

BẤT ĐỘNG SẢN

BÁO CÁO SOCIAL MEDIA 2025

► MỤC LỤC

I. TỔNG QUAN NGÀNH BẤT ĐỘNG SẢN & INFLUENCER MARKETING

1. Tổng quan ngành bất động sản
2. Tổng quan về Influencer Marketing
3. Influencer Marketing trong ngành bất động sản
4. Case study

II. KOL & COMMUNITY TRONG NGÀNH BẤT ĐỘNG SẢN

1. KOL & Community ngành Bất động sản Việt Nam
2. Đề xuất chiến lược
3. KOL/KOC & Community nổi bật

III. THÁCH THỨC & CƠ HỘI

1. Thách thức
2. Cơ hội



I. TỔNG QUAN NGÀNH BẤT ĐỘNG SẢN & INFLUENCER MARKETING

TỔNG QUAN NGÀNH BẤT
ĐỘNG SẢN

TỔNG QUAN VỀ
INFLUENCER MARKETING

INFLUENCER MARKETING
TRONG NGÀNH BẤT
ĐỘNG SẢN

CASE STUDY

► Tổng quan ngành bất động sản

Định nghĩa

Bất Động Sản là tài sản bao gồm đất đai và các tài sản đi kèm gắn liền với đất, như công trình xây dựng, hệ thống đường sá, tiện ích, v.v. Quyền sở hữu bất động sản còn bao gồm cả tài nguyên thiên nhiên trên đất như nước, khoáng sản và thực vật.

(Nguồn: Investopedia, JLL Research)

Phân loại bất động sản



Xu hướng BĐS trên toàn cầu (2024-2025)

- Giao dịch bất động sản thương mại toàn cầu tăng 37% trong Q4/2024, đạt 703 tỷ USD; hơn 600 tỷ USD vốn đầu tư vẫn đang chờ giải ngân, tập trung vào logistics, nhà ở cho thuê và văn phòng hạng A.
- 85% doanh nghiệp yêu cầu nhân viên quay lại văn phòng tối thiểu 3 ngày/tuần, và 57% công ty dự kiến mở rộng diện tích văn phòng từ 2025–2030; ưu tiên không gian xanh, hiện đại, tích hợp công nghệ.
- Khoảng 322–425 triệu m² văn phòng cần cải tạo để tránh trở thành tài sản mắc kẹt; tổng chi phí retrofit toàn cầu ước tính 933–1.200 tỷ USD trong 5 năm, với tiềm năng tiết kiệm 10–40% chi phí năng lượng.
- Đầu tư vào logistics tại châu Á – Thái Bình Dương có thể tăng gấp đôi, đạt 50–60 tỷ USD; trung tâm dữ liệu (Data Centers) tăng trưởng mạnh nhờ nhu cầu từ AI và điện toán đám mây.

(Nguồn: JLL Global Real Estate Outlook 2025)

Tổng quan ngành bất động sản ở Việt Nam

◆ Xu hướng chính tại Việt Nam

Theo báo cáo của Bộ Xây dựng và các tổ chức như FPTIS, thị trường bất động sản Việt Nam đang có dấu hiệu phục hồi nhẹ từ giữa năm 2024 sau chuỗi suy giảm do lãi suất cao và siết tín dụng:

- Lượng giao dịch căn hộ chung cư tại Hà Nội và TP.HCM tăng **~16%** trong Q4/2024 so với cùng kỳ.
- Phân khúc nhà ở xã hội và nhà ở cho thuê được chính phủ khuyến khích, nằm trong gói hỗ trợ **120.000 tỷ đồng**.
- Mức giá vẫn giữ ở mức cao tại các thành phố lớn nhưng nguồn cung mới còn hạn chế do khó khăn pháp lý.

(Nguồn: Bộ Xây dựng, FPTIS, VnExpress, Savills Việt Nam)

◆ Xu hướng tiêu dùng nhà ở & đầu tư hậu đại dịch:



- Người dân có xu hướng chọn bất động sản gắn với sức khỏe & tiện ích xanh như công viên nội khu, phòng gym, khu làm việc chung.
- Bất động sản nghỉ dưỡng (second-home) dần hồi phục ở Phú Quốc, Đà Lạt, Hồ Tràm.
- Nhà đầu tư chuyển dịch từ lướt sóng sang giữ tài sản lâu dài & khai thác cho thuê.

◆ Gen Z & Millennials: Nhóm khách hàng mới nổi:

Theo khảo sát của [Batdongsan.com.vn](https://batdongsan.com.vn):

-> 60% người mua nhà lần đầu tại TP.HCM trong năm 2023 là dưới 35 tuổi.



Ứng dụng công nghệ thông minh



Chia sẻ không gian sống



Gắn kết cộng đồng

- Gen Z chú trọng đến công nghệ nhà ở thông minh, tiện ích số & kết nối cộng đồng.
- Millennials và Gen Z sẵn sàng thuê/ở chung để tiết kiệm chi phí nhưng vẫn ưu tiên vị trí trung tâm và tiện ích hiện đại.
- Các dự án cần tích hợp yếu tố "life-tech", chia sẻ không gian & cá nhân hóa trải nghiệm để phù hợp nhóm khách hàng này.

(Nguồn: [Batdongsan.com.vn](https://batdongsan.com.vn), Savills Vietnam, CBRE Vietnam 2024)

► Tổng quan về Influencer Marketing

Influencer Marketing là gì?

- Theo [Influencer Marketing Hub](#), Influencer Marketing (tiếp thị qua người ảnh hưởng) là một chiến lược tận dụng sức ảnh hưởng của các cá nhân có tầm ảnh hưởng để quảng bá thương hiệu. Hiểu đơn giản, đây là việc hợp tác với những người có sự hiện diện mạnh mẽ trên nền tảng trực tuyến và có khả năng định hình quan điểm trong lĩnh vực chuyên môn của họ.
- Những người ảnh hưởng (influencer) thường sở hữu một lượng người theo dõi trung thành và tương tác cao. Thông qua việc hợp tác với họ, các doanh nghiệp có thể tiếp cận rộng rãi hơn và tạo ra sự kết nối chân thực với khách hàng mục tiêu.
- Mục tiêu của Influencer Marketing là xác định những tiếng nói chủ chốt trong ngành – những người có quan điểm, chuyên môn và nội dung phù hợp với đối tượng mục tiêu của bạn. Khi đã xác định được những influencer phù hợp, các thương hiệu có thể hợp tác với họ để nâng cao độ nhận diện và uy tín cho thương hiệu.

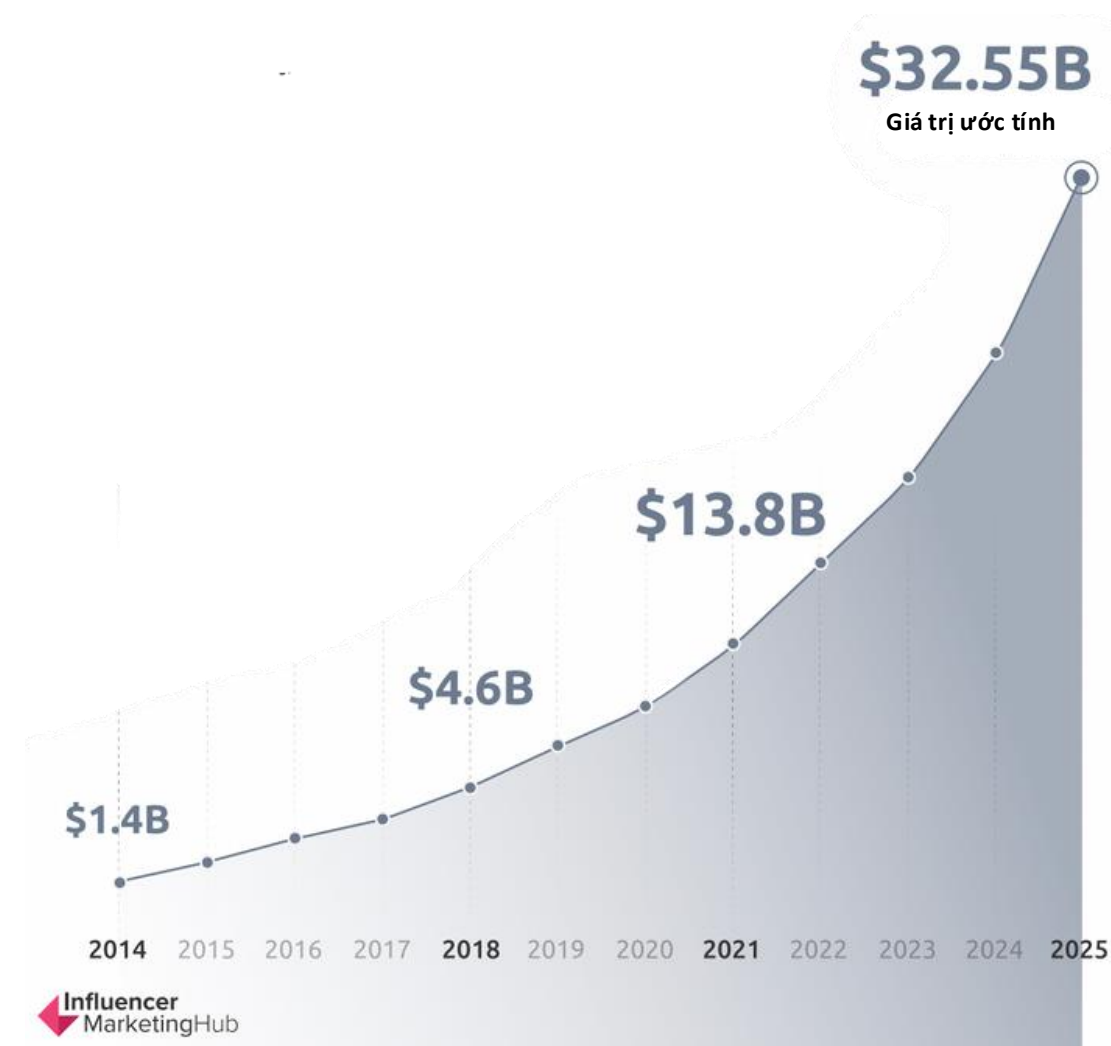
Vì sao Influencer Marketing hiệu quả?

Tính chân thực và độ tin cậy	Influencer Marketing phát huy hiệu quả vì khán giả xem các influencer như những người đáng tin cậy, mang đến ý kiến và trải nghiệm thật. Điều này giúp xây dựng niềm tin vào thương hiệu một cách tự nhiên.
Tập trung vào đúng tệp khách hàng	Các influencer thường hoạt động trong một lĩnh vực hoặc cộng đồng cụ thể, cho phép thương hiệu tiếp cận khán giả mục tiêu một cách chính xác hơn. Nhờ đó, chiến dịch tiếp thị dễ dàng tạo được sự đồng cảm và mang lại kết quả tốt hơn.
Tăng giá trị qua nội dung sáng tạo	Influencer không chỉ là người quảng bá, mà còn là những nhà sáng tạo nội dung chuyên nghiệp. Họ biết cách tạo ra nội dung hấp dẫn, phù hợp với từng nền tảng. Với thương hiệu, đây là cơ hội để sở hữu những nội dung chất lượng cao, tự nhiên, và dễ thu hút sự chú ý từ người dùng mạng xã hội.

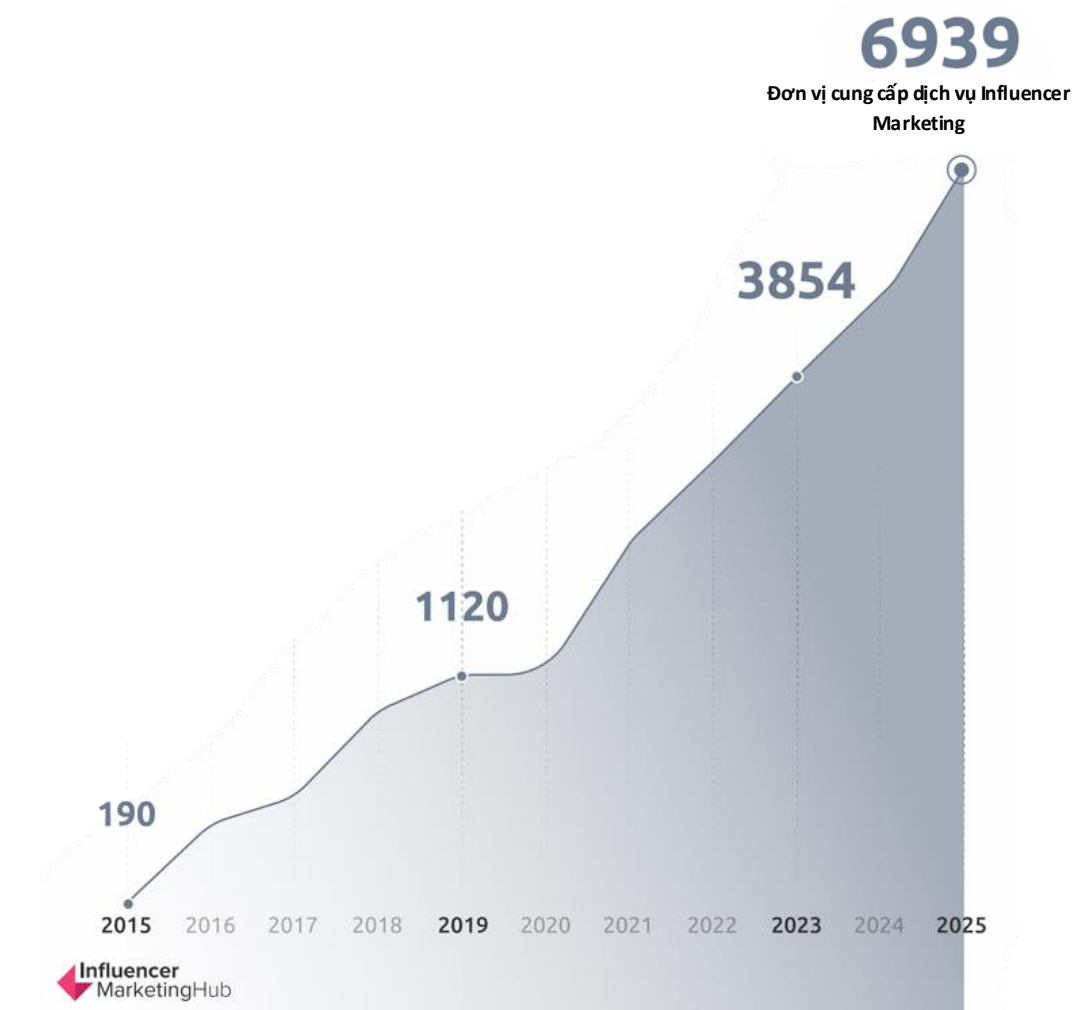
(Nguồn: Influencer Marketing Hub)

2025: TOÀN CẢNH NHỮNG ĐIỂM NHẤN NỔI BẬT

- **Sự bùng phá không thể ngăn cản** : Influencer Marketing đang chứng kiến sự bùng nổ mạnh mẽ, với quy mô thị trường được dự đoán sẽ **đạt 32,55 tỷ USD vào năm 2025**, tương đương **tốc độ tăng trưởng hàng năm ấn tượng 35,63%**.



