

Capstone Project
SU2022



Production Book

Nguyen Minh Chau
Vu Phi Long
Dang Quoc Hung

Mentor
Nguyen Tran Le Anh

Started

Content

- 1. Problem Analysis

- 2. Development Stage

- 3. Production Stage

- 4. Media Production

- 5. Campaign Evaluation



Team - Members.



Nguyễn Minh Châu
Trưởng nhóm / Account



Vũ Phi Long
Content / Planner



Đặng Quốc Hưng
Designer



Problem Analysis

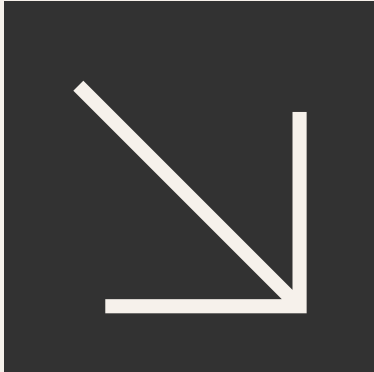


Problem Analysis

Coffee is one of the hottest industries in the Vietnamese market today, with a series of brands being born every day. Followed by the appearance of many large and small coffee shop chains at home and abroad, and fierce competition in all provinces and cities.

Moda's brand awareness is not high, most of them are regular customers or approached through traditional channels.

This time, we want to help Moda take advantage of social media channels, as well as combine with traditional channels to increase brand awareness.



Definition of Brand awareness

Kotler and Keller (2016) define **brand awareness** as the consumer's ability to recognize or recall the brand in sufficient detail to make a purchase. Brand awareness is related to the strength of the brand node or trace in memory, which we can measure as the consumer's ability to identify the brand under different conditions.



Definition and Impact of Social Media on Business

Social Media

According to Investopedia, the term social media refers to a computer-based technology that facilitates the sharing of ideas, thoughts, and information through virtual networks and communities. Social media is internet-based and gives users quick electronic communication of content, such as personal information, documents, videos, and photos.

Social media can help businesses engage with their customers and find out what people are saying about that business. They can also use social media for advertising, promotional giveaways, and mobile applications.

Impact of Social Media on Business

- Attract customers, get customer feedback and build customer loyalty.
- Increase market reach, including international markets.
- Due to market research and reduce marketing costs.
- Increase revenue by building customer networks and advertising
- Develop brand.
- Exchange ideas to improve the way people do business.
- Recruit skilled staff, for example through job networking sites like LinkedIn.
- Increase traffic to our website and improve its search engine ranking.
- Keep an eye on our competitors.

