

mini Magazine

Phiên bản thu nhỏ của eMagazine



■ Nội dung chính

- mini Magazine là gì?
- Khi nào doanh nghiệp cần sử dụng mini Magazine?
- Một số tác phẩm tiêu biểu
- Báo giá
- Thời gian & quy trình sản xuất
- Re-air (đăng lại bài mini Magazine sang báo khác)



mini Magazine



mini Magazine là gì?

Bài mini Magazine được coi là phiên bản thu nhỏ của eMagazine.

Trong đó:

- Về nội dung: bài viết chuyên sâu, được chắt lọc bởi các cây viết top đầu chuyên mục

Đời sống

Kinh tế

Giải trí

Công nghệ

Thời trang

Bất động sản

Câu chuyện
doanh nghiệp

Hình ảnh
doanh nhân

- Về hình thức: đầu tư thiết kế đồ họa mới lạ, đẹp mắt, tăng hiệu ứng cảm xúc và khả năng hấp thụ thông tin cho độc giả.

- Trên giao diện O6 trang kenh14, afamily, cafef, cafebiz, soha & autopro, mini Magazine có cover photo tràn màn hình, gây ấn tượng thị giác mạnh mẽ khi vừa click vào bài.



KHI KHÔNG BIẾT ĐỊNH NGHĨA "THÀNH CÔNG" TRONG MÌNH LÀ GÌ, RỒI TA SẼ CHỈ NHƯ MỘT CHÙ CỬU NGỒ NGẮC ĐỨNG Ở NGÃ BA ĐƯỜNG.

Có một thế hệ đang bị đè bẹp bởi tảng đá "áp lực" từ những tấm gương thành đạt

Hồ Ngọc Minh Thư Ybox; Design: Vinh Hồ Theo Trí Thức Trẻ • 7 tháng trước



Đến một lúc nào đấy, niềm vui gặp lại bạn bè giờ đây không còn trong veo như ngày xưa nữa, nó đã bị cái gọi là áp lực thành công làm hoen ố đi phần nào.

CÓ RẤT NHIỀU NGƯỜI TRẺ MÔ HỒ KHÔNG BIẾT ĐỊNH NGHĨA

THÀNH CÔNG LÀ GÌ

Những cuộc trò chuyện quanh bàn cà phê của chúng ta với bạn bè không còn vô tư xoay quanh vài tấm ảnh check-in hay tin tức showbiz giật gân trên mạng xã hội nữa, mà thay vào đó là những câu chuyện căng não đau đầu hơn về dự định tương lai của từng đứa.

Và sẽ có đôi khi, chúng ta rời buổi gặp mặt hiếm hoi ấy

Còn cả bạn làm giàu tiền bạc từ đó đã từng là một nhóc tí hon đáng ghét từ một tập đoàn quốc tế. Hôm nay đã chấp nhận từ bỏ công việc trong mơ của nhiều người chỉ để được bằng ngày tiếp xúc với bố con. Cứ ấy đi ăn một bữa trưa học sinh cuối trung phát triển nhân cách em người. Mỗi ngày tan học, có đến gần bảy triệu đến đến ngày hôm nay.

Chúng ta đang hàng ngày hàng giờ không ngừng mất đi phần số tiền lương thưởng hàng tháng từ những lao động cũng như công việc thành công, đó là một tỷ phú hay một bác thư từ miễn vẫn đang là bạn với chúng.

Để đánh giá một bản tranh đẹp, bạn không chỉ nhìn vào màu sắc, hình ảnh, mà còn nhìn vào cách người vẽ nó. Nếu người vẽ nó không có tâm hồn, thì sự hài lòng với của của công việc cuối cùng, nó chỉ là một bức tranh vẽ bằng màu sắc, chứ không phải là một tác phẩm nghệ thuật. Và quan trọng nhất là sự thoải mái khi nhìn vào tranh là cách để nhìn, là nơi vẽ, là câu hỏi của một bức tranh.



