



Snapshot Report – Overview of Discussions on the Most Popular Sports on Social Media in 2024

The SITUATION

Năm 2024, thảo luận liên quan đến thể thao trên mạng xã hội đã đạt đỉnh, thu hút sự chú ý của hàng triệu người dùng trên các nền tảng lớn, đặc biệt khi diễn ra những sự kiện thể thao quốc tế: EURO 2024 & Olympic 2024. Bóng đá, bóng rổ, cầu lông, và chạy bộ nằm trong số những môn thể thao nhận được sự quan tâm lớn, tạo ra các làn sóng quan tâm lớn. Các thương hiệu tham gia tài trợ, tổ chức sự kiện, hoặc tận dụng cơ hội này để xây dựng hình ảnh trên mạng xã hội đang đạt được kết quả ấn tượng.

The OPPORTUNITY

Vì vậy, báo cáo này sẽ cung cấp góc nhìn tổng quan **mối quan tâm của người dùng trong chủ đề thể thao, sự kiện thể thao đang được quan tâm, cũng như xu hướng truyền thông của các thương hiệu đang tận dụng trong chủ đề Thể thao.** Đây sẽ là dữ liệu tham khảo đắt giá cho các thương hiệu đang có kế hoạch **xây dựng hình ảnh thương hiệu** trẻ trung, năng động, gần gũi hơn với đại chúng thông qua chuỗi hoạt động khai thác chủ đề thể thao như: tài trợ / tổ chức giải đấu

Agenda

01. Tổng quan thảo luận về Thể thao trên MXH 8 tháng đầu năm 2024

- Phân tích tổng quan về mức độ thảo luận và tương tác của người dùng về các môn thể thao
- Top 15 môn thể thao dẫn đầu về lượng thảo luận và xu hướng trên mạng xã hội
- Đánh giá lượng thảo luận trên tảng mạng xã hội chính: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok

02. Phân tích mối quan tâm của người dùng theo nhóm môn thể thao

- Môn thể thao Invasion: Bóng đá, Bóng rổ
- Môn thể thao Aesthetic Sports: Gym&Fitness, Yoga
- Môn thể thao Net/Court: Tennis, Bóng bàn, Cầu lông, Bóng chuyền, Pickleball
- Môn thể thao Racing: Chạy bộ, Đạp xe, Bơi lội

03. Thương hiệu đang xuất hiện ra sao trong các hoạt động, sự kiện thể thao

- Bức tranh cạnh tranh của các thương hiệu trong các môn thể thao
- Những hoạt động truyền thông nổi bật của các thương hiệu

Về báo cáo

Overview of Discussions on the Most Popular Sports on Social Media in 2024

Giải thích phương pháp đo lường

Cách thức đo lường & phương pháp nghiên cứu dựa trên dữ liệu social listening

- **Thời gian đo lường:** 01/01/2024 – 15/08/2024
- **Độ phủ dữ liệu:** Facebook, Youtube, Tiktok, Instagram, E-commerce, Forum, Blog, và Online News.
- **Nền tảng thu thập dữ liệu:** SocialHeat – Nền tảng Social Listening thuộc YouNet Group.

Phương pháp đo lường

Định nghĩa cách thức phân loại các Nhóm môn thể thao

Wingston & Forbes (2016), các môn thể thao được phân ra 8 loại:

Tên Nhóm Thể Thao	Đặc Điểm Chính	Các Môn Thể Thao Điển Hình
Combat (Đối kháng)	Các môn thể thao yêu cầu đối đầu trực tiếp giữa hai vận động viên, tập trung vào kỹ thuật và sức mạnh.	Võ thuật (Boxing, Taekwondo, Vovinam, Judo, Karate, Muay Thai,...)
Aesthetic Sports (Thẩm mỹ)	Các môn thể thao đòi hỏi sự kết hợp giữa kỹ thuật và thẩm mỹ, thường có yếu tố nghệ thuật.	Gym & Fitness (cử tạ, tập thể hình, calisthenic, crossfit, zumba, aerobic,...), Yoga, Pilates
Individual Aiming (Ngắm mục tiêu cá nhân)	Môn thể thao đòi hỏi sự tập trung cao độ và kỹ thuật ngắm chính xác vào mục tiêu.	Golf
Racing (Đua tranh)	Các môn thể thao yêu cầu tốc độ và sức bền, mục tiêu là hoàn thành quãng đường trong thời gian ngắn nhất.	Đua xe đạp, Chạy bộ, Bơi lội, Triathlon
Net/Court (Sân lưới)	Các môn thể thao thi đấu qua lưới hoặc trên sân, yêu cầu kỹ thuật đánh bóng hoặc kiểm soát không gian.	Tennis, Bóng chuyền, Cầu lông, Bóng bàn, Pickleball,..
Invasion (Xâm nhập)	Các môn thể thao tập trung vào việc xâm nhập không gian đối thủ, yêu cầu kỹ năng phối hợp đội nhóm.	Bóng đá, Bóng rổ, Bóng bầu dục,..
Fielding (Sân cỏ)	Các môn thể thao yêu cầu sự phối hợp giữa phòng thủ và tấn công trên sân cỏ, sử dụng bóng hoặc gậy.	Bóng chày, Cricket,..
Target (Nhắm mục tiêu)	Các môn thể thao đòi hỏi sự tập trung cao độ để nhắm và đạt điểm tối đa bằng cách đánh trúng mục tiêu.	Bắn cung, Bắn súng, Bi-a, Bowling, Curling, Ném đĩa

Part 1

Tổng quan thảo luận về Thể thao trên MXH trong 8 tháng đầu năm 2024.

- Phân tích tổng quan về mức độ thảo luận và tương tác của người dùng về các môn thể thao
- Top 15 môn thể thao dẫn đầu về lượng thảo luận và xu hướng trên mạng xã hội
- Đánh giá lượng thảo luận trên từng mạng xã hội chính: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok



Key Takeaways

TRENDLINE: 3 tháng mùa hè & các giải đấu lớn là những đỉnh điểm bùng nổ thảo luận về thể thao nói chung trên MXH 8 tháng đầu năm 2024. Xu hướng này không phải quá mới mẻ, đặc biệt là khi trong năm nay có rất nhiều sự kiện thể thao lớn: EURO 2024, Asian Cup, Olympic 2024.

Tuy nhiên, dữ liệu cũng cho thấy cộng đồng mạng đang dành sự quan tâm đặc biệt cho việc rèn luyện sức khỏe cá nhân, khi các bộ môn thuận tiện, dễ tập như: cầu lông, chạy bộ, đạp xe đều nằm trong top 5 môn thể thao được quan tâm nhất.

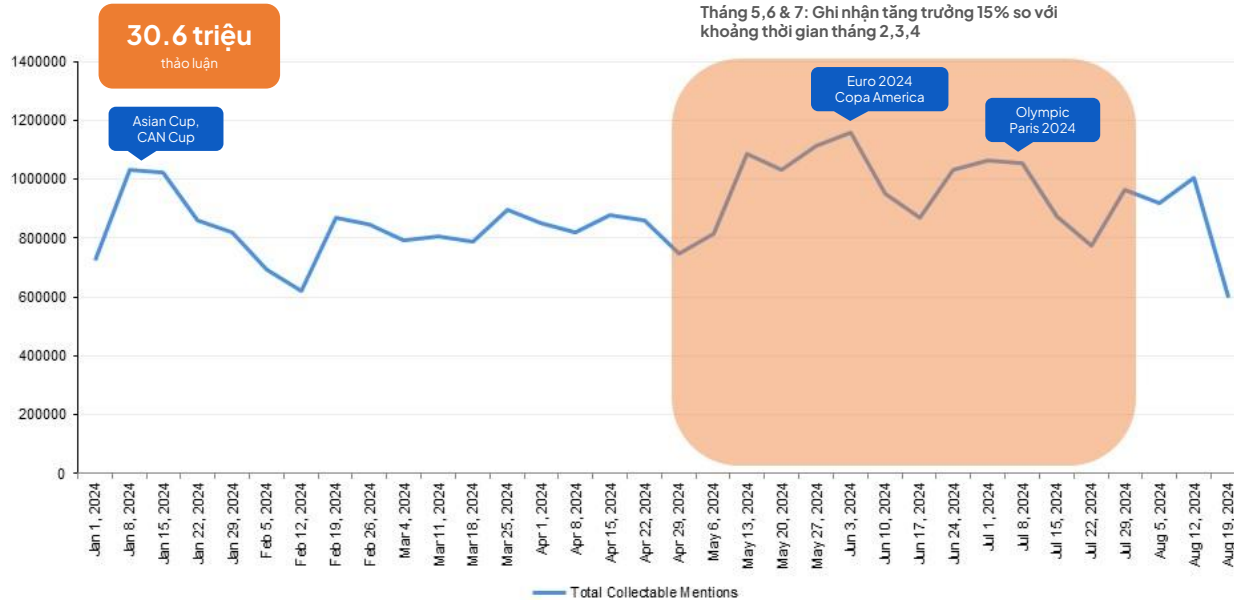
PLATFORMS: Facebook vẫn là nơi tập trung thảo luận liên quan đến hoạt động thể thao, bên cạnh đó, TikTok nổi bật trong việc lan tỏa tinh thần sống khỏe và yêu thể thao. Đặc biệt, TikTok đóng góp 30–49% tổng thảo luận cho các môn thể thao có tính thẩm mỹ cao như cầu lông, bóng chuyền, pickleball, và những môn thi đấu kịch tính như bóng đá, bóng rổ, võ thuật.

RISING STAR: Pickleball trở thành hot trend tại Việt Nam từ tháng 5–6/2024 và đạt đỉnh thảo luận vào tháng 8/2024. Dù gây tranh cãi về trang phục và cách chơi, môn này vẫn thu hút nhờ tính dễ chơi và ít chấn thương, với các giải đấu được đầu tư quy mô lớn đã bắt đầu xuất hiện.

HƠN 30 triệu thảo luận về các môn thể thao* trên MXH trong 8 tháng đầu năm 2024

Trong 8 tháng đầu năm 2024, MXH ghi nhận hơn 30,6 triệu lượt thảo luận về các môn thể thao. Tháng 5-7, thảo luận tăng 15% so với 3 tháng trước, chủ yếu do các giải đấu lớn như Asian Cup, Euro 2024, Olympic Paris 2024 và hoạt động thể thao sau kỳ nghỉ Tết.

