NAM HUONG
MEDIA & EVENT

NGHIÊN CỨU, PHÂN TÍCH VÀ TƯ VẤN XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG CHO DỰ ÁN TÀI CHÍNH CÁ NHÂN

GIAI ĐOẠN 1

Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99

Nghiên cứu thị trường cầm đồ

Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

AGENDA

- Tổng quan
- Hệ thống nhận diện
- Đánh giá tiềm năng của thị trường



Presented by NAM HUONG MEDIA & EVENT

TỔNG QUAN

- Ý nghĩa tên gọi
- Slogan
- Thời gian thành lập
- Địa điểm cửa hàng



NAM HUONG
MEDIA & EVENT

Ý NGHĨA TÊN GỌI

Presented by NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

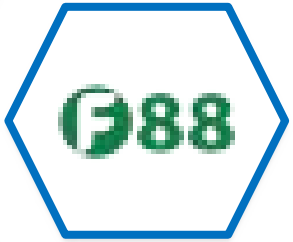
Vietmoney

- Tài chính của người Việt
- Sử dụng tiếng Anh mong muốn tạo sự chuyên nghiệp



F88

- F: Finance (Tài chính)
- 88: Đại cát, số 8 biểu tượng của sự phát đạt và thành công. 2 số 8 ghép lại là biểu tượng của sự hoàn hảo



camdonhanh

- Tên thuần Việt, dễ nhớ, gợi thẳng dịch vụ mà thương hiệu cung cấp 24h
- Tên thương hiệu bị trùng với nhiều thương hiệu khác



24h

Màu trắng, xanh, đỏ mang cảm giác dễ chịu, tuy nhiên màu sắc này lại không được làm rõ nét, nổi bật (một thương hiệu đã sử dụng rất tốt 2 màu này đó là Uber - tại thị trường Việt Nam, hoặc twitter)



Ý NGHĨA TÊN GỌI

Presented by NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

easymoney

- Sử dụng 2 hệ thống tên: Tiếng Anh và Tiếng Thái
- Tên tiếng Anh xuất hiện trong logo chính
- Tên tiếng Thái được ưu tiên và dung trong các hoạt động truyền thông
- Ý nghĩa: Tài chính dễ dàng
- Nói lên được năng suất của dịch vụ

MONEYMAX

- Tên tiếng Anh, dễ nhớ do hầu hết người dân Singapore đều biết tiếng Anh

Có 2 hệ thống tên gọi

- Tiếng Thái (kí tự Thái): dùng trong thị trường nội đị
- Tiếng phiên âm (kí tự latinh): dung cho các thị trường khác, để dễ đọc

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

Ý NGHĨA MÀU SẮC

Xanh lá cây - Trắng: Tạo sự dễ chịu, thân quen

Đỏ, trắng, đen: màu đỏ trong quan niệm phương Đông là màu của sự may mắn, thành công, bên cạnh đó màu đỏ cũng bắt mắt, thể hiện sự mạnh mẽ, năng động

Màu trắng, đỏ: nổi bật, màu đỏ cũng có nghĩa nhấn mạnh một ý nghĩa nào đó

Màu trắng, xanh, đỏ mang cảm giác dễ chịu, tuy nhiên màu sắc này lại không được làm rõ nét, nổi bật

Pha giữa đỏ và vàng: 2 màu chủ đạo của Thái Lan. Màu đỏ chiếm nhiều hơn tạo cảm giác táo bạo,sức mạnh, sự sống.Đồng thời cũng có ý nghĩa may mắn

Màu xanh chủ đạo: mang ý nghĩa của sự giàu có, sức mạnh tái tạo, niềm hy vọng và một mối quan hệ hài hòa

Pha giữa cam và xanh dương : màu cam hưởng thụ sự mạnh mẽ của màu đỏ, biểu trưng cho sự đam mê, sự khuyến khích, sức mạnh và bền bỉ

Linh vật

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99



F88

Con mèo vàng: lấy cảm hứng từ mèo thần tài với khuôn mặt thân thiện, vui vẻ.



Vietmoney

Màu đỏ, trắng, đen. Dễ thương nhưng ý nghĩa về thương hiệu không đậm nét, nhưng nếu đặt riêng hình ảnh linh vật trên các thiết kế thì sẽ khó biết được thương hiệu này kinh doanh về tài chính

camdonhanh



camdonhanh

Con thỏ trên logo biểu hiện hình dáng đang chạy, thể hiện tốc độ nhanh chóng của dịch vụ

Bên cạnh đó, linh vật được sử dụng trong các thiết kế là một chú thỏ vui vẻ, tạo sự thoải mái cho người nhìn

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

SLOGAN

F88

Cho vay có trách nhiệm => Lời khẳng định của thương hiệu đối với khách

24h

Giải pháp tài chính nhanh nhất cho bạn => Thể hiện tốc độ, mang đến sự thuận lợi cho khách hàng

Vietmoney

Giải pháp tài chính cá nhân

Giải pháp tài chính cá nhân => hướng đến lợi ích cho khách hàng

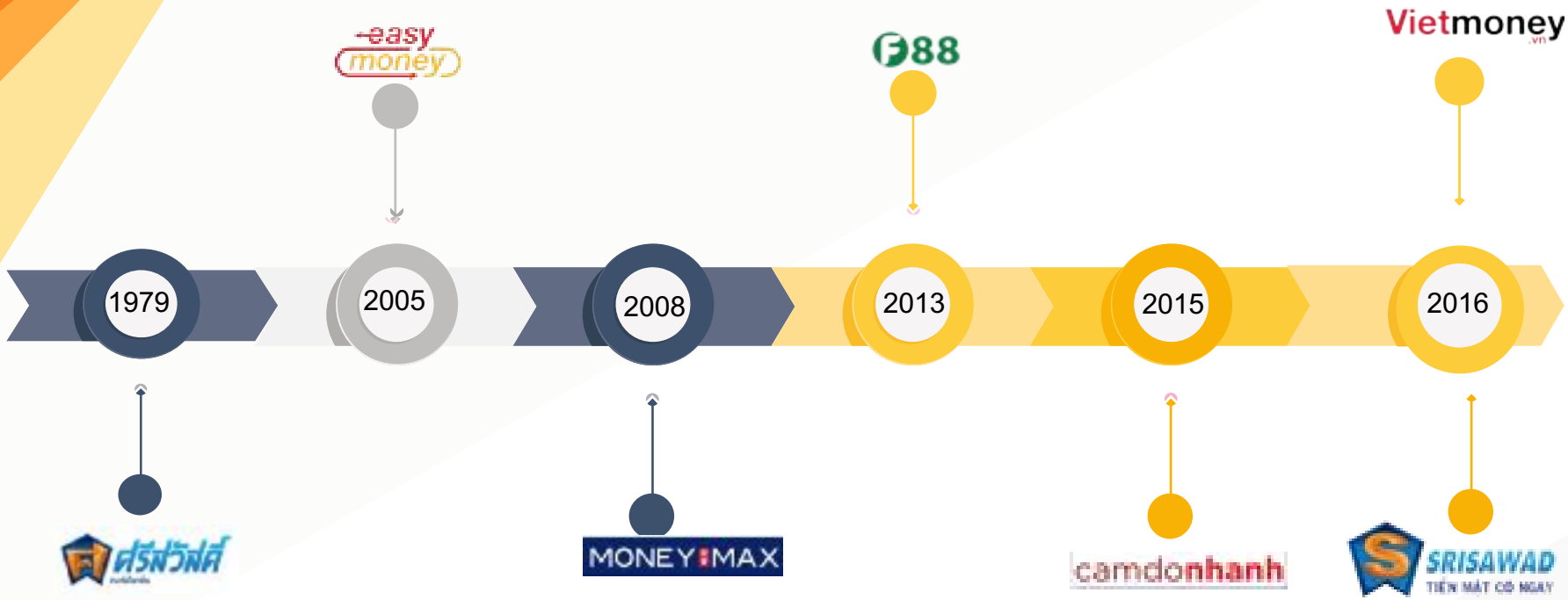
SRISAWAD

TIỀN MẶT CÓ NGAY

“Tiền mặt có ngay” => Sự nhanh chóng, tức thì

- Srisawad khẳng định mình là “Financial Convenience Store)

Thời gian thành lập



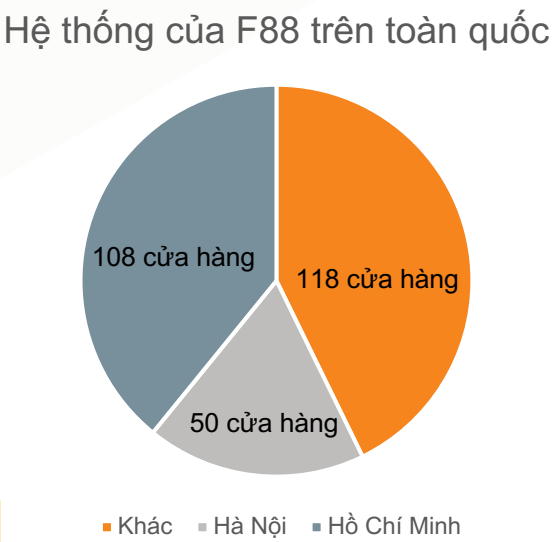
Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

Địa điểm các cửa hàng





- Cửa hàng thường nằm tại góc ngã 3, ngã 4, nếu không thì cửa hàng sẽ thường có diện tích bề ngang lớn. Tông màu chủ đạo của cửa hàng sẽ là: xanh lá ở bảng hiệu và các đường viền của cửa hàng, bức tường sẽ sơn màu vàng tạo sự nổi bật. Tuy nhiên, tông màu bên trong cửa hàng lại là trắng và xanh lá cây, tạo cảm giác sáng sủa, mát mẻ và dễ chịu

- Trung bình mỗi năm F88 sẽ khai trương khoảng 40 cửa hàng trên toàn quốc, áp đảo các thương hiệu cầm đồ khác

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

Địa điểm các cửa hàng



Vietmoney

- Tập trung tại khu vực thành phố Hồ Chí Minh và các vùng ven: 18 điểm giao dịch (quận 9, quận 7, quận 6, quận 4, quận 10, quận Gò Vấp, quận Tân Phú)
- => Cửa hàng thường nằm xen kẽ với nhà dân, được trang trí tông màu trắng đỏ, mặt tiền hẹp bề ngang nên ít nổi bật.Phía trong cũng được trang trí với màu trắng, đỏ, tạo cảm giác sáng sủa, dễ chịu.



camdonhanh

- 3 Cửa hàng tại quận Tân Bình, Quận 1, Quận 12
- => Hệ thống các cửa hàng còn ít, chưa tăng được độ nhận diện



24h

- 7 cửa hàng tại TP.HCM, đa phần tập trung ở Bình Thạnh (6 cửa hàng) và 1 cửa hàng ở Q1

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

Địa điểm các cửa hàng



Easy Money

- 54 cửa hàng tại các tỉnh thành ở Thái Lan
- Cửa hàng được thiết kế theo tông màu trắng đỏ bắt mắt, đây cũng là một trong những màu của quốc kỳ và quốc huy của Thái Lan
- Thiết kế phòng kính trong suốt Sẵn sàng lắp đặt hệ thống cân kỹ thuật số hiển thị cho khách hàng để minh bạch



Money Max

- Ở Phía Đông, Tây, Bắc và ở trung tâm của Singapore đều có chi nhánh
- Các cửa hàng được thiết kế theo hướng như những store trưng bày sản phẩm



Srisawad

- Tổng cộng 4.080 chi nhánh.
- Tại Việt Nam hiện có 90 chi nhánh

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN



Presented by

Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99

F88



- Logo
- Màu sắc: Xanh lá - Trắng
- Đồng phục của nhân viên: áo khoác gile màu xanh lá
- Bút, các vật phẩm trang trí
- Xe đạp chạy để quảng cáo
- Clip trên Facebook, Youtube (Chanel riêng)
- Poster các chương trình trên fanpage
- Quảng cáo trên các trang web (web xem phim miễn phí,....)
- Tờ bướm
- Chuỗi các cửa hàng trên toàn quốc
- Linh vật của thương hiệu
- Tuy nhiên màu sắc này trên các hệ thống nhận diện lại dễ bị nhầm lẫn với Grab





F88 – Đồng phục

Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99



Vietmoney

- Logo
- Màu sắc: Đỏ, trắng, đen trên các vật phẩm
- Đồng phục của nhân viên: áo polo đen
- Xe đạp chạy để quảng cáo
- Clip trên Facebook, Youtube (Chanel riêng)
- Poster các chương trình trên fanpage
- Tờ bướm
- Chuỗi các cửa hàng tại khu vực Hồ Chí Minh
- Linh vật của thương hiệu





Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99

Vietmoney – Đồng phục



camdonhanh

- Logo
- Màu sắc: Đỏ, trắng, trên các vật phẩm
- Clip trên Facebook, Youtube (Chanel riêng)
- Poster các chương trình trên fanpage
- Các cửa hàng
- Linh vật của thương hiệu







Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

Easy Money

- Logo
- Màu sắc: Đỏ, trắng, vàng trên các vật phẩm
- Đồng phục của nhân viên: vest xanh đen, hoa cài màu đỏ, áo polo
- Bút, các vật phẩm trang trí
- Clip trên Facebook, Youtube (Chanel riêng)
- Poster các chương trình trên fanpage







Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99

Easy Money – Đồng phục





Money Max

- Màu sắc: xanh, trắng
- Đồng phục
- Logo
- booth trưng bày,....







Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99

Srisawad

- Màu sắc: Xanh dương, cam
- Đồng phục
- Logo
- booth trưng bày,
- Bảng hiệu cửa hàng
- Các vật phẩm quà tặng



Presented by

Srisawad – Đồng phục

Bao gồm: áo sơ mi, quần tây, áo khoác ngoài



Trang phục tại văn phòng, tạo cảm giác lịch sự, thoải mái



Áo khoác ngoài tạo sự nổi bật khi tham gia các hoạt động ngoài trời, có thể tránh nắng



Mẫu trang phục tại Việt Nam

Srisawad – Các hệ thống nhận diện khác



Fanpage



Trang phục, vật phẩm quà tặng



Hệ thống các poster truyền thông

Srisawad – Các hệ thống nhận diện khác



Áo mưa



Bảng biển



Công cụ truyền thông

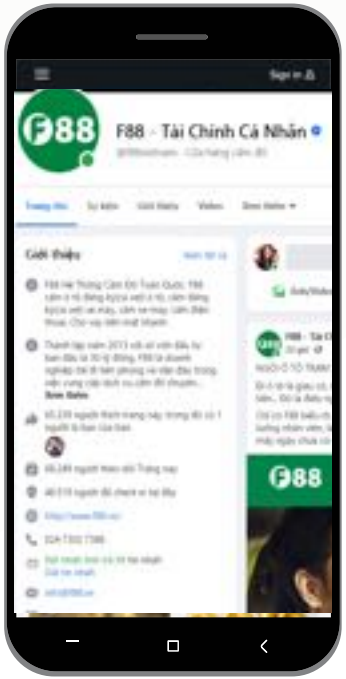
Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

Facebook





68.249 người theo dõi (Fanpage chính, update những bài viết , clip, nội dung truyền thông tương tác với khách hàng), có tick xanh, dễ dàng nhận biết với các page giả mạo

- Livestream thanh lý trên page
- Trang tuyển dụng F88 (page tập trung vào việc tuyển dụng để không bị loãng bài)
- Độ tiếp cận khách hàng cao (chỉ cần search 1 lần sẽ xuất hiện quảng cáo liên tục trên Facebook)

WEB

- Trang web được thiết kế gọn gàng, phân chia các mục dễ hiểu, phần tìm kiếm các phòng giao dịch thuận lợi, thao tác đơn giản

- Các mục tài sản cho vay chủ yếu: xe máy, ô tô, bảo hiểm được chia thành mục lớn để người xem dễ dàng tìm được thông tin



Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

YOUTUBE

F88 - Hệ thống cầm đồ toàn quốc
- 1.078 người đăng ký
- Đăng tải những câu chuyện hài hước gắn với tên thương hiệu
- Các thông tin về chương trình của thương hiệu







APP

- Tối giản, chỉ có những thông tin cơ bản, phần địa điểm được thiết kế giống giao diện của các google map, giúp người sử dụng dễ dàng tra cứu đường đi
- F88 có những dịch vụ thanh toán hộ các hóa đơn nhưng không được cập nhật trên app

Các chiến dịch truyền thông

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99





Đừng bỏ lỡ: Chiến dịch gắn những mối bận tâm của khách hàng với dịch vụ của F88

.

Content theo các ngày lễ/theo trend

Presented by



Kết hợp cùng các thương hiệu khác



Có bản tin tổng hợp hàng ngày



Livestream thanh lý các sản phẩm



Mini game

Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99



Chạy quảng cáo trên các ứng dụng chỉnh ảnh/ xem phim

Chân dung CEO Phùng Anh Tuấn: Từ "kẻ cắp thông tin" đến "ông trùm" cầm đồ

Từ một hacker, ông Phùng Anh Tuấn đã chuyển hướng sang lĩnh vực an ninh mạng. Sau đó, doanh nhân này tiếp tục sáng lập ra F88 - một công ty hoạt động trong lĩnh vực cầm đồ quy mô lớn ở Việt Nam.

Góp phần đưa mạng xã hội "Made in Vietnam" trình làng

Sau 3 tháng phát triển, ngày 23/7, mạng xã hội Gapo chính thức ra mắt tại Việt Nam. Giống như nhiều mạng xã hội khác, Gapo có những tính năng cơ bản như cho phép người dùng đăng bài viết, hình ảnh, video, kết bạn, giao lưu và trò chuyện trực tuyến... Mạng xã hội này cũng sẽ có tính năng livestream và viết blog.

Gapo cho phép người dùng định danh tài khoản thông qua giấy tờ tuỳ thân và dự kiến chia sẻ doanh thu với người dùng định danh trong tương lai.

Mạng xã hội này do Công ty Cổ phần Công nghệ Gapo phát triển. Doanh nghiệp này được thành lập ngày 17/6/2019 với vốn điều lệ 10 tỷ đồng. Các cổ đông góp vốn bao gồm: Công ty Cổ phần Tập đoàn G (G-Group) 35%; Công ty Cổ phần Giải pháp Công nghệ cao Việt SIFO 35% và ông Hà Trung Kiên – Tổng Giám đốc Gapo chiếm 30%.

Bài viết về nhà sáng lập





Làm miễn phí các bảng biển tại khu dân cư



Các hoạt động từ thiện



ed by

Road show



Ngày hội thanh lý hàng giá rẻ



Tài trợ cho các giải đấu



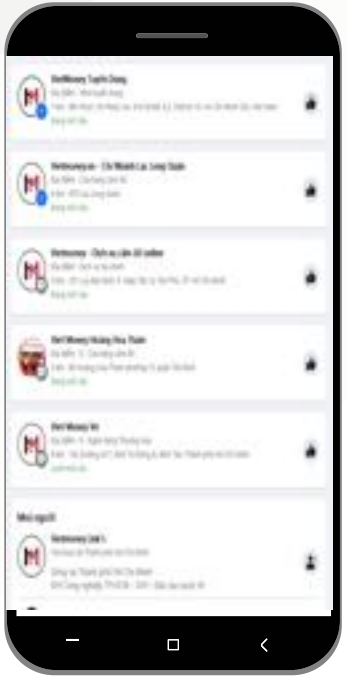
Các hoạt động tại cửa hàng ngày khai trương

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

Facebook





- Gõ Vietmoney thì có rất nhiều page trùng tên nên khó có thể phân biệt được đâu là page chính
- Viet Money - Kênh Tài Chính Tiện Lợi: 31.663 người theo dõi
- Ít có clip tự sản xuất, đa phần sẽ reup những clip có sẵn trên mạng
- Content có theo trend nhưng không được nhiều tương tác

Presented by

WEB

Thông tin trên web cập nhật chi tiết các bước cũng như thủ tục cầm đồ cho từng loại mặt hàng, dịch vụ đổi trả cũng được ghi chú đầy đủ



YOUTUBE

48 người đăng ký

- Clip chưa đa dạng để thu hút người xem







APP

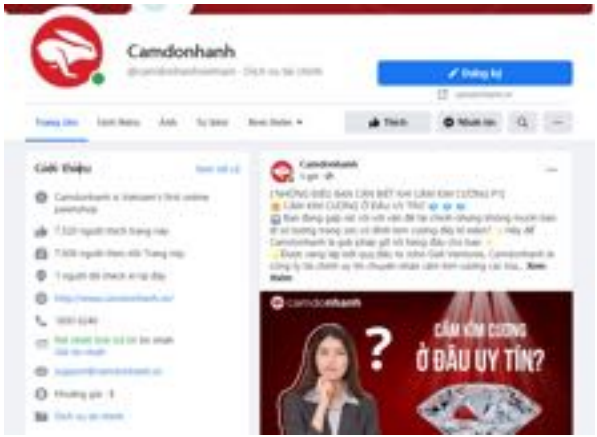
- Giao diện giống với Momo (có thể vì đang hợp tác với Momo), các mục được trình bày rõ ràng, dễ xem, thoáng đãng, xuất hiện tại trang chủ, giúp người dùng thuận lợi khi giao dịch

camdonhanh

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99



FACEBOOK

7.606 người theo dõi
- Độ tương tác thấp, rất ít lượt like bài viết.



WEB

Trang web sơ sài, font chữ, trình bày không bắt mắt
- Thông tin không đầy đủ.



YOUTUBE

4 người đăng kí (youtube)
- Chỉ có 1 clip đăng từ 4 năm trước

Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99



FACEBOOK

- Easy Money đã lựa chọn nam diễn viên Wiraphong Phongpongchai trở thành đại sứ thương hiệu của hãng và hình ảnh của anh sẽ xuất hiện trên các phương tiện truyền thông của Easy Money
- 118.948 người theo dõi
- Có thể thấy rằng, lượt tương tác ở các bài post có hình ảnh đại sứ thương hiệu sẽ cao hơn hẳn các bài post bình thường
- Có livestream bán hàng và hình ảnh giới thiệu các sản phẩm

Presented by

INSTAGRAM

- 1.247 người theo dõi
- Đăng tải hình ảnh sản phẩm, tuy nhiên chưa cập nhật hình ảnh mới nhất của đại sứ thương hiệu
- Lượt tương tác thấp



YOUTUBE

957 người đăng ký

- Các clip về hoạt động của thương hiệu, cách kiểm định tài sản thế chấp,...



