

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 bóc lột đồng, 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.

Kết luận

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 nhầm”, “nghĩ rằng giống 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 vấn đề 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 vẫn vậy

→ chỉ 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 k^h c^hm giác:

“r^ut nhi^{eu} người đang đ^u tư dựa trên giá mà tư^{ng} là giá trị”

↓

Bi^{en} ki^{en} thức tài chính thành nhận thức sai l^{am} ph^o bi^{en} c^ha đám đông

↓

Không bán c^h phi^u trực ti^{ep}

Mà bán:

- tư duy phân biệt giá và giá trị
- góc nhìn doanh nghiệp
- tư duy đ^u tư dài hạn
- kh^o năng không bị thị trường d^on d^ot

↓

K^ot bằng c^hm giác:

“c^h phi^u t^ot không ph^oi là thứ tăng giá, mà là thứ doanh nghiệp t^ot bị định giá lại.”

hoặc

“doanh nghiệp t^ot không phụ thuộc vào bi^{en} động ng^on hạn c^ha giá.”

□ Format này cực mạnh cho:

1. Content tư duy đ^u tư
2. Phân biệt giá và giá trị
3. Giá trị doanh nghiệp
4. Sai l^{am} nhà đ^u 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 đủ "vỡ nhận thức"
- không cần số liệu phức tạp
- nhưng tạo cảm giác "mình đang hiểu sai lâu nay"

□ Content kiểu viết này:

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

□ DNA của phong cách này:

Có phiếu 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 công phiếu 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:

- sắc hơn
- dễ viral hơn
- và tạo hiệu ứng “bộ nhận thức” mạnh hơn