

Bị đá xô trước khi đổ nước — Cẩm nang Google Maps cho chủ tiệm Việt ở nước ngoài

Tại sao tiệm bạn "tàng hình" trên điện thoại người lạ, và cách kéo họ vào cửa mà không tốn một euro quảng cáo nào cho tới khi bạn thật sự sẵn sàng.

Nguyễn Thùy Dung (Mợ Dung) · người trong ngành nail, nay làm web & marketing cho tiệm Việt Kiều

TRONG CẨM NANG NÀY

1. Mở đầu: cái xô thủng đáy
2. Chuyện tiệm K&K Nails ở Đức
3. Bài kiểm tra 1 phút — làm ngay bây giờ
4. Bạn không hề kém — việc này vốn khó
5. 7 bước dựng Google Maps giữ khách (bịt đáy xô)
6. Khi nào mới đổ tiền quảng cáo — và "3 con số" đọc như sổ thu chi
7. 4 sai lầm chết người
8. Phụ lục — Bộ công cụ dùng ngay
9. PHỤ LỤC A — BỘ MẪU TIN NHẮN XIN ĐÁNH GIÁ 5 SAO
10. PHỤ LỤC B — MẪU PHẢN HỒI ĐÁNH GIÁ
11. PHỤ LỤC C — CHECKLIST GOOGLE MAPS (IN RA, TICK TỪNG Ô)
12. Bạn không phải làm một mình
13. Về tác giả — Mợ Dung

I Mở đầu: cái xô thủng đáy

Bạn đổ tiền vào quảng cáo. Khách có ghé thật. Vậy mà cuối tháng mở ngăn kéo ra, tiền vẫn nằm đó y như tháng trước. Tôi gặp cảnh này nhiều tới mức nhắm mắt cũng tả được.

Để tôi kể bạn nghe bằng một hình ảnh tôi hay dùng khi ngồi cạnh chủ tiệm: cái xô thủng đáy.

Quảng cáo trên Facebook hay Google, giỏi lắm, chỉ làm được một việc — lừa một người lạ đi ngang qua cửa tiệm bạn. Hết. Nó không tự để ra khách quay lại. Nó là vòi nước đang xối vào xô.

Nhưng nếu cái xô của bạn thủng đáy — tiệm chưa có hồ sơ Google Maps, chưa có website giữ khách, chưa có chỗ cho khách đặt lịch — thì đổ vào bao nhiêu chảy ra bấy nhiêu. Càng xối mạnh, càng chảy nhanh. Người ta bảo "thuê đũa chạy quảng cáo giỏi hơn đi" — với tôi đó chỉ là đổ nước mạnh hơn vào cái xô vẫn đang thủng. Tiền đi nhanh hơn, thế thôi.

Thứ tự đúng ngược lại: **bịt đáy xô trước, rồi mới đổ nước**. Bịt đáy nghĩa là làm Google Maps và chỗ giữ khách trước. Đổ nước — tức quảng cáo — để sau. Và tin vui cho cái ví của bạn: bước bịt đáy rẻ nhất lại chính là bước hiệu quả nhất. Nó tên là Google Maps, và bạn làm được nó mà không cần biết một dòng code.

I Chuyện tiệm K&K Nails ở Đức

Tôi làm thật vụ này, nên kể bạn nghe cho có đầu có đuôi.

K&K Nails là một tiệm nail của người Việt bên Đức. Tay nghề khỏi chê, khách quen kín lịch. Nhưng khách LẠ — người vừa dọn tới khu, đang cầm điện thoại gõ "Nagelstudio in der Nähe" (tiệm nail gần đây) — thì gần như không tìm ra tiệm. Trên Google, tiệm mờ nhạt, gần như tàng hình.

Đau nhất không phải vì tay nghề kém — thợ ở đây làm đẹp. Cũng không phải anh chủ lười — tiệm mở cửa đều đặn. Đau ở chỗ ngay lúc đó, ngoài kia có người lạ đang cần làm nail, đang cầm điện thoại tìm một chỗ gần đó, mà không cách nào chạm tới được tiệm. Cái xô thủng đáy đúng nghĩa đen.

