



*

PROPOSAL

GRAND PRESENTATION





MỤC LỤC

- 0 Thư Ngỏ
- 1 Về HuLib
- 2 Tổng quan Dự án
- 3 Chi tiết Dự án
- 4 Đánh giá và Rủi ro
- 5 Quyền lợi tài trợ
- 6 Ngân sách Dự án
- 7 Phụ Lục

0. Open Letter

THƯNGÓ

0. Thư ngỏ

Kính gửi các đối tác tiềm năng,

Chúng mình gửi lời mời hợp tác với công ty/tổ chức của anh chị với vai trò là nhà tài trợ tương lai của dự án HuLib.

Tại HuLib, chúng mình tin rằng mỗi người đều có một câu chuyện, và chúng ta sinh ra để trở thành ai đó. Tầm nhìn của dự án là tạo ra một cộng đồng an toàn và chủ động nơi những câu chuyện được chia sẻ và lắng nghe, nơi những bạn trẻ không chắc chắn về tương lai có thể kết nối với những anh chị từng trải, người có thể chia sẻ và hướng dẫn trên con đường độc đáo của riêng họ.

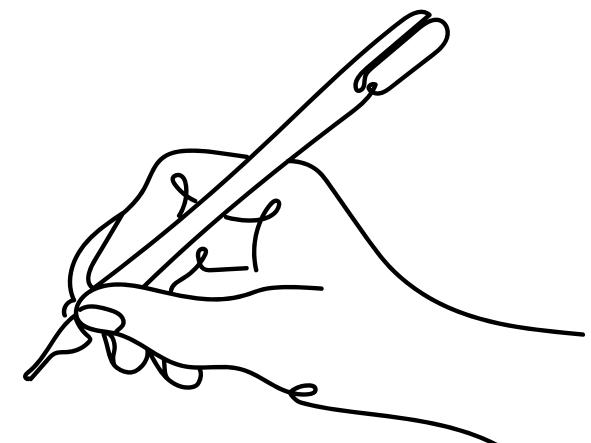
Việc tài trợ HuLib mang đến cho công ty/tổ chức cơ hội giới thiệu thương hiệu, sản phẩm và dịch vụ tới cộng đồng khán giả trẻ và nhiệt huyết. Chúng mình đưa ra các gói tài trợ phù hợp với mục tiêu hỗ trợ của công ty. Đổi lại cho sự tài trợ hào phóng anh chị, chúng mình cam kết mang lại sự hiện diện nổi bật và công nhận cho công ty/tổ chức.

Chúng mình mời anh chị tham gia vào cộng đồng HuLib, nơi mà cùng nhau, chúng ta có thể tạo ra các thay đổi nhỏ trong cuộc sống của những bạn trẻ miền Trung Việt Nam.

Hãy cùng nhau kiến tạo một thế giới nơi mỗi câu chuyện đều được trân trọng và vinh danh.

Chúng mình biết ơn thật nhiều,
HuLib Team.

Website: [HuLib | Landing Page](#)



1. Some HuLib



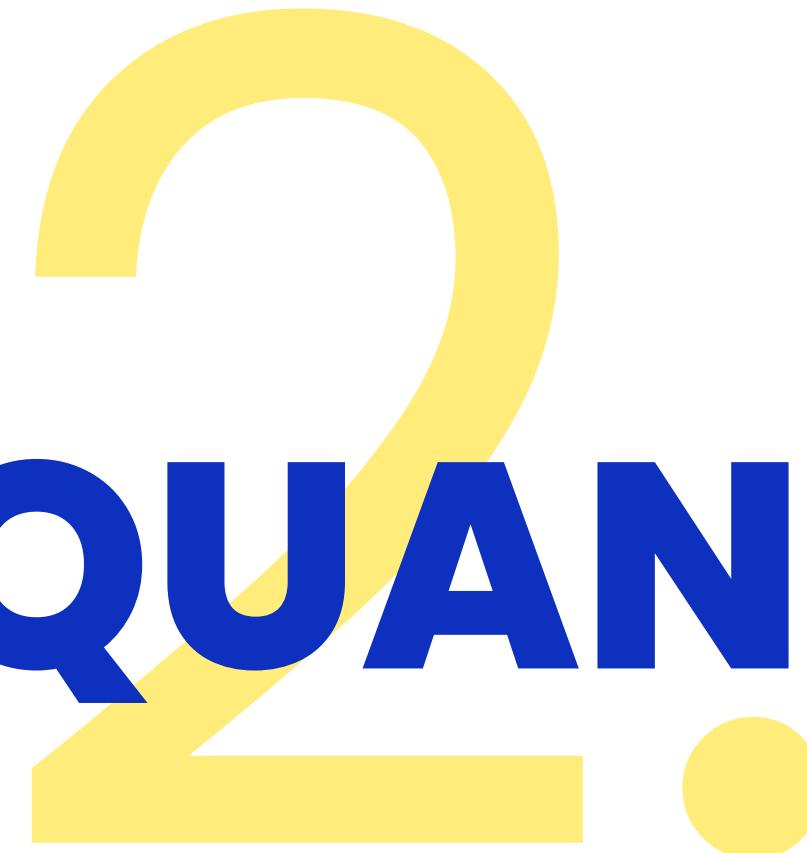
Ra đời với mục đích ý nghĩa vào năm 2024

Với các thành viên nhóm đã từng đạt quỹ tài trợ, và hiện đang đi làm và học cao học ở Việt Nam, Hoa Kỳ, Úc, Anh,...

**Chúng mình hứa sẽ biến những ý tưởng thành những
đóng góp ý nghĩa cho cộng đồng.**



TỔNG QUAN DỰ ÁN



A large, stylized yellow question mark graphic is positioned behind the main title. It has a thick outline and a solid yellow fill. The question mark is oriented vertically, with its top curve pointing upwards and its bottom curve pointing downwards. It overlaps the letters 'QUAN' in the title.

