

# 100 Ý TƯỞNG CHO CONTENT SOCIAL-MEDIA

1. Trích dẫn: Trích dẫn hài hước, truyền cảm hứng hoặc động lực luôn nhận được sự thu hút
2. Các bài đăng điền vào chỗ trống (ví dụ: Nếu tôi có 1 triệu đô la, tôi sẽ \_\_\_\_\_ )
3. Thăm dò ý kiến: Mặc dù Facebook cung cấp các tính năng khảo sát/thăm dò ý kiến, nhưng tôi thấy việc chạy chúng theo cách thủ công vẫn đạt hiệu quả tốt hơn & để tăng cường sự tham gia bình luận của mọi người (ví dụ: Trong số những quyển sách này đâu là quyển sách yêu thích của bạn? – post câu này cùng với tám ảnh chụp những quyển sách bạn tâm đắc nhất)
4. Ảnh “hậu trường”: Chụp ảnh chân thật về bản thân, nhân viên của bạn hoặc chụp ảnh văn phòng hoặc không gian làm việc của bạn.
5. Thống kê dữ liệu: Chia sẻ số liệu thống kê mới, có liên quan của ngành (những dữ liệu này hoạt động rất tốt trong khâu tin nhắn như broadcast sms/messenger) (VD: SUCCESS đã cung cấp các loại hoa quả có chứa nhiều vitamin C & Các bước rửa tay đúng cách đã nhận được sự phản hồi tích cực)
6. Đăng một liên kết đến một bài đăng trên blog cũ: Không có gì sai khi tái sử dụng, và các bài đăng cũ sẽ có những sự quan tâm mới.
7. Câu hỏi: Đặt ra những câu hỏi đơn giản, cơ bản mà những người theo dõi của bạn có thể trả lời nhanh chóng.
8. Liên kết đến một bài đăng của khách: Chia sẻ (hoặc chia sẻ lại) một liên kết đến một bài đăng mà KH của bạn đã post.
9. Đăng một hình ảnh thương hiệu: Đăng một hình ảnh hài hước hoặc truyền cảm hứng với logo hoặc URL trang web của bạn trên đó. (VD: mời nêu nhận xét về mẫu logo mà bạn mới thay đổi)
10. Infographics: Tìm một infographic mà những người theo dõi của bạn sẽ đánh giá cao. Kiểm tra Infographic hàng ngày cho các ý tưởng, hoặc nếu bạn có thể tự tạo infographic của riêng mình thì càng tốt. (Infographic về số liệu sản phẩm bán ra của bạn trong năm cũ)
11. Ảnh sản phẩm: Hoạt động tốt nhất trên các trang web như Pinterest hoặc Instagram. Hãy suy nghĩ cách làm mới thư viện ảnh của bạn thay vì chỉ có ảnh sản phẩm cực kỳ lung linh? (ví dụ: ảnh nhân viên sử dụng sản phẩm hoặc chụp cùng sản phẩm, ảnh do khách hàng gửi, v.v.).
12. Hình ảnh không liên quan gì đến sản phẩm hoặc doanh nghiệp của bạn: Thay vào đó, chúng truyền tải cảm giác đằng sau thương hiệu của bạn. Chẳng hạn, cách Starbucks chia

sẽ ảnh trên Instagram để liên kết thương hiệu của họ với ánh nắng mặt trời, sự ấm áp và những người bạn tốt (không chỉ cà phê).

13. Ảnh chụp hậu trường: Ảnh sản phẩm của bạn khi trong giai đoạn sản xuất hoặc ảnh hậu trường của một buổi ghi hình, quay video, livestream

14. Liên kết đến một bài đăng trên blog gây tranh cãi: Không có gì tốt hơn để khơi gợi sự tham gia hơn là một cuộc tranh cãi nhỏ. (Bạn sẽ có nhiều tương tác hơn)

15. Yêu cầu cảm nhận về các sản phẩm của bạn : Những người theo dõi của bạn sẽ thích đưa ra suy nghĩ của họ về cách cải thiện sản phẩm của bạn. (Sự thật có nhiều người bạn trên MXH không phải là chuyên gia trong lĩnh vực của bạn, có thể cũng không phải là KH của bạn, nhưng họ cực kỳ thích đưa ra ý kiến bên dưới comment, bạn hãy lắng nghe)

16. Hãy để Pinterest truyền cảm hứng cho bạn: Pinterest là một mỏ vàng về mặt tìm kiếm những hình ảnh đẹp mà bạn có thể chia sẻ (đặc biệt là những hình ảnh có trích dẫn). Chỉ cần chắc chắn nhớ ghi nguồn gốc hình ảnh.