- **Ngành công nghiệp Influencer Marketing đang bùng nổ**: Hệ sinh thái tiếp thị qua người ảnh hưởng tiếp tục mở rộng nhanh chóng, với **6.939 nền tảng và đơn vị cung cấp dịch vụ chuyên về Influencer Marketing được ghi nhận trong năm 2025** — tăng vọt so với chỉ 1.120 đơn vị vào năm 2019



2025: TOÀN CẢNH NHỮNG ĐIỂM NHẤN NỔI BẬT

- **Mạng xã hội trở thành kênh quảng cáo lớn nhất thế giới**

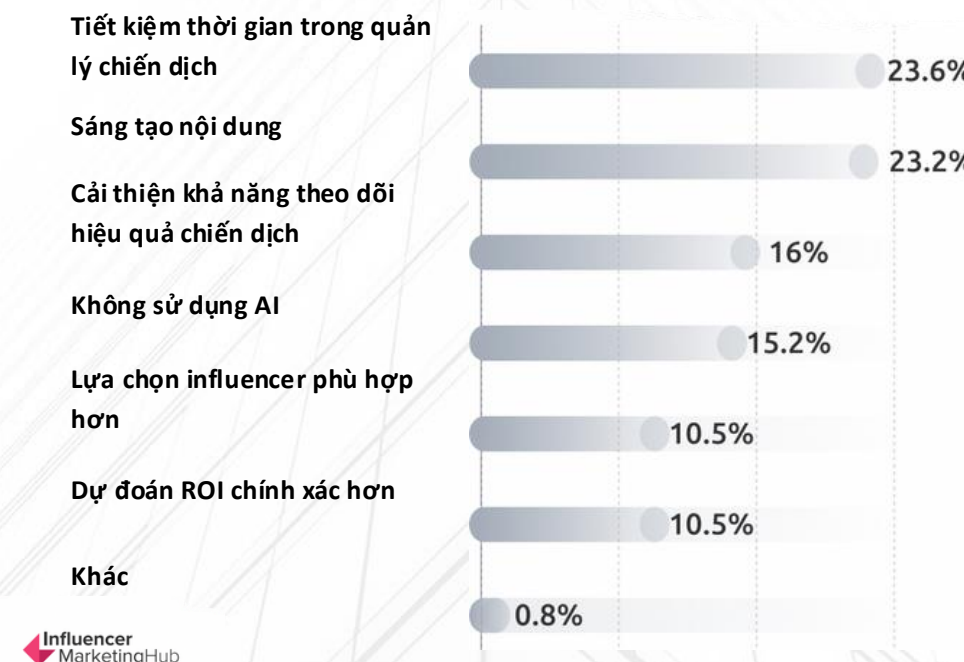
-Năm 2024, mạng xã hội chính thức vượt qua quảng cáo tìm kiếm có trả phí để trở thành kênh quảng cáo lớn nhất thế giới, với tổng chi tiêu toàn cầu đạt 247,3 tỷ USD.

-Con số này **dự kiến sẽ tăng lên 266,92 tỷ USD vào năm 2025**, nhờ vào mức đầu tư ngày càng lớn vào các hoạt động hợp tác với influencer, video ngắn và trải nghiệm mua sắm trực tiếp (live shopping).

- **Trí tuệ nhân tạo (AI) đang định hình lại ngành Influencer Marketing một cách toàn diện**

-Năm 2025, AI được xem là yếu tố trọng tâm giúp tái định nghĩa ngành, giải quyết những rào cản lâu dài và mở ra hiệu quả vượt trội trong tất cả các hoạt động cốt lõi – từ xác định influencer phù hợp cho đến tối ưu hóa chiến dịch.

-Đóng góp nổi bật nhất của AI chính là khả năng tự động hóa quy trình và mang lại giá trị thực tế rõ ràng. Các kết quả khảo sát trong năm nay tiếp tục khẳng định những lợi ích then chốt của AI đối với ngành Influencer Marketing:



Tác động của AI trong việc tối ưu hóa chiến dịch Influencer Marketing

► Influencer Marketing trong ngành BĐS

- Influencer trong ngành bất động sản không chỉ là chuyên gia đầu tư hay môi giới nhà đất. Họ có thể là travel blogger, lifestyle creator hay TikToker review nhà ở – những người truyền tải trải nghiệm sống chân thực, gần gũi và thu hút người xem nhờ phong cách cá nhân.
- Các thương hiệu BĐS thường không cố định một hình mẫu influencer duy nhất, mà chọn lọc linh hoạt theo từng giai đoạn: mở bán, tăng nhận diện, kích cầu ghé thăm,... Điểm mạnh của ngành là tính trải nghiệm cao – influencer trực tiếp tham quan dự án, chia sẻ cảm nhận và tạo ra nội dung tự nhiên, giúp xây dựng niềm tin nơi người mua.
- Trong bối cảnh người dùng có xu hướng tra cứu thông tin qua mạng xã hội trước khi đến sàn giao dịch, influencer đóng vai trò như người dẫn dắt tin cậy – giúp thương hiệu chạm đúng cảm xúc và hành vi tìm kiếm của khách hàng hiện đại.

Tác động đối với lĩnh vực bất động sản



Hành vi tìm kiếm thông tin qua mạng xã hội & KOLs

96%

Theo REsimpli (2025), **96%** người mua bất động sản “tìm kiếm online” và 74% sử dụng thiết bị di động

97%

97% người mua nhà đọc review online trước khi đưa ra quyết định (REsimply, 2025)

41%

Báo cáo RE/MAX Future of Real Estate 2024 chỉ ra **41%** Gen Z & Millennials tìm hiểu nhà đất qua mạng xã hội

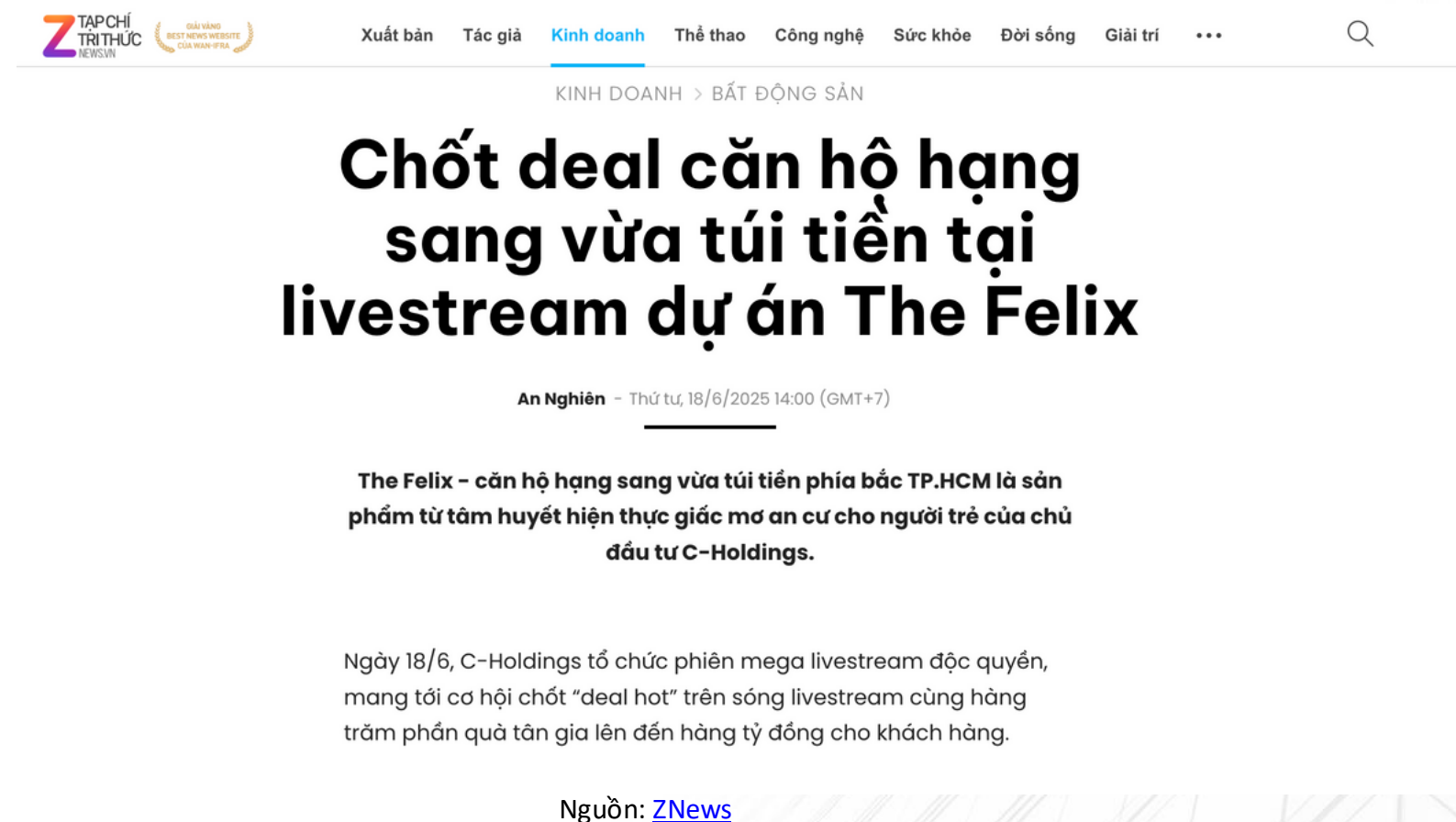
> 78%

Theo một khảo sát từ Influencer Marketing Hub, **hơn 78%** tiêu dùng đánh giá những người ảnh hưởng là đáng tin cậy hơn quảng cáo quảng cáo

► Case Study

The Felix – “Chốt deal” ngay trên livestream cùng influencer

- **Thương hiệu:** The Felix by Gotec Land
- **Hình thức:** Livestream bán hàng ngay tại dự án kết hợp cùng các influencer và môi giới chuyên nghiệp
- **Nội dung tiêu biểu:** Livestream giới thiệu dự án, trả lời trực tiếp các câu hỏi từ người xem và hỗ trợ chốt cọc ngay trong buổi phát sóng
- **Hiệu quả:** Ghi nhận số lượng cọc tăng sau các buổi livestream nhờ cách tiếp cận gần gũi, tương tác thời gian thực, tạo trải nghiệm như tham quan tại chỗ



Nguồn: [Facebook](#) Nhà dat Hung Thuan

► Case Study

Vinhomes - Chinh phục thị trường quốc tế qua YouTube & KOLs nước ngoài

- **Thương hiệu:** Vinhomes
- **Chiến lược:** Hợp tác với YouTuber quốc tế (như Lloyd & Mandy, Paul Lee) để giới thiệu các đại đô thị tại Việt Nam đến thị trường ngoài nước
- **Hình thức:** Video vlog, walkthrough, đánh giá tiện ích sống – hoàn toàn bằng góc nhìn của người nước ngoài sinh sống hoặc du lịch tại Việt Nam
- **Hiệu quả:** Tạo được uy tín trên thị trường quốc tế, tiếp cận khách hàng tiềm năng thông qua những đánh giá khách quan và nội dung chất lượng



Nguồn: [InfluencerViet](#)



Nguồn: [Youtube Global Travel Mate](#)