2. Tổng Quan

NIỀM TIN

Mỗi người đều có một câu chuyện và trải nghiệm riêng nên **chúng ta sinh ra để trở thành một ai đó, phần đặc biệt của thế giới này.**



MISSION

Chúng mình nỗ lực trở thành nguồn **động viên, thấu hiểu và kết nối**, định hình một tương lai nơi **câu chuyện của mỗi cá nhân** đều được **trân trọng và vinh danh**.

VISION

HuLib hướng tới **gây dựng cộng đồng** các bạn trẻ hỗ trợ lẫn nhau cùng sự đồng hành từ **các anh chị từng trải** (Sách sống - Human Books) nhằm thúc đẩy **giá trị hạnh phúc và trải nghiệm cá nhân**.

2. Tổng Quan

Chúng mình tin rằng mỗi câu chuyện của mỗi người đều quan trọng, và HuLib sẽ là cộng đồng để chia sẻ, lắng nghe và kết nối.

Dự án gồm 01 mục tiêu chính:

1

Well-being Community

*Thúc đẩy giá trị hành phúc thông qua chia sẻ câu chuyện và
kết nối trải nghiệm.*



Hành trình của HuLib diễn ra qua 03 hoạt động chính:

01

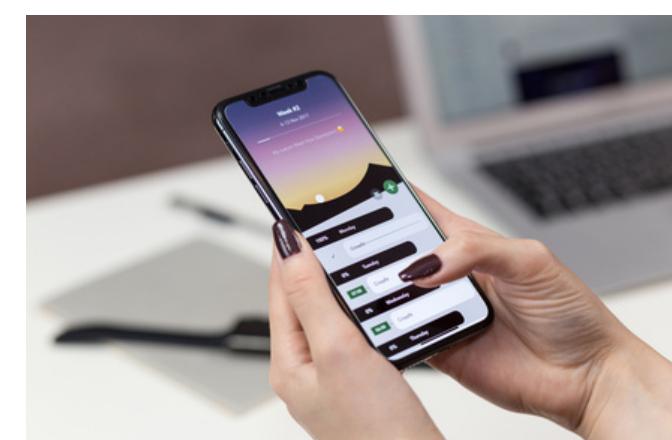
Stories Campaign
Chiến dịch Câu chuyện

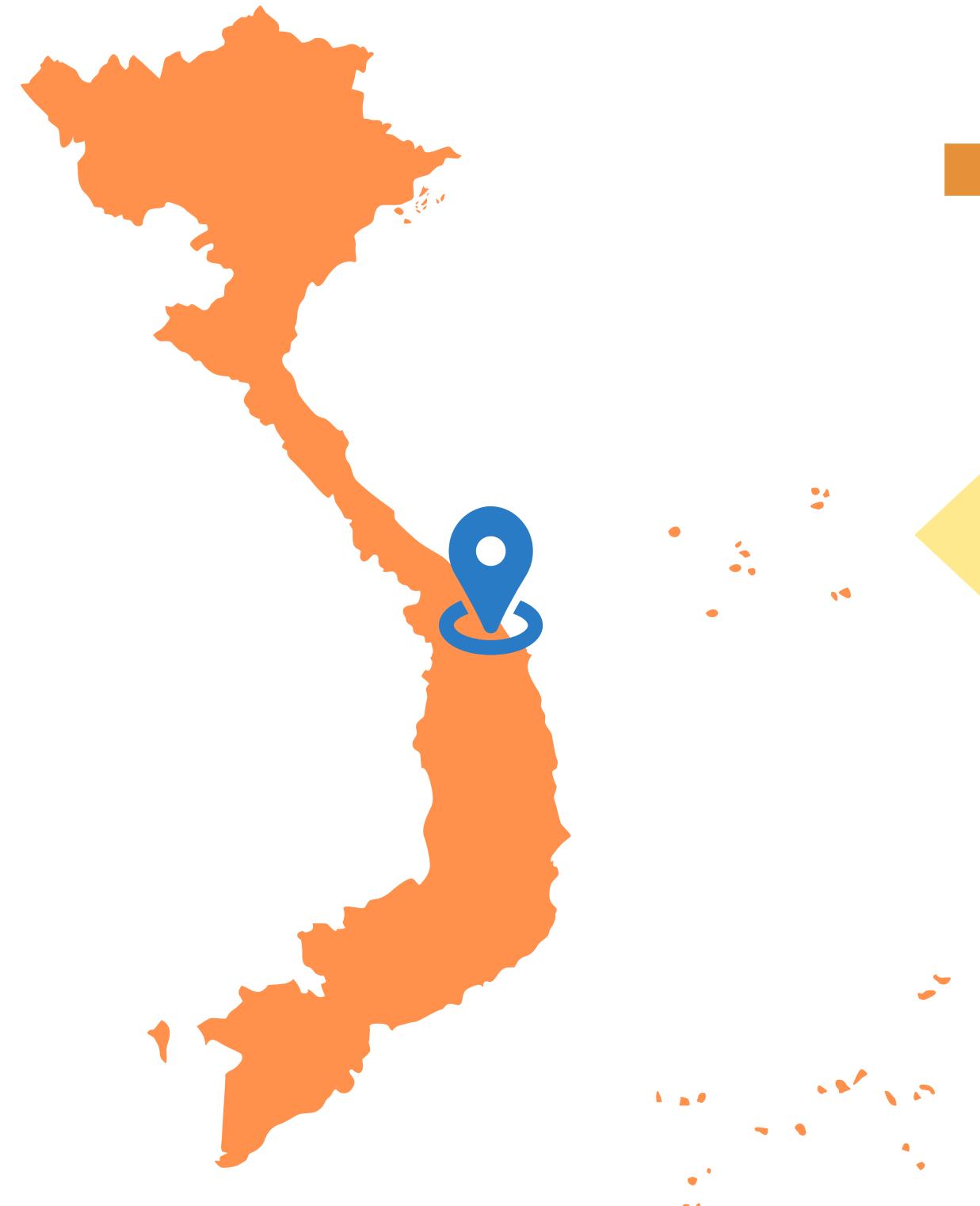
02

Workshop Series
Chuỗi sự kiện trực tuyến

03

Web-app Launch
Web-app ra mắt





Mức Độ Tác Động

➡ **Đối tượng mục tiêu: Các bạn trẻ từ 16-25 tuổi**

Tăng cường và thúc đẩy các giá trị hạnh phúc của cộng đồng các bạn trẻ tại Đà Nẵng, Huế và Quảng Nam