DIỄN BIẾN THẢO LUẬN VỀ CÁC MÔN THỂ THAO*

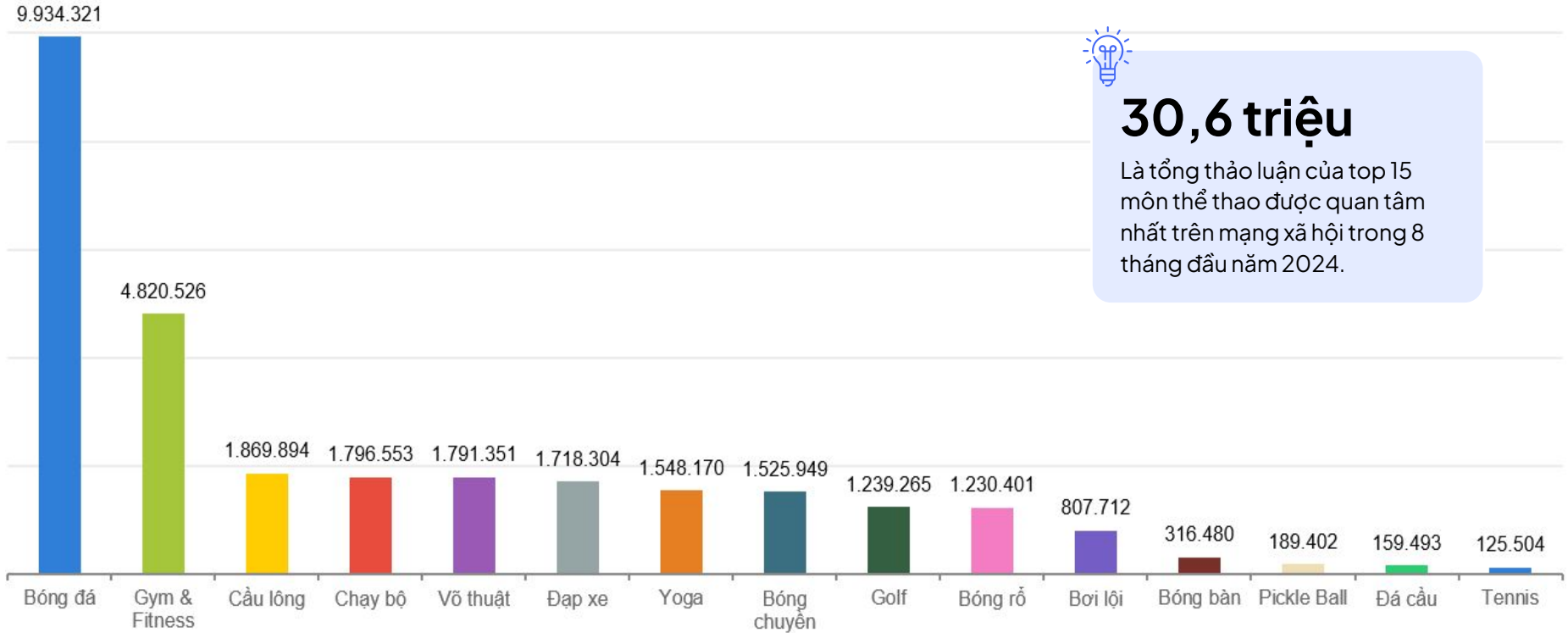


Các giải đấu quốc tế là chủ đề được quan tâm nhất:** ghi nhận 9,5 triệu lượt thảo luận, **chiếm gần 31%** trên tổng thảo luận của các môn thể thao.

*Phân tích từ TOP 15 môn thể thao được thảo luận nhiều nhất (N=30.6M thảo luận)

**Phân tích từ TOP 25 giải đấu được thảo luận nhiều nhất
 Platform: Facebook, Youtube, Ecommerce, Forum, Blog, TikTok, and Online News. | Timerange: 1/1/2024 - 15/8/2024 | Unit: Mention

Bóng đá, Gym & Fitness, Cầu lông là 03 môn thể thao có lượng thảo luận nhiều nhất trên MXH



30,6 triệu

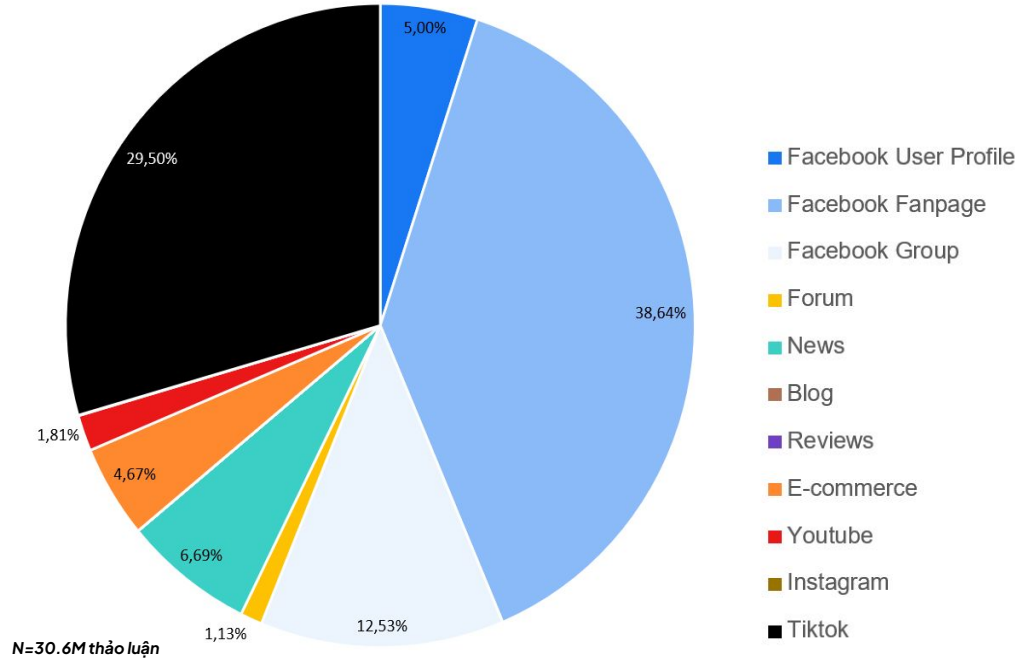
Là tổng thảo luận của top 15 môn thể thao được quan tâm nhất trên mạng xã hội trong 8 tháng đầu năm 2024.

*Phân tích từ TOP 15 môn thể thao được thảo luận nhiều nhất (N=30.6M thảo luận)

Platform: Facebook, Youtube, Ecommerce, Forum, Blog, TikTok, and Online News. | Timerange: 1/1/2024 - 15/8/2024 | Unit: Mention

Facebook chiếm hơn 56% thảo luận & TikTok chiếm 29.5% thảo luận về các môn thể thao

LƯỢNG THẢO LUẬN CÁC MÔN THỂ THAO* THEO CÁC PLATFORMS



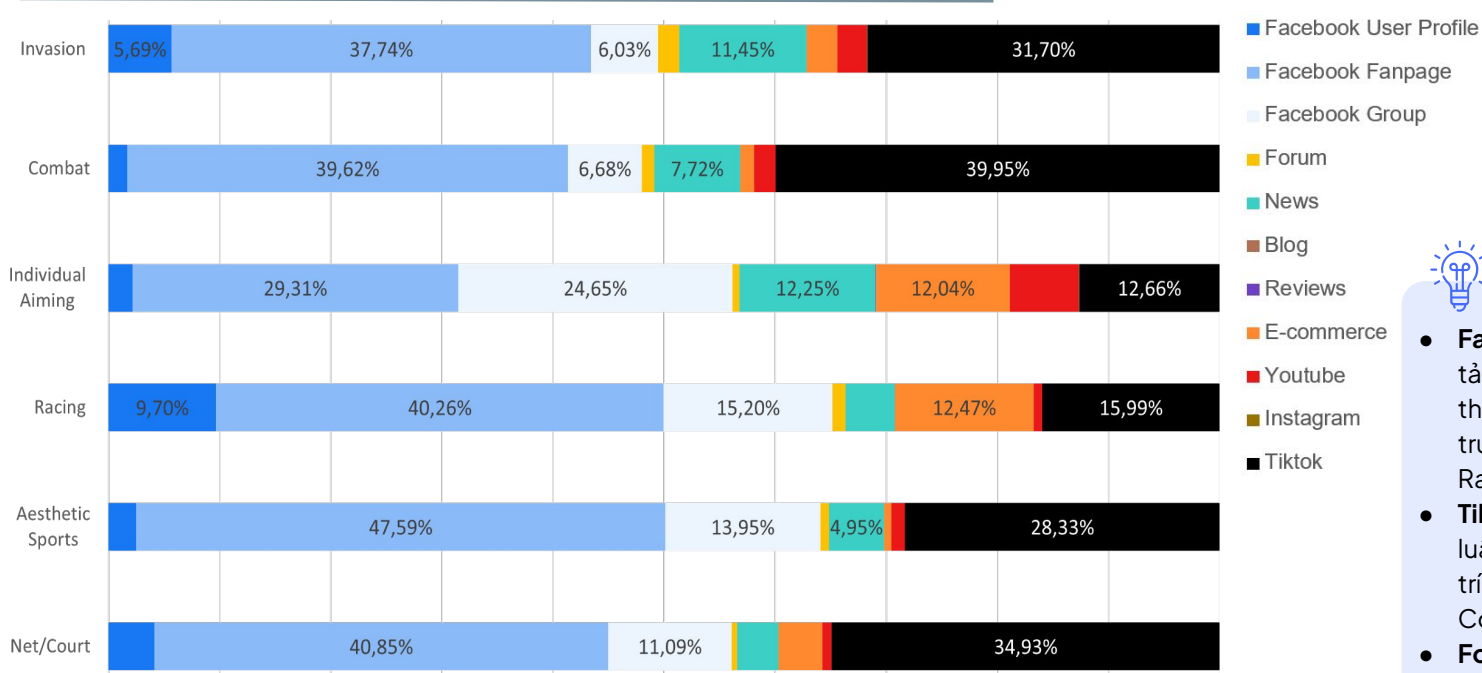
- **Facebook Fanpage nổi bật** với lượng thảo luận lớn nhất (38,6%) trong các nền tảng, phần lớn đến từ các thương hiệu, fanpage thể thao, KOLs/influencers
- **Facebook Group chiếm tới 12,53%** nhờ thảo luận trong các group cộng đồng về các chủ đề thể thao cụ thể.
- **TikTok đang nổi lên** với sự ưu tiên cho nội dung ngắn, tương tác nhanh, chiếm tới 29,5% thảo luận.
- **News chiếm gần 7% thảo luận** cho thấy sự quan tâm tới các trang thông tin chính thống (trang báo chính thống, cổng thông tin,..)
- **Thảo luận trên e-commerce** đạt gần 2% cho thấy xu hướng quan tâm mua sắm các sản phẩm liên quan đến thể thao.

*Phân tích từ TOP 15 môn thể thao được thảo luận nhiều nhất

Platform: Facebook, Youtube, Ecommerce, Forum, Blog, TikTok, and Online News. | Timerange: 1/1/2024 - 15/8/2024 | Unit: Mention

TikTok một nền tảng mới người dùng thảo luận về các môn thể thao

LƯỢNG THẢO LUẬN CÁC NHÓM MÔN THỂ THAO* THEO CÁC NỀN TẢNG MXH



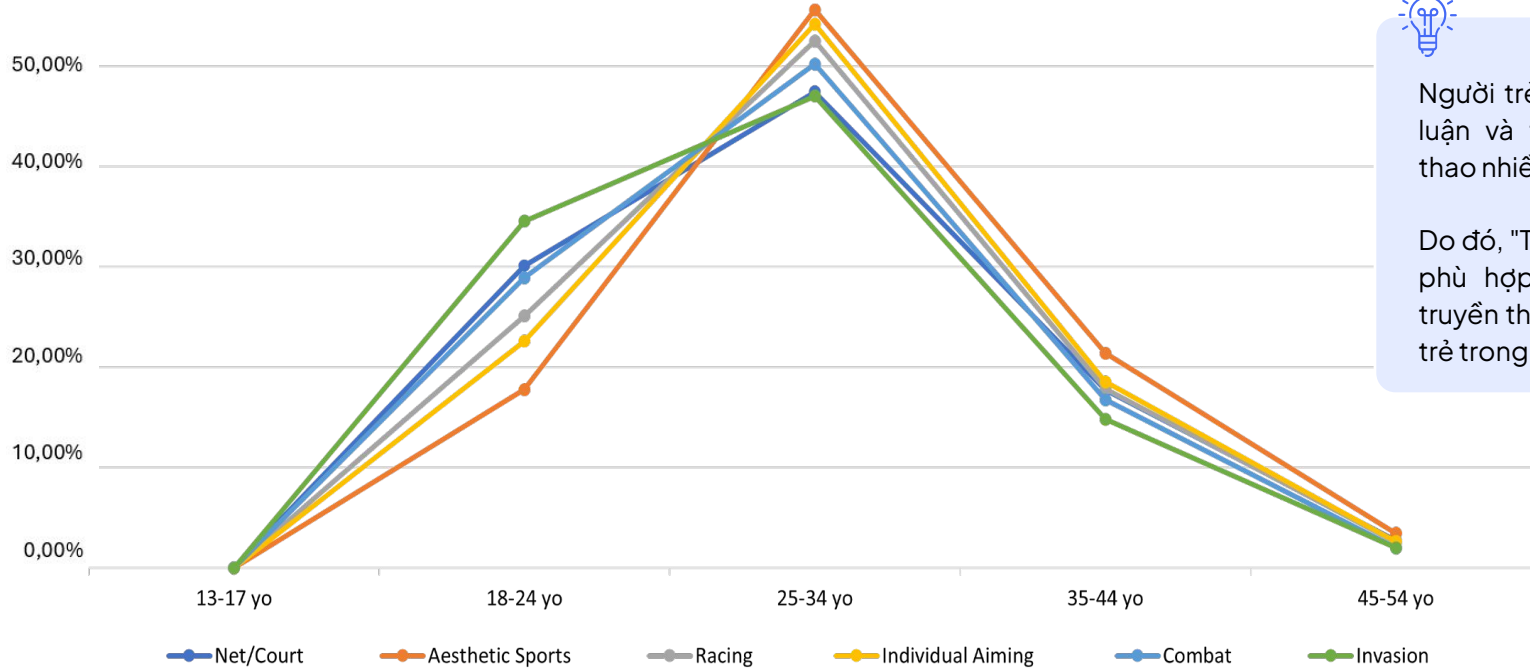
- **Facebook Fanpage** là nền tảng chính cho các môn thể thao đồng đội và cá nhân tập trung cao như Net/Court, Racing và Aesthetic Sports.
- **TikTok** vượt trội trong thảo luận về các môn thể thao giải trí và đối kháng mạnh như Combat và Invasion.
- **Forum** được ưa chuộng bởi cộng đồng thảo luận chi tiết về Racing và Individual Aiming.

