

Tinder lần đầu "Việt hóa" chiến dịch "Mọi khởi đầu đều đến từ lần quét Tinder™", tái hiện cách giới trẻ độc thân mở lòng đón nhận mọi kết nối

Loạt video ngắn đặc biệt dành riêng cho Việt Nam sẽ được ra mắt vào dịp Tết và Lễ Tình nhân, mùa hẹn hò "cao điểm" được mong chờ nhất năm

Việt Nam, ngày 5 tháng 2 năm 2024 - Sau thành công của [Mọi khởi đầu đều đến từ lần quét Tinder™](#), chiến dịch đầu tiên được thực hiện trên toàn cầu năm trước, Tinder, ứng dụng hẹn hò phổ biến nhất thế giới đã ra mắt một loạt video ngắn dành riêng cho thị trường Việt Nam mang đến những câu chuyện của thương hiệu trên toàn cầu.

Lấy cảm hứng từ câu chuyện thương hiệu của Tinder tại Đông Nam Á, loạt video được lên ý tưởng và sản xuất nhằm tôn vinh những tiềm năng kết nối đa dạng mà Tinder có thể mang đến cho người dùng. Với những nỗ lực trên hành trình tái định nghĩa chuyện hẹn hò, chiến dịch Mọi khởi đầu đều đến từ lần quét Tinder™ của Tinder Việt Nam đánh dấu các cột mốc quan trọng và những trải nghiệm hẹn hò hiện đại của giới trẻ Việt ngày nay.

[Báo cáo Tương lai hẹn hò](#) của Tinder tiết lộ rằng Gen Z trên toàn cầu đang định nghĩa các mối quan hệ lãng mạn theo cách khác biệt hơn. Trên thực tế, mặc dù ba điều hàng đầu mà những người độc thân 18-25 tuổi đang tìm kiếm hiện nay là bạn đồng hành, tình bạn hoặc mối quan hệ "trên tình bạn dưới tình yêu" (situationship), 64% nói rằng họ thích cảm xúc thăng hoa mà một mối quan hệ yêu đương mang lại¹. Một cuộc khảo sát do Tinder thực hiện với các những người trẻ độc thân tại Việt Nam cho thấy ứng dụng hẹn hò giúp họ gặp gỡ người mới (73%), và 58% tin rằng những kết nối mới sẽ mang đến tiềm năng cho một mối quan hệ lãng mạn². Hơn một nửa (56%) hội độc thân Việt xem hẹn hò như một cách để tạo dựng nhiều kết nối và trải nghiệm nhằm giúp cuộc sống của bản thân trở nên phong phú hơn.

Ông Daniel Kim, Phó Giám đốc Marketing khu vực châu Á Thái Bình Dương của Tinder chia sẻ: "Giới trẻ Việt Nam ngày nay nhìn nhận việc hẹn hò như một hành trình mở. Trong khi đa số người dùng trên toàn thế giới tìm kiếm mối quan hệ lâu dài³, hội độc thân Việt xem quá trình hẹn hò như một cách tự khám phá và phát triển bản thân". "Tinder sẽ không khuyên bạn nên hẹn hò với ai hay như thế nào, thay vào đó chúng tôi tiếp sức cho vô vàn những khả năng kết nối. Chúng tôi hoan nghênh tất cả mọi người và mọi mối quan hệ cho dù liên hệ đó kéo dài trong một vài tin nhắn trên ứng dụng, một ngày, một đêm hay cả cuộc đời. Bất kể bạn đang tìm kiếm mối quan hệ như thế nào, mọi khởi đầu đều đến từ lần quét Tinder™" ông chia sẻ.

Hợp tác cùng VMLY&R Việt Nam, chiến dịch được ra mắt vào mùa cao điểm hẹn hò nhất trong năm từ ngày 1 tháng 1 đến ngày 14 tháng 2 (đồng thời trùng với dịp Tết và Lễ Tình nhân được mong chờ nhất trong năm) khi giới trẻ tích cực nạp đầy năng lượng năm mới để thổi làn gió mới mục tiêu và ý định hẹn hò của bản thân.

Thế hệ độc thân ngày nay đã tạo động lực cho Tinder lần đầu tiên phát động chiến dịch Mọi khởi đầu đều đến từ lần quét Tinder™ trên toàn cầu. Chiến dịch không chỉ tôn vinh sự đa dạng trong các cơ hội kết nối mà còn trong giới tính và khuynh hướng tính dục, thể hiện rõ nét văn hóa hòa nhập và linh hoạt của Tinder. Loạt video gồm ba câu chuyện cho thấy các mối quan hệ lãng mạn khác nhau từ "nụ hôn một đêm" đến "bạc đầu" bên nhau, hay một đôi bạn thanh xuân cùng tiến "chả lo gì, chỉ lo-ve" hoặc thậm chí là người cùng bạn "vạn yêu như ý, bên nhau trọn đường."

Tham khảo video [tại đây](#).

¹ Khảo sát do OnePoll thay mặt Tinder thực hiện với 4.000 thanh niên độc thân từ 18-25 tuổi ở Mỹ, Anh, Úc và Canada trong khoảng thời gian từ ngày 21 tháng 1 năm 2023 đến ngày 7 tháng 2 năm 2023.

² Khảo sát do Khoa PR và Quảng Cáo, Học viện Báo chí & Tuyên truyền tại Việt Nam phối hợp cùng Tinder thực hiện với 400 người tham gia trong độ tuổi 18-26 vào tháng 1, 2022.

³ 40% thành viên Tinder sử dụng tính năng Mục đích hẹn hò chọn tìm bạn hẹn lâu dài là ý định hẹn hò của bản thân trên ứng dụng

Additional assets available online: [Photos \(3\)](#)

<https://vn.tinderpressroom.com/localISWAS>