**Stories Campaign:
10,000 tương tác truyền thông**

Workshop Series: 100 người tham dự

Webapp: 100 bạn đọc & 60 sách số

3. Chi Tiết Dự Án

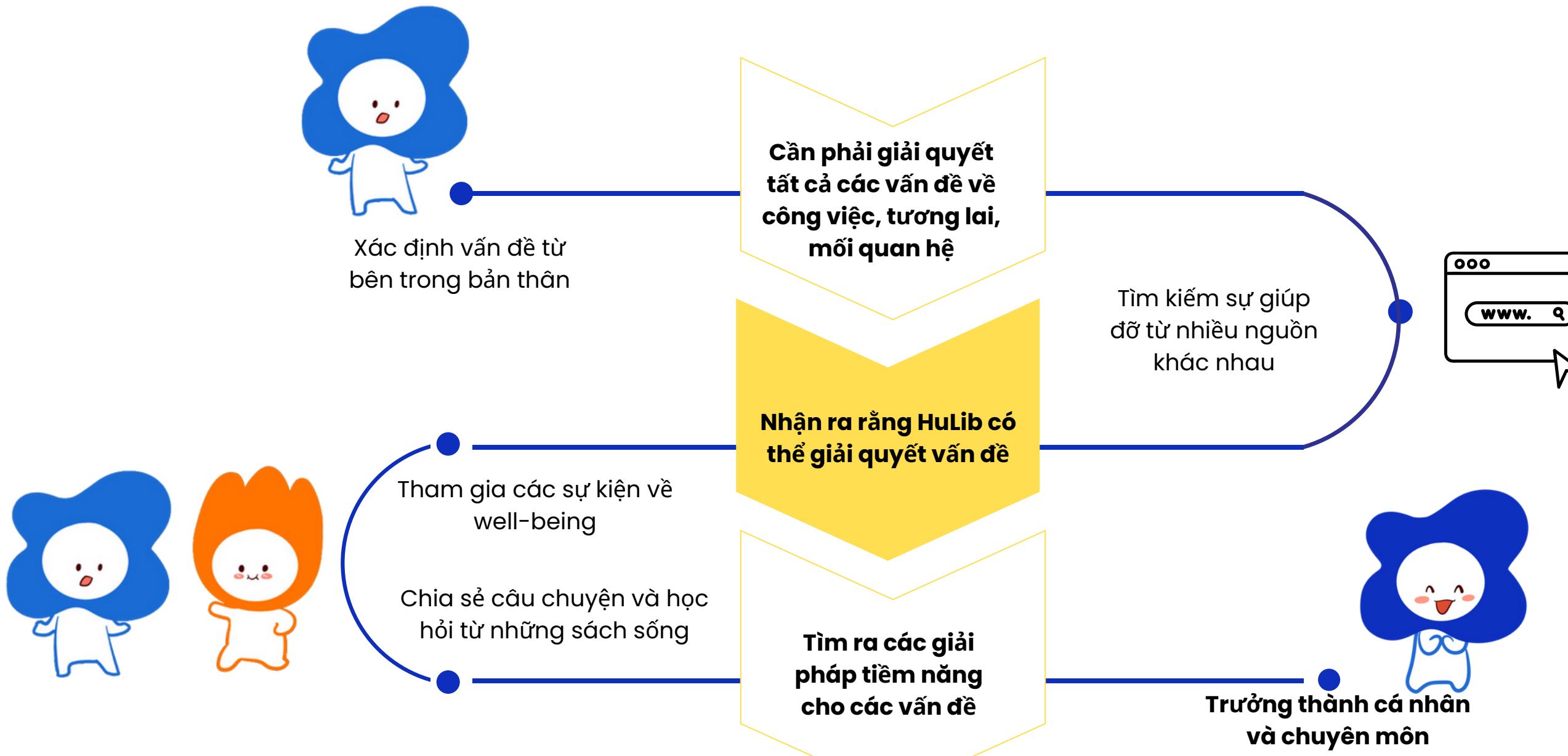
CHI TIẾT DỰ ÁN



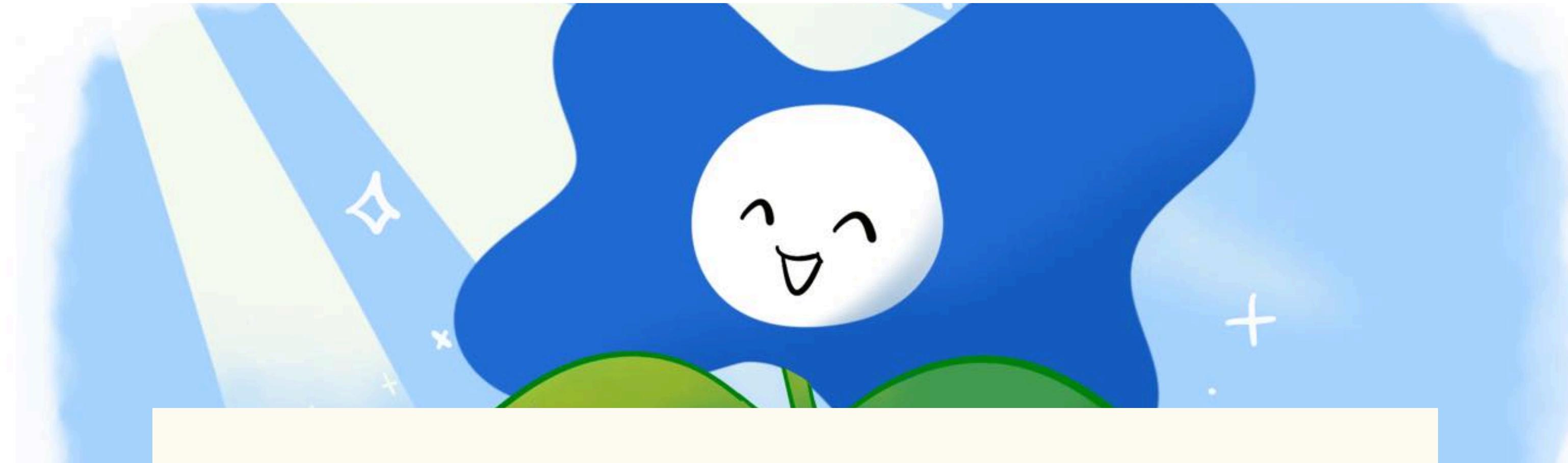
A large, stylized yellow question mark graphic is positioned behind the word "CHI TIẾT". The question mark is composed of a thick yellow outline and a white center. It is partially overlapping the letters "CHI" and "TIẾT" of the main title.

