

Làm slide bằng AI dùng được ngay

Bộ quy tắc và prompt mà EON dùng thật khi giao việc làm slide cho AI

Slide AI khó dùng không phải vì AI kém, mà vì chỉ dẫn không ghi tiêu chuẩn của người đọc

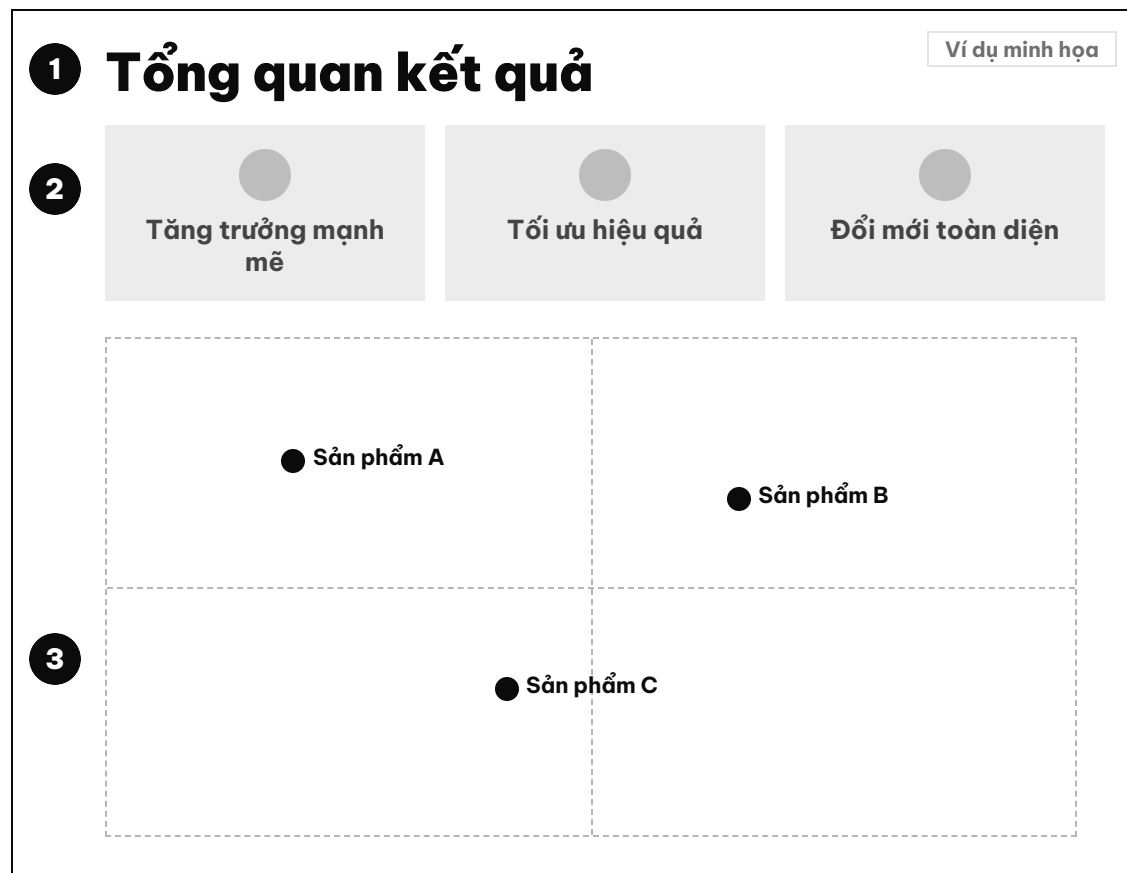
Chỉ nói “làm 10 slide giới thiệu sản phẩm cho khách hàng” thì AI phải tự đoán 5 điều dưới đây, và sẽ đoán theo kiểu “trông đẹp” trung bình.

