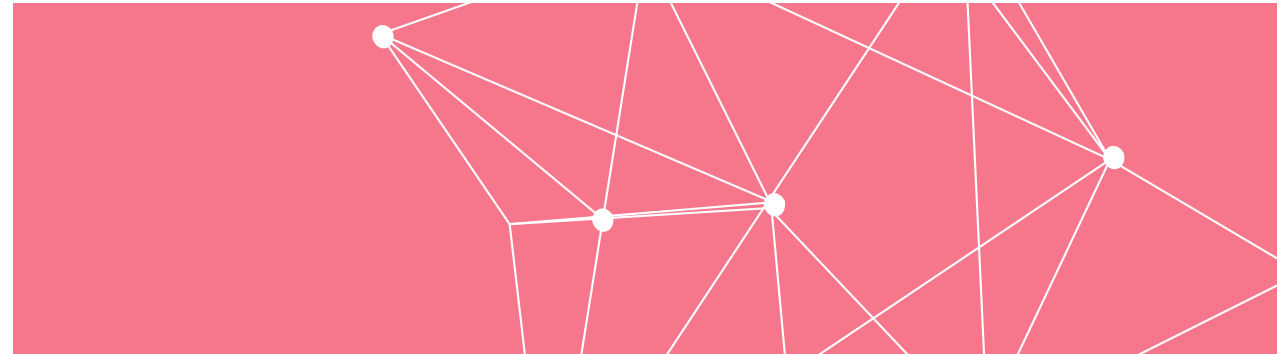




CONTENT
MARKETING
SOLUTION



TÀI TRỢ CUỘC THI **Afamily.vn**



Tài trợ cuộc thi là sự phối hợp giữa doanh nghiệp và các trang tin điện tử uy tín nhằm tổ chức các cuộc thi có ý nghĩa, có sức lan tỏa mạnh và ảnh hưởng lớn tới đông đảo độc giả, cũng là khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp.

Là cách thức nhanh nhất để tiếp cận gần gũi và tự nhiên tới các khách hàng tiềm năng, từ đó nâng cao hiệu quả và chất lượng truyền thông của nhãn hàng.



CONTENT PARTNERSHIP

Afamily.vn

ĐIỂM KHÁC BIỆT



Độ phủ rộng,
đa dạng các
phương tiện
truyền thông



Nội dung **hấp dẫn,**
đáp ứng nhu cầu
độc giả. Lồng ghép
khéo léo concept
nhãn hàng.



Cam kết hiệu quả
trên **hiều tiêu chí**

ĐIỂM HẤP DẪN CỦA GÓI TÀI TRỢ - CONTENT PARTNERSHIP

3



ĐỘ PHỦ LỚN

Hình ảnh nhãn hàng song hành với trang tin uy tín trên đa dạng các kênh truyền thông online và offline



TĂNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

Tăng khả năng nhận diện thương hiệu tới đông đảo khách hàng tiềm năng một cách tự nhiên



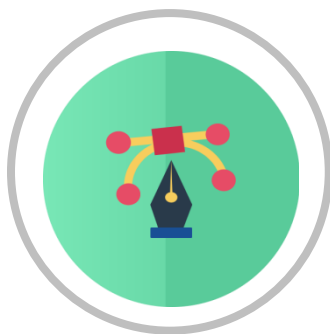
GÂY ẤN TƯỢNG TỐT VỀ HÌNH ẢNH

Thể hiện sự quan tâm của nhãn hàng đến đời sống tinh thần giới trẻ, tạo ấn tượng tốt với khách hàng tiềm năng



TÍNH TƯƠNG TÁC, LAN TỎA CAO

Xây dựng cộng đồng lớn mạnh, tăng tương tác, gắn kết với khách hàng tiềm năng



GIA TĂNG GIÁ TRỊ

Quyền lợi truyền thông vượt trội so với chi phí tài trợ



HỖ TRỢ THÚC ĐẨY DOANH SỐ

Giới thiệu các đặc tính nổi trội của sản phẩm và truyền tải thông điệp của nhãn hàng qua cuộc thi, tác động tích cực đến hành vi mua hàng

