



FPT UNIVERSITY

Multimedia Communication

COMMUNICATION CAMPAIGN FOR CAMILE BRIDAL WEDDING DRESS BRAND

GRP490_G9

21.12.2023





OUR MEMBERS.



LE LAN NGOC

Supervisor

Leader



PHAM HOANG ANH

HS150120



NINH DUY DUC

HE140229



BUI NGHIA DUONG

HS150141



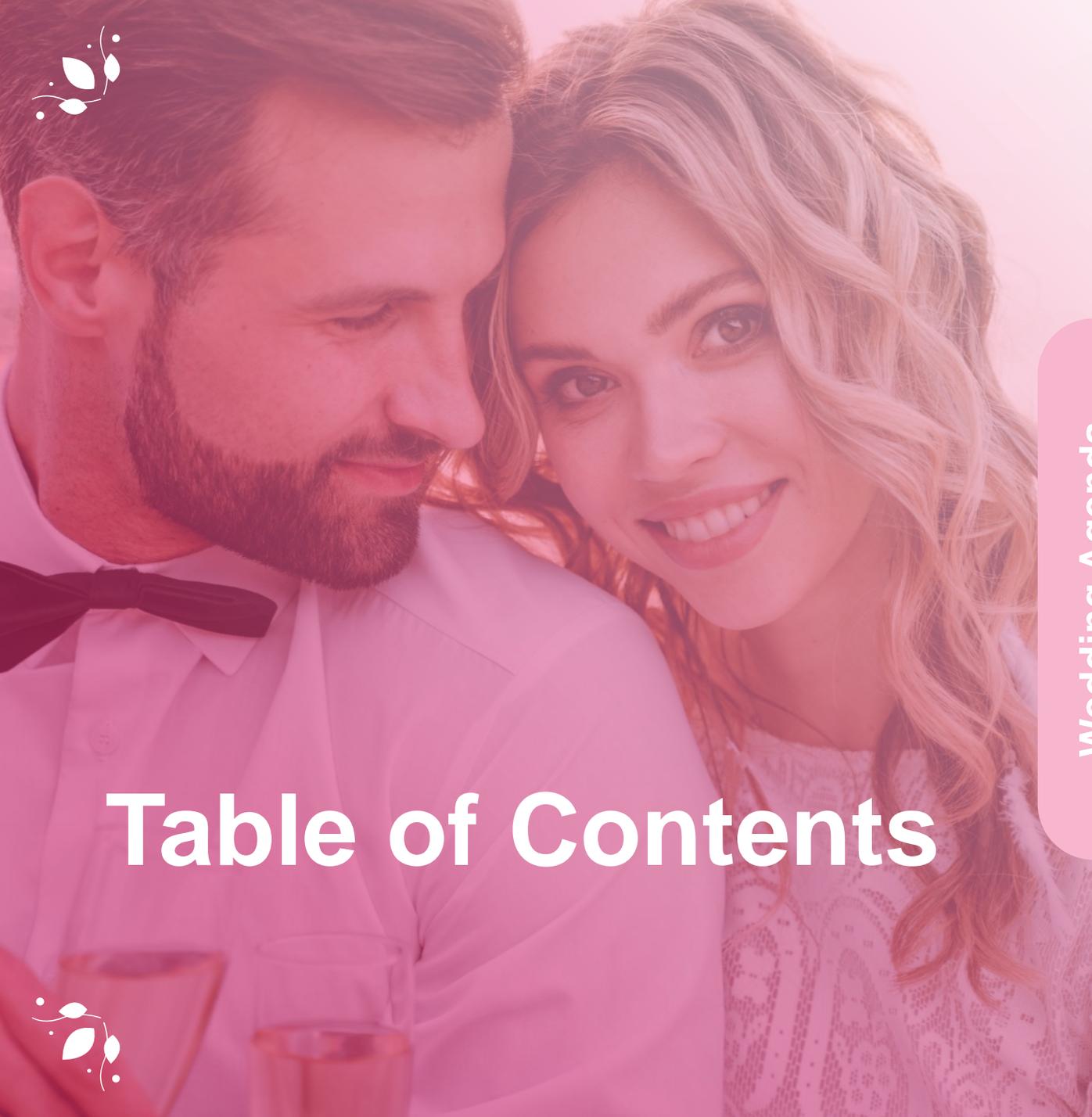
LE THI THU HIEN

HE1502310



BUI THU THUY

HS150658



Wedding Agenda

Table of Contents



INTRODUCTION



RESEARCH AND ANALYSIS



COMMUNICATION PLAN



IMPLEMENTATION



EVALUATION



CONCLUSION





Part 01

Introduction

Details ▼





Project Overview



Name of capstone project



English name

"Communication Campaign For Camile Bridal Wedding Dress Brand"



Vietnamese name

"Chiến Dịch Truyền Thông Cho Thương Hiệu Váy Cưới Camile Bridal"



Reason for choosing Project

- From **August to September** of the lunar calendar every year is the golden time for many couples choosing to hold their weddings,
- Under the influence of fashion trends and movies, some people choose to tailor wedding dresses on demand to create a **unique dress**
- Realizing that everyone has the desire to own their own "**Dream Dress**", but not everyone has the opportunity to make that dream come true.



Once again, we want all brides to have the ability to own their own "**dream wedding dress**" for their special occasion, which is something we feel very happy and excited about.



Camile Bridal



Project Overview

- Media campaign to promote the image of the wedding dress brand Camile Bridal.
- Promote the tailoring service to design wedding dresses for the bride's request.
- Camile Bridal wants to become a pioneering brand, bringing the tailoring segment to development
- The communication campaign plan of the project "The Journey" is a series of activities:

1

Workshop "Từ xưởng may đến lễ đường" with a team of organisers from Camile family conducted with main partners such as The Adam, Doji, Map Studio, Hanoi Tower, Platino.

2

Post-Workshop communication activities such as the series "From A to Z", stories about "International Free Hugs Day ", livestreams on Tiktok and Facebook and products revolving around the brand (Video & Postcard...).

- Project goals:

1

Educate the consumer market that tailoring your own wedding dress is not complicated and not so expensive that only people with a lot of money can do it.

2

Want to promote tailored tailoring services for each customer to increase brand value through the service along with many small parallel campaigns.



Camile Bridal

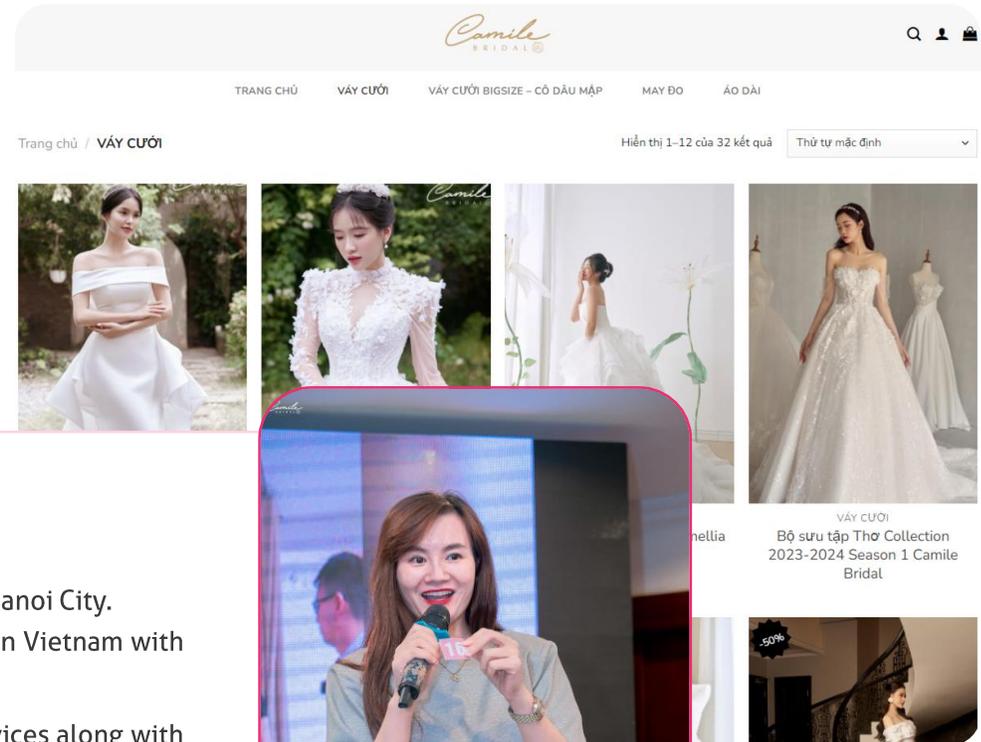


Company Overview

Overview of Camile Bridal

Camile Bridal established

- Established since 2014
- CEO Duong Thi Hoa
- Address: No. 45 Nguyen Hy Quang, O Cho Dua Ward, Dong Da District, Hanoi City.
- A famous wedding dress brand in the field of bridal wedding dresses in Vietnam with more than 10 years of experience in the market.
- Committed to providing brides with the best quality products and services along with a team of experienced staff who always listen, understand and help brides on their bride-finding journey.

