Tiêu chí đánh đánh kịch bản viral: [

 1 Mini Hook & Mở Đầu Video

 • Hook chính có mạnh không?

 ◦ Câu mở đầu có gây tò mò, gây sốc hoặc đặt vấn đề thú vị không?

 ◦ Video có bắt đầu ngay vào điểm hấp dẫn nhất không hay quá dài dòng?

 • Mini Hook xuất hiện đúng chỗ không?

 ◦ Có nhá hàng nội dung quan trọng sắp tới để giữ chân người xem không?

 ◦ Có sử dụng câu hỏi hoặc teaser để tạo sự chờ đợi không? ("Ngay sau đây, bạn sẽ thấy điều khiến tôi sợ hãi nhất trong chuyến đi này!")

 2 Social Proof & Độ Tin Cậy

 • Cách xây dựng uy tín trong video:

 ◦ Có đề cập đến trải nghiệm thực tế, ý kiến của người bản địa, hay câu chuyện cá nhân không?

 ◦ Có sử dụng dữ liệu, con số, trích dẫn hoặc thông tin đáng tin cậy về địa điểm không?

 • Quan điểm cá nhân có độc đáo không?

 ◦ Video có chia sẻ góc nhìn riêng thay vì chỉ mô tả chung chung không?

 3 Nội Dung Chính

 • Cấu trúc kịch bản có mạch lạc không?

 ◦ Cách dẫn dắt có hợp lý, logic từ mở bài → kết luận không?

 ◦ Nội dung có được chia nhỏ thành từng phần rõ ràng để dễ theo dõi không?

 • Cảm xúc có được nhấn mạnh đúng chỗ không?

 ◦ Video có tạo ra sự hào hứng, bất ngờ, sợ hãi, hồi hộp, thích thú hoặc WOW không?

 • Có yếu tố viral không?

 ◦ Có điều gì bất ngờ, thú vị hoặc khác biệt so với các video khác không?

 ◦ Có kích thích người xem muốn chia sẻ video này không?

 4 Chuyển Cảnh & Nhịp Độ Video

 • Chuyển cảnh có mượt mà không?

 ◦ Video có bị rời rạc hay có sự liền mạch giữa các cảnh không?

 • Nhịp độ video có hợp lý không?

 ◦ Không bị chậm quá mức khiến người xem chán, cũng không quá nhanh đến mức rối.

 5 Call To Action (CTA)

 • Lời kêu gọi hành động có hợp lý không?

 ◦ Có tự nhiên, khéo léo không hay cảm giác “ép buộc”?

 ◦ Có khuyến khích bình luận, like, đăng ký hoặc chia sẻ không?

 ◦ CTA có tạo cảm giác cấp bách hay FOMO không? ("Bạn chắc chắn không muốn bỏ lỡ video tiếp theo đâu!")]

Cấu trúc kịch bản cần có: [

 1 Hook:

 ◦ Câu đầu tiên phải gây sốc hoặc đặt câu hỏi cực kỳ hấp dẫn (sử dụng số liệu, sự thật bất ngờ hoặc phong tục kỳ lạ).

 ▪ Nên có ít nhất 2 - 3 câu hỏi hoặc tuyên bố gây tò mò để khiến người xem không thể rời mắt.

 ▪ Dùng giọng điệu gần gũi, cuốn hút như đang kể một câu chuyện thú vị.

 ▪ Nhấn mạnh sự độc đáo của nơi này

 ▪ Kết thúc bằng một câu mở để dẫn vào nội dung chính (ví dụ: “Hãy cùng khám phá ngay bây giờ!”).

 ▪ Viết thành văn bản, mỗi câu xuống dòng một lần.

 2 Body (Nội dung chính):

 ◦ Mỗi ý chính cần có Mini-Hook để tạo sự tò mò trước khi vào nội dung.

 ◦ Thông tin nội dung chính cần được trình bày rõ ràng, súc tích, có ví dụ minh họa.

 ◦ Phải có ý kiến cá nhân Giúp tạo sự kết nối với khán giả thay vì chỉ đưa thông tin khoa học khô khan, giúp người xem tin tưởng hơn vào nội dung. Khiến video bớt "giống một bài báo", thay vào đó có sự giao tiếp tự nhiên hơn, giống như một cuộc trò chuyện.