*Các nhóm môn thể thao: Invasion, Combat, Net/Court, Individual Aiming, Racing, Aesthetic Sports (định nghĩa ở slide số 5) (N=30.6M thảo luận)

Platform: Facebook, Youtube, Ecommerce, Forum, Blog, TikTok, and Online News. | Timerange: 1/1/2024 - 15/8/2024 | Unit: Mention

Người trẻ quan tâm & thảo luận trên MXH về các môn thể thao

ĐỘ TUỔI NGƯỜI THẢO LUẬN VỀ CÁC NHÓM MÔN THỂ THAO



Người trẻ (18–34 tuổi) thảo luận và tương tác về thể thao nhiều nhất trên MXH.

Do đó, "Thể thao" là lĩnh vực phù hợp để thương hiệu truyền thông nhắm vào giới trẻ trong các chiến dịch.

*Các nhóm môn thể thao: Invasion, Combat, Net/Court, Individual Aiming, Racing, Aesthetic Sports (định nghĩa ở slide số 5) (N=30.6M thảo luận)

Part 2

Phân tích mối quan tâm của người dùng & Gợi ý cho Thương hiệu theo nhóm môn thể thao

- Môn thể thao Invasion: Bóng đá, Bóng rổ
- Môn thể thao Aesthetic Sports: Gym, Fitness, Yoga
- Môn thể thao Net/Court: Tennis, Bóng bàn, Cầu lông, Bóng chuyên, Pickleball
- Môn thể thao Racing: Chạy bộ, Đạp xe, Bơi lội



Key Takeaways

65% lượng thảo luận trong chủ đề Bóng đá xoay quanh diễn biến và kết quả của những trận cầu nảy lửa, được cộng đồng fan bóng đá mong đợi tại các giải đấu lớn như Asian Cup, EURO, Champions League,...; cũng như các trận đấu có sự tham gia của đội tuyển Bóng đá Nam & Nữ Quốc gia Việt Nam; hoặc xoay quanh VDV, cầu thủ, HLV nổi tiếng. Con số này là 59% lượng thảo luận với nhóm môn thể thao Net/Court: Tennis, Bóng bàn, Cầu lông, Bóng chày, Pickleball.

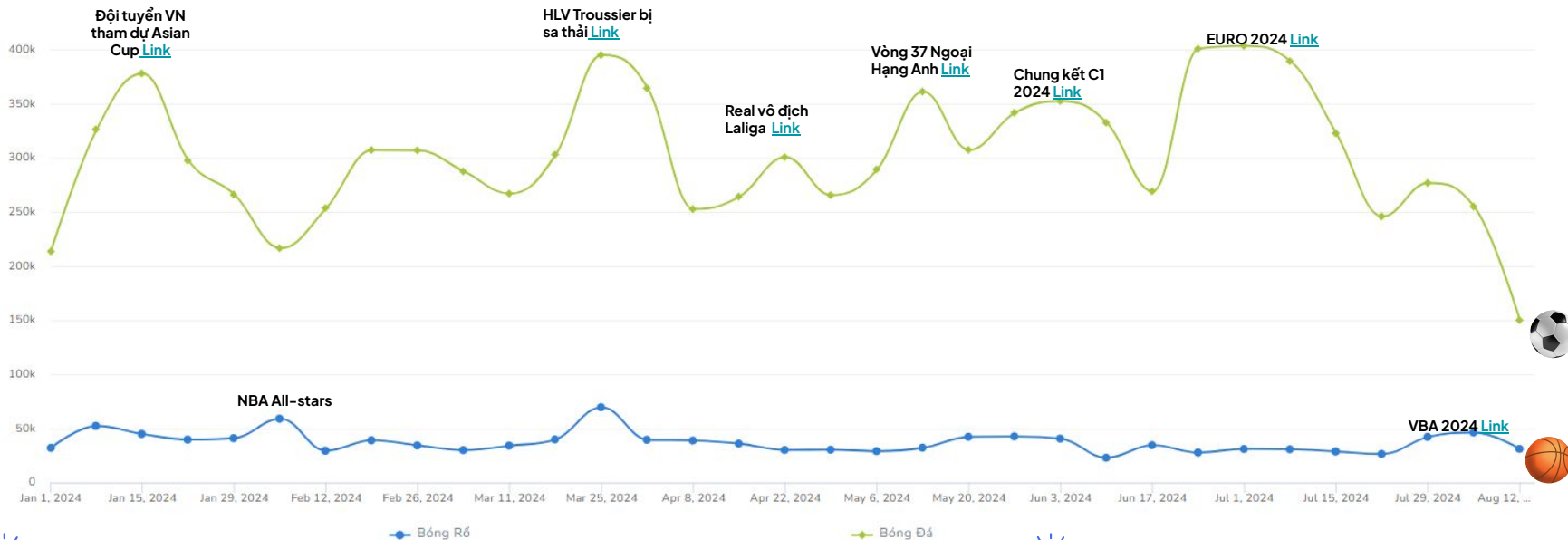
Trong khi đó với nhóm môn **Aesthetic Sports** (Gym, Fitness, Yoga) và **Racing** (Chạy bộ, Đạp xe, Bơi lội), lượng thảo luận áp đảo (~**55% lượng thảo luận**) ghi nhận nhu cầu tìm kiếm trang thiết bị & chia sẻ kinh nghiệm luyện tập, tìm hiểu kiến thức tập luyện, hạn chế chấn thương, đặc biệt, nội dung chia sẻ thành tích cá nhân.

Người dùng thảo luận gì về
các môn thể thao Invasion

Bóng đá - Bóng rổ

Năm 2024, Bóng đá liên tục “thống trị” MXH nhờ các sự kiện bóng đá lớn thế giới

DIỄN BIẾN THẢO LUẬN VỀ BÓNG ĐÁ & BÓNG RỔ:



Thảo luận về bóng đá tăng mạnh tại các sự kiện như Việt Nam dự Asian Cup, HLV Troussier bị sa thải, vòng 37 Ngoại hạng Anh, chung kết C1 2024 và đặc biệt EURO 2024, đạt đỉnh hơn 400 nghìn lượt.



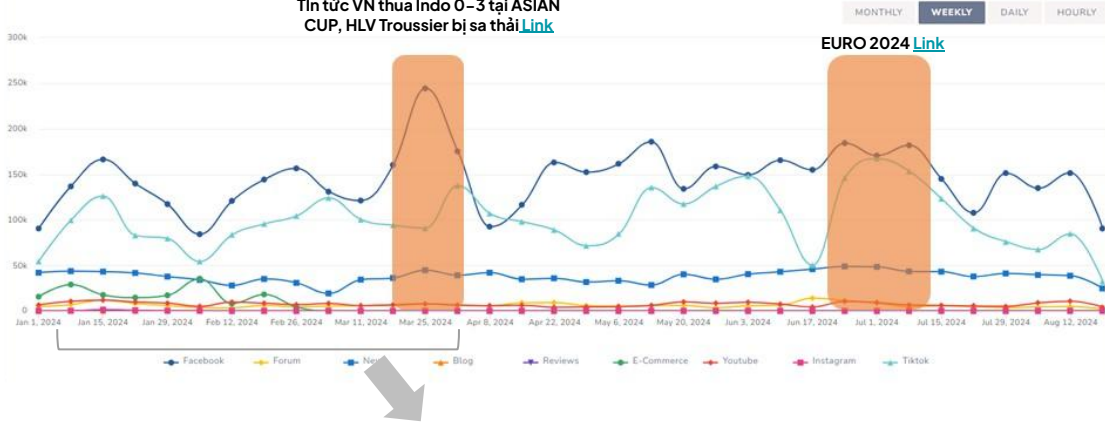
Bóng rổ, dù có NBA All-stars và VBA 2024, chỉ đạt đỉnh hơn 50 nghìn lượt thảo luận.

*Phân tích từ nhóm môn thể thao Invasion (Bóng đá, Bóng rổ) (N=11,1M thảo luận)

Platform: Facebook, Youtube, Ecommerce, Forum, Blog, TikTok, and Online News. | Timerange: 1/1/2024 - 15/8/2024 | Unit: Mention

Bóng đá – Thảo luận “tăng đột biến” ở thời điểm diễn ra các trận cầu đỉnh cao

Tin tức VN thua Indo 0-3 tại ASIAN CUP, HLV Troussier bị sa thải [Link](#)



EURO 2024 [Link](#)

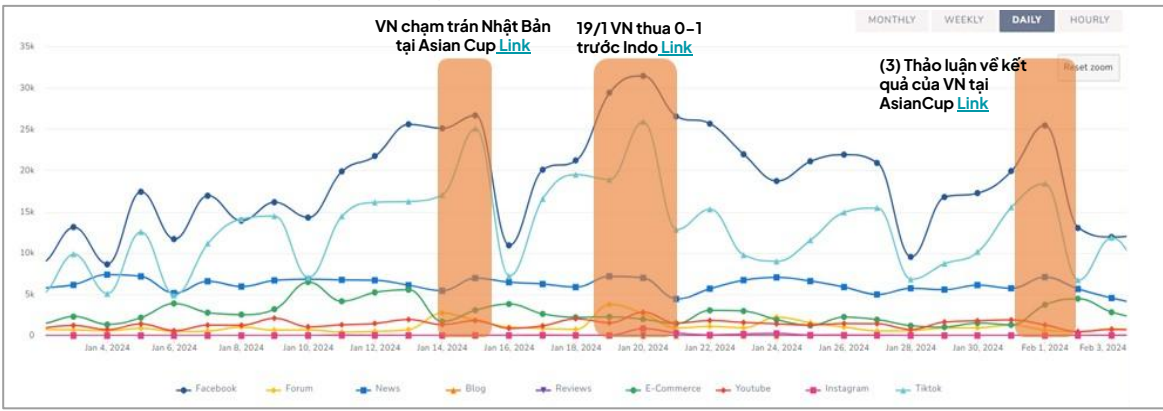


- Thảo luận về bóng đá trên mạng xã hội tăng đột biến trong các sự kiện lớn hoặc kết quả quan trọng.
- Chủ đề xoay quanh trận đấu: Các trận đấu có sự tham gia của đội tuyển bóng đá VN nhận được nhiều sự quan tâm. Các nội dung thảo luận có thể kể đến như: Bình luận trận đấu [Link](#), HLV trưởng ĐTVN ([Link1](#) [Link2](#)), dự đoán tỉ số [Link](#)
- Nền tảng như Facebook, TikTok & News là những nơi có mức thảo luận sôi nổi nhất.

