



XÂY DỰNG CHIẾN DỊCH TẾT 2024

Nhóm Pacific

Lớp AMM - 704106 - Nhóm 01

GVHD Th.S Nguyễn Thị Quỳnh Anh



TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG HOMECARE



Vietnam ranking
Home Care – Urban 4 Key cities and Rural

Urban 4		Rural					
2022 Rank	Brand	CRP (M)	Penetration% 2022	Consumer Choice 2022	CRP (M)	Penetration% 2022	Consumer Choice 2022
1	Sunlight	10.0	70.9	4.3	51.0	68.5	4.1
2	Omo	7.0	56.1	3.7	41.0	59.6	3.8
3	Comfort	4.0	38.2	3.3	30.0	44.0	3.8
4	Downy	4.0	34.4	3.3	23.0	25.9	4.9
5	Ha Noi(Tien Hieu)	4.0	23.8	4.6	19.0	27.2	3.9
6	Vim	3.0	45.7	2.2	17.0	29.4	3.1
7	Surf	3.0	31.0	2.5	12.0	18.1	3.6
8	Lix	2.0	27.3	2.5	11.0	11.7	5.4
9	Gift	2.0	32.2	2.0	11.0	20.4	3.0
10	My Hao	2.0	21.7	2.2	8.0	24.6	1.8

KANTAR 27 BRAND FOOTPRINT 2023

Top 10 thương hiệu Chăm sóc gia đình được chọn mua nhiều nhất tại Việt Nam
Theo Báo cáo Dấu ấn Thương hiệu Việt Nam 2023 - Kantar

TỔNG QUAN VỀ COMFORT

1999

Comfort lần đầu tiên giới thiệu nước xả vải đến người tiêu dùng Việt Nam.

2005
- Nay

Lần lượt giới thiệu Comfort Đậm đặc, Comfort Đậm đặc một lần xả, Tinh dầu thơm, Hương nước hoa...



Comfort

Logo Comfort như hiện nay chính thức ra đời.

2003

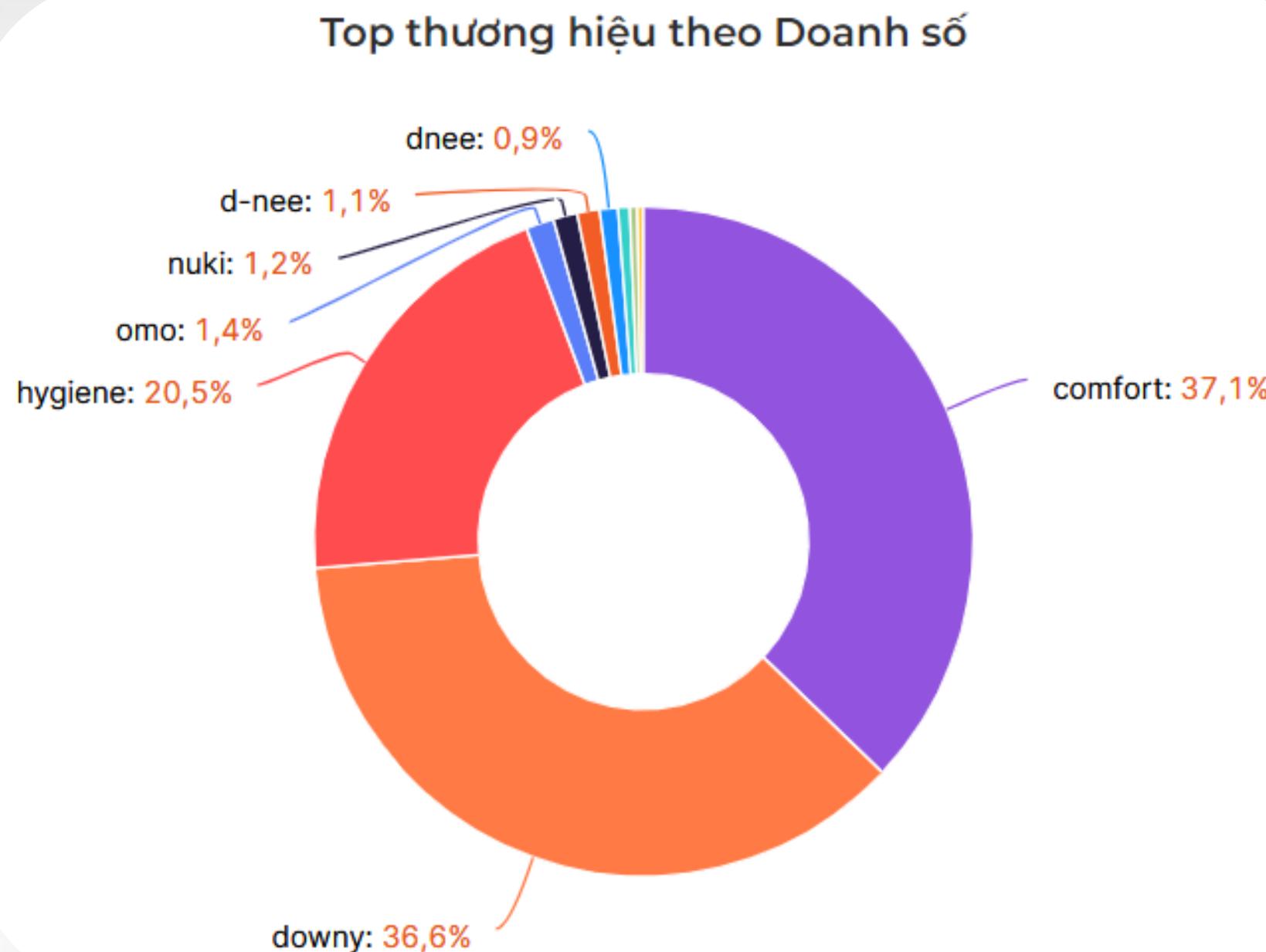
Nếu cuộc đời được tính bằng con số 60, Comfort vinh hạnh khi đã đồng hành cùng người phụ nữ Việt hơn 1/3 chặng đường.



