

VINMEC PORTFOLIO

Tháng 9 ▶ 10 ▶ 11/2022



**2MILLION
ENTERTAINMENT**

**2ME
AGENCY**

VINMEC
INTERNATIONAL Hospital

Agenda

01 Tổng quan chiến dịch

03 Influencer đề xuất

02 Yêu cầu từ nhãn hàng

04 Kết quả chiến dịch

01

Tổng quan chiến dịch

Brief cap

Brand background

- ▶ Vinmec là Hệ thống Y tế hàn lâm do Vingroup - Tập đoàn kinh tế tư nhân hàng đầu Việt Nam đầu tư phát triển với sứ mệnh “Chăm sóc bằng tài năng, y đức và sự thấu cảm”.
- ▶ Ra đời năm 2012, Vinmec hiện có 7 bệnh viện và 4 phòng khám đa khoa tiêu chuẩn quốc tế đi vào hoạt động. Với cơ sở vật chất vượt trội; đội ngũ chuyên gia, bác sĩ đầu ngành; liên tục ứng dụng các phương pháp điều trị mới nhất thế giới cùng chất lượng dịch vụ hoàn hảo, đến nay Vinmec đã trở thành địa chỉ chăm sóc sức khỏe tiêu chuẩn quốc tế tại Việt Nam.

Project description

Xây dựng một chiến dịch truyền thông kết hợp với sự ảnh hưởng của influencer để quảng bá sản phẩm mới cũng như nâng cao hình ảnh của thương hiệu.

Mục tiêu truyền thông

Branding

Tăng nhận diện thương hiệu, xóa bỏ định kiến rằng sinh nở hay đi khám bệnh ở Vinmec phải tốn rất nhiều tiền. Truyền tải giá trị đến với khách hàng. Đem thương hiệu đến gần hơn với công chúng.

