

COPHIEU – Vin Điều Chỉnh, Kéo Bay 25 Điểm Vnindex, Cơ Hội Thật Đang Nằm Ở Đâu.

VN Index Giảm Mạnh Do Nhóm Vingroup Điều Chỉnh.

Khi một nhóm cổ phiếu chiếm trọng chi phí và đã quá nóng, bước vào một nhịp điều chỉnh hoặc tái cấu trúc, việc VN Index quay đầu giảm sâu là hệ quả kỹ thuật bình thường.

VN Index hôm nay giảm gần 49 điểm, trong đó nhóm Vingroup đóng góp gần 25 điểm, với tổng vốn hóa của nhóm này đạt 2,33 triệu tỷ đồng, chiếm khoảng một phần ba sàn HOSE.

VN Index Cúm Cúm Khi Họ Vingroup Hết Hơi.

Điều này đồng nghĩa với việc khi họ Vingroup hết hơi thì VN Index sẽ cúm cúm, tuy nhiên VN Index cho thấy trong ngày luôn có cơ.

Tách Biệt Chỗ S và Cổ Phiếu Riêng L.

Thay vì hoảng loạn và hành động theo cảm xúc, nhà đầu tư có thể tham khảo các chiến lược sau.

– Thứ nhất, tách biệt chỗ s và cổ phiếu riêng l, không nên hoảng loạn bán tháo theo VN Index.

→ Thực tế, bài cảnh hiện tại cho thấy sự phân hóa rõ rệt, khi dòng tiền rút bớt khỏi nhóm dấn dật cũ, cơ hội sẽ lại mở ra ở các nhóm ngành có nền tảng cơ bản tốt khác.

Tận Dụng Vùng Định Giá Hợp D.

Thứ hai, tận dụng vùng định giá hợp d.

→ Theo dữ liệu từ các quỹ lớn như VinaCapital, hiện tại còn tới 70% cổ phiếu trên thị trường đã rơi vào vùng định giá thấp, tương đương với các giai đoạn khủng hoảng trước đó.

→ Đây là thời điểm vàng để sàng lọc và tích lũy những cổ phiếu bị vạ lây theo chỗ s nhưng lại có triển vọng kinh doanh tăng trưởng.

Biên An Toàn Xuất Hiện Khi Đám Đông Hoảng Loạn.

Cuối cùng, hãy nhớ rằng khi đám đông bán tháo thì đó là vì nỗi sợ vô hình, chứ không phải vì nội tại của doanh nghiệp xấu đi.

– Đó là lúc biên an toàn của những cổ phiếu tốt xuất hiện.

– Sự méo mó về giá do tâm lý hoảng loạn ngắn hạn chính là cơ hội lớn nhất để các nhà đầu tư giá trị có nguồn tiền mặt chắc động, có thể mua được hàng hiệu với giá rẻ.

X-Invest Đang Hành Cùng Nhà Đầu Tư.

Còn nếu anh chị vẫn còn một phương hướng thì hãy nhận tin ngay cho X-Invest, việc đầu tư sẽ trở nên dễ dàng hơn.

Thị trường tốt thì tham gia, thị trường xấu thì đứng ngoài, khắc phục 100% việc để cảm xúc cá nhân chi phối.

Link cộng đồng ở cuối video này, hãy follow ngay.

☐ TÓM LẠI CÔNG THỨC

Mở đầu bằng một dữ kiện hoặc hiện tượng lớn gây chú ý

↓

Tạo cảm giác: “đây không phải câu chuyện của riêng một doanh nghiệp”

↓

Đưa nhân vật trung tâm xuất hiện rất sớm

↓

Biến nhân vật thành biểu tượng của một tư duy lớn hơn

(không chỉ là người đi đầu hành doanh nghiệp)

↓

Liên tục nhấn mạnh quy mô: “lớn nhất”, “hàng đầu”, “phủ khắp”, “hàng triệu khách hàng”...

↓

Nhét các dữ kiện ngắn, mạnh, dễ hình dung

(của hàng, doanh thu, thị phần, dòng tiền, số lượng khách hàng...)

↓

Biến hoạt động kinh doanh thành một hệ sinh thái liên kết

Người tiêu dùng → cửa hàng → doanh thu → dòng tiền → mở rộng hệ thống → tăng thị phần → củng cố vị thế

↓

Liên tục kéo góc nhìn từ doanh nghiệp → ngành nghề → nền kinh tế → hành vi tiêu dùng của người dân

↓

Dùng những thứ quen thuộc hằng ngày để tăng độ gần gũi

(điện thoại, siêu thị, thực phẩm, thuốc, nhu yếu phẩm...)

↓

Không phân tích theo kiểu báo cáo tài chính

Mà kết cảm giác: “Ở đâu có người tiêu dùng, ở đó có dấu chân doanh nghiệp.”

↓

Biến số liệu kinh doanh thành cảm xúc và sức mạnh hệ thống

↓

Không bán cổ phiếu trực tiếp, Mà bán:

- tư duy kinh doanh
- khả năng vận hành
- sức mạnh dòng tiền
- năng lực mở rộng quy mô

↓

Kết bằng cảm giác: “Đúng chỗ này được xây bằng dòng tiền chứ không phải may mắn.”

👉 FORMAT NÀY CỰC MẠNH CHO:

1. Story doanh nhân
2. Phân tích doanh nghiệp

3. Documentary doanh nghiệp
4. Hành trình xây dựng đ̣ cḥ
5. Case study bán ḷ
6. Content ṿ qụn trị
7. Content ṿ lợi tḥ cạnh tranh

▣ **NÓ HIỆU QỤ VÌ:**

- Không ḳ tịu ṣ đơn thụn
- Không đọc báo cáo tài chính
- Không sa đà vào thuật ngữ qụn trị
- Nhưng khịn người xem c̣m tḥy:

“mọi ṃt xích trong doanh nghiệp đ̣u ḳt ṇi với nhau.”

▣ **C̣T LỖI KỊU VỊT NÀY:**

- Không ḳ doanh nghiệp kịm bao nhiêu tịn
- Không ḳ doanh thu tăng bao nhiêu
- Mà ḳ cách doanh nghiệp tạo ra dòng tịn và ṃ rộng ̣nh hựng.

▣ **DNA C̣A PHONG CÁCH NÀY:**

Khách hàng → doanh thu → dòng tịn → ṃ rộng hệ tḥng → tăng quy mô → c̣ng c̣ vị tḥ

Tức là: không nhìn lợi nhuận trước, mà nhìn c̣ máy tạo ra lợi nhuận trước.

▣ **ĐỊM MẠNH NḤT:**

Người xem không c̣m gịc: “đây là video phân tích doanh nghiệp.”

Mà c̣m gịc: “đây là người đang gịi thích vì sao đ̣ cḥ này lại lớn đ̣n như vậy.”

▣ **MỤN NÂNG C̣P HƠN NỮA THÌ:**

- Gịm bớt các câu mô ṭ chung chung
- Tăng thêm các chi tịt đời thực

- Đưa nhiều hình ảnh vận hành thực tế hơn

(cửa hàng, khách hàng, kho hàng, xe tải, nhà cung cấp...)

- Tăng thêm các dữ kiện quy mô cụ thể

↓

Khi đó content sẽ:

- thật hơn

- sống động hơn

- cinematic hơn

- và rất giống documentary doanh nghiệp hiện đại.