



ĐẠI HỌC FPT

**FPT University - Multimedia Communication
Graduation thesis**

COMMUNICATION CAMPAIGN “GOLDEN MOMENT WITH YOUR CHILD” - PHASE 1



GROUP MEMBERS

MẦM NON TEAM 🌱



Mrs. Thu Huệ
Supervisor



Đào Mai Liên
Leader



Lê Hải Khánh
Member



Trần Khánh Huyền
Member



Nguyễn Thanh Hương
Member

Table of Contents

- ③ OVERVIEW
- ③ IDEA DEVELOPMENT
- ③ PROJECT PLANNING
- ③ PROJECT IMPLEMENTATION
- ③ POST-LAUNCH PROJECT & REFLECT
- ③ SUMMARY





MÂM NON TEAM 

1

OVERVIEW



1.1

PROJECT OVERVIEW

MẦM NON TEAM 

PROJECT OVERVIEW

NAME:

COMMUNICATION CAMPAIGN

“GOLDEN MOMENT WITH YOUR CHILD” - PHASE 1

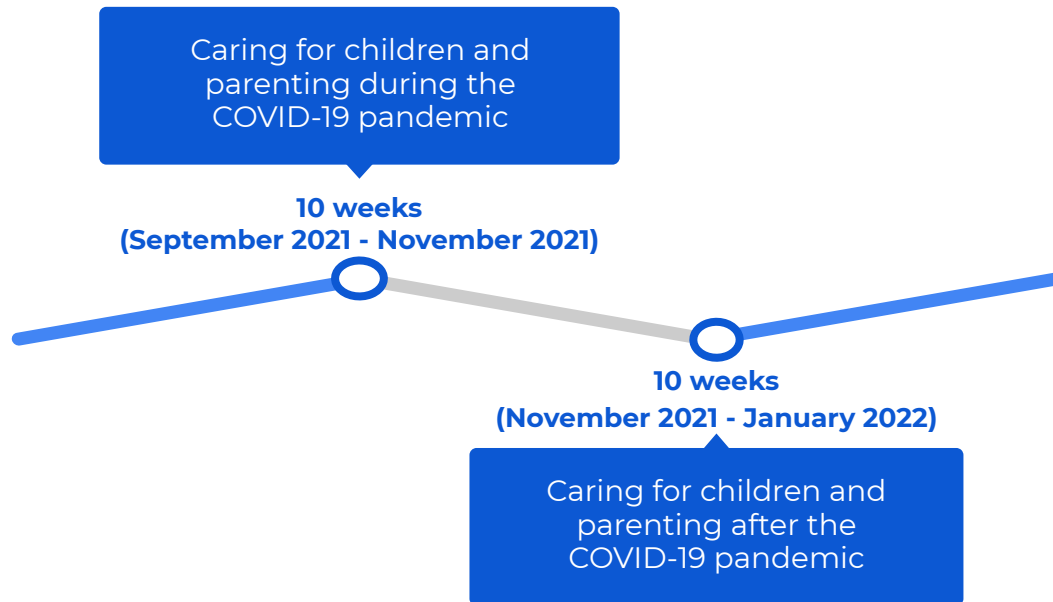


AGENCY: CREATIO

CLIENT: UNICEF

PROJECT OVERVIEW

To ensure children's rights through increasing parents' awareness and knowledge of different aspects of their children's lives, UNICEF will provide a value exchange newsletter where anyone can sign up to receive helpful weekly resources on children's issues, such as nutrition, safe environments, learning and development for children during COVID-19 and parenting/caregiving skills.



Our campaign is **Phase 1: 10 week (September 2021 - December 2021)**: Caring for children and parenting during the COVID-19 pandemic.

SUMMARY



10 email bulletin

7 podcast + 1 video on YouTube

2 one-minute-video

(Animated TVC and Influencer TVC)

5 Facebook post

1 Website post

Key visual + 4 Facebook Ads design



SUMMARY



“Khoảnh khắc Vàng bên con”

“Để mỗi phút giây bên con
đều trở thành những Khoảnh khắc Vàng”

After 10 weeks of phase 1, the campaign has got **13,189 email leads** with a total budget of **607,860,000 VND**. **99.2%** survey participants responded that the campaign is helpful.





1.2

CLIENT OVERVIEW

MẦM NON TEAM 

CLIENT OVERVIEW



- One of the United Nations Children's Fund's office.
- Has a worldwide mandate to promote and protect the rights of all children.

CLIENT OVERVIEW

Core value: care, respect, integrity, trust and accountability

Mission: make sure every child in the country is healthy, educated and safe from harm, therefore having the best start in life and a fair chance to reach her or his full potential and benefit from the country's prosperity.

Vision: To create a world where the rights of every child are realized.



CLIENT OVERVIEW

- UNICEF has actively contributed to the development of Vietnamese children by mobilizing international humanitarian organizations, benefactors,... to support Vietnam with a total of over 500 million USD for children's rights activities.
- Eradicating polio in 2000; eradication of measles and tetanus in infants by 2005; vaccination rate for children reaches 99%; reduce the rate of malnutrition among children to one third; reduced the under-5 mortality rate by one third since 1960...





1.3

AGENCY OVERVIEW

MẦM NON TEAM 



CREATIO (Creative Solution Consultancy) was created in 2011 by a group of seasoned public relations professionals, marketers, event planners, and go-getters.

Mission: “Be a fixer for sustainability, always find a way, inspire knowledge sharing”

Vision: “We work for a business ecosystem of common growth, of social responsibility, and of inclusivity.”



Partners: CREATIO has been working with many partners in Vietnam and around the world

United Nations Development Program (UNDP)	Strengthening capacity and institutional reform for green growth and sustainable development in Vietnam (CIGG)
Ministry of Planning and Investment	
Embassy of the Kingdom of the Netherlands	Walk the Talk! Sustainable fashion show
World Vision Vietnam	Building “Hope in class” to end violence against children at school - 2021





MÂM NON TEAM 

2

IDEA DEVELOPMENT



2.1

SITUATION ANALYSIS

MẦM NON TEAM 

SITUATION ANALYSIS

The spread of the COVID-19 pandemic from February 2020 and the subsequent health emergency led to several restrictive measures. On 22 April, 2020, these measures were loosened. But now, in 2021, we have to face another round of social distancing because the pandemic situation is becoming more and more complicated.

COVID-19 has put families and children in even greater need for support.





2.2

SWOT

MẦM NON TEAM 

SWOT

STRENGTH

- UNICEF is the global leader on promoting and protecting children's rights
- UNICEF has a worldwide reputation: trusted, strong, world-wide brand image.
- Cooperated, influenced and have close working relations with governments, NGOs and civil society.
- Effective fundraising, with a growing total income from multiple sources of different types
- Experienced professionals and experts in the field of children development and children's rights protection.
- High popularity among parents and supporters.

SWOT

WEAKNESS

- Since UNICEF is a reputable international organization, every information given has to be approved in many steps, leading to a potential delay in the timeline.
- Staff resources (time and skill) have been wasted on overly complex internal processes.

SWOT

OPPORTUNITY

- Due to the COVID-19 pandemic, parents have to manage with their children staying at home. Therefore, content about raising children is preferred.
- Besides traditional education, other aspects related to children raising such as healthcare, nutrition, soft skills,... are also increasingly concerned.

SWOT

THREAT

- Many organizations and brands are also creating similar contents during the pandemic
- Contents about children require in-depth researches, otherwise it will easily be criticized and even create a crisis



2.3

RESEARCH

MẦM NON TEAM 

INFORMATION FROM UNICEF

Mental health: the COVID-19 pandemic has raised significant concerns over the mental health of an entire generation of children and young people as well as parents and caregivers

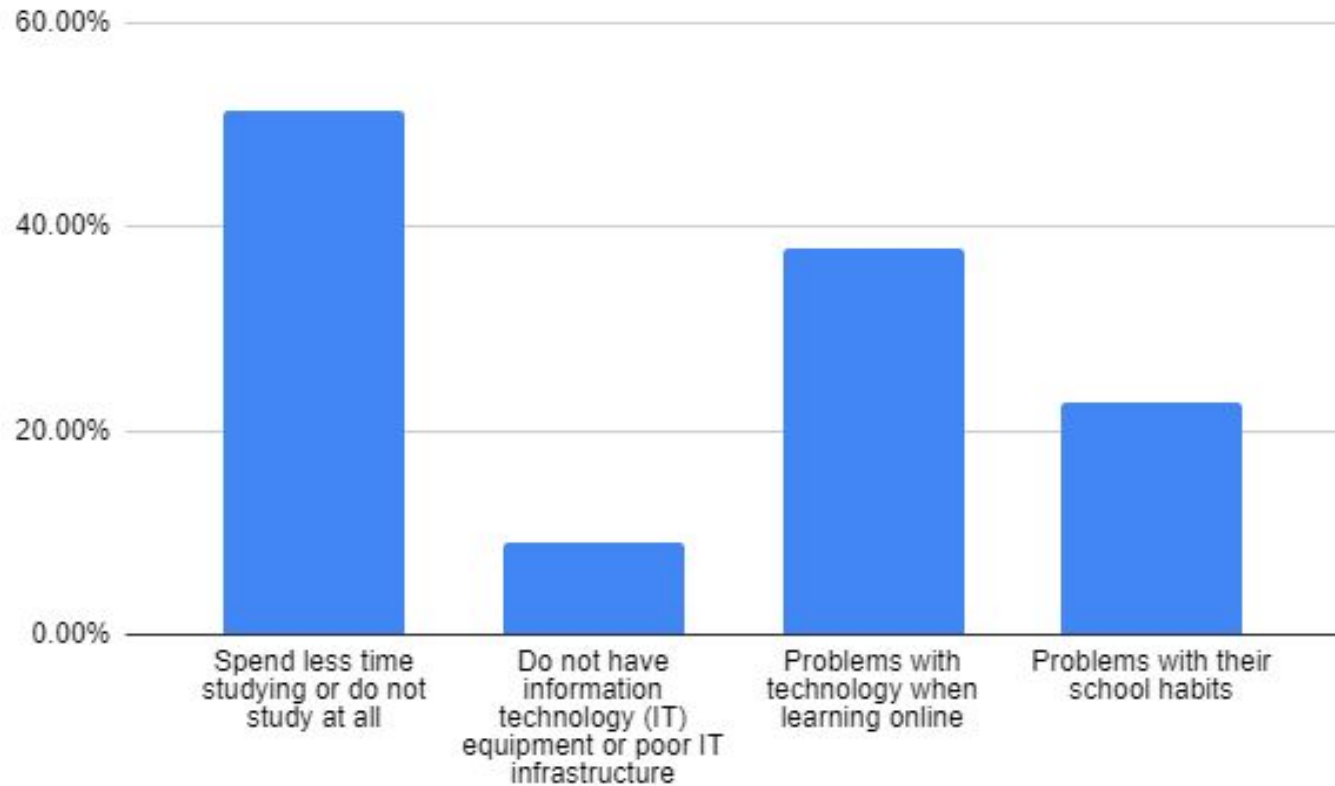
Employment and income: because of reduced income, the spending on raising children also got limited.

Access to nutrition services: the nutritional security of many households was seriously affected and the nutritional quality of each family also declined.