 ◦ Câu chuyển tiếp mượt mà giữa các phần để video không bị rời rạc.

 3 Payoff (Phần Kết):

 ◦ Nhắc lại các điểm quan trọng để người xem không quên giá trị của video.

 ◦ Gợi ý cách áp dụng hoặc suy ngẫm về nội dung đã đề cập.

 ◦ Call-to-Action mạnh mẽ để khuyến khích người xem tương tác (bình luận, chia sẻ, đăng ký).]

Công thức viết tiêu đề: [Công thức đặt tiêu đề phổ biến:

Vấn đề + Đối tượng + Ngòi nổ

Đối tượng + Vấn đề + Ngòi nổ

Ngòi nổ + Vấn đề

→ Công thức này giúp hướng tiêu đề đến đúng đối tượng và tạo sự quan tâm mạnh mẽ.

Các quy tắc tối ưu:

Không viết hoa toàn bộ tiêu đề (để tránh cảm giác spam).

Chứa số liệu (các con số giúp tăng độ tin cậy, ví dụ: "5 cách kiếm tiền online ít ai biết!").

Từ khóa chính trong 65/100 ký tự đầu tiên (để SEO tốt hơn trên YouTube).

Từ khóa "ngòi nổ" viết HOA nhưng chiếm dưới 30% tiêu đề (ví dụ: "BÍ QUYẾT kiếm 10 triệu/tháng chỉ với 1 kỹ năng!").

Các dạng tiêu đề gợi ý:

Câu hỏi ("Tại sao nhiều người thất bại khi kiếm tiền online?").

Câu phủ định ("Đừng mắc sai lầm này nếu muốn thành công!").

Câu khẳng định ("Đây là cách giúp bạn giàu lên nhanh chóng!").

Câu cảm thán ("SỐC! Người này kiếm 100 triệu/tháng chỉ bằng 1 công việc đơn giản!").

Yếu tố cảm xúc/ngòi nổ:

Tiền tài, danh vọng ("Kiếm 500 triệu/tháng với nghề này!").

Nhu cầu bản thân ("Cách giúp bạn sống khỏe mà không tốn nhiều tiền!").

Tình cảm gia đình ("Sự thật về những đứa trẻ bị bỏ rơi khiến ai cũng rơi nước mắt!").

Tránh các từ nhạy cảm vi phạm chính sách YouTube:

Chính trị, bạo lực, kích động, thông tin sai lệch.

]

**5 CẤU TRÚC KỂ CHUYỆN GIÚP BẠN THU VỀ TRIỆU VIEW TRÊN YOUTUBE:**

**1. HÀNH TRÌNH NGƯỜI HÙNG: [**Đây là cấu trúc kinh điển được Joseph Campbell phát triển, thường được sử dụng trong các bộ phim Hollywood như *Star Wars* hay *The Matrix*. Điểm cốt lõi là nhân vật chính bắt đầu từ một người bình thường, đối mặt với thử thách lớn, vượt qua nó và đạt được thành công.

👉 **Cấu trúc chi tiết:**

 • Giới thiệu nhân vật chính → Một người bình thường giống khán giả.

 • Đưa ra thử thách → Khiến người xem đồng cảm và tò mò.

 • Vượt qua thử thách → Quá trình đấu tranh và phát triển.

 • Thành công và bài học → Kết thúc có hậu và tạo cảm hứng.

💡 **Ví dụ:**

Trước đây, tôi từng là một nhân viên văn phòng với mức lương chỉ đủ sống. Nhưng rồi tôi quyết định từ bỏ công việc và tập trung xây dựng thương hiệu cá nhân. Sau nhiều lần thất bại, tôi cuối cùng cũng tìm ra cách phát triển kênh TikTok lên 1 triệu follower trong 6 tháng. Và đây là những gì tôi học được…

👉 **Tại sao hiệu quả?**
✅ Người xem dễ dàng đồng cảm.
✅ Khơi gợi cảm xúc mạnh mẽ, giúp người xem tin rằng họ cũng có thể thành công.
✅ Kéo dài thời gian xem vì khán giả muốn biết liệu nhân vật có vượt qua được thử thách hay không.

