



**ĐẠI HỌC FPT**

**FPT UNIVERSITY**  
**Capstone Project Document**  
**REPORT 4**

-----

**Communication Campaign**  
**VOOX**

<b>&lt;SOL FA MEDIA&gt;</b> <b>GFA22MC09</b>	
Group member	Lê Ngọc Bảo Dung - SS150598 Đinh Thị Ngọc Huân - SS140262 Chê Ngọc Nguyên - SS140394
Supervisor	Hoàng Vũ Quốc Anh
Capstone Project Code	FA22MC09

Tp. Hồ Chí Minh, 11/2022  
TABLE OF CONTENT

<b>PART I: EVALUATION</b>	2
<b>I. Meta business and TikTok for business:</b>	2
1. Stage 1: Awareness (27/09/2022-12/10/2022)	2
2. Stage 2: Appeal	4
3. Stage 3: Ask (12/10/2022 - 18/10/2022)	5
4. Stage 4: Action	6
5. Stage 5: Advocate (02/11-17/11)	11
6. Total of campaign	14
<b>II. Google form:</b>	18
<b>PART 2: FUTURE PLAN</b>	22

## PART I: EVALUATION

### I. Meta business and TikTok for business:

#### 1. Stage 1: Awareness (27/09/2022-12/10/2022)

The aim of this stage is to create curiosity about traditional musical instruments through articles explaining techniques of "Ngon vo". "Ngon vo" is one of the typical techniques of traditional musical instruments besides vibrating, pressing and swiping techniques. Although less "acting ground" than other techniques, when appearing, "Ngon vo" creates highlights and breaks for the music. It is because of that interesting point that creates excitement for the audience to find this technique.

Three posts are specifically about "Ngon vo" techniques and one is about a quartet of techniques used in traditional musical instruments. These articles also partially identify the mascots used in the project. This image received a good response from the audience, they felt that the instrument looked funny and eye-catching.

The technique of "Ngon vo" is a new concept, stimulating viewers to want to read and learn more about this technique. The total reach for 4 articles in this period was 1680 reach, the highest was "Bai gio thieu ky thuat ngon vo" of Dan tranh and Dan bau with 711 reach.

Quảng cáo bài viết

**LÀM QUEN VỚI NGÓN VỒNHÉ!!! /PART1/ Ngón vồ là ...**  
 20:14 3 Tháng 10, 2022  
 ID: 109758955239672

Lượt tương tác

👍 90 lượt bày tỏ cảm xúc    💬 23 bình luận    ➦ 1 lượt chia sẻ

#### Hiệu quả

Số người tiếp cận	Cảm xúc, bình luận và...
<p>Tổng Kém <b>711</b> nhất Tốt nhất</p> <p>Bài viết này tiếp cận được nhiều người hơn 70% trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.</p> <p>Số người tiếp cận: 711</p>	<p>Tổng Kém <b>114</b> nhất Tốt nhất</p> <p>Bài viết này thu hút được nhiều cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ hơn 67% trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.</p> <p>Cảm xúc: 90                      Bình luận: 23                      Lượt chia sẻ: 1</p>



Quảng cáo bài viết ×

**LÀM QUEN VỚI NGÓN VỜ NHÉ!!! /PART 2/ Aloo! Aloo...**  
19:29 5 Tháng 10, 2022

ID: 103561782538502

Lượt tương tác

👍 61 lượt bày tỏ cảm xúc

💬 26 bình luận

➦ 0 lượt chia sẻ

**Hiệu quả**

**Số người tiếp cận** ⓘ

Tổng **356** Kém nhất | Tốt nhất

Bài viết này tiếp cận được nhiều người hơn 33% trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Số người tiếp cận **356**

**Cảm xúc, bình luận và...** ⓘ

Tổng **87** Kém nhất | Tốt nhất

Bài viết này thu hút được nhiều cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ hơn 44% trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Cảm xúc	61
Bình luận	26
Lượt chia sẻ	0



Quảng cáo bài viết ×

**LÀM QUEN VỚI VOOX NHÉ!!! /PART 3/ Bến đờ cuối cù...**  
20:00 8 Tháng 10, 2022

ID: 105677212326959

Lượt tương tác

👍 44 lượt bày tỏ cảm xúc

💬 13 bình luận

➦ 0 lượt chia sẻ

**Số người tiếp cận** ⓘ

Tổng **256** Kém nhất | Tốt nhất

Bài viết này tiếp cận được nhiều người hơn 26% trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Số người tiếp cận **256**

**Cảm xúc, bình luận và...** ⓘ

Tổng **57** Kém nhất | Tốt nhất

Bài viết này thu hút được nhiều cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ hơn 22% trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Cảm xúc	44
Bình luận	13
Lượt chia sẻ	0

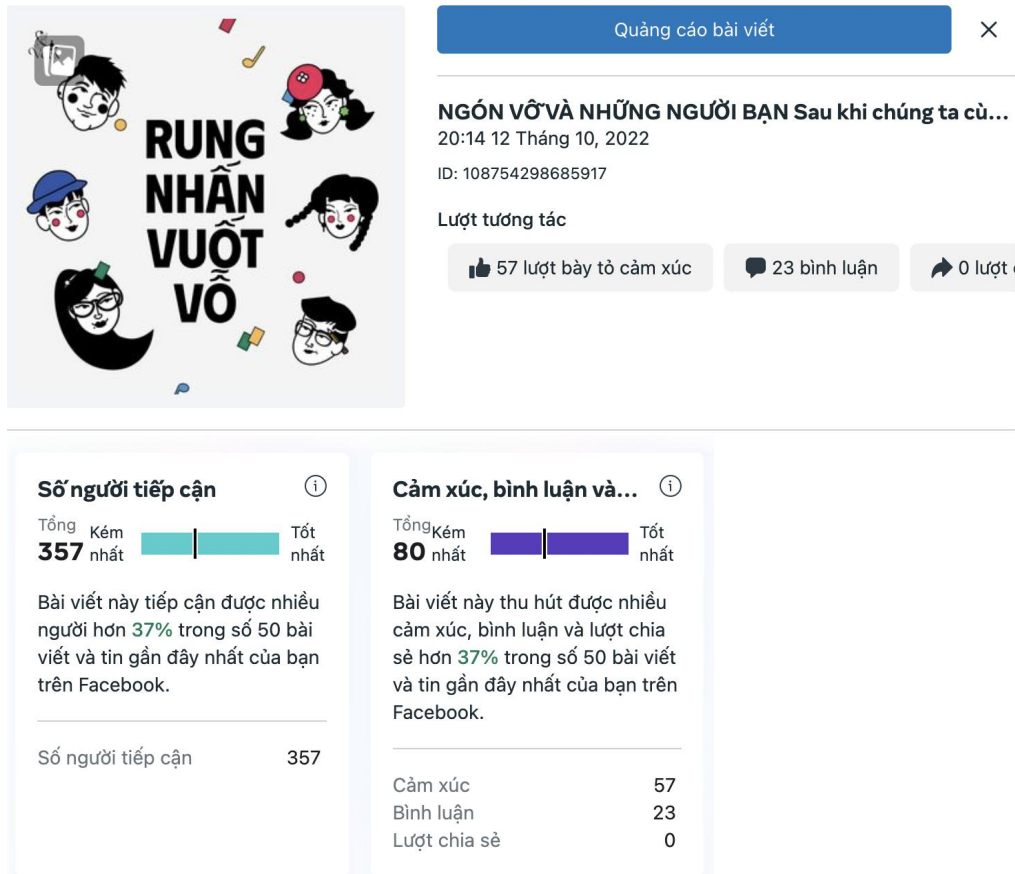


Figure: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8: Reach and reacts, comments of stage 1

