



2025

PR CHỦ ĐỘNG

DOANH NGHIỆP GẶP VẤN ĐỀ GÌ KHI CHỈ SỬ DỤNG BÀI QUẢNG CÁO TRUYỀN THỐNG?

01

Muốn tăng độ phủ nhưng
khó mở rộng ngân sách

02

Nội dung PR đơn điệu,
trùng lặp

03

Muốn lên báo thường
xuyên nhưng sợ công
chúng phản cảm

04

Quá trình duyệt bài,
booking mất nhiều
thời gian

05

Phải liên hệ nhiều kênh
báo qua từng sự kiện
lớn nhỏ

PR CHỦ ĐỘNG LÀ GÌ?

02

Là gói truyền thông trong đó báo chí chủ động tạo ra và tối ưu các cơ hội để quảng bá thông tin cho doanh nghiệp.



Cố vấn tin cậy

**Số liệu
điển hình**

**Câu chuyện
tiêu biểu**

**Cài cắm
thông điệp**

**Hình ảnh
đặc trưng**



CƠ CHẾ HOẠT ĐỘNG CỦA PR CHỦ ĐỘNG

- Ngân sách truyền thông trả trước cho cả gói, tối thiểu 50 triệu đồng
- Khách hàng cung cấp định hướng chiến dịch và những điểm cần lưu ý.
- Các kênh chủ động thực hiện lồng ghép nội dung có lợi cho thương hiệu trong các bài viết tích cực, tự nhiên của báo
- Khách hàng không duyệt nội dung, vị trí và thời gian lên bài.
- Công cụ báo cáo 24/7: các bài đã lên, ngân sách đã tiêu, số liệu chi tiết lượt xem theo cơ chế nội dung kênh.

HỆ THỐNG KÊNH PR CHỦ ĐỘNG

04

KÊNH TIN TỨC GIẢI TRÍ - XÃ HỘI



afamily

CÔNG NGHỆ - XE CỘ

GENK

AutoPro

GAMEK

TÀI CHÍNH - KINH TẾ

CAFEF

Cafebiz

SỨC KHỎE - ĐỜI SỐNG - GIA ĐÌNH

Gia đình
& Xã hội

TỔNG HỢP - TIN TỨC XÃ HỘI

SOHA



NGƯỜI LAO ĐỘNG

KHI NÀO CẦN PR CHỦ ĐỘNG?

05



Muốn tăng độ phủ thông tin về công ty, dự án, sản phẩm



Nâng cao uy tín và nhận diện thương hiệu



Bứt phá khỏi phong cách bài quảng cáo một chiều đơn điệu

ƯU ĐIỂM NỔI BẬT

06



NHANH

Thời gian lên bài nhanh, không cần qua nhiều khâu kiểm duyệt.



ĐA KÊNH

Tần suất phủ sóng mạnh, độ phủ thông tin lớn
Thông tin được lan tỏa rộng rãi với tần suất cao, tạo hiệu ứng truyền thông liên tục và mạnh mẽ.



ĐA CHIỀU

Tuyển nội dung hấp dẫn, thuyết phục, khai thác dưới nhiều góc nhìn khác nhau bởi đội ngũ nhà báo chuyên sâu



TIẾT KIỆM

Gói bài viết số lượng lớn với chi phí hợp lý nhất

QUY TRÌNH HỢP TÁC

B1

Thảo luận kế hoạch triển khai

B2

Ký kết hợp đồng – Thiết lập ngân sách

B3

VCCorp gửi kho tài liệu đã được tổng hợp và gợi ý content direction cho báo chí

B4

VCCorp gửi report và nghiệm thu bài vào report chung

B5

Hàng tháng, nhận tư vấn chuỗi bài chuyên sâu – thời sự & điều chỉnh định hướng truyền thông (nếu cần)

CHIẾN DỊCH TIÊU BIỂU NGÀNH HÀNG BẤT ĐỘNG SẢN

08

Truyền thông: Dự án d'Edge Thảo Điền và
Dự án D1Mension

- ➔ Chủ đầu tư: Capital Land
- ➔ Mục tiêu: Tạo độ phủ thông tin và quảng bá hình ảnh dự án
- ➔ Ngân sách: 200 triệu (chưa VAT)
- ➔ Thời gian: tháng 7 – tháng 9/2017

Điểm nhấn: Chiến dịch vượt gấp

151%

so vs KPI để ra ban đầu

Tiết kiệm chi phí

60%

Hiệu quả tăng

6 lần so với
gói booking
thông thường

Kết quả:

39 **100,359**

Bài báo

lượt views



CHIẾN DỊCH TIÊU BIỂU NGÀNH HÀNG TÀI CHÍNH

Truyền thông: Hệ sinh thái tài chính số toàn diện
Viettel Money

- Công ty: Viettel
- Mục tiêu: Tạo độ phủ thông tin và quảng bá cho hệ sinh thái tài chính số toàn diện Viettel Money
- Thời gian: 3 tháng (từ 12/2024 - 03/2025)

Kênh truyền
thông:



Điểm nhấn:

Chiến dịch vượt gấp

110%

so vs KPI để ra ban đầu

Tiết kiệm chi phí

87%

Hiệu quả tăng

7 lần so với gói booking thông thường

Kết quả:

99 800,000

Bài báo

lượt views



DEMO ĐỊNH DẠNG FORMAT

#BÀI TOÀN PHẦN

Tin nhanh thương hiệu

Chủ động đưa tin sự kiện, hội thảo (có tính chất xã hội), tin Đại hội Cổ đông, mở bán, hợp tác, sáp nhập, cải tiến, dấu ấn mới đáng quan tâm, hoạt động CSR,...

Doanh nghiệp có thể cung cấp thông cáo báo chí để kênh báo xử lý nhanh

Kinh doanh · Ebank · Thành viên đến từ Thứ năm, 18/05/2017, 16:13 (GMT+7)

Vietcombank ra mắt thẻ tín dụng quốc tế Visa Corporate

Thẻ tín dụng quốc tế Vietcombank Visa Corporate ra mắt từ ngày 19/5, mang đến nhiều tiện ích và ưu đãi cho khách hàng.

Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam (Vietcombank) sẽ cho ra mắt sản phẩm thẻ tín dụng Vietcombank Visa Corporate (Vietcombank Visa Corporate Card), vào ngày 19/5.

Đây là sản phẩm thẻ đạt tiêu chuẩn quốc tế, mang đến một công cụ thanh toán ưu việt và nhiều tiện ích, đồng thời cung cấp các ưu đãi hấp dẫn cho cán bộ, nhân viên của tổ chức, doanh nghiệp trong quá trình sử dụng thẻ.



Thẻ tín dụng quốc tế Vietcombank Visa Corporate sẽ ra mắt từ ngày 19/5.

Khi sử dụng thẻ, các giao dịch chi tiêu của tổ chức, doanh nghiệp được chuẩn hóa, từ đó giúp đơn giản hóa quy trình và thủ tục thanh toán chi phí. Đồng thời hệ thống báo cáo tổng hợp và phân tích đi kèm giúp các tổ chức, doanh nghiệp nâng cao hiệu quả quản lý, tiết kiệm chi phí hoạt động. Sự hỗ trợ và tài chính từ phía Vietcombank, với thời gian ân hạn miễn lãi tối đa lên tới 57 ngày, là ưu đãi đặc biệt dành cho chủ thẻ.

Bên cạnh các tiện ích dành cho doanh nghiệp, tổ chức, chiếc thẻ còn đem đến sự an tâm cho cán bộ khi đi công tác tại nước ngoài, nhờ gói dịch vụ bảo hiểm du lịch toàn cầu được tặng kèm, có giá trị lên tới 10.5 tỷ đồng, cùng nhiều dịch vụ hỗ trợ khẩn cấp và dịch vụ hỗ trợ thông tin 24/7.

