

Hoàng Hải

Trưởng nhóm Nội dung & Media · Leader Video Editor

Số liệu đã kiểm chứng về sản lượng, kênh và cách tôi dẫn dắt đội tại Schannel, ARR (ANTA, ANTA Kids) và TS Group. Mỗi con số ghi rõ nguồn, giai đoạn và cách tính.

Tóm tắt

ĐƠN VỊ	GIẢI ĐOẠN	KẾT QUẢ	NGUỒN
Schannel (YouTube)	01-06/2015	5,5 tháng làm leader: 17,4 video/tuần, view kênh +17 triệu (+32%)	Social Blade qua Wayback
ARR · ANTA Sports + ANTA Kids	20/5-12/2023	248 video TikTok; 14,7 tr view tích lũy; 4 video trên 1 triệu	TikTok công khai
ARR · ANTA Sports	20/5-28/6/2023	Follower 54 → 2.389; 32 video; 3,2 triệu view	Báo cáo tháng do tôi viết
TS Group / DRTS	Quý 1/2024	78 / 72 / 78 bài mỗi tháng trên page chính (5 tuyển nội dung)	File thống kê phòng Marketing
TS Group / DRTS	08/2024 → 05/2025	Lượt tiếp cận/tháng (cộng theo ngày) 786 nghìn → 12,4 triệu	File thống kê phòng Marketing

Số liệu kênh là kết quả chung của đội và kênh, không phải của riêng một người. View công khai là view tích lũy tính đến 10/2026 của các video đăng trong giai đoạn nêu.

Evidence pack: verified figures

Hoang Hai · Content & Media Lead · Lead Video Editor. The pages that follow are in Vietnamese; every figure below is shown there with its chart, source and method.

WHERE	PERIOD	RESULT	SOURCE
Schannel (YouTube)	01-06/2015	5.5 months as lead: 17.4 videos a week, channel views +17M (+32%)	Social Blade via Wayback
ARR · ANTA Sports + ANTA Kids	20/5-12/2023	248 TikToks; 14,731,782 views to date; 4 over 1M; about 4 videos a week per channel (KPI targets: 6-7 and 4-5)	Public TikTok data
ARR · ANTA Sports	20/5-28/6/2023	Followers 54 → 2,389; 32 videos; 3.2M views	My signed monthly report
TS Group / DRTS	Q1/2024	78 / 72 / 78 posts a month on the main page (5 content lines, incl. the doctor's own posts)	Marketing department workbook
TS Group / DRTS	08/2024 → 05/2025	Monthly reach (sum of daily) 786K → 12.4M; shared marketing-team result, may include paid reach	Marketing department workbook

Leadership stories

TS Group (2024-2025): took over a young media team; set up the shoot and edit process and an animation kit, retrained the team from the basics including delivery files, rebuilt the company media file system and equipment, and reworked the client acceptance video scripts.

ARR (05-12/2023): KPIs of follower growth and 6-7 (ANTA) / 4-5 (ANTA Kids) videos a week; customer insight, quarterly content plans, creator training in writing, on-camera, voice and acting; monthly reports to management. Also shot and edited for the Balabala brand and company team building.

VinTaTa (2017): post-production lead on an animated film; owned input and output standards and supported the 3D, 2D animation, 2D art and storyboard teams.

Channel figures are team and channel results, not one person's. Public view counts are lifetime totals collected 10/2026 for videos posted in the stated period. Colleague names are blurred or removed.

Phát triển hai kênh TikTok theo KPI

Vai trò: Trưởng nhóm Nội dung. Song song quay dựng cho nhãn Balabala của ARR và team building toàn công ty.

248

video TikTok đăng 20/5-12/2023

14,7 tr

view tích lũy (Sports 11,0 tr, Kids 3,8 tr)