23
năm



ĐỐI THỦ CẠNH TRANH TRỰC TIẾP



Thống kê thị phần về Doanh thu các thương hiệu nước xả vải tại Việt Nam (2022)
Nguồn: Metric.vn



ĐỐI THỦ CẠNH TRANH GIÁN TIẾP

kiểm soát hiện
tượng tĩnh điện

mềm dịu

hương thơm
tươi mát



15 lựa chọn
mùi hương

ngăn mùi mồ
hôi, nấm mốc



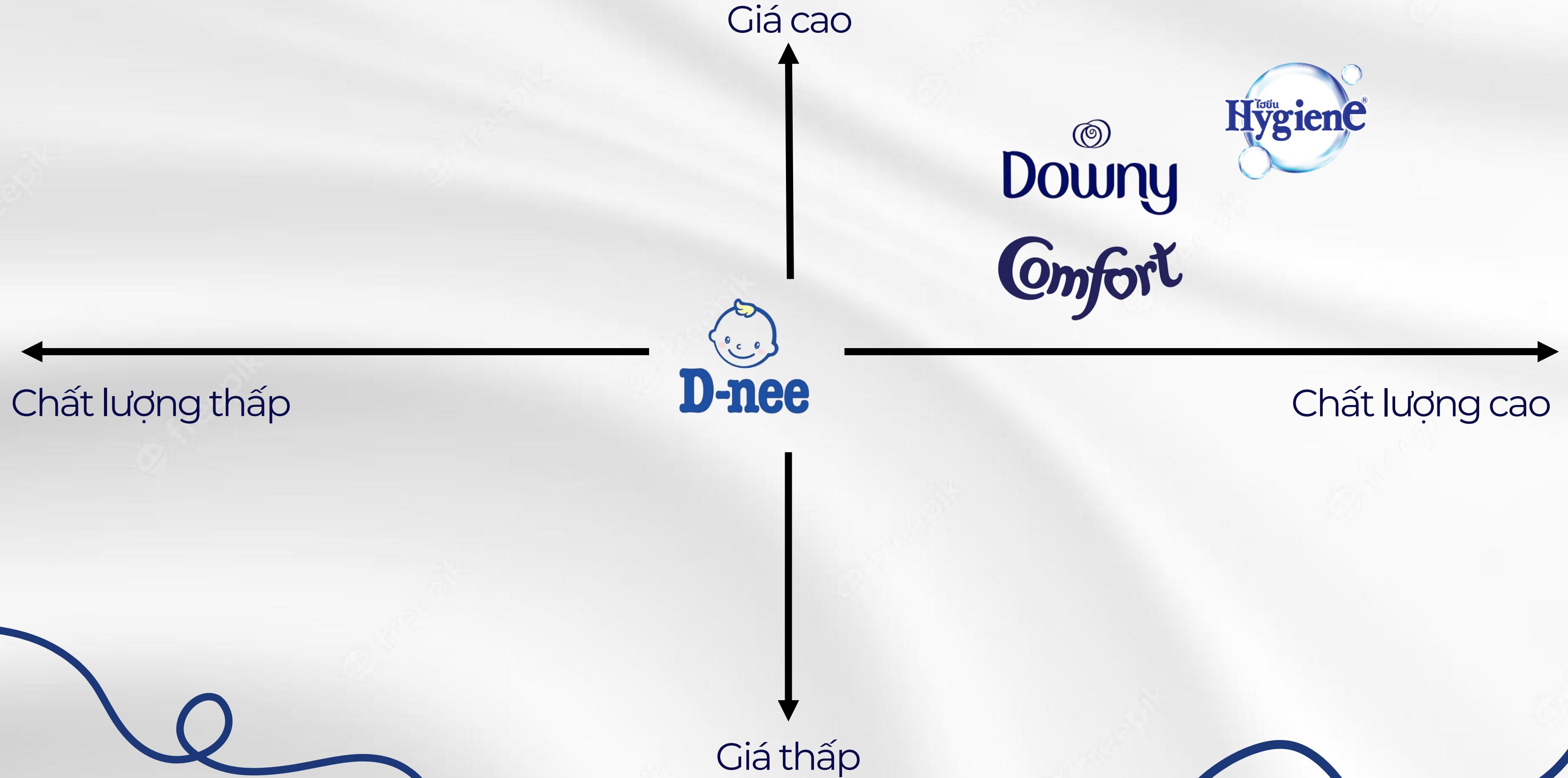
tan 100% trong
cồn hoặc nước

Viên xả vải Dreft Blissfuls

Tinh dầu giặt là German



SƠ ĐỒ ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU





MỤC TIÊU CHÍNH CỦA CHIẾN DỊCH

- 1** Tăng độ nhận diện thương hiệu Comfort
- 2** Tăng doanh số bán hàng





CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

- 1** **Nhân khẩu học**
Đa số là phụ nữ, phần lớn tập trung ở độ tuổi từ **25 - 40 tuổi**
- 2** **Thu nhập**
Thuộc tầng lớp Class B-C và D
- 3** **Hành vi**
Là người quyết định chính về việc chọn lựa các sản phẩm chăm sóc gia đình, bao gồm cả nước xả vải.
- 4** **Tâm lý**
Không chỉ quan tâm về việc chăm sóc quần áo, mà còn chăm sóc cho ngôi nhà và sức khỏe người thân một cách kỹ lưỡng nhất.





ĐỊA BÀN MỤC TIÊU

Comfort sẽ tập trung vào 5 “mảnh đất vàng” đã đóng góp hơn 34%





INSIGHTS

Truth

Dịp Tết là thời khắc quan trọng để dọn dẹp nhà cửa, loại bỏ xui xẻo và mua sắm, mặc dù áp lực chi tiêu tăng cao trong bối cảnh khó khăn của kinh tế.

Tension

Người tiêu dùng đối mặt với áp lực chi tiêu đặc biệt nặng nề trong khi vẫn giữ thói quen mua sắm truyền thống dịp Tết.

