

GIỚI THIỆU

MẠNG XÃ HỘI CHUYÊN NGÀNH – MỘT SẢN PHẨM CỦA SMARTWEBSITE.VN

Tác giả: **Gia Nam** – Founder & CEO SmartWebsite.vn

www.GiaNam.vn

MỤC LỤC

1	CÂU HỎI CHUNG.....	3
1.1	Vì sao có mạng xã hội này trong khi đã có Facebook?.....	3
1.2	Mạng xã hội này khác Facebook ở điểm nào?.....	3
1.3	Mạng xã hội này hoạt động như thế nào?.....	4
1.4	Vì sao cần sớm tham gia mạng xã hội này?.....	6
1.5	Thành viên nên đăng gì và không nên đăng gì?.....	6
1.6	Làm sao để trở thành THÀNH VIÊN TÍCH CỰC.....	6
1.7	Làm sao để được tham gia vào BAN QUẢN TRỊ.....	7
1.8	Làm sao để có nhiều điểm và nhiều người theo dõi.....	7
2	THÀNH VIÊN CÁ NHÂN THƯỜNG HỎI.....	8
2.1	Mạng xã hội này giúp mỗi cá nhân như thế nào?.....	8
2.2	Cách xây dựng thương hiệu cá nhân tại mạng xã hội này.....	9
2.3	Cách thăng tiến và tìm một công việc tốt hơn.....	10
2.4	Những cách kiếm tiền từ mạng xã hội này?.....	10
2.5	Cách nhận việc làm thêm trên mạng xã hội này.....	11
2.6	Cách truyền nghề và đăng một khóa học.....	13
2.7	Cách học theo kiểu "truyền nghề" tại mạng xã hội này.....	14
2.8	Cách tìm "Sur Phụ" trên mạng xã hội này.....	15
2.9	Cách chiêu mộ "Đệ Tử" từ mạng xã hội này.....	16
3	THÀNH VIÊN DOANH NGHIỆP THƯỜNG HỎI.....	18
3.1	Mạng xã hội này giúp các công ty và tổ chức như thế nào?.....	18

3.2	Mạng xã hội này giúp nhà tuyển dụng như thế nào?	19
3.3	Cách đăng tin tuyển dụng.....	19
3.4	Cách thu hút ứng viên phù hợp	20
3.5	Cách tăng doanh số bán hàng nhờ mạng xã hội này	21
3.6	Vì sao nên trao học bổng hoặc tổ chức một cuộc thi để quảng bá thương hiệu.....	22
4	KHÁCH HÀNG CỦA NGÀNH NGHỀ NÀY THƯỜNG HỎI.....	22
4.1	Mạng xã hội này giúp khách hàng của ngành nghề này như thế nào?.....	22
5	TÔI MUỐN TẠO MỘT MẠNG XÃ HỘI CHO RIÊNG LĨNH VỰC CỦA MÌNH CÓ ĐƯỢC KHÔNG?.....	23
5.1	Ai phù hợp để quản lý mạng xã hội này	23
5.2	Mạng xã hội này cũng là một “cỗ máy in tiền tự động” như Facebook.....	24
5.3	Quản trị mạng xã hội này có khó không?	25
5.4	Chi phí để vận hành mạng xã hội này có lớn không?	25
6	CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN MỘT MẠNG XÃ HỘI CHUYÊN NGÀNH NHƯ THỂ NÀO? 27	
6.1	Bước 1: thuê hệ thống, chọn tên miền.	27
6.2	Bước 2: xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu	28
6.3	Bước 3: lập đội ngũ cố vấn chuyên môn, ban quản trị và những thành viên đầu tiên	28
6.4	Bước 4: xây dựng nội dung website.....	30
6.5	Bước 5: Marketing & Sale	30
	6.5.1 A. MARKETING	31
	6.5.2 B. SALE.....	33
6.6	Bước 6: thu thập phản hồi từ khách hàng, hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ.....	34
6.7	Bước 7: “lấn sân” sang mảng tuyển dụng nhân sự	34
6.8	Bước 8: quảng cáo ngầm thông qua review	35

1 **CÂU HỎI CHUNG**

1.1 **Vì sao có mạng xã hội này trong khi đã có Facebook?**

Facebook chỉ giúp ta kết nối với người thân và bạn bè, nhưng không giúp ta kết nối với đồng nghiệp và khách hàng một cách hiệu quả, nên rất cần một nơi để:

Kết nối những người làm việc trong ngành xây dựng như kiến trúc, kết cấu, M&E, vật tư thiết bị... để cùng nhau tạo nên một công trình hoàn thiện.

Giúp những người cần xây nhà có một nơi dễ dàng tìm kiếm kiến trúc sư và các nhà thầu xây dựng, nhà thầu cung cấp vật tư thiết bị nội thất.

Giúp mỗi cá nhân trong ngành xây dựng thể hiện năng lực của họ bằng cách chia sẻ những sáng kiến, những thành quả trong công việc của mình, nhằm tạo nên một bản CV sống động để xin việc, để chứng tỏ năng lực với đồng nghiệp, để thu hút khách hàng, và để chiêu mộ nhân tài khi khởi nghiệp.

Giúp doanh nghiệp ngành xây dựng có một nơi tuyển dụng nhân sự và tìm kiếm nhân tài bằng cách xem những bản “CV sống động” thể hiện năng lực thực tế của ứng viên.

Giúp sinh viên khối ngành xây dựng, kiến trúc, hạng tầng có một nơi học hỏi kinh nghiệm thực tế và tìm những người hướng dẫn sau khi ra trường.

Đây cũng là nơi để trau dồi kiến thức, chia sẻ tài liệu chuyên ngành. Ngoài ra, các thắc mắc tại đây còn được những chuyên gia giải đáp cặn kẽ.

Tóm lại, ngành xây dựng Việt Nam cần có một nơi để kết nối giữa các cá nhân trong ngành xây dựng – các doanh nghiệp trong ngành xây dựng – các trường đại học trong ngành xây dựng – các chủ đầu xây dựng.

Nếu có một nơi như vậy thì ngành xây dựng của Việt Nam sẽ được thúc đẩy và phát triển nhanh chóng. Nhưng hiện nay ở Việt Nam chưa có một nơi như vậy nên chúng tôi lập ra Mạng Xã Hội Cho Ngành Xây Dựng này để thực hiện những mục tiêu ấy.

1.2 **Mạng xã hội này khác Facebook ở điểm nào?**

Facebook là nơi để bạn theo dõi thông tin của bạn bè và người thân, cũng như các tin tức xã hội giải trí. Còn mạng xã hội chuyên ngành là nơi để bạn theo dõi tin tức trong ngành của bạn và của những cá nhân, tổ chức mà bạn đang quan tâm.

Facebook là nơi để bạn chia sẻ những hoạt động trong cuộc sống hàng ngày đến người thân và bạn bè. Còn mạng xã hội chuyên ngành này là nơi để bạn chia sẻ những sáng kiến, những kinh nghiệm,

những mốc thăng tiến trong sự nghiệp của mình. Điều này giúp bạn dễ dàng thể hiện năng lực của mình với nhà tuyển dụng, với nhân viên bằng cách gửi cho họ xem hồ sơ của bạn tại mạng xã hội này.

Bạn không thể vào Facebook tìm kiếm những người giỏi nhất hoặc những công ty tốt nhất trong một ngành nào đó tại TP HCM, nhưng bạn có thể làm điều đó tại trang Tìm thành viên một cách dễ dàng. Đây thực sự là một quyển “danh bạ sống” của mỗi ngành.

Bạn không thể vào một Group hay Fanpage để tìm kiếm theo tên bài viết nào đó đã đăng từ rất lâu, hoặc lọc xem các bài viết theo những phân loại nhỏ, nhưng tại đây bạn có thể tìm một bài viết cụ thể đã đăng cách đây 5 năm, và kết quả được sắp xếp theo chất lượng tốt nhất.

Bạn cũng không thể từ chối nhận những tin tức không liên quan trên Group hoặc Fanpage, nhưng mạng xã hội của chúng tôi cho phép người dùng có thể cá nhân hóa bản tin New Feed của mình để chỉ nhận những tin tức mà mình quan tâm.

Khi bạn gia nhập vào một Group trên Facebook và miệt mài đăng bài để chứng tỏ năng lực của mình. Nhưng công sức của bạn nhanh chóng bị trôi vào quá khứ vì những người mới gia nhập không thể biết bạn đã đăng bao nhiêu bài, được tổng cộng bao nhiêu like và đang có bao nhiêu người theo dõi. Nhưng mạng xã hội này cho phép mọi người có thể lọc để tìm ra ngay những người nổi tiếng nhất, xem được tất cả các bài đã đăng của họ, xem tổng số like mà họ có được từ khi tham gia, xem những ai đang theo dõi họ và họ đang theo dõi ai.

Những người nổi tiếng nhất sẽ được hệ thống tự động gắn biểu tượng Chuyên Gia, ngang hàng với những người thuộc Ban quản trị. Các bình luận của thành viên Chuyên gia hoặc Ban quản trị sẽ luôn được nổi bật giúp người dùng không bị loạn giữa hàng ngàn bình luận vô căn cứ như trên Facebook. Tính năng này vừa cung cấp cho người dùng những bình luận tin cậy, vừa giúp quảng bá tên tuổi của những người nổi tiếng trong cộng đồng.

Ngoài ra, mọi người có thể Dislike một bài viết mà họ không thích, nếu bài viết nào có số Dislike đạt một ngưỡng nào đó thì sẽ tự động ẩn khỏi hệ thống, nên toàn bộ nội dung của mạng xã hội này do người dùng tự sàng lọc.

Tóm lại, mạng xã hội này được thiết kế để giúp mỗi người thể hiện năng lực chuyên môn của bản thân và kết nối với đồng nghiệp và các tổ chức trong ngành nghề. Bên cạnh đó, nó còn giúp bạn thu hút nhà tuyển dụng và thu hút những khách hàng tiềm năng vì cả hai nhóm này đều thường xuyên tìm kiếm những người như bạn tại đây.

1.3 Mạng xã hội này hoạt động như thế nào?

Đây là nơi kết nối giữa: các cá nhân trong ngành xây dựng - các doanh nghiệp trong ngành xây dựng - các trường đại học đào tạo xây dựng - các chủ đầu tư xây dựng.

Mạng xã hội này có những tính năng tương tự Facebook như:

1. Tất cả mọi người đều có thể đăng ký tài khoản để trở thành thành viên.
2. Chỉ có thành viên mới có quyền đăng bài viết, bình luận, hoặc cho điểm thành viên khác.
3. Có thể đăng bài viết không giới hạn lên trang chủ của mình. Bài viết được chèn hình ảnh, chèn video Youtube.com hoặc Share một đường link. Ngoài ra bạn còn có thể đính kèm file vào bài viết.
4. Các thành viên có thể theo dõi lẫn nhau. Khi bạn theo dõi một ai đó, nếu người đó đăng bài viết mới bạn sẽ nhận được thông báo. Mọi người đều có thể xem một thành viên nào đó đang theo dõi ai và ai đang theo dõi thành viên này.

Những tính năng khác Facebook của mạng xã hội chuyên ngành này:

1. Người dùng có thể tìm kiếm bài viết theo tiêu đề và theo từ khóa. Người dùng cũng có thể lọc các bài viết theo chủ đề, theo số điểm.
2. Người dùng có thể xem danh sách tất cả thành viên trên mạng xã hội này, có thể tìm kiếm thành viên theo tên, có thể lọc thành viên theo phân loại, theo lĩnh vực hoạt động và theo địa điểm làm việc.
3. Mỗi thành viên có thể đính kèm file CV hồ sơ vào trang chủ của mình để giới thiệu về bản thân.
4. Mỗi thành viên có thể cộng điểm cho bài viết của người khác, và cũng có thể trừ điểm bài viết của người khác.
5. Mỗi thành viên có thể cộng điểm cho bình luận của người khác, và cũng có thể trừ điểm bình luận của người khác.
6. Tổng số điểm của một thành viên được tổng hợp từ điểm của tất cả các bài viết và các bình luận của người này. Điểm từ bài viết và điểm từ bình luận có giá trị ngang nhau.
7. Nếu một bài viết có số điểm tăng nhanh trong thời gian gần đây sẽ được gắn thẻ MỚI NỔI.
8. Bản tin mặc định của thành viên được sắp xếp theo thứ tự : các bài viết MỚI NỔI hiển thị trên cùng, tiếp theo là các bài viết MỚI NHẤT. Mỗi thành viên có thể tùy chỉnh thứ tự này để bài viết hiển thị trên cùng là MỚI NHẤT, hay NHIỀU ĐIỂM NHẤT.
9. Thành viên có thể cá nhân hóa bản tin của riêng mình bằng cách chọn xem các danh mục mà mình ưa thích.
10. Bài viết bị các thành viên khác trừ điểm quá nhiều sẽ bị ẩn khỏi hệ thống một cách tự động.
11. Ngoài những thành viên bình thường, còn có hai loại thành viên đặc biệt: Thành Viên Tích Cực và Thành Viên Ban Quản Trị. Thành Viên Tích Cực là những người có số điểm cao nhất (xem thêm tại đây), thành viên Ban Quản Trị là những người quản trị mạng xã hội này. Bình luận của hai loại thành

viên này luôn hiển trị bên ngoài bản tin và luôn ở vị trí trên cùng trong tất cả các bình luận của thành viên.

12. Nếu bạn có một bài viết quan trọng và muốn bài viết này tiếp cận nhiều người, bạn có thể mua gói Đẩy Tin Lên Top để bài viết này được đẩy lên đầu tiên trong bản tin của mọi người.

13. Với các thành viên đại diện cho thương hiệu và muốn có nhiều người theo dõi mình, họ có thể mua gói quảng cáo thành viên để Tài khoản của họ xuất hiện tại cột Được Đề Xuất (bên phải bản tin trên giao diện máy tính để bàn).