II. KOL & COMMUNITY TRONG NGÀNH

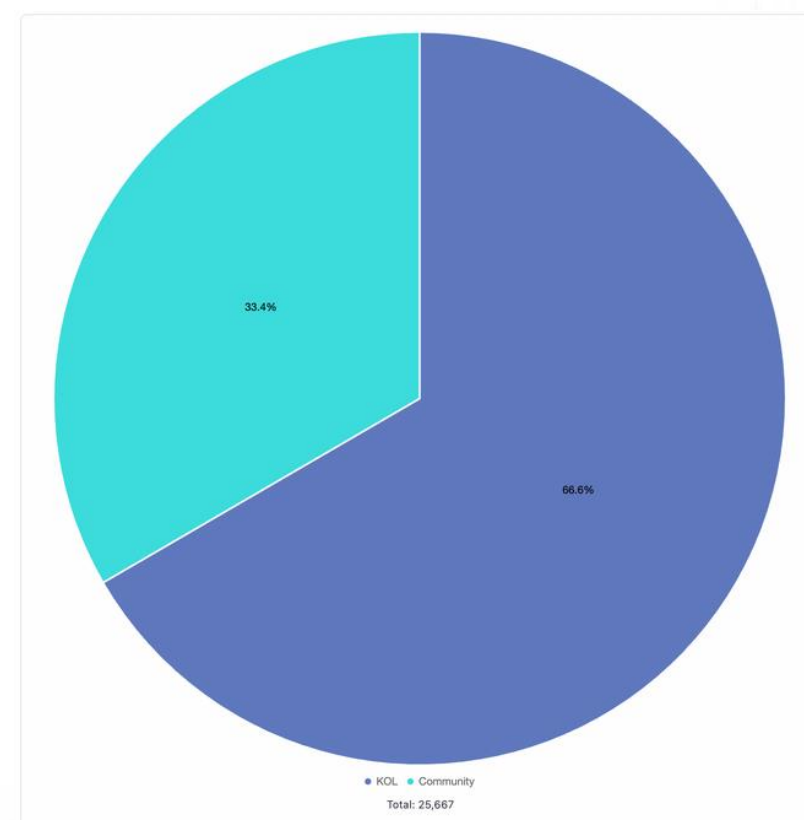
BẤT ĐỘNG SẢN



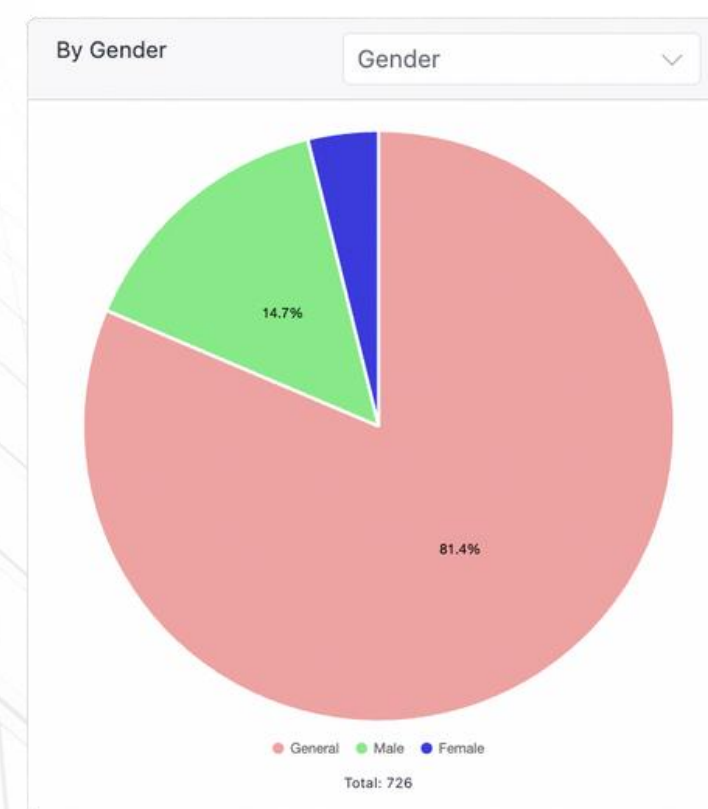
► KOL/KOC và Community ngành BĐS Việt Nam

Tổng quan thị trường

Tính đến kỳ báo cáo hiện tại tháng 6/2025, hệ thống của BrandC đang theo dõi sát sao **hơn 25.500 kênh** tổng thể, mang đến một bức tranh toàn diện về mức độ ảnh hưởng của Influencer Marketing tại Việt Nam. Với **726 kênh của KOL & Community đang hoạt động trong ngành BĐS** là nguồn dữ liệu phong phú giúp thương hiệu hiểu về Influencer Marketing trong lĩnh vực này rõ ràng hơn.



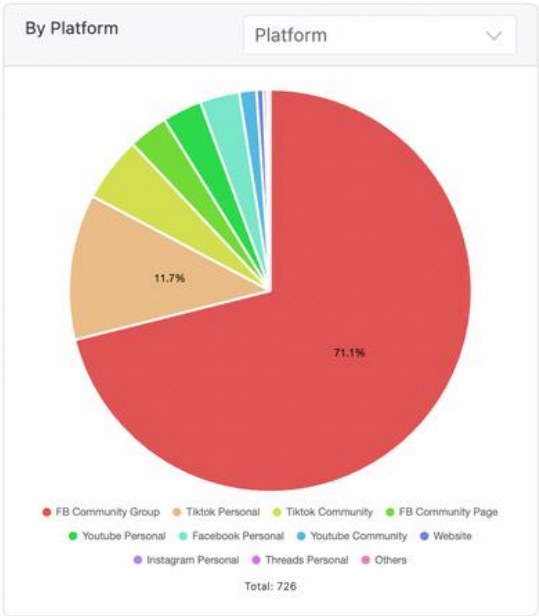
Tổng số kênh KOL và Community
Nguồn: BrandC



Tổng số kênh KOL và Community ngành BĐS
Nguồn: BrandC

Phân bổ theo nền tảng

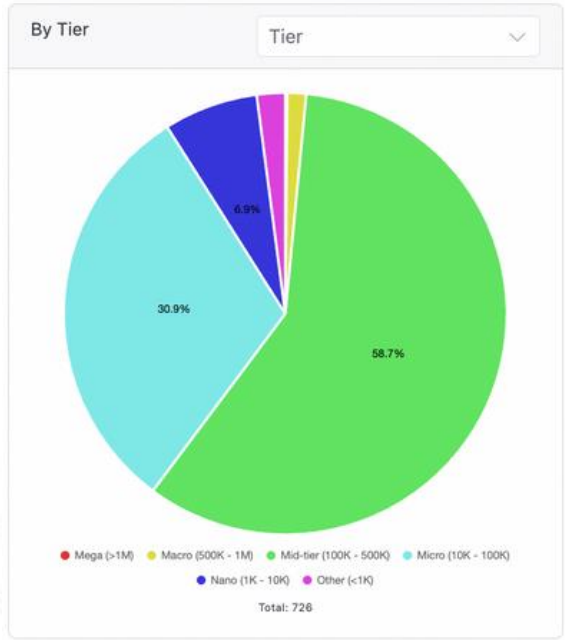
- Hơn **71.1% tức 516 kênh**, cho thấy hội nhóm Facebook là kênh hoạt động chính, vượt trội hoàn toàn so với các nền tảng còn lại. Có thể nói, trong ngành BĐS, các group cộng đồng trên Facebook là nơi tập trung lượng lớn người mua thật, môi giới và người quan tâm về BĐS - đây là nền tảng tối ưu để lan toả thông tin nhanh chóng và tiếp cận được nhiều khán giả mục tiêu.
- **Tiktok cá nhân** đang là nền tảng phổ biến thứ hai trong thị trường Influencer Marketing của ngành BĐS Việt Nam. Nội dung thường được các chuyên gia, môi giới BĐS chia sẻ nhanh về thông tin về chủ đầu tư, dự án, review nhà mẫu,... cũng được nhiều khán giả quan tâm - đặc biệt là thế hệ Millennials và Gen Z.
- Những nền tảng khác như Tiktok Community, Facebook Community Page, Youtube, Website,... chiếm tỉ lệ thấp hơn. Tuy nhiên, những nền tảng này cũng là các kênh tiềm năng để thương hiệu cung cấp những thông tin tức về ngành, thương hiệu và dự án.



Nguồn: BrandC

Phân bổ theo Tier

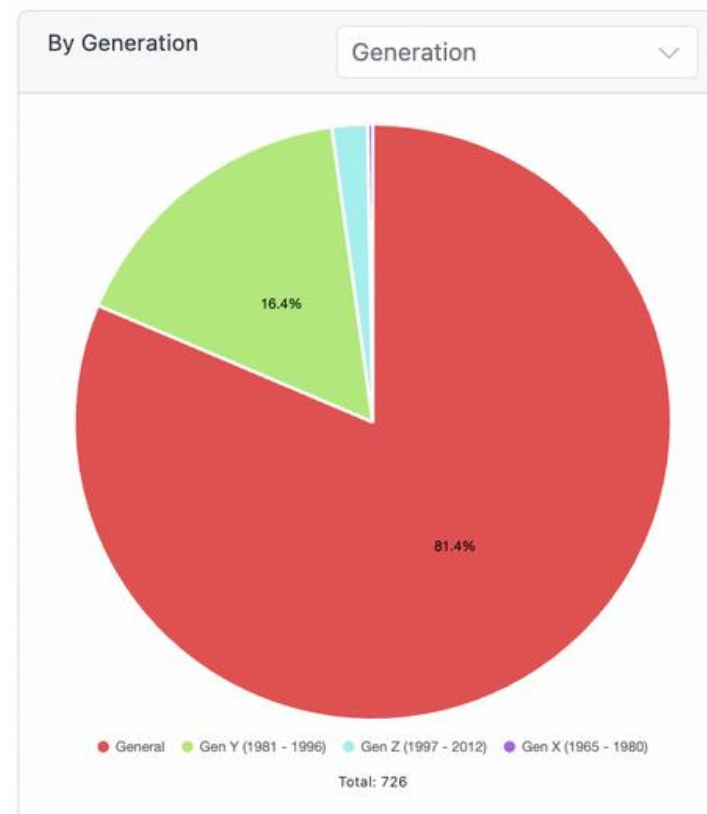
- Hiện tại, phần lớn KOL & Community trong mạng lưới của BrandC thuộc nhóm **tầm trung (Mid-tier)**. Nhóm này chiếm tỷ trọng lớn nhất với **58.7%**, theo sau là nhóm Micro gần 31% và Nano, Other
- Các Macro - Mega (với hơn 500.000 người theo dõi) khá hiếm và không phải là nhóm trọng tâm của BrandC.
- Tuy nhiên, các KOL & Community tầm trung trong lĩnh vực BĐS thường có tỷ lệ tương tác cao. Họ sở hữu lượng người theo dõi đủ lớn để đảm bảo độ phủ mạnh. Các kênh Community thường cập nhật những tin tức nhanh chóng, đa dạng và tiếp cận được khán giả mục tiêu tốt.



Nguồn: BrandC

Phân bổ theo thế hệ

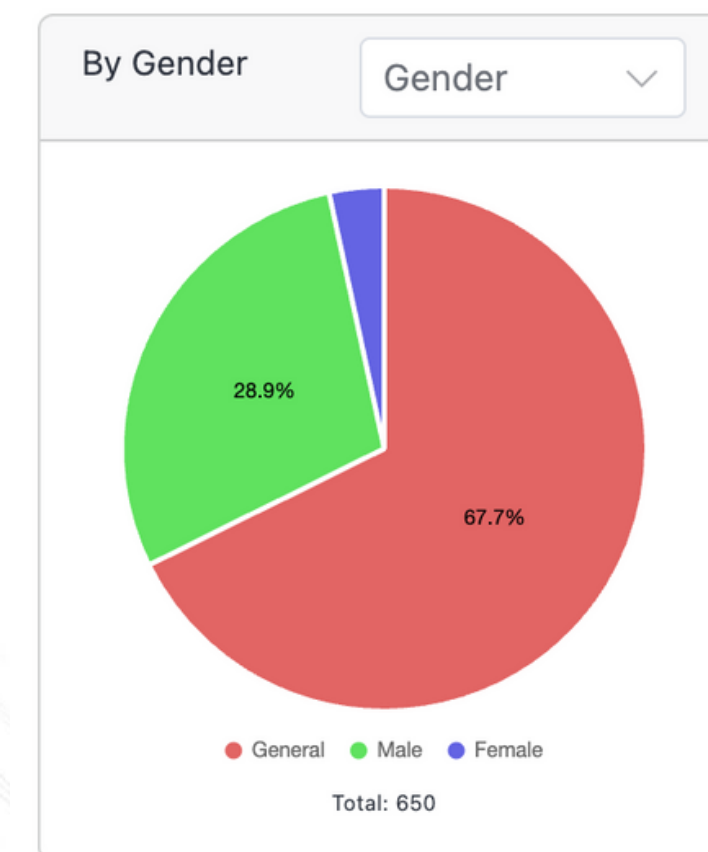
- **Nhóm General** chiếm tỷ trọng lớn nhất, thể hiện qua mức độ phổ biến của các Community. Đây là một nhóm đa dạng với nhiều nền tảng phổ biến như Facebook, Tiktok và đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra các cuộc thảo luận sôi nổi, đáng tin cậy.
- Tiếp theo là **Gen Y** – những người đã có sự ổn định về tài chính và đang ở giai đoạn cuộc sống mà việc tìm hiểu, đầu tư BĐS trở thành một mong muốn, nhu cầu thiết thực. Họ cũng chiếm ưu thế về chuyên môn, kinh nghiệm trong lĩnh vực BĐS, khiến họ trở thành nhóm có ảnh hưởng lớn đến quyết định đầu tư, mua BĐS của người dân.



Nguồn: BrandC

Phân bổ theo giới tính

- Xét về giới tính, phần lớn các profiles trong lĩnh vực BĐS tại Việt Nam được xếp vào nhóm **“General”** — chủ yếu do đặc thù của các nền tảng dựa vào cộng đồng như các nhóm Facebook, nơi bất kỳ ai cũng có thể chia sẻ trải nghiệm của mình.
- Tuy vậy, các **KOL nam giới** vẫn chiếm đa số trong các thông tin, tin tức và thảo luận về BĐS.
- Điều này chủ yếu xuất phát từ việc nam giới thường quan tâm nhiều hơn đến các khía cạnh như kinh tế tài chính, đầu tư BĐS,...



Nguồn: BrandC

CƠ HỘI TỪ KOL NGOÀI NGÀNH

BẤT ĐỘNG SẢN CẦN SỰ LAN TỎA RỘNG HƠN

1. Sự thiếu vắng KOL chuyên gia về ngành bất động sản tại Việt Nam

- Thị trường Việt Nam hiện có ít KOL thật sự am hiểu sâu và có sức ảnh hưởng lớn trong lĩnh vực bất động sản.
- Đa phần các người chia sẻ về bất động sản đa phần là môi giới, sales -> nội dung chưa tạo được nội dung hấp dẫn hoặc có độ tin cậy cao với người đầu tư BĐS
- Việc chỉ tập trung vào nhóm này dễ dẫn đến trùng lặp nội dung, thiếu mới mẻ và giới hạn độ phủ thương hiệu.

2. KOL tài chính, đầu tư có tính liên kết cao với bất động sản

- Bất động sản là kênh đầu tư lớn – có liên hệ mật thiết với tài chính cá nhân, dòng tiền, chiến lược đầu tư dài hạn. KOL trong lĩnh vực tài chính – đầu tư có khả năng phân tích xu hướng, giải thích thị trường và giúp định hình tư duy đầu tư đúng đắn cho người theo dõi. Bên cạnh đó, họ cũng có nhiều kiến thức, kinh nghiệm thực tiễn khi đầu tư bất động sản nên tạo được sự uy tín cao đối với người xem.
- Họ giúp tiếp cận nhóm investor mindset – những người có tiềm năng mua bất động sản làm tài sản tích lũy hoặc sinh lời.