Care and protection of children: More than half of the Vietnamese population spends a lot of time online. 82% of parents said they spend more time with their children with their new routine

Education

INFORMATION FROM UNICEF



Difficulties in online learning for students

INFORMATION FROM OTHER RESOURCES

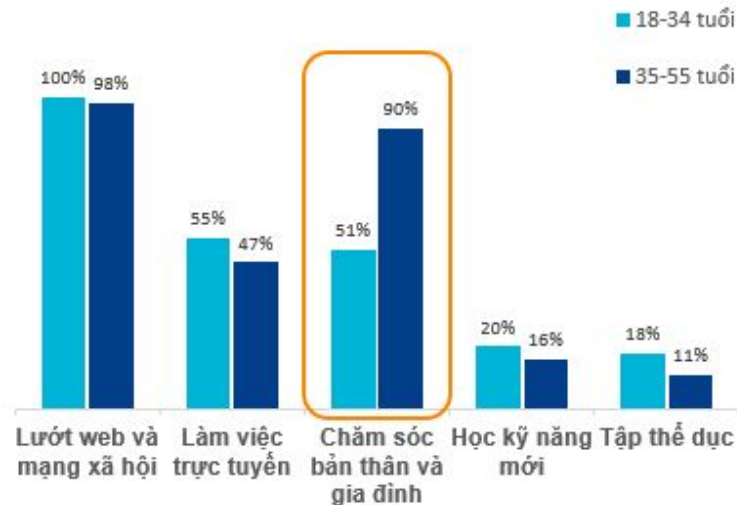
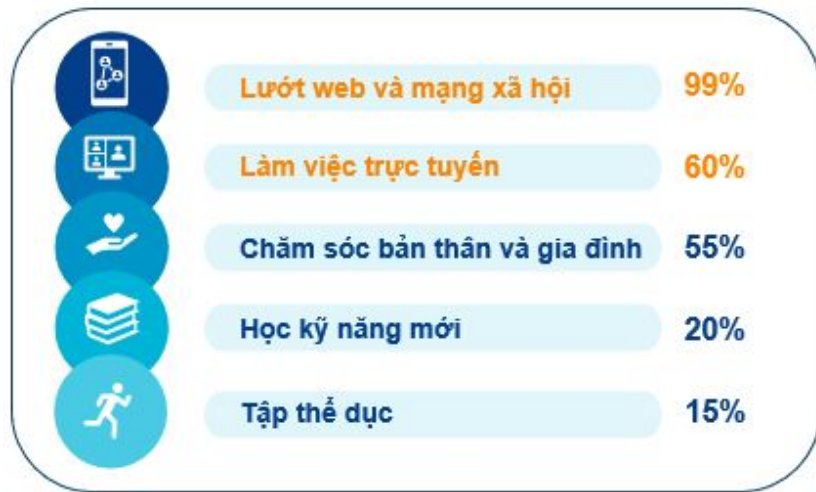
25.2% and **20.5%** of children experienced symptoms of depression and anxiety. This rate has **doubled** since the pandemic began.

55% of children do not have access to distance learning after school has closed; **1 in 5** children between the ages of 5-15 cannot continue their education in any way.

13% of adults have reported cases of violence against children in the family; **26%** reported some form of emotional violence.

The activity “Take care of yourself and your family” has a significant difference with **51%** in the 18-34 year old group and **90%** in the 35-55 year old group.

INFORMATION FROM OTHER RESOURCES



CI Research survey on consumer behaviour (6th – 9th/2021)

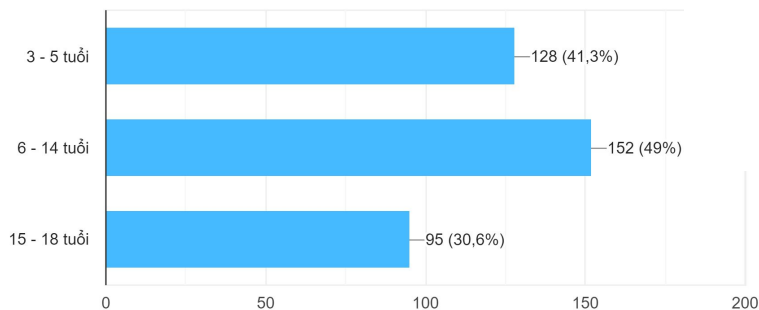
RESEARCH VIA QUANTITATIVE SURVEY

Question 1: How old are your children?

Question 2: What parenting topics are you usually interested in?

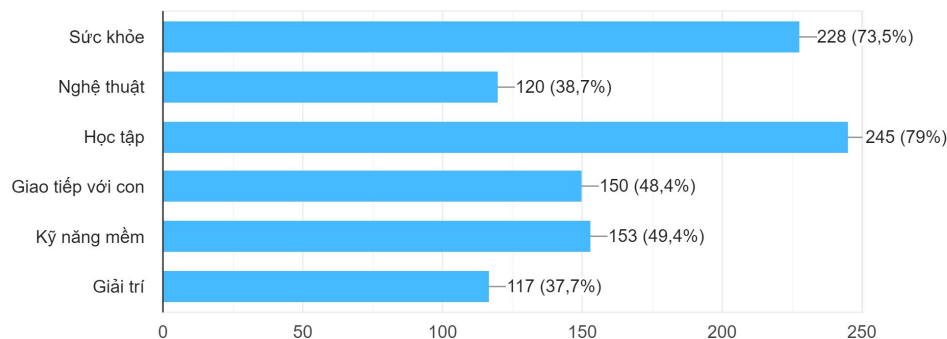
Con của bạn đang ở trong độ tuổi nào?

310 câu trả lời



Bạn thường quan tâm đến những chủ đề nuôi dạy con như:

310 câu trả lời




RESEARCH VIA QUANTITATIVE SURVEY



After completing the survey form, we sent the form back to UNICEF for review and then UNICEF distributed the questionnaire to get the results in Ha Noi, Ho Chi Minh and Da Nang.

Result: The survey received **310 responses**

AlpQLSP3bDD2TzIIY88wGa9mNCItwVatscl6Vyy4Gjva9zY0_XXw/viewform?pli=1




Khảo sát về vấn đề nuôi dạy con trong mùa dịch

 huongnths140190@fpt.edu.vn (not shared) [Switch accounts](#) 

***Required**

Việc giữ tinh thần lạc quan, tích cực cũng như tìm ra một phương pháp giao lưu, nuôi dạy con cái đối với những quý vị phụ huynh trong thời gian giãn cách hiện nay là một điều không hề dễ dàng. Những đóng góp của các bạn trong việc hỗ trợ chúng tôi thực hiện khảo sát này sẽ giúp chúng tôi cung cấp được những thông tin, ý tưởng và nguồn lực tốt nhất để cùng gia đình các bạn vượt qua khó khăn này.


vi mọi trẻ em

Con của bạn đang ở trong độ tuổi nào? *

☐ 3 - 5 tuổi

☐ 6 - 14 tuổi

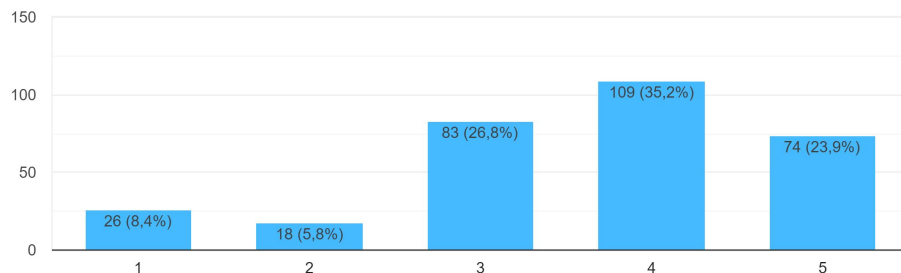
RESEARCH VIA QUANTITATIVE SURVEY

Question 3: Please rate how difficult it is to raise children during the time of separation compared to normal.

Question 4: During the time of separation with your children, what difficulties do you have?

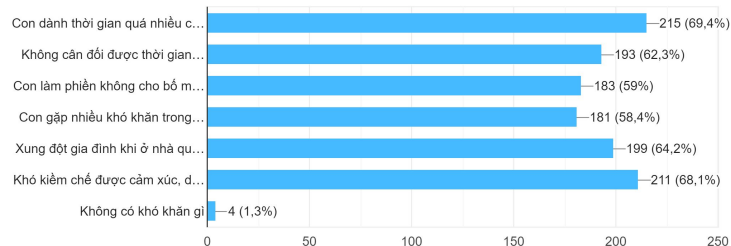
Bạn hãy đánh giá mức độ khó khăn trong việc nuôi dạy con trong thời gian giãn cách so với thời gian bình thường:

310 câu trả lời



Trong thời gian giãn cách ở nhà với con, bạn cảm thấy có những khó khăn gì?

310 câu trả lời



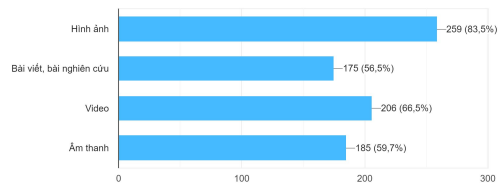
RESEARCH VIA QUANTITATIVE SURVEY

Question 5: You are often attracted to content conveyed by

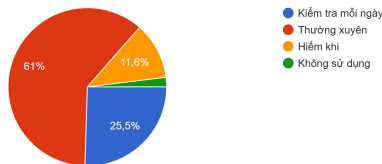
Question 6: How often do you check your email?

Question 7: What time do you usually check your email?

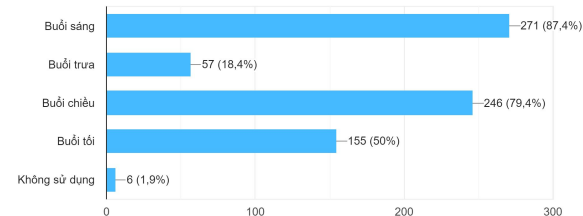
Bạn thường bị thu hút bởi nội dung truyền tải bằng:
310 câu trả lời



Tần suất bạn kiểm tra hòm thư trong email?
310 câu trả lời



Bạn thường sử dụng email vào thời gian nào?
310 câu trả lời



CONCLUSION

According to statistics and surveys, we can determine that the COVID-19 pandemic has led to many difficulties in the lives of children, parents and especially family conflicts could easily occur during this time.

CHILDREN:

- Online learning with many difficulties such as infrastructure, equipment, changes in habits...
- Use electronic devices for too long
- Meeting their children's needs becomes more difficult
- Mental health problems increase rapidly

PARENTS:

- Face many difficulties with work pressure and childcare
- Hard to control emotions and lead to conflicts between them and their children
- During this time, soft skills, entertainment for children were also noticed more by parents besides searching for children's studying and healthcare resources



2.4

COMPETITION

MẦM NON TEAM 

ORGANIZATIONS

These are some non-profit organizations that are always in competition with UNICEF in fundraising and implementing works for children. Although they may not run any project that competes directly with UNICEF currently, we should still be aware of them since their contents usually provide raising children knowledge. These activities may make UNICEF's project less valuable in the eyes of the target audience.



PROJECTS

At our launching moment, some projects providing similar content with UNICEF's expected works have also been implemented.



Lan tỏa yêu thương (MSD x Save the Children)




Mental health care project for children affected by Covid-19 (Healthy Mind x Bitis)



GENERAL ONLINE RESOURCES

- In addition to the specific organizations and projects mentioned above, the limitless resources on children's issues that can be found online should also be concerned. One of the feature resources comes from online newspapers, magazines or blogs.
- Modern parents also join Facebook groups to share and learn parenting experiences from others. These groups can be both UNICEF's competitors and partners to advertise the projects.





2.5

CHANNELS AND TOOLS

MẦM NON TEAM 

CHANNELS

FACEBOOK



Facebook users in Viet Nam
September 2021



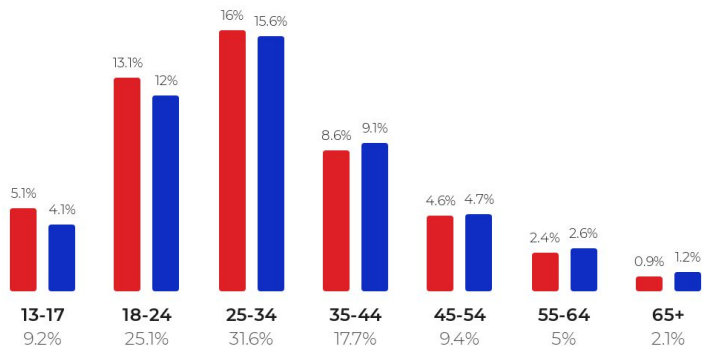
80 151 100



50.6%
women



49.4%
men



NapoleonCat.

Source: NapoleonCat.com

2/3 of internet users (**60.6%**)
have a Facebook account

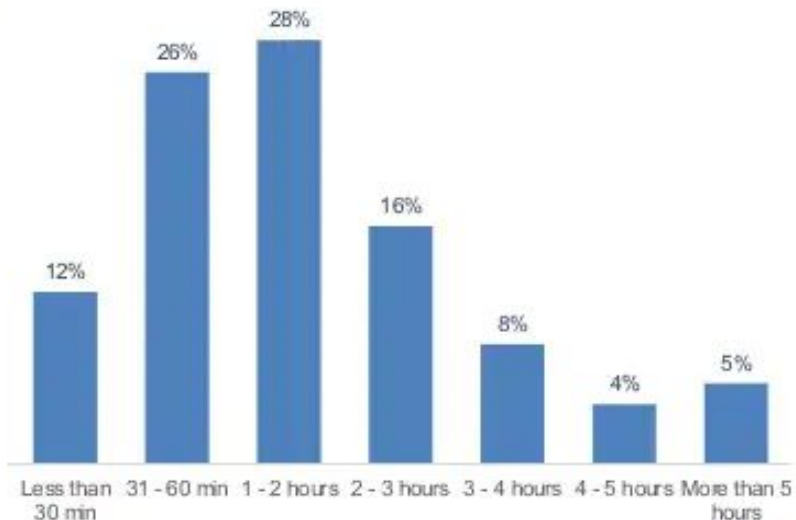
the typical user spends **58.5**
minutes per day on Facebook.

