

IPO – Bài Học Đột Giá Nhất Trên Thị Trường Luôn Đến Từ Downtrend

Downtrend Là Học Phí.

Downtrend là học phí, nhưng cũng là tài sản quý giá nhất của một nhà đầu tư, nhiều anh em nhìn downtrend chỉ thấy một tiển, một cơ hội và những chuỗi ngày đầy áp lực.

Giá Trị Thật Của Downtrend.

Nhưng nếu nhìn sâu hơn, chính downtrend mới là giai đoạn mang lại nhiều giá trị nhất trên thị trường tài chính.

Số Đông Không Muốn Nghe.

Năm ngoái, mỗi lần mình lên bài nói về bản chất thật của game tài chính, bóc tách những góc khuất của thị trường, không ít người phản ứng dữ dội.

Bull Market Tạo ảo Tưởng.

Bởi khi đang trong một giai đoạn tăng trưởng mạnh, rất ít ai muốn nghe những điều trái tai, khi kiếm tiền quá dễ, người ta thường nghĩ rằng thành công đến từ năng lực nhiều hơn là nhờ hoàn cảnh thị trường.

Thị Trường Luôn Dạy Học.

Nhưng rồi, thị trường luôn có cách riêng để dạy bài học của nó, downtrend dạy chúng ta cách chấp nhận thất bại.

Bài Học Quan Trọng Nhất.

Đây là một bài học cực kỳ quan trọng, bởi phần lớn mọi người bước vào thị trường với tâm thế muốn thắng nhanh, thắng lớn và thắng liên tục.

Không Chuẩn Bị Thua Lẽ.

Họ chuẩn bị để mọi kịch bản đều kiếm tiền, nhưng lại không chuẩn bị cho việc thua lỗ.

Sai Lầm Khi Hoang Mang.

Và chính vì không chấp nhận được thất bại, nên khi thua lỗ xuất hiện, họ bắt đầu hoang mang, từ sự hoang mang đó dẫn đến hàng loạt quyết định sai lầm.

Chuỗi Quyết Định Sai.

Gồng lỗ, all in, đổ lỗ, sử dụng đòn bẩy quá mức, hoặc liên tục nhảy từ cơ hội này sang cơ hội khác.

Hiệu Giá Trị Lợi Nhuận.

Downtrend cũng dạy chúng ta hiệu được giá trị thực sự của lợi nhuận.

Ví Dụ Rút Đòi Thường.

Giống như khi còn nhỏ, tiêu tiền của cha mẹ thì thấy rất bình thường, chỉ đến khi tự mình bước ra đời kiếm tiền mới hiểu đã có được một đồng tiền khó khăn đến mức nào.

Bull Market Làm Mất Cảnh Giác.

Trong bull market cũng vậy, khi thị trường tăng mạnh, nhiều người kiếm tiền quá dễ.

Lợi Nhuận Quá Dễ Dàng.

Mua đâu cũng thắng, vào đâu cũng có lợi nhuận, nhưng chính sự dễ dàng đó khiến nhiều nhà đầu tư không còn trân trọng đồng vốn của mình.

Bỏ Qua Quản Trị Rủi Ro.

Việc phân bổ vốn trở nên hời hợt, quản trị rủi ro bị xem nhẹ, và sự chú quan bắt đầu xuất hiện.

Sai Lầm Đong Loạt Trở Lại Giá.

Cho đến khi thị trường đổi chiều, lúc đó những sai lầm được tích lũy trong giai đoạn hưng phấn sẽ đong loạt quay trở lại đòi nợ.

Đừng Chỉ Nhìn Mặt Mát.

Vì vậy, đừng chỉ nhìn downtrend như một giai đoạn mặt mát, nếu biết quan sát và học hỏi, downtrend sẽ dạy cho chúng ta rất nhiều điều.

Những Giá Trị Quan Trọng.

Downtrend dạy về bản chất thị trường, về quản trị rủi ro, về sự khiêm tốn, về khả năng chấp nhận thất bại, và đặc biệt là về giá trị của lợi nhuận.

Chu Kỳ Luôn Lặp Lại.

Bạn nếu không học được những bài học của downtrend, thì khi uptrend quay trở lại, rất có thể chúng ta sẽ kiếm được tiền một lần nữa.

Kiếm Tiền Và Giữ Tiền.

Nhưng rồi cũng sẽ đánh mất nó theo cách cũ, kiếm được tiền trong thị trường là một kỹ năng, giữ được tiền mới là trí tuệ.

□ TÓM LẠI CÔNG THỨC

Hook bằng một sự thật đi ngược số đông

↓

Downtrend không phải kẻ thù

Mà là giai đoạn giá trị nhất của nhà đầu tư

↓

Đập thủng vào niềm tin phổ biến

“mọi người chỉ nhìn thấy mất tiền”

↓

Đeo chiếu góc nhìn

Mất tiền

→ học bài học

→ trưởng thành

→ tồn tại lâu dài

↓

Liên tục nhận mạnh sự khác biệt giữa cảm nhận và bản chất

Người mới thấy đau đớn

↓

Người có kinh nghiệm thấy cơ hội học tập

↓

Dùng trải nghiệm cá nhân để tăng độ tin cậy

Năm ngoái

↓

Nói về bản chất thị trường

↓

Bị phản ứng dữ dội

↓

Chứng minh sự đồng luôn thích nghe điều thuận tai

↓

Biến Bull Market thành nguyên nhân của ảo tưởng

Thị trường tăng mạnh

→ kiểm toán để

→ tưởng mình giỏi

→ đánh đồng may mắn với năng lực

↓

Không công kích trực diện

Mà để thị trường tự làm trọng tài

“thị trường luôn có cách riêng để dạy bài học”

↓

Xây dựng tuyến bài học số 1

CHẬP NHẬN THẤT BẠI

↓

Nhấn mạnh nghịch lý

Mọi người chuẩn bị cho việc kiểm toán

↓

Nhưng không chuẩn bị cho việc mất tiền

↓

Tạo phản ứng dây chuyền tâm lý

Không chấp nhận thua lỗ

→ hoang mang

→ mất kiểm soát

→ quyết định sai

↓

Liệt kê những sai lầm quen thuộc

– Gồng lỗ

– All in

– Sử dụng đòn bẩy

– Nhảy liên tục giữa các cơ hội

↓

Xây dựng tuyển bài học số 2

GIÁ TRỊ THỰC SỰ CỦA LỢI NHUẬN

↓

Dùng hình ảnh đời thực cực dễ dàng cảm

Tiêu tiền của cha mẹ

↓

Tự kiểm tiền ngoài xã hội

↓

Hiểu giá trị đồng tiền

↓

Kéo phép so sánh sang thị trường chứng khoán

Bull Market

→ lợi nhuận quá dễ

→ mất sự trân trọng

→ chệch quan

↓

Biến lợi nhuận dần dần thành cái bẫy tâm lý

Mua gì cũng thủng

↓

Không còn quyn trị ròi ro

↓

Không còn tôn trọng vn

↓

Không còn phòng th

↓

Tạo điểm bùng phát cảm xúc

Cho đến khi thị trường đi chi

↓

Mọi sai lầm tích lũy trong giai đoạn hưng phấn

↓

Đng loạt quay lại đòi nợ

↓

Không tập trung vào giá c phi

Mà tập trung vào sự trung thành của nhà đầu tư

↓

Downtrend dạy

– Bn ch t thị trường

– Quyn trị ròi ro

– Sự khiêm t

- Chấp nhận thất bại

- Giá trị của lợi nhuận

↓

Tạo vòng lặp chu kỳ cực mạnh

Không học được bài học của Downtrend

↓

Uptrend quay lại

↓

Kiểm được tiền lãi nữa

↓

Lặp lại sai lầm cũ

↓

Mất tiền lãi nữa

↓

Kết bằng một triết lý ngớ ngẩn và đắt giá

Kiểm được tiền

→ là kỹ năng

↓

Giữ được tiền

→ mới là trí tuệ

□ FORMAT NÀY CỰC MẠNH CHO:

Tâm lý nhà đầu tư

Quản trị rủi ro

Hành trình trưởng thành trên thị trường

Storytelling đầu tư

Bài học sau thua lỗ

Content chu kỳ Bull – Bear

Triết lý tài chính cá nhân

□ NÓ HIỆU QUẢ VÌ:

- Không dạy đầu tư kiểu sách giáo khoa
- Không dùng nhiều thuật ngữ tài chính
- Không cần số liệu phức tạp
- Nhưng khiến người xem nhìn lại chính bản thân mình

□ CỐT LÕI KIỂU VIẾT NÀY:

- Không nói về cổ phiếu
- Không nói về lợi nhuận
- Mà nói về sự trưởng thành của nhà đầu tư

□ DNA CỦA PHONG CÁCH NÀY:

Bull Market

- tạo sự tự tin
- tạo sự chắp cánh
- tạo sai lầm

↓

Downtrend

- phơi bày sai lầm
- ép học bài học
- tạo trưởng thành

↓

Trưởng thành

- tồn tại lâu dài
- giữ được thành quả

↓

Tức là:

Không nhìn lợi nhuận trước

Mà nhìn năng lực t_{in} tại trước

□ ĐIỂM MẠNH NHẤT:

Người xem không cảm giác:

“đây là bài dạy đầu tư”

Mà cảm giác:

“đây là người đang giới thích vì sao mình mất t_{in} và phải trung thành.”

□ MUỐN NÂNG CẤP HƠN NỮA THÌ:

– Thêm ví dụ thực t_{in} từ các chu kỳ giảm mạnh

– Thêm câu chuyện mất t_{in} thật

– Tăng hình ảnh đời sống hơn nữa

(ví dụ: call margin, tài khoản âm sâu, mất ng_o, cắt lỗ)

– Giảm bớt các đoạn lặp từ “Downtrend dạy”

↓

Khi đó content sẽ:

– sâu hơn

– thật hơn

– đau hơn

– và rất giống những documentary tâm lý đầu tư hiện đại.

IPO – M_ot 20 Triệu Ch_o Vì

Chọn Sai App Chứng Khoán Phí R

Mất 20 Triệu Chỉ Vì Chọn Sai App Chứng Khoán.

Mình đã mất gần như toàn bộ số tiền mình dùng để đầu tư chứng khoán, không phải vì mình chọn sai công cụ, mà là vì mình chọn sai nơi để mở tài khoản chứng khoán.

→ Và đây là bài học đến từ trải nghiệm cá nhân của mình, mà mình đã học nó theo một cách đau đớn nhất có thể.

Cú Sốc Không Thể Quên.

Thực sự đó là một cú sốc mà mình không bao giờ quên cho đến tận bây giờ.

– Mình vẫn nhớ mãi, đó là thời điểm khi mình mới học năm 2 đại học và mới tham gia thị trường chứng khoán.

– Mình nghĩ đơn giản là đầu tư thành công chỉ do việc mình chọn đúng công cụ hay sai công cụ mà thôi.

→ Vì vậy nên khi mình tìm hiểu để mở tài khoản giao dịch ở các công ty chứng khoán, suy nghĩ đầu tiên hiện lên trong đầu của mình là phải tìm một công ty chứng khoán có mức phí thật rẻ để tiết kiệm chi phí đầu tư.

Sai Lầm Chỉ Trong 5 Phút.

Vì vậy nên mình chỉ mất 5 phút để mở tài khoản ở một công ty chứng khoán, thời điểm đó có mức phí rất ưu đãi.

→ Nhưng mình không nghĩ rằng, 5 phút vội vàng đó sẽ khiến mình mất tới 20 triệu khi đầu tư chứng khoán sau này.

Khi Thị Trường Biến Động Mạnh.

