AI không chỉ là hình ảnh, mà còn là tư duy, quy trình hệ thống ứng dụng, các bạn nhân viên các bộ phận khác như Content/Digital

Marketing/HR vẫn khó tiếp cận. Do đó, họ đã mời Sơn về đào tạo inhouse 3 buổi trực tiếp, giúp xây dựng lại quy trình, mindset và tự tin ứng dụng

Các nhóm công việc đã triển khai nhờ AI:

- Sáng tạo nội dung: Viết bài SEO chuyên sâu, phát triển chiến lược content vô hạn, viết content theo framework AIDA, BAB, PAS...
- Phát triển kỹ thuật làm chủ câu lệnh AI từ cơ bản đến nâng cao
- Tư duy thiết kế và sáng tạo ảnh bằng AI tăng 30% thời gian sản xuất nội dung



Toàn bộ nhân viên Deman tham gia khóa đào tạo AI Marketing trong 2 ngày liên tiếp

Kết quả: doanh số tăng trưởng rất mạnh trong các tháng gần đây mà không cần tăng chi phí hay nhân sự. Thời gian viết kịch bản, lên ý tưởng cho TVC, short video...giảm 60% nên nhân viên có thể làm nhiều thứ hơn, hiệu suất cao hơn và tinh thần phấn chấn hơn

Đây là 1 case study rất nhỏ nhưng ứng dụng rõ ràng. Không cần phải làm hệ thống gì cao siêu, mà hãy bắt đầu từ việc thay đổi tư duy, nâng cấp kĩ năng, vận dụng đúng các công cụ có sẵn. Thì rất nhiều việc khó sẽ trở nên đơn giản, mạch lạc và hiệu quả hơn

PHẦN 2: AI ỨNG DỤNG TRONG BÁN HÀNG/ CSKH KHÁCH HÀNG

Không chỉ các Big Tech (Amazon, Apple, Tesla, Google, Facebook...) hay tổ chức lớn đang mạnh mẽ áp dụng AI để giải quyết các bài toán kinh doanh, mà ngay cả các seller nhỏ bé cũng nhìn thấy rõ vận hội này. Ở mỗi tầm quy mô khác nhau thì mức độ đầu tư và áp dụng khác nhau, nhưng hầu như mọi DN đều ở vạch xuất phát, ai nhanh nhạy và làm đúng thì sẽ sớm bắt phá.

Tuy nhiên, với các DN Sme, nguồn lực đầu tư cho AI chưa quá nhiều thì đừng kì vọng AI thay thế hoàn toàn con người mà hãy xem đó là công cụ hỗ trợ đắc lực để nâng cao năng suất, hoặc tìm thêm cơ hội tăng trưởng mới. AI hiệu quả nhất với DN Sme ở các bài toán sau:

- Tự động hóa những công việc lặp đi lặp lại theo logic dữ liệu: ví dụ việc mở tài khoản/ xác thực ngân hàng bây giờ chỉ cần vài phút quét gương mặt, thay vì mất cả tiếng ngoài quầy
- Dự báo chính xác, kịp thời hơn để ra quyết định thông minh hơn: ví dụ các tool phân tích xu hướng mạng xã hội (social listening) giúp nhãn hàng nhìn thấy được các hành vi nhu cầu mới để tung sản phẩm
- Xây dựng Trải nghiệm khách hàng cá nhân hoá, chuyển đổi cao nhờ việc thấu hiểu hành vi: ví dụ các tool Cdp/ Marketing automation giúp tương tác với hàng triệu khách hàng online chính xác tại 1 thời điểm
- Tiếp cận khách hàng chính xác, hiệu quả hơn nhờ các kĩ thuật nhắm chọn chính xác và tối ưu real time: ví dụ Google ads/ Facebook ads ứng dụng AI để tạo ra rất nhiều hình thức quảng cáo chuyển đổi, giúp hàng triệu seller bán hàng hiệu quả

Tuy vậy năng lực AI cũng có giới hạn, nhất là khi nguồn lực và độ. Nelson-Bogle, và Sean Downey, 2 quản lí cấp cao ở Google nhấn mạnh 1 số việc mà AI có thể và không thể làm:

- AI có thể tự động hoá các tác vụ lặp đi lặp lại trong marketing tasks (ví dụ: thu thập dữ liệu, tạo nội dung, mua media), tuy nhiên vẫn cần con người kiểm tra và điều chỉnh lại.

- AI có thể viết, vẽ hình, tạo videos nhưng chưa đạt tới độ cảm xúc và tự nhiên như người làm. Do vậy marketers cần định hướng, review kết quả và hiệu chỉnh thêm.
- AI có thể optimize các campaign ads dựa vào data, nhưng marketers vẫn phải đặt Kpi và ngân sách.
- AI xuất sắc ở khía cạnh đọc số liệu, xử lí data và khám phá insights. Nhưng marketers luôn phải quyết định xem data nào là cần và insights nào có ý nghĩa.
- AI hỗ trợ đắc lực con người chứ không phải thay thế. AI marketing tools dù càng ngày càng mạnh mẽ nhưng luôn cần có sự hiểu biết xã hội và tâm lý số đông. Nhà quản lí phải biết cách kết hợp giữa AI với sức sáng tạo và thấu cảm của đội ngũ thì mới tạo ra kết quả vượt trội

Tóm lại áp dụng AI trong kinh doanh là tất yếu nhưng đừng cuồng hay kì vọng quá. AI sẽ hiệu quả nếu đặt đúng chỗ, đúng việc

Phần tiếp theo ta sẽ tham khảo cách các DN lớn ứng dụng AI. Nhưng nhắc lại là DN lớn có nguồn lực, nhân tài và đầu tư dài hạn nên mới có kết quả, chứ không tự nhiên mà thành được

Case study 7: Bot AI hỗ trợ khách hàng ngành Tài chính/ Ngân hàng

Bot AI của Klarna's giúp hỗ trợ và gia tăng trải nghiệm cho 150 triệu khách hàng trên khắp thế giới. Đây là bước đi đầu tiên trong tầm nhìn đưa AI vào hầu hết các hoạt động marketing & Cskh của Klarna's nhằm tiết kiệm thời gian, giảm nỗi lo lắng, đồng thời thúc đẩy sự hiệu quả và hướng đến khách hàng trong ngành Ngân hàng bán lẻ

Tính năng:

- Chăm sóc 24/7: Klarna's AI Assistant hoạt động không ngừng nghỉ giải quyết hầu hết các nhu cầu khách hàng như: hoàn tiền, lỗi thanh toán, huỷ đơn hàng, xuất hoá đơn, kiểm tra gian lận.... Có lẽ không 1 bộ phận Cskh nào có thể đảm đương nổi yêu cầu 24/7 như vậy
- Hỗ trợ tài chính cá nhân: Klarna's AI Assistant tự động gửi thông tin số dư tài khoản, lịch trình thanh toán real-time. Bot cũng hướng dẫn cụ thể về khả năng thanh toán, giới hạn chi tiêu và những lí do phía sau để khách hàng hiểu và an tâm chi tiêu

- Đa ngôn ngữ: tiếng Ả rập, Thái, Kơ me, Nhật...đều không thành vấn đề. Cái hay là Klarna's AI Assistant có thể chat theo giọng ngôn ngữ mẹ đẻ chứ không phải là dịch word by word

Kết quả đạt được vô cùng ấn tượng:

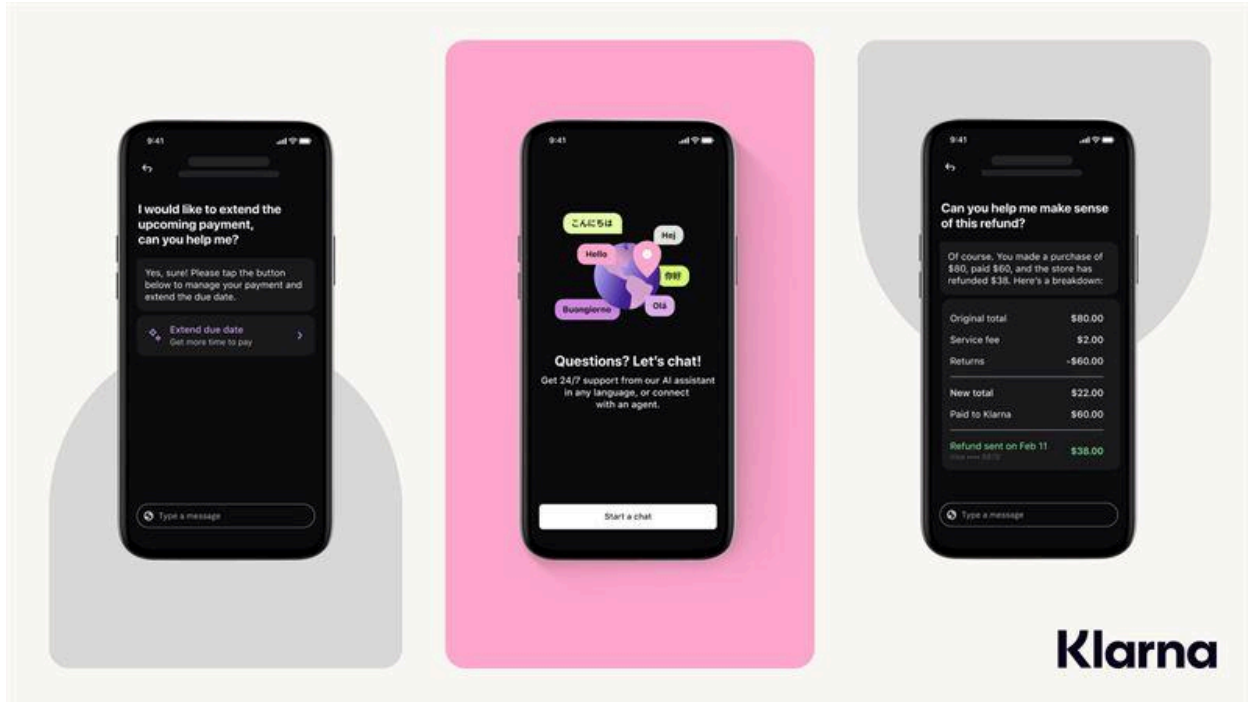
- Thực hiện 2.3 triệu cuộc hội thoại, chiếm 2/3 lượng giao tiếp với khách hàng, tương đương 700 CSKH toàn thời gian.
- Tỷ lệ hài lòng tương đương chat với người thật.
- Tốc độ và tỷ lệ chính xác tăng lên đáng kể. giảm 25% việc người dùng hỏi lại.
- Thời gian chăm sóc khách giảm từ 11p xuống còn 2p.
- Hỗ trợ 23 thị trường, 30 loại ngôn ngữ

- Tiết kiệm 40M đô la trong năm 2024

New York, NY – February 27, 2024 – [Klarna](#) today announced its AI assistant powered by OpenAI. Now live globally for 1 month, the numbers speak for themselves:

- The AI assistant has had **2.3 million conversations, two-thirds of Klarna’s customer service chats**
- It is doing the equivalent work of **700 full-time agents**
- It is on par with human agents in regard to customer satisfaction score
- It is more accurate in errand resolution, **leading to a 25% drop in repeat inquiries**
- Customers now **resolve their errands in less than 2 mins compared to 11 mins previously**
- It’s available in **23 markets, 24/7** and communicates in more than **35 languages**
- It’s estimated to drive a **\$40 million USD in profit** improvement to Klarna in 2024

“This AI breakthrough in customer interaction means superior experiences for our customers at better prices, more interesting challenges for our employees, and better returns for our investors.” said Sebastian Siemiatkowski, co-founder and CEO of Klarna.



<https://www.klarna.com/international/press/klarna-ai-assistant-handles-two-thirds-of-customer-service-chats-in-its-first-month/>

Cách làm của Klarna như sau:

- Với các câu trả lời được, và truy cập từ data câu hỏi thường gặp hay là có sẵn -> Auto trả lời và dẫn link phù hợp.
- Các trường hợp bắt đầu đánh đố bot hay là hỏi mà bot chưa trả lời được -> chuyển sang chat với người.

Như vậy, Bot đóng vai trò là BỘ LỌC, giúp giảm số lượng ticket đến bộ phận chăm sóc khách hàng. Thật ra thì đa số khách cũng chỉ hỏi những thứ khá cơ bản như:

- Khi nào đến hạn trả nợ?
- Liên kết với những ngân hàng nào?
- Hạn mức tối đa được vay là bao nhiêu?
- Dư nợ hiện tại thế nào?

Những cái này thì AI hoàn toàn có thể học được vì đều là những thông tin có sẵn, ít phải suy luận, không cần gợi mở. Chỉ cần có 1 tập dữ liệu thông tin được sắp xếp và cập nhật liên tục thì AI sẽ tự học và tự xử lý được hầu hết mọi vấn đề

Điểm cần lưu tâm là: cách nói chuyện của AI có “mượt”, có “người” không. Vì chẳng ai muốn nói chuyện với 1 con Bot khô cứng, lặp đi lặp lại các câu nhàm chán. Việc train Bot cần lưu ý điểm này. Gần đây nhiều bạn dùng Coze tạo Bot nhưng không train cẩn thận nên cách nói chuyện rất cứng, chẳng những không hỗ trợ khách mà còn dễ làm khách bực mình

2019 mình tham gia dự án xây dựng chatbot tư vấn hỗ trợ khách hàng tự động của Techcombank cùng Fpt.ai. Lúc đó Ai bắt đầu nóng và Techcombank, 1 ngân hàng tiên phong chuyển đổi số rất muốn đưa Ai vào

Bài toán: mỗi ngày có hơn 3000 người nhắn tin / comment trên facebook để hỏi về dịch vụ, đăng kí mở thẻ, nhờ tư vấn...cộng dồn lại mấy năm thì lên tới cả triệu tin nhắn. Những lúc cao điểm chạy marketing thì lượng tin nhắn tăng đột biến

Techcombank chỉ có vài nhân sự để ngồi trực chat nên xử lí không xuể. Họ muốn tìm giải pháp chatbot hiểu được ngôn ngữ tự nhiên và tư vấn được Khách hàng, chứ không phải là hỏi đáp theo từ khoá

Fpt.ai đã triển khai giải pháp cho Fptshop rồi. Bot nhận diện hầu hết các nhu cầu mua điện thoại và kết nối sâu vào warehouse để đưa ra những lời đề xuất phù hợp, đôi khi khá thú vị. Tuy nhiên tư vấn điện thoại vẫn đỡ nhạy cảm hơn tư vấn tài chính. Các thách thức mà Techcombank đặt ra là

- Độ chính xác phải trên 80%: bank lớn và uy tín rất sợ bị khách phàn nàn bực bội
- Bảo mật: hệ thống phải kết nối vào core banking thì làm sao giữ được sự an toàn trước các nguy cơ tấn công, rò rỉ thông tin
- Đồng bộ dữ liệu giữa các nền tảng: web, app, messenger, hotline để tạo trải nghiệm tốt cho khách

Không ai dám cam kết những điều này khi đó. Các kĩ sư giỏi nhất của Fpt.ai biết rằng có nhiều thứ nằm ngoài giới hạn của Bot và không dễ để train trong thời gian ngắn. Nhưng bank thì nghĩ khác: tôi sẵn sàng bỏ tiền nhiều để đầu tư nhưng sản phẩm phải đảm bảo chạy trơn tru mới được

Dự án tạm ngưng. Cho đến giờ mặc dù Ai đã phát triển hàng trăm lần thì bài toán trên vẫn chưa dễ giải. Vấn đề không chỉ nằm ở kĩ thuật mà cả các yếu tố khác

- Ai là người chịu trách nhiệm: việc triển khai AI trong cskh luôn có những rủi ro mà ta không đoán được. Thuê người còn kiểm soát và đổ lỗi được chứ AI chạy cái gì bên trong ai mà biết. Rõ ràng chỉ có Ceo mới đủ thẩm quyền nhưng Ceo có nhiều mối quan tâm lớn hơn AI
- Ai là người triển khai: để train AI cần tập hợp 1 lượng dữ liệu, thông tin đầy đủ từ mọi phòng ban liên quan. Điều này dường như bất khả thi với 1 tổ chức công kênh và luôn cần bảo mật dữ liệu như bank. Ngay cả trong các Dn nhỏ, dữ liệu vẫn phân tán, sai lệch thì việc gom lại rồi chuẩn hoá để train vẫn không dễ

- Ai là người sẽ chịu thiệt vì AI: nếu AI quá tốt thì rất nhiều bộ phận sẽ mất quyền lợi, thậm chí công việc. Ai dám bấm nút kích hoạt việc đó

Nếu train không cẩn thận hoặc sự đánh giá/ kiểm duyệt không kỹ lưỡng thì Bot có thể rơi vào các tình huống mắc lỗi ngu ngơ. Gần đây nhất là Air Canada phải "trả giá" khi con Bot trả lời sai với khách hàng dẫn đến phải đền bù thiệt hại



Air Canada must honor refund policy invented by airline's chatbot



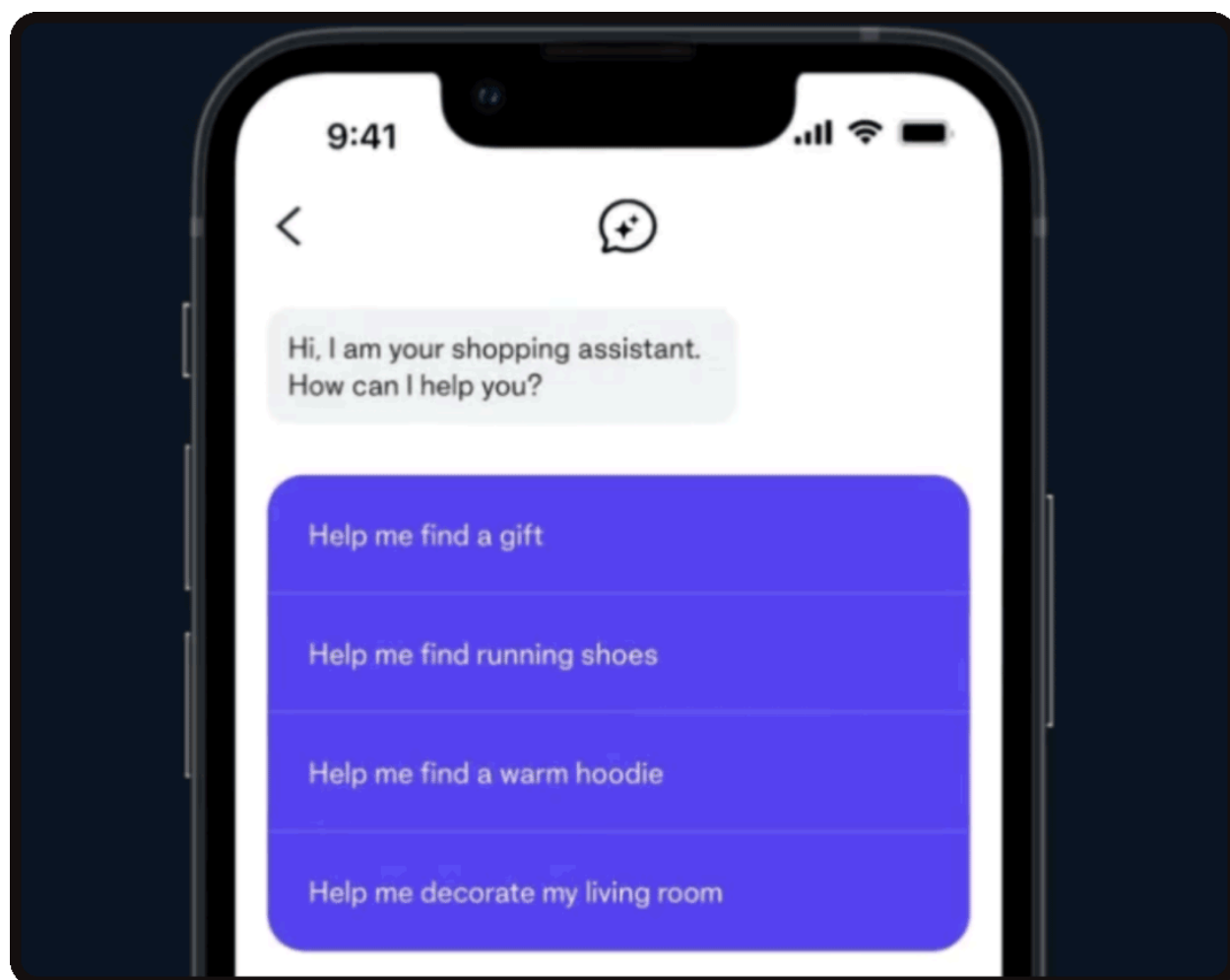
Ars Technica · 1d



Case study 8: Mua sắm dễ dàng với AI

Việc có quá nhiều shop, quá nhiều platform bán hàng online khiến khách hàng rối não trong việc tìm sản phẩm. Chẳng hạn để tìm 1 món quà tặng người thương dịp 8/3 này, ta phải xem hàng chục web, đọc review về hàng trăm sản phẩm và nói chuyện với rất nhiều tư vấn. Đôi khi ta chỉ cần ai đó gợi ý cho vài món quà và link đặt hàng là đủ

Shopify quyết định ứng dụng AI xây 1 shopping assistant chatbot. Đơn giản thôi, bạn chỉ cần đưa yêu cầu, shopping assistant sẽ tìm và gợi ý sản phẩm từ hàng ngàn shop trên Shopify, thậm chí có thể gợi ý các sản phẩm mà bạn chưa hề nghĩ tới



PHẦN 3: AI ỨNG DỤNG TRONG VẬN HÀNH

Top 10 nhu cầu ứng dụng AI trong vận hành, Vn, thế giới

1. Tích hợp AI vào Chatbot làm Trợ lý Chăm sóc Khách hàng: Nhiều doanh nghiệp Việt Nam cho phép tích hợp AI vào chatbot (ví dụ như Chatfly/EM & AI) để cung cấp dịch vụ tự động 24/7, giải đáp thắc mắc và hỗ trợ khách hàng một cách nhanh

chóng và hiệu quả. AI giúp chatbot hiểu và phản hồi một cách tự nhiên hơn, tạo ra trải nghiệm khách hàng tốt hơn.