14. Bạn có thể nạp tiền vào ví điện tử của mình trên mạng xã hội này để tự mua các gói dịch vụ tại đây.

1.4 Vì sao cần sớm tham gia mạng xã hội này?

Mạng xã hội này là nơi để cá nhân thể hiện năng lực và tầm ảnh hưởng, là nơi để công ty thể hiện uy tín và là nơi để trường đại học thể hiện danh tiếng của mình. Thước đo của năng lực, uy tín, danh tiếng tại đây chính là số điểm và số người đang theo dõi bạn.

Bạn tham gia mạng xã hội này càng sớm, đăng càng nhiều bài có chất lượng cao, comment giải đáp thắc mắc càng nhiều thì bạn sẽ càng có nhiều điểm và nhiều người theo dõi, điều đó thể hiện uy tín của bạn trong ngành nghề.

1.5 Thành viên nên đăng gì và không nên đăng gì?

Trang cá nhân của bạn tại đây như một hồ sơ xin việc, thể hiện mọi năng lực và kinh nghiệm của bạn trong công việc. Nó giúp bạn chinh phục nhà tuyển dụng, giúp bạn chiêu mộ nhân tài, giúp bạn gây ảnh hưởng với đồng nghiệp, giúp bạn thu hút khách hàng, nên hãy dành thật nhiều thời gian để xây dựng nó sao cho thật ấn tượng và chuyên nghiệp.

1. Chỉ nên chia sẻ những điều tích cực, mang tính chất xây dựng. Những chia sẻ của bạn sẽ góp phần tạo nên một sân chơi lành mạnh cho cộng đồng nghề nghiệp của mình.

2. Không nên chia sẻ những điều tiêu cực, thù địch, bêu xấu, vu khống... Cũng không nên chia sẻ những tâm sự riêng tư vì đã có Facebook để bạn làm điều đó.

3. Tuyệt đối không chia sẻ những gì liên quan đến chính trị và tôn giáo.

1.6 Làm sao để trở thành THÀNH VIÊN TÍCH CỰC

Bạn phải có số điểm thuộc TOP cao nhất tại mạng xã hội này, không kể đến số người đang theo dõi bạn. Khi đã là Thành Viên Tích Cực, bạn vẫn có thể bị mất danh hiệu này nếu số điểm của bạn không còn nằm trong TOP những người có điểm cao nhất. Số điểm của thành viên được cộng từ điểm của các bài viết và các bình luận của thành viên đó.

Quyền lợi Thành Viên Tích Cực

1. Trên hình đại diện luôn có biểu tượng Thành Viên Tích Cực.
2. Các comment của Thành Viên Tích Cực luôn hiển thị bên ngoài bản tin và hiển thị trên cùng trong tất cả bình luận.
3. Được tham gia miễn phí một số buổi hội thảo offline do mạng xã hội này tổ chức.
4. Được tham gia bàn luận và đóng góp ý kiến về định hướng phát triển của mạng xã hội này.
5. Được ưu tiên xét vào ban quản trị và nhóm những Nhà Sáng Lập.

1.7 Làm sao để được tham gia vào BAN QUẢN TRỊ

Quyền lợi của ban quản trị

1. Trên hình đại diện luôn có biểu tượng Ban Quản Trị.
2. Các comment của Ban Quản Trị luôn hiển thị bên ngoài bản tin và hiển thị trên cùng trong tất cả bình luận.
3. Có quyền xét duyệt các bài viết trong lĩnh vực mà mình quản lý.
3. Được tham gia miễn phí một số buổi hội thảo offline do mạng xã hội này tổ chức.
4. Được tham gia bàn luận và đóng góp ý kiến về định hướng phát triển của mạng xã hội này.
5. Được ưu tiên tham gia vào nhóm Nhà Sáng Lập.

Để được tham gia vào Ban Quản Trị:

Những người thuộc Ban Quản Trị thường là một cá nhân có uy tín nhất định trong ngành nghề, hoặc là một công ty, một trường đại học.

Chúng tôi ưu tiên mời những người liên tục là Thành Viên Tích Cực tham gia vào Ban Quản Trị.

Nếu bạn thực sự muốn góp sức xây dựng mạng xã hội này cùng với chúng tôi, cũng như để tạo dựng thương hiệu cho cá nhân hoặc tổ chức, vui lòng liên hệ với chúng tôi để cung cấp một số thông tin về bạn hoặc tổ chức của bạn, chúng tôi sẽ xét duyệt và phản hồi trong thời gian sớm nhất.

1.8 Làm sao để có nhiều điểm và nhiều người theo dõi

Số điểm và số người theo dõi chính là "thước đo năng lực" của bạn tại mạng xã hội chuyên ngành này. Nó giúp bạn xin việc, giúp bạn chứng tỏ năng lực với người quản lý và đồng nghiệp, nó còn giúp bạn chiêu mộ nhân tài khi bạn khởi nghiệp sau này. Do đó, hãy đầu tư thời gian và công sức để khiến nó có một sức "mê hoặc" bất kỳ ai xem nó.

Để có nhiều điểm (Point)

1. Chỉ thành viên đã đăng ký tài khoản mới có quyền cộng điểm.

2. Số điểm của bạn được cộng từ điểm của các bài viết và các bình luận của bạn. Bạn không cần đăng nhiều bài viết, nếu bạn bình luận hay vẫn có được rất nhiều điểm.

3. Bài viết và bình luận của bạn có thể bị trừ điểm bởi các thành viên khác, do đó, bạn không nên đăng những nội dung phản cảm, tiêu cực, vu khống hoặc liên quan đến chính trị và tôn giáo. Bài viết bị trừ điểm nhiều hơn một ngưỡng nhất định sẽ bị ẩn khỏi bản tin một cách tự động.

4. Đầu tư chăm chút cho các bài viết trên trang của bạn để nó được lọt vào trang Mới Nổi là cách tốt nhất để có nhiều điểm và nhiều người theo dõi.

5. Bạn có thể mời bạn bè và đồng nghiệp tham gia vào mạng xã hội này để cộng điểm giúp bạn, hoặc bạn hãy làm cách nào đó để có thật nhiều người theo dõi bạn, khi đó mỗi bài viết của bạn sẽ được thông báo đến bản tin của họ.

6. Bạn cũng có thể mua gói Đẩy Tin Lên Top cho những bài viết nổi bật của mình để chúng tiếp cận được nhiều người hơn và bạn sẽ có nhiều điểm hơn nếu bài viết đó thực sự hữu ích.

Để có nhiều người theo dõi

1. Hãy mời bạn bè và đồng nghiệp cùng tham gia vào mạng xã hội này để bạn có thêm nhiều người theo dõi.

2. Đầu tư chăm chút cho các bài viết của bạn là cách tốt nhất để có nhiều người theo dõi.

3. Hãy theo dõi những người nổi tiếng trong lĩnh vực mà bạn quan tâm, kể cả những người cùng chí hướng với bạn. Khi họ thấy bạn đang theo dõi họ, có thể họ cũng sẽ theo dõi lại bạn.

4. Hãy mua gói quảng cáo để tên của bạn xuất hiện tại cột Được Đề Xuất bên phải bản tin, điều này là rất cần thiết nếu tài khoản của bạn đại diện cho một thương hiệu.

2 THÀNH VIÊN CÁ NHÂN THƯỜNG HỎI

2.1 Mạng xã hội này giúp mỗi cá nhân như thế nào?

Mạng xã hội chuyên ngành là nơi để bạn theo dõi tin tức trong ngành của bạn và của những cá nhân, tổ chức mà bạn đang quan tâm.

Mạng xã hội chuyên ngành này là nơi để bạn chia sẻ những sáng kiến, những kinh nghiệm, những mốc thăng tiến trong sự nghiệp của mình. Điều này giúp bạn dễ dàng thể hiện năng lực của mình với nhà tuyển dụng, với nhân viên bằng cách gửi cho họ xem hồ sơ của bạn tại mạng xã hội này.

Nơi đây là một thư viện khổng lồ để bạn lưu trữ và tìm kiếm thức chuyên môn. Bạn không thể vào một Group hay Fanpage để tìm kiếm theo tên bài viết nào đó đã đăng từ rất lâu, hoặc lọc xem các bài

viết theo những phân loại nhỏ, nhưng tại đây bạn có thể tìm một bài viết cụ thể đã đăng cách đây 5 năm, và kết quả được sắp xếp theo chất lượng tốt nhất.

Bạn cũng không thể từ chối nhận những tin tức không liên quan trên Group hoặc Fanpage, nhưng mạng xã hội của chúng tôi cho phép người dùng có thể cá nhân hóa bản tin New Feed của mình để chỉ nhận những tin tức mà mình quan tâm.

Tóm lại, mạng xã hội này được thiết kế để giúp mỗi người thể hiện năng lực chuyên môn của bản thân và kết nối với đồng nghiệp và các tổ chức trong ngành nghề. Bên cạnh đó, nó còn giúp bạn thu hút nhà tuyển dụng và thu hút những khách hàng tiềm năng vì cả hai nhóm này đều thường xuyên tìm kiếm những người như bạn tại đây.

2.2 Cách xây dựng thương hiệu cá nhân tại mạng xã hội này

1. Hãy chia sẻ những sự kiện quan trọng trong sự nghiệp của bạn như những buổi lễ nhận bằng tốt nghiệp, lễ mừng thăng chức, lễ tuyên dương cá nhân xuất sắc của năm... Kể cả những dịp bạn được gặp hay làm việc cùng những nhân vật quan trọng trong ngành, hãy xin chụp cùng họ một tấm hình và chia sẻ cho các đồng nghiệp của bạn về điều đó.

2. Mỗi khi bạn hoàn thành một dự án mới, hãy đến tham dự buổi khánh thành và chia sẻ với mọi người về thành quả đó của bạn.

3. Nếu bạn được một "sư phụ" tại cộng đồng này nhận làm "đệ tử", đừng quên chia sẻ điều đó và những gì bạn đã học hỏi được từ họ.

4. Nếu bạn là một "sư phụ", hãy chia sẻ những lần kết nạp "đệ tử" của mình, và cho mọi người thấy bạn đã giúp đỡ họ như thế nào.

5. Hãy chia sẻ cho mọi người những kiến thức mà bạn sưu tầm được trong lĩnh vực của bạn. Đừng quên trích nguồn tác giả vì có thể bạn sẽ bị kiện vì vi phạm bản quyền.

6. Hãy chia sẻ những sáng kiến của bạn trong công việc, nhưng đừng nói tất cả, chỉ nên nói rằng: bạn gặp vấn đề gì? Sau khi nghiên cứu bạn đã tìm ra một cách sáng tạo để giải quyết nó và đây là kết quả (share hình ảnh). Bạn không nên chia sẻ chi tiết cách giải quyết vấn đề đó, vì có thể nó thuộc về bản quyền của công ty, nếu nó thuộc bản quyền của riêng bạn thì hãy để dành nó khi chia sẻ trong các khóa học của bạn.

7. Bạn cũng nên chia sẻ cả những vấn đề mà mình chưa giải quyết được, biết đâu có một đồng nghiệp khác đã tìm ra cách giải quyết rồi, hoặc bạn có thể hợp tác với họ để cùng tìm ra cách giải quyết vấn đề.

8. Dù bạn chia sẻ điều gì thì cũng chỉ nên tập trung vào đúng một lĩnh vực hẹp mà bạn đang phấn đấu để trở thành chuyên gia, đừng chia sẻ lan man đủ mọi thứ vì điều đó sẽ khiến nhà tuyển dụng không biết bạn chuyên về lĩnh vực gì để tuyển dụng bạn. Không ai tuyển một người để làm tất cả mọi việc.

2.3 Cách thăng tiến và tìm một công việc tốt hơn

1. Hãy chia sẻ những sáng kiến của bạn trong công việc, nhưng đừng nói tất cả, chỉ nên nói rằng: bạn gặp vấn đề gì? Sau khi nghiên cứu bạn đã tìm ra một cách sáng tạo để giải quyết nó và đây là kết quả (share hình ảnh). Bạn không nên chia sẻ chi tiết cách giải quyết vấn đề đó, vì có thể nó thuộc về bản quyền của công ty, nếu nó thuộc bản quyền của riêng bạn thì hãy để dành nó khi chia sẻ trong các khóa học của bạn.

2. Bạn cũng nên chia sẻ cả những vấn đề mà mình chưa giải quyết được, biết đâu có một đồng nghiệp khác đã tìm ra cách giải quyết rồi, hoặc bạn có thể hợp tác với họ để cùng tìm ra cách giải quyết vấn đề. Dù sao thì điều đó cũng cho sếp của bạn thấy được sự nỗ lực của bạn trong công việc.

3. Dù bạn chia sẻ điều gì thì cũng chỉ nên tập trung vào đúng một lĩnh vực hẹp mà bạn đang phấn đấu để trở thành chuyên gia, đừng chia sẻ lan man đủ mọi thứ vì điều đó sẽ khiến nhà tuyển dụng không biết bạn chuyên về lĩnh vực gì để tuyển dụng bạn. Không ai tuyển một người để làm tất cả mọi việc.

4. Hãy chia sẻ những kỷ niệm, những sự kiện của bạn cùng với công ty như các buổi hội thảo, những lần đón đoàn khách mời quan trọng, lễ trao bằng khen, tuyên dương cá nhân xuất sắc... Vì sao bạn nên làm điều này? Vì ban lãnh đạo thường quý trọng những nhân viên xem công ty như "tổ ấm" của mình và luôn tự hào về nó, và họ cũng muốn quảng bá những hình ảnh đẹp về công ty đến công chúng. Nếu bạn giúp họ làm điều đó, bạn sẽ nhanh chóng được tin tưởng và thăng tiến.