SỰ KIỆN NỔI BẬT TRONG NĂM 2015

TRÊN TRANG TIN ĐIỆN TỬ AFAMILY.VN

Với 72,434,359 pageviews, tiếp cận bởi 20,776,705 visits mỗi tháng, Afamily.vn là trang tin bổ ích được đông đảo phụ nữ trẻ và các gia đình Việt yêu thích.

Afamily sở hữu nhiều cuộc thi thành công, tạo hiệu ứng tốt và được sự quan tâm lớn của công chúng như: “Xưa và nay”, “Phụ nữ chuẩn 10”, “Đẹp tới công sở”, “Ăn ngon – khéo tay”.

GIỚI THIỆU CUỘC THI ĐỐI TƯỢNG DỰ THI



THỜI GIẠN KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG

5



LÊ THU HÀ



PHAN PHẠM MAI VY



LAN NGỌC



KHÚC NGỌC ANH

1583 VOTE



TRẦN HUYỀN TRANG

1554 VOTE



JUIN

1394 VOTE



LÊ THỦY TIÊN

1283 VOTE



HỒNG CÚC



HATA



LƯU THỊ HÀ



TRẦN NGUYỄN TÚ NGUYỄN

1383 VOTE



LUCY THẢO

1383 VOTE



LÊ BÍCH PHƯƠNG

1369 VOTE



NGUYỄN THU HOA

1236 VOTE



NGỌC BEAN



THỦY DUNG



VÕ THỊ BẢO VY



HƯƠNG NGUYỄN

1343 VOTE



LƯƠNG LƯU LY

1341 VOTE



THANH TRẦN

1334 VOTE



MIKEE NGUYỄN

1168 VOTE



NGUYỄN KHÁNH HỒNG

1296 VOTE



HẰNG LÊ

1290 VOTE



NGUYỄN THỊ NGỌC QUỲNH

1287 VOTE



NGUYỄN THỊ HUYỀN TRANG

1272 VOTE



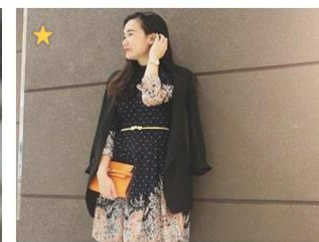
DƯƠNG THỊ MỸ DUYÊN

1272 VOTE



NGỌC BEAN

1264 VOTE



HATA

1154 VOTE



CUỘC THI ẢNH “ĐẸP TỚI CÔNG SỞ” Thời gian tổ chức: Tháng 4 - 5

- Là sân chơi để phái đẹp thể hiện niềm đam mê thời trang & bộc lộ phong cách, cá tính riêng của bản thân.
- Nơi tôn vinh bản lĩnh của người phụ nữ công sở ĐẸP – HIỆN ĐẠI – THANH LỊCH – TỰ TIN
- Cuộc thi dành cho:
 - o Phụ nữ có độ tuổi từ 22 - 45
 - o Sống và làm việc tại Việt Nam

600

Thí sinh

3000

Bức ảnh dự thi

320.000

Visits

150.000

Votes

1.360

Comments

2.200.000

Pageviews

Cuộc thi bao gồm 2 vòng thi chính

VÒNG 1

Với chủ đề Freestyle, các thí sinh gửi bộ ảnh thể hiện vẻ đẹp và phong cách riêng của bản thân, phù hợp với môi trường công sở