Và đây là chỗ nhiều người tưởng tôi sẽ khuyên chạy quảng cáo ngay. Tôi không. Tôi bịt đáy xô trước đã. Cùng anh chủ, tôi dựng lại hồ sơ Google

Maps cho tử tế — ảnh thật bộ móng, giờ mở cửa, khu vực phục vụ — rồi gắn thẳng website kknails.de có nút đặt lịch vào. Không một dòng code anh phải đụng tay. Không tốn một đồng quảng cáo.

Rồi khách lạ gõ "tiệm nail gần đây" — họ gõ *từ khóa*, chứ chẳng ai gõ tên tiệm anh cả, vì họ có biết anh là ai đâu. Giờ tiệm hiện lên. Bấm vào là ra thẳng trang đặt lịch của chính tiệm.

Bây giờ mỗi ngày K&K Nails có **20–30 lượt khách tự đặt lịch thẳng qua website** — không qua app, không mất một đồng hoa hồng, số khách nằm trong tay anh chủ. Từ một tiệm gần như vô hình với người lạ, chỉ nhờ bịt lại cái đáy xô.

| Bài kiểm tra 1 phút — làm ngay bây giờ

Đừng tin lời tôi. Tự kiểm tra tiệm mình đi, mất đúng một phút:

1. Mở Google Maps trên điện thoại.
2. Gõ tên dịch vụ hoặc món của bạn kèm tên khu. Kiểu "tiệm nail [tên khu bạn ở]", hoặc "nem ngon gần đây", "quán Việt gần đây".
3. Nhìn xem tiệm bạn hiện ở đâu. Trang đầu? Phải kéo mãi mới thấy? Hay tàng hình luôn như K&K Nails lúc đầu?

Kết quả bạn vừa thấy chính là số phận của mọi người lạ đang đói, đang cần dịch vụ của bạn, cầm điện thoại tìm ngay lúc này. Nếu bạn tàng hình, họ bước vào cửa tiệm bên cạnh.

Bạn không hề kém — việc này vốn khó

Trước khi đi tiếp, tôi cần bạn buông một thứ xuống: cái mặc cảm "mình đâu phải dân IT".

Nghe tôi giải thích một người chạy quảng cáo chuyên nghiệp thật sự làm gì. Họ gán sáu việc cùng lúc: nhắm đúng nhóm khách; gán pixel (mã theo dõi nhỏ cài vào web để biết ai đã ghé); làm retargeting (bám theo lại người đã ghé mà chưa mua); tìm lookalike (nhóm người lạ có đặc điểm giống khách cũ của bạn); viết nội dung có neo giá cho khéo; và đo lời lỗ từng đồng.

Sáu việc đó. Còn bạn thì sao? Bạn vừa đứng bếp hoặc ôm chân khách làm móng, vừa được kỳ vọng ôm luôn cả sáu việc kia. Đứt gánh là chuyện đương nhiên. Không phải bạn dở. Việc nó vốn khó, và nó vốn là việc của cả một đội. Cẩm nang này sẽ chỉ bạn bắt đầu từ phần dễ nhất, dễ nhất, mà bạn thừa sức tự làm.

7 bước dựng Google Maps giữ khách (bị đầy xô)

Đây là đúng lộ trình tôi làm cho tiệm thật. Làm theo thứ tự.

Bước 1 — Giành lại quyền sở hữu hồ sơ

Trước tiên phải chắc chắn tài khoản Google Business (hồ sơ trên Maps) là của *bạn*, do *bạn* nắm mật khẩu.

Đây là cạm bẫy tôi thấy nhiều rồi, nói thẳng để bạn tránh: nhiều chủ tiệm thuê đội bên ngoài chạy hộ, rồi sau 6 đến 12 tháng đội đó nghỉ hoặc giận nhau, ôm luôn mật khẩu cả website lẫn Google Maps đi mất. Tiệm bạn, tên bạn, khách của bạn — mà bạn không vào nổi. Đừng để rơi vào cảnh đó. Tự cầm tài khoản.

Bước 2 — Điền hồ sơ đủ và đúng

Điền cho kín: tên, ngành nghề đúng, khu vực phục vụ, giờ mở cửa, danh sách dịch vụ kèm giá.

Một mẹo nhỏ về tên hiển thị: cho nó chứa từ khóa mà khách hay gõ. Thay vì để trống mỗi tên riêng, hãy để kiểu "Nailstudio [tên riêng] — [tên khu]". Vì khách lạ gõ "nailstudio" cộng tên khu, chứ họ không gõ tên riêng tiệm bạn — họ chưa biết bạn là ai mà gõ.