NHỮNG THUỐC ĐO PHÍ VẬT CHẤT KHÁC KHAI ĐÁNH GIÁ MỘT NGƯỜI CÓ THÀNH CÔNG THÔNG CÔNG VIỆC HO LAM HAY KHÔNG, ĐÁ BỊ LẠNG QUÊN GIỮA MỘT XÃ HỘI XEM VẬT CHẤT GẦN NHƯ TÔI THƯỜNG.

Một trong những nguyên nhân của tình trạng này là do thiếu hụt tri thức về tài chính, là một ví dụ điển hình của những người làm việc với quan điểm "thành công không chỉ do bằng tài".

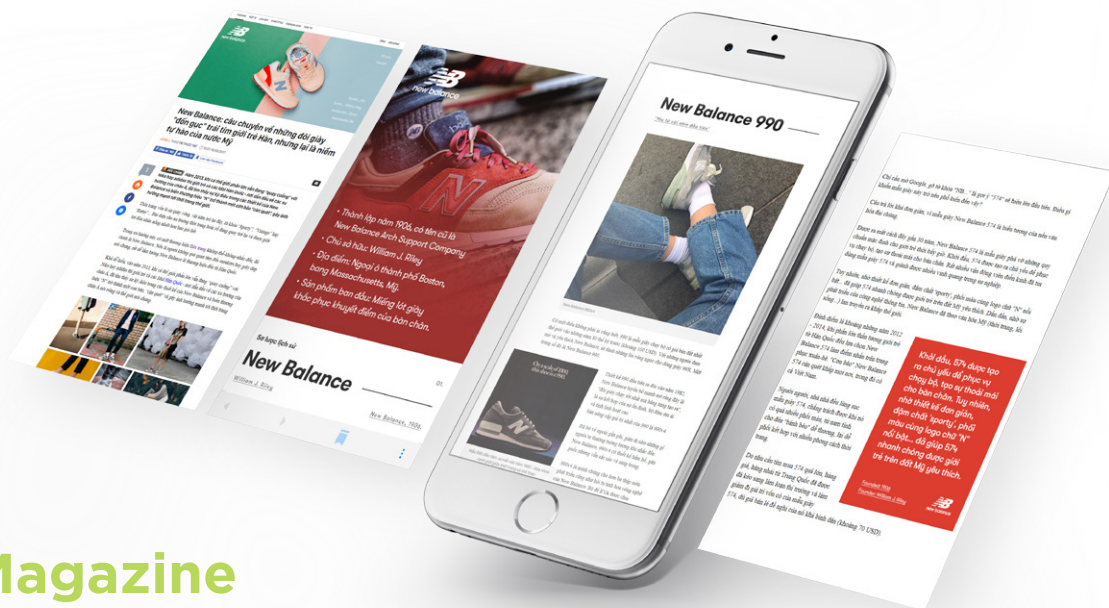
Là một học sinh giỏi toán và là sinh viên giỏi ở Việt Nam, anh được nhận học bổng Fulbright 2 năm cho khóa học Thạc sĩ tại Mỹ. Kết thúc khóa học, bị lạc vào làng mới trường làm việc chuyên nghiệp mà nhiều bạn trẻ mơ ước, rồi cả nhà về Việt Nam để tiếp tục theo đuổi đam mê và dự định sẽ tiếp tục học ở ngành nghệ thuật làm phim và lấy bằng tiến sĩ làm trung tâm.

Trưởng học Tân Tân ra đời từ một người cha có quan điểm rằng công việc không phải là thứ duy nhất để kiếm tiền, mà còn có thể kiếm tiền từ đam mê, và trẻ con được là chính mình, những con người với góc nhìn khác biệt đã từ bỏ con đường công nhân viên chức, không thể này bằng cách làm bạn mới và đẩy nhanh tiến độ của mình.

Những thuốc đo phí vật chất như vậy lại đánh giá một người có thành công trong công việc họ làm hay không đã bị lãng quên giữa một xã hội xem vật chất gần như là tương đương.