VN chạm trán Nhật Bản tại Asian Cup [Link](#)

19/1 VN thua 0-1 trước Indo [Link](#)

(3) Thảo luận về kết quả của VN tại Asian Cup [Link](#)

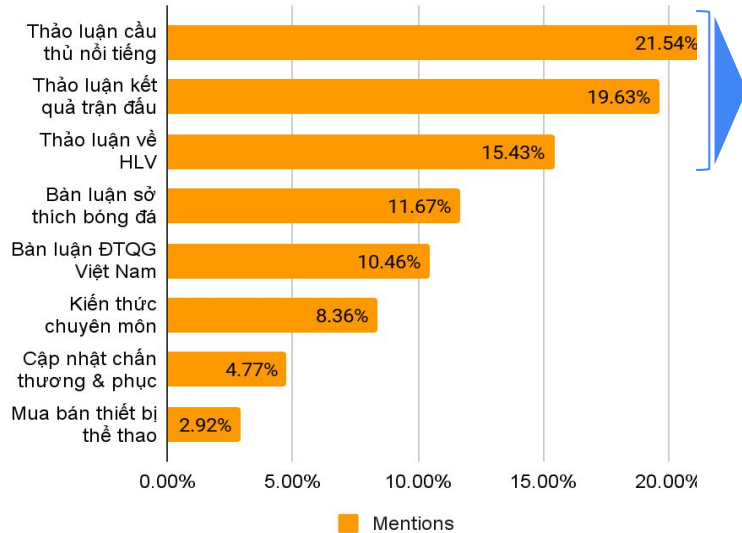


*Phân tích từ môn thể thao Bóng đá (N=9.9M thảo luận)

Platform: Facebook, Youtube, Ecommerce, Forum, Blog, TikTok, and Online News. | Timerange: 1/1/2024 - 15/8/2024 | Unit: Mention

Với Bóng đá: Diễn biến trận đấu, kết quả trận đấu là tâm điểm thảo luận trên MXH;

TOP CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN* TRONG MÔI TRƯỜNG THỂ THAO BÓNG ĐÁ



- **Kết quả trận đấu, sự kiện lớn, cầu thủ & HLV nổi tiếng**, đặc biệt tin tức liên quan đến đội tuyển Quốc gia.
- **Thảo luận về luyện tập và mua bán đồ tập**: Các hoạt động luyện tập bóng đá và việc mua sắm đồ luyện tập cũng là chủ đề thường xuyên được thảo luận.
- **Thảo luận về mini-game**: Các mini-game dự đoán kết quả hay thử thách bóng đá cũng thu hút sự quan tâm lớn từ cộng đồng.



Gợi ý cho thương hiệu:

- Khai thác các nội dung về chiến thuật, phân tích trận đấu và câu chuyện hậu trường cầu thủ...
- Liên kết với các sự kiện bóng đá lớn và tận dụng các thảo luận về HLV, nội dung xoay quanh cầu thủ nổi tiếng...
- Tạo các mini-game, dự đoán kết quả để thu hút tương tác...
- Phát triển nội dung dành cho người chơi đá bóng: khuyến khích lối sống lành mạnh thông qua các hoạt động luyện tập, mẹo luyện tập, video hướng dẫn kỹ thuật bóng đá hoặc sự kiện cho người chơi nghiệp dư...

Verbatim:

- "Thời huấn luyện viên Park cần nhập tịch gì đầu vẫn dẫn đầu khu vực. VFF cần xem lại cách lựa chọn HLV là ổn."
- "Đến đội bóng vĩ đại như Real còn chọn lối chơi phòng ngự sâu, và đạt được điều họ cần là giành chiến thắng chung cuộc. Vậy mà nhiều fan cuồng cứ muốn VN phải chơi tấn công, đôi công mới chịu" - Kiểu Tiến Đại
- "Messi và CR7 luôn đứng đầu hàng ngày trong 15 năm qua. Nhưng nếu nói nghiêm túc chỉ đơn thuần về tài năng và kỹ năng ko ai bằng Ro9" - David HungMinh

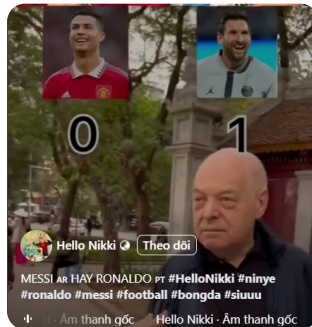
*Phân tích từ mẫu N=2,7M thảo luận liên quan tới bóng đá

Platform: Facebook, Youtube, Ecommerce, Forum, Blog, TikTok, and Online News. | Timerange: 1/1/2024 - 15/8/2024

TOP NỘI DUNG THẢO LUẬN TRONG MÔN THỂ THAO BÓNG ĐÁ



Thảo luận về các trận đấu lớn



Thảo luận liên quan tới cầu thủ yêu thích



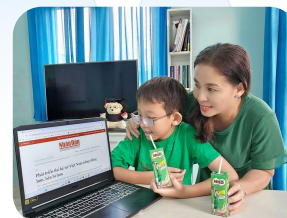
Thảo luận về các HLV: HLV trưởng của ĐTVN



Thảo luận về ĐTQG VN



Minigame dự đoán kết quả



Khuyến khích thể hệ trẻ rèn luyện bóng đá

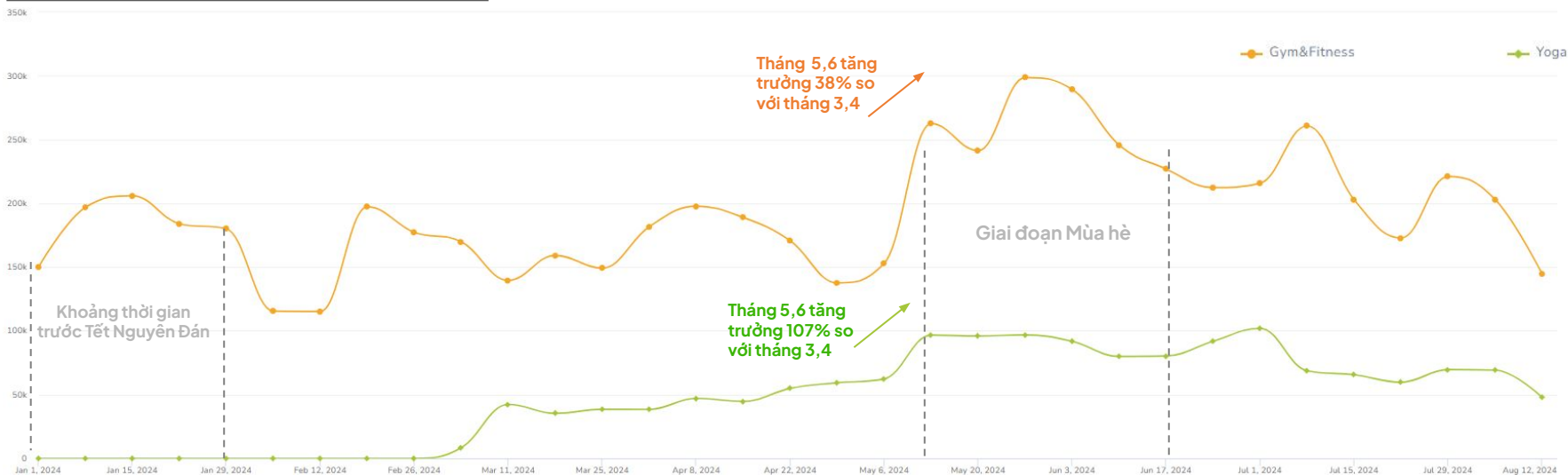
Người dùng thảo luận gì về
các môn thể thao Aesthetic Sports
Gym & Fitness – Yoga

Tháng 5, tháng 6 là cao điểm thảo luận của hai bộ môn Gym & Fitness và Yoga trên mạng xã hội



Đầu mùa hè, nhu cầu "siết dáng", "tăng cơ" tăng vọt, MXH bùng nổ bài viết về sản phẩm hỗ trợ và kinh nghiệm tập luyện. Thảo luận về Gym & Fitness dao động mạnh trong 8 tháng đầu 2024, vượt 200.000 lượt/tuần vào cao điểm, đặc biệt đầu tháng 1 và 6. Yoga dao động ít hơn, thể hiện nhu cầu ổn định, nhưng tăng đáng chú ý vào tháng 5-6, đạt hơn 368.000 thảo luận/tháng, gấp đôi so với tháng 3-4.

DIỄN BIẾN THẢO LUẬN VỀ GYM & FITNESS VÀ YOGA:

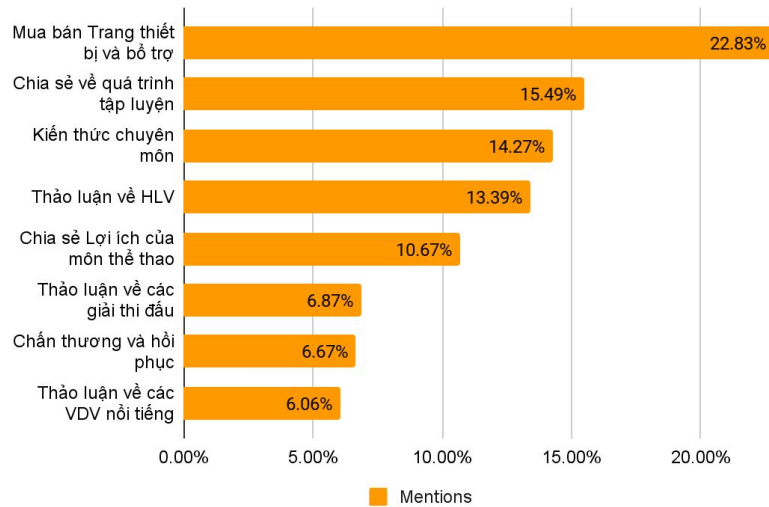


*Phân tích từ nhóm môn thể thao Aesthetic sports (Gym & Fitness và Yoga) (N=6,3M thảo luận)

Platform: Facebook, Youtube, Ecommerce, Forum, Blog, TikTok, and Online News. | Timerange: 1/1/2024 - 15/8/2024 | Unit: Mention

Các chủ đề về tập luyện (thiết bị hỗ trợ, hình ảnh tập luyện, kiến thức chuyên môn) là tâm điểm thảo luận trên MXH

TOP CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN* TRONG NHÓM MÔN AESTHETIC SPORTS



Verbatim:

- "Ai dùng cái tạ tay của hãng này chưa? Thấy đang giảm giá mà không biết có bền không?"
- "Ace nào có kinh nghiệm dùng đai lưng hỗ trợ squat chưa ạ? Em tình mua mà không biết chọn loại nào."
- "Hoàn thành 1 tháng thử thách yoga! Cảm giác cơ thể dẻo dai hơn, tinh thần phấn chấn hẳn. Các chị em thử đi, không thất vọng đâu!"
- "Muốn tăng cơ nhanh thì phải kết hợp tập tạ với ăn đủ protein nha, mỗi cardio không được đâu!"

- **Mua bán trang thiết bị và hỗ trợ (22.83%):** mỗi quan tâm lớn của người dùng về việc lựa chọn và sử dụng các sản phẩm hỗ trợ luyện tập (đồ tập, thiết bị, thực phẩm chức năng...).
- **Chia sẻ quá trình tập luyện (15.49%):** Người dùng thường chia sẻ hình ảnh cá nhân về trong quá trình tập luyện của họ.
- **Kiến thức chuyên môn (14.27%) và Thảo luận về HLV (13.39%):** quan tâm đến việc trao đổi về kiến thức thể thao và vai trò của huấn luyện viên.



