

Étoile Perfume E-MARKETING *plan*

By Étoile Team

New Brand



704022 - Digital Marketing - GVHD: Văn Đức Sơn Hà

Nội dung

BÁO CÁO CUỐI KỲ

SOSTAC Model

- **Situation - Tình hình**
- **Objective - Mục tiêu**
- **Strategy - Chiến lược**
- **Tactics - Chiến thuật**
- **Action - Thực thi**
- **Control - Kiểm soát**

EXECUTIVE SUMMARY



Thương hiệu nước hoa “**mới**” được **thành lập** bởi nhóm sinh viên đại học Tôn Đức Thắng

Áp lực khi phải **cạnh tranh gay gắt** với nhiều đối thủ



Khách hàng mục tiêu **chưa biết đến** thương hiệu mới

Bước đầu **xây dựng và phát triển** thương hiệu mới **đầy khó khăn**

TODOIS: TĂNG MỨC ĐỘ NHẬN BIẾT THƯƠNG HIỆU NƯỚC HOA ÉTOILE VỚI KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

DIGITAL MARKETING PLAN

Thị trường nước hoa ở Việt Nam dự kiến sẽ tạo ra doanh thu là **108,10 triệu USD ***

58% doanh số nước hoa Việt Nam sẽ được góp phần bởi phân khúc sản phẩm "**không xa xỉ**" vào năm 2024 **

8,4% là **mức tăng trưởng** dự đoán của thị trường bán lẻ nước hoa **trực tuyến** tại Việt Nam ***

Tiềm năng của thị trường bán lẻ nước hoa tại Việt Nam

Nguyên nhân **tăng trưởng** của thị trường nước hoa

- Thu nhập khả dụng tăng
- Xu hướng selflove
- Sự bùng nổ của thương mại điện tử

60% người dùng internet tại Việt Nam **đã mua** một sản phẩm hoặc dịch vụ **trực tuyến** ***

Cơ hội cho doanh nghiệp mới như Étoile khi bước chân vào thị trường kinh doanh nước hoa "**không xa xỉ**" **trực tuyến**

Phân khúc **cạnh tranh gay gắt**, nhiều đối thủ mạnh đã xây dựng nhận biết thương hiệu tốt

TẦM NHÌN

Trở thành thương hiệu nước hoa giá tốt quốc dân cho các cô gái trẻ!

SỨ MỆNH

“Embrace Elegance, Embrace Étoile”

Functional benefits

Sản phẩm nước hoa có **mùi hương ấn tượng, lâu phai**, giúp lan tỏa hương thơm lôi cuốn và tạo ra cảm giác tươi mới suốt cả ngày.



Emotional benefits

Mang đến **cảm giác tự tin và sự hài lòng với bản thân**.
Mỗi lần dùng Étoile, phái nữ sẽ **nổi bật giữa đám đông và tự tin thể hiện** bản thân mình

Strengths

- Giá thành hợp lý
- Đa dạng về mùi hương và dòng sản phẩm
- Cân bằng giữa giá cả và chất lượng



Opportunities

- Nhu cầu sử dụng nước hoa ngày càng tăng
- Sự bùng nổ mạng xã hội và mua hàng trực tuyến
- Người Việt ưu tiên dùng hàng Việt



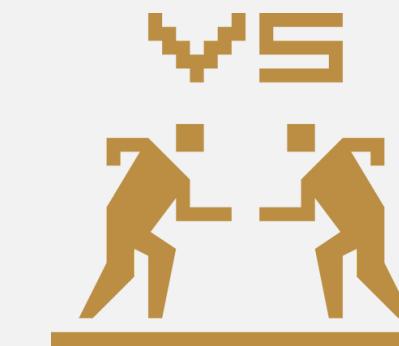
Weaknesses

- Nhận thức về thương hiệu thấp
- Kênh phân phối hạn chế
- Chưa có nhiều chương trình marketing

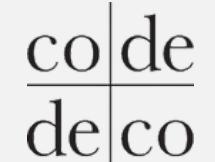


Threats

- Cạnh tranh gay gắt
- Hàng giả, hàng nhái



Đối thủ cạnh tranh trực tiếp



Sản phẩm

Nguồn nguyên liệu
đến từ “nhà hương”
hàng đầu thế giới
Giá fullsize:
1.500.000-1.800.000
VNĐ

Chất lượng, hương
thơm đến từ thiên
nhiên, hoa thảo
dược và gỗ quý hiếm
Giá fullsize: 600.000-
800.000 VNĐ

Sản phẩm chất
lượng quốc tế, mùi
hương phương Đông
thời thượng
Giá fullsize: 600.000-
1.500.000 VNĐ

Sản phẩm mang
hương thơm phong
phú, đặt tính nghệ
thuật lên hàng đầu
Giá fullsize:
1.200.000-1.400.000
VNĐ

Chương trình
Marketing

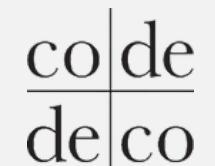
Facebook Ads,
Website, Event,
KOLs marketing

Google Ads, Social
Media Marketing,
Influencers
Marketing

Social Media
Marketing

Google Ads,
Promotion Activity,
Event

Đối thủ cạnh tranh trực tiếp



Fanpage

653K lượt thích •
657K người theo dõi

61K lượt thích • 66K
người theo dõi

17K lượt thích • 18K
người theo dõi

13K lượt thích • 14K
người theo dõi

Website

Monthly Visits:
42135
Visit duration:
00:04:11
Bounce rate: 29.6%

Monthly Visits:
<5000
Visit duration:
00:02:17
Bounce rate: 78.13%

Monthly Visits:
<5000
Visit duration:
00:06:28
Bounce rate: 36.98%

Monthly Visits:
17401
Visit duration:
00:00:38
Bounce rate: 10.44%

Đối thủ cạnh tranh trực tiếp



Vì Étoile là thương hiệu mới thành lập, **sơ đồ định vị** sẽ được xây dựng dựa trên **Thiết kế sản phẩm và Giá cả**

Ngoài ra



Bodymist



Bodylotion

Là **đối thủ cạnh tranh gián tiếp** của Étoile

Marketing Objective

Tăng cường sự **nhận biết và nhận diện thương hiệu Étoile** đến 1 triệu sinh viên nữ ở Việt Nam, trong đó 300.000 sinh viên nữ biết được Étoile là “Thương hiệu nước hoa giá rẻ quốc dân cho các cô gái trẻ” trong vòng **3 tháng từ 01/5/2024 đến 31/7/2024**.