2. Tích hợp AI vào Hoạt động Vận hành Nhân sự: AI được sử dụng để tự động hóa quá trình lọc hồ sơ, chấm điểm và phân tích đánh giá ứng viên, giúp tiết kiệm thời gian và nguồn lực cho các phòng nhân sự trong khi vẫn duy trì được chất lượng tuyển dụng. Cộng đồng Lark hiện đã có những plugin tích hợp AI để phân tích ứng viên và tự động hóa quy trình này.
3. Tích hợp AI vào Sáng tạo Nội dung: Các công cụ AI như LovinBot có khả năng tự động tạo nội dung, đã được sử dụng rộng rãi và thu hút gần 50.000 khách hàng trong một năm qua. AI giúp tối ưu hóa quá trình sáng tạo nội dung, từ viết bài đến thiết kế hình ảnh, tiết kiệm thời gian và nâng cao hiệu quả công việc.
4. Ứng dụng mã nguồn mở AI vào Tạo Ảnh và Thiết kế: AI như Stable Diffusion/Dalle-3 được sử dụng trong các lĩnh vực sáng tạo như thiết kế kiến trúc, thời trang và tạo ảnh, giúp nâng cao khả năng sáng tạo và tối ưu hóa quy trình thiết kế.



Shopee thử nghiệm AI trong hoạt động sáng tạo nội dung. Năm 2023 cũng liên tiếp các công ty như Pepsico, VietJet, FPT Shop ứng dụng AI tạo các ấn phẩm truyền thông.

5. Sử dụng Mã nguồn mở AI cho Dữ liệu Nội bộ: Các công cụ như Mistral, Llama, và Nvidia Chat with data cho phép doanh nghiệp xây dựng hệ thống AI nội bộ để

phân tích dữ liệu, trả lời câu hỏi, và bảo mật dữ liệu mà không cần chia sẻ bên ngoài, đảm bảo tính riêng tư và bảo mật.

6. AI trong Sản xuất Video và TVC: Các doanh nghiệp đã ứng dụng AI để sản xuất video và quảng cáo truyền hình, giảm đáng kể chi phí sản xuất. Case thực tế từ Alipo Creative, ứng dụng AI tiết kiệm tới gần 1 tỷ đồng cho khách hàng so với việc sử dụng diễn viên thật.
7. Tích hợp AI vào SaaS/CRM/Tools: Doanh nghiệp tích hợp AI vào các hệ thống hiện có như Ecommerce Website/SaaS, CRM để tạo ra trải nghiệm mới mẻ cho người dùng. Ví dụ, Tiki đã tích hợp AI để thống kê review sách và tạo chatbot hỗ trợ mua hàng, nâng cao trải nghiệm khách hàng trên nền tảng của mình.
8. Tích hợp AI vào Ứng dụng Di động: Doanh nghiệp tích hợp công cụ chat AI vào ứng dụng di động (như app MB Bank, Viettel) để cung cấp dịch vụ tốt hơn cho khách hàng và khuyến khích họ cài đặt và sử dụng app.
9. AI giúp Nhà Đào tạo và Sáng tạo Nội dung kiếm Tiền: AI cung cấp giải pháp trợ lý cá nhân hóa cho nhà đào tạo, sáng tạo nội dung, giúp họ mở rộng tác động và kiếm tiền từ chuyên môn của mình. LovinBot là một ví dụ về nền tảng đang phát triển giải pháp này và sẽ ra mắt trong tháng 4/2024.
10. AI tăng Năng suất Phát triển Phần mềm: Sử dụng AI trong quá trình phát triển phần mềm và viết code có thể tăng năng suất lên tới 40%, giúp đội ngũ kỹ sư phần mềm tối ưu hóa quy trình làm việc và tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn trong thời gian ngắn hơn.

Case study 9. Tối ưu chuỗi cung ứng ngành thời trang

Các hãng thời trang nhanh (fast fashion) như Zara, H&M, Mango, Old Navy...đang ứng dụng AI quyết liệt để nâng cấp cả chuỗi cung ứng. Họ dùng Chatbots xử lý đơn đặt hàng, smart warehouses để quản lí kho, máy móc tự hành để vận chuyển...

Zara nổi danh với năng lực vận hành chuỗi cung ứng siêu hiệu quả. Cty đã ứng dụng AI từ sớm, bao gồm việc phát triển các giải thuật để thu thập data real-time và phân tích được các hành vi, nhu cầu nhằm cải tiến chuỗi cung ứng. Chẳng hạn nhờ AI-driven Zara biết với mỗi sản phẩm mỗi khu vực thì khách thích mua ở store hay ship? AI cũng giúp Zara dự đoán chính xác nhu cầu mua, loại sản phẩm sẽ tiêu thụ mạnh, để lên kế hoạch sản xuất và phân phối với tốc độ nhanh nhất, Zara có chu kì sản xuất nhanh nhất vì thế họ có thể đưa sản phẩm tới tay người dùng vừa nhanh vừa hời nhất trong 1-2 tuần. AI cũng hỗ trợ

đặc lực cho marketing: phân tích phân hồi, tương tác từ khách hàng và thực hiện việc hỗ trợ, chăm sóc khách tự động, cá nhân hoá.



[H&M, Zara, Fast Fashion Turn to Artificial Intelligence to Transform the Supply Chain \(thomasnet.com\)](#)

Case study 10: Làm thế nào để 1 hãng bán lẻ thời trang dự đoán được xu hướng?

Thời trang trở thành phương tiện để thể hiện cá tính chứ không chỉ đơn thuần là mặc đẹp bền nữa. Khi social media bùng nổ, các KOL lăng xê rất nhiều kiểu thời trang riêng, và thu hút followers chẳng kém gì các ngôi sao. Vì thế mà các trends nổi lên rồi qua đi rất nhanh, hành vi khách hàng cũng thay đổi chóng mặt. Thách thức cho ngành fast fashion: làm sao nhìn thấy và bắt kịp trend rồi tung ra sản phẩm phù hợp? dự đoán đúng loại quần áo sẽ bán chạy mùa hè năm nay và số lượng bán thì sẽ hết bạc. Còn dự đoán sai thì hoặc là hàng bán chậm, hoặc là tồn kho

Trước đây, các cty bán lẻ sẽ theo dõi các mẫu mã từ các nhà thiết kế lớn ở Fashion Week, xem các ngôi sao đang lăng xê một nào, theo dõi sát sao những sự kiện văn hoá, giải trí, chính trị lớn để dự đoán. Thông tin được thu thập từ khắp các sự kiện thời trang, sắm soi vào từng kiểu dáng, màu sắc, chất liệu...tại các sàn diễn ở Paris, đường phố Berlin, thảm đỏ Hollywood, hay quán bars ở Brooklyn. Việc này đòi hỏi 1 đội ngũ đông đảo, chuyên nghiệp và hoạt động liên tục. Ngày nay, AI đã hỗ trợ đắc lực cho việc thu thập, xử lí thông tin ở quy mô lớn với hiệu suất rất cao. Sử dụng các dữ liệu đã có như tồn kho các mùa trước, tốc độ bán hàng hiện tại, các mẫu đang được lăng xê ở những sự kiện lớn, gu ăn mặc của các idol mới nổi... AI đưa ra các dự đoán về nhu cầu khách hàng và các mẫu mã bán tốt...

H&M có hơn 200 data scientists và ứng dụng rất nhiều giải thuật AI để dự đoán xu hướng. Các giải thuật AI sẽ thu thập dữ liệu từ khắp các search engines, blogs, youtube, instagram, tiktok.... rồi tìm ra các thông tin giá trị như tần suất mua, giá trị đơn hay các khu vực nên mở stores.

Điều quan trọng hơn, AI còn cung cấp các gợi ý về việc nên nhập thêm hàng hay xả hàng tồn tại từng khu vực, từng nhóm hàng. nghiên cứu cho thấy, H&M's AI đã giúp cty giảm đáng kể các hao phí và đưa ra những quyết định bền vững hơn



Image credit: Shutterstock/FJcreative

Khác với H&M thường outsource việc sản xuất khắp nơi, Zara's hạn chế outsourcing hơn. “Zara kiểm soát mọi thứ từ design tới trưng bày sản phẩm tới giao nhận, từ đó thu thập dữ liệu trên mọi bước. Dữ liệu này chính là nguồn nguyên liệu vô tận để phân tích, dự báo và dẫn đầu xu hướng. ”

Zara thuê Tyco gắn microchips vào tag quần áo để biết tường tận từng style hay size đang ở đâu trong chuỗi cung ứng. Họ nhìn thấy được chính xác lượng hàng đang sản xuất và sắp sửa bán tại bất kì thời điểm nào, vì vậy các dự đoán đều rất chính xác.

Zara còn triển khai Jetlore, 1 nền tảng dự đoán hành vi người mua sử dụng AI. “Jetlore’s AI-powered platform hợp nhất dữ liệu hành vi người mua với các thông số về size, màu, fit, style. Dữ liệu này hỗ trợ đắc lực cho việc xây dựng nội dung, lên chiến lược truyền thông, lên kế hoạch bán hàng, nâng cao trải nghiệm khách hàng”

Nắm bắt và hợp nhất được mọi nguồn dữ liệu quan trọng như sales, customer insight, vận hành chuỗi cung ứng, Zara có thể thúc đẩy các giải thuật AI tới mức cao nhất

Zara ứng dụng AI trong rất nhiều hoạt động khác nữa. Chẳng hạn, dùng AI robots để nhận đơn từ khách khi họ sử dụng các tính năng Buy Online, Pick-Up in Store (BOPIS) hay Click and Collect options.



Case study 11: Quản lí kho thông minh, tự động

“Làm sao để dự đoán được nhu cầu mua hàng rồi sản xuất số lượng đáp ứng nhanh, đủ, đó chính là cách để tăng doanh số”

Inventory management cực kì quan trọng trong ngành thời trang vì số lượng mẫu mã rất lớn, vừa là hàng thành phẩm vừa là hàng đang sản xuất và cả nguyên vật liệu. Tiền nằm ở đây, chỉ cần thất thoát hoặc sai lệch số liệu là có thể lỗ nặng. AI-powered tool tự động hoá việc theo dõi hàng hoá trong kho, tồn kho, hàng sắp hết date, hàng đang thiếu...từ đó đưa ra các yêu cầu với đội ngũ sản xuất và đội kinh doanh. Những công việc này rất

căng não vì lượng dữ liệu quá lớn và vô số công thức chằng chịt. Nhờ AI mà rất nhiều khâu trở nên mạch lạc, chính xác và hiệu quả hơn

Case 12: AI ứng dụng trong quản lí hàng hoá

AI theo dõi hành vi khách mua online rồi đưa ra các offer cá nhân hoá nhằm thúc đẩy động lực mua hàng. Machine learning thu thập mọi dữ liệu liên quan đến hành trình mua hàng, còn AI solutions rất hữu hiệu trong các hoạt động bán hàng ở store, web. Chẳng hạn, AI đoán được nhu cầu khách muốn mua và tự động gợi ý sản phẩm mới. Hoặc dựa vào lịch sử khách đã mua, AI còn đoán được sắp tới khách muốn mua sản phẩm nào và gửi offer qua mail/ sms để kéo khách quay lại

Tuy vậy cần lưu ý rằng Zara, H&M đã xây dựng hệ thống quản lí chuỗi cung ứng cực kì hiệu quả từ bao nhiêu năm rồi. AI sẽ giúp quá trình đó mượt mà, tự động và chính xác. Số tiền họ đầu tư cho AI rất lớn và mất nhiều năm cải tiến liên tục mới có thành quả.

Với các cty thời trang nhỏ, lời khuyên là các bạn cần xây được quy trình, số hoá được các khâu thủ công, quy các dữ liệu về 1 mối để phân tích, rồi từ từ mới nghĩ đến việc đưa AI vào. Chứ không phải cứ thấy tool nào hay hay là giao cho nhân viên thử vọc, hoặc thấy khoá học nào ngẫu nhiên là đăng kí đi nghe. Hãy tiếp cận AI từ gốc và có kế hoạch dài hạn để AI trở thành chiến lược phát triển, động lực tăng trưởng

Cách triển khai AI ở SME cần đơn giản, nhanh gọn hơn và đúng trọng tâm hơn. Chủ Dn cần trả lời các câu hỏi sau trước khi ứng dụng AI:

1. Công việc đó có dựa trên dữ liệu không (data-driven)?
2. Công việc đó có tuân theo 1 quy trình cố định hoặc ít thay đổi không?
3. Công việc đó có dự đoán được không?
4. Công việc đó có tổng quan không?

Nếu trả lời được rành mạch các câu hỏi này, bạn bắt đầu thử ứng dụng AI rồi đánh giá hiệu quả và điều chỉnh prompts/ thuật toán. Cứ cải tiến dần và bổ sung thêm dữ liệu thì đến lúc sẽ có 1 công cụ AI đầy hiệu năng

Còn nếu vẫn lờ mờ? Nên đọc nhiều bài viết hay sách báo để có thêm tư liệu.

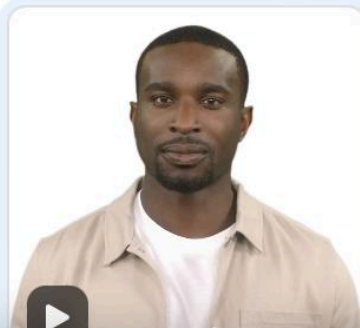
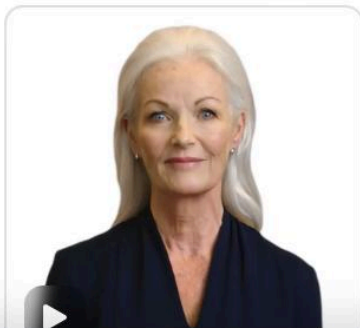
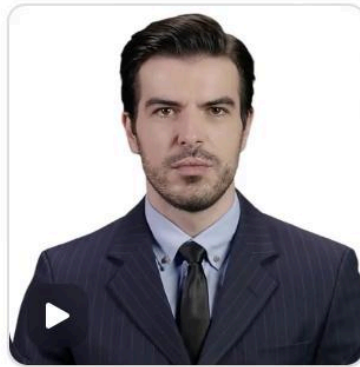
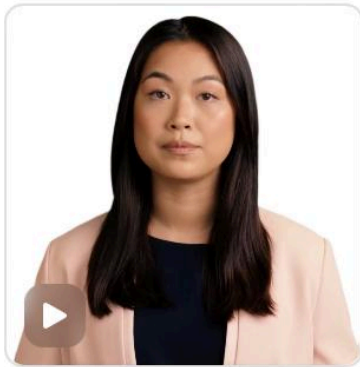
Ta sẽ điem qua các case studies đơn giản và dễ áp dụng

Case study 13. Giảm thời gian và nguồn lực sáng tạo nội dung

Trước đây, làm Video hay Podcasts rất tốn thời gian, công sức: viết script, tạo hình ảnh, thu âm, chọn nhạc... Nay nhờ AI thì khoảng cách từ ý tưởng tới thực thi không còn là vấn đề nữa. Dùng ChatGpt là đủ cho 50% những việc trên

Làm video trước đây cũng đòi hỏi phải có diễn viên, camera, studio, và hậu kỳ. Tốn vài ngày cho 1 video bình thường. Thì bây giờ, AI có thể tạo ra những video chuyên nghiệp trong vòng mười phút. Ví dụ Synthesia cung cấp tools giúp tạo videos với hơn 140+ mẫu nhân vật, 120+ ngôn ngữ và âm thanh chất lượng cao

Make your **training videos** more inclusive by selecting from over **140 AI Avatars** varied in age, ethnicity and gender.



[Create a free AI video](#)



Trusted by 50,000+ L&D teams

Những việc trước đây ta cần tới copywriter hay designer thì bây giờ có thể thực hiện nhanh chóng chỉ qua 1 lệnh:

- LogoAi: Designs logos
- ChatGPT: viết bài, xây dựng kịch bản, hỏi đáp

- DALL-E 2: vẽ hình ảnh
- LOVO: chuyển text thành giọng nói



Case study 14: Content agency tiết kiệm \$2000/tháng chi phí nhân sự nhờ AI

Tại các content agency VN, quy mô 10 - 40 nhân sự thì công việc chính là viết content, thiết kế website, kịch bản video... Họ thường có 1 số nhân sự chính, còn lại thuê ngoài rất nhiều. Số lượng khách hàng khá đông, số dự án lên tới hàng trăm một thời điểm (vì dự án nhỏ nên cần làm nhiều).

Chi phí lương nhân sự chiếm tỉ trọng lớn trong doanh thu. Như agency trong case này thì ~161 triệu/tháng, con số này không ít

Đặng Hữu Sơn chia sẻ về 1 content agency:

Tháng 2/2023, họ bắt đầu ứng dụng AI vào hoạt động sản xuất nội dung. Dùng ChatGPT, Midjourney để xử lí các công việc đơn giản. Chỉ một tháng sau họ đã cắt hơn nửa nhân sự thuê ngoài, tiết kiệm hơn 50 triệu chi phí. 10 nhân sự còn lại làm năng suất hơn so với 20 bạn lúc đầu. Đặc biệt các task làm nội dung tiếng Anh không cần trả chi phí cao thuê các bạn chuyên Anh nữa. Còn các task ngày xưa tưởng là khó như tạo Slogan, lên kịch bản video phải tốn 5 triệu/lần thuê ngoài thì bây giờ còn 500k.

Tiếp tục nâng cấp quy trình sản xuất nội dung, họ mở thêm dịch vụ khác liên quan đến tạo ảnh / video sản phẩm AI. Điều này sẽ giúp tăng thêm nguồn doanh thu mới mà không cần tuyển dụng nhân sự

Đây là case study rất hay cho các bạn làm ngành dịch vụ cần nhiều nhân sự. Thay vì trước đây muốn tăng doanh thu phải tuyển thêm, thì bây giờ hãy tư duy: giữ lại những người tinh túy nhất, phần còn lại hãy giao việc cho AI. Đó sẽ là công thức tăng trưởng bền vững

Case study 15. Lập kế hoạch và triển khai công việc đồng bộ

AI ứng dụng được trong các việc phức tạp hơn như lên chiến lược hoặc lập kế hoạch. Chẳng hạn:

- VenturusAI: phân tích ý tưởng kinh doanh và gợi ý các kế hoạch chiến lược
- Zapier: Tích hợp các apps để biến thành workflows tự động

Tuy vậy cần hiểu là AI hỗ trợ chứ không làm thay. Ví dụ 1 cuộc họp online qua google meet thì dùng Ai để recap, rồi dùng tiếp Ai để đọc các recap rồi biến thành Todo list. Mỗi ứng dụng nhỏ sẽ tạo ra 1 kết quả lớn. Chứ không thể trông đợi AI làm thay từ A-z được.

Hiệu suất hoạt động của DN bị ảnh hưởng rất nhiều bởi sự chậm trễ, thiếu đồng bộ giữa các nhân viên. Làm sao đẩy được tốc độ xử lý task lên và khớp nối các task với nhau liên lạc thì kết quả sẽ vượt trội. AI rất hữu dụng trong trường hợp đó

Ví dụ, trước đây để họp team thì mất 1.5h để gom người họp và thêm 1h nữa chờ recap rồi mới phân việc. Thì bây giờ, họp online và sử dụng AI recap thì chỉ cần 45 phút và ai cũng vui vẻ. Hoặc trước đây mất vài buổi để đào tạo nhân viên hiểu quy trình quy định công ty thì bây giờ nhờ AI tóm tắt, phân mục lại thì chỉ cần đọc 2 tiếng rồi có gì chưa rõ cứ hỏi lại AI

1 số công cụ:

- Jamie: tự động takes notes và tóm tắt nội dung
- Tome: tạo AI-powered presentations
- Consensus: đưa ra câu trả lời trích xuất bằng chứng từ các nghiên cứu khoa học

Khi AI bùng nổ, nó sẽ lấy đi rất nhiều công việc nhưng sẽ tạo cơ hội cho rất nhiều việc khác. Ví dụ: cty dịch vụ SEO (search engine optimization) của mình, trước đây cần 10 content (quỹ lương 70 củ) thì bây giờ chỉ cần 1 senior + 1 editor + AI, thì bạn senior sẽ được trả 20 triệu; nhưng kĩ năng của senior không phải là viết content mà là research + idea + prompt + review + creative. Hoặc công ty bạn mình có 20 nhân sự CSKH thì có kế hoạch cắt xuống chỉ còn 4 CSKH, nhưng 4 bạn này sẽ có lương x3 vì được giao nhiệm vụ

chăm 1000 khách Vip, kĩ năng chẳng liên quan gì đến AI mà lại là văn hoá, du lịch, ẩm thực, Mai Đào...