Một buổi chiều khi mình đang ngồi trong lớp, thị trường xuất hiện một tin tức tiêu cực và biến động rất nhanh.

→ Công cụ mà mình theo dõi trong danh mục đang nắm giữ giảm rất mạnh và giảm rất nhanh.

→ Nó cứ rơi, rơi, rơi liên tục và mình quyết định sẽ bán ra để mức lỗ

thấp nhất có thể.

App Báo Lãi Liên Tục.

- Mình mở ứng dụng giao dịch ra, mình đăng nhập, hệ thống báo lãi.
- Mình chờ lại lần 2 vôn lãi, lần thứ 3 rồi lần thứ 4, thậm chí mình xóa cả app đi tải lại vôn không vào được.
- Trong khi bóng điện thì vôn đơ dờn dờn, Cổ phiếu thì vôn tiếp tục giảm.
- Đến khi mình vào được hệ thống thì mình đặt lệnh bán cổ phiếu cũng không bán được.
- Lệnh bị nghẽn, sau đó hệ thống báo lãi lệnh.

Bất Lực Nhìn Tài Khoản Bức Hơi.

Mình gần như chẳng biết nghĩ nhìn tài khoản của mình giảm từng phút một, một cách bất lực.

- Cảm giác lúc đó khó quên lắm các bạn ạ.
- Mình biết là cổ phiếu đang giảm, mình biết là mình phải làm gì, mình biết là mình phải bán cổ phiếu ra, nhưng mình không thể làm được gì bởi vì app không cho mình bán cổ phiếu.

Hậu Quả Của Việc Bỏ Lỡ Thời Điểm Vàng.

Khi hệ thống hoạt động lại bình thường thì giá cổ phiếu lúc đó đã tăng bên mua, giảm sàn rồi.

- Và hệ lụy lớn nhất mà nó để lại không phải là một phiên giao dịch giảm sàn.
- Mà là sau đó cổ phiếu tiếp tục giảm thêm vài phiên nữa.
- Cho đến khi mình chốt lỗ thì số tiền lỗ lên tới 20 triệu.
- Và hệ lụy đó đến từ việc mình đã lỡ thời điểm vàng để bán cổ phiếu trước khi nó giảm rất mạnh.

Khoản Lỗ Quá Lớn Với Một Sinh Viên.

Đó là một cú sốc với mình vì số tiền 20 triệu lỗ lúc đó là rất lớn.

- Mình đã nghĩ rằng thôi, lần này chốt lỗ xong sẽ rời bỏ thị trường, không đầu tư nữa.

- Vì đó ch^ả là m^ớy chục triệu đ^{ón} từ ti^{ền} ti^{ết} kiệm, ti^{ền} tích góp đi làm thêm và ti^{ền} b^ố mẹ cho.

→ Vì vậy nên thực sự đó là một cú s^{ốc} mà mình không bao giờ quên cho đ^{ón} tận bây giờ.

Sự H^{ối} Hận Muộn Màng.

Mình c^{ảm} th^{ấy} thực sự h^{ối} hận ch^ả vì 5 phút v^{ội} vàng khi chọn công ty chứng khoán và ứng dụng giao dịch, mà khi^{ên} mình m^{ất} đi một s^ố ti^{ền} lớn như vậy ^ở thời đi^ểm đó.

- Mình m^{ất} ăn, m^{ất} ng^ủ su^{ốt} m^ớy ngày.

- Sau đó mình suy nghĩ lại thì th^{ấy}, thà mình đâu có sai đâu.

- Mình đã chọn hành động đúng ^ở đúng thời đi^ểm vàng khi c^{òn} ph^{ải} bán c^ổt l^à ra.

→ Vậy là mình không sai, Mà thực ra là do app không cho mình bán nên mình mới thua l^à.

Gi^{ải} Quy^{ết} Từ G^{ốc} R^ễ V^ỏn Đ^á.

Th^ì nên mình quy^{ết} định x^ả lý và gi^{ải} quy^{ết} ngay từ g^{ốc} r^ễ v^ỏn đ^á, đó chính là thay đ^{ổi} sang một app khác.

- Khi thay đ^{ổi} app, mình không còn nghĩ đ^{ón} mức phí giao dịch r^ẻ nữa.

→ Mà lúc này mình ch^ỉ nghĩ đ^{ón} việc làm sao chọn một công ty uy tín và công ty đó ph^{ải} có r^{ất} nhi^{ều} khách hàng đang giao dịch.

B^{ởi} vì mình ch^ỉ nghĩ đơn gi^{ản} thôi.

→ Nhi^{ều} khách hàng giao dịch thì có nghĩa là hệ th^{ống} ph^{ải} chịu đ^{ược} một lượng lệnh r^{ất} lớn trong cùng một thời đi^ểm.

Đi^{ều} Quan Trọng Khi Chọn App Chứng Khoán.

B^{ởi} vì khi thị trường bi^{ến} động, các bạn mới bi^{ết} đ^{ược} ứng dụng giao dịch nào hoạt động trơn tru, ứng dụng đó không bị l^{ỗi}, không bị nghẽn lệnh.

→ Các công ty chứng khoán ngày càng đ^{ầu} tư cho hệ th^{ống} công nghệ c^ả họ đ^ể nhà đ^{ầu} tư không ph^{ải} chịu quá nhi^{ều} thiệt hại, hiện tượng app bị đ^ơ hay hệ th^{ống} bị nghẽn lệnh cũng ngày càng đ^{ược} c^{ải} thiện.

Lời Khuyên S^ố 3 Cho Người Mới.

Và trải nghiệm vừa rồi chính là lý do cho lời khuyên số 3 trong series 100 lời khuyên của Trung Thực dành cho người mới tham gia thị trường chứng khoán.

– Đó là hãy chọn đúng app giao dịch để giao dịch chứng khoán trước khi nghĩ đến chuyện chúng ta có thể kiếm tiền trên thị trường.

Ưu Tiên Sự Ổn Định Hơn Phí Rõ.

Theo quan điểm cá nhân của mình, một cách khách quan thì các bạn cứ chọn trong top 5 công ty chứng khoán lớn nhất.

→ Bất kỳ app nào cũng được, miễn là app đó hoạt động trơn tru, nhất là trong những lúc thị trường biến động.

Còn nếu khi thị trường biến động mà xảy ra hiện tượng nghẽn lệnh hay đơ app thì các bạn hãy bỏ app đó đi.

→ Đừng giao dịch bằng app đó nữa.

Bởi vì nó có thể khiến các bạn phải trả một cái giá rất đắt chỉ vì ham phí giao dịch rồi rồi thời điểm mở tài khoản.

□ TÓM LẠI CÔNG THỨC

Hook bằng một cú sốc cá nhân rất lớn.

↓

Tạo cảm giác: “một sai lầm rất nhỏ có thể khiến nhà đầu tư mất rất nhiều tiền.”

↓

Đập thủng vào một nghịch lý cực mạnh.

Chọn đúng công cụ phiêu. → Vốn mất tiền.

↓

Liên tục nhấn mạnh tính bất ngờ.

“không phải do công cụ phiêu.” “không phải do thị trường.” “mà do app giao dịch.”

↓

Nhét dữ kiện ngắn, mạnh, dễ gây sốc.

(20 triệu, năm 2 đại học, nghề lệnh, lòi app, giảm sàn.)

↓

Biên một lòi kỹ thuật thành phần ứng dây chuyển toàn hệ thống.

App lòi. → không đăng nhập được. → không đặt lệnh được. → mất thời điểm vàng. → cò phiếu giảm sàn. → tiếp tục giảm nhiều phiên. → tài khoản bở hơi 20 triệu.

↓

Liên tục kéo góc nhìn từ cá nhân.

→ Một lệnh bán.

↓

Sang hệ thống.

→ Năng lực công nghệ. Hệ thống giao dịch. Khả năng xử lý lệnh.

↓

Dùng trải nghiệm đau đớn để nâng độ nghiêm trọng của câu chuyện.

“Mình biết phải làm gì.” “Nhưng mình không thể làm gì.”

↓

Không phân tích kỹ thuật.

Mà kò cảm giác: “ngồi nhìn tài khoản giảm từng phút một.” “hoàn toàn bở lực.”

↓

Biên một sự cò giao dịch thành bài học đầu tư.

↓

Không bán cò phiếu trực tiếp.

Mà bán:

- tư duy quẩn trí rồi ro.
- lựa chọn hạ tầng giao dịch.
- tầm quan trọng của hệ thống.

– tiêu chí chọn công ty chứng khoán.

↓

Kết bằng một bài học rất thực tế.

“đừng ham phí giao dịch rồ.”

hoặc

“hãy chọn một app giao dịch để ổn định trước khi nghĩ tới chuyện kiếm tiền.”

□ **FORMAT NÀY CỰC MẠNH CHO:**

1. Storytelling đầu tư.
2. Bài học chứng khoán cá nhân.
3. Series 100 lời khuyên.
4. Content người mới tham gia thị trường.
5. Trải nghiệm thua lỗ thực tiễn.
6. Case study đầu tư.
7. Content tài chính mang tính giáo dục.

□ **NÓ HIỆU QUẢ VÌ:**

- Không dạy lý thuyết.
- Không nói kiến thức khô khan.
- Không cần thuật ngữ chuyên môn.
- Nhưng khiến người xem cảm thấy: “một chi tiết rất nhỏ cũng có thể quyết định kết quả đầu tư.”

□ **CÁC LỖI KIẾU VIẾT NÀY:**

- Không kể về cảm xúc.
- Không kể về lợi nhuận.
- Mà kể về sai lầm mà đa số người mới đầu có thể mắc phải.

□ **DNA CỦA PHONG CÁCH NÀY:**

Ham phí r.

→ chọn sai app.

→ app l.

→ không thoát hàng.

→ m t t n.

→ rút ra bài học.

→ thay đổi tư duy đầu tư.

Tức là: không nhìn vào c phi u trước mà nhìn vào n n t ng giao dịch trước.

ĐI M MẠNH NH T:

Người xem không c m giác: “đây là video dạy chứng khoán.”

Mà c m giác: “đây là người vừa k lại một bài học r t đ t giá.”

MU N N ÂNG C P HƠN NỮA THÌ:

– Gi m bớt các đoạn lặp c m xúc.

– Tăng thêm chi t t t thời gian thực.

– Tăng thêm áp lực trong lúc c phi u gi m.

– Thêm hình nh b ng điện, lệnh l i, tài kho n đ .

– Thêm các m c thiệt hại cụ th .

↓

Khi đó content sẽ:

– thật hơn.

– căng hơn.

– cu n hơn.

– và r t gi ng storytelling tài chính thực chi n hiện đại.

IPO – Trước Khi Mua Cổ Phiếu IPO, Hãy Hiểu Điều Đây

IPO Là Gì?

Trước khi mua cổ phiếu IPO, các bạn cần biết điều này.

→ Đạo gợn đây trên thị trường, điển hình như LPBS và chuỗi Điện Máy Xanh đang rục rịch IPO, vậy IPO là gì mà lại được thị trường quan tâm nhiều đến như vậy?

Khái Niệm IPO

IPO là viết tắt của Initial Public Offering, tức là phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng.

→ Hiểu đơn giản, đây là lần đầu doanh nghiệp bán cổ phần cho các nhà đầu tư bên ngoài để huy động vốn phát triển.

Điều Kiện Để IPO

Nhưng không phải doanh nghiệp nào cũng có thể IPO.

→ Thông thường, doanh nghiệp phải có quy mô vốn nhất định, có hoạt động kinh doanh ổn định, có lợi nhuận và phải có kế hoạch sử dụng vốn rõ ràng.