Motivation

Phụ nữ, đặc biệt là những người có trẻ nhỏ, ưu tiên chọn nước xả vải với mùi hương dịu nhẹ, an toàn cho da, giá phải chăng, và có khả năng làm mềm vải, bền màu.

Insight

Dù khó khăn, mong muốn về nhà ăn tết vẫn là ước mơ chung của bao người, là nét đẹp tinh thần và truyền thống không thể thiếu trong mỗi gia đình Việt.



MARKETING MIX

Product



Place



Price



4P's



Promotion



Đa dạng sản phẩm



Thiết kế, bao bì

PRODUCT



**Bao bì Tết 2024 của
Comfort 1 lần xả**



PRICE

Định giá theo danh mục sản phẩm

Xác định mức giá tương ứng với mỗi phân khúc thị trường để sản xuất cho mỗi dòng sản phẩm theo nhiều dung tích khác nhau và giá thành từ thấp đến cao cho từng nhu cầu khách hàng.



Nhu cầu chăm sóc chuyên sâu



Nhu cầu của gia đình có trẻ nhỏ dưới 2 tuổi và người có làn da nhạy cảm



Nhu cầu dưỡng vải - chống nhăn và lưu hương sâu



PLACE



Comfort

Đại lý

Nhà bán buôn

Nhà bán lẻ

Siêu thị
Cửa hàng tiện lợi

Sàn TMĐT (Shopee,
Lazada, Tiki)

NGƯỜI TIÊU DÙNG

Hệ thống kênh phân phối của Comfort



PROMOTION

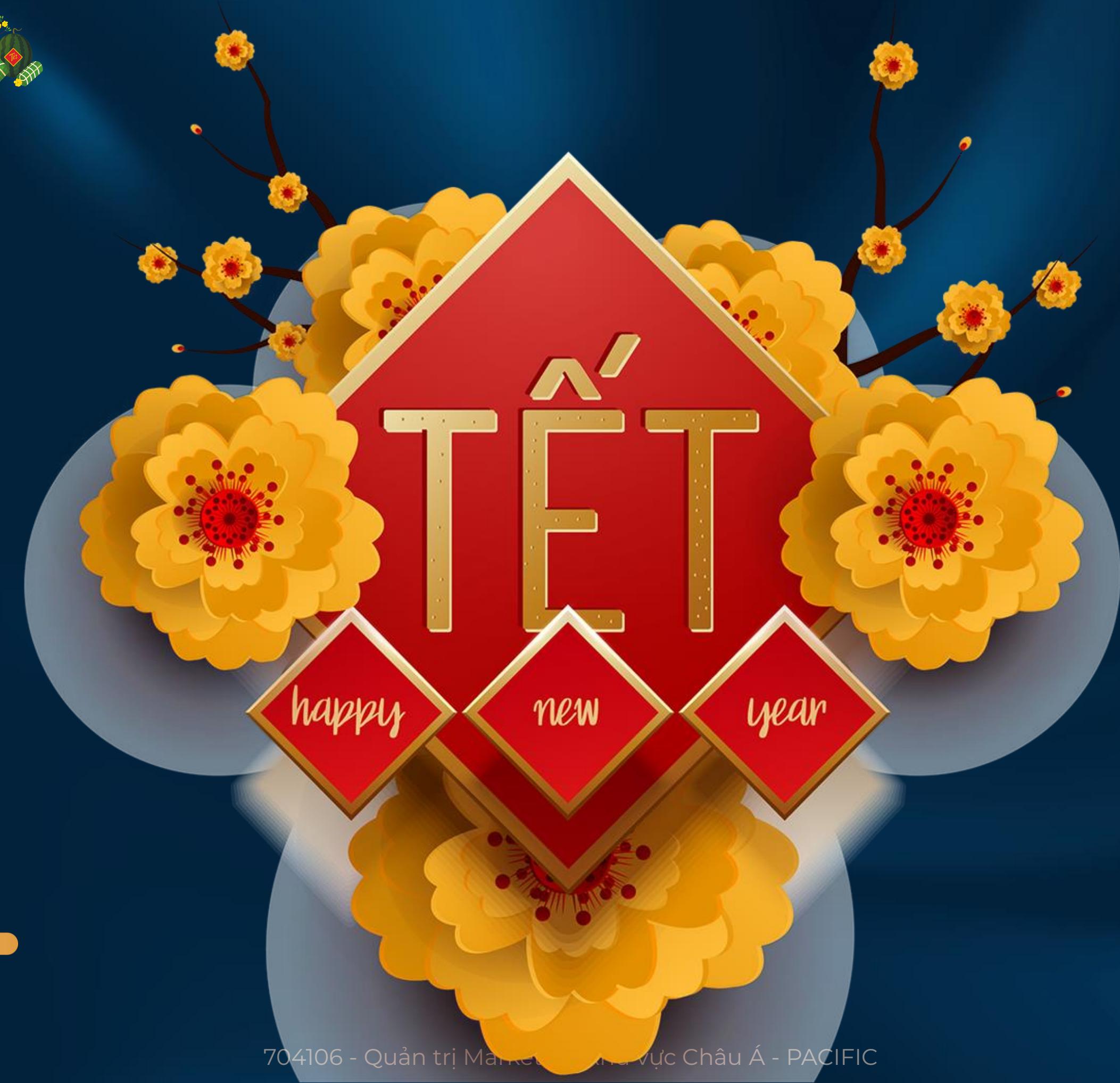
QUẢNG CÁO

**DIGITAL
MARKETING**

**SALES
PROMOTION**

**PUBLIC
RELATIONS**

**PERSONAL
SELLING**



Năm 2023 đã dần trôi qua và gắn liền
với cụm từ “suy thoái kinh tế”.