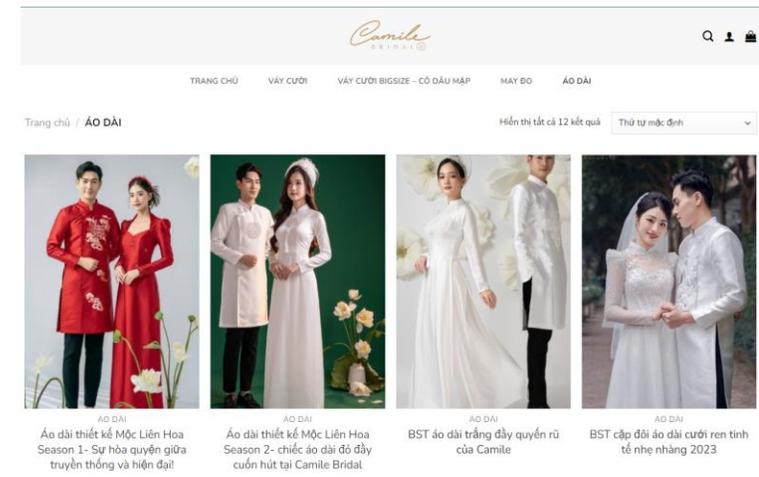
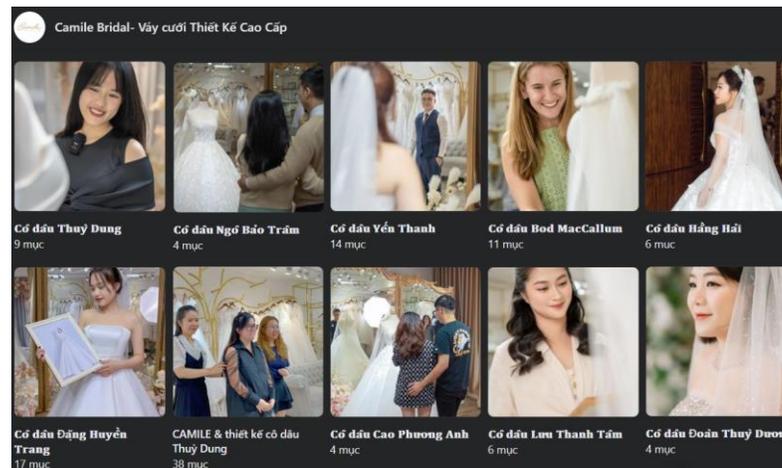
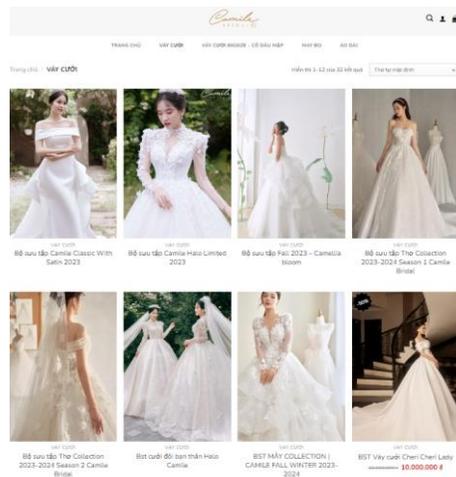


Company Overview

Overview of Camile Bridal

Products and services

- Rent high-end wedding dresses in Hanoi
- Custom tailoring and wedding dress rental
- Rent ao dai



Company Overview

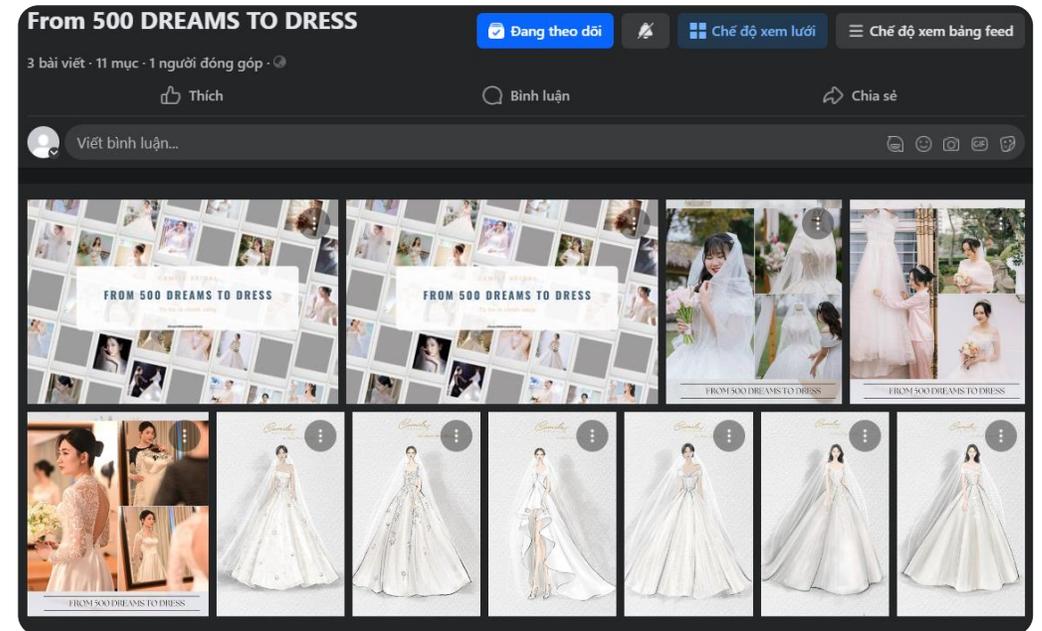
Overview of Camile Bridal

Products and services

Each bride has a different body shape, flaws, personality, interests and fashion sense, and in wedding dresses, they also have different dream wedding dress models and wish for themselves a suitable wedding dress. most suitable, perfect to wear on the most important day of their lives.

- Vietnamese brides are 22-30 years old, have an income of 20-50 million and can afford important personal plans of 20-80 million.
- Live and work in Vietnam or abroad.

→ Camile Bridal has positioned the brand to become a famous brand and leading wedding dress tailoring service



Company Overview

Vision, Mission, Core Value



VISION.

By 2025, Camile is positioned to be an ideal and reputable leading brand in tailoring and designing wedding dresses on demand for the customer segment with the ability to pay 20-60 million.

MISSION.

Bring millions of brides individually designed wedding dresses with style, personality and uniqueness at affordable prices.

CORE VALUE.

Quality: Wedding dresses are individually designed with quality and difference in design.

Personalization: Customers can have suitable designs based on their preferences and personality.

Benefits: Covers body flaws.

Spirit: Devoted, considerate. Camile is customer-centric and wants to bring the best and highest values to customers.

Company Overview

Brand identity



The meaning of the Logo

- Combining words and images of roses - Minimalism helps customers easily recognize and remember
- Two font styles are used:
 - **Soft handwritten font:** Friendly, familiar, helping customers feel close and connected to the brand. Naturalness, openness, freedom, flexibility and creativity and that is exactly what Camile Bridal wants to bring to customers.
 - **Straight and thin font:** Modern, showing sophistication, elegance, minimalism and looking to the future as a famous, professional wedding dress brand.
- Besides, the highlight of the logo is the small rose in the right corner below the logo.

The meaning of the Slogan

- Camile Bridal with the slogan "Tự tin là chính năng"
- That is the guideline applied to all custom designed wedding dress products.
- When brides become beautiful and confidently shine in Camile's wedding dress, it is their greatest success.
- Helping the bride "Be confident in herself" is the responsibility and obligation of all employees at Camile Bridal.

♡ VÁY CƯỚI CAMILE BRIDAL: TỰ TIN LÀ CHÍNH NĂNG

Company Overview

The advantage in competition (USP and angels)

Strong brand and emotional connections

Promote engagement with the neighbourhood and interaction

Timing and engagement opportunities

Combined with the message

Camile Bridal educates consumers on how to more easily and affordably customize their own wedding gown





Part 02

Research & Analysis

Details





Situation Analysis



The advantage in competition (USP and angels)

Bridal Gown Market In The World

- The demand for bridal dresses has been steadily rising, driven by a growth in weddings, cultural influences, and social media exposure.
- Today's brides look for distinctive, bespoke gowns that showcase their **unique personalities** and **fashion choices**.

Bridal Gowns Market In Vietnam

- Influencer Marketing: The marriage of Streamer Xemesis and Xoai Non was solemnised in November 2020.
- Fashion Show: Hacchin Couture X Lan Khue
- Platform: WEDDING SYMPHONY



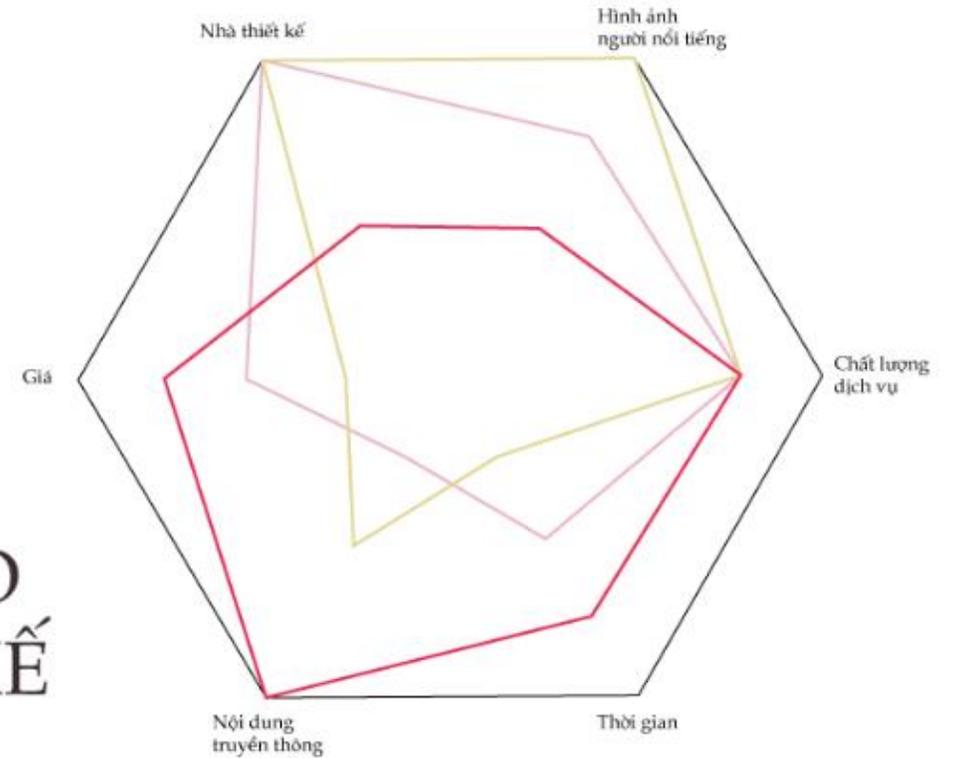
Company Analysis

The advantage in competition (USP and angels)

In terms of "tailoring and wedding dress design" services, Camile Bridal is certain that it is among the top wedding dress brands.