Doanh Nghiệp Được Gì Từ IPO?

– Thứ nhất là huy động được nguồn vốn lớn để mở rộng hoạt động kinh doanh.

– Thứ hai là nâng cao uy tín và độ nhận diện thương hiệu trên thị trường.

– Thứ ba là dễ dàng thu hút các nhà đầu tư, đối tác và nhân sự chất lượng cao.

Áp Lực Khi IPO

Tuy nhiên, khi IPO thì sẽ đi kèm với không ít áp lực.

– Doanh nghiệp phải công khai thông tin tài chính, chịu sự giám sát chặt chẽ từ phía các cổ đông và cơ quan quản lý.

– Và khi doanh nghiệp muốn phát hành thêm cổ phiếu để huy động vốn, thì tỷ lệ sở hữu của các cổ đông hiện tại sẽ bị giảm xuống, hay còn gọi là bị pha loãng cổ phần.

IPO Là Cột Mốc Chuyển Mình

Vì vậy, IPO không chỉ là một đợt huy động vốn, mà còn là một cột mốc đánh dấu bước chuyển mình của doanh nghiệp.

Câu Hỏi Thảo Luận

Các bạn có suy nghĩ như thế nào về làn sóng IPO đang quay trở lại trên thị trường?

Hãy bình luận cho mình biết với nha!.

□ TÓM LẠI CÔNG THỨC

Hook bằng một câu hỏi cực gần với nhà đầu tư.

↓

Đánh thẳng vào hành vi phổ biến trên thị trường.

→ “Mua IPO vì nghĩ sẽ tăng mạnh.”

↓

Giới thích một khái niệm tài chính rất cơ bản.

→ IPO là gì.

↓

Liên tục kéo người xem từ kiến thức → thực tế doanh nghiệp. “IPO không chỉ là bán cổ phiếu.”

↓

Nhấn mạnh đây là một cột mốc quan trọng: Doanh nghiệp bước sang giai đoạn mới.

↓

Chia lợi ích thành từng tầng rất rõ.

Huy động vốn. → Mở rộng kinh doanh. → Nâng cao uy tín. → Thu hút nhà đầu tư. → Thu hút đối tác. → Thu hút nhân sự chất lượng cao.

↓

Tạo cảm giác IPO là một bước tiến lớn. Không phải một thủ tục đơn thuần.

↓

Sau đó đưa chi tiết câu chuyện: “Tuy nhiên...”

↓

Đưa vào mặt trái của IPO.

– Công khai tài chính.

– Bị giám sát chặt chẽ.

– Áp lực từ cổ đông.

– Áp lực từ cơ quan quản lý.

– Đưa thêm một khái niệm gây ảnh hưởng trực tiếp đến nhà đầu tư: Pha loãng cổ phần.

→ Biến IPO từ một sự kiện doanh nghiệp thành một vấn đề mà cổ đông phải quan tâm.

↓

Không phân tích định giá.

Không phân tích kỹ thuật.

Không phân tích học thuật.

→ Chỉ kể hành trình chuyển mình của doanh nghiệp.

→ Biến kiến thức tài chính thành một câu chuyện dễ hiểu.

↓

Không bán cổ phiếu IPO trực tiếp. Mà bán:

– Góc nhìn doanh nghiệp.

– Tư duy đầu tư.

– Hiểu bản chất IPO.

– Nhìn dài hạn hơn.

↓

Kết bằng một thông điệp trung lập: IPO là cột mốc chuyển mình của doanh nghiệp.

□ Format Này Cực Mạnh Cho:

1. Kiến thức chứng khoán cơ bản.
2. Giới thích thuật ngữ tài chính.
3. Content giáo dục nhà đầu tư mới.
4. Storytelling doanh nghiệp.
5. Content IPO.
6. Content cổ phiếu mới lên sàn.
7. Video tài chính nhập môn.

□ Nó Hiệu Quả Vì:

- Đơn giản hóa khái niệm phức tạp.
- Không dùng quá nhiều thuật ngữ.
- Không khiến người xem bị ngợp.
- Nhưng vẫn tạo cảm giác hiểu sâu hơn thị trường.

□ Cốt Lõi Kiểu Viết Này:

- Không dạy định nghĩa.
- Không đọc sách giáo khoa.
- Mà giới thích vì sao sự việc đó quan trọng với nhà đầu tư.

□ DNA Của Phong Cách Này:

IPO.

- Huy động vốn.
- Mở rộng doanh nghiệp.
- Tăng quy mô.
- Tăng áp lực quản trị.
- Tăng trách nhiệm với cổ đông.

→ Tạo ra cơ hội và rủi ro mới.

Tức là: Không nhìn IPO như một sự kiện niêm yết mà nhìn IPO như một bước chuyển đổi của doanh nghiệp.

□ Điểm Mạnh Nhất:

- Người xem không cảm giác: “Đây là video học thuật.”
- Mà cảm giác: “Giờ mình đã hiểu vì sao IPO lại quan trọng.”

□ Muốn Nâng Cấp Hơn Nữa Thì:

- Thêm ví dụ IPO nổi tiếng.
- Thêm câu chuyện doanh nghiệp thực tế.
- Thêm góc nhìn cổ đông hiện hữu.
- Thêm góc nhìn nhà đầu tư mới.
- Thêm các chi tiết cụ thể về vốn, tăng trưởng và kế hoạch sử dụng tiền.

↓

Khi đó content sẽ:

- thực tế hơn.
- dễ nhớ hơn.
- thuyết phục hơn.
- và rất giống các video giới thích tài chính hiện đại.

IPO – Đừng Nhầm Lẫn: Thị Trường Định Giá Cổ Phiếu,

Doanh Nghiệp Tạo Ra Giá Trị Thực

Phân biệt cổ phiếu tốt và doanh nghiệp tốt

Một cổ phiếu tốt và một doanh nghiệp tốt khác nhau như thế nào, một cổ phiếu tốt là một cổ phiếu tăng giá, mang lại lợi nhuận cho nhà đầu tư.

Doanh nghiệp tốt

Còn một doanh nghiệp tốt là một doanh nghiệp doanh thu lợi nhuận tăng trưởng, có lợi thế cạnh tranh rõ ràng, ban lãnh đạo không bóp cổ đông, có dòng tiền tốt, vay nợ hợp lý, v.v, có rất nhiều yếu tố để xác định một doanh nghiệp tốt.

Khó và dễ

Tìm một doanh nghiệp tốt thì khó, nhưng tìm một cổ phiếu tốt thì dễ.

Giá cổ và giá trị

Giá cổ và giá trị là hai khái niệm khác nhau hoàn toàn, nhưng nhà đầu tư rất dễ bị đánh tráo khái niệm.

Sự thay đổi theo thị trường

Một cổ phiếu tốt sẽ không còn tốt nữa khi mà nó ngừng tăng giá, còn một doanh nghiệp tốt khi nó giảm giá thì giá trị của doanh nghiệp nó vẫn thế, nhưng giá cổ thì lại tốt hơn rất là nhiều.

Chúc anh chị đầu tư thành công.

☐ TÓM LẠI CÔNG THỨC

Hook bằng một sự nhầm lẫn cốt lõi giữa giá và giá trị

↓

Tạo cảm giác: “nhà đầu tư đang hiểu sai bản chất thị trường ngay từ đầu”

↓

Đập thủng vào một phân biệt nền tảng cực quan trọng

(cổ phiếu là giá giao dịch → doanh nghiệp là giá trị nội tại)

↓

Liên tục nhìn mạnh tính dỏ bị đánh tráo khái niệm

“rất nhiều người nhòm”, “nghĩ rằng giông nhau”, “nhưng thực ra khác hoàn toàn”

↓

Nhét dữ kiện ngắn, mạnh, mang tính tư duy

(thị trường, giá cổ phiếu, lợi nhuận, tăng trưởng, dòng tiền, định giá...)

↓

Biến một vốn dĩ tài chính thành phần ứng nhận thức sai lệch hệ thống

Cổ phiếu tốt

→ tăng giá

→ được xem là tốt

→ nhưng bản chất có thể không thay đổi

→ doanh nghiệp vốn vậy

→ chi giá biến động

↓

Liên tục kéo góc nhìn giữa thị trường ngắn hạn và doanh nghiệp dài hạn

↓

Dùng thị trường để làm nổi bật sự lệch pha giữa giá và giá trị

– “giá có thể biến động từng ngày”

– “doanh nghiệp chỉ thay đổi theo nền tảng nội tại”

↓

Không phân tích học thuật

Mà kể cảm giác: “rất nhiều người đang đầu tư dựa trên giá mà thực ra là giá trị”

↓

Biến kiến thức tài chính thành nhận thức sai lầm phổ biến của đám đông

↓

Không bán cổ phiếu trực tiếp, mà bán:

- tư duy phân biệt giá cổ phiếu và giá trị doanh nghiệp
- góc nhìn doanh nghiệp
- tư duy đầu tư dài hạn
- khả năng không bị thị trường dòn dẹt

↓

Kết bằng cảm giác: “cổ phiếu tốt không phải là thứ tăng giá, mà là thứ doanh nghiệp tốt bị định giá lại.”

hoặc “doanh nghiệp tốt không phụ thuộc vào biến động ngắn hạn của giá.”

☐ Format này cực mạnh cho:

1. Content tư duy đầu tư
2. Phân biệt giá và giá trị
3. Giá trị doanh nghiệp
4. Sai lầm nhà đầu tư cá nhân
5. Content giáo dục tài chính
6. Video giải thích thị trường cơ bản
7. Content mindset dài hạn

☐ Nó hiệu quả vì:

- đánh thẳng vào ngộ nhận phổ biến

- đơn giản nhưng dè “vỡ nhận thức”
- không cần số liệu phức tạp
- nhưng tạo cảm giác “mình đang hiểu sai lâu nay”

□ **Cốt lõi kiểu viết này:**

- không nói về phiêu tăng giá
- mà nói cách con người đang hiểu sai thị trường

□ **DNA của phong cách này:**

Cảm phiêu tăng giá

- được coi là tốt
- doanh nghiệp bị bỏ qua
- giá bị nhảm thành giá trị
- quyết định đầu tư sai lệch
- kết quả là chạy theo thị trường

□ **Điểm mạnh nhất:**

Người xem không cảm giác: “đây là bài học tài chính”

mà cảm giác: “đây là cách mình đã hiểu sai bấy lâu nay”

□ **Muốn nâng cấp hơn nữa thì:**

- thêm ví dụ doanh nghiệp cụ thể
- thêm case cảm phiêu tăng mạnh nhưng nền tảng yếu
- thêm case doanh nghiệp tốt nhưng bị định giá thấp
- tăng đối lập giữa “giá vs giá trị” rõ hơn

↓

Khi đó content sẽ:

- súc hơn
- dễ viral hơn
- và tạo hiệu ứng “bị nhận thức” mạnh hơn

IPO – Meaning, Moat, Management Và Margin Of Safety: Bộ Lọc Chọn Cổ Phiếu Chất Lượng

Finthal Và Phương Pháp 4M

Finthal được biết đến là một nhà đầu tư, nhà quản lý quỹ, diễn giả và chuyên gia marketing vô cùng thành công: Trên các trang cá nhân như LinkedIn hay YouTube, ông luôn truyền cảm hứng mạnh mẽ đến các nhà đầu tư cá nhân tại Mỹ.

Thông điệp lớn nhất của ông là chúng ta hoàn toàn có thể tự đầu tư hiệu quả mà không cần phụ thuộc vào các quỹ tài chính đắt đỏ.

