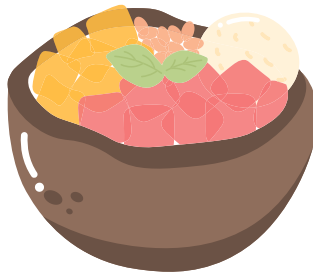


Xây dựng thực đơn (Menu) và thương hiệu cho quán chè

1. Thiết kế menu theo xu hướng 2025

a. Xu hướng “hot menu” cần nắm

- **Chè healthy:** Chè yến, hạt chia, đậu đen collagen, trà xanh matcha (giảm 30-50% đường, dùng sữa hạt).
- **Chè truyền thống cải tiến:** Thạch lá nếp, chè khúc bạch trân châu, chè sầu riêng kem cheese.
- **Bánh kết hợp:** Bánh flan chè Thái, bánh mochi nhân đậu đỏ, bánh su kem dừa dầm.
- **Món theo mùa:** Mùa hè – chè đá bào trái cây; mùa đông – chè nóng nấu sẵn tại quán.
- **Cách nghiên cứu xu hướng nhanh nhất:**



b. Cách nghiên cứu xu hướng nhanh nhất

► Bước 1: Quan sát mạng xã hội

- Vào Facebook, Instagram, TikTok và tìm các hashtag như #chengon #chehealthy #chetrangmieng #anvatgiare.
- Ghi lại món ăn có nhiều lượt like/share/comment nhất, đặc biệt từ các tài khoản có nhiều người theo dõi.
- Xem thử các combo, cách đặt tên món, tone màu ảnh chụp món đang hút tương tác.

► Bước 2: Khảo sát trực tiếp khách hàng mục tiêu

- Tại quán (nếu đã mở) hoặc khu vực bạn định bán, đặt 1 bảng hỏi đơn giản: “Bạn muốn thử món mới nào nhất?”
 - A. Chè yến táo đỏ
 - B. Trà trái cây mix topping
 - C. Bánh mì + chè nóng
- Có thể kèm theo ưu đãi nhỏ (giảm 5.000 đồng cho lần sau) nếu họ trả lời.

► Bước 3: So sánh giá và menu từ quán đang hút khách

- Chụp ảnh bảng menu ở 3-5 quán chè đồng khách quanh khu vực.
- Ghi lại nhóm món bán chạy và mức giá trung bình.
- Tìm điểm khác biệt để tránh đụng hàng nhưng vẫn bắt trend.

• Mẫu menu tham khảo theo nhóm xu hướng:

Nhóm món	Món “hot”	Mức giá
Chè healthy	Chè yến táo đỏ hạt chia	35.000 đồng

Chè truyền thống	Chè khúc bạch trân châu	25.000 đồng
Chè kết hợp bánh	Bánh flan trứng + chè Thái	30.000 đồng

2. Chọn món chủ lực tạo dấu ấn, hấp dẫn khách hàng

a. Nguyên tắc “3 KHÔNG”

- **Không chọn quá 3 món chính (tập trung nguồn lực).**
Không chọn món đại trà (Ví dụ: Chè đậu đen - trừ khi bạn có công thức đặc biệt).
- **Không chọn món cầu kỳ khó chuẩn hóa.**

b. Cách tìm ra món “tử” thực sự của bạn

- **Bước 1: Liệt kê tối đa 5 món bạn tự tin làm ngon nhất:**
 - ▶ Có thể bắt đầu từ những món bạn thường được bạn bè, người thân khen ngợi (Ví dụ: Chè chuối nếp nướng, chè bắp, bánh flan dừa,...).
- **Bước 2: Tổ chức kiểm tra nhỏ với ít nhất 20 người trong tệp khách hàng mục tiêu**
 - ▶ Mời ăn thử và đặt khảo sát: “Món này bạn sẵn sàng trả bao nhiêu? 25.000 đồng? 30.000 đồng?”
 - ▶ Ghi nhận cảm nhận thật, không ngại lời chê, vì đây là dữ liệu vàng để điều chỉnh món.
- **Bước 3: Tạo điểm khác biệt rõ ràng cho món bạn chọn**
 - ▶ Khách sẽ không nhớ “chè thập cẩm” nếu nó giống 10 quán khác. Nhưng nếu bạn có biến tấu riêng, món sẽ trở thành dấu ấn thương hiệu.