Calla Bridal
Linh Nga Bridal
Camile Bridal

Dịch vụ
MAY ĐO
THIẾT KẾ



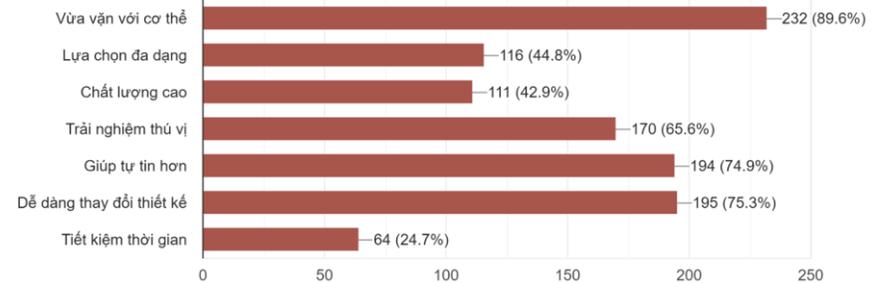
Customer Insight Research

The advantage in competition (USP and angels)

Brides want to have their own wedding dress designed that is not only gorgeous and outstanding, but also needs to fit their body. And being able to participate in the design process and customize the wedding dress makes them excited.

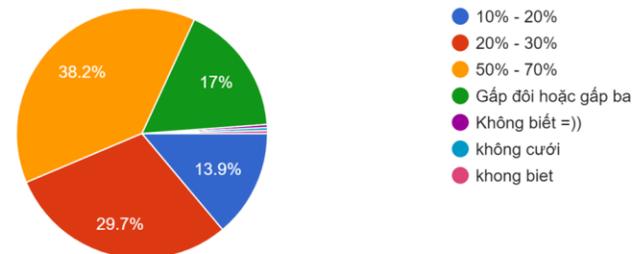
Theo bạn, việc thiết kế và may đo tùy chỉnh có ưu điểm gì so với việc mua một chiếc váy cưới sẵn có từ cửa hàng?

259 responses



Theo bạn, chi phí cho Dịch vụ may đo thuê, thiết kế váy cưới nhỉnh hơn khoảng bao nhiêu so với dịch vụ thuê sẵn?

259 responses





Part 03

Communication Plan

Details



Communication Plan



Big Idea

“ **The Journey** ”

Key message

The journey is a catalyst that makes the outcome more meaningful.

The Journey

Catalyst

Outcome more meaningful

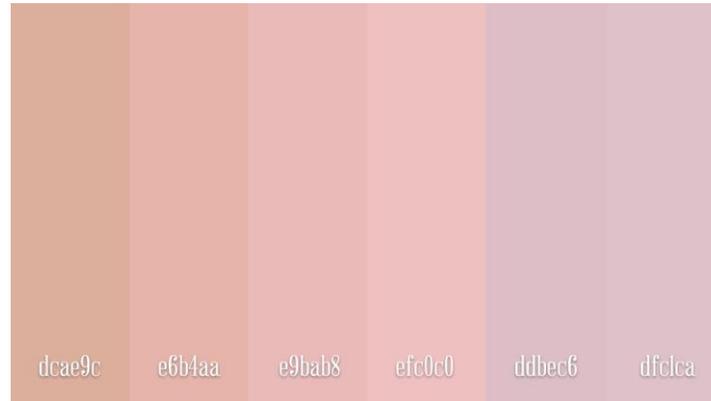
Hashtag

#Thejourney

#Tuxuongmaydenleduong

Communication Plan

Key visual



- Facebook design font
Headline: SVN-Ameyallinda Signature
Body text: VL Abraham Lincoln
- TikTok design font: UTM HelvetIns & VL
Abraham Lincoln

Activities

Event: Workshop "Từ Xưởng may đến Lễ đường"

Series TikTok: Từ A-Z

Minigame: "Vén màn giấc mơ"

Livestream: Chào đón sự trở lại - Black Friday "Sale chạm chân váy" - Tôn vinh đường cong hoàn mỹ

Video Trending

Key Activity: "Event International Free Hugs Day 2023"

Key Activities



PR Activities



"Sức khỏe và Đời sống, 24h, Lao động Thủ đô, and VTVNews".

The above newspapers have good traffic, their reader segments are also widespread and attract readers of many ages.

Tiktok channel "Những con nai bị Gud"

VTV (Vietnam National Television)



Communication Plan



Goals

LONG: Increase brand awareness; Increase the level of "brand love"
SHORT: Educate customers about tailoring - wedding dress design services

KPIs

30.000

Reaches for facebook posts

200.000

Hashtags view for tiktok posts

20%

The company's fourth quarter revenue increased by 20% compared to the third quarter

Segmentation & Targeting



Main Target



22 – 30
years old

Gender
Female Brides

Job
Office staff

Income
10 million – 20 million/month

Pain Point: Financial Pressure; Limited Time; physical flaw

Hobbies: Follow Wedding Trends, Participate in Wedding Communities, individuality
Communication channels usage behaviour: Facebook, Tiktok.

Mindset: find the wedding dress that best suits you & most confident and shining bride on her happiest day

Segmentation & Targeting



Secondary



22 – 30
years old

Gender
Male Grooms

Job
Office staff

Income
10 million – 20 million/month

Pain Point: Financial Pressure; Limited Time.

Hobbies: Follow Wedding Trends, Participate in Wedding Communities, Want to give my future wife a meaningful gift for the upcoming big day. Communication channels usage behaviour: Facebook, Tiktok.

Mindset: Expect lots of special offers; Turn the couple's ideas into the most beautiful reality

Communication Channels

Owned media

Facebook

The tailoring and design services articles, are a little more focused on the bride getting the dress than they are in-depth.

Tiktok

The tailoring and design services articles, are a little more focused on the bride getting the dress than they are in-depth.



Camile Bridal- Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp
444 lượt thích · 455 người theo dõi



Tiếp nối những câu chu...



Ngoài kia không biết th...



Nếu bạn đang loay hoa...

Communication Channels Strategy

Media Plan

Phase 01

(10.09 – 20.09)

Core Mission:

Research information about CAMILE BRIDAL wedding dress brand

Phase 02

(21.09 – 25.09)

Core Missions:

- Raise awareness for customers by organize an event
- Create the campaign's message for various channels

Phase 03

(26.10 – 28.11)

Core Missions:

- Raise awareness and trust for customers by organize and develop Tiktok Series A through Z, Minigame, Livestream
- Manage and produce content on media channels that follow the campaign's message

Phase 04

(29.11 – 10.12)

Core Missions:

- Continue build and develop Tiktok Series A through Z
- End the Communication Campaign with an Event about International Free Hugs Day
- Manage and produce content on media channels that follow the campaign's message

Communication Channels Strategy

Media - Used Timeline

Facebook

PHASE 1 - Workshop "The Journey - Từ xưởng may đến lễ đường" — 9/10 - 27/10

- Kickoff Event — 9/10
- Communication before the Event — 9/10 - 20/10
- PHOTO RECAP: Activities during the event — 21/10
- Communication after the Event — 22/10 - 27/10

PHASE 2 - Knowledge - Livestream - Minigame — 6/11 - 28/11

- Knowledge
- Livestream
- Minigame

PHASE 3: Event: Small campaign for International Hugging Day — 30/11 - 9/12

Communication Channels Strategy

Media - Used Timeline

Tiktok

PHASE 1

“What does The Journey Workshop have?”
— [18/09 - 15/10]

PHASE 2

Tiktok Series “From A to Z”
— [1/11 - 10/12]

PHASE 3

Event: Small campaign for International Hugging Day
— [25/11 - 9/12]



Risk Management



PR Activities



The importance of risk management



Risk management methodologies

- Prepare before the crisis
- Crisis response
- Post-crisis assessment



Risk Management

PR Activities



Project risk classification and management

- Production Progress
- Communication Crisis
- Event Crisis Management

Risk Management

Activities

Workshop “The Journey”

Series Tiktok

01

02

01

02

03

04

05

03

Livestream

04

Minigame

05

“ÔM”



Part 04

Implementation

Details





Event



Camile
BRIDAL

WORKSHOP: THE JOURNEY

(21/10)



Knowledge

With an understanding of the general steps involved in making a wedding dress, couples or brides may design and finish making their own wedding veil or dress.

Experience

Create your own wedding veil and mix and match materials for a bridal gown.

Gift

Get savings on marriage-related services and companionship.





Event



INTERNATIONAL FREE HUG DAY

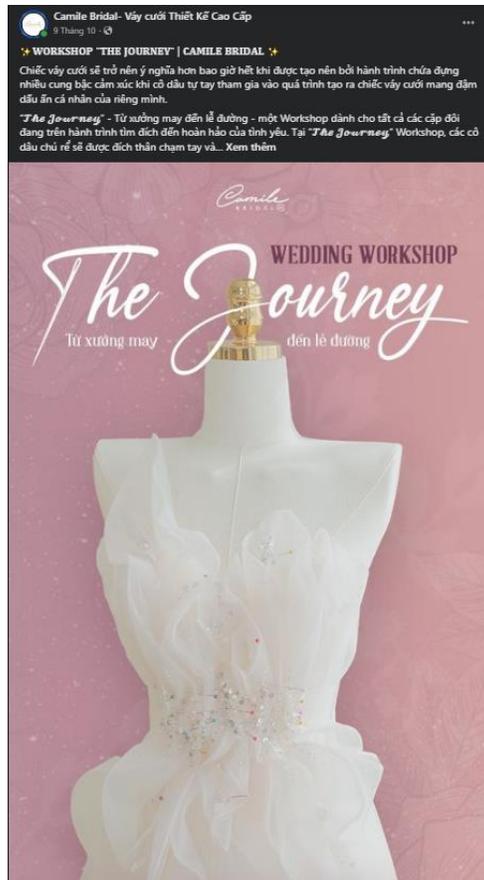
2023

International Hug Day is observed on December 4, and on this day, we will give our loved ones long, passionate embraces. Furthermore, a hug may also be used to ease the pain or suffering we unintentionally inflict one another. More significantly, an embrace is the act of ending a protracted trip and beginning a brand-new one that is full of hopes. As a result, the group decided to make HUG action the theme of the campaign's last activity. In order to spread love messages and inspire couples to adopt a more optimistic perspective on love's challenges, the group will perform video interviews with couples to learn about their challenges.