Tại Việt Nam, tên tuổi của ông gắn liền với cuốn sách gối đầu giường của nhiều nhà đầu tư, Payback Time, Ngày Đòi Nợ.

Ngay sau đây, chúng ta sẽ cùng khám phá chi tiết cách lọc cổ phiếu theo phương pháp 4M của ông.

1.

Meaning, Ngành Nghề Phải Dành Hiệu

Chữ M đầu tiên chính là Meaning, nghĩa là ngành nghề đó phải có ý nghĩa và dành hiệu quả với bạn: yêu chí này khá tương đồng với nguyên lý của Warren Buffett, nhà đầu tư chỉ nên tập trung vào những doanh nghiệp nằm trong vòng tròn năng lực của mình.

Vòng tròn năng lực là gì, hãy hình dung nó gồm hai phần vùng.

– Phần lõi trung tâm là những gì bạn thực sự thấu hiểu, nó đến từ kinh nghiệm cá nhân, kỹ năng, chuyên môn hoặc những đam mê mà bạn dành nhiều thời gian nghiên cứu hằng ngày.

– Vòng bên ngoài là những lĩnh vực bạn biết nhưng chưa hiểu rõ, và

rộng hơn nữa là thế giới vô định, nơi chứa đựng những thứ bạn thậm chí còn không biết là mình không biết.

Hãy nhìn vào danh mục của Warren Buffett.

– Ở vùng lõi thế đầu hiểu, ông chọn Coca-Cola hay các công ty bảo hiểm như GEICO, những mảng kinh doanh ông đã nắm lòng suốt hàng chục năm qua.

– Ở vòng thứ hai, lĩnh vực công nghệ, ông biết mình không quá am hiểu nên đã né tránh các cổ phiếu như Microsoft, Google hay Facebook suốt một thời gian dài, mãi đến những năm gần đây, khi đội ngũ cộng sự lớn mạnh, ông mới bắt đầu phân bổ vốn vào Apple.

– Còn ở vòng ngoài cùng, những công nghệ mới như Blockchain hay Crypto là thứ ông thừa nhận mình không hiểu rõ.

Dù có quan điểm khá thận trọng và tiêu cực với thị trường này, nhưng rõ ràng đây vốn là những mảng đang tăng trưởng mạnh mẽ của thế giới mà ông lựa chọn đứng ngoài.

Cách Xác Định Meaning

Làm thế nào để bạn tìm thấy vòng tròn năng lực của riêng mình: Finthal gợi ý, bạn hãy xác định chữ Meaning dựa trên sự giao thoa của 3 yếu tố sau.

– Đầu tiên là đam mê, hãy tìm những doanh nghiệp thuộc lĩnh vực bạn yêu thích.

→ Ví dụ, nếu bạn mê du lịch, hãy chú ý đến ngành hàng không, khách sạn hay dịch vụ lữ hành.

→ Nếu bạn đam mê âm nhạc, điện ảnh hay sách truyện, việc nghiên cứu các công ty trong ngành này sẽ không còn nhàm chán.

→ Chính sự đam mê sẽ giúp bạn đào sâu nghiên cứu như một khách hàng thực thụ và có được những góc nhìn nhạy bén hơn đám đông.

– Thứ hai là tài năng, đây là những lĩnh vực bạn giỏi nhất.

→ Chẳng hạn, nếu bạn là một kỹ toán viên hoặc kỹ sư xây dựng trong ngành bất động sản, bạn sẽ có lợi thế vượt trội so với các nhà đầu tư khác.

→ Bạn dễ dàng đọc vị bảng cân đối kế toán, biết doanh nghiệp có đang giàu tiền, giàu tài sản hay có dự án nào tiềm ẩn rủi ro hay không.

– Thứ ba là chi tiêu.

→ Hãy quan sát dòng tiền hàng ngày của bạn, những sản phẩm, dịch vụ nào bạn đang trả tiền mua mỗi ngày, từ tiền điện, tiền nước cho đến các nhu yếu phẩm.

→ Ví dụ thực tế tại Việt Nam, rất nhiều người đang là khách hàng trong hệ sinh thái của Vingroup.

→ Nếu bạn ở nhà Vinhomes, đi xe VinFast, mua sắm ở WinMart hay khám bệnh ở Vinmec, bạn chính là người thực tế nhất để đánh giá chất lượng dịch vụ của họ tốt hay xấu.

Tóm lại, việc kết hợp giữa đam mê, tài năng và chi tiêu sẽ giúp bạn định hình rõ nét chữ M đầu tiên, Meaning: từ đó, bạn sẽ sàng lọc được những doanh nghiệp quen thuộc, tiềm năng và nằm trọn trong tầm hiểu biết của mình.

2.

Moat, Con Hào Kinh Tế

– Chữ M thứ hai chính là Moat, nghĩa là con hào.

– Bạn hãy hình dung doanh nghiệp của mình giống như một tòa lâu đài: tòa lâu đài đó càng có những con hào sâu và rộng bao vệ bao quanh thì càng kiên cố trước mọi sự xâm nhập của các đối thủ cạnh tranh.

→ Một con hào vững chắc sẽ giúp bao vệ khách hàng, giữ vững biên lợi nhuận và thúc đẩy doanh nghiệp tăng trưởng dài hạn.

– Lợi thế cạnh tranh của một doanh nghiệp có thể được cấu thành từ rất nhiều yếu tố: đây không phải là một môn khoa học chính xác mà là tập hợp của những giá trị vô hình.

– Trong cuốn sách của mình, Finthal đã gợi ý 5 lợi thế định tính cốt lõi.

→ **Nhãn Hiệu:** đó là những sản phẩm, dịch vụ đã xây dựng được uy tín lớn qua nhiều năm, khi nhìn thấy thương hiệu này, khách hàng sẵn sàng xuống tiền ngay mà không cần đo xem đây là công ty nào hay chất lượng ra sao. Tại Việt Nam, những ví dụ điển hình có thể kể đến như Vinamilk, Vietcombank, THACO hay Thế Giới Di Động.

→ **Bí Quyết:** lợi thế này đến từ các bằng sáng chế, bí mật công nghệ hoặc độc quyền trong y tế và kinh doanh, những yếu tố này tạo nên một rào cản rất lớn cho đối thủ, tiêu biểu như FPT hay các công ty dược phẩm đầu ngành.

→ **Phí Sử Dụng:** đây là các doanh nghiệp có khả năng kiểm soát thị trường và thu phí từ người dùng nhờ sở hữu kho dữ liệu khổng lồ, hãy nhìn vào Facebook, Google khi họ thu phí quảng cáo và cung cấp các dịch vụ gia tăng như Gmail, Google Pay, hoặc các doanh nghiệp hạ tầng viễn thông, những bên trực tiếp thu phí sử dụng Internet, điện, nước hàng tháng của bạn.

→ **Chi Phí Chuyển Đổi:** khi sản phẩm, dịch vụ đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hay vận hành doanh nghiệp, và chi phí để chuyển sang một nhà cung cấp khác là quá đắt đỏ, doanh nghiệp đó sẽ nắm lợi thế cực lớn, đổi thế sẽ rất dễ dàng vì phải bỏ ra nguồn ngân sách khổng lồ cho marketing chi để thuyết phục và thay đổi thói quen người dùng, các ví dụ rõ nhất là dịch vụ cho thuê nhà, môi giới chứng khoán hay các mạng viễn thông lớn.

→ **Chi Phí Thấp:** nhờ tối ưu hóa hoạt động, doanh nghiệp có thể sản xuất với chi phí cực thấp để cạnh tranh về giá trên thị trường, chúng hạn như Hòa Phát trong ngành thép, Vietjet Air trong ngành hàng không, hay sự xuất hiện của Grab tại Việt Nam, cái tên từng làm đảo lộn mô hình và giá cả của các hãng taxi truyền thống.

Hay học cách chọn con hào của Warren Buffett.

– Ông đặc biệt yêu thích các doanh nghiệp có thương hiệu lớn mà ai cũng dùng như Coca-Cola, các ngân hàng khổng lồ như Wells Fargo, hay gần đây là Apple, một công ty công nghệ sở hữu hệ sinh thái sản phẩm có sức hút trên toàn cầu.

5 Cách Sử Dụng Định Lượng Đánh Giá Moat

– Để đánh giá con hào Moat một cách chính xác, Fintel cũng đưa ra 5 cách sử dụng định lượng tài chính tối thiểu bao gồm.

→ ROIC, lợi nhuận trên vốn đầu tư, đạt ít nhất 20% và duy trì bền vững qua nhiều năm.

→ Tăng trưởng vốn cho sở hữu, tối thiểu đạt 10% một năm theo tăng trưởng kép.

→ Tăng trưởng lợi nhuận thuần, tối thiểu đạt 10% một năm.

→ Dòng tiền từ hoạt động kinh doanh phải xấp xỉ lợi nhuận và ổn định nhiều năm.

→ Nợ vay ròng không vượt quá 3 lần lợi nhuận sau thuế.

3.

M thứ ba là Management, tức ban lãnh đạo.

– Finthal cho rằng những doanh nghiệp tốt thường được dẫn dắt bởi những nhà quản lý xuất sắc: từ khi họ sở hữu những lợi thế đặc biệt, độc quyền về được phẩm hay công nghệ, mà chỉ một vài thành viên cốt cán mới có đủ năng lực và hiểu biết để nắm giữ.

– Họ phải là những người có tầm nhìn sâu sắc và am hiểu thị trường đến mức khó có ai thay thế được.

4.

Margin Of Safety, Biên An Toàn

– Tiêu chí thứ tư trong bộ nguyên tắc 4M chính là Margin of Safety, biên an toàn: Finthal khuyên chúng ta chỉ nên gửi ngân vào các doanh nghiệp khi giá thị trường thấp hơn giá trị thực tế của chúng một khoảng an toàn.

→ Phương pháp cốt lõi này được ông kế thừa sâu sắc từ hai huyền thoại Benjamin Graham và Warren Buffett.

→ Mục tiêu cốt lõi là luôn tìm mua những doanh nghiệp tuyệt vời nhưng với một mức giá hời.

→ Chiến lược của Finthal là kiên nhẫn chờ đợi cho đến khi giá của cổ phiếu mục tiêu giảm sâu, khoảng 25% trở lên so với giá trị thực mà ông định giá rồi mới bắt đầu gom mua.

→ Thậm chí khi giá càng giảm, ông lại càng tiếp tục mua vào.

→ Tư duy này hoàn toàn khác biệt với trường phái CANSLIM: nếu CANSLIM chỉ ưu tiên mua khi thị trường chung đang trong xu hướng tăng rõ rệt và chọn những cổ phiếu đang trên đà bứt phá về giá, thì Finthal lại chọn cách mua những cổ phiếu tốt ở vùng giá hợp lý, đặc biệt là khi thị trường đang hoảng loạn hay sụt giảm mạnh.

Ông cũng đưa ra một lời khuyên đáng chú ý, đặt mức P/E tối đa cho mình

– Ví dụ, P/E về mức dưới 10, bạn nên mạnh dạn mua và gửi ngân nhiều.

– Ngược lại, P/E leo cao vượt ngưỡng 20, bạn cần cực kỳ thận trọng trong các quyết định mua mới, đồng thời nên cân nhắc việc chốt lời từng phần để bảo toàn lợi nhuận.

Để làm được điều này, Finthal đặc biệt nhấn mạnh vào sự kiên nhẫn.

– Nhà đầu tư có thể phải chờ đợi 1 năm, 2 năm, 3 năm hoặc thậm chí lâu

hơn nữa để chứng kiến một đợt sụp đổ của thị trường, nơi các doanh nghiệp xuất sắc lộ diện với mức P/E cực kỳ rẻ để thu mua.

