**BẢNG THÔNG TIN DÀNH CHO CÔNG TY**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Mr/Mrs****.* |  |
| **CÔNG TY** |  | **CHỨC VỤ** |  |
| **PHONE** |  | **EMAIL** |  |
| **FAX** |  | **ĐỊA CHỈ** |  |
| **WEBSITE** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **TÊN DỰ ÁN:** |  |
| **(hoặc) TÊN THƯƠNG HIỆU:** |  |

1. **TỔNG QUAN**

**Vui lòng cho biết lĩnh vực hoạt động chính của cty:**

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**Vui lòng cho biết sứ mạng và tôn chỉ hoạt động của cty:**

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**Đối tượng khách hàng:**

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

1. **CHIẾN LƯỢC MARKETING & TRUYỀN THÔNG**

**1. Mục tiêu cụ thể trong vòng 1 năm tới của cty**

Cty có một chiến lược truyền thông cho thời gian tới cho các sản phẩm/hoạt động của mình không? Nếu có chiến lược này bằng văn bản, vui lòng cung cấp một bản copy, hoặc một văn bản sơ lược bao gồm những mục tiêu chính và các bước tiến hành.

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**2. Khác biệt hoá**

Yếu tố khác biệt độc đáo của sản phẩm cty là gì? (Đánh giá trên những sản phẩm/dịch vụ đưa ra thị trường và cách thức những sản phẩm/dịch vụ này được cung ứng, và điểm khác biệt giữa sản phẩm này với các sản phẩm của các tổ chức khác?)

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**3. Định vị thương hiệu**

Vui lòng cung cấp thông tin liên quan đến việc “Định Vị” thương hiệu của cty.

*“Định vị là xây dựng hình ảnh đặc trưng, dễ nhớ về thương hiệu trong tâm trí khách hàng. Mục tiêu của định vị thương hiệu là làm cho khách hàng nhận diện và liên kết thương hiệu với những giá trị, lợi ích hoặc cảm xúc cụ thể”.*

***3.1.*** Nếu khách hàng nghĩ về thương hiệu cty như thể đó là một con người thực sự, quý vị nghĩ đó sẽ là người như thế nào? Vui lòng ghi ra một số những nét tính cách của con người đó. Ví dụ, tính cách của thuốc lá Marlboro có thể là: nam tính, mạnh mẽ và tự tin. Xin nhớ rằng cách mà thương hiệu được nhận biết có thể khác với cách mà quý vị muốn thương hiệu của mình được cảm nhận. Hãy mô tả cả hai.

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

***3.2. Đối tượng***

Vui lòng cố gắng mô tả khách hàng điển hình nhất của thương hiệu. Mặc dù chỉ có tiến hành nghiên cứu chính thức mới phát hiện được những tố chất cảm xúc sâu lắng nhất của khách hàng, cần thiết cho việc phát triển bản sắc Thương hiệu song việc mô tả này sẽ giúp chúng tôi có được ý kiến tổng quát về khách hàng điển hình của dự án.

* + 1. Đối tượng mua sản phẩm? Mô tả đặc điểm chung của từng nhóm khách hàng

……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* + 1. Đối tượng sử dụng sản phẩm? (Ghi rõ nếu khác với đối tượng trên)

…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* + 1. Quý vị nghĩ là sản phẩm/dịch vụ này sẽ thỏa mãn những nhu cầu gì về mặt lý tính và cảm xúc cho khách hàng ? …………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**C. LOGO, SLOGAN & HỆ THỐNG TRUYỀN THÔNG**

1. Vui lòng cung cấp Thông tin một cách chi tiết về Ý nghĩa và các thông số màu sắc của Logo hiện tại (nếu có)

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

Slogan của thương hiệu

…………………………………………………………………………………………………………………

1. Vui lòng cung cấp hệ thống nhận diện thương hiệu (các tài liệu truyền thông) hiện tại dự án đang sử dụng.
* Bài trình bày (Presentation) gửi kèm theo.
* Tờ rơi
* Brochure
* Website:

**D. THÔNG TIN VỀ NHU CẦU THIẾT KẾ**

*Hãy miêu tả ngắn gọn về ấn phẩm thiết kế cty muốn thực hiện ?*

\*Thể loại:

* Bộ nhận diện thương hiệu (logo, namecard,..)
* Ấn phẩm quảng cáo (poster, banner,..)
* Infographic Video
* Khác: …………….

**PHONG CÁCH**

*Phong cách thiết kế, tone màu chủ đạo, font chữ.*

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**MỐC THỜI GIAN**

*Mốc thời gian triển khai của chiến dịch truyền thông quảng cáo, tương ứng với mong muốn của thời gian thiết kế.*

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

\*\*\*\*\*\*\*\*

Chúng tôi sẽ liên lạc lại trong vòng 2 ngày làm việc!

Hi vọng là chúng ta sẽ có thời gian hợp tác tốt đẹp!