4,2 tr

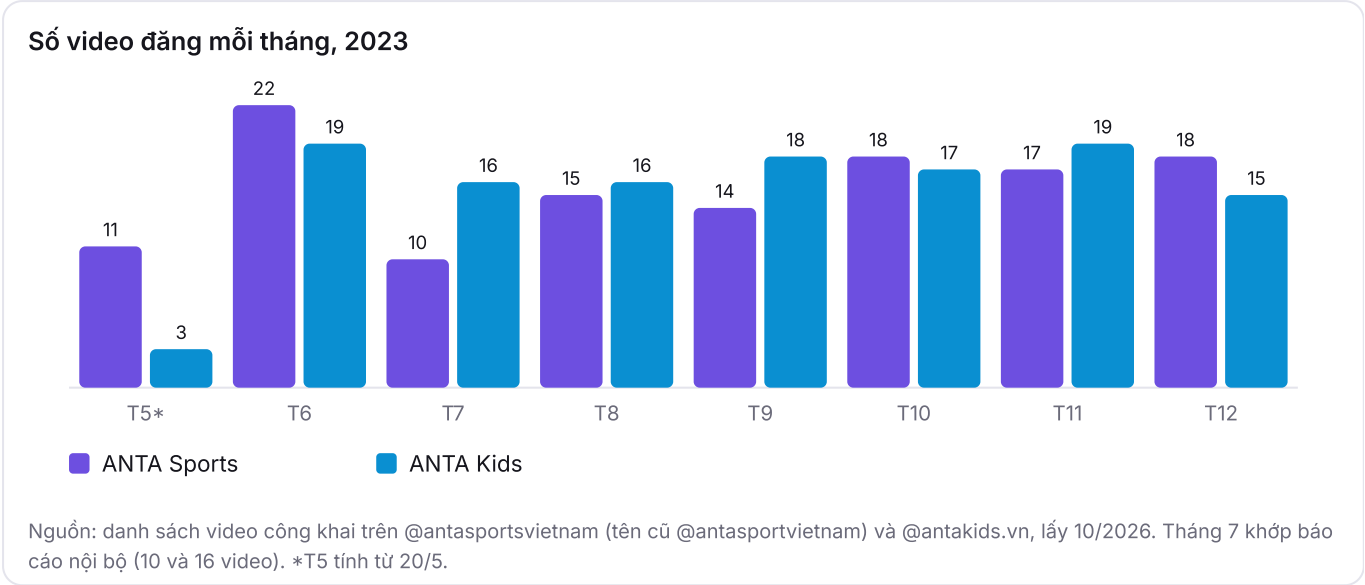
view ở video cao nhất (07/12/2023)

54 → 2.389

follower ANTA Sports, 20/5-28/6/2023

KPI được giao: tăng follower; 6-7 video/tuần cho ANTA, 4-5 video/tuần cho ANTA Kids; chuẩn nội dung và content plan theo quý. Thực tế công khai: trung bình khoảng 4 video/tuần mỗi kênh.

Tôi đã làm: nghiên cứu insight khách hàng, đề xuất tuyến nội dung và dạng media social; đào tạo VJ, creator viết content, lên hình, thu âm, diễn xuất; báo cáo hằng tháng cho ban lãnh đạo.

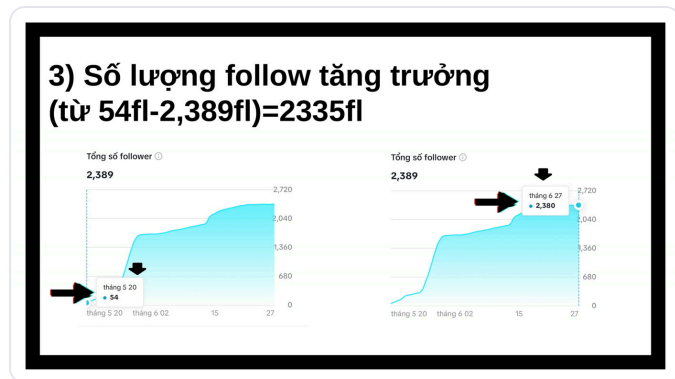


Video nổi bật (view tích lũy)

NGÀY	KÊNH	VIDEO	VIEW
07/12/2023	ANTA Sports	1 trong những đôi giày chạy half marathon 21km đang được săn đón #an.	4.200.000
01/06/2023	ANTA Sports	Tìm đôi giày cũ ở nhà bạn , đưa đến ANTA ngay nào. #anta #antasports .	1.300.000
01/06/2023	ANTA Kids	Ngã hơi đau nhưng SALE đậm như này thì cũng đáng lắm ạ 🤪🤪 #antakids #.	1.100.000
09/11/2023	ANTA Sports	Chấn động luôn mấy ní oiiii. Tậ đồ xinh chỉ nửa giá thôi này 🌟 #anta.	1.000.000