Điều AI phải tự đoán	Điều bộ quy tắc trả lời sẵn
Tiêu đề mỗi slide nên viết gì?	Viết câu kết luận. Chỉ đọc tiêu đề cũng hiểu câu chuyện → Tr. 5
Mỗi slide nói mấy ý?	Một thông điệp. Cuối slide là một dòng “vậy thì sao” → Tr. 6
Slide nào cần nổi bật?	Khoảng 2 trên 10 slide. Còn lại để yên → Tr. 7
Dùng hình gì?	Chọn theo quan hệ muốn truyền đạt. Không có trực thì làm bảng → Tr. 8–9
Bắt đầu vẽ từ đâu?	Chưa vẽ. Trước tiên chỉ đưa tiêu đề và vai trò từng slide để duyệt → Tr. 4

→ **Viết tiêu chuẩn ra một lần, rồi đưa cho AI mỗi lần làm slide. Prompt đầy đủ ở Tr. 13–14.**

Slide AI thường mắc 3 lỗi: tiêu đề chỉ là chủ đề, mọi phần đều “to” như nhau, biểu đồ không có trục

Ví dụ dưới đây được dựng lại để minh họa. Nhìn thì gọn gàng, nhưng người đọc không biết phải kết luận điều gì.



Ví dụ do EON tự dựng để minh họa, không phải tài liệu của công ty nào.

1 Tiêu đề chỉ là chủ đề

“Tổng quan kết quả” không nói kết quả tốt hay xấu. Người đọc phải tự tìm kết luận trong phần thân. **Sửa → Tr. 5**

2 Mọi phần đều to như nhau

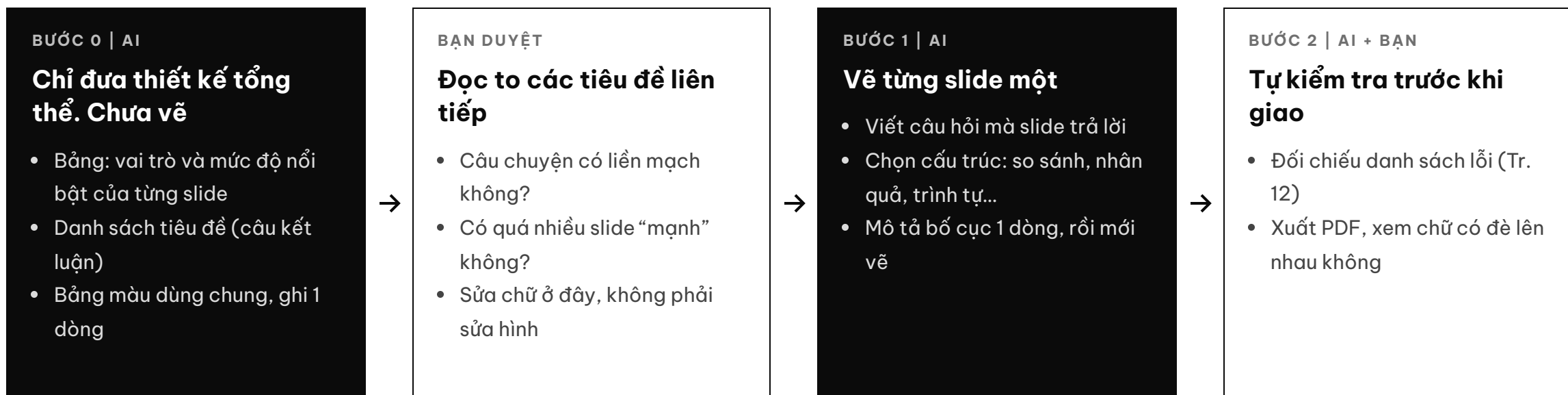
3 ô cùng cỡ, cùng biểu tượng, cùng kiểu chữ. Không ai chọn điều gì quan trọng nhất. Từ ngữ cũng chung chung (“mạnh mẽ”, “tối ưu”, “toàn diện”). **Sửa → Tr. 7, 11**

3 Biểu đồ không có trục

Bốn ô vuông nhưng không ghi trục nào là gì, đơn vị ra sao, vì sao sản phẩm A nằm ở góc trái. Hình không chứa thông tin. **Sửa → Tr. 9**

Đừng cho AI vẽ ngay: lần đầu chỉ xin tiêu đề và vai trò từng slide, duyệt xong mới vẽ

Sửa ở giai đoạn thiết kế chỉ là sửa một dòng chữ. Sửa sau khi đã vẽ là phải vẽ lại cả slide.



1 dòng

Sửa ở Bước 0. Đổi một tiêu đề, gộp hai slide, đổi thứ tự.
Chỉ là sửa chữ trong bảng.

Cả slide

Sửa sau khi đã vẽ. Đổi kết luận là phải đổi hình, bố cục và cả các slide trước, sau.