## 2. Stage 2: Appeal

Phase 2 starts from October 10, 2022 to October 16, 2022, the important purpose of this stage was to create a new look for traditional instruments. As a result, the campaign produced conceptual photography - "Voox - TRUYEN THONG TRUYEN THONG" which achieved a fairly high reach of over 8,700. After uploading the photo series, it can be seen that the audience has positive and excited feedback about the image and spirit of the photo series.

Through the appearance of the set of photos, the goal has been achieved on the Facebook platform. In short, the target audience has also paid attention and interest in traditional musical instruments and campaign "VOOX - Nhạc cu ke chuyen qua ngon vo".

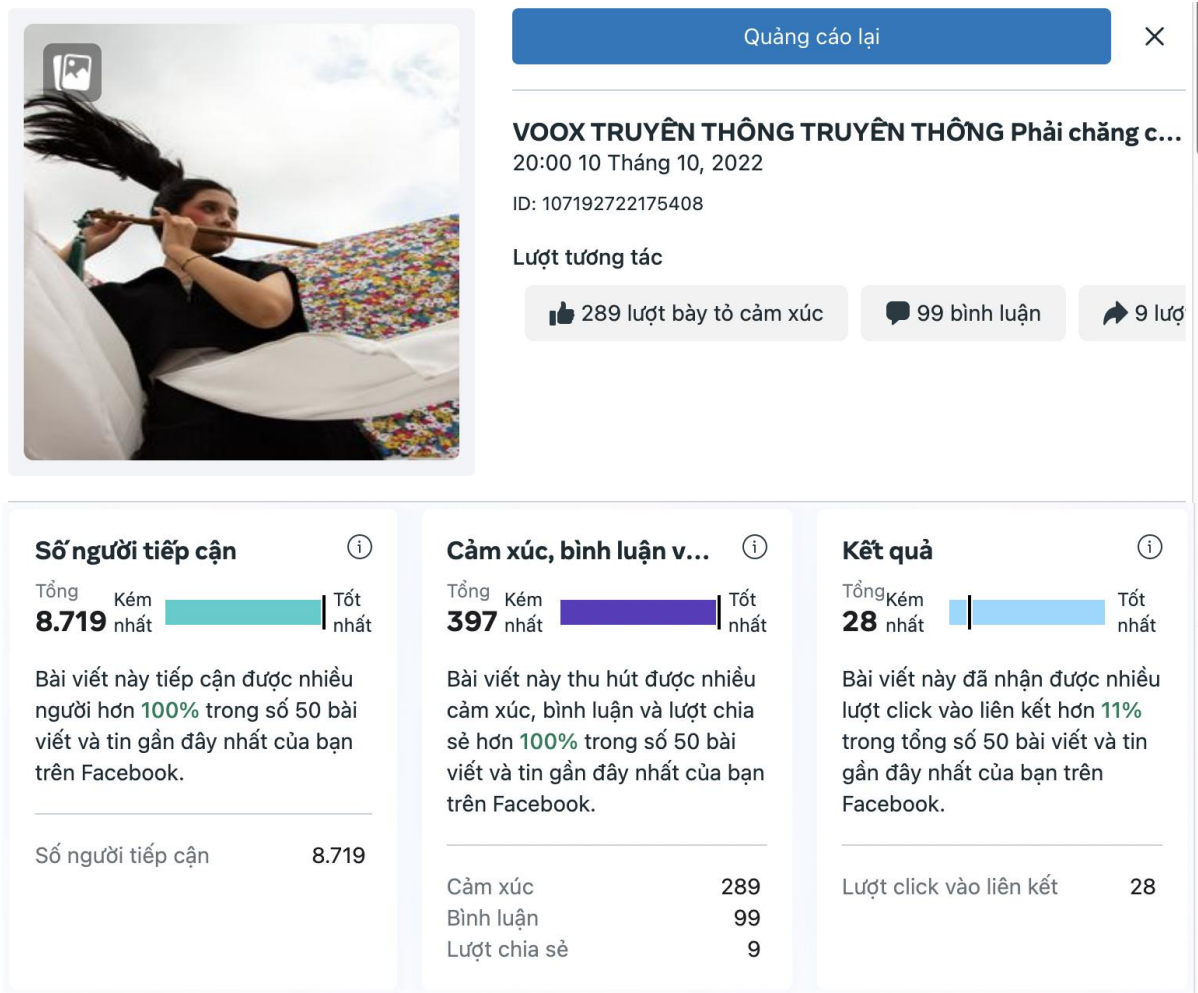


Figure 9, 10: Reach, reacts and comments of stage 3

### 3. Stage 3: Ask (12/10/2022 - 18/10/2022)

Phase 3 starts from October 12, 2022 to October 18, 2022, at this stage, the main traditional channel of the project is Tiktok with short clips with the sound of each instrument. The purpose of these short clips is to help listeners see the beauty of traditional Vietnamese musical instruments. Most importantly, they will hear and have a little impression of the sound of these instruments because there are still a lot of music products that use the wrong traditional instrument material.

6 clips have a careful investment in image and sound so that everyone can hear these sounds in the clearest way, not having to replay the music but the pure sound of the instrument. The total number of interactions since the establishment of the TikTok channel until now has achieved a significant amount of reach. The average views of the 6 clips are over 1000 views, the highest with Dan Nhi clip is 1822. At the same time, it has received many positive feedbacks from viewers.