• Ví dụ:

- Chè thập cẩm: Thêm củ năng tươi giòn, ít quán dùng → ăn vui miệng, vị lạ.
- Bánh bò dừa: Dùng nước cốt dừa tự ép, thơm béo tự nhiên → tạo trải nghiệm đặc biệt.

• **Câu hỏi then chốt:**

- ▶ Món chủ lực của bạn giải quyết nhu cầu gì?

• Ví dụ:

Chè thạch trái cây trong suốt
→ Cho khách thích sống ảo.



Chè đậu đen giảm đường
→ Cho người ăn kiêng.



3. Định lượng và tối ưu lợi nhuận

- Kinh doanh quán chè không lời nhiều nhờ giá bán cao, mà lời nhờ kiểm soát chi phí và định giá thông minh. Một cốc chè bán ra tưởng lãi, nhưng nếu không tính kỹ, mỗi phần bán ra có thể lỗ nhẹ mà không hề hay biết.

a. Công thức định giá cơ bản

Giá bán = (Giá nguyên liệu/Tỷ lệ hao hụt) + Biên lợi nhuận

Biên lợi nhuận phổ biến: từ 40-60% tùy món (đối với món ăn bình dân, không thể cộng quá cao)

- **Ví dụ cụ thể:**

- Nguyên liệu cho 1 phần chè thập cẩm: 10.000 đồng (đậu, thạch, nước cốt, đá, ly, thìa,...).
- Hao hụt trong lúc nấu (do đổ hỏng, định lượng dư): ~10% → chỉ còn lại 90% nguyên liệu thực tế dùng được → Chi phí sau hao hụt: $10.000 / 0,9 = 11.100$ đồng.
- Áp dụng biên lợi nhuận 50% → Giá bán = $11.100 + 50\% = 16.650$ đồng
→ Làm tròn giá bán thành 17.000 đồng.

Lưu ý: Nếu không tính hao hụt, bạn sẽ định giá thiếu → dẫn đến giảm lãi thực tế mà không biết.

- **Mẹo nhỏ giúp tăng lợi nhuận mà khách vẫn hài lòng:**

- ▶ **Tạo combo thông minh:**

Ví dụ: “Combo đôi bạn”: 1 ly chè + 1 bánh flan = 30.000 đồng (thay vì 35.000 đồng)

→ Cảm giác rẻ hơn, nhưng bạn vẫn lời nhờ chi phí thấp của món bánh.

- ▶ **Dùng nguyên liệu đa dụng**

Cùng một loại đậu đen:

- Nấu chè đậu đen riêng.
- Kết hợp vào chè thập cẩm.
- Làm topping cho chè trái cây → Nhập nguyên liệu số lượng lớn để được giá tốt, giảm hao hụt do dư thừa.

- ▶ **Lỗi thường gặp cần tránh:**

- ▶ **Không cân đo định lượng:** Múc dư tay làm tăng chi phí, giảm lợi nhuận mà không hay biết.
- ▶ **Bỏ sót chi phí gián tiếp:** Gas, điện, nước,... mỗi nồi chè có thể tốn thêm 5.000–10.000 đồng. Nên ghi lại và phân bổ theo số phần bán ra để tính đúng lãi.

4. Xây dựng thương hiệu: Tên – Logo – Bao bì

a. Đặt tên quán “ăn điểm”

- Nguyên tắc đặt tên hiệu quả:

- ▶ **Dễ đọc, dễ nhớ, dễ gợi hình ảnh món ăn:** Ưu tiên các từ gần với hương vị, nguyên liệu, cảm xúc.
- ▶ **Có phong cách riêng:** Truyền thống, gợi sự thân quen (*Ví dụ:* Chè Mộc Lan); hiện đại, gợi phong cách healthy hoặc trẻ trung (*Ví dụ:* Healthy Chee, CheFit).
- ▶ **Tránh trùng tên trên Google/Facebook:** Tìm thử tên đó, nếu đã có 2-3 quán dùng rồi thì nên chọn tên khác để tránh nhầm lẫn.

