KHO BÁU Ý TƯỞNG KINH DOANH TOÀN CẦU



CHỌN HƯỚNG ĐI

Khám phá 1000 ý tưởng thương mại độc đáo trên thế giới giúp bạn đón đầu xu hướng và vận dụng thành công vào thực tế.

MẬT MÃ THƯƠNG TRƯỜNG · PHẦN 3

KHO BÁU Ý TƯỞNG KINH DOANH TOÀN CẦU

1000 ý tưởng kinh doanh thật
từ khắp thế giới, tóm lược để tra cứu

NGƯỜI TỔNG HỢP

Think2Rich.com

Kho Báu Ý Tưởng Kinh Doanh Toàn Cầu

Mật Mã Thương Trường · Phần 3

Người tổng hợp: **Think2Rich.com**

Ấn bản điện tử — 2026

Nội dung trong sách được tổng hợp từ các nguồn công khai
và được đối chiếu chéo trước khi biên soạn.

Tặng những người chưa biết bắt đầu từ đâu,
những người có quá nhiều ý tưởng và chưa chọn được ý nào,
và những người tin rằng cơ hội tốt nhất
thường nằm ở nơi chẳng ai chịu nhìn kỹ.

MỤC LỤC

Lời Nói Đầu vi

1 Thương mại điện tử và bán lẻ — 48 ý tưởng trong lĩnh vực này 1
0001. Cuanto 2
0002. Aura Vision 3
0003. Bottomless 4
0004. JuziBot 5
0005. Treble.ai 6
0006. CoolerSomm 7
0007. Mattress Depot USA 8
0008. Fresh Look Mobile Auto Detailing 9
0009. AquariumStoreDepot 10
0010. MazingXR 11
0011. Stencil Stop 12
0012. DownHomeModern 13

Lời Nói Đầu

Ý tưởng kinh doanh không hiếm. Điều hiếm là nhìn thấy đủ nhiều ý tưởng thật để nhận ra khuôn mẫu lặp lại phía sau chúng.

Cuốn sách này là một kho tra cứu gồm một nghìn ý tưởng kinh doanh thật, đã có người làm, nhiều trong số đó đã kiếm được tiền, một số đã thất bại và cũng đáng học không kém. Mỗi mục được tóm lược trong bốn phần: bối cảnh và người sáng lập, cách vận hành và cách thu tiền, kết quả đã đạt được, và điểm đáng học cùng rủi ro chính. Mỗi mục gọn trong khoảng một trang.

Khác với bốn cuốn còn lại trong bộ, cuốn này không lấy nguyên văn. Một nghìn bài viết đầy đủ sẽ thành một bộ sách vài nghìn trang không ai tra cứu được. Mục đích ở đây là mật độ: mỗi trang một ý tưởng, đọc nhanh, so sánh nhanh, và dừng lại ở những ý tưởng khiến bạn phải suy nghĩ.

Hai mươi lĩnh vực được xếp theo thứ tự quen thuộc của kinh tế số, mở đầu bằng thương mại điện tử và công nghệ tài chính, đi qua y tế, giáo dục, phần mềm doanh nghiệp và trí tuệ nhân tạo, rồi tới các ngành vật chất hơn như nông nghiệp, năng lượng, logistics và sản xuất, và kết thúc ở những ngách nhỏ mà một người cũng làm được.

Có một cách đọc hiệu quả: đừng tìm ý tưởng để sao chép. Hãy tìm cấu trúc. Khi cùng một cấu trúc xuất hiện ở năm ngành khác nhau, bạn vừa tìm ra thứ đáng giá hơn một ý tưởng.

Các con số và mốc thời gian trong sách được lấy từ nguồn công khai ở thời điểm biên soạn. Ý tưởng thì không hết hạn, nhưng số liệu thì có.

Đây là phần thứ ba trong bộ Mật Mã Thương Trường gồm năm cuốn, đi theo lộ trình: lấy cảm hứng, rèn não bộ, chọn hướng đi, xây khung sườn, và giành chiến thắng. Cuốn sách bạn đang cầm trên tay là bước chọn hướng đi.