WEB

- Trình bày rõ ràng, có các thông tin hiện hữu, đặc biệt có phần tính lãi suất ngay tại trang chủ



Các chiến dịch truyền thông

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99



Các sản phẩm/ hoạt động mới của thương hiệu



Các bài báo, tin tức gắn với nhà sáng lập thương hiệu

Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99



Sự kiện kỷ niệm/ ra mắt đại sứ



Hoạt động thiện nguyện



Chương trình tri ân khách hàng:
bốc thăm may mắn

MONEYMAX

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

INSTAGRAM

1447 người theo dõi

YOUTUBE

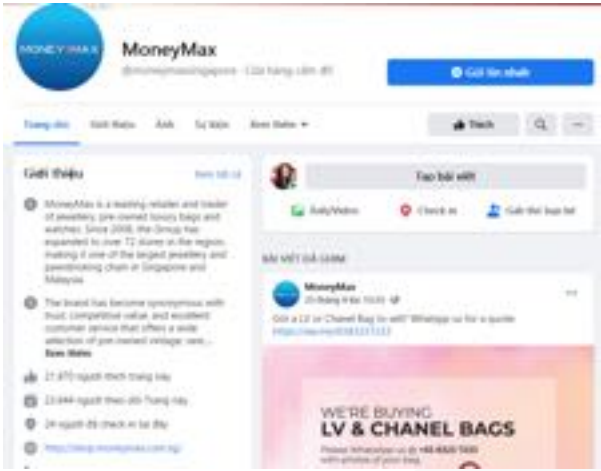
1,37 N người đăng ký

FACEBOOK

23.844 người theo dõi, đa phần đăng những hình ảnh về sản phẩm







MONEYMAX

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

WEB

Website được thiết kế như một trang web bán hàng của các thương hiệu lớn, tại trang web, khách hàng có thể xem giá của từng sản phẩm, thanh toán và được ship hàng tận tay.



Presented by

FACEBOOK

- Fanpage Thái Lan có 197.331 người theo dõi
- Đăng tải những hoạt động online, offline một cách dày đặc và thường xuyên
- Fanpage Việt Nam có 294 người theo dòi
- Chưa có nhiều hoạt động truyền thông, bài đăng chưa đa dạng





WEBSITE



Website đăng các chương trình khuyến mãi, phần tin tức tập trung vào các hoạt động cộng đồng



Đăng về các khoản vay, những cam kết, thôgn tin về cách thức vay, lãi suất không được thể hiện trên website

YOUTUBE

Đăng tải những câu chuyện về khách hàng
Có 1.500 người follow
Tại Việt Nam chưa có kênh Youtube



Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99



Hoạt động tại các khu chợ, làng xã



Qùa tặng nhận diện thương hiệu



Tờ rơi

Các chiến dịch truyền thông

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99



Poster về dịch vụ



Kết hợp với bảo hiểm



Những câu chuyện thật

Các sản phẩm cho vay

Presented by

	Cavet xe máy, Ô tô	Xe máy, Ô tô	Laptop	Điện thoại di động	Trang sức, vàng miếng	Sim số đẹp	Đồng hồ	Máy ảnh	Nhà đất	Thiết bị văn phòng	Ipad	Đồ gia dụng	Len máy ảnh
F88	X	X	X	X	X			X			X		
camdonhanh	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
M	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	
24h	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
easy money	X	X	X	X	X						X		
MONEY MAX		X	X	X	X		X						
SRISAWAD	X	X											



Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

LÃI SUẤT

F88

Block mỗi 10 ngày, lãi suất 8.1% /tháng. Thời hạn 1 tháng, Quá hạn 5 ngày sẽ thanh lý. Bảo hiểm 1%

a)Thời hạn cầm 1-10 ngày: Lãi suất 1.1%+0.9% bảo hiểm

b)Thời hạn: 11-20 ngày: Lãi suất 1.1% +0.9% bảo hiểm +2% phí quản lý

c)Thời hạn 21-30 ngày: Lãi suất 1.1% +0.9% bảo hiểm +3% phí quản lý

easy money

Tiền gốc không quá 2.000 baht, lãi suất 2% / tháng

Tiền gốc vượt quá 2.000 baht, lãi suất 1,25% / tháng

camdonhanh

Thời hạn 7 ngày

Thời hạn 14 ngày

Thời hạn 30 ngày

Lãi suất: 5% - 7,1%



Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

LÃI SUẤT

SRISAWAD
TIỀN MẶT CỔ NGAY

- Mốc thời gian:
  - 1 – 3 tháng
  - 4- 11 tháng
  - 12 tháng
  - 18 tháng
  - 24 tháng

- Lãi suất:

- Cavet xe: 5,1% - 6,1% (xe máy), 4,6% - 5,6% (ô tô)
- Xe: 4,5 – 6% (xe máy), 4,5 – 5% (ô tô)

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

Vietmoney

VIET MONEY

MST: 0314001526-019

Công ty Cổ Phần Việt Money

HỢP ĐỒNG CẦM CỐ

(Kiêm biên bản giao nhận tài sản)

Số: CNTT10002203

Ngày: 06/10/2020 Lúc: 16:53:06

Mã vạch dùng cho hợp đồng

BÊN NHẬN CẦM CỐ (BÊN A):

Công ty Cổ Phần Việt Money - CN Nguyễn Thị Thập

- Mã số thuế:
- Địa chỉ: 144 Nguyễn Thị Thập, Phường Tân Quy, Quận 7
- Số điện thoại: 0280 73074 788
- Đại diện bởi: Lê Quang Vinh

Theo giấy ủy quyền số: 1212019/UQ/IV-VQTUD

107 000 255 838 - Vietbank CN 10

Trịnh Văn Phượng

BÊN CẦM CỐ (BÊN B):

Họ và Tên: Hoàng Thị Hương Thảo

- Căn cước/ CMND/ Passport: 025011167[illegible]
- Địa chỉ liên hệ:
- Số điện thoại liên hệ: 0376979372
- Số tài khoản:

Tại Công ty Cổ Phần Việt Money - CN Nguyễn Thị Thập, Hai bên đồng ý thực hiện giao dịch cầm cố tài sản với những điều khoản và điều kiện theo Hợp đồng cầm cố ("Hợp đồng") như sau:

I. THÔNG TIN TÀI SẢN CẦM CỐ ("TSCC")

Loại tài sản: Máy ảnh **Nhãn hiệu:** Sony **Tình trạng:** Bất kỳ **Giấy tờ pháp lý:** Sạc, Hộ Vỉ	**Mô tả chi tiết:** [illegible]

II. NỘI DUNG KHOẢN VAY CẦM CỐ

Giá trị khoản vay: 4.000.000 đ (Bốn triệu đồng) **Thời hạn cầm cố: 30 ngày** (06/10/2020 đến 05/11/2020) **Giá trị TSCC:** Theo thỏa thuận của Bên	**Lãi suất:** 1.0% / 30 ngày **Phí vay:** 30 ngày Phí sử dụng vay: 1.0% Phí bảo quản tài sản: 2.2% Phí dịch vụ khác: 0 đồng

BÊN CẦM CỐ

Đã nhận đủ tiền theo giá cầm nêu trên

Hoàng Thị Hương Thảo

BÊN NHẬN CẦM CỐ

Đã nhận đủ tài sản cầm cố như trên

Lê Quang Vinh

III. NỘI DUNG KHOẢN CẦM CỐ

Bên B đồng ý cầm cố tài sản nêu trên và các điều khoản cầm cố như sau:

1. Thời gian và thanh toán hợp đồng

1.1 - Thời Gian hợp đồng bắt đầu từ ngày [illegible] đến ngày [illegible] ("Thời Gian Vay"). Trường hợp Bên B muốn gia hạn thêm thời gian vay thì phải thông báo cho Bên A trước [illegible] ngày kể từ ngày đến hạn trả nợ của Hợp đồng này.

1.2- Trường hợp Bên B muốn gia hạn cầm cố phải được sự đồng ý của Bên A trước ngày đến hạn trả nợ của Hợp đồng.

1.3 - Thời Gian Ân hạn: trên thành phố Khánh Hòa là 05 ngày (bắt đầu ngày đến hạn) 10 ngày đối với Tỉnh/ Xe máy). Mọi trường hợp quá hạn thì Thời Gian Vay phải được đồng ý của Bên A trong Thời Gian Ân Hạn này.

1.4- Trong trường hợp được chấp thuận gia hạn Thời Gian Vay, Bên B phải thanh toán đầy đủ Lãi suất và Phí lưu trữ hàng tháng cho đến ngày gia hạn. Phí phát sinh phát sinh theo điều 2.2) tính đến ngày gia hạn và phần chênh lệch giá trị nếu TSCC có giá trị giảm (nếu có). Nếu giá trị Tài Sản Cầm Cố sẽ được tái định giá theo thời điểm gia hạn và phải thanh toán đầy đủ cho Bên A trước khi gia hạn hợp đồng.

1.5- Các Bên thỏa thuận rằng trong Hợp đồng này Cổ Phần [illegible] được hiểu là Công ty Cổ Phần Việt Money.

2. Trách nhiệm Bên A/Bên B phát sinh trong thời gian vay

2.1 - Trong thời Bên B thanh toán khoản vay trước hạn thì Lãi và Phí Vay được tính theo Thời Gian Thực Tế. Trước Khi hết hạn gần nhất có thể vay mà không có khoản phí giảm thiểu.

2.2- Trường hợp đến hạn Hợp đồng mà Bên B chưa đến hoặc đến thì nghĩa vụ thanh toán. Bên B Phí phát sinh phát sinh bằng 10% x TSC (một x Phí vay) / 30 có nghĩa chênh thanh toán là 30 ngày.

3. Xử lý vi phạm hợp đồng

3.1- Sau thời gian ân hạn nếu như sau Bên B không thực hiện đầy đủ nghĩa vụ thanh toán theo điều khoản (lãi suất, Phí vay, Phí phát sinh phát sinh và phần chênh lệch giá nếu có) theo hợp đồng này. Bên B đồng ý cho Bên A có toàn quyền định đoạt đối với TSCC, bao gồm:

a. Thu giữ, niêm phong và tài sản TSCC theo Hợp đồng này để làm bảo đảm cho nghĩa vụ thanh toán.

b. Tiến hành các biện pháp thanh lý, bán, chuyển nhượng, chuyển giao,... theo giá cả và thời điểm do Bên A toàn quyền quyết định nhằm mục đích thu hồi số tiền nợ.

c. Trong thời gian thực hiện thanh lý Bên A có toàn quyền [illegible] với bên, nếu cần thiết [illegible] theo phương thức và mức giá do Bên A toàn quyền quyết định.

d. Bên B thực hiện đồng nếu đồng ý và không hủy ngang là quyền của Bên B được hưởng là tất cả [illegible], hợp đồng, thỏa thuận,... mà theo [illegible] Bên A đã ký kết và phát sinh trong thời gian Hợp đồng và được ký TSCC.

e. Phần chênh lệch giữa Giá trị thanh lý so với Nghĩa vụ thanh toán theo Hợp đồng này (bao gồm, Bên B sẽ nguyên hình thường trách nhiệm Bên A để hoàn thiện chi phí có liên quan đến Bên A.

3.2- Mỗi lần thực hiện thanh toán một phần nếu sau điều khoản thanh lý TSCC không đủ để thu: Gốc, Khoản vay, chi phí sau và các chi phí phát sinh trong quá trình thanh lý TSCC. Đồng thời Bên A có quyền truy đòi/hoặc các biện pháp cần thiết để thu hồi đầy đủ số tiền phát sinh đối với giao dịch cầm cố này.

3.3- Bên A sẽ [illegible] chịu hết kỳ thành nhiệm sau giải quyết [illegible] với TSCC sau khi đã thực hiện hoàn tất việc thanh lý.

4. Cam kết về nguồn gốc tài sản và bồi thường

4.1- Bên B cam kết là chủ sở hữu hợp pháp của TSCC và chịu trách nhiệm hoàn toàn về nguồn gốc TSCC theo quy định pháp luật. Nếu có bất kỳ tranh chấp, khiếu nại nào liên quan đến TSCC, Bên B phải [illegible] giải quyết và bồi thường toàn bộ giá trị Hợp đồng và các chi phí phát sinh cho Bên A.

4.2- Bên A cam kết bảo mật thông tin khách hàng và giao dịch cầm cố theo Hợp đồng này. Ngoại trừ bên mới [illegible] hai Bên đồng thuận theo luật [illegible].

5. Điều khoản khác

5.1- Chỉ có người đứng tên trên Hợp đồng này hoặc người được sự quyền hợp lệ mới được chấp nhận bởi TSCC. Bên A cam kết giao trả TSCC cho người cầm giữ Hợp đồng [illegible] Bên B hoàn tất nghĩa vụ thanh toán và giải tỏa nhà tại TSCC theo hợp đồng này.

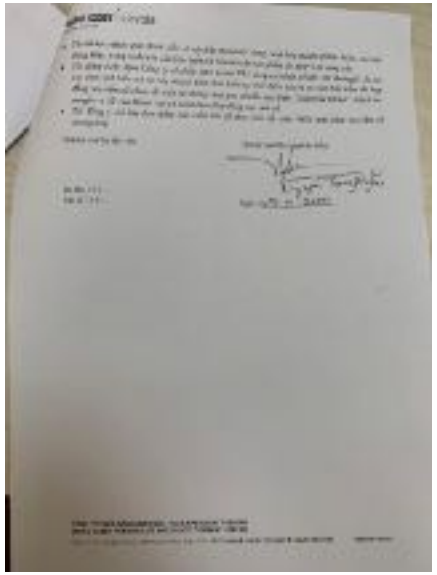
5.2- Bên B/bất kỳ người nào thay thế Bên B theo mọi hình thức thanh toán tất cả hoặc một phần [illegible] phải thông báo, phê duyệt và chấp thuận bởi Bên A. Bên A có quyền từ chối [illegible] nếu có bất kỳ [illegible] Bên A được hiểu là Bên B đã vi phạm Hợp đồng và có toàn quyền định đoạt TSCC theo quy định tại Điều 3 của Hợp đồng này.

5.3- Bên A không chịu trách nhiệm trong trường hợp TSCC bị hư hỏng do [illegible] ngoài ý muốn. Nếu TSCC bị hư hỏng do lỗi bảo quản, Bên A sẽ thỏa thuận [illegible] bồi thường.

5.4- Mọi tranh chấp phát sinh từ Hợp đồng này sẽ được giải quyết tại Trung Tâm Trọng Tài Quốc Tế Việt Nam (VIAC) theo Quy tắc tố tụng trọng tài của VIAC, nếu Bên nhiều [illegible] áp dụng [illegible] Điều 37.

5.5- Bên A có [illegible] và đồng ý với điều khoản cầm cố của Bên B tại: https://www.vietmoney.vn/dieu-khoan-va-dieu-kien/ như một phần của Hợp đồng này.







Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99



Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

HỢP ĐỒNG CẦM CỐ

Mã hợp đồng(HĐ): CMTE - 0[illegible]
Mã khách hàng(KH): HCM04-0[illegible]

Ngày 2-11-2020, Tại Công ty TNHH [illegible] và Phát Triển Kinh Doanh ICADO, Chúng tôi gồm có:

Bên cầm cố: Khách hàng

Họ và tên:	Trần Kim Hằng
ĐTDĐ:	0908661179
Sinh ngày:	25-12-1980
CMND:	020406120
Địa chỉ:	TP.HCM

Bên nhận cầm cố và tài sản:
Công ty TNHH Đầu Tư và Phát Triển Kinh Doanh ICADO
GPKD số: 03434 [illegible]
Địa chỉ: 1004 CMT8, P8, Q. Tân Bình, TP HCM

Hai bên đồng ý thực hiện việc cầm cố tài sản với những thỏa thuận sau:

1. THỎA THUẬN VỀ ĐỊNH GIÁ TÀI SẢN

1. Thông tin tài sản cầm cố (TSCC):

• Tài sản cầm cố:	Máy ảnh [Máy quay
• Model tài sản:	Sony a5000 + lens kit (máy cũ)
• Linh kiện kèm theo:	Pin, sạc, ốp
• Số lượng:	01

2. Giá trị:

• Giá trị:	3.000.000 VND
• Ngày hết hạn:	5-12-2020
• Lãi suất trong hạn:	1.5 %
• Phí định kỳ:	0.25 %

ICADO có giải ngân bằng tiền mặt cho KH là 2.947.000 VND đã khấu trừ tất cả các khoản lãi và phí 53.000 VND. Tài sản cầm cố được KH đã đọc, hiểu rõ và cam kết sẽ thực hiện đúng quy định về quy trình giải ngân hợp đồng cầm cố, quy trình nhận tài sản cầm cố và quy trình thanh lý tài sản. Trong trường hợp tài sản phát sinh vấn đề, KH sẽ có trách nhiệm thông báo cho ICADO trong vòng 24 giờ kể từ khi phát hiện.

Đại diện ICADO
(Ký, ghi rõ họ tên và đóng dấu)

Khách hàng
(Ký, ghi rõ họ tên)

Phạm Anh Thắng

Trần Kim Hằng

[illegible]

II. ĐIỀU KHOẢN CẦM CỐ

Quý khách vui lòng đọc kỹ các quy định của điều khoản sử dụng

1. Các điều khoản về GIÁ trị, tài sản và giá trị:
- KH xác nhận giá trị trong vòng 7 Ngày, [illegible] Ngày [illegible]
- Trong trường hợp giá trị, thành lượng sẽ [illegible]
- Trong trường hợp KH giá trị [illegible] ICADO có thẩm quyền [illegible]
- Trong trường hợp ICADO và KH đồng ý [illegible]
  - KH [illegible]
  - KH [illegible]
- KH có thể [illegible]

[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]

2. Các điều khoản [illegible]
- Trong hợp KH [illegible]
- Trong hợp KH [illegible]

3. Thanh lý tài sản
- Sau 3 ngày kể từ ngày hết hạn cầm cố, nếu KH không hoàn thành nghĩa vụ [illegible] hoặc trong thời gian này, khi [illegible] 999 000, ICADO có quyền [illegible]
- KH có thể [illegible]

4. Các khi vi nguyên gốc tài sản
- KH phải [illegible]
- KH phải [illegible]

5. Quy định về lãi, [illegible]
- [illegible]
- ICADO sẽ [illegible]
- Trường hợp [illegible]

6. Các quy định khác
- Trong trường hợp [illegible]
- Trong trường hợp [illegible]
- Trong trường hợp [illegible]

Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99

Đánh giá mức độ thành công của thị trường



TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

- Tiềm năng:
- Chi phí sinh hoạt tăng
- Tình hình kinh tế khó khăn, cộng thêm việc bùng nổ dịch Covid-19 đã dẫn đến việc nền kinh tế bị 'đóng băng'

- Tại Thái Lan:
- Các công ty môi giới cầm đồ của quận cho biết số lượng khách hàng từ ngày 02/01 đến ngày 31/03 đã tăng vọt lên 149.108 người, so với chỉ 5.605 trong cùng kỳ năm ngoái.
- Bộ Phát triển Xã hội và An ninh Con người thống kê tại các hệ thống của mình, khách hàng vay 5,2 tỷ baht, gấp hơn 10 lần số tiền được cấp trong cùng kỳ ba tháng so với cùng kỳ năm ngoái.
- Nhiều cư dân ở quận Hat Yai của Songkhla đã đổ xô đến các hiệu cầm đồ sau khi đại dịch Covid-19 gây ảnh hưởng đến nền kinh tế địa phương
- Các thương hiệu nổi tiếng của Thái Lan: Srisawad, Easy Money, Ngern Tid Lor,...

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

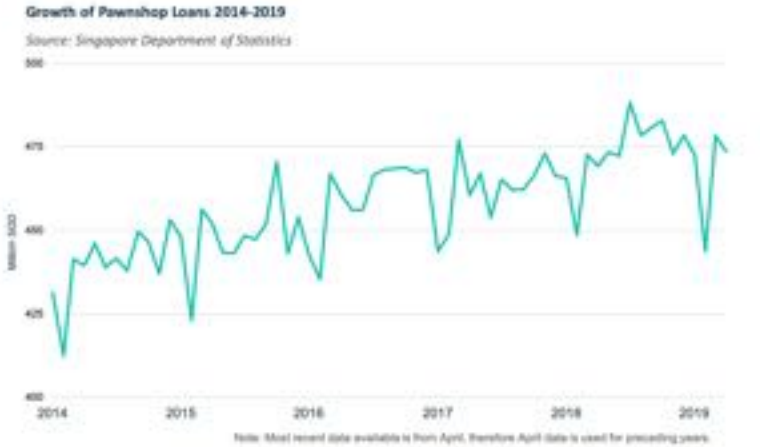
Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

- Tại Singapore:

- Vào năm 2013, Số tiền các cửa hiệu cầm đồ cho vay ra đạt tới 7,1 tỷ đô la Singapore, gấp 3,9 lần năm 2008
- Từ 2014 – 2019 doanh thu của thị trường cầm đồ có sự Tăng trưởng vượt bậc
- Các thương hiệu cầm đồ tại Singapore: Money Max, ValueMax, Min Tai, Thai Thong,...

