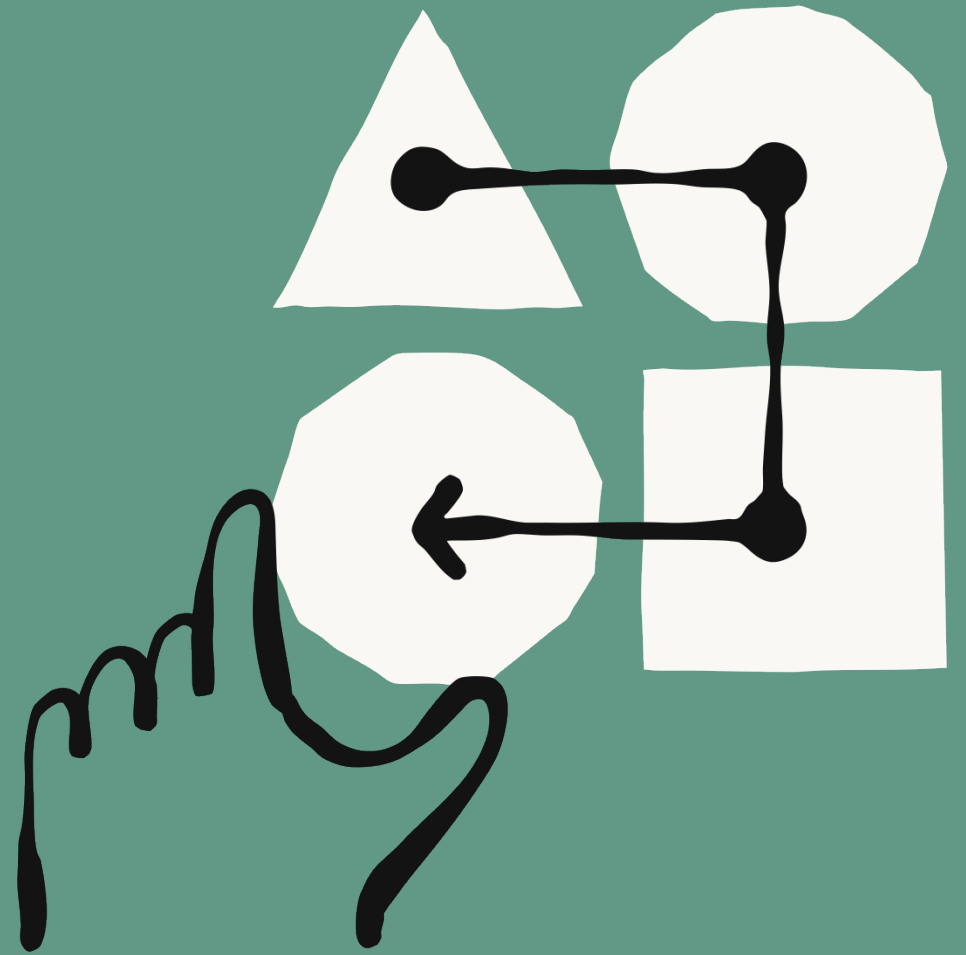


Cẩm nang Nhà sáng lập: Xây dựng startup AI- Native

Mục lục

Vòng đời startup, tái khởi động cho 2026	3
Làm nhà sáng lập giờ đã khác	5
Giai đoạn Ý tưởng	8
Giai đoạn MVP	15
Giai đoạn Ra mắt	21
Giai đoạn Mở rộng	25
Vấn việc đó, nhưng luật chơi đã đổi	31
Tài nguyên	33



Chương 1

Vòng đời startup, tái khởi động cho 2026

Vòng đời startup, tái khởi động cho 2026

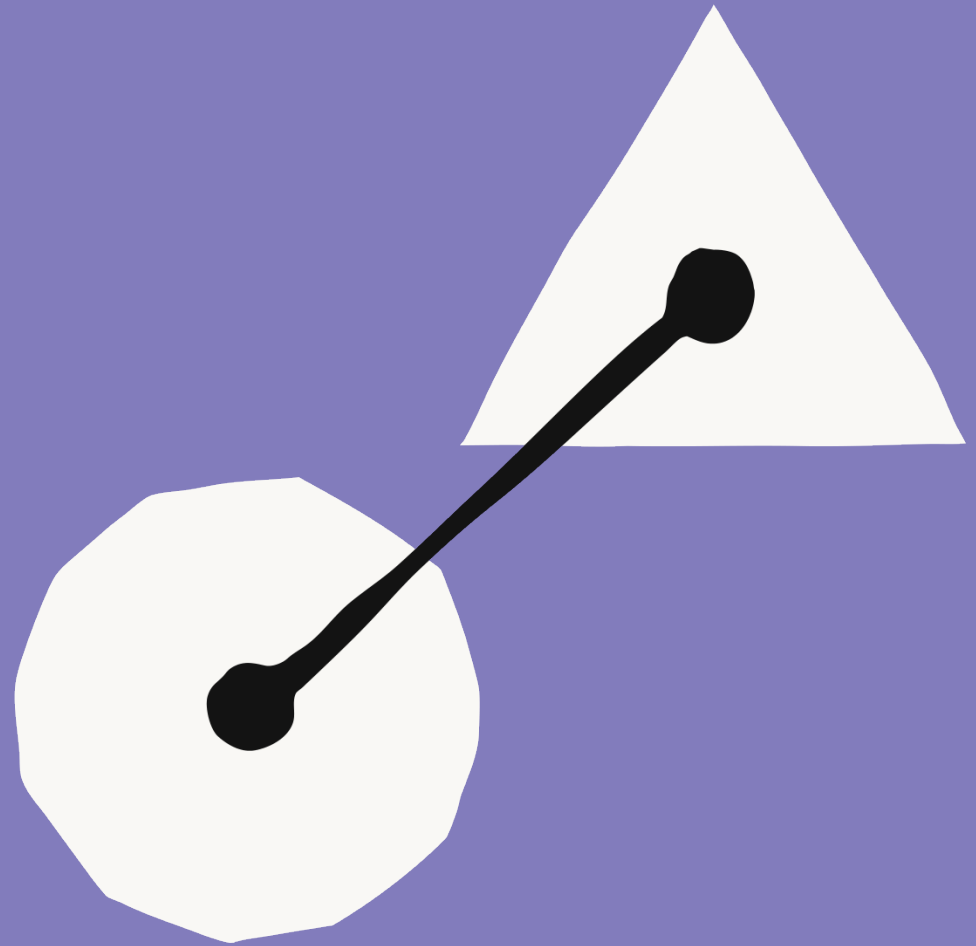
AI đang vẽ lại cách người ta dựng một startup. Năm 2026, một nhà sáng lập chưa từng viết dòng code nào vẫn có thể đưa ra sản phẩm chạy thật, còn hình mẫu "kỳ lân tinh gọn mười người" thì đã đi từ một câu chuyện ngửa ô liều lĩnh trở thành chiến lược được tính toán bài bản.

AI giờ có thể viết code chạy thật, nghiên cứu thị trường, tổng hợp bức tranh cạnh tranh, soạn tài liệu gọi vốn và tự động hóa các quy trình vận hành. Bằng việc xóa đi những đoạn dốc làm quen vốn dựng đứng - thứ mà đến cả nhà sáng lập rành kỹ thuật cũng từng vật lộn khi phải tích hợp đủ thứ công cụ, nền tảng và hệ thống để biến ý tưởng thành hiện thực - AI trên hết đã san bằng sân chơi về chuyện ai có thể khởi nghiệp hay làm ra một sản phẩm.

Một ý tưởng tốt giờ đưa nhà sáng lập đi xa hơn bao giờ hết. Lập trình bằng agent (agentic coding) nén những gì từng cần cả một đội kỹ sư xuống thành phần việc mà một mình nhà sáng lập có thể tự làm và đưa ra thị trường.

Lộ trình tăng trưởng startup truyền thống mặc định rằng đường đi từ ý tưởng đến mở rộng là: kiểm chứng → gọi vốn → tuyển người → xây dựng → gọi vốn tiếp → tăng trưởng → tuyển thêm → lặp lại. Giờ đây, AI đã xóa bỏ định kiến rằng mỗi giai đoạn mới trong vòng đời startup đều cần một đội ngũ lớn hơn, một bộ kỹ năng khác và một vòng gọi vốn mới.

Cẩm nang này vẽ lại bốn giai đoạn cốt lõi của hành trình startup (Ý tưởng, MVP, Ra mắt và Mở rộng) theo những thực tế mới đó. Chúng ta sẽ cùng xem mỗi giai đoạn trông ra sao khi AI là cốt lõi cho cả sự phát triển kỹ thuật lẫn tổ chức, đâu là bộ công cụ phù hợp cho từng chặng, và những nhà sáng lập đang dùng chúng để rút ngắn tiến độ thế nào. Nếu bạn đã sẵn sàng tìm con đường ngắn nhất từ ý tưởng đến exit (lối thoát vốn), hãy đọc tiếp.



Chương 2

Làm nhà sáng lập giờ đã khác

Làm nhà sáng lập giờ đã khác

Trước đây, nhà sáng lập được định nghĩa bằng việc họ làm được gì: người rành kỹ thuật thì viết code, người không rành kỹ thuật thì lo vận hành kinh doanh và chốt hợp đồng. Nhưng các mô hình, hệ thống và AI agent mà nhà sáng lập có trong tay năm 2026 đã xóa nhòa bức tường giữa "người biết xây" và "người có ý tưởng đáng để xây".

Startup AI-native đang thay đổi tận gốc ý nghĩa của việc làm nhà sáng lập. Giờ một người không có nền tảng kỹ thuật vẫn có thể dựng phần mềm chạy thật để hiện thực hóa ý tưởng của mình, trong khi một nhà sáng lập giỏi kỹ thuật nhưng ít kiến thức kinh doanh vẫn dễ dàng cho ra một chiến lược go-to-market, một mô hình tài chính và một bộ pitch deck chín chu.

Trong quá khứ, nhà sáng lập dành phần lớn thời gian ở chế độ thực thi: viết code, quản người, lo việc vận hành hằng ngày. Trong một startup AI-native, vai trò nhà sáng lập bớt đi rất nhiều phần "tự tay làm" và nghiêng hẳn về điều phối các **agent** - những trợ lý AI chuyên biệt có thể đọc tệp, chạy lệnh, thực thi code, thậm chí lướt web. Sự chú tâm của nhà sáng lập dịch lên tầng cao hơn: nảy ra ý tưởng và điều khiển các hệ thống (AI agent, công cụ, và đội ngũ nhỏ nếu có) để hiện thực hóa những ý tưởng đó.

Tuy nhiên, kết quả mang tính cách mạng nhất của việc lấy AI làm hạ tầng trung tâm là cởi trói cho những nhà sáng lập không rành kỹ thuật nhưng giỏi chuyên môn ngành. Khi nhóm người khởi nghiệp mở rộng ra ngoài dân kỹ thuật, ta có những startup được dựng bởi những người với trải nghiệm sống rất khác nhau, giải quyết các vấn đề thật mà dòng chảy "nhà sáng lập dân công nghệ" truyền thống chưa từng ưu tiên (hoặc thậm chí chưa từng để ý).

Năng lực công cụ AI cho startup tinh gọn

Mô hình startup truyền thống mặc định rằng bạn cần tuyển kỹ sư để xây, nhân viên bán hàng để bán, và người vận hành để lo việc công ty. Quy mô nhân sự được xem như dấu hiệu của đà phát triển tổ chức và độ chín của sản phẩm.

Startup giai đoạn đầu năm 2026 thì khác hẳn. Chúng tinh gọn đến mức tối đa ngay từ thiết kế, thường chỉ có một mình nhà sáng lập hoặc thêm vài người. Bằng cách đặt AI làm hạ tầng cho cả phát triển kỹ thuật lẫn tổ chức, họ có thể đạt được sự kiểm chứng sản phẩm, doanh thu ban đầu, thậm chí có lãi, trước khi mở rộng đội ngũ. Có ba mảng mà AI giúp một startup vận hành như một tổ chức lớn hơn nhiều: nghiên cứu, agentic coding, và tự động hóa quy trình cho các hoạt động kinh doanh trọng yếu.

Trí tuệ hội thoại và nghiên cứu

Hãy hình dung: một chuyên gia trực sẵn cho mọi lĩnh vực.

Hãy nghĩ về tất cả những thứ một nhà sáng lập cần biết trong năm đầu mà gần như chắc chắn họ chưa biết khi bắt đầu: thiết lập bảng lương thế nào? Lên kế hoạch các sprint phát triển sản phẩm ra sao? Soạn một bản memo gọi vốn thật chặt chẽ thế nào?

Những câu hỏi giai đoạn đầu kiểu này trước đây đều có chung một đáp án: tìm người nào biết mà hỏi. Với một nhà sáng lập tự thân hoặc đang ở vòng pre-seed, điều đó có thể ngốn thời gian lẽ ra để xây dựng, hoặc buộc phải đốt một phần vốn ít ỏi ban đầu để thuê tư vấn. Giờ thì họ có AI như một chuyên gia trực sẵn cho mọi lĩnh vực có thể nghĩ ra.

- Nghiên cứu chuyên sâu: phân tích cạnh tranh, ước lượng quy mô thị trường, mô hình tài chính.
- Soạn tài liệu: pitch deck, case study, memo gọi vốn, PRD (tài liệu yêu cầu sản phẩm).
- Đối tác tư duy chiến lược: phân biện ngược, pre-mortem (mổ xẻ thất bại giả định), dựng kịch bản, tối ưu lộ trình.

Agentic coding

Hãy hình dung: một kỹ sư luôn có mặt, không bao giờ bị kẹt.

Làm phần mềm trước đây đòi hỏi một đồng sáng lập kỹ thuật, một xưởng gia công code thuê ngoài, hoặc đủ vốn duy trì để tuyển một đội kỹ sư trước cả khi bạn viết được dòng code chạy thật đầu tiên.

Giờ đây, các công cụ agentic coding cho phép mọi nhà sáng lập mô tả bằng lời thường thứ mình muốn làm, rồi điều khiển AI tạo, kiểm thử, gỡ lỗi và tái cấu trúc một mã nguồn ở chất lượng sản xuất, với tốc độ và quy mô của cả một đội kỹ sư.

Quãng đường từ "tôi có một ý tưởng" đến "tôi có một sản phẩm" đã được nén lại. Vai trò nhà sáng lập giờ xoay quanh việc xây cái gì và vì sao, còn AI lo phần dựng nên hạ tầng thật sự, sẵn sàng cho người dùng thật.

Tự động hóa quy trình

Hãy hình dung: một đội vận hành tự động, gọi là có ngay.