Media Production

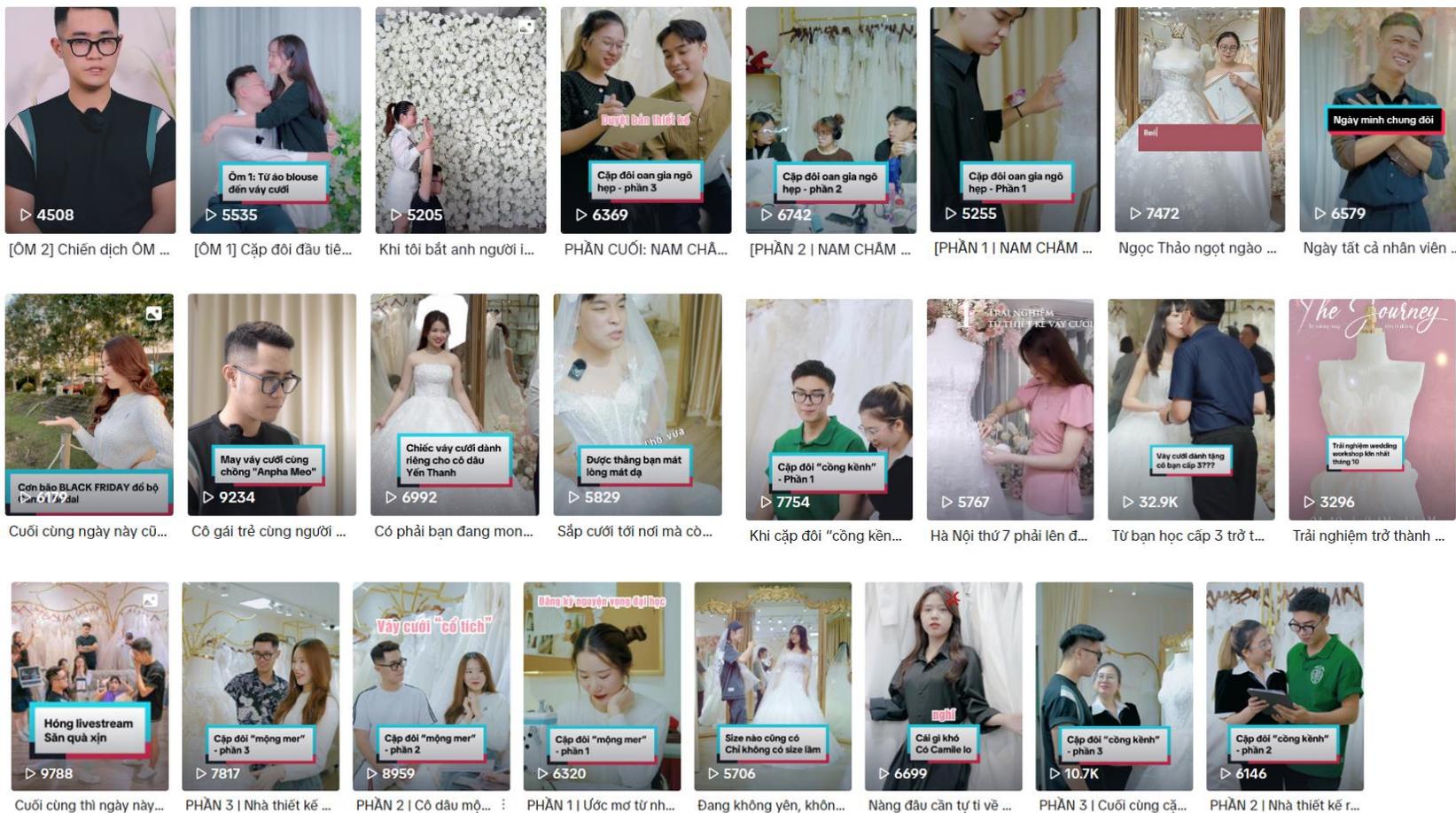
1. Facebook: Camile Bridal- Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp



Media Production



2. TikTok: Camille Bridal- Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp



Media Production

3. TikTok (vệ tinh): những con nai bị gud

nhungconnaibigud
Những con nai bị gud ✨

10 Đang Follow 53 Follower 4630 Thích

Chúng mình làm đồ án váy cưới
Và hậu trường hề hước
@camilebridalsince2014

Video Đã thích

Video 1	Video 2	Video 3	Video 4	Video 5	Video 6	Video 7	Video 8
Đã ghim Tại sao cãi nhau xong anh không chủ động làm lành? ▶ 5902	Đã ghim ...đó sớm được mặc váy cưới ▶ 6014	Đã ghim ...âm rồi không ý thức và sau thấy ngta phòng van cho chiến dịch Ôm thì lại khác thế này đây... ▶ 126.5K	Đã ghim MINH LÀ LY DO KHIAN ME "TRÁ.M.C.ÂM" ▶ 3389	Đã ghim Vào ngày quốc tế Ôm 4/1... ▶ 453	Chụp ảnh cưới 4 người kiểu... ▶ 622	Chỉ nói chuyện bình thường anh chỉ vui vẻ làm, nhưng khi nói ai chỉ lại bắt đầu... ▶ 360	... ▶ 875
Anh không đến gặp em b...	Ai rồi cũng cưới 🇺🇦 ...	[UPCOMING] Chiến dịch ...	Minh nhận ra mình là ngu...	Vào ngày quốc tế Ôm 4/1...	Hành trình dài và đẹp nh...	[UCOMING] Chiến dịch O...	[UPCOMING] Chiến dịch ...
Đi cùng em từ khó khăn đến đám cưới... ▶ 1664	Yêu đúng người là lúc nào cũng hạnh phúc... ▶ 1268	Ưa nói chuyện với ai zậy ??? ▶ 732	đứng trước người con gái họ thích... ▶ 734	Đồ ăn chill phết... ▶ 879	Khiến bạn gái gọi thêm 2 rồ... ▶ 5205	... ▶ 681	... ▶ 1130
Replying to ...	Ước gặp được người simp...	#fypシ ...	Anh Editor và Chị Marketi...	Đồ ăn chill phết... ▶ 879	Nhìn xong cả bàn bối rối ...	#xuhuong	

Media Production



MEDIA COST					
NO	CATEGORY	QUANTITY	UNIT	UNIT PRICE (vnd)	TOTAL (vnd)
A	Content				0
1	Concept Idea	-	-	free	-
2	Script	-	-	-	-
B	FILMING				0
1	Light System	2	piece	-	-
2	Camera	3	piece	-	-
3	Lens	3	piece	-	-
4	Microphone wireless	2	piece	-	-
5	Tripod	3	piece	-	-
6	Logistics		piece	-	-
C	PRODUCTION				1500000
1	Model	1	people	300,000	300000
2	MC Livestream	3	people	400,000	1200000
3	Actor	-	people	-	-
4	KOC/KOL	-	people	-	-
5	Voice Record	-	-	-	-
6	Music Copyright Soundtrack Music	-	-	-	-
D	Advertising				0
1	Set ads	3	month	organic	-
E	Estimated Cost				5,000,000
	Total cost				6,500,000

Estimated Cost



Media Production



Total Campaign Budget

TOTAL CAMPAIGN BUDGET					
NO	CATEGORY	QUANTITY	UNIT	UNIT PRICE (vnd)	TOTAL (vnd)
1	Budget Media	-	-	-	6,500,500
2	Budget Workshop	-	-	-	34,453,540
	TOTAL				40,954,040