👉 **Cách áp dụng:**

 • Nếu làm về kinh doanh → Kể về hành trình từ thất bại đến thành công.

 • Nếu làm về sức khỏe → Kể về quá trình từ yếu ớt đến khỏe mạnh.

 • Nếu làm về sáng tạo nội dung → Kể về hành trình từ kênh nhỏ đến kênh lớn.

**]**

**2. CẤU TRÚC KỂ CHUYỆN CỦA PIXAR: [**Đây là cấu trúc được Pixar sử dụng trong hầu hết các bộ phim của họ, từ *Toy Story* đến *Finding Nemo*. Sự đơn giản và tính logic là chìa khóa giúp người xem dễ dàng theo dõi.

👉 **Cấu trúc chi tiết:**

 • Ngày xửa ngày xưa… → Giới thiệu bối cảnh

 • Mỗi ngày… → Trạng thái bình thường trước khi có biến cố

 • Rồi một ngày nọ… → Sự kiện làm thay đổi mọi thứ

 • Vì điều đó mà… → Hành động và hệ quả

 • Cho đến khi cuối cùng… → Kết thúc và bài học

💡 **Ví dụ:**

Ngày xửa ngày xưa, tôi là một freelancer kiếm tiền rất khó khăn. Mỗi ngày, tôi làm việc 14 tiếng nhưng không kiếm được nhiều. Rồi một ngày nọ, tôi thử cách tiếp cận khách hàng bằng LinkedIn thay vì Upwork. Vì điều đó mà tôi nhận được hợp đồng lớn đầu tiên. Cho đến khi cuối cùng, tôi xây dựng được một hệ thống giúp tôi kiếm 200 triệu/tháng.

👉 **Tại sao hiệu quả?**
✅ Dễ theo dõi, logic rõ ràng.
✅ Tạo cảm giác mong đợi và hồi hộp.
✅ Dễ áp dụng cho mọi loại nội dung.

👉 **Cách áp dụng:**

 • Nếu làm về tài chính → Kể về bước ngoặt thay đổi cuộc sống.

 • Nếu làm về giáo dục → Kể về hành trình học hỏi và phát triển kỹ năng.

 • Nếu làm về lifestyle → Kể về những thay đổi nhỏ tạo ra khác biệt lớn.

**]**

**3. PHƯƠNG PHÁP “VÀ, NHƯNG, VÌ VẬY”: [**Đây là công thức ngắn gọn nhưng cực kỳ hiệu quả để giữ người xem ở lại video.

👉 **Cấu trúc chi tiết:**

 • Và → Giới thiệu bối cảnh

 • Nhưng → Đưa ra xung đột

 • Vì vậy → Giải quyết xung đột và tạo ra kết quả

💡 **Ví dụ:**

Tôi luôn nghĩ rằng chỉ cần đăng video đều đặn là sẽ viral. **Và** tôi làm điều đó suốt 3 tháng. **Nhưng** không có ai xem video của tôi. **Vì vậy**, tôi thử thay đổi chiến lược tiêu đề và storytelling—và video của tôi bắt đầu có triệu view.

👉 **Tại sao hiệu quả?**
✅ Đơn giản, dễ nhớ.
✅ Giữ cho câu chuyện mạch lạc.
✅ Tăng cảm giác hồi hộp và mong đợi.

👉 **Cách áp dụng:**

 • Kể về thử thách khi bắt đầu kinh doanh.

 • Kể về hành trình sáng tạo nội dung.

 • Kể về quá trình xây dựng thương hiệu cá nhân.

**]**

**4. CẤU TRÚC NÚI: [**Đây là cấu trúc được sử dụng nhiều trong các bộ phim hành động, vì nó tạo ra sự gia tăng căng thẳng dần dần, dẫn đến cao trào kịch tính và kết thúc thỏa mãn.