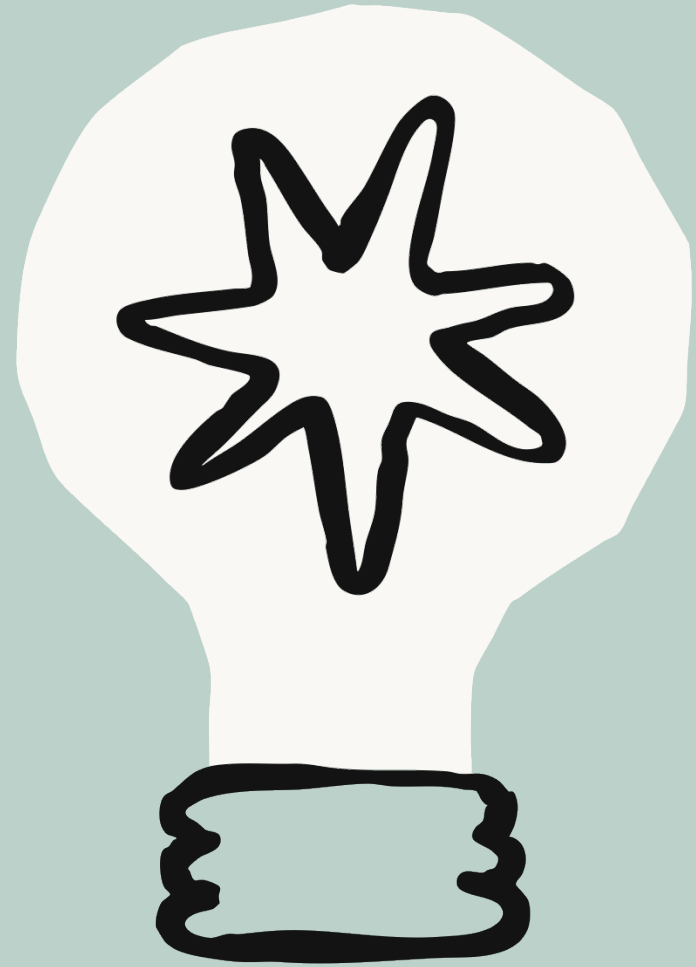
Ngay cả khi một nhà sáng lập có thể nghiên cứu như một chuyên gia tư vấn và xây dựng như cả một đội kỹ sư, vẫn còn nguyên một mảng việc nằm ngoài hoạch định chiến lược hay phát triển sản phẩm mà vẫn phải làm. Sắp lịch, cập nhật CRM, kéo báo cáo hàng tuần, giữ tài liệu luôn mới, đăng nội dung, theo dõi các yêu cầu tuân thủ, quản lý mối nối giữa các công cụ và hệ thống mà công ty đang chạy - tất cả vẫn phải diễn ra. Trong một startup tinh gọn, gánh nặng này chủ yếu dồn lên nhà sáng lập, và nó là một thứ thuế đáng kể đánh vào thời gian, sự chú tâm lẽ ra nên dành cho những quyết định ở tầng cao hơn.

Thời điểm và sự điều phối là tất cả

Nhà sáng lập nào tận dụng hiệu quả khả năng nghiên cứu, tự động hóa và agentic coding của AI có thể dựng nên một startup vận hành với đòn bẩy lớn hơn nhiều so với quy mô nhân sự của nó. Họ cũng dành được phần lớn thời gian và sức lực cho phần việc thực sự quan trọng.

Phần việc đó không tự chạy trên chế độ lái tự động; nhà sáng lập điều phối các công cụ AI này cần biết áp dụng chúng thế nào và khi nào. Phần còn lại của cẩm nang dành để khám phá những mục tiêu và thách thức mà nhà sáng lập sẽ gặp khi đi theo con đường startup AI-native, cùng cách áp dụng công cụ AI cho hiệu quả ở từng giai đoạn của hành trình.

Tự động hóa quy trình bằng công cụ AI sẽ gỡ bỏ thứ thuế đó. Các tác vụ vận hành lặp đi lặp lại có thể được thiết lập để diễn ra tự động: CRM tự cập nhật khi một thương vụ chuyển bước, báo cáo tuần tự tổng hợp, tài liệu sản phẩm tự cập nhật đồng bộ với mỗi thay đổi của sản phẩm. Và quan trọng là Claude Cowork kết nối được với các hệ thống đơn xen mà một startup đang chạy - công cụ quản lý dự án, bộ công cụ giao tiếp, các nguồn dữ liệu - mà không cần ai đó dựng và bảo trì những tích hợp đó. Trong các startup ở "ngày số 0", người đó gần như luôn là nhà sáng lập.



Chương 3

Giai đoạn Ý tưởng

Giai đoạn Ý tưởng

Mọi nhà sáng lập đều khởi đầu từ cùng một chỗ: một vấn đề mà họ không thôi trăn trở. Đây là giai đoạn ý tưởng gặp thực tế: thành công của startup năm 2026 đòi hỏi kỹ thuật không xây dựng cho đến khi bằng chứng cho phép.

Việc của giai đoạn này là nghiên cứu, khám phá khách hàng, phân tích cạnh tranh và đánh giá trung thực cả những bằng chứng phân bác, tất cả trước khi nhờ Claude Code tạo dòng code chạy thật đầu tiên.

Mục tiêu của giai đoạn Ý tưởng

Ở giai đoạn Ý tưởng, mục tiêu chính của nhà sáng lập là kiểm chứng dựa trên nghiên cứu: gom đủ bằng chứng chắc chắn rằng một vấn đề có thật tồn tại (và giải pháp bạn đề xuất xử lý được nó) trước khi dồn nguồn lực vào xây dựng.

Nói cụ thể, giai đoạn Ý tưởng là một chuỗi câu hỏi mà nhà sáng lập phải trả lời, đại khái theo thứ tự sau:

- Vấn đề này có thật, có cụ thể và xây ra đủ thường xuyên để đáng xây dựng quanh nó không?
- Chính xác thì ai gặp nó, và đó có phải một thị trường không?
- Có ai khác đang giải quyết nó không, nếu có thì bằng cách nào và tốt đến đâu?
- Một giải pháp thật sự cần làm được gì để xử lý vấn đề này, và ý tưởng của tôi có làm được điều đó không?

Kết quả của những truy vấn này cộng lại để trả lời một câu hỏi tối hậu duy nhất: Cái này có đáng xây không?

Tức là phải cụ thể trước khi bắt tay. "Người ta vật lộn với việc làm báo cáo chi phí" là một quan sát. "Quản lý tài chính ở các công ty tầm trung mất hơn bốn giờ mỗi tuần để đối soát các đề nghị thanh toán vì công cụ hiện tại của họ không kết nối với phần mềm kế toán" mới là một giả thuyết kiểm chứng được.

Tiêu chí kết thúc giai đoạn Ý tưởng

Điều kiện để rời giai đoạn Ý tưởng là tìm được sự phù hợp vấn đề - giải pháp (problem-solution fit). Bạn đã có bằng chứng định tính, chủ yếu từ các cuộc trò chuyện thật với con người, rằng mình đang giải một vấn đề có thật cho những người có thật, trước khi bắt tay xây thứ giải quyết nó.

Bạn sẵn sàng rời giai đoạn Ý tưởng khi có thể trả lời "có" cho cả ba câu sau:

- **Vấn đề có thật và cụ thể không?** Trả lời "có" ở đây đòi hỏi bạn gọi được tên chính xác ai gặp vấn đề này, họ gặp nó thường xuyên đến đâu, nó ảnh hưởng nặng nề thế nào, và hiện họ đang xử lý nó ra sao.
- **Giải pháp của bạn có nhắm đúng vấn đề thực không?** Không phải vấn đề bạn giả định ban đầu, mà là vấn đề mà quá trình kiểm chứng đã phơi bày. Đôi khi hai cái là một, nhưng không phải lúc nào cũng vậy.
- **Bạn có đủ tín hiệu để biện minh cho việc xây dựng không?** Bạn sẽ không bao giờ có sự chắc chắn tuyệt đối ở giai đoạn này, và chờ đợi điều đó tự nó là một kiểu thất bại; nhưng bạn cần đủ bằng chứng định tính để việc dẫn vào làm một MVP là một quyết định có lý lẽ, chứ không phải một hành động đặt niềm tin mù quáng.

Thách thức của giai đoạn Ý tưởng

Giai đoạn Ý tưởng là nơi diễn ra phần việc quan trọng nhất của cả hành trình startup, bởi đây cũng là nơi những sai lầm hệ trọng nhất xảy ra: làm sai một điều gì đó lúc này có thể nhanh chóng đẩy con thuyền non trẻ của bạn trật khỏi đường ray. Tuy vậy, phần lớn thách thức của giai đoạn ý tưởng đều xoay quanh việc đi nhanh hơn mức hiểu biết của mình cho phép, nên nhà sáng lập nào tiến bước với sự thận trọng và cân nhắc sẽ thấy mình tiến đều.

Nhằm việc xây dựng với việc kiểm chứng

Thách thức: Khi các rào cản kỹ thuật được dỡ bỏ, một nhà sáng lập đầy nhiệt huyết có nguy cơ bỏ qua phần việc quan trọng nhất của hành trình startup: kiểm chứng rằng ý tưởng của mình thật sự là một giải pháp mà người ta cần và sẽ dùng.

Ngay cả trước kỷ nguyên agentic coding hiện nay, **42% startup thất bại vì họ xây ra thứ không ai cần**. Giờ đây, khi các giải pháp agentic coding như Claude Code đã thu hẹp đến mức gần như triệt tiêu khoảng cách giữa "tôi có một ý tưởng" và "tôi có một sản phẩm", tỷ lệ thất bại đó sẽ chỉ có tăng.

Dù chưa bao giờ là thời điểm tốt hơn để làm nhà sáng lập với một ý tưởng hay đến rúng động thần kinh, thì cái sự nhanh và dễ khi dựng một nguyên mẫu trông na ná sản phẩm, một cách trái khoáy, cũng tạo ra một rủi ro sống còn thật sự nguy hiểm cho startup AI-native.

Cho đến rất gần đây, việc xây dựng vẫn cần thời gian và ngân sách lập trình thật, và ráp được một nguyên mẫu cơ bản thường mất hàng tháng. Giờ rào cản phát triển kỹ thuật phần lớn đã biến mất, AI khiến nhà sáng lập quá dễ nhay thẳng vào xây dựng mà không kiểm chứng tính hữu dụng của nó ngoài đời thực.

Đạt được sự phù hợp vấn đề - giải pháp đòi hỏi trước hết phải kiểm chứng giả thuyết rồi mới xây, nhưng nhiều nhà sáng lập (kể cả người dày dạn) lầm tưởng rằng AI giúp bỏ qua bước đó, biến luồng đi thành: có một ý tưởng → dựng ngay một nguyên mẫu → coi sự tồn tại của nguyên mẫu là bằng chứng kiểm chứng. Nguyên mẫu trở thành cái cớ để tin rằng giả thuyết đúng ngay từ đầu, mà chẳng hề kiểm tra xem nó có thật sự đúng hay không.

Một nguyên mẫu chạy được rất dễ bị nhầm thành bằng chứng cụ thể rằng bạn đang giải một vấn đề có thật, nhưng không phải vậy. Nguyên mẫu của bạn thực ra chỉ là một đạo cụ hữu ích để thử lửa trong các cuộc trò chuyện với người dùng tiềm năng. Chính những cuộc trò chuyện đó mới là bằng chứng thật.

Mở rộng quá sớm

Thách thức: Khi việc xây dựng trở nên dễ dàng và tức thì, bạn có thể đẩy phần thực thi vượt xa trước nhu cầu thực của doanh nghiệp.

Mở rộng quá sớm nghĩa là cam kết theo một hướng sản phẩm trước khi bạn thật sự kiểm chứng rằng hướng đó đáng để theo.

Điều này luôn là sát thủ của startup, nhưng AI khiến nhà sáng lập rơi vào bẫy mở rộng quá sớm dễ hơn nhiều mà không hề hay biết. Các trợ lý agentic coding mạnh đến mức rất dễ đẩy phần thực thi vượt xa trước việc kiểm chứng sự phù hợp vấn đề - giải pháp, mà chẳng bao giờ có một quyết định lệch hướng nào được đưa ra một cách có ý thức.

Nó sẽ tạo, kiểm thử, gỡ lỗi và tái cấu trúc cả một mã nguồn quanh một tiền đề sai từ gốc với đúng sự hăng hái mà nó dành cho một ý tưởng tuyệt vời. Trí tuệ trong hệ thống là của bạn. Mệnh lệnh tối thượng ở giai đoạn này là giữ cho khả năng nhận định của bạn luôn đi trước việc xây dựng, nhất là khi xây dựng quá nhanh và có cảm giác quá nhẹ nhàng.

Mất đi sự khách quan

Thách thức: Bảo một công cụ AI tìm bằng chứng ủng hộ điều bạn đã tin sẵn, nó sẽ tìm ra. Thiên kiến xác nhận giờ đi kèm cả một cỗ máy nghiên cứu.

Thiên kiến xác nhận luôn là một rủi ro nghề nghiệp trong giới startup: nhà sáng lập, theo bản chất, luôn say mê ý tưởng của mình. Giờ đây, công cụ AI đã tiếp cho thiên kiến xác nhận một sức mạnh đáng kể. Bảo AI kiểm chứng ý tưởng startup của bạn, nó sẽ tìm ra bằng chứng ủng hộ; bảo nó ước lượng thị trường tiềm năng, nó sẽ tìm ra con số khiến TAM (tổng thị trường khả dụng) của bạn trông đủ hấp dẫn để gọi vốn.

AI làm theo định hướng của bạn, nghĩa là một nhà sáng lập không chịu đặt những câu hỏi khó giờ có thể dựng nên một lập luận công phu, trông như được nghiên cứu kỹ lưỡng, cho một ý tưởng tồi hơn bao giờ hết, trong khi vẫn đầy tự tin rằng mình đang thực sự thẩm định nghiêm túc. Thuốc giải cũng chính là công cụ đó, chỉ là chữa theo hướng ngược lại: AI sẽ thử lửa một ý tưởng kỹ lưỡng y như khi nó kiểm chứng. Khi nghiên cứu và tư duy phản biện có cấu trúc phơi ra bằng chứng rằng ý tưởng của bạn cần điều chỉnh, đó là tín hiệu để pivot (xoay hướng).

Claude giúp gì cho nhà sáng lập ở giai đoạn Ý tưởng

Đưa ý tưởng startup AI-native qua giai đoạn Ý tưởng có thể khiến bạn thấy như kéo dài vô tận. Bạn là nhà sáng lập và bạn chỉ muốn bắt tay vào xây. Nhưng giai đoạn khởi động tối quan trọng này về bản chất là một bài tập nghiên cứu và kiểm chứng, nghĩa là phải dùng đến những công cụ giúp bạn tư duy chặt chẽ hơn trước khi dốc toàn lực viết code. Dưới đây là những cách dùng Claude trên các bề mặt sản phẩm của nó (Chat, Claude Cowork và Claude Code) để vượt qua giai đoạn Ý tưởng nhanh nhất có thể mà vẫn đảm bảo định cẩn thận.

Chat, Claude Cowork hay Claude Code: chọn đúng bề mặt Claude

AI giúp nhà sáng lập ra mắt nhanh hơn, tự động hóa những việc lặt vặt và vận hành ở quy mô lớn, nhưng bề mặt bạn dùng cũng quan trọng. Đây là lúc nên dùng Chat, Claude Cowork hay Claude Code tùy theo việc trước mắt.

Chat dành cho những trao đổi nhanh mà không phải rời khỏi ứng dụng bạn đang dùng. Dùng nó cho những việc nhỏ liên tục khi điều hành công ty: rút một câu chốt từ bản memo gọi vốn dày cộp, kiểm lại một nhận định trước cuộc họp hội đồng, hay hiểu một luồng Slack dài dằng dặc với đội của bạn.