Bước 3 — Ảnh thật, chụp tử tế

Ảnh không gian tiệm, ảnh dịch vụ hoặc món ăn, ảnh tác phẩm móng, ảnh đội ngũ. Chụp bằng điện thoại cũng được, miễn đủ sáng và thật.

Đừng lấy ảnh trên mạng. Khách nhìn ra ngay, và Google cũng không thích. Ảnh bộ móng thật ở tiệm K&K Nails còn thuyết phục hơn mọi ảnh stock đẹp long lanh.

Bước 4 — Gắn link website và nút đặt lịch

Gắn link website và nút Đặt lịch (với tiệm dịch vụ) hoặc Đặt bàn (với quán ăn) thẳng vào hồ sơ. Đây là chỗ biến người đang xem Maps thành một cái hẹn thật trong sổ.

Nếu bạn chưa có website, đây chính là lỗ hổng lớn nhất còn lại ở đây xò: khách tìm thấy bạn rồi, nhưng không có chỗ để "chốt" nên họ lướt

đi. Có Maps mà chưa có chỗ giữ khách thì mới bịt được nửa cái đáy.

Bước 5 — Lấy mã QR đánh giá dán ở quầy

Lấy mã QR của hồ sơ Google Maps, in ra, dán ở quầy tính tiền, trên hóa đơn, hoặc để trên bàn. Khách vừa hài lòng, đưa điện thoại quét cái là để lại đánh giá tại chỗ. Đừng bắt họ về nhà mới đánh giá — về nhà là quên.

Bước 6 — Cổ máy đánh giá

Đây là động cơ đẩy tiệm bạn lên trên. Đặt mục tiêu xin khoảng **5 khách mỗi ngày** để lại đánh giá — cộng dồn lại là khoảng **100 đánh giá 5 sao mỗi tháng**.

Bí quyết nằm ở thời điểm hỏi. Xin ngay lúc khách vui nhất: vừa ngấm bộ móng mới xong còn đang xuýt xoa, vừa buông đĩa khen món ngon. Đúng khoảnh khắc đó họ gật đầu dễ nhất. Để nguội một tiếng là hỏng.

Bước 7 — Phản hồi mọi đánh giá và xin giới thiệu

Trả lời hết mọi đánh giá — cả khen lẫn chê. Chê mà bạn trả lời điềm tĩnh, tử tế, người lạ đọc được còn tin bạn hơn. Và với khách đã hài lòng, hỏi thêm một câu: giới thiệu giúp tiệm cho bạn bè nhé. Một khách hài lòng biến thành cả một kênh mang khách mới tới, mà không tốn đồng quảng cáo nào.

Khi nào mới đổ tiền quảng cáo — và "3 con số" đọc như sổ thu chi

Bị xong đáy xô — có Maps, có chỗ giữ khách — thì mới tới lúc đổ nước. Không sớm hơn.

Bắt đầu nhỏ. 5 euro một ngày. Đứng bằng một ly cà phê. Và chỉ dùng tiền bạn sẵn sàng mất — **đừng bao giờ vay để chạy quảng cáo.** Mấy đồng đầu tiên hãy coi là tiền học phí, không phải tiền đầu tư chắc lời. Tôi nói thật lòng: giai đoạn đầu gần như chắc chắn bạn sẽ tiêu một khoản mà chưa ra đơn nào. Đó là bình thường.

Giờ tới phần làm bạn thấy quảng cáo hết đáng sợ. Bạn không cần biết kỹ thuật gì hết — chỉ cần đọc **3 con số**, y như đọc sổ thu chi cuối ngày:

- **X** = hôm nay bạn tiêu bao nhiêu euro cho quảng cáo. (Bạn tự đặt, bạn biết thừa.)
- **Y** = có bao nhiêu người nhấn tin hoặc gọi tới từ quảng cáo đó. (Facebook và Google tự đếm sẵn, bạn chỉ việc mở ra nhìn.)
- **X chia Y** = mỗi khách hỏi tới tốn của bạn bao nhiêu. Bấm máy tính trên điện thoại là ra.

Xong. Bây giờ so con số đó với số tiền lời một khách mang lại cho bạn.