Comfort tin rằng Tết chính là lúc mọi vất
vả được dừng lại để tôn vinh cái quý báu
và thiêng liêng của sự đoàn viên

Ngày thường, Comfort mang mùi hương
của sự quan tâm từ mẹ

Ngày Tết, Comfort lại mang mùi hương từ
sự gắn kết của tình cảm gia đình

BIG
IDEA



- Tăng độ nhận diện: 1 triệu người tiếp cận chiến dịch.
- Tăng doanh số bán hàng sản phẩm dòng sản phẩm Comfort 1 Lần Xả: ~63 tỷ

KPI



TẾT CẨN GÌ XA HOA
chi' cẩn
GIA ĐÌNH TA

**TAG
LINE**

	Trigger	Engage	Amplify
Thời gian	25/11/2023 - 15/12/2023	16/12/2023 - 02/02/2024	03/02/2024 - 18/02/2024
Mục tiêu	Thu hút sự chú ý và nhận biết được thông điệp chiến dịch Tết của Comfort	Tạo dựng mối quan hệ giúp khách hàng yêu thích thông điệp của Comfort và mong muốn trải nghiệm sản phẩm	Tổng kết điểm sáng của chiến dịch, khuyến khích người tiêu dùng thấy sự quan trọng của Tết sum vầy
Key message	“Dù có khó khăn, Tết vẫn là Tết, vẫn đoàn viên sum vầy”	“Cùng Comfort, mang Tết xuân về nhà”	“Comfort thơm lâu, ăn Tết đậm sâu”
Công cụ chính	Advertising (OOH, DOOH và Quảng cáo truyền hình)	Digital Marketing (Social Media, Content Seeding), Sales Promotion và Print Ads	Digital Marketing (Social Media), PR (Tài trợ) và Sales promotion (giai đoạn cuối)
Công cụ xuyên suốt	Facebook Ads, Tiktok Ads, E-commerce và dự án môi trường (PR)		
Ngân sách	1,370,100,000 VNĐ	2,857,500,000 VNĐ	1,766,500,000 VNĐ



SALES PROMOTION





QUÀ TẶNG



Thành phố Hồ Chí Minh:

- + Vincom Đồng Khởi: 70 cái
- + E- Mart Mai Chí Thọ: 80 cái
- + Lotte Mart Quận 7: 80 cái
- + Co.opMart Huỳnh Tấn Phát: 50 cái
- + Aeon Mall Bình Tân: 70 cái

Thành phố Hà Nội:

- + Lotte Mart Cầu Giấy: 90 cái
- + GO! Long Biên: 50 cái
- + Aeon Mall Hà Đông: 60 cái
- + Vincom Phạm Ngọc Thạch: 50 cái



Túi vải giặt quần áo



QUÀ TẶNG



Túi vải giặt quần áo

Thành phố Đà Nẵng:

- + Vincom Ngô Quyền: 80 cái
- + GO! Đà Nẵng: 50 cái
- + Lotte Mart Đà Nẵng: 70 cái

Thành phố Cần Thơ:

- + Lotte Mart Cần Thơ: 60 cái
- + GO! Cần Thơ: 40 cái
- + Co.opmart Cần Thơ: 50 cái

Thành phố Hải Phòng:

- + GO! Hải Phòng: 40 cái
- + Aeon Mall Hải Phòng: 60 cái



miniGAME



Bước 1: Follow trang fanpage chính thức của Comfort Vietnam và Like + Share post này và đính kèm các HASHTAG **#ComfortGiapThin #Tetvuiquaxin #Huongthomthanhxuan.**

Bước 2: Comment chia sẻ trải nghiệm cá nhân khi sử dụng các sản phẩm nước xả vải của Comfort trong việc dọn dẹp nhà cửa những ngày trước Tết cùng các câu chúc Tết độc đáo, sáng tạo (Có thể chia sẻ thông qua viết bài blog, đăng video hoặc chia sẻ hình ảnh).

01 GIẢI ĐẶC BIỆT



03 GIẢI NHẤT



05 GIẢI NHÌ



10 GIẢI BA





HOT SALE GIẢM GIÁ



1200 đơn hàng đầu tiên



tặng túi nước xả mini
120ml hương vườn xuân



DÀNH CHO KHÁCH B2C TRÊN TMĐT

GIẢM GIÁ

Tặng voucher giảm 20K cho 450 đơn hàng đầu tiên mua combo 2 bịch nước xả vải Comfort Hương nước hoa cùng loại 3.6L tại Shopee, Lazada, Tiki.



QUÀ TẶNG



*Ai sẽ tung tăng cùng
tote Pamyeoui?*

Let's play



Câu hỏi 1:

Ai là gương mặt đại diện thân quen nhất của Comfort trong các TVC những năm gần đây?

Answer:

Ca sĩ Tóc Tiên

Câu hỏi 1:

**Gương mặt đại diện nhỏ tuổi
nhất của Comfort dịu nhẹ hiện
nay bao nhiêu tháng tuổi?**



Answer:

Dạ thưa các cô
chú, hôm nay
Pam hơn 20 tháng
tuổi rùi ạ >.<





Cuộc thi trưng bày



Cuộc thi doanh số cho các đại lý





POSM

Kệ trưng bày hàng

20 cửa hàng bán lẻ, tạp hóa tại 5 thành phố chính sẽ được tài trợ kệ trưng bày

Dangler

Sử dụng 150 Dangler cho 150 cửa hàng tiện lợi Winmart tại 5 thành phố



TUƠI NGON THƯỢNG HẠNG!

