VIETNAM MARTECH

1/11 - Vietnam MarTech Day 2026

"Tương lai MarTech Việt Nam nằm ở năng lực kết hợp con người, dữ liệu và agents để tạo tăng trưởng."

Ông Sonny Tran

Co-founder & CTO

FINTERNET FOUNDRY



KEYNOTE · FINTECH IN MARTECH 2027

Khi Loyalty trở thành dòng tiền

Where loyalty becomes liquidity.

Xu hướng FinTech in MarTech 2027 cho dịch vụ và bán lẻ Việt Nam

KEYNOTE TẠI

VIETNAM MARTECH

Vietnam MarTech Day 2026
Chủ nhật, 01/11/2026 · Trực tuyến

DIỄN GIẢ

Sonny Tran

Đồng sáng lập và CTO

FINTERNET FOUNDRY

GÓC NHÌN CỦA TÔI · A FINTECH LENS

Tôi nhìn Loyalty từ phía FinTech

MARKETER THẤY

Một chương trình gắn kết khách hàng

Points | Tiers | Rewards

FINTECH THẤY

Một balance sheet

Stored value | Nghĩa vụ điểm thưởng | Dữ liệu tín dụng

+ EMBEDDED FINANCE · VIRTUAL CREDIT/DEBIT CARD

Phát hành tức thời, low issuing cost, tiện lợi ngay trên điện thoại nhờ sự phát triển của công nghệ tài chính.

2021

Cùng TS. Đinh Lê Đạt (Vietnam MarTech) khởi động chuỗi online talk về CDP

2023

Ngày 1/11 trở thành ngày truyền thống của MarTech Việt Nam

2026

Finternet Foundry cùng Vietnam MarTech đưa FinTech vào Loyalty

2027

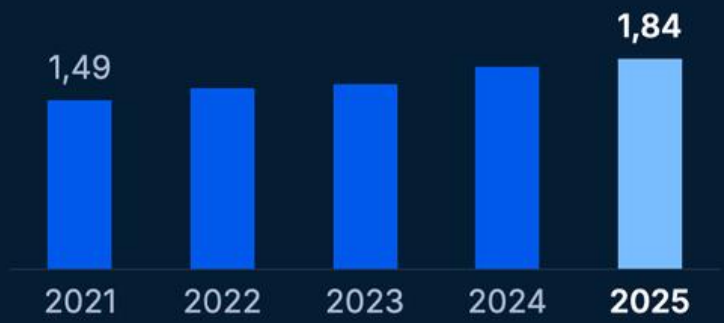
Giai đoạn mới với giá trị và cơ hội mới

CÂU CHUYỆN STARBUCKS

Ly latte 1,8 tỷ USD

Starbucks đã biến chương trình khách hàng thân thiết thành một mô hình kinh doanh tài chính như thế nào?

