

TÀI LIỆU TẶNG KÈM

Tìm ngách YouTube AI khó + RPM cao — toàn bộ quá trình

Tài liệu tặng kèm — quy trình tìm ngách YouTube bằng số thật, kèm checklist và bộ lọc loại ngách.

 **Đăng ký kênh + comment 'TÀI LIỆU' để nhận bản cập nhật.**

Ba ràng buộc, khó gặp nhau

- Thiên A I — dễ rơi vào chỗ ai cũng làm
- Ít người làm — phải có rào cản thật
- R P M cao — khán giả phải tier một

Vì sao chúng đánh nhau? <#0.3#> Thiên về A I thì dễ bị hút vào chỗ ai cũng đang làm. Muốn ít người làm thì phải có rào cản, mà rào cản nghĩa là khó và tốn. Còn muốn R P M cao thì khán giả bắt buộc phải ở Mỹ, Anh, Canada, Úc. Ba điều kiện này hiếm khi gặp nhau.

\$4.445 ước tính mỗi tháng — vidIQ, KHÔNG phải Studio

Và đây là con số cuối cùng tôi tìm được. <#0.4#> Một kênh bốn mươi video, mười tám nghìn người đăng ký, ước tính bốn nghìn bốn trăm bốn mươi lăm đô một tháng. <#0.3#> Nói ngay cho rõ: con số này là ước lượng của vidIQ, không phải YouTube Studio. Tôi sẽ nhắc lại điều đó ở cuối video.

Quy trình, không phải lời hứa

- Hai ngách bị loại — bằng số, không bằng cảm tính
- Một chỗ tôi phân loại sai, tôi giữ nguyên
- Một lần công cụ trả rác, đốt tiền thật
- Một khoảng trống tìm ra từ một dòng dữ liệu

Trong mười phút tới, tôi không bán cho bạn một ngách chắc thắng. <#0.4#> Tôi chia sẻ đúng quy trình tôi đã chạy: hai ngách bị tôi loại bằng số, một chỗ tôi phân loại sai, một lần công cụ trả về rác, và cuối cùng là một khoảng trống thị trường tôi tìm ra chỉ nhờ đúng một dòng dữ liệu.

Kiểm kho trước khi đánh

Công cụ	Trạng thái thật
Nexlev	Không nạp được trên máy này
vidIQ	Còn 110 trên 150 credit
Apify · Semrush	Dự phòng, chưa cần

Việc đầu tiên không phải là tìm chủ đề. <#0.3#> Việc đầu tiên là kiểm kho vũ khí. Hôm đó tôi có ba lớp công cụ, và lớp mạnh nhất thì hỏng.

“Kiểm ví trước khi tiêu. Lệnh kiểm số dư tốn 0 credit — không kiểm mới đắt.” — vidIQ: 110/150 credit, reset 11/09/2026

vidIQ tính tiền theo credit. Mỗi lần gọi tìm video lệch chuẩn mất năm credit. <#0.4#> Nên nguyên tắc đầu tiên của tôi là: luôn kiểm ví trước khi tiêu. Lệnh kiểm số dư tốn không credit nào cả. Không kiểm mới là đắt.

Hồng thì ghi là hồng

- Không giả vờ bước đó đã chạy
- Tụt xuống lớp công cụ dự phòng
- Thiếu bước mà thật — vẫn dùng được
- Đủ bước mà bịa số — vút đi

Khi công cụ mạnh nhất hồng, tôi không dừng lại và cũng không giả vờ là nó chạy. <#0.3#> Tôi ghi rõ trong báo cáo là bước đó đã bị bỏ, rồi tụt xuống lớp dự phòng. Một báo cáo thiếu một bước và nói thật vẫn dùng được. Một báo cáo đủ bước nhưng có số bịa thì vút đi.