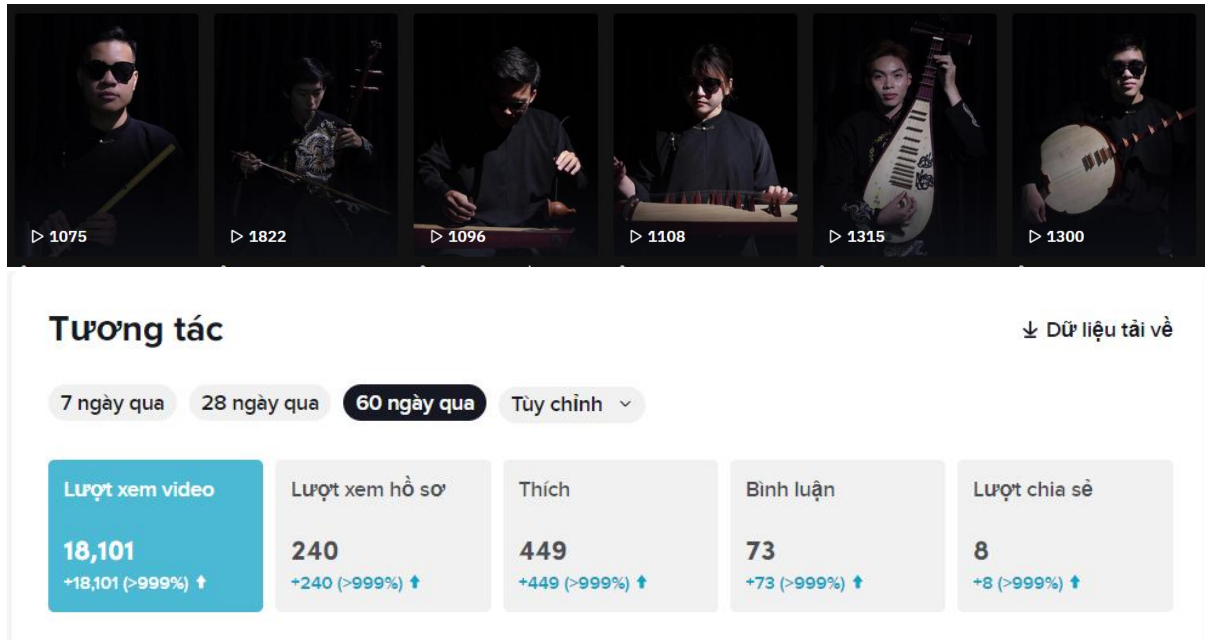


Figure 11: Total reach clips on Tiktok at stage 3

#### 4. Stage 4: Action

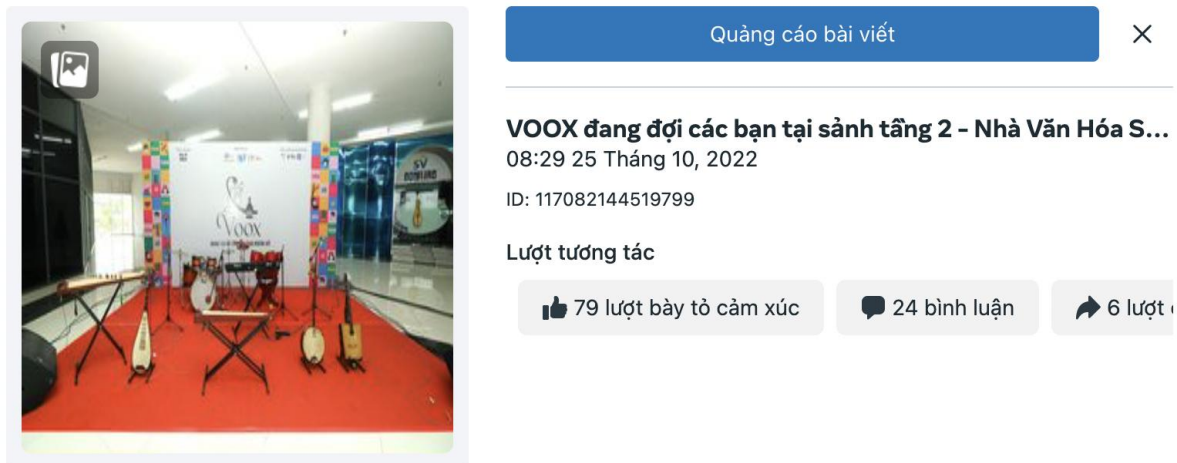
Phase 4 starts from October 17, 2022 to November 1, 2022. This is the main stage of the whole campaign to bring the image of traditional musical instruments closer to students in Ho Chi Minh City. Before the event took place, the group also had articles related to the event to attract the attention of young people to the event "VOOX - Nhạc cụ kể chuyện qua ngôn ngữ". With a total reach of more than 3,000. Therefore, the interactive exhibition event combined with the minishow has received a high response and many positive feedbacks about the experiences of young people after attending the event.





Figure 12, 13: Reach post at stage 4

Besides, during the ongoing event, posts related to updating the status of the event have a fairly high organic reach rate, ranging from 1,000 to 1,600 per post.







Quảng cáo bài viết



### [CẬP NHẬT SỰ KIỆN NGÀY 25/10/2022 (PHẦN 1)] Vậ...

20:45 25 Tháng 10, 2022

ID: 117334677827879

Lượt tương tác

👍 95 lượt bày tỏ cảm xúc

💬 24 bình luận

➦ 9 lượt

#### Số người tiếp cận



Bài viết này tiếp cận được nhiều người hơn 74% trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

Số người tiếp cận 792

#### Cảm xúc, bình luận và...



Bài viết này thu hút được nhiều cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ hơn 74% trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.


Cảm xúc	95
Bình luận	24
Lượt chia sẻ	9

#### Kết quả



Bài viết này đã nhận được nhiều lượt click vào liên kết hơn 7% trong tổng số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

Lượt click vào liên kết 1



Quảng cáo bài viết

✕

**[CẬP NHẬT SỰ KIỆN NGÀY 25/10/2022 PHẦN 2] Khô...**  
 20:35 26 Tháng 10, 2022  
 ID: 117775734450440

Lượt tương tác

👍
93 lượt bày tỏ cảm xúc

💬
13 bình luận

➦
5 lượt c

**Số người tiếp cận** ⓘ

Tổng Kém Tốt  
**1.024** nhất nhất

Bài viết này tiếp cận được nhiều người hơn **81%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Số người tiếp cận 1.024

**Cảm xúc, bình luận v...** ⓘ

Tổng Kém Tốt  
**111** nhất nhất

Bài viết này thu hút được nhiều cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ hơn **63%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Cảm xúc	93
Bình luận	13
Lượt chia sẻ	5

**Kết quả** ⓘ

Tổng Kém Tốt  
**2** nhất nhất

Bài viết này đã nhận được nhiều lượt click vào liên kết hơn **7%** trong tổng số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Lượt click vào liên kết 2



Quảng cáo bài viết



### [CẬP NHẬT SỰ KIỆN NGÀY 26/10/2022] Sự kiện triển ...

20:02 27 Tháng 10, 2022

ID: 118210664406947

Lượt tương tác

👍 96 lượt bày tỏ cảm xúc

💬 32 bình luận

➦ 10 lượt

#### Số người tiếp cận



Tổng  
**1.024** Kém nhất | Tốt nhất

Bài viết này tiếp cận được nhiều người hơn **81%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