5. Tuyệt đối không nên chia sẻ những sự cố, tai nạn tại công ty của bạn, vì chắc chắn sếp bạn không thích điều đó.

6. Hãy Follow sếp của bạn, những đồng nghiệp trong công ty và Follow công ty bạn tại mạng xã hội này. Thường xuyên tương tác, bình luận với họ sẽ khiến hình ảnh của bạn luôn trong tâm trí họ.

2.4 Những cách kiếm tiền từ mạng xã hội này?

1. Nhận việc làm thêm ngoài giờ.

Nếu bạn muốn nhận những công việc làm thêm tại nhà, hãy đăng điều đó thật chi tiết về loại công việc, thời gian hoàn thành, thù lao... Nhưng nếu bạn muốn mọi người tin tưởng nhờ cậy bạn, trước đó hãy đăng thật nhiều bài viết thể hiện kinh nghiệm của bạn trong lĩnh vực ấy. Chỉ khi tài khoản của bạn có nhiều điểm và nhiều người theo dõi thì mới có được sự tin tưởng của mọi người. Trên mạng xã hội này, những Thành Viên Tích Cực, và Ban Quản Trị thường được mọi người chọn lựa đầu tiên để gửi

gắm công việc của họ. Và bạn hoàn toàn có thể trở thành 2 loại thành viên này nếu muốn. Xem thêm về cách nhận việc làm thêm tại đây.

2. Mở các khóa học.

Nếu bạn là một người đã có nhiều kinh nghiệm trong một lĩnh vực gì đó, hãy chia sẻ điều đó với những người đang cần nó, vừa để bạn có thêm thu nhập, vừa để chiêu mộ "đệ tử", và tạo một mạng lưới quan hệ trong ngành nghề.

Hãy xem bài Cách truyền nghề và đăng một khóa học để biết những lợi ích của điều này và cách thực hiện nó.

3. Bán sách, tài liệu, phần mềm ...

Nếu bạn đang có những quyển sách chuyên ngành và những tài liệu không cần dùng đến, hoặc những bài nghiên cứu, phần mềm chuyên ngành do bạn tự viết ... bạn có thể đăng bán chúng để chia sẻ kiến thức với mọi người.

Nếu bạn muốn những bài viết quan trọng của mình tiếp cận nhiều người hơn, hãy mua gói Đẩy Tin Lên Top hoặc mua gói Quảng Cáo Thành Viên để nâng cao thương hiệu cá nhân của mình.

2.5 Cách nhận việc làm thêm trên mạng xã hội này

Nếu bạn đang làm trong một công ty và muốn nhận việc làm thêm ngoài giờ, hãy thực hiện theo hai bước sau để có được những công việc tự do từ cộng đồng này:

Bước 1: Xây dựng thương hiệu cá nhân

1. Để người khác tin tưởng giao phó công việc cho bạn, trước tiên bạn phải chứng tỏ rằng bạn có đủ năng lực để thực hiện công việc đó. Muốn vậy, bạn hãy chỉ tập trung chia sẻ kiến thức, sáng kiến kinh nghiệm, giải thưởng, bài nghiên cứu, dự án đã hoàn thành... về một lĩnh vực hẹp mà bạn muốn nhận công việc làm thêm.

2. Hãy làm sao để có được nhiều điểm và nhiều người theo dõi. Bạn muốn có nhiều điểm, hãy mời các bạn bè đồng nghiệp của mình tham gia vào mạng xã hội này để cộng điểm cho các bài viết và bình luận của bạn. Xin lưu ý rằng, nếu bạn bình luận hay và được mọi người cộng điểm cho bình luận của bạn, số điểm đó cũng được tính vào tổng số điểm của bạn như điểm từ bài viết.

3. Bạn muốn có nhiều người theo dõi mình thì mình phải theo dõi nhiều người, nhất là những người nổi tiếng. Khi một người thấy bạn đang theo dõi họ, họ sẽ xem trang của bạn và nếu nhận ra bạn là một "cao thủ" thì họ cũng sẽ theo dõi lại bạn.

4. Bạn có thể tự tổ chức các buổi hội thảo chuyên đề và mời bạn bè đến tham dự, hãy quay phim lại buổi hội thảo đó và chia sẻ lên trang của bạn, đây là một "bằng chứng năng lực" chứng tỏ bạn là một chuyên gia.

5. Hãy đăng những khóa học về lĩnh vực của bạn, và chia sẻ những lớp học của bạn lên mạng xã hội này để mọi người hiểu hơn về năng lực của bạn. Sau các khóa học này, nếu các học viên gặp những vấn đề mà họ không giải quyết được, họ sẽ nhờ đến bạn hoặc giới thiệu những dự án lớn cho bạn. Xem cách đăng khóa học tại đây.

6. Bạn có thể mua gói Đẩy Tin Lên Top để bài viết của bạn tiếp cận được nhiều người hơn, hoặc mua gói quảng cáo để tài khoản của bạn có mặt trong cột Được Đề Xuất bên phải bản tin. Cả hai cách này đều giúp tên tuổi của bạn tăng lên nhanh chóng trong ngành nghề.

7. Nếu số điểm của bạn đang nằm trong Top đầu, tài khoản của bạn sẽ được gắn biểu tượng Thành Viên Tích Cực, và mọi người dễ dàng tìm thấy bạn khi họ lọc tìm các Thành Viên Tích Cực. Hầu hết các khách hàng thường tìm các chuyên gia trong ngành nghề theo cách này. Mọi bình luận của Thành Viên Tích Cực đều được hiển thị bên ngoài bản tin và hiển thị trên cùng trong các bình luận.

8. Bạn có thể viết Email cho những người sáng lập để xin được tham gia vào Ban Quản Trị, nếu bạn được xét duyệt thì danh tiếng của bạn đã có sẵn một trọng lượng nhất định trong ngành nghề. Mọi bình luận của Ban Quản Trị cũng được hiển thị bên ngoài bản tin và hiển thị trên cùng trong các bình luận. Các thành viên trong Ban Quản Trị hầu hết là các chuyên gia và thường xuyên được nhờ xử lý những vấn đề phức tạp trong lĩnh vực của họ.

Bước 2: Tìm công việc

1. Hãy đăng một bài giới thiệu sơ lược về kinh nghiệm của bản thân và ngỏ ý muốn nhận thêm công việc làm ngoài giờ. Bạn nên mô tả chi tiết về những công việc mà bạn có thể làm, tiến độ thực hiện, chất lượng đạt được, thù lao, cách trao đổi thông tin với khách hàng, địa điểm làm việc... Bạn nên mua gói Đẩy Tin Lên Top cho bài viết này để nó hiển thị trên trang Mới Nổi và tiếp cận được nhiều người hơn. Bạn cũng có thể share tin này lên Facebook của mình nếu điều đó không gây phiền cho bạn bè của bạn.

2. Thường xuyên đọc mục HỎI CHUYÊN GIA và tích cực trả lời các câu hỏi của mọi người thắc mắc tại mục này. Nếu câu trả lời của bạn khiến họ hài lòng thì họ sẽ tin tưởng ở kiến thức và kinh nghiệm của bạn.

3. Hãy tham gia các khóa học ngắn hạn và các buổi hội thảo do các chuyên gia tại đây tổ chức để có thêm nhiều mối quan hệ trong ngành nghề.

2.6 Cách truyền nghề và đăng một khóa học

Nếu bạn đã có một số năm kinh nghiệm trong một lĩnh vực hẹp và cảm thấy muốn chia sẻ cho mọi người về những điều mà bạn đã học được qua các dự án thực tế, bạn hãy đăng những bài chia sẻ kinh nghiệm hoặc những khóa học thực hành trên trang chủ của mình.

VÌ SAO NÊN LÀM ĐIỀU NÀY?

Chúng tôi biết có rất nhiều người giàu kinh nghiệm nhưng không muốn chia sẻ những điều này vì nhiều lý do khác nhau, nhưng chúng xin thành thực khuyên bạn rằng hãy chia sẻ những kinh nghiệm của mình vì những lý do không thể phủ nhận này:

1. Sự phát triển như vũ bão của công nghệ sẽ khiến những kinh nghiệm và kiến thức của bạn nhanh chóng bị lỗi thời, nếu bạn không chia sẻ chúng ra thì làm sao mọi người có thể chỉ giúp bạn chúng đã bị lạc hậu như thế nào? Sao bạn không tận dụng kiến thức của cả cộng đồng để bổ khuyết cho sự thiếu sót của mình. Tôi biết có nhiều người làm mãi trong một công ty đến mức nghĩ mình là "trùm thiên hạ", nhưng khi qua một công ty khác mới vỡ lẽ họ chỉ như "ếch ngồi đáy giếng" mà thôi. Hãy chia sẻ một cách hào sảng sẽ không ai nói bạn khoe khoang ; hãy can đảm nhận sự phê bình và góp ý thì không ai nói bạn dở đâu! Mạng xã hội này luôn có rất nhiều chuyên gia sẵn sàng cho bạn những góp ý chân thành và bổ ích, nhưng nếu bạn không sẵn sàng cho đi sẽ không nhận lại được gì cả.

2. Khi bạn chia sẻ về một lĩnh vực mình quan tâm, bạn sẽ thu hút được những người cũng quan tâm đến lĩnh vực đó, họ là ai? Nếu họ giàu kinh nghiệm hơn bạn, bạn sẽ được bổ khuyết, hãy nhận họ làm "sư phụ" để được "chỉ giáo" ; nếu họ non kinh nghiệm hơn bạn, hãy tận tình chỉ bảo họ để bạn có thêm những "đệ tử ruột" trên con đường khởi nghiệp sau này; nếu họ cũng như bạn, hãy kết hợp cùng họ để làm được những dự án lớn hơn mà một mình bạn không thể thực hiện.

3. Nếu bạn chia sẻ dưới hình thức một khóa học ngắn hạn hoặc hình thức một-kèm-một bạn đều có thêm thu nhập từ các khóa học này. Ngoài ra, mỗi khóa học sẽ giúp bạn quen biết được thêm rất nhiều đồng nghiệp từ nhiều công ty khác trong ngành nghề. Khi họ gặp những vấn đề hóc búa về lĩnh vực này, họ sẽ nghĩ ngay đến bạn như một Chuyên gia. Có thể họ sẽ đề nghị bạn cùng tham gia dự án với họ với vai trò chuyên gia, có thể họ sẽ chuyển hẳn dự án cho bạn thực hiện, dù cách nào thì bạn cũng được tiếp cận thêm rất nhiều dự án lớn mà nếu bạn không chỉ bảo họ trước đây thì chẳng ai biết đến bạn để nhờ cậy cả. Cho-đi-đề-nhận-lại là vậy đó!

NÊN CHIA SẺ NHƯ THẾ NÀO?

Có thể bạn đã đồng ý với tôi về những lợi ích không thể phủ nhận này, nhưng bạn vẫn còn băn khoăn về cách chia sẻ vì có nhiều vấn đề "tế nhị" liên quan đến bản quyền, đến bảo mật... Vậy tôi xin chỉ bạn một "mẹo chia sẻ" này để bạn tham khảo:

Một bài chia sẻ kinh nghiệm thường gồm ba phần:

Thứ nhất: vấn đề mà bạn đã gặp phải khi thực hiện dự án là gì?

Thứ hai: bạn đã giải quyết vấn đề đó bằng cách nào?

Thứ ba: kết quả đạt được là gì?

Tôi đoán các bạn đang e ngại phải chia sẻ bước thứ hai, vậy bạn đừng chia sẻ công khai bước này. Bạn hãy chia sẻ lên trang chủ của mình bước thứ nhất và bước thứ ba một cách thật chi tiết. Nếu có ai đó đang gặp vấn đề giống bạn mà không thể giải quyết được tốt như bạn, họ sẽ nhờ cậy bạn chia sẻ bước thứ hai, bạn hãy đề nghị gặp trực tiếp hoặc trao đổi qua điện thoại, internet. Tùy vào từng trường hợp mà bạn chia sẻ có thu phí hoặc chia sẻ để tạo mối quan hệ.

Bạn không nhất thiết phải mở một khóa học đông người vì tại đó nhu cầu của mỗi người là khác nhau. Hãy gặp trực tiếp từng người để giải quyết vấn đề của chính họ, đó là điều mà các khóa học hàn lâm không làm được, đó là cách để bạn thể hiện kinh nghiệm của mình, và đó cũng là cách để bạn có thêm những mối quan hệ sâu sắc trong ngành nghề.

Cách đăng và quảng cáo bài chia sẻ

Bạn có thể đăng dạng bài viết (đính kèm file PDF) hoặc Video. Nếu bạn muốn chia sẻ về cách sử dụng phần mềm thì nên quay lại màn hình khi bạn thao tác kèm theo thuyết minh hướng dẫn của bạn, sau đó upload lên Youtube.com và chia sẻ lên trang chủ của bạn tại mạng xã hội này.

Để bài viết công phu đó của bạn không bị nhanh chóng trôi xuống bản tin của mọi người, hãy mua gói Đẩy tin lên TOP để tin của bạn được liên tục đẩy lên đầu và được vào trang mới nổi.

Để tạo thương hiệu cá nhân mạnh mẽ hơn, hãy lập hẳn một tài khoản mới hoặc đổi tên tài khoản cá nhân của bạn. Ví dụ, bạn tên Hoàng, chuyên dạy AutoCad, hãy lập một tài khoản tên Hoàng AutoCad và chia sẻ các video dạy AutoCad của mình. Bạn có thể mua gói quảng cáo để tên của bạn xuất hiện tại cột Được đề xuất bên phải bản tin của mọi người.

2.7 Cách học theo kiểu "truyền nghề" tại mạng xã hội này

Trước tiên hãy đọc bài Cách truyền nghề và đăng một khóa học để biết các khóa học trên mạng xã hội này thường chia sẻ những gì.

