TREVITY · K-MARKETING

Bí Quyết Thu Hút Khách Hàn Quốc

Mỗi năm 4,6 triệu khách Hàn đến Việt Nam — và họ chi tiêu rất mạnh.

Làm sao để họ tìm thấy quán của bạn?

Cẩm nang K-Marketing của TREVITY · Miễn phí

Trevity

VIETNAM
DAEGU · SEOUL

MỤC LỤC

Nội dung cẩm nang

Đọc hết 5 chương, bạn sẽ hiểu **chính xác người Hàn tìm quán như thế nào** — và cách để quán bạn xuất hiện ngay tại đó.

01 Người Hàn quyết định thế nào

Naver, chứ không phải Google hay Facebook

02 Sức mạnh của thị trường khách Hàn

Chứng minh bằng số liệu thật

03 Đánh giá blog Naver — chìa khóa lòng tin

Vì sao người Hàn tin blog hơn quảng cáo

04 Kênh & nội dung "ăn khách" với người Hàn

Naver Blog · Naver Place · Instagram

05 Cách triển khai — và bức tường ngôn ngữ

Vì sao chủ quán khó tự làm

> "Nếu bạn không xuất hiện trên Naver,
> khách du lịch Hàn Quốc không thể biết đến bạn."

LỜI MỞ ĐẦU

00

Tại sao khách Hàn không đến quán bạn?

Không phải vì quán bạn dở

Mỗi năm hàng triệu người Hàn Quốc đến Việt Nam. Họ đi ăn, mua sắm, làm đẹp — và chi tiêu thuộc nhóm cao nhất. Nhưng họ không ghé quán của bạn.

Bạn chạy quảng cáo Facebook, làm nội dung đẹp — nhưng với người Hàn, quán bạn gần như **vô hình**. Không phải vì món ăn hay dịch vụ của bạn kém.

Vấn đề là **người Hàn tìm quán theo một cách hoàn toàn khác.** Họ không lướt Facebook hay Google để tìm chỗ ăn ở nước ngoài. Họ mở **Naver** — và tin vào **đánh giá thật trên blog của người Hàn khác.**

Nếu quán bạn không xuất hiện trên Naver, với 4,6 triệu khách Hàn mỗi năm, bạn đang **vô hình** trước đúng nhóm khách chi tiêu mạnh nhất.

Cẩm nang này chỉ cho bạn: người Hàn quyết định ra sao, họ tin điều gì, và làm thế nào để quán bạn xuất hiện ngay nơi họ đang tìm.

Đọc xong, bạn sẽ chọn một trong hai

Tự tin bắt tay làm, hoặc **chắc chắn rằng nên giao cho chuyên gia.** Dù chọn cách nào, doanh thu từ khách Hàn của bạn sẽ khác hôm nay.

CHƯƠNG 01

01

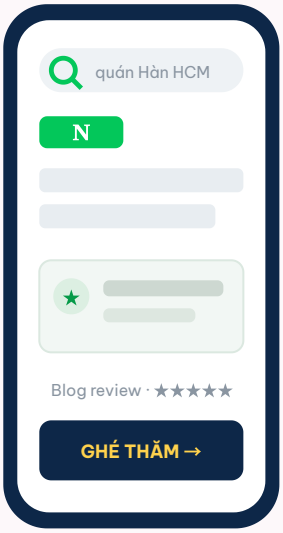
Người Hàn quyết định thế nào

Naver, chứ không phải Google

Người Hàn không dùng Google

Đây là điều nhiều chủ quán không biết: tại Hàn Quốc, công cụ tìm kiếm số 1 không phải Google, mà là **Naver** — chiếm khoảng **60% thị phần** tìm kiếm.

Người Hàn tìm mọi thứ trên Naver: quán ăn, spa, khách sạn — kể cả khi đi du lịch nước ngoài. Trước khi đến Việt Nam, họ đã **tìm và chọn quán trên Naver** từ ở nhà.



Tìm Naver → đọc blog → ghé thăm

Luồng quyết định của khách Hàn

1. **Tìm kiếm trên Naver.** Gõ "quán Hàn + [địa danh]", "món ngon [thành phố]"... ngay trên Naver.
2. **Đọc đánh giá blog.** Họ xem blog review của người Hàn đã đến — hình ảnh thật, cảm nhận thật.
3. **Quyết định ghé thăm.** Có review tốt trên Naver = họ đến. Không có = họ không bao giờ biết bạn tồn tại.

CHƯƠNG 02

02

Sức mạnh của thị trường khách Hàn

Chứng minh bằng số liệu

Khách Hàn không phải "một nhóm khách" — họ là **nguồn khách quốc tế số 1** của Việt Nam, và chi tiêu thuộc hàng cao nhất.

Những con số bạn nên biết (2024–2025)

4,6 triệu

Khách Hàn đến Việt Nam năm 2024 — nguồn khách quốc tế lớn nhất

46%

Trong tổng khách Hàn đến ASEAN đã chọn Việt Nam

~60%

Thị phần tìm kiếm của Naver tại Hàn Quốc (Google chỉ ~30%)

Top chi tiêu

Khách Hàn nằm trong nhóm du khách chi tiêu mạnh nhất tại Việt Nam



Tại Hàn Quốc, **Naver** là công cụ tìm kiếm số 1 — vượt xa Google.

Không có mặt trên Naver = vô hình với người Hàn.