Think2Rich.com

1

Thương mại điện tử và bán lẻ

48 ý tưởng trong lĩnh vực này

Lĩnh vực 01

0001. Cuanto — *Hệ điều hành bán hàng qua mạng xã hội cho Mỹ Latinh*

Bối cảnh: Felipe Echandi lớn lên ở Panama City, nơi mẹ anh, một phụ nữ góa chồng, nuôi cả nhà bằng buôn bán nhỏ nhưng thiếu giấy tờ pháp lý, tài khoản doanh nghiệp, kiến thức dựng website và tiền duy trì cửa hàng. Năm 2017 anh lập Cuanto cùng Jorge L. García và Jose Varela, nhắm tới hàng chục triệu người Mỹ Latinh đã bán qua WhatsApp, Instagram, Facebook hoàn toàn thủ công, không có công cụ quản lý đơn hàng hay tồn kho.

Cách vận hành: Người bán dựng cửa hàng trong khoảng năm phút ngay trên điện thoại, không cần lập trình hay pháp nhân, rồi bán qua WhatsApp, Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, email và SMS. Khi khách nhắn muốn mua, người bán gửi link giỏ hàng tạo tự động để khách thanh toán. Cuanto quản lý tồn kho, mã giảm giá, đánh giá, marketing tự động và chuyển tiền về tài khoản ngân hàng nội địa. Công ty thu một phần nhỏ trên mỗi giao dịch thành công, không thu phí thuê bao.

Kết quả: Cuanto vào Y Combinator mùa đông 2019, nhận vốn pre-seed do Y Combinator dẫn dắt cùng Pareto Holdings. Năm 2020 nền tảng có hơn 15.000 doanh nghiệp nhỏ, phần lớn chủ là phụ nữ, và Echandi vào danh sách Innovators Under 35 khu vực Mỹ Latinh của MIT Technology Review. Theo ước tính, doanh thu năm 2024 khoảng 1,7 triệu USD với khoảng 11 nhân sự.

Điểm đáng học: Quan sát hành vi người ta đã làm rồi chuẩn hóa nó thay vì đổi thói quen, và thu phí theo giao dịch để lợi ích hai bên thẳng hàng. Rủi ro là thanh toán phân mảnh giữa các quốc gia, người bán siêu nhỏ ngại chính thức hóa, và

nguồn vốn hạn chế ngoài Thung lũng Silicon.

0002. Aura Vision — *Biến camera an ninh có sẵn thành trợ lý phân tích bán lẻ*

Bối cảnh: Trong cửa hàng bán lẻ ở London, hàng chục camera an ninh ghi hình cả ngày chỉ để chống trộm, rồi video bị ghi đè. Daniel Martinho-Corbishley, khi còn là nghiên cứu sinh thị giác máy tính, tự hỏi nếu những camera đó đọc được hành vi mua sắm thì sao. Năm 2017, anh cùng Dr. Jaime Lomeli-Rodriguez lập Aura Vision tại London, bán trí tuệ để đọc lại dữ liệu nhà bán lẻ đã sở hữu thay vì bán thêm cảm biến.

Cách vận hành: Phần mềm kết nối thẳng vào camera CCTV hoặc IP có sẵn, tương thích RTSP, ONVIF và cả ống kính fisheye. Hình ảnh được xử lý tại cửa hàng, chỉ truyền dữ liệu trích xuất với băng thông dưới 50 Kb/s mỗi camera, rồi tạo hơn 20 chỉ số như lưu lượng khách, thời gian chờ thanh toán, tỷ lệ chuyển đổi, bản đồ nhiệt, tỷ lệ nhân viên trên khách. Khách trả thuê bao theo camera hoặc cửa hàng. Công ty cam kết không lưu thông tin định danh và không bao giờ nhận diện khuôn mặt.