- Gợi ý thêm một số kiểu tên:

- ▶ **Theo nguyên liệu chính (gợi sự đặc trưng):** Chè Sầu Mịn, Đậu Đỏ Corner.
- ▶ **Theo phong cách phục vụ (trẻ trung):** Mang Về Là Nhớ, Chè Nóng Giao Tận Tay, Uống Là Chill.
- ▶ **Theo cảm xúc và trải nghiệm:** Hồi Ức Chè Xưa.
- ▶ **Theo kiểu sáng tạo/cách điệu (độc – lạ – dễ viral):** Cốc Cốc Chè, Chè Đây!



b. Thiết kế logo “1 giây nhớ ngay”

Nguyên tắc: Đơn giản – Gợi hình – Dễ nhận diện khi in nhỏ

→ Không cần thiết kế cầu kỳ hay tốn chi phí lớn. Một biểu tượng dễ hiểu kết hợp với chữ tên quán là đủ hiệu quả.

- Ví dụ minh họa:

- ▶ **Tên:** Chè Nhà Lành

- ▶ **Logo gợi ý:**

- Hình nổi chè đang nghi ngút khói, chữ “Nhà Lành” viết tay mềm mại.
 - Màu chủ đạo: Nâu đất và xanh lá → Tạo cảm giác ấm áp, thủ công, tin cậy.

- **Lưu ý:**

- ▶ In thử logo trên ly, túi, nắp để kiểm tra xem khi thu nhỏ có bị rối, khó đọc không.
 - ▶ Nếu chưa có designer: Có thể dùng Canva, Looka hoặc thuê freelancer trên các nền tảng như Fivrr/VLance.

c. Bao bì “vừa đẹp vừa xanh”

- **Chọn chất liệu bao bì phù hợp ngân sách và hình ảnh thương hiệu:**

Vật liệu	Ưu điểm	Mức giá
Giấy kraft	Thủ công, thân thiện với môi trường	Cao hơn ~20%
Hộp nhựa tái chế	Cứng cáp, dễ tái sử dụng	Trung bình
Túi nilon tự hủy	Giá rẻ, dễ in ấn	Thấp

- **Mẹo tiết kiệm và hiệu quả:**

- ▶ Dán sticker logo lên bao bì trơn → Tiết kiệm 40-50% so với việc in trực tiếp.
 - ▶ Dùng tối đa 2 màu chủ đạo (trắng + 1 màu nhận diện) → Giảm chi phí mà vẫn đồng bộ thẩm mỹ.
 - ▶ Ưu tiên thiết kế hộp/túi có chỗ ghi tên món/giờ giao hàng để tiện đóng gói và phục vụ.

Quản lý nguyên vật liệu làm chè

1. Thiết kế menu theo xu hướng 2025

a. Nguyên tắc vàng

- **Không mua thừa:** Chỉ chọn nguyên liệu phục vụ món chính trong menu.
- **Không mua kém chất lượng:** Ưu tiên “tươi – ngon – sạch” dù giá cao hơn 10-15%.
- **Không phụ thuộc 1 nguồn:** Luôn có 2 – 3 nhà cung cấp dự phòng.

Gợi ý: Hãy chọn những món chè **dùng chung nguyên liệu** để giảm chi phí và tồn kho, đồng thời tiết kiệm thời gian chế biến (ví dụ: trân châu dùng cho cả chè Thái, chè dừa non trân châu, chè khúc bạch trân châu,...).

b. Bảng danh sách mẫu

Nguyên liệu	Món dùng chính	Tiêu chuẩn chất lượng
Đậu xanh không vỏ	Chè đậu xanh, nhân bánh	Hạt đều, không mốc, màu vàng sáng, nở mềm khi nấu.
Dừa nạo sấy	Chè chuối, chè thập cẩm	Sợi dừa trắng ngà, khô ráo, có mùi thơm nhẹ tự nhiên, không mùi hóa chất.
Nước cốt dừa	Hầu hết các món chè	Vị béo vừa, không chua, không tách nước, có thể nếm thử trực tiếp.