S

Tăng cường sự nhận biết và nhận diện thương hiệu Étoile đến 1 triệu sinh viên nữ ở Việt Nam, trong đó 300.000 sinh viên nữ biết được Étoile là “Thương hiệu nước hoa giá rẻ quốc dân cho các cô gái trẻ”.

M

Theo dõi qua các chỉ số như: tỷ lệ nhấp chuột (CTR) vào quảng cáo, lượt truy cập website, lượt tương tác trên mạng xã hội và BrandLift Study

A

Mục tiêu đặt ra là thực tế và khả thi với nguồn lực và khả năng thực hiện của Étoile.

R

Phù hợp với chiến lược marketing chung của Étoile, hướng đến trở thành thương hiệu nước hoa giá rẻ quốc dân được yêu thích bởi sinh viên nữ

T

Thời gian thực hiện trong vòng 3 tháng, từ 01/5/2024 đến 31/7/2024.

KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Nhân khẩu học



Giới tính: Nữ.

Vị trí địa lý: Thành thị, tại 4 thành phố lớn

Tuổi: Thanh niên (18 - 25 tuổi) đang là nữ sinh hoặc sinh viên đại học.

Thu nhập: Thuộc Nhóm C và D

Học vấn: Cao đẳng, Đại học, Sau ĐH



Nhu cầu và mong muôn

Có giá thành phải chăng, phù hợp với khả năng chi trả của sinh viên.

Mùi hương đa dạng

Thiết kế chai nhỏ gọn, tiện lợi

Độ lưu hương trung bình, không quá gắt, phù hợp cho môi trường học tập và sinh hoạt.

Thương hiệu uy tín, được nhiều người tin dùng.

Hành vi mua sắm online

Hay so sánh giá cả và chất lượng sản phẩm.

Thích tham khảo ý kiến bạn bè, người thân hoặc influencer trên mạng xã hội.

Dễ bị thu hút bởi các chương trình khuyến mãi, giảm giá.

Có thói quen tìm hiểu thông tin sản phẩm trên các trang mạng xã hội.



Hành vi sử dụng

Đối tượng khách hàng mục tiêu của Étoile thường mua hàng 1-2 lần/ tháng.

STRATEGIC APPROACH

Insight**Truth**

Bởi vì tôi muốn để lại ấn tượng với mọi người và thể hiện được thương hiệu cá nhân.

Motivation

Tôi thích cơ thể tôi có một mùi hương đặc trưng

Tension

Tôi lo ngại bị người khác phát hiện dùng nước hoa giá rẻ bởi mùi hương quá nồng và tôi cũng không đủ khả năng chi trả cho nước hoa đắt tiền.



“ Tôi muốn cơ thể mình mang một mùi hương đặc trưng, thể hiện phong cách cá nhân. Tuy nhiên, việc tìm kiếm nước hoa phù hợp đôi khi gặp khó khăn. Các thương hiệu nước hoa nổi tiếng thường đắt tiền, trong khi nước hoa giá rẻ thường có mùi hương quá nồng và không phù hợp với độ tuổi của tôi. Tôi e ngại người khác sẽ biết tôi dùng nước hoa giá rẻ.



STRATEGIC APPROACH



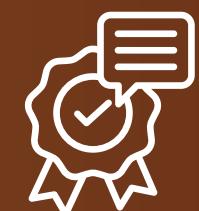
BIG IDEA

Tự tin bung xõa



KEY MESSAGE

Étoile, mang đến hương thơm ấn tượng, chất lượng nổi bật không khác gì các thương hiệu cao cấp nhưng khác biệt về giá thành giúp các bạn tự tin bung xõa, không phải ngại.



TAGLINE

Có Étoile lo -
Không phải ngại

DEPLOYMENT PLAN

	GIAI ĐOẠN 1 - TRIGGER (1/5/2024 - 31/5/2024)	GIAI ĐOẠN 2 - ENGAGE (01/06 -30/6/2024)	GIAI ĐOẠN 3 - AMPLIFY (01/07-30/7/2024)
MỤC TIÊU	Tăng độ nhận biết về thương hiệu Étoile và sự tương tác với thương hiệu trên các nền tảng mạng xã hội (thích/ theo dõi trang, bày tỏ cảm xúc và bình luận, chia sẻ các bài đăng, tham gia các hoạt động quảng bá khác của thương hiệu)	Tạo ra sự chú ý và tăng cường nhận diện về thương hiệu Étoile trong cộng đồng TikTok (lượt xem, lượt thích, và bình luận) trên các video TikTok liên quan đến thương hiệu. Tăng lượng truy cập vào trang web của thương hiệu	Tăng cường nhận diện thương hiệu ở thành phố Hồ Chí Minh Xây dựng lòng trung thành và sự gắn kết của khách hàng với Étoile
KEY HOOK	Music video: "Étoile x Pháo Northside – "Không phải ngại" Đăng tải và chạy quảng cáo trên các nền tảng mạng xã hội Facebook, TikTok và Youtube để gia tăng nhận thức về thương hiệu (hình ảnh và tính cách thương hiệu) của khách hàng.	Minigames " The Étoile Challenge " Kết hợp với KOL, KOC để tạo trend từ nền nhạc của MV "Không phải ngại", khuyến khích người dùng sáng tạo các video nhảy, hát, cover theo giai điệu với hashtag #ÉtoileChallenge	Trò chơi tương tác " Find your Scents " Tổ chức trò chơi online kết hợp offline , phối hợp với các KOL và Influencer để quảng bá chiến dịch. Đưa ra những giải thưởng, quà tặng hấp dẫn thu hút người tham gia. Đồng thời kết hợp với các kênh truyền thông, báo chí để quảng bá cho thương hiệu.
SUPPORT TACTICS	Social ADs, Booking Fanpage, Social post; KOL, KOC reviews	Social ADs, SEO, FB Reels, Social post, KOL; KOC review	Online: Social ADs, SEO, Booking Fanpage, Audio Ads Social post: KOL, Influencer review Offline: Booth Activation
KPI	Facebook (tổng lượt tiếp cận và tương tác trên trang Facebook của Étoile và các fanpage được booking): 1,5 triệu lượt tiếp cận và 100 nghìn lượt tương tác Youtube: 5 triệu lượt xem TikTok (trên trang TikTok của Étoile và các trang được booking): 10 triệu lượt tiếp cận, 200 nghìn lượt tương tác	Fanpage - Total reach: 1 triệu , Traffic: 10.000 Tiktok - Total reach: 3 triệu , Traffic: 20.000 Lượt sử dụng hashtag #ÉtoileChallenge: 300 lượt	Fanpage - Total reach: 800 nghìn , Traffic: 50.000 Tiktok - Total reach: 1 triệu , Traffic: 100.000 Spotify - Total reach : 100 nghìn , Traffic: 20.000
NGÂN SÁCH	2,112,900,000 đồng	225,212,500 đồng	1.200.000.000 đồng