CHANNELS

YOUTUBE

How long they watch YouTube in a day

Vietnamese spend around 2 hours per day for watching YouTube.



more than 1 billion hours of videos watched every day on YouTube.

more than 1.9 billion monthly active and logged in users.

CHANNELS

EMAIL

Email marketing is still one of the most effective solutions to promote businesses



In Vietnam, GetResponse (2021) reported that the average open rate from July 2019 to June 2020 is 22% and CTR is 0.77%.

The report from GetResponse also shows that in all industries, Non-profits get the highest open rate at 30.85%, and also highest CTR at 3.60%.

TOOLS

FACEBOOK ADVERTISING



MOOSEND



CONCLUSION

Based on the information above, we can combine many channels together in order to increase the effectiveness of the campaign.





MẦM NON TEAM 

3

PROJECT PLANNING



3.1

GOALS & OBJECTIVES

MẦM NON TEAM 

GOALS & OBJECTIVES

GOALS:

- Strengthen the brand image of UNICEF as a trustworthy NGO that always cares about children's lives.
- Reach and meet families' needs during this difficult time and support them with knowledge and skills to overcome the challenges.
- Generate new subscribers, supporters to earn donate

OBJECTIVES:

For 10 weeks

- Generate 10,000 leads to UNICEF base of supporters
- Increase by 30,000 the number of UNICEF base of supporters, friends, advocates and followers on social media
- 80% asked leads think the campaign was helpful and can be applied





3.2

TARGETING

MẦM NON TEAM 

TARGET AUDIENCE

PRIMARY

Parents/ Caregivers

Age: 30 - 40 (Children's age: 6 - 14)

Job: Office worker

Geography: Ha Noi, Ho Chi Minh, Da Nang

HABIT

- Usually check email for bulletins
- Often update information through local news sites, online newspapers.
- Their major concerns when using social networks are education, economy, politic and pandemic situation.
- Having trust in the information from official sources or experts, then their friends and family.
- Love to read short articles that are straight to the point with accurate information, accompanied by pictorial or video with specific descriptions.



TARGET AUDIENCE

PRIMARY

PAINT POINT

- They do not know how to teach their children to study at home.
- Limited time. Easily get tired and become stressed.
- Don't really know how to become closer to their children
- With no income, parents have to struggle to provide nutritious meals for their children, ensuring that their children's health develops in both mind and body.



TARGET AUDIENCE

SECONDARY

Parents/ Caregivers

Age: 25 - 30 (Children's age: 3 - 5)

Job: Office worker

Geography: Ha Noi, Ho Chi Minh, Da Nang



General supporters



- May have a basic interest and understanding of issues that affect children's life.
- Interested in contents about supporting and helping children, especially during the COVID-19 pandemic.
- Often notice or interact with UNICEF's social media activities.
- Worrying about children's life during the pandemic.

3.3

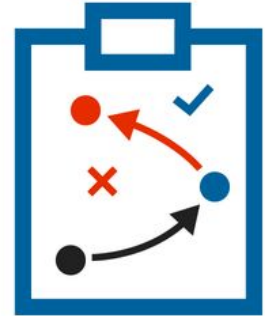
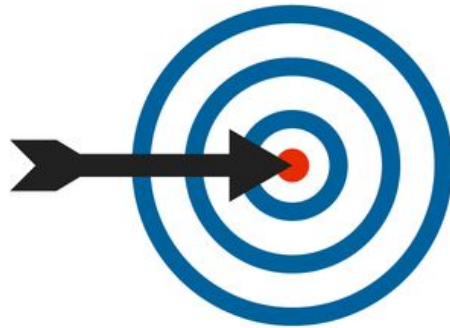
STRATEGY AND TACTICS

MẦM NON TEAM 

COMMUNICATION STRATEGY

Multimedia Communication: Using various form of media such as text, graphics, animation, podcast and video to transmit information

Using both rational and emotional appeals in producing products.



COMMUNICATION TACTICS

Various topics

Content on different topics will be provided by UNICEF for adaptation into the bulletin, dividing into topics: Home entertainment, nutrition, exercises, mental health, learning & development and other Unicef works related topics

Multimedia Communication

- **Visual:** Create distinctive key visual assets for the weekly bulletins and visual identity for promotion on social media.
- **Sound:** Besides information conveyed by text and graphic in email bulletins, weekly podcasts are produced to attract audiences by sound.

Message appeals

- **Rational appeal:** The bulletins are compiled from information of UNICEF experts and written in informational style.
- **Emotional appeals:** Emotional appeals are also applied in production. The most directed emotions are fear, pain and love



3.4

BIG IDEA

MẦM NON TEAM 

BIG IDEA

Create value exchange bulletins providing helpful resources on children's issues, such as nutrition, safe environment, learning and development for children during COVID-19, and parenting/caregiver skills.

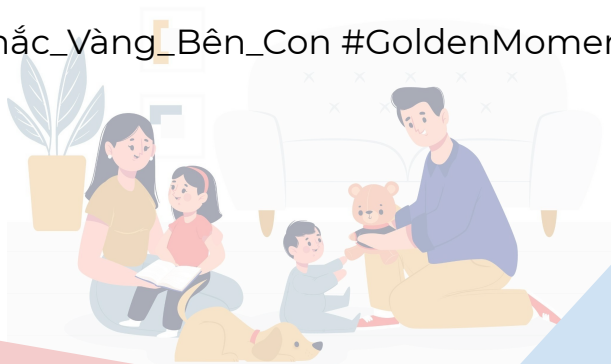
CAMPAIGN MESSAGE

“Để biến những giây phút bên con trở nên những khoảnh khắc vàng”

“Make every minute with your child a golden moment”

HASHTAG

#KKVBC #Khoảnh_Khắc_Vàng_Bên_Con #GoldenMomentwithyourchild




KEY VISUAL



KEY VISUAL

Khoảnh
khắc
Vàng
bên con

The text is rendered in a playful, hand-drawn style. 'Khoảnh' and 'khắc' are in blue, while 'Vàng' is in a large, bold yellow. 'bên con' is in blue. Decorative elements include a rainbow and clouds above 'khắc', a heart inside the 'V' of 'Vàng', and a sun below 'bên con'. A blue arrow points from 'khắc' down to 'Vàng'.



3.5

MEDIA CHANNEL

MẦM NON TEAM 

OWNED MEDIA

FACEBOOK PAGE: Posting campaign introduction post, publish media videos on Page UNICEF and run post ads to target audience. The content of the posts is concise, announcing the campaign and calling for people to click on the registration link. Users can sign up to receive email bulletins via Facebook form.

YOUTUBE CHANNEL: Posting videos and informative podcasts. Podcasts will have educational contents narrated by MC or stories shared by influencers. Contents will relate to the topic of bulletin emails.

OFFICIAL WEBSITE UNICEF VIETNAM: Posting campaign introduction post and bulletins subscription form for users.



EARNED MEDIA

INFLUENCERS:

- Family influencers
- Experienced in taking care of and teaching children
- Agree to collaborate for free with UNICEF
- Not violate UNICEF's influencers regulations: bad reputation and advertising supplements or infant formula

SUPPORTIVE PARTNERS: We will cooperate with a number of academies, organizations,... experienced in training children to provide useful information for followers.



EARNED MEDIA

GROUP FACEBOOK SHARE:

- Groups for parents to share about raising children
- Significant number of members
- High level of community engagement

WORD OF MOUTH: We encourage people to share their experiences with the project to their friends and relatives. The call to action is mentioned in the podcast.





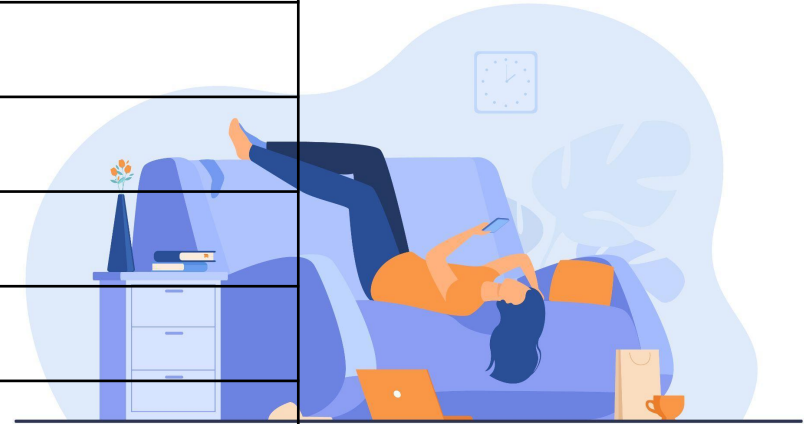
3.6

RISK MANAGEMENT

MẦM NON TEAM 

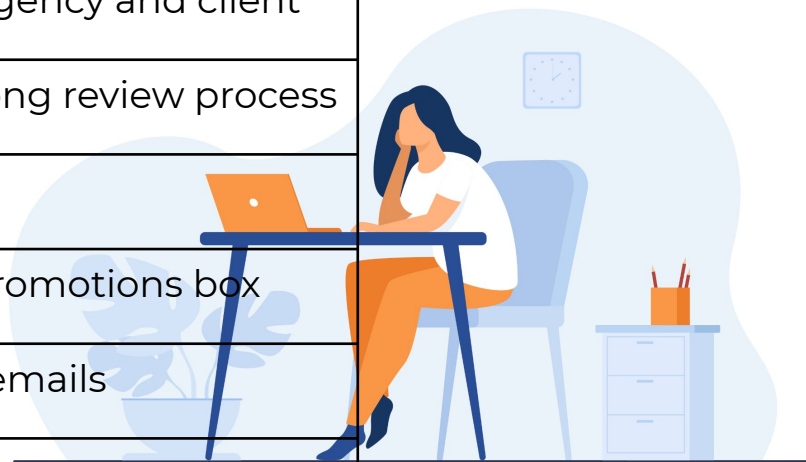
RISK MANAGEMENT

Type of risk	Problem
Force majeure	Distancing policy changing
Influencers	Scandals
	Overlapping schedules
Content	Controversial information
	Copyright
	Unsubscribing number increases



RISK MANAGEMENT

Type of risk	Problem
Work procedure	Misunderstanding between agency and client
	Low progress due to client's long review process
	Lacks of communication
Technical	Emails got misdirected into promotions box
	Some may miss one or more emails
	Links error
	Raw Video lost





3.7

ESTIMATES BUDGETS

MẦM NON TEAM 

ESTIMATES BUDGETS

Description	Amount (VND)
I. PROMOTION	
Facebook ads	500,000,000
Coordinate with influencers	0
I. CREATIVE CONCEPTION AND EXECUTION	
Graphic design (key visual + bulletins design)	30,000,000
Influencer video	50,000,000
Animation video	30,000,000
INCURRED COST (10%TOTAL)	60,000,000
VAT (10% TOTAL)	60,000,000
GRAND TOTAL	720,000,000



MÂM NON TEAM 

4

**PROJECT
IMPLEMENTATION**



4.1

OVERVIEW

MẦM NON TEAM 

TIMELINE

MONTH		SEPTEMBER				OCTOBER				NOVEMBER				DECEMBER			
WEEK		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
I	Before the campaign - Media production																
1	Key visual & Facebook ads images																
2	Video 1 - Animation																
3	Video 2 - KOLs endorse video																
II	In the campaign																
4	Weekly bulletins & podcasts																
5	Communication on Facebook																
III	After the campaign																
6	Phase 1 report																



ACTUAL BUDGET

Description	Amount (VND)
I. PROMOTION	
Facebook ads	440,000,000
Coordinate with influencers	0
I. CREATIVE CONCEPTION AND EXECUTION	
Graphic design (key visual + bulletins design)	35,000,000
Influencer video	42,000,000
Animation video	35,600,000
TOTAL	552,600,000
VAT (10% TOTAL)	55,260,000
GRAND TOTAL	607,860,000



4.2

COMMUNICATION

MẦM NON TEAM 

TIMELINE

MONTH	SEPTEMBER				OCTOBER				NOVEMBER				DECEMBER			
WEEK	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Publish animation																
Publish KOLs endorse video																
Facebook post																
Facebook ads for registration																





**INFLUENCERS
&
SUPPORTIVE PARTNERS**

SUGGESTED INFLUENCERS

Date: 29 September 2021

Dear Ms. Hà Anh Phương,

Subject: Invitation to join hands with UNICEF in support of children and families during COVID-19

I hope this finds you and your family well.