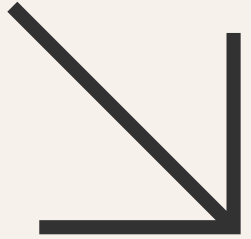
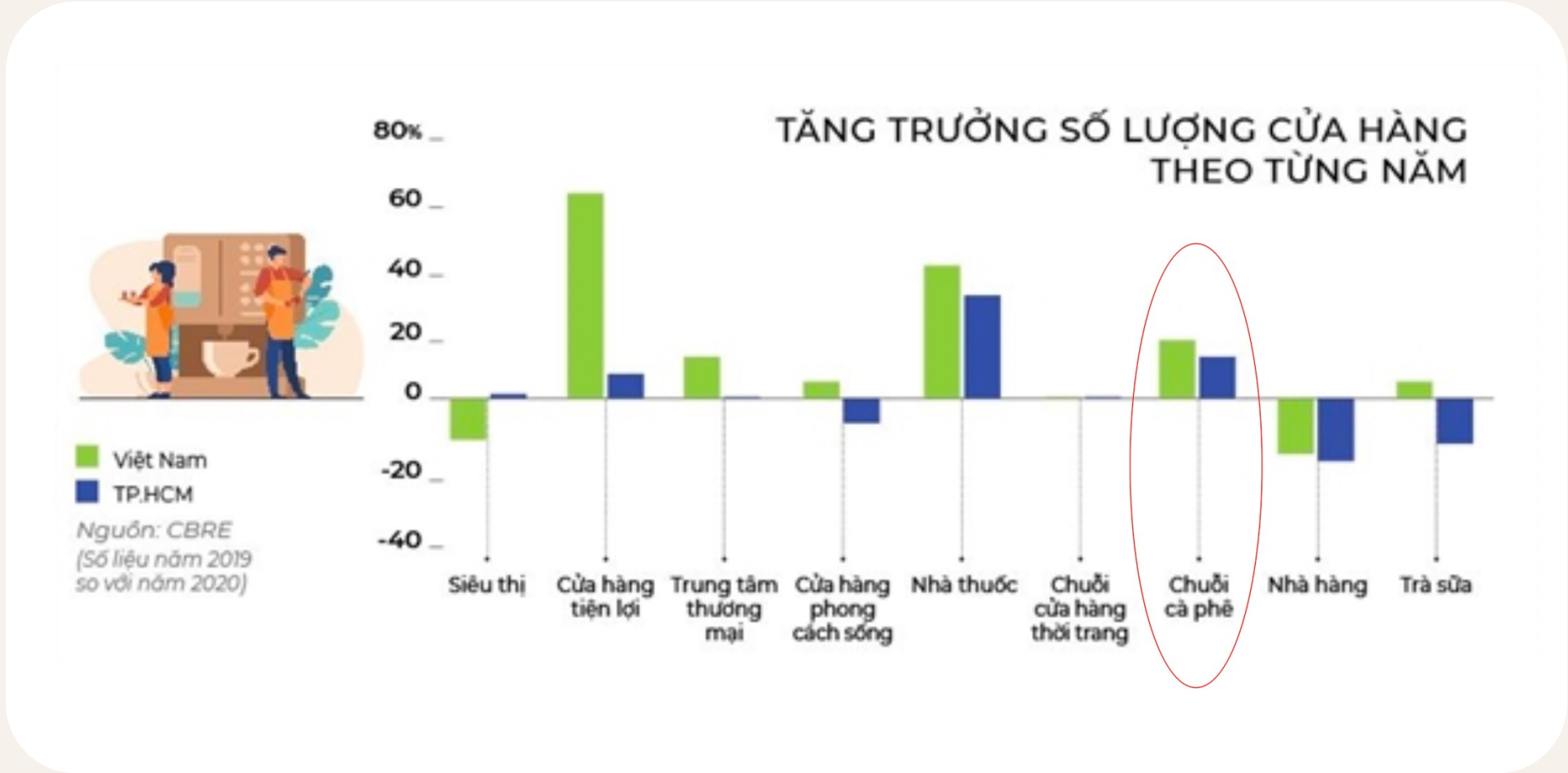


Development Stage



According to Euromonitor's research in 2020, the value of Vietnam's coffee and tea markets is about 1 billion USD, but there are no businesses that have won an overwhelming market share. Adding all the popular names like Starbucks, Highlands Coffee, The Coffee House, Phuc Long and Trung Nguyen... is less than 20% of the market share. According to the Vietnam Coffee Association, the per capita coffee consumption in our country is only one third of the world's average consumption, this big difference plus the coffee drinking culture of the Vietnamese people, is a great attraction for both domestic and foreign businesses.