ĐỊNH NGHĨA CỦA TÔI

mini Magazine vs. Bài thông thường?



mini Magazine

Ảnh cover nổi bật ngay phần đầu tiên bài báo

Hiệu ứng mới lạ, tạo điểm nhấn

Sáng tạo riêng theo từng bài. Tích hợp các thuộc tính media

Sâu sắc

Cover

Đồ họa

Dàn trang

Nội dung

KHÔNG có ảnh cover, các ảnh khác hiển thị lẫn cùng nội dung bài viết

Không có

Theo một khung chung

Bài thông thường



■ Khi nào doanh nghiệp cần sử dụng mini Magazine?

Có nhu cầu lên **bài long-form** với **thời gian nhanh chóng**

Tạo cách **tiếp cận mới** và **truyền cảm hứng** cho độc giả

Gây ấn tượng tốt đẹp, tự nhiên, đẳng cấp về thương hiệu



Câu chuyện thương hiệu

ĐỌC BÀI VIẾT

Nhãn hàng: **F21**

Tên bài viết: **Forever 21: "Giấc mơ Mỹ" điển hình và cổ tích tay trắng xây dựng cơ đồ của chàng thanh niên nhập cư người Hàn**

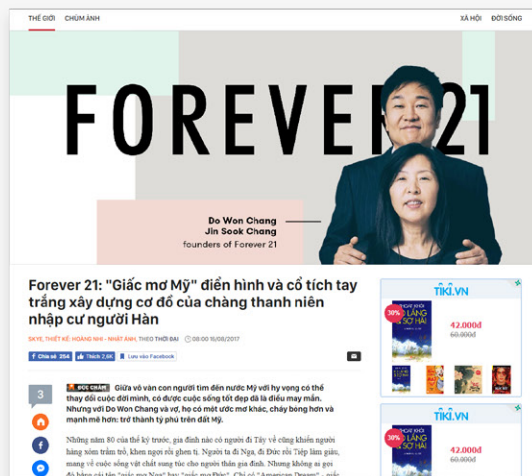
Lượt view



Máy tính
28,740



Điện thoại
22,137



Sau của tôi đến "Korea" và tiếp tục làm việc ở các nhà hàng, quán ăn, và cuối cùng là làm việc cho các công ty khác, anh chia sẻ: "Có rất nhiều người muốn theo đuổi ước mơ Mỹ".

Sinh ra trong một gia đình nghèo khó, gần như không biết tiếng Anh và đi học từ nhỏ, anh đã phải trải qua nhiều khó khăn để có thể theo đuổi ước mơ của mình. Do Won Chang cũng vậy, anh đã phải trải qua nhiều khó khăn để có thể theo đuổi ước mơ của mình. Anh đã phải trải qua nhiều khó khăn để có thể theo đuổi ước mơ của mình.



Trước khi thành lập Forever 21, anh đã phải trải qua nhiều khó khăn để có thể theo đuổi ước mơ của mình. Anh đã phải trải qua nhiều khó khăn để có thể theo đuổi ước mơ của mình.

02. thành công của rất nhiều thời gian

"Bàn không bàn vào công việc kinh doanh với suy nghĩ rằng, thành công sẽ đến chỉ trong một ngày hai" - đó chính là những gì ông Do Won Chang luôn tâm niệm.

Khi làm công việc bán hàng, Do Won nhận ra rằng những người bán hàng trong ngành công nghiệp thời trang luôn là những người "tốt nhất" và họ luôn là những người "tốt nhất" và họ luôn là những người "tốt nhất".

Được truyền cảm hứng từ công việc trong lĩnh vực thời trang, ông bắt đầu chuyển qua làm tại các hãng quần áo và quyết tâm sẽ trở nên tốt hơn và bán được nhiều quần áo hơn.