Case study 16. Tạo sản phẩm mẫu trong vài phút

Các startups thường xuyên nghĩ ra các ý tưởng rồi tạo 1 “minimum viable product” (MVP) sau đó bán hoặc làm phiếu thu thập nhu cầu khách hàng. Một số MVP xuất sắc có traction còn có thể đi gọi vốn. Trở ngại trước đây là phải tìm 1 đội lập trình, còn bây giờ AI có thể giúp việc này nhanh chóng. Ví dụ: Uizard, có thể xuất ra app, web, and user interface (UI) designs ngay khi nhận lệnh bằng 1 vài tham số.

Trước đây để thiết kế 1 bì sách, cần thuê designer làm mất mấy ngày mà chưa biết người đọc có thích không. Thì nay tốn 5 phút, AI sẽ đưa ra 3 option, rồi đưa lên facebook hỏi người đọc chọn mẫu nào ok nhất thì dựng tiếp.

1 cách nữa các seller hay làm: dùng AI để dựng mẫu bao bì sản phẩm, làm clip demo và viết mô tả. Sau đó đưa lên fan page chạy test thử. Nếu thấy tương tác ổn thì tiến hành sản xuất. Quả là nhanh và đỡ tốn nguồn lực biết bao

Tham khảo: <https://www.designerpeople.com/blog/ai-packaging-design/>



Xem video: [How to Create a Packaging Design + New AI Mockup Feature](#)

Tuy vậy AI chỉ hỗ trợ tạo ra MVP để trình diễn. Còn làm sản phẩm thật để bán thì chưa được

Case study 17. Tạo ra nhân viên ảo như 1 người thật

ChatGPT có thể tạo ra các nội dung mang tính “người”. Replika có thể xây dựng được những nhân vật ảo hoàn toàn bằng AI: tạo avatar, tạo nội dung hàng ngày trên social, kết bạn.... Nhân vật ảo này có thể chat, gọi video calls, tương tác với đời thực qua augmented reality (AR), và giao tiếp như 1 con người.

Ứng dụng của Nhân vật ảo rất đa dạng. Ví dụ dạy học: 1 khoá học tiếng Anh online hoàn toàn có thể do 1 cô giáo ảo dạy, người học thích chọn cô giáo tóc vàng hay tóc nâu, da trắng hay da đen, già hay trẻ đều được. Gương mặt, cử chỉ, giọng điệu không kém người thật là mấy, Ví dụ thuyết trình dự án bds: cũng là mô tả sa bàn, căn hộ mẫu, tiện ích, bản đồ...sales ảo không kém người là mấy nhưng gương mặt, giọng nói có thể thay đổi cho hợp với từng nhóm khách. Ví dụ livestreamer: có thể là nhân vật ảo, live 24/7 mà không biết mệt, cũng không đòi tăng tiền công hay hoa hồng

Case study 18. AI agents hỗ trợ tư vấn chăm sóc khách hàng

Từ khi Generative AI bùng nổ, các loại Agent AI đã có nhiều cải tiến cả về khả năng lập kế hoạch lẫn thực thi nhiệm vụ phức tạp.

AI Agents có thể được ví như một nhân viên ảo được xây dựng để thực hiện một chuyên môn cụ thể. Ví dụ 1 AI Agents trong mảng nhà phố quận 9 có thể trả lời mọi câu hỏi về nhà phố như: giá, tiện ích, quy hoạch, tặng giảm...giấy tờ, pháp lý...nhanh hơn bất kì 1 sale bds nào

1 startup có thể xây 1 app tư vấn bds quận 9 dựa trên các Agents cho từng quận như vậy. App này nếu chạy mượt có thể định giá hàng chục triệu \$

Tuy vậy Chatbot AI và Agent AI cần phải hiểu cho đúng, vì mỗi loại có mục đích vai trò khác nhau. Nếu dùng sai thì vừa không giúp ích gì mà còn, làm mất khách hàng.

Case study 19. Xây dựng sản phẩm Công nghệ No codes/low codes

Trở ngại lớn nhất trước đây để xây 1 sản phẩm công nghệ là "lập trình". Nghĩ đến cảnh đi thuê đội Pm + Dev + QA để làm xong cái app thì vã cả mồ hôi. Nay thì các platform No/low codes cho phép "lập trình" kéo thả giao diện + chức năng là xong. Khoảng cách từ ý tưởng đến xây phần mềm gần như sắp xếp lego

Tương lai, nghề PM (product management) chỉ cần hiểu các đề bài của xã hội rồi vẽ ra các sản phẩm công nghệ với tính năng, công dụng, lợi ích, dữ liệu. Việc xử lí đã có no codes và Ai. Đây sẽ là một cửa mà bạn trẻ nên cựa vào.

Còn với doanh nghiệp, cơ hội lớn để làm các sản phẩm đột phá với mức đầu tư rất gọn gàng. Chẳng hạn cách đây chỉ 2 năm, để làm 1 sản phẩm như Grammarly sẽ tốn một nguồn lực kinh khủng với mức đầu tư bằng hàng chục căn biệt thự. Còn bây giờ với sự trợ

giúp của các thể loại AI nền tảng như Chatgpt thì để làm ra được sản phẩm đủ để thương mại hóa được với tính năng như thế thì chỉ tốn 1/10

Sự chuyển dịch này có ý nghĩa gì?

- Thứ nhất, số lượng start up Ai sẽ ngày càng nhiều. Chỉ cần vài người với 1 ý tưởng là đủ. Cạnh tranh nằm ở cách giải quyết bài toán của người dùng và tiếp thị hay thu tiền khách hàng tốt hơn. Thậm chí solo startup vẫn ngon vì AI agents có khác gì 1 đội quân hùng hậu cùng làm đâu
- Thứ hai, làn sóng chuyển dịch dần từ chuyên gia thành đa năng gia. Việc chuyên sâu đã có AI xử lý giúp. Ta có thể hình dung rất rõ là GV Toán không còn là người đi giải bài tập khó cho học sinh nữa mà tập trung vào việc khơi gợi tình yêu và trí tưởng tượng. Ta thấy là môi giới chứng khoán không còn cầm máy giải thích chart hay điểm mua bán nữa mà cần tư vấn khách đầu tư đa dạng nhiều mảng hơn
- Thứ ba, ai cũng có thể trở thành đạo diễn, nhà sáng tạo nội dung trong những năm tới. Những bộ phim Pixar kĩ xảo triệu đô chưa chắc hơn được view của một bộ phim được làm bởi AI và ba đĩa nhóc đôi mươi. Sau khi xem video từ Sora AI, một ông chủ xưởng phim hủy luôn kế hoạch 800 triệu đô làm phim trường mới. 1 số người bắt đầu khoe các bức tranh vẽ bằng AI. Tất nhiên tranh AI không có hồn và thật như hoạ sĩ được nhưng hàng triệu người vẫn vui khi biến được trí tưởng tượng thành sự thật.

Case study 20. AI khai thông Kế toán/ Tài chính DN

Kế toán/ Tài chính DN càng ngày càng trở nên: minh bạch số liệu, liên thông giữa các nền tảng và tự động hoá. Trước đây DN có quy mô luôn cần Kế toán trưởng/ CFO thì bây giờ có thể chỉ cần 1 người duy nhất phụ trách, và 1 công cụ AI

Điều này không hề viễn vông mà rất gần rồi

Bizzi, 1 startup của bạn mình đang cung cấp phần mềm giúp hàng ngàn Dn tự động đọc và xử lý hoá đơn. Khi AI ngày càng mạnh, họ hoàn toàn có thể đưa AI vào để tự động hoá việc lập báo cáo thuế cơ bản. 1 DN dịch vụ như cty mình đang cần 3 kế toán thì sau này chỉ cần 1. Tiết kiệm và hiệu quả hơn rất nhiều

Việc báo cáo & Phân tích chỉ số tài chính cũng là việc khiến nhiều CEO đau đầu. Họ cần 1 đội ngũ thực hiện việc này, quy mô lớn thì càng phức tạp càng dễ sai sót. Nhất là các Dn

bán lẻ, tiền vào ra liên tục và chia làm rất nhiều khoản mục. Ví dụ cty thời trang bạn mình, 1 ngày 1000 đơn thì cũng mất 3 người để làm Tài chính

Bạn có nghĩ về 1 hệ thống tự động:

- Tính p&l
- Báo cáo dòng tiền (cashflow)
- Tính các chỉ số: Roi, Roe, Roas,
- Phân tích tăng trưởng doanh số/ lợi nhuận
- Tìm ra các sản phẩm tiềm năng nhất để đẩy số. Tìm ra nhóm khách hàng đem lại lợi nhuận tốt nhất để tăng cường chăm sóc
- Dự đoán số bán tháng tới để nhập hàng.
- Đề xuất. Thay đổi giá và khuyến mãi để tăng lợi nhuận
- So sánh giữa các. phương án kinh doanh

Trước đây để làm điều này, Dn cần nhiều chuyên gia và 1 loạt công cụ:. Excel, PowerBI, Crm, Erp...đôi khi cần thêm lập trình Dữ liệu

Với AI FINANCIAL ASSISTANT, chủ DN chỉ cần mở smartphone lên rồi hỏi thì Bot sẽ tự động trả lời. Việc này nhanh và giá trị hơn nhiều so với việc chờ đợi báo cáo từ phòng Tài chính. Ngay khi nhận được thông tin, chủ Dn có thể ra lệnh cho Bot đưa các phương án rồi chọn và gửi message/ mail/ task cho từng team marketing, sale, nhập hàng...quá trình này diễn ra liên tục, thông suốt và hiệu suất

30 BENEFITS OF CHATGPT

For Finance Teams

By: AI FINANCE CLUB

PRODUCTIVITY

1. Idea generation
2. Correcting a text
3. Summarized a text
4. Translating a text
5. Research terms & definitions
6. Simplify a complex text



FINANCIAL ANALYSIS



7. Break even analysis
8. Inflation
9. Hourly rate
10. Compare two scenarios
11. Change of price and demand
12. Business Case ROI

TUTORIAL FOR TOOLS

13. Excel
14. PowerPoint
15. Word
16. PowerBI
17. SAP
18. Quickbooks



CREATE FINANCE PROCEDURES



19. Closing checklists
20. Finance guidelines
21. Internal control
22. Standard Operating Procedures
23. Step-by-step guide
24. Dunning procedure and letters

WRITE HIGH-QUALITY TEXT

25. Budget guidance
26. Request input
27. Prepare a meeting
28. Communication with clients
29. Executive summary
30. Minutes



AI FINANCE CLUB

Cuộc đua AI từ các platform

Việc ứng dụng AI diễn ra rất tự nhiên, chẳng có cần phải công nghệ gì ghê gớm vì mọi thứ dần native cả rồi, cũng giống như chụp hình điện thoại tích hợp sẵn AI điều chỉnh độ sáng tối, cà da sáng.. không cần phải chỉnh app phức tạp như trước.

Google vừa mới đề xuất sử dụng Gemini cho khách hàng doanh nghiệp (tên cũ là Duet AI) để áp dụng AI ngay trong Google Workspace, giá add-on mua thêm cho user là 14\$/user/tháng. Có thể add thêm cho các user các sếp ứng dụng như là một trợ lý ảo, coaching tăng cường hiệu suất làm việc.

Họp dùng Meet trên máy tính để có thể record lại toàn bộ nội dung trao đổi, làm "thức ăn" cho AI để trợ lý AI có thể đề xuất những nội dung làm việc, recap, hoặc nói nhiều quá thì hỏi AI cho lẹ, các em ngại hỏi sợ hỏi thì cũng đi hỏi con AI nó diễn giải cho mà hiểu rồi nên làm gì.

Các rào cản ngôn ngữ sẽ dần không còn, vì AI nó hỗ trợ đa ngôn ngữ, nói tiếng gì nó cũng xử lý được. Mấy bạn giỏi ngôn ngữ chém gió mà không action được thì sắp tới bay màu sớm.

Lark thì cũng đang chuẩn bị ra My AI, đó là trợ lý AI cho người dùng Lark, đang được thử nghiệm mạnh ở Feishu và dần sẽ đẩy mạnh trong 2024 này.

Các DN nhỏ được hưởng lợi lớn từ cuộc đua này. Chúng ta đang có cơ hội sử dụng những công cụ tối tân với giá rất hữu nghị và linh hoạt thay đổi theo sự phát triển như vũ bão của các nền tảng AI. Chính các DN lớn lại mệt mỏi vì họ phải đầu tư hạ tầng lớn hơn, R&D lâu hơn rồi chỉ vài tháng sau đã lạc hậu

Một người bạn mình làm sếp lớn bên Tiki than thở: tốn rất nhiều tiền để xây team triển khai AI nhưng kết quả mang lại chưa tương xứng (ý là ROI - return on investment thấp). Mặc dù ở Tiki có quá nhiều bài toán lớn để AI giải, nhưng lượng data và request nhiều thì chi phí cho hạ tầng không hề nhỏ

Ông anh mình, 1 CTO ở 1 Tập đoàn công nghệ lớn phân trần: đừng thấy chatGPT cho free mà mừng. Xây Tech product mà phụ thuộc vào chatGPT thì đến ngày họ không free nữa (hoặc tăng giá bán) chỉ có nước đập đi xây lại. Các big Tech muôn đời là thế: họ tung ra các nền tảng, thu hút lượng lớn nhà phát triển bằng các chính sách ưu đãi, rồi ..khi đã quá phụ thuộc thì họ bắt chia %. Cho nên việc ứng dụng AI thế nào và đầu tư bao nhiêu ở DN lớn không hề đơn giản

Open source AI

1 số startup tìm đến open source để xây giải pháp, tránh phụ thuộc vào các nền tảng trả phí. Tuy thế phía sau opensource vẫn là rất nhiều nguồn lực đầu tư cho hạ tầng, phần cứng, load balancing, request, caching, security, network, performance, ..., rất nhiều vấn đề chi phát sinh khi ở quy mô lớn. nếu doanh nghiệp không lường trước thì AI chỉ là một trò chơi đốt tiền ..., AI phát triển thì những cty phần cứng như NVIDIA là chủ cuộc chơi, chứ các startup thì có khi đốt tiền xong là nghỉ.

Nếu chấp nhận tốc độ chậm và độ chính xác đủ dùng mà số lượng request lớn thì vẫn dùng Open source được. Ví dụ như các tác vụ tính toán sẵn theo kì, phân tích thông tin không thường xuyên, hoặc các tác vụ tính toán có thể ngồi đợi

Open source có thể chạy trên CPU nên cũng không cần đầu tư hệ thống GPU đắt tiền mà tận dụng hệ thống máy chủ CPU nhàn rỗi.

open source là cơ hội để phổ cập và dân chủ hoá AI. Các Dn nhỏ, cá nhân, team cần xây dựng các ứng dụng nhỏ thì vẫn ok. Nhưng phải biết kỹ thuật thì mới tối ưu được

PHẦN 5: ỨNG DỤNG AI TRONG Ecommerce

AI khi tích hợp sâu vào các hệ thống Ecommerce để truy xuất dữ liệu có thể tạo nên những thay đổi ngoạn mục và tạo ra tăng trưởng thần kì

- Theo [Gartner](#), ứng dụng AI trong businesses đã tăng trưởng ngoạn mục suốt 4 năm qua, tốc độ tăng lên tới 270%.
- Gần 62% of khách hàng và dân kinh doanh sẵn sàng sử dụng các sản phẩm làm từ AI để gia tăng trải nghiệm, theo [Salesforce](#)
- Khoảng [84%](#) các cty Ecommerce đang ưu tiên dùng AI để tăng hiệu quả vận hành

Ta sẽ lần lượt điếm qua cách ứng dụng của AI trong Ecommerce. Nhưng lưu ý là quy mô đủ lớn về đơn hàng, khách hàng, kênh bán thì mới áp dụng hiệu quả được

Bản khảo sát dưới đây chỉ ra mức độ ứng dụng AI trong Ecommerce, nhấn mạnh tới các tính năng “Personalization,” “Site search,” and “Forecasting”

Dữ liệu khảo sát ở Europe và North America.

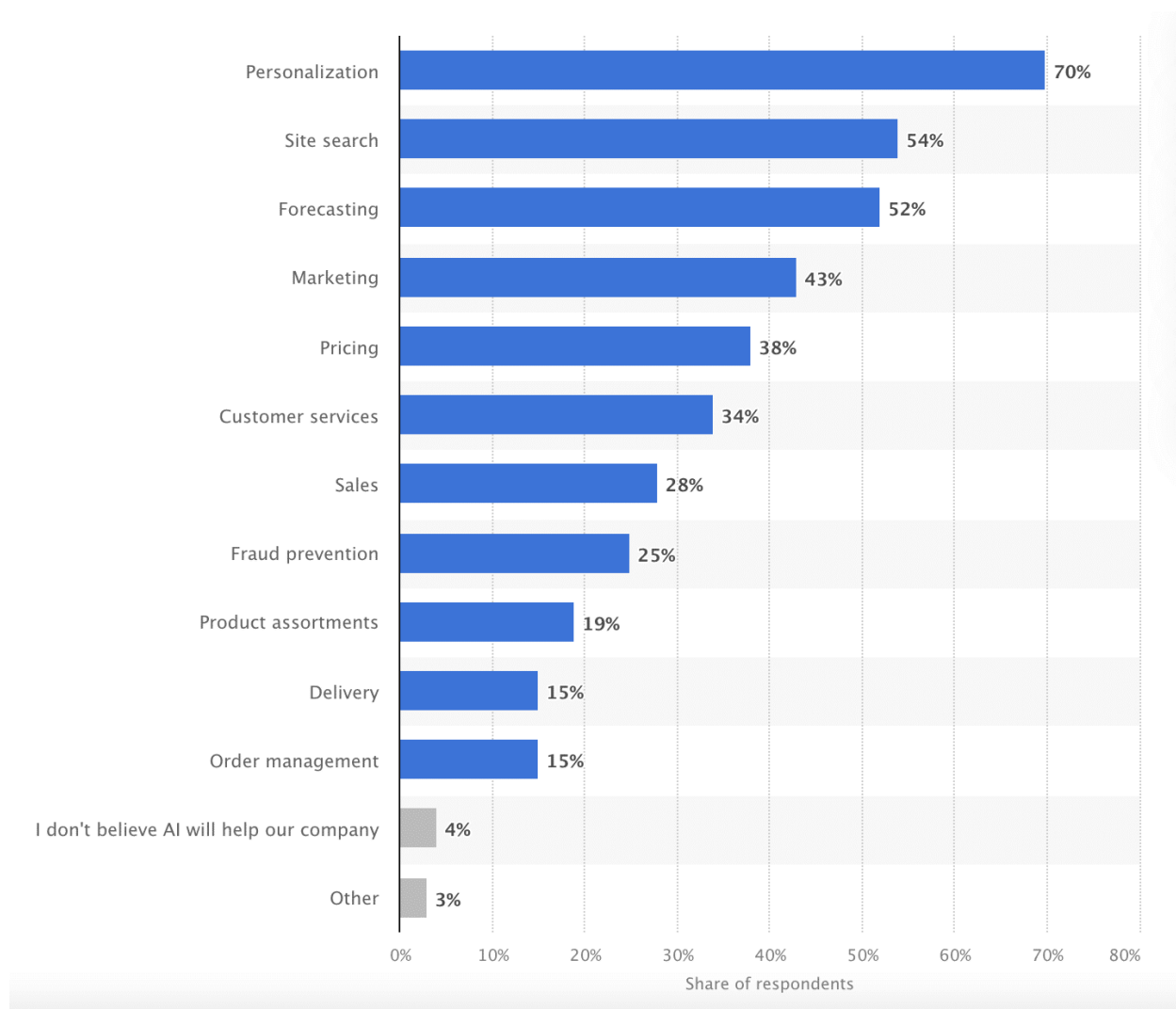


Image credit: Statista.

1. Tăng cường kết quả tìm kiếm theo đúng ngữ cảnh/ cá nhân

Cá nhân hoá tức là đáp ứng đúng nhu cầu khách hàng, đúng thời điểm đúng ngữ cảnh. Chuyện đơn giản: khi tìm kiếm trên 1 web thì điều khách cần là kết quả chính xác, phù hợp thuận tiện nhất chứ không phải là liệt kê 1 đồng sản phẩm không cần thiết làm họ rối thêm

AI-native search engines sẽ trả về các kết quả phù hợp + có sức hút nhất với mỗi user. Nghĩa là cùng 1 từ khoá nhưng 2 người search khác nhau sẽ ra 2 kết quả khác nhau; hoặc cùng 1 người nhưng ở thời điểm khác thì kết quả khác. Việc này phụ thuộc vào hành vi và nhu cầu tại đúng thời điểm đó, dẫn tới việc mua hàng nhanh nhất.

2. Làm giàu Dữ liệu sản phẩm

Những dữ liệu hấp dẫn về sản phẩm sẽ thu hút sự chú ý của khách hàng, gia tăng trải nghiệm mua sắm. 60% người mua cần những trải nghiệm khám phá sản phẩm trên website trực quan, hữu ích hơn.