– Dù vậy, việc ngời yên chờ đợi cơ hội lớn này trên thực tế lại là điều không hề dễ dàng đối với tâm lý số đông.

Đánh Giá Mô Hình 4M

Hãy cùng nhìn lại toàn bộ mô hình 4M này.

– Ưu điểm, đây là một phương pháp cực kỳ dễ hiểu và dễ nhớ.

– 4 chữ M giúp chúng ta nhanh chóng có được một bức tranh tổng thể để đánh giá sơ bộ và sàng lọc ra danh mục những cổ phiếu tiềm năng nhất trước khi đi sâu vào chi tiết.

– Nhược điểm, mô hình này vẫn còn bỏ sót các yếu tố định giá và phân tích báo cáo tài chính chuyên sâu: nếu chỉ dựa hoàn toàn vào các bộ lọc định tính của 4M mà vội vàng xuống tiền thì đôi khi vẫn khiến chúng ta cảm thấy lo ngại.

– Bên cạnh đó, việc quá cứng nhắc với tiêu chí chọn cổ phiếu có P/E thấp có thể làm chúng ta vô tình bỏ lỡ những siêu cổ phiếu tăng trưởng nhanh: điển hình là các doanh nghiệp dù có P/E hiện tại khá cao nhưng doanh thu và lợi nhuận của chúng lại bứt phá vô cùng mạnh mẽ trong tương lai.

Bạn nghĩ như thế nào về phương pháp 4M của Finthal.

→ Hãy để lại ý kiến của mình bằng cách bình luận ngay dưới video này nhé!.

📌 TÓM LẠI CÔNG THỨC

Hook bằng chỉ để đầu tư quen thuộc với số đông.

↓

Đưa ra một vấn đề mà nhà đầu tư nào cũng gặp.

↓

Biện vấn đề đó thành một câu hỏi lớn.

“Tại sao có người tích sản rất lâu nhưng tài sản tăng chậm.”

↓

Đưa ra một góc nhìn ngược lại với suy nghĩ phổ biến: không phải mua

thật nhiều công phiêu, mà là chọn đúng ngành.

↓

Giới thiệu framework cực kỳ đơn giản.

Ngân hàng. → Bán lẻ. → Công nghệ.

↓

Liên tục nhìn mạnh tính dài hạn.

– “Tích sản.”

– “10 năm.”

– “20 năm.”

– “Tăng trưởng bền vững.”

↓

Nhét các động lực tăng trưởng dài hạn.

Ngân hàng.

→ tín dụng tăng.

→ nền kinh tế mở rộng.

→ lợi nhuận tăng.

↓

Bán lẻ.

→ thu nhập tăng.

→ tiêu dùng tăng.

→ doanh thu tăng.

↓

Công nghệ.

→ chuyển đổi số.

→ AI.

→ phần mềm.

→ năng suất tăng.

↓

Biến từng ngành thành một cỗ máy tạo tài sản.

Ngân hàng.

→ hưởng lợi từ tăng trưởng kinh tế.

↓

Bán lẻ.

→ hưởng lợi từ sức mua.

↓

Công nghệ.

→ hưởng lợi từ xu hướng toàn cầu.

↓

Liên tục kéo góc nhìn từ doanh nghiệp. → Đơn ngành. → Đơn nền kinh tế. → Đơn các xu hướng dài hạn.

↓

Không phân tích từng cỗ máy, mà phân tích nơi dòng tiền và lợi nhuận có khả năng tập trung trong nhiều năm tới.

↓

Biến lựa chọn ngành nghề thành lợi thế đầu tư.

↓

Không bán một mã cổ phiếu cụ thể.

Mà bán:

- tư duy tích sản.
- tư duy chọn ngành.
- tư duy dài hạn.
- tư duy tăng trưởng.

↓

Kết bằng cảm giác: “Không phải ngành nào cũng tạo ra tài sản như nhau.”

hoặc “Tích sản hiệu quả bắt đầu từ việc đứng đúng nơi dòng tiền sẽ chảy tới.”

□ FORMAT NÀY CỰC MẠNH CHO:

1. Content lựa chọn ngành.
2. Content tích sản cá phiêu.
3. Content đầu tư dài hạn.
4. Storytelling doanh nghiệp.
5. Content tăng trưởng kinh tế.
6. Documentary đầu tư.
7. Content phân bổ danh mục.

□ NÓ HIỆU QUẢ VÌ:

- Không bắt đầu từ mã cá phiêu.
- Không bắt đầu từ giá cá phiêu.
- Không cần dự báo ngắn hạn.
- Nhưng khiến người xem cảm thấy: “mình đang nhìn thấy nơi tài sản được tạo ra.”

□ CỐT LÕI KIỂU VIẾT NÀY:

- Không kể doanh nghiệp trước.
- Không kể cá phiêu trước.
- Mà kể động lực tăng trưởng của ngành trước.

□ DNA CỦA PHONG CÁCH NÀY:

Tăng trưởng kinh tế.

→ tăng tín dụng.

→ tăng tiêu dùng.

- tăng chuyển đổi s.
- tăng lợi nhuận doanh nghiệp.
- tăng giá trị cđ đông.

Tức là: không nhìn cđ phiêu trước, mà nhìn động cơ tăng trưởng cđa nđn kinh tđ trước.

▣ ĐIỂM MẠNH NHẬT:

Người xem không cảm giác: “đây là video khuyến nghị cđ phiêu.”

Mà cảm giác: “đây là người đang giới thích tài sđn được tạo ra ở đâu.”

▣ MUỐN NÂNG CẤP HƠN NỮA THÌ:

- Tăng thêm dữ liệu ngành.
- Tăng thêm ví dụ doanh nghiệp thực tđ.
- Tăng thêm các chu kỳ kinh tđ.
- Tăng thêm các xu hướng dài hạn.
- Tăng thêm các case study thành công.

↓

Khi đó content sẽ:

- thuyết phục hơn.
- logic hơn.
- có chiều sâu hơn.
- và rất giống documentary đầu tư tăng trưởng hiện đại.

IPO – Chén Thánh Đầu Tư Có

Thật, Nhưng Chẳng Dành Cho Người Trong Cuộc.

Định Kiến Về Chén Thánh Đầu Tư.

Nó mà đánh đầu thông đó thì h, nó kêu họ hàng nhà nó mua hết rồi, nó đánh nó làm giàu trước rồi chứ ờ đó mà tới lượt mày mà mày nghe lời nó, tội nó chẳng toàn là lừa gà thôi, nghe tao đi.

Quen không.

Mang Về Một Huy Hiệu Thoại Wall Street.

Hôm nay tôi sẽ mang tầm mắt cho các ông về chén thánh mà đ Warren Buffett còn phải gọi bằng cụ luôn nha, nó gì, nó kiếm được tiền thì nó ôm một mình hết chứ nó chia làm gì.

Ờ đúng rồi, người ta đâu chia đâu, người ta mà nguyên một cái quỹ bị chà bá thôi à, cái quỹ này quản lý hàng tỷ đô và cái lợi nhuận nó mang về một cách kinh khủng đ mức mà nó trở thành huyền thoại của Wall Street luôn á.

Jim Simons Và Medallion Fund.

Và không ai khác đó chính là huyền thoại Jim Simons, cha đẻ của Medallion Fund, ông này được mệnh danh là chén thánh bởi vì ông chưa bao giờ thua lỗ trên thị trường.

Và ông đánh thua hoàn toàn bằng toán học nha, kinh khủng nha, đúng rồi đó, ông nào nói học cho làm vào rồi cũng bị úp bô đâu.

Cách Kiếm Tiền Của Medallion Fund.

Đặc điểm của cái quỹ này đó là họ không kiếm tiền bằng những câu hỏi như là, ờ ngày mai thị trường nó tăng hay là nó giảm, của phiếu này nó có câu chuyện gì, hay là tin ra thì giá có chạy hay là không.

Họ sử dụng thuật toán học, xác suất, thống kê, dữ liệu và những mô hình máy tính để tìm ra những mô hình cực kỳ nhỏ trên thị trường.

Thì người bình thường người ta hay kiểu vai đ vai, cái nôm, lá cờ, chữ K, bla bla, ông này đúng một công thức duy nhất thôi, nhìn dữ liệu để tìm xác suất.

Muốn Giàu Theo Quỹ này Có Được Không.

Thì nếu mà cái quỹ ông này nó thành thánh như vậy thì ai đầu tư vào quỹ của ông này cũng giàu h.

Ừ thì nó cũng không sai, nhưng mà quan trọng là bạn có vé để mà đầu tư vào hay là không.

Mọi người cần phải hiểu một kiến thức cơ bản đó là, một chiến lược đầu tư càng tốt thì chưa chắc là càng nhận nhiều tiền càng tốt.

Bởi vì nếu mà một cái quỹ quá lớn thì mọi lệnh mua bán của họ sẽ tác động ngược lại giá của thị trường.

Mọi người hiểu đơn giản là tôi mua một lệnh nó sẽ khác hoàn toàn với việc là tôi mua một trăm lệnh, và tôi mua một trăm lệnh nó sẽ hoàn toàn khác với việc là tôi mua một triệu lệnh.

Quỹ Đóng Cửa Với Nhà Đầu Tư Bên Ngoài.

Vì thế nên quỹ Medallion đã chính thức đóng, không nhận thêm vốn từ bên ngoài vào năm 1993.

Và đến năm 2005 thì quỹ đó hoàn tất việc mua lại hoàn toàn cổ phần của các nhà đầu tư bên ngoài, biến cái quỹ này trở thành câu lạc bộ đầu tư chỉ dành cho nhân viên và những người thân cận.

Ờ thì tính ra cái khúc này nó cũng giống như nó giàu thì nó kêu họ hàng nhà nó mua hết rồi chứ làm gì tới lượt mày.

Cũng đúng ha.

Bí Mật Không Ai Biết.

Và có một điểm đặc biệt đó là đến tận bây giờ vốn không ai biết được công thức thật sự của Jim Simons là gì.

Và dĩ nhiên là nó sẽ không phải là những cái RSI, MA20, MA50 như là chúng ta vốn hay xài rồi đó.

Sự Ra Đi Của Jim Simons.

Và ông cũng đã qua đời vào ngày 10 tháng 5 năm 2024, hưởng thọ 86 tuổi, nên là cái chén thánh đó nếu mà có thì gần như nó cũng đã được chôn sâu trong cái hầm của Renaissance rồi.

Những Con Số Chưa Có Thể Ngược Nhìn.

Người ngoài thì không biết được chính xác công thức, còn nhà đầu tư

thì lại không có vé đò mà bước chân vào.

Và phần còn lại chò là những con số huyền thoại mà giới Wall Street chò biết nhìn chứ không thò chạm tới.

Đúng là những cái có số thường không thuộc vò chúng ta.

Đập Tan Một Định Kiến.

Dĩ nhiên thì cái clip này sẽ đập tan hết những định kiến cũng như những lời khòng định cò của những nhà đòu tư đã và đang thua lỗ, đó là gì, đó là không có một phương pháp nào có thò thòng được thị trường.

Ừ thì nó đúng là như vậy nhưng không phải là không có, chòng qua là mình không đò tò đò mà với tới nó thôi.

Và tôi cũng vậy.

Lời Kết.

Và cảm ơn mọi người đã lòng nghe, nếu mọi người cảm thòy hay thì hãy like, share, follow video cò em nhé.

Và đặc biệt đó là nếu mọi người còn một người đòng hành trên con đường đòu tư tài chính chứng khoán thì đừng ngại vào inbox cò em nhé.