Kết quả: Aura Vision gọi pre-seed 137.000 USD tháng 2 năm 2018 và 150.000 USD tháng 3 năm 2019, vào Y Combinator mùa đông 2019, rồi seed 1,1 triệu USD tháng 6 năm 2019 do Collider dẫn đầu cùng ASICS và Pioneer Fund, tổng khoảng 1,4 triệu USD. Khách hàng gồm Virgin Media O2 với 307 cửa hàng, Adidas, Decathlon, Flannels, Gymshark, DFS; công ty cho biết hoàn vốn 22 lần ở Virgin Media O2 và 9 lần ở Adidas.

Điểm đáng học: Khai thác tài sản khách đã có thay vì bán thêm phần cứng giúp triển khai nhanh, chi phí thấp, và thiết kế ẩn danh từ đầu thành lợi thế bán hàng. Rủi ro là camera cũ

đa dạng làm mô hình khó chính xác, quyền riêng tư luôn nhạy cảm, và đối thủ như RetailNext đi trước.

0003. Bottomless — *Chiếc cân thông minh tự động đặt lại cà phê trước khi bạn hết*

Bối cảnh: Michael Mayer và Liana Herrera ở Seattle bắt đầu từ nghịch lý quen thuộc của người uống cà phê rang xay: hoặc hết cà phê đột ngột giữa tuần, hoặc mua dự trữ quá nhiều rồi để cà phê mất hương vị trong tủ bếp. Họ tự hỏi liệu một chiếc cân thông minh đặt dưới hộp đựng có thể nhận ra lúc sắp cạn và tự đặt hàng bổ sung đúng lúc. Bottomless thành lập năm 2019 và vào Y Combinator mùa đông 2019.

Cách vận hành: Cân kết nối Wi-Fi đặt dưới hộp đựng, cân lại sau mỗi lần rót, học tốc độ tiêu thụ của từng hộ rồi tự kích hoạt đơn bổ sung, báo trước 8 đến 12 giờ để người dùng huỷ hoặc chỉnh tần suất. Người dùng chọn cà phê từ các xưởng rang độc lập đối tác; cân được tặng hoặc tính phí tượng trưng. Công ty thu hoa hồng trên mỗi đơn tái đặt cùng phí thành viên, và mở rộng sang đồ ăn nhẹ, thức ăn thú cưng, kèm chương trình Bring Your Own cho phép gắn cảm biến vào sản phẩm bất kỳ.Công ty đăng ký ít nhất một bằng sáng chế về cảm biến và đã mở rộng từ cà phê sang nhiều loại sản phẩm tiêu hao.

Điểm đáng học: Dùng thiết bị giá thấp làm cổng mở dòng doanh thu lặp lại, bắt đầu từ ngách trung thành hẹp rồi mở rộng tuần tự để giải bài toán con gà quả trứng của marketplace. Rủi ro là chi phí phần cứng và vận hành vật lý, người dùng ngại thiết bị tự đặt hàng thay mình, thương hiệu nhỏ có thể không muốn chia hoa hồng, và Amazon, Chewy, Trade Coffee cạnh tranh.

0004. JuziBot — *Nền tảng AI tự động hóa marketing và chăm sóc khách hàng trên WeChat*

Bối cảnh: Gần như toàn bộ đời sống số của người Trung Quốc diễn ra trong WeChat với hơn một tỷ người dùng hoạt động hằng tháng, nhưng với doanh nghiệp đây là mê cung đóng: API bị giới hạn, chống spam khắt khe, giao diện chỉ có tiếng Trung, và nhân viên bán hàng phải chat từng khách bằng tài khoản cá nhân. Intercom không chạy được ở đó. JuziBot, tên pháp nhân Beijing Sentence Interactive Technology, đặt tại Bắc Kinh, do Lý Gia Duệ làm đồng sáng lập kiêm CEO, tự gọi mình là Intercom cho WeChat.

Cách vận hành: Công ty bán SaaS B2B thuê bao, tính theo số ghế kết hợp khối lượng tin nhắn, gồm bảy sản phẩm như trợ lý văn phòng Mio, trạm nhắn tin hợp nhất Quick Reply cho hơn 10 kênh, nền tảng điều phối đa tác nhân Brain, công cụ kiểm thử Guardian và quản lý tri thức Memory. Trên đó là bảy loại nhân viên AI cho bán hàng, chăm sóc khách, tư vấn bán lẻ, tài chính, quan hệ chính phủ, nhân sự, tối ưu marketing. Công ty tuân thủ chính sách chính thức của WeChat, bán theo module, và có nhánh quốc tế GroComm ở Sunnyvale.