→ Trong prompt, ghi rõ: “Câu trả lời đầu tiên chỉ đưa thiết kế tổng thể, không vẽ slide.”

Tiêu đề là câu kết luận: chỉ đọc tiêu đề của các slide, người đọc vẫn hiểu cả câu chuyện

Cách viết này thường gọi là “tiêu đề kết luận” (action title). Số liệu trong ví dụ là giả định để minh họa.

Tiêu đề chủ đề	Tiêu đề kết luận
Kết quả quý 3	Doanh số quý 3 tăng gấp đôi sau khi giảm giá 15%
Thách thức	Khách mới tăng, nhưng tỷ lệ mua lại giảm từ 40% xuống 25%
Đề xuất	Quý 4 nên chuyển ngân sách quảng cáo sang chương trình giữ chân khách cũ

Điều kiện của một tiêu đề tốt

- Câu trần thuật đầy đủ chủ ngữ và vị ngữ, tối đa 2 dòng
- **Có ít nhất một con số**
- Có người phản đối được (“mình không nghĩ vậy”). Câu ai cũng đồng ý thì không có thông tin
- Viết kết luận, không viết hành động: “đã phân tích X” → “X cho thấy ...”

Cách kiểm tra: đọc to tiêu đề liên tiếp

Ba tiêu đề trên, đọc nối nhau

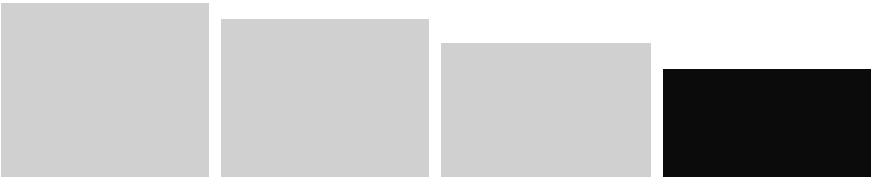
Doanh số tăng gấp đôi nhờ giảm giá → nhưng khách không quay lại → nên quý 4 dồn tiền vào giữ chân khách cũ. Câu chuyện thông suốt mà không cần xem phần thân.

Nếu đứt mạch, hãy thêm từ nối (“vì vậy”, “nhưng”) hoặc sửa thứ tự slide trước khi vẽ.

Cách kiểm tra này dựa trên nguyên tắc kim tự tháp (kết luận trước, lý do sau) và cách viết tiêu đề trong tài liệu công khai của các công ty tư vấn chiến lược (Tr. 15).

Mỗi slide chỉ một thông điệp, và kết thúc bằng một dòng “vậy thì sao”

Nếu một slide có hai khẳng định, hãy tách thành hai slide. Thứ tự đọc trong một slide luôn giống nhau.

① THÔNG ĐIỆP	Tỷ lệ mua lại giảm từ 40% xuống 25% trong 2 quý
② GIẢI THÍCH	Khách mua lần đầu nhờ giảm giá ít quay lại khi hết khuyến mãi
③ THÂN: BIỂU ĐỒ	
④ VẬY THÌ SAO	Giảm giá thêm sẽ không giữ được khách
⑤ NGUỒN, ĐỊNH NGHĨA	Nguồn: dữ liệu bán hàng nội bộ, Q1–Q4. Mua lại = mua lần 2 trong 90 ngày

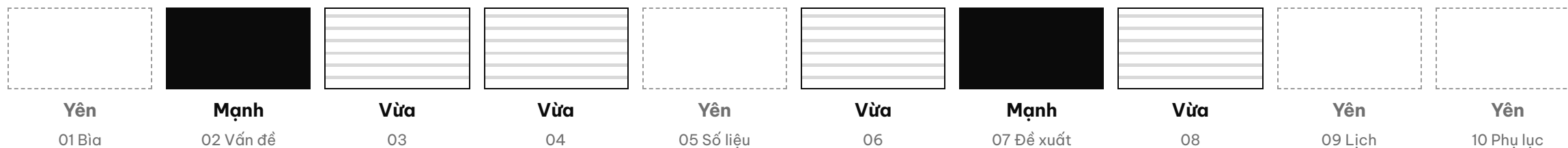
Ví dụ minh họa, số liệu giả định.