□ TÓM LẠI CÔNG THỨC

Hook Bằng Một Niò Tin Phò Biò Cò Sò Đông.

↓

Đò Ra Một Quan Đòim Mang Tính Mò Mai “Nếu Nó Giòi Thật Thì Nó Đã Giàu Một Mình Rồi.”

↓

Đòy Người Xem Vào Một Định Kiến Cực Mạnh “Không Ai Chia Kèo Thơm Cho Người Khác.”

↓

Đập Thòng Vào Một Trường Hợp Ngoại Lệ Huyền Thoại.

Jim Simons và Medallion Fund.

↓

Tạo Cảm Giác: “Có Một Thò Giới Đòu Tư Mà Sò Đông Không Bao Giờ Được

Bước Vào."

↓

Liên Tục Nhận Mạnh Tính Phi Thường.

– "Huyền Thoại."

– "Chén Thánh."

– "Wall Street."

– "Chưa Bao Giờ Thua Lũ."

↓

Dùng Một Nhân Vật Có Thật Để Phá Vỡ Niềm Tin Cũ: Không Ai Cũng Được Thị Trường.

↓

Nhưng Medallion Đã Làm Được.

↓

Không Đi Theo Con Đường Nhà Đầu Tư Thông Thường.

– Không Tin Tức.

– Không Câu Chuyện Doanh Nghiệp.

– Không Phân Tích Kỹ Thuật.

↓

Thay Bằng: Toán Học, Xác Suất, Thống Kê, Dữ Liệu, Máy Tính.

→ **Biến Thị Trường Chứng Khoán Thành Một Bài Toán.**

↓

Liên Tục Kéo Người Xem Từ Thế Giới Đầu Tư Cá Nhân Sang Thế Giới Đầu Tư Định Lượng.

Vai Đầu Vai. → Mô Hình Dữ Liệu. → Tạo Cảm Giác Không Cách Trình Độ Rất Lớn: "Không Phải Họ May Mắn." "Mà Họ Đang Chơi Một Trò Chơi Khác."

↓

Đưa Ra Một Nghịch Lý Cực Mạnh.

→ **Quý Càng Giỏi: Càng Không Muốn Nhận Thêm Tiền.**

↓

Dùng Logic Quy Mô Để Giải Thích.

→ **Tiền Quá Lớn. → Lệnh Quá Lớn. → Tác Động Giá Thị Trường. → Hiệu Quả Giảm Đi.**

↓

Biện Một Câu Chuyện Đầu Tư Thành Công Giác Khan Hiếm.

→ **Người Ngoài Muốn Vào. → Quý Không Cho Vào. → Người Có Vé.**

↓

Giữ Vé Cho Riêng Mình.

→

Liên Tục Nhận Mạnh Tính Độc Quyền.

Đóng Cửa Từ 1993.

→ **Mua Lại Toàn Bộ Vốn Bên Ngoài.**

→ **Chỉ Dành Cho Người Trong Cuộc.**

→ **Tạo Công Giác. “Thứ Tốt Nhất Luôn Thuộc Về Một Nhóm Rất Nhỏ.”**

↓

Đẩy Câu Chuyện Sang Màu Sắc Bí Ẩn.

– **Không Ai Biết Công Thức.**

– **Không Ai Biết Thuật Toán.**

– **Không Ai Biết Bí Mật Thật Sự.**

↓

Tạo Hình Ảnh Một Chén Thánh Bị Khóa Kín.

– **Dùng Sự Ra Đi Của Jim Simons Để Tăng Tính Huyền Thoại.**

– **Con Người Mất Đi, Bí Mật Ở Lại.**

↓

Chén Thánh Bị Chôn Sâu Trong Renaissance.

- Không Kẹt Bằng Lợi Nhuận.
- Không Kẹt Bằng Cờ Phiếu.
- Không Kẹt Bằng Khuyến Nghị Đầu Tư.

↓

Mà Kẹt Bằng Một Sự Thừa Nhận:

- “Có Những Thứ Thật Sự Tồn Tại.”
- “Nhưng Không Thuộc Về Chúng Ta.”

□ Format Này Cực Mạnh Cho:

1. Khuyến Thoại Đầu Tư.
2. Quỹ Đầu Tư Nổi Tiếng.
3. Documentary Tài Chính.
4. Storytelling Về Wall Street.
5. Nội Dung Đầu Tư Định Lượng.
6. Những Bí Mật Trong Giới Tài Chính.
7. Các Câu Chuyện Về Lợi Thế Cạnh Tranh.

□ Nó Hiệu Quả Vì:

- Đánh Vào Định Kiến Có Sản Của Sản Đông.
- Tạo Cảm Giác Đang Khám Phá Một Bí Mật.
- Không Dạy Kiến Thức Theo Kiểu Sách Giáo Khoa.
- Liên Tục Tăng Độ Khuyến Thoại Cho Nhân Vật.
- Khiến Người Xem Muốn Biết Điều Gì Khiến Họ Khác Biệt.

□ Cốt Lõi Kiểu Viết Này:

- Không Kẹt Về Thành Công.
- Không Khoe Lợi Nhuận.

– Mà K^h V^ì Một Lợi Th^u Mà Người Khác Không Có.

□ DNA C^ha Phong Cách Này:

Định K^hn S^ố Đông → Ngoại Lệ Huy^ện Thoại. → Lợi Th^u Bí Mật. → Sự Khan Hi^ệm. → Tính Độc Quy^ền. → Sự Ngưỡng Mộ. → Sự B^át Lực C^ha Người Ngoài.

□ Đi^ểm Mạnh Nh^{ất}:

Người Xem Không C^hm Giác: “Đây Là Video Dạy Đ^u Tư.”

Mà C^hm Giác: “Đây Là Câu Chuyện V^ề Những Người Đang Chơi Một Trò Chơi Mà Tôi Không Được Phép Tham Gia.”

□ Mu^{ốn} Nâng C^{ấp} Hơn Nữa Thì:

– Thêm Nhi^{ều} Con S^ố Lợi Nhuận Lịch S^ố.

– Tăng Các Chi Ti^{ết} V^ề Wall Street.

– Thêm Các Ví Dụ V^ề Quỹ Đón C^ha.

– Tăng C^hm Giác Bí Mật Và Độc Quy^ền.

– Gi^ữm Bớt Các Đoạn Gi^ữi Thích Lặp Ý.

↓

Khi Đó Content Sẽ:

– Bí ^{ết} Hơn.

– Đ^u Giá Hơn.

– Huy^ện Thoại Hơn.

– Và R^{ất} Gi^ững Documentary Tài Chính Cao C^{ấp}.

IPO – Đừng Mua C^ổ Phi^{ếu} N^{ếu} Chưa Bi^{ết} “Thuy^ện Trư^{ng}” Là

Ai

Đừng bao giờ mua một cổ phiếu nếu bạn chưa từng kiểm tra điều này, đó chính là cơ cấu cổ đông, có những doanh nghiệp nhìn báo cáo tài chính rất đẹp, doanh thu tăng, lợi nhuận lớn, ngành nghề nghe cũng hợp dãn, nhưng lại có một điều, giá cổ phiếu cứ ì ạch, thậm chí mua vào là chôn vùi, lý do đôi khi không nằm ở việc doanh nghiệp làm ăn kém, mà nằm ở chỗ cổ phiếu đó không có ai thật sự làm chủ cuộc chơi trên thị trường chứng khoán.

Một cổ phiếu muốn đi xa không chỉ cần câu chuyện kinh doanh hay, mà còn cần một cơ cấu cổ đông đủ chất lượng, nếu cổ phiếu trôi nổi ngoài thị trường quá nhiều, ai cũng có thể mua, ai cũng có thể bán, cổ đông lớn không rõ ràng, ban lãnh đạo không nắm giữ đáng kể, thì giá rất khó tạo được sức mạnh bền vững, nó giống như một con thuyền ra biển nhưng không có thuyền trưởng đủ mạnh để cầm lái.

Vậy phải kiểm tra ở đâu, rất đơn giản, bạn có thể vào CafeF, Vietstock hoặc báo cáo thường niên của doanh nghiệp, gõ mã cổ phiếu và tìm mục cổ đông lớn hoặc cơ cấu cổ đông, theo quy định, những ai nắm giữ từ 5% vốn trở lên sẽ phải công bố thông tin, chỗ cần nhìn vào danh sách này bạn sẽ thấy phần nào ai đang đứng phía sau doanh nghiệp đó.

Có 3 nhóm cổ đông cần đặc biệt chú ý

Nhóm thứ nhất là cổ đông chiếm lược dài hạn: ví dụ như các quỹ lớn, cổ đông nhà nước hoặc tổ chức có định hướng nắm giữ lâu dài, đây thường là nhóm tạo bệ đỡ cho cổ phiếu vì họ không dễ dàng bán tháo chỉ vì vài nhịp rung lắc ngắn hạn, khi doanh nghiệp có câu chuyện tăng trưởng tốt, cơ cấu cổ đông cô đặc và ổn định có thể giúp giá cổ phiếu phản ứng mạnh hơn.

Nhóm thứ hai là cổ đông nội bộ: tức là ban lãnh đạo doanh nghiệp, nếu chủ tịch, tổng giám đốc hoặc người liên quan nắm giữ tỷ lệ lớn, điều đó có thể cho thấy lợi ích của họ gắn chặt với lợi ích của cổ đông, họ làm tốt thì tài sản của chính họ cũng tăng lên. tuy nhiên cũng cần tỉnh táo, nếu ban lãnh đạo nắm quyền quá áp đảo, gần như không có tiếng nói giám sát từ bên ngoài, thì nhà đầu tư nhỏ lẻ có thể rơi vào thế yếu.

Nhóm thứ ba là nhóm cần cảnh giác nhất: các cổ đông tài chính thích lướt sóng, một số tổ chức hoặc nhóm nhà đầu tư vào cổ phiếu không phải để đồng hành cùng doanh nghiệp mà chỉ để mua thấp bán cao, họ có thể gom hàng âm thầm, tạo sóng bằng tin tức rồi thoát ra khi nhà đầu tư

nhỏ lẻ hưng phần nhỏ.

Với những công phiếu có cơ cấu công đông phức tạp, thay đổi liên tục hoặc xuất hiện nhiều dấu hiệu đầu cơ, bạn càng phải soi kỹ hơn trước khi xuống tiền

Nói ngắn gọn, một công phiếu tốt không chỉ nằm ở lợi nhuận đẹp, mà còn nằm ở việc ai đang nắm công phiếu đó.

Một doanh nghiệp có báo cáo tài chính hợp dân nhưng công đông phân tán, thiếu người dân dốt thì giá có thể mãi không lớn.

Ngược lại, một doanh nghiệp bình thường nhưng cơ cấu công đông cô đặc, có người thật sự làm chủ cuộc chơi, đôi khi lại tạo ra những con sóng rất mạnh.

Một công phiếu không chỉ có báo cáo tài chính, mà còn có những người đứng sau nó

Đừng để mình mua vào chủ vì con số đẹp rồi mới kẹt trong một cuộc chơi mà mình không biết ai đang cầm lái.

Và nhớ lưu lại nội dung này để không bỏ sót những bước kiểm tra quan trọng này nhé.