VietinBank báo lãi 9 tháng đầu năm 6.485 tỷ đồng, tăng 13% so cùng kỳ

28-10-2016 - 19:14 PM | Tài chính - ngân hàng

Chia sẻ 0 Thích 0

9 tháng đầu năm, tốc độ huy động vốn tại VietinBank tăng trưởng khá mạnh 27% tuy nhiên huy động đến đầu ngân hàng đều cho vay hết đến đó, minh chứng là hai chỉ tiêu đều đạt 625 nghìn tỷ đồng.

Báo cáo tài chính hợp nhất quý III/2016 của Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam (VietinBank - mã: CTG) cho biết tổng tài sản của ngân hàng tính đến ngày 30/9 đạt 900 nghìn tỷ đồng, tăng trưởng 15,5% so với thời điểm đầu năm.

Cho vay khách hàng đạt 625 nghìn tỷ đồng, tăng trưởng 16%. Đáng chú ý, tiền gửi của khách hàng cũng có kết quả ngang bằng với con số cho vay là 625 nghìn tỷ đồng, tăng trưởng 27% sau 9 tháng đầu năm.

Trong quý III, thu nhập lãi thuần của ngân hàng đạt 5.939 tỷ đồng, tăng gần 21% so với cùng kỳ.

Các hoạt động kinh doanh mang lại kết quả khả quan. Cụ thể lãi từ hoạt động dịch vụ đạt 393 tỷ, kinh doanh ngoại hối lãi gần 131 tỷ, mua bán chứng khoán kinh doanh lãi 40 tỷ, mua bán chứng khoán đầu tư giảm lỗ mạnh từ âm 74 tỷ đồng cùng kỳ năm trước xuống âm 1,3 tỷ đồng.

Trong kỳ, chỉ phí hoạt động tăng 9,5% lên 3.046 tỷ, chỉ phí dự phòng tăng đột biến 53% lên 1.968 tỷ đồng. Tình hình quý III, VietinBank đạt 2.212 tỷ đồng, tăng trưởng 19,8% so với cùng kỳ.

Lấy kể 9 tháng, tổng lợi nhuận trước thuế ghi nhận 6.485 tỷ đồng, tăng 13,2%. Sau thuế, còn 5.193 tỷ đồng, tăng 16,4%. Trong đó, lợi nhuận thuần của cổ đông ngân hàng là 5.182 tỷ đồng.

Tỷ lệ nợ xấu của ngân hàng sau 9 tháng đầu năm có sự giảm nhẹ xuống còn 0,85% so với thời điểm đầu năm là 0,92%. Tuy nhiên nợ có khả năng mất vốn tăng 30% lên 3.576 tỷ đồng, chiếm 66% tổng số nợ xấu.

#BÀI TOÀN PHẦN

Bài review sản phẩm

Bài phỏng vấn nhân vật về các vấn đề nóng của ngành, xã hội hoặc doanh nghiệp

[REVIEW] d'Edge Thảo Điền - Dự án hạng sang có thiết kế khác biệt

15/08/2017 - 15:26 PM | Tin tức dự án

[Chia sẻ](#) [Thích](#)

d'Edge Thảo Điền là dự án thứ 10 chủ đầu tư CapitalLand tại Việt Nam. Dự án gồm 2 tháp căn hộ cao tầng hạng sang, được xây dựng tại vị trí trung tâm phường Thảo Điền – Quận 2, đang nhận được nhiều sự quan tâm của thị trường hiện nay.

THÔNG TIN DỰ ÁN

- Vị trí: 213 Nguyễn Văn Hoàng, P. Thảo Điền, Q.2, TP. HCM
- Chủ đầu tư: CapitalLand - 90%
- CTCP Thương mại và Du lịch Sài Gòn (SpCo) - 10%
- Quản lý dự án: Công ty Quản Lý Bất Động Sản CapitalLand (Vietnam) Ltd.
- Tư vấn giám sát: Construction Design and Consultant Corporation (CIDECO)
- Quy mô: 7.900m2
- Thời gian bàn giao (dự kiến): 30/06/2020

Thiết kế kiến trúc

d'Edge Thảo Điền là dự án liên doanh giữa CapitalLand (chiếm 90% vốn) và CTCP Thương mại & Du lịch Sài Gòn (SpCo) có tổng diện tích 7.900m2. Dự án có 1 tầng hầm và 3 tầng đỗ xe. Các dịch vụ tiện ích chung được bố trí tại tầng 4, 12A, 12B và tầng thượng.



Chuyên gia dinh dưỡng “bày” cách sử dụng dầu ăn tránh gây ung thư

Tuyết Anh (T4) | 21/08/2015 12:15

[Chia sẻ](#) [Thích](#)

[Theo dõi cho Sina](#)

Sử dụng dầu ăn không đúng cách, dầu ăn bẩn sẽ khiến bạn có nguy cơ mắc ung thư cao. Do đó, cần có cách sử dụng thích hợp nhất để phòng tránh ung thư.

- > Mẹo chọn dầu ăn trẻ em chất lượng tốt
- > Thực phẩm chứa dầu ăn bẩn đã bán hết cho người dùng tại Việt Nam?
- > Dưa chuột, thịt lợn đóng hộp chứa dầu ăn “bẩn” nhập vào Việt Nam

Giá trị dinh dưỡng của dầu ăn

Dầu ăn là nguồn cung cấp chất béo, năng lượng lớn cho cơ thể, vitamin A, D, E, K,... đặc biệt là những lượng calo trong dầu ăn cung cấp cho cơ thể cao hơn các loại bột, đường, đạm khác.

Theo TS.BS Nguyễn Thị Minh Kiều, Chủ tịch Hội Dinh dưỡng Thực phẩm TPHCM, nhiều người nghĩ rằng nên hạn chế dầu ăn vì nó gây béo là hoàn toàn không chính xác vì bạn nên có sự cân đối, bài bỏ gồm các chất dinh dưỡng trong cơ thể để có sự phát triển toàn diện.

Đặc biệt với lứa trẻ em đang trong độ tuổi phát triển.

Thông thường như các chất béo của cơ thể chiếm từ 15 - 30% trên tổng năng lượng mang lại từ khẩu phần ăn là cần đủ.

Vì vậy, bạn nên chú ý việc sử dụng hợp lý để có lợi nhất cho sức khỏe.



Chuyên gia từ thương hiệu viết

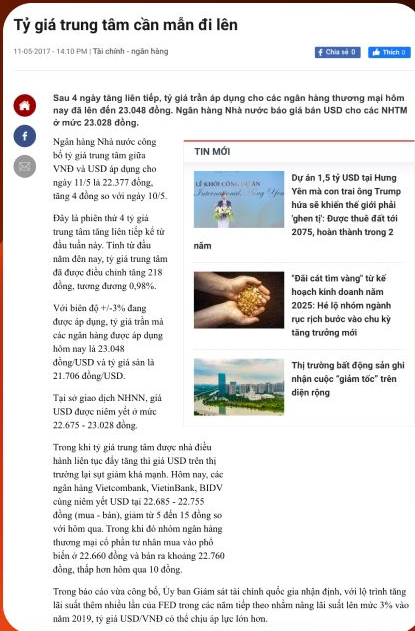
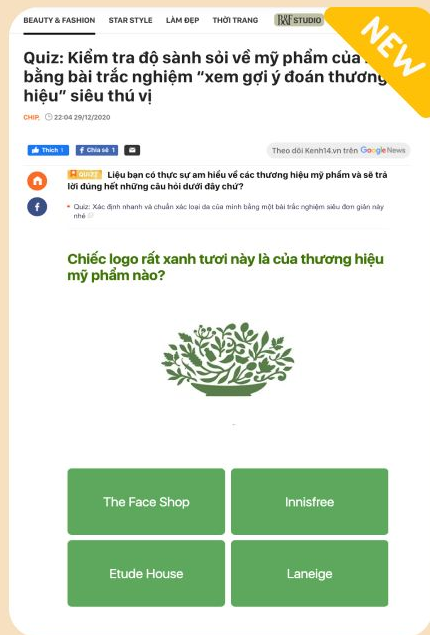
- Bài đặt hàng từ chuyên gia nhãn hàng
- Thời điểm báo đặt hàng tương ứng với sự kiện nóng trong xã hội
- Báo biên tập nội dung và đăng tải