The 2021 COVID lockdown period has been really tough for us all and especially so for poorer families. In addition to supporting the delivery of vaccines, fridges, syringes and all kinds of protective gear and treatment equipment, we have been working to address the rights of children separated from their families, introducing approaches for the protection of women and children in quarantine facilities; supporting better quality and much stronger reach of digital education – just to name a few areas that are keeping us very busy.

But we want to do more to better support all the parents and caregivers who remain at home – and we would love you to join us in this work. The goal is to give parents ideas, tools, activities and support as they try to positively embrace the challenges of lockdown; of on-line learning, of managing their children's isolation and fears while managing their own stress and uncertainty created by this pandemic. In the 'Golden Moments with your child' campaign, we will invite people to become 'Friends of UNICEF'. Friends will benefit from a weekly bulletin filled with helpful information, ideas and resources designed for parents to enjoy with their children.

It will help parents nurture the happy family environment that we are all working so hard to maintain and give ideas and approaches that seek to ensure there is no long-term impact of this pandemic on children's bonding, learning and development. Will you join us to uplift and fuel the energy of parents during this challenging time?

UNICEF would like to ask for your support in the form of collaboration on messaging and digital assets and any other ideas that you have. Your positive example and trusted voice are more important for our community than ever before. Therefore, we look forward to your partnership with us.

Thank you for your consideration.

Sincerely,



Vivien Maidaborn
Resource Mobilization Manager

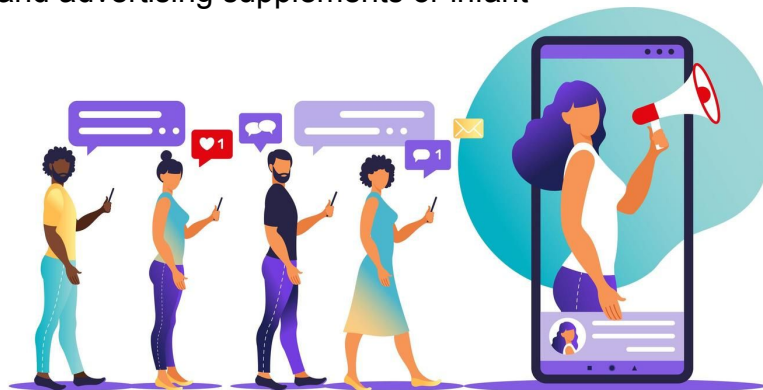
Active in more than 190 countries and territories through country programmes and National Committees.
We are UNICEF, the United Nations Children's Fund.

UNICEF Viet Nam, Green One UN House, 304 Kim Ma, Ba Dinh District, Ha Noi, Viet Nam
Tel: (+84 4) 3 850 0100, Fax: (+84 4) 3 726 5520, Email: hanoi.registry@unicef.org Web: <http://www.unicef.org/vietnam>
Follow us on: www.facebook.com/unicefvietnam | https://twitter.com/UNICEF_vietnam | https://www.instagram.com/unicef_vietnam/

Invitation letter from UNICEF

Criteria:

- Family influencers
- Experienced in taking care of and teaching children
- Agree to collaborate for free with UNICEF
- Not violate UNICEF's influencers regulations: bad reputation and advertising supplements or infant formula



SUGGESTED INFLUENCERS

MC Trang Moon



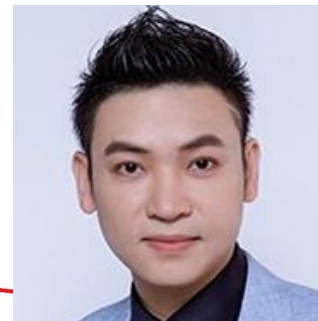
Hana Giang Anh

Hà Ánh Phương



Nguyễn Diệp Chi

Thanh Bùi



Duy Khoa

Bảo Thanh



ACTUAL INFLUENCERS



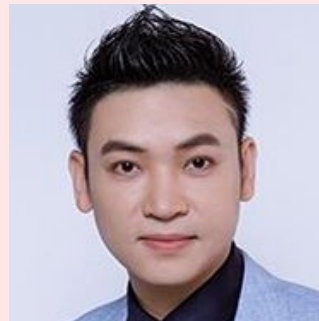
MC Trang Moon

Hana Giang Anh



Thanh Bùi

Duy Khoa



Bảo Thanh

SUPPORTIVE PARTNERS



STEAM for VIETNAM



Soul Music & Performing Arts
Academy





FACEBOOK ADS

FACEBOOK ADS

4 advertising designs



Facebook Ads: Approached 5,2 million people in 16 days with a total click and subscribe are 11,864 leads





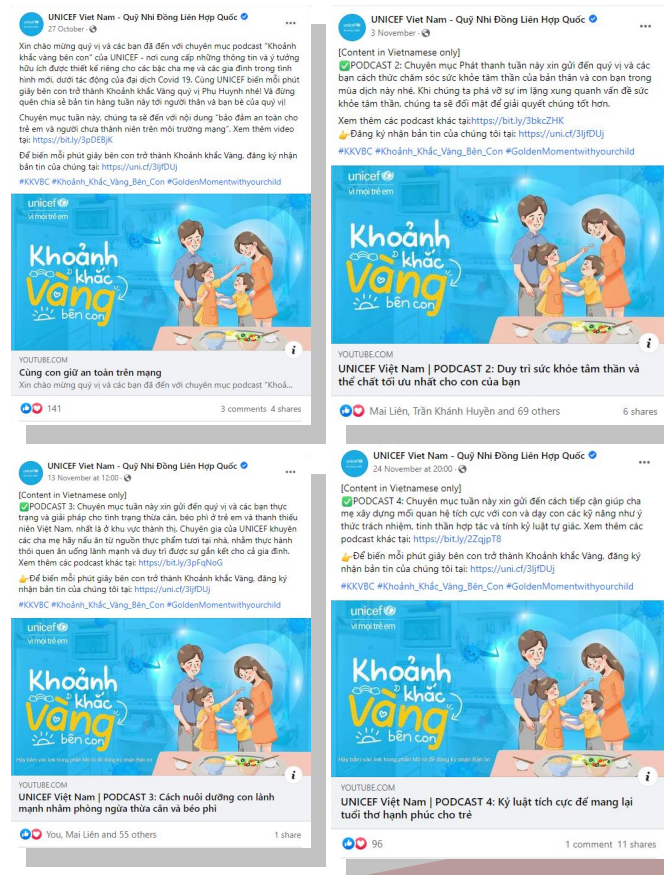
FACEBOOK POST

FACEBOOK POST



Introduction post

attract about 50-150 reactions



Facebook posts sharing podcasts

FACEBOOK POST



UNICEF Viet Nam - Quỹ Nhi Đồng Liên Hợp Quốc

28 November at 20:00

[English below] Tất cả chúng ta đều muốn những gì tốt nhất cho con mình, nhưng làm cha mẹ không phải lúc nào cũng dễ dàng trong bối cảnh đại dịch COVID. Tham gia cùng UNICEF để biến mỗi giây phút bên con trở thành những Khoảnh Khắc Vàng cho sự phát triển tối ưu của trẻ!

Bạn hãy đăng ký nhận bản tin kỹ năng làm cha mẹ hàng tuần từ UNICEF ngay hôm nay nhé: <https://uni.cf/3ljfDUj>

We all want what's best for our children, but being a parent isn't always eas... See more



362

38 comments 146 shares



UNICEF Viet Nam - Quỹ Nhi Đồng Liên Hợp Quốc

9 December at 12:00

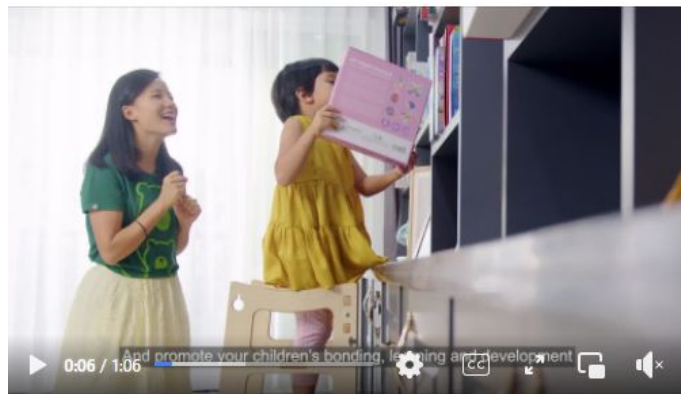
Làm cha mẹ, bạn có thể làm được rất nhiều điều để tăng cường sự gắn kết, khả năng học tập và sự phát triển toàn diện của con trẻ.

MC Minh Trang và nhiều cha mẹ khác đã đồng hành cùng UNICEF trên hành trình làm cha mẹ. Còn bạn thì sao? Đăng ký để nhận các bí quyết và kỹ năng làm cha mẹ ngay bạn nhé: <https://uni.cf/3ljfDUj>

There's a lot that you can do as a parent to promote your child's bonding, learning and development.

MC Minh Trang and many parents have joined with UNICEF in their parenting journey. What about you?

Sign up now to receive our parenting bulletin <https://uni.cf/3ljfDUj>



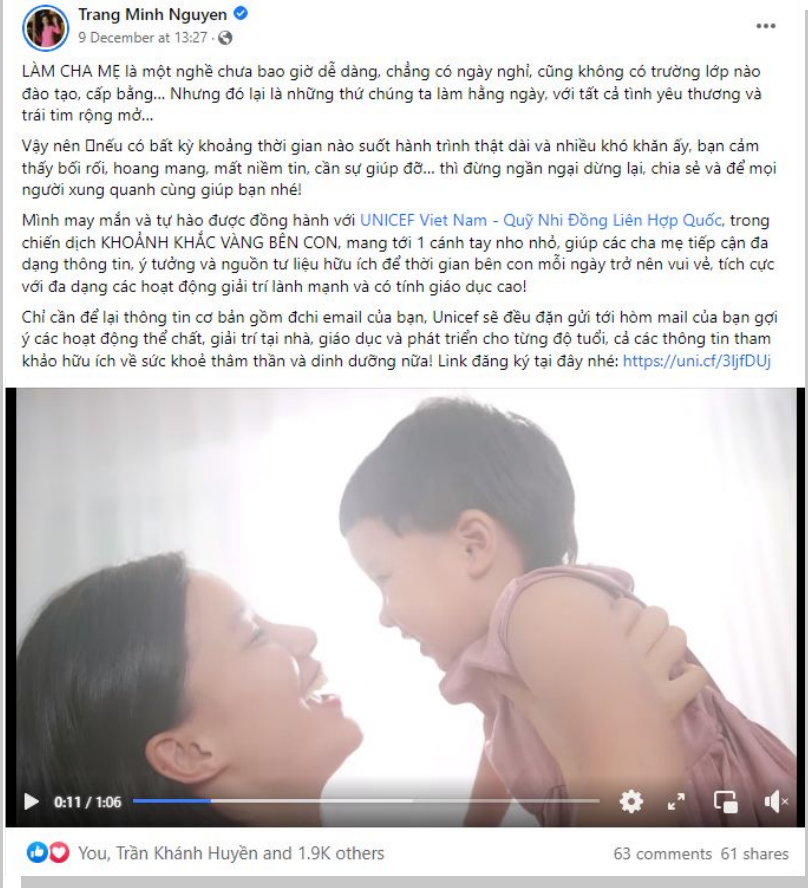
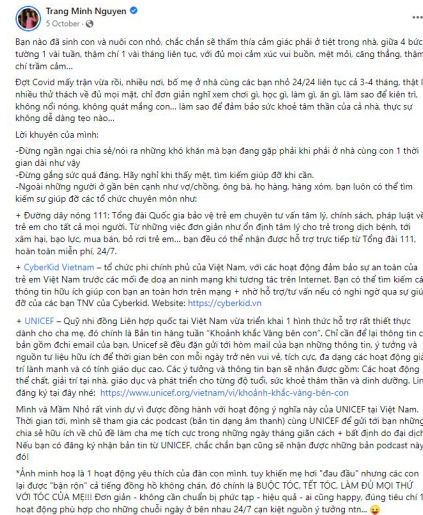
509

30 comments 109 shares



EARNED MEDIA

...
lớp nào
u thương và



FACEBOOK PAGES, GROUPS AND WEBSITE

Facebook pages, groups and websites that shared information about the projects mainly belonged to schools and education centres or parenting groups. These posts can be divided into 2 types: introduction posts and bulletin reupload posts.