Media Production



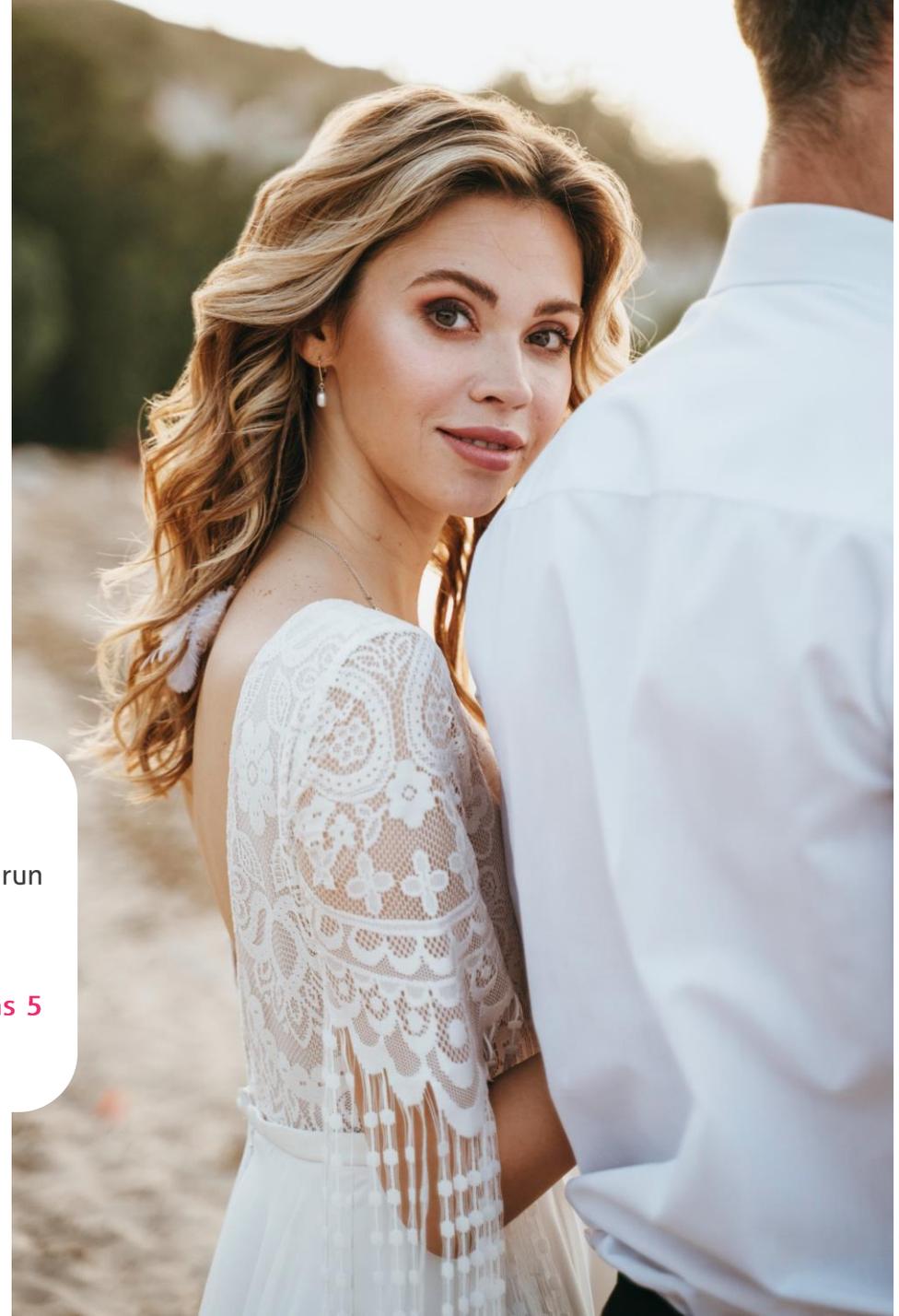
Human Resources

01. Total campaign



Human resources include those involved in project implementation

- **Good human resource management** is essential for the project to run smoothly.
- Participating in implementing this communication campaign, **our team has 5 members collaborating with the staff of the Camile Bridal brand.**



Media Production



Human Resources

02. Responsibility Assignment

Task	Thủy	Hoàng Anh	Dương	Hiển	Đức
Organise events					
Planning	A/R	R	R	R	A/R
Guests attended	A/R	R	R	R	R
Content Production					
Script content	A/R	I	R	R	R
Photograph	C/R	A/R	C	C/R	C
Edit Film / Graphic Design	C/R	R	C	C/R	C
Casting	A/R	I	A/R	R	R
Copyrighting	A/R	A/R	C	R	C
Project management					
Scheduling	A/R	I	R	R	C
Media reporting	R	R	R	R	R
Progress reporting	A/R	C	R	R	R
Measure effectiveness	A/R	C	C	A/R	C
Communication					
Communication with Camile Bridal	R	A/R	R	R	R
Communication with Customer	R	I	I	R	I

Media Production

Human Resources

04. Team Communication

Method

Direct

Indirect

Meeting at FPT University, in Hanoi, Camile Bridal Store

Through group work tools (Gmail, Meet, Google Doc...)
or popular social networks (Facebook, Zalo)



Part 05

Evaluation

Details



Activities



WORKSHOP: THE JOURNEY

10 couples for the morning slot and 14 couples for the afternoon slot

Camile Bridal - Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp
21 Tháng 10 · 🌐

Những khoảnh khắc đẹp nhất trong Workshop THE JOURNEY - SLOT SÁNG
Các cặp đôi không chỉ được trải nghiệm những hoạt động thú vị mà còn đọng lại là những khoảnh khắc xúc động. Từng giây phút trong The Journey đem tới cho các cặp đôi, mong rằng sẽ được lưu giữ mãi qua những tấm hình giá trị.
Đừng quên hen vào SLOT CHIỀU của THE JOURNEY nhé!!!... Xem thêm



Camile Bridal - Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp
21 Tháng 10 · 🌐

Khép lại THE JOURNEY với những kỷ niệm đẹp
Cùng ngắm nhìn những hình ảnh hết sức dễ thương của các cặp đôi tại The Journey - Từ xưởng may đến lễ đường. Chúc các cô dâu, chú rể tương lai sớm đồng hành cùng nhau viết nên hành trình đầy ý nghĩa.
Cảm ơn các cặp đôi đã đến và tạo nên những kỷ niệm đẹp cùng Camile Bridal... Xem thêm



Su Bi
Đẹp quá ^^ 🥰

Thích Phản hồi 5 tuần

Nguyen My Trang
Các chú rể cũng rất tích cực nha! Chương trình vui và ý nghĩa quá, các cặp đôi đều rất happy!

Thích Phản hồi 5 tuần

Mẫn Hải
Buổi triển lãm chuyên nghiệp đó. Cảm ơn Camile. Adam Store, Doji đã mang tới trải nghiệm rất tốt cho khách hàng



Activities



LIVESTREAM 01, 02, 03

Camile Bridal- Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp đã phát trực tiếp.
14 Tháng 11 lúc 20:01 · 🌐

👉 CHÀO ĐÓN SỰ TRỞ LẠI CỦA CAMILE BRIDAL TRONG PHIÊN LIVESTREAM ĐẶC BIỆT 👉

Phiên livestream đặc biệt giải đáp những thắc mắc về váy cưới thiết kế dành riêng cho cô dâu tương lai trong mùa cưới năm 2023 ~ 2024. Camile Bridal sẵn sàng mang đến cho cô dâu chủ rể những thông tin hữu ích để lựa chọn trang phục phù hợp.

Theo dõi Livestream đến cuối để săn thêm nhiều ưu đãi và tham gia mini game dành cho 2 cô dâu may mắn nhất hôm nay.
... Xem thêm



Camile Bridal- Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp đã phát trực tiếp.
21 Tháng 11 lúc 20:10 · 🌐

👉 LIVESTREAM ĐẠI TIỆC VOUCHER CHỈ CẦN XEM CÙNG CÓ QUÀ 👉

Tham gia phiên livestream đặc biệt BLACK FRIDAY cùng CAMILE BRIDAL để chọn cho mình chiếc váy cưới phù hợp. Cơ hội diện váy cưới thiết kế đến gần với tất cả người xem livestream duy nhất trong hôm nay.

Theo dõi Livestream đến cuối để nhận voucher giảm sâu chưa từng có tại Camile Bridal!
... Xem thêm



Camile Bridal- Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp đã phát trực tiếp.
3 ngày · 🌐

👉 TÔN VINH NHỮNG ĐƯỜNG CONG HOÀN MỸ 👉

👉 Tham gia phiên Livestream chủ đề đặc biệt váy cưới BIGSIZE cùng CAMILE BRIDAL để chọn cho mình chiếc váy cưới phù hợp. Cơ hội diện váy cưới thiết kế dành cho những cô nàng chubby với mức giá ưu đãi duy nhất trong hôm nay.

👉 Theo dõi Livestream đến cuối để nhận voucher giảm sâu chưa từng có tại Camile Bridal!
... Xem thêm



Activities



MINIGAME

Camile Bridal- Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp
20 Tháng 11 lúc 20:00 · 🌐

[MINIGAME] "Vén màn giấc mơ" từ Camile Bridal 🌟
Hoà chung không khí Black Friday, Camile Bridal mang tới cơ hội diện váy cưới thiết kế với minigame độc đáo, đừng bỏ lỡ cơ hội tham gia ngay nhé.

🎁 Quà tặng có hạn:
- Giải nhất - Voucher 30% chi phí may đo thiết kế/voucher giảm 70% chi phí thuê váy cưới.
- ... Xem thêm



Camile Bridal- Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp
23 Tháng 11 lúc 20:01 · 🌐

[CÔNG BỐ TRÚNG GIẢI] MINIGAME "VÉN MÀN GIẤC MƠ" 🎉🎉🎉

👏 Các mảnh ghép "Bộ váy cưới trong mơ" của nàng đã được hoàn thiện.
🎉 Xin chúc mừng cô dâu tương lai HÂN HY với bộ váy cưới trong mơ tên là "NHẬT HẠ" đã chiến thắng Minigame "Vén màn giấc mơ" lần này.
🎁 Các bạn được trúng giải vui lòng inbox page để nhận những phần quà giá trị nha.
👉 Ch... Xem thêm



Yến Hải
1E 2B 3I 4D 5F 6A 7C 8G 9H Nhật Nguyệt Ng Lưu ĐứcHoàng Nam #camilebridal
Thích · Phản hồi · 1 tuần

Phan Anh Việt
1e2b3i4d5f6a7c8g9h THƠ NGÀY MÀU NẮNG Bạch Dương Nguyễn Vũ Minh
#camilebridal



Activities



EVENT “NHUNG CAI OM”



Camile Bridal - Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp cùng với Phạm Thuý và 2 người khác. ...
[CHIẾN DỊCH ÔM] - CHÚC MỪNG NGÀY QUỐC TẾ ÔM 04/12
Đã bao lâu rồi bạn chưa ôm một ai đó? Đã bao lâu rồi bạn chưa nhận được một cái ôm từ ai đó? Ngày Quốc Tế Ôm 04/12/2023 chính là dịp để bạn được ÔM, được chữa lành, được yêu thương. Nhân ngày Quốc Tế Ôm, Camile đem tới một chiếc ôm rất khác, một chiếc ôm có ý nghĩa lớn lao hơn bao giờ hết. Đó là xoa dịu tổn thương trong các mối quan hệ, kết thúc hành trình cũ và mở ra một hành trình mới đầy hứa hẹn. Hy vọng mọi khó khăn, muộn... Xem thêm



