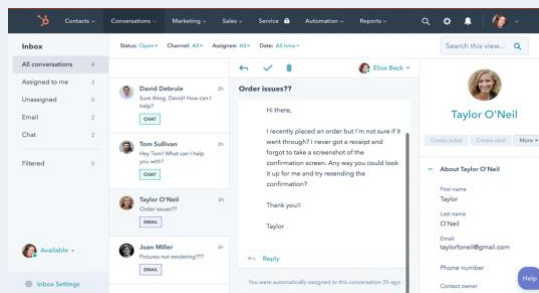


Chèn một bản tóm tắt một câu về nghiên cứu điển hình.

## Introduction

Dẫn dắt vào bài viết bằng một đoạn giới thiệu ngắn (khoảng 100 từ). Hãy chắc chắn để làm nổi bật:

- Tên khách hàng và một chút thông tin về họ.
- Cơ hội mà khách hàng nhìn thấy ở công ty của bạn.
- Một hoặc hai thành công chính mà khách hàng có được sau khi làm việc với công ty của bạn.



Thay thế hình ảnh trên bằng một hình ảnh của sản phẩm của bạn.

## The Story of [Customer Name]

Trong phần này, hãy cung cấp cái nhìn tổng quan sâu hơn về khách hàng của bạn. Nếu đó là một cá nhân, hãy giải thích lý lịch của người đó trong bối cảnh sản phẩm/dịch vụ của bạn. Nếu đó là một doanh nghiệp, hãy nói về nền tảng, ngành của công ty và bất kỳ thành công nào gần đây trong tin tức.

Ngoài ra, hãy giải thích ngắn gọn những thách thức hoặc cơ hội mà khách hàng gặp phải trước khi họ hợp tác kinh doanh với bạn. Điều này sẽ làm cho các số liệu cải tiến có tác động lớn hơn đến người đọc.

Cuối cùng, hãy kết thúc phần này bằng cách giải thích nhanh lý do tại sao khách hàng quyết định hợp tác kinh doanh với bạn để đối mặt với những thách thức/cơ hội này.

## [“Thử thách” hoặc “Cơ hội”] của [Thách thức/Cơ hội mà Khách hàng đối mặt] Trước [Tên sản phẩm]



*Thay thế hình ảnh này bằng một bức ảnh của khách hàng của bạn.*

*Giải thích thách thức hoặc cơ hội trước khách hàng trước khi họ bắt đầu sử dụng sản phẩm.*

*Đây có thể là lý do mang tính phản ứng (tức là khách hàng có vấn đề cần giải quyết) hoặc lý do chủ động (tức là có tiềm năng chưa được khai thác đã được giải phóng khi hợp tác với doanh nghiệp của bạn).*

## Tại sao [Tên khách hàng] chọn [Tên sản phẩm]

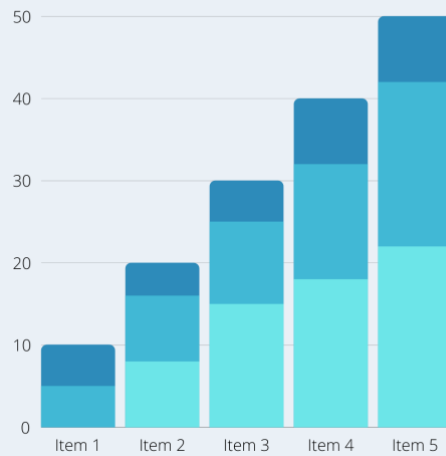
*Trong phần này, nói về quá trình quyết định của khách hàng của bạn.*

*Nói về cách họ phát hiện ra sản phẩm, những giải pháp khác mà họ đã xem xét và điều gì khiến họ cuối cùng quyết định chọn sản phẩm của bạn.*

*Các tính năng cụ thể giúp bạn nổi bật so với đối thủ của sản phẩm này có thể tham khảo tại đây.*

***“Hãy chia nhỏ phần này bằng một câu trích dẫn quan trọng từ khách hàng của bạn về lý do họ chọn sản phẩm của bạn.”***

## The Results



*Cuối cùng, hãy nói về kết quả mà khách hàng của bạn đã thấy sau khi sử dụng sản phẩm của bạn. Phần này có thể được hỗ trợ bởi các tuyên bố, trích dẫn, hình ảnh, đồ thị và số liệu. Bất cứ điều gì bạn quyết định đưa vào, hãy chắc chắn rằng nó minh họa mức độ ảnh hưởng của công ty bạn đối với khách hàng của bạn.*

## Call-to-Action

*Sử dụng phần này để làm nổi bật bất kỳ điều gì chưa được nói về sản phẩm và để khuyến khích người đọc liên hệ với nhóm bán hàng của bạn nếu họ muốn xem kết quả tương tự. Lý tưởng nhất là liên kết đến trang sản phẩm và/hoặc số điện thoại bán hàng sẽ ở đây.*

[CTA Text]