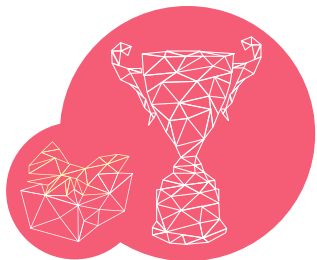
- o Người chơi tạo tài khoản đăng ký
- o Đăng tải bài dự thi lên website chính thức của cuộc thi <http://deptoicongso.afamily.vn>.
- o Bình chọn và chấm điểm
- o 15 bài dự thi được bình chọn nhiều nhất và 5 bài dự thi do BGK bình chọn sẽ đi tiếp vòng 2

VÒNG 2



20 thí sinh lọt vào vòng 2, tham gia thi offline Mix & Match trang phục công sở với tiêu chí **HIỆN ĐẠI – THANH LỊCH – TỰ TIN**

- o Thí sinh bốc thăm chọn background chụp hình dự thi
- o Lựa chọn trang phục, phụ kiện sẵn có từ ban tổ chức để thực hiện bộ ảnh, phù hợp với hoạt cảnh và tiêu chí cuộc thi
- o Bình chọn và chấm điểm bộ ảnh của các thí sinh trên website cuộc thi



1 Giải nhất:

30 triệu VNĐ tiền mặt
cùng quà tặng của
nhà tài trợ

1 Giải nhì:

20 triệu VNĐ tiền mặt
cùng quà tặng của
nhà tài trợ

1 Giải ba:

10 triệu VNĐ tiền mặt
cùng quà tặng của
nhà tài trợ

3 Giải phụ:

10 triệu VNĐ tiền mặt
cùng quà tặng của
nhà tài trợ



GIẢI THƯỞNG HẤP DẪN
thông qua



Độc giả bình chọn

Ban cố vấn uy tín
chấm điểm

45 bài PR về cuộc thi trên các trang tin điện tử uy tín

60 posts, 6 cover photos trên các Fanpage có lượt like cao (celebrities, singers ...)

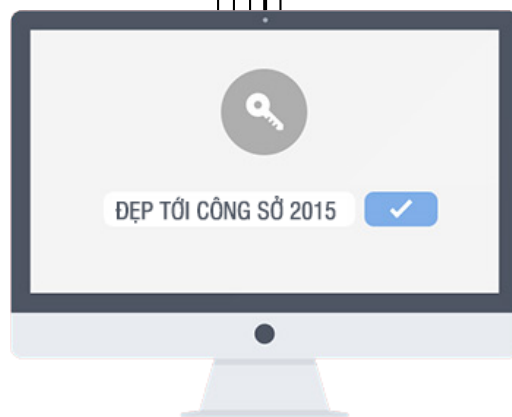
Quảng cáo Frame Media tại

50 trung tâm thương mại, tòa nhà văn phòng tại các thành phố lớn.

3.000 CPM lượt hiển thị Balloon Ad

60.000 lượt views

Hot banner CPD quảng bá xuyên suốt cuộc thi



Cần ngon khéa tay

I can cook! You can cook!

Cuộc thi không chỉ là cơ hội để mọi người thể hiện khả năng nấu ăn của mình mà còn để lan truyền tình yêu, khơi dậy cảm hứng sống tới những người xung quanh.

Nơi gửi gắm thông điệp yêu thương, những kỉ niệm ấm áp trong cuộc sống thường nhật của từng gia đình.

ĂN NGON KHÉO TAY 2015

Thời gian tổ chức: Tháng 8 - 9

11

Đối tượng dự thi

Công dân Việt Nam, người nước ngoài đang cư trú hợp pháp tại Việt Nam và người Việt Nam sinh sống tại nước ngoài đam mê công việc bếp núc.

Không giới hạn độ tuổi.