Cách tôi báo cáo với ban lãnh đạo

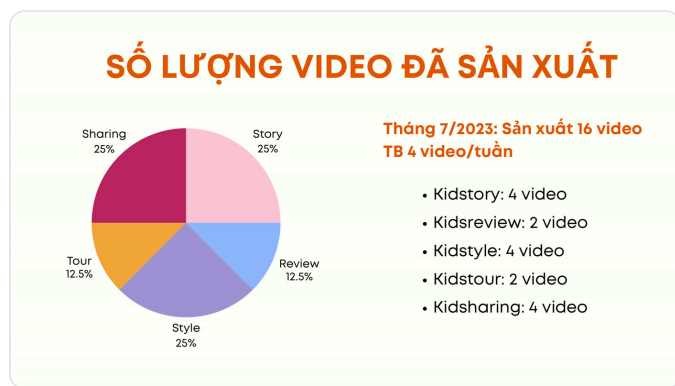
Ảnh trích nguyên văn từ báo cáo; tên đồng nghiệp đã được làm mờ. Báo cáo ANTA Kids viết cùng một đồng nghiệp.



ANTA Sports: follower 54 → 2.389 (20/5–28/6/2023)

X	IN	R
Chuyên mục về thời trang: gồm photoshoot, fashion video, xu hướng ăn mặc, v.v...	Chuyên mục dành riêng cho hỏi đáp trực tiếp và phỏng vấn.	Chuyên mục dành riêng cho Brand Anta Việt Nam (Review, phân tích)
X lấy từ sự thay đổi, dấu mốc, sự khác biệt.	In ở đây nói về bên trong của người dùng.	R ở đây không chỉ là Review mà là Real, Registered và trong B(r)and.
Mục đích: chia sẻ phong cách ăn mặc.	Mục đích tương tác: Offline	Mục đích: phân vùng riêng chuyên mục của doanh nghiệp.

Tuyển nội dung đề xuất cho ANTA Sports (X · IN · R)



ANTA Kids tháng 7/2023: 16 video trên 5 tuyển, TB 4 video/tuần



3 video lên xu hướng trong tháng (theo báo cáo)

ĐÃ VÀ CHƯA LÀM ĐƯỢC?

ĐÃ LÀM ĐƯỢC

- Chuyên tuyển kịch bản chia sẻ thông tin ngắn dài trên 1 phút, phù hợp với xu hướng nội dung và đề xuất của TikTok thời điểm bấy giờ
- Đầu tư hơn trong việc dựng video: chỉnh chu trong khâu xây dựng bố cục, lựa chọn material để sử dụng, cấu kỳ hơn trong việc chọn meme và dàn dựng âm thanh để đáp ứng thị hiếu của người xem
- Tuyển nội dung về sharing và style view còn ít nhưng đã có những dấu hiệu cho thấy khởi sắc (video view >1000) => cho thấy quyết định xây kênh sạch của Hải và để người xem có được thông tin hữu ích về trẻ em, thời trang và Anta Kids là hoàn toàn có khả năng giữ được tệp follower và phát triển thêm

Đã làm được và chưa làm được

PHƯƠNG ÁN GIẢI QUYẾT VÀ ĐỀ XUẤT

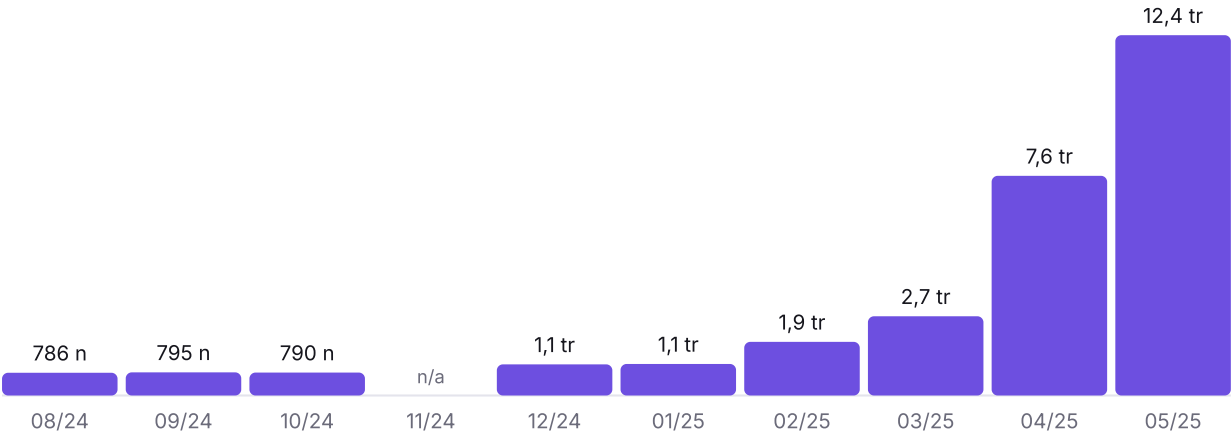
- Tiếp tục xây dựng và sản xuất các nội dung theo tuyển chủ đề đã thảo luận
- Điều chỉnh góc máy quay theo bố cục mới và vị trí chèn text để thuận mắt người xem hơn
- Tăng thêm meme và hình ảnh hỗ trợ cho các chuyên mục Kidsharing và Kidstyle để test về hiệu ứng người xem sau này