Nếu bạn đang làm một dự án mới và gặp một số vấn đề phức tạp cần giải quyết ngay nhưng lại không có thời gian để nghiên cứu, những "cao thủ" tại mạng xã hội này có thể giúp bạn giải quyết chúng một cách nhanh chóng. Bạn hãy thử một số cách sau:

1. Gõ từ khóa bạn cần vào ô tìm kiếm để xem những bài viết liên quan.
2. Lọc các tin liên quan đến ngành của bạn trong mục Tin Tức & Chuyên Môn.

3. Lọc các tin liên quan đến vấn đề của bạn trong mục Truyền Nghề.

4. Đăng một bài viết nêu lên vấn đề bạn cần giải quyết, hãy nói rõ rằng bạn đang cần một ai đã giải quyết được vấn đề này giúp bạn trực tiếp, và đừng quên gắn thẻ Hỏi Chuyên Gia và thẻ trong lĩnh vực liên quan cho bài viết của bạn.

5. Vào trang Thành Viên để lọc tìm các thành viên Ban Quản Trị, Thành Viên Tích Cực, Các Tổ Chức, Cá Nhân trong lĩnh vực liên quan đến vấn đề của họ. Hãy xem các bài viết trong trang cá nhân của họ, nếu thấy họ cũng đang nghiên cứu về vấn đề bạn cần, hãy mạnh dạn liên hệ với họ để được giúp đỡ. Tại mạng xã hội này, Thành Viên Ban Quản Trị và Thành Viên Tích Cực thường là các chuyên gia trong một lĩnh vực nào đó. Năng lực của một thành viên tại đây được đại diện bằng số điểm và số người đang theo dõi người ấy.

Nếu bạn đã tìm được một người có thể giúp bạn, hãy gặp trực tiếp họ nếu có thể, vừa để họ giúp bạn giải quyết vấn đề một cách nhanh nhất, vừa để có thêm những mối quan hệ bổ ích trong ngành nghề. Bạn có thể tỏ lòng biết ơn của mình bằng cách chia sẻ lên mạng xã hội này một tấm hình chụp với họ cùng những lời cảm ơn sâu sắc.

2.8 Cách tìm "Sur Phụ" trên mạng xã hội này

Nếu bạn là một sinh viên mới ra trường, thay vì tự mình mò mẫm và trả giá để có được những bài học "vỡ lòng" trong công việc, bạn nên tìm một người hướng dẫn tận tình, vừa giúp bạn tiến bộ nhanh hơn, vừa có thêm nhiều mối quan hệ bổ ích cho sự phát triển sau này. Chúng tôi gọi người hướng dẫn này là "Sur Phụ", và người được hướng dẫn là "Đệ Tử". Một trong những mục tiêu lớn của mạng xã hội này là giúp cho Sur Phụ và Đệ Tử dễ dàng tìm thấy nhau.

Có một số mẹo nhỏ này giúp bạn tìm được Sur Phụ của mình:

Bước 1: thể hiện năng lực

1. Trước tiên, muốn bất kỳ ai nhận mình làm Đệ Tử, bạn phải chứng tỏ năng lực, sự cố gắng, chuyên cần, ham học hỏi, tính kỷ luật và tinh thần tôn sư trọng đạo. Tôi còn muốn nói thêm một đức nữa: sự trung thành. Những sáng kiến, những giải thưởng, những thành tích, những thách thức, những suy tư ... chính là cách bạn giúp mọi người hiểu về mình.

2. Hãy làm sao để có được nhiều điểm và nhiều người theo dõi. Bạn muốn có nhiều điểm, hãy mời các bạn bè đồng nghiệp của mình tham gia vào mạng xã hội này để cộng điểm cho các bài viết và bình luận của bạn. Xin lưu ý rằng, nếu bạn bình luận hay và được mọi người cộng điểm cho bình luận của bạn, số điểm đó cũng được tính vào tổng số điểm của bạn như điểm từ bài viết.

3. Bạn muốn có nhiều người theo dõi mình thì mình phải theo dõi nhiều người, nhất là những người nổi tiếng. Bất kỳ ai cũng có thể thấy bạn đang theo dõi thành viên nào, nếu đó là những người nổi tiếng trong một lĩnh vực nào đó chứng tỏ bạn có chí cầu tiến và học hỏi trong lĩnh vực đó.

Bước 2: Tìm Sư Phụ

Sau một thời gian nỗ lực "tô điểm" cho hồ sơ của mình tại mạng xã hội này, Hãy mạnh dạn ngỏ lời với một "cao thủ" nào đó để họ đồng ý nhận bạn làm Đệ Tử:

1. Đăng một bài viết vào mục TRUYỀN NGHỀ / TÌM SƯ PHỤ ngỏ ý muốn tìm một người hướng dẫn trong lĩnh vực nào đó, ở địa điểm nào. Những người đang cần chiêu mộ Đệ Tử thường xuyên xem mục này, nếu họ bị thuyết phục bởi những gì bạn đã thể hiện thì họ sẽ chủ động liên hệ với bạn.

2. Tham gia các khóa học ngắn hạn do các chuyên gia tổ chức, trong khi học hãy cố gắng thể hiện năng lực của một học viên ưu tú để cuối khóa học có thể chủ nhờ các chuyên gia này hướng dẫn bạn. Một trong những mục đích của các chuyên gia khi mở các khóa học cũng là để chiêu mộ những Đệ Tử.

3. Hoặc bạn có thể chủ động tìm Sư Phụ trong trang Thành Viên và liên hệ với họ ngỏ ý nhờ hướng dẫn. Đầu tiên hãy xem danh sách Ban Quản Trị, Thành Viên Tích Cực, tiếp theo hãy sử dụng thanh lọc theo số điểm để tìm những người có điểm cao và nhiều người theo dõi trong lĩnh vực bạn cần. Đọc các bài viết của họ, xem Facebook của họ và hỏi bạn bè để tìm thêm thông tin về họ. Sau đó hãy viết Email cho họ ngỏ ý nhờ hướng dẫn. Hãy nói rõ mục tiêu nghề nghiệp của bạn và luôn luôn thành thực để tránh những hiểu lầm sau này.

2.9 Cách chiêu mộ "Đệ Tử" từ mạng xã hội này

Nếu bạn đã có một số năm kinh nghiệm trong ngành nghề và cần chiêu mộ các "Đệ Tử" để giúp bạn những việc nhỏ, hoặc bạn muốn tạo dựng một đội ngũ cốt lõi cho việc khởi nghiệp sắp tới, bạn nên tiến hành ngay những cách này để có được những người Đệ Tử tốt nhất, trước khi họ theo người khác. Vì một "Sư Phụ" có thể nhận nhiều Đệ Tử nhưng một Đệ Tử thường chỉ theo một Sư Phụ, mà những người Đệ Tử giỏi thường không nhiều.

Trước tiên hãy xem bài Cách tìm "Sư Phụ" để hiểu về hoạt động kết nghĩa này.

Để tìm được những người "Đệ Tử quý", bạn nên thực hiện theo hai bước sau:

Bước 1: Xây dựng thương hiệu cá nhân

1. Để bất kỳ ai muốn nhận bạn làm Sư Phụ trước tiên bạn phải chứng tỏ rằng bạn đúng là một bậc thầy về một lĩnh vực hẹp nào đó. Muốn vậy, bạn hãy chỉ tập trung chia sẻ kiến thức, sáng kiến kinh nghiệm, giải thưởng, bài nghiên cứu, dự án đã hoàn thành... về một lĩnh vực hẹp mà bạn là bậc thầy về nó.

2. Hãy làm sao để có được nhiều điểm và nhiều người theo dõi. Bạn muốn có nhiều điểm, hãy mời các bạn bè đồng nghiệp của mình tham gia vào mạng xã hội này để cộng điểm cho các bài viết và bình luận của bạn. Xin lưu ý rằng, nếu bạn bình luận hay và được mọi người cộng điểm cho bình luận của bạn, số điểm đó cũng được tính vào tổng số điểm của bạn như điểm từ bài viết.

3. Bạn muốn có nhiều người theo dõi mình thì mình phải theo dõi nhiều người, nhất là những người nổi tiếng. Khi một người thấy bạn đang theo dõi họ, họ sẽ xem trang của bạn và nếu nhận ra bạn là một "cao thủ" thì họ cũng sẽ theo dõi lại bạn.

4. Bạn có thể tự tổ chức các buổi hội thảo chuyên đề và mời bạn bè đến tham dự, hãy quay phim lại buổi hội thảo đó và chia sẻ lên trang của bạn, đây là một "bằng chứng nặng ký" chứng tỏ bạn là một chuyên gia.

5. Hãy đăng những khóa học về lĩnh vực của bạn, và chia sẻ những lớp học của bạn lên mạng xã hội này để mọi người hiểu hơn về năng lực của bạn. Xem cách đăng khóa học tại đây.

6. Bạn có thể mua gói Đẩy Tin Lên Top để bài viết của bạn tiếp cận được nhiều người hơn, hoặc mua gói quảng cáo để tài khoản của bạn có mặt trong cột Được Đề Xuất bên phải bản tin. Cả hai cách này đều giúp tên tuổi của bạn tăng lên nhanh chóng trong ngành nghề.

7. Nếu số điểm của bạn đang nằm trong Top đầu, tài khoản của bạn sẽ được gắn biểu tượng Thành Viên Tích Cực, và mọi người dễ dàng tìm thấy bạn khi họ lọc tìm các Thành Viên Tích Cực. Hầu hết các Đề Tử tiềm năng của bạn đều tìm Sư Phụ bằng cách này. Mọi bình luận của Thành Viên Tích Cực đều được hiển thị bên ngoài bản tin và hiển thị trên cùng trong các bình luận.

8. Bạn có thể viết Email cho những người sáng lập để xin được tham gia vào Ban Quản Trị, nếu bạn được xét duyệt thì danh tiếng của bạn đã có sẵn một trọng lượng nhất định trong ngành nghề. Mọi bình luận của Ban Quản Trị cũng được hiển thị bên ngoài bản tin và hiển thị trên cùng trong các bình luận. Những người thuộc ban quản trị thường được chọn Đề Tử chứ không cần phải đi tìm Đề Tử.

Bước 2: Tìm Đề Tử

Sau khi xây dựng thương hiệu theo những cách trên, bạn hãy phát đi những tín hiệu cho mọi người biết bạn đang cần chiêu mộ những Đề Tử thân tín.

1. Đăng một bài viết vào mục TRUYỀN NGHE / TÌM ĐỀ TỬ ngụ ý muốn nhận hướng dẫn những sinh viên mới ra trường muốn theo đuổi lĩnh vực của bạn.

2. Đăng một khóa học miễn phí hoặc thu phí về lĩnh vực mà bạn là chuyên gia. Những học viên ưu tú trong khóa học này sẽ là những Đề Tử tiềm năng của bạn.

3. Hoặc bạn có thể chủ động tìm Đề Tử trong trang Thành Viên bằng cách: lọc tìm thành viên cá nhân, trong lĩnh vực của bạn, sau đó xem các bài viết của họ và chủ động liên hệ với họ.

3 THÀNH VIÊN DOANH NGHIỆP THƯỜNG HỎI

3.1 Mạng xã hội này giúp các công ty và tổ chức như thế nào?

Mạng xã hội chuyên ngành này giúp được các công ty, tổ chức ba việc này:

1. Tuyển dụng nhân sự.

Bạn hãy vào trang Thành Viên để thấy rằng nơi đây như một quyển "danh bạ sống" của mỗi ngành, nơi tập hợp tất cả gương mặt của các cá nhân trong ngành nghề, từ sinh viên cho tới những nhà quản lý cấp cao. Mỗi người lại có đầy đủ các thông tin cá nhân và có các bài chia sẻ về kinh nghiệm trong công việc của họ. Tại các trang tuyển dụng đa ngành, bạn phải trả khoảng 50.000 đồng để xem thông tin và hồ sơ của một ứng viên, nhưng đó chỉ là một trang giấy mô tả một cách "vô hồn" về kinh nghiệm và năng lực của ứng viên. Còn tại đây, mọi thông tin đều miễn phí, mà bạn lại có thể xem nhật ký công việc của từng ứng viên mà bạn cảm thấy phù hợp trước khi liên hệ với họ.

Để thu hút được nhiều ứng viên, hãy đăng nhiều bài viết cho ứng viên thấy rằng công ty của bạn có hàm lượng chuyên môn rất cao, chính sách đãi ngộ, môi trường làm việc rất tốt, sau đó hãy đăng các tin tuyển dụng và mua gói quảng cáo tin để đẩy tin của bạn lên top trong trang Mới Nổi.

2. Tìm kiếm khách hàng.

Mạng xã hội này cho phép các khách hàng đăng các yêu cầu của mình trong ngành nghề để tìm cá nhân hoặc tổ chức thực hiện. Đầu tiên họ sẽ vào trang Tìm Thành Viên, lọc các thành viên là công ty, lọc lĩnh vực hoạt động mà họ cần thuê, lọc theo tỉnh thành, và lọc theo số điểm, cuối cùng họ sẽ xem trang cá nhân của những công ty mà họ thấy phù hợp. Nếu trang cá nhân của bạn có những bài viết cho họ thấy rằng bạn chính là chuyên gia trong lĩnh vực mà họ đang cần giải quyết, thì họ sẽ liên hệ ngay với công ty của bạn. Sau đó họ sẽ theo dõi bạn và giới thiệu bạn với những người thân và bạn bè của họ.

Bên cạnh đó, nếu bạn thấy có khách hàng đăng tin hỏi về một vấn đề gì đó thuộc lĩnh vực của bạn, hãy bình luận giải đáp thắc mắc đó để khách hàng thấy rằng bạn đúng là chuyên gia trong vấn đề này. Đó là cách xây dựng lòng tin vững chắc nơi khách hàng trung thành của bạn.