Cuộc thi nấu ăn qua ảnh có quy mô lớn nhất cộng đồng online Việt Nam, với chủ đề "Cơm nhà ngon nhất", được tổ chức từ 04/08 – 1/10

- o Nơi thể hiện tài năng ẩm thực cá nhân
- o Diễn đàn để chia sẻ, trao đổi, học hỏi những bí quyết độc đáo trong từng món ăn
- o Tìm kiếm công thức những món ăn hay, mới lạ, làm phong phú thực đơn hàng ngày

Thu hút

350

Bài dự thi

Tiếp cận

380.000

Visits

3.000.000

Pageviews





VÒNG 1: MÓN TỬ NHÀ MÌNH

04/08 – 15/08

- o 04/08 - 10/08: Phát động cuộc thi
- o 11/08 – 18/08: Thí sinh tạo tài khoản và gửi bài dự thi tại website <http://comnhangonnhat/afamily.vn>
- o 19/08 – 24/08: Bình chọn, chấm điểm
- o 25/08: Công bố 20 bài dự thi được bình chọn cao nhất và 10 bài dự thi xuất sắc do Ban Giám Khảo lựa chọn lọt vào vòng 2

VÒNG THI PHỤ: DỌN TỬ LẠNH

25/08 – 31/08



Chỉ từ những nguyên liệu ít ỏi hay những đồ ăn dư thừa trong tủ lạnh thôi nhưng những món ăn lạ miệng và đẹp mắt đều có thể được tạo ra từ tâm huyết và bàn tay tài hoa của “đầu bếp gia đình”



VÒNG 2: NGUYÊN LIỆU BÍ MẬT

01/09 – 16/08

Với những hộp nguyên liệu bí mật đến từ Ban Tổ Chức, các thí sinh bốc thăm lựa chọn và thỏa sức sáng tạo những thực đơn hấp dẫn

- o 01/09 – 02/09: Thí sinh bốc thăm hộp nguyên liệu bí mật
- o 03/09 – 10/09: Gửi bài dự thi vòng 2
- o 11/09 – 13/09: Bình chọn, chấm điểm
- o 16/09: Công bố kết quả cuộc thi
- o 01/10: Trao giải

ĂN NGON KHÉO TAY 2015

3 giải hội đồng ẩm thực bình chọn



1 Giải nhất:

30 triệu VNĐ tiền mặt cùng quà tặng của nhà tài trợ

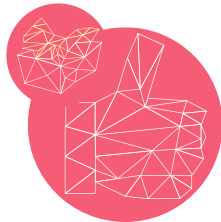
1 Giải nhì:

20 triệu VNĐ tiền mặt cùng quà tặng của nhà tài trợ

1 Giải ba:

10 triệu VNĐ tiền mặt cùng quà tặng của nhà tài trợ

3 giải do khán giả bình chọn:



1 Giải nhất:

20 triệu VNĐ tiền mặt cùng quà tặng của nhà tài trợ

1 Giải nhì:

10 triệu VNĐ tiền mặt cùng quà tặng của nhà tài trợ

1 Giải ba:

5 triệu VNĐ tiền mặt cùng quà tặng của nhà tài trợ



Ban Giám Khảo
(chuyên gia ẩm thực hàng đầu)

GIẢI THƯỞNG HẤP DẪN
thông qua



Độc giả bình chọn



We are family

CHÚNG TÔI TIN RẰNG

**ĐÀN ÔNG NAM TÍNH VÀ MẠNH MẼ HƠN KHI
LÀ NGƯỜI CHA TUYỆT VỜI CỦA NHỮNG ĐỨA CON!**

WE ARE FAMILY – BÀN TAY CỦA BỐ

12



Là chiến dịch thường niên của Afamily nhân ngày gia đình Việt Nam 28/6 hàng năm với sứ mệnh:

“THAY ĐỔI HÀNH ĐỘNG, KHẲNG ĐỊNH VAI TRÒ CỦA NGƯỜI ĐÀN ÔNG TRONG GIA ĐÌNH”