Facebook post interface showing a video titled "Khoảnh khắc vàng bên con" (Golden Moments with Children) shared by UNICEF VIET NAM. The post includes a video player, a description in Vietnamese and English, and engagement metrics.

Thứ 5, 02/12/2021 | 12:01

Khoảnh khắc vàng bên con

Chia sẻ Like 11 Share Đọc bài Lưu

Tin tức mới nhất

- Bản tin chất lượng không khí Hà Nội sáng 14/12
- Bản tin chất lượng không khí Hà Nội sáng 13/12
- Bản tin chất lượng không khí Hà Nội sáng 12/12
- Bản tin chất lượng không khí Hà Nội sáng 11/12

Liên kết website

--- Chọn liên kết ---

Thông kê truy cập

Hôm nay :	78
Hôm qua :	218
Tháng trước :	3.134

Nguồn: UNICEF VIET NAM - Quỹ nhi đồng liên hợp quốc

[English below] Tất cả chúng ta đều muốn những gì tốt nhất cho con mình, nhưng làm cha mẹ không phải lúc nào cũng dễ dàng trong bối cảnh đại dịch COVID. Tham gia cùng UNICEF để biến mỗi giây phút bên con trở thành những Khoảnh Khắc Vàng cho sự phát triển tối ưu của trẻ!

We all want what's best for our children, but being a parent isn't always easy in the context of the pandemic. Join UNICEF today to find best ways to make every minute with your child a Golden Moment for their optimal development!

Tổng số điểm của bài viết là: 0 trong 0 đánh giá

Click để đánh giá bài viết



FACEBOOK PAGES, GROUPS AND WEBSITE

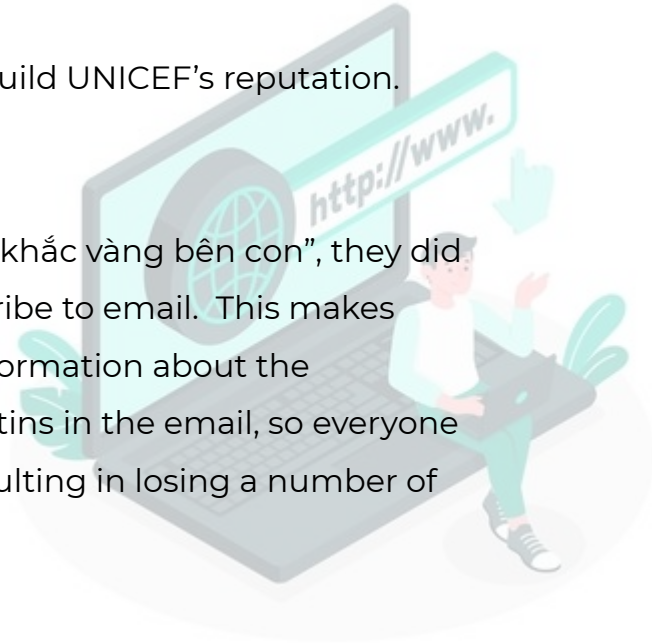
Benefits:

Help spreading the knowledge wider to parents, this assists UNICEF achieving the humanistic target.

It still spreads the message of the information's source, helping to build UNICEF's reputation.

Theads:

Although those posts did credit UNICEF with the keyword “Khoảnh khắc vàng bên con”, they did not fully introduce the organization and did not show how to subscribe to email. This makes people only know the source is from UNICEF but did not get the information about the campaign. Moreover, these posts copied all the contents from bulletins in the email, so everyone will only read those posts but do not want to subscribe to email, resulting in losing a number of potential leads.





COMMUNICATION METRICS

COMMUNICATION METRICS

The number of page likes has increased by **54.299** (from 451.824 to 506.123)

unicef for every child
UNICEF Viet Nam - Quỹ Nhi Đồng Liên Hợp Quốc
@unicefvietnam · Non-profit organisation

Home About Events Photos More ▾

About See all

304 Kim Mã Hanoi, Vietnam 1000

NGOC KHANH

UNICEF is the world's leading organisation protecting children's rights. Find out about our work in Viet Nam and how you can get involved.

451,824 people like this, including 24 of your friends

497,368 people follow this

UNICEF Viet Nam - Quỹ Nhi Đồng Liên Hợp Quốc 10 hrs ·

[English below]
Làm thế nào để có thể hỗ trợ về mặt tinh thần cho một em bé mất người thân trong đại dịch COVID-19?
Cùng xem một số hướng dẫn hữu ích từ Nhà tâm lý học và chuyên gia phát triển trẻ em, Tiến sĩ Lisa Damour.... See more

Con cái để tang cha mẹ thường rất cô đơn và nhớ cha mẹ của họ một cách kinh khủng

unicef for every child
UNICEF Viet Nam - Quỹ Nhi Đồng Liên Hợp Quốc
@unicefvietnam · Tổ chức phi lợi nhuận

Trang chủ Giới thiệu Sự kiện Ảnh Xem thêm ▾

Giới thiệu Xem tất cả

304 Kim Mã Hà Nội 1 000

BA DINH

NGOC KHANH

UNICEF is the world's leading organisation protecting children's rights. Find out about our work in Viet Nam and how you can get involved.

506.123 người thích, trong đó có 15 người là bạn của bạn

552.634 người theo dõi Trang này

UNICEF Viet Nam - Quỹ Nhi Đồng Liên Hợp Quốc 4 giờ ·

[English below] Điều tra các mục tiêu PTBV về trẻ em và phụ nữ Việt Nam (SDGCW Việt Nam) đã thể hiện được bức tranh toàn cảnh về mọi khía cạnh trong cuộc sống của trẻ em và phụ nữ, trong đó có một số lĩnh vực lần đầu được thống kê tại Việt Nam.
Để tìm hiểu chi tiết, mời các bạn cùng theo dõi video!
Đọc ngay kết quả điều tra và tóm tắt số liệu tại: <https://uni.cf/3DwUHYN>

The SDGCW survey presents a comprehensive picture of all aspects of the lives of children, inclu... Xem thêm

CHĂM SÓC SAU SINH

Giai đoạn Sơ sinh - 5 tuổi





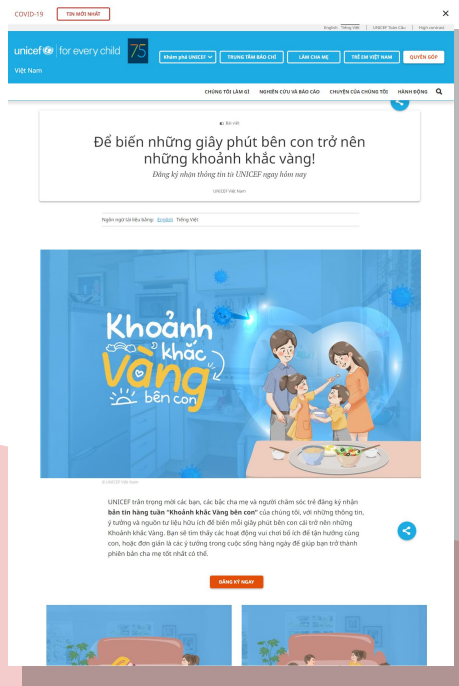
4.3

WEBSITE POST

MẦM NON TEAM 

WEBSITE POST

Publish an article detailing the project with a registration link on the official website of UNICEF Viet Nam.



The registration form is titled 'Khoảnh khắc Vàng' and features an illustration of a family (father, mother, and two children) sitting around a table, eating and talking. The form includes the following fields:

- Email ***: A text input field for the user's email address.
- Họ ***: A text input field for the user's last name.
- Tên ***: A text input field for the user's first name.
- Giới tính ***: A dropdown menu with options for 'Giới tính' (Gender).
- Số điện thoại (tùy chọn)**: A text input field for the user's phone number, with a '+84' prefix.

At the bottom right of the form is a blue button labeled 'Đăng ký' (Register).



4.4

EMAIL BULLETIN

MẦM NON TEAM 



WELCOME EMAIL

WELCOME EMAIL

Bạn đã đăng ký thành công Bản tin "Khoảnh khắc Vàng bên con"! Inbox x



UNICEF Vietnam <Vietnam@mail.unicef.org>
to me ▾

Tue, Sep 28, 11:32 AM



Xin cảm ơn bạn đã đăng ký nhận bản tin từ chúng tôi.



Thân gửi Hương

Cảm ơn bạn đã đăng ký nhận "Bản tin Khoảnh khắc Vàng bên con" của chúng tôi. Từ bây giờ, bạn sẽ nhận được **bản tin hàng tuần** về các mẹo nuôi dạy con cái trong mùa dịch Covid-19 để mỗi phút bên con là một Khoảnh khắc Vàng, với **5 chủ đề chính**:





BULLETINS

CONTENT PLAN

September				Week 1 (30/9)
				Online learning support from parents and online safety.
October	Week 2 (7/10)	Week 3 (14/10)	Week 4 (21/10)	Week 5 (28/10)
	How to control your stress in parenting during the pandemic?	Healthy Eating Habits.	Dealing with children's inappropriate behavior.	Physical activities and exercise for different ages of children.
November	Week 6 (4/11)	Week 7 (11/11)	Week 8 (18/11)	Week 9 (25/11)
	How to talk appropriately with your child on COVID news?	STEAM for every child	World Children's Day (20/11) - Introduce the reader-friendly Convention on the rights of the Child.	Integrated Early Childhood Development.
December	Week 10 (2/12)			
	Role of the father in raising happy children.			

WEEKLY BULLETINS

Bulletins contents will follow the content plan above and add some images to illustrate the contents



Bản tin "Khoảnh khắc Vàng bên con" - Cùng con học và giữ an toàn trên mạng

UNICEF Vietnam: unicefvietnam@unicef.org.vn

Thứ, 26/12/2020 14:04 PM

Chào mừng bạn đến với bản tin hàng tuần của UNICEF!

CÙNG CON HỌC VÀ GIỮ AN TOÀN TRÊN MẠNG

Mùa tựu trường năm này đang bắt đầu khi dịch COVID-19 có thể khiến các bậc cha mẹ cảm thấy băn khoăn và lo lắng. Những tình huống sau đây đều đã được trình bày qua màn hình trực tuyến ở nhiều địa phương suốt một thời gian qua. Vậy con của bạn có thể gặp vấn đề nào mà khiến bạn lo lắng? Con bạn học trực tuyến có khó không? Hãy cùng UNICEF hỗ trợ các con và xây dựng môi trường học tập trực tuyến hiệu quả cho con bằng các mẹo sau đây nhé!

Cảm ơn các mẹ đã đọc!

1. TẠO MÔI TRƯỜNG HỌC THOẢI MÁI & AN TOÀN

✓ **Đối với trẻ dưới 5 tuổi:** Cha mẹ hãy tạo ra môi trường học mà chơi, chơi mà học.

- Tạo môi trường học mà chơi cho trẻ nhỏ
 - Đặt ghế cao bên ghế sofa để trẻ có thể nhìn thấy màn hình của cha mẹ
 - Trẻ nhỏ học trực tuyến nên có sự hỗ trợ của cha mẹ, cha mẹ nên ngồi cạnh trẻ, cùng trẻ học và chơi cùng trẻ
 - Trẻ nhỏ học trực tuyến nên có sự hỗ trợ của cha mẹ, cha mẹ nên ngồi cạnh trẻ, cùng trẻ học và chơi cùng trẻ

✓ **Đối với trẻ từ 5 tuổi trở lên:** Cha mẹ hãy tạo ra môi trường học mà chơi, chơi mà học.

- Đảm bảo độ an toàn khi trẻ học trực tuyến
 - Đảm bảo độ an toàn khi trẻ học trực tuyến
 - Đảm bảo độ an toàn khi trẻ học trực tuyến
- Đảm bảo an toàn điện
 - Đảm bảo an toàn điện
 - Đảm bảo an toàn điện
- Ánh sáng
 - Ánh sáng phải đủ để trẻ nhìn thấy màn hình
 - Chấn chỉnh độ ánh sáng màn hình để trẻ không bị chói mắt
 - Đảm bảo độ an toàn khi trẻ học trực tuyến
- Kiểm tra kết nối mạng và các thiết bị học tập
 - Kiểm tra kết nối mạng và các thiết bị học tập
 - Kiểm tra kết nối mạng và các thiết bị học tập

Làm thế nào để kiểm soát và tăng cường khả năng chăm sóc con mùa dịch?