Wobbler

Đặt 310 cái wobbler tại các cửa hàng Bách Hóa Xanh, Circle K



Display island

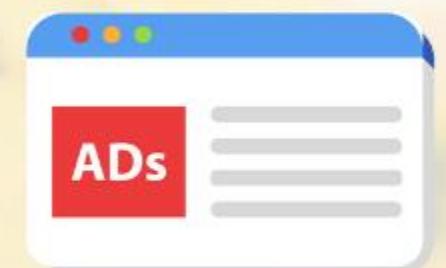
Thiết kế và trưng bày đảo sản phẩm nước xả Comfort tại 30 siêu thị lớn của 5 thành phố



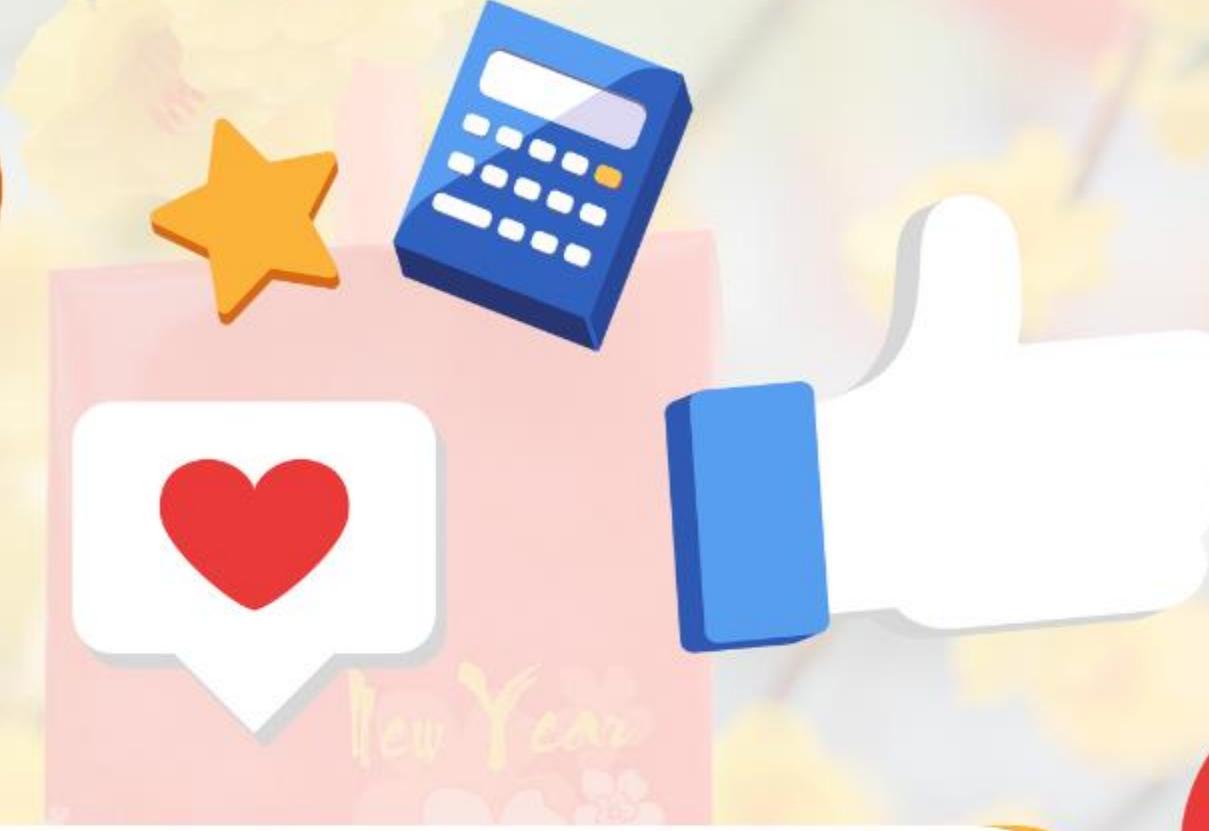
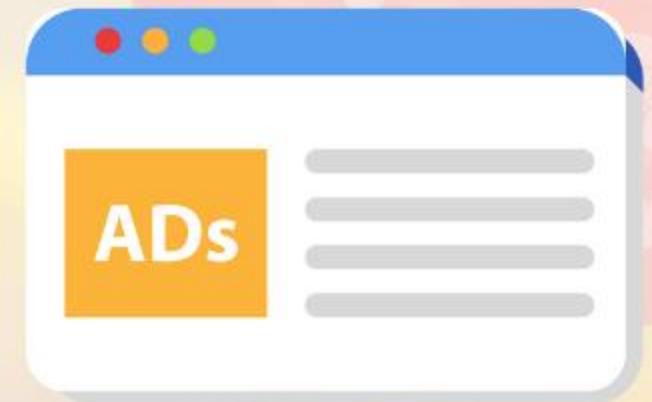
Divider

Sử dụng 30 cái Divider cho 30 siêu thị lớn của 5 thành phố





ADVERTISING





Sản xuất TVC

Agency



Diễn viên
chính



Phát sóng TVC



Thời lượng TVC: 30s
Khung thời gian: Khoảng 20h00 sau
“Tin tức thời sự (Headlines)”



Thời lượng TVC: 30s
Khung thời gian: 19g55 - 20g20
giữa bộ phim "Mẹ chồng nàng dâu"
T5 hàng tuần

Thời gian: Từ ngày 25/11/2023 đến 15/12/2023



1A1 đường Ba Tháng Hai,
Phường 2, Quận 11, Thành
phố Hồ Chí Minh. Gần với
vòng xoay Dân Chủ.

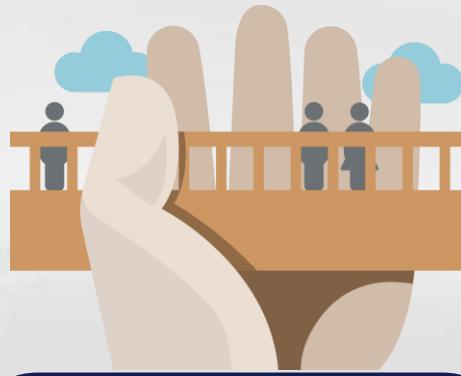


TP. Hồ Chí Minh



Hà Nội

Ngã 7 Xã Đàn, Ngã 7 Ô Chợ
Dừa, Đống Đa, Hà Nội.



Đà Nẵng

Số 259 Hùng Vương,
TP Đà Nẵng.



Hải Phòng

Vòng xoay Ngã 6 Cát
Bi, Quận Ngô Quyền,
TP. Hải Phòng.



Cần Thơ

Số 188 Nguyễn An Ninh – Đối diện
quảng trường, Công viên Lưu Hữu
Phước, Ninh Kiều, Cần Thơ.