Camile Bridal - Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp ...
[CHIẾN DỊCH ÔM] ÔM BỐ MẸ VÀ CON TRAI
Đó là vào mùa thu của năm 2019, anh lần đầu nhìn thấy cô gái ấy, một cô gái xinh đẹp, nhẹ nhàng như làn gió mùa thu, anh đã muốn bảo vệ và che chở cho cô gái ấy cả đời. Thế nhưng anh đã để cô ấy phải thất vọng nhiều lần, và cũng chính cô ấy chủ động nói lời chia tay. ... Xem thêm



Camile Bridal - Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp ...
[CHIẾN DỊCH ÔM] ÔM CẶP ĐÔI MOTO
Anh chị quen nhau từ năm 2009, đến nay là hơn 14 năm dường như chưa có gì đổi cải và nhau quá lâu, đặc biệt là không có lời tỏ tình nào được nói ra, cũng chẳng có khoảnh khắc cầu hôn... Hôm đây, chỉ với anh là đồng nghiệp, anh thích chị vì sự năng động, chị thích anh vì anh là người giỏi bán hàng, nói chuyện đối đáp phân biện khách rất khéo léo mà không hề nặng lời. ... Xem thêm



Camile Bridal - Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp ...
[CHIẾN DỊCH ÔM] ÔM CẶP ĐÔI MOTO
Anh chị quen nhau từ năm 2009, đến nay là hơn 14 năm dường như chưa có gì đổi cải và nhau quá lâu, đặc biệt là không có lời tỏ tình nào được nói ra, cũng chẳng có khoảnh khắc cầu hôn... Hôm đây, chỉ với anh là đồng nghiệp, anh thích chị vì sự năng động, chị thích anh vì anh là người giỏi bán hàng, nói chuyện đối đáp phân biện khách rất khéo léo mà không hề nặng lời. ... Xem thêm





Activities

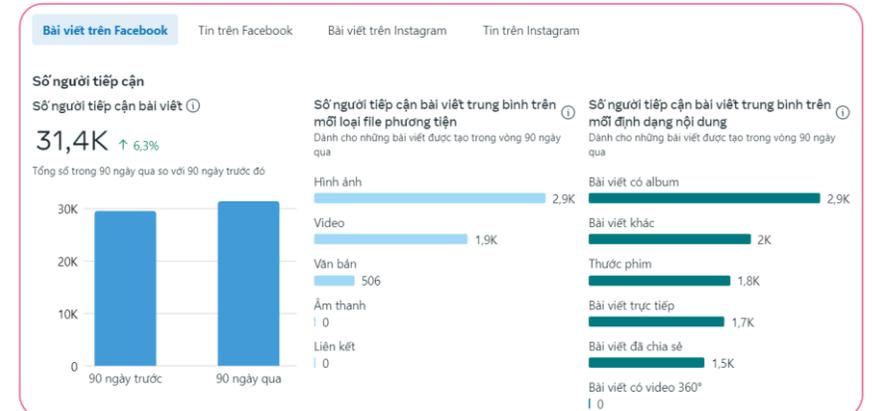
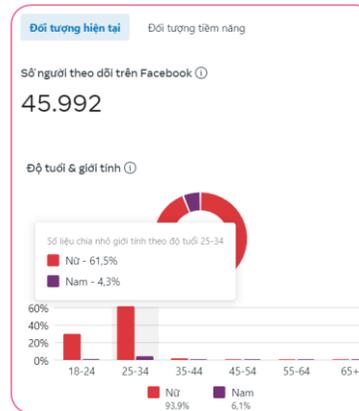


EVENT “NHUNG CAI OM”



Media Effectiveness

1. Facebook Camille Bridal - Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp



KPI Camile Bridal - Vay cưới Thiet Ke Cao Cap Fanpage

No	Description	KPI	Actual result	% Result/ KPI
1	Post reach	30,000	31,400	104,66%
2	Facebook visits	50,000	74,239	148.48%
3	Engagement	9,000	10,700	118,9%

KPI Camile Bridal - Vay cưới Thiet Ke Cao Cap Fanpage

Media Effectiveness

2. Tik Tok Camille Bridal- Váy cưới Thiết Kế Cao Cấp

Lượt tiếp cận

Số lượt xem video	Đối tượng đã tiếp cận	Lượt xem hồ sơ
359.407	251.378	7.518
+80.6K (+28.91%) ↑	+47.6K (+23.33%) ↑	+2.9K (+62.17%) ↑

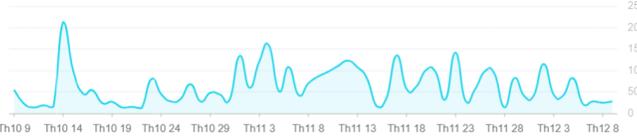
Số lượt xem video
9 Th10 2023 - 9 Th12 2023



Tương tác

Lượt thích	Lượt chia sẻ	Lượt bình luận
3.884	252	191
+855 (+28.23%) ↑	+18 (+7.69%) ↑	+111 (+138.75%) ↑

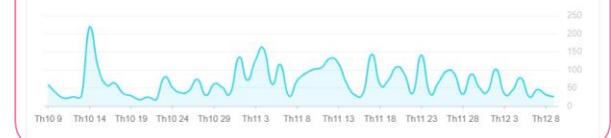
Lượt thích
9 Th10 2023 - 9 Th12 2023



Đối tượng khán giả

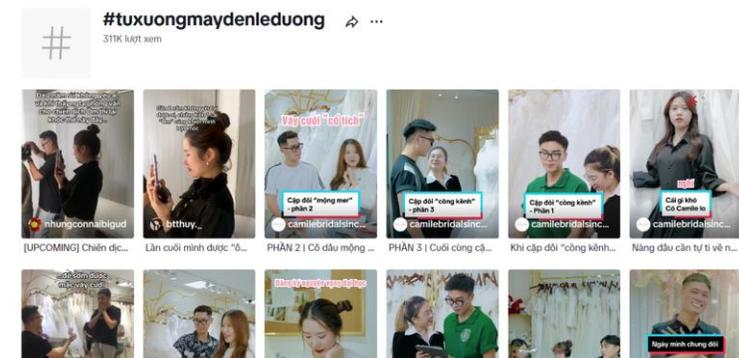
Follower mới	Tổng số follower	Đối tượng đã tiếp cận	Đối tượng khán giả đã tương tác
521	--	251.378	4.191
+22 (+4.41%) ↑	--	+47.6K (+23.33%) ↑	+633 (+17.9%) ↑

Đối tượng khán giả đã tương tác
9 Th10 2023 - 9 Th12 2023



KPI Camile Bridal - Vay cưới Thiet Ke Cao Cap Tiktok

No	Description	KPI	Actual result	% Result/ KPI
1	Video view	300,000	359,407	119,8%
2	Reached audience	200,000	251,378	125,68%
3	Engaged audience	4,000	4,191	104,77%
4	Engagement: Like	3,000	3,884	129,46%