3. Chi Tiết Dự án

HÀNH TRÌNH VỚI HULIB



STORIES CAMPAIGN



Mục tiêu

Qua chiến dịch câu chuyện, chúng mình tìm kiếm các tương tác không chỉ ở mức bề mặt mà đi sâu vào trải nghiệm cá nhân. Bằng cách khuyến khích mọi người chia sẻ câu chuyện của bản thân, những khó khăn và thành tựu, nhằm mục đích tạo ra một cộng đồng và lòng đồng cảm, nơi mọi giọng nói đều được lắng nghe và tôn vinh.

3. Chi Tiết Dự Án

3 CHIẾN LƯỢC NỘI DUNG CHÍNH



Câu chuyện hằng ngày

Mục Đích và Đối Tượng:
Kết nối một cách chân thành với khán giả thông qua các câu chuyện cá nhân.

Chủ Đề Nội Dung:
Khám phá các chủ đề phát triển cá nhân, thử thách, khó khăn, thành tựu và sự kiên nhẫn.

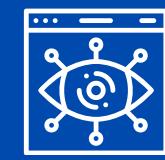


Confession

Giới thiệu: Cung cấp một nền tảng cho việc trải lòng và không bị đánh giá.

Định Dạng Nội Dung:
Tập trung vào các confession vô danh và chân thành.

Xây Dựng Cộng Đồng:
Tạo ra một môi trường hỗ trợ, khuyến khích sự thông cảm và thấu hiểu.

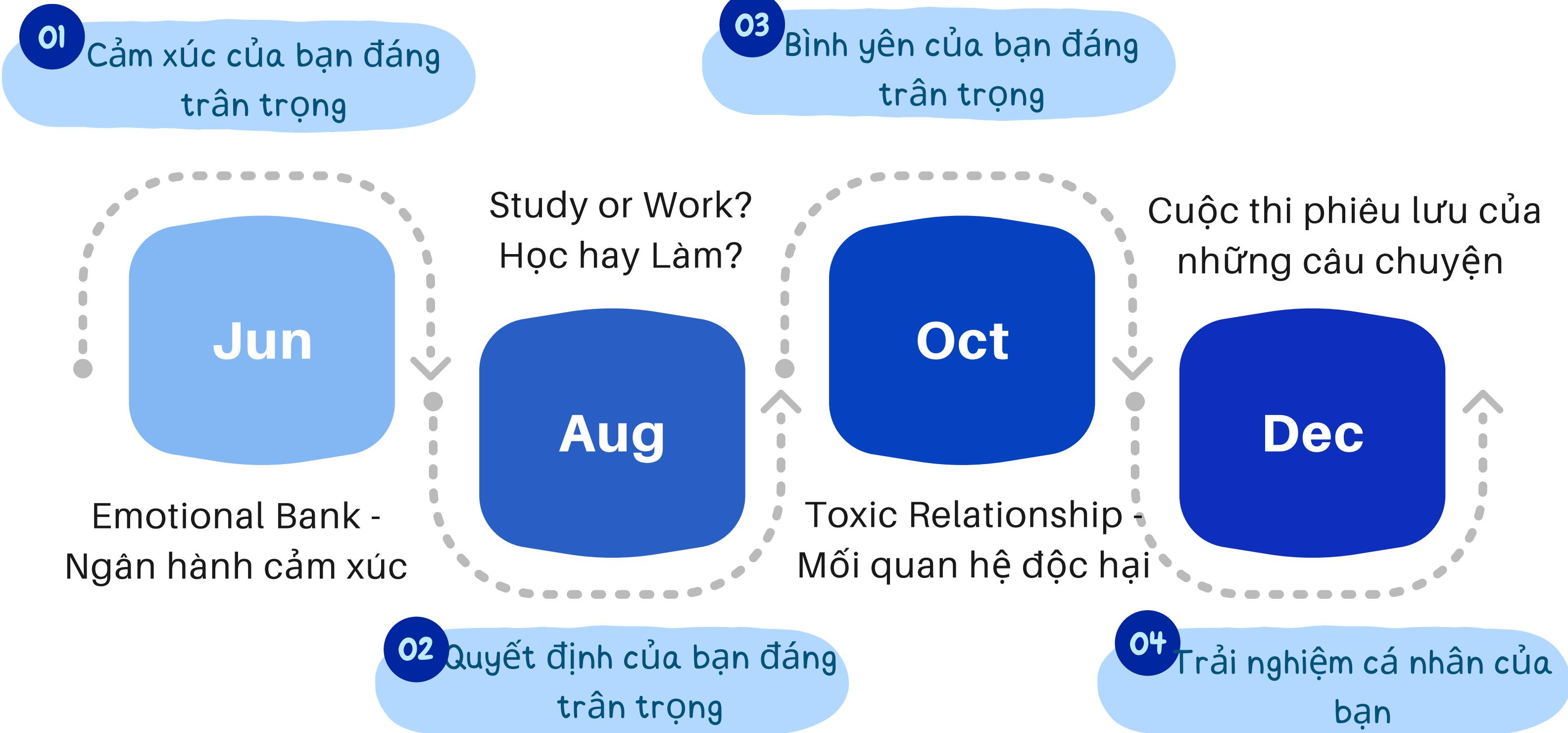


Kể Chuyện Bằng Hình Ảnh

Mục Đích: Tăng cường nhận thức về thương hiệu và tương tác với nội dung hấp dẫn.