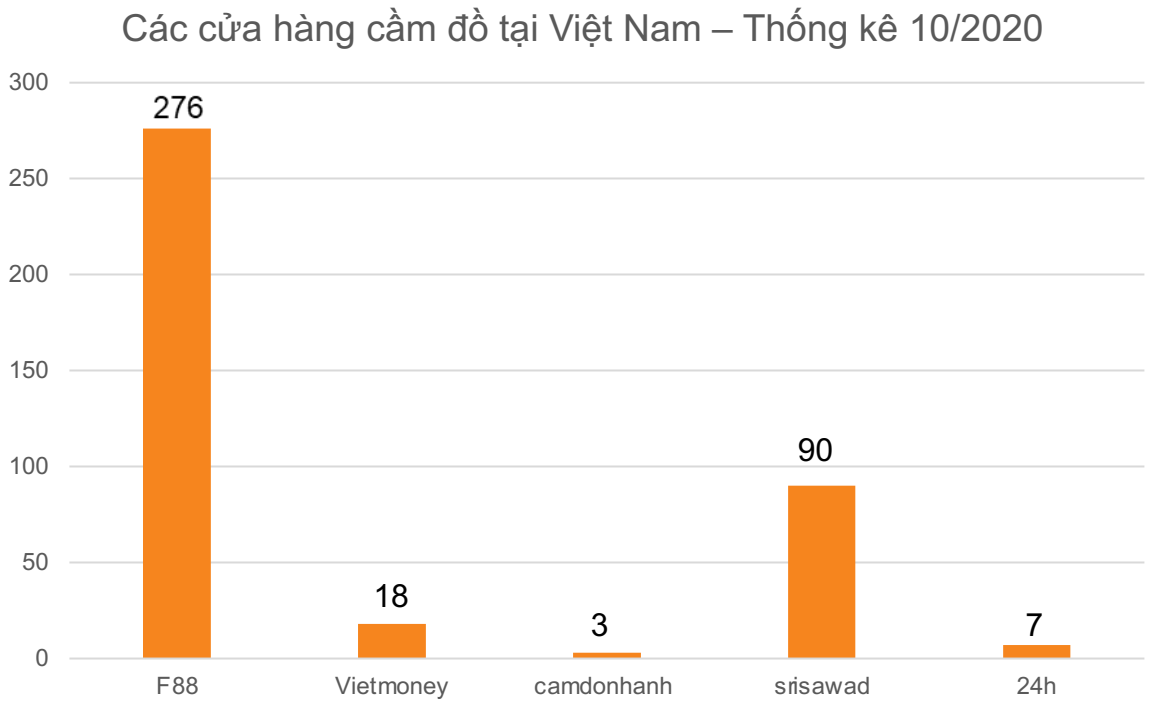


Biểu đồ sự phát triển của ngành cầm đồ tại Singapore từ 2014 - 2019

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

- Tại Việt Nam:

- Thị trường tài chính tiêu dùng hiện có sự tham gia chủ yếu của 3 nhóm gồm ngân hàng thương mại chiếm 87%, công ty tài chính 12%, các công ty Fintech (công ty hoạt động trong lĩnh vực công nghệ tài chính) mới chiếm 1%.
- Thị trường tài chính tiêu dùng ở Việt Nam lên đến 15 tỷ USD/năm và chủ yếu đến từ thị trường mục tiêu với khoảng 30 triệu người trong khoảng 29-50 tuổi.
- Tỷ lệ cho vay tiêu dùng ở Việt Nam hiện chỉ chiếm 5-10% trên tổng dư nợ tín dụng. Tỷ lệ này ở các nước phát triển khoảng 40-50%.
- Theo ước tính dịch vụ cầm đồ nằm trong lĩnh vực tín dụng phi chính thức với quy mô thị trường khoảng 30 tỉ USD.
- Tỉ lệ tăng trưởng của các dịch vụ cho vay cầm cố, đặc biệt là các phương tiện đi lại (tăng trưởng 62% hàng năm, tính đến 2018) hoặc vay thông qua thẻ tín dụng (73%/năm tính đến 2018), đang tích cực hơn so với các loại hình cho vay truyền thống khác.
- Theo số liệu từ Ngân hàng Nhà nước, ước quy mô thị trường tài chính tiêu dùng chiếm khoảng 23,7% quy mô GDP năm 2018, tăng từ tỉ trọng 8,46% của năm 2014.


Các cửa hàng cầm đồ tại Việt Nam – Thống kê 10/2020
300
250
200
150
100
50
0
276
18
3
90
7
F88
Vietmoney
camdonhanh
srisawad
24h

THÁCH THỨC

- Hình ảnh xấu bị đóng khung trong tiềm thức khách hàng
- “Ma trận” lãi suất, các cửa hàng nhỏ khiến khách hàng khó kiếm được nơi uy tín để gửi
- Đối mặt với những rủi ro cao:
  - Lãi suất cao
  - Hình thức cho vay không minh bạch
  - Bảo vệ tài sản lỏng lẻo

CƠ HỘI

- Xét về tiềm năng thị trường, quy mô thị trường cho vay tiêu dùng tại Việt Nam có thể đạt xấp xỉ từ 20 đến 30 tỷ USD
- Một nghiên cứu đưa ra bởi Business Times cho biết, có khoảng 47 triệu người Việt vẫn chưa có tài khoản ngân hàng và cũng chưa từng tiếp xúc với các dịch vụ ngân hàng. Nếu mỗi người có nhu cầu vay 10 triệu đồng, quy mô của các thị trường có thể đạt mức 23,5 tỷ USD.
- Sự linh hoạt của dịch vụ cầm đồ so với các hình thức khác: Vay ngân hàng (thủ tục phức tạp, giá trị vay phải đủ lớn); Vay người quen (khó mở lời, ảnh hưởng đến quan hệ); Vay lãi suất (lãi cao)

TỔNG KẾT:

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

Sau khi nghiên cứu, tổ tư vấn xác định:

- Đối thủ cạnh tranh trực tiếp: F88
- Tên gọi của thương hiệu: T99 – Trở thành đối thủ song hành với F88 trên thị trường cầm đồ
- Chiến lược Truyền thông – Tiếp thị: tham khảo F88 và Srisawad Thái Lan – Tập đoàn tài chính với gần 4.080 chi nhánh tại Thái Lan và 90 chi nhánh tại Việt Nam
- Sau khi khảo sát trên 100 người trong mọi lĩnh vực: Chúng tôi quyết định đặt tên dự án là

“T99 – Hệ thống cầm đồ số 1 Việt Nam”

	F88	T99
Màu sắc bộ nhận diện	- Xanh lá, trắng	- Xanh dương, vàng => Đối nghịch với F88 để tạo điểm nổi bật trên thị trường và cùng với F88 dẫn dắt thị trường cầm đồ
Lãi suất	- 8.1%	- 8%

⇒ T99 xác định sẽ xác lập thương hiệu trong 2 năm kế tiếp

⇒ Mục tiêu của T99: Thay đổi nhận thức của người dân về việc cầm đồ, về những người tới tiệm cầm đồ là những người nghèo, những người không có khả năng kiếm tiền bằng sức lao động, thậm chí ăn trộm ăn cướp tài sản của người khác để mang tới tiệm cầm đồ đổi lấy tiền. Hơn nữa khi cầm đồ xong nhiều trường hợp không đóng lãi thì sẽ bị đòi nợ, gây mất trật tự. Tiệm cầm đồ hiện đại không chỉ là nơi cuối cùng mà họ lựa chọn khi gặp khó khăn mà đây sẽ là một trong những giải pháp tài chính thân thiện, nhanh, gọn, hiệu quả, rõ ràng và tuân thủ đúng pháp luật

Về chiến lược chi tiết về Truyền thông – Marketing sẽ được trình bày tại phần tiếp theo

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN

Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99

Hệ thống Logo





Hệ thống bảng biển

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN

Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99





Hệ thống bảng biển

Tài liệu tham khảo

Presented by

NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99

1. https://baodautu.vn/cho-vay-cam-do-hut-mau-mua-dich-don-nguoi-vay-vao-buoc-duong-cung-d128361.html
2. https://thanhnien.vn/tai-chinh-kinh-doanh/chuoi-cam-do-f88-tang-cho-vay-trong-mua-dich-covid-19-1271424.html
3. https://vnexpress.net/chuoi-cam-do-f88-lai-nua-nam-chua-toi-3-ty-dong-4159125.html
4. https://vietstock.vn/2020/09/hieu-qua-sinh-loi-cua-chuoi-cam-do-f88-suy-giam-manh-737-791696.htm
5. https://zingnews.vn/lai-suat-thuc-o-cac-tiem-cam-do-ra-sao-post995717.html?utm_source=zalo&utm_medium=zalo&utm_campaign=zalo&zarsrc=30
6. https://cafef.vn/srisawad-corporation.html
7. https://danviet.vn/nhon-nhip-thi-truong-thanh-ly-hang-cam-do-hau-world-cup-7777896325.htm
8. https://nld.com.vn/kinh-te/chuoi-cam-do-goi-von-ngoai-2020091120362685.htm
9. https://cafebiz.vn/tin-dung-tieu-dung-khi-lan-gio-moi-den-tu-cac-he-thong-cam-do-20200923134338037.chn
10. https://www.nationthailand.com/news/30385331
11. https://www.nationthailand.com/news/30345270
12. https://www.bangkokpost.com/thailand/general/1895930/covid-19-prompts-rush-to-pawn-shops
13. https://baodautu.vn/cam-co-tui-xach-hang-hieu-tai-hong-kong-d8656.html
14. https://forbesvietnam.com.vn/tin-cap-nhat/cam-do-chuyen-nghiep-1619.html
15. https://nhipsongdoanhnghiep.cuocsongantoan.vn/ngan-hang/hoat-dong-cam-do-co-the-chiem-den-70-thi-phan-vay-tieu-dung-tai-viet-nam-2702522.html
16. https://vietnammoi.vn/cuoc-dua-dan-dau-chuoi-cho-vay-cam-co-20190925145958894.htm
17. https://danluat.thuvienphapluat.vn/vi-sao-cam-do-la-mot-nghe-xau-158896.aspx?PageIndex=2
18. https://vnexpress.net/cam-do-tu-bong-toi-buoc-ra-nganh-dich-vu-ty-do-4149172.html

Presented by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99

Thank you!

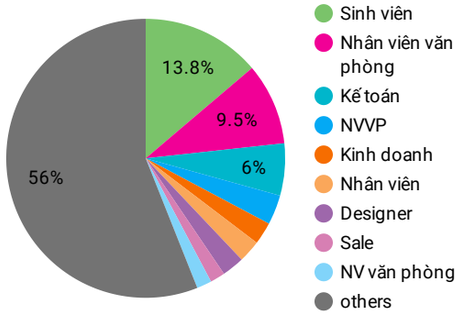
Đối tượng khảo sát Thị trường Tài chính cá nhân và Dịch vụ cầm đồ

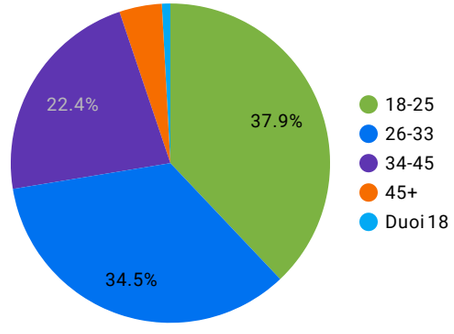
Số lượng khảo sát

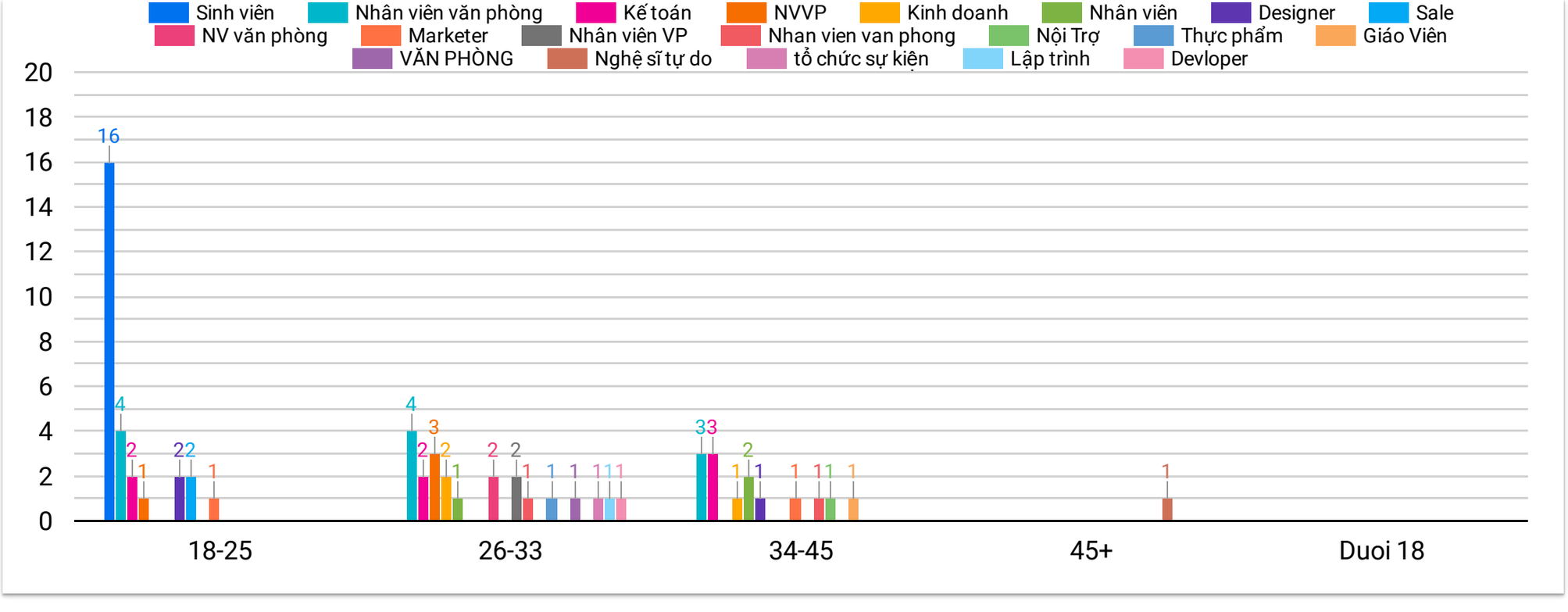
116

Độ tuổi trung bình

29.9

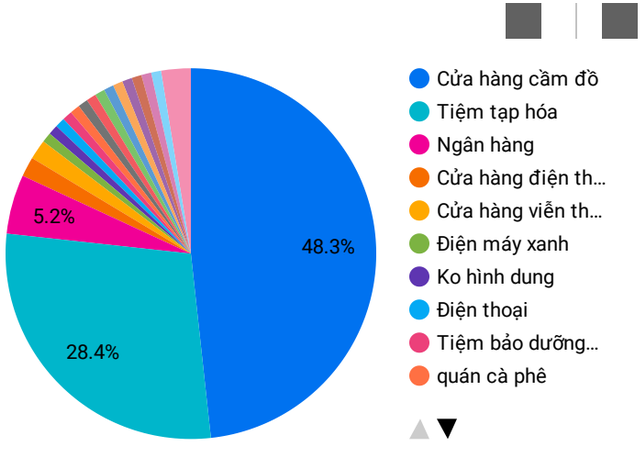


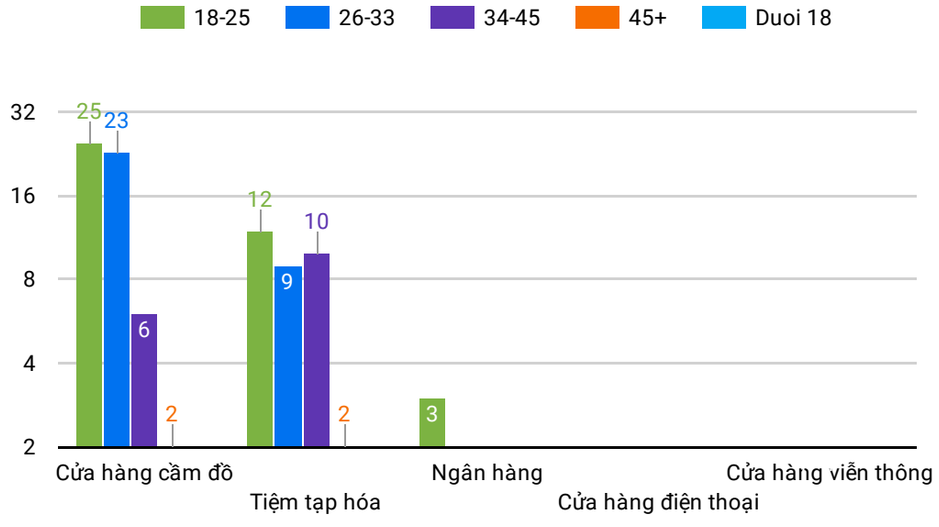




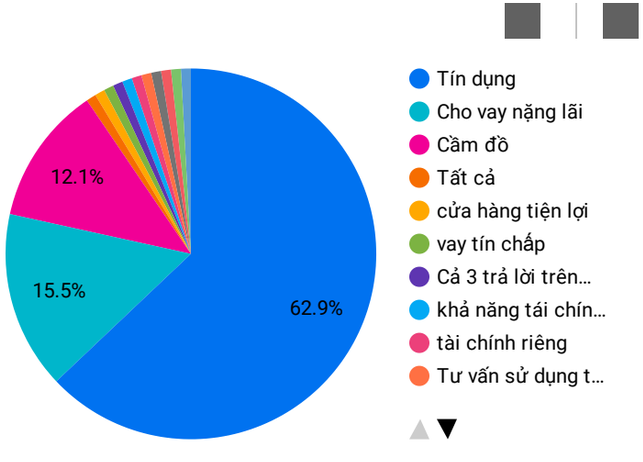
Đối tượng khảo sát Thị trường Tài chính cá nhân và Dịch vụ cầm đồ

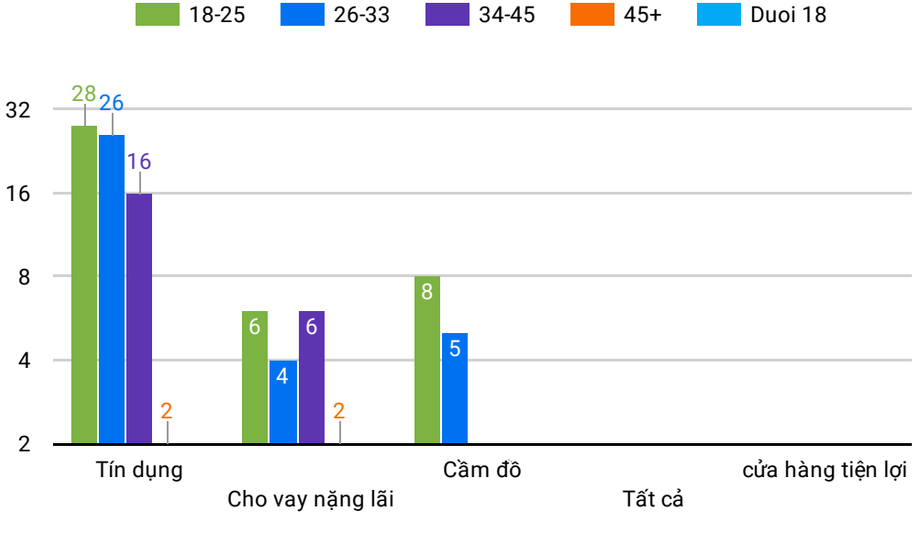
1. Bạn nghĩ đến điều gì khi nhìn thấy ảnh này



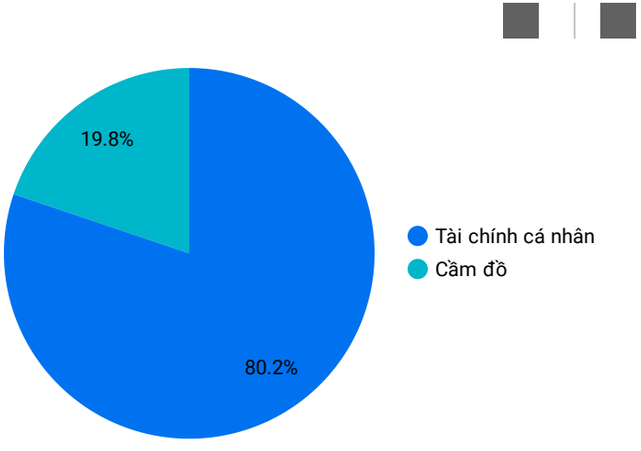


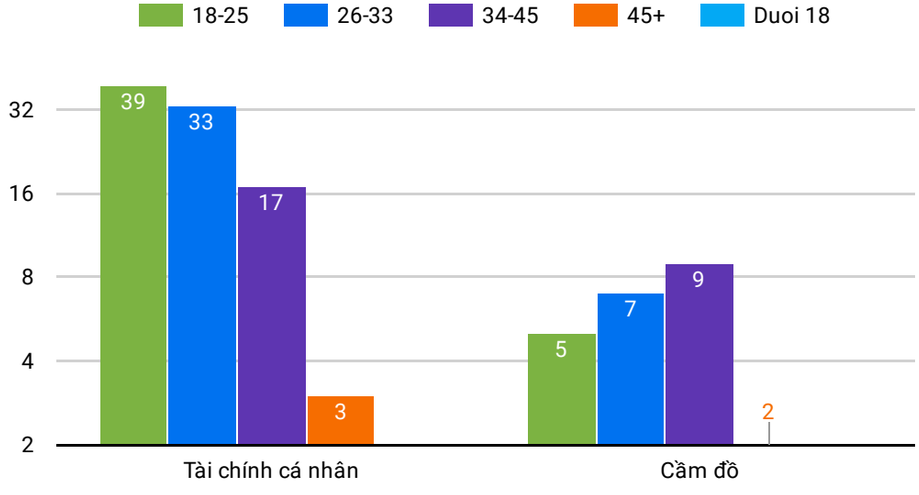
2. Bạn nghĩ gì khi nghe về " Tài chính cá nhân" ?



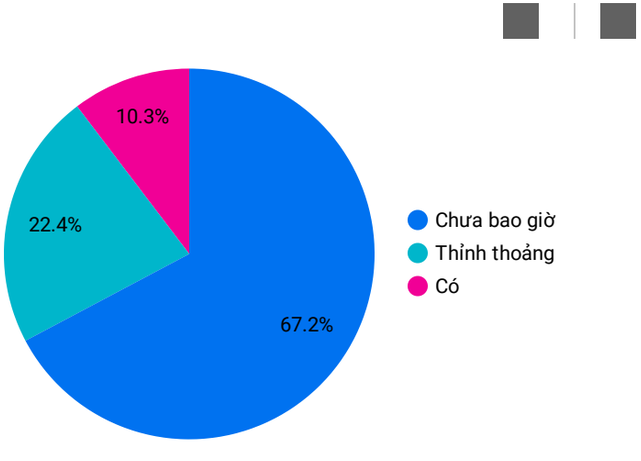


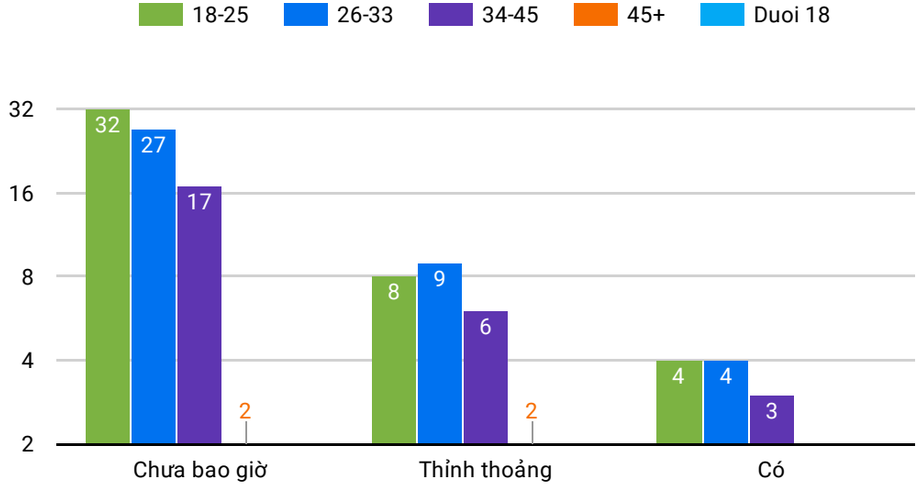
3. Giữa " Tài chính cá nhân" và "Cầm đồ" thì bạn có thiện cảm với từ nào hơn?