Và đây là chỗ nhiều người tính sai rồi tưởng lỗ: đừng chỉ tính lần đầu khách ghé. Phải cộng cả những lần khách *quay lại* — lần 2, lần 3, lần thứ 10. Một khách trung thành đáng gấp nhiều lần cái lần ghé đầu tiên. Nếu chỉ nhìn lần đầu, bạn sẽ tưởng lỗ và tắt quảng cáo, cắt luôn cả dòng khách thật đang tới.

Đọc mấy con số này ở đâu? Google Maps tự ghi tuần này có mấy người bấm gọi, mấy người bấm chỉ đường. Facebook tự đếm mấy người nhấn

tin. Bạn chỉ việc mở mắt nhìn.

Còn một cách đo nữa, rẻ và chính xác không ngờ: **hỏi thẳng khách lạ**. "Anh/chị biết tiệm qua Google Maps hay bạn bè giới thiệu?" Hỏi vài chục người là bạn biết đồng tiền X kia thật sự đổi được bao nhiêu khách thật.

Một điều tôi giữ nguyên tắc: bạn được buông việc tay chân — đăng bài, trả tin, rải ảnh — cho nhân viên hoặc công cụ làm. Nhưng phần nhìn số và ra quyết định thì đừng buông. Đó là tay lái. Buông tay lái là hết.

4 sai lầm chết người

Tôi gom lại đây bốn thứ tôi thấy chủ tiệm mắc nhiều nhất. Tránh được là bạn đi trước phần lớn người khác.

1. **Chạy quảng cáo trước khi có Google Maps và chỗ giữ khách.** Đổ nước vào xô thủng. Càng mạnh càng đau.
 1. **Giao trọn cho đội thuê rồi mù tịt.** Cuối tháng nhận báo cáo đẹp — nghìn lượt like, chục nghìn lượt tiếp cận — mà ngân kéo tiền vẫn y nguyên. Like không phải tiền.
 1. **Chạy mà không đo.** Rồi mờ mắt. Hoặc hoảng quá tắt sạch, cắt luôn khách thật. Hoặc liều quá đổ thêm theo cảm tính. Cả hai đều cháy túi.
 1. **Bê con số tiệm người khác áp vào tiệm mình.** Ngành này chưa có con số chuẩn chung. Chi phí mỗi khách tùy tiệm, tùy khu, tùy giá dịch vụ. Số của tiệm bên cạnh không phải số của bạn.
-

I Phụ lục — Bộ công cụ dùng ngay

Một mẹo copywriting của tôi trước khi đưa mẫu: khi nói về giá hay lợi ích, hãy so với thứ khách thấy quen và thấy rẻ. Với người Việt là "mười bát phở", với người Đức là "hai bữa ăn trưa". Nghe cụ thể hơn con số khô khan nhiều.

Và nhấn *đúng ngôn ngữ của khách*. Một tin nhắn quảng cáo trả phí nếu nhầm sai ngôn ngữ tốn cỡ 500–600 nghìn một tin; nhầm đúng chỉ khoảng 20 nghìn. Cùng một tin, khác nhau chỗ đó. Còn kênh tìm khách rẻ nhất thì đây: nhấn vào các nhóm hội người Việt ở nước sở tại — không cần quảng cáo.

Dưới đây là mẫu để bạn chép, chỉ thay tên và link.

I PHỤ LỤC A — BỘ MẪU TIN NHẮN XIN ĐÁNH GIÁ 5 SAO

Mẹo vàng của Mợ: Đừng gửi lúc khách vừa bước vào. Gửi đúng **khoảnh khắc khách vừa hài lòng nhất** — vừa soi bộ móng mới xong dưới đèn, vừa buông đĩa khen "nem giòn thật". Lúc đó đưa điện thoại có sẵn mã QR hồ sơ Google Maps, hoặc nhắn tin kèm link đánh giá dán sẵn. Khách đang vui thì tay bấm 5 sao nhanh hơn bạn nghĩ. Để họ ra khỏi cửa rồi mới nhắn là mất 8 trên 10 người.