Ba điều AI hay bỏ qua

- **Chỉ làm nổi bật một dữ kiện** trong phần thân (cột tô đen ở ví dụ)
- **Con số luôn đi kèm ý nghĩa.** “Giảm 15 điểm” chưa đủ, cần thêm “nên giảm giá không phải là cách giữ khách”
- **Nhãn đặt sát đối tượng nó giải thích.** Nhãn ở xa khiến mắt người đọc phải dò
- **Khoảng trống không phải là thiết kế.** Slide trống trải là do nội dung chưa đủ, không phải do thiếu khoảng cách

Trong 10 slide, chỉ khoảng 2 slide “mạnh”; slide nào cũng nổi bật thì không slide nào nổi bật

Trước khi vẽ, gán cho mỗi slide một mức: mạnh, vừa hoặc yên. Ví dụ dưới là bộ 10 slide.



Cách phân bổ

- **Mạnh** (khoảng 20%, tối đa 30%): kết luận, con số quyết định. Mỗi slide chỉ một điểm chính
- **Vừa** (50–60%): chỉ cần tiêu đề và thân khác cỡ chữ
- **Yên** (20–30%, ít nhất 1 slide): danh sách, định nghĩa, lịch, phụ lục. Xếp đều nhau là đúng
- Không để 3 slide mạnh liên tiếp

Cách làm một điểm nổi bật: chỉ chọn 1 trong 3

- Phóng to rõ rệt, nhưng chỉ khi điểm chính là con số, từ khóa hoặc hình
- Đặt riêng một mình, chừa nhiều khoảng trống xung quanh
- Dùng một màu nhấn duy nhất ở một chỗ

Không phóng to tiêu đề để gây chú ý

Slide chủ yếu là chữ thì tạo điểm nổi bật bằng vị trí và khoảng trống.

Chọn hình theo quan hệ muốn truyền đạt: phân tách, nhân quả, trình tự, so sánh hay số lượng

Đừng bắt đầu từ “trang này trống, thêm hình gì đây”. Quyết định quan hệ trước, hình sẽ tự ra.

