

Source Intelligence Benchmark

Skincare phổ thông tại Việt Nam

Một ảnh chụp định hướng về mức hiện diện, đối thủ và nguồn trích dẫn được quan sát trong câu trả lời ChatGPT.



BRAND CHÍNH

Cỏ Mềm Homelab

Đối chiếu: Cocoon và innisfree

SURFACE

ChatGPT consumer

CORPUS

10 prompts x 1 run

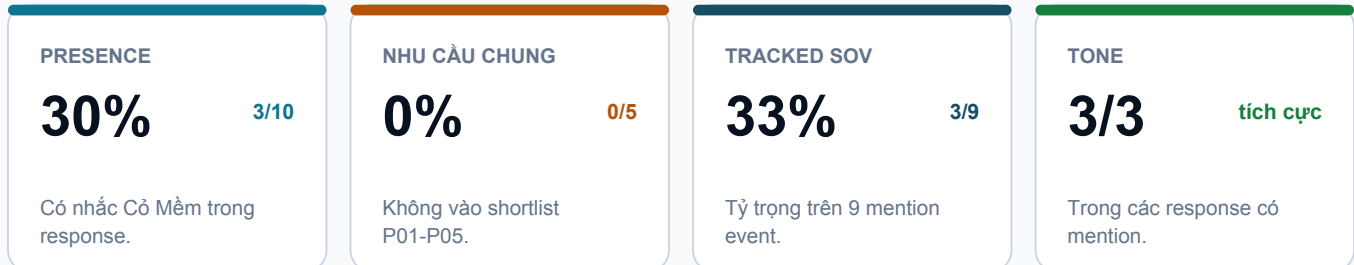
TRẠNG THÁI

Chưa đủ mẫu

01 / TÓM TẮT ĐIỀU HÀNH

Cỏ Mềm được đánh giá tốt khi được gọi tên, nhưng chưa đi vào nhu cầu skincare tổng quát.

Các số dưới đây chỉ mô tả 10 response trong corpus đã định nghĩa; không đại diện toàn bộ truy vấn thị trường.



Bốn điều agency có thể mang vào cuộc họp

- 1 Cocoon đang dẫn đầu trong corpus.**
Cocoon xuất hiện 5/10 response và chiếm 5/9 mention event giữa ba brand được theo dõi.
- 2 Discovery gap nằm ở prompt nhu cầu.**
Cỏ Mềm vắng mặt ở cả 5 prompt sản phẩm/routine tổng quát, dù câu trả lời branded P08 đánh giá sữa rửa mặt là đáng mua.
- 3 Brand perception hiện nghiêng sang personal care.**
P06 gắn Cỏ Mềm với chăm sóc cá nhân; P09 cho Cỏ Mềm lợi thế ở môi, tóc và cơ thể nhưng nghiêng Cocoon cho skincare da mặt.
- 4 Owned evidence có mặt nhưng chưa mở rộng ra category discovery.**
comem.vn được cite 4 lần trong 3 response có Cỏ Mềm; hai nguồn ngoài brand chỉ xuất hiện trong ngữ cảnh đã gọi tên hoặc so sánh.



Phán đoán định hướng: ưu tiên biến bằng chứng sản phẩm sữa rửa mặt đang có thành nội dung theo nhu cầu và bằng chứng bên thứ ba, rồi remeasure trên cùng corpus.

02 / COVERAGE

Đây là benchmark signal, chưa phải measurement ổn định.

Một run cho mỗi prompt đủ để dựng report mẫu và phát hiện hướng điều tra; chưa đủ để ước lượng response uncertainty.

Cấu trúc corpus

Coverage thực tế

Nhu cầu sản phẩm		P01-P05	Response có dữ liệu	10/10
Khám phá brand Việt		P06-P07	Response có citation	10/10
Branded/so sánh		P08-P10	Số run mỗi prompt	1
			Model hiển thị	GPT-5.6 Sol (medium)
			Temporary Chat	Có
			Timestamp/screenshot	Không có

Phạm vi an toàn: sữa rửa mặt, chống nắng, serum dưỡng ẩm, skincare phổ thông và so sánh brand. Không phân tích claim điều trị.

Hai tầng bất định

CHƯA ĐO ĐƯỢC

Response uncertainty

Cùng prompt có thể trả lời khác giữa các run. Với 1 run/prompt, report không tính khoảng bất định và không gán nhãn xu hướng.

CORPUS CÓ ĐỊNH

Corpus uncertainty

10 prompt được chọn có chủ đích, không phải mẫu ngẫu nhiên của thị trường. Mọi tỷ lệ chỉ đúng trong corpus này.