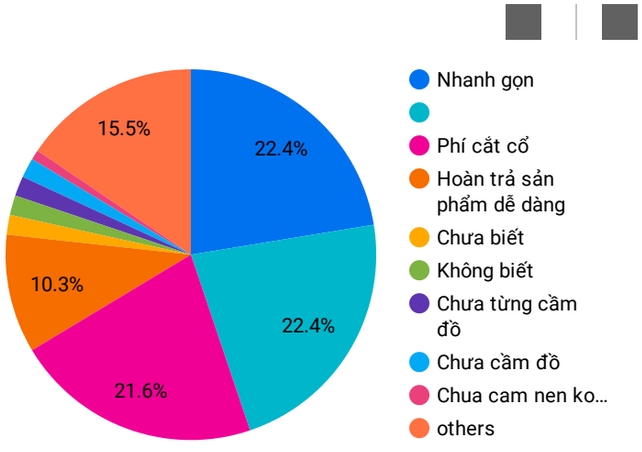


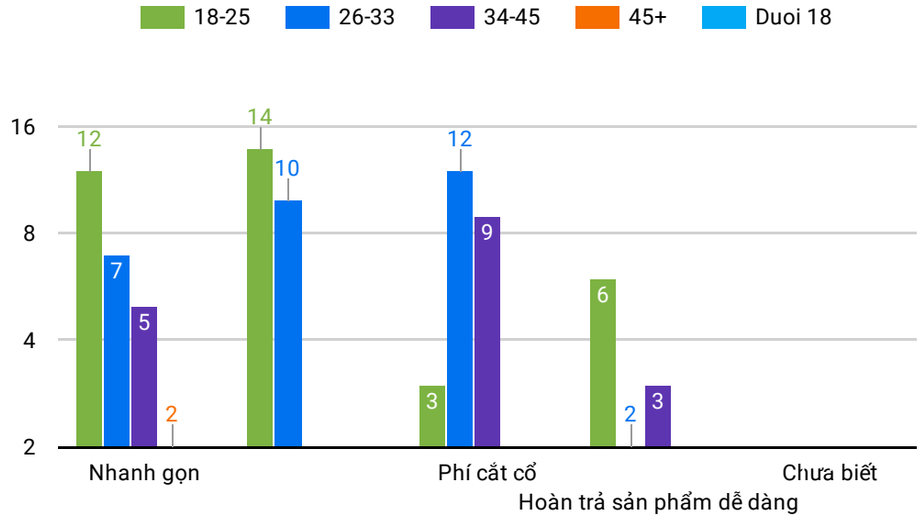
4. Bạn có bao giờ nghĩ mình sẽ cầm đồ hay không





5. Nếu đã từng cầm đồ thì trải nghiệm của bạn là như thế nào?





	5/ Nếu đã từng cầm đồ thì trải nghiệm của bạn là như thế nào?	Kết quả
1.	Nhanh gọn	26
2.	Phí cắt cổ	25
3.	Hoàn trả sản phẩm dễ dàng	12
4.	Chưa biết	2
5.	Không biết	2
6.	Chưa từng cầm đồ	2
7.	Chưa cầm đồ	2
8.	Chua cam nen ko biet	1
9.	lãi thấp	1
10.	chưa cầm nên chưa biết	1
11.	Tôi chưa từng	1
12.	Chưa cầm bao giờ	1
13.	chưa biết	1
14.	Chưa cầm đồ nên không rõ	1



BRANDING STRATEGY

Chiến lược xây dựng thương hiệu

PLAN

Present by

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

TABLE OF CONTENTS

01 BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU CHÍNH

02 THIẾT KẾ BỘ NHẬN DIỆN VĂN PHÒNG

03 BỘ NHẬN DIỆN TẠI ĐIỂM GIAO DỊCH

04 BỘ NHẬN DIỆN TRUYỀN THÔNG

05 SẢN XUẤT CÔNG CỤ TRUYỀN THÔNG

06 TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU

BRANDING

BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU CHÍNH

01



TÊN THƯƠNG HIỆU

Chọn tên thương hiệu chính thức



LOGO THƯƠNG HIỆU

Thiết kế Logo theo tên thương hiệu.

LOGO

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

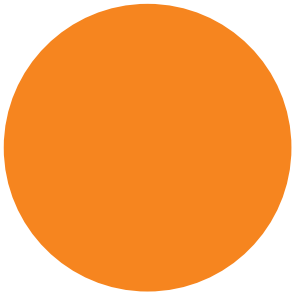
BRANDING



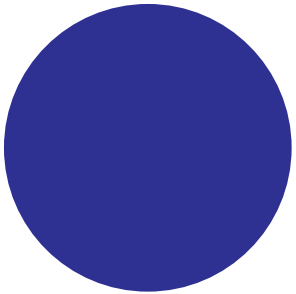
CLIP DIỄN GIẢI LOGO

- Diễn giải Logo thương hiệu bằng clip - nêu ý tưởng - ý nghĩa của logo.

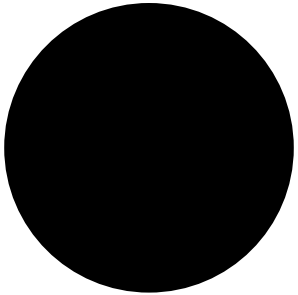
HỆ THỐNG MÀU NHẬN DIỆN



CMYK (0,45,81,0)



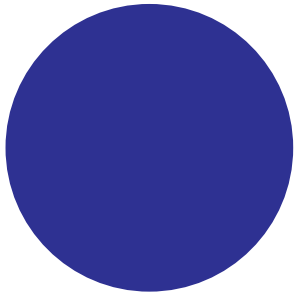
CMYK
(68,66,0,43)



CMYK (0,0,0,100)

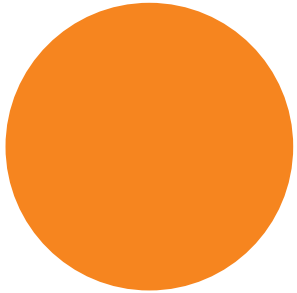
Lên các thông số màu và font chữ nhận diện cho thương hiệu

FONT CHỮ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU



Anton

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Yy Zz



Raleway

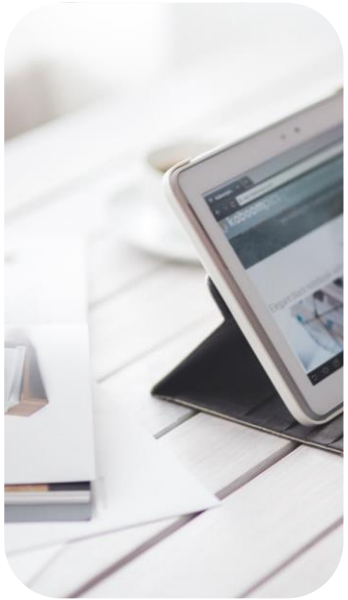
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Yy Zz

SLOGAN

“KHI BẠN KHÓ, CÓ CHÚNG TÔI!”

(Ý nghĩa – Rõ ràng - Dễ nhớ - Nhân văn)

TẦM NHÌN & SỨ MỆNH



TẦM NHÌN

T99 Hệ thống cầm đồ số 1 Việt Nam

SỨ MỆNH

T99 là giải pháp tài chính ngay tức thời dành cho người cần



BRANDING

THIẾT KẾ BỘ NHẬN DIỆN VĂN PHÒNG

02



BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU VĂN PHÒNG



NAME CARD



LỊCH ĐỂ BÀN



THẺ NHÂN VIÊN + BẢNG TÊN



CHỨNG TỪ



BÚT VIẾT



LỊCH TƯỜNG



ĐỒNG PHỤC



TÀI LIỆU VĂN PHÒNG



GIẤY TIÊU ĐỀ



PHONG BÌ THƯ



FOLDER

BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU VĂN PHÒNG



CỜ THƯƠNG HIỆU



MẪU BACKDROP



LY THƯƠNG HIỆU



ĐỒNG HỒ



CON DẤU



BÌA TRÌNH KÝ



SỔ TAY



TÀI LIỆU THUYẾT TRÌNH



BỘ QUÀ TẶNG

BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU VĂN PHÒNG



BILL / BIÊN NHẬN



MÀN HÌNH DESKTOP



GIẤY CHỨNG NHẬN



AVATAR MXH

BỘ NHẬN DIỆN QUẢNG CÁO



MŨ BẢO HIỂM



DÙ



ÁO MƯA



TẠP DỀ



03

BRANDING

BỘ NHẬN DIỆN TẠI ĐIỂM GIAO DỊCH

THIẾT KẾ TỔNG QUAN



❖ Cho một điểm giao dịch 1 mặt tiền



❖ Cho một điểm giao dịch 2 mặt tiền

Lên concept thiết kế tổng quan, thiết kế 2D và 3D. Thiết kế đồng nhất, tối ưu hoá điểm nhìn



BẢNG HIỆU NHẬN DIỆN

- **Hệ thống bảng hiệu tại từng điểm bên ngoài.**
- **Thiết kế đồng nhất, tối ưu hoá điểm nhìn.**

THIẾT KẾ TỔNG QUAN QUẦY LỄ TÂN



❖ Quầy Lễ Tân



❖ Mẫu backdrop quầy lễ tân

- Theo tông màu của thương hiệu.
- Backdrop trang trí nhận diện thương hiệu bên trong quầy giao dịch, sau quầy lễ tân.

NỘI THẤT VĂN PHÒNG – ĐIỂM GIAO DỊCH



❖ Điểm Giao dịch



❖ Văn Phòng hành chính

- Theo tông màu của thương hiệu.
- Đồng nhất mẫu cho văn phòng và điểm giao dịch.

HỆ THỐNG POSTER, KHUNG HÌNH TREO BÊN TRONG





Thiết kế Chuyên nghiệp – Đẹp - Thân thiện – Gần gũi – Tạo sự tin tưởng - Mỗi sản phẩm là một hệ thống poster/khung hình riêng.

TRANG TRÍ BÊN NGOÀI ĐIỂM GIAO DỊCH



❖ Con rối bơm khí bay



❖ Mascot

- Theo Tông màu của thương hiệu - mặt con rối tạo sự vui mắt
- Có thể chọn linh vật theo con giáp của chủ đầu tư, của mèo thần tài ...

HỆ THỐNG BACKDROP



- Backdrop họp báo cho mỗi sự kiện hoặc họp báo của thương hiệu



- Backdrop đào tạo nhân viên cho các buổi đào tạo chuyên nghiệp.

QUẢNG CÁO TRÊN XE Ô TÔ – XE MÁY



❖ Quảng cáo trên xe ô tô



❖ Mascot

- Mẫu quảng cáo thương hiệu dán Ô tô
- Mẫu quảng cáo thương hiệu trên xe máy

ROADSHOW



❖ Quảng cáo trên xe đạp



❖ Thiết kế mẫu quảng cáo roadshow

- Thiết kế mâm xe đạp mang màu sắc thương hiệu, bảng treo trên xe cho các buổi Road show chạy các chương trình ra mắt, PR sản phẩm mới v.v...

04

BRANDING

BỘ NHẬN DIỆN TRUYỀN THÔNG



WEBSITE

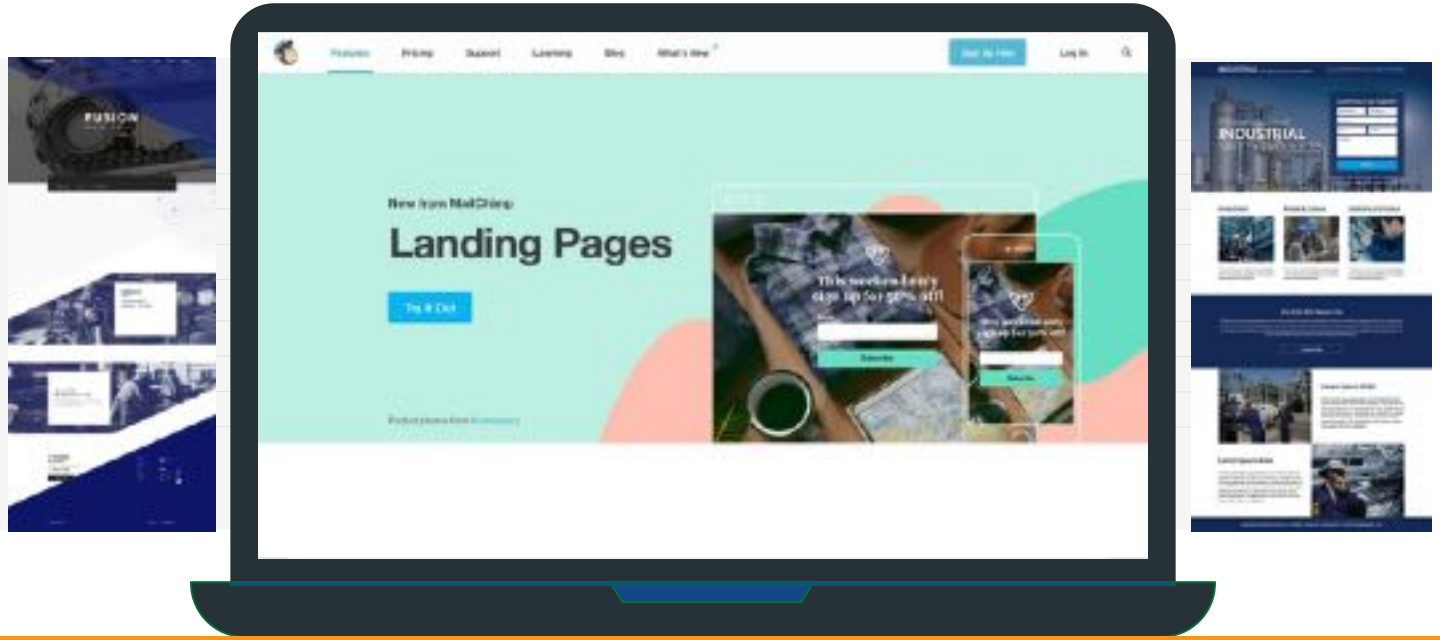


- **Website chung của Thương hiệu**
- **Thiết kế website**
  - Lên nội dung chi tiết
  - Thiết kế hình ảnh
  - Layout Website
  - Chi phí khởi tạo

Present by NAM HƯƠNG MEDIA & EVENT

Landing Page

BRANDING



Xây dựng Landing Page để khách hàng có thể tiếp cận được thông tin Doanh nghiệp dễ dàng hơn

LẬP TÀI KHOẢN SOCIAL

- Làm mới lại về hình ảnh và nội dung cho phù hợp với định vị thương hiệu.
- Xây dựng kênh truyền thông để PR các thông tin về doanh nghiệp.
  - *Chi phí khởi tạo*
  - *Chi phí thiết kế giao diện*
  - *Chi phí sản xuất content & vận hành*



Facebook



Youtube



Instagram



Zalo



Twitter



Email Marketing

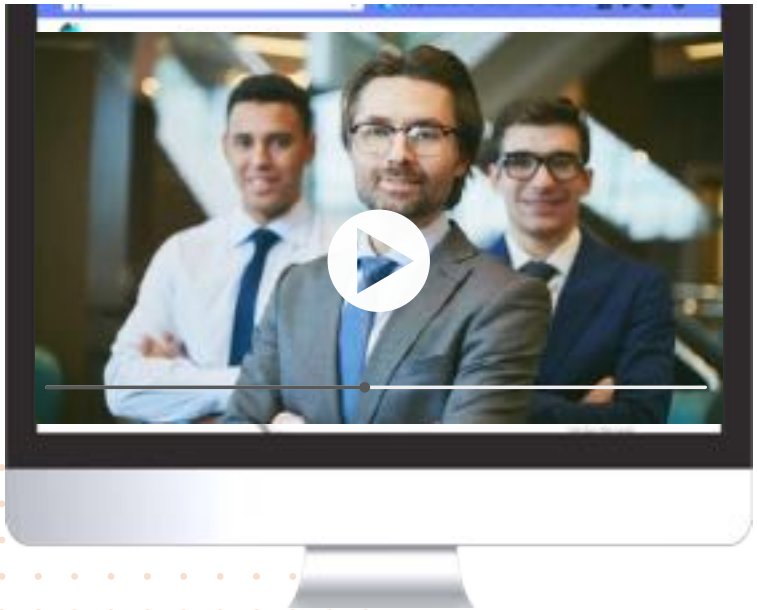
05

SẢN XUẤT CÔNG CỤ TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU CÔNG TY



CLIP GIỚI THIỆU

- Clip giới thiệu tổng về thương hiệu T99.
- Clip giới thiệu về quy trình giao dịch ở T99
- TVC.
  - *Concept Ý tưởng*
  - *Kịch bản quay phim.*
  - *quay phim, hậu cần, set up quay, người mẫu*
  - *Xả source & Edit dựng phi*
  - *Lồng tiếng*





SERIES CLIP



- **Sản xuất series clip Viral theo nhiều chủ đề tạo hiệu ứng thu hút sự chú ý & đẩy mạnh truyền thông trên các hệ thống kênh social..**

PHOTOGRAPHY

PRODUCTION

- **Sản xuất hình ảnh PR thương hiệu**

- Bộ hình ảnh chuyên nghiệp chung cho thương hiệu.
- Bộ hình ảnh làm chất liệu PR và chất liệu cho các tài liệu.
- Bộ hình chụp thương hiệu cá nhân



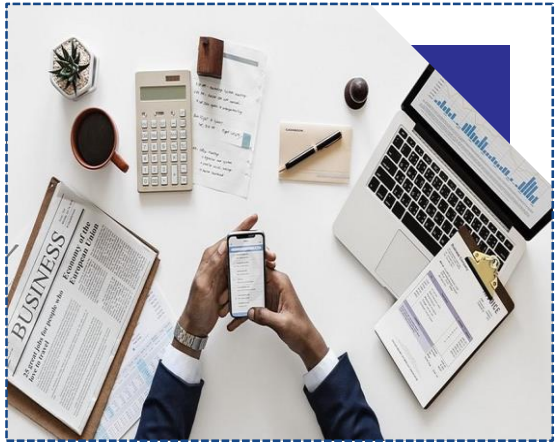
TẠI VĂN PHÒNG

- Bộ hình ảnh chuyên nghiệp chung cho thương hiệu.











TẠI ĐIỂM GIAO DỊCH

- Bộ hình ảnh chuyên nghiệp chung cho thương hiệu.











BỘ ẢNH NHÂN VIÊN













BỘ ẢNH NHÂN VIÊN









BỘ ẢNH THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN







COMPANY PROFILE & CATALOGUE

Hồ sơ năng lực công ty



CATALOGUE



- **Catalogue hướng dẫn thực hiện giao dịch ở T99 & các ưu đãi…**

- **Lên Nội dung**
- **Thiết kế layout dàn trang.**
- **Dịch thuật**

BRANDING



BROCHURE

- Brochure giới thiệu về T99 & dịch vụ.



TỜ RƠI

- **Tờ gấp/ tờ rơi giới thiệu**
  - *Viết Nội dung*
  - *Thiết kế*
  - *Dàn trang & Lên layout*



- **Mẫu Poster quảng cáo/ Poster hình ảnh PR sản phẩm trên các kênh Social thực hiện theo content plan.**

BANNER QUẢNG CÁO

- **Mẫu Quảng cáo báo chí (Banner ngang/Dọc cho online và Maquette cho báo giấy).**





06 TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU

Master Plan

COMMUNICATION STRATEGY PLAN 2020 - 2021

Giai Đoạn	BRANDING	PRODUCTION (Hình ảnh & Video)	PR – MARKETING (Công ty & cá nhân)	EVENT (Truyền thông sự kiện)
Mục Đích	Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu	Sản xuất công cụ truyền thông PR	Truyền thôngthương hiệu công ty & cá nhân	Tổ chức các sự kiện để xây dựng thương hiệu T99
Thời Gian	11/2020 – 20/12/2020	12/2020	12/2020	12/2020 - 2021
Nội Dung	Logo, Slogan, profile, catalogue, social account, Website, POSM, Poster, …	Bộ hình về công ty; điểm giao dịch, nhân viên; Film giới thiệu, clip ngắn TVC.	Định vị & PR thương hiệu trên Social media, PR online báo chí & truyền thông ngoài trời về thương hiệu hệ thống điểm giao dịch.	Chuỗi sự kiện khai trương, roadshow, workshop & họp báo. Truyền thông theo sự kiện (trước và sau sự kiện).
Media	Giai Đoạn chuẩn bị	Giai Đoạn chuẩn bị	Social, online & offline	Event, Social, online & offline
Thực Hiện	Concept, thiết kế, chuẩn bị nội dung, layout dàn trang, dịch thuật, landing, khởi tạo, thi công sản xuất…	Photographer, layout, concept, ý tưởng, stylist, lọc hình, retouch, kịch bản, quay phim, xả soure, edit, lồng tiếng…	Quản trị & vận hành facebook, youtube; truyền thông báo chí; truyền thông người trời, tặng quà, phát tờ rơi, tổ chức chuỗi sự kiện ở nhiều nơi….	Truyền thông PR thương hiệu trước và sau sự kiện, content lên bài PR, Xây dựng thương hiệu trên toàn quốc và tạo dựng độ thân thiện với người dân quanh khu vực điểm giao dịch.



TRUYỀN THÔNG

360^0

Mô hình truyền thông tích hợp đa phương tiện (truyền thông 360) tạo độ bao phủ thông tin trên mọi kênh truyền thông cho thương hiệu.

DIGITAL MARKETING



FACEBOOK

Chạy poster, hình ảnh & chạy tìm kiếm



YOUTUBE

Chạy hiển thị, chạy tìm kiếm, chạy video



GOOGLE ADS

Tăng lượt view từng video, tăng lượt subscribe.