#BÀI MỘT PHẦN

Chèn Quiz từ thương hiệu

Bài báo có thêm tính năng tương tác (tag powered by logo nhãn hàng):

- Poll, mini-quiz, trắc nghiệm nhanh
- Microsurvey nhỏ lấy insight trực tiếp từ độc giả



Nhắc tên thương hiệu/Chèn từ khóa về thương hiệu

Chủ động nhắc tên thương hiệu hoặc từ khóa trong số bộ từ khóa (bộ key word) đã thống nhất

(*) Số lượng từ khóa thương hiệu trong bài viết tùy thuộc vào độ phù hợp do Ban biên tập đề ra ở từng trường hợp

#BÀI MỘT PHẦN

Chèn thống kê dẫn nguồn từ thương hiệu

Chủ động chèn số liệu chính xác từ hội thảo/sự kiện/nguyên cứu của doanh nghiệp, bảng giá hoặc các thông tin liên quan khác do doanh nghiệp cung cấp...

Các doanh nghiệp tại Tp. Hồ Chí Minh sẽ đón hơn 240.000 tỷ đồng tín dụng ưu đãi

20-01-2017 - 14:14 PM | Tài chính - ngân hàng

f Chia sẻ 0 t Thích 0

Lãi suất của gói tín dụng này là không quá 7%/năm cho các khoản vay ngắn hạn và vay trung, dài hạn từ 8-10%/năm.

Mới đây tại Tp. Hồ Chí Minh, 15 ngân hàng đã tham gia Hội nghị sơ kết Chương trình Kết nối Ngân hàng - Doanh nghiệp năm 2016 và triển khai kế hoạch năm 2017, trong đó ký kết Gói Tín dụng ưu đãi Doanh nghiệp TP HCM với quy mô hơn 240.000 tỷ, lãi suất cho vay ngắn hạn không quá 7%/năm; trung và dài hạn từ 8-10%/năm.

Theo bà Nguyễn Thị Thu, Phó chủ tịch Ủy ban nhân dân Tp. Hồ Chí Minh cho biết, năm 2016 Chương trình Kết nối NH - DN năm 2016 với số tiền cho vay đạt hơn 241.000 tỷ đồng, hỗ trợ cho gần 21.920 khách hàng, cao hơn 60% so với năm 2015 và bằng cả số tiền cho vay, giải ngân của chương trình trong 4 năm qua.

Trong đó, BIDV đã đăng ký gói tín dụng theo lãi suất ưu đãi của Chương trình là 60.000 tỷ đồng. Đến ngày 31/12/2016, doanh số giải ngân của Chi nhánh BIDV trên địa bàn TP HCM là gần 30.000 tỷ đồng cho hơn 400 khách hàng Doanh nghiệp, hoàn thành 50% quy mô gói đăng ký năm 2016 (tăng hơn 9% so với năm 2015).

Theo lãnh đạo NHNN, hướng triển khai của Chương trình năm 2017 là tiếp tục đẩy mạnh công tác phối hợp với chính quyền các quận, huyện, theo dõi các quận, huyện chủ động tổ chức chương trình kết nối NH - DN trên địa bàn. Bên cạnh đẩy mạnh vốn cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh, thương mại dịch vụ thì Chương trình sẽ quan tâm tập trung cho lĩnh vực nông nghiệp công nghệ cao, doanh nghiệp chuyển đổi từ bộ sản xuất kinh doanh cũ về và doanh nghiệp khởi nghiệp.

TIN MỚI



Dự án 1,5 tỷ USD tại Hưng Yên mà con trai ông Trung hứa sẽ khiến thế giới phải 'ghen tị': Được thuê đất tới 2075, hoàn thành trong 2 năm



"Đại cát tim vàng" từ kế hoạch kinh doanh năm 2025: Hệ lụy nhóm ngành rục rịch bước vào kỷ tăng trưởng mới



Thị trường bất động sản ghi nhận cuộc 'giảm tốc' trên diện rộng

Ngân hàng nào có lợi nhuận đáng mơ ước nhất quý I/2015?

17-05-2015 - 06:35 AM | Tài chính - ngân hàng

f Chia sẻ 0 t Thích 0

Các "ông lớn" ngân hàng vẫn dẫn đầu trong top các nhà băng có mức lợi nhuận đáng mơ ước trong 3 tháng đầu năm 2015.

- 16-05-2015 Vietcombank: Lãi quý 1 đạt 1.135 tỷ đồng, tổng tài sản giảm 37 nghìn tỷ
- 15-05-2015 Techcombank đạt lợi nhuận trước thuế 408 tỷ đồng trong quý đầu năm 2015
- 15-05-2015 Nam A Bank: Tổng tài sản quý 1 giảm 10%, lợi nhuận tăng 3,5 lần so với cùng kỳ

Hàng loạt ngân hàng đã lần lượt công bố kết quả kinh doanh quý I/2015. Tuy nhiên, số nhà băng có lợi nhuận gia nhập "câu lạc bộ ngân tỷ" trong 3 tháng đầu năm không nhiều.

Lắc đầu ngân hàng có lợi nhuận "ngàn tỷ"

Đến thời điểm này hầu hết các ngân hàng đã công bố kết quả kinh doanh quý I/2015, nhưng số nhà băng đạt lợi nhuận "ngàn tỷ" chỉ đếm trên đầu ngón tay và vẫn nằm ở số nhà băng thương mại có phần lớn như Vietcombank, VietinBank, BIDV...

Đứng "đầu bảng" trong số những "ông lớn" ngân hàng có lợi nhuận thuộc nhóm "câu lạc bộ ngân tỷ" là BIDV, khi nhà băng này báo lãi sau thuế là 1.865 tỷ đồng trong 3 tháng đầu năm tại báo cáo tài chính hợp nhất quý I/2015. Mức lãi này của BIDV đã tăng 2% so với cùng kỳ và hoàn thành 24,5% kế hoạch. Khoản lợi nhuận sau thuế của BIDV tăng là do ngân hàng điều chỉnh các khoản chi phí nội bộ giữa ngân hàng và các công ty con.

Là một trong số ngân hàng có tổng tài sản lớn nhất, theo kết quả kinh doanh quý I/2015 của VietinBank, đến hết 31/3/2015 ngân hàng này có tổng tài sản đạt số dư 646.000 tỷ đồng, tăng 16% so với cùng kỳ năm 2014. Tổng nguồn vốn của VietinBank đạt 578.000 tỷ đồng, tăng 18% so với cùng kỳ năm 2014. Tiền gửi từ dân cư và doanh nghiệp vẫn tiếp tục có xu hướng tăng, tăng 4,5% so với tháng 2/2014 và tăng 2% so với 31/12/2014.

Chèn một đoạn phân tích thương hiệu

Chèn một đoạn phân tích về doanh nghiệp/nhãn hàng trong bài viết về thị trường chung, hiện tượng ngành, bài phân tích xã hội, các vấn đề liên quan...

Đoạn phân tích trung bình 200 chữ

#BÀI MỘT PHẦN

Chèn một đoạn phỏng vấn nhân vật

Phỏng vấn và trích dẫn
trả lời của nhân vật/
chuyên gia đại diện
thương hiệu, dẫn
nguồn tên thương hiệu
trong các bài viết tầm
cỡ và liên quan

VIB trông chờ gì ở khoản vay 185 triệu USD từ quốc tế?