Số người tiếp cận 1.024

#### Cảm xúc, bình luận v...



Tổng  
**138** Kém nhất | Tốt nhất

Bài viết này thu hút được nhiều cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ hơn **85%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

Cảm xúc	96
Bình luận	32
Lượt chia sẻ	10

#### Kết quả



Tổng  
**3** Kém nhất | Tốt nhất

Bài viết này đã nhận được nhiều lượt click vào liên kết hơn **7%** trong tổng số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

Lượt click vào liên kết	3
-------------------------	---

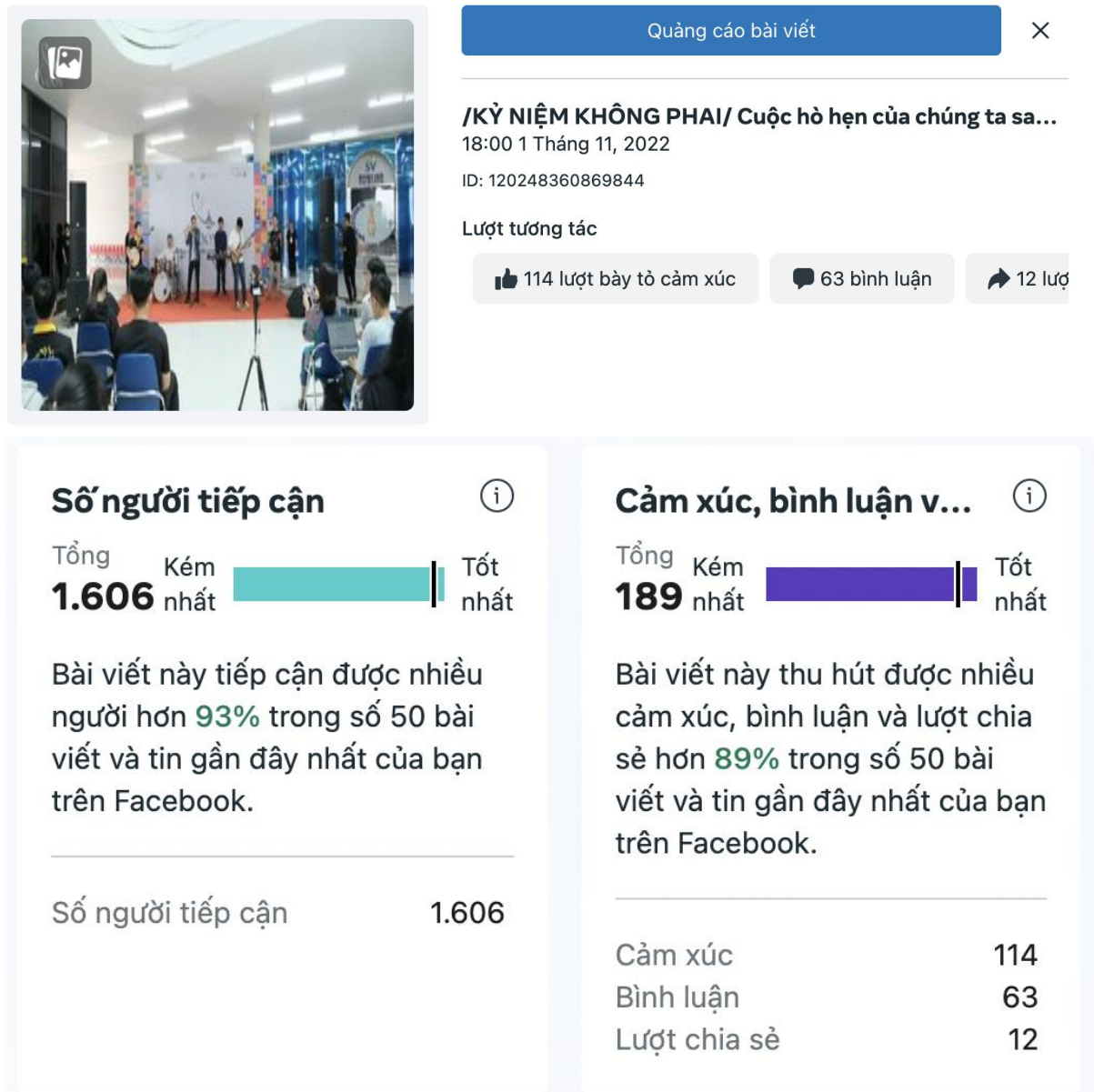
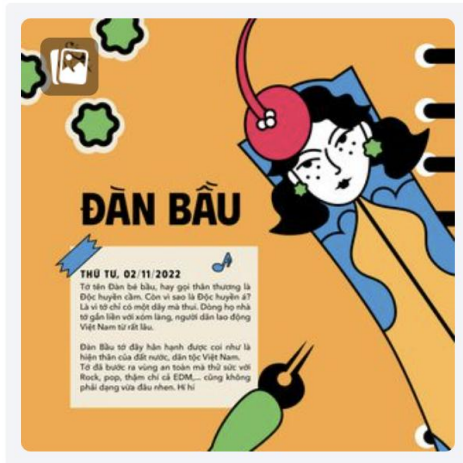


Figure 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23: Reach, reacts and comments of stage 4

### 5. Stage 5: Advocate (02/11-17/11)

With this final phase, the project wishes to support and motivate students to pay more attention to, learn and preserve the cultural values of traditional musical instruments. By transmitting information about traditional musical instruments in the form of diaries. Instruments are like writing self-confessions about their origins and origins, helping the audience see the precious values of traditional musical instruments. Although it is historical information, and popularizing knowledge, it is modified so that it is close and receptive.