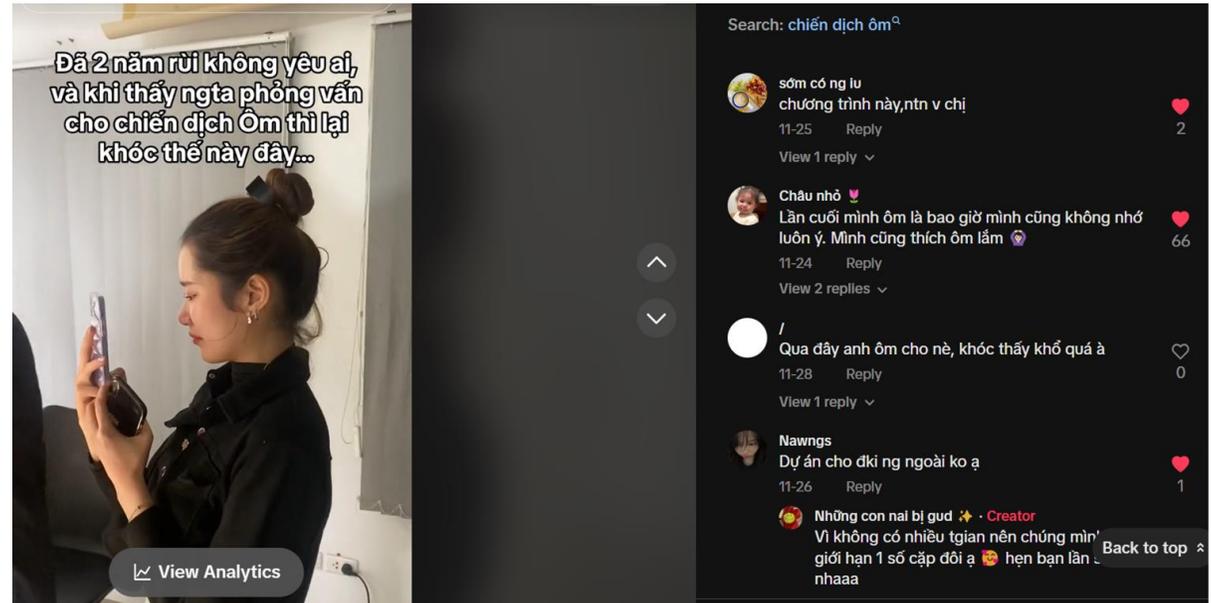


KPI Camile Bridal - Vay cưới Thiet Ke Cao Cap Tiktok

Media Effectiveness

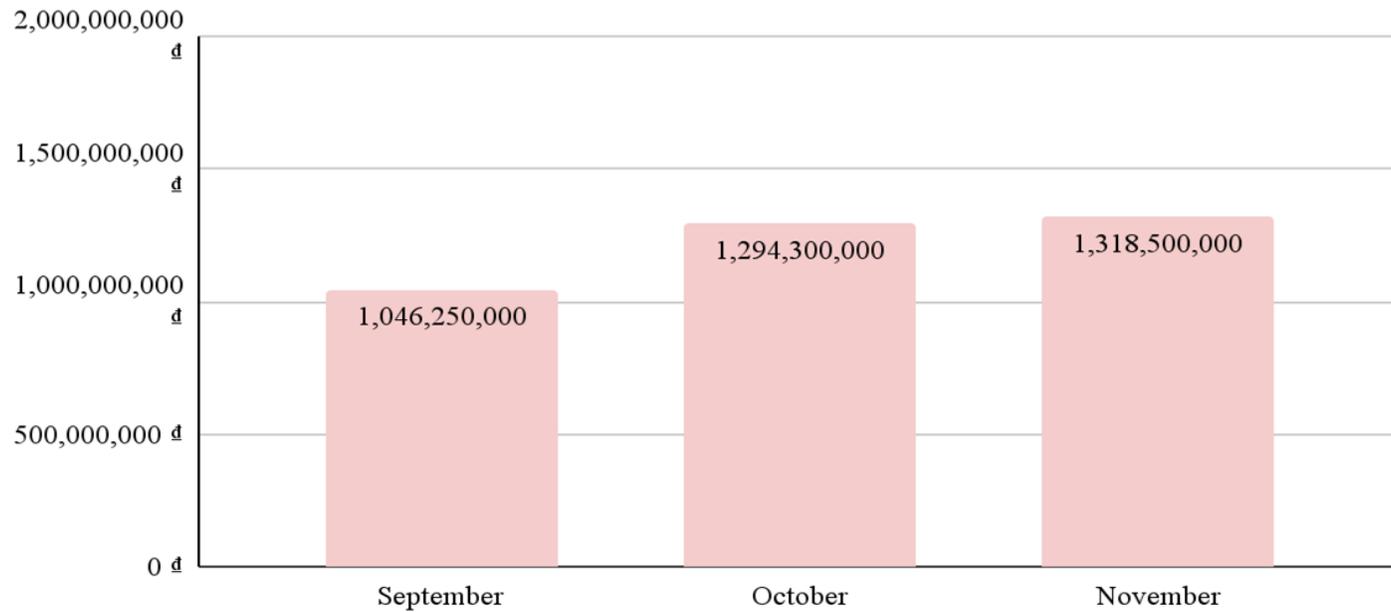
3. Tik Tok "Những con nai bị gud":

- ✓ **Followers:** Increase 50 followers (from 5 -> 55)
- ✓ **Like:** Increase about 4500 likes
- ✓ **Video:** 1 trending video (127K views and 4101 likes, 24 comments and 7 videos over 1000 views)
- ✓ **Searched keywords:** HUG campaign, international free HUG day, wedding dress.



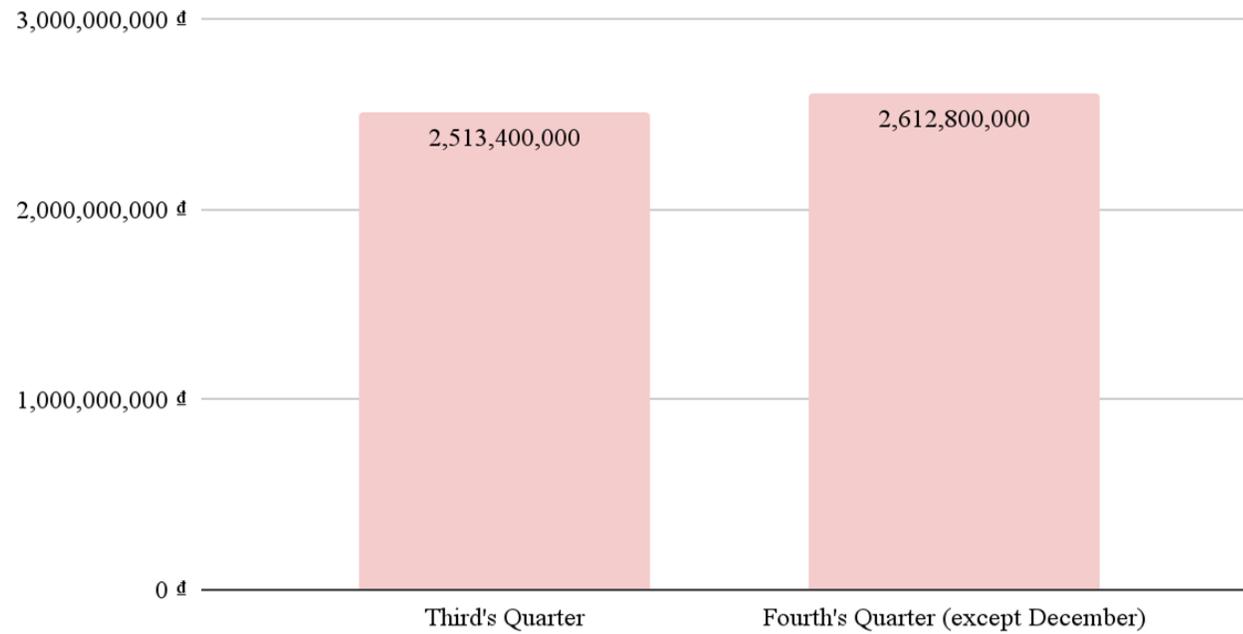
Effectiveness Revenue

Revenue by Months



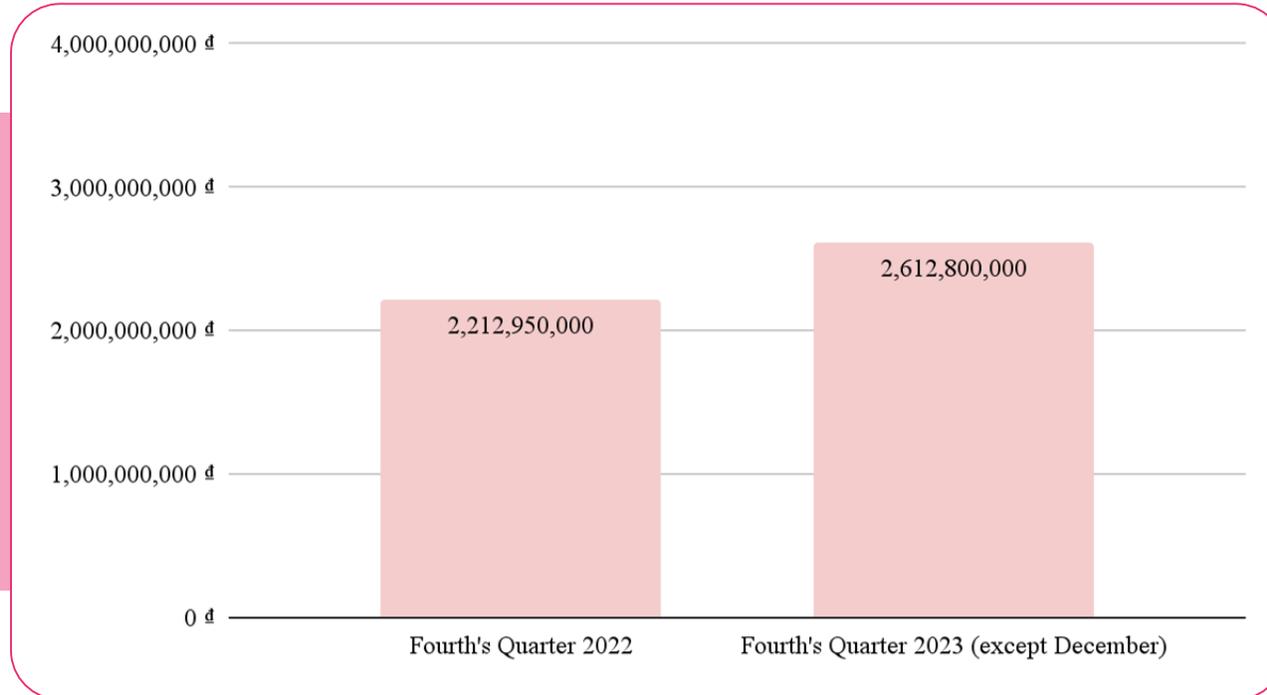
Effectiveness Revenue

Revenue by Quarters 2023



Effectiveness Revenue

From the Year-ago Period

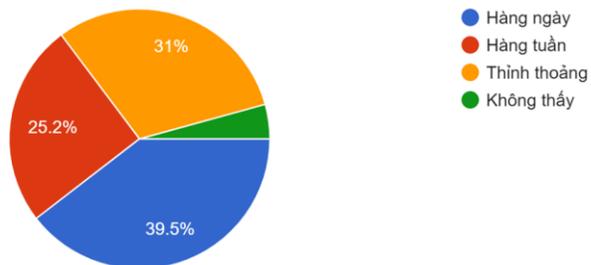


Feedback

Survey

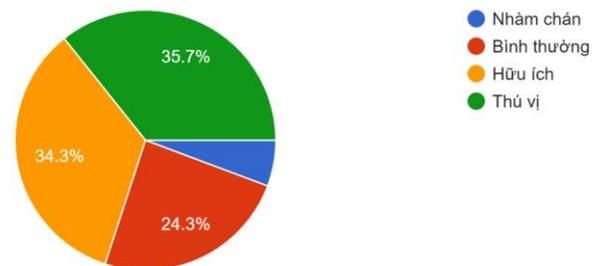
Bạn thấy các bài đăng về thương hiệu váy cưới Camile Bridal với tần suất ?

210 responses



Cảm nhận chung của bạn về các bài đăng về thương hiệu váy cưới Camile Bridal trên các nền tảng mạng xã hội ?