Lá dứa tươi	Chè khúc bạch, nấu nước màu thơm	Lá xanh muốt, không úa, bóp nhẹ có mùi thơm dịu, không dập nát.
Khoai môn, khoai lang	Chè khoai dẻo, chè thập cẩm	Củ nặng, chắc tay, không sâu mọt, khi hấp lên bù và ngọt tự nhiên.

• **Cách kiểm tra nhanh:**

- ▶ **Tươi:** Đậu/trái cây cầm chắc tay, không dập.
- ▶ **Sạch:** Có giấy kiểm định an toàn (với sản phẩm đóng gói).
- ▶ **Ngon:** Nếm thử (*Ví dụ:* Nước cốt dừa không chua, không lợn cợn).

2. Chọn nhà cung cấp “3 đúng”

a. Nguyên tắc vàng

Đúng giờ – Đúng chất lượng – Đúng giá

• **Bước 1: “Thực chiến” tại chợ đầu mối hoặc kho sỉ**

- ▶ Khảo sát tối thiểu 5 sạp bán cùng loại nguyên liệu (chợ Hóc Môn – TP.HCM, Long Biên – Hà Nội,...).
- ▶ So sánh giá, chất lượng: Quan sát hàng thật, hỏi rõ xuất xứ và ngày về hàng.
- ▶ Yêu cầu gửi mẫu test trước khi đặt hàng lớn (tự kiểm tra màu sắc, độ tươi, mùi vị hoặc cho nhân viên thử và feedback).
- ▶ Lưu lại ít nhất 3 số điện thoại và địa chỉ liên hệ từ các nhà cung cấp phù hợp.

• **Bước 2: Đàm phán thông minh để đạt giá và cam kết tốt**

- ▶ **Đặt vấn đề rõ ràng về nhu cầu:** “Nếu mình đặt 10kg/tuần, anh/chị có thể giảm 10% giá không?”
- ▶ **Thương lượng số lượng và ưu đãi combo:** “Nếu em nhập combo 3 loại hàng, anh có thể hỗ trợ phí vận chuyển hoặc thêm 1-2 phần

mẫu dùng thử cho món mới không ạ?”

- ▶ **Xác nhận rõ các điều kiện cuối cùng:** Giá, số lượng, thời gian giao, phí vận chuyển,... ghi rõ trong giấy note hoặc tin nhắn Zalo.

b. Cảnh báo rủi ro

- ▶ Giá quá rẻ bất thường → Nên hỏi kỹ về nguồn gốc, hạn dùng hoặc yêu cầu thử hàng trước.
- ▶ Không có cam kết rõ ràng → Nên nhắn tin xác nhận đơn, giá và thời gian giao hàng để tránh tranh cãi sau này.

3. Bảo quản và giảm hao hụt “0 đồng”

Quy trình chuẩn:

Nhập kho → Phân loại → Bảo quản → Kiểm kê

a. Bí quyết bảo quản

Dưới đây là một số bí quyết bảo quản nguyên liệu giúp quán chè luôn giữ được độ tươi ngon và hạn chế lãng phí:

Nguyên liệu	Món dùng chính	Tiêu chuẩn chất lượng
Hạt khô	Hộp kín, để nơi khô ráo	6 tháng
Trái cây tươi	Ngăn mát (4-6°C)	2-3 ngày
Thạch làm sẵn	Hộp nhựa, để ngăn đông	1 tuần
Nước cốt dừa tươi	Chia thành túi nhỏ, cất đông	1 tuần



b. Mẹo giảm hao hụt

- **Áp dụng FIFO (First In – First Out):** Luôn sử dụng nguyên liệu cũ trước để tránh hư hỏng do tồn kho quá lâu.