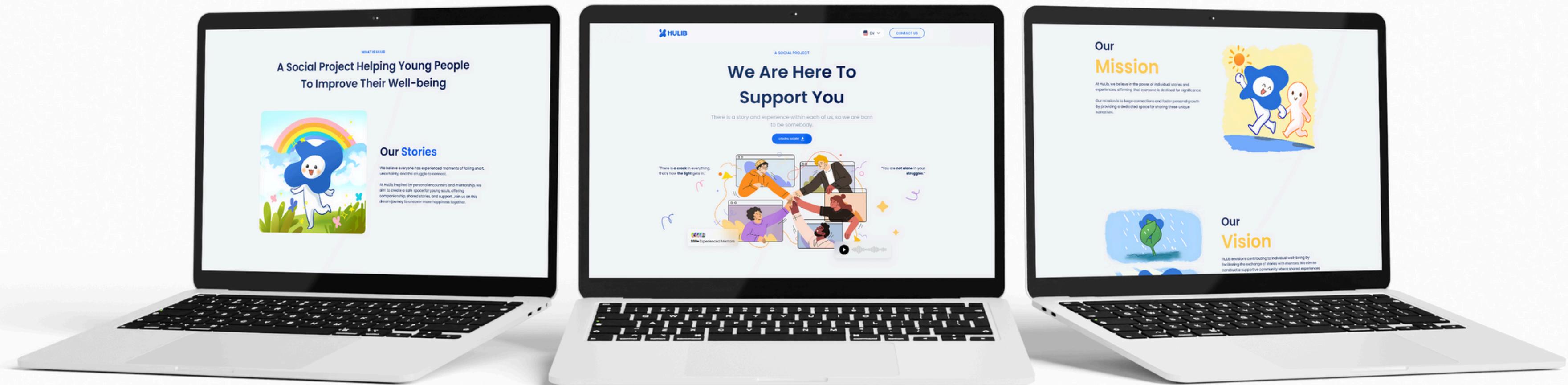
Định Dạng Nội Dung: Sử dụng hình ảnh, video, infographics hoặc hình họa phù hợp với dự án.

WORKSHOP SERIES



3. Chi Tiết Dự án

HULIB WEBAPP



3. Chi Tiết Dự án

HuLib còn mang đến



Cộng đồng với những câu chuyện "không của riêng ai"

Hơn 100 mentors và tình nguyện viên có trải nghiệm phù hợp mà bạn đang tìm kiếm.



Gặp Gỡ Trực Tuyến

Đặt cuộc hẹn với bất kỳ mentor nào bạn muốn chia sẻ về những thắc mắc của bản thân.



Bày Tỏ Chân Thành

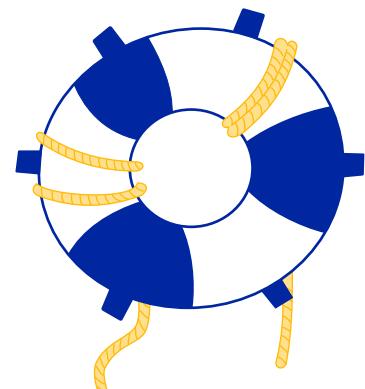
Tự do chia sẻ câu chuyện của bạn mà không ngại bị đánh giá.

3. Chi Tiết Dự án

Ứng dụng HuLib từ A đến Z



Quản lý tài khoản
người dùng



Bảo mật hiệu quả



Quyền riêng tư
là tiên quyết



Tương tác trực
tuyến chât chẽ

Xác định vấn đề



Hiển thị danh sách đề xuất **được đo ni đóng giày** cho bạn đọc **lần lượt** dựa trên,
yêu cầu **tìm kiếm/ lọc/ sắp xếp** của bạn
đọc

**Chọn tag (được
cung cấp bởi sách
sống) khi cung cấp
thông tin tài khoản**

**Nâng cao tính cá
nhân hóa bằng cách
kết hợp những yêu
cầu tìm kiếm nâng
cao từ bạn đọc**

Chọn ảnh chị phù hợp

Đặt lịch

Lướt qua những cái tên tiềm năng



Chia sẻ câu chuyện của bạn
trong buổi gặp riêng tư và
feedback trải nghiệm sau
cuộc gặp gỡ trò chuyện

Hiển thị danh sách đề xuất
được đo ni đóng giày cho
bạn đọc **lần lượt** dựa trên
danh sách yêu thích của cá
nhân, **đánh giá** về sách
sống