EXECUTION PLAN

GIAI ĐOẠN 1: TỪ NGÀY 1/5/2024 ĐẾN NGÀY 8/5/2024 TẠO CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN

Tạo chủ đề thảo luận về câu hỏi “**Bạn có sợ người khác biết mình dùng nước hoa giá rẻ không?**”

- Liên hệ fanpage và các group cộng đồng để đặt bài viết thảo luận
- Booking các gói Seeding

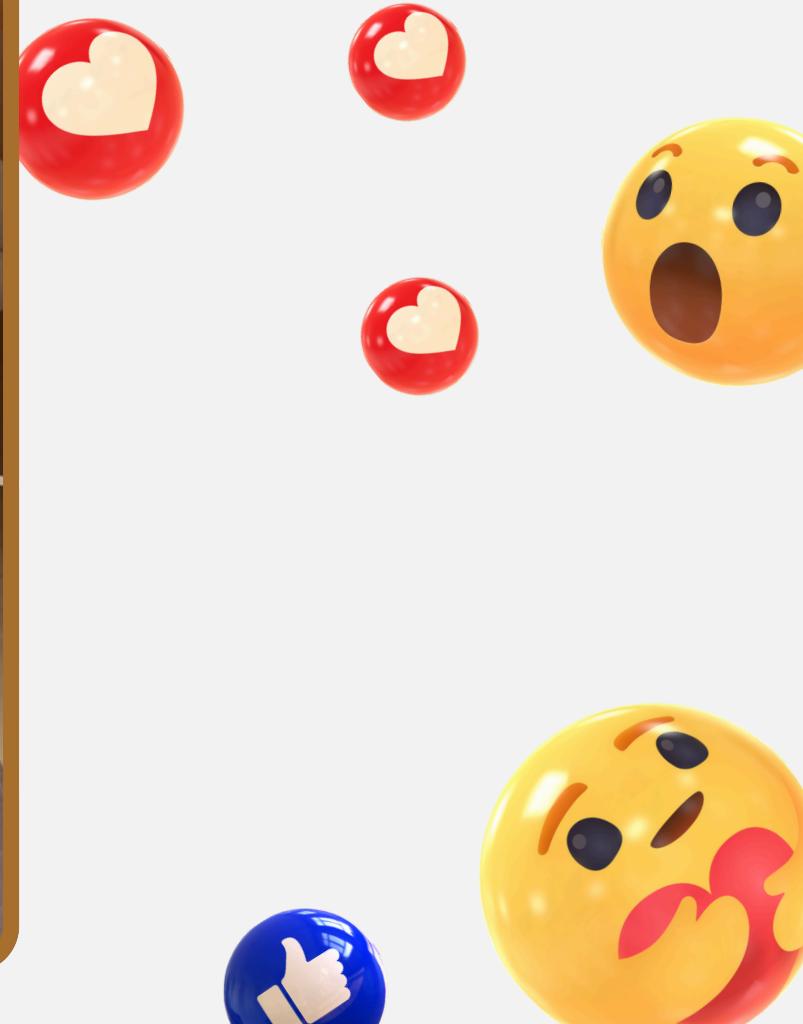


EXECUTION PLAN

GIAI ĐOẠN 1: TỪ NGÀY 1/5/2024 ĐẾN NGÀY 31/5/2024 PHÁT SÓNG MUSIC VIDEO

Phát sóng music video kết hợp với Pháo Northside (6/5/2024 - 31/5/2024):

Với ca khúc chủ đề cho MV nước hoa Étoile mang tên "**Không phải ngại**", Étoile lựa chọn Pháo để thể hiện rõ hình ảnh và màu sắc của thương hiệu, truyền cảm hứng về sự tự tin, khuyến khích các cô gái yêu thương bản thân và thể hiện cá tính riêng.



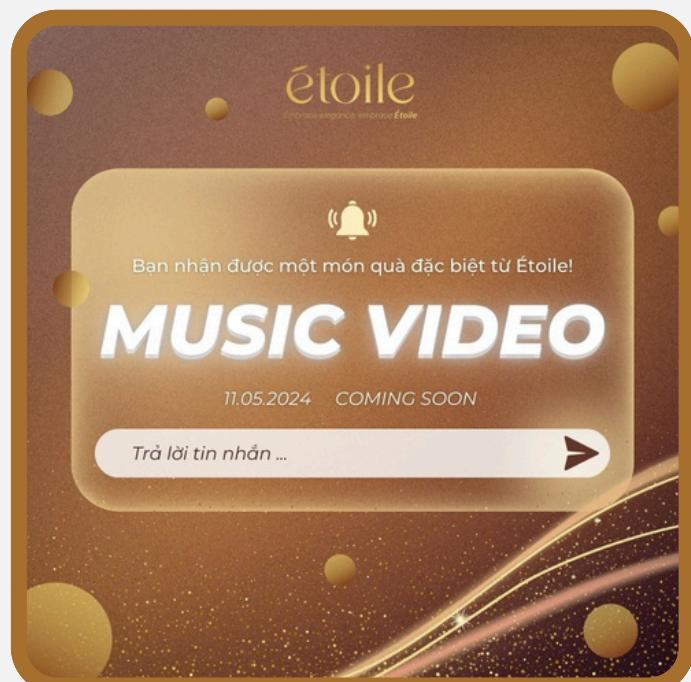
EXECUTION PLAN

GIAI ĐOẠN 1: TỪ NGÀY 1/5/2024 ĐẾN NGÀY 23/5/2024 CẬP NHẬT NỘI DUNG TRÊN CÁC NỀN TẢNG

6/5/2024

11/5/2024

11/5/2024 - 23/5/2024



Đăng bài viết/ video kết hợp với ca sĩ chính là Pháo với nội dung thăm dò tương tác và Booking các Fanpage, nhóm facebook