☐ TÓM LẠI CÔNG THỨC

Hook bằng một nỗi sợ phi thị trường cực lớn

↓

Tạo cảm giác: “nhà đầu tư đang mua công phiếu mà không hiểu ai đang cầm lái”

↓

Đập thủng vào một dữ kiện then chốt bị bỏ qua cực mạnh

(cơ cấu công đông → yếu tố quyết định giá nhưng ít người soi)

↓

Liên tục nhấn mạnh tính ẩn phía sau báo cáo tài chính

“doanh thu đẹp nhưng giá không chạy”, “lợi nhuận tốt nhưng chôn vùi”, “doanh nghiệp vùi tốt nhưng công phiếu không đi xa”

↓

Nhét dữ kiện ngắn, mạnh, dễ gây nhận thức lại thị trường

(5% công bố cổ đông lớn, ban lãnh đạo nắm bao nhiêu %, quỹ chi trả lợi nhuận, cổ đông tài chính lướt sóng...)

↓

Biến một vấn đề kỹ thuật (cơ cấu cổ đông) thành phần ứng dây chuyền về giá cổ phiếu

Cổ đông phân tán

→ thiếu người nắm giữ

→ thiếu lực mua giữ giá

→ dễ bị thao túng dòng tiền

→ giá không tạo trend bền vững

↓

Liên tục kéo góc nhìn từ “doanh nghiệp” → “thị trường” → “dòng tiền”

↓

Dùng hình ảnh “người cầm lái” để nâng cấp mức độ quan trọng của cơ cấu cổ đông

“thuyết trình”, “người kiểm soát cuộc chơi”, “người giữ lái cổ phiếu”

↓

Không phân tích theo kiểu định giá tài chính

Mà kiểu cảm giác: “có những cổ phiếu nhìn rất tốt nhưng bạn vẫn không hiểu vì sao nó không tăng”

↓

Biến dữ kiện sơ hữ thành cảm xúc đầu tư

↓

Không bán cổ phiếu trực tiếp mà bán:

– nỗi sợ mua nhầm cấu trúc quy định

– tư duy kiểm tra trước khi xuống tiền

- góc nhìn "ai đang kiểm soát cổ phiếu này"
- chiến lược tránh cổ phiếu không có người giữ nhịp

↓

Kết bằng cảm giác: "đừng để mình mua vào mà không biết ai đang đứng sau cổ phiếu đó"

hoặc "cơ cấu cổ đông quyết định cổ phiếu đi xa hay chôn vùi"

□ **Format này cực mạnh cho:**

1. Content chứng khoán cá nhân
2. Giáo dục đầu tư retail
3. Video mindset thị trường
4. Content phân tích cổ phiếu dạng cảnh báo
5. Storytelling về sai lầm nhà đầu tư mới
6. Content "hidden factor" trong tài chính
7. Video dạng "vì sao bạn luôn mua sai cổ phiếu"

□ **Nó hiệu quả vì:**

- Không nói về giá
- Không nói về chart kỹ thuật
- Không cần định giá phức tạp
- Nhưng khiến người xem cảm thấy: "mình đang bỏ sót một tổng quy luật quan trọng trong cổ phiếu"

□ **Cốt lõi kiểu viết này:**

- Không nói cổ phiếu tốt hay xấu
- Mà nói cấu trúc quy luật phía sau cổ phiếu

□ **DNA của phong cách này:**

Báo cáo tài chính đẹp

→ giá không tăng

→ vì cơ cấu cổ đông yếu

→ vì không có người giữ trend

→ vì dòng tiền không có định hướng

↓

Tức là: không nhìn doanh nghiệp trước, mà nhìn “ai đang kiểm soát cổ phiếu” trước

□ **Điểm mạnh nhất:**

Người xem không cảm giác: “đây là video phân tích cổ phiếu”

Mà cảm giác: “đây là video giới thích vì sao tôi thường xuyên mua nhóm cổ phiếu không chạy”

□ **Muốn nâng cấp hơn nữa thì:**

– Thêm ví dụ cổ phiếu cụ thể (MB, HPG, midcap bị cô đặc vs bị phân tán)

– Thêm tình huống thực tế retail bị kẹt hàng

– Thêm case “cổ tốt nhưng không tăng 3–5 năm”

– Tăng yếu tố dòng tiền thực (quỹ, tự doanh, ETF)

↓

Khi đó content sẽ:

– sát thực tế hơn

– gây đáng cảm mạnh hơn

– và tạo cảm giác “mình từng gặp đúng case này rồi”

IPO – KPI Của Elon Musk Và

Cuộc Chơi Tạo Ra Những Cỗ Máy Định Giá Nghìn Tỷ

Ông nào mà nghĩ là giàu có này, nhiều tiền này, tự do tài chính rồi thì không phải chạy KPI nữa là nhầm rồi nhé.

Người giàu nhất thế giới Elon Musk vừa tự đặt ra KPI cho mình, phải gọi là tầm vũ trụ theo đúng nghĩa đen các ông ạ, tôi đọc mà thấy bần rần hết cỡ người.

Chuyện là SpaceX của Elon Musk đang nhắm tới IPO trên Nasdaq với mức định giá khoảng 1.750 tỷ USD và dự kiến huy động khoảng 75 tỷ USD, đây có thể sẽ là thương vụ IPO lớn nhất lịch sử.

Nhưng cái phần điên rồ nhất không nằm ở chuyện IPO lớn cỡ nào.

Nó nằm ở cái điều kiện để Musk nhận được thưởng, gói thưởng theo KPI của Musk có 2 nhánh lớn và nhánh nào nghe cũng như đang viết kịch bản cho 100 năm tới.

Nhánh đầu tiên là câu chuyện Sao Hỏa.

Musk có thể nhận khoảng 200 triệu cổ phiếu nếu SpaceX đạt vốn hóa 7.500 tỷ USD và xây được một thuộc địa 1 triệu người trên Sao Hỏa.

Tức là không phải chỉ cần công ty tăng giá là xong, phải vừa cực giàu, vừa thật sự đưa con người lên hành tinh khác để sinh sống.

Nhánh thứ hai là câu chuyện AI ngoài không gian.

Musk có thể nhận thêm khoảng 60,4 triệu cổ phiếu nếu SpaceX tăng vốn hóa theo từng năm 500 tỷ USD lên tối đa 6.600 tỷ USD, đồng thời xây được trung tâm dữ liệu ngoài không gian với công suất ít nhất 100 terawatt.

KPI này không tương tự như thế nào.

Các ông cứ hình dung rằng hiện tại nhóm công ty trên 3.000 tỷ USD cũng chỉ có vài cái tên cực hiếm như Apple, Nvidia hay Microsoft.

Tức là SpaceX sẽ phải leo lên mức vốn hóa còn cao hơn rất nhiều so với các tập đoàn lớn nhất thế giới hiện tại.

Ok, cứ cho là mục tiêu này có thể đạt được đi, Nhưng 1 triệu người lên

Sao Hỏa thì quá điên rồ.

Từ năm 1961 đến nay, tức khoảng 65 năm, con người mới chỉ có khoảng 781 người từng bay vào không gian và chưa từng có bất kỳ ai đặt chân lên Sao Hỏa.

Musk đang nói sẽ đưa 1 triệu người lên Sao Hỏa sống, trong khi tàu Starship để làm việc đó bây giờ vẫn đang trong giai đoạn thử nghiệm.

Còn cái 100 terawatt ngoài không gian.

100 terawatt bằng 100.000 gigawatt, tương đương khoảng 100.000 lò phản ứng hạt nhân chạy cùng lúc.

Trong năm 2026, theo kế hoạch thì trên Trái Đất chỉ mới có 5 trung tâm dữ liệu lớn đầu tiên trong lịch sử chạm được mức 1 gigawatt thôi.

Tức là Musk đang đặt mục tiêu xây ngoài không gian một thứ gấp 100.000 lần cái lớn nhất mà loài người đang có trên mặt đất.

Thì thì nghe đến đây chắc nhiều ông sẽ nghĩ là Elon Musk nà, nhưng khoan đã, vì cái trò đặt mục tiêu bất khả thi ấy, ông ta đã làm hai lần rồi và cả hai lần đều thành công.

Lần đầu là năm 2012: khi đó Tesla vẫn chỉ là một hãng xe điện với vãn hóa dưới 4 tỷ USD, Musk đặt KPI kiểu rớt lẹ, không lương, không thưởng tiền mặt mà chỉ nhận quyền chọn mua cổ phiếu nếu Tesla tăng vãn hóa theo từng mức 4 tỷ USD, đồng thời đạt các mốc vận hành như phát triển Model X, ra mắt Model 3 và mở rộng sản xuất.

Giới tài chính lúc đó xem đây là những mục tiêu rất khó.

Kết quả là Tesla đạt toàn bộ mức vãn hóa, hoàn thành 9 trên 10 mốc vận hành và trong 5 năm sau đó vãn hóa công ty tăng hơn 17 lần, lên trên 55 tỷ USD.

Lần thứ hai là năm 2018: Tesla lúc này đã có vãn hóa khoảng 54 tỷ USD, Musk lại đặt một gói mới, vẫn không lương, không thưởng tiền mặt, chỉ nhận quyền chọn mua cổ phiếu chia thành 12 đợt, mỗi đợt chỉ được mở khóa nếu Tesla đạt cùng lúc hai điều kiện, một mức vãn hóa và một mức doanh thu hoặc lợi nhuận, mức cao nhất là 650 tỷ USD, tức Tesla phải tăng khoảng 12 lần.

Nghe như chuyện không tưởng nên gói này gây tranh cãi dữ dội.

Nhưng kết quả là Tesla chạm mức 650 tỷ USD chỉ sau khoảng 3 năm, rồi có lúc vượt luôn vùng 1.000 tỷ USD.

Tóm lại, mỗi lần Musk đặt mục tiêu là mỗi lần thiên hạ cười, giới chuyên gia báo là vô lý, nhưng sau mỗi lần như vậy thì thị trường lại phải nhìn ông lấy bằng một con mắt khác.

Và lần này thì không còn là tăng trưởng kiểu bình thường nữa: SpaceX từ mức định giá IPO dự kiến 1.750 tỷ USD phải leo lên 7.500 tỷ USD.

Nhưng tin chưa phải là phàn điên nhất: phàn điên nhất là Musk còn phải xây được một thuộc địa 1 triệu người trên Sao Hỏa, vận hành một trung tâm dữ liệu ngoài không gian công suất 100 terawatt, tương đương khoảng 100.000 lò phản ứng hạt nhân.

Thì các ông có tự hỏi là tại sao Musk cứ phải chơi cái kiểu này mà không nhận lương cao như CEO bình thường cho xong.

Vì người bình thường thì nhận lương để vận hành một công ty, còn Musk nhận thưởng nếu ông ta kéo cả công ty sang một tương lai mà hiện tại chưa ai biết định giá kiểu gì.

Đây mới là phàn đáng nói: chính kiểu mục tiêu như vậy của Musk có thể khiến SpaceX được định giá cao hơn rất nhiều so với những gì công ty đang làm ở hiện tại, vì nhà đầu tư không chỉ mua doanh thu phóng tên lửa hay thuê bao Starlink ngày hôm nay.

Họ đang mua một quyền chọn vào tương lai.

Nếu quỹ đạo Trái Đất, internet vệ tinh, vận tải không gian, trung tâm dữ liệu ngoài không gian, thậm chí Sao Hỏa thật sự trở thành một nền kinh tế mới thì SpaceX có thể không còn là một hãng tên lửa nữa.

Nó có thể trở thành hạ tầng gốc cho cả thị trường không lồ đó.

Nói cách khác, KPI của Elon Musk đang buộc thị trường phải nhìn SpaceX không chỉ bằng những gì công ty đang làm hôm nay mà bằng cả tương lai mà Musk đang bán cho các nhà đầu tư.