Quảng cáo bài viết

**/NHẬT KÝ "TÂM SỰ ĐỒI NHẠC CỤ"/ Sau 2 ngày hò hẹn...**  
19:00 2 Tháng 11, 2022

ID: 120728464155167

Lượt tương tác

38 lượt bày tỏ cảm xúc   4 bình luận   0 lượt chia sẻ

## Hiệu quả

### Số người tiếp cận

Tổng **255**   Kém nhất   Tốt nhất

Bài viết này tiếp cận được nhiều người hơn **31%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

Số người tiếp cận: **255**

### Cảm xúc, bình luận và...

Tổng **42**   Kém nhất   Tốt nhất

Bài viết này thu hút được nhiều cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ hơn **21%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

Cảm xúc	38
Bình luận	4
Lượt chia sẻ	0



Quảng cáo bài viết

**/NHẬT KÝ "TÂM SỰ ĐỒI NHẠC CỤ"/ Những trang giấy ...**  
20:00 6 Tháng 11, 2022

ID: 122372413990772

Lượt tương tác

32 lượt bày tỏ cảm xúc   4 bình luận   0 lượt chia sẻ

## Hiệu quả

### Số người tiếp cận (i)

Tổng **197** Kém nhất | Tốt nhất

Bài viết này tiếp cận được nhiều người hơn **26%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Số người tiếp cận	197
-------------------	-----

### Cảm xúc, bình luận và... (i)

Tổng **36** Kém nhất | Tốt nhất

Bài viết này thu hút được nhiều cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ hơn **15%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Cảm xúc	32
Bình luận	4
Lượt chia sẻ	0

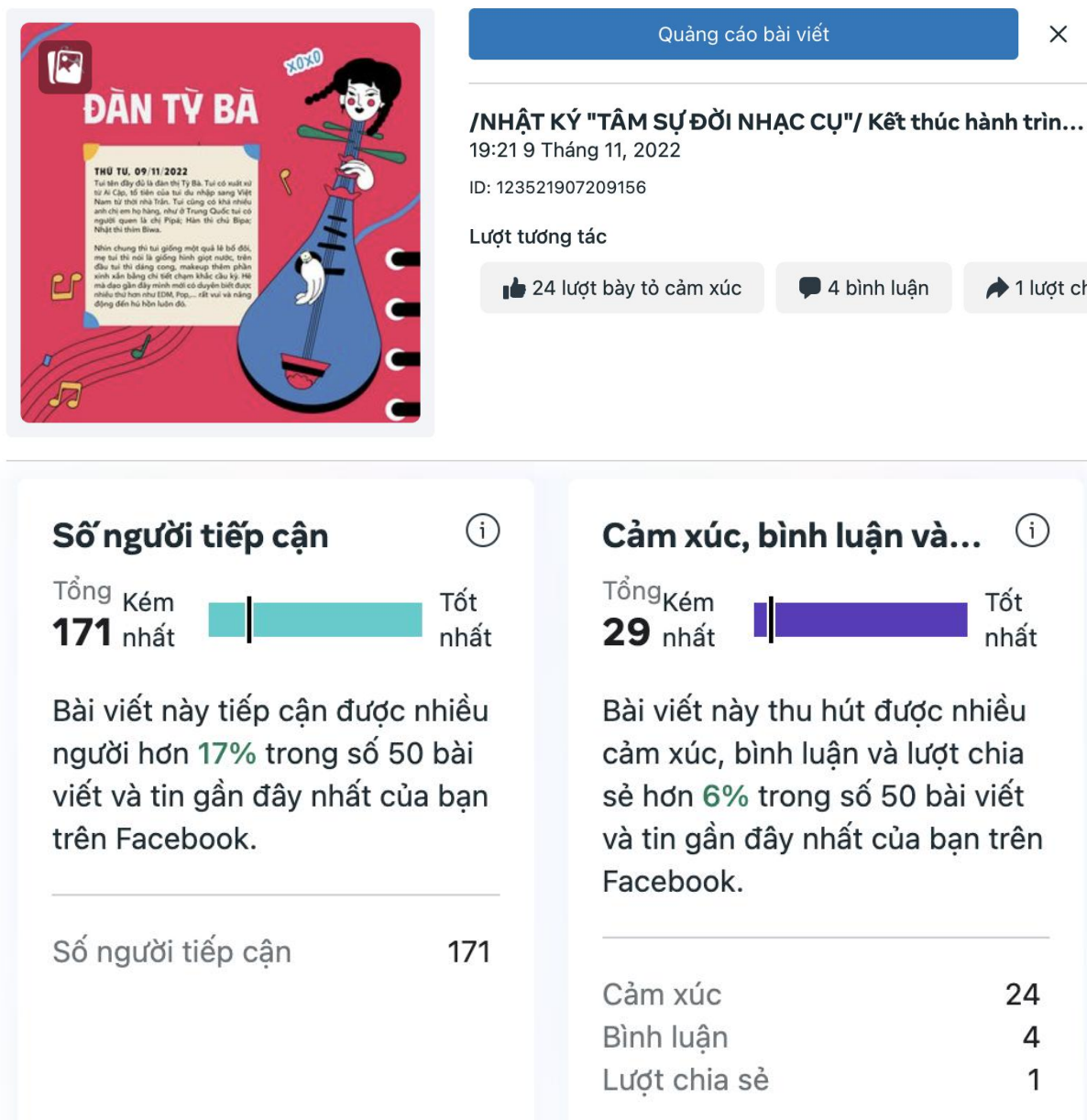


Figure 24, 25, 26, 27, 28, 29: Reach, react and comment of stage 5

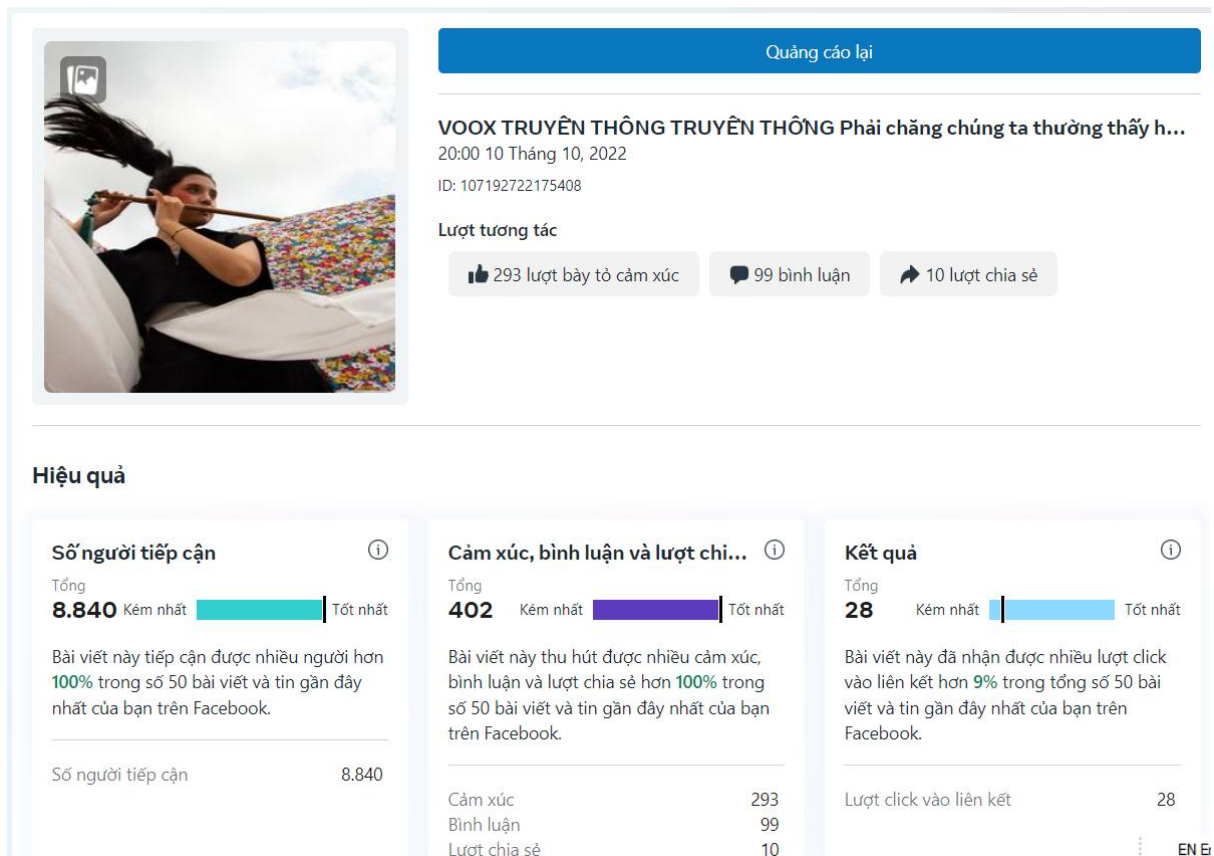
The stage ends after providing enough information for 6 types of instruments, accompanied by the sharp sounds of each instrument in the form of a video. Help viewers have a more specific and clear view of traditional musical instruments. Since then, feel more respect and love for traditional musical instruments.