Tìm kiếm sách sống theo
tên, **lọc** theo chủ đề, **sort by**
ratings

Khám phá câu chuyện và **trải
nghiệm** của sách sống

**Kiểm tra thời gian
biểu** của sách
sống



4. Đánh giá và Rủi ro

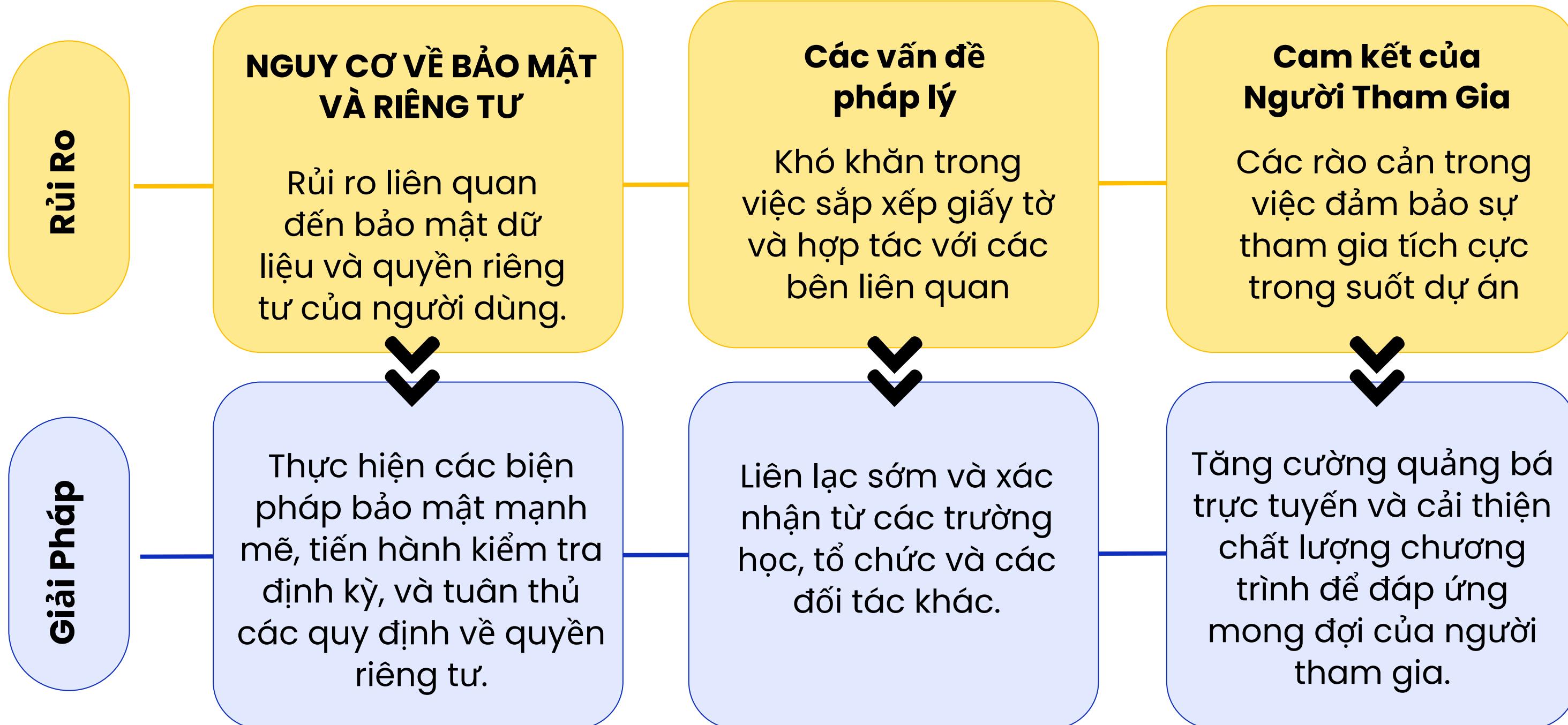
Đánh giá và Rủi ro

4. Đánh giá và Rủi ro

Đánh Giá Dự án

	Number Of Participants	HuLib Community	Sessions Effectiveness	Well-being Enhancement	Grant Usage
CHỈ SỐ	Thu Hút 100 Bạn Đọc và 100 Người Tham Gia cho chuỗi sự kiện	Phát triển một cộng đồng tích cực và bao hàm	Nâng cao sự phù hợp giữa sách sống và bạn đọc cũng như chất lượng của các buổi chia sẻ	Tăng cường giá trị hạnh phúc của người tham gia thông qua việc chia sẻ câu chuyện	Sử dụng kinh phí từ quỹ một cách hiệu quả
THANG ĐO	Danh sách các người tham gia được gửi trong báo cáo	Phân tích sự tăng trưởng của số lượng người tham gia trong các sự kiện và trên nền tảng của dự án	Khảo sát và phỏng vấn với các người hướng dẫn và người được hướng dẫn	Sản phẩm của các câu chuyện và follow-up với người tham gia	Thành viên dự án có kinh nghiệm quản lý một khoản tài trợ tài chính một cách hiệu quả

Rủi Ro và Giải Pháp



5. Quyền lợi Tài trợ

QUYỀN LỢI TÀI TRỢ



5. Quyền lợi Tài trợ

Chúng mình có 3 CẤP ĐỘ TÀI TRỢ

Tổng tài trợ bao gồm 50% tài trợ hiện vật
cùng với 50% tài trợ hiện kim

**SILVER
SPONSOR
3,000,000
VND**

**GOLD
SPONSOR
5,000,000
VND**

**DIAMOND
SPONSOR
6,000,000
VND**

5. Quyền lợi Tài trợ

PROJECT BENEFITS	DIAMOND PARTNER	GOLD PARTNER	SILVER PARTNER
Mentor sources			
Cung cấp nguồn human book cho NTT để NTT có thể sử dụng trong mục đích cần training hoặc tư vấn về các vấn đề trong doanh nghiệp, tổ chức (ví dụ: nghề nghiệp, kỹ năng mềm, mối quan hệ...)	x	x	
Cung cấp nguồn mentor cho NTT khi NTT mở các workshop, talkshow hoặc sự kiện về nghề nghiệp	x	x	x
Đại diện NTT sẽ được mời đến để làm diễn giả cho các buổi workshop, talkshow online, offline tại Huế, Quảng Nam, Đà Nẵng)	x	x	
Information sources			
Các nguồn dữ liệu về readers (không bao gồm thông tin cá nhân của họ) sẽ được cung cấp cho nhà tài trợ nhằm mục đích nghiên cứu về well-being cho xã hội	x		
Cung cấp các thông tin của readers (bao gồm tên, số điện thoại, email và các thông tin khác) khi mentee đồng ý và có nhu cầu tìm đến các nhà tài trợ nhằm mục đích tiếp cận đến cơ hội việc làm, thực tập sinh.	x	x	