Tiếng Việt (cho khách Việt)

Mẫu 1 — ngắn gọn, ấm áp

Cảm ơn anh/chị đã ghé tiệm hôm nay ạ! Nếu anh/chị thấy hài lòng, cho em xin **1 đánh giá 5 sao trên Google** giúp em nhé — chỉ mất 30 giây thôi mà giúp tiệm nhỏ tụi em rất nhiều. Em gửi link đây ạ 👉 [LINK]

Mẫu 2 — có lý do cụ thể

Dạ em cảm ơn chị nhiều! Tiệm mình mới mở, đang cố để nhiều người trong khu biết tới. Chị viết giúp em **vài dòng đánh giá trên Google Maps** được không ạ? Chị chê chỗ nào em sửa chỗ đó, mà chị khen thì em vui cả tuần 😊 Link đây ạ 👉 [LINK]

Mẫu 3 — quét mã tại chỗ

Anh/chị quét giúp em **mã QR ở quầy** để lại 5 sao trên Google nha! Đánh giá của anh/chị là cách người lạ tìm ra tiệm mình. Em cảm ơn nhiều ạ ❤️

Tiếng Đức (Deutsch) — cho khách Đức

Mẫu 1 — kurz und herzlich

Vielen Dank für Ihren Besuch heute! Wenn Sie zufrieden waren, würden wir uns riesig über eine **5-Sterne-Bewertung bei Google** freuen. Es dauert nur 30 Sekunden und hilft unserem kleinen Team sehr. Hier ist der Link  [LINK]

Mẫu 2 — mit persönlichem Grund

Herzlichen Dank für Ihren Besuch! Wir sind ein kleines Familienunternehmen und möchten, dass mehr Menschen in der Nähe uns finden. Würden Sie uns mit ein paar Worten **bei Google Maps bewerten**? Ihre Meinung hilft uns wirklich weiter. Hier entlang  [LINK]

Mẫu 3 — QR-Code vor Ort

Scannen Sie gerne den **QR-Code an der Theke** und hinterlassen Sie uns eine Bewertung bei Google. So finden neue Gäste den Weg zu uns. Ganz herzlichen Dank! 

Tiếng Anh (English) — cho khách Mỹ/Anh/Canada

Mẫu 1 — short and warm

Thank you so much for coming in today! If you enjoyed your visit, we'd truly appreciate a quick **5-star review on Google** — it takes 30 seconds and means the world to our small team. Here's the link  [LINK]

Mẫu 2 — with a personal reason

Thanks again for stopping by! We're a small local business trying to reach more neighbors. Would you mind leaving us **a few words on Google Maps**? Your review is how new customers find us. Here's the link  [LINK]

Mẫu 3 — scan on the spot

Feel free to scan the **QR code at the counter** and leave us a review on Google. It's the best way for new guests to discover us. Thank you so much! 

I PHỤ LỤC B — MẪU PHẢN HỒI ĐÁNH GIÁ

Nhớ: Trả lời **hết**, cả tốt lẫn xấu. Người lạ đọc review không chỉ nhìn sao — họ nhìn cách bạn ứng xử với lời chê. Một câu trả lời bình tĩnh, tử tế trước một đánh giá 1 sao đôi khi bán hàng giỏi hơn mười lời khen.

Cảm ơn đánh giá 5 sao

Mẫu C1

VI: Cảm ơn anh/chị rất nhiều vì những lời tốt đẹp! Được phục vụ anh/chị là niềm vui của tụi em. Hẹn gặp lại lần sau nhé ❤️

DE: Vielen herzlichen Dank für Ihre netten Worte! Es war uns eine große Freude, Sie zu bedienen. Wir freuen uns auf Ihren nächsten Besuch ❤️

EN: Thank you so much for your kind words! It was a real pleasure to serve you. We can't wait to see you again ❤️

Mẫu C2

VI: Dạ em cảm ơn chị đã dành thời gian đánh giá! Chị vui là tụi em vui. Lần sau chị ghé, em để dành chỗ đẹp nhất cho chị nha 😊

DE: Herzlichen Dank, dass Sie sich die Zeit für eine Bewertung genommen haben! Ihre Zufriedenheit ist unser größter Ansporn. Bis zum nächsten Mal! 😊

EN: Thank you for taking the time to leave a review! Your happiness is what we work for. See you next time — we'll save you the best spot 😊

Xử lý đánh giá xấu

Mẫu C3 — nhận thiện chí, mời quay lại

VI: Cảm ơn anh/chị đã góp ý thẳng thắn. Em rất tiếc vì trải nghiệm lần này chưa được như mong đợi — đó là lỗi của tụi em, không phải của anh/chị. Em mong được đón anh/chị một lần nữa để làm lại cho đúng. Anh/chị nhắn giúp em số điện thoại/tin nhắn để em liên hệ trực tiếp nhé.