Stored value: tiền khách nạp sẵn và điểm Stars chưa dùng, tỷ USD



+24% so với 2021, tăng liên tục 4 năm

0%

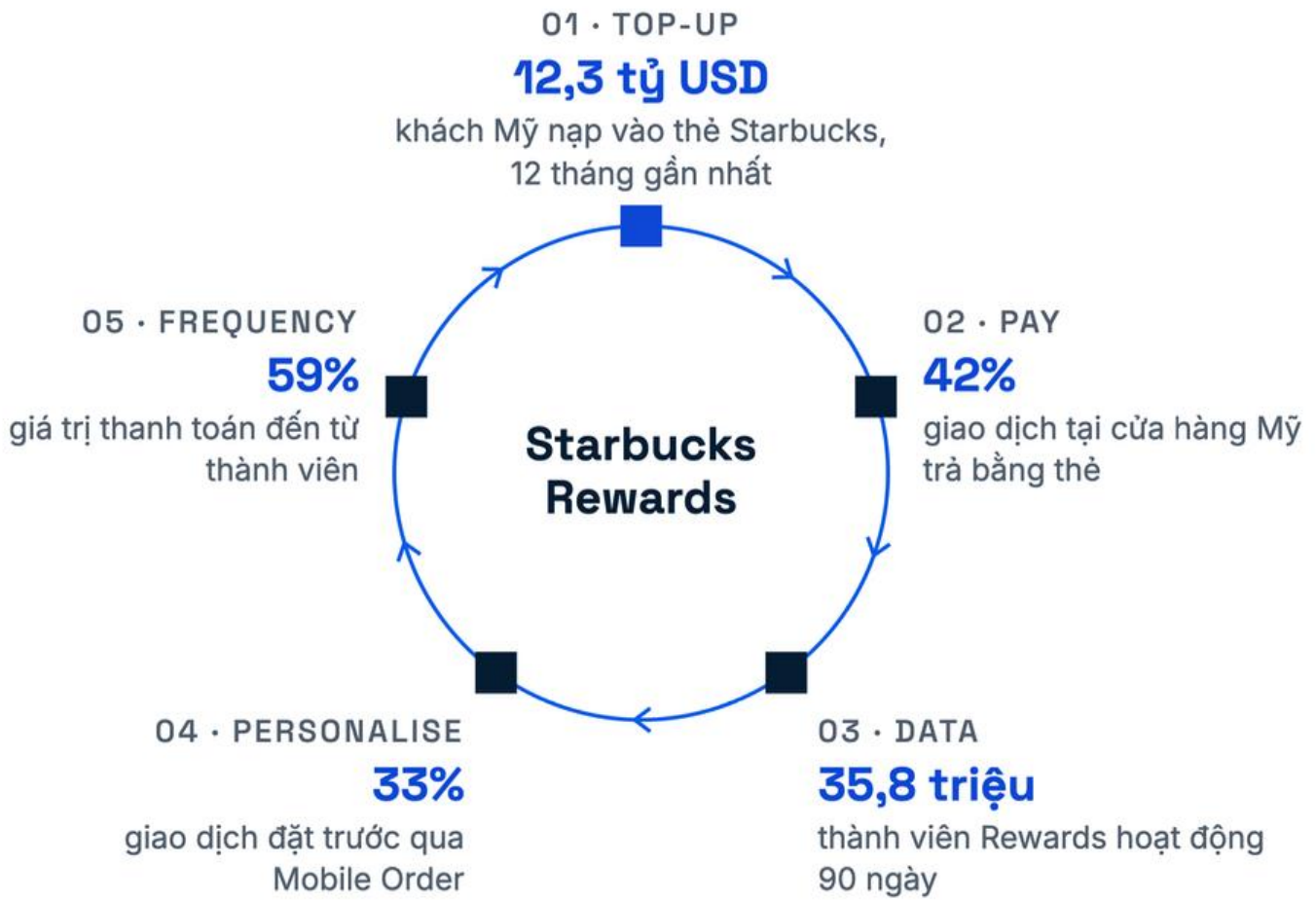
lãi suất khách hàng nhận trên số tiền nạp trước khi mua

Nguồn: Starbucks, Form 10-Q quý 3 các năm tài chính 2021 đến 2025: stored value cards và loyalty program, số dư cuối quý.

THE STARBUCKS FLYWHEEL

Mỗi lần top-up khởi động một vòng quay

Khách nạp tiền, trả bằng app, để lại dữ liệu, nhận ưu đãi cá nhân hóa, rồi quay lại top-up. Mỗi vòng quay sinh thêm dữ liệu và dòng tiền.



Nguồn: Starbucks Digital IR Dashboard, quý 3 FY2026 (Mỹ, đến 28/6/2026). 12,3 tỷ USD là tổng top-up 4 quý gần nhất.

LOYALTY + CUSTOMER DATA + PERSONALISATION + PAYMENTS

Bốn mảnh ghép của một cỗ máy tăng trưởng

01
Loyalty
giữ chân và tạo thói quen quay lại

02
Customer Data
hiểu từng khách hàng qua mỗi giao dịch

03
Personalisation
đúng ưu đãi, đúng người, đúng lúc

04
Payments
dòng tiền nạp trước và dữ liệu thanh toán

= **Từ cost center của marketing thành growth engine: giữ chân khách hàng và tạo giá trị tài chính lâu dài.**

Tháng 3/2026: Starbucks làm mới Rewards với 3 hạng Green, Gold, Reserve.
Nạp tiền qua kênh số từ 30 USD được tích Stars nhanh hơn.

Nguồn: Starbucks, thông cáo báo chí ngày 10/3/2026.