Quy tắc extraction

Score	Cách đọc	Dùng trong report
0	Brand không được nhắc.	Không có presence event.
1	Brand chỉ được nhắc thoáng qua.	Presence, không tính clear recommendation.
2	Brand được giới thiệu hoặc khuyên chọn rõ.	Presence và recommendation event.

03 / PRESENCE

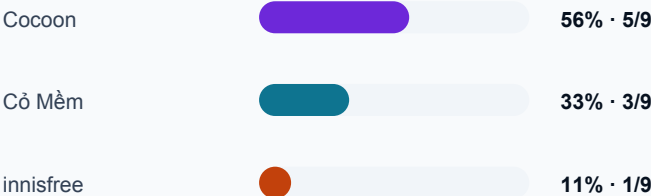
Cocoon dẫn về độ phủ; Cỏ Mềm có khoảng trống rõ ở nhu cầu tổng quát.

Share of Voice ở đây là tỷ trọng mention event giữa ba brand được theo dõi, không phải thị phần.

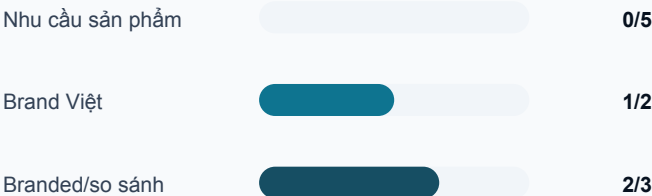
Presence theo brand



Tracked-brand Share of Voice



Cỏ Mềm theo intent



Mẫu số 9 là tổng số response-brand pair có mention. Một response có thể đóng góp cho nhiều brand.

Presence tăng khi prompt đã thu hẹp từ nhu cầu chung sang brand Việt hoặc gọi đích danh.

Cách đọc đúng

Trong 10 response đã sample, Cỏ Mềm xuất hiện 3 lần. Tín hiệu tích cực tập trung ở P06, P08 và P09; chưa quan sát thấy Cỏ Mềm trong P01-P05. Khoảng cách này là một giả thuyết ưu tiên để kiểm tra bằng repeated sampling, không phải kết luận rằng ChatGPT luôn bỏ qua brand ở mọi truy vấn.

04 / OBSERVED SOURCES

Cocoon có owned-source footprint rộng hơn; Cỏ Mềm chủ yếu được cite khi brand đã nằm trong câu hỏi.

Citation frequency là số link tham chiếu được liệt kê trong response, không chứng minh nguồn tạo ra mention.

Top domains trong toàn corpus

cocoonvietnam.com		4 prompt	9 refs
guardian.com.vn		2 prompt	5 refs
aad.org		3 prompt	4 refs
hasaki.vn		3 prompt	4 refs
comem.vn		3 prompt	4 refs
cerave.com		2 prompt	3 refs
watsons.vn		2 prompt	3 refs

Tổng cộng: 52 reference links từ 25 domains trong 10 response.

Source footprint quanh ba brand

CỎ MỀM	
comem.vn	4 refs · 3 prompt
Shopee Blog + VOV	2 refs · 2 prompt
COCOON	
cocoonvietnam.com	9 refs · 4 prompt
Guardian	1 supporting ref · P02
INNISFREE	
vn.innisfree.com	1 ref · 1 prompt
Nguồn ngoài brand	Chưa quan sát thấy

Khoảng trống đáng thử

Guardian, Hasaki và Watsons tạo 12 reference links trong các prompt mua hàng P02, P03 và P05. Cỏ Mềm chưa được quan sát trong ba response này. Đây là lý do hợp lý để thử xây category evidence và earned/retail coverage, nhưng chỉ intervention + remeasure mới cho biết nguồn nào có liên quan đến thay đổi.

05 / DIAGNOSTIC

Tín hiệu Cỏ Mềm mạnh dần khi prompt đã biết brand.

Ba evidence card dưới đây giữ nguyên hướng phán quyết của response và liên kết về nguồn đã được cite.

0/5

Nhu cầu chung

1/2

Brand Việt

2/3

Branded/so sánh

P06 · KHÁM PHÁ BRAND VIỆT**Được tìm thấy, nhưng category gắn với personal care**

Cỏ Mềm đứng thứ hai sau Cocoon. Response chốt: "Muốn sản phẩm gia đình, chăm sóc cá nhân: Cỏ Mềm."

comem.vn/ve-co-mem**P08 · BRANDED CLEANSER****Sản phẩm được đánh giá tích cực**

Response kết luận "Đáng mua: 7,5/10", nêu đúng hai dòng Tơ Tằm và Rau Má, đồng thời cảnh báo tinh dầu/hương thơm.

comem.vn + shopee.vn/blog**P09 · SO SÁNH****Cocoon thắng skincare da mặt; Cỏ Mềm thắng breadth**

Response nghiêng Cocoon cho facial skincare, còn Cỏ Mềm nổi bật ở môi, tóc, cơ thể và trải nghiệm thảo mộc.

cocoenvietnam.com + comem.vn + vov.vn

Chẩn đoán, không phải quan hệ nhân quả: Cỏ Mềm đã có product evidence đủ để ChatGPT đưa ra đánh giá tích cực khi brand được gọi tên. Khoảng trống là đưa evidence đó vào các ngữ cảnh theo nhu cầu, nơi người dùng chưa biết brand.

