

BAO-CAO

Báo cáo: Bắt đầu từ đâu thì dễ giữ thói quen sống lành nhất? Dữ liệu giữ chân theo nhóm sản phẩm

Đội ngũ IKI by HOPE CORP · Cập nhật 2026-07-29 · 7 phút đọc



TRẢ LỜI NHANH

Dữ liệu kỳ 03-07/2026 của IKI by HOPE CORP cho thấy khoảng 1/3 khách hàng mới quay lại mua tiếp trong vòng 5 tháng, gần như đồng đều bất kể họ bắt đầu bằng sản phẩm nào (28,5–33,1%). Khác biệt nằm ở việc GIỮ ĐÚNG thói quen ban đầu: nhóm bắt đầu bằng đạm thực vật có 23,6% quay lại mua đúng nhóm đó – cao nhất; trà thảo mộc 17,2%; dầu ăn 13,8%; thức uống thay cà phê 11,3%. Kết luận: bắt đầu hành trình sống lành từ bữa ăn chính (nguồn đạm) dễ thành thói quen bền hơn là từ đồ uống.

Ai cũng từng bắt đầu một thói quen lành mạnh rồi bỏ dở. Câu hỏi đáng giá cho cả người tiêu dùng lẫn ngành hàng sức khỏe là: **bắt đầu từ đâu thì dễ giữ được nhất?**

Đây là báo cáo thứ ba trong chuỗi **Báo cáo & Số liệu** của IKI by HOPE CORP, trả lời câu hỏi đó bằng dữ liệu mua hàng thực tế của 1.534 khách kỳ **tháng 3 – tháng**

7/2026 — không phải bằng khảo sát ý định. Người ta có thể nói "tôi sẽ duy trì"; ví tiền thì không biết nói dối.

Ba con số chính

- Khoảng **1/3 khách hàng mới quay lại mua tiếp** trong vòng 5 tháng — gần như đồng đều bất kể họ bắt đầu bằng sản phẩm nào (28,5–33,1%).
- Nhưng **giữ đúng thói quen ban đầu** thì rất khác nhau theo điểm khởi đầu: **đạm thực vật 23,6%** — trà thảo mộc 17,2% — dầu ăn 13,8% — thức uống thay cà phê 11,3%.
- Kết luận dữ liệu: **bắt đầu từ bữa ăn chính dễ thành thói quen bền hơn bắt đầu từ đồ uống** — chênh lệch hơn gấp đôi.

1. Quay lại thì đều nhau — gần bó mới là chuyện khác

Đo 1.534 khách theo sản phẩm trong đơn ĐẦU TIÊN của họ:

- Bắt đầu bằng **đạm thực vật** (406 khách): 33,0% quay lại mua tiếp; **23,6%** mua lại đúng đạm.
- Bắt đầu bằng **trà thảo mộc** (326 khách): 33,1% quay lại; 17,2% mua lại đúng trà.
- Bắt đầu bằng **dầu ăn** (181 khách): 32,0% quay lại; 13,8% mua lại đúng dầu.
- Bắt đầu bằng **thức uống thay cà phê** (204 khách): 30,4% quay lại; chỉ 11,3% mua lại đúng nhóm.

Tỉ lệ quay lại nói chung khá đồng đều — khách còn tin thương hiệu thì quay lại, bất kể mua gì lần đầu. Nhưng cột thứ hai mới thú vị: nó đo việc thói quen ban đầu **có bám rễ hay không**.

2. Vì sao bữa ăn "bám rễ" hơn đồ uống

Dữ liệu không tự giải thích nguyên nhân, nhưng có một cách đọc hợp lý từ góc nhìn hành vi:

- **Bữa ăn có "mỏ neo" sẵn** — ai cũng ăn sáng, ăn trưa mỗi ngày. Thay nguồn đạm trong một bữa có sẵn dễ hơn nhiều so với tạo ra một nghi thức uống hoàn toàn

mới.

- **Đồ uống dễ thử, cũng dễ quên** — một gói thức uống thay cà phê là lời mời "thử xem sao"; hết hộp đầu, không có bữa ăn nào nhắc bạn mua tiếp.
- **Chi phí chuyển đổi ngược thấp** — bỏ trà thì quay về trà đá, bỏ thức uống mới thì quay về cà phê cũ; còn nguồn đậm thì bữa nào cũng phải quyết định lại.