OUT OF HOME

Thời gian: Từ ngày 25/11/2023 đến 15/12/2023





Thời gian: Từ ngày 01/12/2023 đến 01/01/2024 (1 tháng)

QUẢNG CÁO LCD

- 25 chung cư tại 5 thành phố (5 chung cư/thành phố).
- 20 cao ốc văn phòng tại 5 thành phố (4 cao ốc văn phòng/thành phố).
- 20 trung tâm thương mại tại 5 thành phố (4 trung tâm thương mại/thành phố), bao gồm: Vincom, Lotte Mart và GO!

MÀN HÌNH LED

- 14 Lê Lai, vòng xoay chợ Bến Thành, Quận 1
- 180 Triệu Nữ Vương, gần Vòng xoay ngã 6 Nguyễn Văn Linh – Hoàng Diệu – Triệu Nữ Vương – Ông Ích Khiêm
- Toà nhà Artemis số 3 Lê Trọng Tấn, ngã 4 Lê Trọng Tấn, Tôn Thất Tùng, Trường Chinh



Thời gian: Từ ngày 25/11/2023 đến 15/12/2023



- Lượng truy cập: 156.7 triệu lượt truy cập/tháng theo số liệu công khai trên SimilarWeb, trong tháng 01/2023.
- Xếp thứ nhất về lượt truy cập trong bảng xếp hạng Similar Web.

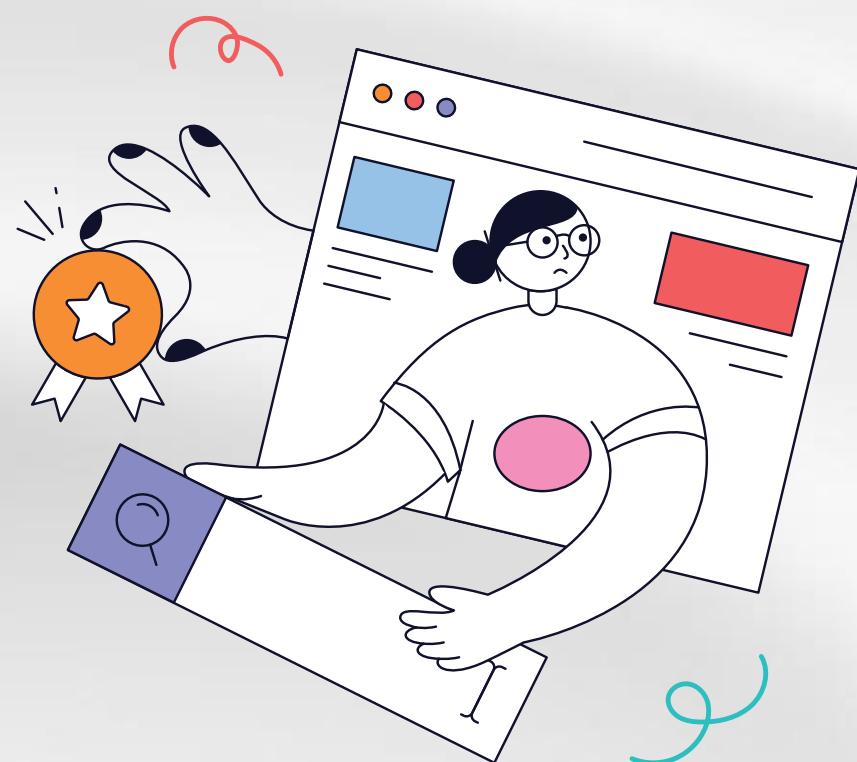
- Lượng truy cập: 74.1 triệu lượt truy cập/tháng theo số liệu công khai trên SimilarWeb, trong tháng 01/2023.
- Xếp thứ tư về lượt truy cập trong bảng xếp hạng Similar Web.



DIGITAL MARKETING



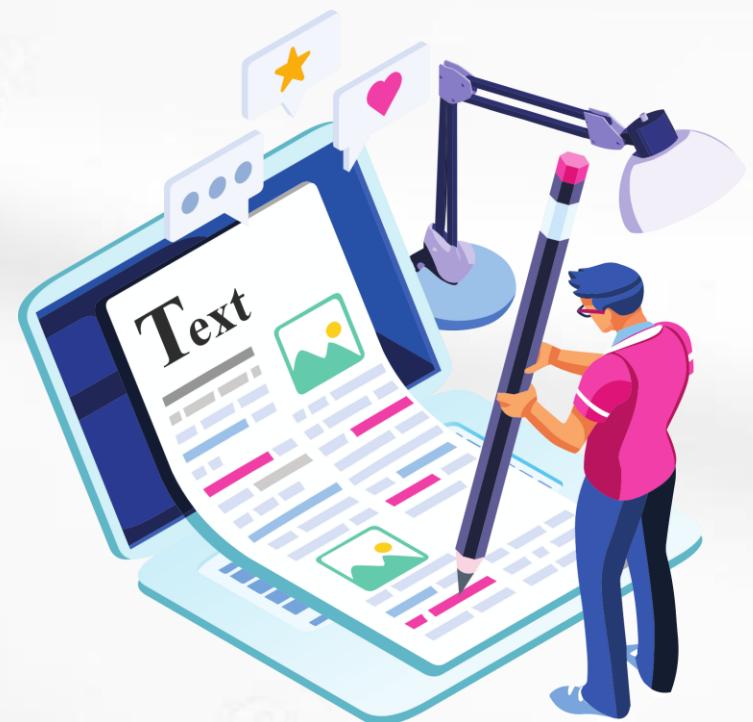
Social media



SEM



Affiliate



Content



Facebook Newsfeed Ads

Chạy Newsfeed ads nhằm điều hướng khách hàng đến gian hàng Shopee Mall “Unilever - Chăm Sóc Gia Đình”. CTA: “Mua ngay!”

TikTok Brand Takeover Ads

Quảng cáo poster xuất hiện 3-5s đầu trang TikTok nhằm điều hướng khách hàng đến gian hàng Tiktokshop “Unilever Chăm Sóc Gia Đình”. CTA: “Mua ngay!”