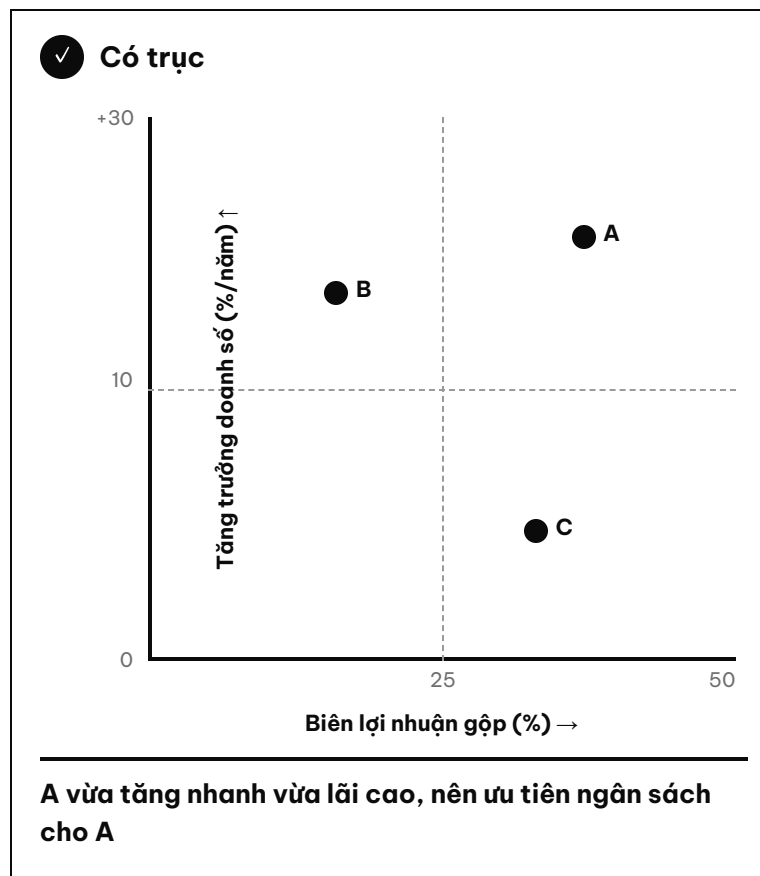
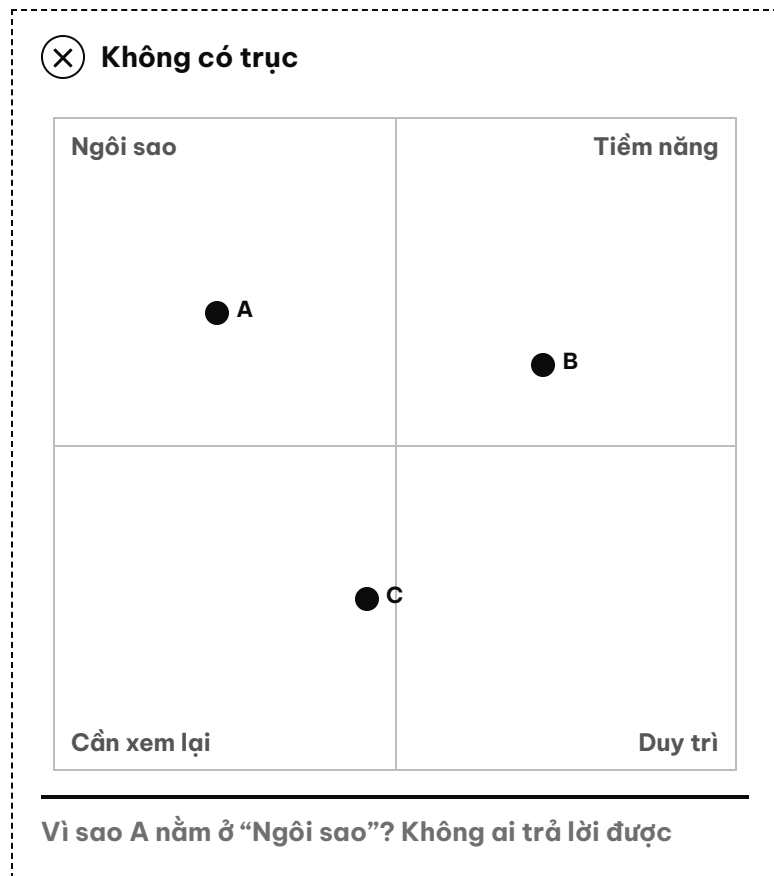
Quan hệ muốn truyền đạt	Hình nên dùng	Dùng khi
Phân tách, cấu trúc	Cây logic, kim tự tháp, các cột trụ	Chia một vấn đề thành các phần không trùng nhau và không bỏ sót
Nhân quả	Sơ đồ xương cá, chuỗi mũi tên, tảng băng	Tìm nguyên nhân gốc, hoặc chỉ ra một vòng lặp xấu
Trình tự, thời gian	Các bước mũi tên, phiếu, lộ trình, vòng tròn	Quy trình, tỷ lệ rơi rụng qua từng bước, kế hoạch theo tháng
So sánh	Bảng so sánh, ma trận 2×2 (chỉ khi có trục, Tr. 9), sơ đồ giao nhau	Chọn giữa các phương án, hoặc chỉ ra điểm chung và khác biệt
Số lượng	Biểu đồ cột, biểu đồ thác nước, thanh 100%, thẻ số liệu	Quy mô, mức tăng giảm theo từng yếu tố, tỷ trọng

→ Yêu cầu AI ghi “quan hệ” của slide trước khi vẽ. Với mũi tên nhân quả, luôn vẽ chiều; vòng lặp xấu thì có mũi tên quay về điểm đầu.

Chú thích: thác nước = cột cho thấy từng yếu tố làm tăng, giảm tổng. Xương cá = sơ đồ các nhóm nguyên nhân của một kết quả. Nguồn phân loại: Tr. 15.

Không ghi được tên và đơn vị cho cả hai trục thì đừng vẽ ma trận, hãy làm bảng

Ma trận 2×2, biểu đồ phân tán, bản đồ định vị chỉ có ý nghĩa khi trục được định nghĩa. Ví dụ minh họa, số liệu giả định.