- Chạy quảng cáo trên các ứng dụng chỉnh ảnh/ xem phim



SOCIAL MEDIA







- **Tạo độ nhận diện thương hiệu về T99:**
  - ✓ **Quản trị fanpage**
  - ✓ **Tối ưu fanpage**
  - ✓ **Video view**
  - ✓ **Seeding**
  - ✓ **Quảng cáo post, page, minigame**
  - ✓ **Số lượng content trên Fanpage**

Digital support (Facebook/website/youtube)

- **Biến kênh owned media trở thành kênh tư vấn dịch vụ cầm đồ, chia sẻ những khúc mắc về những vấn đề lãi suất & tài chính…**
- **Đa dạng hoá nội dung bên cạnh những nội dung về dịch vụ.**
- **Website chỉnh từ khoá chuẩn SEO.**
- **Youtube: share các chương trình, video, TVC của T99.**

CONTENT FACEBOOK

- Quản lý fanpage Facenook.
- Social Seeding facebook



Chiến dịch gắn những mối bận tâm của khách hàng với dịch vụ của F99



Content theo các ngày lễ / theo trend



Kết hợp cùng với các thương hiệu khác để tăng độ nhận diện



Minigame để thu hút sự chú ý & tăng tương tác đến với khách hàng

CONTENT FACEBOOK

- Quản lý fanpage Facenook.
- Social Seeding facebook

✓ **Trong thời gian có những sự kiện "nóng hổi", có bản tin tổng hợp hàng ngày.**





✓ **Livestream thanh lý các sản phẩm**

CONTENT FACEBOOK

- Quản lý fanpage Facenook.
- Social Seeding facebook



Các sản phẩm / hoạt động mới của thương hiệu



Các chương trình Sale sản phẩm thanh lý

YOUTUBE

- Quản lý đăng bài kênh youtube



- Đăng các clip Viral, TVC đồng bộ với trên Facebook.
- Các clip về hoạt động của thương hiệu, cách kiểm định tài sản thế chấp,…
- Clip về những câu chuyện cảm động để tăng sub & tạo viral.





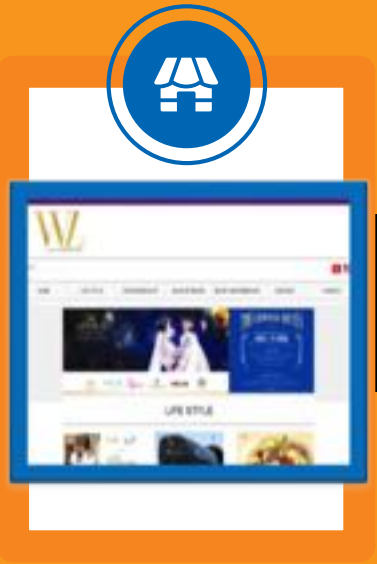
PR ONLINE

- Truyền thông báo chí Online



- Tạo độ tin tưởng và lan rộng hình ảnh.
- Mỗi đầu báo 1 tháng 2 bài, thực hiện trong 6 tháng.

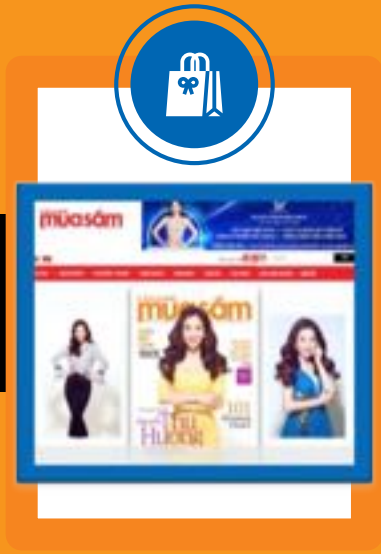
BANNER ONLINE



Banner trên kênh
womenleadersforum.vn



Banner trên kênh
Bsin.vn



Banner trên kênh
camnangmuasam.vn

PR OFFLINE

- Truyền thông thương hiệu trên tạp chí.

TẠP CHÍ PHONG CÁCH DOANH NHÂN



- **Phỏng vấn Tổng Giám Đốc T99, truyền thông người đứng đầu & thương hiệu.**

PR OFFLINE

- Truyền thông thương hiệu offline

TRUYỀN THÔNG BẰNG PHƯỚN TREO TRÊN ĐƯỜNG



- Phướng ngang, dọc treo trên các con đường (Khu công nghiệp, khu chợ, tuyến đường trong bán kính khu vực cửa hàng) trong thời gian sự kiện khai trương.

PR OFFLINE

- Truyền thông thương hiệu offline

QUẢNG CÁO TRÊN XE BUS – BUS DECAL



- Quảng cáo trên xe Bus, trên các tuyến đường để tiếp cận đến các đối tượng là sinh viên, người lao động.

PR OFFLINE

- Truyền thông thương hiệu offline ngoài trời ở gần khu vực điểm giao dịch (khu vực các chợ, các cửa hàng & con phố lớn gần điểm giao dịch).

Phát tờ rơi quảng cáo dạng quạt có in thông tin & giới thiệu thương hiệu.





Phát tạp dề có in logo thương hiệu cho các bà nội trợ, hoặc chủ sạp bán hàng.



Đặt dù có in logo & slogan thương hiệu ở các cửa hàng trên con đường gần khu vực điểm giao dịch.



PR OFFLINE

- Truyền thông thương hiệu offline trên các tuyến phố

QUẢNG CÁO TRÊN ĐƯỜNG – KDC





- **Làm miễn phí các bảng biển dán tại khu dân cư cho người dân.**

TRUYỀN THÔNG

SỰ KIỆN

- Chuỗi sự kiện khai trương ở tp.hcm & HN.
- Sự kiện Workshop giới thiệu thương hiệu.
- Chuỗi sự kiện Road show.
- Các sự kiện từ thiện.
- Các sự kiện tài trợ thể thao.
- Họp báo công bố ký kết hợp tác chiến lược.



❖ Truyền thông bằng chuỗi sự kiện để tiếp cận đến người dân & truyền đạt thông điệp gần gũi của thương hiệu đến mọi người.

HỌP BÁO

- Họp báo công bố hợp tác chiến lược.







- Sự kiện họp báo công bố ký kết hợp tác chiến lược.
- Được PR tại sự kiện & các hệ thống báo chí.

CHUỖI SỰ KIỆN KHAI TRƯƠNG

- Chuỗi sự kiện khai trương tại các điểm giao dịch



- 50 cửa hàng được khai trương vs 50 chuỗi sự kiện.
- Các hoạt động phát quà tặng quà, quay số trúng thưởng tại các điểm giao dịch trong ngày khai trương.





CHUỖI SỰ KIỆN









- Các hoạt động từ thiện, thiện nguyện tại các vùng miền.
- Tài trợ các giải đấu thể thao tăng độ nhận diện thương hiệu.

CHUỖI SỰ KIỆN WORKSHOP

- Truyền thông thương hiệu bằng chuỗi sự kiện.







- Chuỗi sự kiện workshop giới thiệu thương hiệu tại các trung tâm thương mại hoặc các khu dân cư, quán cà phê…

CHUỖI SỰ KIỆN









- Sự kiện roadshow trên các Cung đường bằng xe đạp.
- Tổ chức các sự kiện tại khu chợ để giới thiệu thương hiệu đến người dân.

CHUỖI SỰ KIỆN TẠI CỬA HÀNG



- Sự kiện ngày hội thanh lý giá rẻ thu hút khách hàng.
- Chương trình tri ân khách hàng: bốc thăm may mắn.





NGHIỆM THU ĐỢT 1 CỦA HỢP ĐỒNG TƯ VẤN

Stt	Nội dung công việc triển khai	Nghiệm thu
I	***Phân tích và nghiên cứu thị trường***	
1	Phân tích tên gọi của 3 công ty hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ cầm đồ Việt Nam và Nước ngoài để từ đó đưa ra tư vấn cách thức đặt tên cho dự án chuỗi hệ thống cầm đồ hiệu quả và thiện cảm nhất	Đã hoàn thành
2	Phân tích 3 mô hình hệ thống chuỗi tiệm cầm đồ Việt Nam và Nước Ngoài về hình ảnh cũng như hệ thống nhận diện online & offline	Đã hoàn thành
3	Thống kê các loại hình dịch vụ kinh doanh trong 3 chuỗi cầm đồ của Việt Nam và Nước Ngoài cũng như lãi suất của từng loại hình dịch vụ	Đã hoàn thành
4	Thống kê các kênh truyền thông online của 3 hệ thống chuỗi cầm đồ để đánh giá mức độ đầu tư truyền thông của lĩnh vực kinh doanh này bao gồm kênh : website, fan page, intergram..	Đã hoàn thành
5	Nội dung các bài báo viết về top 3 thương hiệu Việt Nam và Nước Ngoài trong 12 tháng trở lại đây.	Đã hoàn thành
6	Nghiên cứu phản hồi trên mạng của khách hàng về Top 3 thương hiệu Việt Nam và Nước Ngoài.	Đã hoàn thành
7	Nghiên cứu chính sách dịch vụ của 3 thương hiệu cầm đồ hàng đầu Việt Nam	Đã hoàn thành
8	Tổng hợp các hợp đồng của 3 thương hiệu hàng đầu Việt Nam	Đã hoàn thành
9	Phân tích điểm mạnh và điểm yếu của Top 3 thương hiệu chuỗi cầm đồ tại Việt Nam	Đã hoàn thành
10	Lập phiếu khảo sát thông tin phân tích thị trường để tìm hiểu tâm lý khách hàng về dịch vụ cầm đồ với việc khảo sát 100 khách hàng tiềm năng	Đã hoàn thành
II	***Tư vấn xây dựng chiến lược truyền thông***	Đã hoàn thành
1	Tư vấn xây dựng thương hiệu	Đã hoàn thành
2	Tư vấn thiết kế hệ thống nhận diện online & ofline	Đã hoàn thành
3	Tư vấn sản xuất bộ công cụ truyền thông cho toàn bộ hệ thống	Đã hoàn thành


Thank you

NGHIỆM THU ĐỢT 1 CỦA HỢP ĐỒNG TƯ VẤN

Stt	Nội dung công việc triển khai	Nghiệm thu
I	***Phân tích và nghiên cứu thị trường***	
1	Phân tích tên gọi của 3 công ty hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ cầm đồ Việt Nam và Nước ngoài để từ đó đưa ra tư vấn cách thức đặt tên cho dự án chuỗi hệ thống cầm đồ hiệu quả và thiện cảm nhất	Đã hoàn thành
2	Phân tích 3 mô hình hệ thống chuỗi tiệm cầm đồ Việt Nam và Nước Ngoài về hình ảnh cũng như hệ thống nhận diện online & offline	Đã hoàn thành
3	Thống kê các loại hình dịch vụ kinh doanh trong 3 chuỗi cầm đồ của Việt Nam và Nước Ngoài cũng như lãi suất của từng loại hình dịch vụ	Đã hoàn thành
4	Thống kê các kênh truyền thông online của 3 hệ thống chuỗi cầm đồ để đánh giá mức độ đầu tư truyền thông của lĩnh vực kinh doanh này bao gồm kênh : website, fan page, intergram..	Đã hoàn thành
5	Nội dung các bài báo viết về top 3 thương hiệu Việt Nam và Nước Ngoài trong 12 tháng trở lại đây.	Đã hoàn thành
6	Nghiên cứu phản hồi trên mạng của khách hàng về Top 3 thương hiệu Việt Nam và Nước Ngoài.	Đã hoàn thành
7	Nghiên cứu chính sách dịch vụ của 3 thương hiệu cầm đồ hàng đầu Việt Nam	Đã hoàn thành
8	Tổng hợp các hợp đồng của 3 thương hiệu hàng đầu Việt Nam	Đã hoàn thành
9	Phân tích điểm mạnh và điểm yếu của Top 3 thương hiệu chuỗi cầm đồ tại Việt Nam	Đã hoàn thành
10	Lập phiếu khảo sát thông tin phân tích thị trường để tìm hiểu tâm lý khách hàng về dịch vụ cầm đồ với việc khảo sát 100 khách hàng tiềm năng	Đã hoàn thành
II	***Tư vấn xây dựng chiến lược truyền thông***	Đã hoàn thành
1	Tư vấn xây dựng thương hiệu	Đã hoàn thành
2	Tư vấn thiết kế hệ thống nhận diện online & ofline	Đã hoàn thành
3	Tư vấn sản xuất bộ công cụ truyền thông cho toàn bộ hệ thống	Đã hoàn thành


Thank you

BIÊN BẢN NGHIỆM THU

BÊN A	BÊN B
Ký và ghi rõ họ tên ký và ghi rõ họ tên	*Ký và ghi rõ họ tên ký và ghi rõ họ tên*

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

CÔNG TY CP TRUYỀN THÔNG VÀ ĐẦU TƯ NAM HƯƠNG

HCM: 98 Lâm Văn Bền, Phường Tân Kiểng, Quận 7, TP.HCM
Tel: 024.3850 0005 - Fax: 024.3850 0004
Hotline: 091 635 0072 (Ms. Ngọc Huyền) - Email: info@namhuongcorp.com.vn

HN: 94 Trung Kính, phường Yên Hòa, quận Cầu Giấy, Hà Nội
Tel: 024.3850 0005 - Fax: 024.3850 0004
Hotline: 091 635 0072 (Ms. Ngọc Huyền) - Email: info@namhuongcorp.com.vn

Xin chân thành cảm ơn đã sử dụng dịch vụ của chúng tôi



T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

COMMUNICATION STRATEGY PLAN

❖ Chiến lược truyền thông

Table of Contents



01. Introduction

- Tóm tắt chiến lược

02. Marketing Tools

- Sản xuất công cụ truyền thông

03. Event

- Truyền thông bằng sự kiện

04. Communication Plan

- Kế hoạch truyền thông

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

01

Introduction

- Tóm tắt chiến lược

A MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC

B ĐỐI TƯỢNG TIỀM NĂNG

C THÔNG ĐIỆP TRUYỀN THÔNG

D DUY TRÌ THƯƠNG HIỆU

MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC

Xây dựng thương hiệu T99 - Hệ thống cầm đố số 1 Việt Nam

Xây dựng sự tin cậy của cộng đồng đến với thương hiệu cầm đồ T99

Thông báo đến với cộng đồng khách hàng các chương trình & chính sách của T99.

Góp phần thay đổi nhận thức của khách hàng về dịch vụ cầm đồ

Nâng cao mức độ trung thành của nhân viên với tổ chức

Thúc đẩy tăng doanh thu các điểm cầm đồ trên toàn quốc.

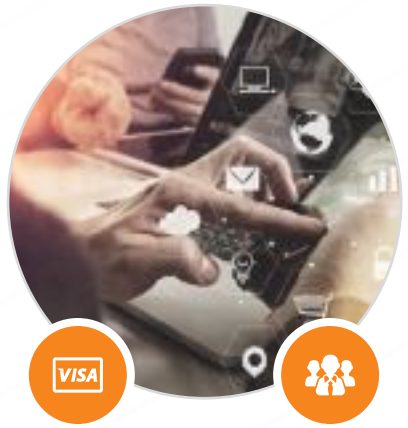
Xây dựng thương hiệu cho nhà đầu tư và đội ngũ cán bộ lãnh đạo của T99.

ĐỐI TƯỢNG TIỀM NĂNG



Các nhà đầu tư tiềm năng cho T99 trong tương lai

VS



Khách hàng tiềm năng của T99 là người lao động, tiểu thương, học sinh - sinh viên và công nhân tại các nhà máy xí nghiệp.

THÔNG ĐIỆP TRUYỀN THÔNG TỔNG THỂ

Thị trường dịch vụ cầm đồ chào đón T99 - thương hiệu cầm đồ chuyên nghiệp với định vị trở thành chuỗi cầm đồ số 1 Việt Nam chính thức ra mắt vào tháng 1/2021

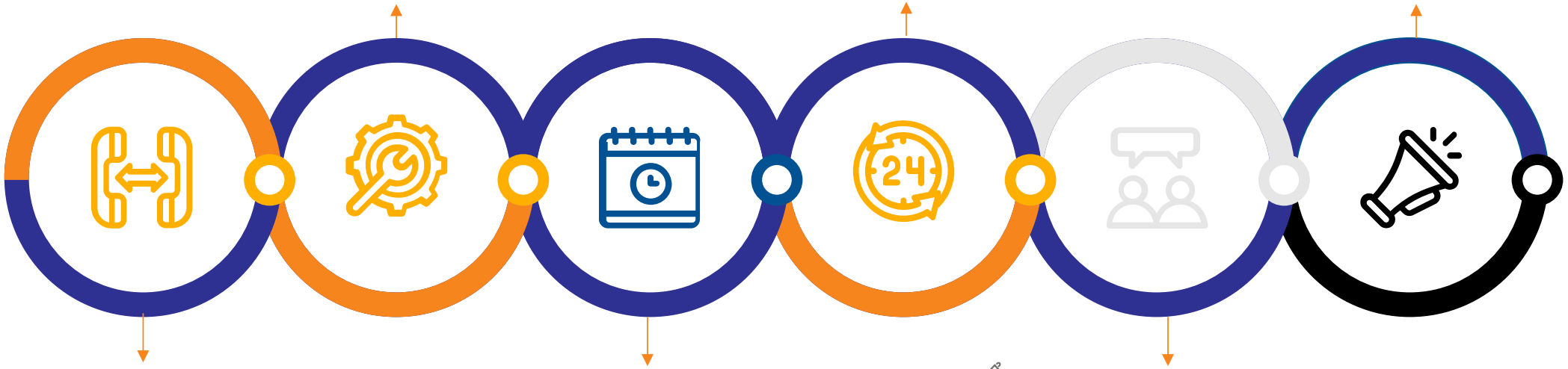
T99 - Hệ thống cầm đồ số 1 Việt Nam hứa hẹn sẽ góp phần thay đổi nhận thức về dịch vụ cầm đồ tại Việt Nam.

T99 - Hệ thống cầm đồ số 1 Việt Nam công bố Slogan "Khi bạn khó có chúng tôi".

T99 với sứ mệnh là giải pháp tài chính ngay lập tức dành cho người cần đã trở thành cứu cánh cho nhiều gia đình trong ngày Tết .

Ổn định sự nghiệp và phát triển bản thanh cùng T99.

Giới tài chính xôn xao về sự ra mắt của thương hiệu cầm đồ T99 với những gương mặt kỳ cựu của giới ngân hàng tham gia đầu quân phát triển dự án hấp dẫn này .



KẾ HOẠCH DUY TRÌ THƯƠNG HIỆU

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

QUÝ I

Tết & Năm mới.
- Quà tặng: Phong bao lì xì.
- Game trúng thưởng online & sự kiện nhận quà tặng online tại 70 địa điểm.
- Cung cấp phiếu quà tặng đến cho các khách hàng tiềm năng tại các điểm cầm đồ.

QUÝ II

"Chiến dịch giải cứu ví tiền cùng T99
- Đối tượng: các công nhân cần tài chính những lúc chưa có lương và cần T99 hỗ trợ tức thời. Những câu chuyện cảm động từ sự hỗ trợ của T99 cho những công nhân nghèo
- Tập trung chạy PR trên social để nhấn mạnh sứ mệnh cung cấp giải pháp tài chính ngay tức thời dành cho người cần
- PR những câu chuyện nhân văn thực tế của khách hàng khi đến với T99 ".

QUÝ III

Chiến dịch đồng hành với tiểu thương vượt khó
- Xây dựng những câu chuyện T99 đồng hành với tiểu thương giúp họ xoay được vốn làm ăn và hiệu quả khi dùng đòn bẩy tài chính của T99

QUÝ IV

Đồng hành với Sinh Viên vượt khó.
- Chạy chương trình hỗ trợ sinh viên khi sinh viên chưa kịp có sự hỗ trợ tiền học từ gia đình.
- Xây dựng những câu chuyện nhân văn thực tế từ khách hàng là sinh viên đến T99
- Chiến lược này nhằm xoá bỏ mặc cảm của SV đến với T99.
- SV nghèo vượt khó có T99 kề bên

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

02 Marketing Tools

- Sản xuất công cụ truyền thông



SẢN XUẤT HÌNH ẢNH - CLIP
TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU



SẢN XUẤT HÌNH ẢNH

❖ Sản xuất hình ảnh để làm tư liệu truyền thông thương hiệu trên hệ thống các kênh social.











✓ Hình ảnh recap các sự kiện Đào tạo (3 sự kiện).

✓ Hình ảnh Recap sự kiện họp báo.

✓ Hình recap sự kiện khai trương.

SẢN XUẤT CLIP



❖ Sản xuất Clip recap sự kiện & phim tài liệu để làm tư liệu truyền thông thương hiệu trên hệ thống các kênh social.

- ✓ Clip recap các sự kiện Đào tạo (3 sự kiện).
- ✓ Clip Recap sự kiện họp báo.
- ✓ Clip recap sự kiện khai trương.
- ✓ Livestream tại sự kiện.
- ✓ Sản xuất clip phóng sự " Lý do ra đời của T99"
- ✓ Clip chạy Ads Socail.

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

THIẾT KẾ CÁC HẠNG MỤC QUÀ TẶNG



Phong bao lì xì Tết



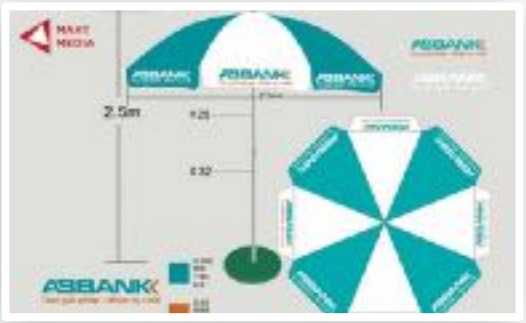
Phiếu quà tặng



Mũ bảo hiểm



Áo mưa



Dù thương hiệu



Bạt trải bàn



Quạt cầm tay







T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

THIẾT KẾ CÁC HẠNG MỤC NHẬN DIỆN TRUYỀN THÔNG

- ✓ Hệ thống poster cho các chiến dịch truyền thông theo quý trên các kênh social & báo chí.
- ✓ Hệ thống Tờ rơi quảng cáo (Bằng giấy hoặc bằng quạt cầm tay...).

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

03

Events

- Truyền thông bằng sự kiện





T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

CÁC SỰ KIỆN ĐÀO TẠO XÂY DỰNG HỆ THỐNG NHÂN SỰ

SỰ KIỆN ĐÀO TẠO

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi



ĐÀO TẠO NHÂN SỰ CẤP CAO NHẰM XÂY DỰNG NỀN MÓNG CỦA TỔ CHỨC.
CÁC NHÂN SỰ HIỂU RÕ VỀ TẦM NHÌN CHIẾN LƯỢC , SỨ MỆNH CỦA T99.



SỰ KIỆN ĐÀO TẠO

ĐÀO TẠO THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN CỦA NHÂN VIÊN GẮN VỚI T99 NHẰM TẬN DỤNG TỐI ĐA SỰ KẾT NỐI CỦA MỖI CÁ NHÂN VỚI NIỀM TỰ HÀO KHI ĐƯỢC LÀM VIỆC TẠI T99.

SỰ KIỆN ĐÀO TẠO






ĐÀO TẠO PHONG THÁI VÀ KỸ NĂNG ỨNG XỬ GIẢI QUYẾT TÌNH HUỐNG CHO CẤP LÃNH ĐẠO CỬA HÀNG VÀ NHÂN VIÊN

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

CÁC SỰ KIỆN TRUYỀN THÔNG



❖ Truyền thông bằng chuỗi sự kiện để tiếp cận đến người dân & truyền đạt thông điệp gần gũi của thương hiệu đến mọi người.