Từ khóa: ai automation

1.046.356 lượt tìm kiếm mỗi tháng trên YouTube

Ngách đầu tiên tôi thử là thứ hiển nhiên nhất: A I automation, A I agent, kiếm tiền với A I. <#0.4#> Tôi tra từ khóa và nhận được con số này. Hơn một triệu lượt tìm kiếm mỗi tháng. Nghe như một mỏ vàng lộ thiên.

Rồi tôi nhìn sang cột bên cạnh: khán giả đang ở nước nào. <#0.5#> Ấn Độ gần hai mươi phần trăm. Pakistan gần mười lăm. Bangladesh gần tám. Việt Nam bốn. Còn Mỹ, thị trường trả tiền quảng cáo cao nhất, chỉ mười phẩy hai phần trăm.

“Volume lớn không phải là tiền. Xem khán giả ở nước nào, đừng xem lượt tìm kiếm.” — ai automation — Mỹ chỉ chiếm 10,2%

Và thế là ngách này chết. <#0.4#> Không phải vì thiếu người xem. Mà vì người xem ở sai chỗ. Cầu thì khổng lồ, nhưng quảng cáo trả cho khán giả Nam Á thấp hơn nhiều lần so với khán giả Mỹ. <#0.3#> Đây là cái bẫy phổ biến nhất khi làm kênh A I: nhìn thấy con số một triệu rồi lao vào.

Data visualization 3D

Xếp hạng, so sánh, cột số chạy — nghe rất khó làm

Ngách thứ hai tôi thử là data visualization. <#0.3#> Những video xếp hạng quốc gia, so sánh kích thước, cột số chạy đua với nhau bằng đồ họa ba D. Tôi tưởng ngách này đạt tiêu chí khó, vì nó cần Blender và Unity.

Cày nghìn video, thu vài trăm đô

Kênh	Số video	Ước tính / tháng
Stats Media	1.007	\$448
Beautiful Comparison	950	\$104
Wolf Data	382	\$1.922
World Data 3D	419	\$4.645

Số liệu nói khác. <#0.4#> Kênh Stats Media: một nghìn lẻ bảy video, ước tính bốn trăm bốn mươi tám đô một tháng. Beautiful Comparison: chín trăm năm mươi video, một trăm lẻ bốn đô. Còn Wolf Data ba trăm tám mươi hai video được gần hai nghìn.

“Khó về kỹ thuật ≠ khó sao chép. Rào cản thật là thứ không template hóa được.” — Stats Media: 1.007 video → \$448/tháng

Vì sao lại tẻ đến vậy? <#0.4#> Vì loại video này template hóa được. Dựng khuôn một lần, đổ số liệu công khai vào, xuất bản hàng loạt. Mà cái gì template hóa được thì hàng trăm kênh clone được. <#0.3#> Đây là bài học thứ hai: khó về mặt kỹ thuật không có nghĩa là khó sao chép.

Tôi hỏi về bán dẫn, nó trả về...

- Video nhà máy ống nhựa ở Pakistan
- Mẹo sửa điều khiển ti vi
- Roblox, và tin chính trị Mỹ
- Không một kết quả nào dùng được

Đến đây tôi thử hướng khác: bán dẫn và an ninh mạng. <#0.3#> Tôi gọi công cụ tìm video lệch chuẩn với hai từ khóa kỹ thuật. Và đây là thứ nó trả về.

10 credit đốt trắng — và tôi ghi lại là đốt trắng

Hai lần gọi, mỗi lần năm credit. <#0.4#> Mười credit bay, không thu được gì. Tôi có thể im lặng, chọn vài video nghe cho có vẻ liên quan rồi nhét vào báo cáo cho đủ bằng. <#0.3#> Tôi không làm thế. Tôi ghi vào báo cáo rằng công cụ này khớp ngữ nghĩa yếu với truy vấn kỹ thuật dài, rồi chuyển sang cách tìm khác.