## 6. Total of campaign


Through 5 stages with the goals and KPIs that were set out initially, "VOOX - Nhạc cụ ke chuyên qua ngon vo" has mostly been achieved.

In terms of social media, the most effective form of communication is images (23 articles) and video is followed by (11 videos). To achieve reach and engagement, articles with important content are posted in the prime time slot at 8 pm.

In terms of media production, the campaign had two main highlights. In which, the section "VOOX - Traditional Communication" has brought success to the fanpage with high reach and exceeded expectations, thereby as a springboard for the next posts. Besides, short clip items also bring a steady amount of interaction. Give the audience a better feel for the sound of traditional musical instruments.







Quảng cáo lại

**HỒ HẸN CÙNG VOOX** Tại sự kiện VOOX - NHẠC CỤ KỂ CHUYỆN QUA NGÓN ...  
 20:46 17 Tháng 10, 2022  
 ID: 112744381620242

Lượt tương tác

211 lượt bày tỏ cảm xúc
 111 bình luận
 13 lượt chia sẻ

**Hiệu quả**

**Số người tiếp cận** ⓘ

Tổng  
**3.259** Kém nhất  Tốt nhất

Bài viết này tiếp cận được nhiều người hơn **97%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Số người tiếp cận 3.259

**Cảm xúc, bình luận và lượt chi...** ⓘ

Tổng  
**335** Kém nhất  Tốt nhất

Bài viết này thu hút được nhiều cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ hơn **97%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Cảm xúc	211
Bình luận	111
Lượt chia sẻ	13

**Kết quả** ⓘ

Tổng  
**20** Kém nhất  Tốt nhất

Bài viết này đã nhận được nhiều lượt click vào liên kết hơn **3%** trong tổng số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Lượt click vào liên kết	20
-------------------------	----



Quảng cáo bài viết

**/KỶ NIỆM KHÔNG PHAI/ Cuộc hò hẹn của chúng ta sau 2 ngày cũng đã kết th...**  
 18:00 1 Tháng 11, 2022  
 ID: 120248360869844

Lượt tương tác

139 lượt bày tỏ cảm xúc
 65 bình luận
 13 lượt chia sẻ

**Hiệu quả**

**Số người tiếp cận** ⓘ

Tổng  
**2.049** Kém nhất  Tốt nhất

Bài viết này tiếp cận được nhiều người hơn **94%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Số người tiếp cận 2.049

**Cảm xúc, bình luận và lượt chi...** ⓘ

Tổng  
**217** Kém nhất  Tốt nhất

Bài viết này thu hút được nhiều cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ hơn **88%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