UNICEF Vietnam: unicefvietnam@unicef.org.vn

Thứ, 26/12/2020 14:04 PM

CHào MỪNG BẠN ĐẾN VỚI BẢN TIN HÀNG TUẦN CỦA CÁC NGƯỜI MANG LẠI CHỖ NƠI

Chúng ta đều hiểu rằng con em chúng ta đang sống trong thời kỳ dịch COVID-19 và việc giữ an toàn cho con em chúng ta là điều quan trọng nhất. Tuy nhiên, việc làm thế nào để giữ an toàn cho con em chúng ta là điều quan trọng nhất. Tuy nhiên, việc làm thế nào để giữ an toàn cho con em chúng ta là điều quan trọng nhất.

Cảm ơn các mẹ đã đọc!

✓ **Đối với trẻ dưới 5 tuổi:** Cha mẹ hãy tạo ra môi trường học mà chơi, chơi mà học.

- Tạo môi trường học mà chơi cho trẻ nhỏ
 - Đặt ghế cao bên ghế sofa để trẻ có thể nhìn thấy màn hình của cha mẹ
 - Trẻ nhỏ học trực tuyến nên có sự hỗ trợ của cha mẹ, cha mẹ nên ngồi cạnh trẻ, cùng trẻ học và chơi cùng trẻ
 - Trẻ nhỏ học trực tuyến nên có sự hỗ trợ của cha mẹ, cha mẹ nên ngồi cạnh trẻ, cùng trẻ học và chơi cùng trẻ

✓ **Đối với trẻ từ 5 tuổi trở lên:** Cha mẹ hãy tạo ra môi trường học mà chơi, chơi mà học.

- Đảm bảo độ an toàn khi trẻ học trực tuyến
 - Đảm bảo độ an toàn khi trẻ học trực tuyến
 - Đảm bảo độ an toàn khi trẻ học trực tuyến
- Đảm bảo an toàn điện
 - Đảm bảo an toàn điện
 - Đảm bảo an toàn điện
- Ánh sáng
 - Ánh sáng phải đủ để trẻ nhìn thấy màn hình
 - Chấn chỉnh độ ánh sáng màn hình để trẻ không bị chói mắt
 - Đảm bảo độ an toàn khi trẻ học trực tuyến
- Kiểm tra kết nối mạng và các thiết bị học tập
 - Kiểm tra kết nối mạng và các thiết bị học tập
 - Kiểm tra kết nối mạng và các thiết bị học tập

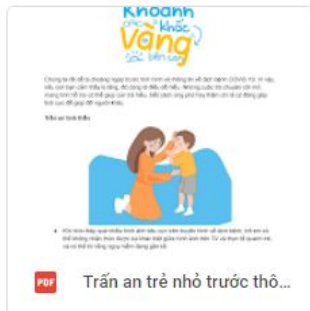
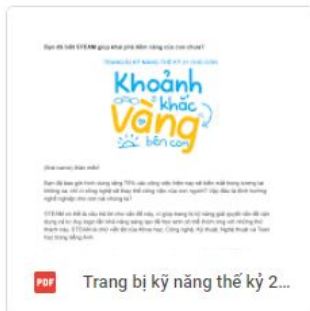
BULLETINS LIBRARY

Shared with me > Thư viện bản tin UNICEF



Files

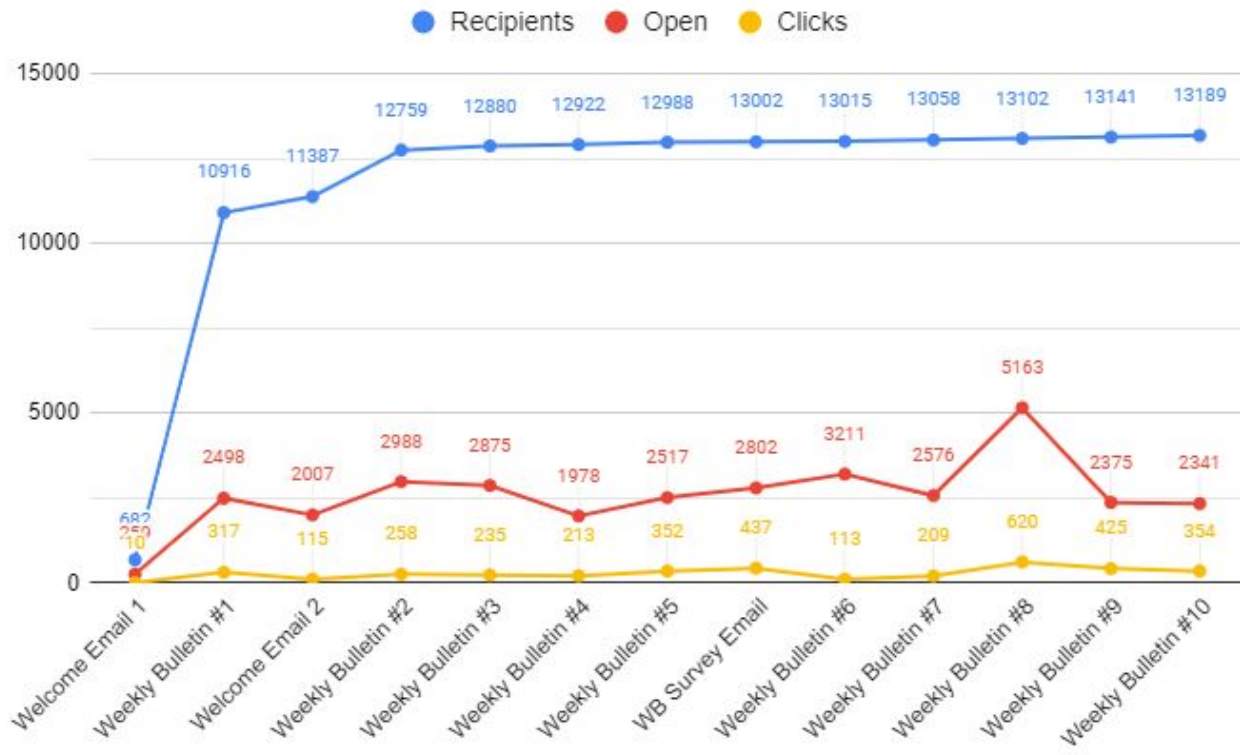
Last modified ↓





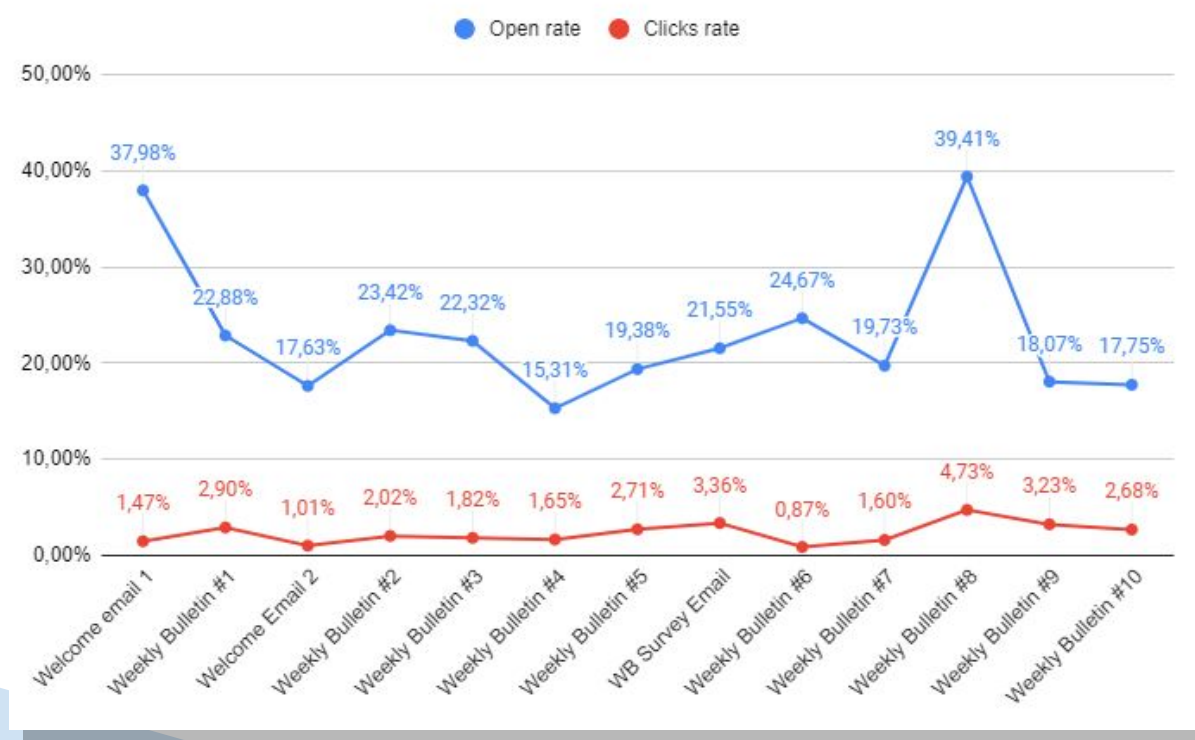
EMAIL RESULT

EMAIL RESULT



Number of weekly lead, email opening and link clicking in email chart

EMAIL RESULT



Email opening and link clicking in email percentage per total lead



4.5

PODCAST

MẦM NON TEAM 

CONTENT PLAN

Week	Published date	Topic	Featuring
1	30/09/2021	Podcast 1: Online learning safety	N/A
2	07/10/2021	Podcast 2: How to care for your children's mental health	N/A
3	14/10/2021	Podcast 3: How to raise healthy children to prevent overweight and obesity	N/A
4	21/10/2021	Podcast 4: Positive discipline for a happy childhood of your child	N/A
5	28/10/2021	Video: Workout with pop music	Hana Giang Anh
6		Previously produced video from UNICEF	
7	11/11/2021	Podcast 5: 21st century skills and career orientation for children	STEAM for Vietnam
8		Previously produced video from UNICEF	
9	25/11/2021	Podcast 6: Creative education	Thanh Bùi
10	2/12/2021	Podcast 7: Raising children during the pandemic	Duy Khoa



PRODUCTS

Bulletins usually provide a link to podcast or video related to the weekly topic.

There are 8 episodes produced in total, in which, 3 episodes featuring influencers, 1 associated with a supportive partner.



UNICEF Việt Nam | PODCAST
1: Cùng con giữ an toàn trên...
580 views • 2 months ago



UNICEF Việt Nam | PODCAST
2: Duy trì sức khỏe tâm thần...
439 views • 2 months ago