3. Tìm kiếm sự hợp tác.

Để thực hiện một công việc gì đó, công ty bạn thường phải liên kết với nhiều công ty khác trong các lĩnh vực khác nhau. Nếu uy tín của bạn đã được khẳng định tại mạng xã hội chuyên ngành này rồi thì sẽ dễ dàng tạo được lòng tin nơi đối tác của bạn. Điều đó cũng giúp bạn và đối tác hiểu nhau nhiều hơn trước khi đi đến một quyết định hợp tác quan trọng.

3.2 Mạng xã hội này giúp nhà tuyển dụng như thế nào?

Bạn hãy vào trang Thành Viên để thấy rằng nơi đây như một quyển "danh bạ sống" của mỗi ngành, nơi tập hợp tất cả gương mặt của các cá nhân trong ngành nghề, từ sinh viên cho tới những nhà quản lý cấp cao. Mỗi người lại có đầy đủ các thông tin cá nhân và có các bài chia sẻ về kinh nghiệm trong công việc của họ. Tại các trang tuyển dụng đa ngành, bạn phải trả khoảng 50.000 đồng để xem thông tin và hồ sơ của một ứng viên, nhưng đó chỉ là một trang giấy mô tả một cách "vô hồn" về kinh nghiệm và năng lực của ứng viên. Còn tại đây, mọi thông tin đều miễn phí, mà bạn lại có thể xem nhật ký công việc của từng ứng viên mà bạn cảm thấy phù hợp trước khi liên hệ với họ.

Để thu hút được nhiều ứng viên, hãy đăng nhiều bài viết cho ứng viên thấy rằng công ty của bạn có hàm lượng chuyên môn rất cao, chính sách đãi ngộ, môi trường làm việc rất tốt, sau đó hãy đăng các tin tuyển dụng và mua gói quảng cáo tin để đẩy tin của bạn lên top trong trang Mới Nổi.

Xem thêm cách đăng tin tuyển dụng và cách thu hút ứng viên bên dưới.

3.3 Cách đăng tin tuyển dụng

Khi đăng một tin tuyển dụng, tại mục chọn thẻ chủ đề, bạn cần chọn chủ đề TUYỂN DỤNG, khi đó bạn sẽ thấy xuất hiện thêm ba thanh nữa để bạn mô tả công việc, đó là các thanh: MỨC LƯƠNG, CẤP BẬC, ĐỊA ĐIỂM. Bạn hãy chọn trong mỗi thanh một thẻ phù hợp để ứng viên có thể dễ dàng lọc tìm ra chính xác công việc của bạn từ bản tin.

Để giúp ứng viên biết thêm thông tin về công ty, bạn nên cung cấp các thông tin sau:

1. Trong mục cập nhật hồ sơ, hãy cung cấp những thông tin cơ bản về công ty tại phần Tự Giới Thiệu như: năm thành lập, số nhân viên, các lĩnh vực hoạt động, văn hóa công ty, phúc lợi...

2. Hãy thường xuyên chia sẻ những dự án mà công ty bạn mới hoàn thành, những nghiên cứu, sáng kiến từ nhân viên của bạn... Nếu ứng viên hiểu càng nhiều về công ty của bạn thì sự gắn bó sẽ càng khăng khít hơn.

Để tin tuyển dụng của bạn không bị "trôi" khỏi bản tin một cách nhanh chóng, bạn nên mua gói đẩy tin lên TOP để tin tuyển dụng của bạn luôn hiển thị đầu tiên trên bản tin của những ứng viên đang quan tâm đến những công việc tương tự.

Nội dung tin tuyển dụng bạn nên soạn ngắn gọn theo mẫu sau:

(Bạn nên copy phần nội dung bên dưới và dán vào phần soạn tin để chỉnh sửa)

Mức lương: ...

Cấp Bậc: ...

Địa điểm làm việc: 123 đường ABC...

Yêu cầu bằng cấp: Đại học

Trình độ ngoại ngữ: ...

Giới tính: ...

MÔ TẢ CÔNG VIỆC:

...

PHÚC LỢI:

...

LIÊN HỆ:

Ms/Mr: ... (chức vụ)

Email nhận hồ sơ: ...

Số điện thoại: ...

Địa chỉ nhận hồ sơ: ...

Hạn nhận hồ sơ: trước ngày ...

3.4 Cách thu hút ứng viên phù hợp

Hãy xem cách đăng tin tuyển dụng tại đây.

Để thu hút được những ứng viên phù hợp với vị trí tuyển dụng và gắn bó lâu dài với công ty, bạn cần lưu ý thêm vài điểm sau:

1. Mô tả công việc thật chi tiết về môi trường làm việc, tính chất công việc, người quản lý trực tiếp, văn hóa công ty.

2. Hãy chia sẻ lên bản tin của bạn những hoạt động của công ty để ứng viên hiểu rõ hơn về văn hóa công ty và môi trường làm việc. Điều này rất quan trọng giúp ứng viên gắn bó lâu dài với công ty.

3. Hãy chia sẻ những nghiên cứu mới nhất, sản phẩm mới nhất và định hướng phát triển về mặt chuyên môn của công ty để ứng viên có định hướng rõ ràng trước khi vào công ty bạn.

4. Hãy theo dõi những ứng viên tiềm năng mà bạn đang muốn chiêu mộ về công ty của mình, thường xuyên like và bình luận trên bài viết của họ để họ thấy rằng bạn luôn quan tâm đến họ. Nếu thấy họ có ý định muốn chuyển việc, hãy dành cho họ những điều tốt nhất để họ đầu quân cho bạn.

5. Nếu công ty của bạn cần giải quyết một vấn đề hóc búa, hãy đăng một giải thưởng cho những ai giải quyết được vấn đề ấy. Đó là cách để bạn biết được những người xuất sắc trong ngành nghề, và hãy

lấy cơ hội này để làm quen với họ, cho họ thấy được một môi trường phát triển tuyệt vời tại công ty bạn, và một khi nào họ cần chuyên việc, họ sẽ tìm đến bạn.

3.5 Cách tăng doanh số bán hàng nhờ mạng xã hội này

Vì mạng xã hội này là một quyền "danh bạ sống" của mỗi ngành nghề, nên khi mọi người gặp bất cứ vấn đề gì liên quan đến ngành nghề này họ đều đến đây tìm kiếm những chuyên gia để giúp họ. Ví dụ, nếu một người đang cần thiết kế kiến trúc một căn biệt thự, họ sẽ lên mạng xã hội của ngành kiến trúc để tìm những công ty kiến trúc có phong cách thiết kế phù hợp bằng cách xem những công trình mà công ty này đã thiết kế, rồi liên hệ nhờ họ thiết kế một công trình tương tự.

Vì vậy, để thu hút khách hàng tiềm năng, hãy xây dựng hồ sơ công ty bạn tại đây sao cho khách hàng thấy rằng bạn đúng là một chuyên gia trong lĩnh vực mà họ cần. Ngoài việc có được nhiều điểm và nhiều người theo dõi, công ty bạn có thể phấn đấu để trở thành Thành Viên Tích Cực, hoặc đăng ký tham gia vào Ban Quản Trị để tăng uy tín của mình trong ngành nghề.

Hoặc bạn có thể tạo dựng một uy tín lâu bền cho thương hiệu của mình theo những cách này:

Số điểm và số người theo dõi chính là "thước đo năng lực" của bạn tại mạng xã hội chuyên ngành này. Nó giúp bạn xin việc, giúp bạn chứng tỏ năng lực với người quản lý và đồng nghiệp, nó còn giúp bạn chiêu mộ nhân tài khi bạn khởi nghiệp sau này. Do đó, hãy đầu tư thời gian và công sức để khiến nó có một sức "mê hoặc" bất kỳ ai xem nó.

Để có nhiều điểm (Point)

1. Chỉ thành viên đã đăng ký tài khoản mới có quyền cộng điểm.
2. Số điểm của bạn được cộng từ điểm của các bài viết và các bình luận của bạn. Bạn không cần đăng nhiều bài viết, nếu bạn bình luận hay vẫn có được rất nhiều điểm.
3. Bài viết và bình luận của bạn có thể bị trừ điểm bởi các thành viên khác, do đó, bạn không nên đăng những nội dung phản cảm, tiêu cực, vu khống hoặc liên quan đến chính trị và tôn giáo. Bài viết bị trừ điểm nhiều hơn một ngưỡng nhất định sẽ bị ẩn khỏi bản tin một cách tự động.
4. Đầu tư chăm chút cho các bài viết trên trang của bạn để nó được lọt vào trang Mới Nổi là cách tốt nhất để có nhiều điểm và nhiều người theo dõi.
5. Bạn có thể mời bạn bè và đồng nghiệp tham gia vào mạng xã hội này để cộng điểm giúp bạn, hoặc bạn hãy làm cách nào đó để có thật nhiều người theo dõi bạn, khi đó mỗi bài viết của bạn sẽ được thông báo đến bản tin của họ.

6. Bạn cũng có thể mua gói Đẩy Tin Lên Top cho những bài viết nổi bật của mình để chúng tiếp cận được nhiều người hơn và bạn sẽ có nhiều điểm hơn nếu bài viết đó thực sự hữu ích.

Để có nhiều người theo dõi

1. Hãy mời bạn bè và đồng nghiệp cùng tham gia vào mạng xã hội này để bạn có thêm nhiều người theo dõi.

2. Đầu tư chăm chút cho các bài viết của bạn là cách tốt nhất để có nhiều người theo dõi.

3. Hãy theo dõi những người nổi tiếng trong lĩnh vực mà bạn quan tâm, kể cả những người cùng chí hướng với bạn. Khi họ thấy bạn đang theo dõi họ, có thể họ cũng sẽ theo dõi lại bạn.

4. Hãy mua gói quảng cáo để tên của bạn xuất hiện tại cột Được Đề Xuất bên phải bản tin, điều này là rất cần thiết nếu tài khoản của bạn đại diện cho một thương hiệu.

3.6 Vì sao nên trao học bổng hoặc tổ chức một cuộc thi để quảng bá thương hiệu

Trao học bổng cho sinh viên

Nếu bạn muốn quảng bá hình ảnh của doanh nghiệp đến toàn thể cộng đồng xây dựng Việt Nam thông qua những xuất học bổng dành cho sinh viên xuất sắc khối ngành xây dựng, cầu đường, kiến trúc, hạ tầng đô thị, thì chúng tôi sẽ giúp bạn bằng cách tuyển chọn những em sinh viên phù hợp với tiêu chí của bạn và tổ chức một buổi trao học bổng của các công ty và giới thiệu về các công ty này.

Tổ chức một cuộc thi

Nếu bạn đang cần giải quyết một vấn đề phức tạp, hoặc cần có những ý tưởng đột phá, hoặc muốn chiêu mộ những nhân tài, chúng tôi sẽ giúp bạn đăng một cuộc thi tại mạng xã hội này. Hình thức, nội dung và giải thưởng của cuộc thi này hoàn toàn do bạn quyết định, chúng tôi chỉ giúp quảng bá cuộc thi đó đến tất cả thành viên để bạn có được những kết quả tốt nhất. Đây cũng là một cách tuyệt vời để quảng bá thương hiệu của công ty trong toàn ngành.

Hãy liên hệ với Ban quản trị để được tư vấn thêm về các sự hợp tác này.

4 KHÁCH HÀNG CỦA NGÀNH NGHỀ NÀY THƯỜNG HỎI

4.1 Mạng xã hội này giúp khách hàng của ngành nghề này như thế nào?

Nếu bạn đang cần tìm người thực hiện một công việc gì đó trong ngành nghề này thì mạng xã hội chuyên ngành này như một "quyển danh bạ sống" của toàn ngành, giúp bạn tìm được người tốt nhất cho công việc của mình.

Cách 1:

Đăng nhu cầu của bạn vào mục Hỏi Chuyên Gia và bạn sẽ nhận được ngay giải pháp cho vấn đề của mình từ các chuyên gia tại đây.

Cách 2:

Hãy vào trang Tìm Thành Viên, và lọc kết quả theo Phân loại thành viên, theo lĩnh vực chuyên môn, theo địa điểm để tìm được những cá nhân hoặc tổ chức phù hợp nhất. Nếu bạn cần tìm những chuyên gia, hãy lọc tìm các Thành Viên Ban Quản Trị hoặc Thành Viên Tích Cực trong lĩnh vực bạn cần.

Sau đó hãy xem số điểm, số người đang theo dõi và những bài viết mà họ đã đăng. Nếu những bài viết của họ chỉ tập trung vào một vài vấn đề mà bạn đang cần thì hãy nhờ cậy họ vì họ là chuyên gia trong lĩnh vực ấy, nếu bài viết của họ nói về quá nhiều vấn đề chứng tỏ họ không chuyên một vấn đề gì cả. Bạn cũng nên đọc các bình luận dưới mỗi bài viết để có thêm thông tin trước khi quyết định liên hệ với họ.

5 TÔI MUỐN TẠO MỘT MẠNG XÃ HỘI CHO RIÊNG LĨNH VỰC CỦA MÌNH CÓ ĐƯỢC KHÔNG?

5.1 Ai phù hợp để quản lý mạng xã hội này

Nếu bạn làm chủ mạng xã hội trong một lĩnh vực nào đó thì bạn chính là Mark Zuckerberg của lĩnh vực ấy.

Nghĩa là tất cả mọi người trong lĩnh vực ấy đều biết đến bạn, đều phải theo luật chơi mà bạn đưa ra.

Các ứng viên thì cần bạn giúp họ xây dựng thương hiệu cá nhân và tìm những việc làm tốt.

Các doanh nghiệp thì phải nhờ cậy bạn để quảng bá thương hiệu, để tuyển dụng được những người tài giỏi. Một điều ít ai biết, là họ còn phải mua thông tin khách hàng và mua dữ liệu khảo sát thói quen khách hàng trên mạng xã hội của bạn.