16/11/2017 - 14:12 PM | Tài chính - ngân hàng

VIB đang có kỳ vọng sẽ tăng gấp đôi danh mục tài trợ cho các DNVN và cho vay phân khúc nhà ở hợp tác đầu tiên với tổng vốn vay lên đến trên 1 tỷ USD (hơn 22.000 tỷ) trong vòng 5 năm tới.

Tổ chức Tài chính Quốc tế (IFC), thành viên của Nhóm Ngân hàng Thế giới và Ngân hàng TMCP Quốc tế Việt Nam (VIB) đã đạt được thỏa thuận rằng IFC sẽ cung cấp khoản vay hợp vốn 185 triệu USD cho VIB.

Khoản vay này được kỳ vọng sẽ hỗ trợ giải quyết hai thách thức phát triển chính của Việt Nam hiện nay, đó là nhu cầu vốn chưa được đáp ứng của các doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN) và thiếu hụt nhà ở hợp tác đầu tiên cho các hộ gia đình.

Theo các số liệu thống kê, hiện chỉ có 30% trong tổng số 600.000 doanh nghiệp nhỏ và vừa đang hoạt động tiếp cận được nguồn vốn ngân hàng, với tổng vốn vay chỉ chiếm 3% tổng dư nợ tín dụng. Nguồn vốn dài hạn cho nhóm doanh nghiệp này ngày càng trở nên khan hiếm trong khi Việt Nam đặt mục tiêu trở thành một trung tâm sản xuất và thương mại ở khu vực Đông Nam Á. Ngoài ra, tốc độ đô thị hóa nhanh cũng khiến nhu cầu về nhà ở tại các thành phố lớn tăng cao, cần thêm khoảng 374.000 đơn vị nhà ở mỗi năm cho các hộ gia đình tại các thành phố lớn.

Theo ông Hàn Ngọc Vũ, Tổng Giám đốc VIB, Việt Nam đang rà soát những khoản tài trợ dài hạn do thị trường nợ chưa phát triển đủ hạn chế các kênh huy động nguồn vốn của các tổ chức tín dụng. Khoản vay hợp vốn từ IFC và các ngân hàng quốc tế sẽ giúp VIB mở rộng danh mục khách hàng DNVVN và cho vay mua nhà hợp tác đầu tiên, giúp khẳng định vị thế dẫn đầu của VIB trong các phân khúc này.

Được biết, VIB đang có kỳ vọng sẽ tăng gấp đôi danh mục tài trợ cho các DNVN và cho vay phân khúc nhà ở hợp tác đầu tiên với tổng vốn vay lên đến trên 1 tỷ USD (hơn 22.000 tỷ) trong vòng 5 năm tới.

Gửi tài trợ trị giá 185 triệu USD do IFC làm đầu mối bao gồm 100 triệu USD từ IFC và 85 triệu USD từ 3 ngân hàng quốc tế gồm Ngân hàng Cathay United, Ngân hàng Công thương Trung Quốc – Chi nhánh Hồng Kông và Ngân hàng Kiatimukin Thái Lan.

Ông Kyle Kelhofer, Giám đốc Quốc gia IFC phụ trách Việt Nam, Lào và Campuchia nhận định, khoản vay hợp vốn này là một mốc quan trọng đối với VIB nói riêng và các ngân hàng thương mại có phần tư nhân tại Việt Nam nói chung trong việc tiếp cận các nguồn vốn tài trợ dài hạn từ các đối tác nước ngoài, giúp các ngân hàng có điều kiện phát triển các sản phẩm tài chính dài hạn như cho vay thế chấp nhà ở, bảo hiểm dài, khoản vay cũng hỗ trợ giải quyết các mục tiêu phát triển của Việt Nam như tạo thêm nhiều việc làm, phát triển DNVVN và đẩy mạnh công nghiệp hóa và đô thị hóa.

Lại thêm 5 thời son "hot" nhất khiến loạt sao Hàn mê mẩn thời gian gần đây

16/11/2017 - 14:12 PM | Thời trang - mỹ phẩm

Chính "nàng cường thi" Lee Se Young, Hyeri, Yuri (SNSD), Nana, Kim Sa Rang đã lên tiếng bất mí về thời son mà họ yêu thích trên trang cá nhân.

- Ngày 9/11 đã cận kề, M&C ra mắt ngay BST 6 thời son mới bán chạy nhất mà hội con gái chúng ta không thể bỏ qua...
- 9 thời son màu cánh hồng khó từ tình dân đến cao cấp hợp hợp để trang điểm đầu năm...
- Những thời son được các sao Hoa ngữ lăng ló thời gian gần đây: loạt được khen với tập, loạt bị chê nhạt nhẽo...

1. Hyeri - Chlo Rouge Heel Velvet màu #Red (Giá gốc: 374.000VNĐ)

Đã lâu nay Hyeri vốn trung thành với phong cách makeup ngọt ngào, tươi sáng, phù hợp với giới trẻ. Nếu bạn cũng ấn tượng với màu son đỏ tươi tắn mà có năng này sử dụng, thì tin vui cho bạn là mới đây chính Hyeri đã bất mí về thời son này trên Instagram của mình, thời son mà cô đang để là son Chlo Rouge Heel Velvet màu Red.



Chèn một đoạn Review sản phẩm

Bài viết nhận định sản
phẩm, ghép chung với
các sản phẩm đồng loại

#HÌNH ẢNH

Chèn ảnh thương hiệu

Dùng kho hình ảnh đẹp, chất lượng do doanh nghiệp gửi sang để minh họa cho các bài viết phù hợp.

Nổi bật nhận diện hình ảnh thương hiệu trong một thời gian dài tại chuyên mục.

(*) Trường hợp cần thiết, Admicro có thể tổ chức sản xuất ảnh đẹp để phục vụ chiến dịch

Một diễn biến khá bất ngờ trên thị trường tài chính quốc tế những ngày qua là hơn 1 tuần sau khi Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (FED) giảm lãi suất, chỉ số đồng USD (DXY) vẫn duy trì ở mức cao, trên 107,79 điểm. Thông thường, khi FED giảm lãi suất sẽ làm đồng USD giảm sức mạnh, từ đó giảm sức ép lên tỉ giá.

Đồng USD vẫn mạnh đã tác động tới tỉ giá USD/VND. Trong bối cảnh này, NHNN được cho là đã bán ngoại tệ để ổn định tỉ giá. Lâu dài hơn, lộ trình giảm lãi suất của FED trong năm 2025 và những năm tiếp theo sẽ góp phần giúp tỉ giá Việt Nam duy trì ổn định.

Theo ông Ngô Đăng Khoa, Giám đốc Khối Ngoại hối, Thị trường vốn và Dịch vụ chứng khoán - Ngân hàng HSBC Việt Nam, chỉ trong vòng 2 tháng của quý II/2024, VND từng mất giá hơn 3% trước kỳ vọng hạ lãi suất của FED, đưa chênh lệch lãi suất VND - USD tăng cao. Để hỗ trợ thị trường, NHNN đã can thiệp thông qua nghiệp vụ bán USD từ nguồn dự trữ ngoại hối, phát hành tín phiếu ngắn hạn nhằm giảm đã tăng của tỉ giá.

Ông Michael Kokalari, Giám đốc Phòng Phân tích kinh tế vĩ mô và Nghiên cứu thị trường - Quỹ đầu tư VinaCapital, nhận định tỉ giá đã có sự biến động trong 3 năm qua, từ khi FED bắt đầu chu kỳ tăng lãi suất nhanh nhất từ trước đến nay vào đầu năm 2022. Cơ quan này chỉ mới bắt đầu cắt giảm lãi suất từ tháng 9-2024, bên cạnh các yếu tố riêng biệt của Việt Nam cũng ảnh hưởng tới đồng VND.