Kết quả: JuziBot huy động hai vòng hạt giống do Zhencheng Capital dẫn đầu, có MiraclePlus, phục vụ hơn 1.000 doanh nghiệp lớn ở giáo dục trực tuyến, thương mại điện tử, tài chính, cơ quan chính phủ và nền tảng internet. Công ty có danh hiệu doanh nghiệp công nghệ cao quốc gia, Tiểu Cự Nhân Bắc Kinh và chứng nhận an ninh dữ liệu cấp độ 3.

Điểm đáng học: Chọn ngách mà gã khổng lồ toàn cầu khó với tới, biến sự phức tạp của nền tảng thành hào lũy, và tuân thủ chính sách thay vì lách luật. Rủi ro là phụ thuộc gần như hoàn toàn vào WeChat, chính sách đổi bất cứ lúc nào có thể

khóa tài khoản, cùng yêu cầu tuân thủ dữ liệu ngày càng chặt.

0005. Treble.ai — *Nền tảng mở rộng chiến dịch tiếp thị qua WhatsApp*

Bối cảnh: Năm 2019 ở Bogotá, Sebastián Valencia và Felipe Otálora thấy ở Mỹ Latinh gần như ai cũng dùng WhatsApp để nhắn cho bạn bè và cả tiệm tạp hóa, nhưng doanh nghiệp vẫn bán hàng và chăm sóc khách qua email hoặc tổng đài mà khách ít mở. Một nhân viên bán hàng có thể nhắn cá nhân và được trả lời trong vài phút, nhưng doanh nghiệp không làm được điều đó cho hàng chục nghìn khách. Hai người lập Treble.ai và vào Y Combinator mùa hè 2019.

Cách vận hành: Treble.ai xây trên WhatsApp Business API do Meta cấp phép. Doanh nghiệp soạn chiến dịch, phân khúc khách, cá nhân hóa nội dung đa phương tiện gồm văn bản, hình ảnh, video, danh mục sản phẩm, nút bấm, gửi hàng loạt và theo dõi tỷ lệ mở, phản hồi, chuyển đổi theo thời gian thực, mà không phải tự kết nối kỹ thuật với Meta hay lo chính sách chống spam. Mô hình là SaaS B2B tính phí thuê bao nền tảng cộng phần biến đổi theo lượng tin nhắn, tích hợp với CRM và hệ thống bán hàng.

Kết quả: Tháng 7 năm 2022 công ty gọi Series A 15 triệu USD do Tiger Global dẫn đầu, có Twilio Ventures, FundersClub và thiên thần Gokul Rajaram. Lúc đó có khoảng 260 khách hàng doanh nghiệp, gồm Rappi, Olist, Trii, Conta Simples, Addi, Elenas, Escale, và doanh thu tăng gấp 12 lần so với năm trước. Mục tiêu là 10.000 khách trong ba năm.

Điểm đáng học: Đi theo hành vi sẵn có thay vì tạo hành vi mới, tập trung một khu vực để có lợi thế bản địa, và đứng trên nền tảng đã có hàng trăm triệu người dùng. Rủi ro là phụ

thuộc chính sách Meta về opt-in, mẫu tin phải duyệt và khóa tài khoản, cùng cạnh tranh từ Twilio, Yalo, Gupshup.

0006. CoolerSomm — *Cửa hàng phụ kiện rượu vang cao cấp một người*

Bối cảnh: Tháng 3 năm 2020, Sarah Newton, giám đốc marketing gần 20 năm trong ngành du lịch và rượu vang tại Anh, bị cắt lương vì đại dịch COVID-19 làm ngành gần như đóng băng. Thay vì chờ đợi, cô dùng kiến thức và mạng lưới quan hệ hai thập kỷ để tự xây doanh nghiệp. Người tiêu dùng ở nhà nhiều hơn và chi cho rượu vang tại gia tăng vọt. CoolerSomm ra đời tháng 3 năm 2021, đặt tại London.