Mổ xẻ sự cố hàng không

Tái dựng tai nạn máy bay — phân tích vì sao nó rơi

Cách tìm khác là gì? <#0.3#> Thay vì hỏi công cụ về video, tôi hỏi nó về kênh. Lọc: nói tiếng Anh, không lộ mặt, trên mười nghìn người đăng ký, và còn đăng bài trong ba tháng gần đây. <#0.3#> Bộ

lọc này quan trọng hơn từ khóa, vì nó loại sạch kênh chết và kênh có người dẫn thật. Và tôi tìm thấy cụm này.

Bốn trên sáu kênh sinh sau 2025

Kênh	Sub	Video	Ước tính / tháng	Lập
Volar Seguro	18,4K	40	\$4.445	03/2025
Ascent And Collapse	93,1K	116	\$4.361	12/2020
Military Expert	10,7K	187	\$969	01/2025
BlackboxAnalyst	15,1K	99	\$418	10/2025

Nhìn cột cuối cùng trước đã. <#0.4#> Bốn trong sáu kênh dẫn đầu được lập sau năm hai nghìn không trăm hai lăm. BlackboxAnalyst mở tháng mười năm ngoái, chín tháng sau đã có ba phẩy bảy triệu lượt xem. Military Expert mở tháng một năm ngoái. <#0.4#> Nghĩa là ngách này chưa bị ai khóa. Nếu kênh dẫn đầu đều là kênh mười năm tuổi, tôi đã bỏ ngay tại đây.

10 lần tiền, 1 phần 25 công sức

Volar Seguro — \$4.445 chỉ 40 video
Stats Media — \$448 1.007 video

Và đây là phép so sánh làm tôi dừng lại. <#0.5#> Volar Seguro: bốn mươi video, ước tính bốn nghìn bốn trăm bốn mươi lăm đô một tháng. Stats Media ở ngách data-viz: một nghìn lẻ bảy video, bốn trăm bốn mươi tám đô. <#0.4#> Gấp mười lần tiền, với một phần hai mươi lăm khối lượng công việc. <#0.3#> Đây chính là lý do tôi khuyên bạn chia tiền cho số video, chứ đừng chia tiền cho số người đăng ký. Chia cho sub thì hai kênh này trông gần bằng nhau.

15 trên 51 kênh tăng trên 8% trong 30 ngày

Kênh	Sub	Tăng view 30 ngày
FlightExplained	2.910	+172%
CAN MOMENT NEW	3.080	+99%
Turtle Aviation	107.000	+24%
AirCrashAnimations	5.510	+21%

Nhưng bốn kênh thì chưa đủ để kết luận. Tôi mở rộng ra năm mươi mốt kênh cùng ngách và đo tốc độ tăng trưởng ba mươi ngày gần nhất. <#0.4#> Mười lăm trong số đó tăng lượt xem trên tám phần trăm chỉ trong một tháng. Đúng đầu là một kênh có đúng hai nghìn chín trăm mười người đăng ký, tăng một trăm bảy mươi hai phần trăm. <#0.3#> Kênh tí hon vẫn nổ được, nghĩa là cửa vào chưa đóng.

Ba ràng buộc, ba ô tick

- Thiên A I — nghiên cứu, kịch bản, giọng đọc
- Khó — A I không dựng nổi chuỗi nhân quả vật lý
- R P M cao — khán giả kỹ thuật ở Mỹ và Anh
- Ngách đầu tiên thoả cả ba

Và bây giờ quay lại kiểm ba ràng buộc ban đầu, xem ngách này có thật sự thoả cả ba không.

<#0.4#> Thiên về A I: có, vì A I làm được phần nghiên cứu báo cáo, viết kịch bản, và giọng đọc.

<#0.3#> Khó nên ít người làm: có, vì A I không tự dựng ra được một chuỗi nhân quả vật lý đúng, phần đó vẫn phải dựng ba D. <#0.3#> R P M cao: có, vì khán giả hàng không kỹ thuật tập trung ở Mỹ và Anh. <#0.4#> Ba ô đều tick. Đây là ngách đầu tiên trong cả buổi làm được điều đó.