5. Quyền lợi Tài trợ

PROJECT BENEFITS	DIAMOND PARTNER	GOLD PARTNER	SILVER PARTNER
Events/Workshops/Talkshows			
Nhà tài trợ được giới thiệu trực tiếp đến khán giả thông qua MC với các hình ảnh trên màn hình hoặc video clip giới thiệu về NTT trong thời gian chờ, thời gian nghỉ giải lao.	x		
Các nhân viên trong công ty của NTT sẽ ưu tiên tham gia vào các buổi tư vấn, chia sẻ của các human books	x	x	x
Các phương tiện truyền thông (Facebook, TikTok, Instagram), HuLib web app và landing page			
Logo NTT sẽ được xuất hiện trên các ấn phẩm (header Facebook, poster chính của HuLib khi giới thiệu các sự kiện, talkshow lớn) và app HuLib, cũng như là landing page.	x	x	x
Đăng bài cảm ơn và giới thiệu NTT trên các nền tảng truyền thông của HuLib.	2 bài	1 bài	1 bài
Nhà tài trợ sẽ được gắn logo xuyên suốt podcast và được giới thiệu trong 10 giây đầu của podcast.	6 lần	3 lần	1 lần
NTT được giới thiệu thông qua các content mà HuLib xây dựng trên Tiktok cũng như là các nền tảng khác.	5 bài	3 bài	
HuLib sẽ đăng bài hỗ trợ truyền thông cho NTT khi NTT yêu cầu.	2 bài	1 bài	

6. Ngân sách Dự án

NGÂN SÁCH DỰ KIẾN

Chúng mình có 3 ngân sách chính:

PHÁT TRIỂN CÔNG NGHỆ

Bao gồm phát triển ứng dụng web, các khoản đăng ký phần mềm (Domain, Zoom, v.v.)



TRUYỀN THÔNG VÀ VẬN HÀNH

Bao gồm các hội thảo, mạng xã hội, nhận diện thương hiệu, quảng cáo, tiếp thị, in ấn.



CHƯƠNG TRÌNH XUYÊN SUỐT DỰ ÁN

Bao gồm các chương trình, hoạt động, chi phí vận chuyển cho người tham gia



**THANK YOU FOR
YOUR ATTENTION!**

7 PHỤ LỤC

7. Phụ Lục

Ngân sách dự án

Số	Loại	Mô tả	Đơn vị	Số lượng	Đơn giá	Tổng số
CHI PHÍ TỔNG CỘNG CỦA DỰ ÁN						\$1000
I. Phát triển Công nghệ						\$750
1.1	Phí lưu trữ BE/FE	Cung cấp không gian lưu trữ, băng thông, quản lý máy chủ, cập nhật phần mềm, bảo mật và hỗ trợ kỹ thuật	Gói	1	\$600	\$700
1.2	Tên miền cho HuLib	Để bảo vệ quyền tác giả và tăng nhận thức về thương hiệu	Gói	1	\$50	\$50

Ngân sách dự án

Số	Loại	Mô tả	Đơn vị	Số lượng	Đơn giá	Tổng số
II. Truyền thông và Vận hành						\$100
2.1	Quảng Cáo	Bao gồm một phần của các chi phí liên quan đến các chiến dịch tiếp thị trực tuyến, quảng cáo trên các phương tiện truyền thông xã hội, bao gồm Facebook và Instagram.	Gói	1	\$100	\$100

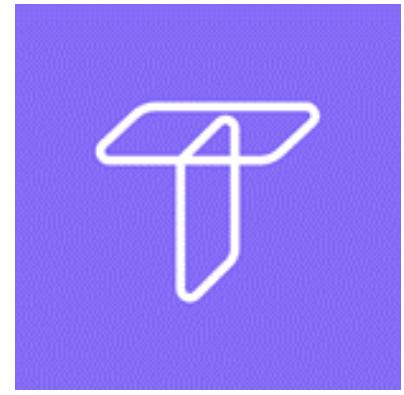
Ngân sách dự án

Số.	Loại	Mô tả	Đơn vị	Số lượng	Đơn giá	Tổng số
III. CHƯƠNG TRÌNH XUYÊN SUÔT DỰ ÁN						\$150
3.1	Hỗ trợ Diễn giả	Tổ chức 3 sự kiện cho 100 người tham dự	Package	1	\$50	\$50
3.2	Tài khoản Zoom	Một tài khoản cho chuỗi sự kiện trực tuyến.	Package	1	\$50	\$50
3.3	Giải thưởng cuộc thi	1 giải nhất (\$20), 1 giải nhì (\$15), 1 giải ba (\$10), và 1 giải khuyến khích (\$5).	Package	1	\$50	\$50

Dự án Liên Quan



Qooper cung cấp một nền tảng để kết nối người được hướng dẫn và người hướng dẫn với các tính năng quản lý chương trình đào tạo nhưng **cần cải thiện giao diện người dùng.**



TalkLife tập trung vào hỗ trợ tinh thần và tình cảm và có một cộng đồng lớn nhưng **không nhầm đến việc kết nối riêng biệt giữa người hướng dẫn và người được hướng dẫn.**



Mentori tập trung vào việc kết nối người hướng dẫn và người được hướng dẫn với các tính năng theo dõi tiến trình nhưng **có hạn chế về quy mô cộng đồng.**



Wysa tập trung vào hỗ trợ tinh thần thông qua trí tuệ nhân tạo nhưng **không thiết lập các kết nối trực tiếp giữa người hướng dẫn và người được hướng dẫn.**

Câu Chuyện Nghề Nghiệp

"Trong quá trình tìm kiếm ứng viên, mình bắt gặp rất nhiều những dòng tâm sự về những lần phỏng vấn tìm việc thất bại của các bạn trẻ. Những dòng tin nhắn chất chứa rất nhiều nỗi lo lắng và nỗi sợ cho tương lai không khó để bắt gặp: "Chị ơi, em lại trượt phỏng vấn rồi. Cả lớp còn mình em thất nghiệp" hay "Em nản quá chị ạ. Em gửi CV 20 chỗ mà không chỗ nào".