Thời gian

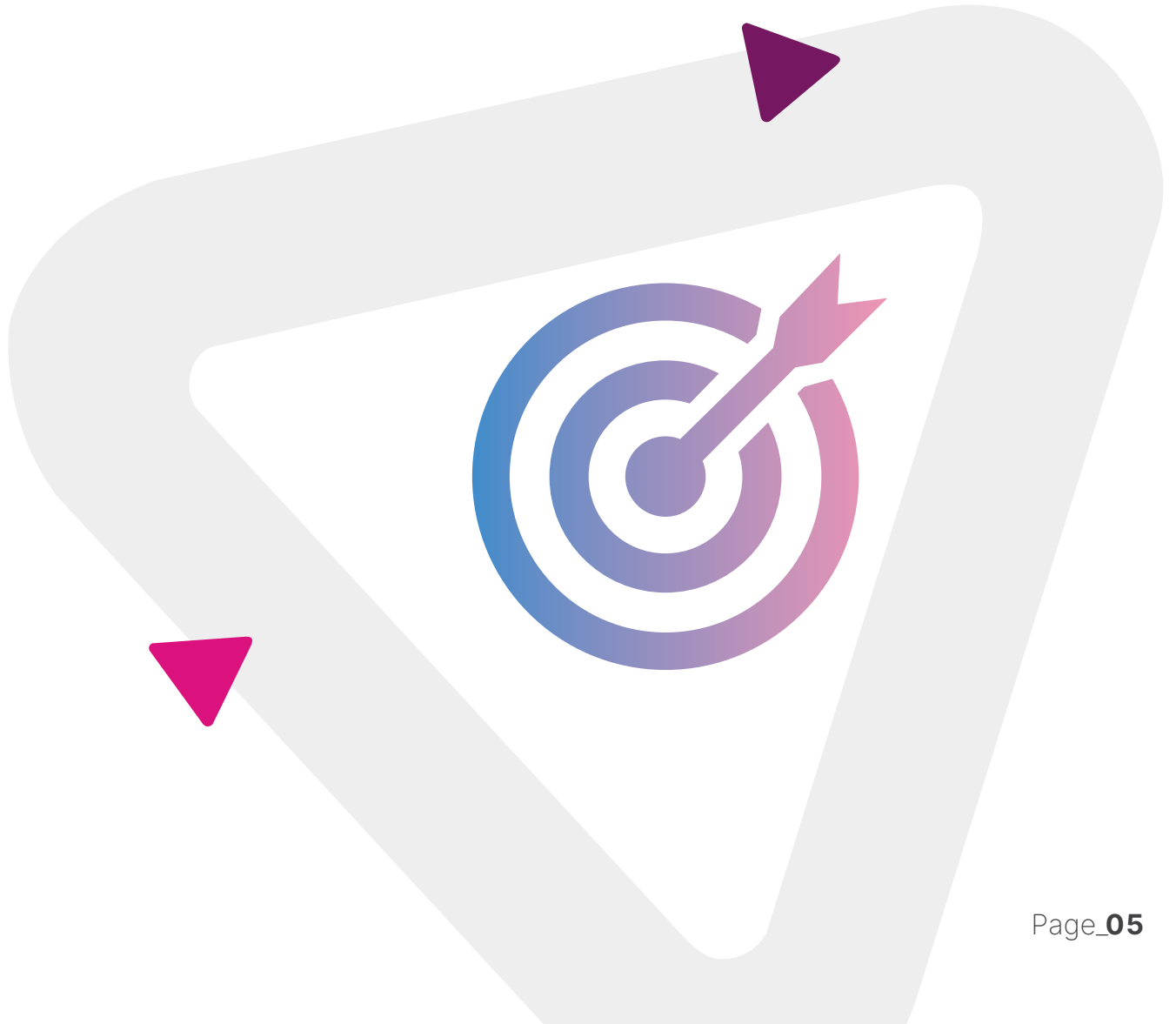
Tháng 9/2022

Ngân sách

388.800.000 VND

Push sale : Hỗ trợ hoạt động bán hàng

Vị trí: Toàn quốc



02

Yêu cầu từ nhãn hàng

Định hướng Influencer

Định hướng Influencer

- ▶ **Giới tính**
Nam/Nữ
- ▶ **Khu vực**
Hà Nội - Hồ Chí Minh
- ▶ **Phạm vi công việc**
 - Quay vlog đi khám thai hoặc sinh nở ở Vinmec
 - Chia sẻ ở trang cá nhân trên Facebook
- ▶ **Các kênh truyền thông**
Facebook



- ▶ **Influencer**
MẠNH TRƯỜNG
- ▶ **Link trang cá nhân**
[Nguyen Manh Truong](#)
- ▶ **Lí do chọn Influencer**

- Có độ nhận diện cao.
- Fan thuộc tệp khách hàng Vinmec đang nhắm tới.
- Mang tới hình ảnh sang trọng.
- Có vợ đang mang thai.



Định hướng nội dung

Review và **nêu bật** những giá trị, sự sang trọng, gần gũi cũng như dịch vụ của **Vinmec** kinh nghiệm cũng như tay nghề cao của bác sĩ.



03

Influencer đề xuất

Định hướng truyền thông

Định hướng Influencer

Khẳng định uy tín của thương hiệu cũng như sức hấp dẫn của chương trình, dịch vụ thông qua bài chia sẻ của các Influencer, từ đó nâng cao độ phủ truyền thông của chương trình cũng như thương hiệu

Chiến lược

- ▶ Tạo độ phủ truyền thông, uy tín đến đối tượng mục tiêu truyền thông. Đẩy mạnh giới thiệu điểm đột phá, sự hấp dẫn của sản phẩm để thu hút.
- ▶ Có sử dụng hình ảnh của KOL để chạy quảng cáo từ 1 - 3 tháng. Sử dụng hình ảnh PR báo, Facebook, Zalo, Google...

Phân bổ

- ▶ **Tiktoker**
- ▶ **Tháng 9**
100%

Sow của Influencer

Công việc

Quay vlog đi khám thai, đi đẻ ở Vinmec, highlight điểm mạnh, chất lượng dịch vụ và tay nghề cao của bác sĩ

Sản phẩm

Gói đẻ, khám thai ở Vinmec



04

Kết quả chiến dịch