44/50 dễ sản xuất chỉ 1/10 — và đó là lý do chọn

Tôi chấm ngách này theo mười tiêu chí, mỗi tiêu chí bắt buộc phải kèm bằng chứng số. <#0.3#> Kết quả bốn mươi bốn trên năm mươi. Nhưng điều thú vị nằm ở tiêu chí thấp nhất: dễ sản xuất, một trên mười. <#0.4#> Và tôi cho nó điểm thấp một cách cố ý. Trong bài toán này, khó chính là tài sản. Nếu nó dễ, nó đã thành data-viz rồi.

33 trên 40 video dài đúng

“Đọc tiêu đề video, đừng đọc mô tả kênh. Mô tả là điều họ muốn bạn tin.” — Sai lầm này không đổi kết luận — nhưng đổi cách đọc

Vì sao tôi sai? <#0.3#> Vì tôi phân loại kênh bằng mô tả kênh và tên ngách mà công cụ gán.

<#0.4#> Bài học thứ ba, và có lẽ là bài học thực dụng nhất: muốn biết một kênh thật sự làm gì, hãy đọc tiêu đề video của họ, đừng đọc phần giới thiệu.

10:01 không phải trùng hợp — đây là một quyết định

Nhưng chính vì đọc lại bốn mươi tiêu đề đó, tôi thấy thứ giá trị nhất cả buổi. <#0.5#> Ba mươi ba trên bốn mươi video của họ dài đúng mười phút lẻ một giây. Không phải mười phút. Không phải chín rưỡi. Mười phút lẻ một giây, lặp lại ba mươi ba lần.

R P M đến từ thời lượng, không từ nội dung

- 10 phút = ngưỡng mở khóa quảng cáo giữa video
- 1 giây dư = biên an toàn khi cắt dựng
- Lặp 33 lần = chiến lược, không phải may mắn
- Copy được ngay, không tốn gì

Mười phút là ngưỡng mở khóa quảng cáo giữa video. Một giây dư là biên an toàn. <#0.5#> Nghĩa là R P M cao của kênh này không đến từ nội dung. Nó đến từ một quyết định về thời lượng. <#0.3#> Bạn có thể copy quyết định đó ngay hôm nay, miễn phí.

48/50 video, một khuôn tiêu đề

Tiêu đề thật	Lượt xem
Japan Air Lines Flight 123 crash animation...	332.558
Pan Am Flight 103 crash animation...	459.361
Air Canada Flight 621 crash animation...	430.011
1976 Zagreb Mid-air Collision animation...	375.211

Phát hiện thứ hai đến từ kênh còn lại: Ascent And Collapse. <#0.4#> Bốn mươi tám trên năm mươi video dùng đúng một khuôn tiêu đề. Tên hãng bay, số hiệu chuyến bay, chữ crash animation, rồi tên kênh. Không tính từ. Không dấu chấm than. Không câu nhử.

“Ngách này ăn traffic TÌM KIẾM, không ăn traffic đề xuất. Nên tiêu đề phải khớp thứ người ta gõ.” — Ascent And Collapse — 58,7 triệu lượt xem

Vì sao một tiêu đề khô khan như vậy lại thắng? <#0.4#> Vì ngách này ăn lưu lượng tìm kiếm, không ăn lưu lượng đề xuất. Người ta gõ thẳng số hiệu chuyến bay vào ô tìm kiếm YouTube. <#0.3#> Nhét số hiệu vào tiêu đề chính là toàn bộ chiến lược S E O của họ.

Video lớn nhất kênh

1.151.813 lượt xem — gấp 3,5 lần video đơn lẻ tốt nhất

Bây giờ là khoảnh khắc tôi thích nhất trong cả buổi làm. <#0.4#> Tôi sắp toàn bộ video của Ascent And Collapse theo lượt xem giảm dần, và có một dòng nhô hẳn lên khỏi phần còn lại. Không phải nhô hơn một chút. Nhô gấp mấy lần.