17. Chia sẻ tài nguyên hữu ích: Nếu bạn thực sự quan tâm đến việc chia sẻ thông tin hữu ích nhất với những người theo dõi mình, đừng ngại hướng họ đến nội dung có giá trị của người khác mà bạn thấy hay (không chỉ của riêng bạn).

18. Đăng bản trình bày SI slideshare: Nếu bạn muốn tìm một bản trình bày đã được chứng minh là phổ biến, hãy đi tới phần 'Xu hướng trong phương tiện truyền thông xã hội' ở cuối trang chủ SI slideshare .

19. Bắt trend: Đăng ảnh kèm caption đang hot trend trong thời điểm đó, nhưng hình ảnh là của bạn (VD: Đi du đi đưa,... Trúng rún cần mở, bấp cần bơ,...).

20. Sử dụng những frame (khung) trên avater FB: Có thể là frame đang hot về một sự kiện nào đó hoặc thiết kế frame cho team của bạn, nếu đủ đẹp và độc đáo thì KH và fan của bạn cũng sẽ sử dụng

21. Yêu cầu đánh giá hoặc một lời chứng thực: Lấy ý kiến đánh giá từ người hâm mộ hoặc người theo dõi là một trong những cách tốt nhất để có được lời chứng thực bạn có thể sử dụng làm bằng chứng xã hội trên trang web của mình.

22. Ảnh người hâm mộ: Tìm kiếm các hashtag liên quan đến doanh nghiệp hoặc sản phẩm của bạn và chia sẻ ảnh khách hàng trên Facebook, Instagram hoặc Pinterest.

23. Đề xuất một công cụ: Chia sẻ một công cụ (tốt nhất là miễn phí) hoặc tài nguyên mà bạn nghĩ rằng những người follow bạn sẽ thấy hữu ích.  
(Web sửa ảnh miễn phí: Befunky)  
(Web tách nền cho ảnh miễn phí: remove.bg)

24. Chia sẻ một cuốn sách yêu thích: Tương tự như #23, chia sẻ một đề quyền sách mà người hâm mộ hoặc người follow bạn sẽ đánh giá cao.

