

# Reputa

**VẮP PHẢI HIỆU ỨNG ĐÓNG KHUNG \***

**KATINAT GẤP NGAY  
“CƠN BÃO” DƯ LUẬN**

*Gửi đến Đồng Bào miền Bắc  
lời chia sẻ thân thương.*

*Trong giai đoạn khó khăn vì bão lũ tại các tỉnh Miền Bắc,  
KATINAT mong muốn góp chút sức nhỏ bằng cách trích 1.000Đ  
trên mỗi ly nước bán ra tại hệ thống từ 12/09 đến hết 30/09,  
đồng hành cùng Đồng Bào khắc phục hậu quả sau thiên tai.*

*Hy vọng sau cơn mưa trời lại sáng,  
cầu mong tất cả mọi người luôn bình an!*



**BIZ. REPUTA.VN - REPUTA.VN**



**1.079.906**  
**TỔNG THẢO LUẬN**



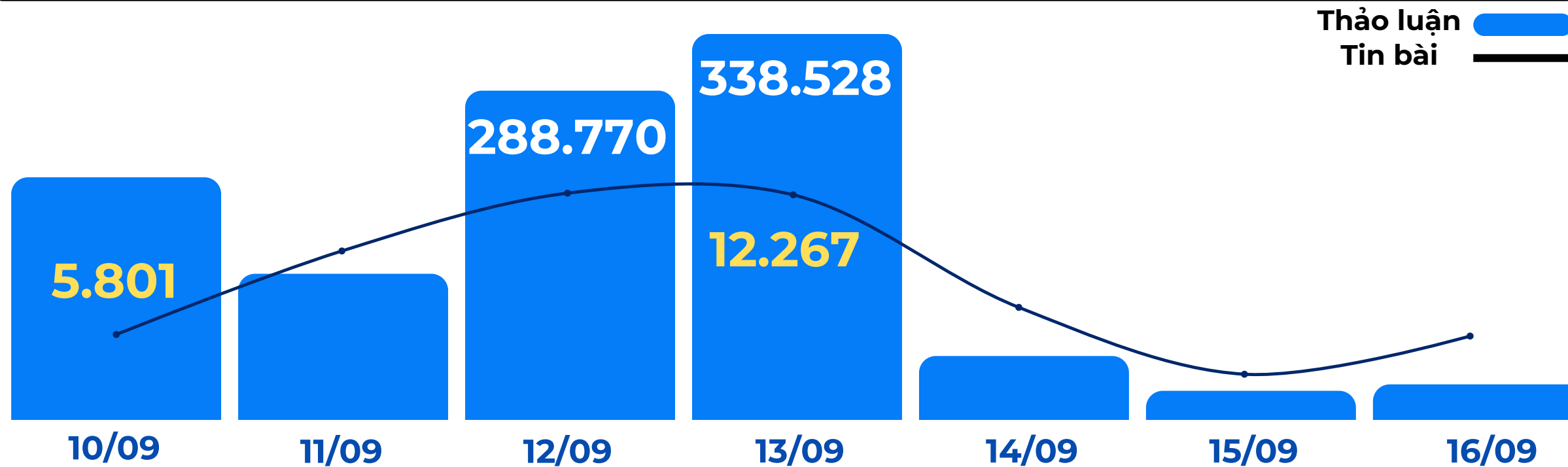
**5.098.331**  
Người tương tác  
nội dung ủng hộ Quỹ

**56.828** TIN BÀI

#baoso3 #baoyagi #saoke  
#quyengop #chuyenkhoan



## DIỄN BIẾN THẢO LUẬN



Từ ngày 10/09 đến 16/09, sự kiện liên quan đến việc **quyên góp ủng hộ đồng bào khắc phục hậu quả sau cơn bão số 3** đã thu hút **1.079.906 lượt thảo luận** và **5.098.331 lượt tương tác** trên tổng số **56.828 bài đăng**. Sự kiện đạt đỉnh điểm vào **ngày 13/09** với **338.528 lượt thảo luận** và giảm dần trong các ngày sau đó. Tuy nhiên, sự kiện vẫn duy trì mức độ tương tác cao, cho thấy sự quan tâm lớn từ cộng đồng mạng.