AI-powered sẽ giúp người mua tìm thấy thông tin cần thiết nhanh chóng hơn và tự động đề xuất những sản phẩm khác tương tự. AI truy xuất thông tin sản phẩm bên trong Database rồi tự động cập nhật real-time phù hợp với từng người mua

Gần đây, Shopify ra mắt [Shopify Magic](#), giúp nhà bán tự động tạo các nội dung cho shop, rút ngắn đáng kể thời gian xây dựng 1 shop mới. Việc viết mô tả sản phẩm và các nội dung thu hút khách trở nên dễ dàng hơn rất nhiều vì Shopify Magic đã có sẵn hàng loạt câu lệnh lắt léo để bạn sai khiến. Đây là 1 ví dụ cho thấy các nền tảng hỗ trợ nhà bán hàng đang quyết liệt ứng dụng AI vào để giúp đối tác giảm bớt việc vận hành

3. Hỗ trợ mua hàng thông minh

Vấn đề lớn trên các ecommerce site là người mua mất hàng giờ để tìm thông tin, thao tác, đặt hàng, thanh toán...thường xuyên có những lỗi khó chịu làm đứt gãy trải nghiệm

Các chatbots / shopping assistants có thể giải quyết vấn đề này

Sử dụng mô hình ngôn ngữ lớn (large language models (LLMs), để hiểu những câu hỏi dài (ví dụ: làm sao mua cuốn sách có nói về bán hàng Tiktok). Bot nhanh chóng đưa ra gợi ý sản phẩm phù hợp, nếu chưa đúng thì sẽ hỏi lại khách và gợi ý. Bot thực hiện nhanh và 24/7 cho đến khi khách hài lòng

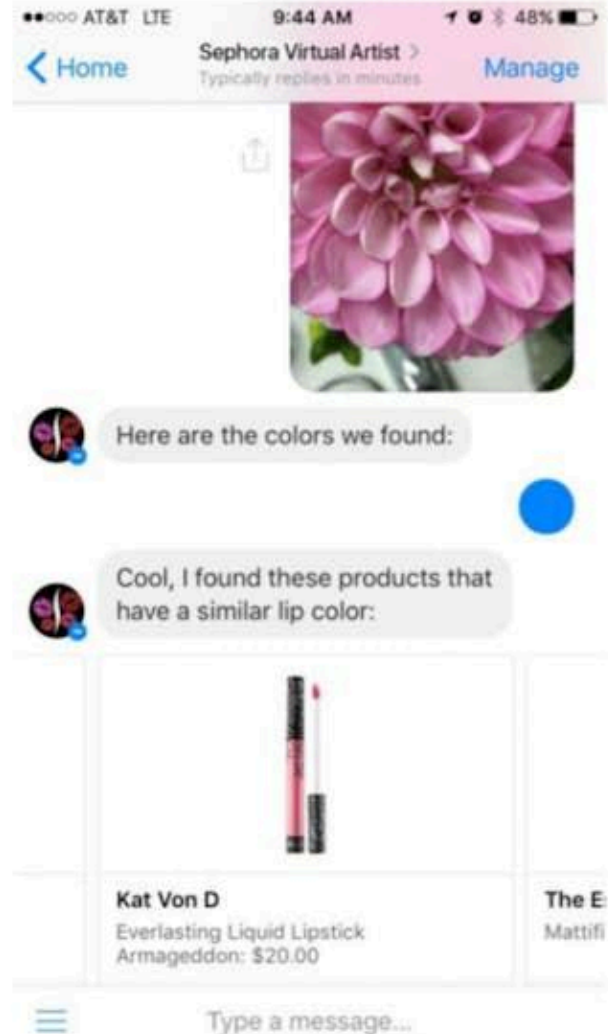
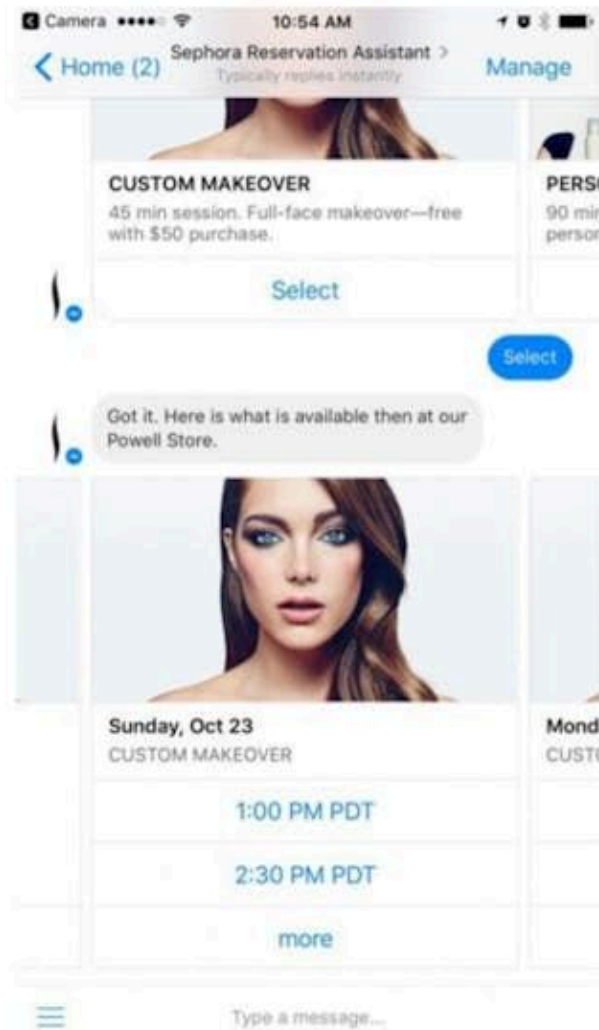
Shopping assistants có thể gợi ý khách trang phục cho cả 1 buổi tiệc: váy nào đi với giày, mũ, nón ra sao...không khác gì 1 stylist.

Việc mua sắm với hỗ trợ từ AI-driven engines sẽ thuận tiện, thú vị và nhanh chóng nhất. win-win.

Case study 21: Sephora's AI chatbot-powered shopping service

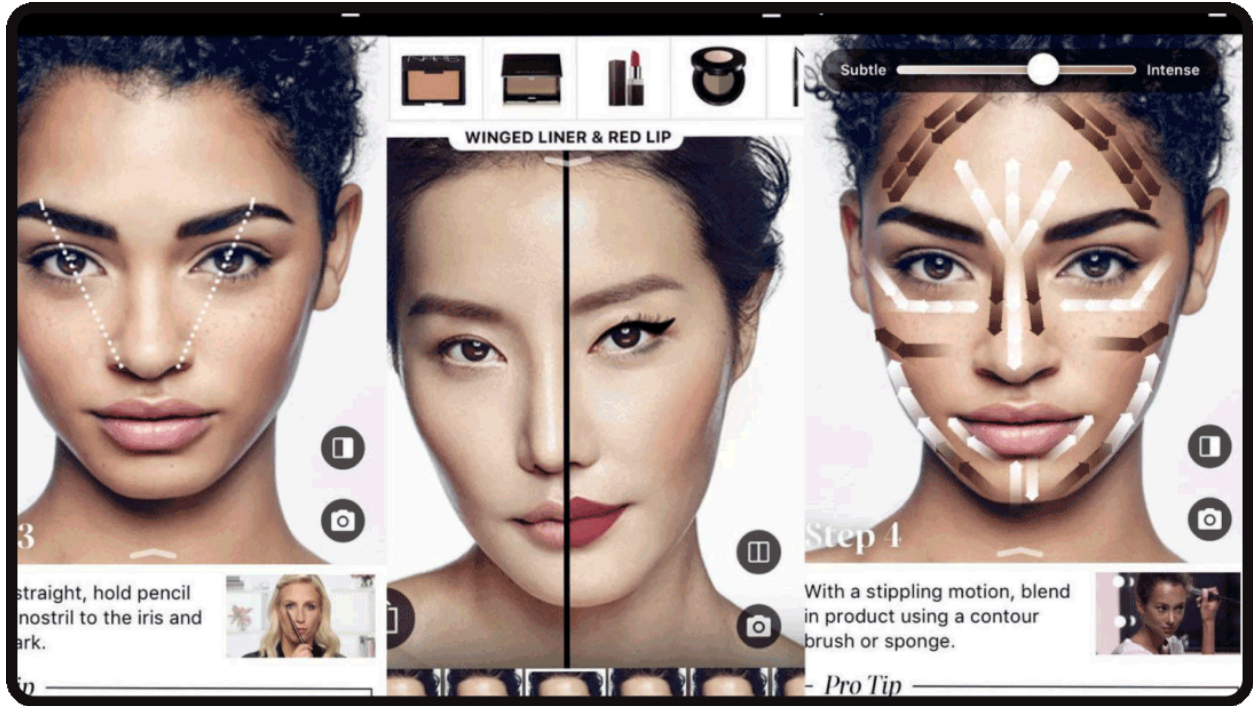
Sephora's khảo sát khách hàng và nhận ra rằng rất nhiều người mệt mỏi khi tìm sản phẩm vì có quá nhiều thông tin, nhiều page, nhiều chỉ dẫn. Vì thế Sephora tạo nên 1 - chatbots hướng dẫn mua sắm, khách chỉ việc hỏi là có hầu hết câu trả lời. Chatbot không chỉ trên website mà còn trên [Facebook Messenger](#) , app, hỗ trợ mạnh mẽ cho mọi khách

hàng tiềm năng



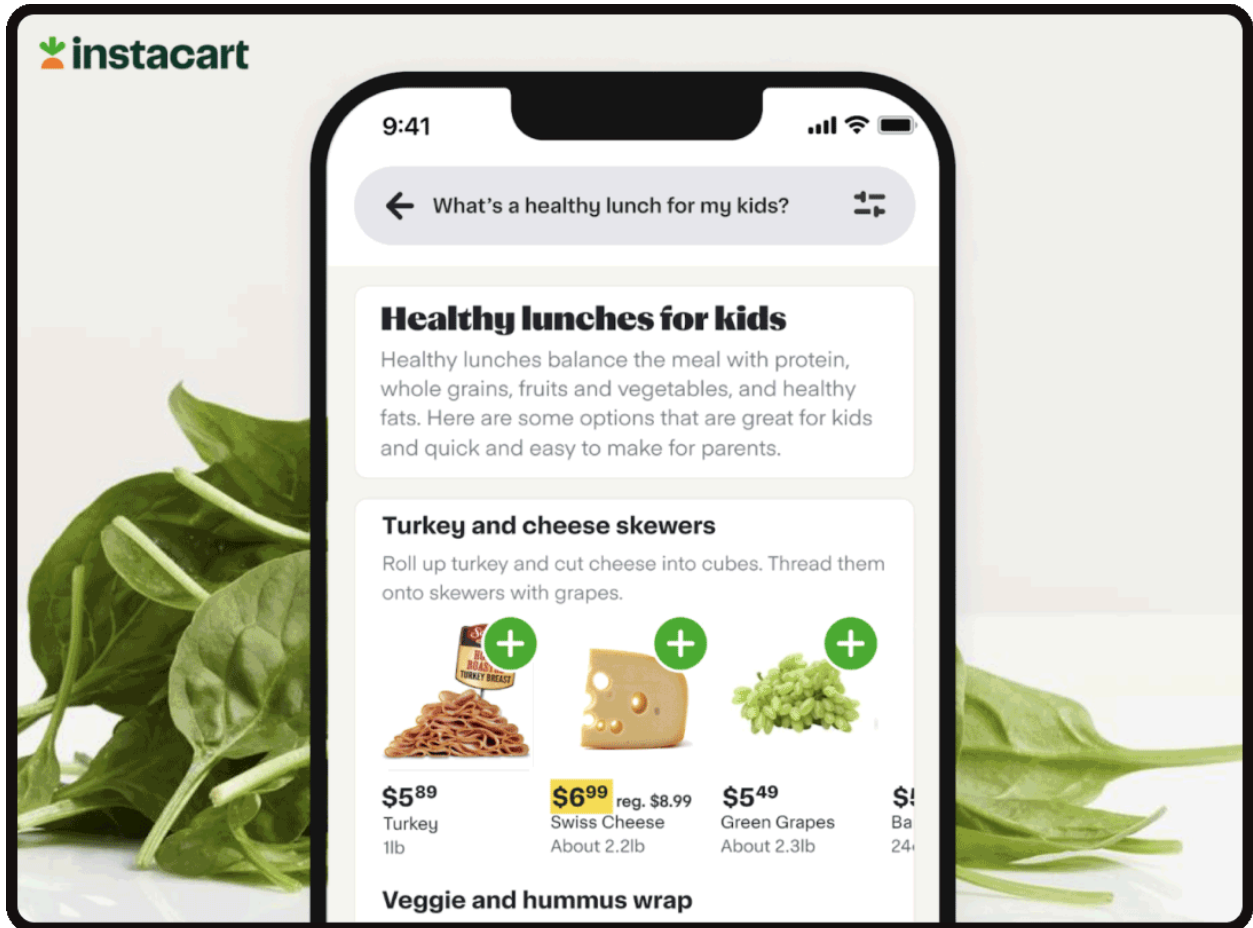
Case study 22: AI Beauty

Sephora ứng dụng AI tạo ra 1 makeup app thực tế ảo (augmented reality). Sephora Visual Artist cho phép khách thử nhiều kiểu makeup với các kiểu da, môi, nét... rồi tới cửa hàng để mua. Color IQ, quét làn da của khách rồi tự động gợi ý màu phấn nền. AI đã giúp hàng triệu phụ nữ tìm được kiểu makeup phù hợp mà không tốn thời gian, tiền của mua những loại không sử dụng



Case study 23. Mua rau củ quả với AI

Mọi người đều rất rối não mỗi khi đi mua sắm thực phẩm: “hôm nay ăn gì?”, “loại nào ngọt mà không béo”, “mua bao nhiêu là đủ 3 bữa”...Hiểu được nỗi phiền muộn đó, Instacart hợp tác cùng OpenAI để xây dựng 1 chatbot trên app! Khách hàng chỉ cần đặt yêu cầu, Instacart sẽ tự tạo ra danh sách các món phù hợp với ngân sách và chế độ dinh dưỡng. Đỡ phải nghĩ menu, tiết kiệm rất nhiều thời gian lựa chọn

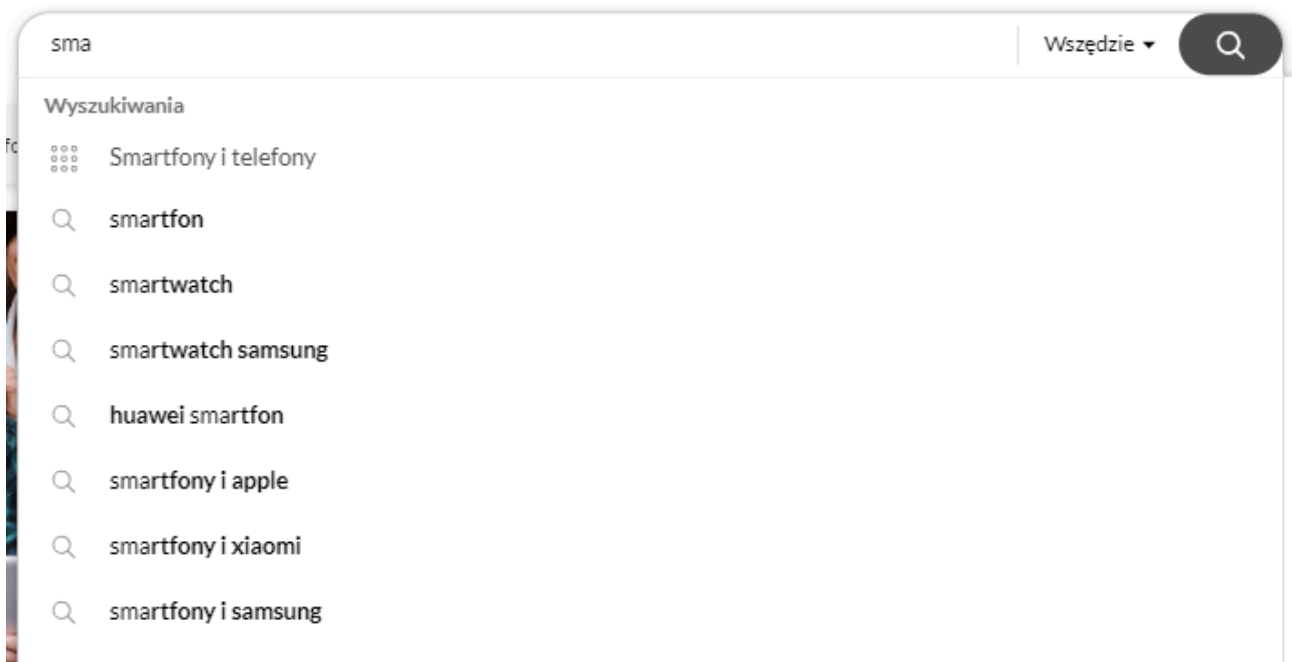


4. Dự đoán ý định tìm kiếm

Khoảng 1 nửa người mua sẽ tìm sản phẩm trên thanh tìm kiếm, nhưng chỉ 19% các sites có chức năng autocomplete.

Autocomplete, là 1 tính năng giúp điều chỉnh từ khóa người dùng gõ cho đúng. Ví dụ khi gõ "đầm bầu" thì tự động gợi ý 1 loạt từ như "đầm bầu Tây", "đầm bầu len", "đầm bầu nhập khẩu"...hay khi gõ "dam bau" thì tự sửa thành "đầm bầu". Tính năng đơn giản này rất quan trọng giúp tăng sự thuận tiện, tốc độ tìm và trải nghiệm mua sắm

Theo 1 số nghiên cứu khi dùng AI-native để autocomplete thì chuyển đổi tăng hơn +13% và average order value (AOV) tăng 16.5%



5. Cung cấp Insights mua sắm

Việc dự đoán nhu cầu mua và lượng mua cho từng sản phẩm là điều tối quan trọng. Phương pháp truyền thống là dựa vào dữ liệu quá khứ để phỏng đoán, hoặc dựa vào các market research để đặt Target. Có 1 cách khác kết hợp với AI để phỏng đoán chính xác hơn

Dựa vào hành vi tìm kiếm/ tương tác với sản phẩm, để trả lời các câu hỏi như:

- Bao nhiêu tìm kiếm không có kết quả (tức là chưa có sản phẩm phù hợp)
- Các nhu cầu tìm kiếm nào đang tăng/ giảm?

AI sẽ mổ xẻ các dữ liệu hành vi quan trọng trên platform từ đó đưa ra các thông tin/ đề xuất quý giá để ra quyết định. Hãy xem AI solution như 1 business partner, người cung cấp liên tục các thông tin quý giá để bạn suy nghĩ

6. Set giá tự động

Khách mua trên sàn TMĐT rất nhạy về giá. Chỉ 1 biến động nhỏ là quyết định mua sẽ thay đổi. Việc set giá cố định sẽ không hiệu quả, đặc biệt là khi các đối thủ luôn đọ giá từng giờ

Các hay hơn là dùng AI để set giá biến động theo từng nhóm nhu cầu và từng nhóm khách. Ví dụ khách thích rẻ thì luôn có banner khuyến mãi shock đập vào mặt, khách cũ thì auto tặng quà, còn khách đang cần mua gấp thì giữ nguyên giá

Một số tính năng mà AI đã xử lý được:

- Dự đoán giá phù hợp nhất cho từng sản phẩm. AI-native solutions dựa vào thói quen mua sắm của khách cho các sản phẩm tương tự để đề xuất khoảng giá bán. AI cũng dựa vào các tham số khác như doanh số/ lợi nhuận/ số lượng bán để tính toán ra mức giá nên đặt, đồng thời sẽ tự điều chỉnh giá cho từng thời điểm
- Dự đoán giá phù hợp nhất cho từng khách hàng. Phân tích các hành vi: clicks, adds to cart, purchases, AI dự đoán được khả năng mua. Ví dụ, AI tự đề xuất 1 mức giá ưu đãi hấp dẫn khi nhận thấy khách rất nhạy cảm về giá (thích mua rẻ); còn với khách không quan tâm giá thì sẽ có mức giảm ít hơn
- Đưa ra đề xuất giá phù hợp cho từng khách hàng: trong B2B ecommerce, có rất nhiều dòng sản phẩm với những điều kiện ràng buộc để có được các mức giảm giá. Ví dụ nhập số lượng lớn, thanh toán trước, tài khoản uy tín cao, cam kết mạnh..thì sẽ có mức giá tốt. AI sẽ dựa vào các thông tin về người mua, lịch sử giao dịch, hành vi tương tác để đưa ra các mức chiết khấu phù hợp .

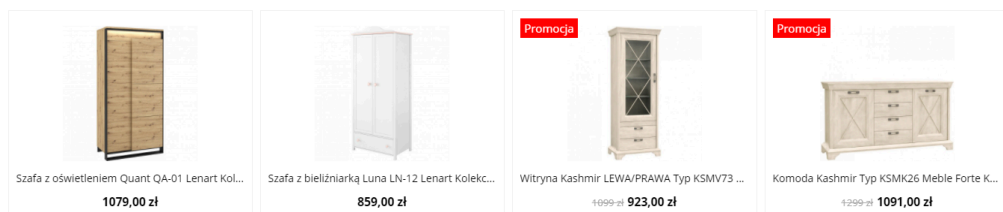
Ở VN, các CDP như Insider, Antsomi đều có cơ chế tự động gửi voucher giảm giá cho từng nhóm khách. Điều này giúp các website tăng tỉ lệ chuyển đổi và tăng tần suất khách quay lại đáng kể

7. Đề xuất sản phẩm

Sử dụng cỗ máy đề xuất sản phẩm áp dụng AI, nhà bán luôn bám sát hành trình khách hàng để đưa ra các ưu đãi/ sản phẩm phù hợp

Sử dụng các thuật toán xử lý dữ liệu real-time, nhà bán sẽ đưa ra các gợi ý sản phẩm để đạt mục tiêu kinh doanh. Ví dụ: tăng doanh số trên mỗi visitor, profit margin, hay giảm tỉ lệ abandoned cart.