SỰ KIỆN KHAI TRƯƠNG & HỌP BÁO

- Sự kiện khai trương 71 chuỗi cửa hàng ở 3 miền.
- Sự kiện họp báo công bố ra mắt thương hiệu T99.
- Các hoạt động phát quà tặng quà, quay số trúng thưởng tại các điểm giao dịch trong ngày khai trương.

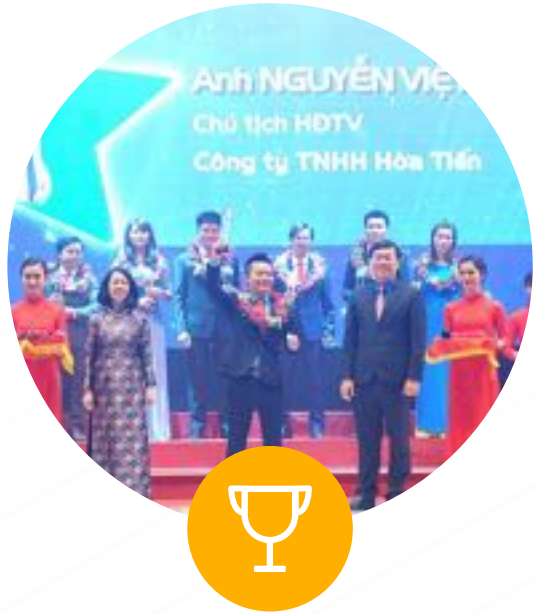
SỰ KIỆN NỘI BỘ



❖ Vinh danh nhân viên & chi nhánh xuất sắc nhất theo tháng, theo quý.



❖ Tổ chức 6 tháng team Building.



❖ Vinh danh nhân viên & chi nhánh xuất sắc nhất theo năm.

SỰ KIỆN VINH DANH NỘI BỘ - THEO THÁNG



- Vinh danh nhân viên & chi nhánh xuất sắc nhất theo tháng.
- Tổng hợp điểm nhân viên xuất sắc nhất theo doanh số.

- thông tin nội bộ và viết bài truyền thông cho cá nhân xuất sắc.
- Thưởng nóng theo tháng.



SỰ KIỆN VINH DANH NỘI BỘ - THEO QUÝ



- Vinh danh nhân viên & chi nhánh xuất sắc nhất theo quý.
- Vinh danh nhân viên xuất sắc, thủ lĩnh xuất sắc....

- họp mặt Leader các chi nhánh và vinh danh tại sự kiện tổ chức nội bộ. Tổ chức theo khu vực Bắc - Trung - Nam.
- Vinh danh & thưởng nóng theo quý.





SỰ KIỆN NỘI BỘ - TEAM BUILDING



❖ Tổ chức team Building vào tháng 6 để xây dựng & gắn kết tinh thần nhân viên công ty.

❖ tổ chức team building theo từng khu vực.



SỰ KIỆN VINH DANH NỘI BỘ - CUỐI NĂM



- Tổ chức sự kiện Luxury Party cuối năm.
- Sự kiện vinh danh Top 50 nhân viên xuất sắc nhất.

- dành cho những cá nhân xuất sắc nhất trong 12 tháng đến từ các chi nhánh trên toàn quốc được trải nghiệm sự kiện đẳng cấp 5 sao và gặp những người thành đạt nổi tiếng .



T99
Khi bạn khó, có chúng tôi



04 TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU

TRUYỀN THÔNG 360°

YOUTUBE

TẠP CHÍ

FACEBOOK

360°

TIN TỨC ONLINE

WEBSITE

EVENT

T99

Khi bạn khó, có chúng tôi

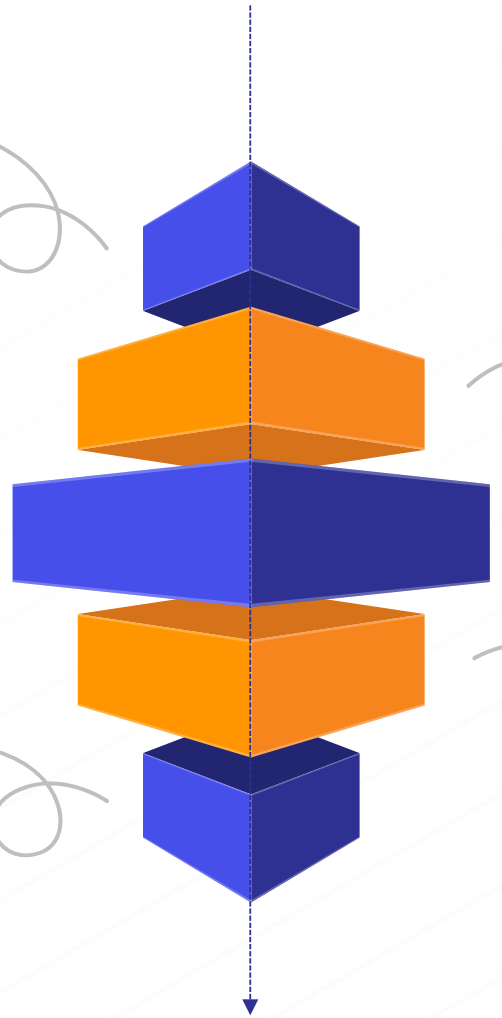
OFFLINE

ONLINE

TRUYỀN HÌNH

RADIO

TỜ RƠI



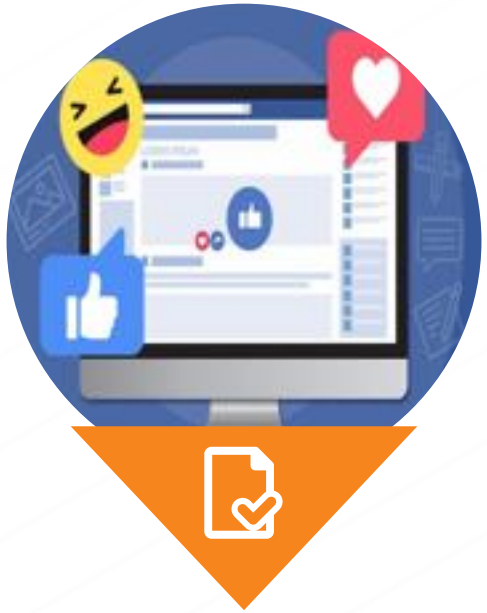
SOCIAL MEDIA

BÁO CHÍ ONLINE

SOCIAL MEDIA - FACEBOOK



❖ Định Định Hướng Nội Dung và Quản lý tương tác Facebook.



❖ Sản xuất nội dung và tăng tương tác post .



❖ Minigame Facebook - Theo các chiến dịch của Quý, mỗi Quý là 1 minigame.

SOCIAL MEDIA - ZALO



❖ Quản lý Zalo Official Account

- ✓ Lên bài theo chiến dịch & chạy quảng cáo trên hệ thống kênh Zalo.
- ✓ Quản lý đăng bài viết
- ✓ Trả lời tin nhắn người dùng.
- ✓ Thiết kế cách thức tham gia minigame.

❖ Minigame Zalo - giai đoạn teasing Quý I.

❖ Minigame Zalo các quý II,III, IV theo chủ đề của các chiến dịch.



YOUTUBE

- Quản lý đăng bài kênh youtube

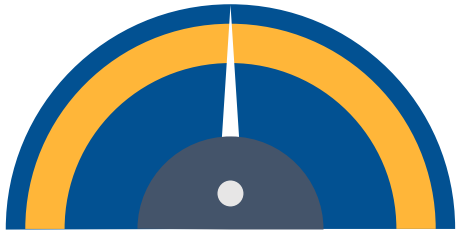


- Đăng các clip Viral, TVC đồng bộ với trên Facebook.
- Clip về những câu chuyện cảm động để tăng sub & tạo viral.
- Quảng cáo trên youtube theo phân khúc khách hàng các Clip viral theo chủ đề từng Quý, mỗi video youtube chạy ads sẽ khoanh vùng địa lý giới tính và độ tuổi.



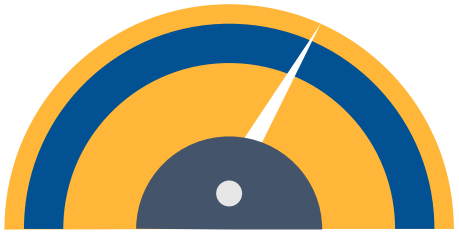


SOCIAL MEDIA - ADS



FACEBOOK

- Facebook ads Video 6s
  2,000,000 lượt view
- Facebook ads boost post
  80,000 lượt tương tác
- Facebook ads minigame
  4,000 lượt tham gia
- Facebook ads click to microsite
  140,000 leads



ZALO

- Zalo ads minigame
  4,000 lượt tham gia
- Zalo ads click to microsite
  140,000 leads
- Zalo ads quảng cáo bài viết ngày khai trương 8,000 clicks
- Zalo ads quảng cáo bài weekly content 32,000 clicks



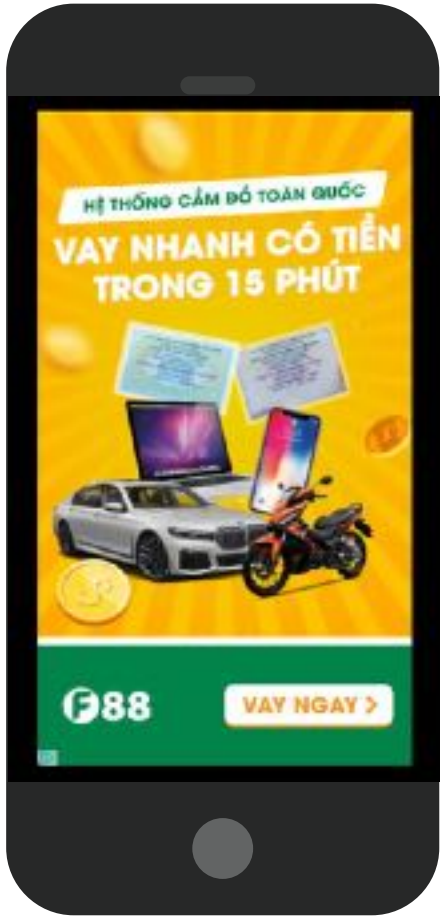
YOUTUBE

- Youtube in-stream ads ('Youtube video 6s bumper ads)
- KPI: 8,000,000 lượt hiển thị tổng chiến dịch 4 quý.

AD NETWORK - MOBILE APP

❖ Quảng cáo đa phương tiện trên các App, Game online...

- ✓ Banner quảng cáo theo định dạng mobile sẽ hiện lên trên các app chụp hình, app dọc báo, app chơi game... có lượt người dùng cao.
- ✓ Số lượt hiển thị trên App điện thoại người dùng.



MICROSITE APP QUAY SỐ TRÚNG THƯỞNG

THIẾT KẾ ĐỒ HỌA GIAO DIỆN MICROSITE



- Lập trình chuyển đổi giao diện đồ họa sang ngôn ngữ html
- Lập trình front-end: Lập trình template cho website & tích hợp vào back-end để hiển thị dữ liệu, thông tin phía người dùng
- Hỗ trợ responsive trên các thiết bị di động"
- Thiết kế database
- Lập trình tính năng quản trị nội dung chương trình quay số.
- Quản lý danh sách giải thưởng & danh sách khách hàng.
- Quản lý phân bổ số lượng giải thưởng cho toàn chương trình
- Export danh sách khách trúng thưởng theo các địa điểm user tương ứng với PGD để phân bổ xuống cho các PGD trao quà tặng"

PR ONLINE

- Truyền thông báo chí Online









































- Tạo độ tin tưởng và lan rộng hình ảnh.
- Mỗi đầu báo 1 tháng 1 bài, thực hiện trong 12 tháng.

TỜ RƠI QUẢNG CÁO



- Phát tờ rơi quảng cáo dạng quạt tại các điểm trường đại học.
- Phát tờ rơi quảng cáo dạng quạt tại các khu công nghiệp, khu chế xuất.
- Phát tờ rơi quảng cáo, quà tặng thương hiệu tại các khu chợ, khu buốn bán xuất nhập hàng hoá xầm uất.
- Thiết kế tờ rơi rạng quạt cầm tay có in thông tin & thương hiệu, các chương trình ưu đãi.

TRUYỀN THÔNG OFFLINE

Radio

- Kênh giao thông VOV.
- Kênh giao thông VOH.

- Booking & lên tin theo từng khung giờ cao điểm cho các chiến dịch.



KÊNH TRUYỀN HÌNH



- Truyền thông đi tin trên kênh truyền hình dành cho sự kiện họp báo công bố ra mắt thương hiệu.
- Tổng hợp hình ảnh & Clip để đi tin sau sự kiện.

➢ Đi tin trên kênh truyền hình VTV & HTV.

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

BÁO GIÁ

STT	HẠNG MỤC CÔNG VIỆC / CHI PHÍ	ĐỊNH HƯỚNG THỰC HIỆN	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền	Quý I			Quý II			Quý III			Quý IV		
							T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
A	SẢN XUẤT CÔNG CỤ TRUYỀN THÔNG																	
I	Hình ảnh	T99 book và thực hiện																
1	Hình ảnh recap các sự kiện Đào tạo (3 sự kiện)	- Chụp hình tư liệu nhân viên T99 tham gia các khoá học để truyền thông nội bộ					X											
2	Hình ảnh Recap sự kiện họp báo	- 2 chụp hình (chụp hình khách mời & hình recap sự kiện để làm tư liệu).					X											
3	Hình recap sự kiện khai trương	- 1 chụp hình (hình recap sự kiện để làm tư liệu) tại 1 điểm sự kiện chính.					X											
II	Video	T99 book và thực hiện																
4	Sản xuất clip recap sự kiện Đào tạo (3 sự kiện)	- 2 máy quay & 1 Gimble (Clip Ghi lại clip để làm tư liệu truyền thông nội bộ T99) - Xả source & edit Clip Recap					X											
5	Sản xuất Clip recap sự kiện Họp báo công bố thương hiệu	- 3 máy quay . (Ghi lại clip để làm tư liệu truyền thông Social & báo chí). - Xả soure & Edit clip recap. 1 phim 5 phút và 1 phim full					X											
6	Sản xuất Clip recap sự kiện khai trương T99	- 3 máy quay (Ghi lại clip để làm tư liệu truyền thông Social & báo chí). - Xả source & edit clip recap (1 phim 5 phút và 1 phim full)					X											
7	Livestream tại sự kiện	- 1 máy livstream.					X											
8	Sản xuất clip Phóng sự lý do ra đời của T99	- Nội dung Clip. - Quay phim tư liệu. - Thu voice. - Dựng Clip					X											
9	Sản xuất clip chạy Ads Social	- Mỗi quý 1 Clip theo chủ đề của chiến dịch. Mỗi clip khoảng 30s - 1phút để chạy PR trên các kênh social. (4 clip cho 4 quý) - Video Ads 6s (1Clip) (Bumper Ads Youtube & Facebook)					X (Clip Ads 6s)	X (Chủ đề Quý I)			**X (Quý II)**			**X (Quý III)**			**X (Quý IV)**	
III	Thiết kế & sản xuất công cụ truyền thông																	
10	Các hạng mục quà tặng	T99 phụ trách	gói	1		-												
	- Phong bao lì xì cho chiến dịch Tết & năm mới 2021	- Lên ý tưởng thiết kế & sản xuất					X											
	- Phiếu quà tặng						X											
	- Mũ bảo hiểm						X											
	- Áo mưa						X											
	- Dù tặng các địa điểm bán hàng & các tiểu thương.						X											
	- Vạt trải bàn bán hàng tại chợ (tặng các tiểu thương ở chợ).						X											
	- Quạt quảng cáo in hình & thông tin thương hiệu						X											

BÁO GIÁ

STT	HẠNG MỤC CÔNG VIỆC / CHI PHÍ	ĐỊNH HƯỚNG THỰC HIỆN	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền	Quý I			Quý II			Quý III			Quý IV		
							T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
A	SẢN XUẤT CÔNG CỤ TRUYỀN THÔNG																	
III	Thiết kế & sản xuất công cụ truyền thông																	
11	Các hạng mục nhận diện	T99 phụ trách	gói	1														
	- Thiết kế Poster	Hệ thống poster hình ảnh chạy PR trên các kênh social & báo chí theo các chiến dịch theo quý	tháng	12		-	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	- Thiết kế Tờ rơi dạng quạt	Thiết kế tờ rơi rạng quạt cầm tay có in thông tin & thương hiệu, các chương trình ưu đãi, phát cho học sinh sinh viên, công nhân, tiểu thương	gói	1		-	X											
B	SẢN XUẤT SỰ KIỆN																	-
IV	Sự kiện Đào tạo xây dựng hệ thống nhân sự		gói	1	450,000,000	450,000,000												
12	Đào tạo nhân sự cấp cao nhằm xây dựng nền móng của tổ chức. Các nhân sự hiểu rõ về tầm nhìn chiến lược , sứ mệnh của T99.	- Chuyên gia đào tạo. - Chi phí triển khai & sản xuất. - Tổ chức tại 3 khu vực: Sài Gòn - Hà Nội - Đà Nẵng					X											
13	Đào tạo thương hiệu cá nhân của nhân viên gắn với T99 nhằm tận dụng tối đa sự kết nối của mỗi cá nhân với niềm tự hào khi được làm việc tại T99.						X											
14	Đào tạo phong thái và kỹ năng ứng xử giải quyết tình huống cho cấp lãnh đạo cửa hàng và nhân viên						X											
V	Sự kiện truyền thông	gộp chung 2 sự kiện trong 1 ngày	sự kiện	1	530,000,000	530,000,000												
15	Sự kiện họp báo công bố thương hiệu	- 50 phóng viên, nhà báo. - Concept sự kiện & triển khai sản xuất.					X											
16	Sự kiện Khai trương	- Concept sự kiện & triển khai sản xuất. - MC Thanh Bạch Điều phối livestream sự kiện					X											
VI	Sự kiện nội bộ	T99 có thể tự tổ chức cho các hoạt động này																
17	Tổ chức vinh danh chi nhánh xuất sắc theo tháng	thông tin nội bộ và viết bài truyền thông cho cá nhân xuất sắc . Thưởng nóng theo tháng																
18	Tổ chức vinh danh quý dành cho chi nhánh xuất sắc	họp mặt các Leader các chi nhánh và vinh danh tại sự kiện . Tổ chức theo khu vực Bắc - Trung - Nam																
19	Tổ chức 6 tháng team Building ngân sách dự kiến 3 triệu/người	tổ chức theo từng khu vực																
20	Tháng 12 tổ chức sự kiện T99 Supper Stars ngân sách dự kiến: 20 triệu/người	dành cho những cá nhân xuất sắc nhất trong 12 tháng đến từ các chi nhánh trên toàn quốc được trải nghiệm sự kiện đẳng cấp 5 sao và gặp những người thành đạt nổi tiếng .																

STT	HẠNG MỤC CÔNG VIỆC / CHI PHÍ	ĐỊNH HƯỚNG THỰC HIỆN	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền	Quý I			Quý II			Quý III			Quý IV		
							T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
C	KÊNH TRUYỀN THÔNG																	-
VI	Truyền thông Online																	
17	Social Media		tháng	12	400,000,000	4,800,000,000												
	Fanpage Facebook - Định Định Hướng Nội Dung và Quản lý tương tác Facebook. - Sản xuất nội dung và tăng tương tác post . - Minigame Facebook - giai đoạn teasing. - Minigame Facebook - Theo các chiến dịch của Quý, mỗi Quý là 1 minigame dành cho 1 đối tượng nhất định. -	- Định hướng nội dung từng giai đoạn - Lập kế hoạch nội dung hàng tháng, hàng tuần - Quản lý tương tác và trả lời comment thành viên - Quản lý hoạt động trên page. - Copywrite nội dung các post Facebook & thiết kế hình ảnh/ slideshow cho từng post - Weekly content: 02 post/ tuần - 01 Post promote ngày khai trương. - Thiết kế cách thức tham gia minigmae - Tổ chức thực hiện & quản lý + trao thưởng người chơi - Quản lý tính trung thực, xử lý khiếu nại, liên hệ người chơi tham gia trao giải.					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Facebook Ads - Facebook ads Video 6s - Facebook ads boost post tương tác weekly content - Facebook ads boost post hiển thị (post ngày khai trương, họp báo) - Facebook ads minigame - Facebook ads click to microsite quay số may mắn online	**KPI: tổng chiến dịch 4 quý** - Facebook ads Video 6s **2,000,000 luyt view** tổng chiến dịch 4 quý - Facebook ads boost post tương tác weekly content **80,000 luyt tương** tác tổng chiến dịch 4 quý - Facebook ads boost post hiển thị (post ngày khai trương) **400,000 luyt hiển thị** tổng chiến dịch 2 sự kiện - Facebook ads minigame **4,000 luyt tham gia** tổng chiến dịch 4 quý - Facebook ads click to microsite quay số may mắn online **140,000 leads** tổng chiến dịch 4 quý					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Youtube - Youtube in-stream ads (Youtube video 6s bumper ads)	- Quảng cáo trên youtube theo phân khúc khách hàng các Clip ngắn viral theo chủ đề từng Quý, mỗi video youtube chạy ads sẽ khoanh vùng địa lý giới tính và độ tuổi. - KPI: 8,000,000 lượt hiển thị tổng chiến dịch 4 quý					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Zalo - Quản lý Zalo AO - Minigame Zalo - giai đoạn teasing Quý I - Minigame Zalo các quý II,III, IV theo chủ đề của các chiến dịch.	- Lên bài theo chiến dịch & chạy quảng cáo trên hệ thống kênh Zalo. - Quản lý đăng bài viết - Trả lời tin nhắn người dùng. - Thiết kế cách thức tham gia - Tổ chức thực hiện & quản lý + trao thưởng người chơi - Quản lý tính trung thực, xử lý khiếu nại, liên hệ người chơi tham gia trao giải.					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Zalo Ads - Zalo ads minigame - Zalo ads click to microsite quay số may mắn online - Zalo ads quảng cáo bài viết ngày khai trương - Zalo ads quảng cáo bài weekly content	**KPI: tổng chiến dịch 4 quý** - Zalo ads minigame 4,000 lượt tham gia - Zalo ads click to microsite quay số may mắn online 140,000 leads - Zalo ads quảng cáo bài viết ngày khai trương 8,000 clicks - Zalo ads quảng cáo bài weekly content 32,000 clicks					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Ad Network. -> Quảng cáo đa phương tiện trên các App, Game online…	- Banner quảng cáo theo định dạng mobile sẽ hiện lên trên các app chụp hình, app đọc báo, app chơi game.... có lượt người dùng cao. - Số lượt hiển thị trên App điện thoại người dùng.					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	MICROSITE APP QUAY SỐ TRÚNG THƯỞNG - Thiết kế giao diện - Lập trình front-end - Lập trình back-end - Testing & demo - Cài đặt web lên server - Bảo trì, bảo hành	**Thiết kế đồ họa giao diện microsite** - Lập trình chuyển đổi giao diện đồ họa sang ngôn ngữ html - Lập trình front-end: Lập trình template cho website & tích hợp vào back-end để hiển thị dữ liệu, thông tin phía người dùng - Hỗ trợ responsive trên các thiết bị di động" - Thiết kế database - Lập trình tính năng quản trị nội dung chương trình quay số. - Quản lý danh sách giải thưởng - Quản lý danh sách khách hàng - Quản lý phân bổ số lượng giải thưởng cho toàn chương trình - Export danh sách khách trúng thưởng theo các địa điểm user tương ứng với PGD để phân bổ xuống cho các PGD trao quà tặng" Chạy demo testing website & hoàn thiện chỉnh sửa web trước khi launch website Cài đặt lên server & trỏ đến tên miền chính thức website Bảo trì, bảo hành website trong suốt chiến dịch					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