25. Một ngày của tôi như thế nào?: Đưa ra một bản tóm tắt về một ngày điển hình trong cuộc đời của bạn - một tác giả, trainer, CEO, designer, team leader, người bán hàng, nhân viên marketing..v.v. Người hâm mộ rất muốn biết bạn trải qua một ngày như thế nào
26. Đề xuất các sản phẩm yêu thích của bạn: Nếu bạn có một trang web thương mại điện tử, hãy chia sẻ danh sách những người bán hàng hàng đầu hoặc các sản phẩm được đánh giá cao nhất của bạn. Nếu bạn là nhà cung cấp dịch vụ, hãy chia sẻ danh sách các sản phẩm giúp bạn thành công trong việc kinh doanh.
27. Chia sẻ mẹo ngẫu nhiên: Định kỳ đăng một mẹo ngẫu nhiên, người theo dõi của bạn sẽ thấy hữu ích. Gợi ý: sử dụng số mẹo ngẫu nhiên sẽ thêm sự quan tâm đến bài đăng của bạn (ví dụ: Mẹo #256: \_\_\_\_\_). Bởi vì người theo dõi luôn quan tâm đến những con số, và họ cũng tò mò về những mẹo còn lại của bạn.
28. Liên kết đến bài đăng blog phổ biến nhất của bạn: Giới thiệu ngắn gọn về bài đăng và giải thích lý do tại sao đó là bài đăng được đọc và chia sẻ nhiều nhất của bạn.
29. Để lại một đề xuất: Nói về một doanh nghiệp/đối tác mà bạn đã làm việc thành công trong quá khứ một cách chân thành. (tặng thêm thiện cảm với doanh nghiệp đó/đối tác đó)
30. Chia sẻ mẹo cân bằng công việc / cuộc sống: Những người theo dõi phương tiện truyền thông xã hội của bạn muốn biết bạn là một người thực sự với những cuộc đấu tranh tương tự như họ. Chia sẻ một mẹo bạn đã học để cân bằng giữa công việc, cuộc sống và gia đình. Họ thấy hữu ích và không muốn bỏ lỡ tin tức từ bạn.
31. Yêu cầu lời khuyên: Đặt một câu hỏi giả định và hỏi những người theo dõi bạn những gì họ sẽ làm trong tình huống đó.
32. Nhìn lại ngày cũ: Chia sẻ hình ảnh của logo cũ, trang web hoặc sản phẩm đầu tiên của bạn.
33. Bài đăng ngẫu nhiên cho thấy bạn là người thật bình thường như họ: Chẳng hạn, những gì bạn đã ăn trong bữa tối hôm qua hoặc những gì bạn đã làm vào cuối tuần rồi.
34. Chia sẻ chủ đề Reddit phổ biến: Truy cập trang Subreddit Xu hướng của Reddit để tìm các chủ đề phổ biến và theo xu hướng để đăng.
35. Đề nghị người khác theo dõi trên phương tiện truyền thông xã hội: Mời họ theo dõi fanpage mới của bạn hoặc fanpage hiện tại, kênh Instagram mới, kênh youtube mới của bạn. Và bạn cũng làm điều tương tự với họ.
36. Chia sẻ bảng Pinterest: Nếu khách hàng của bạn ở trên Pinterest (gợi ý: hãy làm cho nhân khẩu học của bạn trên Pin cũng có nét tương đồng), rồi chia sẻ bảng Pinterest qua Facebook hoặc Twitter. (Tìm điểm chung để kết nối với KH)
37. Chia sẻ truyện tranh hoặc ảnh meme: Khiến khách hàng cười với bạn là một cách tuyệt vời để bắt đầu xây dựng mối quan hệ.

38. Đăng một lời bình luận trên video: Chia sẻ đánh giá video; hoặc tốt hơn nữa, yêu cầu những người theo dõi phương tiện truyền thông xã hội của bạn gửi lời comment. (trên youtube hoặc facebook để tăng tương tác).
39. Đề xuất một đồng nghiệp trên LinkedIn: Khuyến khích các kết nối của bạn tiếp cận với ai đó đóng vai trò là nguồn tài nguyên quý giá cho doanh nghiệp của bạn. (giới thiệu bạn của mình vào cty qua Linedln)
40. Tổ chức một cuộc thi ảnh: Yêu cầu gửi ảnh và sau đó khiến người hâm mộ của bạn bỏ phiếu. Chia sẻ hình ảnh chiến thắng, quá tuyệt!
41. Chia sẻ một chủ đề xu hướng trên Twitter: Sử dụng Topsy để tìm nội dung phổ biến và xu hướng trên Twitter.
42. Tổ chức một cuộc tranh luận trên phương tiện truyền thông xã hội: Điều này có thể giảm khá nhanh, vì vậy hãy chắc chắn đứng trên đỉnh của cuộc tranh luận này! Tức là bạn muốn lên kịch bản cho một cuộc tranh luận thì chắc chắn phải là chủ đề nóng hot và fan của bạn chia làm 2 phe chứ không phải bạn một phe và người hâm mộ là phe còn lại nhé.
43. Đặt tên cho bức ảnh này, sản phẩm này?: Đăng ảnh và yêu cầu người hâm mộ của bạn đưa ra chú thích sáng tạo hoặc hài hước.
44. Video YouTube: Tìm một video dễ thương hoặc truyền cảm hứng và quảng bá nó đến người hâm mộ hoặc người theo dõi của bạn. (Không nhất thiết là video từ kênh của bạn)
45. Gắn thẻ một trang Facebook khác: Tạo một số việc tốt bằng cách giúp thúc đẩy một doanh nghiệp khác.
46. Chia sẻ tin tức về ngành công nghiệp: Hãy dừng lại những gì đang diễn ra trong ngành hoặc lĩnh vực của bạn bằng cách sử dụng Google Alerts .
47. Chia sẻ các ngày lễ cụ thể theo quốc gia: Chúc các tín đồ của bạn từ khắp nơi trên thế giới vui vẻ (một danh sách đầy đủ các ngày lễ trên toàn thế giới có thể được tìm thấy ở FB của bạn).
48. Chia sẻ (và yêu cầu) dự đoán: Chẳng hạn, tôi dự đoán rằng Đức sẽ vô địch World Cup. Bạn nghĩ ai sẽ thắng?”.
49. Cung cấp một cuốn sách điện tử miễn phí: Xây dựng danh sách email của bạn trong khi tạo ra một số thiện chí với người hâm mộ của bạn.
50. Đặt câu hỏi: Hãy để người hâm mộ hỏi bạn bất cứ điều gì.
51. Đăng một quan điểm gây tranh cãi (nhưng cẩn thận).
52. Sử dụng danh sách Sở thích của Facebook cho ý tưởng nội dung: Xem chủ đề nào đang là xu hướng và chia sẻ chúng với người hâm mộ của bạn hoặc sử dụng chúng để tạo nội dung của riêng bạn.