Nhân hàng nhà nước cho biết năm 2025 sẽ điều hành lãi suất phù hợp với diễn biến thị trường, kinh tế vĩ mô... Ảnh: LAM GIANG

Có thể đoán, VND đã giảm gần 5%, chủ yếu do chỉ số DXY tăng gần 4% vì lam phá của Mỹ và kỳ vọng giảm lãi suất của FED yếu đi, cùng với các yếu tố khác tại Việt Nam. "THP đoàn năm 2025, tỉ giá USD/VND có thể chỉ giảm thêm khoảng 3% vào cuối năm trong trường hợp đồng USD biến động không quá lớn" - ông Michael Kokalari nhìn nhận.

HOSHI - Bộ sưu tập văn phòng phẩm "đi kịch trần" của dân văn phòng

QUANG VŨ · 20:30 23/04/2025

Nghe đọc bài · 4:12

Nó miễn

Thích · 0 · Chia sẻ

Theo dõi Kênh TV trên Google News



Dẫn văn phòng dùng bút hàng giờ mỗi ngày nên cần bút viết mượt, thời trang và chất. Đó chính là lý do vì sao HOSHI - bộ sưu tập mới của Thiên Long nhanh chóng "lọt vào mắt xanh" của dân công sở vì "đỉnh nóc, kịch trần" cả về thiết kế lẫn tính năng.

Tặng đồng khế làm Vượt qua rồi mẹ con ta mới thấy bình an

nhoclanhngang.com · Tài trợ

Sở hữu thiết kế siêu xin theo phong cách minimalism (tối giản), HOSHI còn được tích hợp loạt công nghệ "chuẩn Nhật" giúp trải nghiệm viết trơn mượt mà, dễ chịu hơn bao giờ hết. Cùng khám phá lý do khiến bộ sưu tập này trở thành hot item của dân văn phòng ngay dưới đây!



Chiến dịch quảng cáo ngoài trời ấn tượng

HOSHI thu hút giới văn phòng vì loạt video kết hợp hình ảnh kỹ xảo đồ họa cùng bối cảnh thực tế. Các video về chiếc bút HOSHI không lồ xuất hiện bất ngờ và khác lạ tại những địa điểm như cầu Ba Son, phố đi bộ Hồ Gươm, Nhà hát TP HCM, đường Đồng Khởi (TPHCM) thu hút hàng triệu lượt xem và tương tác của dân công sở.

Sự kết hợp giữa loạt video độc đáo và ITVC cuốn hút không chỉ truyền tải trọn vẹn thiết kế hiện đại, mà còn làm nổi bật những tính năng vượt trội của HOSHI. Nhờ chiến lược quảng cáo sáng tạo này, HOSHI đã chinh phục giới văn phòng một cách đầy ấn tượng.

Chèn GIF/Video ngắn 5s của thương hiệu

Là bài PR truyền thống được chèn thêm GIF hoặc video ngắn ($\leq 5s$) mang hình ảnh/thông điệp từ thương hiệu

#HÌNH ẢNH

Chèn logo thương hiệu vào ảnh

Hình thức lồng ghép logo thương hiệu vào hình ảnh minh họa của bài đăng truyền thông, giúp tăng độ nhận diện thương hiệu một cách tinh tế.

Thời kỳ độc chiếm của mỹ phẩm Hàn đã còn: Đồ high-end khiến giới trẻ phát cuồng sao?

LINH ANH · 15:00 08/04/2025

Nghe đọc bài · 9:12 · 1x · Nữ miền Bắc

f Chia sẻ ·

Theo dõi Kenh14.vn trên Google News

Mỹ phẩm high-end đã và đang là xu hướng sẽ lên ngôi trong thời gian tới.

- Má kem Rare Beauty đã có "bản dupes", giao diện xinh, màu rất yêu, không mua là tiếc
- Bông lung khiến gần 3 triệu người tìm kiếm hoá ra là nhan sắc hàng đầu châu Á
- 2 thử đây ở chợ Việt giúp Song Hye Kyo và Kim Tae Hee là phụng nấp nhân

Tua ngược về quá khứ khoảng gần chục năm trước, không quá khi nói rằng mỹ phẩm Hàn Quốc từng là cơn sốt cán quét tại thị trường làm đẹp Việt Nam. Những sản phẩm khiến giới trẻ điên đảo một thời có thể kể đến như mặt nạ Laneige Water Sleeping Mask, son 3CE Velvet Lip Tint, son dưỡng có màu TonyMoly Delight Magic Lip Tint, phấn phủ innisfree No Sebum Mineral Powder... Giải mã cho sự viral này chính là bao bì bắt mắt, giá thành "ôm ví" dễ tiếp cận, bảng màu lẫn undertone hợp da châu Á. Ngoài ra, sức hút từ làn sóng Hallyu cùng độ phủ sóng của makeup style Hàn cũng là một trong những cộng hưởng giúp trào lưu này nở rộ mạnh mẽ.

Kéo theo một thời gian dài cho đến tận bây giờ, mỹ phẩm Hàn vẫn có chỗ đứng nhất định trong công đồng làm đẹp. Tuy nhiên, vài năm gần đây, thị trường làm đẹp tại Việt Nam đã có sự xáo trộn. Chưa hẳn là đào chiều nhưng sự quay trở lại mạnh mẽ của nhiều thương hiệu Âu Mỹ, kéo theo trào lưu dùng mỹ phẩm high-end đã khiến cục diện thay đổi không ít.



#VIDEO

Mutex tin nhanh

Xử lý thông cáo báo chí, tin nhanh thương hiệu thành dạng Mutex Video.

Hình ảnh/ đoạn video và nội dung lấy từ thông cáo báo chí do nhãn hàng cung cấp.

Video gồm ảnh, phụ đề dẫn, truyền tải thông tin về doanh nghiệp một cách sinh động, giúp độc giả dễ dàng ghi nhớ và chia sẻ nội dung trên nhiều nền tảng



#VIDEO

Mutex bài chuyên sâu

Viết nội dung chuyên sâu phân tích - bình luận - sự kiện - câu chuyện - phỏng vấn... về doanh nghiệp / nhãn hàng, chuyển thể thành Mutex video.

Video gồm hình ảnh/ đoạn video kèm phụ đề dẫn, hình ảnh sử dụng từ nguồn tư liệu có sẵn từ Internet/ hoặc do khách hàng cung cấp

Chuyên gia hiến kế cho công ty tài chính đẩy mạnh cho vay tiêu dùng

23-05-2020 - 15:24 PM | Tài chính - ngân hàng

f Chia sẻ 13 | Thả tim 24

- 22-05-2020 Sau Covid-19, các doanh nghiệp và công ty tài chính đã đến lúc phải rà soát lại chiến lược kinh doanh của mình. Từ đây giờ đã khác rồi vì nhiều xu hướng mới, thị hiếu mới xuất hiện và phải có những sản phẩm mới may đo phù hợp.
- 21-05-2020 Dư địa cho vay tiêu dùng còn khoảng 2 triệu tỷ đồng
- 21-05-2020 Đến 11/5 đã có hơn 1,12 triệu tỷ đồng dư nợ được miễn, giảm lãi suất
- 21-05-2020 Cần tiền nhưng đừng cố vay cho lấy được



>> Điểm danh 50 ngân hàng, công ty tài chính hỗ trợ khách hàng bị ảnh hưởng bởi Covid-19

Thêm một kiểu kho thịt ngon nhức nhối bạn không thể bỏ qua

NHÀ LÍNH, 14-03 20/06/2018

f CHIA SẺ 5 | Thả tim 0

Kho thịt kiểu này vừa nhanh vừa ngon nhờ sự kết hợp nguyên liệu vô cùng hấp dẫn.

- Chỉ thay đổi 1 nguyên liệu thôi mà ngon hơn hẳn kho thịt thông thường này!
- Chảy nước miếng với thịt kho chưa chua mềm ngon ăn mãi không ngán!
- 4 bước siêu nhanh có ngay gà hấp thơm lừng cho bữa tối!