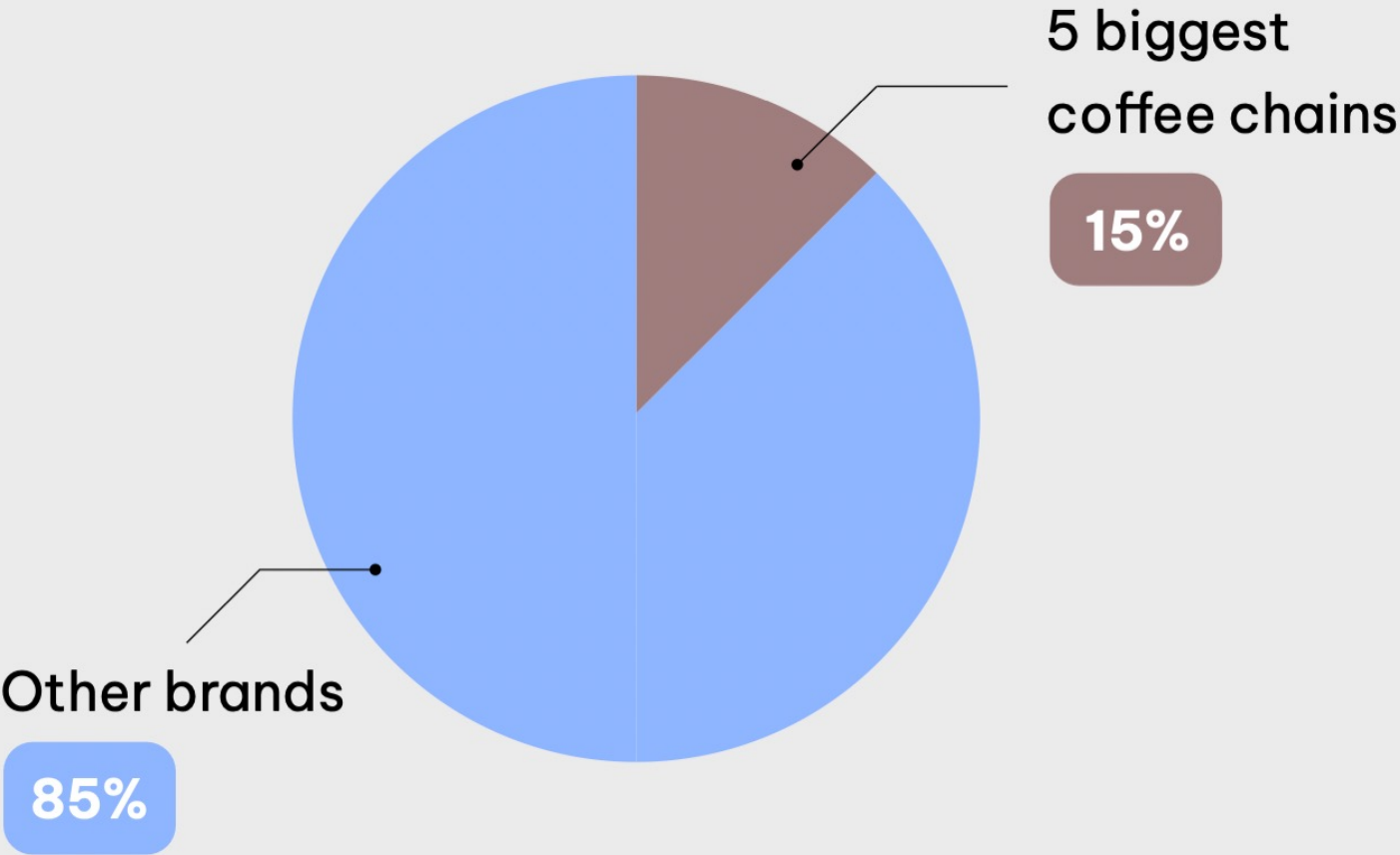
Market Research



Market Research

The market for specialty coffee and tea shops in Vietnam
(Euromonitor)

> 1 Billion Dollars / Year



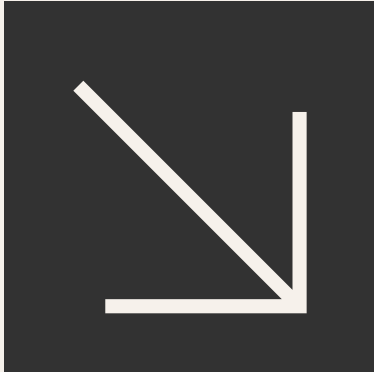


Business Overview

Moda was established in 2015 with the first store at 263/90 To Ky Street, Trung My Tay Ward, District 12

The name Moda is a combination of two sacred words Mom and Dad, with the wish that when customers come to Moda they can feel comfortable and warm like at home. And this is also the top mission of Moda House Coffee. Moda always wants to bring customers the most comfort possible, Moda's employees are always carefully trained to serve customers in the best way.