Sau 3 năm đầu tiên tại Mỹ, anh và vợ đã tích lũy được khoảng 11.000 USD. Năm 1984, họ mở cửa hàng thời trang rộng 13 m² và đặt tên Forever 21 tại một khu kinh doanh sầm uất tại Los Angeles. Do Won cho biết người chủ của cửa hàng cũng bán quần áo từ về mỗi năm khoảng 10.000 USD tiền lãi. Tuy nhiên, Forever 21 đã làm được những điều không tưởng hơn khi của mức 700.000 USD lợi nhuận trong năm đầu tiên nhờ công việc bán hàng, để hàng loạt tiếp tục có các cửa hàng mới mở tại các thành phố khác nhau. Công việc làm tại cửa 2 vợ chồng dần phát đạt và họ mở thêm các cửa hàng ở các nơi khác. Đó chính là khởi đầu của thương hiệu thời trang đình đám Forever 21.

Do Won Chang luôn cảm thấy may mắn vì những cơ hội đã đến trong cuộc đời mình.

"Tôi đến đây với đôi bàn tay trắng và niềm tin vào ước mơ Mỹ vì cơ hội đã mang đến cho tôi. Và tôi cũng muốn đến đây để theo đuổi ước mơ Mỹ. Trong suốt 10 năm đầu tiên vào năm 2008, Do Won cho biết ông đã mở thêm các cửa hàng và tạo thêm 7.000 việc làm trong một năm. Tại cuộc họp thường niên với các nhà đầu tư của công ty, Do Won chia sẻ rằng ông không chỉ muốn tiếp tục vào lợi nhuận mà còn muốn tăng cơ hội việc làm cho người dân Mỹ.

Trên thực tế, để thành công trong ngành bán lẻ là cực kỳ khó khăn và là người nhập cư. Với những yếu tố của một người nhập cư, khác biệt văn hóa, việc bán hàng tiếp cận được với đại đa số người dân là rất khó. Trong trường hợp của Do Won, ông đã vượt qua những khó khăn khác biệt của người nhập cư và được lòng cả người dân gốc Mỹ.

Người ta luôn nhắc, cha đẻ của Forever 21 cho biết ông đã phải học rất nhiều về cách经营 công nghiệp thời trang, cơ sở pháp lý, điều kiện kinh tế... Không có gì là dễ dàng cả. 3 năm vất vả để có thể gây dựng cơ nghiệp là bằng chứng cho thấy anh không chỉ là một người nhập cư mà còn là một người dân gốc Mỹ, anh cũng đang đứng.

Phóng sự - Bình luận

ĐỌC BÀI VIẾT

Nhãn hàng: **Bánh mứt kẹo Hà Nội**

Tên bài viết: **Có một Trung thu rực sáng thế này trong lòng mỗi người Hà Nội**

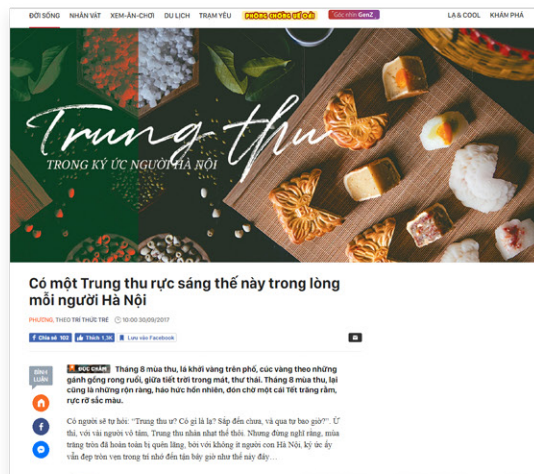
Lượt view



Máy tính
12,419



Điện thoại
27,770



Khi nhìn thấy 8 của kè, họ tự đi mua đồ ăn, đồ trang trí về, đồ cũng như phở cổ. Còn chủ Hoài là tín hiệu hướng dẫn như một người thân thiết trong gia đình, lần sau đó anh em có được một mâm cỗ đúng với Trung thu trong kỷ ức xa xưa nhất. Cái tình với nhau gần gũi mà nồng ấm là thế trong mùa lễ tết này...