Claude Cowork dành cho phần việc tri thức thực sự tốn thời gian: gom dữ liệu từ nhiều nguồn, hiểu nó, rồi tạo ra một thành phẩm hoàn chỉnh như một tài liệu, bộ slide hay bảng tính. Hãy nghĩ đến việc biến một thư mục đầy bản ghi cuộc gọi khách hàng thành một tài liệu phát hiện theo chủ đề cho buổi review sản phẩm kế tiếp, dựng bức tranh cạnh tranh từ cả tá trang web đối thủ trước một vòng gọi vốn, hay một tác vụ cố định mỗi sáng thứ Hai tự kéo số liệu từ các công cụ đã kết nối và thả một bản tóm tắt KPI tuần vào thư mục chung.

Claude Code là môi trường agentic coding cho các kỹ sư trong đội: truy cập trực tiếp mã nguồn, Plan Mode, tích hợp git, và môi trường chạy cục bộ, trên IDE hoặc trên cloud trong sandbox. Đây là nơi một đội tinh gọn cho ra tính năng trên một mã nguồn đang lớn dần, di dời code cũ từ thời MVP, và đi từ nguyên mẫu đến sản phẩm mà không phải chờ tuyển thêm người.

Nếu việc cần làm là...	Hãy dùng	Vì sao
Một câu hỏi, một lần viết lại, một cú động não nhanh	Chat	Nhanh, đối thoại, không phải thiết lập gì
Nghiên cứu, phân tích, hay một tài liệu hoàn chỉnh dựng từ tệp và hệ thống của bạn	Claude Cowork	Truy cập thư mục, connector, skill, chạy theo lịch
Viết, kiểm thử, hay ra mắt phần mềm	Claude Code	Truy cập mã nguồn, diff, git, môi trường lập trình

Cả ba dùng chung một Claude bên dưới; cái thay đổi là không gian làm việc bao quanh nó.

Định nghĩa và thử lửa giả thuyết về vấn đề

Chuyên môn ngành và phần nghiên cứu ban đầu của bạn đã sinh ra một giả thuyết. Việc đầu tiên là mài nó cho đến khi thật sự kiểm chứng được. Claude đặc biệt hữu ích ở đây trong việc buộc bạn cụ thể: chính xác ai gặp vấn đề này, thường xuyên ra sao, nặng đến đâu, và hiện họ xử lý nó thế nào? Một phát biểu vấn đề không trả lời được chính xác những câu đó thì chưa sẵn sàng để kiểm chứng.

- **Bài tập:** Làm việc với Claude để mài phát biểu vấn đề của bạn cho đến khi nó thành một giả thuyết kiểm chứng được. Ví dụ, "Rà soát hợp đồng mất quá nhiều thời gian" thì gần như không kiểm chứng được. Nhưng "Các đội pháp chế nội bộ ở công ty tầm trung mất hơn 3 ngày cho mỗi vòng rà soát hợp đồng vì các chỉnh sửa được quản lý rải rác qua email thay vì một tài liệu duy nhất có quản lý phiên bản" thì rất dễ kiểm chứng.

Nước đi tiếp theo là yêu cầu Claude phản biện chống lại ý tưởng của bạn, và tìm những bằng chứng phản bác bỏ giả thuyết. Việc này có thể phơi ra các tín hiệu thị trường tiêu cực, những đối thủ đã thất bại, các kiểu hành vi khách hàng, và những rào cản mang tính cấu trúc mà một bản tổng hợp chiều theo ý bạn sẽ lạng lẽ xem nhẹ.

Mục tiêu là bước vào khâu khám phá khách hàng khi đã thử lửa các giả định của mình trước những phản biện mạnh nhất hiện có, để các buổi phỏng vấn tìm hiểu người dùng thực sự mở, thay vì là một cuộc đi tìm sự xác nhận.

Lưu ý: Dùng Claude như một người phản biện ngược có cấu trúc là một tình huống sử dụng cốt lõi ở mọi giai đoạn của vòng đời startup AI.

Nghiên cứu thị trường và vẽ bản đồ cạnh tranh

Đánh giá đối thủ

Có một hiện tượng đặc thù của startup gọi là xem nhẹ đối thủ: xu hướng tập trung quá mức vào tầm nhìn và sự thực thi của chính mình đến nỗi đánh giá thấp một cách hệ thống những gì người khác đang làm trong cùng mảng. May thay, AI có thuốc giải: hãy yêu cầu Claude đưa ra lập luận thuyết phục nhất về lý do vì sao một đối thủ trong mảng giải pháp này sẽ thành công còn bạn thì không.

Claude có thể phân tích vì sao cách tiếp cận của họ thực sự tốt hơn, vì sao khách hàng sẽ chọn họ, vì sao những điểm khác biệt mà bạn tưởng là lợi thế lại không vững chắc như bạn nghĩ.

- **Bài tập:** Yêu cầu Claude vẽ bản đồ cạnh tranh của bạn theo tầng: đối thủ trực tiếp, đối thủ gián tiếp, bên có thể mua lại, và những tay chơi liên kề có thể nhảy vào mảng của bạn. Rồi yêu cầu nó lập luận vì sao mỗi tầng là một mối đe dọa thật sự với thành công của bạn, chứ không chỉ là phiên bản đe dọa dễ gạt bỏ nhất.

Nghiên cứu thị trường

Claude Code có thể tổng hợp phản hồi khách hàng công khai để phơi ra những than phiền lặp lại và nhu cầu chưa được đáp ứng. Lợi thêm: làm việc này về cơ bản là nghiên cứu định tính miễn phí trên chính khách hàng của đối thủ.

- **Bài tập:** Hướng Claude Cowork tổng hợp đánh giá về các đối thủ trên những nguồn chính của bạn và chỉ ra những than phiền hàng đầu mà các giải pháp hiện có chưa xử lý. Nếu giả thuyết của bạn giải quyết một hoặc nhiều trong số đó, đây là bằng chứng mạnh về sự phù hợp vấn đề - giải pháp. Nếu không, đó cũng là điều đáng biết.

Claude Cowork cũng có thể trích thông tin và số liệu liên quan từ các báo cáo ngành dày, hồ sơ phân tích và tài liệu nghiên cứu thị trường; rồi những dữ liệu sạch, đã tổng hợp này trở thành ngữ cảnh lý tưởng cho phần phân tích của Claude.

- **Bài tập:** Dựng các mô hình TAM/SAM/SOM (tổng thị trường, thị trường khả phục vụ, thị trường khả chiếm) từ dữ liệu công khai và thử lửa những giả định đằng sau chúng. Xác định thị trường đang mở rộng, đang co cụm hay đã chín muồi; ngữ cảnh này ảnh hưởng đến cách bạn nghĩ về thời điểm và sự khác biệt hóa. Vẽ bản đồ bên mua: ai nắm ngân sách, ai ảnh hưởng đến quyết định, và liệu hai vai đó có phải cùng một người.

Phân tích xu hướng

Cuối cùng, dùng Claude để lắng nghe những chỉ báo sớm cho bạn biết mình có đang gia nhập đúng thời điểm hay không. Theo dõi các subreddit và nhóm LinkedIn nơi người ta đã bàn về vấn đề của bạn, và đúng cách dùng từ mà người dùng chọn khi mô tả vấn đề của họ. Yêu cầu Claude tìm những thị trường tương tự nơi một vấn đề giống vậy đã được giải, và rút ra điều gì hiệu quả, điều gì không. Phơi ra các xu hướng pháp lý, công nghệ hay nhân khẩu có thể thúc đẩy hoặc đe dọa cơ hội.

- **Bài tập:** Yêu cầu Claude chỉ ra ba xu hướng bên ngoài - pháp lý, công nghệ hoặc nhân khẩu - có thể tác động đáng kể đến thị trường của bạn trong hai năm tới, và đánh giá mỗi cái là thuận chiều hay nghịch chiều với giả thuyết cụ thể của bạn.

Lưu ý: Phần nghiên cứu thị trường và vẽ bản đồ cạnh tranh ở mục này không phải làm một lần là xong. Bạn sẽ còn tiếp tục phát hiện điều mới và thay đổi cách nghĩ suốt giai đoạn MVP và Ra mắt, nên hãy lặp lại các bài tập này mỗi khi giả thuyết của bạn thay đổi.

Lập kế hoạch và thiết kế khâu khám phá khách hàng

Chất lượng của những gì bạn học được khi trò chuyện với người dùng tiềm năng được quyết định bởi (1) chất lượng câu hỏi bạn đặt và (2) bạn có đang hỏi đúng người hay không. Claude đặc biệt hữu ích cho việc khám phá khách hàng, gồm hỏi ai, hỏi gì, và làm sao hiểu được điều mình nghe thấy.

Hỏi ai

Một chân dung mục tiêu chính xác có giá trị gấp bội một danh sách liên hệ dài, gồm cụ thể chức danh, loại hình công ty, cấu trúc đội nhóm và cấp bậc để gặp vấn đề một cách gay gắt nhất. Từ đó, xác định nơi thực sự tiếp cận được những người này - các cộng đồng, sự kiện, nhóm LinkedIn và không gian Slack nơi họ tụ họp - rồi dựng một khung ưu tiên xem nên tiếp cận ai trước dựa trên mức độ họ gần với vấn đề.

Hỏi gì

Khi đã xác định đối tượng, dùng Claude để dựng chính khung phỏng vấn: đúng câu hỏi, đúng thứ tự, sắp xếp để phơi ra những gì người ta thực sự làm thay vì những gì họ nghĩ mình sẽ làm. Một lỗi của nhà sáng lập non tay là hỏi một câu chung chung, hướng về tương lai ("bạn có dùng thứ kiểu như này không?") thay vì hỏi cụ thể về quá khứ liên quan ("kể tôi nghe lần gần nhất bạn xử lý vấn đề này").

Claude cũng có thể chỉ ra chỗ nào trong bản nháp câu hỏi của bạn đang dẫn dắt người trả lời, quá rộng, hoặc dễ tạo nhiễu thay vì tín hiệu. Claude còn giúp bạn thiết kế câu hỏi đào sâu để truy những lần né tránh hoặc làm rõ những câu trả lời mơ hồ cho các câu quan trọng.

Nếu giả thuyết của bạn liên quan đến nhiều hơn một chân dung người dùng, Claude cũng có thể thiết kế bộ câu hỏi riêng cho từng nhóm. Một quản lý tài chính và một CFO có quan hệ khác nhau với cùng một vấn đề, và một khung phỏng vấn duy nhất sẽ san phẳng sự khác biệt đó.

- **Bài tập:** Tự tay nháp các câu hỏi phỏng vấn trước, rồi nhờ Claude rà soát. Yêu cầu nó chỉ rõ bất kỳ câu nào đang dẫn dắt, hướng về tương lai, quá rộng, hoặc dễ tạo ra câu trả lời "đẹp lòng xã hội" thay vì câu trả lời thật. Rồi nhờ nó gợi ý một câu đào sâu cho hai hoặc ba thời điểm trong buổi phỏng vấn để nảy sinh né tránh nhất.

Phân tích sau phỏng vấn

Sau mỗi cuộc trò chuyện, dùng Claude để rút kinh nghiệm: đưa nó ghi chú của bạn và nhờ nó chỉ ra điều gì xác nhận giả thuyết, điều gì thách thức nó, và điều gì thực sự gây bất ngờ.

Khi đã gom được một loạt phỏng vấn, hãy đưa toàn bộ ghi chú qua Claude Cowork để phơi ra các chủ đề lặp lại, các điểm mâu thuẫn, và những tín hiệu mạnh nhất ở cả hai chiều. Rồi đưa bản tổng hợp đó ngược lại cho Claude và nhờ nó chỉ ra chỗ nào cách bạn đọc dữ liệu có thể đang khớp với điều bạn muốn nghe thay vì điều thực sự có ở đó.

- **Bài tập:** Cứ sau mỗi năm cuộc phỏng vấn, hướng Claude Cowork tổng hợp ghi chú của bạn và tạo hai danh sách: bằng chứng ủng hộ giả thuyết, và bằng chứng thách thức nó. Nếu danh sách đầu dài hơn hẳn danh sách sau, hãy hỏi Claude liệu sự chênh lệch đó có phản ánh đúng những gì thực sự có trong dữ liệu, hay chỉ là điều bạn mong tìm thấy.

Tiếp cận và sắp lịch với khách hàng

Dùng Claude Cowork để tự động hóa phần việc vận hành quanh dựng danh sách liên hệ, chạy tiếp cận và sắp lịch phỏng vấn người dùng.

Claude Cowork có thể dùng chân dung mục tiêu mà bạn đã xác định cùng Claude (gồm chức danh, loại hình công ty và cấp bậc) để tìm và lập một danh sách prospect có cấu trúc kèm thông tin liên hệ đã xác minh. Sau đó nó soạn email tiếp cận cá nhân hóa ở quy mô lớn, may đo từng cái theo vai trò và bối cảnh của mỗi người.

Khi phản hồi đổ về, nó kết nối tới Gmail và Google Calendar qua MCP để quản lý luồng hội thoại, xử lý các yêu cầu sắp lịch và đưa các buổi phỏng vấn lên lịch. Quy trình tiếp tục khi Claude Cowork tạo các bản nháp theo dõi theo nhịp đã định (chẳng hạn một email nhắc vào ngày thứ bảy cho những liên hệ chưa trả lời) và cập nhật bảng theo dõi của bạn mỗi khi một bước hoàn tất, để bạn luôn biết mỗi prospect đang ở đâu trong phễu.

- **Bài tập:** Đưa cho Claude Cowork chân dung mục tiêu phỏng vấn đã được kiểm chứng và nhờ nó dựng một danh sách prospect, soạn một chuỗi tiếp cận cá nhân hóa, và lập một bảng theo dõi với các cột cho trạng thái tiếp cận, nhịp theo dõi và việc hoàn tất phỏng vấn. Rồi để nó lo việc điều phối trong khi bạn tập trung chuẩn bị cho chính các cuộc trò chuyện.

Thiết kế khái niệm giải pháp cuối cùng

Bạn đã làm xong phần kiểm chứng: vấn đề là có thật, bạn biết ai gặp nó, và bạn có một khái niệm giải pháp được bằng chứng ủng hộ. Dùng Claude để phát triển và phân biệt khái niệm giải pháp từ mọi góc: Còn lỗ hổng nào? Có những phương án thay thế nào? Cần điều gì là đúng thì giải pháp này mới chạy được ở quy mô lớn? Đây là một mốc kiểm tra thực tế quan trọng: thiết kế này có thật sự xử lý vấn đề mà quá trình kiểm chứng đã phơi bày, chứ không phải vấn đề bạn giả định ban đầu?

- **Bài tập:** Trình bày khái niệm giải pháp cho Claude và nhờ nó chỉ ra ba giả định mà thiết kế của bạn phụ thuộc vào nhiều nhất. Rồi hỏi cần điều gì là đúng thì mỗi giả định mới đúng vững, và hậu quả ra sao nếu chỉ một trong số đó không đúng.