**Mạng xã hội** đóng vai trò quan trọng trong việc lan truyền thông tin, chiếm **65% tổng lượng thảo luận**. Bên cạnh đó, **baomoi.com** là nguồn tin có lượng thảo luận đứng thứ 2.

## KÊNH THẢO LUẬN



699.472



308.110



68.104



4.220

## TOP NGUỒN

[facebook.com](https://facebook.com)

[baomoi.com](https://baomoi.com)

[tiktok.com](https://tiktok.com)

## Nhóm chủ đề được thảo luận

566.868

409.108

81.731

14.617

7.582

Mặt trận  
Tổ quốc  
Sao kê

Các thương  
hiệu được  
nhắc đến

Người dân  
hưởng ứng  
quyên góp

Người  
nổi tiếng  
ủng hộ Quỹ

Đấu giá và  
ca nhạc  
gây Quỹ

- Nhóm chủ đề "**Mặt trận Tổ quốc Sao kê**": Các cuộc thảo luận xoay quanh tính minh bạch trong việc công khai sao kê quyên góp. Nhiều ý kiến phản ánh về sự chênh lệch giữa số tiền trong sao kê và những gì đã được chia sẻ trên mạng của một số cá nhân đã tạo ra làn sóng thảo luận sôi nổi.
- Nhóm chủ đề "**Các thương hiệu được nhắc đến**": Những hoạt động và chiến dịch quyên góp từ các thương hiệu đã được đề cập rộng rãi, thể hiện sự đóng góp tích cực vào Quỹ và công tác hỗ trợ sau bão.
- Nhóm chủ đề "**Người dân hưởng ứng quyên góp**": Thảo luận về các cá nhân và tổ chức nhỏ tích cực kêu gọi quyên góp và chuẩn bị nhu yếu phẩm để hỗ trợ đồng bào miền Bắc chịu ảnh hưởng của bão.
- Nhóm chủ đề "**Người nổi tiếng ủng hộ**": Các cuộc trao đổi tập trung vào các đóng góp của người nổi tiếng, với nhiều sự chú ý đến con số cụ thể mà họ đã ủng hộ cho Quỹ.
- Nhóm chủ đề "**Đấu giá và ca nhạc gây quỹ**": Một số sự kiện đấu giá và chương trình ca nhạc đã được tổ chức nhằm kêu gọi quyên góp và toàn bộ số tiền thu được từ sự kiện sẽ được chuyển vào Quỹ.

# Top Thương hiệu được đề cập

**KATINAT**  
COFFEE & TEA HOUSE



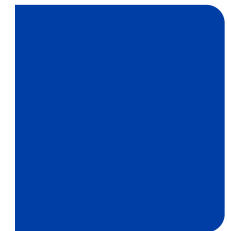
67,1%

**Vietcombank**



8,8%

**VietinBank**  
Nâng giá trị cuộc sống



6%

**MB**



4,1%

**Vietnam Airlines**



2,3%



# Bài viết và bình luận nổi bật về Katinat

**"Vạ miệng" truyền thông "trích 1k mỗi ly nước" ủng hộ khắc phục hậu quả thiên tai, Katinat nhận phản ứng dữ dội của khách hàng - daibieunhandan.vn**

Mới đây, chuỗi đồ uống KATINAT thông báo trên Fanpage chính thức của mình với nội dung "sẽ trích 1k/ly nước bán tại hệ thống cửa hàng từ ngày 12.9 - 30.9 để đồng hành cùng miền Bắc khắc phục hậu quả thiên tai". Hãng chủ động trích ra từ doanh thu thực tế, và sẽ được công khai theo từng giai đoạn kèm kế hoạch triển khai cụ thể. Ngay sau khi thông báo này đăng tải, đã có rất nhiều khách hàng bày tỏ sự không đồng tình với cách làm của nhãn hàng này. Cụ thể, nhiều người cho rằng KATINAT đang "lợi dụng tình hình mưa lũ ở miền Bắc để kích thích kinh doanh của hãng" và việc trích ra 1k lợi nhuận trên mỗi ly nước không cho thấy sự thành ý trong việc ủng hộ mà trái lại có phần "hướng theo tình hình mưa lũ ở miền Bắc vào việc kinh doanh của hãng". [Xem thêm](#)

**Tại sao case MKT Katinat trích 1k/ly nước lại bị phản ứng dữ dội? - facebook.com**

Góc nhìn cá nhân:

1. Katinat học theo cách cho của Vietjet (5k/chuyến bay) hay Xanhsm (1k/chuyến đi) nhưng lại bị phản ứng dữ dội, trong khi 2 hãng kia thì không, dù vé máy bay siêu đắt, tại sao?