53. Hồ sơ một nhân viên: Hãy cho những người theo dõi của bạn biết họ đang làm việc với những nhân viên ưu tú. (Nếu bạn là sếp hãy giới thiệu nhân viên của mình)

54. Đăng thông báo thu hồi sản phẩm: Luôn cập nhật và hành động nhanh để bạn có thể là người đầu tiên chia sẻ thông tin an toàn quan trọng với những người theo dõi bạn.

55. Đăng câu hỏi 'sự thật hoặc hư cấu': Hãy để người hâm mộ của bạn đoán xem đó là sự thật hay là một huyền thoại.

56. Chia sẻ tìm kiếm theo xu hướng của Google: Truy cập Biểu đồ hàng đầu của Google để tìm hiểu những gì mọi người hiện đang tìm kiếm; cung cấp cho spin của riêng bạn về một trong những chủ đề này.

57. Người hâm mộ của tháng: Công nhận fan cứng của bạn và cho họ biết họ được đánh giá cao.

58. Chia sẻ nghiên cứu ngành: Đăng một liên kết đến và tóm tắt nghiên cứu mà người hâm mộ của bạn sẽ thấy hữu ích.

59. Giữ flash sale: Sử dụng Snapchat để cung cấp phiếu giảm giá trong thời gian giới hạn.

60. Kỷ niệm ngày lễ kỳ lạ: Chẳng hạn, bạn có biết ngày 17 tháng 6 là Ngày Apple Strudel không? Sử dụng một công cụ như 'Days of the Year' để tìm hiểu ngày lễ hôm nay là gì.

61. Giải thưởng bạn đã nhận được: Chỉ cần làm điều này một cách cẩn thận, ý tưởng là xây dựng niềm tin, không phải để khoe khoang.

62. Quảng cáo bán hàng của người khác: Chia sẻ liên kết đến phiếu giảm giá hoặc bán từ một doanh nghiệp miễn phí (không cạnh tranh).

63. Tin tức mới nhất của công ty: Bất cứ điều gì thay đổi trong doanh nghiệp của bạn? Nhân viên mới? Giờ mới hoạt động? Cung cấp sản phẩm mới?

64. Chia sẻ hình ảnh từ một sự kiện công nghiệp gần đây: Đừng quên sử dụng hashtag sự kiện để tiếp xúc tối đa.

65. Quảng cáo tải xuống miễn phí: Đây có thể là một plugin, sách trắng, sách điện tử hoặc bất cứ thứ gì hữu ích cho khán giả của bạn.

66. Cảm ơn người hâm mộ của bạn: Một lời cảm ơn đơn giản bạn có thể đi một chặng đường dài để xây dựng kết nối với người hâm mộ của bạn.

67. Cung cấp những hiểu biết chuyên môn về một chủ đề: Điều này giúp xây dựng hình ảnh của bạn như một nhà lãnh đạo tư tưởng trong lĩnh vực của bạn.