Đọc nhanh cho người muốn bắt đầu sống lành

Nếu bạn chỉ đổi được MỘT thứ, dữ liệu gợi ý: đổi thứ nằm sẵn trong bữa ăn hằng ngày của bạn (ví dụ nguồn đậm bữa sáng), thay vì thêm một món mới cần nhớ mới dùng. Thói quen gắn vào bữa ăn có xác suất sống sót cao hơn gấp đôi.

3. Điều này có nghĩa gì

Với người tiêu dùng: chọn điểm bắt đầu quan trọng hơn chọn sản phẩm "hot". Thứ gắn vào nếp sẵn có sẽ ở lại; thứ cần nghi thức mới thường rơi rụng sau hộp đầu tiên.

Với ngành hàng sức khỏe: đo "khách quay lại" là chưa đủ — cần đo "khách quay lại đúng thói quen". Một sản phẩm bán tốt lần đầu nhưng tỉ lệ mua lại đúng nhóm thấp nghĩa là nó đang được *thử*, chưa được *sống cùng*; nội dung hướng dẫn dùng hằng ngày quan trọng hơn khuyến mãi lần mua sau.

Với báo chí: đây là bộ số hiếm về "độ bền thói quen" đo bằng hành vi mua lặp thật thay vì khảo sát tự khai — góc bài về kinh tế thói quen (habit economy) của người Việt.

Phương pháp và giới hạn

- Nguồn: 1.534 khách hàng có số điện thoại định danh, 03-07/2026, hệ thống bán hàng HOPE CORP. Khách được phân nhóm theo sản phẩm trong đơn đầu tiên (một đơn chứa nhiều nhóm thì được tính cho từng nhóm đó).

- Cửa sổ theo dõi chỉ 5 tháng: khách mua lần đầu ở cuối kỳ có ít thời gian để quay lại – nên mọi tỉ lệ ở đây là **mức sàn**.
- "Mua lại đúng nhóm" đo theo nhóm sản phẩm, không phân biệt hương vị/quy cách trong nhóm.
- Đây là dữ liệu từ tệp khách của một doanh nghiệp, không phải mẫu đại diện dân số.

Dành cho báo chí

Trích dẫn miễn phí kèm nguồn "*Báo cáo IKI by HOPE CORP, 2026*" và liên kết về trang này. Tải **bản PDF trình bày đầy đủ**. Cần thêm số hoặc phỏng vấn: contact@ikihealing.com – phản hồi trong 48 giờ làm việc.

Ghi chú pháp lý

Báo cáo phản ánh hành vi mua sắm và lối sống, không phải dữ liệu y khoa. Các sản phẩm được nhắc đến là thực phẩm bổ sung, không phải là thuốc và không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh. Nội dung không thay thế chẩn đoán hoặc tư vấn y khoa.

Câu hỏi thường gặp

Số liệu này đo như thế nào?

+

Vì sao tỉ lệ mua lại đúng nhóm lại quan trọng?

+

Báo chí có được trích dẫn không?

+

MIỄN PHÍ

Nhận cẩm nang chăm sóc sức khoẻ chủ động

Cẩm nang PDF hướng dẫn lộ trình 6 chặng theo thể tạng — gửi ngay vào email của bạn.

Nhận ngay →

☐ Tôi đồng ý nhận nội dung chăm sóc sức khoẻ từ IKI. Không spam · Huỷ nhận bất cứ lúc nào

Sản phẩm & công cụ IKI by HOPE CORP

- **Tài liệu miễn phí** — cẩm nang & ebook chăm sóc sức khoẻ chủ động (PDF), nhận qua email.
- **Kiểm tra thể trạng 90 giây** — nhận bản phân tích 6 chỉ số lối sống theo Đông y, miễn phí.
- **Học Viện IKI** — khoá học chăm sóc sức khoẻ chủ động (3 Ngày Reset · 7 Ngày Detox).

- **App IKI** – nhật ký sức khoẻ cá nhân hoá (tùy chọn).
- **Thực phẩm bổ sung IKI: Trà Tuệ Minh · Trà Thanh Hương · Đạm thực vật True Vegan Protein.**

Nội dung mang tính chia sẻ kiến thức chăm sóc sức khoẻ chủ động, không thay thế chẩn đoán hoặc tư vấn y khoa. Các sản phẩm IKI là **thực phẩm bổ sung**, không phải thuốc và không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh. Khi có vấn đề sức khoẻ, hãy tham khảo ý kiến bác sĩ.