CUỘC ĐỜI KHI
Có Trung thu
THẬT LÀ SỰNG SƯƠNG

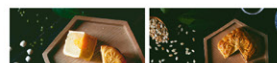
Tất cả với về làng 18 km ngoài ngõ trên phố đi bộ, bà Lê (71 tuổi, Hàng Bè, 175) bán hàng thủ công thủ địa phương và Trung thu. Trung thu, từ đây anh mắt bà lập lánh, với niềm vui tạo tạo như thuở thiếu thời.

"Khi các bà còn bé, Trung thu đến là được đi ngắm trăng và ngắm 4 ngày liên, từng từng và ăn bánh, rồi hát rất vui về. Vì nhà, mẹ phải cho một mâm xôi, cơm nếp và lá gừng, rắc đồ xanh. Và mong mẹ đi chợ về làm, vì mẹ sẽ mua cho con tò he, chơi xong ăn bún, giò ăn thì có mà chơi", bà vừa cười, vừa kể chuyện này tới chuyện khác.



Hà Nội khi nhắc về Trung thu xưa bao nhiêu, bà ngắm trăng và cái lễ như như ngày nay bấy nhiêu, buồn từ cách người ta thỉnh thoảng mua một ít cho xong, rồi những miếng bánh chỉ trong hình thức mà quên hương vị, nghĩa tình. Phải quý sinh lễ nghĩa, người ta vẫn bảo rằng, nhưng đó là chúng con ý người như xưa, bà buồn mà vẫn đi suy. Cái bánh Trung Thu và năm được ăn một lần gói chúng con quý được như ngày còn nghèo, còn thiếu.

Từ xưa, và tới tận bây giờ, bà vẫn giữ sở thích ăn bánh nướng thập cẩm truyền thống, và như một thói quen khi bà, của bà của Bà Nội, Bà Nội, bánh nướng thập cẩm với Hà Nội từ năm 64, vì "bánh nướng thập cẩm hương vị của kỷ ức, nên có phải xếp hàng tấn phố Huế, vẫn phải mua hàng được".



Sự kiện

ĐỌC BÀI VIẾT

Nhãn hàng: **Uber**

Tên bài viết: **Những giờ cuối cùng của kỷ nguyên Uber tại Việt Nam**

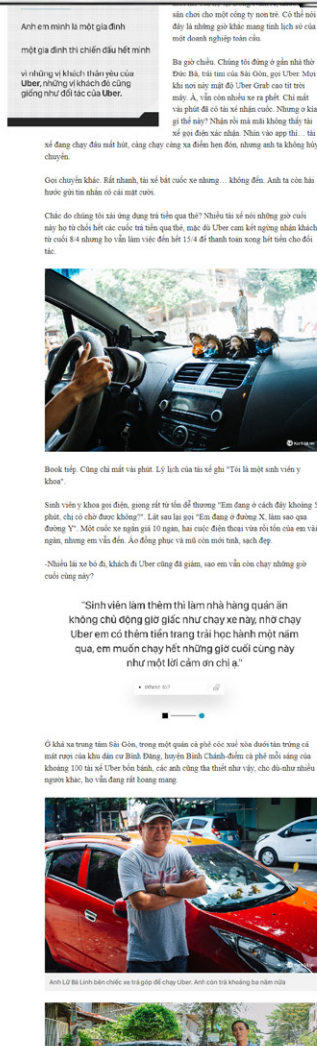
Lượt view



Máy tính
27,340



Điện thoại
79,321



■ Báo giá mini Magzazine

Nhóm site 1: Kênh 14, Afamily, GenK, GameK

Hạng mục	Chân dung nhân vật/Câu chuyện thương hiệu	Bình luận, góc nhìn, câu chuyện cuộc sống	Phỏng vấn nhân vật	Phóng sự văn hóa xã hội
A	20,000,000 VNĐ	22,000,000 VNĐ	25,000,000 VNĐ	28,000,000 VNĐ
B	14,000,000 VNĐ	15,000,000 VNĐ	18,000,000 VNĐ	20,000,000 VNĐ
C	10,000,000 VNĐ	10,000,000 VNĐ	12,000,000 VNĐ	12,000,000 VNĐ