Bestsellery



Source: [x-kom](#)

Theo báo cáo [Ecommerce Trends 2021 Survey Report](#), 68% các cty bán lẻ/ TMĐT muốn cải thiện việc hiển thị sản phẩm/ nội dung trên sites để khách hàng dễ dàng khám phá nhất.

Việc này cần AI tham gia vào xử lý 3 công đoạn chính:

- Dynamic content display: trình bày nội dung tự động theo hành vi, nhu cầu từng nhóm khách
- Product recommendations: gợi ý các sản phẩm dựa trên nhu cầu mua
- Specific offers: dựa vào các hành vi đọc thông tin, duyệt web, tìm kiếm, mua sắm....để xuất các ưu đãi phù hợp để kích thích hành động mua hàng

Ở Việt Nam, các Cdp (customer data platform), đã triển khai những tính năng này từ 2018. Insider, Netcore, Antsomi, Appier, là những CDP tiêu biểu góp phần bùng nổ tăng trưởng user/ doanh thu cho sàn TMĐT, app Bank, App Fintech...trong giai đoạn này. Appier (Đài Loan) tự tin là 1 startup ứng dụng Ai từ trong lõi vì core team của họ đều là các nhân tài AI từ Google. Insider cũng ứng dụng rất nhiều thuật toán AI để giải các bài toán cá nhân hoá nội dung, gia tăng trải nghiệm khách hàng. Các CDP nội địa như Antsomi có hàm lượng AI ít hơn nhưng cũng rất nỗ lực áp dụng những tiến bộ mới nhất vào.

8. Quản lí tồn kho và Dự báo Số bán

Đây là 2 bài toán khó nhất trong bán lẻ/ TMĐT. Trong rất nhiều ngành, tiền lời của nhà bán lẻ nằm hết trong tồn kho. Chỉ cần tồn kho không hợp lý là bị giam vốn. Nhưng tồn kho ít quá thì không đủ hàng để bán và khách sẽ chạy qua đối thủ để mua. Việc nhập hàng luôn phải đi từ việc dự đoán sức mua của từng sản phẩm, từng khu vực, từng nhóm khách. Các công ty lớn đều phải có bộ phận thu mua giàu kinh nghiệm và thu thập rất nhiều dữ liệu để lập kế hoạch. Các công ty nhỏ thì đa phần cảm tính hoặc phụ thuộc vào dự phóng của sếp.

Các AI platform chuyên biệt cho mảng ecommerce inventory management ngày càng nâng cấp để giải quyết bài toán đó. Đào sâu vào các dữ liệu mua sắm, hành vi, xu hướng tiêu dùng...AI đưa ra các dự đoán về số lượng và thời điểm nhập hàng chính xác hơn con người. Cụ thể:

- Phân tích lại các kế hoạch nhập hàng trước đây, hiện tại và sắp tới.
- Dự đoán và xử lý đặt hàng với đối tác
- Liên tục cập nhật thay đổi dự đoán theo các thay đổi của người dùng và thị trường.

Cốt lõi là dự đoán đúng và có các kế hoạch ứng phó linh hoạt.

9. Xây dựng chân dung khách hàng

Việc tìm ra các phân nhóm khách hàng tiềm năng là điều tối quan trọng. Chẳng hạn nhóm nào sẽ mua nhiều nhất, nhóm nào hay mua giảm giá, nhóm nào mua khi trời mưa, nhóm nào mua ở sàn, nhóm nào mua ở cửa hàng... Customer journey và customer persona là những thông tin căn bản để đưa ra các chiến lược sản phẩm & bán hàng. Việc này trước đây vẫn thường được làm định kì theo quý, năm. Với AI, ta có thể làm theo ngày. Bằng việc thu thập các dữ liệu hành vi, nhu cầu, mua sắm rồi tự động phân loại, AI có thể xây ra hàng trăm phân khúc khác nhau liên tục và điều chỉnh khi có các yếu tố thay đổi.

Ta đã nói về các CDP (customer data platform) ở phần trên. Segmentation → personalized content chính là 2 bài toán lớn mà CDP (có AI hỗ trợ) đang chứng minh được giá trị vượt trội

Ở Việt Nam, những cty bán lẻ/ bank đã áp dụng Cdp: Pnj, Vietnamairlines, Vib, Coopmart...

Các CRM (customer management systems) kiểu cũ không giỏi phân tích lượng dữ liệu quá lớn trên quá nhiều nền tảng. Điểm yếu là:

- Cập nhật dữ liệu thủ công nên hay bị thiếu sót
- Thiếu sự đồng bộ dữ liệu giữa CRM với các hệ thống quản trị dữ liệu khác bên trong và ngoài DN

Các giải pháp CRM kiểu mới đang ứng dụng mạnh mẽ AI để giải quyết các điểm yếu này. Hiện nay, Salesforce, SAP, Oracle, Microsoft và Adobe, đã bắt đầu bổ sung các tính năng ứng dụng AI và machine learning trong các giải pháp CRM của họ

Case study 24: Ada's AI-driven customer support & social media engagement platform

Ada là 1 cty AI ở Toronto cung cấp giải pháp CSKH tự động cho những tập đoàn lớn như Air Asia, Indigo, Zoom

Giải pháp của họ giúp DN tiếp cận và hỗ trợ, CSKH đa khu vực, đa ngôn ngữ trên app và trên các nền tảng social media. Việc chủ động đưa ra thông tin hỗ trợ và tương tác (dùng AI) giúp khách hàng hài lòng hơn, ít khiếu kiện hơn. Kết quả thực tế: Grab đã giảm được 90% số yêu cầu hỗ trợ của khách và giảm chi phí vận hành hơn 23%.

Filum.ai, 1 startup Việt Nam đang xây dựng các công cụ giúp Brand lắng nghe và đo lường sự hài lòng của khách hàng. Ví dụ, 1 khách dùng app Vietcombank thì làm sao biết họ hài lòng không, có gặp vấn đề gì thường xuyên không? Cần các giải pháp như Filum.ai để lắng nghe, đánh giá và hỗ trợ khách trước khi họ la toáng trên facebook

Việc ứng dụng để theo dõi và thu thập các feedback của khách hàng trên quy mô lớn dần trải, nhận định các vấn đề xấu, tìm nguyên do dẫn đến các tình huống khách bất bình, rồi tiếp tục lắng nghe sau khi khách được giải quyết. Nhờ việc phân tích liên tục trên 1 lượng dữ liệu lớn nên AI có thể hiểu khách ngày càng chính xác hơn và đưa ra các gợi ý ngày càng sát thực tế hơn. Điều này chỉ có những team CSKH giàu kinh nghiệm mới làm tốt hơn được - nhưng thực tế nghề CSKH quá áp lực và dễ sai sót nên việc đưa AI vào để dần thay thế con người là bắt buộc

Cách đây vài hôm, mình nhận được 1 cuộc gọi từ BIDV để khảo sát dịch vụ mình mới sử dụng. Ngay đầu cuộc gọi, giọng nữ đã giới thiệu đây là cuộc gọi tự động (AI) và hỏi mình có đồng ý không. Mình thấy ổn nên tiếp tục nghe và trả lời các câu hỏi. AI nghe và hiểu câu trả lời rất nhanh. 10 điểm cho BIDV về việc này

Rõ ràng CSKH bằng AI hay người không phải vấn đề, cái chính là đúng tình huống và ngay từ đầu nói rõ rằng đây là AI. Khách hàng sẵn sàng đón nhận việc đó

10. Phù nội dung đa kênh

AI hỗ trợ xây dựng nội dung đa kênh: email marketing, social media, reels, tiktok, instagram....

AI-powered tool sẽ tự động tìm kiếm thông tin về sản phẩm rồi tạo ra các nội dung xung quanh, rồi phủ lên khắp các kênh. Điều này trước đây không dễ để làm. Ở Việt Nam, các cty content thuê ngoài thường tính giá 40,000 VNĐ/ bài (chất lượng thấp) thì để có 1000 bài tốn 40 triệu. Với AI, ta chỉ cần chưa tới 4 triệu

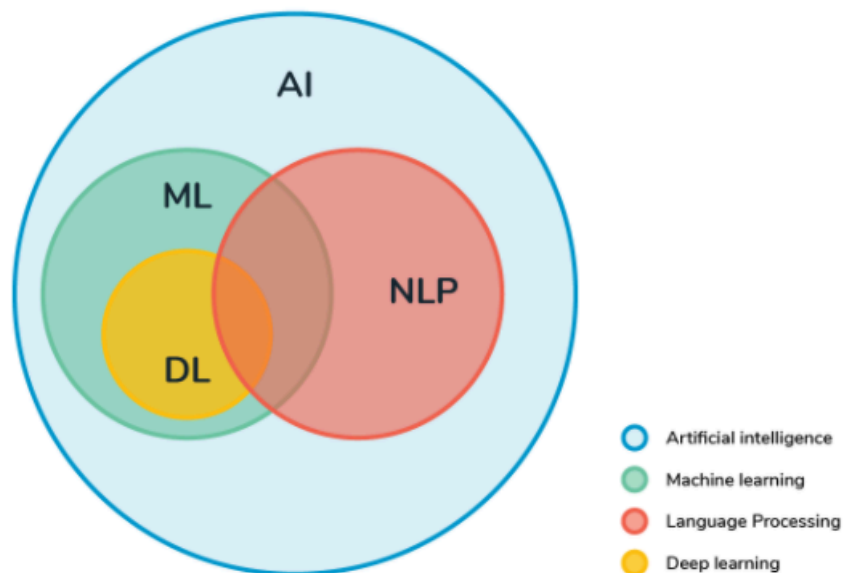
Hiện nay, ChatGPT ứng dụng rất hiệu quả trong e-commerce: viết mô tả sản phẩm, customer reviews, FAQ, Hướng dẫn sử dụng.... Lượng nội dung trên các website ecommerce lên tới hàng chục ngàn bài + video, biết sử dụng ChatGPT thì hiệu quả và tốc độ gấp hàng chục lần so với việc thuê nhân sự (năng lực trung bình) làm

Tidio, 1 chatbot app phổ biến trên Shopify app store, vừa ra mắt AI chatbot tên là Lyro. Lyro dùng AI để hiểu, dự đoán và tạo ra các nội dung gần giống “người viết” nhất. Chính đội customer service team của Tidio đã sử dụng Lyro và đạt kết quả vượt trội so với trước đây. Lyro's tự động phân hồi khách thành công tới 50-70%, chứng tỏ khách hài lòng và tăng động lực mua sắm

Các công cụ AI đang ứng dụng trong E-commerce: The Best Tools per Type

Amazon, gã khổng lồ TMĐT lớn nhất thế giới đã ứng dụng AI quyết liệt để giải quyết 3 bài toán sống còn của họ:

- Intelligent product recommendations - đây có lẽ là tính năng mạnh nhất của Amazon so với đối thủ.
- Logistics management - Amazon's artificial intelligence hỗ trợ quản lí các tuyến giao nhận xe tải, tối ưu đường đi của hàng hoá cho toàn hệ thống để đạt thời gian lẫn chi phí hiệu quả nhất.
- Natural Language processing (NLP) : nhận diện nhu cầu khách hàng qua lắng nghe giọng nói, chữ viết (Amazon Alexa). Khách mô tả sản phẩm họ cần bằng các câu hỏi khác nhau, NLP sẽ nhận biết và hiểu câu hỏi để trả về kết quả phù hợp.



Source: [Bloomreach](#)

Đối với các DN nhỏ hơn, đây là các tool AI đã có sẵn và áp dụng được

Chatbots

Hỗ trợ giải đáp thắc mắc, yêu cầu của khách 24/7. Việc ứng dụng AI làm chatbot hiểu ý khách tốt hơn và giao tiếp “người” hơn, tiến tới việc có thể tư vấn khách chọn sản phẩm và thúc đẩy động lực mua hàng. Tuy vậy các chatbot vẫn chưa thể giao tiếp khôn khéo và tư duy đa chiều như người được; chỉ cần hỏi lòng vòng quá 3-5 câu rồi lái qua vấn đề khác là chatbot tạm tịt ngay. Ngoài việc đáp ứng 24/7, chatbots còn có thể hỗ trợ hàng ngàn người cùng lúc mà không kêu ca, phàn nàn hay đòi tăng lương. So với nhân viên Cskh thì chatbot năng suất, bền bỉ gấp ngàn lần

1 số chatbot platform tiêu biểu:

- Tars cho phép tạo các chatbots tùy biến mà không cần lập trình. Tương tự là coze, hiện được các anh em Việt Nam rất ưa thích
- Intercom là 1 customer messaging platform với 1 chatbot tự động hỗ trợ khách và thúc đẩy bán hàng
- iAdvize, là 1 nền tảng giao tiếp cho phép các dn kết nối với khách real-time qua messaging, chat, voice và video

Personalization engines

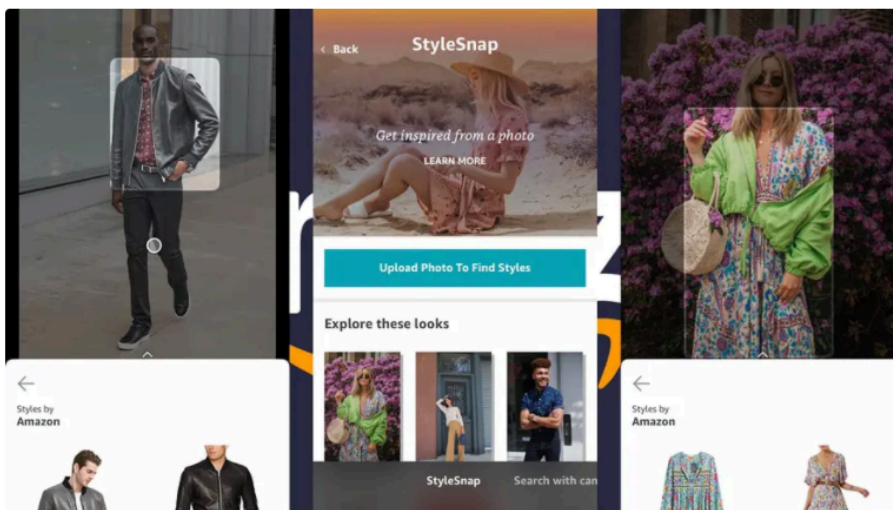
Rất hiệu quả trong e-commerce vì khả năng cung cấp trải nghiệm khách hàng cá nhân hoá. Các engines trang bị thêm AI-powered có thể tự động phân tích hành vi khách hàng dựa trên các dữ liệu tìm kiếm, truy cập, mua sắm...rồi gợi ý các sản phẩm và nội dung phù hợp. Giá trị của AI ở chỗ ta có thể tiếp cận hàng triệu triệu khách khắp các nền tảng 1 cách cá nhân hoá theo từng nhóm, điều này không thể nào làm bằng tay. Personalization engines luôn thay đổi cách tiếp cận theo sự thay đổi hành vi, nhu cầu của khách, đôi khi nhanh hơn cả điều ta hiểu biết về khách

1 số personalization engines cho e-commerce:

- Optimizely cho phép tạo các trải nghiệm cá nhân hoá khắp các channels, kể cả web lẫn mobile.
- Emarsys cung cấp 1 bộ công cụ cá nhân hoá dựa vào-AI & machine learning.
- Evergage là 1 Cdp (customer data platform) giúp brand tương tác cá nhân hoá với khách real-time khắp các channels.
- Antsomi, Hub-js, PrimeData là các startup Việt Nam đi theo mô hình Cdp như trên

Visual Search

Visual search giúp khách tìm kiếm sản phẩm bằng hình ảnh thay vì text. Nhờ ứng dụng AI-powered và machine learning, tool phân tích chính xác hình ảnh khách muốn hỏi rồi tìm ra sản phẩm phù hợp trong danh mục. Khách chỉ cần chụp màn hình, hoặc download hình trên internet và gửi lên, AI sẽ nhận diện rồi gợi ý sản phẩm. Điều này giúp khách mua sắm thuận tiện hơn và trực quan hơn, việc hỗ trợ cũng dễ dàng nhanh chóng hơn. Hiện nay, mới chỉ có [8% of retailers](#) có tính năng search hình ảnh trên website. 1 số tools visual search: Visii, Slyce, ViSenze



Predictive Analytics

Predictive analytics giúp dự báo các xu thế và cơ hội tăng trưởng, để ra quyết định nhanh chóng, chính xác hơn. Các tool Predictive analytics ứng dụng AI-powered technology có

khả năng phân tích dữ liệu lịch sử, tìm ra các hình mẫu tăng trưởng, các tiềm năng và cơ hội bán hàng. Chẳng hạn: [Netrivals](#), [Google Analytics](#), Hootsuite Insights

Recommendation Engines

Recommendation engines tự động gợi ý sản phẩm mới cho mỗi khách truy cập dựa trên lịch sử hành vi tương tác. Amazon Personalize là 1 trong các tool đã hoạt động vô cùng hiệu quả trên Amazon. Ngoài ra còn có Boomtrain, Reflektion

Fraud Detection

Trong e-commerce, nhiều hành vi cố tình gian lận và làm thất thoát tiền cần được phát hiện để xử lý sớm. Ví dụ: Tấn công DDOS hoặc hack web trong vài giờ có thể khiến 1 cty thiệt hại hàng tỉ đồng doanh số, hoặc hack dữ liệu khách hàng khiến cty đối mặt với sự kiện tụt

Sử dụng các Tool AI, dùng máy học để phân tích dữ liệu và xác định các hành vi tấn công gây hại cho hệ thống. Các tool tiêu biểu có : Signifyd, Sift, Riskified

Inventory management

Ta đã thấy case study của Zara, H&M ở phần trước

Otto, 1 cty bán lẻ dự đoán chính xác tới 90% lượng bán trong vòng 30 ngày.

Schneider Electric dùng AI model để dự đoán chính xác việc vận chuyển hàng, giảm lượng hàng tồn kho cho 240 nhà máy và 110 trung tâm phân phối toàn cầu

Một số tool Inventory management tiêu biểu

- Skubana : platform giúp real-time inventory management, order fulfillment, và shipping management.
- Fishbowl : platform tích hợp các e-commerce platforms phổ biến để real-time inventory management và order fulfillment.
- Cin7 : platform cung cấp năng lực quản lí kho tập trung, đặt hàng và kế toán

Personalized emails.

Email marketing vẫn là kênh marketing/ bán hàng hiệu quả, nhất là trong mảng B2B. Chìa khóa để thành công là “ cá nhân hóa” email cho từng đối tượng, từng tình huống. 1 nghiên cứu cho thấy các email cá nhân hóa có tỉ lệ mở lên tới 26%, không những thế thông điệp trông hấp dẫn và “con người hơn”.

TÓM LẠI: Để thành công trên TMĐT, 1 DN nhỏ cần sở hữu những kĩ năng/ vũ khí sau đây

- [AI writing tools](#) giúp đơn giản hóa và tăng tốc sáng tạo nội dung, thông điệp và phủ khắp các kênh bán
- [Website project management](#) tools có thể tự động hóa các công việc thủ công, đo lường hiệu quả và tối ưu [workflows](#)
- [Product management tools](#) làm cho sản phẩm rõ ràng, cuốn hút và phù hợp với các chiến dịch [marketing](#)
- Các thuật toán (hỗ trợ bởi AI) để phân tích hành vi, nhu cầu người dùng rồi gợi ý các sản phẩm phù hợp cho từng đối tượng
- Phân nhóm khách hàng chính xác (sử dụng AI-driven segmentation) để thực hiện các chiến dịch bán hàng qua SMS/ email campaigns
- Tăng cường việc tìm kiếm sản phẩm bằng hình ảnh và gợi ý tìm kiếm thông minh
- Các tính năng hỗ trợ khách hàng khám phá mua sắm thuận tiện để gia tăng trải nghiệm khách hàng
- AI-powered chatbots hỗ trợ khách hàng 24/7, trả lời hầu hết các tình huống phổ biến
- Phân tích dữ liệu để nhận diện các hình mẫu tiêu biểu và đưa ra các gợi ý mua sắm thuận tiện

- Các báo cáo phân tích real-time về cảm nhận khách hàng, các sự cố, negative feedback, các vấn đề tồn đọng...

AI-Driven Insights (More data = Better Analytics)



Con đường Thành công không có dấu chân của kẻ lười biếng: Use Cases for Success

Có quá nhiều tiềm năng ứng dụng AI trong ecommerce, tuy nhiên muốn thành công, cần tập trung làm 1 thứ cho tới. Rất nhiều Dn nhỏ bị fomo vào AI rồi vẽ ra 1 loạt use cases để bắt nhân viên làm, kết quả vừa tốn công sức vừa không ra kết quả gì. Có hàng trăm thứ để tối ưu nhưng chỉ cần 1, 2 thứ làm tới nơi là hiệu quả đã thấy rõ rồi. Vì vậy cứ triển khai cuốn chiếu rồi rút kinh nghiệm và nâng cấp thì sẽ có thành quả

Nên nhớ AI giúp giảm công sức nhưng để AI hoạt động thì công sức của team bỏ ra setup, train rất lớn. Nếu chọn không đúng cách thì tốn tiền vô ích

Case study 25: Công ty mỹ phẩm ứng dụng AI để nâng cao năng lực bán hàng

1 cty mỹ phẩm bán sỉ, lẻ các hàng mỹ phẩm tại cửa hàng, website và ecommerce. Trong 2 năm qua họ mạnh dạn triển khai 1 loạt giải pháp chuyển đổi số (và AI) vào việc bán hàng, CSKH. Cụ thể

1. Chatbot

Khi vào website, chỉ cần chat hỏi thông tin là chatbot sẽ tự động trả lời rồi gợi ý rất nhiều thông tin mang tính điều hướng



Có sản phẩm nào trị mụn cho u40 ko



Có, có nhiều sản phẩm trị mụn phù hợp cho người trên 40 tuổi. Một số sản phẩm điều trị mụn phổ biến và hiệu quả cho người trưởng thành bao gồm:

1. Sản phẩm



Giới thiệu về Happyskin

Da tôi bị mụn

Please enter your question.