---

Cảm xúc	139
Bình luận	65
Lượt chia sẻ	13

**Kết quả** ⓘ

Tổng  
**--**

Lượt click vào liên kết --

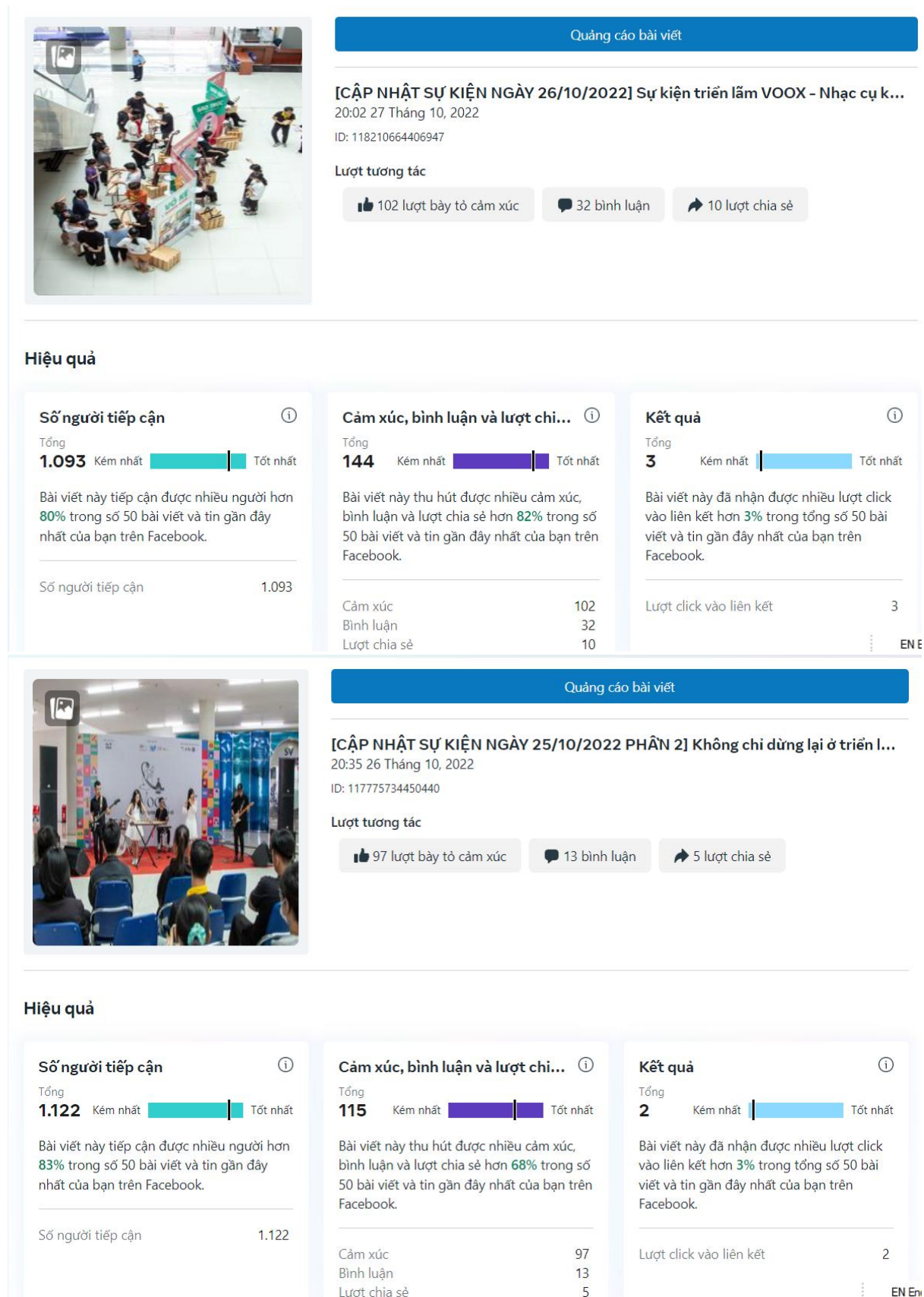


Figure 30, 31, 32, 33, 34: Highlight posts

Finally, the event "VOOX - Nhạc cụ ke chuyên qua ngon vo" is considered the highlight of the campaign, the event took place successfully in 2 days. Through the event,

with careful preparation in advance, the event brought the audience not only from perspective but also from real experiences. Play the first notes with your own hands on the instruments on display at the event

In addition, contributing to the success of this event is also partly thanks to the communication support from other fanpages to reach the target audience.

Objectives	KPI	Actual result	Achieving
Total People Post Reach (Facebook and Tiktok)	45,000	58.816	131%
Total Page Reach (Facebook and Tiktok)	15,000	15,537	104%
Total Followers (Facebook and Tiktok)	500	539	108%

Table 1: Result owned media reached after campaign



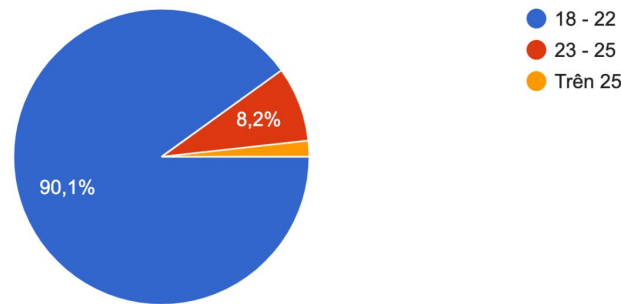
Figure 35, 36: Number of people reach

## II. Google form:

After conducting a survey on 171 people, the team found that the proportion of survey participants in terms of age was similar to the quantitative surveys of the original research before implementing the project. This proves that most of the respondents are within the target audience of the campaign. Therefore, the statistical information also satisfies the objectives set out by the project earlier. The campaign has reached the right target audience, which is students aged 18-22, this is the young generation and they have many opportunities to interact with modern culture.

Độ tuổi:

171 câu trả lời

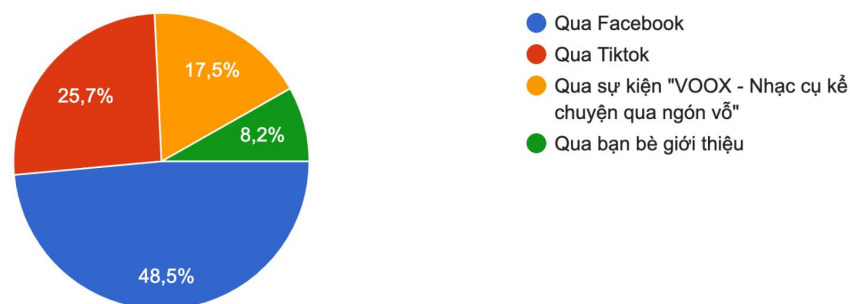


With a centralized campaign running in parallel between Facebook and Tiktok, however, in each phase there will be a main platform and a supporting platform. With Facebook, content is built according to the 5A model, mostly using images and content to convey information. Therefore, the content here is somewhat more diverse and flexible, which is why students who know about the project through Facebook account for the highest percentage with 48.5%. As for the Tiktok platform, the team focuses on recognizing the typical images, structures and sounds of each traditional musical instrument. The post format is also limited to video format, so the percentage of the audience knowing the campaign via Tiktok ranks second with 25.7%.

Besides, the campaign is also known through the event "VOOX - Nhạc cụ kể chuyện qua ngôn ngữ" with 17.5%.

Bạn biết chiến dịch của tụi mình qua đâu?

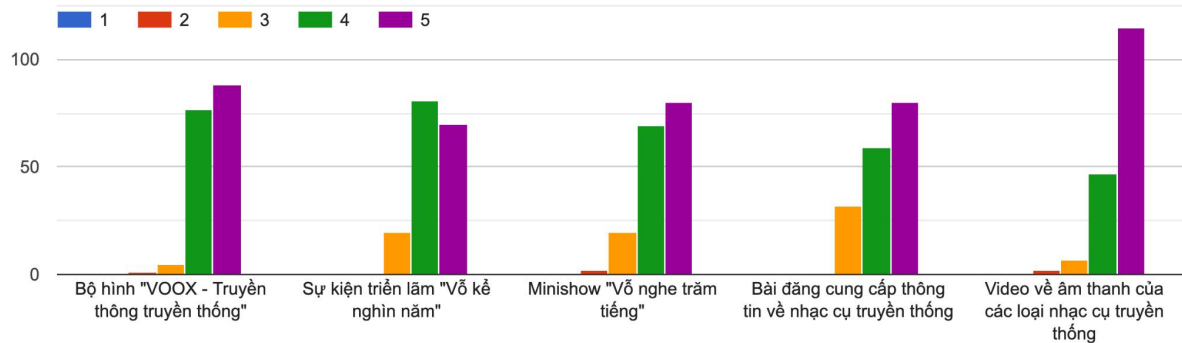
171 câu trả lời



When asked to comment on the main activities in the campaign, the satisfaction rate was mostly at levels 4 and 5. The highest level of satisfaction was with the audio videos of traditional musical instruments rated at level 5, with 115 reviews. Next came the picture series "VOOX - Truyền thống Truyền thống" which was rated at the second highest level of 5, with 88 votes.

This shows that the communication products on social media sites are highly appreciated by the respondents, they are enthusiastically supported and inspired by those products.