Gợi ý cho thương hiệu:

- **Đầu tư vào nội dung liên quan đến thiết bị và dụng cụ:** Thương hiệu có thể tận dụng sự quan tâm này bằng cách cung cấp thêm thông tin chi tiết về sản phẩm hoặc các chương trình khuyến mãi đặc biệt.
- **Hỗ trợ nội dung về quá trình luyện tập và chia sẻ kiến thức:** Các chiến dịch nội dung nên tập trung vào việc hướng dẫn tập luyện, cập nhật kiến thức chuyên môn để tạo sự tương tác tích cực với người dùng.
- **Xây dựng mối quan hệ với HLV và chuyên gia:** Sự tham gia của các huấn luyện viên và chuyên gia có thể tạo ra sự tin tưởng và thúc đẩy thương hiệu trong cộng đồng.

TOP NỘI DUNG THẢO LUẬN TRONG NHÓM MÔN THỂ THAO AESTHETIC SPORTS



Review trang thiết bị và bổ trợ



Chia sẻ hình ảnh quá trình tập luyện



Chia sẻ Kiến thức tập luyện



Quảng bá dịch vụ tập luyện



Thảo luận về các VDV nổi tiếng



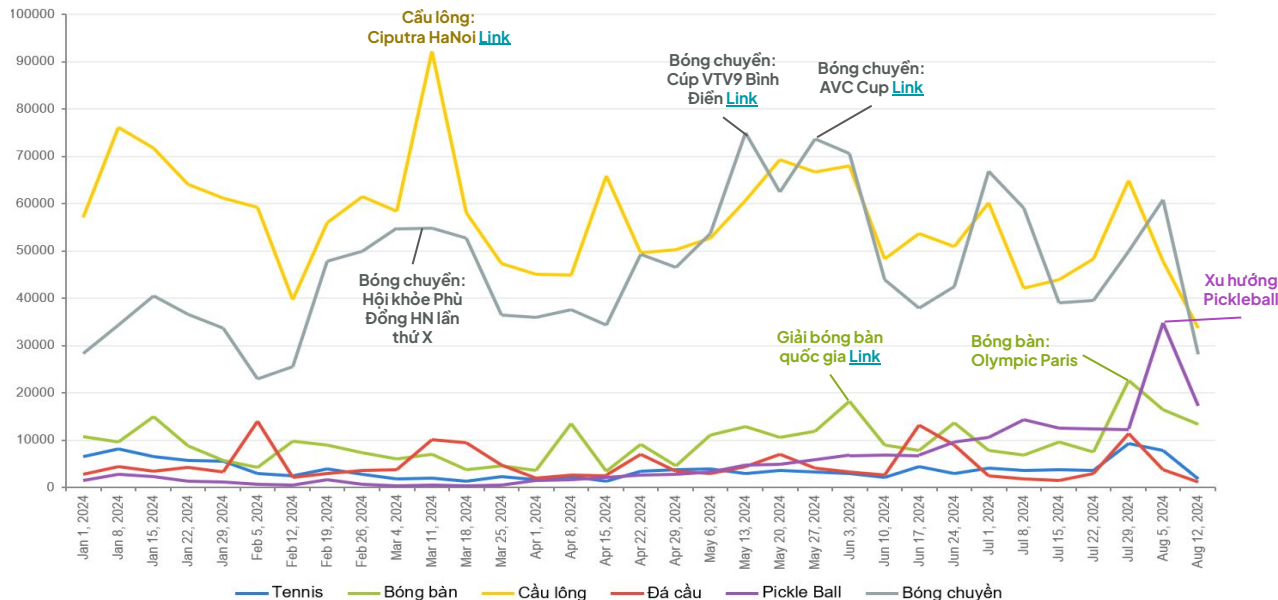
Chia sẻ lợi ích về môn thể thao

Người dùng thảo luận gì về các môn thể thao Net & Court
Cầu lông – Bóng chuyền – Bóng bàn
– Pickleball – Đá cầu

Các môn thể thao Sân lưới được quan tâm ở các giải đấu trong nước

- **Cầu lông và bóng chuyền** là hai môn thể thao có mức độ thảo luận nổi bật nhất, với các sự kiện như giải Ciputra HaNoi và Cúp VTV9 Bình Điền hay AVC Cup...
- **Bóng bàn** cũng ghi nhận lượng thảo luận lớn từ các sự kiện lớn như Giải bóng bàn quốc gia và Olympic Paris.
- **Pickleball** đang nổi lên như một xu hướng mới, với lượng thảo luận tăng nhanh từ giữa năm 2024.

DIỄN BIẾN THẢO LUẬN VỀ CÁC MÔN SÂN LƯỚI

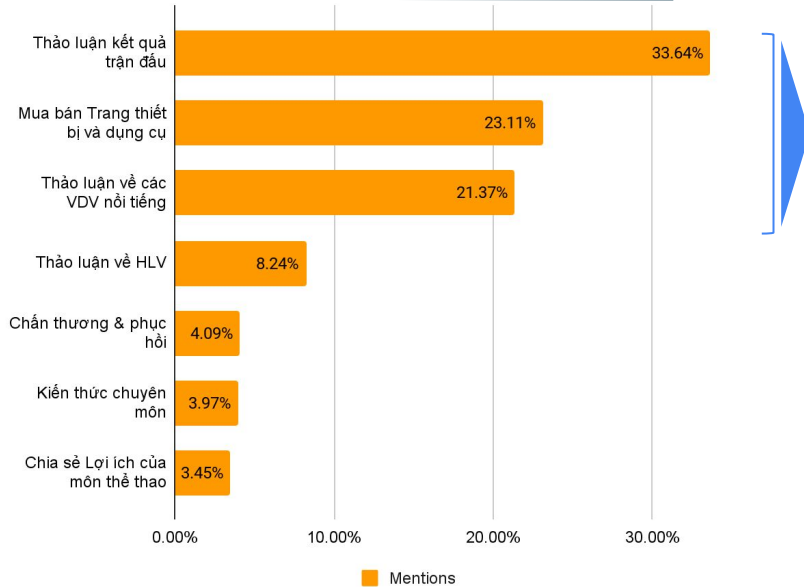


Gợi ý cho thương hiệu:

- **Khai thác sự kiện lớn:** Thương hiệu có thể tài trợ hoặc liên kết với các giải đấu lớn như Ciputra HaNoi (cầu lông) hay Cúp VTV9 Bình Điền (bóng chuyền)...
- **Tận dụng xu hướng Pickleball:** Với sự tăng trưởng nhanh chóng của Pickleball, thương hiệu có thể đón đầu xu hướng bằng cách tạo các nội dung liên quan, tổ chức sự kiện hoặc thử thách dành riêng cho môn thể thao này.

“Trang thiết bị và dụng cụ” là TOP 2 chủ đề hút thảo luận về môn Sân lưới

TOP CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN TRONG MÔN THỂ THAO NET & COURT



Verbatim:

- “Nói thẳng ra cầu lông auto dễ chơi hơn bóng đá sống ảo dễ hơn sạch sẽ mát mẻ hơn , ko biết chơi cầm vợt chụp choẹt vẫn xinh vẫn đẹp đồ mặc cũng đẹp hơn” - Tri Ph
- “Cầu lông VN biết ơn Tiến Minh, nhưng chỉ là biết ơn suông chứ ko giúp đc gì a cả, kể cả liên đoàn thể thao VN cũng đối xử bạc bẽo với a”
- “Trận Pickleball đầu tiên của anh em tôi, may ngày xưa cũng có tí bóng bàn, cầu lông nên nhập môn khá là ok , cơ bản là để chơi” - Tiến Hưng

Top nội dung được thảo luận nhiều



Thảo luận về các trận đấu lớn trong nước



Mua bán phụ kiện, dụng cụ chơi

V Olympic thủ 2 của Fan Zhengong, nhưng là tìm đầu tiên ở nội dung đơn nam



Tin tức về các VĐV



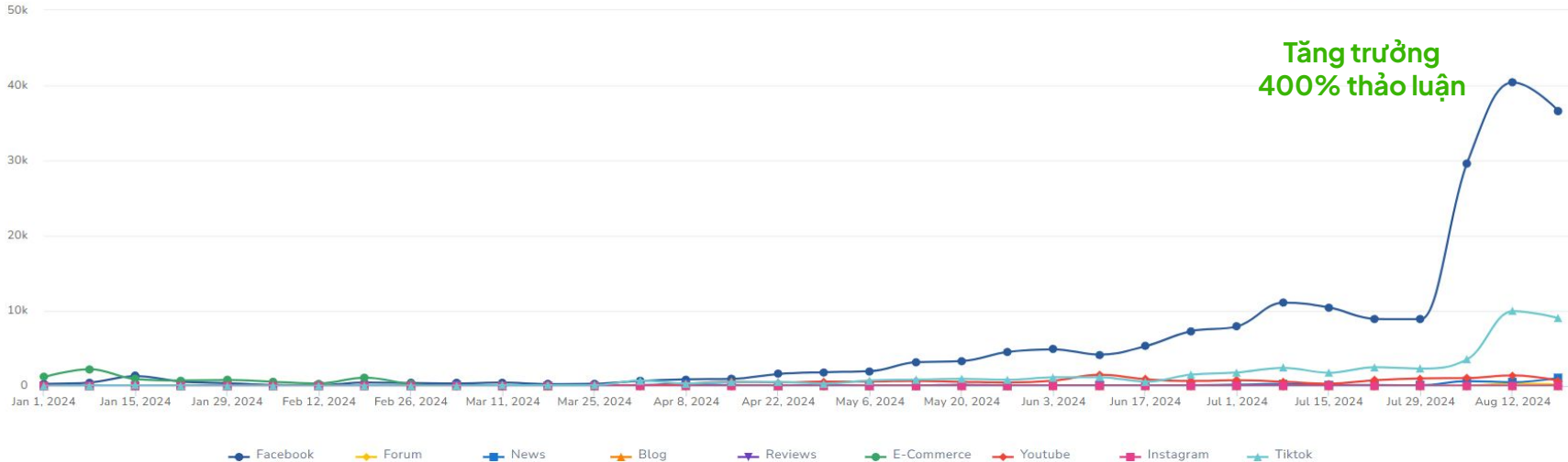
Gợi ý cho thương hiệu:

- ❑ **Tài trợ hoặc hợp tác với các giải đấu thể thao lớn** hoặc Tận dụng sức ảnh hưởng của các VĐV nổi tiếng giúp tạo sự chú ý và gắn kết với người hâm mộ thể thao.
- ❑ Ngoài ra, các bộ môn này thu hút người chơi luyện tập, thương hiệu có thể phát triển nội dung về **Chăm sóc sức khỏe và an toàn khi chơi thể thao**, chia sẻ về kỹ thuật hoặc lan tỏa tinh thần thể thao.

Pickleball: Giải mã môn thể thao 'gây sốt' trên MXH mùa hè 2024

- Sự tham gia của KOLs và Influencers:** Các KOLs, người nổi tiếng và influencers đã góp phần tạo sức hút cho Pickleball bằng việc tham gia và quảng bá môn thể thao này trên các nền tảng MXH.
- Giải đấu và cuộc thi trong nước:** Giải Pickleball Thanh Niên 2024 - Cúp VINFAST, VTV Times Pickleball, Pickleball châu Á mở rộng 2024...
- Cộng đồng người chơi Pickleball:** Hội nhóm có thể tìm HLV, mua sắm dụng cụ và chia sẻ kinh nghiệm luyện tập thảo luận sôi nổi: *Pickleball TPHCM (31k thành viên); Cộng đồng Pickleball Việt Nam (69.9k thành viên); Giao lưu Pickleball Hà Nội (163.8k thành viên)*...

DIỄN BIẾN THẢO LUẬN VỀ PICKLEBALL



*Phân tích từ môn thể thao Pickleball (N=189K thảo luận)

Platform: Facebook, Youtube, Ecommerce, Forum, Blog, TikTok, and Online News. | Timerange: 1/1/2024 - 15/8/2024 | Unit: Mention

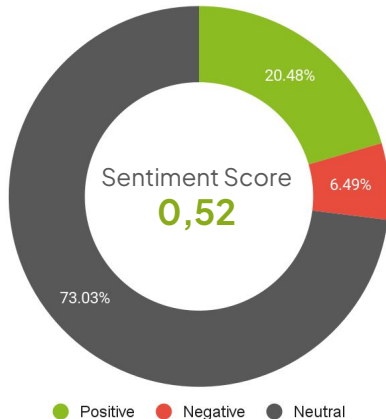
Bên cạnh những thảo luận “vừa chơi đã ghiền” hay giúp gắn kết gia đình, là những tranh cãi xung quanh trang phục hay cho đây chỉ là trào lưu...