Dựng một nguyên mẫu nhẹ với Claude Code

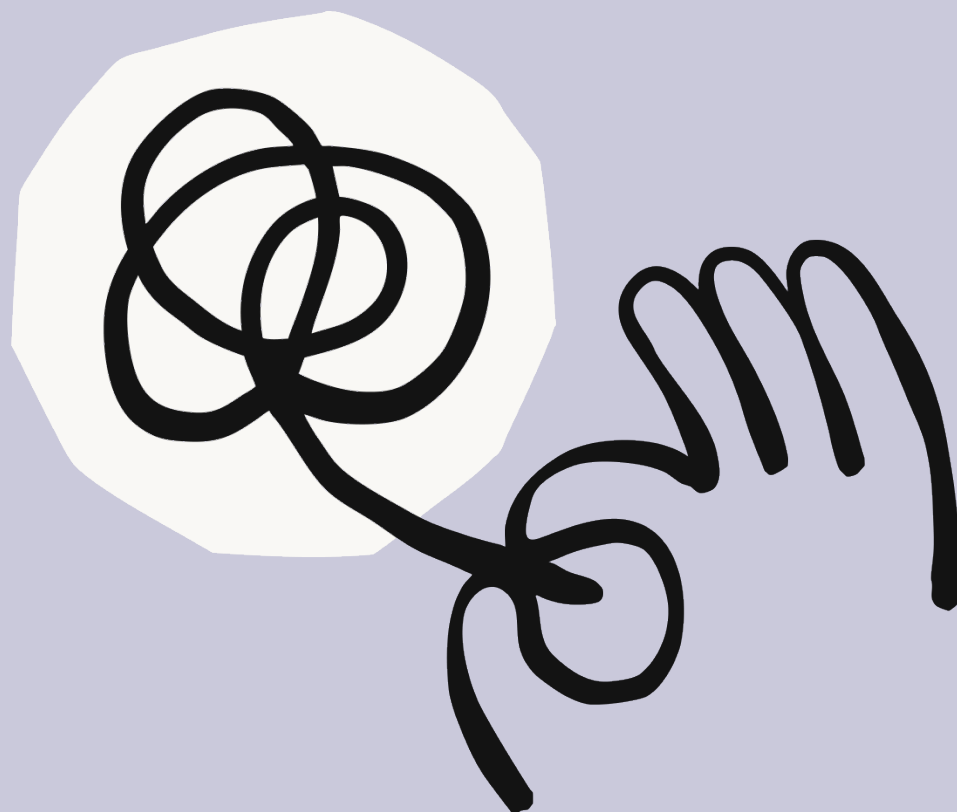
Giờ đến phần thú vị: với một giả thuyết đã kiểm chứng và một khái niệm giải pháp đã thử lửa, cuối cùng bạn cũng sẵn sàng để dựng một thứ gì đó.

Đây là thời điểm trong giai đoạn Ý tưởng mà Claude Code xuất hiện. Dù bạn có loay hoay nghịch suốt từ đầu đi nữa, thì giờ mới là lúc tạo ra nguyên mẫu nhẹ chính thức: bề mặt tối thiểu cần thiết để đặt ý tưởng của bạn trước một con người thật và nhận một phản ứng thật.

Bạn chưa làm một sản phẩm thực thụ (chưa đâu); bạn đang dựng một mẫu thử có chức năng của ý tưởng để dùng trong các cuộc trò chuyện với khách hàng và nhà đầu tư. Người dùng thật phản ứng với một thứ họ có thể chạm vào sẽ cho bạn biết những điều mà cả tá buổi phỏng vấn khám phá vấn đề - giải pháp không nói được. Trước đây, bạn đang xác lập rằng vấn đề mình giải là có thật; giờ, bạn đang mời người dùng tiềm năng tương tác với giải pháp đề xuất.

- **Bài tập:** Xác định một tương tác cốt lõi duy nhất mà giải pháp của bạn phụ thuộc vào. Hướng Claude Code chỉ dựng đúng cái đó. Khi có rồi, đặt nó trước năm người thuộc chân dung mục tiêu đã kiểm chứng và nhờ họ dùng thử. Những gì bạn học được trong năm cuộc trò chuyện đó sẽ quyết định bạn xây tiếp hay quay lại bàn vẽ.

Chạm tới cuối giai đoạn Ý tưởng là một bước nhảy vọt trong cuộc đua startup AI, bởi giờ bạn không còn đặt cược vào linh cảm; bạn đang hành động dựa trên bằng chứng. Tiếp theo là giai đoạn MVP, nơi câu hỏi dẫn đường của nhà sáng lập chuyển từ "Cái này có đáng xây không?" sang "Chính xác thì nên xây cái gì trước?", và vai trò chính của AI dịch từ đối tác nghiên cứu sang đội thi công.



Chương 4

Giai đoạn MVP

Giai đoạn MVP

Nhiều nhà sáng lập coi giai đoạn MVP là một khâu thi công, nhưng về bản chất nó vẫn là một bài tập thu thập bằng chứng. Khác biệt là giờ bạn thu thập bằng chứng về giải pháp thay vì về không gian vấn đề; cụ thể là liệu một nhóm người có thật, nhận diện được, có thấy nó đủ giá trị để dùng, quay lại dùng, trả tiền, và/hoặc kể cho người khác hay không.

Các mục tiêu của giai đoạn MVP

Là nhà sáng lập một startup AI-native, mục tiêu của bạn là biến một vấn đề đã kiểm chứng thành một sản phẩm chạy được mà người dùng thật sẽ thật sự dùng. Đây không phải bản đầy đủ với mọi tính năng trong lộ trình, mà là phiên bản nhỏ nhất, tập trung nhất của ý tưởng, đặt một giải pháp thật trước người dùng thật và tạo ra bằng chứng thật về sự phù hợp sản phẩm - thị trường.

Đồng thời, cách bạn xây lúc này quyết định những gì khả thi về sau. Nghĩa là giai đoạn MVP có một mục tiêu thứ hai, quan trọng ngang ngửa: đi nhanh mà không tích lũy loại nợ kỹ thuật dồn lãi kép, thứ sẽ ám bạn ngay khi người dùng thật đổ về với số lượng đáng kể.

Và cuối cùng, đầu tư vào ngữ cảnh bền vững ngay từ ngày đầu chính là thứ giữ cho AI là một bộ khuếch đại sức mạnh thay vì một nguồn hỗn loạn. Trong một startup AI-native, mã nguồn là thứ bạn cộng tác với AI hết phiên này đến phiên khác, nên tính dễ đọc là nền tảng. Nhà sáng lập bỏ qua spec, các quyết định kiến trúc và tệp ngữ cảnh (như CLAUDE.md) sẽ dựng một bức tường có thể đoán trước, nơi mỗi phiên làm việc mới lại phải giải thích lại mã nguồn từ đầu và những thay đổi do AI tạo ra trôi dạt khỏi tầm nhìn ban đầu.

Tiêu chí kết thúc giai đoạn MVP

Điều kiện để rời giai đoạn MVP là bằng chứng thực sự về sự phù hợp sản phẩm - thị trường (product-market fit): minh chứng rằng một nhóm người dùng cụ thể, nhận diện được, đã thấy sản phẩm đủ giá trị để quay lại dùng (giữ chân), trả tiền (doanh thu), hoặc kể cho người khác (giới thiệu).

Thách thức của giai đoạn MVP

Ở giai đoạn MVP, mệnh lệnh tối thượng của nhà sáng lập là tốc độ và phán đoán. Thách thức ở đây xoay quanh việc liệu bạn có xây được đúng thứ, theo đúng cách, đủ nhanh để có ý nghĩa, mà không cắt góc theo kiểu sẽ trả giá về sau.

Nợ kỹ thuật kiểu agentic

Thách thức: Vì AI về cơ bản gỡ bỏ mọi nút thắt tự nhiên từng kiểm soát thứ gì được đưa lên sản xuất, tốc độ là điều chắc chắn. Nhưng khi tốc độ là biến số duy nhất nhà sáng lập tính đến khi dựng MVP, họ có nguy cơ tích lũy nợ kỹ thuật khó lòng trả nổi.

Một số nợ kỹ thuật là phù hợp ở giai đoạn MVP, với điều kiện hiểu rằng phải xử lý nó trước khi mở rộng. Nó tích dần và có thể được dọn theo thời gian hoặc trong một sprint chuyên biệt. Nhưng nợ kỹ thuật do AI tạo ra thì dồn lãi kép. Không có spec và ràng buộc kiến trúc được viết ra ở nơi AI đọc được, mỗi phiên lại tự suy diễn lại các quyết định nền tảng từ đầu, và những quyết định đó trôi dạt. Bạn rất cuộc có một mã nguồn không có mô hình tư duy mạch lạc nào đứng sau, không phải vì có mảnh nào tệ, mà vì các mảnh chưa bao giờ được thiết kế để khớp với nhau. Đó là một vấn đề thật, và nó hay lộ ra muộn.

Mắc bẫy phù hợp sản phẩm - thị trường giả

Thách thức: Công cụ AI có thể tạo ra những con số ban đầu ấn tượng, nhưng đó không phải sự đảm bảo rằng thị trường cần sản phẩm của bạn.

Đà ban đầu là một trong những trải nghiệm có sức nặng tâm lý lớn nhất mà một nhà sáng lập có thể trải qua. Sau hàng tuần hay hàng tháng kiểm chứng và xây dựng cẩn thận, kỹ luật, việc ra mắt sản phẩm có cảm giác như một sự xác nhận rằng bạn đã đúng ngay từ đầu.

Công cụ agentic coding có thể giúp bạn chạm tới khoảnh khắc này nhanh hơn bao giờ hết, nhưng lực kéo ban đầu không đồng nghĩa với sự phù hợp sản phẩm - thị trường. Năng lượng lúc ra mắt được sinh ra từ những lực phù du, như bạn bè của nhà sáng lập, những người mua tiềm năng ở các công ty khác trong danh mục của nhà đầu tư, hay một tiêu đề trên Hacker News tạo một cú vọt. Tiếc là không cái nào trong số đó dự báo đáng tin về chuyện gì xảy ra ở tuần thứ sáu hay tuần thứ mười hai, khi cú hích ban đầu đã nguội.

Phình phạm vi do không còn lực cản

Thách thức: Khi xây dựng có cảm giác nhẹ tênh và gần như miễn phí, luôn có thêm một tính năng hay ho để thêm vào hoặc một trường hợp biên nữa để xử lý. Sự phình phạm vi này có thể lợi bất cập hại.

Phình phạm vi luôn là một rủi ro của startup. Khác biệt bây giờ là cái hãm tự nhiên chống lại nó - chi phí thật của thời gian kỹ sư - không còn tồn tại theo cách cũ nữa, khi thêm một tính năng chỉ mất một buổi chiều thay vì cả một sprint.

Cái khó ở đây là mỗi bổ sung riêng lẻ đều có vẻ hợp lý. Tất nhiên sản phẩm nên xử lý trường hợp biên đó; tất nhiên người dùng sẽ muốn quy trình kia. Ngay lúc đó chúng không giống phình phạm vi, vì mỗi cái tốn quá ít công để dựng với agentic coding, nhưng khi sản phẩm của bạn tràn ra ngoài ranh giới ban đầu, bạn có nguy cơ mất phương hướng và mất đà.

Thuốc giải là một bản định nghĩa phạm vi được viết ra trước khi bắt đầu xây, mô tả sản phẩm làm gì, cố ý không làm gì, và đâu là bằng chứng cụ thể từ người dùng thật đủ để biện minh cho việc thêm cái mới. Điều này dời điểm ra quyết định từ "ta có nên xây cái này không?" sang "một lượng lớn người dùng đã nói với ta rằng họ không thể có giá trị từ sản phẩm nếu thiếu cái này?".

Lỗi hổng vì thiếu kinh nghiệm

Thách thức: Nhà sáng lập dùng công cụ AI để hỏi hà tung ứng dụng ra thị trường mà chưa hiểu các nguyên tắc bảo mật cơ bản rồi cuộc đày người dùng của mình vào những rủi ro lẽ ra phòng được.

Sự thật phũ phàng là công cụ agentic coding tạo ra code chạy được, chứ không phải code vốn dĩ an toàn. Code có chức năng thì dễ, vì hoặc tính năng chạy hoặc không. Còn lỗi hổng bảo mật thì vô hình cho đến khi bị khai thác, nghĩa là không có vòng phản hồi tự nhiên nào báo cho một nhà sáng lập lần đầu rằng có gì đó không ổn. Tung một MVP chạy thật cho người dùng thật đồng nghĩa với dữ liệu thật, phơi nhiễm thật, và hậu quả thật nếu có chuyệ.

Xem nhẹ bảo mật không phải chuyện mới mẻ gì của các dự án AI-native. Startup tự thân ở thời nào cũng thường trì hoãn việc tính đến bảo mật cho đến cuối quá trình xây, đôi khi đợi đến sát lúc ra mắt sản xuất. Một lượt rà soát bảo mật trước khi bất kỳ người dùng nào chạm vào ứng dụng hay giải pháp của bạn là ngưỡng trách nhiệm tối thiểu để đưa một sản phẩm khả dụng tối thiểu ra với thế giới.

Claude giúp gì cho nhà sáng lập ở giai đoạn MVP

Định nghĩa kiến trúc trước khi xây

Trước khi Claude Code viết một dòng code chạy thật, hãy dùng Claude để định nghĩa và ghi lại các quyết định kiến trúc sẽ chi phối mọi thứ được dựng ở giai đoạn này: các khuôn mẫu cần theo, các phụ thuộc cần tránh, những đánh đổi đang chấp nhận và vì sao. Đầu ra này sẽ là một tài liệu ngữ cảnh kiến trúc tập trung và thiết lập những lần ranh mà Claude Code vận hành bên trong.

Thiếu ngữ cảnh này, mỗi phiên lại bắt đầu từ con số không và Claude Code buộc phải tự suy ra các giả định cấu trúc của riêng nó. Để Claude Code xây mà không có lần ranh sẽ tạo ra một mã nguồn chạy được nhưng rời rạc về cấu trúc, và lặp đi lặp lại rồi mở rộng trên một mã nguồn rời rạc rồi rạc rồi rạc là phí thời gian lẫn token. Sớm muộn cũng đến lúc code sụp đổ, buộc bạn phải dựng lại từ đầu.

- **Bài tập:** Trước khi mở Claude Code, hãy mở Claude và mô tả thứ bạn đang xây: vấn đề cốt lõi nó giải quyết, người dùng nó phục vụ, và quy mô bạn thực tế kỳ vọng trong sáu tháng tới. Nhờ nó giúp bạn định nghĩa các nguyên tắc kiến trúc nên chi phối việc dựng MVP, các phụ thuộc cần tránh trong điều kiện ràng buộc của bạn, và những đánh đổi bạn chủ động chấp nhận ở giai đoạn này.

Tiếp theo, lưu đầu ra này thành (các) tệp markdown **CLAUDE.md**. Đây là tài liệu ngữ cảnh kiến trúc của bạn: hiện vật đầu tiên của quá trình xây, và là thứ mọi phiên về sau đều dựa vào. Các tệp CLAUDE.md đóng vai trò chỉ dẫn ở cấp dự án cho Claude Code, cung cấp ngữ cảnh và chỉ dẫn riêng cho dự án, được Agent SDK tự động đọc khi nó chạy trong một thư mục. Về mặt chức năng, chúng là "bộ nhớ" bền vững cho dự án của bạn.