Cách vận hành: CoolerSomm là cửa hàng thương mại điện tử xây trên Shopify, làm nhà bán lẻ chọn lọc phụ kiện bảo quản, khui và thưởng thức rượu vang cao cấp từ các thương hiệu uy tín như Coravin, Swisscave và Riedel, thay vì tự sản xuất. Công ty bán trực tiếp cho người tiêu dùng, không bán rượu mà bán trải nghiệm và độ chuyên nghiệp. Khách chủ yếu đến từ Google Ads nhắm mục tiêu chính xác, kết hợp hợp tác B2B với nhà bán lẻ rượu khác, thỏa thuận chia sẻ doanh thu và khoảng 20.000 người theo dõi Instagram. Một mình Sarah vận hành với Xero, Mailchimp, Google Analytics, Hotjar, Tidio.

Kết quả: Tháng hoạt động đầy đủ đầu tiên đạt 50.000 USD doanh thu. Sau đó doanh thu lên khoảng 150.000 USD mỗi tháng, gần 1,8 triệu USD mỗi năm, vẫn do chủ yếu một người điều hành.

Điểm đáng học: Dùng đúng kinh nghiệm và thời điểm, chọn ngách hẹp nhưng khách chi cao, ưu tiên sản phẩm biên lợi nhuận tốt, và đầu tư công cụ tự động hóa sớm. Rủi ro

chính là chi phí quảng cáo trả phí ngày càng tăng, phụ thuộc vào thương hiệu nhà cung cấp mà mình không kiểm soát, và nguồn lực hạn chế của một người phải tự lo mọi khâu từ kho hàng đến chăm sóc khách.

0007. Mattress Depot USA — *Chuỗi bán lẻ nệm chiết khấu bền bỉ gần 20 năm*

Bối cảnh: Năm 2002, tại vùng Pacific Northwest, David Smith và vợ là Torey Smith bước vào một cửa hàng nệm của chuỗi bán lẻ lớn và gặp chiêu trò bait and switch: quảng cáo giá hấp dẫn để dụ khách vào rồi liên tục ép nâng cấp lên sản phẩm đắt hơn, kèm thái độ phục vụ hời hợt. Thất vọng, hai vợ chồng quyết định tự mở một cửa hàng nệm nhỏ, bán sản phẩm chất lượng với giá thật, không vòng vo. Họ khởi sự từ một kho hàng nhỏ, không kế hoạch hoành tráng hay vốn lớn.

Cách vận hành: Công ty không sản xuất nệm mà mua từ các nhà máy lớn, kể cả lô hàng dư, mẫu cũ ngừng sản xuất và hàng lỗi bao bì nhẹ, với giá chiết khấu sâu rồi bán lại, quảng bá tiết kiệm tới 60% so với giá niêm yết chuỗi lớn, theo mô hình bán lẻ chiết khấu. Hàng gồm Tempur-Pedic, Beautyrest, Sealy cùng khung giường, gối, ga. Dịch vụ gồm giao hàng trong ngày, bảo hành 120 ngày đổi trả và trả góp. Khách ban đầu đến từ quảng cáo rao vặt địa phương. Cửa hàng thực chiếm khoảng 90% doanh thu, kênh online phần còn lại.

Kết quả: Sáu tháng đầu đạt doanh thu 200.000 USD, năm sau lên 3,2 triệu USD. Nay có hơn 30 cửa hàng ở Tây Bắc nước Mỹ và vùng lân cận, vượt qua đại dịch COVID-19, theo các nhà sáng lập chưa năm nào thua lỗ.

Điểm đáng học: Tìm khe hở ở khâu phân phối thay vì tự

sản xuất; dùng kênh tiếp thị rẻ nhưng đúng đối tượng; đầu tư quan hệ trực tiếp với nhà máy làm hào lũy vận hành; coi cửa hàng vật lý là lợi thế. Rủi ro chính là phụ thuộc nguồn hàng chiết khấu không ổn định, chi phí mặt bằng và cạnh tranh từ nệm đóng hộp bán online.