👉 **Cấu trúc chi tiết:**

 • Mở đầu → Giới thiệu bối cảnh và nhân vật

 • Xung đột → Những khó khăn ngày càng phức tạp xuất hiện

 • Cao trào → Điểm kịch tính nhất của câu chuyện

 • Hạ nhiệt → Cách nhân vật đối mặt với thử thách

 • Giải quyết → Kết thúc và bài học rút ra

💡 **Ví dụ:**

Tôi quyết định thử kinh doanh online với số vốn ít ỏi. Ban đầu, tôi gặp rất nhiều khó khăn, không ai mua hàng, quảng cáo lỗ nặng. Nhưng tôi không bỏ cuộc, tôi thử nghiệm chiến lược mới. Đến khi tôi tìm ra cách tối ưu, đơn hàng bắt đầu tăng mạnh. Bây giờ, tôi có một hệ thống kiếm tiền tự động.

👉 **Tại sao hiệu quả?**
✅ Giữ người xem ở lại lâu hơn.
✅ Tăng cảm giác hồi hộp và mong đợi.
✅ Khiến người xem cảm thấy thỏa mãn khi câu chuyện được giải quyết.

**]**

**5. CẤU TRÚC KHUNG XƯƠNG: [**Đây là một phiên bản đơn giản hơn của cấu trúc Pixar nhưng linh hoạt hơn, phù hợp cho các nội dung ngắn.

👉 **Cấu trúc chi tiết:**

 • Ngày xửa ngày xưa… → Giới thiệu bối cảnh

 • Mỗi ngày… → Trạng thái cũ

 • Cho đến một ngày nọ… → Biến cố xuất hiện

 • Vì điều đó mà… → Hành động tiếp theo

 • Cũng vì điều đó mà… → Hệ quả tiếp theo

 • Cho đến khi cuối cùng… → Giải quyết và kết thúc

💡 **Ví dụ:**

Ngày xưa, tôi chỉ dùng Instagram để lướt mạng xã hội. Mỗi ngày, tôi mất hàng giờ lướt TikTok vô ích. Cho đến một ngày nọ, tôi thử tạo nội dung thay vì chỉ tiêu thụ. Vì điều đó mà tôi bắt đầu hiểu thuật toán.

👉 **Tại sao hiệu quả?**
✅ Dễ theo dõi.
✅ Đơn giản, tự nhiên.
✅ Áp dụng nhanh vào mọi loại nội dung.

**]**

**Công thức kịch bản Youtube: [1. Mở Đầu Ấn Tượng**

**Hook Mạnh Mẽ** (5-10s đầu tiên)

 • Tạo ấn tượng ngay lập tức với người xem bằng 4 kỹ thuật:

 **◦ Câu Hỏi Gây Tò Mò**: Đặt câu hỏi khiến người xem phải xem tiếp để tìm câu trả lời

 **◦ Phát Ngôn Ấn Tượng**: Tạo bất ngờ hoặc thách thức suy nghĩ thông thường

 **◦ Câu Chuyện Hấp Dẫn**: Mở đầu bằng khoảnh khắc hấp dẫn nhất của video

 **◦ Hình Ảnh Độc Đáo**: Tạo tò mò bằng cảnh quay ấn tượng

**Giới Thiệu Nội Dung**

 • Hứa hẹn 2-3 giá trị cụ thể người xem sẽ nhận được

 ◦ Xác định những điểm người xem quan tâm nhất

 ◦ Sắp xếp theo thứ tự ưu tiên

 ◦ Chọn lọc 3 điểm hấp dẫn nhất

**Tạo Sự Kết Nối**

 • Đặt câu hỏi gợi mở thu hút sự tương tác

 • Sử dụng các câu chuyển tiếp tự nhiên:

 ◦ "Trước khi đi sâu vào chi tiết, hãy cùng..."

 ◦ "Nhưng đầu tiên, tôi muốn chia sẻ..."

**2. Nội Dung Chất Lượng**

 • Trình bày ý tưởng rõ ràng, súc tích

 • Tập trung vào 3 điểm chính có giá trị nhất

 • Giải đáp đầy đủ những điều đã hứa hẹn

 • Tạo hook nhỏ cho mỗi phần chính

 • Kể chuyện sinh động để minh họa từng điểm

 • Giữ bí mật kết quả đến phút cuối

 • Duy trì sự hấp dẫn xuyên suốt

 • Liên kết các ý một cách tự nhiên

**3. Kết Thúc Ấn Tượng**

 • Tổng kết các điểm chính một cách sinh động

 • Tạo sự tò mò cho nội dung tiếp theo

**]**