□ TÓM LẠI CÔNG THỨC

Hook bằng một nỗi sợ vĩ mô cực lớn

↓

Tạo cảm giác: “một CEO đang không còn vận hành công ty theo logic bình thường”

↓

Đập thủng vào một cơ chế đảo chiều cực mạnh

(KPI không phải để thưởng, mà là để định nghĩa lại giới hạn công ty)

↓

Liên tục nhận mệnh tính phi truyền thống: “không lương”, “không thưởng tiền mặt”, “quyền chọn cổ phiếu”...

↓

Nhét dữ kiện ngắn, mạnh, dễ gây sốc: 7.500 tỷ USD, 1 triệu người Sao Hỏa, 100 terawatt, 1.750 tỷ IPO...

↓

Biến một câu chuyện CEO thành phần ứng dây chuyền của định giá tương lai

KPI Musk

→ đẩy kỳ vọng thị trường

→ đẩy định giá SpaceX/Tesla

→ đẩy narrative “công ty = tương lai hành tinh”

→ đẩy khu vực rủi ro nhà đầu tư

↓

Liên tục kéo góc nhìn từ “hiện tại doanh nghiệp” → “tương lai nền kinh tế mới”

(tên lửa → internet vệ tinh → hạ tầng không gian → thuộc địa Sao Hỏa)

↓

Dùng các cột mốc lịch sử Tesla để hợp thức hóa độ “điên”

“đã từng làm được 2 lần”

↓

Không phân tích CEO theo kiểu quản trị mà phân tích Elon Musk như một cơ chế định giá kỳ vọng tương lai

↓

Biến KPI thành công cụ tài chính hóa tương lai

↓

Không bán cổ phiếu trực tiếp mà bán:

- quyên chọn vào tương lai công nghệ
- narrative tăng trưởng phi tuyến tính
- niềm tin vào expansion của nền kinh tế ra ngoài Trái Đất
- tư duy "company = civilization infrastructure"

↓

Kết bằng cảm giác: "đây không còn là CEO bình thường, mà là người đang ép thị trường định giá tương lai"

□ Format này cực mạnh cho:

1. Content tài chính công nghệ
2. Phân tích doanh nghiệp kiểu narrative investing
3. Video về Elon Musk / Big Tech
4. Storytelling về định giá tương lai
5. Content IPO / growth narrative
6. Documentary business
7. Content về hệ thống đổi mới công nghệ

□ Nó hiệu quả vì:

- Không kể tiểu sử CEO
- Không phân tích quản trị doanh nghiệp
- Không đi sâu kỹ thuật tài chính
- Nhưng khiến người xem cảm thấy: "cách định giá công ty đã thay đổi hoàn toàn"

□ Cốt lõi kiểu viết này:

- Không kể Musk làm gì
- Mà kể thị trường bị buộc phải tin vào cái gì
- Không nhìn công ty hiện tại

- Mà nhìn công ty như một lời hứa về tương lai

□ DNA của phong cách này:

KPI Musk

→ thay đổi incentive

→ thay đổi hành vi công ty

→ thay đổi kỳ vọng thị trường

→ thay đổi cách định giá

→ thay đổi bản chất “doanh nghiệp công nghệ”

Tức là: không nhìn CEO như người đi đầu hành, mà nhìn CEO như người thiết kế hệ thống kỳ vọng.

□ Điểm mạnh nhất:

Người xem không cảm giác: “đây là video về Elon Musk”

Mà cảm giác: “đây là cách thị trường bị lập trình lại bởi một con người.”

□ Muốn nâng cấp hơn nữa thì:

- tăng đổi chi tiêu với CEO truyền thống (lương, bonus, KPI thông thường)

- thêm phần ứng Ph Wall / giới đầu tư

- thêm so sánh “Tesla trước và sau KPI”

- tăng cảm giác đổi lập: hiện tại vs tương lai

- thêm ví dụ cụ thể về văn hóa, dòng tiền, kỳ vọng

↓

Khi đó content sẽ:

- sắc hơn

- có đổi trọng logic rõ hơn

- và đúng kiểu “framework narrative tài chính vĩ mô + tech domination”

IPO – IFC: Khi Việt Nam Bước Vào Hệ Thống Định Vị Tài Chính Quốc Tế

Một cuộc dịch chuyển tài sản đang bắt đầu, âm thầm nhưng đủ lớn để tạo ra một tầng lớp thượng lưu hoàn toàn mới: IFC (Trung tâm Tài chính quốc tế) chưa bao giờ chỉ đơn thuần là một tòa nhà hay một cái tên gọi cho sang.

Nó là nơi quốc gia dựng lên để hút dòng vốn toàn cầu, hút các định chế tài chính, fintech, quản lý quỹ, quản lý tài sản, và đặc biệt là hút những doanh nghiệp có khả năng xoay chuyển dòng tiền lớn chuồn sang các thành phố.

Ngay trong định hướng của VIFC tại Thành phố Hồ Chí Minh, trung tâm này được xây dựng như một hệ sinh thái toàn diện: huy động vốn, đầu tư, thanh toán, phát hành và sử dụng các sản phẩm tài chính, quản lý tài sản, fintech và các tài chính xanh.

IFC sẽ vận hành tại hai đầu tàu lớn là Thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng.

Tuy đầu là trung tâm tài chính quốc tế, nhưng mỗi bên sẽ đảm nhiệm một chức năng hoàn toàn khác nhau: một bên là trung tâm tài chính tổng hợp, bên còn lại là không gian mở cho fintech.

Và nếu bạn nghĩ cách vận hành của nó y chang như ngân hàng thì bạn đã quá xem nhẹ IFC rồi.

Bởi vì các trung tâm tài chính lớn trên thế giới không giàu lên chỉ vì có tiền:

- London mạnh bởi pháp lý, kế toán và dữ liệu.
- New York mạnh vì có thị trường vốn sâu rộng.
- Singapore đi lên nhờ thuế và thế chỗ đáng tin cậy.

Và đó cũng chính là logic của IFC tại Việt Nam: Thành phố Hồ Chí Minh hiện tại đã lên vị trí 95 trên GFCI, đạt 664 điểm, tăng 3 bậc và tăng 10 điểm so với kỳ trước, thậm chí vượt Bangkok lên đầu, điều đó cho thấy Thành phố Hồ Chí Minh không còn đứng ngoài bản đồ tài chính toàn

còn nữa.

Tuy nhiên, phần đáng chú ý nhất không nằm ở thứ hạng, mà nằm ở việc nếu IFC thực sự vận hành đúng định hướng, nó sẽ kéo theo một tầng lớp hoàn toàn mới vào Việt Nam: các tập đoàn đa quốc gia công IPO, phát hành trái phiếu, doanh nghiệp xuất nhập khẩu, startup, v.v.

Nói một cách ngắn gọn, IFC không chỉ kéo tiền về mà còn kéo cả nhu cầu về: nhưng đây mới chính xác là thứ mà nhiều người bỏ qua, khi một trung tâm tài chính quốc tế được hình thành, thứ được định giá lại đầu tiên không phải là công phiếu, cũng không phải bất động sản, mà là vị trí của bạn trong cuộc chơi tiền bạc.

Bởi vì IFC là vận hội quốc gia, nhưng với từng cá nhân thì nó là một bài kiểm tra khốc liệt về tư duy tài chính. Bạn sẽ đứng ở đâu khi dòng vốn quốc tế bắt đầu đi vào kinh tế thực, hay bạn sẽ đứng ngoài đời tiền vượt qua trước mặt mình?

Chốt lại một câu: đời mọi người CEO của IFC là ai.

Cảm ơn mọi người đã lắng nghe. Nếu thấy hay thì hãy like, share, follow video, và nếu muốn có người đồng hành trong câu chuyện đầu tư chứng khoán thì đừng ngại vào bio.

Dạo này em online công ngày, đợt này em sẽ không tặng tài liệu đọc báo cáo tài chính nữa, mà đổi thành tài liệu đọc báo cáo tài chính ngành ngân hàng, kèm thêm tài liệu đọc bảng cân đối kế toán của ngân hàng, điều kiện là phải follow, like, share.

Cảm ơn mọi người đã lắng nghe. Bye bye

📌 TÓM LẠI CÔNG THỨC

Hook bằng một mô hình tư duy content cực mạnh (không phải cảm xúc hay sự kiện cụ thể)

↓

Tạo cảm giác: “đây không phải là viết content, mà là một framework vận hành storytelling tài chính”

↓

Định vị lại bản chất của nội dung: không phải viết bài mà là giới thiệu một hệ thống công thức tạo ảnh hưởng tâm lý người xem

↓

Đưa ra cấu trúc phân tầng rõ ràng

Hook → cảm xúc vĩ mô → dữ kiện → chuỗi phản ứng → mở rộng hệ thống → cảm xúc cụ thể

↓

Nhấn mạnh tính “cơ chế” thay vì “nội dung”: không quan trọng viết cái gì mà quan trọng là đi qua những tầng nhận thức nào

↓

Biến content thành một dây chuyền thao tác tâm lý

- tầng 1: tạo sợ/áp lực
- tầng 2: hợp thức hóa bằng logic
- tầng 3: neo bằng dữ kiện
- tầng 4: mở rộng thành hệ thống
- tầng 5: kết bằng cảm giác vĩ mô

↓

Liên tục nhấn mạnh tính “không phải viết ngẫu nhiên” mà là một cấu trúc có thể lặp lại và tái sử dụng

↓

Kéo trọng tâm từ “ý tưởng nội dung” → “cách điều khiển nhận thức người xem”

↓

Dùng ngôn ngữ framework thay vì ngôn ngữ bài viết

- không còn là: viết gì hay
- mà là: build engine tâm lý như thế nào

↓

Không đi vào ví dụ cụ thể mà giữ ở mức meta-framework để có thể áp dụng cho mọi chỗ để

↓

Biến việc phân tích content thành một dạng “reverse engineering”

tức là bóc tách cách một bài viết đang thao túng dòng cảm xúc và logic

↓

Kết bằng nhận định cốt lõi:

đây là một hệ thống tư duy có thể copy – paste – tái sử dụng

không phải một phong cách viết đơn lẻ

□ Format này cực mạnh cho:

1. Phân tích content virality
2. Reverse engineering viral script
3. Xây framework viết video tài chính / vĩ mô
4. Training creator tư duy hệ thống
5. Chuẩn hóa style viết dạng “engine”

□ Nó hiệu quả vì:

- không nhìn nội dung bề mặt
- mà bóc cấu trúc tạo ảnh hưởng
- khiến người học hiểu “vì sao nó viral” chứ không chỉ “nó nói gì”
- chuyển tư duy từ writer → system builder

□ Cốt lõi kiểu phân tích này:

không phân tích bài viết mà phân tích cơ chế tạo bài viết

□ DNA của framework:

Content

- Flow nhận thức
- Tầng cảm xúc
- Neo dữ kiện
- Mở rộng hệ thống
- Cảm giác tầng

↓

Tức là: không đọc bài như người xem mà đọc bài như kỹ sư đang debug một cỗ máy tâm lý

□ **Điểm mạnh nhất:**

người đọc không còn học cách viết từng bài mà học cách tạo ra vô hạn biến thể bài viết

□ **Muốn nâng cấp hơn nữa thì:**

- thêm mapping giữa từng tầng và kỹ thuật ngôn ngữ cụ thể
- thêm “trigger words” theo từng layer
- thêm pattern chuyển cảnh giữa các đoạn
- thêm thư viện hook theo từng loại thị trường (bull/bear/crisis)

↓

Khi đó framework sẽ không còn là “công thức” mà trở thành một hệ điều hành content tài chính hoàn chỉnh

IPO - Vị Thế Doanh Nghiệp: Khi MB Bank Và Hòa Phát Trở Thành Cỗ Máy Nhân Tài Số