Tung teaser MV, MV và các quảng cáo



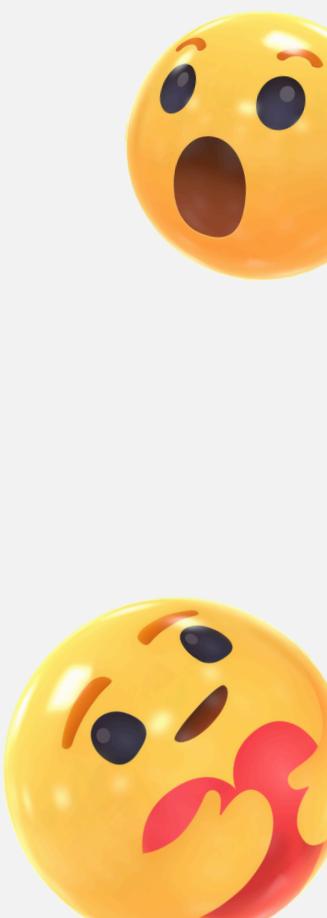
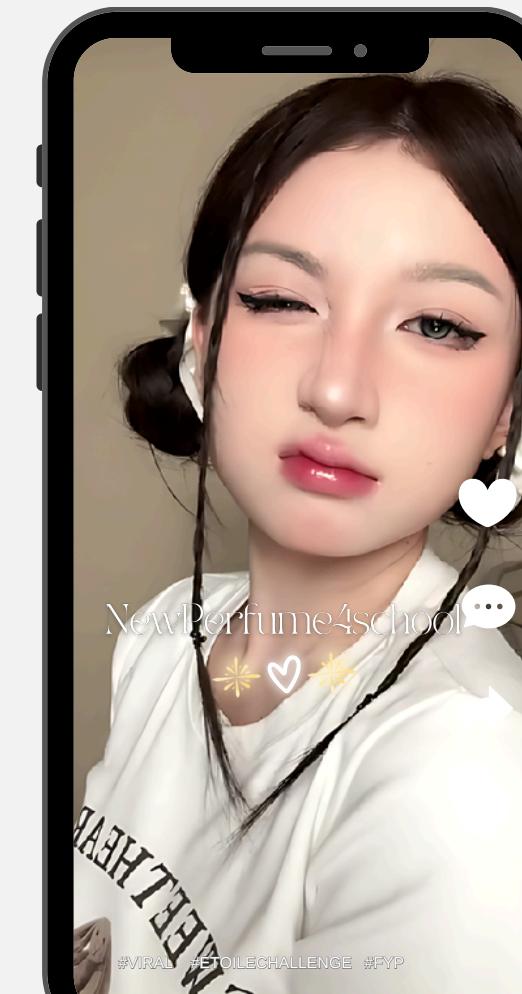
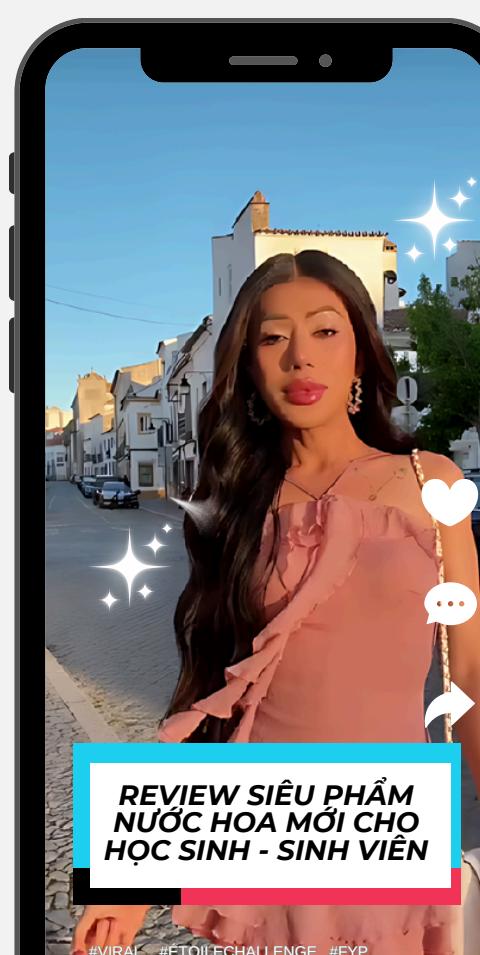
Tung teaser MV, MV và các quảng cáo trên TikTok In-Feed và Video Shopping ads

EXECUTION PLAN

GIAI ĐOẠN 1: TỪ NGÀY 23/5/2024 ĐẾN NGÀY 31/5/2024 BOOKING KOLS REVIEW

Booking KOLs review sản phẩm nước hoa Étoile và gắn link sản phẩm nước hoa Étoile

- KOL @kikianhtrinh (Hồ Ánh Trinh)
- KOL @hoangthachthao_ (Thaoxinhdep)
- KOL @chang_shu_go (Chang Shu Gờ)



Chiến thuật hỗ trợ

GIAI ĐOẠN 1: 1/5/2024 ĐẾN 31/5/2024**Sản xuất MV**

- Sản xuất Music video ra mắt Étoile kết hợp với rapper Pháo Northside

**Quảng cáo mạng xã hội**

- Chạy quảng cáo MV trên 3 nền tảng là Facebook, Youtube và Tiktok
- Kết hợp KOL để review sản phẩm nước hoa Étoile và gắn link sản phẩm
- Booking Fanpage: Fanpage "Nhac nay chill phet", Fanpage "Insight mất lòng", Fanpage "Inside the box" để đăng bài tạo chủ đề thảo luận và quảng bá MV
- Booking Group Facebook: Group "Đảo Thơm", Group "Cột sống GenZ", Group "Thánh Riviu" để tạo chủ đề thảo luận và review sản phẩm
- Booking các gói Seeding để tăng tương tác cho các bài thảo luận và tăng tương tác cho MV

TỔNG NGÂN SÁCH GIAI ĐOẠN 1**2,112,900,000 VNĐ**

GIAI ĐOẠN 2: 01/6/2024 - 30/6/2024 MINIGAME "THE ÉTOILE CHALLENGE"

Giai đoạn giới thiệu

01/6/2024 - 07/6/2024

- Bài đăng giới thiệu về minigame "The Étoile Challenge", thể lệ tham gia, cơ cấu giải thưởng trên các kênh truyền thông xã hội của Étoile.