Phương án và đề xuất cho tháng sau

Xây lại đội media và hệ thống nội dung

Vai trò: Leader Video Editor. Đội trẻ, chưa vững kỹ thuật và chuẩn file bàn giao; tôi dựng quy trình quay dựng, animation kit, đào tạo lại cả đội, hệ thống lại file media và thiết bị toàn công ty, cải tổ kịch bản quay dựng video nghiệm thu khách hàng.

Lượt tiếp cận mỗi tháng (cộng theo ngày) · page “Bác sĩ Thành Sơn”



Nguồn: sheet “CHỈ SỐ KÊNH”, file thống kê kênh của phòng Marketing TS Group. Thiếu số liệu 11/2024. Kết quả chung của phòng marketing; có thể gồm cả quảng cáo. Tương tác cùng kỳ: 85.866 → 345.685.

Bài đăng trên page chính, quý 1/2024

TUYẾN NỘI DUNG	T1	T2	T3
Câu chuyện thành công hằng ngày	26	17	26
Bác sĩ tự đăng	23	37	17
Reel cung cấp kiến thức	20	15	21
Khách hàng thành công / em bé	5	2	11
Livestream	4	1	3
Tổng	78	72	78

Nguồn: sheet “Quý I.2024”. Gồm cả bài bác sĩ tự đăng và livestream.

Sản lượng Facebook của 2 nhân sự nội dung

HẠNG MỤC	11/2024	04/2025
Reel kênh Facebook	60	145
Bài đăng kênh Facebook	221	448
Bài nuôi page	101	218

Nguồn: sheet “SỐ LƯỢNG”; tên nhân sự đã ẩn. Sản lượng của nhân sự nội dung trong đội, trong thời gian tôi phụ trách video.