FINMARTECH

FinMarTech: khi MarTech gặp FinTech

MAR Marketing + **FIN** Finance + **TECH** Technology

Sự hội tụ của MarTech và FinTech. Loyalty data, khi khách hàng đồng ý, trở thành kênh phân phối card, cashback, insurance và credit.

Khi loyalty trở thành dòng tiền.

Where loyalty becomes liquidity.

Chuỗi cà phê thấy

- Khách quen ghé nhiều lần mỗi tuần
- Món gì, giờ nào, cửa hàng nào
- Khách phản hồi ưu đãi ra sao

Ngân hàng của khách thấy

- Một dòng giao dịch
- Một con số tổng

Tần suất là tài sản khan hiếm nhất.

Frequency is the scarcest asset.

VÌ SAO LÀ VIỆT NAM, VÌ SAO LÀ 2027

Đường ray cho FinMarTech đã sẵn sàng

DIGITAL PAYMENTS

+50,94%

số giao dịch thanh toán qua mã QR năm 2025

- Giá trị thanh toán qua QR: +124,06%
- Hơn 232 triệu tài khoản thanh toán cá nhân (12/2025)

CONSUMER SPEND

7.008,9

nghìn tỷ đồng bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng 2025, tăng 9,2%

- Lưu trú, ăn uống: 843,1 nghìn tỷ đồng, tăng 14,6%

REGULATORY RAILS

2027

khi các nền tảng pháp lý cùng vận hành

- 1/7/2025 · Fintech sandbox: credit scoring, Open API, P2P lending
- 1/1/2026 · Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân có hiệu lực
- 1/3/2027 · Hạn hoàn tất tuân thủ Open API của ngân hàng

Debit-first. Gen Z Mỹ ngại thẻ tín dụng (51%) nhưng cởi mở với BNPL. Việt Nam: gần 89% thẻ là debit, hơn 8% credit. Loyalty mới giúp khách "feel safer spending": mở đầu bằng virtual debit card, credit và BNPL đến sau.

Nguồn: NHNN (VnEconomy, 2/2/2026); Cục Thống kê, Bộ Tài chính (giá hiện hành, VnEconomy, 6/1/2026); NĐ 94/2025/NĐ-CP; Luật 91/2025/QH15; TT 64/2024/TT-NHNN; FiinGroup (thẻ, cuối 2024); Cash App Afterpay và Morning Consult (Mỹ, 4/2025).

PHIÊN BẢN VIỆT NAM

Mô hình ba bên cho Việt Nam

BRAND · ĐIỂM BÁN

Relationship

- Cửa hàng, member và tần suất ghé
- Consent của khách hàng
- Ngân sách cashback do merchant tài trợ

→

FINMARTECH LAYER

Orchestration

- CDP, identity và consent ledger
- Loyalty, tier, gamification
- Điều phối card, cashback, insurance

→

BANK · INSURER

Licence

- Licence, BIN, core ledger
- Underwriting và credit policy
- 4 nhóm API: card, cashback, insurance, scoring

Stored value nằm ở tổ chức được cấp phép. Brand không cần trở thành ngân hàng.

Horizon 1 chạy trên licence, BIN và hạ tầng mà đối tác tài chính đã có.

Partner networks. Nhiều brand dùng chung một points currency, mở rộng độ phủ mà vẫn giữ bản sắc. Khi ra khu vực: ASEAN DEFA (kết thúc đàm phán 5/2026, dự kiến ký 11/2026) mở đường cho thanh toán số và dữ liệu xuyên biên giới.

FINTECH IN MARTECH 2027

5 xu hướng cho dịch vụ và bán lẻ

01

Co-branded card ngay trong app

Virtual credit/debit card cấp ngay trong app, dùng liền.

02

Pay with Points và cashback tức thì

Tiêu điểm như tiền tại quầy, cashback do merchant tài trợ.

03

Embedded insurance theo khoảnh khắc

Thiết bị, du lịch, tai nạn theo từng lượt chơi.

04

Behavioural credit scoring

Chấm điểm khách thin-file, với consent rõ ràng.

05

AI Next Best Offer

Ưu đãi, kể cả tài chính, và định giá điểm theo ngữ cảnh.

NỀN CHUNG

Một nền tảng chung

Consented data và đối tác tài chính được cấp phép.