0/1000



Trang chủ



Spa & Clinic



Sản phẩm



Review



Xem thêm

Việc tư vấn khá đầy đủ, phù hợp và thân thiện. So với 1 nhân viên sale dưới 6 tháng thì chatbot nói chuyện cứng hơn nhưng kiến thức thì ngang nhau.

Để làm được chatbot, cần tốn khoảng 6 tháng để viết ra 1 bộ tài liệu tư vấn sản phẩm với đầy đủ thông tin, tình huống, hình ảnh, video...và mất 3 tháng chạy thử. Không có lối tắt vì ngành mỹ phẩm không thể tư vấn bậy bạ, càng không thể đưa thông tin sai lệch. Nhưng tư vấn chỉ là 1 phần. Ngay trong chatbot cần cài đặt rất nhiều link để hướng khách tới việc đặt hàng hoặc khám phá sản phẩm.

1 chatbot như vậy có thể chưa ăn nói khéo như người nhưng hiệu quả chuyển đổi visitor → buyer gần như tương đương

LỖI: nhiều bạn đang nóng lòng ứng dụng chatbot nên đưa ra những thông tin sơ sài, kịch bản đơn giản. Dẫn đến việc chatbot chỉ trả lời được mấy cái quá cơ bản (ít tác dụng chuyển đổi) hoặc đối đáp rất ngáo ngơ (đuổi khách). Hãy nhớ rằng khi triển khai bất kì 1 tool gì liên quan đến tương tác, giao tiếp khách hàng thì cần đạt được 3 yếu tố: độ chính xác / đầy đủ thông tin, ngữ nghĩa cảm xúc chuyên nghiệp, có sự điều hướng tới mua sắm

2. Đào tạo bán hàng

Với 1 cty bán lẻ, đội ngũ bán hàng cần luôn được đào tạo, cập nhật kĩ năng, chương trình và sản phẩm. Tuy vậy có hàng ngàn SKU, hàng trăm quy định, hàng vạn tình huống thì đào tạo kiểu gì? Những cty lớn có hẳn 1 team L&D (learn & development) còn cty nhỏ thì đa phần tự đào tạo - nhưng việc này không dễ vì khối lượng kiến thức lớn và người đào tạo không có chuyên môn

1 vấn đề nữa ở cty nhỏ là nhân viên ra vào liên tục, hệ thống học liệu tàn nát khắp nơi. Nhiều thông tin hỏi manager cũng không biết đành hỏi lên Ceo nhưng có khi Ceo chỉ xuống kế toán mà hỏi

Giải pháp: xây dựng chatbot đào tạo/ hỗ trợ bán hàng

Bằng cách tập hợp tất cả các tài liệu/ hướng dẫn/ quy định/ chính sách..lại rồi đưa qua AI (sử dụng ChatGpt) học và viết + sắp xếp lại

Việc này nếu để người làm thì mất cả tháng, nếu có AI giúp thì mất 1, 2 tuần

Sau khi AI đã học đủ rồi, nối chatbot AI với hệ thống quản lí kho (inventory management), quản lí sản phẩm (product management), quản lí khách hàng (customer management) để đồng bộ dữ liệu realtime. Bất kì nhân viên sale nào đều có thể hỏi trước khi tư vấn khách.:

- Giá sản phẩm X là bao nhiêu? Quy định giảm giá thế nào
- Mua 100 sản phẩm Y thì được chiết khấu bao nhiêu
- Nhân viên công ty mua hàng thì được giảm giá bao nhiêu? Có được nợ căn trừ lương không?
- Làm mất/ hư hỏng sản phẩm Z thì đền bao nhiêu
- Mua sản phẩm K thì được tặng quà gì ngày 8.3
- Khách A thì được giảm bao nhiêu %
- Khách B cần mua thêm bao nhiêu đơn để được nhận quà
- Sản phẩm X khi mua số lượng bao nhiêu thì sẽ được freeship

-

Hệ tri thức này ngày càng dày lên nhưng sẽ không bị “tràn bộ nhớ” vì AI có thể học và lưu trữ vô hạn. Thông tin chính xác và thông suốt sẽ làm các team hoạt động trơn tru hơn và giảm thời gian chờ đợi

3. Đào tạo nội bộ

Với 1 cty bán lẻ, nhân sự phân tán khắp nơi, hoạt động liên tục 24/7 thì thời gian để đào tạo phổ biến các quy định không nhiều. Hơn nữa các quy định cũng thay đổi liên tục và mỗi team có 1 kiểu khác nhau

Nhân viên không hiểu sẽ làm sai và gây hậu quả nặng như thất thoát hàng, báo giá thiếu...

Giải pháp: xây dựng hệ tri thức Doanh nghiệp bằng cách tập hợp tất cả các tài liệu/ hướng dẫn/ quy định/ chính sách..lại rồi đưa qua AI (sử dụng ChatGpt) học và viết + sắp xếp lại. Việc này nếu để người làm thì mất cả tháng, nếu có AI giúp thì mất 1, 2 tuần Sau đó, cũng dùng AI chuyển text thành video (khóa học) rồi cấu trúc thành các module để phân cấp cho mỗi nhóm nhân sự học. AI cũng có thể giám sát thời gian học và kết quả test

Đây không phải điều xa vời. Hiện nay việc áp dụng LMS (learning management system) để đào tạo/ đánh giá online đang dần phổ biến. Các cty cũng mạnh dạn áp dụng các hệ thống tính Kpi/ lương tự động. Vậy thì 1 hệ thống tri thức + đào tạo sử dụng AI áp dụng vào sẽ làm cho nội bộ ngày càng thấu hiểu và tuân thủ

Tuy vậy việc xây dựng hệ thống Tri thức nội bộ cần phân cấp để bảo mật:

1/ Tài liệu chung cho toàn công ty, ai cũng có thể biết và sử dụng thì để trong wiki chung. Các tài liệu có thể upload lên Notion hoặc Google Doc để ai cũng có thể add lên knowledge

2/ Tài liệu riêng theo phòng ban hoặc có cái thì dùng chung, cái dùng riêng thì nên tách Agent bot ra. Khi ai cần truy cập thì Bot hỏi về phòng ban đang làm việc để cấp đúng dữ liệu.

Muốn Bot đủ sâu thì cần đào vào từng mảng kiến thức chuyên biệt, train và fine-tune từ dữ liệu riêng để bot thật sự am hiểu. Ví dụ Bot cho phòng Sales và Bot cho phòng kế toán đều phải xây dựng riêng, khi nào hoàn chỉnh thì mới ghép nối với nhau. Chớ ôm đồm xây quá nhiều Bot 1 lúc để rồi không Bot nào làm ra được kết quả cần thiết

Case study 26: Tập đoàn truyền thông lớn tại VN ứng dụng AI tăng năng suất công việc sáng tạo của đội ngũ biên tập viên

Cty truyền thông sáng tạo lớn sở hữu hệ thống các Talents & KOLs hơn 25 triệu lượt follows. Team truyền thông: 30 người với Nhiệm vụ:

1. Phát triển ideas và kịch bản
2. Phân phối nội dung sản xuất trên các nền tảng
3. Làm việc với các Talents, KOLs, đội production house

Vấn đề nhức nhối

- Triển khai công việc theo cách truyền thống → chậm bắt kịp nhu cầu đa dạng, thị hiếu của đối tác, khách hàng
- Không thể tăng hiệu suất trên mỗi thành viên trong sản xuất tin, bài. Ví dụ mỗi BTV trung bình ngày 8 bài thì làm sao để nâng lên ngày 12 - 15 bài/ngày vẫn đảm bảo yếu tố mới lạ, sáng tạo
- Quy trình triển khai rườm rà, mất khá nhiều thời gian từ concept tới storyboard → thành phẩm.

Việc ứng dụng AI bắt đầu từ đào tạo cho mỗi người các kỹ năng sử dụng công cụ và gợi ý các case study đã thành công. Khi tâm trí đã mở và tay nghề đã thành thục thì việc dùng tool AI nào cũng đều có hiệu quả



Mô hình SORA của OpenAI đang chiếm "spotlight" những ngày gần đây. Chỉ cần 1 số câu lệnh là cả 1 video hoành tráng đã hoàn thành. Chất lượng không kém gì các team bán chuyên. Nếu các công ty Truyền thông không thay đổi, họ sẽ sớm bị cạnh tranh bởi các cty kiểu mới dùng SORA + CHATGPT

William Gibson: "The future is already here – it's just not very evenly distributed."

NHỮNG BÀI TOÁN THÚ VỊ ĐANG CHỜ BẠN GIẢI

Case study 27: Bot social media

Những agency hay team content nhỏ thường xuyên phải bắt trend. Họ phải nằm vùng trên các group, follow kênh lớn xem có gì hot rồi họp bàn ý tưởng. Việc này rất tốn công và không dễ thực hiện khi mà trend diễn ra khắp nơi

1 Bot trend social có thể giải quyết được bài toán này bằng cách

- Đọc các bài viết trong group (theo link FB/TikTok/Discord/website để quét) rồi chọn lọc ra những bài viết có lượng tương tác tốt nhất, lưu vào database: tone & mood, keywords, nội dung, thể loại...Từ đó gợi ý các kịch bản, định hướng nội dung và các mẫu bài tham khảo

- Thu thập số liệu các nội dung viral/ trend trên social media, phân loại theo content type và ngành hàng. Từ đó vẽ các báo cáo phân tích gợi ý cho team
Bot sẽ giúp giảm tới 80% công sức research trend và định hướng sáng tạo cho team.
Điều hay nhất là những xu hướng mới nhất, những cách làm hiệu quả nhất sẽ được phân tích ngay để áp dụng, rồi dùng AI triển khai thực hiện nhanh chóng

Case study 28. Bot học tập

Bot hỗ trợ học tập cho các môn học từ những tài liệu và slide giảng viên đưa. Ví dụ: các mục quan trọng, những số liệu cần ghi nhớ. Hoặc Bot đọc lại các đề thi cũ và đưa ra gợi ý những bài tập cần học từ. Điều này không phải nói đùa. Hồi SV ĐHBK mình thường lấy đề thi trắc nghiệm cũ rồi dành vài ngày ngâm các mẫu câu phổ biến để ôn, kết quả là qua môn dù rất lười học. Những thứ có quy luật phổ biến như vậy thì Bot cực kì hữu hiệu

Case study 29. Bot cập nhật giá thị trường

Ví dụ giá chanh dây biến đổi từng ngày, theo, từng khu vực, từng loại. Người trồng chanh dây khi thu hoạch thường rất mù mờ không biết bán cho ai, giá nào cho khỏi bị hố
Bot tự động join các group mua bán chanh dây để đọc thông tin rồi phân loại theo khu vực, loại sản phẩm, quy chuẩn mua...Bot cũng cảnh báo những nhà buôn lừa đảo hay bị phốt. Bot cũng đưa ra các dự báo về nhu cầu sắp tới và đề xuất những nhà buôn tốt nhất ở từng vùng

Tuy nhiên, các vấn đề sẽ gặp phải:

- Độ chính xác của thông tin: Người cung cấp nói thật hay nói thách, giá thu mua có bao gồm điều kiện gì không

- Có những thời điểm bất khả kháng (đóng biên, tắc vận chuyển) thì giá rất không theo quy luật. Lúc đó Bot sẽ hiểu sai dữ liệu và đưa ra các nhận định sai

Nói chung dữ liệu đầu vào cần chuẩn. Vì thế vẫn cần đội ngũ chuyên gia thẩm định và điều chỉnh lại. Chứ tin Bot hoàn toàn có khi còn cái nịt

Ta có thể thay chanh dây bằng cafe, tiêu, tôm, cua, xoài, ổi, bưởi, cam...Rõ ràng nếu startup nào chịu đào sâu mảng này thì người nông dân và thương lái sẽ được nhờ lắm

Case study 30. Bot tư vấn b2b

Ví dụ: Bot tư vấn khách hàng bên mảng đồng phục. thường khách sẽ hỏi chất vải + kiểu in, thời gian, số lượng, thời gian. Chất vải với size áo là có sẵn nhưng phải bổ sung thêm các tình huống tư vấn kiểu hỏi đáp để Bot có thể trò chuyện với khách tự nhiên hơn

Ta có thể thay đồng phục bằng đặt tour, thuê xe, in ấn, book phòng, đặt tiệc....Những dịch vụ B2B đơn giản, ít thông số, có package thì Bot có thể thay 50% sức người. Nhất là lúc nửa đêm, lễ, tết, t7 CN thì Bot quá hữu dụng

Case study 31. Bot hỗ trợ sales Fmcg/ TPCN

Bài toán thế này: Sales gặp đại lý, thu thập các thông tin dạng:

- Demographic
- Thông tin: nhóm, contact
- Các sản phẩm đang bán, mặt hàng hot
- Mua từ các nhà cung cấp nào
- Giá đầu ra, giá đầu vào, biến động

.....

Sales sẽ lưu vào notes trên điện thoại, không phân loại, không có file gửi kèm. Mặc dù các phần mềm bán hàng (Sales management system) khá phổ biến nhưng nhiều cty chưa triển khai và nhiều sales chưa có thói quen đó

AI hỗ trợ được chỗ này: sales cập nhật các file notes lên hệ thống, AI tự đọc rồi lưu thông tin khách, phân loại theo các trường và đưa ra những báo cáo cơ bản.

Song song với đó là 1 bot hỗ trợ Sales tư vấn. Vì mỗi sales đi 1 lần cần chào nhiều SKU (sản phẩm) khác nhau, mỗi SKU có xuất xứ, thông tin, hướng dẫn sử dụng, khuyến cáo, mức giá và chiết khấu khác nhau. Sales khó mà nhớ hết được, nhưng trả lời ú ớ thì khách không tin tưởng. Bot sẽ giúp Sales tìm nhanh thông tin cần thiết và tư vấn khách trực quan qua video/ tài liệu

Case study 32. Bot tuyển dụng

HR của doanh nghiệp thường mất 1/3 - 2/3 thời gian làm việc để giải đáp thắc mắc cho ứng viên tuyển dụng. Nhưng không giải thích chu đáo thì ứng viên sẽ đánh giá không đúng về giá trị công việc

Cách làm: Sử dụng Coze AI để tạo Prompt hướng dẫn bot hỗ trợ giải đáp thắc mắc cho ứng viên dựa trên dữ liệu tuyển dụng có sẵn của công ty. Bot Coze cũng xin các thông tin cơ bản của ứng viên rồi đề xuất link submit CV.

Testing bot Telegram: https://t.me/HR_Transform_bot

Điểm hạn chế của các Bot tư vấn:

Bot vẫn chưa thể thông minh và thấu cảm như người được. Các tình huống dễ thấy: khi hỏi lòng vòng không theo logic thì bot sẽ ú ớ. Như vậy khách cảm thấy thiếu tin tưởng, gặp khách láu cá cố tình gài bẫy thì Bot không đỡ được

PHẦN 5: KIỂM TIỀN LẺ BẰNG AI

Tiền lẻ thôi, vì AI tool cho cá nhân vẫn còn nhiều vấn đề chưa tối ưu GenZ là nhóm đón nhận AI tích cực và coi đó như một lợi thế nghề nghiệp. Họ tin rằng AI sẽ giúp họ nắm bắt được cơ hội trong thị trường lao động đầy biến động. Họ cũng nghĩ ra rất nhiều các thủ thuật kiếm tiền bằng AI và tiến nhanh hơn so với các thế hệ đi trước. Trong các lời khuyên về sự nghiệp với các bạn trẻ, mình đều nói rằng hãy tìm đến AI vì cánh cửa công nghệ này sẽ mở ra những cơ hội tiến xa trong tương lai.

Gần đây, Jensen Huang (CEO Nvidia) cho rằng trẻ em không nên học viết code vì AI có thể đảm nhiệm việc lập trình.

Anh Phan Đức Trung, chủ tịch hiệp hội Blockchain & AI chia sẻ:

"Logic này phải hiểu đúng, theo nghĩa rộng là ngành giáo dục đã lạc hậu vì hàng loạt nghề nghiệp sắp tới không còn giá trị như cũ do bị AI cạnh tranh trong xử lý năng suất lao động. Khi năng suất lao động tăng nhờ AI thì chi phí làm ra sản phẩm sẽ thấp đi, mở ra một kỷ nguyên mới: từ code, thiết kế đồ họa, làm phim, kế toán,... đều hiểu một cách cực đoan là không cần khi có AI.

Việc học code để đào tạo tư duy logic chứ không phải học code để thành lập trình viên kiếm tiền theo giờ sẽ tương tự như học võ để lấy tinh thần võ thuật chứ không phải là ngày nay có súng thì khỏi cần học võ. Những khoá học lúc này sẽ là Học code cùng AI. Hay Làm kế toán cùng AI,... thay thế các khoá học cổ điển."

Mình thì thấy rằng trẻ con và tới tận SV hiện nay đang bị nhồi nhét quá nhiều khoá học không cần thiết. Ví dụ 1 bạn trẻ rất xinh, thích diễn trò, không thích Toán Lý thì sao không đi học làm Livestream hoặc Creator, tầm 1-2 năm là đủ có việc nuôi sống bản thân? Hay 1 cậu cấp 3 nhút nhát, ít nói, thích làm tay chân thì sao không đi học sửa điện thoại, xe máy rồi về nhà mở tiệm. Có quá nhiều môn học chỉ để cho có rồi ra trường vật vờ đi xin việc

Những kĩ năng trong cuộc sống chiếm 50% thành công trong sự nghiệp. Vậy nên dù AI có phát triển tới đâu thì chẳng có gì lo lắng. Sống chất, hiểu sâu cuộc sống và thích nghi với AI thì bạn sẽ càng được trọng dụng. Và biết khéo léo dùng AI thì bạn có thể kiếm tiền (nhỏ) rồi tự do vi vu khắp nơi

Case study 33: AI Content Blog Journey

AI Content Blog Journey của James Nguyễn là 1 ví dụ tuyệt vời về việc dùng AI xây website tự động rồi kiếm tiền nhờ Affiliate marketing

“Liệu một website thuần content AI có làm nên cơm cháo gì không? Đó là điều mình đang thử nghiệm.

Minh bắt đầu từ đầu AI blog từ đầu tháng 3 năm nay, hiện đã tạo được 22 websites, mỗi website tầm 500-1000 bài viết (1500-2000 từ mỗi bài), traffic hoàn toàn từ SEO. Đã add được 5 websites vào AdSense.

Mục tiêu ban đầu sẽ là 1000\$/tháng. Mỗi tháng mình sẽ update tình hình cho mọi người theo dõi”

Chiến thuật ban đầu là tập trung 100% vào tạo website rồi thu hút organic traffic thông qua SEO, không build backlink. Sau đó đa dạng hoá nguồn traffic (như facebook fan page)

Làm nghiêm túc thì AI viết xong thì phải ngồi chỉnh sửa lại cho nó giống... con người chứ không nên để auto hoàn toàn

James test trong vòng ít nhất 6 tháng trước khi ra quyết định có nên tiếp tục hay không.

Tới THÁNG 12/2023, James Nguyễn có 38 websites

Thu tiền:

++ AdSense: 91.24\$

++ Ezoic: 440.73\$

(trong đó thu từ traffic FB là 0.21\$)

- Chi:

++ Cloudways Server: 30\$

++ ChatGPT Plus: 20\$

++ 1 domains mới: 10.16\$

++ FB Ads: 523.23\$

Lợi nhuận tháng 12: -51,42\$ (đốt tiền cho FB Ads nhưng chưa được trời độ :v). Nhưng các tháng sau đó thì lợi nhuận dương. Hiện nay James thu nhập thụ động gần 1000\$ / tháng mà hầu như mỗi ngày chỉ cần 30p

Kĩ thuật:

Dùng Python + Wordpress api để tự động post bài lên 32 web. Research keywords kỹ càng: sử dụng lowfruitsio, chọn ra những keywords mà những website yếu đang rank. Các kĩ thuật khác giống như mọi người làm digital/ SEO bình thường

Case study 34: Viết sách nhờ AI

1 dự án giữa Trung Nguyễn (founder Advertisingvietnam) cùng TS Võ Đình-Trí, dùng tạo ra một cuốn handbook về triết lý đầu tư, kinh doanh của Warren Buffett và Charlie Munger.

Dự án tổng hợp, trích xuất lại nội dung từ bức thư hàng năm gửi đến các cổ đông của \$BRK từ năm 1977 cho tới nay. AI sẽ đọc và trích xuất theo guide được train cho 46 bức thư Warren Buffett viết mỗi năm. Việc này chiếm 30% công việc.