Tóm lại đây vẫn là bộ môn được đón nhận, yêu mến đối với nhóm người chơi thể thao nhất định. Những tranh cãi xung quanh cũng không liên quan trực tiếp tới bộ môn (trang phục trên sân, hot girl mặc đồ ngủ):

- Thương hiệu nên tập trung vào việc giáo dục người tiêu dùng về Pickleball, nhấn mạnh lợi ích sức khỏe và tính chất toàn diện của môn thể thao, từ đó lan tỏa tinh thần thể thao, ý nghĩa tinh thần bộ môn mang lại hoặc sự gắn kết khi tham gia chơi....
- Tránh các chủ đề dễ gây thảo luận trái chiều như trang phục phản cảm trên sân...

CHỈ SỐ CẢM XÚC VỀ PICKLEBALL*



*Lưu ý: Chỉ số cảm xúc được xử lý tự động bằng AI, độ chính xác 60-70%

Verbatim:

TÍCH CỰC

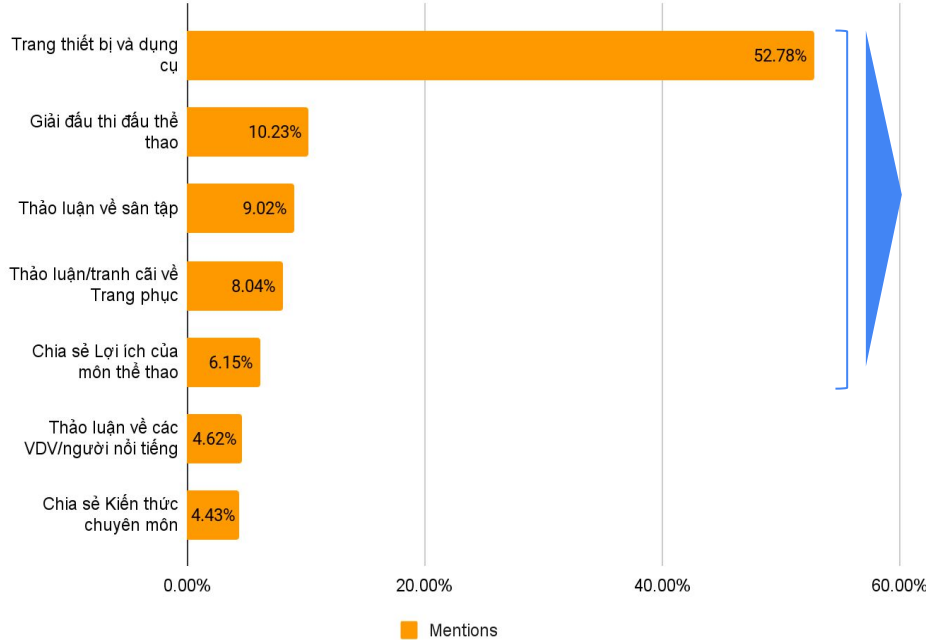
- **Yêu thích bộ môn:** “Ban đầu hơi anti, nhưng giờ chơi một ngày 4 tiếng không đủ :))” “Ai có slot nào em ghép team với ạ” “Em tập 2,5 tháng, mong chờ đi đánh giải” “Pickleball sẽ phát triển trong tương lai, bằng chứng là ở Mỹ cũng rất phổ biến”
- **Gắn kết gia đình:** “Cả gia đình tôi lôi nhau chơi Pickleball” “Đưa con gái ra sân cùng tập, trải nghiệm mới mẻ ấy”
- **Tinh thần thể thao:** “Thể thao là để chơi để vui vẻ tận hưởng, đến Bill Gates còn chơi môn này mấy chục năm còn chưa thấy chán kia kìa”
- **Động lực tập:** “Chưa bao giờ nghĩ có thể chơi một môn mà thấy có động lực như vậy” “Chưa ra sân mà đã muaa một đồng đồ ra sân rồi, nhiều khi ăn mặc đẹp cũng là một động lực” “Pickleball mới trend mà Vinhomes đã có ngay sân luôn mà, không phải đi sân xa nữaaaa”

TIÊU CỰC

- **Bộ môn nhẹ nhàng:** “Pickleball chơi như hế, bộ môn dành cho người thích dưỡng sinh”
- **Thời trang trên sân:** “Ăn mặc phản cảm thật” “Bộ môn gọi vốn mới cho các chị e, sau golf :)))”

Pickleball: 60% thảo luận về Trang thiết bị tập luyện (giày, vợt, phụ kiện) và tìm kiếm sân tập

TOP CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN TRONG MÔN THỂ THAO PICKLEBALL*



- **Mua bán trang thiết bị (quần áo, giày, vợt...) - 52.78% và sân tập (9.02%):** xuất phát từ nhu cầu tăng cao của Pickleball, người chơi muốn tìm kiếm thiết bị và chỗ tập luyện phù hợp.
- **Giải thi đấu thể thao (10.23%) & Lợi ích của Pickleball (6,15%):** thu hút lượng thảo luận đáng kể & tích cực vì tính cạnh tranh, tinh thần & lợi ích của môn thể thao này.
- Tuy nhiên, bộ môn cũng vướng phải không ít thảo luận trái chiều về **Trang phục (8,04%) ra sân của người chơi** “phản cảm”, không mang tinh thần thể thao.



Gợi ý cho thương hiệu:

- **Tận dụng độ “hot” của Pickleball:** Thương hiệu có thể khai thác xu hướng này bằng cách tạo nội dung liên quan đến Pickleball, ví dụ như tài trợ các bài viết về kiến thức luyện tập hoặc tổ chức các mini-game trên nền tảng mạng xã hội.
- **Hợp tác với người có ảnh hưởng** trong cộng đồng Pickleball
- **Tổ chức các sự kiện hoặc tài trợ giải đấu Pickleball** để kết nối sâu hơn với người chơi và cộng đồng yêu thích bộ môn.

*Phân tích từ mẫu N=60K thảo luận trong môn thể thao Pickleball

Platform: Facebook, Youtube, Ecommerce, Forum, Blog, TikTok, and Online News.
| Timerange: 1/1/2024 - 15/8/2024 | Unit: Mention

Pickleball thu hút sự quan tâm mạnh mẽ từ nữ giới và người trẻ tuổi, đặc biệt tập trung ở miền Bắc



75.548

người dùng riêng lẻ

- Giới tính:** Phụ nữ chiếm tỷ lệ cao nhất trong các thảo luận với 32,34%, trong khi nam giới chiếm 27,45% và nhóm khác là 40,21%.
- Độ tuổi:** Độ tuổi chủ đạo của người dùng là từ 25 - 34 tuổi (chiếm 55,15%), theo sau là nhóm 18 - 24 tuổi (chiếm 22,32%), minh chứng rằng Pickleball phổ biến nhất trong nhóm người trưởng thành trẻ.
- Phân bố theo khu vực:** Khu vực miền Bắc dẫn đầu với 50,17% số cuộc thảo luận, trong đó Hà Nội đóng góp 10,77%, và miền Nam có 33,52%, nổi bật là TP. Hồ Chí Minh với 8,19% người tham gia.

PHÂN TÍCH NHÂN KHẨU HỌC

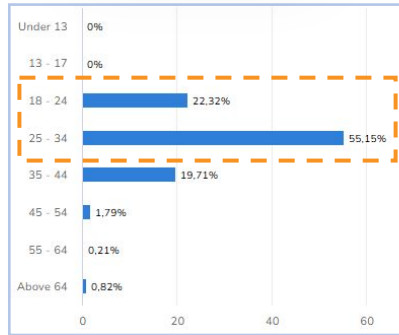
GENDER

♂ 27,45 %
MALE

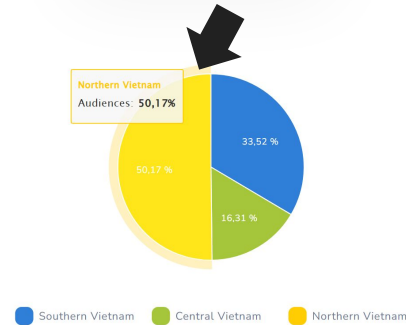
♀ 32,34 %
FEMALE

♂ 40,21 %
OTHER

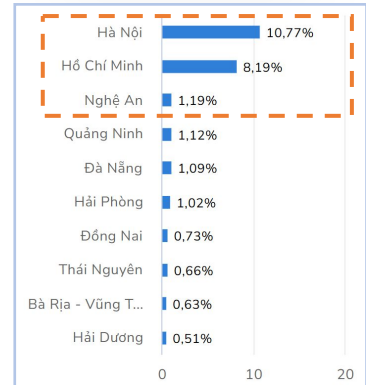
AGE



REGIONS



CITIES



Pickleball: Môn thể thao 'gây sốt' trên MXH mùa hè 2024

Sự tham gia của KOLs và Influencers


Hiền Hồ 
30 Tháng 6 · 🌐

Buổi tối tuyệt vời để chơi Pickleball 🍷



Giải đấu và cuộc thi trong nước

Bảo Thanh Niên 
6 Tháng 7 · 🌐

 Theo dõi 

[Tổng quan](#) [Bình luận](#)

Chung kết Siêu cúp - Giải Pickleball Thanh Niên lần 1 - 2024 Cup VINFAST

Tường thuật trực tiếp các trận đấu hấp dẫn nhất trong khuôn khổ Giải Pickleball Thanh Niên lần 1-2024 Cup VINFAST. Quý vị có thể theo dõi các trận đấu đang diễn ra tại cụm sân LA PIKO (CLB Lan Anh, quận 10, TP.HCM), trong 2 ngày 6-7.7.2024 hoặc đón xem trên các nền tảng số của Báo Thanh Niên và FPT Play.

#PickleballThanhNien #PickleballcupVinFast #BaoThanhNien #VinFast




Sự phát triển của cộng đồng Pickleball



Giao lưu Pickleball Hà Nội

📍 Nhóm Công khai · 163,8K thành viên

[+ Thêm gia nhóm](#) [🔗 Chia sẻ](#)

[Giới thiệu](#) [Thảo luận](#) [Đăng chú ý](#) [Mọi người](#) [Sự kiện](#) [File phương tiện](#) [File](#) 

 **Lê Diệu Hương**
20 Tháng 8 lúc 16:52 · 🌐

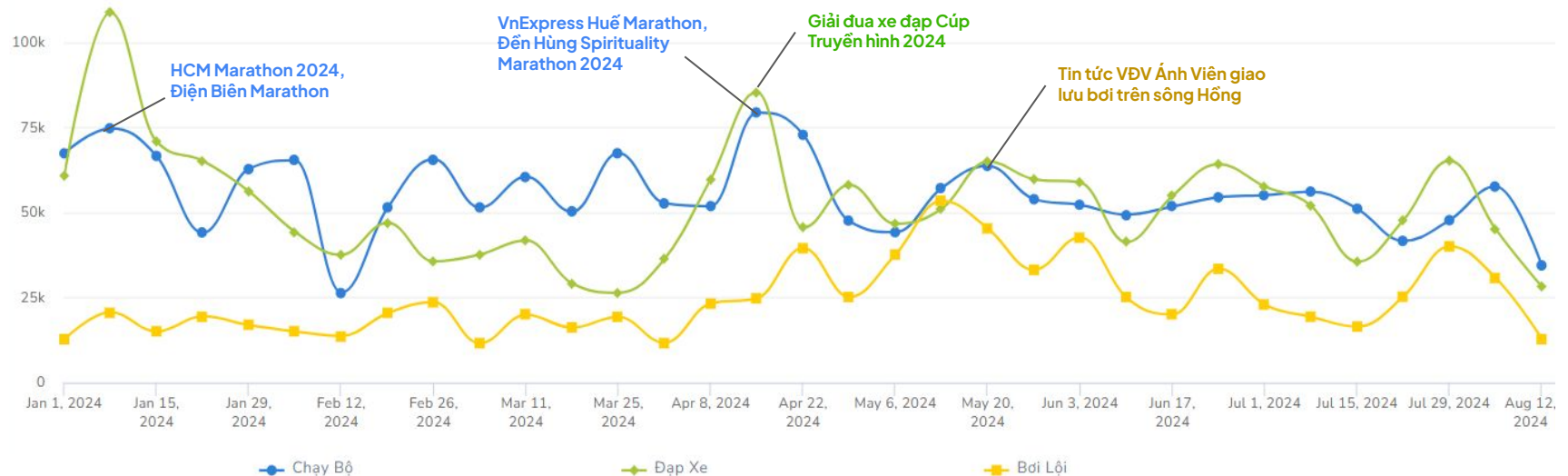
em 2 newbie muốn tìm ghép sân tối nay 7-8h ở Thanh Xuân, Láng a. Anh chị nào còn slot ghép sân thì cho em xin với. Hoặc có nhóm cố định giao lưu càng tốt a. Em cảm ơn nhiều