68. Thực hiện một loạt bài đăng: Chúng tôi làm điều này trên blog của chúng tôi, tại sao không trên phương tiện truyền thông xã hội? Chia sẻ một loạt các bài viết tương tự trong một số ngày nhất định. (Để thu hút họ về website của mình)

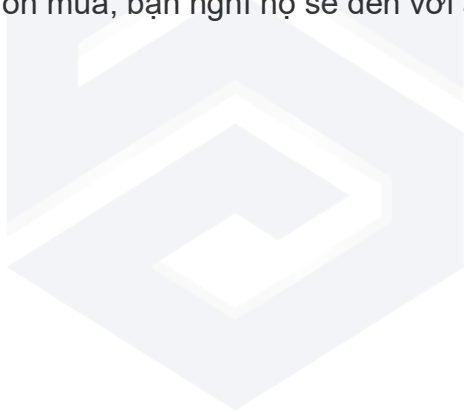
69. Gợi ý hàng tuần: Đăng một danh sách các bài báo 'phải đọc', các bài nhạc phải nghe trong tuần.
70. Đưa nhân viên của bạn đến gần với KH: Nhân viên của bạn thay phiên nhau đăng một 'sự thật thú vị' khi đi làm ở doanh nghiệp của bạn trên Facebook hoặc Twitter. Bạn hãy chia sẻ lại hoặc được gắn tag.
71. Tạo và chia sẻ một tập hợp các câu chuyện tin tức trong ngành: Flipboard là một cách tuyệt vời để làm điều này.
72. Lưu trữ hangout trên Google+: Quảng cáo nó thông qua tất cả các kênh truyền thông xã hội của bạn.
73. Khuyến khích những người theo dõi của bạn ủng hộ/từ thiện cho một chương trình/sự kiện nào đó: Đăng một liên kết đến một tổ chức gây quỹ trực tuyến (và người theo dõi của bạn sẽ gây quỹ trực tiếp qua đó, bạn chỉ là người chia sẻ ý tưởng). VD: đóng góp cho chiến dịch phòng chống dịch Covid-19
74. Đăng một trích dẫn chuyên gia: Hỏi một chuyên gia trong ngành một câu hỏi và đăng câu trả lời của họ trên phương tiện truyền thông xã hội.
75. Gửi một món quà: Điều này có thể đơn giản như yêu cầu người hâm mộ hoặc người theo dõi của bạn nhận xét/bình luận để nhận quà. (tặng sách)
76. Một bài post gây kích thích & tò mò: Đánh thức sự quan tâm, kích thích, tò mò muốn biết của fan bằng một bức ảnh đầy ẩn ý & một caption ngắn ("coming soon" hoặc "lúc... ngày... tháng... năm... sẽ xuất hiện")
77. Bắt đầu một cuộc trò chuyện với một nhà lãnh đạo/người của công chúng: Gắn thẻ hoặc đề cập đến một chuyên gia trong ngành (mà bạn quan tâm) trong một bài viết (lưu ý rằng bạn có thể bị treo tài khoản nếu bị đánh dấu spam!).
78. Đăng ảnh ghép: Một công cụ như PicMonkey có thể giúp bạn tạo một ảnh.
79. Nội dung bài đăng là kiểu teaser: Đăng một liên kết đến một bài đăng blog (website) của bạn, nhưng hãy giật tít và tỏ ra bí mật sắp bật mí, nhằm tăng lượng truy cập website của bạn.
80. Đưa ra dự đoán về ngành: Suy đoán về những gì có thể xảy ra cho ngành hoặc lĩnh vực của bạn.
81. Đăng một công dụng sáng tạo hoặc bất ngờ cho sản phẩm của bạn: Hãy chắc chắn là bạn cũng nên hỏi nhân viên hoặc người hâm mộ của bạn cho cảm nhận hoặc ý tưởng.
82. Liên kết đến một bình luận blog: Có một bình luận đặc biệt hữu ích hoặc gây tranh cãi trên blog của bạn? Đăng một liên kết đến bình luận đó hoặc ảnh capture và khiến người hâm mộ và những người theo dõi của bạn phải lên tiếng.