210 responses

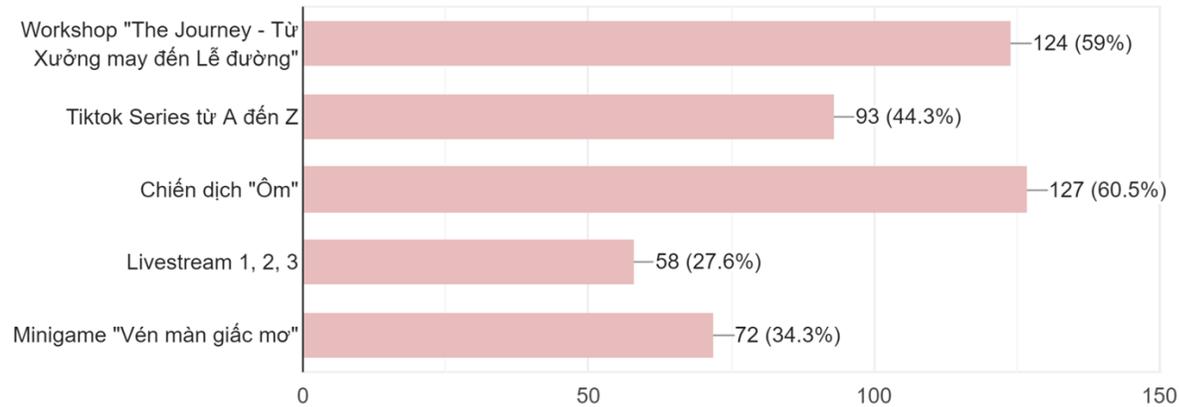


Feedback

Survey

Hãy chọn 3 chiến dịch gần đây nhất mà bạn ấn tượng trên các kênh MXH "Camile Bridal - Váy cưới thiết kế cao cấp"

210 responses

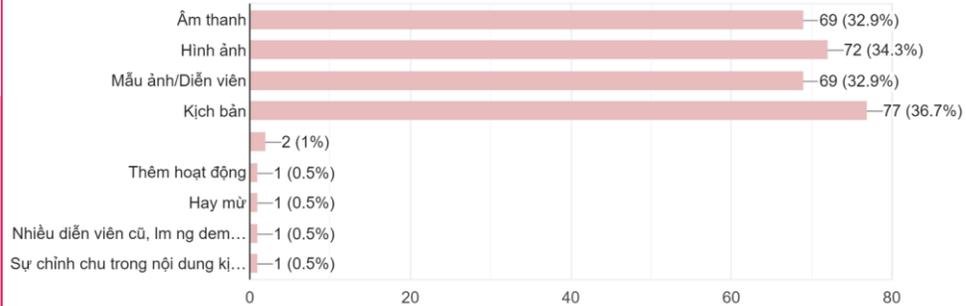


Feedback

Survey

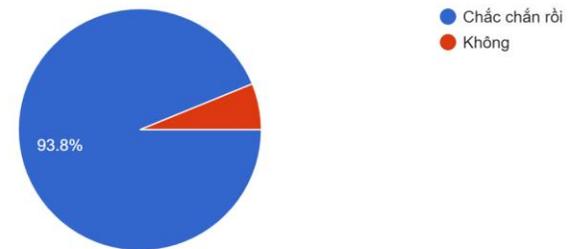
Bạn mong muốn Chiến dịch nâng cao chất lượng hơn về mặt nào ?

210 responses



Sau khi biết về Chiến dịch "Truyền thông cho thương hiệu váy cưới Camile Bridal", bạn có sẵn sàng giới thiệu đến với người khác không ?

210 responses



Feedback

In-dept Interview



For Camile Bridal

The CEO, Lead Marketing, and Sales personnel all believe that the campaign is **highly effective** and that the sequence of events is **unique**, resulting in engagement that goes above and beyond what is **expected**.

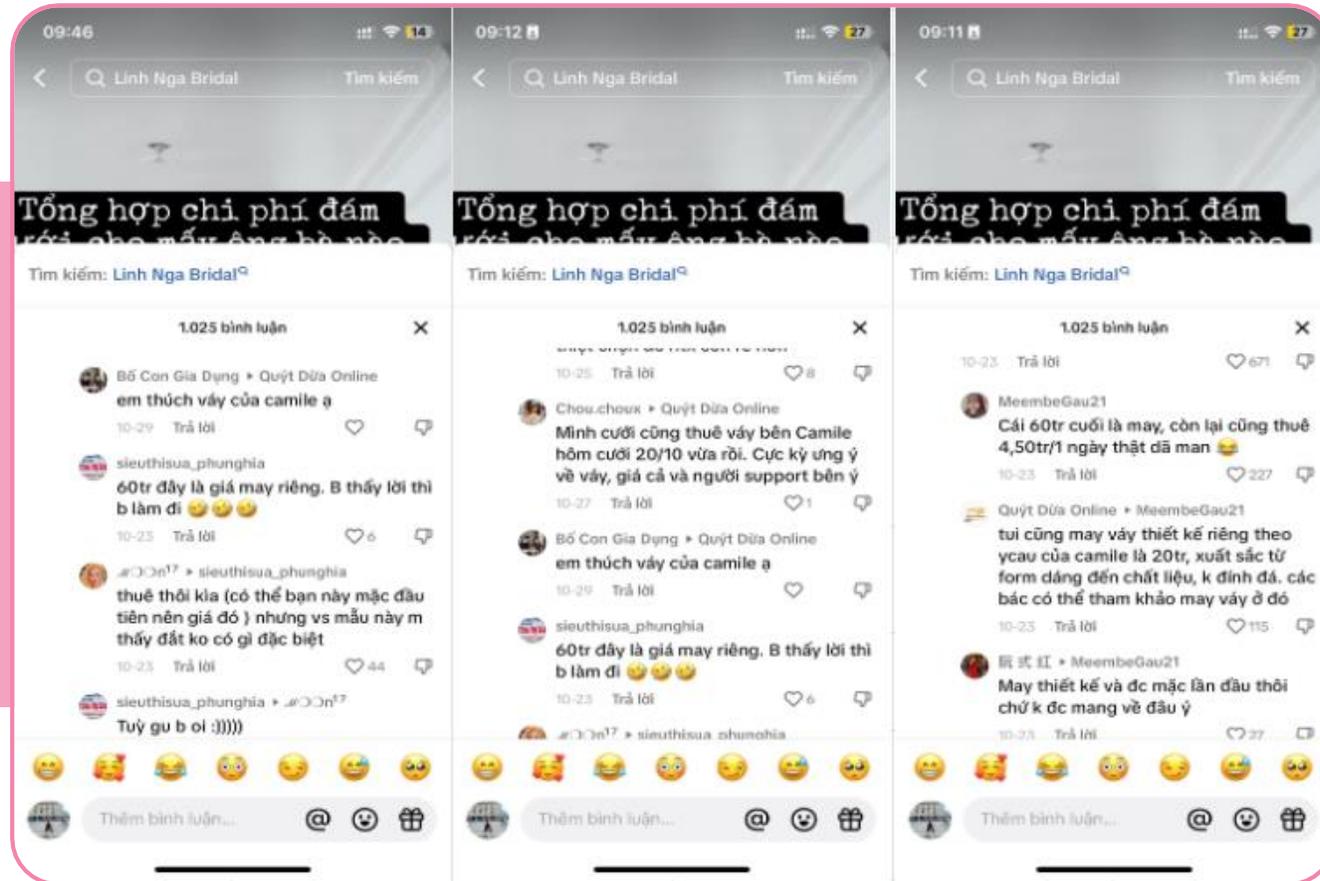


For Camile's Customer

Customers, from brides to family, are **impressed** with the brand's **new activities**.

Feedback

Other Feedback



Reflection



Our Team Role In This Project

Members	Role	Positive Points	Negative Points
Pham Hoang Anh	Leaders + Designer + Filming	Always proactive, enthusiastic, eager to learn, perfectionist and have a high sense of responsibility.	Easily pressured and encountering difficulties, they often find their own solutions and do not communicate information well.
Bui Thu Thuy	Ideas Content + Planner + Researcher	Enthusiastic, perfectionist, hard-working, multi-tasking, covers all tasks, straightforward and has a high sense of responsibility.	It's easy to offend others, and it's highly secure and doesn't have many breakthroughs.
Le Thi Thu Hien	Ideas Content + Designer + Researcher	Good ideas, versatile, good listener, responsible for assigned work.	Not a perfectionist, not conveying information carefully, forgetful and distracted in some cases.
Bui Nghia Duong	Ideas Content + Planner	Good communication, many new breakthrough ideas, flexible in all situations and good observation and networking skills.	Easily distracted, slow to progress, often holding on to work to affect other things, leisurely.
Ninh Duy Duc	Planner + Researcher	Eager to learn, good communication, able to cover tasks, know how to listen, good Networking	Not yet a perfectionist in some tasks, easily distracted, conservative and forgetful, not yet groundbreaking, slow in progress and often subjective.

Reflection



Our Team's Knowledge and How we apply in practice

Members	Positive Points	Negative Points
Pham Hoang Anh	Good filming and editing have professional thinking, beautiful and harmonious design.	Editing is behind schedule, there are a few designs that do not match the project visuals
Bui Thu Thuy	Logical plan, detailed method, in-depth research, good content quality.	The content is not yet diverse, so it should change for each situation.
Le Thi Thu Hien	Have professional design thinking, unique content ideas and creativity.	Not proactive in design, need to improve skills in using words.
Bui Nghia Duong	Good ideas are highly groundbreaking and flexible when problems arise.	Need to supplement visual design skills for more flexibility in work.
Ninh Duy Duc	Make a detailed and complete plan, taking into account many possible situations.	Knowledge is not deep, there are many mistakes when preparing lessons or performing stages, handling situations is not quick, or pressing time limits affects quality.



Part 06

Conclusion

Details





Conclusion



Limitations

Lack of seriousness in the first phase (non-compliance, negligence) + Some risks (Equipment malfunctions, lack of careful calculation of communication plan time)

→ Slow progress of project implementation.

Lesson Learnt

1. Commitment and Seriousness:
2. Time and Route Management:
3. Equipment Double Calculation:
4. Risk management:
5. Efficiently communicate





Conclusion



Recommendation

The brand needs to recruit new human resources with methodical qualities and appropriate skills to reach future customer groups.





Conclusion

Difficulties at the beginning

Difficulties at the beginning

Learning from experiences

Adaptability
(Understanding what needs to be prioritized and careful)



Camile
BRIDAL 

Thank you!