Thậm chí các trường đại học trong lĩnh vực này cũng cần nhờ bạn quảng bá tên tuổi, giới thiệu việc làm cho sinh viên của họ, và mua thông tin theo dõi sự phát triển các kỹ năng và xu thế trong ngành nghề để họ làm mục tiêu đào tạo.

Chắc bạn đang tưởng tượng ra một người có tầm vóc vĩ đại, có chỗ đứng trong xã hội, có tiềm lực kinh tế để nuôi được một mạng lưới các mối quan hệ rộng lớn ấy?

Bạn nhầm!

Người mà bạn mới tưởng tượng sẽ là bạn của tương lai chứ không cần là bạn của hiện tại.

Chỉ cần bạn có một niềm đam mê và đủ nhiệt huyết để tạo ra sự kết nối giữa mọi người trong lĩnh vực này.

Chỉ cần bạn muốn chuyển dần công việc của mình lên thế giới phẳng để được tự do về nơi làm việc và địa điểm làm việc, để có thể “miễn nhiễm” với sự biến động của thời tiết và những vắn nạn giao thông. (Làn sóng “di cư” này đang là xu thế trong thời đại 4.0 bất kể bạn đang làm việc trong ngành nghề gì).

Có thể bạn đang là một nhóm sinh viên có chí lớn khởi nghiệp và muốn trở thành Mark Zuckerberg trong ngành của bạn.

Có thể bạn chỉ là một nhân viên văn phòng bị xem là “khác biệt”, một doanh nhân có tầm nhìn xa, hay một nhân tài chưa có đất dụng võ. Nếu bạn đang nuôi chí lớn để làm những chuyện “kinh thiên động địa”, bạn sẽ phải có hai điều: thứ nhất, phải có một mạng lưới các mối quan hệ; thứ nhì, phải có được những nhân tài. Làm chủ mạng xã hội này là một “nước cờ” thông minh nhất để cho bạn hai điều ấy một cách dễ dàng và nhanh chóng.

Ai cũng thấy ngay được những sự đặc lợi về danh tiếng và mối quan hệ từ vị thế độc tôn này, nhưng còn nguồn lợi về tài chính thì sao?

5.2 Mạng xã hội này cũng là một “cỗ máy in tiền tự động” như Facebook.

Hãy tìm hiểu về cách kiếm tiền của Facebook, bạn sẽ hiểu về cách “in tiền” của cỗ máy này. Có hai nguồn thu trực tiếp từ hệ thống này:

Thứ nhất: khi một thành viên muốn bài viết của họ được vào trang Mới Nổi và liên tục hiển thị trên cùng trong bản tin của mọi người, họ phải mua gói ĐẨY TIN LÊN TOP theo từng ngày. Bạn có quyền thay đổi giá mua gói đẩy tin này trong admin.

Thứ nhì: Nếu một thương hiệu hoặc cá nhân nào đó muốn tên của mình xuất hiện tại cột ĐƯỢC ĐỀ XUẤT (cột bên phải bản tin trên giao diện máy tính), họ phải mua gói ĐƯỢC ĐỀ XUẤT. Bạn cũng có quyền thiết lập giá của gói này trong admin.

Ngoài hai nguồn thu trực tiếp đó, bạn còn có một số nguồn thu gián tiếp khác như:

Một điều ít ai biết đó là bạn sẽ có nguồn thu rất lớn từ việc bán các dữ liệu về hành vi người dùng cho các tổ chức khác. Hiện nay các công ty điều tra phân tích thị trường không đi phát những bảng khảo sát khô cứng nữa, mà họ mua các thông tin này từ Google và Facebook, và có thể từ mạng xã hội chuyên ngành của bạn nếu nó đủ lớn.

Hãy xem cách kiếm tiền “âm thầm” của diễn đàn Tinhte.vn bạn sẽ thấy ngay rằng, nếu bạn là ban quản trị hoặc thành viên nổi tiếng đang được nhiều người theo dõi trên mạng xã hội này, các công ty sẽ sẵn lòng trả hàng núi tiền để bạn review cho những sản phẩm mới của họ. Vì bạn được nhiều người theo

đôi, nhiều người tin tưởng, những lời bạn nói khách quan hơn những lời của chính nhà sản xuất nói trên báo đài.

Và còn rất nhiều nguồn lợi “tế nhị” khác mà chúng tôi không tiện nêu ra ở đây, nếu bạn muốn biết hãy gặp chúng tôi để cùng chia sẻ về điều đó.

5.3 Quản trị mạng xã hội này có khó không?

Nếu bạn biết cách quản lý Facebook thì bạn sẽ biết cách quản trị hệ thống này. Chúng tôi thiết kế hệ thống này cho mọi người đều có thể quản trị dễ dàng. SmartWebsite.vn sẽ đóng vai trò như phòng kỹ thuật trong công ty bạn, sẽ chịu trách nhiệm bảo trì, nâng cấp các tính năng theo yêu cầu của bạn và đảm bảo tất cả các vấn đề về kỹ thuật để hệ thống vận hành một cách trơn tru.

Chúng tôi còn có một đội ngũ tư vấn và giúp bạn về các vấn đề định vị thương hiệu và marketing online. Bạn chỉ phải lo các vấn đề về định hướng phát triển, kinh doanh và thiết lập mạng lưới quan hệ của mình. Đôi khi bạn cũng phải gặp gỡ giới báo chí và truyền thông với vai trò là trung tâm của một ngành nghề hay lĩnh vực nào đó.

Vì đây chỉ là mạng xã hội trong một lĩnh vực hẹp, và chỉ trong lãnh thổ Việt Nam nên việc quản trị nó khá đơn giản vì không liên quan đến các vấn đề chính trị, tôn giáo hay sắc tộc như Facebook.

Phần lớn nhân sự của Facebook dành cho việc xóa các tin vi phạm, vì người dùng không thể tự xóa chúng. Chúng tôi đã thiết kế một tính năng để người dùng tự xóa các tin vi phạm bằng cách: ngoài nút Like, còn có thêm một nút Dislike, nếu một tin nào đó có số Dislike đạt một ngưỡng nào đó thì tin đó sẽ tự động ẩn khỏi New Feed của tất cả mọi người. Như vậy bạn vừa tiết kiệm được nhân sự admin để duyệt tin, vừa không “gây thù chuốc oán” với các thành viên vì đã xóa tin của họ. Hãy để cộng đồng tự quyết định điều đó dưới quyền kiểm soát của bạn.

Ngoài ra, những tin có số like nhiều sẽ được ưu tiên xuất hiện trên cùng trong kết quả tìm kiếm. Như vậy toàn bộ nội dung và xu hướng của mạng xã hội này sẽ do người dùng tự định đoạt.

Việc mua các gói quảng cáo, nạp tiền vào tài khoản, duyệt hồ sơ thành viên... đều được người dùng tự thực hiện hoàn toàn tự động. Nên công việc của quản trị viên rất nhàn hạ chứ không vất vả như việc quản trị một diễn đàn như hiện nay, tức là admin phải ngồi đọc từng bài, xóa từng bình luận và còn phải giải trình về việc xóa bài của mỗi thành viên nữa.

5.4 Chi phí để vận hành mạng xã hội này có lớn không?

Chi phí vận hành “cỗ máy in tiền” này chỉ bằng một quán cafe nhỏ!

Hãy tưởng tượng, bạn đang có ý tưởng tạo ra một mạng xã hội để kết nối mọi người trong lĩnh vực mình yêu thích, nếu bạn không thuê hệ thống này bạn sẽ phải làm như sau:

Đầu tiên, bạn phải thuê một công ty nghiên cứu thị trường điều tra những nhu cầu kết nối của mọi người tại Việt Nam và trong lĩnh vực của bạn. Bạn còn phải khảo sát xem các mạng xã hội hiện nay còn “lỗ hổng” nào không? Liệu ý tưởng của bạn có lấp được lỗ hổng đó hay chỉ là một bước thụt lùi mà người ta đã đi qua? Sau đó, những thông tin này sẽ được chuyển cho một công ty chuyên thiết kế website để họ sáng tạo ra những tính năng giúp giải quyết các vấn đề đó. Sau khi bạn và bộ phận thiết kế của công ty này chốt được giao diện (thường rất lâu và có thể không kết thúc) sẽ chuyển cho đội ngũ lập trình viên để code hệ thống bên trong.

Giả sử mọi chuyện suôn sẻ như chúng tôi đã làm, bạn cũng mất cả năm trời cùng một lượng tài chính khổng lồ cho giai đoạn này. Nhưng sau đó, bạn còn phải nuôi cả một đội ngũ lập trình viên để bảo trì, nâng cấp hệ thống trong suốt quá trình hoạt động.

Bạn tưởng rằng sẽ được sở hữu độc quyền source code của hệ thống? Nhưng bạn đâu biết rằng có rất nhiều người khác cũng đang có nó, vì bạn không thể kiểm soát được sự phát tán và nhân bản source code từ chính nhóm lập trình của bạn.

Tóm lại, nếu bạn xây dựng mọi thứ từ đầu theo cách đó, bạn phải mất hàng trăm triệu và cả năm trời để tạo ra hệ thống này với đầy rủi ro. Sau đó phải mất vài chục triệu mỗi tháng để duy trì một đội ngũ lập trình viên để bảo trì và nâng cấp hệ thống.

Thay vì vậy, bây giờ bạn có thể bước qua giai đoạn này một cách nhẹ nhàng để tiến hành ngay những ý tưởng đang còn "nóng hổi" của mình bằng cách thuê hệ thống của chúng tôi với giá vài triệu đồng mỗi tháng và có thể tạm dừng bất cứ khi nào. Hãy nhanh chóng chiếm lấy thị trường khi các đối thủ đang còn loay hoay xây dựng sản phẩm. Những phản hồi của khách hàng sẽ giúp bạn biết phải làm gì để hoàn thiện hệ thống, và đội ngũ của chúng tôi sẽ giúp bạn làm điều đó như một phòng kỹ thuật trong công ty của bạn. Nhưng bạn sẽ không phải lo lắng họ nghỉ việc, hoặc họ bán bộ code của bạn cho người khác. Bạn cũng không phải thuê chỗ ngồi cho họ và chi trả các chế độ phúc lợi cho họ. Bạn có thể toàn tâm toàn sức để tập trung cho việc kinh doanh.

Sự mạo hiểm gần như bằng không, vì bạn không phải bỏ ra số vốn đầu tư ban đầu, bạn có thể chấm dứt việc thuê hệ thống bất kỳ khi nào. Nếu dự án phát triển thuận lợi, bạn có thể mua lại toàn bộ source code của hệ thống để thuê một đội ngũ lập trình viên tự phát triển hoặc bán source code đó cho bên thứ ba nếu bạn muốn.

Tóm lại, chi phí vận hành một hệ thống có doanh thu hàng tỉ đồng mỗi tháng này chưa bằng chi phí của một quán cà phê nhỏ, nhưng lại có thể đưa bạn lên một vị trí mà "ai nói cũng biết, ai gặp cũng chào".

6 CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN MỘT MẠNG XÃ HỘI CHUYÊN NGÀNH NHƯ THẾ NÀO?

Trước đây chúng tôi chỉ tiết lộ kế hoạch kinh doanh này cho những ai đã thuê dự án, nhưng sau đó chúng tôi thấy rằng cần cho mọi người biết trước về chặng đường mà họ sẽ đi để có một sự chuẩn bị kỹ lưỡng. Chúng tôi đã tiến hành rất nhiều cuộc khảo sát thị trường, phân tích nhu cầu, thị yếu khách hàng, tham vấn ý kiến các chuyên gia đầu ngành, các công ty và các trường đại học lớn để vạch ra bản kế hoạch kinh doanh này, và nó sẽ được cập nhật liên tục.

Đây không phải là một dự án kinh doanh bình thường, mà nó sẽ đưa bạn trở thành TRUNG TÂM KẾT NỐI, trở thành người nắm giữ các mối quan hệ của một ngành. Đây vừa là một quyền “danh bạ sống” của một ngành vừa là nơi giới thiệu các sản phẩm và công nghệ mới nhất trong ngành. Nếu bạn muốn có những đặc quyền ấy, xin hãy đọc thật kỹ bản kế hoạch kinh doanh này vì nó sẽ quyết định phần lớn sự thành bại của bạn.

Dưới đây là lộ trình cơ bản mà bạn sẽ đi qua:

Bước 1: thuê hệ thống, chọn tên miền

Bước 2: xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu

Bước 3: lập đội ngũ cố vấn chuyên môn, ban quản trị và những thành viên đầu tiên

Bước 4: xây dựng nội dung website

Bước 5: Marketing & Sale

Bước 6: thu thập phản hồi từ khách hàng, hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ

Bước 7: “lấn sân” sang mảng tuyển dụng nhân sự

Bước 8: quảng cáo ngầm thông qua review

Công việc cụ thể trong mỗi bước như sau:

6.1 Bước 1: thuê hệ thống, chọn tên miền.

Bạn có thể thuê cả tên miền và hệ thống của chúng tôi, hoặc sử dụng tên miền riêng của bạn và chỉ thuê hệ thống của chúng tôi. Hệ thống được cài đặt trên server của Smartwebsite.vn nên bạn không phải lo lắng bất cứ vấn đề gì về kỹ thuật. Sau một thời gian phát triển thuận lợi, Bạn có thể mua toàn bộ source code của hệ thống để cài đặt trên server của mình bất cứ khi nào.

Người ta vẫn chấp nhận thuê những mặt bằng đắc địa để kinh doanh cho dù biết sẽ bị chủ nhà đòi lại. Nhưng nếu bạn thuê luôn những tên miền của chúng tôi để kinh doanh, bạn sẽ không phải lo lắng vì

điều đó. Vì chúng tôi cam kết sẽ không bao giờ đòi lại tên miền này và sẽ bán lại cho bạn bất cứ khi nào bạn muốn mua nó.