STT	HẠNG MỤC CÔNG VIỆC / CHI PHÍ	ĐỊNH HƯỚNG THỰC HIỆN	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền	Quý I			Quý II			Quý III			Quý IV		
							T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
C	KÊNH TRUYỀN THÔNG																	-
VI	Truyền thông Online																	
18	Truyền thông trên hệ thống báo chí online																	
	Thanhnienonline - Truy cập/tháng/tháng: 16.787.602 - Lượt xem/tháng: 94.116.498 - Đối tượng: Tất cả các đối tượng + Man: 67.5% +Woman: 32.5%		bài	6	12,000,000	72,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Dantri.vn - Truy cập/tháng/tháng: 170.097.531 -Lượt xem: 718.346.402 -Đối tượng: Tất cả đối tượng +Man: 51% +Woman: 49%		bài	6	10,000,000	60,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	vnexpress.net -Truy cập/tháng/tháng:213.874.829 -Lượt xem/tháng: 864.272.391 -Đối tượng: Quan tâm về các chủ đề kinh tế giáo dục +Man: 68.11% +Woman: 31.89%		bài	6	15,000,000	90,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	24h.com.vn -Truy cập/tháng/tháng: 223.000.000 -Lượt xem/tháng:1.300.000 -Đối tượng: Tất cả đối tượng +Man:59% +Woman:41%		bài	6	10,000,000	60,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Eva - Lượt xem/bài viết/ngày: 2.000 - 3.000 - Đối tượng: Nữ 18 tuổi trở lên.		bài	6	10,000,000	60,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Vietnamnet - Lượt xem/bài viết/ngày: 3.000 - Đối tượng: Công dân Việt Nam 16 tuổi trở lên. + Man: 63% + Women: 37%		bài	6	10,000,000	60,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Tuoitre.vn - Lượt xem/bài viết/ ngày: 2.000 - Đối tượng: Công dân Việt Nam 16 tuổi trở lên. + Man: 63% + Women: 37%		bài	6	10,000,000	60,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	cafebiz - Lượt xem/bài viết/ ngày: 2.000 - Đối tượng: Công dân Việt Nam 25 tuổi trở lên. + Man: 71% + Women: 29%		bài	6	8,000,000	48,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Nhịp cầu thương hiệu - Lượt xem/bài viết/ ngày: 2.000 - Đối tượng: Công dân Việt Nam 25 tuổi trở lên. + Man: 71% + Women: 29%		bài	6	8,000,000	48,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		Quý 1: Tập Đối tượng: Những người có quỹ																

STT	HẠNG MỤC CÔNG VIỆC / CHI PHÍ	ĐỊNH HƯỚNG THỰC HIỆN	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền	Quý I			Quý II			Quý III			Quý IV		
							T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
C	KÊNH TRUYỀN THÔNG																	-
VI	Truyền thông Online																	
18	Truyền thông trên hệ thống báo chí online																	
	Doanh nhân ngày nay - Lượt xem/bài viết/ ngày: 1.500 - Đối tượng: Công dân Việt Nam 25 tuổi trở lên. + Man: 53.14% + Women: 46,86%	Quý 1: Tết, Đối tượng: Những người xa quê Báo chí: Tỉa các bài về - Họp báo ra mắt T99 - Sự kiện khai trương đồng loạt 70 cửa hàng trên toàn quốc - Chương trình đặc biệt của T99 hỗ trợ cho vay trong dịp Tết (nếu có)	bài	6	8,000,000	48,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Doanh nhân sài Gòn - Lượt xem/bài viết/ ngày: 1.000 - Đối tượng: Khu vực miền nam, công dân VN từ 25 tuổi trở lên. + Man: 67.6% + Women: 32,4%	Quý 2: Đối tượng công nhân Báo chí: Các bài viết về - Bài viết về chương trình đặc biệt dành cho Công nhân - Bài tổng hợp các câu chuyện, khúc cuối lồng 1 đoạn ngắn về T99	bài	6	8,000,000	48,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Tinnhanhchungkhoan.vn - Lượt xem/bài viết/ ngày: 1.000 - 2.000 - Đối tượng: Công dân Việt Nam 21 tuổi trở lên. + Man: 61,2% + Women: 38,8%	Quý 3: Tiểu thương Báo chí: Tỉa bài về - Bài viết về về nỗi lo của các tiểu thương (thiếu tiền nhập hàng, xoay vòng vốn,…) & sự đồng hành của T99 - Bài tổng hợp về T99 & sự phát triển mạnh mẽ trong suốt 9 tháng để thay đổi cái nhìn của cộng đồng về 1 hệ thống cầm đồ hiện đại.	bài	6	12,000,000	72,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	baodautu.vn - Lượt xem/bài viết/ ngày: 1.000 - 2.000 - Đối tượng: Công dân Việt Nam 25 tuổi trở lên. + Man: 77% + Women: 23%	Quý 4: giải quyết vấn đề sinh viên, T99 đồng hành sinh viên nghèo vượt khó. Các câu chuyện truyền cảm hứng.	bài	6	10,000,000	60,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	vietnambiz.vn - Lượt xem/bài viết/ ngày: 500 - 1.000 - Đối tượng: Công dân Việt Nam 25 tuổi trở lên. + Man: 64,19% + Women: 35,81%	Báo chí: - Chạy ads trên các trang báo online dành cho giới trẻ về chương trình ưu đãi cho sinh viên - Bài viết được đăng xen kẽ giữa các tháng	bài	6	8,000,000	48,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	nhipcaudautu.vn - Lượt xem/bài viết/ ngày: 2.000 - 3.000 - Đối tượng: Công dân Việt Nam 25 tuổi trở lên. + Man: 69.7% + Women: 30.3%	- Đi trên các tiểu mục của từng báo	bài	6	12,000,000	72,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	cafef.vn - Lượt xem/bài viết/ ngày: 500 - 1.000 - Đối tượng: Công dân Việt Nam 25 tuổi trở lên. + Man: 71% + Women: 29%		bài	6	12,000,000	72,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	thesaigontimes.vn - Lượt xem/bài viết/ ngày: 2.000 - 3.000 - Đối tượng: Công dân Việt Nam 25 tuổi trở lên. + Man: 53.14% + Women: 46.86%		bài	6	12,000,000	72,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	enternews.vn - Lượt xem/bài viết/ ngày: 1.000 - 2.000 - Đối tượng: Công dân Việt Nam 25 tuổi trở lên. + Man: 55.38% + Women: 44.62%		bài	6	12,000,000	72,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

STT	HẠNG MỤC CÔNG VIỆC / CHI PHÍ	ĐỊNH HƯỚNG THỰC HIỆN	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền	Quý I			Quý II			Quý III			Quý IV		
							T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
C	KÊNH TRUYỀN THÔNG																	-
VI	Truyền thông Online																	
18	Truyền thông trên hệ thống báo chí online																	
	Zing.vn -Truy cập/tháng/tháng: 160.000.0000 -Lượt xem/tháng: 1.500.000.000 -Đối tượng: Tất cả các đối tượng + Man:60.3% + Woman:39.7%	Quý 1: Tết, Đối tượng: Những người xa quê Báo chí: Tia các bài về - Họp báo ra mắt T99 - Sự kiện khai trương đồng loạt 70 cửa hàng trên toàn quốc - Chương trình đặc biệt của T99 hỗ trợ cho vay trong dịp Tết (nếu có)	bài	6	10,000,000	60,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Báo Lao động - Lượt xem/bài viết/ ngày: 500 - 1.000 - Đối tượng: Khu vực phía Bắc, Công dân Việt Nam 18 tuổi trở lên. + Man: 66,2% + Women: 33,8%	Quý 2: Đối tượng công nhân Báo chí: Các bài viết về - Bài viết về chương trình đặc biệt dành cho Công nhân - Bài tổng hợp các câu chuyện, khúc cuối lồng 1 đoạn ngắn về T99	bài	6	8,000,000	48,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Báo Tiền Phong - Lượt xem/bài viết/ ngày: 1.000 - 2.000 - Đối tượng: Công dân Việt Nam 16 tuổi trở lên. + Man: 57,82% + Women: 42.18%	Quý 3: Tiểu thương Báo chí: Tia bài về - Bài viết về về nỗi lo của các tiểu thương (thiếu tiền nhập hàng, xoay vòng vốn,...) & sự đồng hành của T99 - Bài tổng hợp về T99 & sự phát triển mạnh mẽ trong suốt 9 tháng để thay đổi cái nhìn của cộng đồng về 1 hệ thống cầm đồ hiện đại.	bài	6	8,000,000	48,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Soha - Lượt xem/bài viết/ ngày: 500 - 1.000 - Đối tượng: Giới trẻ 18 tuổi trở lên. + Man: 41,8% + Women: 58.1%	Quý 4: giải quyết vấn đề sinh viên, T99 đồng hành sinh viên nghèo vượt khó. Các câu chuyện truyền cảm hứng. Báo chí:	bài	6	8,000,000	48,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Afamily - Lượt xem/bài viết/ ngày: 500 - 1.000 - Đối tượng: Nữ 18 tuổi trở lên. + Man: 19% + Women: 81%	- Chạy ads trên các trang báo online dành cho giới trẻ về chương trình ưu đãi cho sinh viên - Bài viết được đăng xen kẽ giữa các tháng - Đi trên các tiểu mục của từng báo	bài	6	8,000,000	48,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
VII	Truyền thông Offline																	
19	Quảng cáo Radio phát trên xe ô tô					-												
	- Kênh giao thông VOV	- Booking & lên tin theo từng khung giờ cao điểm - đi 1 tin vào thứ 3 và thứ 5 (khung giờ 6h30am đến 9h30am) - 8 spot/tháng x 12 tháng = 96 spot	spot	96	10,800,000	1,036,800,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	- Kênh giao thông VOH	- Booking & lên tin theo từng khung giờ cao điểm - đi 1 tin vào thứ 3 và thứ 5 (khung giờ 8h00am đến 10h00am) - Thời lượng 30s - 8 spot/tháng x 12 tháng = 96 spot	spot	96	10,000,000	960,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	- Sáng tác nội dung kịch bản	Thời lượng: 30s - 90s	lần	96	2,000,000	192,000,000												
	- Sử dụng 01 Giọng đọc (Nam/Nữ, Miền Bắc/ Miền Nam)	Thời lượng: 30s - 90s	lần	96	3,000,000	288,000,000												
	- Phòng thu, kỹ thuật thu - dựng - Mix nhạc hoàn thiện	Thời lượng: 30s - 90s	lần	96	1,500,000	144,000,000												

STT	HẠNG MỤC CÔNG VIỆC / CHI PHÍ	ĐỊNH HƯỚNG THỰC HIỆN	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền	Quý I			Quý II			Quý III			Quý IV		
							T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
C	KÊNH TRUYỀN THÔNG																	-
VII	Truyền thông Offline																	
19	Quảng cáo Radio phát trên xe ô tô					-												
	- Kênh giao thông VOV	- Booking & lên tin theo từng khung giờ cao điểm - đi 1 tin vào thứ 3 và thứ 5 (khung giờ 6h30am đến 9h30am) - 8 spot/tháng x 12 tháng = 96 spot	spot	96	10,800,000	1,036,800,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	- Kênh giao thông VOH	- Booking & lên tin theo từng khung giờ cao điểm - đi 1 tin vào thứ 3 và thứ 5 (khung giờ 8h00am đến 10h00am) - Thời lượng 30s - 8 spot/tháng x 12 tháng = 96 spot	spot	96	10,000,000	960,000,000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	- Sáng tác nội dung kịch bản	Thời lượng: 30s - 90s	lần	96	2,000,000	192,000,000												
	- Sử dụng 01 Giọng đọc (Nam/Nữ, Miền Bắc/ Miền Nam)	Thời lượng: 30s - 90s	lần	96	3,000,000	288,000,000												
	- Phòng thu, kỹ thuật thu - dựng - Mix nhạc hoàn thiện	Thời lượng: 30s - 90s	lần	96	1,500,000	144,000,000												
20	Tờ rơi quảng cáo					-												
	- Phát tờ rơi quảng cáo dạng quạt tại các điểm trường đại học	- truyền thông bằng tờ rơi trong chiến dịch quý 4: "ĐỒNG HÀNH CÙNG SINH VIÊN VƯỢT KHÓ"				-		X									X	
	- Phát tờ rơi quảng cáo tại các khu công nghiệp, khu chế xuất	- Tờ rơi quảng cáo Chiến dịch giải cứu ví tiền cùng T99 dành cho các công nhân tại các khu công nghiệp.				-					X							
	- Phát tờ rơi quảng cáo, quà tặng thương hiệu tại các khu chợ, khu buôn bán xuất nhập hàng hoá xầm uất.	- Tờ rơi quảng cáo trong chiến dịch "đồng hành với tiểu thương vượt khó" phát tại các khu chợ.				-								X				
21	Quảng cáo trên kênh truyền hình					-												
	- Kênh truyền hình VTV	- Booking & lên tin cho sự kiện họp báo (sau sự kiện)				-	X											
	- Kênh giao thông HTV					-	X											
	Cộng					**9,774,800,000**												
	Phí quản lý của Nam Hương Corp	**- Hàng tuần họp 2 giờ để tư vấn các nội dung cho T99 - Trong quá trình thực hiện nếu cần tư vấn thì tư vấn qua group chat zalo, viber, whatsapp, email,... - ....**	**tháng**	**12**	**200,000,000**	**2,400,000,000**												
	Cộng					**12,174,800,000**												
	Thuế VAT 10%					**1,217,480,000**												
	Tổng cộng					**13,392,280,000**												

HỌP BÁO RA MẮT VÀ LỄ KHAI TRƯƠNG

THƯƠNG HIỆU CẦM ĐỒ - T99



Presented by NAM HƯƠNG MEDIA & EVENT

AGENDA

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

01 Mục đích – Đối tượng

02 Thời gian – Địa điểm

03 Nội dung sự kiện

04 Truyền thông



MỤC ĐÍCH

ĐỐI TƯỢNG

MỤC ĐÍCH



Ra mắt thương hiệu T99 - Hệ thống cầm đồ số 1 Việt Nam

Công bố hệ thống nhận diện T99

Mission

Vision

Công bố sứ mệnh & tầm nhìn T99



Ra mắt Ban Lãnh Đạo T99



Khai trương 71 chi nhánh của T99 và các hoạt động truyền cảm hứng

ĐỐI TƯỢNG

- Cơ quan báo chí
- Ban lãnh đạo Tập đoàn
- Khách mời
- Công nhân viên



THÔNG ĐIỆP TRUYỀN THÔNG

1

Ra mắt chính thức thương hiệu T99
- Giới thiệu BGĐ, ý nghĩa thương hiệu
- Hơn 70 cửa hàng tại HN và HCM
- Mini Game chào đón khai trương

2

Thay đổi nhận thức về tiệm cầm đồ
- Là giải pháp tài chính thân thiện, nhanh, gọn, hiệu quả
- Minh bạch về tài chính
- Tuân thủ đúng pháp luật

3

Thay đổi nhận thức về người cầm đồ
- Là sinh viên nghèo hiếu học
- Tiểu thương cần tiền để xoay vòng vốn
- Người lao động cần tiền chi trả chi phí

Thời gian: 8h30 - 12h00 ngày 01/01/2021

Địa điểm: Asiana Plaza Bình Thạnh, 45 – 47 Phan Đăng Lưu, Phường 3, Quận Bình Thạnh, TP Hồ Chí Minh

Số lượng: 200 khách mời và Cán bộ, nhân viên T99





NỘI DUNG SỰ KIỆN

Timeline

8h30 – 9h30	Đón khách, tiệc trà
9h30 – 9h35	Múa mở màn “Người bạn đồng hành” – Ra mắt logo T99
9h35 – 9h40	Giới thiệu chương trình – Đại biểu
9h40 – 10h00	Phát biểu của CT HĐQT T99
10h00 – 10h15	Lễ cắt băng khánh thành khai trương hệ thống T99
10h15 – 11h30	Cuộc thi T99 truyền cảm hứng
11h30 – 11h35	Lucky draw tại sự kiện
11h35 – 11h40	Công bố kết quả đội thắng cuộc và trao giải online
11h40 – 11h45	Group photo. Kết thúc chương trình





ĐÓN KHÁCH

- Hướng dẫn khách check in & chụp hình với backdrop.
- Tiếp đón báo chí
- Khách mời dùng Welcome drink và networking trước khi bắt đầu vào chương trình.

MÚA TƯƠNG TÁC
NGƯỜI BẠN ĐỒNG HÀNH

- Múa giới thiệu Tập đoàn
- Giới thiệu logo T99



PHÁT CLIP

Clip giới thiệu mục đích ý nghĩa về sự ra đời của T99 với mục tiêu trở thành hệ thống cầm đồ số 1 Việt Nam







MC GIỚI THIỆU CHƯƠNG TRÌNH

- Tuyên bố lý do
- Giới thiệu VIP



PHÁT BIỂU CỦA CHỦ TỊCH HĐQT T99

RA MẮT BAN GIÁM ĐỐC T99







KHAI TRƯƠNG

- Lễ cắt băng khánh thành khai trương chuỗi hệ thống T99
- Múa lân sư rồng chúc mừng thương hiệu

CUỘC THI T99 TRUYỀN CẢM HỨNG



Giới thiệu 71 đầu cầu T99



Mỗi đầu cầu có 1 phút để giới thiệu về điểm giao dịch của mình cũng như mục tiêu phát triển sự nghiệp cùng T99



Ban giám khảo sẽ chấm điểm trao giải nhất, nhì, ba cho 3 điểm giao dịch truyền cảm hứng tốt nhất.



LUCKY DRAW TẠI SỰ KIỆN



CÔNG BỐ CHI NHÁNH THẮNG CUỘC

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

Hệ thống nhận diện sự kiện



Backdrop



Thiệp mời



Hệ thống Led

T99

TRUYỀN THÔNG 360

Mô hình truyền thông tích hợp đa phương tiện (truyền thông 360) tạo độ bao phủ thông tin trên mọi kênh truyền thông cho các đơn vị tài trợ, đồng hành.





BÁO, TRUYỀN HÌNH

T99

BÁO CHÍ ONLINE

T99



STT	CÁC TRANG BÁO ONLINE
1	- Bsin.vn
2	- WLIN
3	- Cẩm nang mua sắm
4	- Vnexpress
5	- Eva
6	- Vietnamnet
7	- Tuoitre.vn
8	- Dantri
9	- cafebiz
10	- Nhịp cầu thương hiệu
11	- Doanh nhân ngày nay
12	- Doanh nhân sài Gòn
13	- Thanh niên online
14	- tiennhanhchungkhoan.vn
15	- taichinhaz.vn
16	- ndh.vn
17	- baodautu.vn

STT	CÁC TRANG BÁO ONLINE
18	- vietnambiz.vn
19	- nhipcaudautu.vn
20	- cafef.vn
21	- thesaigontimes.vn
22	- vietstock.vn
23	- enternews.vn
24	- vietnamfinance.vn
25	- vnfinance.vn
26	- nhadautu.vn
27	- Zing
28	- Báo Lao động
29	- Báo Tiền Phong
30	- Báo Văn Hóa
31	- Soha
32	- Afamily

STT	Truyền hình
33	- HTV
34	- VTV

STT	HẠNG MỤC CÔNG VIỆC / CHI PHÍ	ĐỊNH HƯỚNG THỰC HIỆN	ĐƠN VỊ TÍNH	SỐ LƯỢNG	ĐƠN GIÁ	THÀNH TIỀN	Đơn vị thực hiện	
A	**Họp báo công bố ra mắt thương hiệu T99 Thời gian : tháng 12/2020 Số lượng : 100 khách mời là phóng viên báo chí và các nhà đầu tư tiềm năng Địa điểm ; khách sạn 5 sao Concept ; Tiệc trà Thời gian : 9h-11h sáng**	**Mục tiêu : Công bố hệ thống nhận diện T99 , công bố tầm nhìn , sứ mệnh và định hướng phát triển T99 với thị trường VN . Công bố sự hợp tác của T99 với các đối tác đồng hành nhằm đưa T99 phát triển bền vững**	**NHC thực hiện**				**T99**	**NHC**
I	**các hạng mục chung**							
1	Kịch bản chương trình	Kịch bản sự kiện, kịch bản đạo diễn, kịch bản MC	gói	1	20,000,000	20,000,000		x
2	Thông cáo báo chí cho họp báo + khai trương		gói	1	40,000,000	40,000,000		x
3	Concept	Ý tưởng chương trình	gói	1	20,000,000	20,000,000		x
4	Xin giấy phép tổ chức sự kiện		gói	1	20,000,000	20,000,000		x
II	**Sản xuất sự kiện**							
1	Thiết kế toàn bộ hệ thống sự kiện	Thiết kế Photobanner, backdrop, standee sự kiện. Thiết kế poster, thiệp mời online sự kiện Thiết kế bìa MC, bọc MIC MC Thiết kế nhãn dãn chai nước Thiết kế layout 2D sự kiện	gói	1		-	x	
2	Photobanner	kích thước 3x6m, in hiflex 2 da, bắn khung sắt	m2	18		-	x	
3	Bục sàn photobanner	Kích thước 6x2x0.1, ván MDF, bắn khung sắt	m2	12		-	x	

