

COCAUVON – Đừng Nhìn Cổ Phiếu, Hãy Nhìn Lĩnh Vực Mới Đang Mở Ra

Đầu Tư Lại Sau Khi Bán Cổ Phiếu Kém Cơ Bản

Em vừa bán một cổ phiếu vì cơ bản nó kém thì khi nào em sẽ quan tâm mua cổ phiếu đó trở lại,

Có hai trường hợp, một là khi cổ phiếu rơi vùng định giá quá rẻ và thứ hai là khi mà cơ bản của doanh nghiệp thay đổi,

Ví Dụ CTD Và Vùng Định Giá Rẻ

Ví dụ như trường hợp của CTD vào năm 2021, khi mà doanh nghiệp công bố mục tiêu kinh doanh của năm đây nó ở mức chỉ 20 tỷ đồng doanh thu,

Trong khi đó nếu mà tính ra cái lượng tiền doanh nghiệp đang có mà đem đi gửi ngân hàng thì cái lợi nhuận năm đây nó có thể gấp 10 lần cái lợi nhuận mục tiêu của năm 2021 là hai trăm tỷ, nên thành ra là tại thời điểm đúng phiên ngày hôm đây em nhớ là phiên tầm 15 tháng 4 là bán xong phát là cổ phiếu rơi một loạt một sàn luôn.

Khi mà cổ phiếu rơi ở vùng định giá thấp rồi thì hoàn toàn nó có thể là cái cơ hội, lúc đây là gần như nó không phải là cái câu chuyện về kinh doanh nữa, mọi người sẽ nhìn thấy vào cái câu chuyện đầu tiên kinh doanh về triển vọng doanh nghiệp, nhưng nó sẽ còn yếu tố về mặt cơ bản nữa,

Thì định giá phía trên B thời điểm đây của CTD rất là rẻ, thì em nghĩ thời điểm đây hoàn toàn có thể mua được, và đúng là thời điểm đây mua cổ phiếu nào cũng được bởi vì định giá chung nó rơi vào vùng rẻ.

Doanh Nghiệp Xấu Có Thể Xoay Chu Kỳ

Còn ví dụ như cổ phiếu khác như MSR chẳng hạn, trong những năm trước kinh doanh toàn lỗ rồi nhưng bỗng dừng trong cái năm vừa rồi khi mà cái mặt hàng của wolfram được đưa vào mặt hàng chiến lược của Trung Quốc và cái giá xuất khẩu của wolfram tăng rất mạnh, thì chúng ta hoàn toàn phải nhìn cái câu chuyện ngược lại đối với doanh nghiệp tức là trong đầu tư phải bỏ đi cái mặc cảm về cổ phiếu, không nên đưa mặc cảm cũng như là sự yêu thích đối với cổ phiếu đó.

Bí đi cái xâu xa của quá khứ đúng không?

Đúng rồi, khi nó tốt thì thực sự là mình cũng sẽ lưu ý trở lại.

Tâm Lý Nhà Đầu Tư Và Mặc Cầm Quá Khứ

Em nghĩ trong đầu tư khó nhất là chiến thắng mặc cầm của mình đối với một cái gì đấy xảy ra trong quá khứ, ví dụ như những đợt tăng chững hạn thì mình sẽ bị neo đợt tăng đó và mua ở đúng vùng đỉnh,

Khi nó đi xuống chững nhẹ và sau đó thì đỉnh một cái đi xuống chững lớn, hay là cái việc mà cổ phiếu xâu cũng vậy, xâu không có nghĩa là xâu mãi, xâu nó có thể thay đổi được, thì những cổ phiếu này thực ra là càng có sự mặc cầm của nhà đầu tư, thì việc tăng giá sau đó nó càng dễ dàng cơ mà, thậm chí đây còn là một điểm cộng chứ không phải là một điểm trừ với cổ phiếu.

Và chính thế là vì sao con mã MSR năm vừa rồi khi giá wolfram tăng 6 lần như em báo là cổ phiếu nó tăng cũng 4 lần, 5 lần.

Hai Tiêu Chí Quay Lại Mua Cổ Phiếu Đã Bán

Tức là khi mà bạn bán một cổ phiếu sau đó cơ bản nó xâu thì quan trọng nhất là có hai tiêu chí:

– Một là khi cái định giá của nó cực kỳ hấp dẫn: và đặc biệt là mọi người lưu ý chú ý với P/B nhé, rất nhiều doanh nghiệp P/B mà cứ 0.5, 0.6 thì gần như cổ phiếu này tăng rất mạnh,

– Và thứ hai là những doanh nghiệp mà khi mà cơ bản nó xoay, đặc biệt mấy ông chu kỳ, thì đây là cái yếu tố rất là hay, mọi người lưu ý hai yếu tố đấy, đừng bị cái mặc cầm ghét quá khứ của doanh nghiệp đấy mà bỏ qua.

☐ TÓM LẠI CÔNG THỨC

Mình đưa bằng một quan niệm đầu tư rất phổ biến “Cổ phiếu này xâu rồi, sẽ không bao giờ mua lại.”