83. Trả lời một câu hỏi thường gặp: Bạn có câu hỏi nào được hỏi nhiều không? Trả lời nó trên phương tiện truyền thông xã hội. (VD: Rất nhiều người đã hỏi tôi câu này, nên hôm nay...)
84. Đăng một liên kết đến các bản tin cũ: Tái chế bản tin của bạn và có được những người đăng ký mới cùng một lúc. (chia sẻ lại kỷ niệm ngày này năm xưa)
85. Hỏi người hâm mộ để khai mở thêm ý tưởng nội dung post status: Tìm hiểu những vấn đề hoặc vấn đề mà người hâm mộ của bạn cần giúp đỡ.
86. Đăng một liên kết đến một nhóm Facebook hoặc LinkedIn hữu ích: Nếu bạn biết về một tài nguyên hữu ích trên Facebook hoặc LinkedIn, hãy chia sẻ một liên kết với người hâm mộ của bạn. (chia sẻ những Group thú vị với fan, chứ ko chỉ là những Group do bạn sáng lập)
87. Kể một câu chuyện: Chia sẻ một giai thoại vui hoặc thú vị từ cuộc sống của bạn.
88. Tìm hiểu những gì đối thủ của bạn đang chia sẻ và làm điều đó tốt hơn: Một cách dễ dàng để làm điều này là sử dụng một công cụ như Social Crawlytics .
89. Sử dụng phân tích trang web của bạn để tìm ý tưởng nội dung: Hãy xem nhanh các phân tích của bạn để tìm ra chủ đề nào tạo ra nhiều sự quan tâm nhất từ khán giả của bạn.
90. Tổ chức một buổi hỏi đáp: Thúc đẩy thời gian hỏi và trả lời trực tiếp nơi bạn sẽ trả lời các câu hỏi của người hâm mộ. (Livestream chia sẻ kiến thức chuyên môn, chia sẻ caai chuyện cuộc sống)
91. Chia sẻ ý kiến: Những người theo dõi của bạn muốn biết bạn đại diện cho điều gì đó; đừng ngại đứng về phía một vấn đề
92. Đăng một liên kết đến tiểu sử nhân viên: Nếu bạn có bio trên trang web của mình, hãy đăng một liên kết để giúp người hâm mộ của bạn biết về những bộ não đằng sau công ty của bạn.
93. Trả lời một câu hỏi từ Quora: Tìm một câu hỏi có liên quan trên Quora và trả lời nó trên phương tiện truyền thông xã hội.
94. Trả lời một người hâm mộ: Xem ai đang cố gắng thu hút sự chú ý của bạn và trả lời họ trong một bài đăng.
95. Tạo một bài viết có chứa một đoạn trích từ một bài đăng blog: Thay vì chỉ đăng một liên kết blog và tóm tắt các ý chính, bạn hãy cắt và dán một trích đoạn đặc biệt hấp dẫn để gọi sự quan tâm của người đọc.
96. Chia sẻ biểu đồ: Chia sẻ biểu đồ hoặc biểu đồ thú vị phù hợp với đối tượng của bạn. (
97. Đăng ảnh chụp màn hình cuộc trò chuyện trên phương tiện truyền thông xã hội (có sự cho phép): Thêm suy nghĩ của riêng bạn vào cuộc trò chuyện.

98. Quảng bá một sự kiện liên quan đến ngành: Đây có thể là sự kiện trực tiếp hoặc trực tuyến.

99. Chia sẻ quảng cáo hài hước: Đăng quảng cáo sẽ thu hút người hâm mộ hoặc người theo dõi của bạn.

100. Quảng bá sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn: Có một lý do để điều này nằm cuối cùng trong danh sách. Có một nơi để tự quảng bá trên phương tiện truyền thông xã hội, nhưng trước hết, hãy sử dụng phương tiện truyền thông xã hội để xây dựng mối quan hệ, thiết lập niềm tin và xây dựng danh tiếng của bạn như một chuyên gia trong ngành. Khi mọi người muốn mua, bạn nghĩ họ sẽ đến với ai trước?



SUCCESS  
Training & Coaching