**PHẦN 3: LẬP KẾ HOẠCH XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC XÚC TIẾN – QUẢNG CÁO**

Nai Cuebur trên thị trường vẫn là một thương hiệu chưa có chỗ đứng vững chắc trên thị trường cũng như được rộng rãi khách hàng trên cả nước biết đến, mức độ nhận biết mới chỉ ở trong khu vực địa phương và các thành phố lân cận và một số lượng khách hàng nhỏ là Việt kiều. Với mong muốn đem đến cái nhìn rõ nét về sản phẩm, và điểm độc đáo của đặc sản Tây Nguyên cho càng nhiều khách hàng khắp mọi nơ, Nai Cuebur thúc đẩy xúc tiến bằng hình thức quảng cáo TVC với mong muốn xây dựng được hình ảnh và phát triển thương hiệu ngày một tốt hơn.

**3.1 Tổng quan chiến lược**

Tên chiến lược: “Món quà của đại ngàn”

Thời gian: 20/2/2020 – 20/3/2020

Thông điệp chính: “Thưởng thức tinh hoa núi rừng – Nai Cưebur”

Địa điểm: TP.Buôn Ma Thuột

Tông chi phí: 28.000.000 VND

Kênh quảng cáo: Youtube, Facebook, Tiktok

**3.5.4 Kịch bản TVC**

- Hình thức quảng cáo: kết hợp giữa giớ thiệu và đưa ra nhu cầu giải quyết

Đây là hình thức phù hợp giúp khách hàng biết đến thêm một loại đặc sản của vùng đất Tây Nguyên, cũng như bổ sung thêm kiến thức thực phẩm về một sản phẩm đăc sản có giá trị dinh dưỡng cao.

**3.5.5 Các bước tiến hành thực hiện**

* Thu thập dữ liệu khách hàng

**Cá tính**: Thời thượng, trang trọng, vui tươi hoà lẫn một chút nghiêm nghị, trẻ trung, sôi động.

**Mục tiêu**:

* Giới trẻ, trung niên, đặc biệt là khách du lịch và những người quan tâm đến sức khoẻ
* Giới thiệu đến đông đảo người tiêu dùng, sản phẩm là một trong những đặc sản nổi bật của vùng đất Tây Nguyên, mang lại nhiều giá trị dinh dưỡng cao.
* Tạo ra nhu cầu trong tiềm thức khách hàng về sản phẩm làm quà tặng, không những vậy còn là món ăn trong những dịp vui nhỏ.

**Chiến lược**: Quảng bá mở rộng phát triển thương hiệu và tạo ra nhu cầu cho khách hàng

**Sản phẩm**:

* Tính năng lợi ích: là đặc sản vùng đất Tây Nguyên mang đến cho khách hàng sản phẩm “ Ngon phải sạch, biếu phải sang”, giúp khách hàng có được món quà ưng ý mang nhiều ý nghĩa tốt đẹp.
* Thông điệp đến với khách hàng: “Chọn món quà sức khoẻ, chọn Nai Cuebur”

Việc tìm kiếm quà để biếu tặng vào các dịp lễ, hay đơn giản là du lịch tới Tây Nguyên thì nên chọn đặc sản như thế nào vừa có ý nghĩa tinh thần lẫn giá trị sản phẩm mà lại thể hiện được hết tấm lòng của người tặng . Nai Cuebur, mang đến cho khách hàng sự lựa chọn tối ưu nhất, giúp khách hàng tự tin với quyết định mua của mình cũng như an tâm về chất lượng về sản phẩm.

* Khách hàng sử dụng:
* **Khách hàng mục tiêu:**
* Giới tính: Nam, Nữ
* Độ tuổi: 20 – 55 tuổi
* Thu nhập: 10 – 20 triệu/ tháng
* Nghề nghiệp: công nhân viên chức, nhân viến, lãnh đạo, nội trợ....
* Khu vực: Cả nước đặc biệt là các tỉnh lân cận thành phố lớn ( Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, Cần Thơ...)
* Hành vi: thường xuyên sử dụng MXH, thích xem các video giải trí ngắn, xu hướng quan tâm đến nội dung hài hước, thường xuyên biếu tặng củng cố các mối quan hệ, đam mê du lịch hội họp bạn bè, quan tâm đến giá trị sản phẩm.
* Nhu cầu:chất lượng sản phẩm đi đôi với giá thành, là thương hiệu uy tín, đã được nhiều khách hàng tin tưởng sử dụng, thể hiện được giá trị sản phẩm.