400ml nước dứa tươi

Chèn hình ảnh thương hiệu vào video

Chủ động sử dụng hình ảnh thương hiệu một cách khéo léo trong các video liên quan

#VIDEO

Chuyển thể video mutex từ nội dung sẵn có

Video gồm hình ảnh/ đoạn video kèm phụ đề dẫn, hình ảnh sử dụng từ nguồn tư liệu có sẵn từ Internet/ hoặc do khách hàng cung cấp



#ADD-ON

Chèn box thông tin

Chèn thêm box thông tin cung cấp cho độc giả cái nhìn bao quát về thương hiệu được đề cập trong bài viết

Có thể hyperlink dẫn tới website thương hiệu

Mã Thiên Vũ: Chịu kiếp nam phụ quốc dân trước khi bật lên mạnh mẽ nhờ "Tam Quốc Cơ Mật"

QUÊ GIẢI 16:15 16/04/2018

Thích 0 Chia sẻ 0

Theo dõi kênh tin trên Google News

Kể từ khi bước vào nghiệp diễn cho đến nay, Mã Thiên Vũ luôn gây ấn tượng với khán giả qua loạt vai nam phụ trước khi chuyển mình mạnh mẽ hơn nhờ web drama "Tam Quốc Cơ Mật".

- Hành trình đến với nghiệp diễn của Seungri (Big Bang) trước "Chi Yếu Minh Em" :>
- Những lần fan nguyên tác "kêu trời" vì diễn viên đóng phen chuyển thể Hoa Ngữ (Phần 1) :>
- 4 diễn đàn đang mong đợi ở "Chi Yếu Minh Em" - phen điện ảnh mới nhất của Seungri (Big Bang) :>

Trong số những nam diễn viên trẻ triển vọng tại Trung Quốc Đại lục, khán giả hẳn nhiên đều đã từng nghe đến cái tên **Mã Thiên Vũ**. Không giống với những đồng nghiệp thân thiết khác, sự nghiệp diễn xuất của Mã Thiên Vũ không quá nổi bật như vai chính mà lại khiến người xem ấn tượng bằng những vai nam phụ.

Lý lịch cá nhân của Mã Thiên Vũ

Tên tiếng Anh: Ray Ma

Nghề nghiệp: Diễn viên, ca sĩ

Biệt danh: Nhị Gia, Mã Tổng, Hồ Tập, Mã Lão Sư

DOB: 12/7/1986

Chiều cao - cân nặng: 1 mét 80, 65kg

Quê quán: Địch Châu, Sơn Đông

Các tác phẩm nổi bật: Quái Hiệp Nhặt Chai Mài, Bộ Bộ Kinh Tâm, Cổ Kiếm Kỳ Đàm, Huyền Thành, Tam Quốc Cơ Mật,...

Quá khứ cực trước khi quyết định theo đuổi ngành giải trí

Khi Mã Thiên Vũ lên 5 tuổi, mẹ anh qua đời vào đúng ngày 15/8 âm lịch. Vì vậy nên từ đó trở đi, Mã Thiên Vũ không bao giờ được đến Tết Trung Thu nữa. Vì bố luôn phải trốn mẹ, Mã Thiên Vũ cũng hai cha con sống cùng ông bà nội. Để mưu sinh cũng như trang trải kiếm tiền nuôi gia đình, Mã Thiên Vũ đã đến Bắc Kinh từ năm 16 tuổi, làm nghệ sĩ bán thịt cũng các chủ. Sau đó một năm, vì cho bị đẹp nên anh lại cùng chủ đi bán bánh rán, sữa đậu nành. Ước mơ của Mã Thiên Vũ khi ấy chỉ đơn giản là có thể xây một căn nhà và lấy vợ.

5 cách làm ấm cơ thể tránh bị bệnh khi trời mưa lạnh cực kỳ dễ làm

MT 12:33 30/10/2017

Thích 16 Chia sẻ 1

Theo dõi kênh tin trên Google News

Thời tiết mưa lạnh khiến chúng ta rất dễ bị cảm. Để sức khỏe không bị ảnh hưởng bởi thời tiết, theo các chuyên gia đông y, bạn chỉ cần làm ấm cơ thể bằng các cách sau.

- 3 nguyên nhân khiến bạn dễ tăng cân bất ngờ vào mùa đông cần phải khắc phục càng sớm càng tốt :>
- Đã từng nhận không một nổi mụn dù khi chỉ nhớ 5 thói quen đơn giản sau :>
- Sau lần "ai cũng mắc" khi đánh răng làm tổn hại răng lợi mỗi ngày :>

1. Uống trà gừng nóng

Theo Lương Y Bùi Hồng Minh, Phó chủ tịch Hội đông y Ba Đình thì chúng ta nên cẩn thận với thời tiết mưa nhiều, trời se lạnh. Chỉ cần sơ suất một chút là chúng ta sẽ rất dễ bị cảm lạnh, đặc biệt là với những người bị các bệnh viêm mũi dị ứng, người già, trẻ nhỏ... Vì vậy, sau khi đi ra ngoài, tiếp xúc với môi trường lạnh lẽo, chúng ta có thể làm ấm cơ thể bằng một cốc trà gừng nóng. Gừng là loại củ có vị cay, tính ấm nên rất hiệu quả trong việc làm ấm bụng để chống lại cái lạnh bên ngoài và cũng giúp bạn tránh cảm cúm.



#cách làm ấm cơ thể khi trời lạnh #cách làm ấm #chuyên gia đông y #hội đông y #trà gừng #gừng #gừng tươi #gừng khô #gừng ngâm rượu #gừng ngâm mật ong #gừng ngâm sữa #gừng ngâm nước #gừng ngâm dầu #gừng ngâm rượu #gừng ngâm mật ong #gừng ngâm sữa #gừng ngâm nước #gừng ngâm dầu

Chèn hot tag về thương hiệu

Đối với những bài viết đã có nội dung đề cập đến thương hiệu, việc chèn hot tag giúp tăng SEO (tối ưu hóa khả năng tìm kiếm trên Internet)

#ADD-ON

Chia sẻ link bài lên fanpage báo

Chủ động dẫn link sản phẩm trên mặt báo



Tưởng ghi điểm trước TWICE nhưng Lee Kwang Soo lại nhận cái kết "bê bàng" thế này!

ANNDU, 10:00:04/12/2018

Theo dõi Kenh14.vn trên Google News

Lee Kwang Soo vẫn không thoát được danh hiệu "thành nhợ" của "Running Man".

- Running Man: Jay (Red Velvet) nhảy sexy nhưng lại bị Lee Kwang Soo "ghĩa hiệp"!!
- Như như Lee Kwang Soo: Tưởng tập được công kén ai nghĩ còn bị phạt "vừa mặt" bằng... kem tươi
- Lee Kwang Soo "đau đớn" thừa nhận mình là người "phần bốp" nhất "Running Man"!!

9 cô gái TWICE vừa trở thành khách mời xuyên suốt tập 428 của "Running Man". Sau khi được ghép cặp chơi, chương trình đã công bố đội thua sẽ phải chịu hình phạt mất 50 búp cái thảo thành kim chi, TWICE vô cùng phấn khích với hình phạt này.



Running Man: Lee Kwang Soo "bê mặt" trước TWICE

Trò chơi đầu tiên dành cho các đội là thi lộn nhào qua các mức xà từ cao đến thấp. Ở mức xà cao nhất, các thành viên đều dễ dàng vượt qua, riêng chỉ cả của TWICE.