06 / ACTION PLAN

Ba action candidates để biến tín hiệu thành một phép thử có thể nghiệm thu.

Mỗi action là giả thuyết cần intervention và remeasure; thứ tự ưu tiên dựa trên evidence trong corpus, chưa phải dự báo chắc chắn.

01

Xây evidence hub cho sữa rửa mặt theo nhu cầu
Biến tín hiệu tốt ở P08 thành trang quyết định cho da dầu/nhạy cảm: map Tơ Tằm vs Rau Má, pH, chất làm sạch, use case, giới hạn và bằng chứng kiểm nghiệm.

Owner: Content + Product | Test: P01, P04, P05 và biến thể matched

IMPACT HIGH
EFFORT MEDIUM

02

Mở earned/retail coverage cho facial skincare
Ưu tiên một category có sản phẩm mạnh, pitch dữ liệu có thể kiểm chứng cho retailer/editorial. Guardian, Hasaki, Watsons tạo 12 reference links trong nhóm prompt mua hàng.

Owner: Digital PR + Trade | Test: treated category queries vs holdout

IMPACT HIGH
EFFORT HIGH

03

Sở hữu narrative so sánh Cỏ Mềm vs Cocoon
Tạo nội dung trung lập theo nhu cầu, nói rõ khi nào Cỏ Mềm phù hợp cho facial skincare, không phủ nhận lợi thế hiện có ở môi/tóc/cơ thể; bổ sung evidence thay vì claim chung.

Owner: Content Strategy | Test: P09 và 4 comparison variants

IMPACT MEDIUM
EFFORT MEDIUM

Remeasure plan tối thiểu

1 Hoàn tất baseline	2 Intervention	3 Remeasure	4 Cách nói
R2/R3 ở 2 thời điểm khác	5 treated + 5 holdout	>=5 runs/prompt, cùng schedule	Change vs matched holdout

Prompt-level evidence và giới hạn phương pháp.

Score: 0 = không nhắc, 1 = nhắc thoáng qua, 2 = recommend rõ. Dữ liệu extraction: sample-data/report/extracted-run-log.csv

ID	Intent	Cỏ	Cocoon	Inni	Observed signal	Sources
P01	Cleanser	0	0	0	No tracked brand	aad.org; cerave.com; eucerin.vn +
P02	SPF	0	2	0	Cocoon #3	hasaki.vn; guardian.com.vn; watsons.vn
P03	Hydration	0	0	0	No tracked brand	guardian.com.vn; hasaki.vn; watsons.vn
P04	Sensitive	0	0	0	No tracked brand	aad.org; aveeno.com; aveneusa.com +
P05	Starter	0	0	0	No tracked brand	aad.org; hasaki.vn
P06	Local brands	2	2	0	Cocoon #1; Cỏ #2	cocoonvietnam.com; comem.vn; thorakao.com +
P07	Local SPF	0	2	0	Cocoon + Zakka lead	zakkanaturals.com; cocoonvietnam.com; skinlosophy.vn
P08	Branded	2	0	0	Cỏ: worth buying 7.5/10	comem.vn; shopee.vn
P09	Compare	2	2	0	Cocoon wins face; Cỏ wins breadth	cocoonvietnam.com; vov.vn; comem.vn
P10	Compare	0	2	2	Cocoon default; Inni specialist	cocoonvietnam.com; vn.innisfree.com

Giới hạn bắt buộc khi chia sẻ

1) Chỉ có 1 run/prompt nên chưa đo được response uncertainty. 2) Timestamp và screenshot không có trong data export; model GPT-5.6 Sol (medium) và Temporary Chat đã được xác nhận. 3) Corpus gồm 10 prompt có chủ đích, không đại diện toàn thị trường. 4) Citation được quan sát cùng response, không chứng minh ảnh hưởng nhân quả. 5) Mọi action candidate cần intervention và remeasure với treated/holdout.

Recommended next data: chạy thêm R2/R3 cho 10 prompt ở hai thời điểm khác, giữ cùng model và Temporary Chat, đồng thời ghi timestamp và screenshot theo protocol gốc.