- Thông qua chuỗi các hoạt động xuyên suốt, khởi đầu bằng bộ ảnh “Bố là tất cả” với sự tham gia của các HOT DAD tại Việt Nam, tiếp nối là chiến dịch content “Hành trình làm bố” được thể hiện sinh động qua chuỗi bài và clip, Khởi gợi chia sẻ của độc giả qua Contest We are afamily, điều ước của mẹ - chia sẻ của bố và kết thúc bởi buổi offline ấm áp.
- Đối tượng
 - o Phụ nữ có gia đình, tuổi từ 22 - 45
 - o Ông bố với độ tuổi 25 - 50

Timeline chiến dịch

28/6 - 10/07

CONTENT
HÀNH TRÌNH LÀM BỐ

10/07 – 31/07

CONTEST
WE ARE FAMILY

01/08 – 15/09

CHIA SẺ CÙNG NGƯỜI
PHỤ NỮ BẠN YÊU



● Clip Viral cho từng giai đoạn

● Bộ ảnh quảng cáo chiến dịch

● Pinkday – quiz hàng tuần về cách nuôi dạy con dành cho bố

WE ARE FAMILY – BÀN TAY CỦA BỐ

12

VÒNG

1

HÀNH TRÌNH LÀM BỐ

- o Bộ ảnh “Bố là tất cả” của Hot dad, chia sẻ những khoảnh khắc ngọt ngào của bố và con
- o Clip “Bàn tay của bố” với thông điệp Bố là anh hùng giấu mặt
- o Chuỗi bài viết về chăm sóc nuôi dạy con dành cho những ông bố, những bài phỏng vấn trực tiếp bố đã chăm con như thế nào
- o Bộ truyện Comic “Hành trình làm bố”
- o Chiến dịch Ký để cùng nhau thay đổi “Đàn ông Việt Nam cùng chung tay chia sẻ và giúp đỡ vợ mỗi ngày”

VÒNG

2

CONTEST “BỐ LÀ TẤT CẢ”

- Cuộc thi dành tặng những người đàn ông trong cuộc đời mỗi chúng ta có thể thông qua bài viết, qua clip hay hình ảnh
- Giải thưởng chính hấp dẫn được lựa chọn qua những vị giám khảo công tâm nhất – Độc giả và 3 giải phụ do Ban tổ chức lựa chọn
- o 1 clip đặc biệt nhất: 20.000.000 VNĐ
 - o 1 bức ảnh đặc biệt nhất: 20.000.000 VNĐ
 - o 1 bài viết đặc biệt nhất: 20.000.000 VNĐ
 - o 3 giải phụ: Mỗi giải trị giá 10.000.000 VNĐ

VÒNG

3

ĐỒNG HÀNH CHIA SẺ CÙNG NGƯỜI PHỤ NỮ BẠN YÊU

- Clip Điều ước của mẹ - lời hứa của bố: Phỏng vấn suy nghĩ các bà mẹ và ông bố với các nghề nghiệp khác nhau trong xã hội
- PINK DAY / every week: Quiz nhỏ định kỳ trong tuần hướng về slogan “Bàn tay của bố”

VÒNG

4

OFFLINE “BÀN TAY CỦA BỐ”

- Với sự tham gia của 200 khách mời, 20 phóng viên các báo đài, 10 KOL
- Nơi gặp gỡ, giao lưu, chia sẻ của các ông bố đời thực. Tổng kết chiến dịch những người đàn ông sẵn sàng chia sẻ việc nhà với vợ
- Trao giải contest We are a family
- Ra mắt tập sách “Bàn tay của bố”