Youtube Ads

Chạy ads đoạn TVC ở đầu/giữa/cuối các video mang chủ đề đời sống, sức khỏe, Vlog hằng ngày,...

SEM

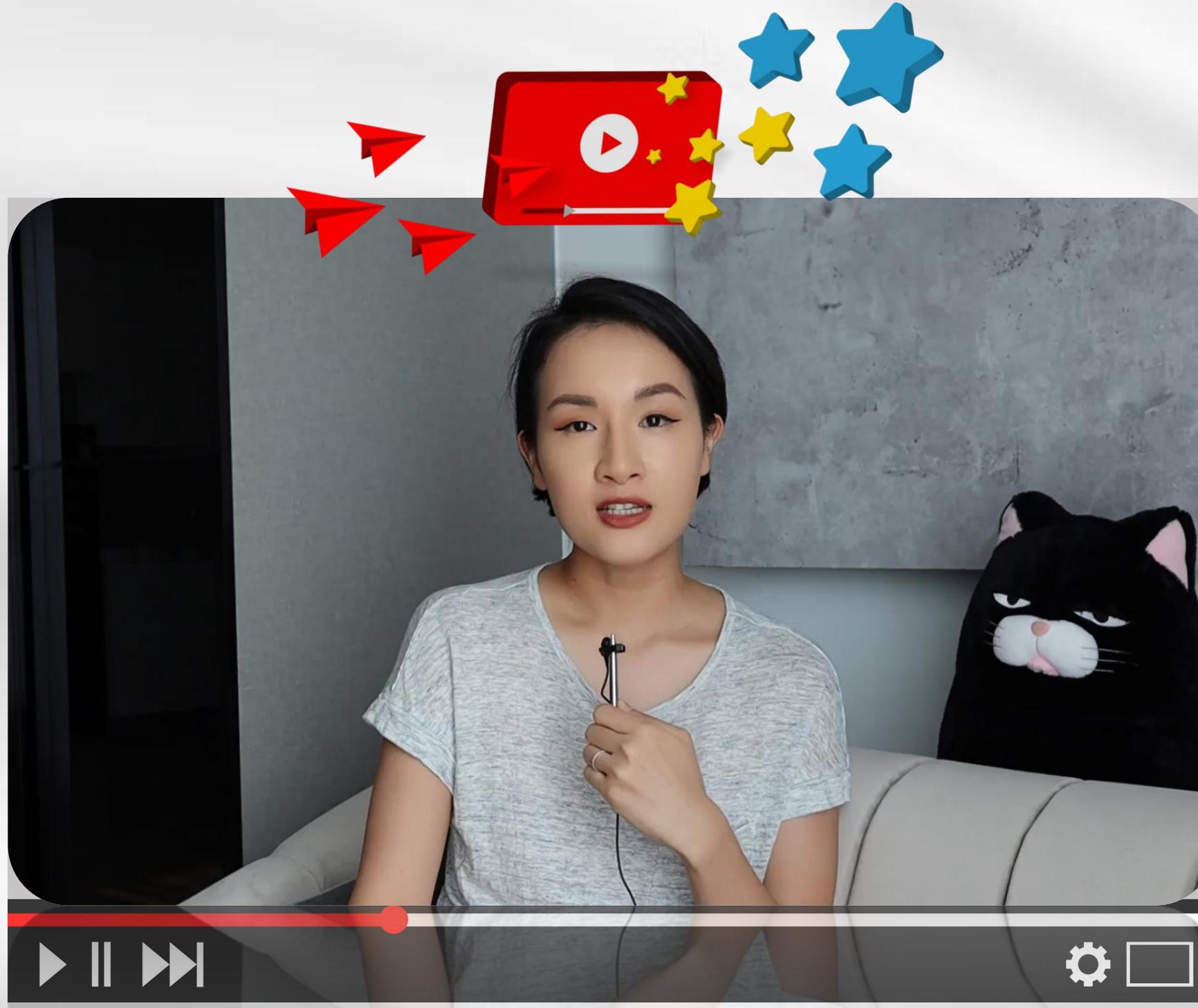
Đưa từ khóa “Nước xả vải Comfort” lên trang đầu tìm kiếm khi dùng quảng cáo Google

Affiliate

Booking các KOLs đăng viral video hoạt náo chương trình Challenge dọn dẹp nhà cửa, giặt giũ quần áo “Washing Cùng Tok”.

ONLINE ADS





SOCIAL MEDIA

Youtube video post

Facebook post

TikTok video post (Co-branding)

Content Seeding



- **Mục tiêu:** Tạo trải nghiệm thú vị và hấp dẫn cho người tiêu dùng, từ đó kích thích họ mua sắm.
- **Thời gian:** Từ 01/01/2024 đến 15/02/2024
- **Mô tả:** Người dùng vừa truy cập vào trang web để nhập thông tin cá nhân (Họ và Tên, Tuổi, Email). Sau khi điền, quý khách hàng sẽ có cơ hội là 1 trong 100 người may mắn nhận được hộp quà chúc Tết từ Comfort bao gồm: 1 túi Comfort 1 lần xả hương Ban mai 3.8l kèm 1 xấp 10 bao lì xì logo Comfort.



DỰ ÁN “TÔ XANH MIỀN NÚI”

Tên dự án: “Tô xanh miền núi”

Thông điệp: “Vì một hệ sinh thái tươi đẹp của Việt Nam”

Mục đích:

- Xây quỹ để phủ xanh đồi trọc ở vùng miền núi Tây Nguyên
- Tạo cơ hội nghề nghiệp cho cộng đồng địa phương
- Tổ chức chương trình giáo dục để tăng cường nhận thức về ý nghĩa của dự án và kêu gọi sự tham gia từ cộng đồng.