0008. Fresh Look Mobile Auto Detailing — *Dịch vụ chăm sóc xe hơi tận nhà tại San Diego, khởi đầu 2.500 USD*

Bối cảnh: Năm 2021 tại North County, San Diego, Matt Paskow chọn mở một dịch vụ nhỏ thay vì gara hoành tráng. Anh không thuê mặt bằng đắt đỏ mà dùng một chiếc xe tải chở dụng cụ, hệ thống nước và điện tự chứa, lái đến tận nhà hoặc văn phòng khách để làm mới xe. Vốn khởi đầu chỉ khoảng 2.500 USD, đủ mua dụng cụ, hóa chất chuyên dụng và một chiếc xe tải cũ. Khu vực phục vụ gồm Carlsbad, Oceanside, Vista, San Marcos và Encinitas.

Cách vận hành: Công ty gói thực đơn trong bốn gói rõ phạm vi và giá, từ rửa và làm sạch cơ bản đến chăm sóc toàn diện, khử mùi bằng ozone, giặt nội thất bằng hơi nước nóng, đánh bóng sơn, phục hồi đèn pha ố vàng và dịch vụ riêng cho xe điện như Tesla. Matt tự nhận từng đơn, ưu tiên đúng giờ và báo giá minh bạch, không phát sinh chi phí ẩn. Marketing kết hợp SEO và Google Ads, dùng tên miền gắn cụm từ khóa địa phương autodetailingcarlsbad.com thay vì tên thương hiệu, còn mỗi đơn tốt đổi thành một đánh giá 5 sao trên Google.

Kết quả: Doanh thu khoảng 5.000 USD mỗi tháng từ vốn 2.500 USD. Số đánh giá tích lũy dần cải thiện thứ hạng tìm kiếm tự nhiên, giảm phụ thuộc vào quảng cáo. Doanh nghiệp vẫn hoạt động đến năm 2026, bước sang năm thứ năm.

Điểm đáng học: Mang dịch vụ đến khách để bỏ chi phí mặt bằng; dùng Google Ads làm cầu nối ngắn hạn trong khi SEO và đánh giá thật phát huy; giữ gói dịch vụ đơn giản. Rủi ro chính là rào cản gia nhập thấp nên dễ bão hòa, công việc ngoài trời phụ thuộc thời tiết, giới hạn một người một xe, và chi phí thu hút khách nếu quảng cáo không được tối ưu.

0009. AquariumStoreDepot — *Trang thương mại điện tử và tri thức về cá cảnh của Mark Valderrama*

Bối cảnh: Năm 2015, Mark Valderrama là nhân viên tài chính kiệt sức vì những tuần làm việc tới 100 giờ, ở Austin, Texas. Anh nuôi cá cảnh từ năm 11 tuổi, khi anh trai rủ nuôi cặp cá hề và hải quỳ trong bể nước mặn, nên có khoảng 25 năm kinh nghiệm thực chiến. Anh mở blog chia sẻ kinh nghiệm và thử bán phụ kiện bể cá theo kiểu dropshipping. Kết quả đầu tiên là 45 ngày liên tiếp không có đơn hàng nào.

Cách vận hành: Sau thất bại với dropshipping, anh thuê nhà máy gia công làm sản phẩm ngách như máy cạo rêu bể cá và đèn LED cho bể san hô. Sau đó trọng tâm chuyển sang nội dung: hàng trăm bài hướng dẫn chăm sóc, đánh giá thiết bị tối ưu SEO, phân phối qua Pinterest, YouTube và email. Doanh thu đến từ bán sản phẩm trực tiếp, hoa hồng affiliate với khoảng một chục đối tác như Amazon và Petco, cùng các hợp đồng tài trợ. Đội ngũ gồm cộng tác viên viết bài, biên tập viên và trợ lý ảo, sản xuất 15 đến 30 bài blog và 10 đến 15 video mỗi tháng.