Cách thức tham gia minigame "The Étoile Challenge"

- Bước 1: Lựa chọn đoạn nhạc yêu thích từ MV "Không phải ngại" của Étoile x Pháo.
- Bước 2: Quay video nhảy, hát, cover theo giai điệu đã chọn, thể hiện sự sáng tạo và cá tính của bạn.
- Bước 3: Đăng tải video lên TikTok kèm hashtag #ÉtoileChallenge và tag tài khoản @Étoile_Official.
- Bước 4: Chia sẻ video lên các trang mạng xã hội khác và kêu gọi

Cách thức bình chọn + Tính điểm:

- 1 điểm cho mỗi lượt thích video; 2 điểm cho mỗi lượt comment; 3 điểm cho mỗi lượt share/ đăng lại
- Mức độ sáng tạo của video dựa trên các tiêu chí như ý tưởng, nội dung, kỹ thuật quay dựng và hiệu ứng. Video có mức độ sáng tạo cao sẽ được cộng thêm điểm.



GIAI ĐOẠN 2: 01/6/2024 - 30/6/2024

MINIGAME “THE ÉTOILE CHALLENGE”

Giai đoạn giới thiệu

01/6/2024 - 07/6/2024

Giải thưởng:

- Top 1:** 2 chai nước hoa Étoile full size + 1 voucher giảm giá khi mua hàng tại Étoile trị giá 1.000.000 đồng.
- Top 2 - 5:** Mỗi giải 1 chai nước hoa Étoile full size + 1 voucher giảm giá khi mua hàng tại Étoile trị giá 500.000 đồng.
- Top 6 - 10:** Mỗi giải 1 chai nước hoa Étoile mini size + 1 voucher giảm giá khi mua hàng tại Étoile trị giá 200.000 đồng.
- Giải thưởng may mắn:** 20 giải, mỗi giải 1 voucher giảm giá khi mua hàng tại Étoile trị giá 100.000 đồng.

Các thức xác định người chiến thắng:

- Top 1 - 10: Dựa trên tổng số điểm bình chọn và đánh giá sáng tạo từ ban tổ chức.
- Giải thưởng may mắn: Chọn ngẫu nhiên từ những người tham gia hợp lệ.

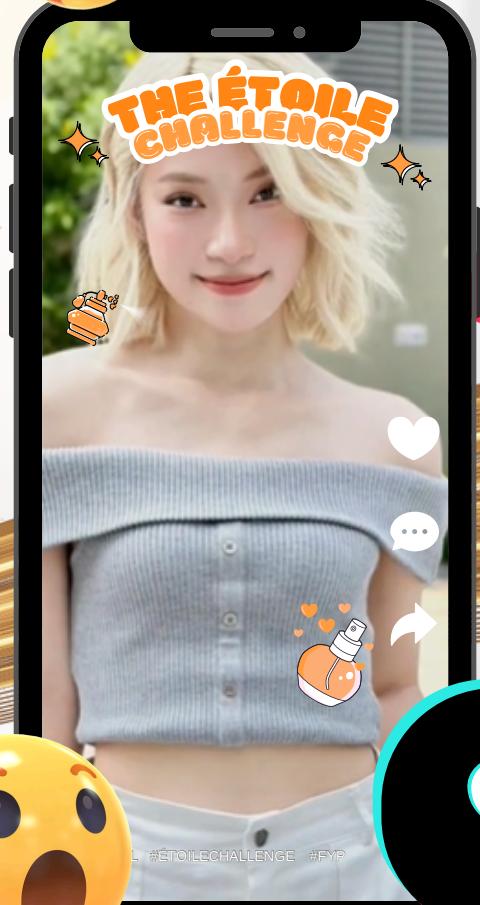
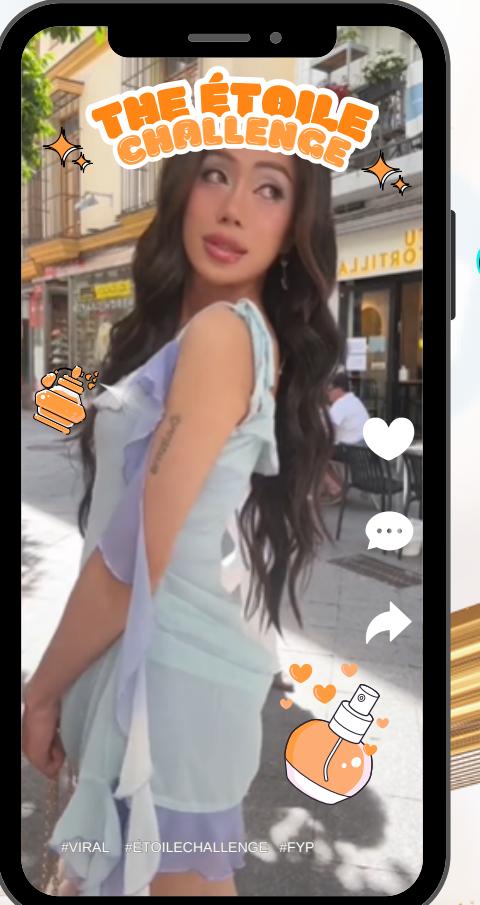


GIAI ĐOẠN 2: 01/6/2024 - 30/6/2024 MINIGAME "THE ÉTOILE CHALLENGE"

Giai đoạn giới thiệu

02/6/2024 - 07/6/2024

Hợp tác với KOL và KOC như **Pháo, Meichan, Hồ Ánh Trinh, Khánh Vy** sẽ khởi xướng cho minigame "**The Étoile Challenge**", trong đó Pháo là lead chính cho chiến dịch này, họ sẽ đăng tải video tham gia minigame và chia sẻ trên kênh trang Facebook và TikTok của họ để khuyến khích người theo dõi tham gia thử thách.



LIKE

GIAI ĐOẠN 2: 01/6/2024 - 30/6/2024 MINIGAME "THE ÉTOILE CHALLENGE"

08/6/2024-22/6/2024

23/6/2024-30/6/2024

Giai đoạn minigame diễn ra

Tổng kết minigame

19/6

23/6

25/6

26/6 - 30/6



Chia sẻ những video xuất sắc đã đạt giải trên các kênh truyền thông xã hội

Chiến thuật hỗ trợ

GIAI ĐOẠN 2: 01/6/2024 - 30/6/2024 MINIGAME "THE ÉTOILE CHALLENGE"

Quảng cáo mạng xã hội

- Chạy quảng cáo TikTok nhắm mục tiêu đến đối tượng tiềm năng trong số đối tượng mục tiêu.
- Sử dụng video từ #ÉtoileChallenge làm quảng cáo sáng tạo trên các nền tảng mạng xã hội.
- Kết hợp KOL vào các chiến dịch quảng cáo để tận dụng độ tin cậy và phạm vi tiếp cận của họ.
- Booking Fanpage: Fanpage "Nhac nay chill phet", Fanpage "Insight mất lòng", Fanpage "Inside the box" để gia tăng sự tiếp cận của minigame đến nhóm đối tượng khách hàng mục tiêu của Étoile.