Nguồn: Tổng cục Du lịch VN · Statista · InternetTrend (2024–2025)

Điều này có nghĩa gì với bạn

Bạn không cần "tìm thêm khách" — **khách Hàn đã ở ngay đây, 4,6 triệu người mỗi năm.** Vấn đề duy nhất là họ có **tìm thấy bạn trên Naver** hay không.

CHƯƠNG 03

03

Đánh giá blog Naver — chìa khóa lòng tin

Người Hàn tin blog hơn quảng cáo

Người Hàn có một thói quen rất mạnh: **trước khi đến bất kỳ đâu, họ đọc blog review trên Naver.** Không phải quảng cáo — mà là trải nghiệm thật của người Hàn khác.

Vì sao blog review "ăn tiền"

- **Đáng tin.** "Người Hàn giống tôi đã đến và thấy ổn" — sức thuyết phục hơn mọi quảng cáo.
- **Bằng tiếng Hàn.** Khách Hàn đọc được, hiểu ngay, thấy an tâm khi đến nơi xa lạ.
- **Xuất hiện đúng lúc tìm kiếm.** Khi họ gõ Naver, blog review hiện ra — đúng khoảnh khắc quyết định.
- **Tích lũy lâu dài.** Một bài blog tốt tiếp tục kéo khách trong nhiều tháng, không như quảng cáo tắt là hết.

Đây là cách người Hàn gọi nó

"체험단" (Che-heom-dan) — nhóm trải nghiệm: các blogger Hàn đến trải nghiệm thật và viết đánh giá trên Naver. Đây là hình thức marketing hiệu quả nhất để chạm tới khách Hàn.

Bức tường thứ nhất

Quán không có **một bài review tiếng Hàn nào trên Naver** thì gần như "không tồn tại" với khách Hàn — dù ngay cạnh khu họ ở. Và bạn **không thể tự viết review tiếng Hàn đáng tin** nếu không có blogger Hàn thật.

CHƯƠNG 04

04

Kênh & nội dung "ăn khách"

Đặt quán bạn vào đúng nơi người Hàn nhìn

Chạm tới khách Hàn không chỉ là "một bài blog". Đó là sự kết hợp của vài kênh — tất cả bằng tiếng Hàn, đúng gu người Hàn.

Các kênh cần có

Kênh	Vai trò
Naver Blog	Đánh giá trải nghiệm (체험단) — trái tim của lòng tin
Tìm kiếm Naver	Xuất hiện khi khách Hàn tìm "quán Hàn + [địa danh]"
Instagram	Hình ảnh đẹp về món ăn và không gian — người Hàn cũng dùng nhiều
YouTube / Reels	Video trải nghiệm, "vlog du lịch" của người Hàn

Nội dung "ăn khách" với người Hàn

- **100% tiếng Hàn.** Chú thích, menu, địa chỉ — bằng tiếng Hàn tự nhiên, không phải dịch máy.
- **Hình ảnh thật về món ăn và không gian.** Người Hàn quyết định bằng mắt trước.
- **Địa chỉ + cách đi rõ ràng.** "Gần [địa danh nổi tiếng]", có bản đồ Naver.
- **Từ khóa họ hay gõ.** "quán ngon [thành phố]", "món Hàn [khu vực]"...

CHƯƠNG 05

05

Cách triển khai — và bức tường

Vì sao chủ quán khó tự làm

Giờ bạn đã hiểu **phải làm gì**. Nhưng khi bắt tay vào, hầu hết chủ quán dừng lại — vì mọi thứ đều dựa trên nền tảng Hàn Quốc.

Để làm đúng, bạn cần

1. **Blogger Hàn thật.** Người Hàn có ảnh hưởng, viết review đáng tin bằng tiếng Hàn.
2. **Nội dung tiếng Hàn chuẩn.** Đúng văn phong, đúng cảm xúc người Hàn — dịch máy sẽ phản tác dụng.
3. **Tối ưu Naver.** Tối ưu từ khóa & nội dung để quán bạn nổi lên khi khách Hàn tìm kiếm.
4. **Duy trì đều đặn.** Nhiều bài · nhiều lần, tích lũy theo thời gian — không phải làm một lần rồi thôi.

> **Bức tường cuối cùng**
>
> Tất cả những việc trên đều dựa trên **tiếng Hàn**, **mạng lưới blogger Hàn** và **nền tảng Naver** — những thứ mà một chủ quán ở Việt Nam gần như không thể tự xoay xở, dù có ngân sách.

LỜI KẾT

Bạn đã biết bí quyết. Giờ là lựa chọn.

Đọc đến đây, bạn đã hiểu:

- Khách Hàn tìm quán trên **Naver**, không phải Google hay Facebook
- Họ tin **đánh giá blog của người Hàn** hơn mọi quảng cáo
- Không có mặt trên Naver = **vô hình** với 4,6 triệu khách Hàn
- Tự làm gần như bất khả thi vì **rào cản tiếng Hàn & Naver**

TREVITY làm điều đó thay bạn

- Nền tảng **K-Marketing toàn cầu** — đưa quán bạn đến khách Hàn
- Blogger Hàn thật · đánh giá Naver (체험단) · nội dung tiếng Hàn
- Tối ưu hiển thị trên tìm kiếm Naver · Instagram · YouTube
- Đồng hành từ Việt Nam · Daegu · Seoul

Nhận tư vấn K-Marketing miễn phí →

trevity.com/home/advertiser_center
Một buổi tư vấn miễn phí — chúng tôi chẩn đoán cách đưa quán bạn đến khách Hàn.

© TREVITY · First Marketing Company