Khi bạn đã mua những tên miền này, nếu bạn không muốn tiếp tục phát triển chúng tôi sẽ giúp bạn đăng bán hoặc cho thuê tên miền và thương hiệu của bạn trên hệ thống của chúng tôi. Việc định giá được dựa vào lượt truy cập website hàng ngày mà Google Analytics thống kê được. Công sức và thương hiệu của bạn được thể hiện rõ ràng bằng con số này và nó có tính chất quyết định trên bàn đàm phán. (Một website với lượt truy cập vài trăm user/ngày có giá tối thiểu khoảng vài trăm triệu đồng).

Hiện nay chúng tôi đang có một số tên miền phù hợp với dự án mạng xã hội này.

6.2 Bước 2: xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu

Bao gồm thiết kế logo, name card, bao thư, giấy viết thư, bảng hiệu, banner trang chủ. Nếu bạn thuê tên miền và thương hiệu của chúng tôi, bạn sẽ có sẵn hệ thống nhận diện thương hiệu này.

6.3 Bước 3: lập đội ngũ cố vấn chuyên môn, ban quản trị và những thành viên đầu tiên

Bạn cần mời một số chuyên gia nổi tiếng trong ngành thuộc các lĩnh vực khác nhau làm Cố vấn chuyên môn. Những người này sẽ giúp bạn định hướng cho dự án, kêu gọi những thành viên đầu tiên tham gia và tạo uy tín cho mạng xã hội của bạn. Những người tích cực nhất trong số này có thể tham gia vào ban quản trị hoặc tham gia làm cổ đông của dự án. Tất cả thành viên của ban quản trị và cố vấn chuyên môn đều có tên trong phần Ban quản trị của website.

Ngoài ra bạn cần kêu gọi một lượng lớn các cá nhân và tổ chức đăng ký tài khoản để làm những thành viên đầu tiên trước khi bạn ra mắt website. Nhiệm vụ của họ là cần chuẩn bị sẵn một số bài viết chất lượng để sau khi đăng ký tài khoản sẽ đăng lên mạng xã hội của bạn khiến cho nó “có vẻ” sôi động trong ngày ra mắt.

Đây là bước quan trọng nhất quyết định sự thành công của mạng xã hội này, nên chúng tôi đã chuẩn bị rất kỹ lưỡng để bạn có thể “chiêu binh mãi mã” thành công.

Tài thư ngỏ kêu gọi tham gia ban quản trị [tại đây](#) (Google docs)

Tài bản giới thiệu về mạng xã hội này [tại đây](#) (Google docs)

Tài bản kế hoạch kinh doanh cho mạng xã hội này [tại đây](#) (Google docs)

Hãy nói với những đồng nghiệp của bạn rằng:

“Các chiến hữu, thực ra mọi nỗ lực của chúng ta cũng là để có một danh tiếng tốt trong ngành nghề. Tôi muốn tạo ra một nơi cho mọi người trong ngành dễ dàng xây dựng danh tiếng cho họ, nhưng không thể làm điều đó một mình. Nếu anh cùng tôi tạo dựng nơi này thì chúng ta sẽ là những “khai quốc công thần” trong vương quốc này. Chẳng những danh tiếng của anh sẽ được lưu truyền hậu thế, mà anh

còn được hưởng vô vàn lợi lộc từ vị thế này. Chẳng hạn, khi ai cũng biết anh là một chuyên gia, họ sẽ mời anh giải quyết những công việc của một chuyên gia. Khi ai cũng biết anh đang được rất nhiều người theo dõi, họ sẽ nhờ anh giới thiệu về những sản phẩm mới của họ, vì họ biết rằng lời nhận xét của anh còn có trọng lượng hơn ngàn vạn lời quảng cáo từ chính họ.”

Hãy nói với những công ty trong ngành rằng:

“Thưa quý công ty, gần đây tôi có để ý thấy công ty chúng ta đang muốn chứng tỏ vị thế dẫn đầu trong lĩnh vực này bằng cách tạo dựng một niềm tin lâu dài ở khách hàng. Chi bằng hãy lắng nghe những than phiền của họ, và giúp họ giải quyết các khó khăn ấy bằng những giải pháp thông minh của một doanh nghiệp dẫn đầu. Chẳng những bạn sẽ chứng tỏ được giá trị của mình, mà còn thu thập được rất nhiều phản hồi của khách hàng về sản phẩm, và còn nảy ra vô vàn ý tưởng mới lạ từ những vấn đề mà khách hàng đang gặp phải. Chúng tôi đang muốn tạo ra một nơi để kết nối các doanh nghiệp với khách hàng của mình theo cách như vậy, nhưng không thể thực hiện một mình. Nếu quý công ty cùng chúng tôi tạo dựng nơi này thì chúng ta sẽ là những “khai quốc công thần” lưu truyền hậu thế. Đây chẳng những là nơi để bạn khẳng định vị thế của mình, để cho khách hàng thấy giá trị thực sự của sản phẩm, dịch vụ, mà còn là nơi để khách hàng “xích lại” gần bạn hơn bằng cách “thủ thi” với bạn những vấn đề khó nói trong lĩnh vực này. Hầu hết những phát minh đều bắt nguồn từ những câu chuyện vu vơ ấy.”

Nếu đó cũng là những cái họ đang cần thì bạn sẽ thấy rõ sự nhiệt tình lộ rõ trên gương mặt, và họ sẽ hỏi bạn về những gì phải làm tiếp theo. Tùy vào vị thế của họ, thời gian của họ mà bạn gợi ý những lựa chọn khác nhau:

Với những cá nhân hoặc những công ty nhỏ, họ có thể tham gia làm Thành viên đầu tiên. Nghĩa là họ chỉ cần chuẩn bị một số bài viết chia sẻ về kiến thức, kinh nghiệm của họ để đăng lên tài khoản của mình trước khi ra mắt website. Sau đó, nếu họ có thời gian thì trả lời những thắc mắc của các thành viên khác trong lĩnh vực của họ. Bạn sẽ giúp họ có được nhiều điểm và trở thành Thành viên tích cực. Khi họ trở thành Thành viên tích cực thì mọi bình luận của họ đều hiển thị trên cùng trong các bình luận, được hiển thị nổi bật bên ngoài bản tin, và hình đại diện của họ được gắn biểu tượng Thành viên tích cực.

Với những cá nhân hoặc tổ chức muốn đóng góp nhiều hơn sẽ thuộc Ban quản trị. Họ có quyền duyệt bài viết và khóa tài khoản của thành viên. Hình đại diện của họ được gắn biểu tượng của Ban quản trị, mọi bình luận của họ luôn nổi bật trên cùng trong các bình luận. Họ còn có một trang giới thiệu chi tiết về kinh nghiệm bản thân, về công ty của họ trong phần giới thiệu về các thành viên của Ban quản trị.

([Xem bước 8](#) để biết các quyền lợi mà thành viên tích cực và ban quản trị được hưởng từ vị thế này)

Bạn cũng có thể cho phép một số người làm Co-Founder và tham gia vào cổ đông trong dự án của bạn.

Đây là một ý tưởng khá lạ lẫm với những người ngoài ngành công nghệ thông tin, nên bạn cần kiên nhẫn giúp họ hiểu được ý nghĩa thực sự của nó. Hãy gặp từng người, hãy gõ cửa từng công ty, nhưng đừng cố thuyết phục hay “dụ dỗ” họ vì sẽ gây phản tác dụng. Hãy cho họ thấy một cách thành thực rằng bạn đang muốn giúp họ tạo dựng thương hiệu cho chính mình. Rất nhiều người muốn có vị trí này nhưng số lượng thành viên ban quản trị là có hạn, đó là sự thực, nên bạn không cần mời những người không có thiện chí, vì sẽ làm “nguội” nhiệt huyết của những người khác.

6.4 Bước 4: xây dựng nội dung website

Đầu tiên, bạn cùng với đội ngũ cố vấn chuyên môn lập ra danh mục các chủ đề, phân loại các lĩnh vực con trong mạng xã hội của bạn. Mỗi chủ đề đó cần có ít nhất một người quản trị viên để duyệt bài và trả lời các thắc mắc của thành viên

Sau đó, trong mỗi chủ đề bạn cần kêu gọi những thành viên tham gia đầu tiên chuẩn bị sẵn những bài viết để đăng lên trước khi ra mắt website. Những bài viết đầu tiên này càng được chuẩn bị kỹ lưỡng thì chất lượng chuyên môn mạng xã hội của bạn càng cao. Nó sẽ tạo ra những “lời đồn” đầu tiên về mạng xã hội của bạn và định hình cho những bài viết tiếp theo của các thành viên khác.

6.5 Bước 5: Marketing & Sale

Bạn cần tiến hành các hoạt động marketing trước để mạng xã hội của bạn trở nên nổi tiếng sau đó mới tiến hành các hoạt động sale để thu phí từ các dịch vụ có tính phí.

Bạn có hai nhóm khách hàng:

Nhóm khách hàng cá nhân: những người này muốn nhận những tin tức hữu ích và muốn chứng tỏ năng lực của mình trên mạng xã hội chuyên ngành này.

Nhóm khách hàng doanh nghiệp: nhóm này có bốn nhu cầu.

Thứ nhất, họ muốn quảng bá thương hiệu và tên tuổi thông qua những bài viết của họ.

Thứ nhì, họ muốn giới thiệu, quảng cáo những sản phẩm mới đến thị trường thông qua những bài review của những thành viên nổi tiếng trên mạng xã hội này.

Thứ ba, họ muốn tuyển dụng những người phù hợp từ các thành viên trên mạng xã hội của bạn.

Thứ tư, họ muốn mua dữ liệu khách hàng và các dữ liệu thống kê thói quen người dùng từ hệ thống của bạn.

Bạn cần xác định đối tượng khách hàng mục tiêu để thiết lập chiến dịch marketing và sale hiệu quả nhất.

6.5.1 A. MARKETING

Đầu tiên, cần xác định SẢN PHẨM và GIÁ TRỊ mà bạn bán cho mỗi nhóm khách hàng. Ví dụ, với nhóm khách hàng cá nhân, sản phẩm mà bạn cho họ là tin tức và danh tiếng, nhưng giá trị thực sự bạn mang lại cho họ là sự thành công. Vậy trong chiến lược marketing đến đối tượng này, thông điệp của bạn sẽ là cho họ những thông tin bổ ích hay cho họ sự thành công lâu dài nhờ uy tín của họ trong ngành nghề?

Tiếp theo, hãy so sánh các lợi thế của bạn và nhu cầu thị trường để chọn ra một lợi thế cạnh tranh chủ đạo, từ đó mới xác định được phân khúc thị trường, khách hàng mục tiêu và xác lập chiến lược cạnh tranh ngắn hạn và dài hạn.

Chúng tôi thường tư vấn cho các doanh nghiệp khởi nghiệp không nên đổ hàng núi tiền để quảng cáo trên các kênh truyền thống, mà họ nên theo chiến lược “marketing khác biệt”. Nghĩa là họ nên tìm một ý tưởng sáng tạo để khác biệt hóa website, khác biệt hóa dịch vụ, chăm sóc khách hàng... Sao cho mọi người phải kể cho nhau nghe về điều khác biệt ấy của bạn, tức là họ đang vô tình quảng bá cho thương hiệu của bạn rồi. Hãy nhớ rằng thiên hạ thường không kể cho nhau nghe về những điều bình thường, mà chỉ thích kể cho nhau nghe về những thứ không bình thường. Hãy xem qua câu chuyện đầy thú vị về sự thành lập smartwebsite.vn để thấy rằng chúng tôi là một tập hợp những con người khác biệt với những ý tưởng táo bạo, và luôn sẵn lòng giúp bạn có được một ý tưởng khác biệt cho chiến lược marketing của mình. Hãy xem cách mà chúng tôi sẽ giúp bạn tại đây.

Cuối cùng, hãy khuếch trương sự khác biệt đó của bạn bằng những câu chuyện, những hình ảnh, những đoạn phim, những chia sẻ trên báo chí, truyền hình. Nhưng lúc này bạn không phải trả tiền cho giới truyền thông để họ quảng cáo cho bạn, mà họ sẽ tự tìm đến bạn để kể cho mọi người nghe về điều khác biệt của bạn. Truyền thông luôn thích những điều khác biệt.

Chuẩn bị ra mắt website

Sau khi các thành viên đầu tiên (xem [bước 3](#), [bước 4](#)) đăng các bài viết chất lượng lên mạng xã hội của bạn. Hãy chọn ra những bài viết hay nhất share lên Fanpage theo chiến lược khác biệt trên. Sau đó hãy mua quảng cáo của Facebook để những bài viết này xuất hiện trên tường của những người mà bạn muốn nhắm đến. Chúng tôi sẽ giúp bạn thực hiện chiến lược này hiệu quả hơn bằng cách chọn đối tượng, địa điểm, ngành nghề, giới tính và các thông tin khác để bạn có thể thu hút được đúng khách hàng mục tiêu. Xin lưu ý rằng Facebook chỉ giúp đưa bài viết của bạn xuất hiện trên bản tin của người dùng, còn họ có click vào xem bài viết hay không lại phụ thuộc vào nội dung và hình ảnh của bài viết đó. Sau khi họ click xem bài viết, họ có like Fanpage của bạn hay không lại phụ thuộc vào nội dung Fanpage có bổ ích với họ hay không. Sau khi vào website, họ có tạo tài khoản hay không lại phụ thuộc vào việc bạn có cho họ thấy được lợi ích của họ khi tham gia mạng xã hội này hay không.