Chỉ vẽ khi đủ 4 điều kiện

- 1 Cả hai trục có tên và đơn vị, hoặc thang đo
- 2 Ghi chiều (bên nào là cao) và ranh giới chia ô
- 3 Ghi căn cứ đặt từng điểm. Nếu là đánh giá cảm tính, ghi rõ “đánh giá định tính”
- 4 Nói được kết luận của hình trong 1 dòng

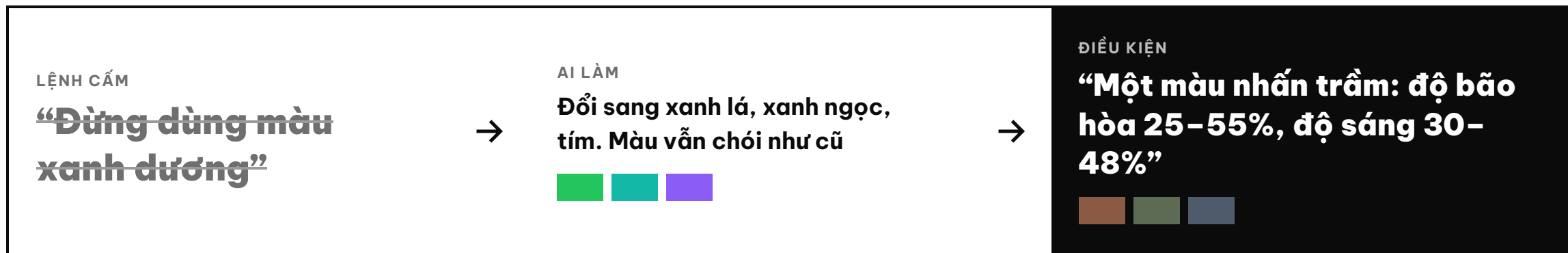
Biểu đồ cột cũng có luật

Trục bắt đầu từ 0, không cắt ngang trục.
Nguồn ghi đến tên tài liệu và trang.

“Quan trọng”, “khó” là trục không đo được, không dùng làm trục. Sơ đồ quy trình, cây, sơ đồ giao nhau không có trục nên không thuộc quy tắc này.

Cấm “màu xanh dương” thì AI chuyển sang xanh lá; hãy viết điều kiện bằng con số thay cho lệnh cấm

Lệnh cấm gọi tên đúng thứ bị cấm, và AI chỉ né sang thứ gần đó. Điều cần quy định là bản chất của vấn đề: độ chói, độ dày chữ, số lượng.



Lệnh cấm thường gặp	Viết thành điều kiện
“Đừng nhồi nhét chữ”	1 slide trả lời 1 câu hỏi. Chữ thân 12–13px. Tối đa 1 hình
“Đừng viết kiểu AI”	Dùng danh từ riêng, con số và điều kiện lấy từ tài liệu gốc. Gạch đầu dòng có độ dài khác nhau
“Đừng làm slide trống”	Phần thân chiếm toàn bộ chiều cao còn lại. Thiếu nội dung thì tăng cỡ hình hoặc gộp slide

Khi bắt buộc phải cấm (ví dụ danh sách từ ở Tr. 11), luôn ghi “thay vào đó hãy làm gì” ngay bên cạnh. Mã màu trong ví dụ chỉ để minh họa. Độ bão hòa, độ sáng theo hệ màu HSL (sắc độ, độ bão hòa, độ sáng).

Những từ AI hay lạm dụng, và thứ nên viết thay vào

Các từ này không sai, nhưng nghe giống nhau ở mọi tài liệu nên người đọc bỏ qua. Hãy thay bằng chi tiết cụ thể.

Loại	Ví dụ AI hay viết	Viết thay vào
Động từ chung chung	tối ưu hóa, nâng cao, tăng cường, thúc đẩy, đẩy nhanh, hiện thực hóa, chuyển đổi	Làm gì, với cái gì, bao nhiêu: “giảm thời gian duyệt từ 3 ngày xuống 1 ngày”
Tính từ phóng đại	liền mạch, toàn diện, mang tính chiến lược, đột phá, vượt trội	Con số hoặc so sánh có nguồn
Mẫu câu	“... giúp bạn có thể ...”, “3 điểm chính của ...”	Viết thẳng kết luận ở câu đầu
Khẩu hiệu	câu đối, kết thúc bằng danh từ, “ ” để nhấn mạnh một từ	Câu trần thuật đầy đủ chủ ngữ, vị ngữ
Tiếng Anh trang trí	Solution / Strategy / Vision đặt cạnh tiêu đề	Bỏ đi, hoặc dùng tên riêng của sản phẩm, dự án

→ **Trang định nghĩa và danh sách là ngoại lệ: ở đó các dòng nên đều độ dài và cùng cách kết thúc.**

Trước khi gửi, đọc to các tiêu đề, soát 8 dấu hiệu, rồi kiểm tra trên bản PDF

Có một dấu hiệu là quay lại bước thiết kế. Sửa hình mà không sửa cấu trúc thì lỗi sẽ quay lại.