Định nghĩa và thực thi phạm vi MVP

Phình phạm vi mà không có lực cản là một trong những kiểu thất bại đặc trưng của MVP thời AI. Y như khi bạn đã định nghĩa và ghi lại kiến trúc ứng dụng, bạn cũng cần định nghĩa phạm vi MVP trước khi một tính năng nào được dựng.

Claude có thể giúp bạn tạo một tài liệu phạm vi mô tả sản phẩm MVP của bạn làm gì, cố ý không làm gì, và tiêu chí sửa đổi tính năng: bằng chứng cụ thể nào từ người dùng thật sẽ biện minh cho việc thêm cái mới vào lúc này.

Khi các ý tưởng tính năng mới xuất hiện - và chắc chắn sẽ có - bạn dùng Claude để thử lửa xem đó là tín hiệu thật từ người dùng hay chỉ là sự hào hứng của nhà sáng lập khoác áo tư duy sản phẩm.

Dựng MVP của bạn với Claude Code

Khi đã định nghĩa xong kiến trúc và phạm vi, Claude Code trở thành công cụ chính để dựng MVP. Dùng nó để tạo, kiểm thử, gỡ lỗi và lặp trên mã nguồn, nhưng hãy coi mỗi phiên là một lần thực thi những quyết định sản phẩm bạn đã chốt, chứ không phải cơ hội để nhét thêm vài quyết định mới.

Bắt đầu mỗi phiên Claude Code bằng cách (1) xem lại tài liệu phạm vi và (2) cung cấp cho mô hình tài liệu ngữ cảnh kiến trúc CLAUDE.md của bạn. Kết thúc mỗi phiên bằng cách cập nhật nó với bất kỳ quyết định nào phiên đó làm nảy sinh. Mục tiêu là một mã nguồn mà bạn giải thích được cấu trúc của nó, chứ không chỉ là một mã nguồn chạy được.

- **Bài tập:** Tạo một mẫu phiên đơn giản cho công việc Claude Code của bạn, gồm tài liệu ngữ cảnh kiến trúc, tác vụ cụ thể của phiên này, và mọi ràng buộc hay khuôn mẫu cần tuân theo. Cuối mỗi phiên, thêm một mục nhật ký ngắn vào tài liệu ngữ cảnh, ghi rõ đã dựng gì, đã ra quyết định gì, và phiên đó đưa vào những gì định nào. Năm phút ghi chép mỗi phiên là khoản bảo hiểm rẻ tiền chống lại sự trôi dạt kiến trúc vốn dồn lại thành một mã nguồn không thể quản nổi.

Rà soát bảo mật trước khi bất kỳ người dùng nào chạm vào

Là nhà sáng lập một startup AI-native, trách nhiệm của bạn là biết trong mã nguồn của mình có gì, hiểu mọi hướng phơi nhiễm tiềm tàng, và không tung những lỗ hổng hiển nhiên ra cho người dùng thật vốn đang tin tưởng giao dữ liệu cho bạn.

Claude có thể làm một lượt rà soát bảo mật sơ bộ hữu ích cho code do AI tạo và giúp nhận diện các lỗ hổng phổ biến. Đây là một thói quen tốt nên đưa vào vòng làm việc trước khi ra mắt. Tuy nhiên, nó không thay thế cho công cụ bảo mật chuyên dụng, hay với mức rủi ro cao hơn, một người rà soát; và những nhà sáng lập coi nó là vật thay thế chính là những người rất cuộc xuất hiện trong các câu chuyện rò rỉ dữ liệu.

Claude Code Security đi xa hơn: nó quét mã nguồn để tìm lỗ hổng bảo mật và đề xuất các bản vá có trọng tâm cho con người rà soát, phơi ra những vấn đề mà phương pháp truyền thống có thể bỏ sót.

Lưu ý: Tại thời điểm xuất bản ebook này, Claude Code Security đang ở bản beta giới hạn, nên hãy kiểm tra tình trạng hiện tại trước khi đưa nó vào quy trình của bạn.

- **Bài tập:** Trước khi triển khai cho bất kỳ người dùng thật nào, hãy đưa code lỗi của ứng dụng qua Claude với một đề bài cụ thể: rà soát phần xác thực và quản lý phiên, rò rỉ dữ liệu trong phản hồi API, kiểm tra đầu vào và rủi ro tấn công tiêm nhiễm, cùng các phụ thuộc có lỗ hổng đã biết. Coi mỗi phát hiện một cách nghiêm túc và đánh giá xem nó có cần sửa không, kèm rà soát của con người cho bất cứ thứ gì động đến xác thực, bí mật hay xử lý dữ liệu.

Dựng khung đo lường trước khi ra mắt

Những nhà sáng lập nhận nhầm lực kéo ban đầu là sự phù hợp sản phẩm - thị trường thường cũng chính là những người bắt đầu theo dõi dữ liệu sau khi ra mắt, dùng các chỉ số được chọn để đánh giá cái gì đang chạy thay vì để phớt ra cái gì đang hỏng. Thuộc giải là thiết lập khung đo lường trước khi người dùng đầu tiên xuất hiện.

Dùng Claude để định nghĩa những chỉ số nào quan trọng với sản phẩm cụ thể của bạn, đầu là các mốc chuẩn, và kiểu mẫu nào trong dữ liệu mới cấu thành sự phù hợp sản phẩm - thị trường thực sự thay vì thứ nhiều nghe êm tai. Cụ thể: đặt các mốc chuẩn giữ chân, tiêu chí kích hoạt, và mục tiêu Ngày 7 và Ngày 30 trước khi phát hành MVP.

Tiếp theo, định nghĩa thế nào là một dương tính giả với sản phẩm cụ thể của bạn: đăng ký mà không kích hoạt, doanh thu mà không giữ chân, hay hào hứng ban đầu mà không quay lại dùng, chẳng hạn. Khi dữ liệu về, hãy nhờ Claude lập luận phản biện chống lại chính lực kéo của bạn: một người hoài nghi sẽ nói gì về những con số này?

Quản lý hậu cần khám phá và phản hồi người dùng

Khi người dùng thật đã ở trong sản phẩm, tăng vận hành phình ra nhanh chóng. Claude Cowork lo phần việc quan trọng nhưng nhàm chán như dựng và duy trì danh sách liên hệ người dùng, chạy các chuỗi tiếp cận, sắp lịch các buổi lấy phản hồi, phân loại báo cáo lỗi, và theo dõi các vòng lặp cải tiến. Chính những tích hợp MCP đã quản lý hậu cần khám phá ở giai đoạn Ý tưởng cũng áp dụng được ở đây.

Hãy giữ một con người trong vòng thu thập để khám phá những phản hồi nhiều sắc thái. Một người dùng nói, chẳng hạn, "cái này hay nhưng tôi ước nó cũng có thể...", đòi hỏi sự diễn giải: Đó là nhu cầu cốt lõi hay chỉ là thứ có thì tốt? Nó riêng của khách này hay đại diện cho cả một phân khúc? Tính năng còn thiếu mới là vấn đề thật, hay có gì đó nằm ở khâu onboarding (làm quen ban đầu) phía trước? Không công cụ nào trả lời được những câu đó.

- **Bài tập:** Cấu hình Claude Cowork để chạy vòng phản hồi giai đoạn MVP của bạn: soạn tiếp cận tới danh sách người dùng đầu, sắp lịch các buổi phản hồi, thiết kế quy trình tiếp nhận có cấu trúc cho báo cáo lỗi và yêu cầu tính năng, và viết một bản tổng hợp hằng tuần về những gì đã nhận được. Tự bạn xem bản tổng hợp trước; sau đó, có thể nhờ Claude phân tích thông tin để bắt những điểm quan trọng bạn có thể bỏ sót.

Lập hướng tới bằng chứng, không phải hướng tới sự hoàn chỉnh

Giai đoạn MVP kết thúc khi bạn có bằng chứng thực sự về sự phù hợp sản phẩm - thị trường, bất kể sản phẩm có cảm giác "hoàn chỉnh" đến đâu. Tuyên bố rằng bạn đã đạt được sự phù hợp sản phẩm - thị trường và giờ sẵn sàng rời giai đoạn MVP sang giai đoạn Ra mắt tốt cuộc là một bài tập phán đoán kết hợp trực giác nhà sáng lập với bằng chứng đã thu. Tuy vậy, có vài phép thử hữu ích:

- **Phép thử Sean Ellis:** Hỏi người dùng đang hoạt động của bạn: "**Bạn sẽ cảm thấy thế nào nếu không còn được dùng sản phẩm này nữa?**". Nếu hơn 40% trả lời "rất thất vọng", đó là một chỉ báo PMF có ý nghĩa.
- **Phép thử công sức:** Trước khi đạt PMF, việc giữ chân đòi hỏi can thiệp liên tục, gồm tiếp cận thường xuyên, ưu đãi, theo sát từng người, và một nguồn năng lượng phi thường của nhà sáng lập bỏ ra để giữ người dùng gắn bó. Sau khi đạt PMF, sản phẩm bắt đầu tự làm phần việc đó. Khi mọi thứ bắt đầu được kéo thay vì phải đẩy, sự dịch chuyển công sức ấy là một trong những tín hiệu rõ nhất rằng điều gì đó có thật đã thay đổi.

Rốt cuộc, không một điểm dữ liệu đơn lẻ nào xác nhận được sự phù hợp sản phẩm - thị trường, vì đó là một kiểu mẫu phải đúng vững qua nhiều vòng lặp cải tiến trước khi bạn có thể khẳng định chắc chắn.

Pivot khi bằng chứng đòi hỏi

Sẽ ra sao nếu, ngay cả sau khi đổ vào tất cả công sức này, bạn vẫn không thể chạm tới sự phù hợp sản phẩm - thị trường? Việc kết quả không xác nhận hướng đi ban đầu không phải là thất bại, mà là hệ thống đang làm đúng việc của nó: giai đoạn MVP được thiết kế để phớt ra thông tin này trước khi bạn đầu tư quá mức vào một câu trả lời sai.

Khi dữ liệu không ủng hộ sản phẩm hiện tại, hãy dùng Claude để hiểu xem dữ liệu đó đang nói gì.

- **Khám phá các phân khúc khách hàng khác.** Có thể những người không chuyển đổi vốn dĩ chưa bao giờ là đối tượng đúng ngay từ đầu. Thường thì đối tượng đúng đã nằm sẵn trong dữ liệu của bạn, chỉ là bị xem nhẹ.
- **Điều chỉnh tuyên ngôn giá trị của sản phẩm.** Có thể bạn đã đúng đối tượng nhưng MVP chưa cộng hưởng với người dùng. Một điều chỉnh về onboarding, thông điệp, hay trọng tâm tính năng cốt lõi có thể khắc phục điều này mà không phải thay đổi thứ bạn đã xây.

Hãy luôn để ngò khả năng rằng sự lệch pha có thể đủ sâu để đòi hỏi một thay đổi căn bản hơn.

- **Bài tập:** Nếu bạn đã hoàn tất ba vòng lặp cải tiến trở lên mà vẫn không nhích đáng kể về phía các mốc chuẩn phù hợp sản phẩm - thị trường, hãy dùng Claude để chạy một chẩn đoán trước khi quyết định bước tiếp theo. Đưa nó dữ liệu giữ chân, phản hồi người dùng và giả thuyết vấn đề ban đầu của bạn, rồi hỏi nó ba câu:
 - Trong dữ liệu này có phân khúc nào phản ứng khác với phần còn lại không?
 - Khoảng cách giữa giá trị được thiết kế và giá trị được trải nghiệm là vấn đề định vị hay vấn đề sản phẩm?
 - Cần điều gì là đúng thì sản phẩm hiện tại mới tìm được PMF thực sự, và kịch bản đó có thực tế không dựa trên những gì bạn đang thấy?

Hãy để các câu trả lời quyết định bạn nên điều chỉnh, pivot, hay quay về giai đoạn Ý tưởng.



Chương 5

Giai đoạn Ra mắt

Giai đoạn Ra mắt

Nếu giai đoạn MVP là để chứng minh sản phẩm của bạn xứng đáng tồn tại, thì giai đoạn Ra mắt là để chứng minh doanh nghiệp của bạn xứng đáng tăng trưởng.

Các mục tiêu của giai đoạn Ra mắt

Ở giai đoạn Ra mắt, nhà sáng lập phải biến lực kéo ban đầu thành một cỗ máy tăng trưởng lặp lại được và bền vững. Ngoài việc đưa sản phẩm sẵn sàng cho sản xuất, bạn còn phải gia cố phần hạ tầng bên dưới nó, đồng thời dựng một công ty thực thụ quanh sản phẩm.

Startup vốn dĩ xoay quanh nhà sáng lập trong giai đoạn Ý tưởng và MVP, vì bạn cần nắm trọn tình hình và các vòng phản hồi sát sao. Nhưng giờ đây, nhà sáng lập nào vẫn cố tự tay giữ mọi đầu mối sẽ trở thành nút thắt cổ chai của giai đoạn Ra mắt. Mục tiêu không phải là rút bạn ra khỏi công ty, mà là dựng các hệ thống vận hành để giải phóng sự chú tâm của bạn cho những quyết định mà chỉ nhà sáng lập mới làm được.

Tiêu chí kết thúc giai đoạn Ra mắt

Điều kiện để rời giai đoạn Ra mắt gồm ba yếu tố:

- **1. Tăng trưởng lặp lại được và đến từ kênh.** Bạn không chỉ giữ chân người dùng, mà còn thu hút họ một cách đoán trước được qua những kênh cụ thể với bài toán kinh tế đơn vị đã nắm rõ: CAC (chi phí thu hút khách hàng), LTV (giá trị vòng đời) và thời gian hoàn vốn là những con số bạn biết và bảo vệ được.
- **2. Sản phẩm chịu được tải sản xuất.** Hạ tầng đã được gia cố, bảo mật và tuân thủ đầu vào đó, và độ tin cậy giữ vững dưới điều kiện sản xuất thật (không chỉ điều kiện bạn đã kiểm thử).

- **3. Vận hành chạy mà không nghẽn ở nhà sáng lập.** Quy trình đã có sẵn và tự động hóa đã được đặt vào chỗ. Bạn không còn là người đích thân lo hỗ trợ, phân loại, lên kế hoạch sprint hay làm báo cáo.

Thách thức của giai đoạn Ra mắt

Tìm được sự phù hợp sản phẩm - thị trường là bài toán khó nhất ở giai đoạn đầu của vòng đời startup. Giờ đây, thách thức của nhà sáng lập trở thành giữ được nó. Giai đoạn Ra mắt là nơi những công ty đã tìm được lực kéo thật cho sản phẩm vẫn có thể tan rã nếu cái tổ chức bao quanh và chống đỡ sản phẩm không theo kịp. Đây là những kiểu thất bại cần để mắt.

Nợ kỹ thuật đến hạn

Thách thức: Mã nguồn MVP dựng cho tốc độ và kiểm chứng đã chạy đủ tốt để chứng minh sản phẩm hiệu quả, nhưng lưu lượng sản xuất, tính năng mới và độ phức tạp ngày một tăng giờ đang phơi ra những đoạn cắt góc.

Ở giai đoạn MVP, tích lũy một ít nợ kỹ thuật là đánh đổi hợp lý để đổi lấy tốc độ. Ở giai đoạn Ra mắt, khoản nợ đó bắt đầu sinh lãi, và càng để lâu không xử lý thì càng đắt để sửa.

