

BÀI TẬP TRÊN LỚP

Chiến dịch Sữa chua Vinamilk “Khỏe tiêu hoá - Khỏe vui mỗi ngày”

Câu hỏi thảo luận:

1. Mục đích của chiến dịch là gì?
2. Mục tiêu của chiến dịch là gì?
3. Đánh giá sự phù hợp của mục tiêu với loại hình quảng cáo

GỢI Ý HƯỚNG GIẢI QUYẾT BÀI TẬP TÌNH HUỐNG

1. Mục đích:

- a. Kinh doanh: tăng doanh thu
- b. Marketing: xây dựng định vị
 - i. Đặc điểm sản phẩm: sữa chua lên men từ 12 triệu men *Bulgaricus* châu Âu
 - ii. Lợi ích: Hệ tiêu hoá khỏe sẽ có cuộc sống vui vẻ
- c. Truyền thông: tạo nhận thức Bạn có biết 70% hệ miễn dịch nằm ở đường ruột?

2. Mục tiêu: Quan tâm

- a. Giáo dục về lợi ích của sản phẩm
- b. Cung cấp thông tin sản phẩm

3. Đánh giá: Phù hợp

Mục tiêu cung cấp thông tin và giáo dục về lợi ích từ đó lựa chọn loại hình Quảng cáo thông tin

CHỦ ĐỀ 3

Mỗi nhóm chọn 1 video quảng cáo gần đây nhất của sản phẩm nhóm lựa chọn trong assignment

Câu hỏi thảo luận:

1. Xác định mục đích và mục tiêu của chiến dịch Quảng cáo
2. Xác định cơ sở phân đoạn thị trường của chiến dịch
3. Sản phẩm đang được định vị như thế nào trong video Quảng cáo

GỢI Ý HƯỚNG GIẢI QUYẾT BÀI TẬP TÌNH HUỐNG

1. Nhóm cần nêu được mục đích kinh doanh/marketing/truyền thông của chiến dịch
2. Mục tiêu của chiến dịch là gì? Nhận biết – Quan tâm – Đánh giá và dùng thử
- Quyết định – Sau mua
3. Cơ sở phân đoạn: Địa lý/ Tâm lý/ Nhân khẩu học/ Hành vi/ Văn hoá/ Lợi ích
4. Định vị của sản phẩm đang dựa trên tiêu chí nào?