- ▶ Khi nhập hàng về, dán nhãn rõ ràng ngày nhập và hạn sử dụng lên từng hộp/túi đựng nguyên liệu.
- ▶ Xếp nguyên liệu mới ra sau, nguyên liệu cũ ra trước trong tủ/kệ.
- ▶ Cuối ngày, nên kiểm tra nhanh các nguyên liệu dễ hỏng (trái cây, sữa tươi,...) để điều chỉnh món hôm sau nếu cần.

- **Tận dụng nguyên liệu gần hết hạn một cách sáng tạo:**

- ▶ **Với trái cây chín nhanh (như chuối, xoài):** Có thể tận dụng để làm món phụ hấp dẫn trong menu như kem chuối, bánh chuối chiên, hoa quả dầm,...
- ▶ **Sữa tươi sắp hết hạn:** Dùng để nấu chè sữa chua, panna cotta hoặc mix với thạch sương sáo làm món mới.
- ▶ **Rau câu/thạch thừa từ hôm trước:** Có thể xay nhuyễn, làm topping layer cho món khác (*Ví dụ:* Thạch trà sữa xay).

- **Chuẩn hóa định lượng:**

- ▶ Dùng cốc đong và cân điện tử khi nấu các nguyên liệu như nước cốt dừa, bột năng, đường,...
- ▶ Soạn sẵn bảng định lượng từng nguyên liệu cho mỗi món (*Ví dụ:* *chè thập cẩm = 20g đậu đỏ, 15g thạch, 5g dừa nạo,...*).
- ▶ Đào tạo nhân viên mức đúng số muỗng, đúng khối lượng → Tránh “mỗi người 1 tay”, gây lãng phí nguyên liệu và mất đồng nhất món ăn.



4. Quản lý xuất – nhập rõ ràng, hiệu quả

Kiểm soát kho kỹ lưỡng = Không thất thoát + Không tồn đọng + Không thiếu hàng đột ngột

a. Sổ tay thủ công (dành cho người mới)

- Mẫu nhật ký kho (viết tay):

Ngày: 25/06/2025

- ▶ Nhập: Đường trắng (10kg) – Nhà cung cấp A – Giá: 25.000 đồng/kg
- ▶ Xuất: 2kg (nấu chè đậu) + 1kg (làm bánh flan)
- ▶ Tồn: 7kg

→ Mỗi nguyên liệu nên có 1 dòng nhật ký riêng để dễ theo dõi.

b. Công thức tính lượng nhập tối ưu

Lượng cần đặt mỗi tuần = Nhu cầu trung bình tuần x 1.5

- *Ví dụ minh họa:*

- ▶ Mỗi tuần dùng khoảng 5kg đậu xanh → Đặt $5 \times 1.5 = 7.5\text{kg/tuần}$

→ Vừa đủ dùng, vừa có dư để phòng hỏng hóc hoặc đơn hàng tăng đột biến.

c. Phần mềm hỗ trợ miễn phí

- ▶ **Google Sheets:**

- Tạo bảng có cột: Tên nguyên liệu – Số lượng nhập – Xuất – Tồn kho – Ghi chú.
- Có thể dùng điện thoại, chia sẻ với người khác cùng quản lý.

- ▶ **Ứng dụng điện thoại:**

- **KiotViet:** Quản lý kho, bán hàng, báo cáo thu chi. Có bản dùng thử miễn phí, dễ dùng cho quán nhỏ.

→ Hỗ trợ nhập – xuất, cảnh báo tồn kho thấp, thống kê lãi lỗ cơ bản.

- **Sổ Thu Chi MISA:** Dành cho hộ kinh doanh cá nhân: Ghi chép nhập hàng, bán hàng, tồn kho, theo dõi chi phí – doanh thu.

→ Có thể dùng để ghi nhật ký nguyên liệu và tính tồn đơn giản.