CƠ HỘI TỪ KOL NGOÀI NGÀNH

BẤT ĐỘNG SẢN CẦN SỰ LAN TỎA RỘNG HƠN

3. KOL lifestyle giúp mở rộng tệp khách hàng tiềm năng

- BĐS không chỉ là nơi để ở mà còn là một phần của phong cách sống (lifestyle).
- KOL, Content Creator lifestyle (du lịch, gia đình,...) có thể giúp truyền cảm hứng về giá trị sống, trải nghiệm không gian sống và mong muốn nâng tầm cuộc sống – từ đó thúc đẩy nhu cầu mua bất động sản.
- Họ cũng tiếp cận nhóm khách hàng trẻ, thu nhập tốt, có xu hướng tiêu dùng nâng cấp – là đối tượng tiềm năng trong tương lai gần.

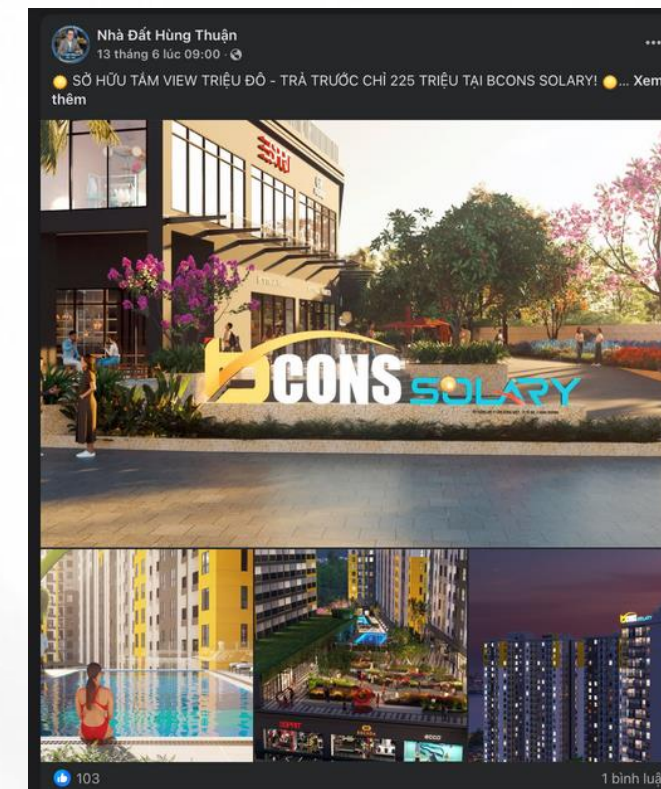
4. Tăng hiệu quả chiến dịch nhờ đa dạng góc nhìn & tệp người theo dõi

- Sự phối hợp giữa các nhóm KOL giúp nội dung chiến dịch trở nên đa dạng, hấp dẫn hơn với nhiều tầng lớp công chúng.
- Giúp thương hiệu không bị "gói gọn" trong phạm vi ngành BĐS, mà trở thành một phần của cuộc sống – từ tài chính cá nhân cho đến phong cách sống hiện đại.

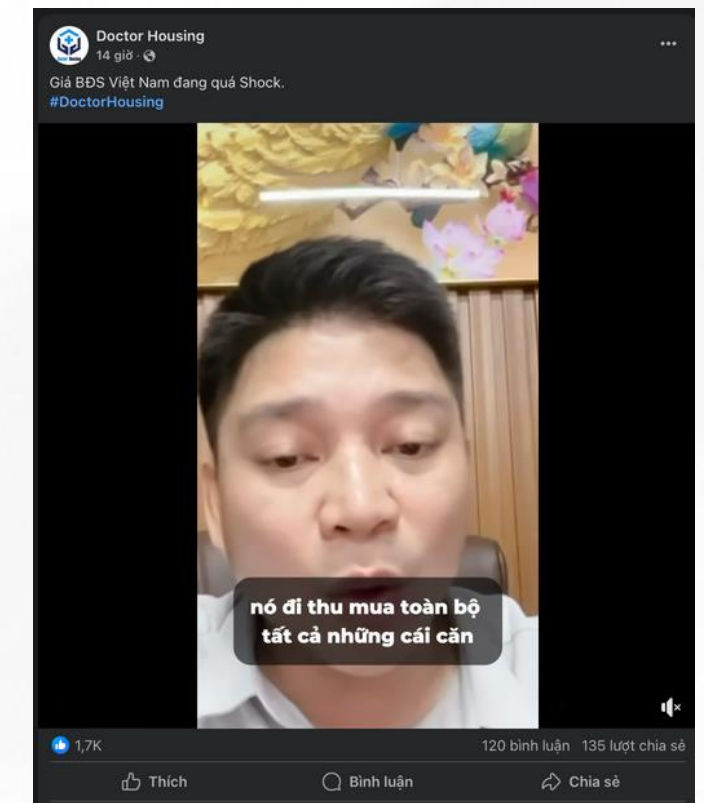
► Đề xuất chiến lược: Chuyên gia BĐS



- **Thế mạnh:** Facebook là nền tảng phù hợp để chia sẻ phân tích, nhận định chuyên môn và tư vấn mua bán – tạo độ tin cậy và thu hút người quan tâm đến BĐS.
- **Mức độ phù hợp:** Phù hợp để tư vấn trực tiếp cho người mua, giới thiệu dự án mới, chia sẻ chính sách bán hàng và khơi gợi nhu cầu thật thông qua sự am hiểu thị trường.
- **Hoạt động triển khai:**
 1. Đăng bài phân tích chuyên sâu về thị trường, so sánh giá, tiềm năng khu vực, pháp lý dự án
 2. Livestream giới thiệu dự án (Vị trí, tiện ích, chính sách, ưu đãi – kết hợp hỏi đáp trực tiếp với người xem)
 3. Video/Facebook Reels review dự án thực tế, quay trải nghiệm căn hộ mẫu
 4. Đăng bài hướng dẫn, chia sẻ kinh nghiệm mua bán, pháp lý, vay vốn kết hợp với người mua nhà thật
 5. Cập nhật tiến độ dự án, các cột mốc quan trọng (khởi công, bàn giao, ra sổ,..)
 6. Công bố thành tích bán hàng hoặc chia sẻ câu chuyện khách hàng mua thành công
 7. Dẫn link bài PR, báo chí, hoặc chia sẻ nội dung truyền thông chính thức từ chủ đầu tư cùng nhận định cá nhân
- **Chỉ số tương tác:** Đo lường qua mức độ tiếp cận tự nhiên của bài đăng, lượng tương tác trong hội nhóm, Fanpage (bình luận, thích, chia sẻ).



Bài đăng giới thiệu dự án mới
[Nguồn:](#) Nhà Đất Hùng Thuận



Bài phân tích về thị trường BĐS
[Nguồn:](#) Doctor Housing

► Đề xuất chiến lược: Chuyên gia BĐS



- **Thế mạnh:** Có độ am hiểu thị trường, cập nhật nhanh thông tin dự án và có thể “giải mã” kiến thức BĐS thành nội dung dễ hiểu, dễ lan truyền. TikTok giúp họ tiếp cận nhanh đến người đang quan tâm mua nhà, đầu tư hoặc tìm hiểu dự án.
- **Mức độ phù hợp:** Phù hợp để truyền tải kiến thức, tư vấn mua bán, review thực tế, hướng dẫn pháp lý – định vị như “người dẫn đường” đáng tin cậy trên TikTok cho người quan tâm đến BĐS.
- **Hoạt động triển khai:**
 - 1.Video “đập hộp” dự án (vd: Quay cảnh thực tế dự án, đường đi, view, tiện ích)
 - 2.So sánh khu vực (vd: “Nhà 3 tỷ – nên mua ở Thủ Đức hay Bình Chánh?”)
 - 3.Giải thích chính sách (vd: Mua nhà 0% lãi suất là gì, có nên tham gia không?)
 - 4.Clip chia sẻ tips mua nhà, kiểm tra pháp lý, cách vay vốn an toàn
 - 5.Livestream trả lời trực tiếp các câu hỏi về dự án, khu vực, đầu tư
 - 6.Video dạng story telling (Ví dụ: “Khách tôi suýt mất tiền vì đặt cọc thiếu hợp đồng – rút ra 3 bài học”)
- **Chỉ số tương tác:** Được đo qua lượt xem video, lượt thích, chia sẻ, bình luận, lưu video và hashtag dự án. Video ngắn giúp tạo nhận biết nhanh và thu hút sự quan tâm trong cộng đồng.



Clip chia sẻ thông tin BĐS

Nguồn: Chồng Sa Lý

► Đề xuất chiến lược: Chuyên gia BĐS



- **Thế mạnh:** KOL chuyên về BĐS thể hiện chiều sâu kiến thức, khả năng phân tích thị trường, và minh họa trực quan qua video thực địa. Định vị như chuyên gia đáng tin cậy, giúp người xem yên tâm trước các quyết định lớn.
- **Mức độ phù hợp:** Phù hợp cho việc giới thiệu, review, phân tích chuyên sâu về dự án, hướng dẫn pháp lý, quy trình mua bán – đặc biệt hiệu quả với người mua nhà thực sự đang tìm hiểu kỹ thông tin.
- **Hoạt động triển khai:**
 - 1.Video dưới dạng series (Ví dụ: “Giải mã dự án” review dự án, so sánh khu vực, đánh giá tiềm năng)
 - 2.Video quay thực địa của dự án
 - 3.Video phân tích (vd: Tại sao giá đất khu này tăng mạnh trong 2 năm?)
 - 4.Hướng dẫn thủ tục pháp lý: sổ hồng, đặt cọc, vay vốn, chuyển nhượng
 - 5.Đánh giá chính sách bán hàng từ góc nhìn chuyên môn
 - 6.Phỏng vấn khách hàng đã mua/đầu tư – chia sẻ trải nghiệm thực tế → tăng độ uy tín
- **Chỉ số tương tác:** Mức độ tương tác mạnh thể hiện thông qua lượt xem, lượt thích, chia sẻ, bình luận và hashtag.



Video về phân tích BĐS

[Nguồn:](#) Phạm Tuấn Sơn Official

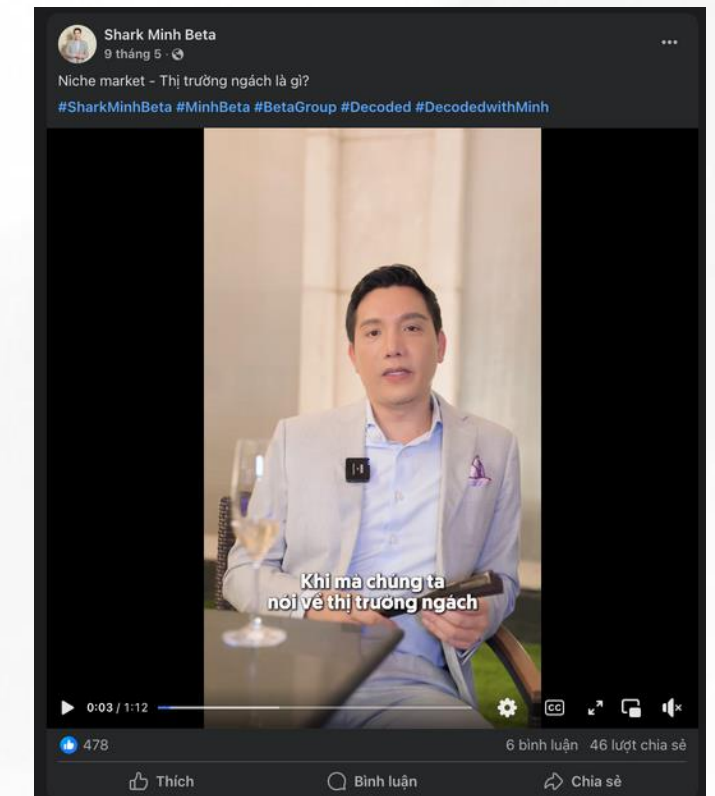
► Đề xuất chiến lược: KOL Đầu tư, tài chính, lifestyle



- **Thế mạnh:** Đây là kênh duy trì lượng tương tác cao qua bài viết phân tích, livestream hoặc chia sẻ cá nhân, lồng ghép nội dung BĐS dưới góc nhìn đầu tư, phong cách sống, từ đó thu hút thảo luận và chia sẻ tự nhiên trong cộng đồng.
- **Mức độ phù hợp:** hiệu quả trong việc truyền tải nội dung dự án, chính sách bán hàng hoặc câu chuyện đầu tư, livestream tư vấn, review không gian sống,...
- **Hoạt động triển khai:**
 1. Bài viết chia sẻ quan điểm về 1 dự án BĐS
 2. Livestream tư vấn (nội dung có thể là “Có nên mua nhà giai đoạn này?”)
 3. Post review không gian sống cao cấp (căn hộ mẫu, biệt thự, tiện ích dự án) từ góc nhìn lifestyle, tận hưởng
 4. Bài đăng chia sẻ sự kiện mở bán, ưu đãi, hoặc minigame tặng nhận diện dự án
 5. Tạo bài viết tương tác dạng hỏi – đáp (“Nếu bạn có 3 tỷ, bạn chọn đầu tư vào đâu?”)
 6. Đăng các báo cáo tài chính/cập nhật thị trường bất động sản, có kèm nhận định cá nhân nhằm tạo chiều sâu chuyên môn
- **Chỉ số tương tác:** Đo lường qua mức độ tiếp cận tự nhiên của bài đăng, lượng tương tác trong hội nhóm, Fanpage (bình luận, thích, chia sẻ).