MINH HỌA · CUSTOMER JOURNEY

Một thành viên chuỗi cà phê, sáu tháng

NGÀY 1

Virtual card

Quét QR tại bàn, co-branded card vào ví điện thoại.

NGÀY 2 ĐẾN 28

10 giao dịch

Trả bằng thẻ mỗi lần ghé, cashback về ngay, do chuỗi tài trợ.

MỖI LẦN GHÉ

Basket data

2 latte và 1 bánh sừng bò lúc 8:10, ghi nhận khi khách đồng ý.

THÁNG 3

Credit score

Tần suất và độ đều đặn thành behavioural score, xác thực qua VNeID.

THÁNG 6

Credit offer

Mời nâng cấp credit card hoặc BNPL ngay trong app quen thuộc.

NEXT VERTICAL: THỂ THAO

CLB thể thao: embedded insurance gắn vào lượt check-in, lịch đặt sân cho thấy cam kết chi tiêu trong tương lai.

Minh họa để thảo luận, chưa phải dự báo. Hành vi và tỷ lệ là giả định.

LỘ TRÌNH 18 THÁNG

Loyalty trước, tài chính sau

Horizon 1 · 0 đến 6 tháng

Chạy trên hạ tầng sẵn có

- Virtual co-branded debit card
- Merchant-funded instant cashback
- Embedded micro-insurance

14 đến 20 USD

mỗi khách hàng hoạt động mỗi năm

Horizon 2 · 6 đến 18 tháng

Mở khóa nhờ dữ liệu Horizon 1

- Virtual credit card upsell
- Behavioural credit scoring
- Consumer loan nhỏ
- BNPL

85 đến 140 USD

mỗi khách chuyển sang Horizon 2, mỗi năm

Horizon 2 có giá trị gấp nhiều lần, và thuộc về bên sở hữu dữ liệu Horizon 1.

Kinh tế minh họa: chi tiêu thẻ 2 đến 3 triệu đồng/tháng, 15 đến 20% khách chuyển sang Horizon 2 trong 18 tháng.

TRUST BY DESIGN

Niềm tin đi trước dòng tiền

Consent đúng mục đích

Đăng ký loyalty chưa bao gồm consent cho credit scoring. Xin consent riêng khi chào bán.

Licence đúng chỗ

Stored value, thẻ, tín dụng ở tổ chức được cấp phép; bảo hiểm qua kênh nhà bảo hiểm.

Minh bạch phí và giá trị điểm

Công bố phí, lãi suất và giá trị quy đổi của điểm bằng ngôn ngữ dễ hiểu.

Fair value cho khách hàng

Khách hàng phải thấy mình được lợi, như với Starbucks. Ưu đãi có kinh tế thực.

Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân (Luật 91/2025/QH15), hiệu lực từ 1/1/2026: phạt tới 10 lần khoản thu từ hành vi mua bán dữ liệu cá nhân, tới 5% doanh thu năm trước của tổ chức vi phạm quy định chuyển dữ liệu xuyên biên giới.

BẮT ĐẦU TỪ ĐÂU

4 câu hỏi trả lời được trong 30 ngày

01	**Data và consent của bạn đang ở đâu?**	Hồ sơ khách đã hợp nhất chưa, consent đã ghi theo từng mục đích chưa.
02	**Ai trả tiền cho ưu đãi?**	Merchant tài trợ; đo incremental, tránh cannibalization.
03	**Đối tác tài chính nào giữ licence?**	Ngân hàng, ví điện tử hay bảo hiểm; khách hiện hữu của họ hay khách mới.
04	**CFO của bạn có muốn dòng tiền này?**	Mời CFO vào cuộc từ đầu: đây là bài toán doanh thu.

SAU ĐÓ: PILOT 90 NGÀY

Một brand · một issuing partner · một nhóm khách · một KPI

“

Every company will be a fintech company.

— **Angela Strange**, General Partner, Andreessen Horowitz (a16z)

Với dịch vụ và bán lẻ Việt Nam, con đường ngắn nhất đi qua Loyalty.

ĐIỀU TÔI MUỐN ĐỂ LẠI

Loyalty is a new currency.

Thương hiệu nào nắm tần suất và dữ liệu sẽ nắm cơ hội FinTech tiếp theo.

Cảm ơn anh chị

Sonny Tran · Finternet Foundry · hello@finternetfoundry.com