Marketing online/offline

Thu hút khách và tạo dấu ấn

1. Chiến dịch khai trương thu hút

a. Công thức khai trương thành công

Ưu đãi 20-50% tuần đầu tiên + Quà tặng dễ thương = Tăng tỉ lệ khách trong những ngày đầu tiên.

b. Kế hoạch 7 ngày vàng

Thời gian	Chiến dịch	Lưu ý quan trọng	Chi phí
Trước 7 ngày	- Tạo poster/tin đăng đơn giản: ▶ Dùng ứng dụng Canva (miễn phí). ▶ Nội dung: “Khai trương! Giảm 50% – Địa chỉ + Ngày.” ▶ Hình ảnh: 1 món chè ưng ý nhất của quán.	- Size chữ to, dễ đọc. - Ghi rõ số lượng suất (50) - Nhúng link Google Maps nếu đăng online.	0 đồng
Trước 5 ngày	- Đăng thông tin lên 2 kênh chính: ▶ Facebook cá nhân + 1 group khu vực (<i>Ví dụ:</i> “Hội ăn vặt quận Đống Đa”) ▶ Zalo bằng bài viết (kèm poster)	- Đặt câu hỏi: “<i>Bạn thích món chè nào nhất?</i>” để tăng tương tác. - Gắn thẻ 3-5 người bạn thân nhờ chia sẻ.	0 đồng

Trước 3 ngày	- Chuẩn bị vật dụng tại quán: ▶ In 100 phiếu đánh số (từ 1-100) ▶ Mua 50 phần quà nhỏ (kẹo, sticker) nếu có điều kiện. ▶ Làm bảng rỗng “Ưu đãi còn... suất.”	- Phiếu số để khách tự lấy khi xếp hàng. - Bảng ghi số suất còn lại (cập nhật liên tục).	50.000 đồng - 150.000 đồng
Trước 1 ngày	- Nhắc nhở 3 lần: ▶ Đăng Story FB/ Zalo: “1 ngày nữa! Sáng mai 7 giờ: Giảm 50% cho 50 người đầu tiên.” ▶ Nhắn tin cho 20 người thân/quen biết trước.	- Story dùng hình ảnh poster cũ + đồng hồ đếm ngược. - Nhắn tin ngắn gọn: “Anh/chị nhớ qua ủng hộ em nhé!”	0 đồng
Ngày khai trương	- Cách vận hành ưu đãi: ▶ Dán poster lớn trước cửa. ▶ Phát phiếu số cho khách xếp hàng. ▶ Gạch số trên bảng khi hết mỗi suất.	- Giới hạn 1 suất/người. - Luôn tươi cười dù đông. - Báo hết ưu đãi rõ ràng khi đủ 50 suất.	500.000 đồng (cho chiết khấu 50%)

2. Quảng cáo offline thông minh

- Biển LED là công cụ hiệu quả 24/7, đặc biệt nổi bật vào ban đêm hoặc khi trời mưa. Đồng thời, biển LED dễ lắp đặt và không cần kỹ thuật phức tạp.

Hướng dẫn 4 bước triển khai đơn giản:



Bước	Công việc	Hướng dẫn chi tiết	Chi phí
Chọn loại biển	Mua biển LED chạy chữ cơ bản	- Size nhỏ: 40cm x 60cm (treo cửa). - Chọn dòng hiển thị 3 dòng chữ. - Ưu tiên chữ đỏ/vàng (dễ thấy).	500.000 - 1.5 triệu đồng.
Viết nội dung gây cảm giác sợ bỏ lỡ	Tạo 3 mẫu tin luân phiên	- Mẫu 1 (Giờ vàng): “17 giờ – 20 giờ: Mua 1 tặng 1 – chỉ 20 suất/ngày.” - Mẫu 2 (Kích thích): “Free bánh flan khi mua 2 chè – chỉ hôm nay.” - Mẫu 3 (Đơn giản): “Chè thập cẩm chỉ 15.000 đồng - Ngon mát lạnh.”	0 đồng
Vị trí lắp đặt	Treo biển đúng điểm nhìn	- Cao 1.8m - 2m (ngang tầm mắt). - Hướng ra đường đi bộ/ô tô. - Không bị cây, cột điện che khuất.	Khoảng 100.000 đồng (tiền công)