QUYỀN LỢI HẤP DẪN

KHI CÙNG THAM GIA TỔ CHỨC
CUỘC THI

NHÀ TÀI TRỢ

QUYỀN LỢI TÀI TRỢ CUỘC THI & TRỊ GIÁ TÀI TRỢ

15

Quyền lợi tài trợ	Độc quyền	Gói Standard	Link Demo Vị trí quảng cáo
Tab nhà tài trợ trên microsite	1	-	ĐQ
Đính logo NTT trên bài dự thi	Độc quyền	-	ĐQ
Logo NTT xuất hiện trên quà tặng, banner, poster...	Độc quyền	Chia sẻ 2	ĐQ Standard
Lời cảm ơn, vinh danh NTT trong các bài viết quan trọng	x	x	
Giải thưởng phụ mang dấu ấn đặc trưng của NTT	x	-	
Tham gia vào Ban Giám Khảo cuộc thi	x	-	
Article Banner A&B trên microsite	6 tuần	6 tuần/ chia sẻ 2	ĐQ Standard
Top Banner trên microsite	6 tuần	6 tuần/ chia sẻ 2	ĐQ Standard
Hot Banner trên microsite	6 tuần	6 tuần/ chia sẻ 2	ĐQ Standard

Quyền lợi tài trợ	Độc quyền	Gói Standard	Link Demo Vị trí quảng cáo
TRUYỀN THÔNG RỘNG KHẮP TRÊN TAG GIA ĐÌNH – PHỤ NỮ			
Bài PR cuộc thi trên Afamily.vn	30 bài	15 bài	ĐQ Standard
Bài PR cuộc thi trên Kenh14.vn	6 bài	3 bài	ĐQ Standard
Bài PR cuộc thi trên Dantri.com.vn	5 bài	2 bài	ĐQ Standard
Hot Banner A – Trang chủ Afamily	5 tuần	2 tuần	ĐQ Standard
Balloon Ad – Page Take over	3.000 CPM	1.500 CPM	ĐQ Standard
Post trên fanpage	13 posts	4 posts	ĐQ Standard
Cover Photo trên fanpage	6 photos	3 photos	ĐQ Standard
Bài PR quảng bá NTT	3 bài	1 bài	ĐQ Standard
Box thông tin giới thiệu	30 boxes	10 boxes	
Media quảng bá NTT (Tùy chọn loại hình)	52 triệu VNĐ	30 triệu VNĐ	
Tổng giá trị truyền thông	1.363.000.000 VNĐ	650.500.000 VNĐ	

* Đơn vị tính: Việt Nam Đồng

* Liên hệ để biết thêm thông tin chi tiết

* Gói Standard áp dụng tối thiểu 2 nhà tài trợ. Các NTT không cùng lĩnh vực kinh doanh

QUYỀN LỢI

GÓI ĐỘC QUYỀN

GÓI STANDARD

LỢI ÍCH VỀ HÌNH ẢNH THƯƠNG HIỆU

Truyền cảm hứng, nhận diện thương hiệu nhãn hàng qua màu sắc chủ đạo

★★★★★

-

Xây dựng giá trị thương hiệu qua việc đồng tổ chức cuộc thi HOT trong cộng đồng phụ nữ và gia đình Việt

★★★★★

★★

Thể hiện sự quan tâm đến đời sống tinh thần của khách hàng mục tiêu, gây ấn tượng và thiện cảm tốt

★★★★★

★★★

LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ

 Chi phí gói tài trợ

800,000,000 VNĐ

450,000,000 VNĐ

 Quyền lợi truyền thông nhận được



1,363,000,000 VNĐ



650,500,000 VNĐ

NHỮNG SỰ KIỆN THÀNH CÔNG

CASE STUDY

ĐẸP TỚI CÔNG SỞ 2014 - LUX

- Thời gian: 07/03 – 05/04
- Tài trợ độc quyền cuộc thi “Đẹp tới công sở 2014”, LUX trở thành người bạn đồng hành “duy nhất” với phái đẹp xuyên suốt cuộc thi.