Chèn article tĩnh/ động dưới chân bài viết

Thông tin ngắn gọn về thương hiệu được thiết kế bắt mắt trong một khuôn hình chèn cuối bài viết, có thể tạo hiệu ứng động cho các điểm nhấn, thu hút sự chú ý của độc giả

#ADD-ON

Chèn link dẫn về site mua hàng

Chủ động dẫn link trực tiếp đến các trang thương mại điện tử hoặc cửa hàng phân phối chính hãng của sản phẩm trên mặt báo

TAMBURINS The Egg Lip Balm

Thỏi son với bao bì hình quả trứng độc đáo nhà TAMBURINS từng gây bão khi được Jennie (BLACKPINK) quảng bá và lăng xê chắc chắn sẽ là sự lựa chọn hoàn hảo cho nàng nào đang tìm quà tự thưởng cho bản thân ngày 8/3.

Không chỉ mang vẻ ngoài dễ thương, The Egg Lip Balm còn đi đôi cùng chất lượng tuyệt vời. Khi sử dụng, son dưỡng nhà TAMBURINS mang hương thơm dịu nhẹ, sang trọng, cung cấp độ ẩm cần thiết cho môi với các thành phần dầu thực vật cao cấp, giúp đôi môi thoát khỏi tình trạng bong tróc, khô ráp.

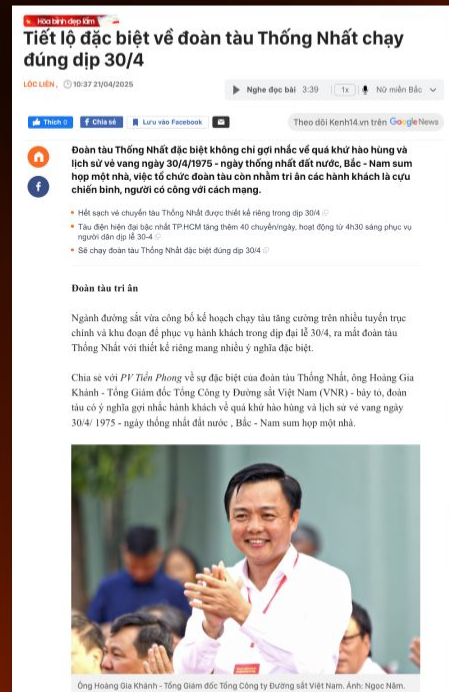


Với The Egg Lip Balm, một đôi môi mềm mại, căng bóng sẽ không còn là điều mơ ước, đặc biệt, khi có thỏi son dưỡng này, các nàng đồng thời có thêm một phụ kiện trang trí độc lạ, chiếm trọn sự chú ý mọi người.

Nơi mua: [TAMBURINS](#)

NỘI DUNG VỀ THƯƠNG HIỆU CÓ THỂ LỒNG GHÉP TRONG NHIỀU FORMAT KHÁC NHAU

—
24



Du lịch

Logo	Điểm	Điểm	Điểm	Điểm	Điểm	Điểm	Điểm
Cafebiz	●	●	●			●	●
CAFEF	●						●
KENH 14	●			●	●	●	●
GENK	●		●		●		●
AutoPro	●						
GAMEK	●				●		
afamily	●	●	●	●		●	●
Gia đình & Xã hội	●	●	●	●		●	●
VTV	●	●	●	●	●	●	●
NGƯỜI LAO ĐỘNG	●	●	●	●		●	●
SOHA	●	●	●	●		●	●

	NHÓM 03			NHÓM 04	
	Giải trí - giới trẻ	Cuộc sống số	Ô tô - Xe máy	Kinh doanh - Tài chính	Bất động sản
Cafebiz					
CAFEF					
KENH 14					
GENK					
AutoPro					
GAMEK					
afamily					
Gia đình & Xã hội					
VTV					
NGƯỜI LAO ĐỘNG					
SOHA					

RATECARD PR CHỦ ĐỘNG DỰA TRÊN NHÓM KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

#Bài toàn phần

Format	Mô tả	Theo gói site				Theo site lẻ
		Nhóm 1	Nhóm 2	Nhóm 3	Nhóm 4	CafeF
Tin nhanh thương hiệu	Cung cấp thông tin về sự kiện đại hội cổ đông, hợp tác, hợp báo và ký kết	4,700,000	5,250,000	5,900,000	7,000,000	8,500,000
Bài phân tích thương hiệu	Bài viết bình luận - nhận định chuyên sâu về doanh nghiệp và sự kiện đại hội cổ đông	13,400,000	15,000,000	16,700,000	20,000,000	24,000,000
Bài review sản phẩm	Bài được biên tập & chấp bút bởi báo chí, đặt hàng từ chuyên gia nhân hàng, tương ứng với sự kiện nóng	16,700,000	18,750,000	20,900,000	25,000,000	30,000,000
Chuyên gia từ thương hiệu viết	Bài phỏng vấn nhân vật về các vấn đề nóng của ngành, xã hội hoặc doanh nghiệp	4,700,000	5,250,000	5,900,000	7,000,000	8,500,000

- **Ratecard theo gói site:** Triển khai đúng nhóm khách hàng và không ngoài danh sách kênh báo quy định. Các kênh báo được chọn lựa khi thực chạy sẽ dựa trên sự phù hợp giữa kế hoạch biên tập của từng kênh và nhu cầu nội dung của từng khách hàng. Khách hàng không được lựa chọn kênh báo cố định.
- **Ratecard theo site lẻ:** Áp dụng khi tư vấn hoặc báo giá cho từng kênh báo riêng lẻ, phù hợp với nhân muốn đăng trên một kênh báo cố định theo nhu cầu hoặc định hướng riêng
- * **Quy định:** Khi gói mua chỉ muốn đăng duy nhất trên site CafeF, giá bán sẽ tính theo giá trên cột theo site lẻ

RATECARD PR CHỦ ĐỘNG DỰA TRÊN NHÓM KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

—
28

#Hình ảnh

Format	Mô tả	Theo gói site				Theo site lẻ
		Nhóm 1	Nhóm 2	Nhóm 3	Nhóm 4	CafeF
Chèn ảnh thương hiệu	Dùng kho hình ảnh đẹp, chất lượng do doanh nghiệp gửi sang để minh họa cho các bài viết phù hợp	1,400,000	1,500,000	1,700,000	2,000,000	2,500,000
Chèn GIF của thương hiệu NEW	Là bài PR truyền thống được chèn thêm GIF hoặc video ngắn ($\leq 5s$) mang hình ảnh/thông điệp từ thương hiệu	3,400,000	3,750,000	4,200,000	5,000,000	6,000,000
Chèn logo thương hiệu vào ảnh NEW	Hình thức lồng ghép logo thương hiệu vào hình ảnh minh họa của bài đăng truyền thông, giúp tăng độ nhận diện thương hiệu một cách tinh tế	1,400,000	1,500,000	1,700,000	2,000,000	2,500,000

• **Ratecard theo gói site:** Triển khai đúng nhóm khách hàng và không ngoài danh sách kênh báo quy định. Các kênh báo được chọn lựa khi thực chạy sẽ dựa trên sự phù hợp giữa kế hoạch biên tập của từng kênh và nhu cầu nội dung của từng khách hàng. Khách hàng không được lựa chọn kênh báo cố định.