↓

Đập thẳng vào tư duy ngược lại: Cổ phiếu xâu không có nghĩa là sẽ xâu mãi.

↓

Đưa ra hai điều kiện để nhà đầu tư phải nhìn lại doanh nghiệp

– Định giá cực rẻ

– Cơ bản doanh nghiệp thay đổi.

↓

Dùng ví dụ thực tế để chứng minh

– CTD

– MSR

↓

Tạo cảm giác thị trường luôn thay đổi

– Không có doanh nghiệp nào tốt mãi

– Cũng không có doanh nghiệp nào xấu mãi.

↓

Liên tục nhận mạnh sự nguy hiểm của việc nhìn quá khứ

– “Mặc cảm về cổ phiếu.”

– “Neo vào ký ức cũ.”

– “Yêu thích hoặc ghét bỏ doanh nghiệp.”

↓

Biên một quyết định đầu tư thành vấn đề tâm lý

Quá khứ tốt

→ mua đầu tư vùng đỉnh

→ dính đi xuống chênh lớn.

↓

Quá khứ xấu

→ không dám nhìn lại doanh nghiệp

→ bỏ lỡ chu kỳ tăng mới.

↓

Lấy ví dụ chu kỳ ngành để chứng minh sự thay đổi cơ bản

Wolfram tăng giá

→ MSR hưởng lợi

→ lợi nhuận thay đổi

→ kỳ vọng thay đổi

→ c₀ phiếu tăng nhiều lên.

↓

Không tập trung vào giá c₀ phiếu trước

Mà tập trung vào thứ làm thay đổi giá c₀ phiếu.

↓

Lĩnh vực mới

Chu kỳ mới

Giá hàng hóa mới

Động lực lợi nhuận mới.

↓

Biến câu chuyện doanh nghiệp thành câu chuyện định giá

Cơ bản x₀ → định giá giảm mạnh.

↓

Định giá quá r₀ → biên an toàn xuất hiện.

↓

Biến câu chuyện doanh nghiệp thành câu chuyện chu kỳ

Ngành hồi phục

→ lợi nhuận hồi phục

→ định giá được nhìn lại.

↓

Liên tục kéo góc nhìn từ c₀ phiếu sang doanh nghiệp

Từ doanh nghiệp sang ngành

Từ ngành sang chu kỳ.

↓

Không phân tích học thuật

Mà k^h c^m giác “Một doanh nghiệp đang thay đⁱ.”

↓

Biⁿ dữ kiện kinh doanh thành cơ hội đ^u tư

↓

Không bán c^o phi^u trực ti^p mà bán

- tư duy b^o định kiⁿ
- tư duy nhìn chu kỳ
- tư duy định giá
- tư duy cập nhật doanh nghiệp.

↓

K^ot bằng một góc nhìn r^ot quan trọng

Đừng ghét một c^o phi^u quá lâu.

Hoặc

Đừng đ^o quá khứ c^a doanh nghiệp làm bạn b^o lỗ tương lai c^a nó.

☐ FORMAT NÀY CỰC MẠNH CHO:

1. Content phân tích doanh nghiệp.
2. Content c^o phi^u chu kỳ.
3. Content turnaround story.
4. Case study đ^u tư.
5. Content định giá doanh nghiệp.
6. Content tâm lý nhà đ^u tư.
7. Content tìm cơ hội từ c^o phi^u bị ghét b^o.

☐ NÓ HIỆU QU^o VÌ:

- Đánh th^ong vào thiên kiⁿ tâm lý.

- Không cần nhiều số liệu.
- Không cần dự báo phức tạp.
- Nhưng khiến người xem hiểu vì sao cổ phiếu có thể đi vận.

❑ CỐT LÕI KIỂU VIẾT NÀY:

- Không kể giá cổ phiếu.
- Không kể chart.
- Mà kể quá trình doanh nghiệp thay đổi như thế nào.

❑ DNA CỦA PHONG CÁCH NÀY:

Định giá rẻ → nhà đầu tư bỏ qua.

↓

Cơ bản thay đổi → thị trường chú ý lại.

↓

Kỳ vọng thay đổi → dòng tiền quay lại.

↓

Cổ phiếu tăng giá.

Tức là: Không nhìn cổ phiếu trước, mà nhìn sự thay đổi của doanh nghiệp trước.

❑ ĐIỂM MẠNH NHẤT:

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

Mà cảm giác: “đây là người đang giải thích vì sao một doanh nghiệp có thể được nhìn nhận lại.”

❑ MƯỜI NĂM CẬP HƠN NỬA THÌ:

- Tăng thêm ví dụ thực tế.
- Tăng thêm chi tiết về chu kỳ ngành.
- Tăng thêm dữ kiện định giá.
- Tăng thêm các case turnaround nổi tiếng.

↓

Khi đó content sẽ:

– thuyết phục hơn

– sâu hơn

– thực chịn hơn

– và ṛt gịng các case study đ̣u tư theo trường phái chu kỳ và định giá.