KẾT QUẢ

- 100% độ nhận diện nhãn hàng LUX tới **333.622** visits
- **Hơn 3,1 triệu** lượt hiển thị quảng cáo của sản phẩm LUX
- **550** người tham dự với **3.803** bức ảnh dự thi
- Thu hút **63.814** lượt likes, **203.368** lượt votes và **2.635** lượt comments

TRANG CHỦ



BẢNG NHẬP

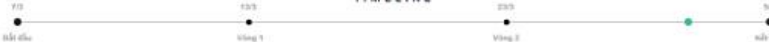
18



TOP THÍ SINH



TIMELINE



TIN TỨC



CÂU HỎI THƯỜNG GẶP

- cong đồng mang bầu chọn cách thì nào? like hình thì?
- Bạn thân mến, tại cuộc thi Đẹp tới công sở, cộng đồng mạng có thể bình chọn cho các bài thể thường qua cơ chế vote. Cách thức vote sẽ được BTC cập nhật và phổ biến trong thời gian sớm nhất. Thank!
- Bạn ơi, 3 item hình up tham gia ở vòng 1 all phải mặc 3 bộ trang phục khác nhau hay mặc cùng một bộ trang phục hả bạn? Thanks bạn!
- Chào bạn Theo như thể lệ vòng 1, người chơi chụp 1 bộ trang phục ở làm qua đó thể hiện về đẹp và phong cách của bạn nhưng vẫn phải phù hợp với môi trường công sở. Nghĩa là bạn sẽ chọn 1 bộ trang phục và giới thiệu 3 item hình chụp với trang phục đó, gồm 1 hình toàn thân, 1 hình bán thân và 1 hình chụp phụ kiện thể hiện gu thời trang công sở của thí sinh nhé.
- BTC cho mình hỏi, hạn up ảnh tham gia cuộc thi là đến hôm nào vậy?
- Chào bạn Quy trình diễn ra ở vòng 1 như sau: • 13/03/2014 - 17/03/2014: thí sinh chụp ảnh và up ảnh dự thi • 18/03/2014 - 21/03/2014: Cộng đồng mạng bình chọn và ĐGC chấm điểm cho các bài dự thi vòng 1. Ngày 18 đến 17 sẽ là hạn cuối để các thí sinh upload bài dự thi vòng 1 ban nhé Thân.
- Mình có một câu hỏi từ BTC: Những bạn được vào vòng 2 sẽ mua đồ của NTT để thực hiện bài thi hay sẽ được tài trợ? Xin cảm ơn.

Xem thêm



Liên hệ với Ban Tổ chức

Email: dlcs2014@afamily.vn | Hotline: 0966 3888 87

afamily

Afamily.vn
Email: info@afamily.vn
Tầng 15, Tòa nhà VTC, 18 Tam Trinh, Minh Khai, Hai Bà Trưng, Hà Nội.
Điện thoại: 04.38743410, máy lẻ 283.
VPDD tại TP.HCM: Tầng 5 Tòa nhà 123, 123 Võ Văn Tần, phường 6, quận 3, TP. HCM

Công ty cổ phần truyền thông W&A Nam - VC Corp
Tầng 16-17, 18 Tòa nhà VTC, 18 Tam Trinh, Minh Khai, Hai Bà Trưng, Hà Nội.
Điện thoại: 04.38743410, máy lẻ 283.
VPDD tại TP.HCM: Tầng 5 Tòa nhà 123, 123 Võ Văn Tần, phường 6, quận 3, TP. HCM

CASE STUDY

WE ARE AFAMILY “XƯA VÀ NAY”

VINCOM MEGA MALL, CANIFA

- Thời gian: 16/06 – 01/07
- Vincom Mega Mall và Canifa đồng hành cùng các Gia đình Việt trong suốt cuộc thi

KẾT QUẢ

- 100% độ nhận diện nhãn hàng tới **218.063** visits
- **Hơn 5,6 triệu** lượt hiển thị quảng cáo
- **385** bài dự thi tham dự với nhiều bức ảnh ấn tượng và thú vị
- Thu hút **88.552** lượt bình chọn