UNICEF Việt Nam | PODCAST
3: Cách nuôi dưỡng con lành...
359 views • 1 month ago



UNICEF Việt Nam | PODCAST
4: Kỹ luật tích cực để mang...
433 views • 1 month ago



PODCAST 5: Trang bị kỹ năng
thể kỷ 21 và định hướng ng...
1K views • 4 weeks ago



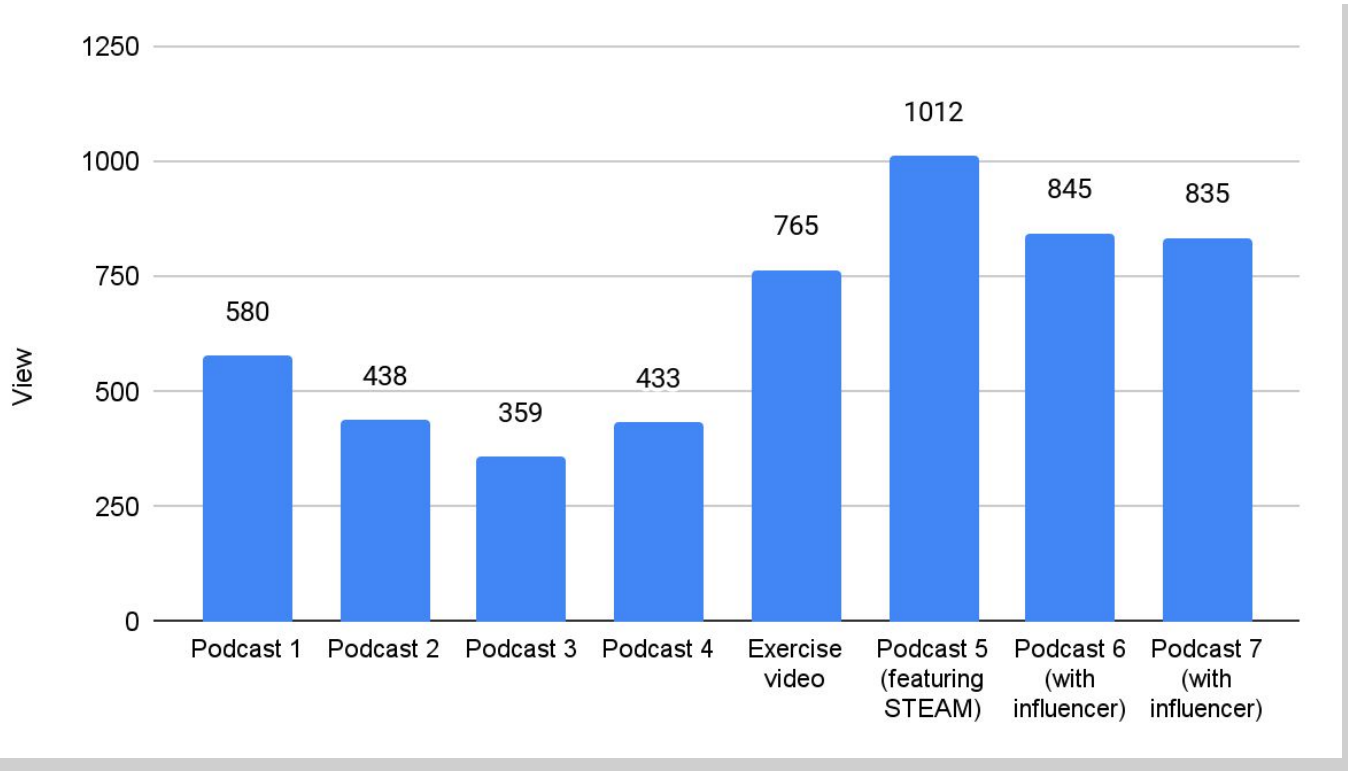
PODCAST 6: Giáo dục sáng
tạo cho trẻ trong tầm tay củ...
845 views • 2 weeks ago




PODCAST 7: Nuôi dạy con
trong mùa dịch - Chia sẻ từ...
836 views • 7 days ago



RESULT







4.6

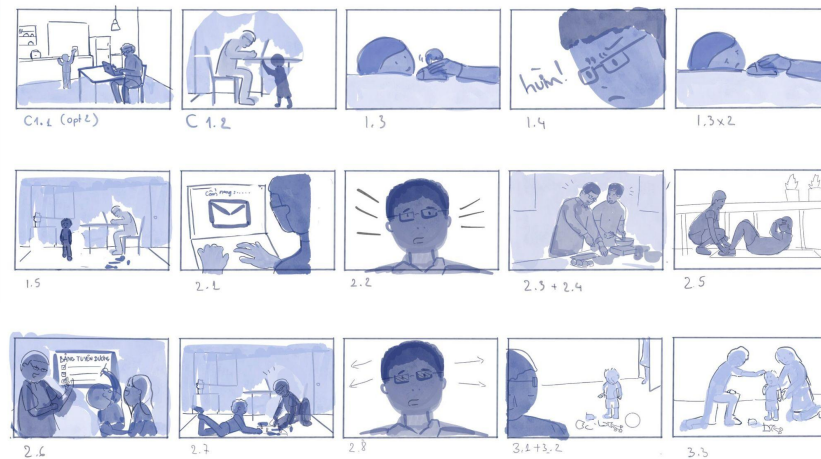
ANIMATED TVC

MẦM NON TEAM 

SCRIPT & STORYBOARD

- Video: Giới thiệu cảm nang Khoảnh khắc vàng
- Thời lượng: ~30s

	Cảnh	Thời lượng	Hình ảnh mô tả		Lưu ý phân cảnh
			Nội dung	Hình ảnh	
1	1.1		Toàn cảnh người bố đang ngồi sử dụng máy tính trên bàn làm việc, và đứa con thì đang chơi một mình.		
	1.2		Đứa trẻ trở nên chán nản và chạy lại chỗ bố ngồi, tỏ ý muốn bỏ cùng chơi với mình.		



VIDEO

6.5k views with **362** reactions, **38** comments and **146** shares

UNICEF Viet Nam - Quỹ Nhi Đồng Liên Hợp Quốc
28 November at 20:00 · 🌐

Khoảnh khắc vàng bên con

[English below] Tất cả chúng ta đều muốn những gì tốt nhất cho con mình, nhưng làm cha mẹ không phải lúc nào cũng dễ dàng trong bối cảnh đại dịch COVID. Tham gia cùng UNICEF để biến mỗi giây phút bên con trở thành những Khoảnh Khắc Vàng cho sự phát triển tối ưu của trẻ!

Bạn hãy đăng ký nhận bản tin kỹ năng làm cha mẹ hàng tuần từ UNICEF ngay hôm nay nhé:
<https://uni.cf/3ljfDUj>

We all want what's best for our children, but being a parent isn't always easy in the context of the pandemic. Join UNICEF today to find best ways to make every minute with your child a Golden Moment for their optimal development!

Sign up for our parenting skill bulletin today at
[See less](#)

👍❤️ 362 38 comments 6.5K views

Love Comment Share

Up next

KHÔNG CÓ SỐ TIỀN NÀO BÙ ĐƯỢC SỰ "TRÁ TẮN" ĐÓ?
Vietcetera
a year ago · 2M views

Hà Anh Tuấn - Bỏ để được sai mình, ung...
Vietcetera
a year ago · 2M views



4.7

INFLUENCER TVC

MẦM NON TEAM 

SCRIPT

- Video: Giới thiệu cẩm nang Khoảnh khắc vàng
- Thời lượng:


Cảnh	Hình ảnh mô tả		Lưu ý phân cảnh
	Nội dung	Thoại	
1	Lần lượt trình chiếu những hình ảnh cả gia đình cùng chơi đùa vui vẻ với nhau tại nhà: cùng nấu ăn, tập thể dục, chơi trò chơi,...	Ngắm nhìn con trẻ lớn lên là 1 trải nghiệm tuyệt vời. Là cha mẹ, bạn có thể làm được rất nhiều điều để hỗ trợ con mình	
2	Chuyển cảnh cả gia đình ngồi trước camera, người bố và người mẹ lần lượt chia sẻ những khó khăn mà hai người gặp phải trong quá trình chăm sóc con mùa giãn cách Covid.	Và tăng cường sự gắn kết, khả năng học tập và sự phát triển toàn diện của con trẻ	
3	Người bố/người mẹ chia sẻ về việc được giới thiệu về Cẩm nang: Khoảnh khắc vàng bên con của UNICEF cũng như trải nghiệm khi áp dụng những tips từ các bản tin vào cuộc sống thường ngày.	UNICEF biết rõ con bạn cần gì để phát triển khỏe mạnh và hạnh phúc. UNICEF cũng hiểu rằng làm cha mẹ đôi khi là công việc khó khăn nhất trên đời.	
4	Cả gia đình kể về những thay đổi tích cực đã đạt được sau khi áp dụng các bài học từ Cẩm nang của UNICEF.	Vì vậy, tôi đã tham gia cùng UNICEF và nhiều cha mẹ khác để học hỏi kinh nghiệm từ các chuyên gia hàng đầu về nuôi dạy con cái, và nhiều kiến thức khác. Còn bạn thì sao?	
5	Gia đình cũng kêu gọi mọi người tham gia đăng ký nhận tin bài từ Cẩm nang: Khoảnh khắc vàng bên con của UNICEF. Đưa trẻ đọc to key message của chiến dịch với giọng điệu hào hứng và thích thú, cả gia đình cùng cười tươi và vẫy tay tạm biệt.	Để biến mỗi phút giây bên con trở thành những khoảnh khắc vàng, bạn hãy đăng ký nhận bản tin từ UNICEF ngay nhé!	

VIDEO

UNICEF's Page: 4.8k views with 509 reactions, 30 comments and 109 shares

MC Trang Moon's Page: 19k views with 1.9k reactions, 64 comments and 63 shares

Total: more than **23.5k** views, **2.4k** reactions, **94** comments and **172** shares



Facebook video player interface showing a video of a smiling child. The video has a subtitle: "Watching your children grow up is a magical experience". The video is from UNICEF Viet Nam - Quỹ Nhi Đồng Liên Hợp Quốc, posted on 9 December at 12:00. The video title is "Hành trình làm cha mẹ - MC Minh Trang". The video has 509 reactions, 30 comments, and 4.5K views. The video content includes text about parenting and a link to a parenting bulletin.

UNICEF Viet Nam - Quỹ Nhi Đồng Liên Hợp Quốc
9 December at 12:00 · 🌐

Hành trình làm cha mẹ - MC Minh Trang

Làm cha mẹ, bạn có thể làm được rất nhiều điều để tăng cường sự gắn kết, khả năng học tập và sự phát triển toàn diện của con trẻ.

MC Minh Trang và nhiều cha mẹ khác đã đồng hành cùng UNICEF trên hành trình làm cha mẹ. Còn bạn thì sao? Đăng ký để nhận các bí quyết và kỹ năng làm cha mẹ ngay bạn nhé: <https://uni.cf/3lfDUj>

There's a lot that you can do as a parent to promote your child's bonding, learning and development. MC Minh Trang and many parents have joined with UNICEF in their parenting journey. What about you? Sign up now to receive our parenting bulletin <https://uni.cf/3lfDUj>

See less

👍❤️ 509 30 comments · 4.5K views

👍 Love 💬 Comment ➦ Share 🌑

Up next

Những vấn đề lớn cần những giải pháp lớn. UNICEF Viet Nam - Quỹ ...
6 hours ago · 1.1M views


Làm Cha mẹ trong Phát ...



MÂM NON TEAM 

5


**POST-LAUNCH
PROJECT & REFLECT**




5.1

AUDIENCES' FEEDBACK

SURVEY





Khoảnh khắc Vàng bên con



Đánh giá Bản tin Khoảnh khắc Vàng bên con!

Chúng tôi trân trọng mọi ý kiến của bạn và luôn nỗ lực hành động vì mọi trẻ em Việt Nam. Hãy giúp chúng tôi cải thiện để đem lại trải nghiệm tuyệt vời hơn cho bạn và gia đình nhé!

 giangngocanh278@gmail.com (not shared) [Switch accounts](#) 

*Required

1. Trải nghiệm vừa qua của bạn với chúng tôi như thế nào? *

☐ Như tôi kỳ vọng

☐ Hơn cả tôi kỳ vọng

☐ Không được như tôi kỳ vọng

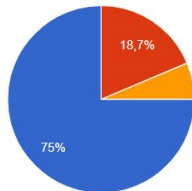


At the 5th week of the campaign, we sent email for feedback of subscribers about the bulletins they received so that there will be appropriate improvements for the following bulletins

SURVEY

1. Trải nghiệm vừa qua của bạn với chúng tôi như thế nào?

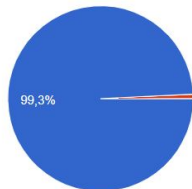
268 câu trả lời



- Như tôi kỳ vọng
- Hơn cả tôi kỳ vọng
- Không được như tôi kỳ vọng

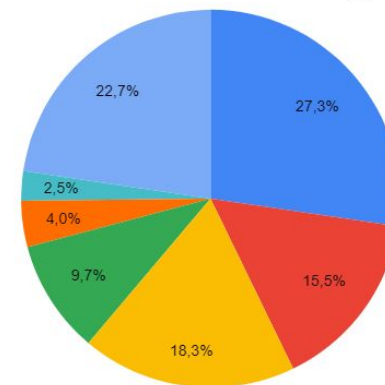
3. Chiến dịch của chúng tôi có hữu ích với bạn không?