Kết quả: Giai đoạn bán sản phẩm, doanh thu đỉnh 13.000 USD một tháng, trung bình 8.000 đến 10.000 USD, biên lợi nhuận gộp khoảng 40%. Đến tháng 8 năm 2025, trang có hơn 125.000 lượt truy cập mỗi tháng, hơn 500 bài viết, kênh YouTube hơn 75.000 người đăng ký. Mark từng là biên tập kỹ thuật

cho hai sách For Dummies của Wiley và xuất hiện trên NBC Nightly News.

Điểm đáng học: Thứ nhất, chọn lĩnh vực mình thật sự đam mê và sẵn sàng đổi mô hình khi dữ liệu cho thấy hướng khác hiệu quả hơn. Thứ hai, uy tín chuyên môn và thẳng thắn phê bình sản phẩm kém là hào lũy bền vững. Rủi ro là lượng truy cập phụ thuộc thuật toán Google, thị trường ngách nhỏ, và hoa hồng affiliate phụ thuộc chính sách của đối tác lớn.

0010. MazingXR — *Biến ảnh sản phẩm nội thất thành trải nghiệm 3D tương tác không cần app*

Bối cảnh: Một chiếc sofa trông rất khác trong ảnh studio so với khi đặt trong phòng khách thật, và khoảng cách đó khiến nhiều đơn nội thất online bị huỷ hoặc trả lại vì người mua không thể thử trước khi trả tiền. Ba kỹ sư người Áo có kinh nghiệm thương mại điện tử và đồ hoạ 3D là Manuel Messner, Stefan Sprenger và Marco Messner thử nghiệm ý tưởng từ năm 2017, rồi thành lập Mazing GmbH năm 2020 tại Vienna. Họ nhận ra công nghệ 3D và AR đã có, nhưng quá đắt và phức tạp với thương hiệu vừa và nhỏ.

Cách vận hành: MazingXR là nền tảng SaaS B2B thu phí thuê bao theo số lượng sản phẩm hoặc gói tính năng. Thương hiệu tải lên ảnh hoặc dữ liệu CAD, AI tự tạo ảnh biến thể về màu và chất liệu cùng mô hình 3D, bộ cấu hình sản phẩm tương tác, rồi nhúng vào trang sản phẩm. Khách chỉ chạm nút xem trong phòng của bạn trên trình duyệt điện thoại, không cần tải app. Công ty có văn phòng kinh doanh ở Houston và vận hành ở Warsaw.

Kết quả: Đến năm 2026 có hơn 400 thương hiệu nội thất

và chuỗi bán lẻ dùng nền tảng, trong đó có Kettler, Ehrmann, Scapa Home, Niehoff và Pascal Beds UK. Năm 2024, khách hàng Modus Furniture trở thành nhà đầu tư chiến lược của công ty. Quy trình dựng hình rút từ nhiều tuần thủ công xuống gần như tự động.

Điểm đáng học: Chọn một ngành có nỗi đau đủ lớn rồi dồn lực, thay vì làm công cụ cho mọi ngành. Xác thực ý tưởng bằng việc hỏi thẳng nhân viên bán hàng. Thuê bao theo số sản phẩm tạo chi phí chuyển đổi. Rủi ro là phụ thuộc một ngành, và phải giữ chi phí AI đủ thấp để thương hiệu tầm trung chi trả được.

0011. Stencil Stop — *Từ khuôn logo trường đại học đến thương hiệu stencil tùy chỉnh*

Bối cảnh: Năm 2015, Colin làm dự án tay trái sau giờ làm chính. Anh dùng máy cắt mẫu cỡ nhỏ và Adobe Illustrator dựng lại logo phức tạp của Đại học Clemson, cắt thử trên bìa cứng để người hâm mộ đội Clemson Tigers tự sơn logo lên tường nhà, xe hơi mà không cần tay nghề hội họa. Insight sản phẩm xuất phát từ chính hạn chế của anh: anh không phải họa sĩ nhưng vẫn muốn có hình đẹp. Xưởng đầu tiên chỉ là một hangar khoảng 750 foot vuông tại sân bay bỏ hoang.