70% còn lại là TS Trí sẽ đọc và viết lại, đưa thêm ví dụ, dẫn chứng cũng như làm rõ quan điểm của Warren Buffett/Charlie Munger cho bạn đọc dễ hiểu nhất.

AI chỉ giúp làm nhanh bước đầu thôi, còn lại vẫn có người kiểm duyệt và phải là chuyên gia tài chính đọc (khoảng 50-60h làm việc).

Trung bán pre-order là 20 Euro. Mình đếm sơ sơ bán được vài trăm bản

Tất nhiên do Trung và TS Trí đều có uy tín, follower nên mới bán tốt như thế. Mấu chốt thành công cũng không nằm ở AI.

Tuy vậy phương pháp này hoàn toàn có thể ứng dụng cho các lĩnh vực khác nhẹ đầu hơn. Chẳng hạn

Bạn thích nấu ăn và muốn viết 1 cuốn sách dạy nấu món Việt

Bạn thích cắm hoa và muốn làm các video dạy cắm hoa để bán

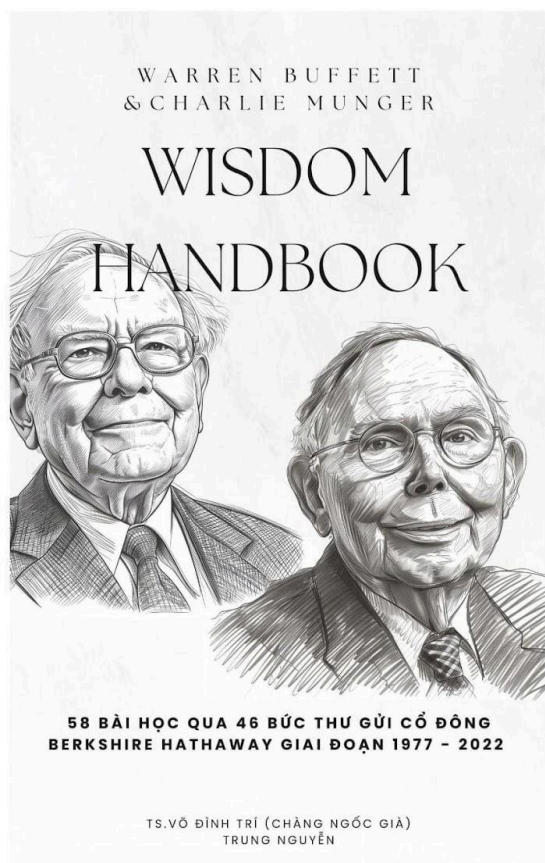
Bạn thích du lịch Nhật và muốn viết 1 cuốn handbook về trải nghiệm Nhật

...

Hàng vạn người có sẵn kiến thức và muốn viết lại để bán hoặc chia sẻ. Nhưng đa phần đều ngại chắp bút. AI chính là trợ lý tuyệt vời giúp sức tới 50% công sức. Tất nhiên AI viết không thể cảm xúc và bay bổng như người, nhưng với các thể loại sách thiên về logic/trình tự thì AI đảm nhiệm khá tốt

Và quan trọng nhất: bạn có thể viết vài cuốn mỗi tháng theo phương pháp này. Mỗi cuốn kiếm được ngàn \$ thôi thì thu nhập khá ổn đúng không

Bạn có thể nghỉ hoặc: làm sao mỗi tháng viết được vài cuốn. Thì từ đầu /2024 tới giờ mình đã viết được 4 cuốn, tổng bán 2000 bản ebook. Mình chưa áp dụng AI nhưng sắp tới sẽ chọn các chủ đề đơn giản hơn để ra sách AI. Cứ chờ xem các bạn nhé



Bài Học 1: Sự Cần Thiết Của Việc Điều Chỉnh Lạm Phát Trong Lợi Nhuận Đầu Tư	12
Bài Học 2: Đánh Giá Toàn Diện Giá Trị của Công Ty Nhận Đầu Tư (Investee)	15
Bài Học 3: Nhận Biết Giá Trị Thực của Lợi nhuận: Kết Hợp Góc Nhìn Cổ đông và Kinh Tế	17
Bài Học 4: Phát Hành Cổ Phiếu Thận Trọng và Bảo Tồn Giá Trị	21
Bài Học 5: Nguyên Tắc Chiến Lược Thu Tôm Hưởng Tối Giá Trị	24
Bài Học 6: Tầm quan trọng của Giá trị Nội tại (Intrinsic Value) và Hiệu quả Quản lý (Management Efficacy) trong các Thương vụ Thu Tôm Chiến lược	27
Bài Học 7: Quản lý Tài sản Vô hình có tính chiến lược và Sử dụng Đòn bẩy Tài chính Thận trọng trong Tạo giá trị	30
Bài Học 8: Nguyên Tắc Đầu Tư Giá Trị Kỳ Luật và Duy Lý	33
Bài Học 9: Tầm Quan Trọng Của Giá Trị Nội Tại Trong Việc Đánh Giá Giá Trị Doanh	35

Case study 35: Bán trăm ngàn \$ chỉ nhờ 1 video triệu views làm bằng AI

Làm thế nào để TikTok video đạt được 5.5M views với video được thiết kế hoàn toàn bằng AI (Mỗi video như này sẽ đem về khoảng 1k-2k orders - doanh thu vài trăm ngàn đô)
 Xem clip: <https://www.tiktok.com/@nzt48power/video/7270909367040445739>

Công cụ sử dụng

- ChatGPT: Scriptwriting
- DALL-E: for AI photos
- CapCut: for transitions/keyframes
- Eleven Labs: Adam's voice

AI làm tới 80% công việc lên kịch bản và dựng video. NHƯNG quan trọng hơn cả là 20% đến từ mindset tư duy thiết kế định vị kênh, kỹ năng kể chuyện (storytelling) qua nội dung ngắn, kiến thức + đam mê về sản phẩm.

From Ecosystem of eCom to Strategy For Brand Owner

Customer Acquisition: TikTok Shop vs. E-commerce Marketplaces

Marketplaces need to constantly acquire users from different channels

~80% of Douyin GMV is driven by recommended content

Customer entry point

Ecommerce platforms

amazon shopify TikTok Shop

Sources of Douyin's GMV (% GMV)

Source: Momentum Works

22
PATI CREATIVE AGENCY

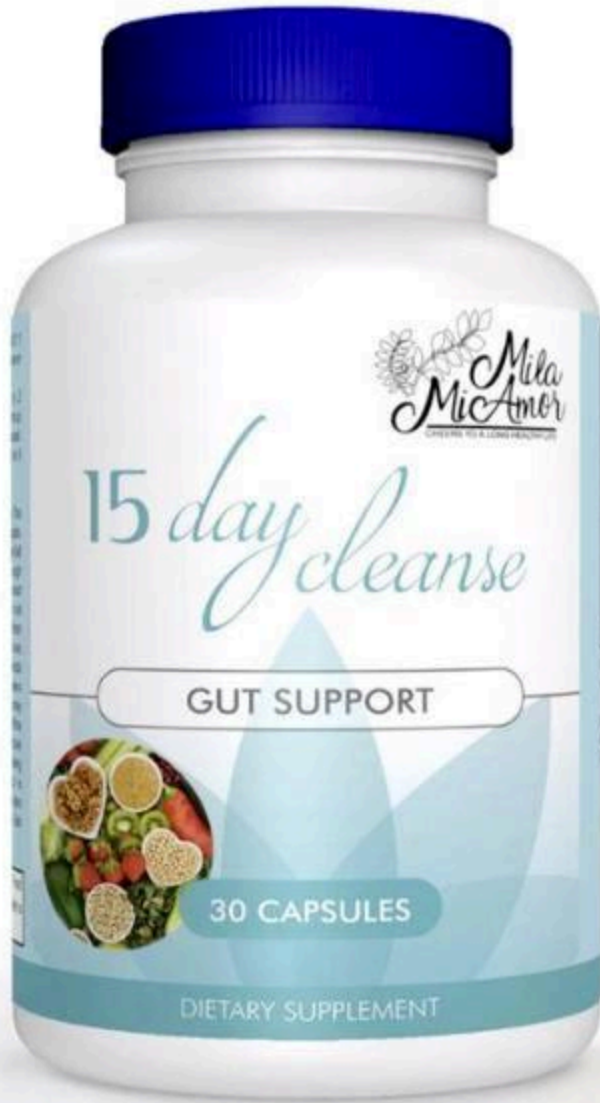
Daily Weekly Monthly 2024/02/18 Export

Product Category All Beauty & Personal Care Womenswear & Underwear Menswear & Underwear Home Supplies Fashion Accessories Phones & Electronics Muslim Fashion More

Product	Shops	Price	Estimated GMV	Daily Sales	Cumulative Sales	Related Videos	Influencers	Action
CITYSPORTS Treadmill CS-WP6, Walking Pad, Under Des...	Sport Fun Shop Sales: 3.5K	\$155.00	\$341.16K	2.2K	2.2K	2	3	
15 Day Cleanse - Gut and Colon Support	Milamiamor Sales: 569.4K	\$20.00	\$336.30K	16.8K	565.7K	83	71	
GuruNanda Cocomint Pulling Oil with 7 Essential Oils &...	GuruNanda LLC Sales: 1.6M	\$14.99	\$222.77K	14.9K	1.1M	131	118	
MultiMineral Sea Moss 3000mg Black Seed Oil...	Clean Nutra Sales: 138.9K	\$62.95	\$164.49K	2.6K	122.0K	54	56	
Lenovo Thinkplus X15 Pro Earphone Wireless Bluetooth...	Thinkplus Speci... Sales: 87.8K	\$25.99	\$106.71K	4.1K	83.0K	70	56	
(NEW) BODY GLAZE: Pick your scent!	CANVAS BEAUT...	\$12.50	\$78.78K	6.3K	364.1K	49	49	

its currently being sold already

this product has sold 500k units



Thu 10:02 AM

Ok

Thu 10:03 AM

Case study 36: Làm video triệu views từ các video có sẵn

Đây là cách mà rất nhiều kênh Tiktok đang làm video để kéo Organic traffic

Bước 1:

Tìm 1 video có sẵn đã có tương tác hoặc đơn hàng. Ví dụ:

<https://www.tiktok.com/@thenzt48/video/7268791993323703598>

Bước 2:

Biến cái VIRAL slideshows sang dạng VIDEO, dùng AI tools:

-Elevenlabs tạo giọng nói

-Midjourney tạo hình ảnh

-Heygen tạo nhân vật bác sĩ nói

Thêm thắt 1 vài điểm nhấn, ta có 1 video xuất sắc hơn hẳn và đạt (135k views):

<https://www.tiktok.com/@thenzt48/video/7270175629318999342>

Bước 3:

Cải tiến những gì đã ổn cho tốt hơn. Hãy nhớ điều cốt yếu: khi đã tìm ra VIRAL framework, chỉ cần 1 vài điều chỉnh nhỏ nhưng đều đặn, ta sẽ nhanh chóng đạt tới điểm bùng nổ

Hãy xem video này sau khi tăng thêm các chất liệu tạo sức hút: (2.3M Views):

<https://www.tiktok.com/@thenzt48/video/7270909367040445739>

Key Takeaways:

-Hãy cứ làm theo những gì đã có sẵn và hiệu quả (EX: Slides)

-Cải tiến từng điểm cho tốt hơn (chỉnh sửa nhỏ)

-Làm cho video mượt mà hơn (Script tương đồng với Clips)

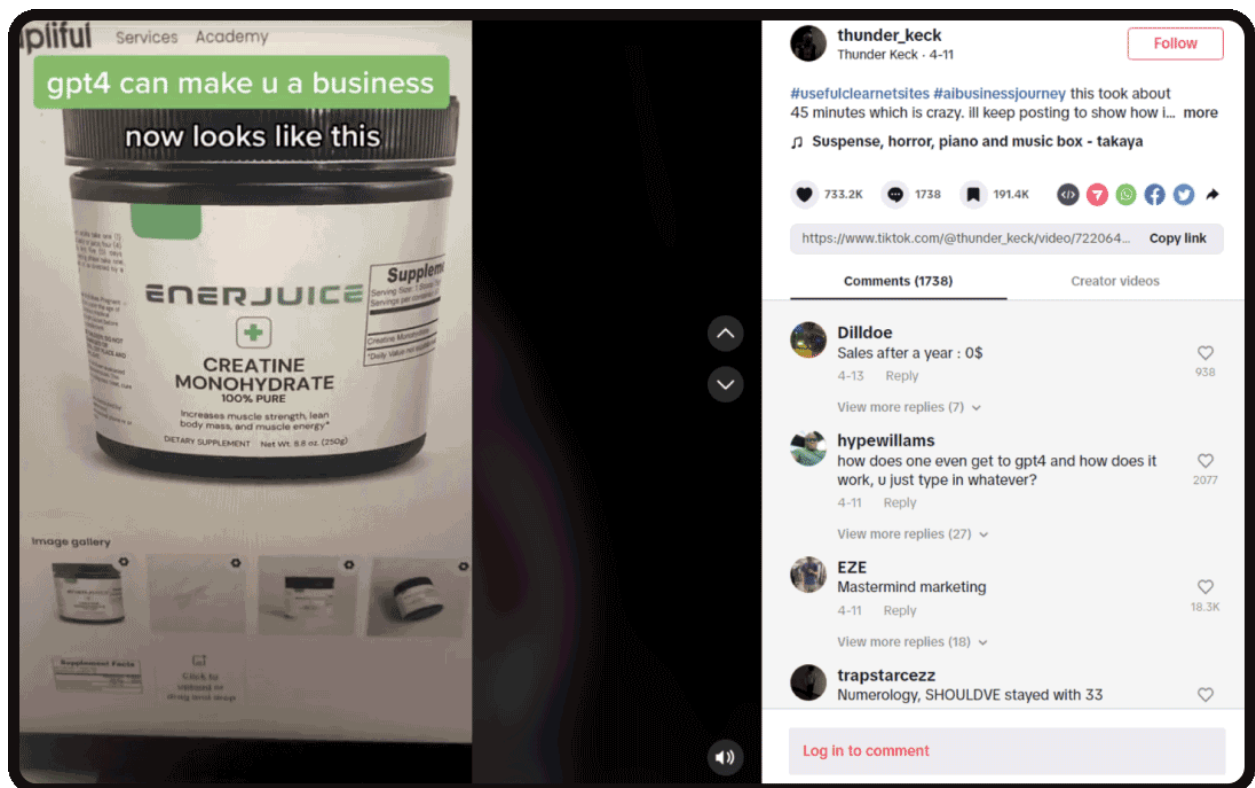
Kết quả: hàng triệu views và hàng ngàn đô kiếm được. Và điều này không hề ăn may

Khi Sora ra đời, các video được đưa lên tầm cao mới. Kết hợp SORA với ElevenLabs (cho phép chuyển các video không lời, thành các đoạn video có âm thanh, hay còn gọi là video to sound/video to audio), ta có thể làm phim, tạo podcast, xây video review sản phẩm. Hãy nhớ công thức: Sora + Elevenlabs + Ideas = make money.

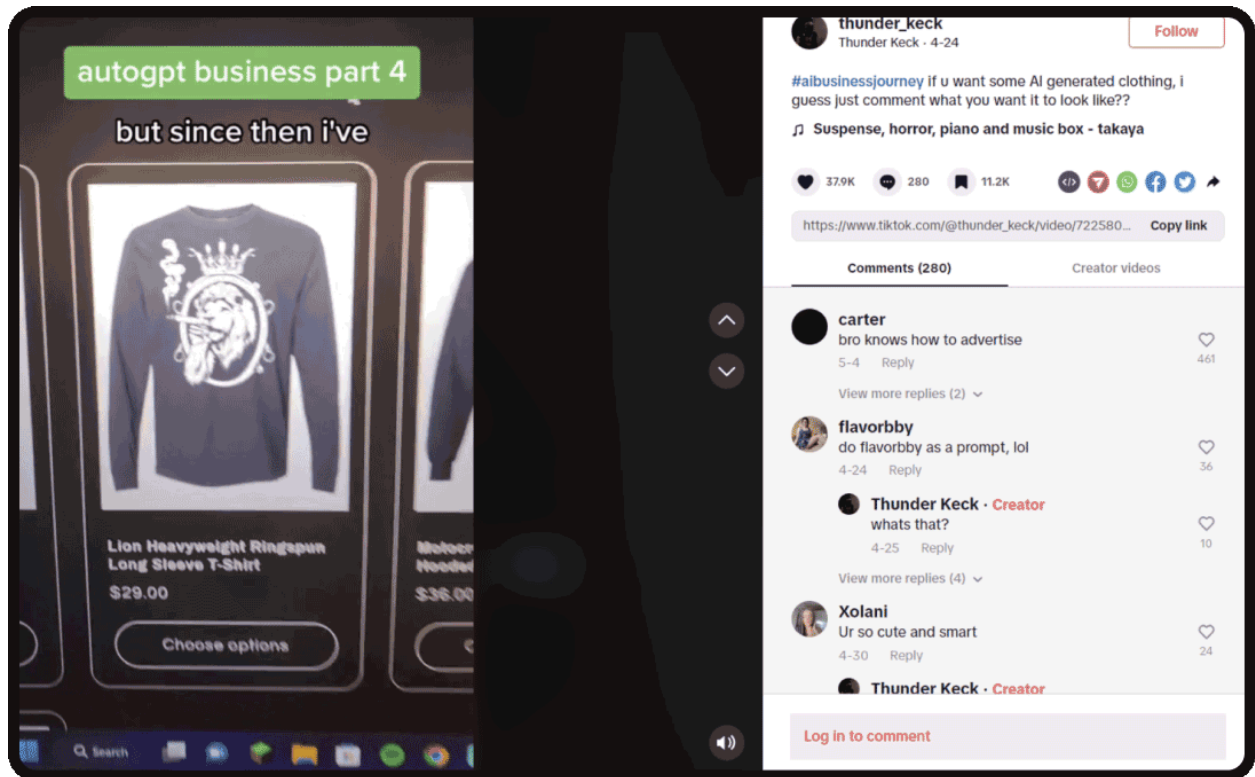
Case study 37. TikToker Creates Business From Scratch Using ChatGPT

1 TikTok idol có tên [Thunder Keck](#) tạo ra 1 video nội dung là hỏi ChatGPT cách xây 1 doanh nghiệp

Trong nhiều phần của series videos, anh đã theo hướng dẫn của AI để tạo 1 kế hoạch dropshipping các mặt hàng thực phẩm bổ sung cho vận động. Tên của shop là 'Enerjuice' – cũng do AI đặt. Trong 45 phút, anh đã xong 1 kế hoạch kinh doanh dropshipping hoàn chỉnh bao gồm cả giá bán và cấu trúc vận hành



Nhưng không chỉ có thế. Trong phần 4 của series, anh dùng 1 app tên là AutoGPT để phân tích lại mô hình kinh doanh này. App đề xuất anh tái định vị thương hiệu và gợi ý lại toàn bộ kênh bán & website. Bên cạnh bán thực phẩm bổ sung, website có hẳn 1 ngành bán quần áo thiết kế bởi AI (bằng cách gửi các a prompt).



AI còn đề xuất chiến lược content marketing – bao gồm việc lan toả nội dung trên social media marketing platforms và cho phép khách hàng tự thiết kế đồ bằng cách gửi design prompts,

Video series gồm 6 phần. Trông có vẻ không thật lắm. Hiệu quả khó kiểm chứng. Nhưng đây là 1 trong các ví dụ hoàn hảo về việc AI có thể hỗ trợ đắc lực công việc kinh doanh thế nào. Tương lai rất gần ta sẽ thấy AI đủ sức làm phó tướng cho các SME như thế

Case study 38: Các video triệu views bằng AI bạn nên biết

“Star Wars by Wes Anderson Trailer | The Galactic Menagerie.”


Uploaded ngày 28.4, video này đã đạt 2.8 triệu views.

[Star Wars by Wes Anderson Trailer | The Galactic Menagerie](#)

Chỉ mất vài ngày để làm, dùng ChatGPT, viết script, và Midjourney, để tạo hình ảnh. Thêm 1 người biên tập lại nữa là xong

“Lord of the Rings by Wes Anderson Trailer | The Whimsical Fellowship.”

Đạt 3.8 triệu views.

 Lord of the Rings by Wes Anderson Trailer | The Whimsical Fellowship

Ở đây quy trình cần thêm 1 số kĩ thuật VFX nâng cao để làm mượt hơn video làm từ AI. Nhưng ví dụ này cho thấy là các artists có thể khai phá sức sáng tạo lớn thế nào nếu biết tận dụng sự hỗ trợ đặc lực từ AI như Runway’s Stable Diffusion and Gen-2

“ANIME ROCK, PAPER, SCISSORS.”

Uploaded vào 26.2.23, video hoạt hình này đạt 4.0 triệu views.

<https://www.youtube.com/watch?v=GVT3WUa-48>

Corridor dùng Stable Diffusion (machine-learning text-to-image model) để tạo ra anime – mà không cần bất kì người làm hoạt hoạ nào. Model được trained bằng live-action footage của diễn viên trước 1 màn xanh.

Corridor Crew khẳng định, “BẤT KÌ AI đều có thể làm phim hoạt hình với kĩ thuật này.”

“러브홀릭스(Loveholics) – ‘Butterfly’ 커버 COVER [Rui Covery].”

1.4 triệu views.