The screenshot displays the website for the "WE ARE AFAMILY" contest. At the top, there is a navigation bar with links for "TRANG CHỦ", "TIN TỨC", "BÀI DỰ THI", "THỂ LỆ & GIẢI THƯỞNG", "KẾT QUẢ", and "HỎI ĐÁP". The main banner features a family photo and the text: "WE ARE AFAMILY CUỘC THI ẢNH CỰC Ý NGHĨA DÀNH TẶNG GIA ĐÌNH THÂN YÊU! THỜI GIAN TỪ 16/06/2013 - 28/06/2013 XEM TẠI ĐÂY". Below the banner, there are sections for "HOT", "TOP VOTE", and "MỚI NHẤT". A featured post by "Miu Tóc Xù" titled "1987 : Mẹ Và con gái - 2012 : Bà và cháu trai" is highlighted with a red circle containing the number 1. The post includes a photo of a woman and a child. To the right, there is a sidebar with a search bar, a user profile for "nguyenhongthom", and a section titled "các thương hiệu nổi tiếng" featuring an image of a shopping mall and a promotional banner for "CANIFA Fashion for All" with a total prize value of over 60,000,000 VND. At the bottom, there is a "TIN TỨC" section with several news snippets.



Admicro cung cấp các gói giải pháp Content Marketing nhằm giúp thuyết phục công chúng mục tiêu thành khách hàng trung thành của thương hiệu.



- EDITORIAL CONTENT**
 - Chuỗi bài viết chuyên sâu, thời sự, dễ lan tỏa
 - Định hướng độc giả và thị trường.
 - Bảo trợ thông tin và hỗ trợ xử lý khủng hoảng truyền thông cho doanh nghiệp khi cần thiết.[XEM BÁO GIÁ](#)
- TẠO ĐÀM TRỰC TUYẾN**
 - Hình thức tương tác gần gũi, trực tiếp với đồng đảo độc giả về một chuyên đề hấp dẫn hoặc thời sự nóng hổi.
 - Khẳng định vị thế chuyên gia của doanh nghiệp.
 - Tiếp nhận phản hồi trung thực, khéo léo thu thập thông tin khách hàng.[XEM BÁO GIÁ](#)
- TÀI TRỢ CHUYÊN MỤC**
 - Đồng hành cùng nội dung xuất bản của báo/trang tin.
 - Gia tăng nhận diện thương hiệu một cách bền bỉ với khách hàng.
 - Tiết kiệm ngân sách Marketing trong khi giữ độ phủ lớn.[XEM BÁO GIÁ](#)
- TÀI TRỢ CUỘC THI**
 - Tiếp xúc độc giả một cách tự nhiên.
 - Tính tương tác và lan tỏa cao.
 - Độ phủ lớn, đa dạng trên các kênh online và offline.
 - Thu thập thông tin khách hàng khéo léo.[XEM BÁO GIÁ](#)
- CAMPAIGN SITE**
 - Trang đích truyền tải nội dung chiến dịch, thể hiện tính cách thương hiệu.
 - Thu thập thông tin, chào đón khách hàng mới và chăm sóc khách hàng hiện tại.
 - Một phần không thể thiếu trong các chiến dịch Digital Content Marketing.[XEM BÁO GIÁ](#)
- CÁC GÓI KHÁC**
 - Viral Video
 - Mobile App
 - Music - Song
 - Game
 - Social Media[XEM BÁO GIÁ](#)



CONTENT
MARKETING
SOLUTION

by  **admicro**

TÀI TRỢ CUỘC THI

Afamily.vn

 Thông tin chi tiết, mời liên hệ: (04) 7307 7979 #Máy lẻ: 62 689

 contentmarketing@admicro.vn

 Tầng 20, Tòa nhà Trung Tâm, Hapulico Complex,
số 1 Nguyễn Huy Tưởng, Q. Thanh Xuân, Hà Nội.

 admicro.vn/contentmarketing.html