Cách vận hành: Stencil Stop bán khuôn stencil tùy chỉnh, chủ lực là mylar bền, tái sử dụng, ngoài ra có khuôn nhiều lớp, kim loại, dán sẵn keo, khuôn latte art, khuôn tròn và mã QR. Khách tải thiết kế lên website, công ty cắt laser theo đơn nên gần như không giữ tồn kho thành phẩm. Khách gồm người làm thủ công, nghệ sĩ mural, nhà thầu trang trí và bộ phận marketing doanh nghiệp. Bán qua Shopify và Etsy rồi dồn về website riêng. Vốn tự có, tái đầu tư lợi nhuận, kéo khách bằng Google Ads, quảng cáo Facebook, Instagram và SEO.

Kết quả: Cuối năm 2019 công ty chuyển về nhà kho ở trung tâm Sacramento, California, nơi đặt trụ sở đến nay. Website công bố khách hàng gồm Netflix, Spotify, Amazon và NFL.Điểm đáng học: Thứ nhất, giải quyết đúng một nỗi đau nhỏ cho một nhóm khách rất cụ thể, rồi mở rộng vật liệu và đối tượng khách dần. Thứ hai, sản xuất theo đơn giúp giảm rủi ro vốn lưu động. Rủi ro là phụ thuộc quảng cáo trả phí và lưu lượng tìm kiếm, bị lẫn trong vô số cửa hàng thủ công trên Etsy, và sản phẩm đơn giản dễ bị sao chép.

0012. DownHomeModern — *Nghệ sĩ kim loại Virginia bán chuông gió thủ công qua xưởng nhỏ và cửa hàng trực tuyến.*

Bối cảnh: Marc Staples làm trong lĩnh vực mỹ thuật doanh nghiệp hơn ba mươi năm trước khi quyết định làm lại từ đầu bằng đôi tay. Ông chuyển sang làm việc trực tiếp với kim loại, gồm cắt, uốn, hàn và xử lý bề mặt, một tay nghề khác hẳn việc thiết kế trên giấy. Xưởng Lago Luna Metal Art Studio and Gallery đặt tại thị trấn nhỏ Buffalo Junction, bang Virginia, vừa là nơi chế tác vừa là phòng trưng bày.

Cách vận hành: Phòng trưng bày mở từ thứ Ba đến thứ Bảy. Song song đó, thương hiệu trực tuyến DownHomeModern đưa sản phẩm đến khách trên khắp nước Mỹ. Mỗi món đều làm thủ công từng chiếc, không dập hàng loạt. Dòng chủ lực là chuông gió Mission Wind Bells, kèm chuông gió Lake Country, chuông ăn tối, tượng gnome vườn bằng thép hàn, giá đỡ chai rượu và tác phẩm điêu khắc nguyên bản. Tên dòng sản phẩm gợi hình ảnh quen thuộc như các khu truyền giáo miền Tây hay vùng hồ, để câu chuyện chạm vào cảm xúc hoài niệm của người mua.

Kết quả: Xưởng và thương hiệu trực tuyến vẫn vận hành ổn

định.Điểm đáng học: Thứ nhất, kinh nghiệm ở nghề cũ, như con mắt thẩm mỹ và hiểu biết thị trường nghệ thuật, vẫn là vốn quý khi đổi sang nghề thủ công. Thứ hai, không cần phát minh sản phẩm mới: chuông gió đã có hàng thế kỷ, nhưng cách đặt tên và kể chuyện tạo bản sắc riêng. Thứ ba, xưởng nhỏ kết hợp cửa hàng trực tuyến mở rộng phạm vi mà không cần thêm điểm bán tốn kém. Rủi ro chính là giới hạn công suất của một người thợ: làm tay từng chiếc khó tăng sản lượng và giữ chất lượng đồng đều nếu cầu tăng nhanh.

Hết phần đọc thử

Bạn vừa đọc 12 ý tưởng đầu của cuốn

Kho Báu Ý Tưởng Kinh Doanh Toàn Cầu

Bản đầy đủ gồm 1000 ý tưởng, khoảng 1101 trang.

Think2Rich.com