 러브홀릭스(Loveholics) - ‘Butterfly’ 커버 COVER [Rui Covery]

Rui là 1 virtual YouTuber, hay còn gọi là VTuber. Cô ấy xuất hiện trên youtube với 1 gương mặt tạo nên bởi AI. Rui được mời làm đại sứ của Korea Welfare Foundation, và Korea Tourism Organization

Khảo sát từ Google/lpsos vào tháng 5.2023 cho biết 52% người được hỏi đã xem 1 VTuber trong 12 tháng qua. Cho nên những kênh như Rui sẽ ngày càng phổ biến và đến lúc ta không còn phân biệt được đâu là người, đâu là AI nữa

Case study 39: LovinBot AI - Giải pháp gia tăng thu nhập từ chuyên môn và sức ảnh hưởng dành cho nhà đào tạo, người sáng tạo nội dung

Trước khi chatGpt bùng nổ, Đặng Hữu Sơn đã liều lĩnh bỏ việc lương cao ở FPT để ra startup Lovinbot. Rồi cũng nằm gai nếm mật suốt mấy năm

Đến khi chatGpt thành hiện tượng thì Sơn cũng chẳng lên hương vì mấy ông bán tài khoản, khoá học đã hết váng rồi. Mình góp ý cho Sơn đi sâu vào mô hình đào tạo + giải pháp chuyên sâu chứ đừng đi quá rộng theo kiểu AI cho mọi nhà. Sau 6 tháng, Sơn có thành tựu và uy tín rõ nét hơn hẳn, cộng hưởng với sức nóng của AI thì cũng rất này nọ Sơn là 1 chuyên gia AI và 1 nhà khởi nghiệp điển hình trong thời đại AI

Tháng 3/2023, 4 tháng sau khi ChatGPT gây sốt trên toàn cầu, LovinBot ra mắt Trợ lý viết content bằng AI đầu tiên của Việt Nam. Sản phẩm có phiên bản hoàn toàn miễn phí (trọn đời) nhưng chất lượng không thua kém các sản phẩm nước ngoài, lại tối ưu cho ngôn ngữ tiếng Việt, nên luôn có 1 tập khách hàng trung thành chờ đón. Thời báo quốc tế Nikkei Asia đã ngạc nhiên khi phỏng vấn và đánh giá LovinBot như là một startup tiên phong ứng dụng công nghệ Generative AI trong lĩnh vực Marketing tại Việt Nam. Tăng trưởng hơn 200%/tháng, LovinBot hiện nay có hơn 50.000 khách hàng sử dụng (cả miễn phí và trả phí)

LovinBot vừa ra mắt Trợ lý ảo và Mini GPTs dành cho nhà đào tạo, người sáng tạo nội dung có thể kiếm tiền từ chuyên môn, sức ảnh hưởng của mình. Từ cá nhân đến doanh nghiệp, ai cũng có thể xây 1 trợ lý để hỗ trợ công việc hoặc kiếm tiền (từ donate, bán giờ tư vấn).

Nhà đào tạo

Những chuyên gia đào tạo, có khóa học và sẵn học viên, cộng đồng. Họ sử dụng LovinBot để phát triển Trợ lý AI, huấn luyện AI học các dữ liệu để hỗ trợ học viên, trả lời thắc mắc, ra bài tập....Các trợ lý AI này được huấn luyện bằng dữ liệu và tài liệu chuyên ngành, nên có thể cung cấp thông tin, tư vấn, hỗ trợ rất chuyên sâu, hướng đến việc giúp người học tăng năng suất công việc

Nhà sáng tạo nội dung

Nhà sáng tạo nội dung trên nhiều nền tảng như Tiktok, Facebook, Youtube sở hữu fan hâm mộ lớn nhưng mất nhiều thời gian để sáng tạo và chưa có thu nhập từ fan

Sử dụng LovinBot, họ tạo Mini GPTs store riêng có thể tùy chỉnh domain riêng để bán những kiến thức, chia sẻ và tư vấn hoặc bán sản phẩm thực tế. Nhờ việc liên tục trao giá trị và truyền cảm hứng cho cộng đồng, họ sẽ có nhiều cách để tăng thu nhập trực tiếp.

Nỗ lực tự chủ AI của Việt Nam

Năm 2023, “cú nổ” ChatGPT làm rung chuyển thị trường công nghệ thế giới, mở ra cuộc đua chính phục AI tạo sinh giữa các quốc gia và ông lớn trong lĩnh vực công nghệ.

Việt Nam không nằm ngoài xu hướng này với hàng loạt sản phẩm AI tạo sinh (loại trí tuệ nhân tạo tập trung vào việc tạo ra nội dung mới dựa trên dữ liệu hiện có) ra đời.

ChatGPT “phiên bản Việt”

Vào những ngày cuối cùng của năm 2023, sự quan tâm về khả năng phát triển các ứng dụng AI của các doanh nghiệp công nghệ Việt lại được đẩy lên với sự kiện ứng dụng VIGPT - phiên bản ChatGPT đầu tiên ở Việt Nam của Công ty VinBigdata (Tập đoàn Vingroup) - được chính thức đưa vào hoạt động và mở cho người dùng cuối phiên bản công cộng là một “ChatGPT phiên bản Việt” dành cho người dùng cuối.

Công ty cổ phần VinBigdata cũng công bố vào tháng 8-2023 việc xây dựng thành công mô hình ngôn ngữ lớn tiếng Việt, đặt nền móng cho việc xây dựng các giải pháp tích hợp AI tạo sinh.

Sự xuất hiện của VIGPT “hâm nóng” thêm không khí nghiên cứu phát triển các ứng dụng AI tạo sinh tại Việt Nam bởi đơn vị phát triển ứng dụng này tuyên bố đây là ứng dụng 100% “made in Vietnam” cho người dùng cuối tại thị trường Việt Nam.

Trước đó tại Việt Nam, một số nhà phát triển công nghệ đã cho ra mắt mô hình AI tạo sinh ở các



Người dùng trải nghiệm camera ứng dụng AI nhận diện khuôn mặt của FPT

Ảnh: ĐỨC THIÊN

định dạng khác nhau như nền tảng FPT GenAI dành cho doanh nghiệp của Tập đoàn FPT, mô hình mã nguồn mở PhoGPT của VinAI và gần đây là Zalo AI LLM của VNG.

Mới đây ngày 5-12, tại sự kiện AI Day 2023, Công ty VinAI đã công bố dự án nghiên cứu mã nguồn mở về mô hình ngôn ngữ lớn cho riêng tiếng Việt là “PhoGPT”. Mục tiêu của dự án là phát triển các mô hình tương tự như ChatGPT cho tiếng Việt và văn hóa người Việt. PhoGPT có khả năng hiểu và viết văn phong tiếng Việt một cách vượt bậc so với các công nghệ về

ngôn ngữ thế hệ trước. Mô hình cũng được huấn luyện từ đầu với tập dữ liệu tiếng Việt, không phụ thuộc vào bất cứ một mô hình nào khác của thế giới, đảm bảo việc làm chủ công nghệ lõi tiên tiến cho Việt Nam.

Xây dựng “thung lũng AI” tại Quy Nhơn

Việt Nam đang ở những bước đầu trên hành trình chính phục AI tạo sinh, việc ra mắt những ứng dụng của riêng người Việt là tín hiệu tốt cho thấy những nỗ lực của các đơn vị công nghệ trong nước nhằm xóa bỏ sự phụ

thuộc vào những sản phẩm quốc tế, đảm bảo tính chính xác của thông tin và giảm thiểu dòng chảy dữ liệu ra thị trường nước ngoài.

Chia sẻ về khía cạnh này, GS Vũ Hà Văn (giám đốc khoa học VinBigdata) cho biết: “Việc ra mắt một “ChatGPT phiên bản Việt” đánh dấu khả năng làm chủ công nghệ của Việt Nam. Cao hơn thế nữa, qua việc làm chủ công nghệ, chúng ta có thể tự chủ khai thác, bảo vệ an ninh dữ liệu quốc gia cũng hệ trị thức, tự tưởng mang bản sắc Việt Nam”.

Theo ông Văn, hướng đi này sẽ cho phép chúng ta không chỉ xóa

bỏ sự phụ thuộc vào những sản phẩm quốc tế mà còn có thể dần dần nâng cao tính chính xác của thông tin chứa giá trị lịch sử, văn hóa Việt và giảm thiểu dòng chảy dữ liệu ra nước ngoài.

Trong khi đó, FPT là tập đoàn công nghệ đang dẫn đầu về nghiên cứu và phát triển ứng dụng AI ở Việt Nam và bắt đầu đặt chân ra thị trường quốc tế. FPT đang sở hữu FPT.AI - cung cấp hơn 20 giải pháp trong hệ sinh thái công nghệ AI cho 100 doanh nghiệp trong và ngoài nước; phục vụ hơn 20 triệu người dùng cuối tại 15 quốc gia, mỗi

Một số ứng dụng AI phổ biến trong nhiều lĩnh vực

Da dụng ChatGPT neeva	Sáng tạo nội dung Midjourney runway	Quản trị doanh nghiệp Ironclad eightfold.ai	Tiếp thị Jasper WRITER	Luật Harvey.	Y tế Viz.ai BAYESIAN DATA	An ninh ANDURIL Shield AI
------------------------------------	--	--	-------------------------------------	------------------------	--	--

Nguồn: Forbes - Dữ liệu: NGOC ĐỨC - Trình bày: N.KH

● Ông ĐẶNG HỮU SON (phó chủ tịch Liên minh Phát triển nguồn nhân lực số Việt Nam): Kỳ vọng đầu tư lớn vào AI



Năm 2024 dự báo sẽ chứng kiến nguồn vốn đầu tư mạo hiểm ở Việt Nam trong lĩnh vực ứng dụng AI.

Hiện đã có một số doanh nghiệp tại Việt Nam nhận được nhiều đề nghị từ các quỹ đầu tư muốn tìm hiểu và tham gia các vòng gọi vốn cho giải pháp ứng dụng AI phát triển trợ lý ảo bán hàng thương mại điện tử thế hệ mới dành cho doanh nghiệp.

Sự quan tâm này là một bước tiến quan trọng, khi số lượng start-up nhận được vốn đầu tư năm 2023 còn khá khiêm tốn do nền kinh tế gặp khó khăn. Các doanh nghiệp ứng dụng AI để tối ưu chi phí vận hành, tinh gọn bộ máy, tăng trưởng tốt cũng sẽ thuận lợi hơn trong



Công ty VinBigdata (Tập đoàn Vingroup) chính thức đưa vào hoạt động ứng dụng VIGPT - phiên bản ChatGPT đầu tiên ở Việt Nam mở cho người dùng cuối và đang mở cho công cộng dùng thử nghiệm

Ảnh: VinAI

việc gọi vốn.

Trong khi đó với tình hình kinh tế hiện nay, bài toán đầu đầu nhất với nhiều chủ doanh nghiệp là chi phí vận hành ngày càng lớn và cải thiện ngay năng suất nhân viên. Khi dữ liệu càng nhiều, càng phức tạp, đòi hỏi nhân viên không thể đáp ứng

được nhu cầu, ngược lại AI có xu hướng xử lý và phân hồi tốt hơn con người và hoạt động 24/7.

Từ đó, các chủ doanh nghiệp sẽ nhận ra rằng AI không chỉ là một xu hướng công nghệ mà còn là một yếu tố quan trọng để tăng cường hiệu quả

kinh doanh, tối ưu hóa quy trình và giảm chi phí. Đặc biệt trong việc xử lý các nghiệp vụ trong lĩnh vực trợ lý ảo chăm sóc khách hàng, tư vấn, bảo hiểm, ngân hàng... Đây là xu hướng ứng dụng chủ đạo trong các doanh nghiệp năm 2024.

● Ông ĐỖ NGỌC THIÊN (giám đốc kỹ thuật Công ty cổ phần Kalapa): AI thúc đẩy chuyển đổi số



Năm 2024, AI sẽ thay đổi các tương tác giữa khách hàng và doanh nghiệp.

Với sự phát triển mạnh mẽ của các mô hình AI tạo sinh, giờ đây AI đã có thể hiểu rõ được ngữ cảnh để giao tiếp với con người. Chatbot sẽ là một trong những ứng dụng đầu tiên được các doanh nghiệp sử dụng nhằm tiết kiệm chi phí, nguồn lực của mình.

Người dùng hiện đã có thể tương tác với AI không chỉ là gõ chữ mà còn có thể đa dạng các hình thức khác như âm thanh, hình ảnh, video (ứng dụng Google Gemini gần đây). Rộng hơn AI sẽ là yếu tố thúc đẩy việc chuyển đổi số ở Việt Nam. Việc ứng dụng AI để thay thế các quy trình thủ công tiếp tục phổ biến mạnh mẽ hơn, đặc biệt là nhóm các sản phẩm về tự động hóa quy trình, số hóa giấy tờ, định danh điện tử, chủ động phát hiện gian lận...

Chẳng hạn Ngân hàng Nhà nước Việt Nam vừa có quyết định triển khai các giải pháp an toàn, bảo mật trong thanh toán trực tuyến và thanh toán thẻ ngân hàng có những ứng dụng rất rõ ràng của sinh trắc học vào trong hoạt động các giao dịch thanh toán. Ví dụ giao dịch từ 100 triệu đồng trở lên sẽ cần nhân dạng sinh trắc học (khuôn mặt) của khách hàng. Đây là một trong những ứng dụng điển hình của AI vào trong đời sống sẽ được triển khai rộng rãi trong năm 2024.

ĐỨC THIÊN ghi

Case study 40: AiKPT- Giải pháp xây dựng nội dung trọn gói cho người làm digital marketing/ MMO

Lê Đặng Hải Nam, đồng sáng lập 1 cty với mình từ 2008. Nam rất nhanh nhạy trong các xu hướng mới của công nghệ và khôn lanh xây các sản phẩm để kiếm tiền. Khi chatGpt bùng nổ, Nam đã xây dựng Aikpt.com để giúp các anh em làm MMO/ Ecommerce xây dựng nội dung tự động. Chỉ cần nhập 1 số từ khóa, tool sẽ gợi ý bài viết, thậm chí viết bài luôn rồi tự động đẩy thẳng lên website. Hoặc dựa trên các bài viết có sẵn, tool sẽ viết lại chuẩn chỉnh hơn theo đúng văn phong và đối tượng độc giả. Hiện Nam vẫn tiếp tục cải tiến AiKPT để viết các bài sâu sắc hơn có chuyển đổi tốt hơn. Vui vẻ với việc bán các tài khoản vài trăm ngàn, Nam là minh chứng cho 1 thế hệ người làm sản phẩm công nghệ dựa trên AI một cách kiên trì, nỗ lực và linh hoạt theo thời thế.

LỜI KẾT

Mình viết sách không phải để dạy ai mà chỉ để chia sẻ những cái hay trong quá trình kinh doanh. Những cái mình viết sẽ khó tìm thấy được từ bất kì đâu. Bạn nào chưa đọc có thể tham khảo: <https://a1grow.com/collections/sach>

Nếu bạn nhận được bản copy từ ebook này có thể ủng hộ tác giả:

GIÁ PHÁT HÀNH: **500k/ bản**

THÔNG TIN THANH TOÁN STK: 0441003692326 Vietcombank Lê Anh Tuấn Momo: 0972469597 - đây cũng là zalo của mình , bạn có thể liên hệ bất kì lúc nào

Cú pháp: sdt + AI.

Sau khi chuyển khoản bạn gửi bill xác nhận về <https://www.facebook.com/a1demy2>

Hotline: Anh Đào - SDT/ZALO: 0358055383

Facebook: <https://www.facebook.com/a1demy2>

PHẦN 6: PHỤ LỤC

Danh sách các chuyên gia thường chia sẻ, viết về AI

Tên	Chức danh	FB	Note
Mr Hoàng Anh Tuấn	Đại sứ VN tại Mỹ	https://www.facebook.com/tuan_hoang.1428	Viết về AI tầm vĩ mô, các câu chuyện bên lề Nvidia, cách VN kêu

			gọi dòng vốn cho chip bán dẫn
Mr Lê Công Thành	CEO Infore	https://www.facebook.com/lecongthanh.info	Chia sẻ AI trong doanh nghiệp, phân tích dữ liệu...
Mr Đặng Hữu Sơn	CEO LovinBot AI	https://www.facebook.com/coachdanghuuson/	Chia sẻ tư duy, kỹ năng ứng dụng AI trong Marketing/Đào tạo
Mr Bửu Trung		https://www.facebook.com/trung.nguyentraibuu	Chia sẻ AI trong lĩnh vực dược - sức khỏe
Mr Trương Hoàng Thọ	CEO Alipo Creative	https://www.facebook.com/rabbithoang	Chia sẻ AI trong lĩnh vực sáng tạo, hình ảnh, video
Mr Tiến Liêu	Giám đốc trung tâm nghiên cứu AI (VDCC)	https://www.facebook.com/lieuhungtien	Chia sẻ AI cho HR/Sale
Mr Lộc Đặng	CTO tại AIV Group	https://www.facebook.com/locdh90	Chia sẻ AI về chatbot, llms
Mr Ngô Hữu Thống	Phó viện trưởng nghiên cứu 3AI	https://www.facebook.com/huuthong.tk	Chia sẻ AI trong nghiên cứu khoa học, giáo dục

Danh sách các tool AI

☐	🔒 Tool AI	📄 Chi tiết	☰ Loại	🔗 Links	☰ Thiết bị	☰
1	ChatGPT	Bắt buộc. Bản free là bắt buộc. Đăng ký bằng ema...	Text2text	https://chat.openai.com/	Trình duyệt App	
2	Gemini	Tiền thân là Bard - Google	Text2text Text2im...	https://gemini.google.c...	Trình duyệt App	
3	Gemini Advanced	Bản nâng cấp của Gemini. Đang ưu đãi 2 tháng.	Text2text Text2im...	https://gemini.google.c...	Trình duyệt App	
4	poe	Có thể dùng bản Free.	Text2text Text2im...	https://poe.com/	Trình duyệt App	
5	lovinbot	Ưu điểm về bài viết SEO	Text2text	https://lovinbot.com	Trình duyệt	
6	Perplexity AI	tra cứu thông tin	Text2text	https://www.perplexity.ai	Trình duyệt App	
7	chathub	Hub AI	Text2text		Extension	
8	Copilot - Bing	Có thể dùng bản Free	Text2text Text2im...	https://copilot.microsof...	Trình duyệt App	
9	Canva Pro	Tập trung vào Magic Store	Text2text Text... +2		App	
10	ideogram	Tạo ảnh AI	Text2image	https://ideogram.ai	Trình duyệt	
11	Leonardo	Tạo ảnh AI	Text2image Text2v...	https://leonardo.ai/	Trình duyệt App	
12	Capcut	Các tính năng AI chủ yếu có trên phiên bản web	Text2image +2	https://www.capcut.co...	Trình duyệt	
13	Vbee	Tạo voice từ text	Text2voice	https://studio.vbee.vn/	Trình duyệt	
14	Suno	Tạo nhạc, lời (bài hát vui)	Text2voice	https://app.suno.ai/	Trình duyệt	
15	D-ID	Tạo MC ảo AI	Text2video	https://www.d-id.com/	Trình duyệt	
16	Heygen	Tạo MC ảo AI Khuyến nghị hơn so với D-ID	Text2video	https://www.heygen.com/	Trình duyệt	
17	RunwayML	Video động, ảnh GIF	Text2video	https://runwayml.com/	Trình duyệt App	
18	Face Swap	Face Swap	image2image	https://faceswapper.ai/	Trình duyệt	
19	weshop	Background cho sản phẩm (E-com/ web)	image2image	https://www.weshop.ai/	Trình duyệt	
20	Flair	Background cho sản phẩm (E-com/ web)	image2image	https://app.flair.ai/	Trình duyệt	
21	Clipdrop	Tăng chất lượng ảnh	upscale	https://clipdrop.co/	Trình duyệt	
22	Vizard	Cắt video dài thành video ngắn	video2video	https://vizard.ai	Trình duyệt	

DANH MỤC BÀI VIẾT THAM KHẢO

<https://digitaltransformationskills.com/ai-for-business/>

<https://www.mailmodo.com/guides/ai-in-marketing-examples/>

<https://www.linkedin.com/pulse/ai-marketing-case-studies-discover-success-stories-scot-westwater-ag4ic>

<https://searchengineland.com/ai-youtube-marketing-insights-case-studies-436536>

https://www.marketingaiinstitute.com/blog/ai-case-studies-content-marketing?hs_amp=true

<https://digitalmarketinginstitute.com/blog/some-inspiring-uses-of-ai-in-digital-marketing>

<https://nogood.io/2023/07/31/ai-marketing-campaigns/>

ECOMMERCE

<https://www.luigisbox.com/blog/ecommerce-ai/>

<https://www.linkedin.com/pulse/transforming-data-gold-10-outstanding-examples-suraj-meshram-zaozf>

<https://www.appventurez.com/blog/artificial-intelligence-in-ecommerce>

<https://blog.lengow.com/e-commerce-trends/ai-in-e-commerce-the-best-tools/>

<https://boostcommerce.net/pages/ai-in-ecommerce>

<https://recostream.com/blog/artificial-intelligence-examples>

<https://clickup.com/blog/ai-tools-for-ecommerce/>

Education

<https://101blockchains.com/top-ai-use-cases-in-education/>

<https://firmbee.com/ai-in-edtech/amp>

<https://team-gpt.com/blog/best-ai-tools-for-education/>

<https://www.unite.ai/10-best-ai-tools-for-education/>