Phải chuẩn bị mọi thứ thật chu đáo giống như bạn đang đón tiếp khách hàng đến dự một buổi “đại tiệc” miễn phí tại tư gia. Trong đó, Facebook giống như một anh chàng tiếp thị, họ chỉ giúp bạn “ấn” vào tay khách hàng một cái tờ rơi, nếu nội dung tờ rơi không được viết bằng “ngôn từ thôi miên”, không có những hình ảnh gây tò mò, không hứa hẹn một phần quà, thì có gì khách hàng chịu dành vài phút để ghé thăm nhà bạn? Khi họ đến rồi, nếu thấy chẳng có ích lợi gì thì có gì họ phải cung cấp thông tin cá nhân để nhận thẻ thành viên từ bạn?

Chúng tôi hiểu điều đó, nên có sẵn một đội ngũ để giúp bạn thực hiện chiến lược này một cách hiệu quả nhất, từ việc “thổi hồn” vào mỗi bài viết của bạn bằng những ngôn từ thôi miên, cho đến khâu liên kết nó với các website nổi tiếng khác.

Ngoài ra, chúng tôi còn giúp Google nhanh chóng có “cảm tình” với bạn bằng sức mạnh tập thể của cả cộng đồng Smartwebsite.vn. Hiện nay chúng tôi đã xây dựng được những website nổi tiếng, và sẽ liên kết những website này với website chưa có tên tuổi của bạn. Khi đó, Google sẽ thấy rằng, website của bạn có nhiều “bạn bè” là những website nổi tiếng, nên cho rằng chắc bạn cũng có “số má” trong giang hồ, từ đó mới đưa website của bạn lên top trong kết quả tìm kiếm trên Google.

Trong thời gian khai trương này, bạn nên có những phần quà cho những ai tạo hồ sơ, đăng bài viết chất lượng như tặng tiền vào tài khoản của họ để họ mua các gói dịch vụ sau này, tặng tài liệu hoặc bất cứ thứ gì mà bạn có thể cho họ miễn phí.

Song song với các hoạt động marketing dựa trên sự khác biệt và chiến lược SEO, bạn cần thường xuyên duy trì các công việc sau để đáp ứng nhu cầu học hỏi của thành viên, nhu cầu quảng bá của các công ty và trường đại học:

Mời những người thành công trong ngành nghề chia sẻ câu chuyện thành bại của họ.

Mời các công ty chia sẻ về văn hóa của họ và các tiêu chí tuyển dụng của họ, giúp ứng viên hiểu thêm về công ty trước khi ứng tuyển. Đây cũng là hoạt động quảng cáo cho các công ty này.

Mời các trường đại học chia sẻ về chương trình đào tạo, mục tiêu đào tạo và thế mạnh ở sinh viên của họ.

Đề nghị các công ty đưa ra các chương trình khuyến mãi, giảm giá để đăng lên mạng xã hội của bạn mà chỉ có thành viên mới được quyền rút thăm hoặc dự thưởng.

Tổ chức các buổi giao lưu, gặp gỡ với những người nổi tiếng, hoặc những công ty nổi tiếng trong ngành nghề.

Liên tục cập nhật các văn bản pháp luật, tiêu chuẩn, tài liệu chuyên ngành hữu ích cho thành viên trong công việc.

Tổng hợp các thông tin tuyển dụng tốt nhất trong ngành.

Tổng hợp các tin tức mới nhất trong ngành từ báo chí mỗi ngày.

Xuất bản Ebook định kỳ.

Tất cả các nội dung trên sẽ được đăng lên phần bản tin, phần Blog và được share lên Fanpage của website. Nhờ đó, mạng xã hội của bạn giống như một trang báo chuyên ngành, và Fanpage của bạn luôn tràn ngập những thông tin hữu ích, nếu là dân trong ngành sẽ không thể không like.

Bạn không cần phải tiến hành tất cả các công việc trên mà chỉ cần thực hiện những công việc thuận lợi nhất. Chi tiết cách thực hiện mỗi công việc sẽ được chúng tôi hướng dẫn trong khi thực hiện dự án.

6.5.2 B. SALE

Các nguồn thu của bạn sẽ đến từ các dịch vụ sau:

Đặt banner quảng cáo công ty. Cuối mỗi trang bản tin sẽ có một banner quảng cáo, những công ty nào muốn đặt banner quảng cáo tại đây sẽ phải trả phí.

Thu phí đẩy bài viết lên top. Khi lượng bài viết nhiều lên, một bài viết mới đăng sẽ nhanh chóng bị trôi xuống dưới bản tin. Với các công ty đã đầu tư cho những bài viết chất lượng, hoặc đăng tin tuyển dụng, họ sẽ sẵn sàng mua gói đẩy tin lên top để bài viết của họ được đẩy lên top 3 lần mỗi ngày. Khi một thành viên nổi tiếng viết bài review để quảng cáo cho một sản phẩm mới của công ty nào đó, họ cũng phải mua gói đẩy tin lên top này để bài viết của họ tiếp cận được nhiều người hơn.

Khi mạng xã hội của bạn có lượng thành viên khá lớn và phát triển ổn định, lúc này các nhà tuyển dụng sẽ muốn tìm kiếm ứng viên ở đây. Bạn có thể thu phí khi họ bấm xem thông tin liên hệ của mỗi thành viên. (Xem [bước 7](#) để hiểu thêm về cách thu phí này)

Nếu bạn là thành viên ban quản trị, đang có cả ngàn người theo dõi trên mạng xã hội này, thì các công ty sẽ phải trả một khoản phí rất lớn để bạn viết bài review về một sản phẩm mới ra của họ. (Xem [bước 8](#) để hiểu thêm về cách kiếm tiền âm thầm này).

Các công ty điều tra thị trường, hoặc những công ty muốn khảo sát thói quen người dùng sẽ muốn mua dữ liệu thống kê thói quen người tiêu dùng trên mạng xã hội của bạn.

Và còn nhiều nguồn thu “tế nhị” khác mà chúng tôi không tiện nêu ra ở đây.

Bạn đừng lo về khâu thu phí hoặc cài đặt các dịch vụ quảng cáo cho khách hàng, vì hệ thống này có một ví điện tử, khách hàng chỉ cần nạp tiền vào đó thì có thể tự mua các gói dịch vụ trong tài khoản của mình mà không cần sự trợ giúp của ban quản trị, giống như cách bạn mua quảng cáo của Google hay

Facebook. Bạn có tạo các chiến dịch khuyến mãi bằng cách tặng tiền vào ví điện tử này cho khách hàng đăng bài viết, tạo hồ sơ, bài viết có nhiều lượt like...

Tóm lại, bạn sẽ có nhiều nguồn thu khác nhau đến từ các đối tượng khác nhau, nhưng điều cốt yếu vẫn là phải làm sao để mạng xã hội của bạn nổi tiếng và có thật nhiều người sử dụng. Khi đó, bạn có thể gửi email đến các thành viên thông báo các chiến dịch khuyến mãi tặng 100% giá trị tiền nạp vào tài khoản để mua các gói dịch vụ nâng cao... Nói chung việc Sale các dịch vụ này không có gì khó khăn khi bạn đã trở nên nổi tiếng.

6.6 Bước 6: thu thập phản hồi từ khách hàng, hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ

Trong lúc vận hành dự án, bạn cần thu thập phản hồi của người dùng về các tính năng của website, tính bổ ích của thông tin, các trào lưu mới... để làm cơ sở cho việc nâng cấp hệ thống và cải thiện chất lượng dịch vụ của bạn. Chúng tôi sẽ căn cứ vào các vấn đề mà bạn đưa ra để thiết kế thêm những tính năng hợp lý sao cho đáp ứng tốt nhất yêu cầu của khách hàng.

Công việc này phải được thực hiện trong suốt quá trình hoạt động vì nhu cầu thị trường và thị yếu của khách hàng luôn luôn thay đổi, do đó hệ thống và dịch vụ của ta cũng phải thay đổi theo mới không bị lạc hậu.

6.7 Bước 7: “lấn sân” sang mảng tuyển dụng nhân sự

Khi vận hành những dự án tuyển dụng chuyên ngành, chúng tôi thường nghe các nhà tuyển dụng than phiền rằng họ không biết cách nào để hiểu thêm về năng lực của ứng viên ngoài một bản CV sơ sài. Còn ứng viên thì lại cho rằng họ không có nơi nào để thể hiện năng lực của mình cho nhà tuyển dụng. Đó là lý do chúng tôi tạo ra mạng xã hội chuyên ngành này để nhà tuyển dụng và ứng viên hiểu nhau hơn.

Nhà tuyển dụng sẽ vào trang Tìm thành viên, lọc xem hồ sơ của các thành viên cá nhân có số điểm từ một mức nào đó trở lên, thuộc lĩnh vực mà họ đang muốn tuyển dụng. Sau đó họ sẽ xem tất cả các bài viết của người này, xem số điểm, số người theo dõi để biết năng lực thực sự của người này đã được cả cộng đồng đánh giá và xác thực. Khi mạng xã hội của bạn đã nổi tiếng, nếu nhà tuyển dụng muốn xem thông tin liên hệ của ứng viên, họ sẽ phải trả phí. Trong thời gian đầu, bạn không nên thu phí tính năng này. Việc định mức phí được bạn tự thiết lập dễ dàng trong admin.

Còn ứng viên sẽ lọc tìm hồ sơ của các Thành viên là doanh nghiệp đang có nhiều người theo dõi thuộc lĩnh vực mà họ quan tâm. Sau đó họ cũng xem các bài viết, xem số điểm và những người đang theo dõi công ty này để hiểu về văn hóa, về năng lực của họ. Từ đó họ sẽ biết mình có phù hợp với công ty này hay không, trước khi nộp đơn dự tuyển vào những vị trí đang được công ty này đăng trên mạng xã hội này.

Ngoài ra, bạn còn có thể đưa ra thêm nhiều dịch vụ về nhân sự như “săn” nhân sự cao cấp, Nhân sự đảm bảo, sơ tuyển hồ sơ ứng viên, đánh giá năng lực ứng viên, đào tạo theo chuyên đề...

6.8 Bước 8: quảng cáo ngầm thông qua review

Ngày nay chỉ còn những mặt hàng tiêu dùng vẫn sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng để quảng cáo với chi phí vô cùng đắt đỏ mà hiệu quả mang lại không được “sâu”, vì chẳng ai còn tin vào những lời tự khoe về mình của chính nhà sản xuất.

Do đó, với những sản phẩm chuyên biệt, người tiêu dùng thường tìm đọc những bài review của các chuyên gia trước khi quyết định mua sản phẩm. Vì sao họ lại tin những người này hơn tin nhà sản xuất? Vì những chuyên gia này review sản phẩm với con mắt của người sử dụng chứ không phải của người tạo ra nó. Họ có khen và có chê, không ca ngợi quá thái hoặc tuyệt đối hóa mọi thứ. Con người vốn không hoàn hảo, nên không thích nghe những điều hoàn hảo, vì họ biết rằng không có thứ như vậy trên đời. Vậy mà các nhà sản xuất luôn cho rằng sản phẩm của họ hoàn hảo, chẳng khác nào họ tự thú rằng họ đang nói dối khách hàng.

Điều này đã xảy ra nhiều đến nỗi ngày nay khách hàng đã bị “miễn nhiễm” với kiểu quảng cáo truyền thông. Những công ty có tầm nhìn đã hiểu điều đó, và dần chuyển sang kiểu quảng cáo “ngầm” bằng cách nhờ các chuyên gia review về sản phẩm của họ. Hãy xem những bài viết này trên Tinhte.vn để hiểu về hệ thống quảng cáo ngầm này đang lớn mạnh như thế nào.

Đầu tiên các công ty sẽ tìm những người nổi tiếng, đang được nhiều người theo dõi trên mạng xã hội của bạn, đó thường là thành viên ban quản trị hoặc thành viên tích cực. Sau đó, họ sẽ thuê những người này viết bài review về một sản phẩm hoặc dịch vụ của họ. Nếu bạn là thành viên ban quản trị, đừng lo lắng rằng những bài review này sẽ hạ thấp uy tín của bạn, vì bạn không phải “ca tụng” cho những sản phẩm này, mà giúp mọi người thấy rõ những ưu điểm và nhược điểm của nó.

Ví dụ, bạn đang review về một dòng sản phẩm cao cấp, sau khi tiết lộ vài tính năng thời thượng của nó, hãy tỏ ra thất vọng vì có lẽ sản phẩm này không “hợp tông” với những người có thu nhập trung bình khá, không có xe hơi và không có nhà cửa rộng rãi như bạn. Điều này chẳng những không làm giảm giá trị sản phẩm mà còn tăng doanh số bán hàng, vì khi đó người ta không mua sản phẩm, mà mua cái cảm giác được xem là người giàu có thuộc tầng lớp thượng lưu.

Tóm lại, các thành viên ban quản trị và các thành viên tích cực trên mạng xã hội của bạn sẽ liên tục được các nhà sản xuất đặt hàng viết bài review cho những sản phẩm mới ra mắt của họ. Đây là một sự hợp tác có lợi cho cả ba bên và đem lại nguồn thu rất lớn cho mạng xã hội của bạn, vì khi các thành viên khác đăng những bài review này, họ sẽ phải mua gói đẩy bài viết lên top để bài viết của họ tiếp cận được nhiều người xem hơn.

Trên đây là bản kế hoạch kinh doanh tóm lược giúp bạn hình dung ra những gì phải thực hiện khi quản lý một mạng xã hội chuyên ngành. Sau khi bạn thuê hệ thống, chúng tôi sẽ trợ giúp trong từng bước đi cụ thể.

Tóm lại, nếu bạn muốn có một mạng lưới các mối quan hệ trong lĩnh vực của mình và muốn trải nghiệm những bài học khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ thì đây là một cơ hội hiếm có.

Chúc bạn thành công!

Gia Nam – Founder & CEO SmartWebsite.vn.

www.GiaNam.vn