• **Ratecard theo site lẻ:** Áp dụng khi tư vấn hoặc báo giá cho từng kênh báo riêng lẻ, phù hợp với nhãn muốn đăng trên một kênh báo cố định theo nhu cầu hoặc định hướng riêng

* **Quy định:** Khi gói mua chỉ muốn đăng duy nhất trên site CafeF, giá bán sẽ tính theo giá trên cột theo site lẻ

RATECARD PR CHỦ ĐỘNG DỰA TRÊN NHÓM KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

#Bài một phần

Format	Mô tả	Theo gói site				Theo site lẻ
		Nhóm 1	Nhóm 2	Nhóm 3	Nhóm 4	CafeF/VTV
NEW Chèn Quiz từ nhân hàng	Bài báo có thêm tính năng tương tác: • Poll, mini-quiz, trắc nghiệm nhanh • Microsurvey nhỏ lấy insight trực tiếp từ độc giả	3,400,000	3,750,000	4,200,000	5,000,000	6,000,000
Nhắc tên thương hiệu/ Chèn từ khoá về thương hiệu	Chủ động nhắc tên thương hiệu hoặc từ khóa trong số bộ từ khóa (bộ key word) đã thống nhất	1,400,000	1,500,000	1,700,000	2,000,000	2,500,000
Chèn thống kê dẫn nguồn từ thương hiệu	Chủ động chèn số liệu chính xác từ hội thảo/sự kiện/nghiên cứu của doanh nghiệp, bảng giá hoặc các thông tin liên quan khác do doanh nghiệp cung cấp...	3,400,000	3,750,000	4,250,000	5,000,000	6,000,000

• **Ratecard theo gói site:** Triển khai đúng nhóm khách hàng và không ngoài danh sách kênh báo quy định. Các kênh báo được chọn lựa khi thực chạy sẽ dựa trên sự phù hợp giữa kế hoạch biên tập của từng kênh và nhu cầu nội dung của từng khách hàng. Khách hàng không được lựa chọn kênh báo cố định.

• **Ratecard theo site lẻ:** Áp dụng khi tư vấn hoặc báo giá cho từng kênh báo riêng lẻ, phù hợp với nhân muốn đăng trên một kênh báo cố định theo nhu cầu hoặc định hướng riêng

* **Quy định:** Khi gói mua chỉ muốn đăng duy nhất trên site CafeF, giá bán sẽ tính theo giá trên cột theo site lẻ

RATECARD PR CHỦ ĐỘNG DỰA TRÊN NHÓM KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

30

#Bài một phần

Format	Mô tả	Theo gói site				Theo site lẻ
		Nhóm 1	Nhóm 2	Nhóm 3	Nhóm 4	CafeF
Chèn một đoạn phân tích thương hiệu	Chèn một đoạn phân tích về doanh nghiệp/ nhân hàng trong bài viết về thị trường chung, các vấn đề liên quan...	6,000,000	6,750,000	7,500,000	9,000,000	11,000,000
Chèn một đoạn phỏng vấn nhân vật	Phỏng vấn và trích dẫn trả lời của nhân vật/ đại diện thương hiệu, dẫn nguồn tên thương hiệu trong các bài viết tầm cỡ và liên quan	4,080,000	4,500,000	5,100,000	6,000,000	7,500,000
Chèn một đoạn Review sản phẩm	Bài viết nhận định sản phẩm, ghép chung với các sản phẩm đồng loại	6,000,000	6,750,000	7,500,000	9,000,000	11,000,000

• **Ratecard theo gói site:** Triển khai đúng nhóm khách hàng và không ngoài danh sách kênh báo quy định. Các kênh báo được chọn lựa khi thực chạy sẽ dựa trên sự phù hợp giữa kế hoạch biên tập của từng kênh và nhu cầu nội dung của từng khách hàng. Khách hàng không được lựa chọn kênh báo cố định.

• **Ratecard theo site lẻ:** Áp dụng khi tư vấn hoặc báo giá cho từng kênh báo riêng lẻ, phù hợp với nhân muốn đăng trên một kênh báo cố định theo nhu cầu hoặc định hướng riêng

* **Quy định:** Khi gói mua chỉ muốn đăng duy nhất trên site CafeF, giá bán sẽ tính theo giá trên cột theo site lẻ

RATECARD PR CHỦ ĐỘNG DỰA TRÊN NHÓM KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

31

#Video

Format	Mô tả	Theo gói site				Theo site lẻ
		Nhóm 1	Nhóm 2	Nhóm 3	Nhóm 4	CafeF/VTV
Mutex tin nhanh	Xử lý thông cáo báo chí, tin nhanh thương hiệu thành dạng Mutex Video	6,800,000	7,500,000	8,500,000	10,000,000	12,000,000
Mutex bài chuyên sâu	Nội dung chuyên sâu phân tích - bình luận sự kiện - câu chuyện - phỏng vấn... về doanh nghiệp / nhân hàng, chuyển thể thành Mutex video	14,000,000	15,000,000	17,000,000	20,000,000	24,000,000
Chèn hình ảnh thương hiệu vào video	Chủ động sử dụng hình ảnh thương hiệu một cách khéo léo trong các video liên quan	6,000,000	6,750,000	7,500,000	9,000,000	11,000,000
Chuyển thể video mutex từ nội dung sẵn có	Video gồm hình ảnh/ đoạn video kèm phụ đề dẫn, hình ảnh sử dụng từ nguồn tư liệu có sẵn từ Internet/ hoặc do khách hàng cung cấp	6,800,000	7,500,000	8,500,000	10,000,000	12,000,000

• **Ratecard theo gói site:** Triển khai đúng nhóm khách hàng và không ngoài danh sách kênh báo quy định. Các kênh báo được chọn lựa khi thực chạy sẽ dựa trên sự phù hợp giữa kế hoạch biên tập của từng kênh và nhu cầu nội dung của từng khách hàng. Khách hàng không được lựa chọn kênh báo cố định.

• **Ratecard theo site lẻ:** Áp dụng khi tư vấn hoặc báo giá cho từng kênh báo riêng lẻ, phù hợp với nhãn muốn đăng trên một kênh báo cố định theo nhu cầu hoặc định hướng riêng

* **Quy định:** Khi gói mua chỉ muốn đăng duy nhất trên site CafeF, giá bán sẽ tính theo giá trên cột theo site lẻ

RATECARD PR CHỦ ĐỘNG DỰA TRÊN NHÓM KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

#Add-on

Format	Mô tả	Theo gói site				Theo site lẻ
		Nhóm 1	Nhóm 2	Nhóm 3	Nhóm 4	CafeF
Chèn box thông tin	Chèn thêm box thông tin cung cấp cho độc giả cái nhìn bao quát về thương hiệu được đề cập trong bài viết	4,700,000	5,250,000	5,900,000	7,000,000	8,500,000
Chèn hot tag về thương hiệu	Highlight thương hiệu với hệ hot tag trending giúp gia tăng lượt tìm kiếm thương hiệu	1,020,000	1,125,000	1,275,000	1,500,000	2,000,000
Chèn article động/ tĩnh dưới chân bài viết	Thông tin ngắn gọn được thiết kế bắt mắt trong một khuôn hình chèn cuối bài viết, có thể tạo hiệu ứng động	3,400,000	3,750,000	4,250,000	5,000,000	6,000,000
Chèn link dẫn về site mua hàng	Chủ động dẫn link sản phẩm trên mặt báo	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,500,000

- **Ratecard theo gói site:** Triển khai đúng nhóm khách hàng và không ngoài danh sách kênh báo quy định. Các kênh báo được chọn lựa khi thực chạy sẽ dựa trên sự phù hợp giữa kế hoạch biên tập của từng kênh và nhu cầu nội dung của từng khách hàng. Khách hàng không được lựa chọn kênh báo cố định.
- **Ratecard theo site lẻ:** Áp dụng khi tư vấn hoặc báo giá cho từng kênh báo riêng lẻ, phù hợp với nhân muốn đăng trên một kênh báo cố định theo nhu cầu hoặc định hướng riêng
- * **Quy định:** Khi gói mua chỉ muốn đăng duy nhất trên site CafeF, giá bán sẽ tính theo giá trên cột theo site lẻ



PR CHỦ ĐỘNG

TỐI ƯU HÓA CƠ HỘI QUẢNG BÁ CỦA NHÃN HÀNG

Thông tin chi tiết liên hệ:

 (84 4) 7307 7979 #Số máy lẻ: 62444 hoặc 62935 Fax: (84 4) 7307 7980

 contentmarketing@admirco.vn

 www.contentmarketing.admicro.vn

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

CONTACT US