Người dùng thảo luận gì về các môn thể thao Racing
Chạy bộ – Đạp xe – Bơi lội

Thời điểm bùng nổ của các môn racing rơi vào các sự kiện, giải thi đấu lớn

- Các môn thể thao như **Chạy bộ và đạp xe** có lượng thảo luận tương đối ổn định, với đỉnh điểm tại các sự kiện lớn như *HCMC Marathon 2024*, *Đền Hùng Spirituality Marathon*, và *Giải đua xe đạp Cúp Truyền hình*.... Ngoài ra các VĐV Việt Nam tham gia Olympic Paris 2024 (bơi lội, chạy bộ & đạp xe) cũng được quan tâm thảo luận trên MXH.
- **Bơi lội:** Vận động viên bơi lội Ánh Viên nhận nhiều sự quan tâm nhờ vào các sự kiện giao lưu bơi lội và những chia sẻ kiến thức bơi của cô trên mạng xã hội, đặc biệt trên kênh TikTok với hơn 900K người theo dõi.
- Bên cạnh đó, yếu tố duy trì thảo luận ổn định của các môn Racing đến từ những bài chia sẻ kinh nghiệm, hành trình tập luyện, kiến thức rèn luyện sức khỏe, hạn chế chấn thương khi tham gia **Chạy bộ, Đạp xe và Bơi lội** cũng dễ dàng lan toả, thu hút sự quan tâm.

DIỄN BIẾN THẢO LUẬN VỀ CÁC MÔN RACING

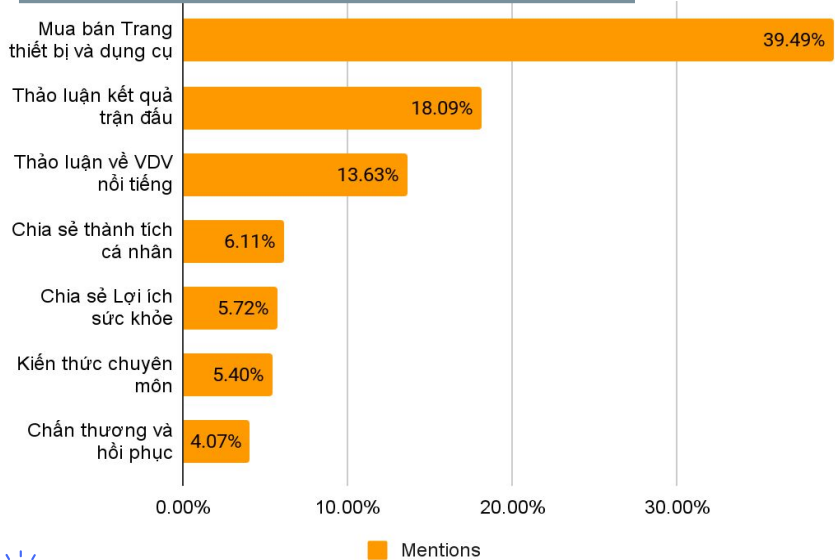


*Phân tích từ môn thể thao Racing (Chạy bộ, Bơi lội, Đạp xe) (N=4,3M thảo luận)

Platform: Facebook, Youtube, Ecommerce, Forum, Blog, TikTok, and Online News. | Timerange: 1/1/2024 - 15/8/2024 | Unit: Mention

“Review trang thiết bị & dụng cụ” là chủ đề được quan tâm nhất trong bộ môn racing

TOP CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN CHẠY BỘ - ĐẠP XE - BƠI LỘI



Nhu cầu tìm hiểu trang thiết bị: những môn này không yêu cầu kỹ năng cao, cũng chỉ cần một số thiết bị cơ bản để bắt đầu. Các bài viết chia sẻ trang thiết bị thường đi kèm trong các nội dung chia sẻ kinh nghiệm bắt đầu, và vì vậy dễ dàng thu hút thảo luận.

Top nội dung được thảo luận nhiều



Review trang thiết bị hỗ trợ



Tin tức về các VĐV nổi tiếng



Các sự kiện thi đấu thể thao lớn



- **Xu hướng chia sẻ quá trình tập luyện:** Chạy bộ, đạp xe và bơi lội là những môn thể thao có tính cá nhân hóa cao, trong đó người chơi có thể chia sẻ thành tựu cá nhân dễ dàng qua các ứng dụng công nghệ sức khỏe như Strava, Garmin.
- **Các giải đấu được quan tâm:** Marathon hay Triathlon không giới hạn đối tượng tham gia nên được lượng người tham đồng. Khi hoàn thành mục tiêu chạy, VĐV thường chia sẻ thành tích lên MXH, tạo ra những cuộc thảo luận sôi nổi về thương hiệu.

Part 3

Thương hiệu đang xuất hiện ra sao trong các hoạt động, sự kiện thể thao?

- Bức tranh cạnh tranh của các thương hiệu trong các môn thể thao
- Điểm lại hoạt động truyền thông nổi bật của các thương hiệu



Key Takeaways

Bên cạnh môn thể thao vua Bóng đá, Chạy bộ chính là “môn thể thao quốc dân” tiếp theo ghi nhận sự cạnh tranh sôi động từ các thương hiệu thuộc đa ngành hàng (*Nước uống có cồn, Nước giải khát có gas, Nước tăng lực, Nước điện giải, Sữa, Ngân hàng, Bảo hiểm, TPCN,...*) & thu hút quan tâm từ đông đảo người dùng MXH. Trong đó,

- BÓNG ĐÁ:** Sau nhiều năm đánh giá độ ảnh hưởng & lan tỏa của cộng đồng người hâm mộ, các thương hiệu lựa chọn duy trì hình ảnh thương hiệu gắn với tinh thần môn thể thao vua, thường đầu tư hoạt động ở cả mặt trận online & offline, cả ngắn hạn & dài hạn, như: Tài trợ đội tuyển Quốc gia, Tài trợ/Tổ chức giải đấu, Tài trợ phát sóng giải đấu Quốc Tế; Xây dựng đội tuyển; sáng tạo nội dung bắt trend, dự đoán tỉ số...

- CHẠY BỘ:** Từ khi trở thành môn thể thao hot trend cách đây 5 năm, đến nay, các giải chạy thường niên đã trở thành “sân chơi quen thuộc” để các thương hiệu đưa hình ảnh của mình đến gần hơn với khán giả đại chúng.

- ĐẠP XE, VĨ THUẬT:** là những môn thể thao nhận được sự quan tâm đầu tư của Liên đoàn thể thao Quốc gia & thu hút sự đồng hành từ các Thương hiệu Tập đoàn tài chính lớn.

PICKLEBALL: Mặc dù mới du nhập vào thị trường Việt Nam và tiềm năng phát triển còn là “ẩn số”, nhiều thương hiệu đã nhanh chóng “bắt thời cơ” Tài trợ, Đồng tổ chức các giải đấu đầu tiên.

Hoạt động truyền thông MXH nổi bật của các thương hiệu tận dụng sức nóng từ các sự kiện Thể thao & môn Thể thao

	Tài trợ cho các giải đấu	Tài trợ phát sóng giải đấu	Tài trợ cho các đội tuyển	Tổ chức/ đồng tổ chức giải đấu	Cầu thủ, VĐV - Đại sứ thương hiệu	"Bắt trend", lồng ghép nội dung
Bóng đá	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Chạy bộ	✓		✓	✓		✓
Đạp xe	✓	✓	✓			
Võ thuật	✓				✓	
Pickleball	✓			✓		

Các thương hiệu lớn tài trợ cho lĩnh vực thể thao



Nhìn lại các hoạt động thương hiệu trong Lĩnh vực Thể thao

Tài trợ phát sóng & Tài trợ giải thi đấu, sự kiện thể thao



Lazada: Tài trợ EURO 2024



Bia Sao Vàng, Sâm Ngọc Linh, Casper: Tài trợ giải bóng đá quốc gia 2024



Bia Hà Nội: Tài trợ phát sóng giải Euro 2024



Tài trợ giải chạy VnExpress....



Ocany: Tài trợ giải chạy Run To Live 2024



Milo: Tài trợ Giải học sinh phổ thông toàn quốc 2022



Năm 2024 chúng kiến sự tham gia mạnh mẽ của các thương hiệu trong lĩnh vực tài trợ và quảng bá sự kiện thể thao. Các hoạt động nổi bật bao gồm tài trợ phát sóng các giải đấu quốc tế như EURO 2024, cũng như đồng hành cùng các sự kiện thể thao trong nước, giải bóng đá chuyên nghiệp, cuộc thi chạy marathon,..

Nhìn lại các hoạt động thương hiệu trong Lĩnh vực Thể thao

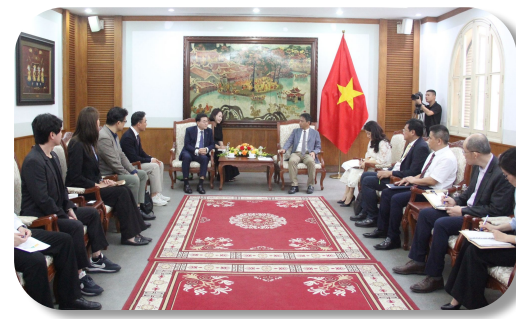
Tài trợ cho các đội tuyển thể thao quốc gia



Accecook: Tài trợ các Đội tuyển Bóng đá Quốc gia Việt Nam



Herbalife: Tài trợ Đội tuyển Bóng đá quốc gia Việt Nam



CJ Việt Nam: Tài trợ Đội tuyển Taekwondo Việt Nam



Tài trợ cho đội tuyển thể thao quốc gia là hoạt động mang tính dài hạn, thường kéo dài 2-5 năm, thậm chí có doanh nghiệp đã đồng hành cùng các đội tuyển đến 10 năm. Các thương hiệu lựa chọn hoạt động này thường là tập đoàn Thực phẩm & Hàng tiêu dùng như: Accecook, Herbalife, CJ Việt Nam.

Nhìn lại các hoạt động thương hiệu trong Lĩnh vực Thể thao

Hoạt động Tổ chức/Đồng tổ chức giải đấu, cuộc thi, sự kiện thể thao



Pocari Sweat Run
Việt Nam 2024



Revive Water Run
2024



Omo Kid Warriors
2024



Kun Marathon
2024



Các thương hiệu ngành Đồ uống, **Nước giải khát** thường đầu tư vào hoạt động **tài trợ/tổ chức/đồng tổ chức** các giải chạy bộ, các sự kiện thể thao xây dựng **Hình ảnh sống khỏe** và **Tăng trải nghiệm giải trí với người dùng**. Các giải chạy nổi bật có thể kể đến: Pocari Sweat Run Việt Nam 2024; Revive Water Run 2024; The Lakes Race 2024; sự kiện thể thao kết hợp Kun Marathon 2024, Omo Kid Warriors 2024.