Lắng nghe tâm sự của mấy bạn khiến mình nhớ lại câu chuyện của chính bản thân thời điểm mới tốt nghiệp. Vào thời điểm đó, mình tốt nghiệp ra trường với tấm bằng loại giỏi ở trường kinh tế thuộc top Hà Nội, IELTS 7.0, tiếng Nhật giao tiếp, kinh nghiệm hoạt động câu lạc bộ và chạy dự án từ sự kiện cấp bộ ngành, NGO đến sự kiện âm nhạc văn hóa, kinh nghiệm giảng dạy IELTS cũng tính bằng năm. Mình tự tin lắm, đi đăng ký toàn những công ty lớn, kết quả là trượt không thiếu cái nào. Thời gian đầu sau khi nhận một loạt các email từ chối, mình cảm thấy hoài nghi về khả năng của bản thân trong khi các bạn mình từng người một đỗ vào những tập đoàn lớn. Tuy nhiên, nếu mình bỏ cuộc tại thời điểm đó, sau khi nhận về những "thất bại", thì sẽ không có mình của ngày hôm nay ở đây để chia sẻ và hỗ trợ các bạn.

Nói như vậy để thấy rằng, câu chuyện đi xin việc và thất bại không phải và của riêng ai. Với kinh nghiệm của một người đi trước, mình mong rằng có thể chia sẻ và đưa ra những lời khuyên và định hướng cho các bạn trẻ kết nối với mình thông qua nền tảng. Đừng ngần ngại mà hãy kết nối với mình nhé!

Nguồn: [Tìm việc thất bại - Câu chuyện không của riêng ai](#)

Câu Chuyện Giáo Dục

Đại học. Mình nghĩ rằng phần lớn các bạn trẻ đã và đang học đại học sẽ đồng ý rằng đây là khoảng thời gian mà chúng ta phải đối mặt với nhiều áp lực. Mình của thời sinh viên cũng không phải là ngoại lệ. Mình nhập học ở một trường đại học có tiếng với số điểm cao. Bố mẹ, thầy cô và chính bản thân mình đều tự hào về điều đó.

Ở trong môi trường mà xung quanh toàn những người xuất sắc, mình nhận ra bản thân cần phải cố gắng rất nhiều để có thể theo kịp. Vậy nên trong học kỳ đầu tiên, mình đăng ký nhiều môn học nhất có thể, tham gia vào một câu lạc bộ của trường và còn bắt đầu đi làm thêm để có kinh nghiệm.

Tuy nhiên, sau kỳ học đầu tiên, từ một người háo hức trước những năm tháng sinh viên đầy màu sắc, mình nhanh chóng cảm thấy mệt mỏi và áp lực trước guồng quay học tập và làm việc. Khối kiến thức và bài tập khổng lồ sau mỗi lớp học, các cuộc họp câu lạc bộ vào buổi tối hay những giờ làm thêm cuối tuần khiến mình cảm thấy quá tải. Sức khỏe thể chất và tinh thần của mình dường như đều bị ảnh hưởng, mình sinh hoạt như một cái máy, chỉ học và làm cho xong, chứ không quan tâm tới chất lượng. Kết quả là sau kì học đầu tiên, kết quả học tập của mình chỉ ở mức trung bình trong công việc làm thêm và ở câu lạc bộ cũng thường xuyên chậm trễ. Đó như là một hồi chuông nhắc nhở mình rằng bản thân hiện tại đang chưa có một kế hoạch hợp lý và phù hợp. Mình sắp xếp lại thời gian biểu, ưu tiên việc học ở trên trường. Còn đối với hoạt động câu lạc bộ và công việc làm thêm, mình cố gắng giảm bớt áp lực và đầu việc, tự cho mình 1 quãng nghỉ và nhìn lại những điều mình cần cải thiện.

Những năm học đại học tiếp theo và cả sau này khi đi làm, mình nhận ra rằng, cố gắng để tiến lên là cần thiết, nhưng nếu chúng ta đặt quá nhiều áp lực phải thành công để bằng người này hoặc người kia, khả năng cao là mục tiêu đó sẽ không thể đạt được và còn khiến bản thân bạn gặp nhiều khó khăn và thử thách. Nay giờ khi nhìn lại, mình cảm thấy may mắn khi bản thân lúc đó đã phát hiện và giải quyết vấn đề sớm.

Câu Chuyện Mối Quan Hệ

Trước khi vào Sài Gòn, mình cảm thấy rất là cô đơn. Không phải vì mình không kết nối với ai mà vì ko ai có đủ thời gian hay kiên nhẫn để lắng nghe. Nếu các bạn hỏi mình có ổn không thì mình ko ổn lắm. Vì vậy, mình quyết định đến nơi khác để học tập và làm việc hay các bạn có thể gọi là "trốn chạy". Tuy nhiên, đến 1 thành phố mới giống như là bắt đầu lại mối quan hệ từ con số 0.

Tất nhiên mình có đồng nghiệp nhưng nếu nói về một mối quan hệ có sự kết nối thì mình không có ai. Lúc đó tất cả mối quan hệ của mình chỉ mang tính xã giao chứ không đến mức quá thân thiết để chia sẻ.

Điều này nghe có vẻ kinh khủng phải không. Tuy nhiên, việc sống không có bạn bè ko có tệ đến mức chúng ta nghĩ đâu.

Sau này, khoảng thời gian khó khăn đó giúp mình nhận ra 1 người bạn thật sự nên là người như thế nào. Không phải ai cũng đồng hành cùng với mình mà cho dù có họ cũng sẽ rời bỏ ta ở một cột mốc nào đó. Hay nói cách khác người duy nhất đồng hành cùng ta chỉ có bản thân ta. Ngay cả gia đình cũng vậy, họ cũng có con đường riêng của mình chứ không thể đồng hành cả cuộc đời. Tất nhiên rất may mắn nếu có bạn bè. Tuy nhiên nếu không có thì không có nghĩa là bản thân bạn tồi tệ. Không có ai tốt hay xấu hoàn toàn. Có người không có bạn bè vì tính cách họ hướng nội nè.

Mình nghĩ rằng trong chúng ta đều có những lúc trải qua những cảm giác như vậy. Với tư cách là 1 người đã vượt qua được những giai đoạn khó khăn này, mình ở đây để sẵn sàng lắng nghe bạn....

Nguồn: [#56 Sống không có bạn bè ổn không?](#)