4	Xin giấy phép tổ chức sự kiện		gói	1	20,000,000	20,000,000		x
II	**Sản xuất sự kiện**							
1	Thiết kế toàn bộ hệ thống sự kiện	Thiết kế Photobanner, backdrop, standee sự kiện. Thiết kế poster, thiệp mời online sự kiện Thiết kế bìa MC, bọc MIC MC Thiết kế nhãn dãn chai nước Thiết kế layout 2D sự kiện	gói	1		-	x	
2	Photobanner	kích thước 3x6m, in hiflex 2 da, bắn khung sắt	m2	18		-	x	
3	Bục sàn photobanner	Kích thước 6x2x0.1, ván MDF, bắn khung sắt	m2	12		-	x	
4	Thảm đỏ	Trải thảm khu vực photobanner	m2	12		-	x	
5	In stadee trưng bày	In Hiflex, kích thước 0.8x1.8, thuê chân cuốn	cái	5		-	x	
6	Hashtag	- In decal. Cán form	cái	5		-	x	
7	Sticker khách mời	- in decal dán, bế tròn, in 1 bộ	cái	150		-	x	
8	Bọc mic	- in decal, bế dán	cái	4		-	x	
9	Bìa MC	- in decal, 2 cái	cái	2		-	x	
10	Băng kéo	- In Hiflex, kẹp cây 2 đầu để cầm - 1 cái	cái	2		-	x	
11	Folder ký kết giữa các bên	- In decal, dán lên folder	cái	10		-	x	
12	Đèn kino chiếu photobanner	chiếu sáng khu vực photobannern để chụp hình	cái	2		-	x	
13	Hệ thống âm thanh ánh sáng sự kiện	Âm thanh ánh sáng đảm bảo sự kiện	gói	1		-	x	
14	Màn hình led sân khấu	kích thước 4x9	m2	36		-	x	
15	sản xuất clip phát tại sự kiện	Clip ngắn giới thiệu T99	clip	1		-	x	
16	Thuê bộ đàm chạy sự kiện		cái	10		-	x	
17	Phí mang âm thanh ánh sáng led vào khách sạn		gói	1		-	x	
18	Hoa để bàn	Hoa để bục phát biểu và các bàn VIP	khay	6		-	x	

19	Hoa tặng	Hoa tặng cho đại biểu	bó	10		-	x	
20	Tiệc trà (Trà - café - bánh ngọt)	Dự kiến Asiana Plaza	người	100		-	x	
21	Phí thuê sảnh		gói	1		-	x	
III	**Nhân sự**							
1	Quản lý và điều hành sự kiện		gói	1	100,000,000	100,000,000	x	x
2	PGs đón khách	PGs đón khách	PGs	4		-	x	
3	Photographer	Chụp hình đón khách - sự kiện	người	2		-	x	
4	Nhóm múa khai mạc	Múa xếp logo T99	nhóm	1		-	x	
5	Quay phim tư liệu	3 máy quay - 1 phim 5 phút và 1 phim full	gói	1		-	x	
6	Phí theo dõi và báo cáo sao lục truyền thông		gói	1	20,000,000	20,000,000		x
7	MC sự kiện họp báo + host zoom các điểm	MC Anh Quân hoặc Thanh Bạch	người	1		-	x	
8	Phí vận chuyển và lắp đặt		gói	1		-	x	
IV	**Truyền thông đưa tin**	**Mời 50 phóng viên báo chí tham gia họp báo**				-		
1	Mời 50 phóng viên báo đài tham gia họp báo và đưa tin sự kiện		báo	50	2,000,000	100,000,000		x
2	Đưa tin trên HTV		tin	1	15,000,000	15,000,000		x
3	Đưa tin trên VTV		tin	1	25,000,000	25,000,000		x
B	**Khai trương tại văn phòng chính và các điểm giao dịch**	**T99 có thể tự thực hiện theo sự tư vấn của NHC**						
I	**các hạng mục chung**							
1	Kịch bản online - offline	Kịch bản sự kiện, kịch bản đạo diễn, kịch bản MC	gói	1	30,000,000	30,000,000		x
2	Concept cho sự kiện tại VP chính + kịch bản chung cho 70 điểm + đào tạo 70 điểm		điểm	70	2,000,000	140,000,000		x

II	**Sản xuất sự kiện**							
1	Thiết kế toàn bộ hệ thống sự kiện	Thiết kế Photobanner, backdrop, standee, poster PR chương trình, bìa MC, bọc MIC MC, layout 2D sự kiện, bao lì xì làm quà tặng, thiệp mời tĩnh, thiệp mời động,....	gói	1		-	x	
2	Photobanner	kích thước 3x6m, in hiflex 2 da, bắn khung sắt	m2	18		-	x	
3	Bục sàn photobanner	Kích thước 6x2x0.1, ván MDF, bắn khung sắt	m2	12		-	x	
4	Thảm đỏ	Trải thảm khu vực photobanner	m2	12		-	x	
5	In stadee trưng bày	In Hiflex, kích thước 0.8x1.8, thuê chân cuốn	cái	5		-	x	
6	Hashtag	- In decal. Cán form	cái	5		-	x	
7	Sticker khách mời	- in decal dán, bế tròn, in 1 bộ	cái	150		-	x	
8	Bọc mic	- in decal, bế dán	cái	4		-	x	
9	Bìa MC	- in decal, 2 cái	cái	2		-	x	
10	Băng kéo	- In Hiflex, kẹp cây 2 đầu để cầm - 1 cái	cái	2		-	x	
11	Hệ thống âm thanh ánh sáng sự kiện	Âm thanh ánh sáng cơ bản	gói	1		-	x	
12	Thuê bộ đàm chạy sự kiện		cái	10		-	x	
13	Hoa để bàn	Hoa để bục phát biểu và các bàn VIP	khay	6		-	x	
14	Hoa tặng	Hoa tặng cho đại biểu	bó	6		-	x	
15	Tiệc trà (tiệc + bàn trang trí tiệc)	Trà - cafe - bánh ngọt + chi phí bàn ghế vận chuyển	người	100		-	x	
16	dãi băng cắt khai trương, khay, kéo,....		gói	1		-	x	
17	Bóng bay khai trương	Bóng lớn kích thước 60cm	cái	500		-	x	
18	Công buộc bóng bay theo layout		gói	1		-	x	
19	Mascot/ cổng hơi		cái	1		-	x	
20	Quà tặng tại các điểm giao dịch của T99	T99 tặng quà tặng do T99 sản xuất				-	x	
21	Quà tặng trước sự kiện cho các khu vực xung quanh các điểm giao dịch (dù, tạp dề, mũ bảo	T99 tặng quà tặng do T99 sản xuất				-	x	
III	**Nhân sự**							
1	Quản lý và điều hành sự kiện		gói	1		-	x	
2	PGs	PGs đón khách + bê khay cắt băng khai trương	PGs	4		-	x	
3	Photographer	Chụp hình đón khách - sự kiện	người	2		-	x	
4	Quay phim tư liệu + livestream	3 máy quay - 1 phim 5 phút và 1 phim full	gói	1		-	x	
5	Lân sư rồng khai trương	Múa 1 giờ	đoàn	1		-	x	
6	Phí vận chuyển và lắp đặt		gói	1		-	x	
	Cộng					**530,000,000**		
	Thuế VAT 10%					**53,000,000**		
	Tổng cộng					**583,000,000**		

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

Thank You



Present by NAM HUONG MEDIA & EVENT

T99
Khi bạn khổ, có chúng tôi

Presented by NAM HƯƠNG



Đào tạo thương hiệu cá nhân gắn với tổ chức



NỘI DUNG

I. CHIẾN LƯỢC TỐI ƯU HOÁ NGUỒN NHÂN LỰC

II. PHONG CÁCH VÀ THÁI ĐỘ CHUYÊN NGHIỆP TRƯỚC KHÁCH HÀNG

Presented by

I. CHIẾN LƯỢC TỐI ƯU HOÁ NGUỒN NHÂN LỰC

Thời lượng:
60 phút



MỤC TIÊU CỦA KHOÁ HỌC

Presented by



1. Cá nhân hiểu rõ cách thức xây dựng thương hiệu cá nhân và lợi ích của việc xây dựng thương hiệu cá nhân.



2. Cách thức gắn thương hiệu cá nhân với công ty T99 để đem lại uy tín cho bản thân và doanh nghiệp



3. Cách thức sử dụng mạng xã hội để phát triển mạng lưới khách hàng.

LỢI ÍCH KHOÁ HỌC



1. Nhân viên ý thức về uy tín của bản thân và tự giác làm việc một cách
- Trách nhiệm.
- Trung thực.
- Nhiệt huyết.



2. Nhân viên biết giữ gìn hình ảnh bản thân và thương hiệu T99 từ đó đem đến sự phát triển bền vững từ bên trong của doanh nghiệp.



3. Nhân viên biết cách sử dụng các nền tảng mạng xã hội để truyền thông về doanh nghiệp và từ đó phát triển mạng lưới khách hàng

Presented by

II. PHONG CÁCH VÀ THÁI ĐỘ CHUYÊN NGHIỆP TRƯỚC KHÁCH HÀNG

Thời lượng:
60 phút



MỤC TIÊU CỦA KHOÁ HỌC

Presented by

1. Tác phong công sở chuyên nghiệp
2. Thái độ cử chi và hành vi chuyên nghiệp
3. Cách ứng xử với khách hàng, đồng nghiệp cấp trên
4. Kỹ năng xử lý tình huống với khách hàng



LỢI ÍCH KHOÁ HỌC

Presented by NAM HƯƠNG MEDIA & EVENT

1. Nhân viên chuyên nghiệp đem đến sự chuyên nghiệp cho thương hiệu của công ty



LỢI ÍCH KHOÁ HỌC

Presented by

2. Nhân viên sẽ có thái độ ứng xử, cử chỉ, lời nói , tác phong chuyên nghiệp đem lại thiện cảm với khách hàng từ đó mạng lại giá trị vô hình và hữu hình cho tổ chức



BẢNG GIÁ

Presented by NAM HƯƠNG MEDIA & EVENT

STT	HẠNG MỤC CÔNG VIỆC / CHI PHÍ	ĐỊNH HƯỚNG THỰC HIỆN	ĐƠN VỊ TÍNH	SỐ LƯỢNG	ĐƠN GIÁ	THÀNH TIỀN
A	**Xây dựng hệ thống truyền thông và thương hiệu nội bộ**					
1	Đào tạo nhân sự cấp cao nhằm xây dựng nền móng của tổ chức. Các nhân sự hiểu rõ về tầm nhìn chiến lược , sứ mệnh của T99.					
2	Đào tạo thương hiệu cá nhân của nhân viên gắn với T99 nhằm tận dụng tối đa sự kết nối của mỗi cá nhân với niềm tự hào khi được làm việc tại T99.					
3	Đào tạo phong thái và kỹ năng ứng xử giải quyết tình huống cho cấp lãnh đạo cửa hàng và nhân viên					
4	Chi phí triển khai					
a	Thuê địa điểm tại Hà Nội - Đà Nẵng - HCM	Hà Nội: 08/12/2020 Hồ Chí Minh: 12/12/2020 Đà Nẵng: 07/12/2020	điểm	3		-
b	nước suối trong suốt chương trình		khách	600		-
c	Thuê máy chiếu, màn hình chiếu	Thuê nguyên buổi	chương trình	3		-
d	In ấn photobanner	- Chất liệu: Hiflex 2 da - Thi công: bắn khung sắt - Kích thước: N 6m x C 3m - In theo file thiết kế	m2	54		-
e	Bảng kéo	- In Hiflex, kẹp cây 2 đầu để cầm - 1 cái	cái	3		-
f	Bọc mic	- In decal, bế dán	cái	6		-
g	Quay phim tư liệu	3 máy quay - 1 phim 5 phút và 1 phim full	chương trình	3		-
h	Chụp hình	1 chụp hình	chương trình	3		-
i	Chuyên gia đào tạo	chuyên gia đào tạo	chương trình	3	120,000,000	360,000,000
j	Ekip tổ chức quản lý và sản xuất từng khu vực	Ekip hỗ trợ sản xuất chương trình	chương trình	3	30,000,000	90,000,000
	Cộng					**450,000,000**
	Thuế VAT 10%					**45,000,000**
	Tổng cộng					**495,000,000**

TRAINING

Events

- Sự kiện đào tạo



T99

Khi bạn khó, có chúng tôi

TABLE OF CONTENTS

INTRODUCTION

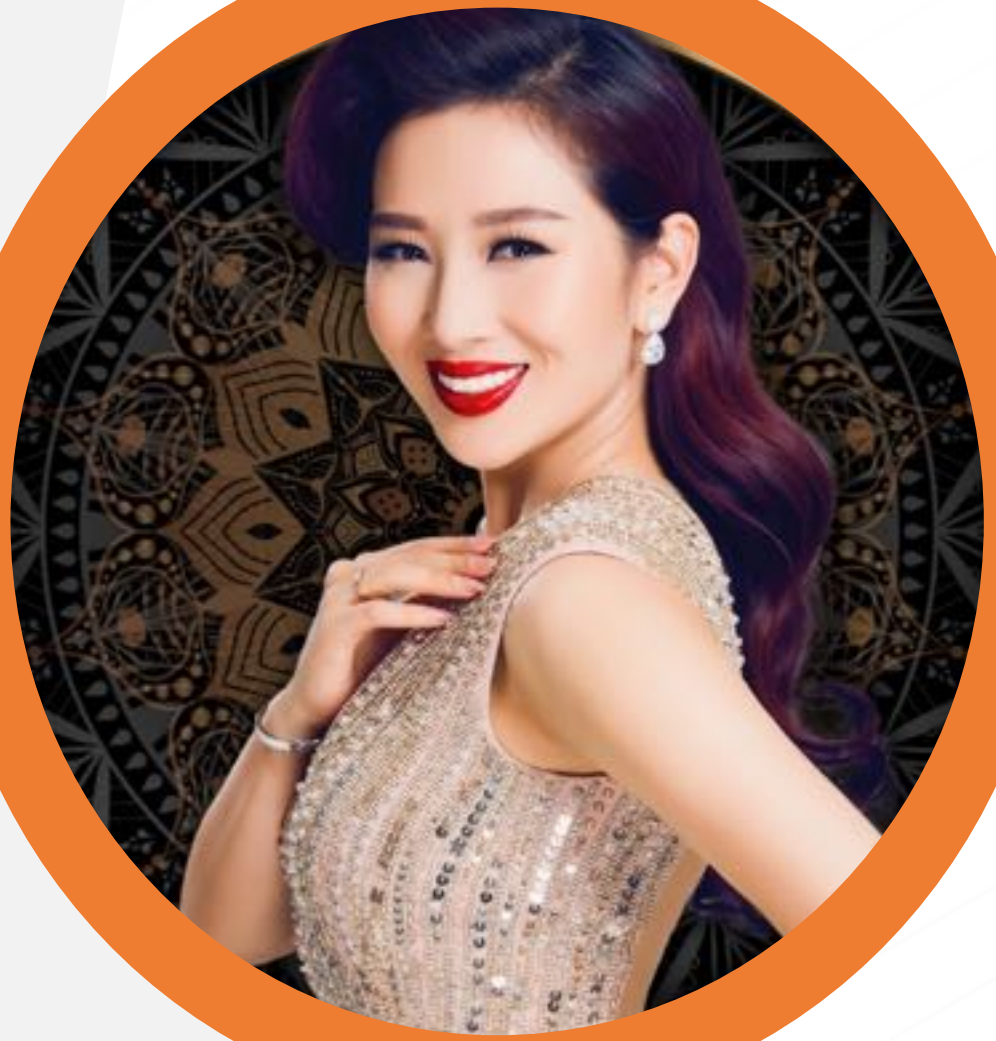
❖ Giới thiệu chuyên gia đào tạo.

EVENT SCRIPT

❖ Kịch bản chương trình.

TRAINING TIMELINE

❖ Chương trình đào tạo.



T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

CHUYÊN GIA ĐÀO TẠO

MRS. NGUYỄN THU HƯƠNG

Á Hậu Quý Bà Thế Giới
Chuyên gia tư vấn chiến lược thương hiệu &
nhân hiệu - TGĐ Nam Hương Group

TRỢ GIẢNG PHONG CÁCH



MRS. LOAN VƯƠNG

Hoa Hậu Quý Bà Quốc Tế

T99



MR. HỒ ĐỨC VĨNH

Siêu Mẫu Việt Nam

Events Script

❖ Kịch bản chương trình.

1. Giới thiệu lý do và đại biểu.
2. Phần Warm Up mở đầu.
3. Tổng Giám Đốc T99 phát biểu.
4. Giới thiệu NH đơn vị tư vấn chiến lược thương hiệu cho T99.
5. Phát Clip giới thiệu Nam Hương.
6. Giới thiệu HLV Nguyễn Thu Hương Á hậu quý bà thế giới.
7. Ms. Thu Hương đào tạo.
8. TGĐ T99 phát biểu cảm ơn và tặng hoa cho Ms Thu Hương và kết thúc đào tạo buổi sáng.

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

MC GIỚI THIỆU LÝ DO & ĐẠI BIỂU THAM DỰ





T99
Khi bạn khó, có chúng tôi



PHẦN WARM UP MỞ ĐẦU

T99

Khi bạn khó, có chúng tôi

TỔNG GIÁM ĐỐC T99 PHÁT BIỂU



GIỚI THIỆU NAM HƯƠNG CORP



❖ MC giới thiệu NH là đơn vị tư vấn chiến lược thương hiệu cho T99.



❖ Phát Clip giới thiệu Nam Hương Corp.

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

HLV THU HƯƠNG

ĐÀO TẠO



❖ Đào tạo về thương hiệu và nhân hiệu cùng phong thái chuyên nghiệp trước công chúng.













T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

TỔNG GIÁM ĐỐC T99 PHÁT BIỂU CẢM ƠN MRS. THU HƯƠNG





T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

TỔNG GIÁM ĐỐC T99 TẶNG HOA CHO MRS. THU HƯƠNG


T99
Khi bạn khó, có chúng tôi
KẾT THÚC BUỔI ĐÀO TẠO



T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

TRAINING TIMELINE

❖ Chương trình đào tạo.

Cách thức xây dựng thương hiệu cá nhân gắn tới thương hiệu tổ chức

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

8H00 - 9H00

- **PHẦN I:** Thương hiệu cá nhân.
- **PHẦN II:** Nghệ thuật gắn kết thương hiệu cá nhân & thương hiệu tổ chức.



PHẦN I: THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN



- Bài tập : Định vị thương hiệu cá nhân trả lời câu hỏi tôi muốn là ai trong cuộc đời này.
- Thời gian đào tạo: 15 phút lý thuyết + bài tập 5 phút + 5 phút thực nghiệm.

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

PHẦN II

NGHỆ THUẬT GẮN KẾT THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN & THƯƠNG HIỆU TỔ CHỨC



- Bài tập : Viết câu giới thiệu về T99.
- Thời gian đào tạo:
  - ✓ Lý thuyết: 15 phút.
  - ✓ Bài tập: 5 phút.
  - ✓ Thực nghiệm: 5 phút.
  - ✓ Nghỉ giải lao : 10 phút



T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

10H00 - 11H00



- **PHẦN III:** Phong thái chuyên nghiệp.
- **PHẦN IV:** Tác phong chuyên nghiệp.

PHẦN III: PHONG THÁI CHUYÊN NGHIỆP







- Thời gian đào tạo:
  - ✓ Lý thuyết: 20 phút; Bài tập: 5 phút; Thực nghiệm: 5 phút.

PHẦN IV: TÁC PHONG CHUYÊN NGHIỆP



ĐI ĐỨNG NÓI CƯỜI NGỒI

❖ Thời gian đào tạo:

✓ Lý thuyết: 20 phút; Bài tập: 5 phút; Thực nghiệm: 5 phút.

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

11H00 - 12H00

- **PHẦN V:** Nói chuyện thu hút & hấp dẫn.
- **PHẦN VI:** Văn hoá công sở theo triết lý Chuyên nghiệp - Chân Thành - Thiện Tâm - Kiên Nhẫn.



PHẦN V: NÓI CHUYỆN THU HÚT & HẤP DẪN

- Chương trình đào tạo:
  - ✓ Giọng nói.
  - ✓ Nội dung.
  - ✓ Cách thuyết trình.
  - ✓ Vượt qua sự sợ hãi.

- Thời gian đào tạo:
  - ✓ Lý thuyết: 20 phút.
  - ✓ Bài tập: 5 phút.
  - ✓ Thực nghiệm: 5 phút.



T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

PHẦN VI: VĂN HOÁ CÔNG TY THEO TRIẾT LÝ

CHUYÊN NGHIỆP - CHÂN THÀNH - THIỆN TÂM - KIÊN NHẪN



❖ Cách ứng xử cấp trên & cấp dưới



❖ Cách ứng xử với khách hàng



❖ Cách giải quyết các vấn đề mâu thuẫn giữa khách hàng với công ty



❖ Cách giải quyết mâu thuẫn nhân viên với nhân viên.

❖ Thời gian đào tạo:

✓ Lý thuyết: 20 phút; Bài tập: 5 phút; Thực nghiệm: 5 phút.


T99


YẾU TỐ XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN


T99 PER
TRAIN








T99
KHOÁ ĐÀO TẠO

T99
Khi bạn khó, có chúng tôi

Thank you

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

CÔNG TY CP TRUYỀN THÔNG VÀ ĐẦU TƯ NAM HƯƠNG

HCM: 98 Lâm Văn Bền, Phường Tân Kiểng, Quận 7, TP.HCM
Tel: 024.3850 0005 - Fax: 024.3850 0004
Hotline: 091 635 0072 (Ms. Ngọc Huyền) - Email: info@namhuongcorp.com.vn

HN: 94 Trung Kính, phường Yên Hòa, quận Cầu Giấy, Hà Nội
Tel: 024.3850 0005 - Fax: 024.3850 0004
Hotline: 091 635 0072 (Ms. Ngọc Huyền) - Email: info@namhuongcorp.com.vn

THANK YOU!

BIÊN BẢN NGHIỆM THU

BÊN A	BÊN B
Ký và ghi rõ họ tên ký và ghi rõ họ tên	*Ký và ghi rõ họ tên ký và ghi rõ họ tên*

NAM HUONG
MEDIA & EVENT

CÔNG TY CP TRUYỀN THÔNG VÀ ĐẦU TƯ NAM HƯƠNG

HCM: 98 Lâm Văn Bền, Phường Tân Kiểng, Quận 7, TP.HCM
Tel: 024.3850 0005 - Fax: 024.3850 0004
Hotline: 091 635 0072 (Ms. Ngọc Huyền) - Email: info@namhuongcorp.com.vn

HN: 94 Trung Kính, phường Yên Hòa, quận Cầu Giấy, Hà Nội
Tel: 024.3850 0005 - Fax: 024.3850 0004
Hotline: 091 635 0072 (Ms. Ngọc Huyền) - Email: info@namhuongcorp.com.vn

Xin chân thành cảm ơn đã sử dụng dịch vụ của chúng tôi