Giải pháp gồm một lượt kiểm toán kiến trúc có hệ thống để nhận diện các điểm yếu cấu trúc, một đợt tái cấu trúc có trọng tâm để xử lý những chỗ tệ nhất, và một sự mở rộng đáng kể độ phủ kiểm thử để vòng phát triển tính năng kế tiếp không tái tạo lại đúng những vấn đề cũ.

Nhà sáng lập trở thành nút thắt

Thách thức: Ở giai đoạn MVP, việc nhà sáng lập có mặt trong mọi khâu là một lợi thế. Ở giai đoạn Ra mắt, khi lượng hỗ trợ tăng, các quyết định sản phẩm chồng lên nhau và độ phức tạp vận hành nhân lên, đúng bản năng đó lại trở thành ràng buộc.

Chuyển từ tự làm việc sang thiết kế các hệ thống làm việc thay mình là một trong những bước chuyển khó nhất của vòng đời startup. Vì hiếm khi có một thời khắc rõ ràng đánh dấu lúc nó xảy ra, rủi ro là bỏ lỡ hoàn toàn và mắc kẹt ở chế độ tự xây trong khi tổ chức chững lại quanh bạn. Những dấu hiệu cho thấy điều này đang diễn ra gồm: những quyết định lẽ ra mất một giờ giờ mất một tuần mới tới lượt bạn xử lý, các yêu cầu hỗ trợ dồn đống vì chỉ bạn biết câu trả lời, và những việc vận hành chỉ diễn ra khi bạn đích thân nhớ ra phải làm.

Cách chữa là một lượt kiểm toán toàn diện mọi thứ bạn đang đích thân xử lý, từ tác vụ nhỏ nhất đến quyết định hệ trọng nhất, để nhận diện cái gì có thể hệ thống hóa, cái gì có thể giao đi, và cái gì thực sự vẫn xứng đáng với thời gian và sự chú tâm của nhà sáng lập.

Bảo mật và tuân thủ không còn hoãn được

Thách thức: Giữ các biện pháp bảo mật và tuân thủ ở mức đơn giản là ổn cho MVP, nhưng giờ đây, với người dùng thật, dữ liệu thật và có thể cả hợp đồng doanh nghiệp trên bàn, nó trở thành một mối rủi ro.

Ở giai đoạn MVP, với một nhóm người dùng beta và không có dữ liệu nhạy cảm trên sản xuất, lỗ hổng bảo mật chỉ là rủi ro lý thuyết. Tuy nhiên, cái giá định ấy trở thành rủi ro phơi nhiễm rất thật ngay khi sản phẩm của bạn vào sản xuất với người dùng thật phụ thuộc vào nó. Hơn nữa, những yêu cầu tuân thủ vốn không áp dụng cho một nguyên mẫu thì chắc chắn áp dụng ngay khi bạn xử lý dữ liệu khách hàng, xử lý thanh toán, hoặc bán vào các ngành chịu quản lý.

Cách chữa là một lượt rà soát bảo mật và tuân thủ có hệ thống trước khi quy mô sản xuất ập tới, chứ không phải sau đó, và coi mọi thứ lộ ra là một việc khắc phục bắt buộc - không phải một gợi ý - trước khi làn sóng người dùng kế tiếp đến.

Mở rộng trước khi sẵn sàng

Thách thức: Thị trường mới và cơ hội gọi vốn trông như cơ hội tăng trưởng. Chúng cũng có thể là nơi sự phù hợp sản phẩm - thị trường đi đến chỗ chết.

Lực kéo ban đầu bạn dựng được là thật, nhưng nó cũng đặc thù cho nhóm khách hàng đầu tiên của bạn. Mở rộng quá sớm sang một thị trường khác biệt đáng kể so với thị trường ban đầu sẽ mang vào những hành vi người dùng mới, yêu cầu tuân thủ mới, hạ tầng thanh toán mới, và những kỳ vọng nền tảng mà sản phẩm của bạn không được thiết kế cho. Đột nhiên có quá nhiều biến số mới và bạn mất khả năng đọc dữ liệu của chính mình một cách rõ ràng. Bạn cũng có nguy cơ bỏ bê nhóm người dùng ban đầu trong khi đuổi theo một đối tượng mới chưa được kiểm chứng.

Claude giúp gì cho nhà sáng lập ở giai đoạn Ra mắt

Cả ba dạng Claude đều được tận dụng tối đa ở giai đoạn Ra mắt, và chúng hỗ trợ lẫn nhau: mỗi công cụ tạo ra đầu ra trở thành đầu vào cho hai công cụ kia. Kết quả cộng hưởng một cách tự nhiên, và nhà sáng lập dùng cả ba công cụ cùng nhau nhận được nhiều hơn tổng các phần.

Đây chính là điều khiến mô hình startup siêu tinh gọn khả thi về mặt cấu trúc. Khi Claude Code dựng sản phẩm, Claude Cowork dựng công ty quanh nó, và Claude giúp vận hành hóa tri thức sản phẩm lẫn tổ chức này, một đội nhỏ có thể chạy như một công ty lớn gấp nhiều lần.

Khắc phục nợ kỹ thuật trước khi nó dồn lãi kép

Mã nguồn MVP của bạn chạy được, nhưng nó cũng cần một lượt khắc phục có hệ thống để truy tìm mọi khoản nợ kỹ thuật có thể trở thành một mối nguy cấu trúc.

Trước tiên, dùng Claude Code để chạy một lượt kiểm toán kiến trúc đầy đủ: nhận diện chỗ nào mã nguồn dễ vỡ, những đoạn cắt góc sẽ trở nên đắt đỏ để bảo trì, và nơi nào độ phủ kiểm thử mỏng đến mức vòng phát triển tính năng kế tiếp sẽ tái tạo lại đúng những vấn đề cũ.

Đưa các phát hiện từ lượt kiểm toán của Claude Code ngược lại cho Claude để phân loại và sắp thứ tự công việc khắc phục: cái gì cần sửa trước đợt phát hành kế tiếp, cái gì có thể đợi một sprint, và cái gì là khoản nợ chấp nhận được ở giai đoạn hiện tại. Đây cũng là lúc ghi lại các quyết định kiến trúc bạn đã đưa ra trong giai đoạn MVP (những quyết định nằm trong đầu bạn vì hồi đó không có thời gian viết ra). Đưa chúng vào một tệp CLAUDE.md ngay bây giờ đảm bảo mọi phiên Claude Code về sau đều bắt đầu từ một hiểu biết chung về cách hệ thống được thiết kế và vì sao.

- **Bài tập:** Hướng Claude Code kiểm toán mã nguồn MVP và tạo một danh sách ưu tiên các điểm yếu cấu trúc, các lỗ hổng độ phủ kiểm thử và các ứng viên tái cấu trúc. Rồi đưa danh sách đó cho Claude và nhờ nó sắp thứ tự công việc khắc phục qua nhiều sprint: những vấn đề lớn cần xử lý trước, những thứ có thể làm song song với phát triển tính năng, và những thứ có thể đợi.

Dựng các hệ thống thay thế sự chú tâm của nhà sáng lập

Dựng các hệ thống vận hành để giải phóng sự chú tâm của bạn cho những trách nhiệm chỉ nhà sáng lập gánh được đòi hỏi phải biết chính xác sự chú tâm của bạn đang đi về đâu. Dùng Claude Cowork để chạy một lượt kiểm toán có cấu trúc về tải vận hành hiện tại của bạn, ghi lại mọi tác vụ lặp lại, mọi quyết định rơi xuống bàn bạn, và mọi quy trình chỉ diễn ra vì bạn đích thân nhớ ra phải làm. Rồi để Claude Cowork phân loại danh mục này thành: cái gì có thể tự động hóa hoàn toàn, cái gì cần một con người nhưng không nhất thiết là bạn, và cái gì thực sự đòi hỏi phán đoán của nhà sáng lập.

Khi lượt kiểm toán hoàn tất, dùng Claude Cowork để thiết kế logic quy trình cho các ứng viên tự động hóa: cái gì kích hoạt mỗi quy trình, đâu là các quy tắc ra quyết định, đâu ra trông thế nào, và nó đi đâu khi xong.

Biến bảo mật và tuân thủ thành một mảng việc sản phẩm

Dùng Claude Code để phối ra các vấn đề ở cấp code thường xuất hiện trong kiểm toán SOC 2, GDPR hay HIPAA và các tiêu chuẩn mà thị trường mục tiêu của bạn đòi hỏi. Việc này sẽ phối ra cả lỗ hổng lẫn khoảng trống tuân thủ. Đưa những phát hiện đó cho Claude để giúp bạn ưu tiên công việc khắc phục và thiết kế các kiểm soát, kiểm toán,

ghi nhật ký và quản lý truy cập mà bên mua doanh nghiệp sẽ hỏi đến trước khi họ ký. Lưu ý: quét bằng AI là một sự trợ giúp chứ không thay thế cho một lượt rà soát tuân thủ đủ chuyên môn.

Tiếp theo, hãy đưa mảng việc tuân thủ vào trong chu trình phát triển thay vì chạy nó như một dự án làm một lần; tài liệu tuân thủ cần được duy trì và cập nhật liên tục. Với các nhà sáng lập đang tiến tới hợp đồng doanh nghiệp hoặc thị trường quốc tế, đây cũng là lúc lượt quét bảo mật của Claude Code có thể giúp bạn chuẩn bị cho một cuộc đánh giá bảo mật độc lập.

- **Bài tập:** Chạy một lượt rà soát bảo mật ở cấp code với Claude Code, định hướng theo các khung mà thị trường mục tiêu của bạn yêu cầu. Đưa đầu ra cho Claude và nhờ nó tạo hai thứ: một trình tự khắc phục bảo mật theo ưu tiên, và một danh sách tài liệu cùng các kiểm soát bạn cần tạo ra để thỏa mãn một cuộc rà soát tuân thủ từ một bên mua doanh nghiệp tiềm năng.

Dựng các quy trình quản lý sản phẩm bạn vẫn đang bỏ qua

Giai đoạn Ra mắt đòi hỏi một bộ quy trình nhẹ, lặp lại được, có thể chạy mà không cần nhà sáng lập can thiệp để khởi động hay vận hành. Dùng Claude để thiết kế cách cấu trúc dòng thời gian sản phẩm và các chu kỳ làm việc, một spec cần gồm những gì trước khi Claude Code động vào một tính năng, báo cáo lỗi được phân loại và định tuyến ra sao, và báo cáo số liệu hằng tuần của bạn gồm những gì cùng cách phân phối nó.

Khi thiết kế quy trình xong, dùng Claude Cowork để dựng và chạy tầng vận hành: sắp lịch các nghi thức sprint, định tuyến báo cáo lỗi đến đúng nơi, tổng hợp số liệu hằng tuần từ các nguồn dữ liệu đã kết nối, và duy trì vòng phản hồi giữ cho tín hiệu người dùng chảy vào các quyết định sản phẩm.

- **Bài tập:** Nhờ Claude thiết kế một hệ điều hành quản lý sản phẩm nhẹ: một nhịp sprint xác định, một mẫu spec tối thiểu, một cây quyết định phân loại lỗi, và một bản tóm tắt số liệu hằng tuần kéo từ chính các nguồn dữ liệu của bạn. Rồi thiết lập Claude Cowork để triển khai và chạy các phần vận hành lặp lại của hệ thống, như sắp lịch, định tuyến và tổng hợp báo cáo, diễn ra đúng lịch mà không cần bạn.



Chương 6

Giai đoạn Mở rộng

Giai đoạn Mở rộng

Trong giai đoạn Mở rộng, vai trò của nhà sáng lập tái định tâm từ người xây dựng sang một lãnh đạo đối ngoại. Sản phẩm vẫn là trung tâm, nhưng công việc hằng ngày của cá nhân bạn ngày càng xoay quanh chính công ty. Sự chú tâm của bạn phải mở rộng sang những hoạt động mới của giai đoạn Mở rộng như các buổi báo cáo cho giới phân tích và roadshow IPO, ngay cả khi bạn vẫn cố giữ lợi thế cấu trúc tinh gọn, lấy AI làm trung tâm.

Các mục tiêu của giai đoạn Mở rộng

Công việc mở rộng hạ tầng kỹ thuật vẫn tiếp diễn, và giờ có thêm việc mở rộng chính tổ chức cùng việc đưa nó trưởng thành thành một doanh nghiệp.

Ở giai đoạn Mở rộng, bạn đang nhắm tới việc đi từ hàng nghìn lên hàng triệu người dùng, và từ một thị trường sang nhiều thị trường. Ở mọi giai đoạn trước, tăng trưởng là thứ bạn có thể mò mẫm bằng cách ở sát người dùng và điều chỉnh hướng đi dựa trên dữ liệu từ các vòng phản hồi sát sao cộng với một liều trực giác lành mạnh của nhà sáng lập. Nhưng giờ đây, mục tiêu là dựng nên tăng trưởng có hệ thống được duy trì bởi các hoạt động tổ chức đã trưởng thành.

Với một startup AI-native, mục tiêu của bạn nên là dựng một lợi thế phòng thủ (moat) từ chiều sâu tích lũy, đến từ chuyên môn bạn đã đưa vào sản phẩm, độ tích hợp sâu của sản phẩm với các công cụ và nền tảng khác mà người dùng dựa vào, cùng dữ liệu và quy trình độc quyền của hệ thống. Những nhà sáng lập đã xây dựng nhất quán theo một hướng, trên một hạ tầng nhất quán, giờ có một thứ thực sự khó sao chép.

Ở giai đoạn này, nhà đầu tư đại chúng, giới phân tích, cơ quan quản lý, các đội mua sắm doanh nghiệp và bên mua lại đều gây áp lực lớn hơn - kèm sự hoài nghi lớn hơn - vì giờ mức cược cao hơn. Sản phẩm và tổ chức của bạn phải chịu được sự soi xét từ bên ngoài: không chỉ năng lực của thứ bạn đã xây,

mà cả quản trị, thể đứng tuân thủ, các kiểm soát tài chính và câu chuyện chiến lược bao quanh nó.

Tiêu chí kết thúc giai đoạn Mở rộng

Điều kiện để rời giai đoạn Mở rộng không còn là một cột mốc đơn lẻ mà là một sự kiện ngưỡng: công ty bền vững ngay cả khi nhà sáng lập, ngày một nhiều hơn, không trực tiếp điều hành công việc hằng ngày. Bạn đã chứng minh được tăng trưởng có hệ thống; đã dựng được hạ tầng quản trị và tuân thủ tổ chức làm hài lòng cả những người soi xét bên ngoài khát khe nhất; và có câu trả lời vững chắc cho câu hỏi: "Nếu một ông lớn nhiều tiền sao chép sản phẩm của bạn hôm nay, người dùng của bạn có ở lại không?".

Trên thực tế, ngưỡng này thường mang một trong ba hình thức: có lãi bền vững ở quy mô không còn cần vốn bên ngoài, sẵn sàng IPO, hoặc được mua lại. Cả ba đều đòi hỏi rằng tăng trưởng của bạn có hệ thống và kiểm toán được, lợi thế phòng thủ của sản phẩm đứng vững dưới sự soi xét, và tổ chức của bạn đã trưởng thành về vận hành và bền vững.