268 câu trả lời



- Có
- Không

5. Bạn muốn nhận thêm bản tin về nội dung gì?

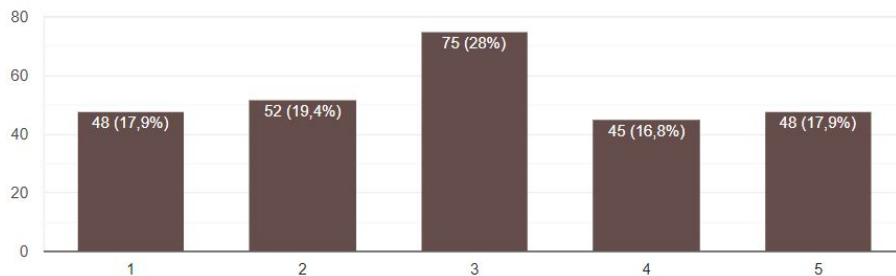


- Education and development
- Mental health
- Physical training and nutrition
- Life skills and tips to be friends with children
- Sex education
- Entertainment
- Other

SURVEY

6. Mức độ chia sẻ Bản tin của bạn đến người thân và bạn bè như thế nào?

268 câu trả lời



Overall, audiences' feedback about the bulletins are all positive. Most of them said that their experience with the bulletins met their expectations. Contents of education and development got a lot of attention from parents. The frequency of parents sharing bulletins to others is at the medium level.

SOCIAL LISTENING

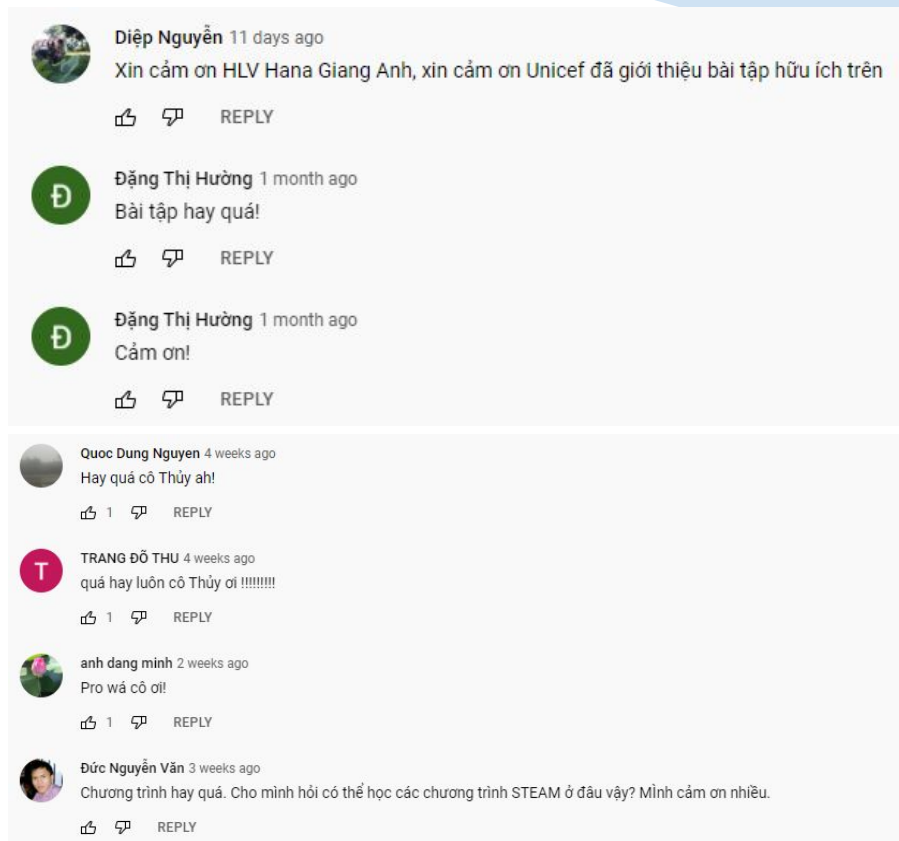
Facebook



A screenshot of a Facebook comment thread on a dark background. The comments are from various users, some marked as 'Top fan'. The comments are as follows:

- Nguyễn Linh Chi**: các bé xinh yêu quá !
Like · Reply · 1 d
- Nguyễn Trọng Tiến** (Top fan): Chương trình rất ý nghĩa! ❤️
Like · Reply · 1 d
- Thu Huong Pham**: ❤️❤️❤️❤️
Like · Reply · 1 d
- Liều Linh Chi**: Quá tuyệt vời luôn
Like · Reply · 2 d
- Nguyễn Chính**: Chuẩn luôn
Like · Reply · 1 d
- Giàu Cảm Xúc** (Top fan): 1 chia sẻ rất bổ ích cho các bậc phụ huynh
Like · Reply · 2 d
- Pha Le**: Quá tuyệt vời em ơi
Like · Reply · 11 h

YouTube



A screenshot of a YouTube comment thread. The comments are as follows:

- Diệp Nguyễn** (11 days ago): Xin cảm ơn HLV Hana Giang Anh, xin cảm ơn Unicef đã giới thiệu bài tập hữu ích trên
👍 🔄 REPLY
- Đặng Thị Hường** (1 month ago): Bài tập hay quá!
👍 🔄 REPLY
- Đặng Thị Hường** (1 month ago): Cảm ơn!
👍 🔄 REPLY
- Quoc Dung Nguyen** (4 weeks ago): Hay quá cô Thủy ah!
👍 1 🔄 REPLY
- TRANG ĐỒ THU** (4 weeks ago): quá hay luôn cô Thủy ơi !!!!!!!
👍 1 🔄 REPLY
- anh dang minh** (2 weeks ago): Pro wá cô ơi!
👍 1 🔄 REPLY
- Đức Nguyễn Văn** (3 weeks ago): Chương trình hay quá. Cho mình hỏi có thể học các chương trình STEAM ở đâu vậy? Mình cảm ơn nhiều.
👍 🔄 REPLY



5.2

PROJECT EVALUATION



OVERVIEW

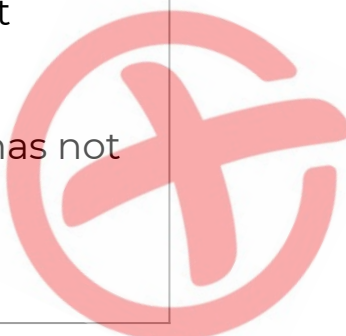
POSITIVE & NEGATIVE POINTS



Positive

- Received many responses believing that the bulletins were very helpful
- Low unsubscribe rate
- Actual cost is much lower than the estimated

Negative

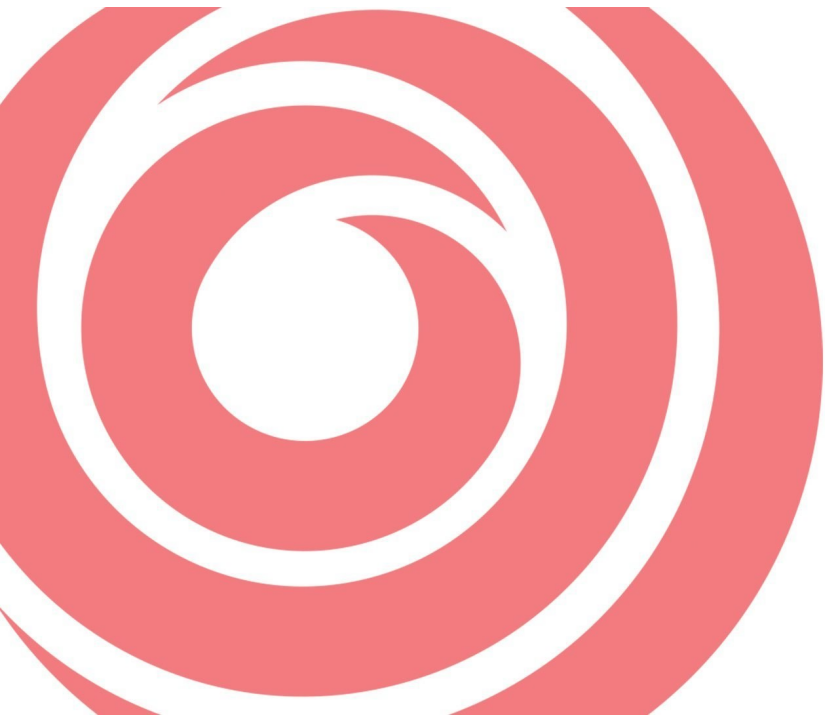
- The plan is not optimized for cost and efficiency
 - Bulletins' contents are quite common
 - Social media posts almost showed no efficiency
 - Email sending schedule has not been synchronized
- 



PROBLEMS

- Social distancing ended earlier than expected, which resulted in an urgent change in content plan and content direction. Content from parenting during the pandemic has been changed to post-pandemic parenting and general parenting methods.
- The client's review process too is long and the client has cut and edited a lot of content and changed it continuously copyright issues, leading to the timeline being delayed.
- Almost mails were sent to the promotion mailbox, not to the main mailbox





KPI

	Description	KPI	Actual result	%Result/KPI
Email				
1	Total leads	10,000	13,189	131.9%
2	Average email opening rate	20%	23%	115%
3	Average clicking rate	2%	2.31%	115.5%
Facebook page: UNICEF Viet Nam - United Nations Children's Fund				
4	Number of page likes increased	30,000	54,299	181%
Podcasts				
5	Average views (views/episode)	400	658	164.5%
Animation video				
6	Total views	5,000	6,500	130%
7	Total reactions	300	362	120.7%
8	Total shares	80	146	182.5%

Influencer video

(UNICEF Viet Nam - United Nations Children's Fund + Trang Minh Nguyen)

9	Total views	20,000	23,800	119%
10	Total reactions	1,500	2,480	165.3%
11	Total shares	150	172	114.7%

Survey

12	Percentage of people rating the bulletin “Như tôi kỳ vọng” and “Hơn cả tôi kỳ vọng”	80%	93.7%	117.3%
13	Percentage of people found the bulletins useful	80%	99.3%	124.1%
14	Average sharing level of the bulletins	3	2.98	99.3%



SUGGESTION AND RECOMMENDATION

CONTENT

- The contents should be produced with more detail and follow one workflow
- Use the table of contents at the top of the bulletin so readers can follow easier
- Messages on urgent issues should be in priority: Homeschooling for children, cautions when using the internet, money management for children, making timetables during the epidemic season, health care during and after the pandemic, tips when parents go back to work but kids have not come to school yet,...



COMMUNICATION

- Regularly post information about campaigns on Facebook
- Can combine posts interacting with followers on Facebook or parent groups
- Seeding in groups, pages for parents



OTHER SUGGESTIONS AND RECOMMENDATIONS

Working progress

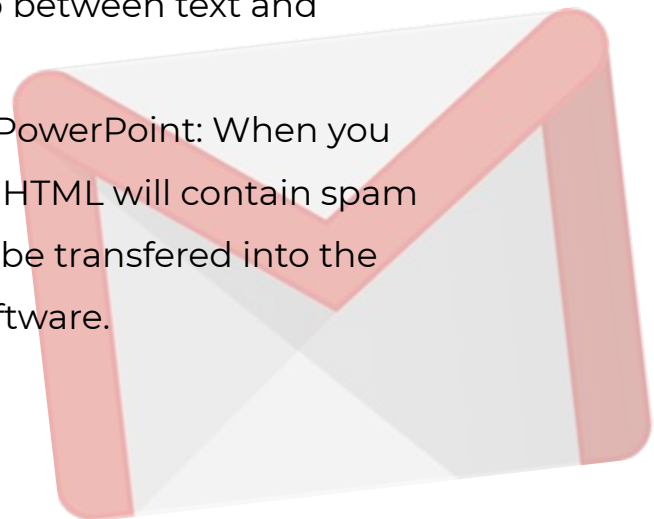
- Agreeing with customers on the product and editing the whole product at once instead of many separated times leading to a delay in posting time
- Make sure the client has approved the content plan and writing resources to follow and will only change when absolutely necessary
- Ask customers to approve deadlines and adjust suggestions to ensure product quality and timeline
- Verify the source before making the product to avoid inaccurate information or copyright issues.



OTHER SUGGESTIONS AND RECOMMENDATIONS

Email

- Change email avatar when sending to increase recognition and credibility.
- The time to send emails should be consistent in the morning when most people check their mailboxes.
- In order to prevent email from sorting into promotion box:
 - It was not an email full of images: If the email only contained images, the email will easily get marked as spam. The best ratio between text and images is 80:20
 - Avoid copying directly from Microsoft Word, Excel, PowerPoint: When you paste content from these softwares. Email content HTML will contain spam symbols that you will not know. Therefore, it might be transferred into the spam box. You should write directly in the email software.



OTHER SUGGESTIONS AND RECOMMENDATIONS

Bulletin leak posts

As said before, there are bulletin leaks on many Facebook pages and websites. After receiving information, UNICEF should contact them directly asking for the full description of the project, register link and tell them to only upload a part of the bulletin as a teaser





MÂM NON TEAM 

6

SHARING TIME



**THANKS FOR YOUR
ATTENTION**