Nhóm site 2: CafeF, Cafebiz, Soha, Autopro

Hạng mục	Câu chuyện thương hiệu/ Doanh nghiệp	Bình luận, góc nhìn, phân tích thị trường, xu hướng	Dự án bất động sản	Phóng sự thị trường	Phỏng vấn/ Chân dung nhân vật
A	28,000,000 VNĐ	28,000,000 VNĐ	32,000,000 VNĐ	35,000,000 VNĐ	35,000,000 VNĐ
B	20,000,000 VNĐ	20,000,000 VNĐ	25,000,000 VNĐ	25,000,000 VNĐ	25,000,000 VNĐ
C	12,000,000 VNĐ	12,000,000 VNĐ	12,000,000 VNĐ	14,000,000 VNĐ	14,000,000 VNĐ

■ Sự khác biệt cơ bản giữa các mức A, B, C

Hạng mục	Vị trí đăng tải	Video	Hình ảnh	Tư vấn nội dung	Người viết
A	Các vị trí đặc biệt, loại 1, stream 1	• Video dựng trên thông tin sẵn có, sử dụng hiệu ứng. • Có thể sử dụng video do khách hàng cung cấp, được biên tập nếu cần	• Phóng viên ảnh giàu kinh nghiệm thực hiện • Có thể kết hợp hình ảnh khách hàng cung cấp.	Chuyên gia cao cấp của Kênh/Trang tin tư vấn	• Tay bút hàng đầu. • Người viết có góc nhìn mới lạ, chỉ ra những góc tiếp cận hay, hấp dẫn.
B	Các vị trí loại 2, stream 2, chuyên mục	• Video dựng trên thông tin sẵn có. • Hoặc sử dụng video do khách hàng cung cấp	• Phóng viên ảnh thực hiện. • Có thể kết hợp hình ảnh khách hàng cung cấp	Quản lý cấp chuyên mục tư vấn	Tay viết trình độ cao, giàu kinh nghiệm.
C	Tiểu mục, đủ chất lượng đăng trên trang	Sử dụng video do khách hàng cung cấp	Khách hàng cung cấp hình ảnh	Phóng viên thông thường tư vấn	Tay viết chuyên nghiệp

■ Thời gian & quy trình sản xuất mini Magazine



Thời gian sản xuất trung bình

1- 1,5 tuần

- 2 - 4 ngày: tiếp nhận nhu cầu, phản hồi, chốt nội dung
- 5 - 7 ngày: sản xuất, nhận phản hồi, duyệt và chỉnh sửa
- Với mỗi sản phẩm Admirco gửi sang cho khách hàng (Text, thiết kế, layout) không sửa quá 03 lần/ items. Nếu quá 03 lần, khách hàng vui lòng chi trả thêm lần lượt 10% giá trị bài viết cho từng lần sửa tiếp theo.

chốt tác phẩm

Ekip thực hiện

Tối thiểu 04 người (viết bài, chụp ảnh, thiết kế & kỹ thuật lên trang)

Về việc Re-air

(đăng lại bài mini Magazine sang báo khác trong hệ thống)

Chỉ áp dụng với “Bài đăng lại” không thay đổi về mặt nội dung, hình ảnh, thiết kế, chỉ cần resize ảnh cover, phụ phí kỹ thuật dựng bài tương ứng 2,000,000 VNĐ/bài/báo

Chi phí vị trí đăng tin theo báo giá PR Solutions của trang báo / website mới.

- Khám phá thêm các bài viết mini Magazine VCCorp tại:



contentmarketing.admicro.vn/demo

mini Magazine

Phiên bản thu nhỏ của eMagazine



■ Thông tin chi tiết mời liên hệ



(84 4) 7307 7979
#Số máy lẻ: 62 444 hoặc 62 935
Fax: (84 4) 7307 7980



contentmarketing@admico.vn hoặc magazine@admico.vn



www.contentmarketing.admico.vn



Tầng 21, Center Building, Hapulico Complex số 1,
Nguyễn Huy Tưởng, Thanh Xuân, Hà Nội