Ba sự thật về video này

- Gấp 3,5 lần video đơn lẻ tốt nhất của kênh
- Video DUY NHẤT dài trên 10 phút trong 116 video
- Nghĩa là video duy nhất có quảng cáo giữa
- Và họ không làm cái thứ hai

Video đó tên là Season One cộng Bonus. Nó dài mười một phút bốn mươi hai giây. <#0.4#> Ba điều cùng lúc: nó gấp ba phẩy năm lần video thường của kênh. Nó là video duy nhất dài trên mười phút trong toàn bộ một trăm mười sáu video, nghĩa là video duy nhất chạy được quảng cáo giữa.

<#0.5#> Và họ không làm cái thứ hai. Cho tới hôm nay vẫn chưa.

Không ai đứng ở cột thứ ba

	Ascent&Collapse	Volar Seguro	TRỐNG
Tái dựng 3D	Có	Không	Có
Dài từ 10 phút	Không	Có	Có
Giải thích vì sao rơi	Không	Không	Có
Dẫn nguồn điều tra	Không	Không	Có

Đặt hai kênh cạnh nhau thì khoảng trống hiện ra rất rõ. <#0.4#> Ascent And Collapse có ba D, nhưng video chỉ dài từ mười sáu giây tới hai phút, và không giải thích gì cả. Volar Seguro dài đủ mười phút, nhưng dùng footage quay thật, và cũng không giải thích gì. <#0.4#> Cột thứ ba là thứ cả hai đều thiếu, và không ai trong năm mươi một kênh tôi khảo sát đang đứng ở đó.

“Chỗ trống đó trống vì nó ĐẤT. Và đó chính là định nghĩa của 'khó nên ít người làm'.” — Không kênh nào trong 51 kênh khảo sát đứng ở đó

Và câu hỏi cuối: vì sao chỗ đó còn trống? <#0.5#> Không phải vì không ai nghĩ ra. Mà vì nó đất. Ascent And Collapse dừng ở sáu mươi giây vì dựng ba D tốn công. Volar Seguro dùng footage thật vì nó rẻ. <#0.4#> Ai làm được ba D ở quy mô mười phút thì độc chiếm. Đó chính là định nghĩa của khó nên ít người làm.

Máy bay chỉ là cửa vào

- Hai kênh đã trộn hàng hải và đường sắt vào
- Cả hai đang tăng trưởng mạnh
- Công thức không bị nhốt trong hàng không
- Cầu sập · tàu chìm · nhà máy điện · giàn khoan

Còn một tín hiệu nữa xác nhận khoảng trống này đáng đầu tư: khả năng mở rộng. <#0.4#> Trong danh sách năm mươi một kênh, có hai kênh đã trộn thêm tai nạn hàng hải, tai nạn đường sắt và thảm họa thời tiết vào cùng một định dạng. Cả hai đều đang tăng mạnh. <#0.3#> Nghĩa là công thức này không bị nhốt trong hàng không. Máy bay chỉ là cửa vào. Sau đó là cầu sập, tàu chìm, nhà máy điện, giàn khoan.

Bốn điều tôi chưa làm được

- Số đô la là ước lượng vidIQ, KHÔNG phải Studio
- Dream 100 mới đạt 51 trên 100 kênh
- Hook và thumbnail: chưa đủ dữ liệu
- Chưa prototype một tập nào — rủi ro số 1

Bốn điều. <#0.3#> Một: mọi con số đô la trong video này là ước lượng của vidIQ, không phải YouTube Studio. Dùng để so sánh giữa các ngách thì được, dùng để lập kế hoạch doanh thu thì không. <#0.3#> Hai: danh sách đối thủ mới đạt năm mươi một trên một trăm kênh, vì công cụ mạnh

nhất hỏng ngay từ đầu buổi. <#0.3#> Ba: tôi chưa bóc được công thức hook và công thức thumbnail, vì chưa kéo được lời thoại của đối thủ. Tôi ghi thẳng là chưa đủ dữ liệu, không đoán bừa cho đủ mục. <#0.3#> Bốn, và đây là rủi ro lớn nhất: tôi chưa dựng thử một tập nào.