Khi điều này thành sự thật, xin chúc mừng: startup của bạn đã đi từ một canh bạc trở thành một doanh nghiệp.

Thách thức của giai đoạn Mở rộng

Giao đi tăng vận hành

Thách thức: Các hệ thống vận hành ở giai đoạn Mở rộng phải chạy đáng tin và bền vững mà không cần ai trông chừng. Với một nhà sáng lập đã tự tay làm từ ngày đầu, bước chuyển đó vừa là thách thức tâm lý vừa là thách thức cấu trúc.

Công việc giai đoạn Ra mắt của bạn là tạo ra các hệ thống; ở giai đoạn Mở rộng, nó trở thành (1) làm các hệ thống đó trưởng thành đến mức hoàn toàn đáng tin và (2) rồi thực sự tin tưởng chúng.

Điều này khó hơn về ngoài của nó. Dù bạn là một nhà sáng lập giỏi giao việc, không phải lúc nào cũng rõ cái gì nên giao đi và cái gì nên giữ lại. Giao đi quá nhiều, quá nhanh - nhất là cho các hệ thống AI tự động - thì những quyết định quan trọng bị đưa ra mà thiếu ngữ cảnh thiết yếu mà chỉ nhà sáng lập mới cung cấp được. Nhưng giữ quá lâu, bạn lại trở thành nút thắt.

Thách thức nền tảng ở đây là nhận diện thứ tri thức tổ chức chỉ sống trong đầu nhà sáng lập hoặc trong các quy trình không được ghi chép, rồi mã hóa nó thành các hệ thống được ghi lại, kiểm toán được và chuyển giao được.

Mở rộng vận hành kỹ thuật

Thách thức: Khách hàng không còn chỉ đánh giá sản phẩm của bạn; họ muốn biết tổ chức của bạn có thể là một đối tác hạ tầng đáng tìm cậy hay không.

Các thách thức kỹ thuật trong ba giai đoạn đầu xoay quanh mã nguồn: xây đúng giải pháp mà không tích lũy nợ kỹ thuật, rồi gia cố bảo mật và tuân thủ cho người dùng thật. Khi đã đến giai đoạn Mở rộng, thách thức giờ trở thành mọi thứ được dựng quanh mã nguồn; tạo ra hạ tầng hỗ trợ, tài liệu và những cam kết độ tin cậy thể hiện sự trưởng thành.

Khách hàng quy mô lớn hơn và bên mua tổ chức ký hợp đồng nhiều năm muốn có những thứ này trước khi họ ký, và họ cũng sẽ bắt bạn giữ đúng chúng một khi đã ký. Tuy vậy, chính hạ tầng AI đã đưa bạn đến đây cũng giúp bạn dựng các bộ phận hỗ trợ chuyên trách với thời gian phản hồi xác định và tài liệu mà đội kỹ sư của khách hàng mới thực sự dùng được.

Mở rộng các chức năng tổ chức

Thách thức: Một công ty ở giai đoạn Mở rộng nhìn chung cần hạ tầng tổ chức như tuyển dụng, bảng lương, kế toán và pháp chế, bất kể đang có bao nhiêu người vận hành nó.

Ở giai đoạn Ra mắt, hệ thống hóa vận hành nghĩa là tự động hóa các quy trình đang ngốn sự chú tâm của nhà sáng lập. Một startup ở giai đoạn Mở rộng giờ cần phát triển một mảng các chức năng vận hành rộng hơn, và theo một số khía cạnh là hệ trọng hơn, như báo cáo tài chính, giám sát tuân thủ, quản lý hợp đồng và hỗ trợ khách hàng, kể vài cái.

Dựng một chức năng GTM

Thách thức: Tăng trưởng tự nhiên có trần, và phần lớn nhà sáng lập ở giai đoạn Mở rộng chạm trần đó trước khi từng phải dựng một chức năng go-to-market thực thụ.

Tăng trưởng ở giai đoạn Ý tưởng, MVP và Ra mắt thường đến từ việc nhà sáng lập tự đi bán, từ một bài đăng Product Hunt đúng thời điểm đến các mối quan hệ cá nhân với khách hàng đầu tiên. Tăng trưởng tự nhiên kiểu này chỉ hiệu quả đến một mức nhất định, và phần lớn startup chạm giới hạn này ở giai đoạn Mở rộng. Dấu hiệu gồm đường cong người dùng đi ngang, chi phí thu hút khách hàng tăng, và một phễu chỉ nhúc nhích khi nhà sáng lập đích thân nhúng tay.

Tăng trưởng ở giai đoạn Mở rộng đòi hỏi dựng một cỗ máy tăng trưởng chuyên trách để vươn tới những đối tượng mới và rộng hơn cho sản phẩm. Tuy nhiên, phần lớn nhà sáng lập có lẽ chưa từng phải vận hành những thứ như marketing, bán hàng và quan hệ với giới phân tích. Một động cơ GTM bài bản đòi hỏi không chỉ thiết lập các hệ thống và quy trình mới, mà còn tạo ra một giọng thương hiệu và một câu chuyện về cách bạn muốn nói về sản phẩm. Bởi ở giai đoạn này của vòng đời startup, bạn sẽ cần đến nó để vươn tới không chỉ từng người dùng mới, mà cả những đối tượng mục tiêu lớn như nhà đầu tư và bên mua doanh nghiệp.

May thay, chức năng GTM không cần phải lớn mới hiệu quả, và chính hạ tầng AI đã dựng nên sản phẩm cũng có thể giúp khởi động việc đưa nó ra thị trường.

Claude giúp gì cho nhà sáng lập ở giai đoạn Mở rộng

Các giai đoạn đầu dùng Claude làm hạ tầng nền tảng cho chính sản phẩm: một đối tác nghiên cứu để kiểm chứng ý tưởng, đội kỹ sư thiết kế và dựng nguyên mẫu, và tăng vận hành AI khiến một startup một-người-sáng-lập trở nên khả thi. Những nhà sáng lập startup AI-native chạm tới giai đoạn Mở rộng

giờ có thể dùng Claude, Claude Code và Claude Cowork để tiếp tục mở rộng đúng theo cách họ đã xây.

Giao việc hằng ngày cho Claude Cowork

Bắt đầu giai đoạn Mở rộng với một cái nhìn tinh táo về chỗ bạn cần đầu tư thời gian và sự chú tâm nhất lúc này, điều có thể là một thách thức với các nhà sáng lập lần đầu chưa từng dựng một doanh nghiệp. Claude có thể giúp bằng cách dựng danh sách những việc chỉ bạn nên làm ở giai đoạn này, có thể gồm những thứ như quyết định câu chuyện sản phẩm, quan hệ với hội đồng, các thương vụ doanh nghiệp, và các cuộc trò chuyện giữa các nhà sáng lập. Bất cứ gì không nằm trong danh sách đó đều là ứng viên để giao đi hoặc để Claude Cowork tự động hóa.

- **Bài tập:** Dùng Claude để tạo một bản đồ nút thắt của tầng vận hành hiện tại: mọi quy trình, quyết định và phê duyệt đang chạy qua bạn. Giờ nhờ Claude suy ra điều gì xảy ra với từng cái khi bạn vắng mặt một tuần. Những quy trình bị đứng lại chính là chỗ bạn vẫn còn nhúng tay đủ sâu để cản trở tiến độ.

Những thứ này ăn khớp thế nào với danh mục ưu tiên và trách nhiệm của nhà sáng lập mà bạn đã lập cùng Claude?

Tiếp theo, đã đến lúc thử lửa xem các hệ thống bạn đã dựng có thực sự sẵn sàng mở rộng cùng doanh nghiệp khi nó lớn lên hay không.

- **Bài tập:** Dùng Claude để vẽ bản đồ các quy trình hiện tại, rồi hỏi nó điều gì xảy ra với từng cái khi bạn vắng mặt một tuần. Những quy trình bị đứng lại là chỗ mà tiêu chí giao việc, đường leo thang xử lý, hay cách xử lý ngoại lệ vẫn cần siết lại. Claude có thể giúp phân tích các điểm hỏng và đề xuất cách khắc phục phù hợp để bạn cập nhật hoặc thay thế các tự động hóa của Claude Cowork khi cần.

Mở rộng vận hành kỹ thuật thành hạ tầng cấp doanh nghiệp

Khi mở rộng, bên mua cần được trấn an rằng sản phẩm và tổ chức của bạn có thể tin cậy như một hạ tầng dài hạn. Công việc kỹ thuật vẫn diễn ra bên trong mã nguồn như mọi khi, nhưng giờ có thêm việc kỹ thuật quanh mã nguồn để xử lý.

Bước đầu tiên là chuyển tri thức tổ chức thành một hệ thống có thể mở rộng. Dùng Claude để soạn và duy trì hạ tầng văn bản mà bộ phận mua sắm doanh nghiệp kỳ vọng được thấy, gồm tài liệu sản phẩm, sổ tay hỗ trợ và SLA.

Song song, hướng Claude Code kiểm toán và gia cố mã nguồn theo đúng các chuẩn độ tin cậy và bảo mật mà hợp đồng doanh nghiệp đòi hỏi, và dựng hạ tầng hỗ trợ kỹ thuật mà kiểu hỗ trợ cộng đồng trên Discord chưa bao giờ phải cung cấp: ghi nhật ký, giám sát, công cụ ứng phó sự cố, và tăng quan sát giúp các SLA thực sự cưỡng chế được.

Claude Cowork sau đó chạy chính tầng vận hành của hỗ trợ doanh nghiệp: định tuyến ticket, các quy trình leo thang xử lý, cập nhật tài liệu kích hoạt bởi thay đổi sản phẩm, theo dõi gia hạn, và các nhịp báo cáo mà bộ phận chăm sóc khách hàng doanh nghiệp dựa vào. Cùng nhau, ba công cụ này cho một đội nhỏ thế đứng hỗ trợ của một tổ chức lớn hơn nhiều, mà đó chính xác là điều việc ký một hợp đồng doanh nghiệp nhiều năm đòi hỏi bạn chứng minh.

- **Bài tập:** Chọn ba prospect khó tính nhất hoặc xác định ba khách hàng lý tưởng cho sản phẩm mà bạn rất muốn ký. Nhờ Claude tạo một bản phân tích khoảng trống: bộ phận mua sắm doanh nghiệp ở mỗi tài khoản này sẽ kỳ vọng thấy tài liệu, SLA và hạ tầng hỗ trợ nào trước khi ký một hợp đồng nhiều năm, và hiện bạn còn thiếu ở đâu? Dùng đầu ra để sắp thứ tự công việc kỹ thuật và tài liệu giữa Claude Code và Claude Cowork.

Dựng một chức năng GTM thực thụ

Sự xông xáo của nhà sáng lập đã đưa bạn đến đây, nhưng mở rộng startup đòi hỏi tạo ra và triển khai một chiến lược go-to-market thực thụ. AI có thể giúp bạn dựng, rồi vận hành, cỗ máy GTM hoàn chỉnh đó.

Claude có thể hỗ trợ dựng các nguồn lực GTM nền tảng từ con số không: phân khúc thị trường, kiến trúc thông điệp, chiến lược quan hệ với giới phân tích, sổ tay bán hàng, và những câu chuyện số liệu hướng tới nhà đầu tư vốn quan trọng một khi bạn đã nói chuyện với nhà đầu tư đại chúng, bên mua doanh nghiệp và giới phân tích Phố Wall. Mỗi đối tượng có vốn từ riêng và đánh giá bạn theo chuẩn riêng của họ;

việc của Claude là dịch các tuyên ngôn giá trị của sản phẩm thành một cách tiếp cận marketing sản phẩm phù hợp với từng phân khúc đối tượng.

Giờ đây, Claude Cowork có thể trở thành tầng thực thi chiến thuật của bạn: các luồng sản xuất nội dung, các chuỗi tiếp cận ra ngoài, hậu cần cho các buổi báo cáo giới phân tích, các nhịp PR và phòng tin tức, vệ sinh CRM, báo cáo phễu, và vô số chu kỳ lặp lại biến chiến lược GTM thành hoạt động thương mại thực tế.

Nơi nào động cơ GTM cần hạ tầng marketing sản phẩm - môi trường demo tương tác, tài liệu tích hợp, tenant sandbox, tài liệu tham chiếu API, các bản one-pager kỹ thuật - Claude Code có thể dựng cho bạn. Bên mua kỳ vọng được đánh giá sản phẩm về mặt kỹ thuật và, ở giai đoạn Mở rộng, một video Loom và một bộ slide bán hàng không còn đủ. Đây cũng là hạ tầng giúp động cơ GTM của bạn chạy bất đồng bộ: một môi trường demo được dựng tốt sẽ chốt được thương vụ trong khi bạn đang họp hội đồng.

Biến chuyên môn ngành và tri thức tổ chức thành ngữ cảnh AI

Nhiều nhà sáng lập startup siêu tinh gọn đang dựng những ứng dụng hoặc công cụ rất đặc thù cho một vấn đề ngoài đời mà họ tự trải hoặc chứng kiến trực tiếp trong một lĩnh vực cụ thể. AI dạng agentic giờ giúp cả những nhà sáng lập chưa từng viết một dòng code có thể dùng chuyên môn ngành của mình để dựng những sản phẩm giải các vấn đề phức tạp. Claude, Claude Code và Claude Cowork mỗi cái đóng một vai trong việc biến tri thức nhà sáng lập thành sự đặc thù sản phẩm dồn lõi kép.

Dùng Claude để nắm bắt, sắp xếp và tinh chỉnh tri thức nhà sáng lập đặt chuyên môn ngành vào nơi sản phẩm với tới được. Qua các cuộc trò chuyện kéo dài, các project và bộ nhớ, một nhà sáng lập có thể chia sẻ mọi thứ mình biết - thuật ngữ ngành, những cái bẫy pháp lý, các trường hợp biên, những bức xúc, lý do vì sao các đáp án hiển nhiên cho vấn đề này lại không hiệu quả - thành một ngữ cảnh có cấu trúc, tra cứu được. Các Skill sau đó có thể mã hóa các quy trình lặp lại (ví dụ "cách tôi rà soát một hợp đồng thuê thương mại", "cách tôi phân loại một phiếu tiếp nhận bệnh nhân") thành các thủ tục tái dùng mà Claude chạy y hệt mỗi lần. Qua nhiều tháng, cái này trở thành một nền tri thức độc quyền mà không AI đa năng nào sánh được.

Đưa tri thức ngành của bạn ra ngoài cùng Claude trở nên vô giá để mã hóa các trường hợp biên đặc thù ngành vào sản phẩm: một AI đa năng có thể vỡ khi gặp các yêu cầu thanh toán theo chương trình thuế 340B, chẳng hạn, trong khi sản phẩm của bạn có logic riêng cho chúng. **Claude Code** giúp bạn dịch những bức xúc thường gặp của các chuyên gia khác trong ngành thành logic kiểm tra, các tinh chỉnh prompt, hay một tích hợp MCP với một hệ thống ngành ngách mà đối thủ chưa từng nghe tới. Kết quả là chiều sâu lẫn chiều rộng của ứng dụng hay công cụ của bạn liên tục dồn lõi kép theo cách mà đối thủ đơn giản là không sao sao chép nổi.