3. Marketing truyền miệng – Chìa khóa để khách quay lại

a. Chiến lược 1 khách = 10 khách mới

Dịch vụ tốt + Trải nghiệm đáng nhớ = Khách hàng lan tỏa thương hiệu



b. 5 bí kíp tạo hiệu ứng lan truyền tự nhiên

• Tặng quà bất ngờ:

- ▶ Vào khung giờ cao điểm (Ví dụ: 16 giờ - 18 giờ), chọn ngẫu nhiên khách thứ 100 mỗi ngày để tặng 1 phần chè bí mật, món không có trong menu, được trang trí đặc biệt và chỉ dành riêng cho người được tặng.
- Khách sẽ bất ngờ và dễ chia sẻ lên mạng xã hội vì cảm thấy được ưu ái.

• Hỏi ý kiến khách hàng:

- ▶ Đặt một cuốn sổ góp ý hoặc bảng mini “Góp ý để quán ngon hơn” ngay quầy tính tiền. Gợi ý khách viết nhanh vài dòng cảm nhận và cam kết tặng phiếu giảm 5.000 đồng cho lần sau.
- Cách này khiến khách thấy ý kiến của họ được trân trọng.

• Làm thiệp cảm ơn bằng tay:

- ▶ In sẵn một số mẫu thiệp cảm ơn nhỏ hoặc viết tay lên mặt sau hóa đơn: “Cảm ơn bạn đã ủng hộ! Mời bạn dùng thêm caramen miễn phí nhé.”
- Cách này không tốn kém, nhưng để lại ấn tượng sâu vì tính cá nhân hóa và chân thành.

• Xưng hô thân thiện và gọi tên khách quen:

- ▶ Tập thói quen ghi nhớ tên và món ưa thích của khách quen (có thể lưu nhanh trên sổ nhỏ sau mỗi lần phục vụ). Lần sau gọi họ bằng tên: “Chị Lan nay mình dùng sầu riêng kem như lần trước chứ ạ?”
- Tạo cảm giác gần gũi, được quan tâm, đúng kiểu quán ruột.

• Hỗ trợ siêu tốc:

- ▶ Cam kết giao trong 15 phút với khách trong bán kính 2km. Gọi điện trước 2 phút để báo sắp đến: “Em đang trước cổng rồi ạ! Mời chị xuống lấy chè cho nóng nhé.”
- Tốc độ và sự chuyên nghiệp sẽ khiến khách nhớ lâu và dễ kể cho người khác.

4. Facebook/TikTok - Tạo nội dung hút view không tốn tiền

a. Chiến lược content “2 KHÔNG” – Càng tự nhiên, càng dễ lan tỏa

- Thay vì đăng bài kiểu “Chè ngon 25.000 đồng, mời bạn ghé!”, hãy kể chuyện:

- ▶ “Mỗi tối mẹ đều nấu chè đậu xanh cho cả nhà , vị ngọt này là cả tuổi thơ của mình.”
 - ▶ “Làm sao để chè ít đường mà vẫn thơm béo?”
- Cách này khiến khách chủ động quan tâm, tin tưởng và muốn thử.

- Không dùng video dài quá 30 giây (TikTok) hoặc 1 phút (Facebook):

- ▶ Người dùng lướt rất nhanh. Nếu 3 giây đầu không bắt mắt → Họ sẽ bỏ qua.
- ▶ Giữ clip ngắn, dễ hiểu, nội dung đơn giản (1 món - 1 mẹo - 1 câu chuyện) sẽ dễ lan truyền hơn.

b. Kế hoạch nội dung 1 tuần (tùy chọn, không bắt buộc)

Ngày	Nội dung FB/Tiktok	Cách câu tương tác
Thứ hai	Video ngắn: “So sánh 3 topping hot nhất tháng. Đây là chân ái?”	Gợi ý: “Chọn topping bạn mê nhất!”
Thứ tư	Video hướng dẫn: “Cách kết hợp chè trái cây mát lạnh tại nhà”	Kêu gọi: “Ai muốn mình chia sẻ thêm công thức?”
Thứ sáu	Clip vui: “Bạn chọn đội nào? Chè truyền thống với Chè hiện đại”	Kêu gọi: “Gắn thẻ người trái gu với bạn để tranh luận!”
Chủ nhật	Clip hậu trường: “Một ngày chuẩn bị 100 ly chè như thế nào?”	Gợi ý: “Bình luận món bạn muốn thấy vào tuần sau!”