DE: Vielen Dank für Ihr ehrliches Feedback. Es tut uns aufrichtig leid, dass Ihr Besuch nicht Ihren Erwartungen entsprach — das liegt an uns, nicht an Ihnen. Wir würden uns sehr freuen, Sie noch einmal begrüßen zu dürfen, um es besser zu machen. Melden Sie sich gerne direkt bei uns.

EN: Thank you for your honest feedback. We're truly sorry your visit didn't meet your expectations — that's on us, not on you. We'd love the chance to welcome you back and make it right. Please reach out to us directly so we can help.

Mẫu C4 — bình tĩnh, không cãi, xin cơ hội

VI: Em thành thật xin lỗi vì đã khiến anh/chị không hài lòng. Tụi em coi mỗi lời chê là một bài học để tốt hơn. Nếu anh/chị cho tụi em thêm một cơ hội, em xin đích thân lo cho anh/chị lần tới. Cảm ơn anh/chị đã nói ra để tụi em biết mà sửa.

DE: Wir entschuldigen uns aufrichtig, dass Sie unzufrieden waren. Jede Kritik nehmen wir als Chance, besser zu werden. Wenn Sie uns eine weitere Gelegenheit geben, kümmern wir uns beim nächsten Mal persönlich um Sie. Danke, dass Sie es angesprochen haben.

EN: We sincerely apologize that you were unhappy. We take every piece of criticism as a chance to do better. If you'd give us another opportunity, we'll personally take care of you next time. Thank you for letting us know so we can improve.

PHỤ LỤC C — CHECKLIST GOOGLE MAPS (IN RA, TICK TỪNG Ô)

In tờ này ra, dán lên tường gần quầy. Làm xong ô nào tick ô đó. Xong hết cái này rồi mới nghĩ tới chuyện đổ 1 euro quảng cáo.

Bài kiểm tra 1 phút (làm trước tiên)

- ☐ Mở Google Maps, gõ "tiệm nail [tên khu]" / "nem ngon gần đây" kiểu khách lạ hay gõ

- ☐ Nhìn xem tiệm mình hiện ở đâu — hay đang "tàng hình" như K&K Nails lúc đầu

Bước 1 — Giành lại quyền sở hữu

- ☐ Xác nhận **tôi** (không phải đội thuê cũ) đang nắm tài khoản Google Business/Maps
- ☐ Đổi mật khẩu, ghi lại email + mật khẩu vào sổ riêng của mình
- ☐ Kiểm tra không ai khác còn quyền quản lý (gỡ người lạ ra)

Bước 2 — Điền hồ sơ đủ & đúng

- ☐ Tên hiển thị có chứa **từ khóa khách hay gõ** (ví dụ: "Nailstudio ... + tên khu")
- ☐ Chọn đúng ngành nghề / danh mục
- ☐ Điền khu vực phục vụ
- ☐ Điền giờ mở cửa (kể cả ngày lễ)
- ☐ Liệt kê danh sách dịch vụ / món + giá

Bước 3 — Ảnh thật, chụp tử tế

- ☐ Ảnh không gian tiệm/quán
- ☐ Ảnh sản phẩm / món ăn / tác phẩm móng
- ☐ Ảnh đội ngũ
- ☐ KHÔNG lấy ảnh trên mạng — chỉ ảnh thật của tiệm

Bước 4 — Gắn link giữ khách

- ☐ Gắn **link website** vào hồ sơ
- ☐ Gắn **nút Đặt lịch / Đặt bàn** vào hồ sơ

- ☐ (Chưa có web? Đây là lỗ hổng giữ khách — ghi chú lại để làm sau)

Bước 5 — Mã QR đánh giá

- ☐ Lấy mã QR hồ sơ Google Maps
- ☐ In và dán ở quầy
- ☐ Dán trên hóa đơn / để trên bàn cho khách quét tại chỗ