“Không mở kênh. Dựng một tập thử và bấm đồng hồ. Trên 20 giờ công một tập là mô hình vỡ.” — Giả định chưa kiểm chứng = rủi ro số 1

Vì sao điều thứ tư là rủi ro lớn nhất? <#0.4#> Vì toàn bộ kế hoạch dựa trên một giả định chưa ai kiểm: rằng tôi dựng được một tập ba D mười phút trong thời gian hợp lý. Nếu một tập ngắn hơn hai mươi giờ công, thì bốn mươi bốn điểm rubric cũng vô nghĩa, mô hình vỡ ngay. <#0.4#> Nên việc tiếp theo của tôi không phải là mở kênh. Mà là dựng đúng một tập thử và bấm đồng hồ.

Benchmark 90 ngày đầu

- Mọi tập phải dài từ 10 phút
- Tập 10 đến 20: nhắm 30 đến 60 nghìn view
- Nhịp một tập mỗi tuần
- Dưới 10 nghìn view sau 20 tập thì dừng

Và tôi cũng đặt sẵn ngưỡng bỏ cuộc, ngay từ bây giờ, lúc còn tỉnh táo và chưa đầu tư gì. <#0.4#> Nếu sau hai mươi tập mà trung bình dưới mười nghìn lượt xem một tập thì dừng. <#0.3#> Vì sao phải đặt trước? Vì tôi từng có một kênh dừng lại chỉ vì cảm thấy tín hiệu chưa ổn, mà không có một con số nào để đối chiếu. <#0.4#> Đặt ngưỡng trước khi bắt đầu là cách duy nhất để sau này bạn dừng bằng số liệu, chứ không dừng bằng cảm giác nản.

Ba bước đầu — bước lọc

1. Khán giả ở nước nào

2. Template hóa được không

3. Tiền chia cho số video

4. Đọc tiêu đề

5. Tìm video lệch chuẩn

6. Rào cản trùng thế mạnh

Rút gọn lại, đây là sáu bước tôi đã chạy, và bạn dùng được cho bất kỳ ngách nào, không riêng hàng không. <#0.4#> Bước một: xem khán giả ở nước nào, đừng xem lượt tìm kiếm. Bước hai: hỏi ngách này template hóa được không, nếu được thì bỏ. Bước ba: chia tiền cho số video, đừng chia tiền cho số người đăng ký.

Ba bước sau — bước đào

1. Khán giả ở nước nào

2. Template hóa được không

3. Tiền chia cho số video

4. Đọc tiêu đề

5. Tìm video lệch chuẩn

6. Rào cản trùng thế mạnh

Ba bước sau là bước đào. <#0.4#> Bước bốn: đọc tiêu đề video của đối thủ, đừng đọc mô tả kênh, vì mô tả là thứ họ muốn bạn tin. Bước năm: tìm video lệch chuẩn của chính đối thủ. Cái video bất thường nhất trên kênh họ sẽ chỉ thẳng vào khoảng trống, như video mười một phút bốn mươi hai giây lúc nãy. <#0.4#> Và bước sáu, quan trọng nhất: chọn ngách mà rào cản của nó trùng đúng thứ bạn đã có sẵn. Ngách bốn mươi bốn điểm mà bạn không có công cụ để làm thì vẫn là ngách sai.

BONUS — Bộ công cụ tự chạy quy trình này

Phần này là thứ video không kịp nói hết: checklist in ra làm theo được, những chỗ người mới hay vấp, và bộ câu lệnh / tiêu chí copy-paste được. Đọc xong phần này bạn tự chạy được một vòng tìm ngách mà không cần tua lại video.