**3.5.6 Kịch bản TVC**

- *Hình thức quảng cáo*: kết hợp giữa giớ thiệu và đưa ra nhu cầu giải quyết

Đây là hình thức phù hợp giúp khách hàng biết đến thêm một loại đặc sản của vùng đất Tây Nguyên, cũng như bổ sung thêm kiến thức thực phẩm về một sản phẩm đăc sản có giá trị dinh dưỡng cao.

* *KOL*: Travel blogger Khoai Lang Thang nổi tiếng với những video chia sẻ về du lịch, ẩm thực trong và ngoài nước, những video của anh luôn chỉnh chu về mặt hình ảnh, nội dung mang đến những thước phim chân thật, thú vị và ý nghĩa nhất. Ngoài ra, với ngoại hình đẹp trai, nụ cười tỏa nắng, giọng nói ấm nhưng giản dị, chất phát và đầy hài hước, Khoai Lang Thang chiếm trọn tình cảm của 1,18 triệu fans hâm mộ trên youtube. Không chỉ mang ý nghĩa giải trí đơn giản, những video chia sẻ của anh vô cùng có ích giúp mọi người hiểu hơn về địa lý, văn hóa, con người, cảnh đẹp của từng địa danh anh đi qua, cũng như truyền một số kinh nghiệm để bạn có một chuyến đi trọn vẹn.
* *Nhân vật*: Đinh Võ Hoài Phương (Travel blogger, 30 tuổi)

cô gái bán hàng,( 26 tuổi)

*Cốt truyện:*

Phương là một người yêu mến vùng đất Tây Nguyên từ rất lâu, năm 12 tuổi anh đã được ba mẹ dẫn đi thăm quan, kể từ khi làm vlog về du lịch anh vẫn chưa có cơ hội quay lại nơi đây. Lần này anh tới để giới thiệu cho fans của anh ấy về vùng đất Tây Nguyên và một thứ khiến anh nhớ mãi.

Sau khi giới thiệu cho mọi người về con phong cảnh và con người nơi đây. Anh bỗng nhiên tỏ vẻ xao xuyến bồi hồi khi đứng trước một cửa tiệm. trong cửa tiệm là một cô gái với một nụ cười toả sáng. Anh quay lại và nói với camera đây là khoảng khắc anh ấy mong chờ nhất chuyến đi lần này.. Anh bước vào cửa tiệm đưa tay ra trước mặt cô gái, cô gái đưa tay lại hai người nhìn nhau và cùng bước ra cửa tiệm. Anh hạnh phúc giới thiệu với fans của anh ấy về sản phẩm khô nai đã làm anh nhớ mãi, anh mua rất nhiều để làm quà tặng cho mọi người

*Concept:*

Phong cảnh hùng vĩ của Tây Nguyên, và tình cảm của anh chàng Vlogger dành cho hương vị núi rừng.

* *Slogan:*

***Naicuebur – Ngon phải sạch, biếu phải sang***

* *Thông điệp:*

Naicuebur là một món quà mang hương vị của núi rừng Tây Nguyên, là sự kết tinh của hương hoa đại ngàn. Khiến ai đã nếm thử cũng bồi hồi nhớ mãi không quên, Naicuebur luôn muốn hướng đến sự hài lòng của khách hàng ở cả cảm nhận vị giác đến tâm thức khi nhắc đến sản phẩm Naicuebur.

* *Kịch bản chi tiết:*

Cảnh quay diễn ra ở các địa điểm nổi tiếng (núi đá voi, tượng đài ngã sáu,bản đôn,thác DRAY NUR), và showroom Naicuebur.