5. Facebook Ads cho người mới bắt đầu: 3 bước cần làm

• Bước 1: Tạo tài khoản quảng cáo 0 đồng

- ▶ Không cần thiết lập phức tạp: Dùng trực tiếp trang Facebook của quán (không cần Business Manager)
- ▶ Truy cập: Vào trang quán → Chọn “Quảng cáo” → “Tạo quảng cáo”

• Bước 2: Cài đặt quy tắc vàng

- ▶ **Vị trí:** Khoanh vùng quanh quán: Bán kính 2-3km (đi bộ/đi xe <10 phút)
- ▶ **Đối tượng:**
 - Giới tính: Nữ
 - Sở thích: Ăn vặt, món ngọt, chè
- ▶ **Ngân sách:** 50.000 đồng/ngày (tương đương 1.5 triệu/tháng)

• Bước 3: Chọn 1 trong 2 loại quảng cáo đơn giản nhất

Loại 1: Quảng cáo tăng tương tác (tiết kiệm, hiệu quả)

- ▶ **Mục tiêu:** Chọn “Tương tác với bài viết” trên Facebook Ads.
- ▶ **Nội dung:** Dùng lại bài từng có > 50 like/share để chạy tiết kiệm và thu hút hơn.
- ▶ **Ưu điểm:**
 - Chi phí thấp (từ 30.000 đồng - 50.000 đồng/ngày)
 - Tăng độ nhận diện, tạo uy tín cho fanpage.
 - Giúp khách nhớ đến quán, dễ quay lại sau.
- ▶ **Phù hợp khi:**
 - Mới khai trương
 - Có ảnh/video món ngon cần đẩy tương tác.

Loại 2: Quảng cáo kêu gọi hành động

- ▶ **Mục tiêu:** Chọn “Lưu lượng truy cập” hoặc “Lượt nhấp vào liên kết”.
- ▶ **Link dẫn về:** Bài đăng Facebook có ghi rõ địa chỉ + số điện thoại (không cần website).

► **Ưu điểm:**

- Facebook ưu tiên hiển thị cho người có xu hướng đặt hàng.
- Phù hợp khi có ưu đãi hấp dẫn, giới hạn thời gian.

► **Ví dụ:**

- TRỜI NÓNG 39°C? CHÈ THÁI MÁT LẠNH CHỈ 15.000 đồng! Số 1 Ngõ ABC, Q. XYZ / 0903.xxx.xxx (Inbox ship liền!)

► **Phù hợp khi:**

- Muốn kéo khách đến quán hoặc chốt đơn ngay.

• **3 mẹo sống còn khi chạy Ads:**

► **Chỉ chạy trong giờ vàng:**

- 10 giờ - 12 giờ (giờ nghỉ trưa)
- 15 giờ - 17 giờ (giờ tan học/ca)
- 19 giờ - 21 giờ (tối đi chơi)

→ Tắt Ads ngoài khung giờ để tiết kiệm 50% ngân sách.

► **Dùng hình ảnh thật từ quán:**

- Khách đang ăn tại bàn.
- Ly chè chụp cận cảnh dưới ánh sáng tự nhiên.
- Tuyệt đối không dùng ảnh mạng.

► **Kiểm tra mỗi 2 ngày 1 lần:**

- Vào trang quán → “Quảng cáo” → Xem “Hiệu suất”
- Tạm dừng Ads nào có: Chi phí > 2.000 đồng/lượt tiếp cận/ít hơn 10 lượt nhấp sau 2 ngày.