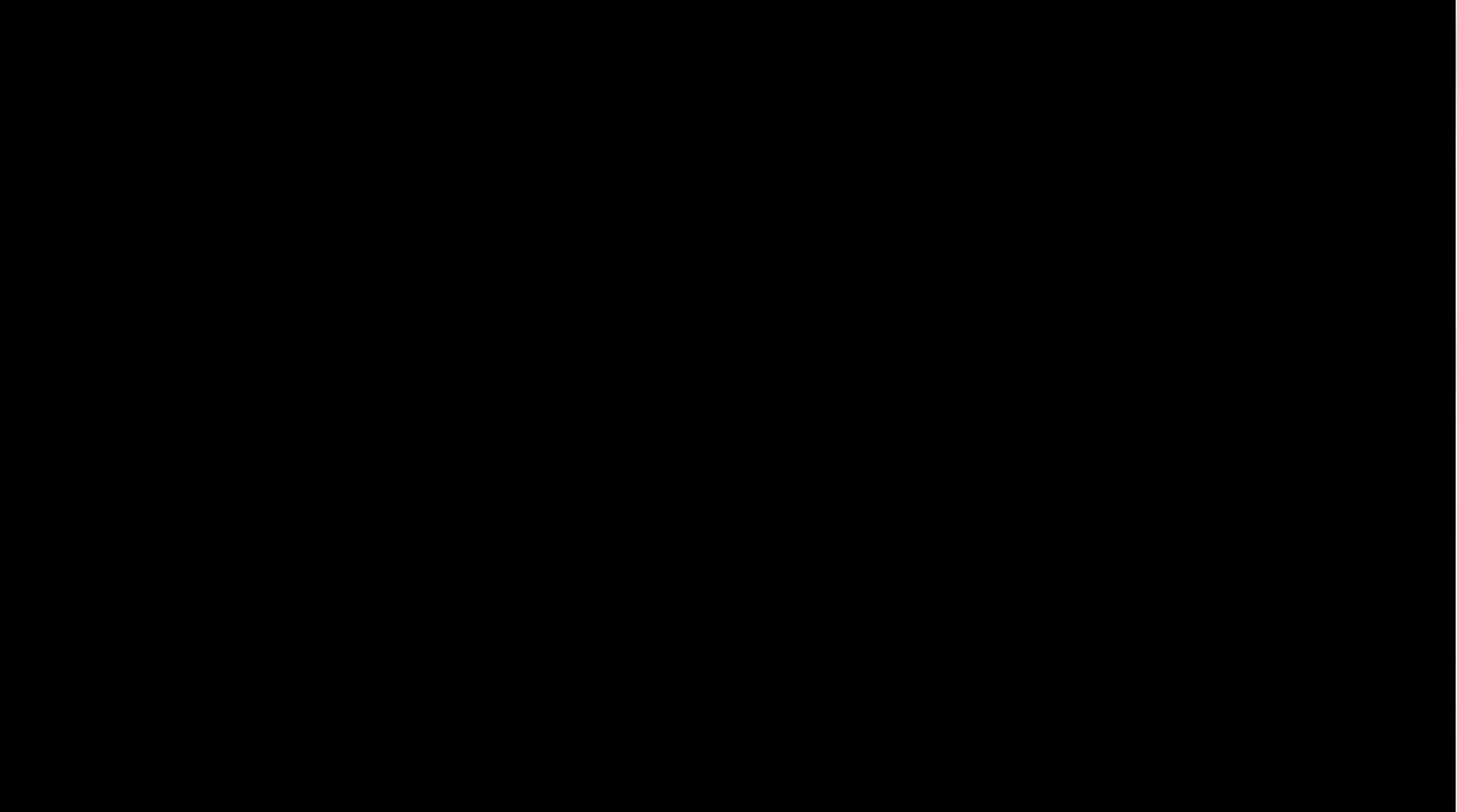
Nhà tài trợ cho các Viện dưỡng lão từ thiện và Mái ấm tình thương

Phản quà tài trợ:

- Đối với Viện dưỡng lão từ thiện: 30,000,000VNĐ tiền mặt + 50 túi Comfort 1 lần xả 3,8l
- Đối với Mái ấm tình thương: 30,000,000VNĐ tiền mặt + 50 túi Comfort Dịu nhẹ Thơm Dịu Êm 3,8l



CÔNG CỤ	HOẠT ĐỘNG	THỜI GIAN CỤ THỂ
Advertising	OOH	Từ ngày 25/11/2023 đến 15/12/2023
	DOOH	Từ ngày 01/12/2023 đến 01/01/2024
	TVC trên truyền hình	Từ ngày 01/12/2023 đến 15/01/2024
Digital Marketing	Online Ads	Từ ngày 25/11/2024 đến 04/02/2024
	Social Media	Từ ngày 16/12/2023 đến 02/02/2024
	Microsite	Từ ngày 01/01/2024 đến 15/02/2024
	Display Ads	Từ ngày 25/11/2023 đến 15/12/2023
Sales Promotion	Cuộc thi trưng bày dành cho cửa hàng bán lẻ	Từ ngày 01/12/2023 đến 17/02/2024
	Cuộc thi doanh số dành cho các đại lý	Từ ngày 13/11/2023 đến 17/02/2024
	Chương trình quà tặng 1000 túi giặt	Từ ngày 10/01/2024 đến 10/02/2024
	Đăng tải khoảng khắc cùng Comfort	Từ ngày 15/12/2023 đến 08/02/2024
	Khuyến mãi tại điểm bán lẻ	Từ ngày 10/01/2023 đến 10/02/2024
E-commerce	Đăng bán sản phẩm	Từ ngày 25/11/2024 đến 04/02/2024
	Quảng cáo sản phẩm	Từ ngày 14/12/2023 đến 04/02/2024
	Quà tặng (Túi tote) và Voucher	Từ ngày 14/12/2023 đến 04/02/2024
PR	Dự án "Tô xanh miền núi"	Từ ngày 15/11/2023 đến 04/02/2024
	Nhà tài trợ cho các Viện dưỡng lão từ thiện và Mái ấm tình thương	Từ ngày 15/11/2023 đến 04/04/2024





THANK YOU FOR LISTENING!