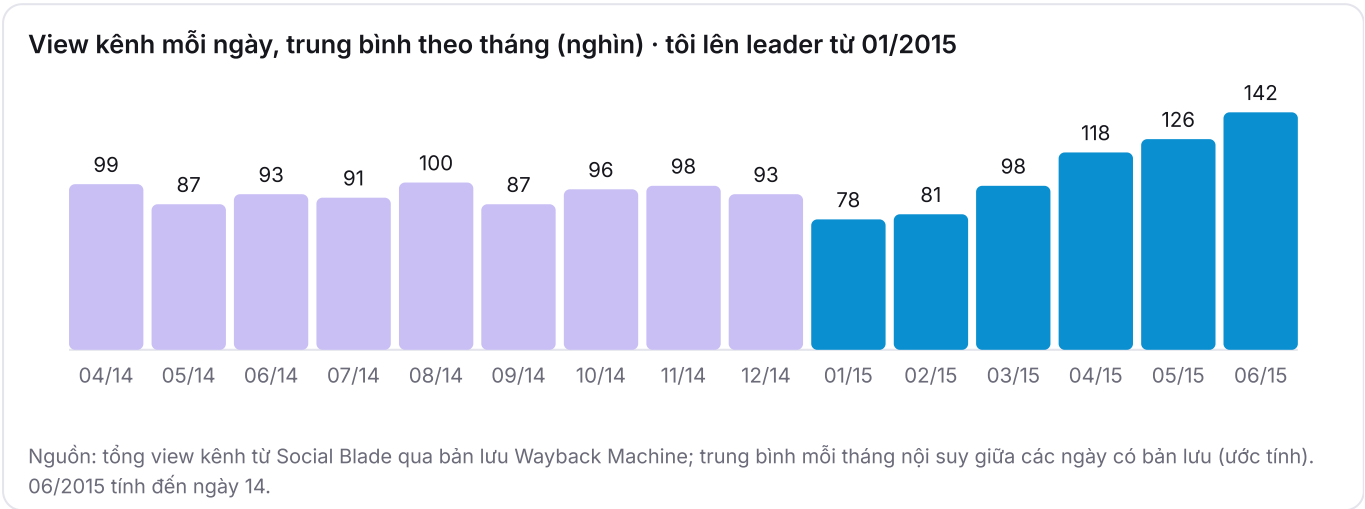
Leader Video Editor cho kênh công nghệ

Vào làm junior quay dựng từ 10/2014. Lên leader từ 01/2015, dẫn 3 editor ở Hà Nội và Sài Gòn: đào tạo các junior video editor, xây quy trình edit, trực tiếp hướng dẫn quay chụp dựng và duyệt cuối.

+17 tr view kênh (+32%), 1/1-14/6/2015	17,4 video/tuần khi tôi làm leader (410 video)	116 nghìn view/ngày 1/3-14/6/2015, cao hơn 22% so với quý 4/2014	147.856 → 186.475 subscriber, 20/10/2014-14/6/2015
--	---	---	--

	A · 6 THÁNG TRƯỚC KHI TÔI VÀO	B · TRƯỚC KHI LÊN LEADER	C · SAU KHI LÊN LEADER
Thời gian	20/4-19/10/2014	20/10-31/12/2014	1/1-14/6/2015
Sub mới / ngày	165	193	149
View kênh / ngày	91,3K	98,7K	103,2K
Video / tuần	9,2	17,1	17,4
TB view / video	40,2K	50,0K	49,0K
Tỷ lệ video ≥100K view	7,1%	11,8%	12,7%

Sub mới mỗi ngày sau khi tôi lên leader (149) thấp hơn giai đoạn trước (193). Tháng 1-2/2015 giảm theo mùa Tết. Số liệu cho thấy diễn biến của kênh trong thời gian tôi phụ trách, không chứng minh nguyên nhân.



VinTaTa Animation Film Studio · 2017

Lead Editor / Editor Manager: kiểm soát chuẩn đầu vào và đầu ra ở mọi khâu hậu kỳ, cùng đội xử lý khối lượng cảnh lớn, hỗ trợ các đội 3D, 2D animation, 2D artist và storyboard đến khi hoàn thành sản xuất; đội hậu kỳ 3 người phối hợp cùng đạo diễn và DOP từ Mỹ.

Cách lấy và tính số liệu

SỐ LIỆU	CÁCH LẤY
TikTok ANTA, ANTA Kids	Danh sách video công khai (yt-dlp) ngày 10/10/2026; lọc theo ngày đăng 20/05–31/12/2023 (giờ Việt Nam), bắt đầu từ ngày của báo cáo đầu tiên tôi ký. View là tích lũy đến ngày lấy. Kênh ANTA đã đổi tên từ @antasportvietnam; ID video trong báo cáo 2023 trùng với kênh hiện tại.
Follower 54 → 2.389	Ảnh chụp TikTok Analytics trong báo cáo “Tổng quan TikTok ANTA 20/5–28/6” do tôi viết.
YouTube Schannel	Subscriber và tổng view kênh theo ngày: Social Blade qua 60 bản lưu Wayback Machine, lệch dưới 0,2% so với trang kênh lưu cùng thời điểm. Số video: playlist Uploads công khai. View từng video là số tích lũy đến 10/2026. Không dùng số nội bộ của CellphoneS.
TS Group	File thống kê kênh của phòng Marketing (có thể gồm quảng cáo): sheet “CHỈ SỐ KÊNH” (dòng TỔNG mỗi tháng, cộng theo ngày), “Quý I.2024”, “SỐ LƯỢNG”. Tên tôi không có trong file; đây là số liệu chung của đội.

Giai đoạn A của Schannel (20/4–19/10/2014) là trước khi tôi vào làm, chỉ dùng để so sánh. Số liệu Schannel theo tháng là ước tính nội suy giữa các bản lưu Social Blade; các số khác không làm tròn lên ngoài cách viết gọn (ví dụ 14,7 tr = 14.731.782).