Bài đăng chia sẻ về không gian nhà cửa
[Nguồn:](#) Nguyễn Hồ Trà My

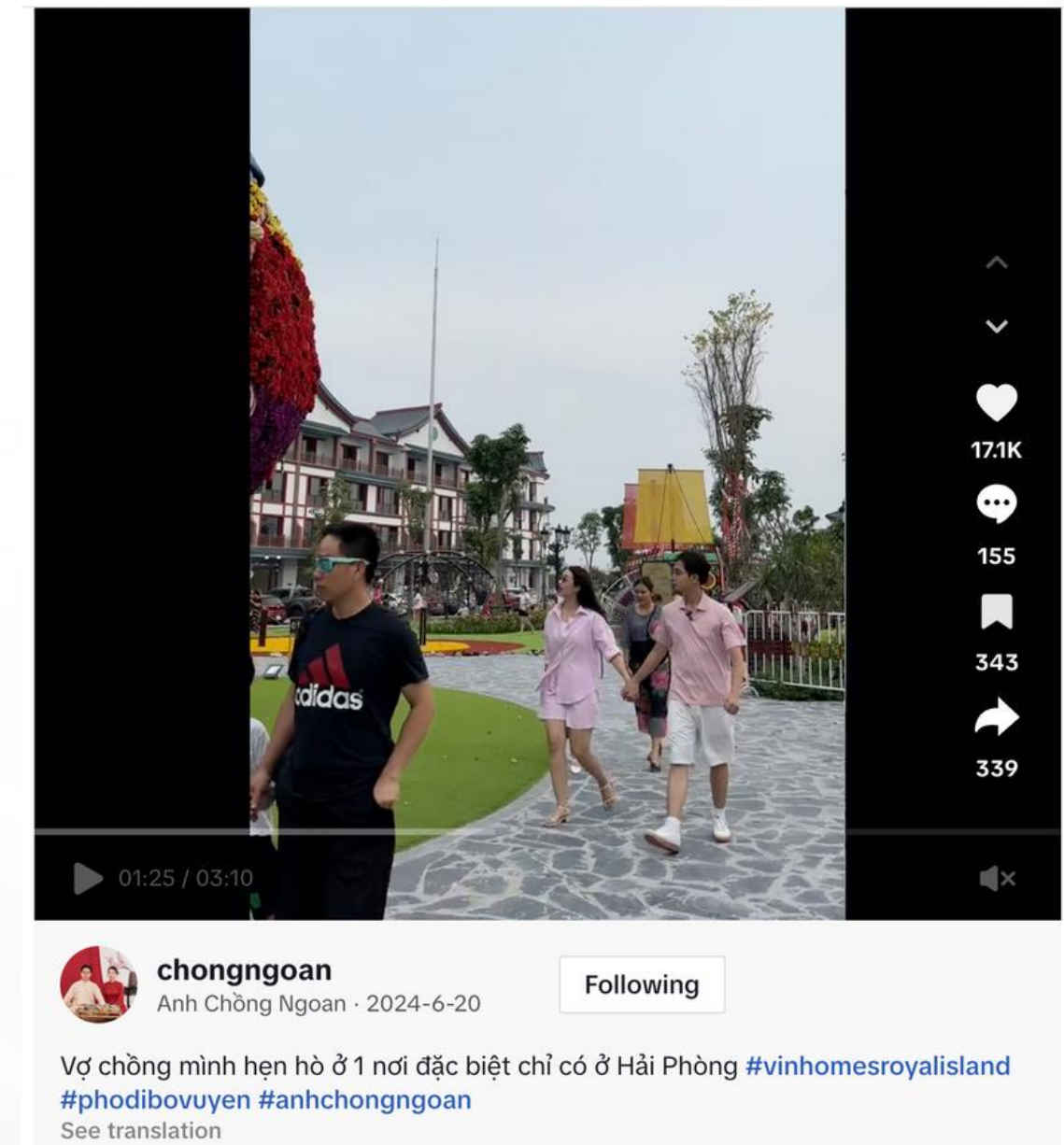


Bài đăng chia sẻ về kiến thức kinh tế
[Nguồn:](#) Shark Minh Beta

► Đề xuất chiến lược: KOL Đầu tư, tài chính, lifestyle



- **Thế mạnh:** tạo nội dung ngắn, bắt trend, chia sẻ quan điểm đầu tư/tài chính cá nhân một cách gần gũi, dễ hiểu. TikTok là nền tảng giúp họ tiếp cận nhanh tới giới trẻ có nhu cầu tích sản sớm, nâng cấp phong cách sống hoặc tìm kiếm cơ hội đầu tư linh hoạt.
- **Mức độ phù hợp:** Phù hợp để đưa nội dung BĐS tiếp cận tự nhiên qua góc nhìn “giữ tiền an toàn”, “lựa chọn sống tốt”, hoặc “tích sản dài hạn” – góp phần định hướng nhu cầu và hành vi đầu tư của người xem.
- **Hoạt động triển khai:**
 1. Video ngắn chia sẻ (ví dụ: “3 cách giữ tiền an toàn giữa lạm phát – bất động sản có đáng cân nhắc?”)
 2. Review không gian sống cao cấp, tiện ích hiện đại, lifestyle gắn liền với trải nghiệm BĐS
 3. Series tư vấn (ví dụ: “Đầu tư thông minh cho người trẻ” – có lồng ghép lựa chọn nhà đất)
 4. Tạo video dạng hỏi nhanh – đáp nhanh (Q&A): “Chọn chung cư hay nhà phố thời điểm này?”
 5. Phối hợp minigame, trend TikTok để tăng nhận diện dự án một cách sáng tạo
 6. Livestream quảng bá, “chốt đơn” dự án sớm với giá tốt
- **Chỉ số tương tác:** Được đo qua lượt xem video, lượt thích, chia sẻ, bình luận, lưu video và hashtag dự án. Video ngắn giúp tạo nhận biết nhanh và thu hút sự quan tâm trong cộng đồng.



Bài đăng chia sẻ dự án từ KOL Lifestyle

[Nguồn:](#) Anh Chồng Ngoan

► Đề xuất chiến lược: KOL Đầu tư, tài chính, lifestyle



- **Thế mạnh:** nền tảng lý tưởng để nhóm KOL này phát triển nội dung dài, chuyên sâu và truyền cảm hứng sống – đầu tư.
- **Mức độ phù hợp:** Phù hợp với nội dung dạng “giá trị lâu dài” như chiến lược đầu tư, tư duy tích lũy, hoặc chia sẻ trải nghiệm mua nhà lần đầu – giúp nâng tầm hình ảnh dự án trong bối cảnh tài chính tổng thể.
- **Hoạt động triển khai:**
 - 1.Video phân tích: “Đầu tư BĐS giai đoạn này – rủi ro hay cơ hội?”
 - 2.Vlog kể chuyện: “Tôi mua căn nhà đầu tiên thế nào ở tuổi 30?”
 - 3.Talkshow/phỏng vấn với chuyên gia BĐS, chủ đầu tư
 - 4.Video review không gian sống kết hợp lifestyle: nhà mẫu, tiện ích, phong cách thiết kế
- **Chỉ số tương tác:** Mức độ tương tác mạnh thể hiện thông qua lượt xem, lượt thích, chia sẻ, bình luận và hashtag.



Video về KOL Lifestyle

[Nguồn:](#) Cô Em Trendy

► Đề xuất chiến lược: Community

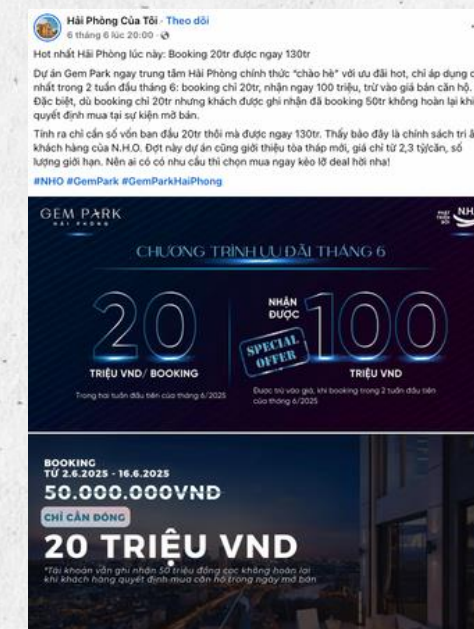


- **Thế mạnh:** Được tin tưởng cao, tập trung vào các nhóm sở thích chuyên biệt và lan tỏa thông tin tự nhiên thông qua hình thức thảo luận, tương tác tự nhiên.
- **Mức độ phù hợp:** Hiệu quả trong việc triển khai nội dung do người dùng tạo ra, thảo luận, giới thiệu dự án, chính sách bán hàng,...
- **Hoạt động triển khai:**
 1. Bài đăng giới thiệu, review dự án
 2. Chia sẻ về chính sách bán hàng, sự kiện khởi công, mở bán,... tại các trang tin tức lớn, bất động sản, địa phương (tỉnh thành)
 3. Bài đăng đánh giá và cảm nhận thực tế từ người đầu tư, người mua
 4. Công bố doanh số, thành tích bán hàng
- **Chỉ số tương tác:** Đo lường qua mức độ tiếp cận tự nhiên của bài đăng, lượng tương tác trong hội nhóm, Fanpage (bình luận, thích, chia sẻ),



Bài đăng chia sẻ về doanh số bán hàng

[Nguồn: Kiến thức kinh tế](#)



Bài đăng chia sẻ ưu đãi, chính sách bán hàng

[Nguồn: Hải Phòng Của Tôi](#)



Bài đăng chia sẻ cảm nhận, đánh giá dự án

[Nguồn: Review Bất động sản](#)



Bài đăng chia sẻ về sự kiện mở bán dự án

[Nguồn: Hải Phòng Hôm Nay Ăn Gì](#)

► Đề xuất chiến lược: Community



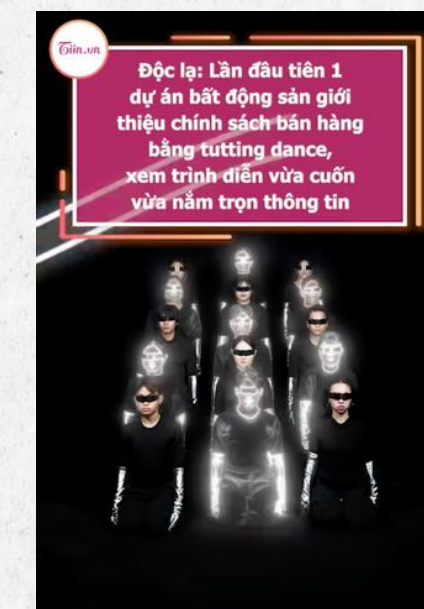
- **Thế mạnh:** Khả năng lan toả cao, cung cấp thông tin súc tích, cô đọng và tính trực quan mạnh mẽ với thời lượng trung bình 60-120 giây.
- **Mức độ phù hợp:** Phù hợp để tiếp cận nhóm người quan tâm đến tin tức, bất động sản, đầu tư một cách nhanh chóng. Dễ dàng tạo thảo luận, tương tác qua những chủ đề mang tính bàn luận, kêu gọi người xem bình luận ý kiến.
- **Hoạt động triển khai:**
 1. Giới thiệu, review về dự án (thông tin sơ lược, hình ảnh/video 3D, thực tế của dự án, lồng ghép giới thiệu chính sách bán hàng, ưu đãi,...)
 2. Tin tức, xu hướng về bất động sản (có lồng ghép giới thiệu sơ lược về dự án)
 3. Giới thiệu, recap sự kiện khởi công, mở bán dự án
- **Chỉ số tương tác:** Được đo qua lượt xem video, lượt thích, chia sẻ, bình luận, lưu video và hashtag dự án. Video ngắn giúp tạo nhận biết nhanh và thu hút sự quan tâm trong cộng đồng.



Bài đăng chia sẻ dự án
[Nguồn: Người quan sát](#)



Bài đăng chia sẻ tin tức bất động sản
[Nguồn: Nhịp sống bất động sản](#)



Bài đăng giới thiệu sự kiện mở bán
[Nguồn: Tiin.vn](#)

► Đề xuất chiến lược: Community



- **Thế mạnh:** Nội dung chuyên sâu, cung cấp nhiều kiến thức, thông tin. Độ tin cậy cao, và thời gian giữ chân người xem dài.
- **Mức độ phù hợp:** Phù hợp nhất với các kênh chuyên chia sẻ thông tin, kinh nghiệm, góc nhìn sâu, chi tiết hơn. Thời lượng dài khoảng 8-10 phút
- **Hoạt động triển khai:**
 1. Biến động, xu hướng bất động sản tại Việt Nam và thế giới
 2. Review chi tiết, thực tế về nhà mẫu, dự án
 3. Tin tức, sự kiện bất động sản, dự án
- **Chỉ số tương tác:** Mức độ tương tác mạnh thể hiện thông qua lượt xem, lượt thích, chia sẻ, bình luận và hashtag.



Bài đăng chia sẻ dự án
[Nguồn: LAND ĐÔ THỊ OFFICIAL](#)



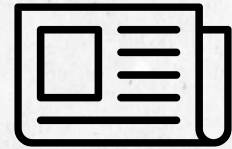
Bài đăng chia sẻ xu hướng BĐS
[Nguồn: LAND ĐÔ THỊ OFFICIAL](#)



Bài đăng review nhà mẫu, dự án
[Nguồn: NhaF](#)



► Đề xuất chiến lược: Community



PR/ONLINE NEWSPAPER

- **Thế mạnh:** Bài PR mang lại độ tin cậy cao, hỗ trợ SEO hiệu quả và giúp tăng độ nhận diện, uy tín thương hiệu đến cả người mua lẫn giới chuyên môn.
- **Mức độ phù hợp:** Phù hợp nhất cho các thông báo chính thức, ra mắt sản phẩm mới, báo cáo doanh số nổi bật và tường thuật sự kiện thương hiệu qua dạng tin tức điện tử truyền thống hoặc E-magazine,...
- **Hoạt động triển khai:**
 1. Thông cáo báo chí giới thiệu về dự án mới
 2. Bài viết nêu bật thành tích, doanh số
 3. Giới thiệu chính sách bán hàng và ưu đãi đặc biệt
 4. Những sự kiện đặc biệt (khởi công, sự kiện mở bán, concert âm nhạc,...)
 5. Tin tức, xu hướng bất động sản trong - ngoài nước
- **Chỉ số tương tác:** Đo lường qua lượt xem bài viết, lượt chia sẻ và mức độ được đăng lại/trích dẫn trên các nền tảng truyền thông trực tuyến.