Moda's customers are mainly students and office workers who need a comfortable space to study, work or meet friends and relatives.



Strengths

Staff

Promotion

Service Culture

Drink and Food

Weaknesses

Location

Media Channel

Parking Area

Opportunities

Potential F&B Market

Social Media

Potential Customer

Threats

Competitor

Customer Psychology

SWOT ANALYSIS



Strengths

- Staff: Moda House Coffee's employees have their own uniforms to help customers easily identify when they need help from the staff. Besides, they are also thoroughly trained to make customers feel most comfortable.
Promotion: Moda House Coffee is one of the few coffee shops that has a membership card program to accumulate points for customers, through which customers will receive discounts based on the number of points they currently have.
- Service culture (USP of Moda) : Moda House Coffee has always brought the most comfortable feeling to customers since coming to Moda House Coffee. With the criterion that “the customer is god”, Moda House Coffee's staff and management always support their customers wholeheartedly. Staff are always present on 2 floors of the shop to support customers. Besides, the staff is always there to observe and refill filtered water every time guests drink it all up. This is one of the points that creates sympathy with Moda House Coffee's customers.
- Drinks and foods: Moda House Coffee has special drinks that only they have such as Moda coffee, Moda tea, "M" milk tea, "D" milk. Besides that, Moda House Coffee also has cakes and foods like Tiramisu, sunflower seeds, scrub fried rice,... So when coming to Moda House Coffee, customers can both enjoy food, drink, and have delicious meals with Moda House Coffee's dishes such as bread, and cup noodles.

Weaknesses

- + **Social Media**
Currently, Moda House Coffee has not really invested in the media, the content on Moda House Coffee's official fan page has not been linked and unified. The frequency of posting is often unstable, and there is no definite direction in terms of social media.

- + **Location**
Moda House Coffee is located on a one-way street, so it is a bit inconvenient for customers. Besides that, Moda House Coffee is also located at the bottom of the bridge and is hidden from view, making it difficult for customers to find.

- + **Parking area**
The parking lot in Moda House Coffee is a bit small, the parking lot is often full



Opportunities

+ Covid-19

The COVID-19 pandemic has passed, people have been adapting and living with the "new normal", people tend to go to cafes to meet and interact with relatives and friends after a long time without seeing each other. This is a good opportunity for Moda to get closer to the target customers that Moda House Coffee is targeting.

+ Potential F&B market

The coffee business market in Vietnam in general and Ho Chi Minh City, in particular, is increasingly exciting.

+ Social Media

If Moda House Coffee invests more in the media, it will definitely reach and attract more target customers.