Bước 6 — Cổ máy đánh giá

- ☐ Đặt mục tiêu xin **~5 khách/ngày** để lại đánh giá (≈ 100 đánh giá 5 sao/tháng)
- ☐ Xin đúng lúc khách **vừa hài lòng nhất** (vừa làm xong đẹp / vừa khen món)
- ☐ Dùng sẵn mẫu tin nhắn ở Phụ lục A

Bước 7 — Phản hồi & biến khách thành kênh

- ☐ Trả lời **mọi** đánh giá — cả tốt lẫn xấu (dùng mẫu Phụ lục B)
- ☐ Xin khách hài lòng **giới thiệu bạn bè** tới tiệm
- ☐ Hỏi khách lạ: "anh/chị biết tiệm qua Google Map hay bạn giới thiệu?" để biết cái gì đang chạy
-

Bạn không phải làm một mình

Bạn vừa cầm trong tay đúng lộ trình tôi làm cho tiệm thật. Làm theo là ra kết quả — tôi tin bạn làm được.

Nhưng nếu bạn muốn có người ngồi cạnh, cầm tay chỉ từng nút bấm — như tôi đã làm miễn phí cho tiệm Hà Hoàng từ đầu tới cuối — thì đây là chỗ bắt đầu:

 **Đặt lịch "Cà phê chiến lược 30 phút" với Mợ** (miễn phí):
tôi soi hồ sơ Google Maps tiệm bạn, chỉ ngay 2–3 chỗ đang
rò khách. 🖐️ Nhắn Mợ qua WhatsApp: +84 979 797 598

 **Nhận bản demo website tiệm miễn phí:** xem trước tiệm bạn lên web trông thế nào, ưng mới tính chuyện tiếp. 
web24h.theanh.vn

 **Nhấn thả cho Mợ trên Facebook:**
facebook.com/modung8

Chỉ cần bắt đầu từ bài kiểm tra 1 phút tối nay. Mở Google Maps, gõ tên dịch vụ + khu mình. Bạn sẽ biết ngay đây xô của mình đang thủng tới đâu.

I Về tác giả — Mợ Dung

Tôi không bắt đầu từ marketing. Tôi bắt đầu từ **kho vật tư ngành nail** — nhiều năm bán kìm, khăn thương hiệu riêng, màu bột, bộ kit... cho các đội thợ Việt ở Mỹ, Anh, Đức, Tây Ban Nha, Tiệp. Có thời điểm tôi xuất cả **container 40 feet**, thức tới 2–3 giờ sáng chốt đơn theo múi giờ khách. Chính những năm đứng sau lưng chính những người chủ tiệm ấy cho tôi hiểu họ sợ gì, cần gì, tiêu tiền vào đâu — tôi là người *trong* ngành, không phải người ngoài nghề nói vọng vào.

Nay tôi làm **website và hệ thống CRM/marketing cho tiệm nail, nhà hàng, siêu thị Việt Kiều**, hiện đang phục vụ **9 tiệm thật đang chạy**. Đỉnh điểm tôi từng chốt **156 triệu doanh thu trong 2 ngày** từ việc này — con số tôi luôn sẵn sàng kể chi tiết. Tôi rèn bán hàng suốt **3 năm trong BNI**, học trực tiếp từ thầy Phạm Thành Long. Phần kỹ thuật do chồng tôi — Thế Anh — trực tiếp dựng; nên khi tôi nói "làm được", nghĩa là đội tôi đã làm rồi.

Một điều tôi nói rõ: tôi **không nhận chạy quảng cáo thuê**. Tôi chỉ ngồi cạnh dạy chủ tiệm tự làm — tự cầm tài khoản, tự nhìn số, tự quyết. Như tôi đã làm miễn phí từ đầu tới cuối cho tiệm Hà Hoàng. Vì cái tay lái đó là của bạn, tôi không giữ hộ được.

Facebook: facebook.com/modung8

Lưu ý quan trọng. Đây là chia sẻ kinh nghiệm cá nhân của tôi, **không phải lời khuyên tài chính hay cam kết kết quả.** Quảng cáo là kênh có rủi ro — giai đoạn đầu gần như chắc chắn bạn sẽ tốn một khoản học phí chưa ra đơn. Chỉ dùng số tiền bạn sẵn sàng mất, đừng vay mượn để chạy. Mọi con số ví dụ trong bài chỉ để minh họa; con số thật tùy tiệm, tùy khu, tùy giá dịch vụ của bạn.