**KỊCH BẢN CHI TIẾT TVC KHÔ NAI CUEBUR**

**Tổng thời lượng: giây**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Thời lượng** | **Nội dung** | **Âm thanh/ Voice over** | **Khung cảnh** | **Đạo cụ** | **Ghi chú** |
| **1** | **0:00:2** | **Quay flycam Khoai đi bộ qua các thắng cảnh và ngắm nhìn** | **Âm nhạc vui tươi (Ta thương nhau thì về BMT)**  **Khoai: “Đến với Tây Nguyên là đến với sự hoang dại của rừng núi cỏ cây, đến với một cuộc sống bình dị từ những con người thân thiện và sự hùng vĩ của thiên nhiên. Khoai đã đến đây và vương vấn cảnh sắc, con người nơi đây, ở đây có một hương vị đặc biệt mà Khoai luôn hằng mong nhớ. Nào hãy theo khoai để biết bí mật này nha” (*tươi vui, khoẻ khoắn*)** | **Buổi sáng: sườn núi đá voi, thác nước Dray Nur, voi bản đôn chở khách**  **Buổi tối: cảnh về đêm tại tượng đài ngã sáu** | **Trang phục: quần jean + áo thun, mũ lưỡi chai, khoẻ khoắn, năng động** | **Miêu tả sự phát triển của BMT, thu hút khách du lịch đến và trải nghiệm** |
| **2** | **0:00:17** | **Quay chân Khoai đang đi: bỗng đi lùi lại hai bước**  **Quay cận mặt: nhìn vào showroom** | **Thu tiếng trực tiếp** | **Trước cửa showroom** |  | **Đặc tả gương mặt bồi hồi, vui mừng của Khoai**  **Đặc tả ánh nắng mặt trời xuyên qua kẽ lá** |
| **3** | **0:00:20** | **Cận mặt nữ phụ đang quay lại nhìn Khoai cười** | **Âm nhạc lãng mạng ( I’ll always love you)** | **Trong showroom**  **Ánh sáng blacklight + High key lighting** | **Trang phục thanh lịch nhã nhặn: cv cúp đen + áo đồng phục, tóc búi gọn** | **Ánh mắt dịu dàng, nụ cười tươi sáng** |
| **4** | **0:00:23** | **Khoai đưa tay ra phía nữ phụ**  **Nữ phụ quay người về phía sau rồi đưa tay lại về phía Khoai** | **Khoai: “Em đã chuẩn bị sẵn sàng chưa? Anh đã đợi ngày này lâu lắm rồi”**  **Nữ phụ: “dạ rồi ạ, em cũng đang đợi anh”** | **Quầy trưng bày**  **Ánh sáng hard light** |  | **Giữ nét mặt hân hoan, vui mừng**  **Chú ý ánh mắt nhìn vào nhau yêu thương** |
| **5** | **0:00:30** | **Khoai và nữ phụ bước ra ngoài , Khoai tiến tới nói với camera về sản phẩm khô nai** | **Nhạc cao trào**  **Khoai: “Khoai xin giới thiệu với các bạn đây chính là chân ái của khoai khi tới đây, (voice over) KHÔ NAI CƯEBUR** | **Trước showroom**  **Ánh sáng tự nhiên** | **Hai túi khô nai** | **Khoai vừa nói đầy hào hứng vừa đưa sản phẩm lên cao, show vào camera.** |
| **6** | **0:00:35** | **Quay cận cảnh sản phẩm (màu sắc, hương vị (cảm nhận mùi thơm), độ dai (xé))** | **Âm nhạc vui tươi: “ta thương nhau thì về BMT”**  **Khoai: “Nai cuebur với khô nai là đặc sản của núi rừng Đắk Lắk, thịt nai khô hấp dẫn bởi cảm giác cay nhẹ đầu lưỡi, chín ngọt, dai da,i đến từ những em nai vàng ngơ ngác ướp mình trong tỏi tiêu. Mang đến hương thơm đậm đà len lỏi vào từng thớ thịt cùng chút hoang dã, nồng nàn”** | **Sản phẩm**  **Ánh sáng chính** | **5 miếng khô nai** | **Giọng đọc: thu hút, nhẹ nhàng, hài hước**  **Quay đặc tả miếng khô nai** |
| **7** | **0:00:45** | **Quay cận Khoai, nữ phụ cầm sản phẩm hướng về phía camera** | **Âm nhạc: “ta thương nhau thì về BMT”**  **Khoai: “đến Tây Nguyên, chọn Nai Cưebur”**  **Nữ phụ: “chọn tinh hoa của núi rừng”** | **Text**: thông tin sản phẩm và phân phối:  **“Hộ kinh doanh Uyên Thảo**  **140 Nguyễn Văn Cừ - P. Tân Lập , TP. Buôn Ma Thuột – Tỉnh Đak Lak”** | **Ba túi khô nai** | **Giọng điệu: tự tin, rành mạch** |
| **8** | **0:00:50** | **Sence kêt: hình ảnh background mờ. Ba túi khô nai trên tay nhận vật bay vào trung tâm frame** | **Voice over: NAI CƯEBUR, “ ăn phải sạch – biếu phải sang”** | **Hiệu ứng ánh sáng lướt nhẹ qua 3 túi khô nai** |  | **Voice đọc lại**  **tên sản phẩm**  **to, rõ, mạnh**  **mẽ, dứt khoác,**  **tạo điểm nhấn**  **vào đầu khán**  **giả khi ending** |