8 dấu hiệu của slide “kiểu AI”

- 1 Mọi slide có cùng mức độ nổi bật
- 2 Tạo điểm nhấn chỉ bằng cách phóng to tiêu đề
- 3 Các phần ngang hàng đều cùng ô, cùng cỡ, không có thứ tự
- 4 Mỗi slide một kiểu bố cục khác nhau dù nội dung cùng loại
- 5 Phân biệt chỉ bằng màu, không có nhãn ghi trực tiếp
- 6 Biểu đồ hai trục thiếu tên trục, đơn vị hoặc căn cứ
- 7 Có từ trong danh sách Tr. 11
- 8 Từ viết tắt không được giải thích ngay trên trang đó

Kiểm tra cuối

- 1 **Đọc to toàn bộ tiêu đề theo thứ tự**
Câu chuyện phải thông suốt mà không cần nhìn phần thân (Tr. 5).
- 2 **Xuất PDF và xem lại trên PDF**
Chữ có thể đè lên nhau trên PDF dù trên màn hình vẫn ổn, vì cách dàn chữ khác nhau.
- 3 **Tràn chữ thì cắt chữ, đừng thu nhỏ cỡ chữ**
Câu trùng với slide khác là thứ đầu tiên nên cắt.
- 4 **Mỗi trang phải tự hiểu được**
Slide hay bị cắt riêng một trang để gửi đi. Từ viết tắt giải thích ngay trên trang đó.

Prompt mẫu, phần 1: các bước làm việc. Sao chép nguyên văn và dán vào đầu cuộc trò chuyện

Prompt làm slide (phần 1/2)

Thay phần trong [] bằng nội dung của bạn

Bạn là người thiết kế tài liệu. Hãy làm bộ slide [chủ đề] cho [người đọc: ví dụ sếp, khách hàng] để họ [quyết định điều gì]. Tài liệu gốc: [dán hoặc đính kèm].

Bước 0 – Thiết kế tổng thể (câu trả lời đầu tiên chỉ làm bước này, không vẽ slide)

1. Đọc toàn bộ tài liệu gốc. Không cố định số slide; được gộp, tách, chuyển nội dung giữa các slide.
2. Gán cho mỗi slide một vai trò (khẳng định / phân tích / trình bày thông tin / định nghĩa, tiền đề / phụ lục) và một mức độ nổi bật (mạnh / vừa / yên). Trình bày thành bảng.
3. Tự kiểm tra phân bổ: mạnh khoảng 20%, tối đa 30%; không 3 slide mạnh liên tiếp; ít nhất 1 slide yên.
4. Ghi bảng màu dùng chung trong 1 dòng và dùng đúng bảng đó cho mọi slide.
5. Liệt kê toàn bộ tiêu đề. Đọc nối tiếp: nếu câu chuyện đứt mạch, sửa trước khi chuyển bước.

Bước 1 – Vẽ từng slide (sau khi tôi duyệt Bước 0)

1. Viết 1 câu hỏi mà slide này trả lời.
2. Xác định cấu trúc của câu trả lời: so sánh / phân loại / trình tự / nhân quả / số lượng / quan hệ.
3. Mô tả bố cục trong 1 dòng rồi mới vẽ. Các slide cùng loại nội dung giữ cùng bố cục.

Bước 2 – Tự kiểm tra trước khi giao

Nếu có một trong các dấu hiệu sau, không giao mà làm lại từ cấu trúc: mọi slide cùng mức nổi bật; tạo điểm nhấn bằng cách phóng to tiêu đề; các phần ngang hàng cùng ô cùng cỡ mà không có thứ tự; chỉ phân biệt bằng màu; biểu đồ hai trục thiếu tên trục, đơn vị hoặc căn cứ; có từ ngữ chung chung trong danh sách cấm; từ viết tắt không được giải thích trên trang.