→ **Đề xuất:** brand có thể cân nhắc **hình thức tổ chức giải chạy** (kết hợp nhiều môn thể thao, đêm nhạc, water fest,..) hoặc **đối tượng tham gia** (thiếu nhi, người đam mê chạy bộ, người yêu thích vận động kết hợp với giải trí/âm nhạc/gặp gỡ người nổi tiếng,..)

Nhìn lại các hoạt động thương hiệu trong Lĩnh vực Thể thao

Hoạt động kết hợp với các Cầu thủ & Vận động viên như Đại sứ thương hiệu



Tiger x Son Heung–Min



Herbalife x Ronaldo



Shopee x Ronaldo



LPBank x Đặng Văn Lâm



Hito x Văn Toàn, Tiến Linh và Hoàng Đức



Hoạt động tài trợ tài trợ cầu thủ/VĐV như Đại sứ thương hiệu được sử dụng bởi nhiều thương hiệu để **Xây dựng niềm tin** và **Câu chuyện thương hiệu**.

Đặc biệt, các **cầu thủ bóng đá** được ưa chuộng bởi các thương hiệu nhờ **cộng đồng người hâm mộ cuồng nhiệt**.

Các thương hiệu đầu tư vào hoạt động này tập trung ở ngành **Bia, Nước giải khát, Ứng dụng công nghệ, Thực phẩm chức năng, Ngân hàng...**

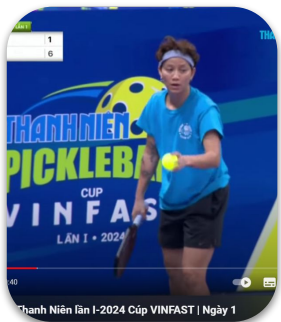
→ **Đề xuất:** Chọn đại sứ thương hiệu có tính cách, tệp khách hàng phù hợp với định hướng truyền thông dài hạn của thương hiệu & nên đưa ra đánh giá, lựa chọn trước khi bước vào các mùa giải lớn 3–6 tháng để tránh cạnh tranh với các thương hiệu cùng ngành. Đồng thời cần liên tục theo dõi và chuẩn bị các kịch bản quản trị rủi ro truyền thông trong suốt quá trình hợp tác.

Nhìn lại các hoạt động thương hiệu trong Lĩnh vực Thể thao

Hoạt động Tài trợ / Tổ chức giải đấu Pickleball



Cúp VinFast 2024



Revive x Cúp Vinfast



Pocari Sweat x VVP Tour 2024



Cúp VT8 - La Queenara Hội An ([Link](#))



Dù mới du nhập vào Việt Nam, Pickleball khá được quan tâm bởi các thương hiệu (như Vinfast, Pocari, Revive,..) ở **hoạt động Tài trợ giải đấu** Giải đấu nổi bật như: Giải Pickleball thanh niên 2024 cúp VinFast, VTV Times Pickleball - VVP Tour 2024, Giải Pickleball châu Á mở rộng 2024 (AOPC) → **Đề xuất:** thương hiệu có thể cân nhắc thực hiện các nội dung tương tác nhằm thử nghiệm phản ứng của khách hàng, quan sát hoạt động, chiến dịch truyền thông liên quan đến môn thể thao này của các thương hiệu tương tự trước khi đưa ra quyết định tài trợ giải đấu/tổ chức giải đấu...

Summary (1)

1/ Các sự kiện thể thao lớn trong 8 tháng đầu năm 2024

Các sự kiện thể thao quốc tế như Olympic, EURO, Asian Cup và các giải bóng đá Châu Âu,... thu hút lượng thảo luận lớn không chỉ từ người hâm mộ bóng đá, khán giả đại chúng mà còn từ các thương hiệu.

Lượng thảo luận của các giải đấu Quốc tế & Khu vực **đạt hơn 9M thảo luận, chiếm gần 30% tổng thảo luận của các môn thể thao*. Ngoài ra, các giải Marathon hay Triathlon cũng nhận được sự quan tâm đáng chú ý từ cả người tham gia lẫn công chúng.

2/ Mọi quan tâm của người dùng về thể thao

Dữ liệu cũng cho thấy tại các thời điểm Mùa hè & Năm mới, cộng đồng mạng dành sự quan tâm đặc biệt cho các hoạt động rèn luyện sức khỏe cá nhân. Cụ thể, các bộ môn thuận tiện, dễ tập như: **cầu lông, chạy bộ, đạp xe** đều nằm trong top 5 môn thể thao được quan tâm nhất.

*Phân tích từ TOP 15 môn thể thao được thảo luận nhiều nhất (N=30.6M thảo luận)

**Phân tích từ TOP 25 giải đấu được thảo luận nhiều nhất

Summary (2)

3/ Xu hướng truyền thông của các thương hiệu

Bên cạnh môn thể thao vua Bóng đá, Chạy bộ chính là “môn thể thao quốc dân” tiếp theo ghi nhận sự cạnh tranh sôi động từ các thương hiệu thuộc đa ngành hàng (*Nước uống có cồn, Nước giải khát có gas, Nước tăng lực, Nước điện giải, Sữa, Ngân hàng, Bảo hiểm, TPCN,...*) & thu hút quan tâm từ đông đảo người dùng MXH.

Nhìn theo hình thức truyền thông, **Tài trợ giải đấu** là lựa chọn phổ biến của các thương hiệu trong khi đó vẫn còn nhiều hình thức khác còn đang bỏ ngỏ.

4/ Gợi ý cho thương hiệu

Các hoạt động tài trợ giải đấu, tổ chức sự kiện thể thao & khai thác các chủ đề mới mẻ, trendy là cơ hội vàng để thương hiệu tiếp cận gần hơn với đại chúng và lan tỏa tinh thần thương hiệu (Brand Love, Brand Awareness).

Tuy nhiên, các thương hiệu nên thực hiện các nghiên cứu cẩn trọng, đo lường & đánh giá kết quả của các hoạt động này để tránh lãng phí ngân sách. Việc lựa chọn đúng nội dung, kênh truyền thông, và quan sát phản ứng người dùng cũng sẽ giúp thương hiệu loại trừ các rủi ro & chuẩn bị kịch bản phản ứng từ sớm.

VỀ YouNet Media



YouNet Media – Thành viên của YouNet Group

Tổ hợp Công Nghệ Mạng Xã Hội (SocialTech) mang lại giá trị cho doanh nghiệp trong các hoạt động Marketing & Sales.

SOCIAL LISTENING



E-COMMERCE INTELLIGENCE



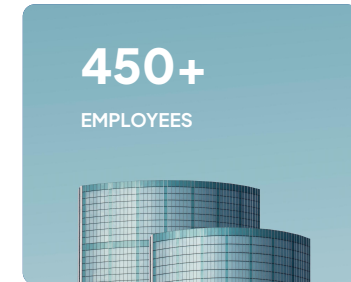
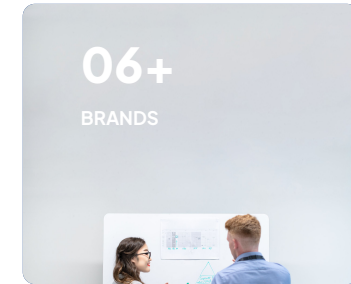
CUSTOMER ENGAGEMENT



INFLUENCER & ADVOCACY MARKETING



COMMUNICATION AND ADVERTISING



Về YouNet Media

YouNet Media - Công ty tiên phong, dẫn đầu về nền tảng và dịch vụ phân tích dữ liệu Mạng Xã Hội & Thương Mại Điện Tử.

Our Numbers

+500

Khách hàng

+800

Thương hiệu

+70

Ngành hàng

+10

Năm kinh nghiệm

+1B

Dữ liệu được thu thập

+4

Nền tảng công nghệ



socialheat sociallift
socialtrend ecomheat

WHY US?

Why Us?



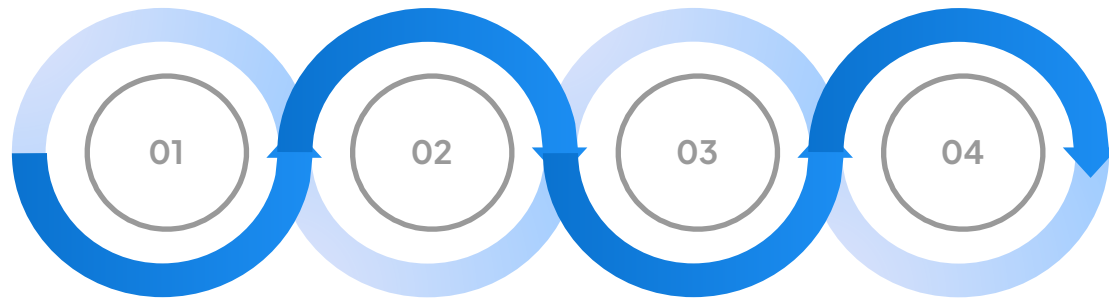
Thấu hiểu ngành hàng

Với **kinh nghiệm tư vấn chuyên sâu trải dài khắp các ngành hàng**, chúng tôi luôn tự tin về độ phủ dữ liệu và kinh nghiệm chuyên môn tư vấn.



Dẫn đầu về nền tảng công nghệ

Cung cấp dữ liệu lớn nhất (bao gồm dữ liệu quá khứ và từ đa nền tảng), **tốc độ thu thập nhanh nhất** và **phân tích thông tin sâu** (với cấp độ phân tích dữ liệu đa tầng);



Cung cấp giải pháp linh hoạt

Các nền tảng và dịch vụ cung cấp các giải pháp có thể **tùy chỉnh để phù hợp với mục tiêu và ngân sách của thương hiệu**;



Hệ sinh thái giải pháp

Là thành viên của YouNet Group với hơn 14 năm kinh nghiệm, chúng tôi **cung cấp các giải pháp toàn diện**, từ Social Data Analytics, Creativities Service, Advocacy Marketing & Ecommerce Analytics.

Được tin cậy bởi hàng trăm Tập đoàn & Thương hiệu hàng đầu

	No.	Brand	No.	Brand	No.	Brand	No.	Brand	No.	Brand
FMCG	1	Nestlé	9	ACECOOK	17	HOME CREDIT	25	Pizza Hut	33	DHG PHARMA <i>Vi một cuộc sống khỏe đẹp hơn</i>
	2	FrieslandCampina	10	SAMSUNG	18	MSB <i>cùng vươn tầm</i>	26	THE COFFEE HOUSE	34	NHÀ THUỐC LONG CHÂU <i>FPT Retail</i>
	3	vina-soy <i>điều tốt đẹp từ tự nhiên</i>	11	Panasonic	19	VinaCapital	27	RMIT UNIVERSITY VIETNAM	35	J&T EXPRESS
	4	TH	12	H'AFELE	20	Shinhan Finance	28	VUS <i>ANH-VAN-HOI-VIETNAM</i>	36	gojek
	5	Kimberly-Clark	13	PRUDENTIAL	21	CIMB BANK	29	BRITISH UNIVERSITY VIETNAM BUV	37	SPACE SPEAKERS GROUP
	6	pepsi	14	GENERALI	22	TNEX	30	APOLLO ENGLISH	38	YAMAHA
	7	HEINEKEN	15	VPBank	23	VNPay	31	traveloka	39	VINPEARL HOTELS & RESORTS
	8	SABECO	16	Viet Capital Bank Ngân hàng Bản Việt	24	Jollibee	32	Vietravel	40	cellphone S

ELECTRONICS

FINANCE

F&B

EDUCATION

TRAVEL

PHARMA

OTHER

OUR CLIENTS



Thank you



MAI CẨM LINH

Head Of Business

+84977748746 |

linhmc@younetgroup.com

YouNet Media

2nd Floor, Lu Gia Plaza, 70 Lu Gia Street,
District 11, Ho Chi Minh City, Vietnam

www.younetmedia.com