SEO

- Tối ưu hóa tiêu đề, mô tả và thẻ meta cho video TikTok để tăng khả năng hiển thị trong kết quả tìm kiếm.
- Khuyến khích người dùng chia sẻ video lên các trang web và diễn đàn khác.

Facebook Reels

- Chia sẻ các video #ÉtoileChallenge trên Facebook Reels để tiếp cận lượng khán giả rộng hơn.
- Hợp tác với các KOL và KOC trên Facebook để quảng bá thử thách.

TỔNG NGÂN SÁCH GIAI ĐOẠN 2

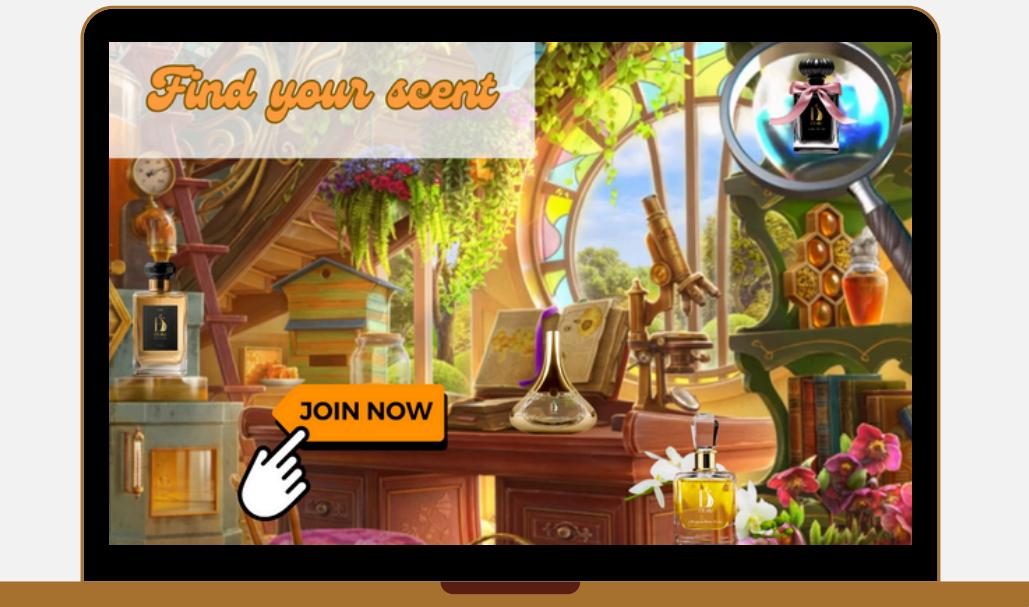
225,212,500 VNĐ

GIAI ĐOẠN 3 OWNED-MEDIA

01/7/2024



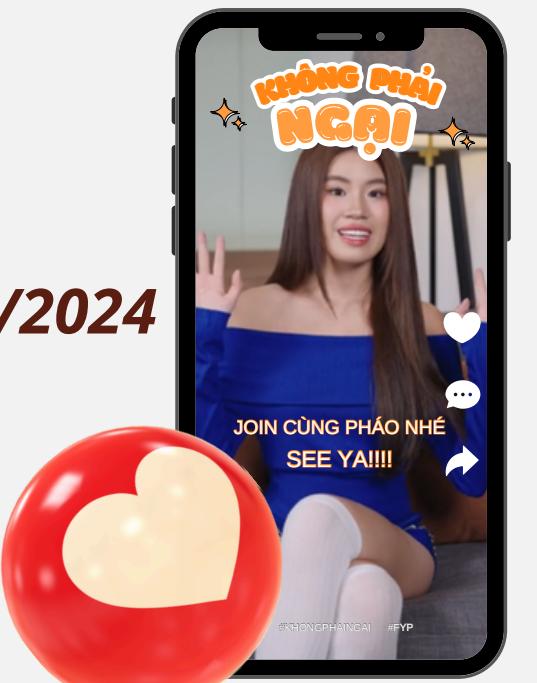
02/7/2024



07/7/2024



01/7/2024



Video post Pháo giới thiệu về sự kiện "Không phải ngại", hứa hẹn gặp gỡ

01/7/2024
Video của KOLs



GIAI ĐOẠN 3 TRÒ CHƠI TƯƠNG TÁC TRÊN WEBSITE

Hình thức

Trò chơi giải trí kết hợp giữa Online và Offline. Chương trình Online sẽ được chạy trước chương trình Offline khoảng 1 tuần để quảng bá và thu hút sự chú ý tham gia chương trình Offline.

Các bước để tham gia chương trình Online "Find your Scents":

Thời gian: (01/07-07/07/2024)