- **Bài tập:** Xác định một trường hợp biên mà một đối thủ đa năng chắc chắn sẽ làm sai trong ngách của bạn. Làm việc với Claude Code để dựng một ca kiểm thử chuyên biệt cho nó (không phải unit test) dựa trên một tình huống bạn đã thực sự gặp. Mỗi lần một trường hợp biên tương tự xuất hiện, thêm nó vào. Bộ kiểm thử của bạn trở thành tấm bản đồ về lợi thế phòng thủ của bạn.

Dồn dữ liệu người dùng tích lũy thành một lợi thế phòng thủ

Khi người dùng tương tác với sản phẩm, họ tạo ra các tín hiệu hành vi (tức là họ chấp nhận đầu ra nào và từ chối đầu ra nào), và điều đó định hướng lộ trình sản phẩm. Theo thời gian, bạn sẽ học được các kiểu mẫu, sở thích và trường hợp biên cụ thể của nhóm người dùng riêng. Đây chính là điều chúng tôi gọi là giá trị dồn lõi kép: mỗi cải tiến khiến sản phẩm hữu dụng hơn, kéo theo nhiều lượt dùng hơn, tạo ra nhiều phản hồi hơn, dẫn tới nhiều cải tiến hơn.

Dữ liệu này bị khóa theo thời gian, đặc thù theo ngữ cảnh, và không thể nào để một kẻ bắt chước tái tạo: bạn đơn giản là không thể mua được dấu vân tay hành vi của hàng nghìn người dùng đã tinh chỉnh quy trình của họ bên trong sản phẩm của bạn.

Claude có thể giúp kiểm toán bất kỳ dữ liệu tương tác người dùng nào bạn đã thu thập, nhận diện các kiểu mẫu hành vi tín hiệu cao nhất trong đó, và thiết kế vòng phản hồi biến việc sử dụng liên tục thành sự cải thiện mô hình có hệ thống.

- **Bài tập:** Đưa Claude một bản tóm tắt dữ liệu tương tác của sản phẩm: bạn đã thu thập gì, thu thập trong bao lâu, và bạn biết gì về cách người dùng gắn bó với sản phẩm theo thời gian. Nhờ nó nhận diện ba kiểu mẫu hành vi tín hiệu cao nhất trong dữ liệu đó và thiết kế một vòng phản hồi biến mỗi cái thành một sự cải thiện mô hình có hệ thống. Rồi nhờ nó giúp bạn soạn một bản tường thuật lợi thế phòng thủ dài một trang để định hướng marketing sản phẩm: câu chuyện về cách vòng xoáy dữ liệu của bạn vận hành, nó đã quay được bao lâu, và vì sao một đối thủ nhiều nguồn lực bắt đầu từ hôm nay cũng không thể sao chép nó trong dưới hai năm.

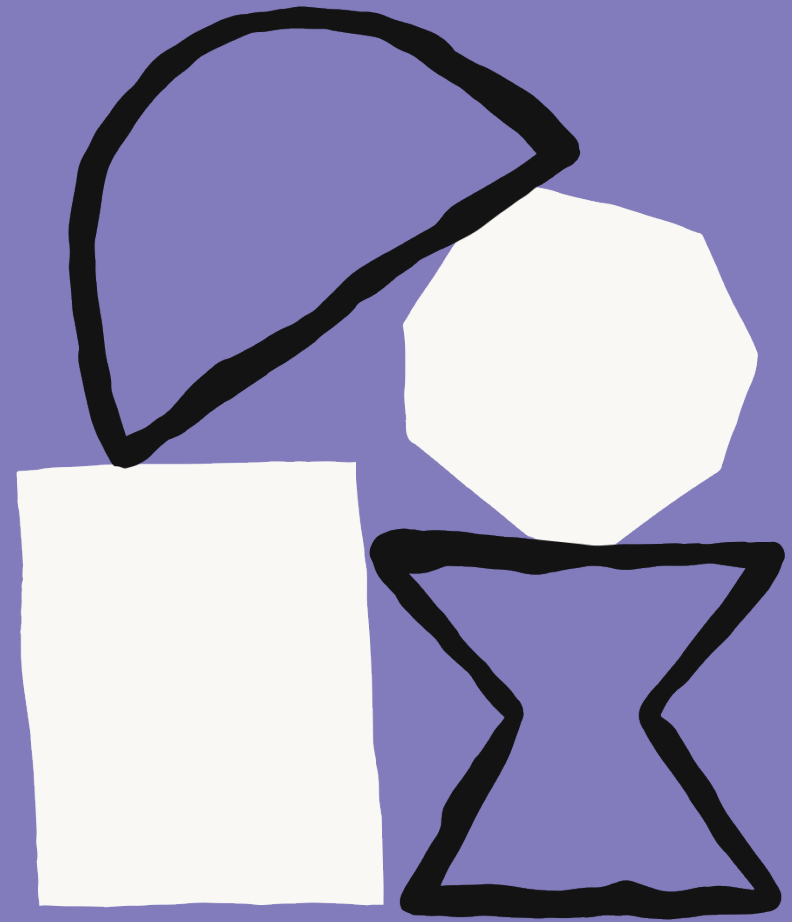
Tạo sự khóa chặt quy trình

Hiệu ứng mạng từ dữ liệu dồn lái kép khiến sản phẩm của bạn khó sao chép hơn, nhưng sự khóa chặt quy trình của người dùng khiến sản phẩm của bạn khó rời bỏ hơn. Người dùng càng chạy sản phẩm của bạn lâu trong vận hành hằng ngày của họ, nó càng cắm sâu vào cách họ thực sự làm việc. Họ đã dựng các tự động hóa trên nền nó, huấn luyện người dùng nó, và kết nối nó với các nguồn dữ liệu cùng công cụ khác. Những prompt họ đã phát triển, những quy trình họ đã tinh chỉnh, những đầu ra họ đã chuẩn hóa đều được định hình quanh việc sản phẩm của bạn làm gì và làm thế nào. Đến lúc này, việc chuyển đổi đi từ một quyết định sản phẩm thành cả một dự án vận hành quy mô lớn.

Bước đầu tiên để tạo sự khóa chặt quy trình là nhờ Claude vẽ bản đồ tập khách hàng hiện tại theo độ sâu tích hợp. Với mỗi phân khúc khách hàng, xác định họ đã dựng những quy trình nào trên nền sản phẩm của bạn và họ phụ thuộc vào những tích hợp nào. Điều này cho thấy sản phẩm của bạn đang bám chắc ở đâu, và cần đi sâu hơn ở đâu.

Bạn càng cung cấp nhiều tích hợp, khách hàng càng có nhiều bề mặt để dựng các quy trình dựa vào sản phẩm của bạn. Claude Code giúp bạn nhanh chóng dựng các tích hợp gốc với các đường ống dữ liệu, công cụ quản lý dự án và các hệ thống khác mà người dùng mục tiêu của bạn phụ thuộc. Claude Code cũng có thể dựng các API, webhook và SDK cho phép khách hàng không chỉ dùng sản phẩm của bạn, mà còn xây dựng trên nền nó - dạng khóa chặt sâu nhất.

- **Bài tập:** Nhờ Claude giúp bạn dựng một lượt kiểm toán tích hợp quy trình cho mười khách hàng lớn nhất. Với mỗi khách, ghi lại các tự động hóa họ đã dựng, các tích hợp họ phụ thuộc, các quy trình đội nhóm chạy qua sản phẩm của bạn, và ước tính của bạn về chi phí chuyển đổi của họ. Rồi nhờ Claude nhận diện các kiểu mẫu chung của cả nhóm: loại tích hợp nào tạo ra sự khóa chặt sâu nhất cho sản phẩm cụ thể của bạn, và bạn có thể dựng hay mở thêm gì để làm sâu tích hợp cho những khách hàng hiện đang ở mức bề mặt.



Chương 7

Vẫn việc đó,
nhưng luật chơi đã đổi

Vấn việc đó, nhưng luật chơi đã đổi

Trong địa hạt AI, công việc của nhà sáng lập không hề thay đổi: tìm một vấn đề có thật, dựng thứ giải quyết nó, và mở rộng nó thành một công ty có ý nghĩa. Cái thay đổi là con đường đi đến đó. Xuyên suốt bốn giai đoạn - Ý tưởng, MVP, Ra mắt và Mở rộng - AI nén hàng quý thành hàng tuần.

Những chu kỳ kiểm chứng từng mất hàng tháng giờ chỉ mất vài buổi chiều. Một nguyên mẫu chạy được không còn cần một đồng sáng lập với đúng bộ công nghệ; nó cần một vấn đề rõ ràng và vài phiên làm việc tập trung với một agent lập trình. Sự sẵn sàng ra mắt được nén từ một cuộc chạy nước rút sát giờ thành một mảng việc liên tục. Và ở quy mô lớn, gánh nặng vận hành từng buộc những người được tuyển sớm phải lao vào chữa cháy giờ ngày càng có thể giao cho AI, giải phóng đội ngũ của bạn để dồn sự chú tâm vào những phán đoán trở thành lợi thế phòng thủ của bạn.

Nút thắt giờ không còn là bạn xây được gì, mà là bạn chọn xây gì.



Tài nguyên

Tài nguyên

Xây dựng cùng Claude

- **Building AI Agents for Startups:** Chia sẻ cách các startup dùng agent để bớt phụ thuộc vào nhà sáng lập khi mở rộng.
- **Tài liệu Claude Code:** Dẫn người xây từ lúc cài đặt ban đầu đến các quy trình agentic nâng cao. Mẹo hay: bắt đầu với phần tổng quan "How Claude Code works".
- **Claude Code best practices:** Bàn về các khuôn mẫu đã hiệu quả trong nội bộ Anthropic và ở nhiều đội kỹ sư - quản lý ngữ cảnh, phân quyền, lập kế hoạch và quy trình kiểm chứng.
- **Using CLAUDE.md files:** Hướng dẫn cách cấu hình Claude Code cho mã nguồn riêng của bạn. Bài đọc thiết yếu cho nhà sáng lập giai đoạn MVP đang dựng môi trường phát triển.
- **Claude Code power user tips:** Nêu bật các khuôn mẫu quy trình từ chính đội Claude Code, gồm các phiên chạy song song và vòng kiểm chứng.
- **Get started with Claude Cowork:** Chia sẻ cách các đội thiết lập Claude Cowork và bắt đầu triển khai skill, plugin cùng các tính năng khác để nhân rộng tác động khắp startup.
- **Hướng dẫn:** claude.com/resources/tutorials cung cấp một danh sách tra cứu được các bài thực hành cho từng tác vụ cụ thể.

Câu chuyện nhà sáng lập

- **How three YC startups built their companies with Claude Code:** Phân tích cách HumanLayer (F24), Ambral (W25) và Vulcan Technologies (S25) dùng Claude để đưa nguyên mẫu ra thị trường nhanh và mở rộng các nền tảng dùng AI bằng quy trình agentic coding.
- Các nhà sáng lập **GC AI** đã dùng chuyên môn ngành để dựng một nền tảng pháp lý phản hồi nhanh, chạy bằng Claude, đúng theo cách các đội pháp chế nội bộ thực sự làm việc: sở tay riêng theo công ty, các bên liên quan đa chức năng, và ngưỡng chấp nhận rủi ro linh hoạt.

- **Carta Healthcare** dùng Claude để vận hành nền tảng trích xuất lâm sàng, xử lý 22.000 ca phẫu thuật mỗi năm và giảm 66% thời gian trích xuất dữ liệu.
- **Anything**, chạy bằng Claude và Agent SDK, đã giúp 1,5 triệu người dùng biến ý tưởng thành phần mềm chạy được mà không cần viết code, gồm một nhà sáng lập không rành kỹ thuật đã dựng và đang bán một nền tảng tuyển dụng hoàn chỉnh. AI agent của Anything lo trọn phần xây dựng để những người làm một mình dồn sức vào chuyên môn ngành của họ.
- **Cogent** là một lab AI ứng dụng dựng các agent để tự động hóa những tác vụ bảo mật doanh nghiệp trọng yếu. Startup này dùng Claude làm tăng suy luận cho các agent tự động hóa việc điều tra, ưu tiên và khắc phục trên toàn vòng đời lỗ hổng.
- **Airtree** dùng Claude Cowork làm trung tâm của hạ tầng vận hành, hợp nhất dữ liệu từng nằm rải rác qua cả tá công cụ và đội nhóm khác nhau. Giờ đây, khi một người dựng một tự động hóa quy trình bằng skill, mọi người trong tổ chức đều có thể dùng nó để làm những việc trong danh sách mà trước nay chẳng bao giờ xong.
- **Duvo** dựng các AI agent chạy các quy trình mua sắm, chuỗi cung ứng và quản lý ngành hàng qua các hệ ERP, cổng nhà cung cấp, bảng tính, email, thậm chí cả các cuộc gọi điện thoại. Duvo được dựng hoàn toàn trên Claude, dùng Agent SDK để điều phối xuyên các quy trình.
- **Zingage** là một nền tảng AI agent dựng cho vận hành tự động 24/7 cho các đơn vị chăm sóc tại nhà. Startup này dùng khả năng gọi công cụ có cấu trúc của Claude để điều phối qua một hệ EMR và nhiều kênh giao tiếp, cùng khả năng suy luận theo ngữ cảnh của Claude để dựng các agent cho ra kết quả tinh tế, may đo theo từng bệnh nhân thay vì chỉ khớp mẫu theo phản hồi phổ biến nhất.
- **Kindora** là một nền tảng dùng AI do một lãnh đạo tổ chức phi lợi nhuận dựng nên, người đã dùng Claude Sonnet để làm một công cụ cấp thiết giúp ghép các tổ chức từ thiện với nhà tài trợ một cách thông minh. Sau khi lọc hàng nghìn cặp ghép xuống còn

- vài cặp đáng theo đuổi, connector MCP của Kindora cho phép các tổ chức phi lợi nhuận truy cập công cụ tìm kiếm nhà tài trợ của nó ngay trong Claude.
- **Wordsmith** được sáng lập bởi một luật sư chuyển sang làm CTO, nhằm cung cấp công nghệ pháp lý dùng AI đáng tin cậy cho các đội pháp chế nội bộ. Claude là động cơ suy luận cho các năng lực rà soát hợp đồng, soạn thỏa thuận và rà soát tài liệu của Wordsmith, và đội kỹ sư của startup dùng Claude Code để dựng và phát triển chính nền tảng.

Hỗ trợ và cơ hội cho startup

- **Anthropic Startups Program**: Dành cho các startup làm việc với các đối tác đầu tư mạo hiểm của Anthropic, chương trình cung cấp tín dụng API miễn phí, mức giới hạn truy cập cao nhất hiện có công khai, cùng lời mời tới các sự kiện và workshop dành riêng cho nhà sáng lập.
- **Cộng đồng Claude**: Các diễn đàn và không gian cộng đồng cho người xây dựng.
- **Tài nguyên học trực tiếp**: Hội thảo, webinar, livestream và bản ghi.

Bản tiếng Việt được biên dịch và việt hóa bởi **Phong Hồ**.

✍ Theo dõi thêm bài viết & tài nguyên hữu ích về AI → phongminhho.substack.com

Nội dung gốc thuộc bản quyền Anthropic. Đây là bản dịch phi thương mại dành cho cộng đồng, không phải ấn phẩm chính thức và không có liên kết tài trợ với Anthropic.