Bài đăng chia sẻ sự kiện livestream và chính sách bán hàng

[Nguồn: CafeF](#)

Hinode Royal Park – Khả năng sinh lời từ kinh doanh đến đầu tư



7 giờ trước

Với cộng đồng cư dân hiện hữu, hạ tầng hoàn thiện và vị trí chiến lược, Hinode Royal Park không chỉ là nơi an cư lý tưởng mà còn là "tâm điểm sinh lời" cho nhà đầu tư nhạy bén.

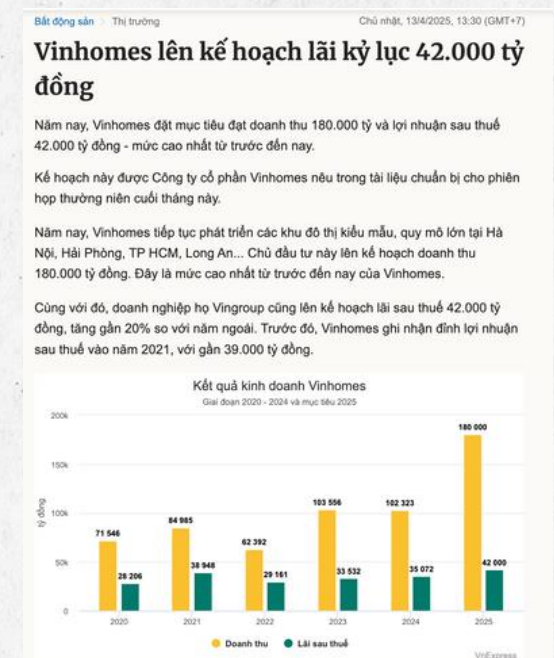
Bài đăng chia sẻ dự án

[Nguồn: CafeF](#)



Bài đăng chia sẻ sự kiện thành tích bán hàng

[Nguồn: Báo Mới](#)



Bài đăng công bố doanh thu

[Nguồn: VNEexpress.net](#)

► KOL BĐS nổi bật



Pham Thanh Hung (Shark Hung)

[Link](#)

Follower: 1.9M

Engagement rate: 152 (0.01%)

Background: Không chỉ là một doanh nhân thành đạt, nhà đầu tư mạo hiểm, Shark Hung còn là một KOL có sức ảnh hưởng lớn trong lĩnh vực bất động sản, đặc biệt là phân khúc cao cấp, hướng đến giới đầu tư chuyên nghiệp.



Hung Thuan Nguyen

[Link](#)

Follower: 252K

Engagement rate: 3,753 (1.47%)

Background: Hùng Thuận Nguyễn là một gương mặt quen thuộc trong cộng đồng bất động sản, chuyên chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm đầu tư, review nhà một cách dễ hiểu, gần gũi. Anh thường xuyên cập nhật xu hướng thị trường, phân tích dự án và hỗ trợ người mua nhà ra quyết định hiệu quả.



Doctor Housing

[Link](#)

Follower: 295K

Engagement rate: 8,492 (5.34%)

Background: Doctor Housing là thương hiệu do anh Nguyễn Duy Chuyền—chuyên gia đầu tư và thẩm định dự án bất động sản—sáng lập, với hơn 10 năm kinh nghiệm và đã chia sẻ kiến thức giúp người mua nhận diện các mô hình lừa đảo tài chính & BĐS.



Tara Le

[Link](#)

Follower: 554K

Engagement rate: 49 (0.009%)

Background: Tara Lê là CEO Công ty Nhà Sài Gòn, chuyên gia bất động sản giàu kinh nghiệm, nổi bật với kiến thức pháp lý vững và tư duy đầu tư thực chiến. Am hiểu pháp lý và kiến thức thực tiễn giúp nhà đầu tư giảm thiểu rủi ro trong giao dịch.

► KOL BĐS nổi bật



Chong Sa Ly

[Link](#)

Follower: 2M

Engagement rate: 15,789 (0.79%)

Background: Chồng Sa Lý không còn xa lạ với những tín đồ của mạng xã hội Tiktok ở Việt Nam. Những clip của anh đem đến những kiến thức thực tế, giúp nhiều người thoát khỏi những mê lầm trong quá trình đầu tư, kinh doanh bất động sản.



Doctor Housing

[Link](#)

Follower: 746K

Engagement rate: 17,209 (3.73%)

Background: Doctor Housing là thương hiệu do anh Nguyễn Duy Chuyền—chuyên gia đầu tư và thẩm định dự án bất động sản—sáng lập, với hơn 10 năm kinh nghiệm và đã chia sẻ kiến thức giúp người mua nhận diện các mô hình lừa đảo tài chính & BĐS.



Hung Thuan Nguyen

[Link](#)

Follower: 573K

Engagement rate: 3,793 (0.72%)

Background: Hùng Thuận Nguyễn là một gương mặt quen thuộc trong cộng đồng bất động sản, chuyên chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm đầu tư, review nhà một cách dễ hiểu, gần gũi. Anh thường xuyên cập nhật xu hướng thị trường, phân tích dự án và hỗ trợ người mua nhà ra quyết định hiệu quả.



Ngo Quoc Long

[Link](#)

Follower: 89.2K

Engagement rate: 1,010 (1.13%)

Background: Là quán quân của chương trình Sân Nhà Triệu Đô vào năm 2022. Anh thường xuyên chia sẻ nội dung, tin tức và kinh nghiệm thực tiễn về bất động sản với phong cách gần gũi, chần chu.

► KOL BĐS nổi bật



Tran Minh

[Link](#)

Follower: 81.8K

Engagement rate: 2,815 (3.9%)

Background: Là một chuyên gia – nhà đầu tư bất động sản cá nhân có gần 10 năm kinh nghiệm, từng hoạt động trong truyền thông và đào tạo cho các dự án lớn như Vingroup,... Nổi bật với các video chia sẻ kinh nghiệm đầu tư thực chiến, phân tích thị trường và hướng dẫn chiến lược mua bán phù hợp với nhà đầu tư cá nhân.



Pham Van Nam

[Link](#)

Follower: 212K

Engagement rate: 2,275 (1.3%)

Background: Là doanh nhân và chuyên gia bất động sản, sáng lập Công ty CP Đầu tư Thương mại & Dịch vụ Du lịch HANA, nổi bật với hơn 10 năm kinh nghiệm hỗ trợ đầu tư dòng tiền và vận hành bất động sản, đồng thời là tác giả bộ sách “Bậc thầy đầu tư bất động sản” và giảng viên đào tạo hàng nghìn học viên.



Rich Nguyen

[Link](#)

Follower: 981K

Engagement rate: 5,200 (2.6%)

Background: Là nhà huấn luyện chiến lược đầu tư BĐS cá nhân. Tác giả cuốn sách "Bất động sản Vĩ Mô - Đầu tư tăng trưởng và Hạnh Phúc" với 5000 lượt bán chỉ trong 3 tháng đầu ra mắt. Diễn giả Coaching Mini MBA bất động sản thực chiến số 1 Việt Nam.

► KOL Đầu tư - tài chính nổi bật



Thai Van Linh (Shark Linh)

[Link](#)

Follower: 1.7M

Engagement rate: 1,497 (0.09%)

Background: Là nữ doanh nhân Mỹ gốc Việt, tốt nghiệp Cử nhân ĐH Nam California và MBA Wharton – hiện là CEO Vingroup Ventures, từng giữ vị trí Giám đốc chiến lược tại VinaCapital và là “nữ cá mập” duy nhất từ mùa 1-3 chương trình Shark Tank Việt Nam.



Thai Pham

[Link](#)

Follower: 189K

Engagement rate: 854 (0.46%)

Background: Là nhà sáng lập và Chủ tịch Happy Live – đơn vị chuyên đào tạo và tư vấn đầu tư, phát triển doanh nghiệp. Trước đây anh từng giữ vị trí Giám đốc Marketing tại Vinamilk với 13 năm kinh nghiệm và là dịch giả nhiều đầu sách tài chính nổi tiếng. Anh thường chia sẻ kiến thức về chứng khoán, kinh tế vĩ mô và bất động sản.



Minh Beta

[Link](#)

Follower: 190K

Engagement rate: 201 (0.11%)

Background: Là Chủ tịch Beta Group và cá mập mùa 6–7 Shark Tank Việt Nam — ngoài lĩnh vực giải trí và rạp chiếu phim còn lấn sân mạnh sang bất động sản qua hai mô hình A.Plus Home và Recbook.

► KOL Đầu tư - tài chính nổi bật



Le Hung Anh

[Link](#)

Follower: 235K

Engagement rate: 4,778 (2.28%)

Background: Là CEO và Nhà sáng lập BIN Corporation Group – tập đoàn đa ngành với 10 thương hiệu toàn cầu, trong đó có Khải Hưng Group chuyên phát triển bất động sản tại Việt Nam – đồng thời là “cá mập” mùa 5 Shark Tank Việt Nam nổi tiếng với tư duy táo bạo và tư vấn chuyên môn sâu rộng cho startup.



Duy Nghiem

[Link](#)

Follower: 185.7K

Engagement rate: 3,620 (2.11%)

Background: Là KOL tài chính trên TikTok với hơn 180K follower, chuyên chia sẻ kiến thức đầu tư chứng khoán, vàng và cung cấp tư vấn tài chính cá nhân. Anh cũng thường chia sẻ những tin tức, thông tin và góc nhìn của mình về ngành Bất động sản trong nước.



Lam Minh Chanh

[Link](#)

Follower: 125.8K

Engagement rate: 812 (0.65%)

Background: Là Nhà Sáng lập và Chủ tịch Học viện Kinh doanh & Tài chính BizUni, chuyên gia tài chính cá nhân với hơn 13 năm khởi nghiệp, giảng viên và tác giả sách bán chạy về quản lý tài chính, đầu tư, chứng khoán.

► KOL Đầu tư - tài chính nổi bật



Thai Pham

[Link](#)

Follower: 1M

Engagement rate: 1,747 (0,175%)

Background: Là nhà sáng lập và Chủ tịch Happy Live – đơn vị chuyên đào tạo và tư vấn đầu tư, phát triển doanh nghiệp. Trước đây anh từng giữ vị trí Giám đốc Marketing tại Vinamilk với 13 năm kinh nghiệm và là dịch giả nhiều đầu sách tài chính nổi tiếng. Anh thường chia sẻ kiến thức về chứng khoán, kinh tế vĩ mô và bất động sản.



Nguyen Huu Tri

[Link](#)

Follower: 1M

Engagement rate: 31,752 (3.6%)

Background: Là diễn giả, chuyên gia huấn luyện chương trình “7 thói quen để thành đạt” đầu tiên tại Việt Nam (Franklin Covey) và là người sáng lập Awake Your Power Academy. Anh thường xuyên chia sẻ những quan điểm, kinh nghiệm về tài chính, đầu tư, ...



Pham Tuan Son

[Link](#)

Follower: 118K

Engagement rate: 1,574 (4.86%)

Background: Là Chủ tịch Babylons, đồng thời là doanh nhân – diễn giả về tài chính và tự do tài chính, đồng thời là nhà đầu tư BĐS với danh mục khách sạn, resort và dự án trải dài trong và ngoài nước. Doanh nhân chia sẻ về kiến thức, kinh nghiệm thực tiễn của mình về tài chính, đầu tư và bất động sản - mang lại nhiều thông tin bổ ích cho khán giả.

► KOL Content Creator/Lifestyle nổi bật



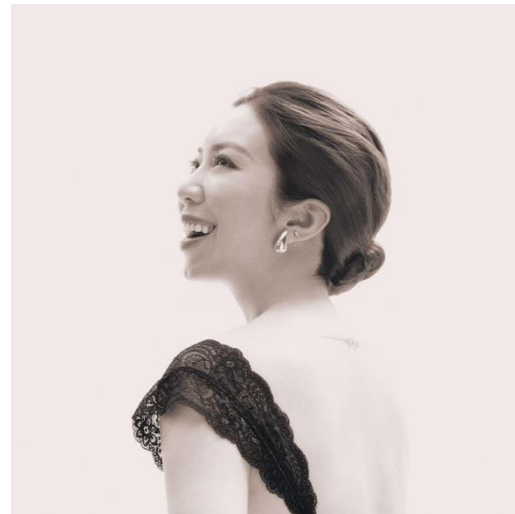
Chau Muoi

[Link](#)

Follower: 556K

Engagement rate: 3,719 (0.7%)

Background: Là Content Creator về lifestyle, được khán giả biết đến với những nội dung daily vlog, nấu ăn, du lịch. Với phong cách trưởng thành, chín chắn - cô mang đến hình ảnh tích cực, gần gũi. Châu Muối đạt Top 5 KOC Vietnam 2022 – tạo ảnh hưởng tích cực và dẫn dắt xu hướng trên mạng xã hội.



Nguyen Ha Linh (Admin Nghiện nhà)

[Link](#)

Follower: 137K

Engagement rate: 172 (0.13%)

Background: Là Co-founder & Admin của nhóm Facebook “Nghiện Nhà” (hơn 2,6 triệu thành viên - một trong những hội nhóm về lifestyle, nhà cửa nổi bật tại Việt Nam). Với tư duy đầu tư “có làm mới có ăn”, chị tập trung phát triển căn hộ và bất động sản cho thuê, đặc biệt chú trọng chọn vị trí trung tâm, thiết lập dòng tiền bền vững.



Sa Lim

[Link](#)

Follower: 1.1M

Engagement rate: 4,139 (0.38%)

Background: Là một trong những hot mom nổi tiếng tại Việt Nam. Trên trang cá nhân của mình, cô nội dung thường xoay quanh lifestyle, du lịch, thời trang, gia đình và trải nghiệm mẹ và bé. Những nội dung về gia đình, bé Pam thường nhận được lượng tương tác, độ nhận diện cao đối với khán giả.