Prompt mẫu, phần 2: các quy tắc. Dán tiếp ngay sau phần 1

Prompt làm slide (phần 2/2)

Có thể lưu thành tệp quy tắc để dùng lại mỗi lần

Tiêu đề

- Mỗi tiêu đề là câu kết luận, câu trần thuật, tối đa 2 dòng, có ít nhất 1 con số, và có người phản đối được. Viết kết luận (“X cho thấy ...”), không viết hành động (“đã phân tích X”).
- Thứ tự thông điệp: sự thật của thị trường hoặc tình hình → ý nghĩa → đề xuất. Không mở đầu bằng “Chúng tôi là ...”.

Một slide

- 1 slide 1 thông điệp. Thứ tự: thông điệp → giải thích → thân (biểu đồ, bảng) → nguồn, định nghĩa. Cuối slide có 1 dòng “vậy thì sao”.
- Chỉ làm nổi bật 1 dữ kiện trong phần thân. Con số luôn đi kèm ý nghĩa. Nhấn đặt sát đối tượng.
- Chọn hình theo quan hệ: phân tách, nhân quả, trình tự, so sánh, số lượng. Không chỉ dùng chữ và bảng.

Mức độ nổi bật

- Mỗi slide mạnh chỉ có 1 điểm chính, tạo bằng 1 trong 3 cách: phóng to (chỉ cho con số, từ khóa, hình) / đặt riêng với nhiều khoảng trống / 1 màu nhấn. Slide yên (danh sách, định nghĩa, phụ lục) xếp đều nhau.

Biểu đồ

- Ma trận 2×2, biểu đồ phân tán chỉ dùng khi có: tên và đơn vị hai trục, chiều và ranh giới, căn cứ đặt từng điểm, kết luận 1 dòng. Thiếu thì dùng bảng.
- Biểu đồ cột bắt đầu từ 0, không cắt trục. Nguồn ghi đến tên tài liệu và trang.

Màu và chữ

- Nền trắng, chữ đen, xám cho phần phụ. Nếu cần màu nhấn: 1 màu, độ bão hòa 25–55%, độ sáng 30–48%. Không phân biệt chỉ bằng màu; luôn kèm nhãn ghi trực tiếp.
- Thay từ chung chung (tối ưu hóa, nâng cao, toàn diện, đột phá ...) bằng danh từ riêng, con số, điều kiện lấy từ tài liệu gốc.
- Từ viết tắt được giải thích ngay trên trang xuất hiện. Không bịa số liệu hay thành tích; thiếu thì ghi [cần bổ sung].

Bộ quy tắc được tổng hợp từ cách viết tài liệu của ngành tư vấn và các bài viết về thiết kế slide

EON đọc các nguồn dưới đây, rút ra quy tắc, rồi sửa dần qua việc làm tài liệu thật. Nội dung ở đây là tóm tắt của EON, không phải trích nguyên văn.

1	Barbara Minto, “The Pyramid Principle”	Nguyên tắc kim tự tháp: kết luận đặt trên cùng, các lý do đặt bên dưới. Cơ sở của tiêu đề kết luận và cách kiểm tra bằng đọc to tiêu đề (Tr. 5)
2	Tài liệu công khai của McKinsey và Bain	Cách viết thông điệp: câu trần thuật chứa sự thật, con số và ý nghĩa, không phải khẩu hiệu (Tr. 5)
3	Pawaken (パワポ研), danh sách 20 điểm kiểm tra slide	Cấu trúc bên trong một slide, tách sự thật và nhận định, luật công bằng của biểu đồ (Tr. 6, 9)
4	Fujikururi, bài viết “Vấn đề mọi trang đều là nhân vật chính”	Phân bổ mạnh, vừa, yên; viết điều kiện thay cho lệnh cấm (Tr. 7, 10)
5	Các bộ sơ đồ thông dụng trong ngành tư vấn	Phân loại hình theo quan hệ: cây logic, xương cá, thác nước, ma trận (Tr. 8)

Design first.

Duyệt tiêu đề và vai trò từng slide trước. AI vẽ sau.

Tài liệu này được làm theo đúng các quy tắc bên trong: AI viết slide dưới dạng HTML, xuất ra PDF, rồi kiểm tra chữ đè nhau trên PDF.

EON Inc. | CEO Taiga Seike | taiga.seike@eon-inc.jp | <https://www.eon-inc.jp/>