B1. Checklist 6 bước — in ra và tick

#	Việc	Làm cụ thể	Tick
0	Kiểm ví công cụ	Chạy lệnh xem số dư credit TRƯỚC khi tra cứu. Ghi lại con số.	☐
1	Xem khán giả ở nước nào	Tra từ khóa hạt giống → đọc cột <i>top markets</i> . Mỹ + Anh + Canada + Úc cộng lại dưới 25% → loại ngay.	☐
2	Test template hóa	Tự hỏi: "dựng khuôn một lần rồi đổ dữ liệu vào là ra video được không?" Được → loại.	☐
3	Chia tiền cho số video	Lấy ước tính thu nhập tháng ÷ tổng số video. Dưới \$2/video là ngách cày.	☐
4	Đọc tiêu đề, không đọc mô tả	Kéo 40 tiêu đề phổ biến nhất của 2 kênh top. Đếm khuôn lặp lại.	☐
5	Sẵn video lịch chuẩn	Sắp video của đối thủ theo lượt xem. Video <i>bất thường</i> nhất (khác định dạng thường lệ) = khoảng trống.	☐
6	Đối chiếu năng lực	Rào cản của ngách có trùng thứ bạn đã có sẵn không? Không trùng → điểm 10 cũng đừng làm.	☐

B2. Bộ lọc LOẠI — 5 câu hỏi giết ngách nhanh

Chạy 5 câu này trước, ngách nào sống sót mới đáng bỏ công chấm rubric. Trả lời "có" ở bất kỳ câu nào là loại.

- **Địa lý:** Nhóm tier-1 (US/GB/CA/AU) cộng lại dưới 25% lượng tìm kiếm?
- **Template:** Có thể dựng khuôn rồi đổ dữ liệu công khai vào để ra video hàng loạt?
- **Cày:** Kênh top phải đăng trên 15 video/tháng mới giữ được lượt xem?
- **Trần:** Có một kênh trên 1 triệu sub đã đóng đinh format suốt 3 năm, chưa ai chen vào?
- **YMYL:** Nội dung là y tế, tài chính cá nhân hóa, hoặc chính trị? (rủi ro chính sách + demonetize)

B3. Rubric 10 tiêu chí — bảng chấm trắng

Mỗi tiêu chí chấm **1 (yếu) / 3 (tạm) / 5 (rất tốt)**. **Luật cứng: mỗi điểm phải kèm một con số và tên nguồn.** Không có số thì ghi "chưa đủ dữ liệu" và để trống — tuyệt đối không cho điểm theo cảm giác, vì đó là cách bạn tự lừa mình.

#	Tiêu chí	Điểm	Bảng chứng số + nguồn
1	Nhu cầu thị trường		
2	Mật độ outlier		
3	Dễ sản xuất		
4	Kiểm tiền (RPM)		
5	Vòng đời (trend ↔ evergreen)		
6	Độ cạnh tranh		
7	Khả năng khác biệt hóa		
8	Rủi ro chính sách (thấp = tốt)		
9	Khả năng scale		
10	Phù hợp nguồn lực của BẠN		

Đọc tổng điểm: dưới 25 → bỏ · 25–35 → thử nghiệm nhỏ · 36–42 → triển khai nghiêm túc · 43–50 → rất tiềm năng.