Trang Lou

[Link](#)

Follower: 701K

Engagement rate: 4,919 (4.7%)

Background: Trang Lou được biết đến là một hot mom nổi tiếng tại Việt Nam. Cô thường chia sẻ những nội dung về gia đình, lifestyle, daily vlog, du lịch trên trang cá nhân và nhận được sự yêu thích, ủng hộ từ cộng đồng, giới trẻ.

► KOL Content Creator/Lifestyle nổi bật



Le Thi Khanh Huyen

[Link](#)

Follower: 7.2M

Engagement rate: 120,947 (1.68%)

Background: Le Thi Khanh Huyen is one of Vietnam's popular young hot moms, known for her engaging presence on social media. Her content focuses on lifestyle, travel, fashion, and family life, consistently receiving high and stable engagement from her audience.



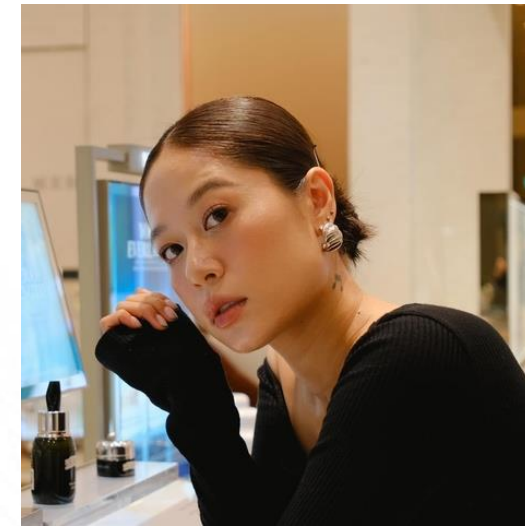
Gia Dinh Truyen Hinh

[Link](#)

Follower: 1.8M

Engagement rate: 84,525 (4.7%)

Background: “Gia đình Truyền Hình” là kênh do gia đình biên tập viên Mạnh Cường (VTV) và Hương Giang (Truyền hình Quốc phòng) sáng lập, thu hút hơn 1.8 triệu người theo dõi nhờ những video hài hước, gần gũi kể về cuộc sống gia đình và hậu trường nghề truyền hình – nơi những bản tin đời thường được kể bằng tình cảm và sự duyên dáng.



Tron Mama

[Link](#)

Follower: 492K

Engagement rate: 53,641 (11.39%)

Background: Tròn Mama là hot mom và Content Creator nổi bật từ Canada trở về, với gần 500 k follower trên TikTok. Cô cùng cậu con trai Tròn chia sẻ nội dung chân thật, dễ thương về gia đình, học tiếng Việt, phong cách sống tối giản, thời trang và vlog đời thường, thu hút hàng triệu lượt xem từ cộng đồng mạng.



Ly Thanh Co

[Link](#)

Follower: 579K

Engagement rate: 7,195 (1.24%)

Background: Là travel blogger, content creator và tác giả trẻ nổi bật tại Việt Nam, đã khám phá hơn 40 quốc gia từ khi bắt đầu hành trình vào năm 2015 . Kênh của anh thường xuyên chia sẻ kinh nghiệm du lịch thực tế, lifestyle truyền cảm hứng.

► KOL Content Creator/Lifestyle nổi bật



Giang Oi

[Link](#)

Follower: 1.68M

Engagement rate: 49,600 (3.1%)

Background: Là Content Creator và vlogger người Việt với độ nhận diện cao. Cô thường xuyên cung cấp các kinh nghiệm thiết thực về tài chính cá nhân – từ tiết kiệm thông minh đến phân tích chiến lược vay mua nhà hợp lý cho gia đình trẻ. Bên cạnh đó, cô còn chia sẻ về lifestyle, nội dung về chăm sóc gia đình hữu ích.



Vu Dino

[Link](#)

Follower: 473K

Engagement rate: 856 (0.81%)

Background: Là Content Creator nổi tiếng với thu hút gần nửa triệu người đăng ký. Anh thường xuyên chia sẻ video nấu ăn, bí quyết tổ chức không gian sống—đặc biệt là hành trình xây dựng và thiết kế nhà cửa. Anh thường chia sẻ những góc nhìn thực tế trong quá trình xây dựng, trải nghiệm không gian sống và được khán giả yêu thích, ủng hộ tích cực.



Gia đình Cam Cam

[Link](#)

Follower: 1.04M

Engagement rate: 80,000 (8%)

Background: Gia đình Cam Cam (Kiên Hoàng, Heo Mi Nhon và bé Cam) là gia đình vlogger hàng đầu Việt Nam, nổi tiếng với vlog nấu ăn, cuộc sống gia đình giản dị cùng nội dung nuôi dạy con, du lịch và phong cách sống, chăm sóc nhà cửa hiện đại, thu hút hàng triệu người theo dõi trên YouTube.



Anh Ban Than (Tri Nguyen)

[Link](#)

Follower: 236K

Engagement rate: 9,120 (4%)

Background: Anh Bận Thân (Nguyễn Đức Thịnh Tri) là content creator và chồng của Giang Oi, nổi bật với kênh YouTube chia sẻ về công nghệ, lối sống tối giản, công việc freelance, nấu ăn và những câu chuyện đời thường gần gũi về gia đình.

► Community BĐS - Tài chính, kinh tế nổi bật



Group Review Bat Dong San

[Link](#)

Follower: 256K

Engagement rate: 7,689 (3.02%)

Background: Là hội nhóm Facebook hoạt động sôi nổi, với lượng tương tác, thảo luận cao. Nơi các môi giới, chủ đầu tư và nhà đầu tư cùng tương tác, đánh giá dự án và cập nhật tin nóng BĐS với mục tiêu tạo ra sức mạnh từ thông tin cộng đồng.

Group Dien dan Do thi - Kinh te - Xa hoi Viet Nam [VPC]

[Link](#)

Follower: 254K

Engagement rate: 118 (0.05%)

Background: Là cộng đồng chia sẻ thông tin và thảo luận về quy hoạch, hạ tầng, bất động sản và phát triển kinh tế – xã hội, quy tụ nhiều chuyên gia, nhà đầu tư và người quan tâm trên cả nước.

Group Cong dong Bat Dong San

[Link](#)

Follower: 218K

Engagement rate: 53 (0.02%)

Background: Là hội nhóm Facebook hữu ích dành cho môi giới, chủ đầu tư, nhà đầu tư và những ai quan tâm đến thị trường BĐS. Nơi đây chia sẻ thông tin cập nhật về dự án, thị trường và phân tích chuyên sâu, đồng thời tạo điều kiện kết nối cho các thành viên trao đổi kinh nghiệm và giao dịch hiệu quả.

Cafe Bat Dong San

[Link](#)

Follower: 97K

Engagement rate: 55 (0.06%)

Background: Fanpage chuyên cập nhật thông tin chuyên sâu về thị trường bất động sản Việt Nam, bao gồm tin tức dự án, chính sách quy hoạch và phân tích từ các chuyên gia; đồng thời tạo không gian thảo luận cho môi giới, nhà đầu tư và độc giả tìm hiểu kỹ lưỡng trước khi ra quyết định đầu tư.

► Community BĐS - Tài chính, kinh tế nổi bật



FACEBOOK



CafeF

[Link](#)

Follower: 1.8M

Engagement rate: 587 (0.04%)

Background: CafeF là fanpage uy tín chuyên cập nhật nhanh chóng các tin tức về kinh tế, tài chính và bất động sản tại Việt Nam. Với nội dung đa dạng và phân tích chuyên sâu, CafeF là nguồn thông tin tham khảo đáng tin cậy cho nhà đầu tư và người quan tâm thị trường.



Cafebiz

[Link](#)

Follower: 2M

Engagement rate: 291 (0.02%)

Background: CafeBiz là một trang thông tin kinh doanh – doanh nhân uy tín tại Việt Nam, thành lập năm 2015, cung cấp tin tức, phân tích chuyên sâu về thị trường, công nghệ, startup và bất động sản, đầu tư, tài chính,...



Kien Thuc Kinh Te

[Link](#)

Follower: 2M

Engagement rate: 2,223 (0.11%)

Background: Kiến thức Kinh tế là fanpage chia sẻ thông tin, tin tức & kiến thức kinh doanh, kinh tế vĩ mô và tài chính, bất động sản tại Việt Nam - thế giới.



Vietnam Business News

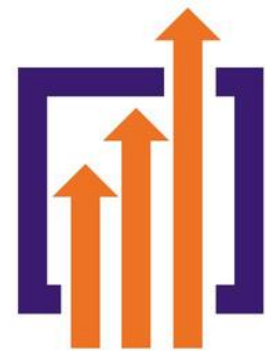
[Link](#)

Follower: 694K

Engagement rate: 935 (0.13%)

Background: Là một trang chuyên sâu về tin tức và phân tích kinh tế – doanh nghiệp tại Việt Nam. Nội dung trang bao gồm cập nhật nhanh các sự kiện kinh tế, thị trường, M&A, chứng khoán, bất động sản và những bài phân tích chuyên sâu, giúp cộng đồng doanh nhân và nhà đầu tư nắm bắt cơ hội và xu hướng.

► Community BĐS - Tài chính, kinh tế nổi bật



Ngươi Quan Sat

[Link](#)

Follower: 1.1M

Engagement rate: 19,280 (1.99%)

Background: Là kênh Tiktok Community nổi bật qua loạt video “TIN NÓNG”, phân tích các vụ đại án như Vạn Thịnh Phát, Luật Kinh tế – chính trị và những chủ đề kinh tế vi mô, vĩ mô, đầu tư, bất động sản,...



CafeF

[Link](#)

Follower: 1.6M

Engagemnt rate: 22.349 (1.6%)

Background: Là kênh Tiktok Community hoạt động sôi nổi, với lượng tương tác, thảo luận cao. Nơi các môi giới, chủ đầu tư và nhà đầu tư cùng tương tác, đánh giá dự án và cập nhật tin nóng BĐS với mục tiêu tạo ra sức mạnh từ thông tin cộng đồng.



Nhip song Bat dong san

[Link](#)

Follower: 241K

Engagement rate: 4,422 (2.55%)

Background: Là kênh TikTok Communitu chuyên phân tích sâu về thị trường BĐS, cung cấp thông tin chuyên sâu, cập nhật dự án và dự báo xu hướng đầu tư, giúp người theo dõi nắm bắt thông tin kịp thời và thiết thực.

► Community BĐS - Tài chính, kinh tế nổi bật



Cafebiz

[Link](#)

Follower: 987K

Engagement rate: 1,645 (0.17%)

Background: CafeBiz là một trang thông tin kinh doanh – doanh nhân uy tín tại Việt Nam, thành lập năm 2015, cung cấp tin tức, phân tích chuyên sâu về thị trường, công nghệ, startup và bất động sản, đầu tư, tài chính,...



Kien Thuc Kinh Te

[Link](#)

Follower: 737K

Engagement rate: 9.273 (1.69%)

Background: Là kênh chuyên tổng hợp và cập nhật nhanh các tin tức kinh tế – tài chính quan trọng. Nội dung kênh bao gồm cập nhật về biến động giá vàng, thị trường chứng khoán, chính sách kinh tế thế giới, và các phân tích thực tế giúp người xem nắm bắt cơ hội và rủi ro nhanh chóng.



Bom Money

[Link](#)

Follower: 1.7M

Engagement rate: 3,814 (0.22%)

Background: Kênh cung cấp tin tức tổng hợp nhanh và phân tích thực tế về chính sách kinh tế, biến động doanh nghiệp, tài chính, thị trường vàng, cổ phiếu, bất động sản và quản lý tài chính, giúp người xem nắm bắt thông tin thời sự sinh động và đáng tin cậy.

► Community BĐS - Tài chính, kinh tế nổi bật



CafeLand

[Link](#)

Follower: 1.09M

Engagement rate: 8.424 (2.16%)

Background: Là kênh YouTube chính thức thuộc Network Bất động sản CafeLand – một hệ sinh thái uy tín hoạt động từ năm 2010. Kênh chuyên làm các video cập nhật và phân tích chuyên sâu về thị trường bất động sản Việt Nam – từ thông tin dự án, quy hoạch, đến chuyển động hạ tầng và xu hướng đầu tư – hỗ trợ người dân, nhà đầu tư và doanh nghiệp tiếp cận thông tin BĐS một cách toàn diện.



Tài chính Kinh doanh

[Link](#)

Follower: 507K

Engagement rate: 15,102 (3.6%)

Background: Tài Chính Kinh Doanh là kênh YouTube chuyên cập nhật nhanh và phân tích sâu các vấn đề về tài chính, kinh tế và kinh doanh tại Việt Nam. Kênh mang đến góc nhìn thực tế, giúp người xem hiểu rõ hơn về thị trường và các xu hướng đầu tư.



LAND DO THI OFFICIAL

[Link](#)

Follower: 80.7K

Engagement rate: 224 (0.28%)

Background: Kênh chuyên cung cấp các video cập nhật quy hoạch, bản đồ hành chính mới và tiến độ các dự án lớn như sân bay Long Thành, khu đô thị, tòa nhà quy mô. Nội dung kênh giúp người xem nắm bắt các biến động hạ tầng và định hướng đầu tư bất động sản một cách trực quan và chuyên sâu.



NHAF

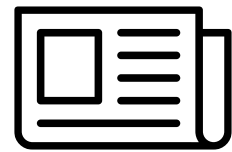
[Link](#)

Follower: 428K

Engagement rate: 456 (0.11%)

Background: NhaF - Kênh thông tin chuyên biệt về bất động sản & kiến trúc – nội thất. Với series “đột nhập” vào biệt thự, penthouse, duplex và nhà phố cao cấp – cùng lời khuyên thực tế trước khi mua chung cư. Nội dung kênh tập trung vào trải nghiệm thực tế tại các dự án, đánh giá thiết kế và tiến độ thi công, giúp người xem hiểu rõ hơn về chất lượng không gian sống và xu hướng đầu tư BĐS hiện đại.