- Phân loại dịch vụ:

+ Vietjet và Xanhsm là dịch vụ cần cho thiết yếu, ít sự lựa chọn, KH cần nó, vậy nên dù trích hay không, KH cũng không mấy quan tâm và để tâm, có thì tốt, không thì thôi, họ vẫn sử dụng, có dịch vụ ổn để sử dụng là ok lắm rồi.

+ Katinat thuộc loại sản phẩm dịch vụ "giải trí", cạnh tranh cao, không có Katinat thì còn vô vàn sự lựa chọn ngoài kia, không có thì KH "Không chết được". Katinat cần KH nhiều hơn, Katinat kẻo dưới. [Xem thêm](#)



**Katinat ko ép bạn phải mua, mà họ chỉ trích 1ngan từ 1ly họ bán, mỗi cá nhân và doanh nghiệp...họ đều có cách làm khác nhau chung qui đều hướng về ủng hộ và thật ra cũng ko phải trách nhiệm của họ**



**Katinat k có nghĩa vụ phải quyên góp nhưng họ vẫn chia sẻ với mn rằng họ ủng hộ quyên góp cho miền Bắc mà?**



**Mấy má ơi trích tận 1k trong 70k tiền 1 ly đồ uống? Bán 100 ly mới được 100k nhưng bên katinat thì bán tận 100 ly tăng doanh thu quá trời. Bỏ 100k ra để nhận lại nhiều khách hàng, mkt khôn quá**



**Đúng vậy, là 1 người cũng hay uống của katinat, nhưng để góp được nhiều hơn, tui sẽ ko uống katinat.🙄🙄**

Reputa tự hào là hệ thống tiên phong trong việc ứng dụng công nghệ AI, Big Data vào Social Listening.

## ĐA DẠNG NGUỒN DỮ LIỆU

- Reputa sở hữu **09** nguồn dữ liệu đến từ các nền tảng quen thuộc với người dùng:
  - Facebook
  - Youtube
  - Instagram
  - TikTok
  - Báo chí điện tử
  - Forum
  - Blog & Website
  - Báo giấy

## ĐA DẠNG FORMAT DỮ LIỆU

- Dữ liệu trong hệ thống Reputa còn được thể hiện dưới **03** format phổ biến nhất hiện nay:
  - Facebook
  - You
  - Video

## GIẢI PHÁP REPUTA CUNG CẤP

- Đo lường Sức khỏe thương hiệu
- Theo dõi hoạt động truyền thông
- Hỗ trợ chăm sóc khách hàng



## THÔNG TIN LIÊN HỆ


Liên hệ ngay với chúng tôi để nhận tư vấn các Gói dịch vụ phù hợp và hiệu quả cho bạn và Doanh nghiệp của bạn!

 [biz.reputa.vn](http://biz.reputa.vn)  **Hotline: 028.2213.7979**  [social360@viettel.com.vn](mailto:social360@viettel.com.vn)

### Trụ sở Hà Nội

**Địa chỉ:** Toà nhà Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Lô D25, Đường Tôn Thất Thuyết, Khu đô thị mới Cầu Giấy, TP. Hà Nội

### Miền Bắc: Nguyễn Thị Nguyệt Minh (Ms)


 Phone: 0854 810 701


 Email: [minhntn3@viettel.com.vn](mailto:minhntn3@viettel.com.vn)

### Trụ sở Hồ Chí Minh

**Địa chỉ:** Tầng 23, Viettel Complex Building, Cách Mạng Tháng 8, phường 12, Quận 10, TP.HCM

### Miền Nam: Nguyễn Thành Lộc (Mr)

 Phone: 0348 186 197

 Email: [locnt22@viettel.com.vn](mailto:locnt22@viettel.com.vn)