Bước 1: Like, share tag bạn bè

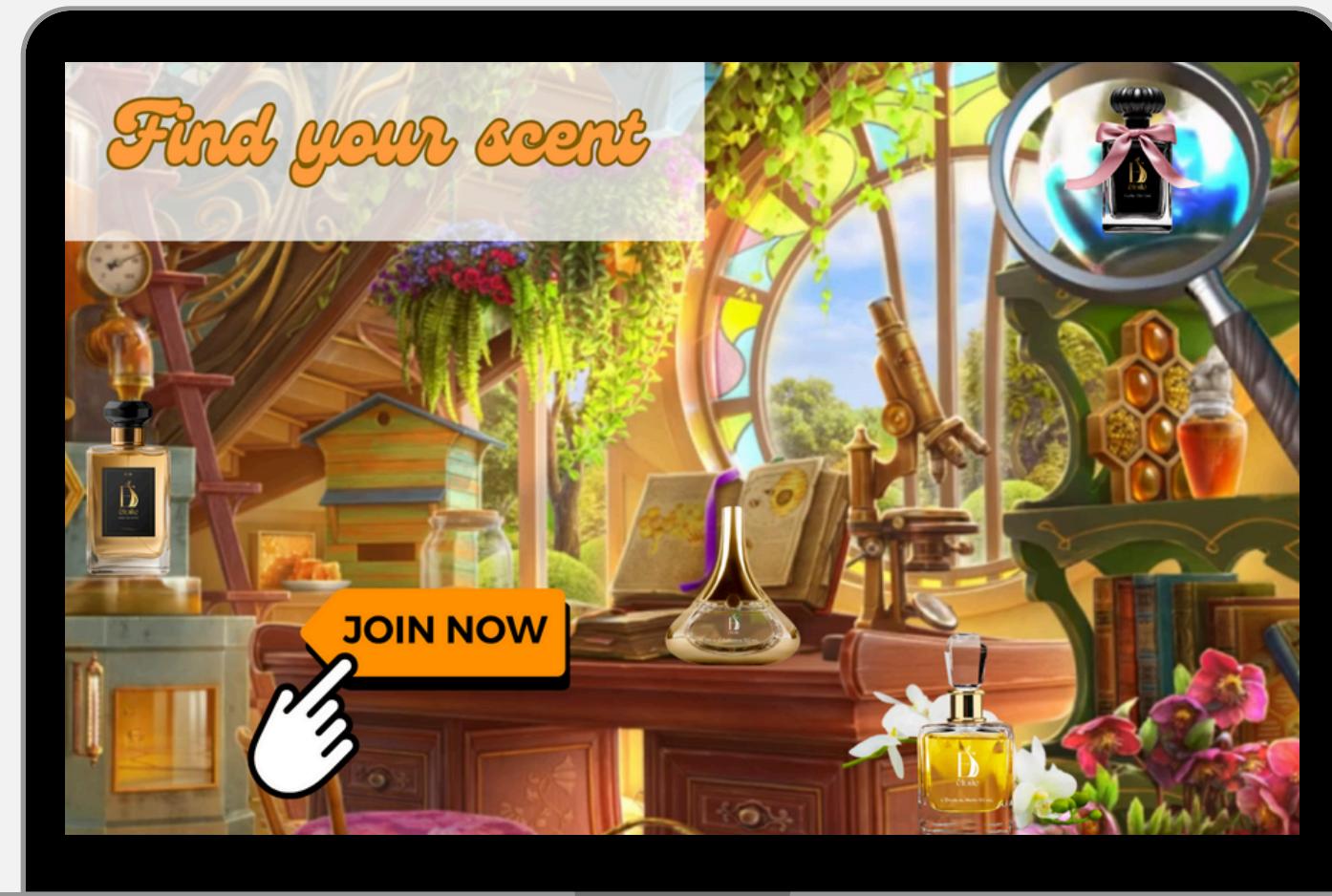
Bước 2: Click vào đường link đính kèm ở bài viết và đăng ký tài khoản trên website của Étoile.

Bước 3: Tham gia trò chơi mang tên "Find your Scents" và cố gắng vượt qua thật nhiều màn (tối đa 5 màn). Mỗi màn sẽ có một lượng điểm thưởng khác nhau, tăng từ 1000 đến 5000. Cứ 3000 điểm sẽ đổi được một lượt tham gia minigame vòng quay may mắn.

Bước 4: Đổi lượt quay bằng cách click vào mục tương ứng sẽ hiện ra mã QR, người chơi đến quầy check-in quét mã này để đổi điểm và tham gia chơi game.

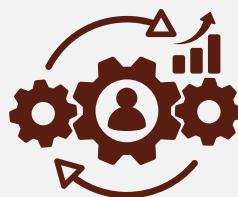
Cách thức chương trình Online

Kích thích người chơi tham gia bằng game online trên website



GIAI ĐOẠN 3 **BOOTH ACTIVATION** **VÒNG QUAY MAY MẮN ÉTOILE**

Thời gian: 08/7/2024 - 30/7/2024



Đặt Booth tại các trung tâm thương mại và mời ca sĩ/ rapper Pháo đến biểu diễn ca khúc chủ đề “Sao phải ngại” vào mỗi chủ nhật bất kì tại 5 địa điểm đặt Booth game của Étoile.



Crescent Mall Quận 7, TTTM Saigon Centre (Takashimaya) Quận 1, Vincom Đồng Khởi Quận 1, Aeon Mall Shopping Center Quận Tân Phú, Emart Sala Quận 2.



Người chơi sẽ tới quét mã QR để đổi lượt quay từ điểm của trò chơi online trên website. Trong trường hợp người chơi không tham gia game online, có thể chơi offline tại booth game bằng cách mua hàng với hóa đơn điện tử (với mỗi 100.000VNĐ sẽ đổi được một lượt quay).



GIAI ĐOẠN 3 KOL & INFLUENCER

Hợp tác cùng các Influencers thế hệ gen Z để chia sẻ trải nghiệm sử dụng sản phẩm cũng như tham gia minigame.

Các Influencers đăng tải video review sản phẩm trên Tiktok, đồng thời sẽ đăng tải các post kêu gọi mọi người tham gia minigame trên Facebook .



GIAI ĐOẠN 3 SOCIAL MEDIA

- Chạy quảng cáo về website của Étoile cùng giải thưởng của trò chơi may mắn trên các trang mạng xã hội: Facebook, Instagram, Tiktok.
- Fanpage chính thức của Étoile sẽ thường xuyên cập nhật các hình ảnh nền tảng website tương tác, các bài viết liên quan đến chiến dịch như giải thưởng, thể lệ...Tạo ra một phong trào trên khắp các nền tảng để mọi người thi nhau hưởng ứng.
- Chạy audio Ads riêng LẺ cũng như thông qua các kênh Podcast trên nền tảng Spotify.



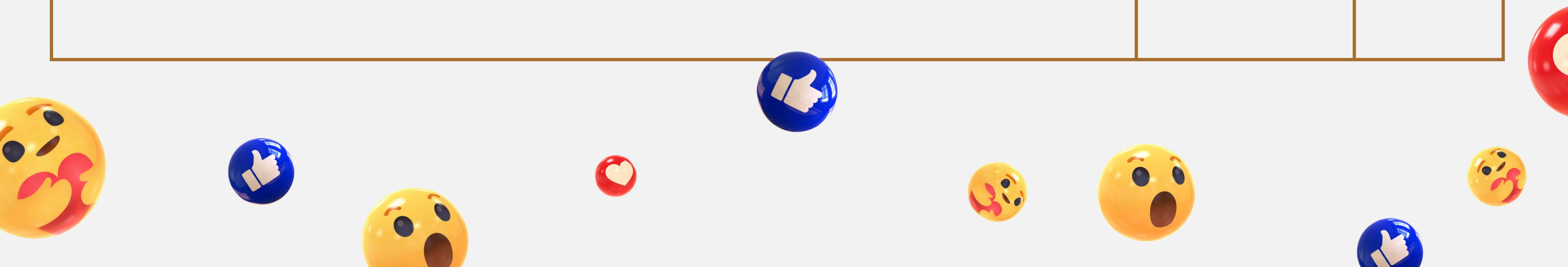
VÌ SAO THẾ NHỈ?
SUNHUYN

Nói về sản phẩm Étolie giúp đem lại mùi hương cá tính, khẳng định sự tự tin cho các bạn trẻ.