Bạn đánh giá thế nào về:



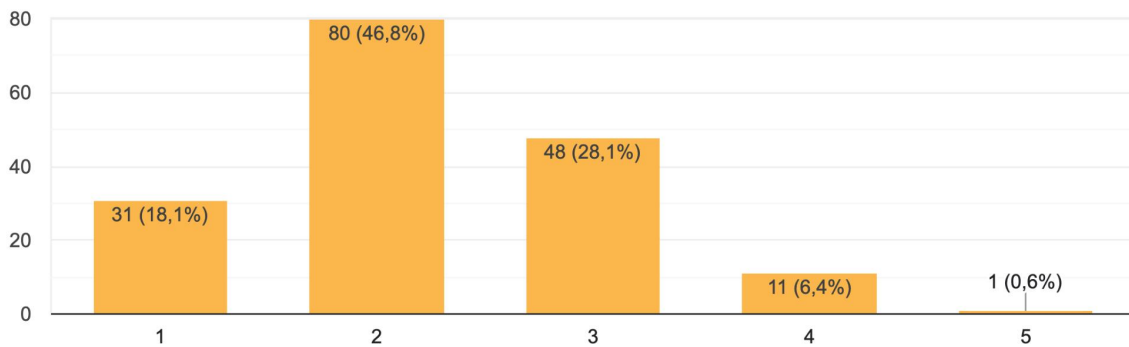
As for the question about the keywords of traditional musical instruments, our team used to measure the change in both attitudes and knowledge about traditional musical instruments. Our team found that the keywords are true to the spirit that the project is aiming for and trying to build. At the same time, the keywords about musical instruments were correctly mentioned by the respondents and all kinds of traditional musical instruments used by the campaign to promote. However, there are still some keywords mentioned that are not true to the spirit of the campaign, but account for a very small percentage about 3%.

Key words for feeling about traditional musical instruments	Traditional instruments	The keywords are not in accordance with the project spirit
đa dạng, độc đáo, thú vị, linh hoạt, gắn gũi, kết hợp, cuốn hút, ấn tượng, truyền cảm, trân trọng, bảo tồn, tha thiết...	đàn tranh, sáo trúc, đàn nguyệt, tỳ bà, đàn bầu, đàn nhị	cổ xưa, hoài niệm, trầm buồn, nên nã, bí ẩn, cầu kì, khó chơi,...

In addition, the project wants to help students improve their understanding of traditional musical instruments. Therefore, our team conducted a survey of the audience's level of understanding before and after the campaign took place. The results are very positive, with the highest rate of pre-campaign understanding at level 2, with 46.8%, and second at level 3, with 28.1%.

Trước khi chiến dịch diễn ra, mức độ hiểu biết của bạn về nhạc cụ truyền thống là?

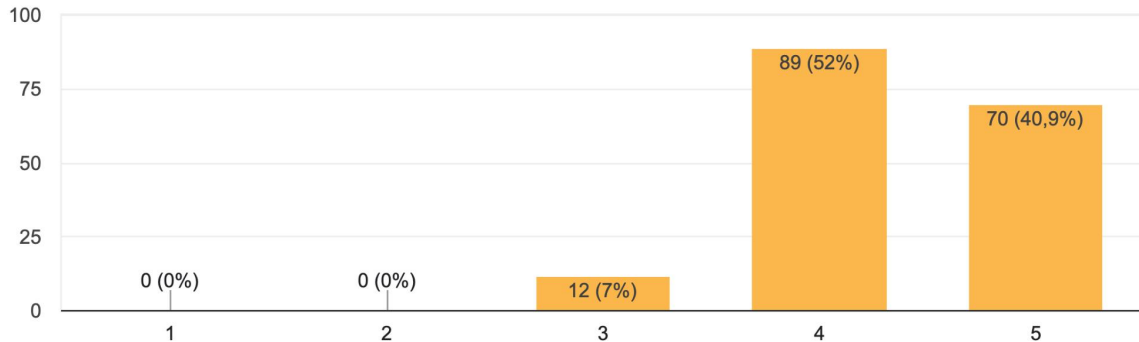
171 câu trả lời



However, after the campaign took place, the respondents' understanding of traditional musical instruments also improved markedly. With the highest level 4 at 52%, the second highest level 5 is 40.9%. In particular, there are no levels 1 and 2, which shows that the campaign has helped the respondents improve their understanding of traditional musical instruments. This is also the goal that the campaign was aiming for at the beginning.

Sau chiến dịch, mức độ hiểu biết của bạn về nhạc cụ truyền thống là?

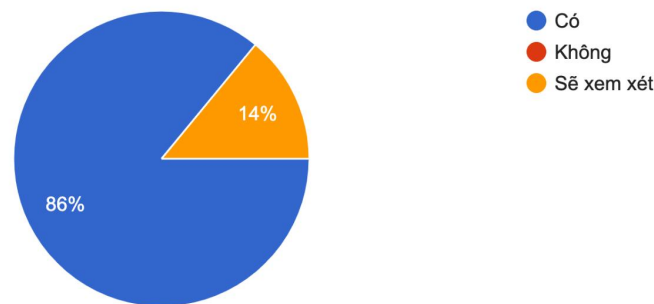
171 câu trả lời



Finally, with the plan to develop the campaign more, the respondents mostly supported the campaign. The highest approval rate of 86% and the second with 14% will consider, and hesitate when it comes to future plans. Another positive signal is that none of the respondents opposed or supported the project's future plans.

Nếu trong tương lai, chiến dịch tiếp tục phát triển thì bạn có sẵn sàng ủng hộ không?

171 câu trả lời



## PART 2: FUTURE PLAN

The campaign goal is to promote traditional musical instruments to students in Ho Chi Minh City. The group has built a basic knowledge of traditional musical instruments for the students. At the same time, putting on traditional musical instruments creates a new youthful and dynamic image. This can be considered as the opening stage, to influence the perception of young people.

Through feedback and comments from social networking sites and events, our group found that young people have a more sympathetic view of traditional musical instruments. They see the diversity and freshness of traditional instruments through the articles and sounds that the campaign has built. This is considered a positive signal for the effectiveness that the campaign has brought, in accordance with the original goals set out by the campaign.

Therefore planning for the next step of the campaign is considered extremely important by the team, contributing to the completion of further goals in the future.

After having an impact on the perceptions and attitudes of the target group, the project determines to develop strategies that can influence the behavior of young people. Young people will have the desire to preserve and preserve traditional musical instruments more. Through choosing and enjoying learning about traditional musical instruments, consider musical instruments as spiritual food for young people.

In addition, realizing that in order to deeply influence the psychology of young people, the group realized that bringing traditional musical instruments into the educational program is the right direction to preserve and promote traditional musical instruments. Therefore, the group intends to create more activities in the campaign to promote the consideration of bringing this subject into the Vietnamese educational program.

In order to have the opportunity to work on and plan future projects, the team realized that they needed to expand the team and scale implementation, to be able to create more impactful campaigns. Especially on the way to change the behavior of young people with traditional Vietnamese musical instruments.