B4. Lỗi thường gặp — và cách xử lý

Lỗi	Vì sao vấp	Cách xử lý
Thấy volume lớn là lao vào	Lướt tìm kiếm là chỉ số dễ thấy nhất nên gây nghiện	Luôn mở cột <i>top markets</i> cùng lúc với volume. Không bao giờ đọc riêng một con số.
Nhầm "khó kỹ thuật" với "khó sao chép"	Nghe Blender/Unity là tưởng có rào cản	Hỏi: khuôn dựng một lần dùng lại được bao nhiêu lần? Trên 50 lần = không có rào cản.
Phân loại kênh bằng mô tả kênh	Mô tả là thứ họ MUỐN bạn tin, không phải thứ họ làm	Luôn kéo danh sách tiêu đề video thật rồi mới xếp nhóm.
Nhét kết quả rác vào báo cáo cho đủ bảng	Sợ báo cáo trông thiếu	Ghi thẳng "công cụ trả kết quả không dùng được" + số credit đã tốn. Báo cáo thật mà thiếu vẫn hơn đủ mà bịa.
Đọc ước lượng thu nhập như doanh thu thật	Con số có ký hiệu đô nên trông chắc chắn	Gắn nhãn nguồn cho MỌI con số. Ước lượng chỉ dùng để <i>so sánh giữa các ngách</i> .
Không đặt ngưỡng bỏ cuộc trước	Lúc bắt đầu ai cũng lạc quan	Viết ngưỡng ra giấy ngay hôm đầu: "dưới X view trung bình sau Y tập thì dừng".
Mở kênh trước khi dựng thử 1 tập	Nôn nóng	Prototype 1 tập, bấm đồng hồ. Biết giờ công thật rồi mới cam kết.

B5. Bậc nguồn số — dán vào mọi báo cáo của bạn

Đây là quy ước tôi dùng cho mọi con số. Ghi bậc ngay cạnh số, không ghi ở cuối trang.

- **T0 — đo thật:** lấy từ YouTube Studio của chính bạn. Đây là sự thật.
- **T1 — có nguồn:** số công khai kiểm chứng được (lượt xem, sub hiển thị trên kênh).
- **T2 — ước lượng:** công cụ bên thứ ba tính ra (mọi con số *ước tính thu nhập* trong video này là T2). Dùng để so sánh, không dùng để lập ngân sách.
- **T3 — chưa đo:** ghi thẳng "chưa đủ dữ liệu". **Điền số cho đẹp bảng là vi phạm nặng nhất.**

B6. Mẫu tiêu đề rút ra từ ngách này

Nếu bạn làm ngách tái dựng sự cố, đây là 5 khuôn ghép từ DNA của cả hai kênh dẫn đầu. Nguyên tắc: chọn vụ **nổi tiếng** (không phải vụ hiếm), giữ độ dài **từ 10:00 trở lên**, đưa **số hiệu chuyến bay vào tiêu đề** để ăn tìm kiếm, và thêm lớp **"vì sao"** mà cả hai đối thủ đều đang thiếu.

- The 47 Seconds That Doomed <chuyến bay> | 3D Reconstruction
- Why <hãng> Flight <số> Fell Out of the Sky – Full Breakdown
- <máy bay biểu tượng> Broke Apart Mid-Air. Here's Exactly Why.
- Everything Went Right Until This One Switch | <chuyến bay>
- <chuyến bay>: The Crash That Rewrote Aviation Law

B7. Nếu bạn muốn chạy lại đúng quy trình này

Toàn bộ nghiên cứu gốc (bảng 51 kênh, bảng chấm rubric có bằng chứng, bảng bóc DNA tiêu đề) được lưu dạng file mở. Công cụ tôi dùng: một công cụ tra cứu YouTube trả phí theo credit cho phần số liệu kênh và từ khóa, cộng một lớp dự phòng khi công cụ chính hỏng. Bạn không cần đúng bộ công cụ đó — 6 bước ở mục B1 chạy được với bất kỳ công cụ nào cho bạn xem *phân bố quốc gia của lượt tìm kiếm* và *danh sách tiêu đề video của một kênh*.

Điều quan trọng nhất trong tài liệu này: tìm không ra ngách tốt cũng là một kết quả tốt. Mỗi ngách bạn loại được bằng số là vài tháng công sức bạn không phải đốt.

 **Đăng ký kênh + comment 'TÀI LIỆU' để nhận bản cập nhật.**

tài liệu đi kèm video "Tìm ngách YouTube AI khó + RPM cao — toàn bộ quá trình" ·  phamminhquy.com ·  quyphamminh@gmail.com