GIAI ĐOẠN 3 BOOKING FANPAGE

NỘI DUNG	KÊNH	TẦN SUẤT
<p>Étoile cho ra mắt Booth game “Find your Scents” với những phần thường vô cùng hấp dẫn bao gồm các sản phẩm của mình tại Hồ Chí Minh. Tham gia ngay để có cơ hội gặp mặt và “quẩy” cùng idol.</p> <p>Bất ngờ nối tiếp bất ngờ - Pháo Norhtside kết hợp với Étoile tại sự kiện “Find your Scents” tổ chức tại thành phố Hồ Chí Minh vào tháng 7 này.</p>	<p>Fanpage “Inside the box” Fanpage “This is Mở Hồn 2.0”</p>	<p>2 bài</p>



TIMELINE

PHASE 1

THÁNG 5

Fanpage “Nhạc nay chill phết”:
dòng trạng thái ngắn (3/5/2024)

Fanpage “Insight mất lòng”: dòng
trạng thái ngắn (3/5/2024)

Group “Đảo Thơm”: Dòng trạng
thái ngắn (5/5/2024)

Group “Cột sống GenZ”: Meme
(7/5/2024)

Fanpage “Inside the box”: Bài viết
dưới dạng chia sẻ của một bạn ẩn
danh (7/5/2024)

Tung các gợi ý (hint) cho music video
sắp ra mắt bằng các bài đăng trên
Facebook, MV teaser YT, TT (6/5/2024)

Tung MV trên Youtube, TikTok,
Facebook

Đăng bài viết/ video
kết hợp với ca sĩ chính
là Pháo với nội dung
thăm dò tương tác
(Owned media)

TẠO CHỦ ĐỀ
THẢO LUẬN

PHÁT SÓNG
MUSIC VIDEO

XU HƯỚNG

LUÔN LUÔN CẬP NHẬT

TIMELINE

PHASE 2

THÁNG 6

GIỚI THIỆU VỀ
MINIGAME
“THE ÉTOILE
CHALLENGE”

(01/06/2024) Bài đăng giới thiệu về minigame “The Étoile Challenge”

(02/06/2024-07/06/2024) Hợp tác với KOL và KOC sẽ khởi xướng cho minigame “The Étoile Challenge”

MINIGAME
DIỄN RA

(19/06/2024) Bài đăng thông báo còn 3 ngày nữa là kết thúc minigame “The Étoile Challenge”

TỔNG KẾT
MINIGAME

(23/06/2024) Bài đăng thông báo minigame đã kết thúc thành công

(25/06/2024) Công bố kết quả của minigame

XU HƯỚNG

LUÔN LUÔN CẬP NHẬT

(26/06/2024-30/06/2024) Chia sẻ những video xuất sắc đã đạt giải

TIMELINE

PHASE 3

THÁNG 7

(01/07/2024) Giới thiệu sự kiện gặp gỡ Pháo x Étolie : “Không phải ngại !” (FB)

((01/07/2024) Video post Pháo giới thiệu về sự kiện “Không phải ngại”, hứa hẹn gặp gỡ (Tiktok)

(02/07/2024) Giới thiệu trò chơi Online “Find your Scents”, thể lệ tham gia. (FB)

(02/07/2024) 3 video kêu gọi mọi người tham gia trò chơi Online từ 3 Influencers (Tiktok)

(07/07/2024) Giới thiệu sự kiện Booth Activation: “Vòng quay may mắn Étoile”

(01/07-07/07/2024) Trò chơi trên website

CÁC POST TRÊN OWNED MEDIA

HOẠT ĐỘNG OFFLINE

XU HƯỚNG

(Booth Activation: Vòng quay may mắn Étoile
Thời gian: (08/07-30/07/2024)

LUÔN LUÔN CẬP NHẬT

	Tactic	Thành Tiền (Triệu đồng)	KPI	Metric	Result
Phase 1	Sản xuất MV	2000			
	Social Ads	64.2	10.000.000 Reachs	ERR= 1.5%	150.000 Reacts
	Booking Fanpage	10.7	300.000 Traffics		
	Social post	-			
	KOL, KOC reviews	38			
Phase 2	Social Ads	108.8	3.000.000 Reachs	ERR= 1.5%	45.000 Reacts
	SEO	1.5	30.000 Traffics		
	FB Reels	-			
	Social Post	-			
	Quà tặng	9.9125			
	KOL; KOC review	105			

	Tactic	Thành Tiền (Triệu đồng)	KPI	Metric	Result
Phase 3	Social Ads	85	1.900.000 Reachs	ERR= 1.5%	28.500 Reacts
	Booking Fanpage	10			
	Audio Ads	20			
	Influencers Review	310			
	Social post	-			
Dự phòng	SEO	-	170.000 Traffics		
	Backup sân khấu và Booth Activation	650	5.000 Reachs		
	Quà tặng	110			
		350			
	Tổng	3873.1125	15.400.000 Reachs 500.000 Traffics		223.500 Reacts

MOST CRITICAL RISK

Identification

Risk Type

Treatment

Mức độ tiếp cận đến khách hàng không có dấu hiệu tích cực

Must solve

Lập kế hoạch seeding và mời hỗ trợ truyền thông. Đảm bảo nội dung chất lượng, dễ tiếp cận khách hàng. Có thêm các content cập nhập theo xu hướng hiện tại để có thể thu được sự chú ý tức thời.

Việc quản lý các nền tảng fanpage, website có thể gặp vấn đề kỹ thuật, bảo trì

Must solve

Thực hiện các biện pháp an toàn bảo mật website và fanpage. Team IT có thể hỗ trợ tức thời khi có những trường hợp lỗi kỹ thuật hoặc cần bảo trì.

Sản phẩm truyền thông các KOLs không sản xuất đúng thời hạn

Must solve

Cần có các hợp đồng ghi rõ các điều khoản về thời gian sản xuất sản phẩm của các KOLs, bất cứ sự việc bất ngờ cần phải được thông báo trước 48 tiếng để có phương án dự phòng hợp lý.

Gặp phản ứng tiêu cực từ các booking reviews

Very urgent

Cần có thái độ hoà nhã, lịch sự với các phản hồi, xem xét xem nguyên nhân đến từ đâu và tùy vào từng mức độ có thể giải lập tức hay chậm rãi.

THANK
YOU

Étoile Perfume
“Embrace Elegance, Embrace Étoile”