► Community BĐS - Tài chính, kinh tế nổi bật



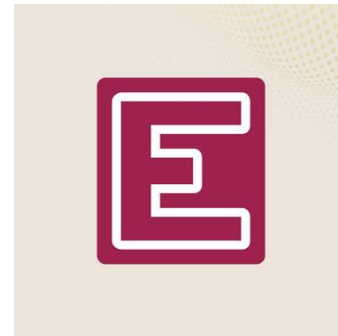
PR/ONLINE NEWSPAPER



CafeF

[Link](#)

Background: : CafeF là trang tin uy tín chuyên cập nhật nhanh chóng các tin tức về kinh tế, tài chính và bất động sản tại Việt Nam. Với nội dung đa dạng và phân tích chuyên sâu, CafeF là nguồn thông tin tham khảo đáng tin cậy cho nhà đầu tư và người quan tâm thị trường.



VNExpress

[Link](#)

Background: VnExpress là tờ báo điện tử hàng đầu Việt Nam, ra đời ngày 26/02/2001 thuộc FPT Group và hiện do Bộ Khoa học & Công nghệ quản lý. Trang web cập nhật liên tục tin tức trong nước & quốc tế (thời sự, kinh doanh, BĐS, thể thao...), nổi tiếng nội dung nhanh – tin cậy và là một trong những trang có lượng truy cập cao nhất quốc gia.



VnEconomy

[Link](#)

Background: Là Tạp chí Kinh tế Việt Nam – cơ quan báo chí kinh tế hàng đầu với hơn 30 năm hoạt động, thuộc Hội Khoa học Kinh tế Việt Nam. Trang tin đa phương tiện này cung cấp tin tức, phân tích chuyên sâu về kinh doanh, tài chính, chứng khoán, bất động sản, và công nghệ, đồng thời tiên phong áp dụng công nghệ số và AI để phục vụ cộng đồng doanh nghiệp và nhà đầu tư hiệu quả.



CafeLand

[Link](#)

Background: Trang cung cấp nội dung toàn diện từ tin tức – phân tích – đánh giá dự án, đến dữ liệu giao dịch, hỗ trợ nhà đầu tư, môi giới và người mua nắm bắt thị trường, kết nối giao dịch hiệu quả.

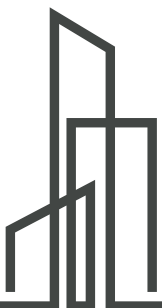


THÁCH THỨC

CƠ HỘI

III. THÁCH THỨC & CƠ HỘI

► Thách thức



► Thách thức

1

Thị trường Influencer Marketing ngành BĐS còn non trẻ

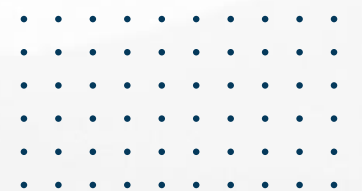
- Trong khi các lĩnh vực như làm đẹp, thời trang, ẩm thực... đã hình thành cộng đồng KOL dày đặc, bất động sản vẫn là một "vùng trũng" về truyền thông cá nhân hóa.
- Lý do đến từ đặc thù ngành quá chuyên môn (liên quan đến pháp lý, tài chính, đầu tư...), đòi hỏi kiến thức vững chắc, nếu KOL không cập nhật kỹ, dễ đưa sai thông tin sẽ gây mất uy tín hoặc vi phạm pháp luật.
- Vì thế, thật không dễ để một KOL thông thường tiếp cận và phát triển uy tín lâu dài.)

(Nguồn: Luật Đất đai sửa đổi 2024 (có hiệu lực từ 2025) thay đổi nhiều quy định về thuế, sở hữu nhà chung cư, người nước ngoài mua nhà tại VN)

2

Niềm tin của người dùng thấp đối với ngành môi giới

- BĐS Việt Nam từng chứng kiến nhiều vụ "lách luật", rao bán sai sự thật, "bán lúa non", dẫn đến hình ảnh môi giới bị xem là "chiêu trò", thiếu chuyên nghiệp.
- Người theo dõi thường nghi ngờ nội dung KOL cung cấp, đặc biệt khi có yếu tố "giới thiệu sản phẩm."
- Vì đây là sản phẩm có giá trị cao, cần được lựa chọn và cân nhắc kỹ lưỡng nên việc xem thông tin từ những KOL môi giới bất động sản chỉ đáp ứng ở mặt nhận diện thương hiệu, còn hiệu quả về mặt chuyển đổi gần như là không có.



► Thách thức

3

**Thị trường BĐS
trầm lắng**

- Sau giai đoạn bùng nổ 2020–2021 và hậu đại dịch Covid, thị trường BĐS Việt Nam đã rơi vào chu kỳ điều chỉnh mạnh từ 2022 đến nay.
- Phải nói đến nhu cầu giảm mua từ người trẻ khó mua nhà, chính sách tín dụng siết chặt dẫn đến sức mua yếu, khó lan tỏa nội dung "bán hàng".
- Vì thế nên những KOL trẻ sẽ có xu hướng ưu tiên lĩnh vực dễ tạo trend, dễ kiếm tiền (F&B, lifestyle, du lịch), hơn là lĩnh vực dài hơi và “khó nuốt” như bất động sản.

4

**Xu hướng “ẩn danh”
thay vì xây thương hiệu
cá nhân**

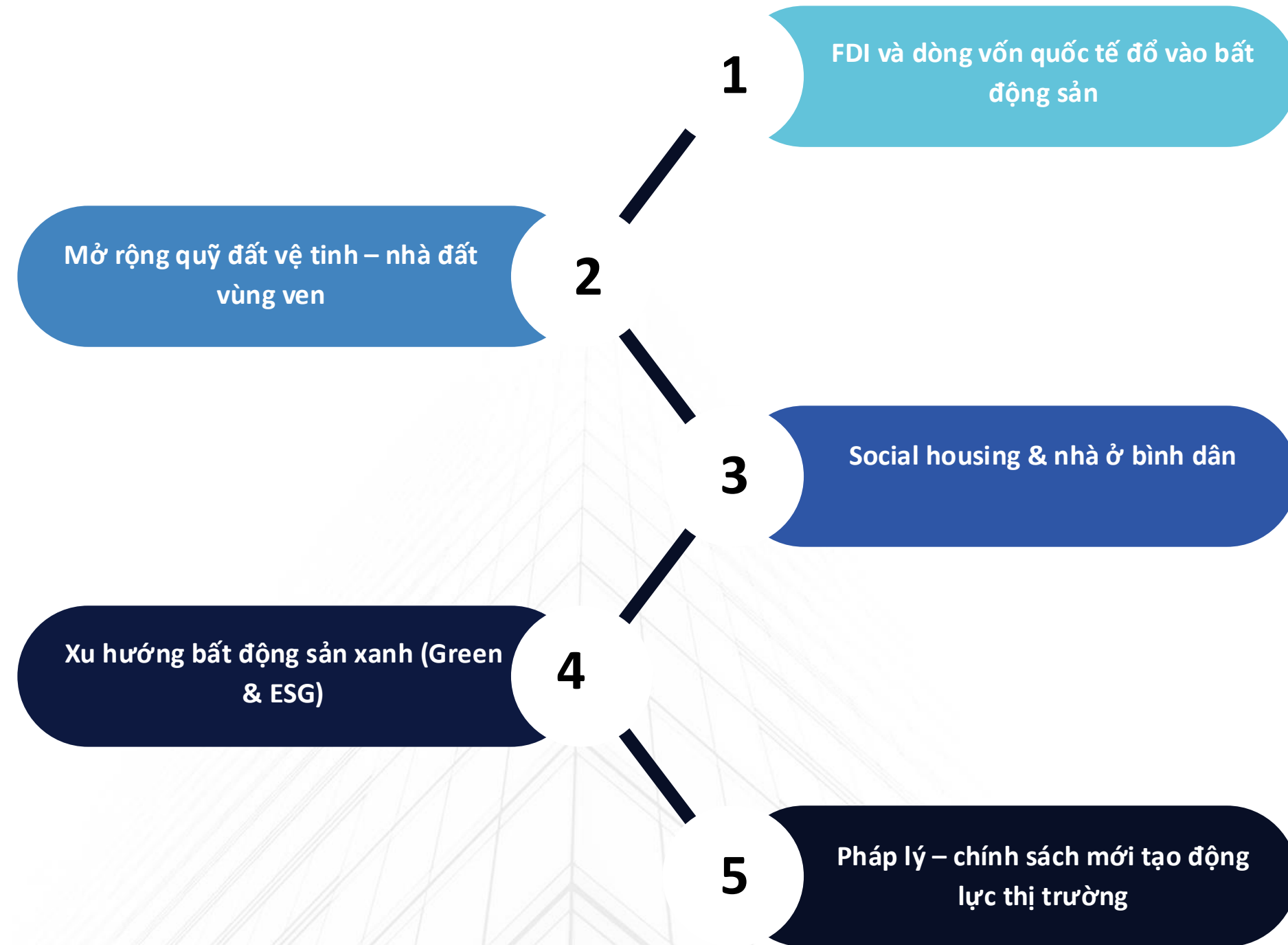
- Phần lớn người làm nghề môi giới, đầu tư bất động sản tại VN vẫn giữ thói quen hoạt động khép kín, không đầu tư thương hiệu cá nhân.
- Nhiều người đạt doanh số tốt nhưng không chia sẻ công khai để "giữ bí quyết", sợ bị cạnh tranh. Đây cũng là 1 trong những yếu tố dẫn đến việc thiếu các hình mẫu KOL thật sự nổi bật trong ngành, làm chậm lại quá trình chuyên nghiệp hóa KOL BĐS tại VN.

5

**Nội dung bất động sản
khó “viral” như các lĩnh
vực khác**

- BĐS không dễ tạo trend nhanh: không có yếu tố hài hước, âm nhạc, thị giác bắt mắt như ẩm thực, du lịch...
- Chỉ tiếp cận đến 1 tệp nhỏ người xem. Vì thế, đây là thách thức của những KOL mới khởi nghiệp trong lĩnh vực này thường bỏ cuộc sớm do không đạt được kỳ vọng về tăng trưởng follower hoặc thu nhập từ quảng cáo.

► Cơ hội



► Cơ hội

1. FDI và dòng vốn quốc tế đổ vào bất động sản

- Việt Nam tiếp tục thu hút FDI lớn, đạt mức 25,4 tỷ USD vào 2024 – tăng 9,4 % so năm trước; bất động sản là một trong các lĩnh vực được hưởng lợi lớn.
- Các giao dịch M&A bất động sản vẫn tăng trưởng mạnh, với hơn 1,8 tỷ USD vào năm 2024

Cơ hội cho ngành Influencer Marketing trong ngành BĐS:

- Tạo chuỗi phân tích về các thương vụ đầu tư lớn (FDI, golf-resort, khu đô thị)
- Giải thích vì sao các quỹ ngoại lại chọn Việt Nam — qua đó xây dựng hình ảnh chuyên gia hiểu sâu về thị trường quốc tế và thu hút nhà đầu tư trong nước.

2. Mở rộng quỹ đất vệ tinh – nhà đất vùng ven

- Giá bất động sản tại Hà Nội, TPHCM trung tâm đang ở mức rất cao (~70 triệu/m²), buộc dòng vốn chuyển ra vùng ven & tỉnh thành lân cận
- Các tỉnh như Bắc Ninh, Bắc Giang, Quảng Ninh được nhiều chuyên gia và chủ đầu tư chú ý

Cơ hội cho ngành Influencer Marketing trong ngành BĐS:

- Trở thành người dẫn đường khám phá “hotzone” vùng ven: tour thực tế, đánh giá hạ tầng, pháp lý, dự án phù hợp với gia đình/DINK



Trung tâm thành phố Bắc Giang

Nguồn: Người quan sát

► Cơ hội

3. Social housing & nhà ở bình dân

- Chính phủ ưu tiên phát triển nhà xã hội với chính sách hỗ trợ tín dụng lên tới 145.000 tỷ đồng đến năm 2030
- Nhu cầu nhà ở giá thấp đang bùng nổ, đặc biệt ở các khu công nghiệp & đô thị vệ tinh

Cơ hội cho ngành Influencer Marketing trong ngành BĐS:

- Chia sẻ nội dung chuyên sâu cho nhóm người trẻ, công nhân, chuyên gia F&B – hướng đến nhà ở thực sự phù hợp: so sánh dự án, hướng dẫn vay vốn, chất lượng sống hợp túi tiền.



Các dự án BĐS mới tại thành phố
[Nguồn:](#) Vietnam News

4. Xu hướng bất động sản xanh (Green & ESG)

- Việt Nam cam kết Net-Zero 2050, có khoảng 233 dự án xanh (6 triệu m²), nhưng vẫn còn đang ở giai đoạn đầu
- PropTech giúp theo dõi ESG và minh mạch hoạt động tòa nhà .

Cơ hội cho ngành Influencer Marketing trong ngành BĐS:

- Thực hiện các series: "Tour xanh", phỏng vấn kiến trúc sư, đo chi phí – lợi ích thực tế, hướng về cộng đồng quan tâm môi trường và đầu tư dài hạn

5. Pháp lý – chính sách mới tạo động lực thị trường

- Loạt luật mới như Land Law 2024, Housing Law 2023, Real Estate Business Law hỗ trợ minh bạch quy hoạch, sở hữu, cấp sổ đỏ rõ ràng hơn
- Quốc hội cũng kéo dài VAT giảm đến cuối 2026 – vừa giảm chi phí kinh doanh, vừa hỗ trợ nền kinh tế nội địa phục hồi.

Cơ hội cho ngành Influencer Marketing trong ngành BĐS:

- Chia sẻ nội dung chuyên sâu cho nhóm người trẻ, công nhân, chuyên gia F&B – hướng đến nhà ở thực sự phù hợp: so sánh dự án, hướng dẫn vay vốn, chất lượng sống hợp túi tiền.



THANK YOU

FOR YOUR ATTENTION



Ms. Lana Chau
Founder & CEO



lanchau@brandc.vn



0983335231