Threats

+ Customer's psychology

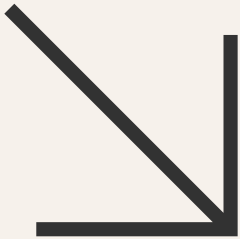
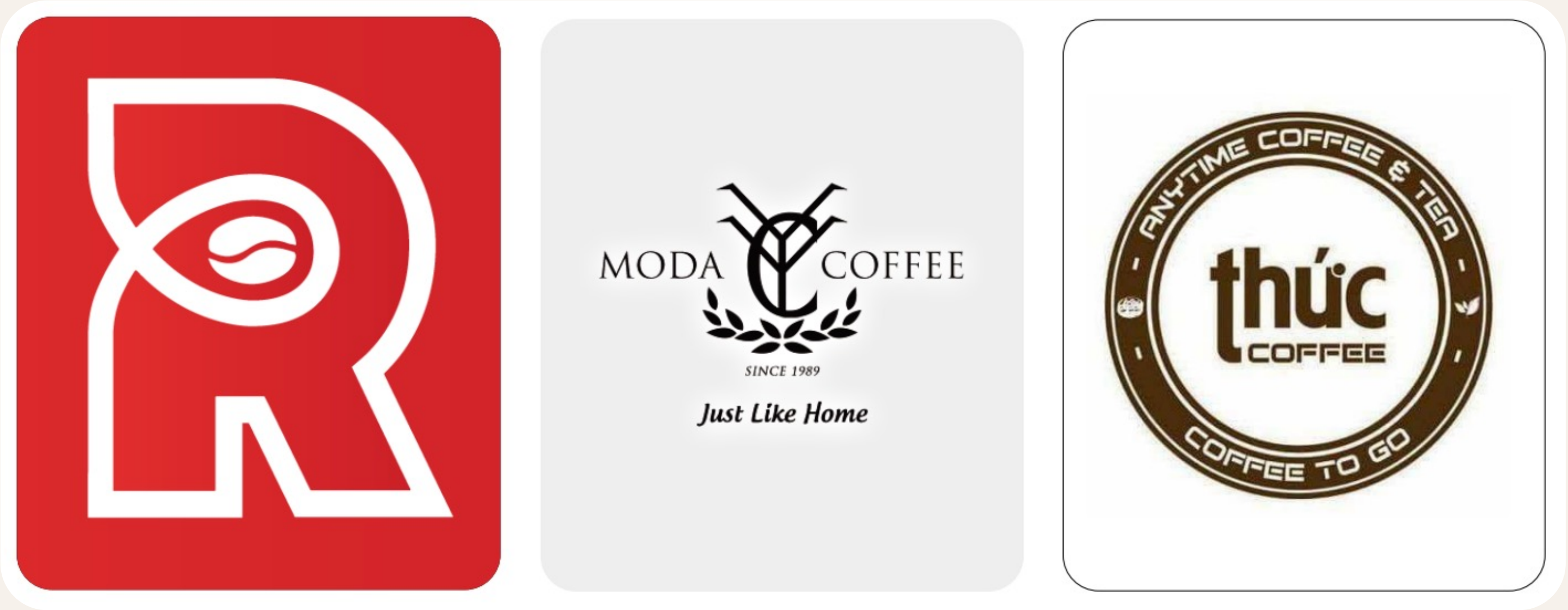
One of Moda House Coffee's target customers is Gen Z. This is an active generation, passionate about discovering and finding new things, so they often don't just go to a coffee shop for a long time.

+ **Competitor**

According to the Vietnam Food Culture Association (VCCA), there are more than 22,000 cafes across the country. Every year, more than 2,000 cafes are opened.

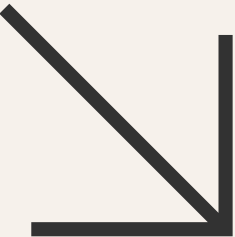


Competitors



Competitors

Criteria	Redi Coffee	Thức Coffee	Moda Coffee
Facebook followers & like	5.300	49.370	29.617
Facebook frequency post	Everyday	2 post per week	4 post per week
Content of each post	Showcase menu, showcase spatial area, funny meme, promotion, quotes...	Showcase menu, showcase spatial area, promotion.	Showcase menu, showcase spatial area, promotion, event.
Time on F&B market	3 year since 2019	10 year since 2012	7 year since 2017
Content and image quality	Average to low quality	High quality	Average to low quality
Average interaction per post on Facebook	10 - 15 per post	15 - 35 per post	10 - 20 per post
Public relation & brand awareness	Unknown to most people	Highly well-known	Well-known for a certain amount of people



Brand Audit

Brand culture

The staff of Moda's is highly trained to become the one that not only serves the best services but also brings a positive, energetic vibe to the customers.

The staff are super friendly and always ask about customer needs and treat them like how your mother treated you when you were a kid. This kind of service can only be seen in Moda and a similar example is Haidilao (A famous hot pot restaurant). Is one of the unique cultures that make Moda different from its competitors.



Brand Audit

Logo

The Moda House logo has been developed as a balanced whole and is absolutely unchangeable in shape, configuration or proportions. Consistent use of the brand symbol helps maintain brand integrity and ensures greater brand recognition.

Moda's logo is simply designed with a circular icon, which creates friendliness and closeness for users. The logo is a combination of the brand name, and the coffee tree symbol in the middle.



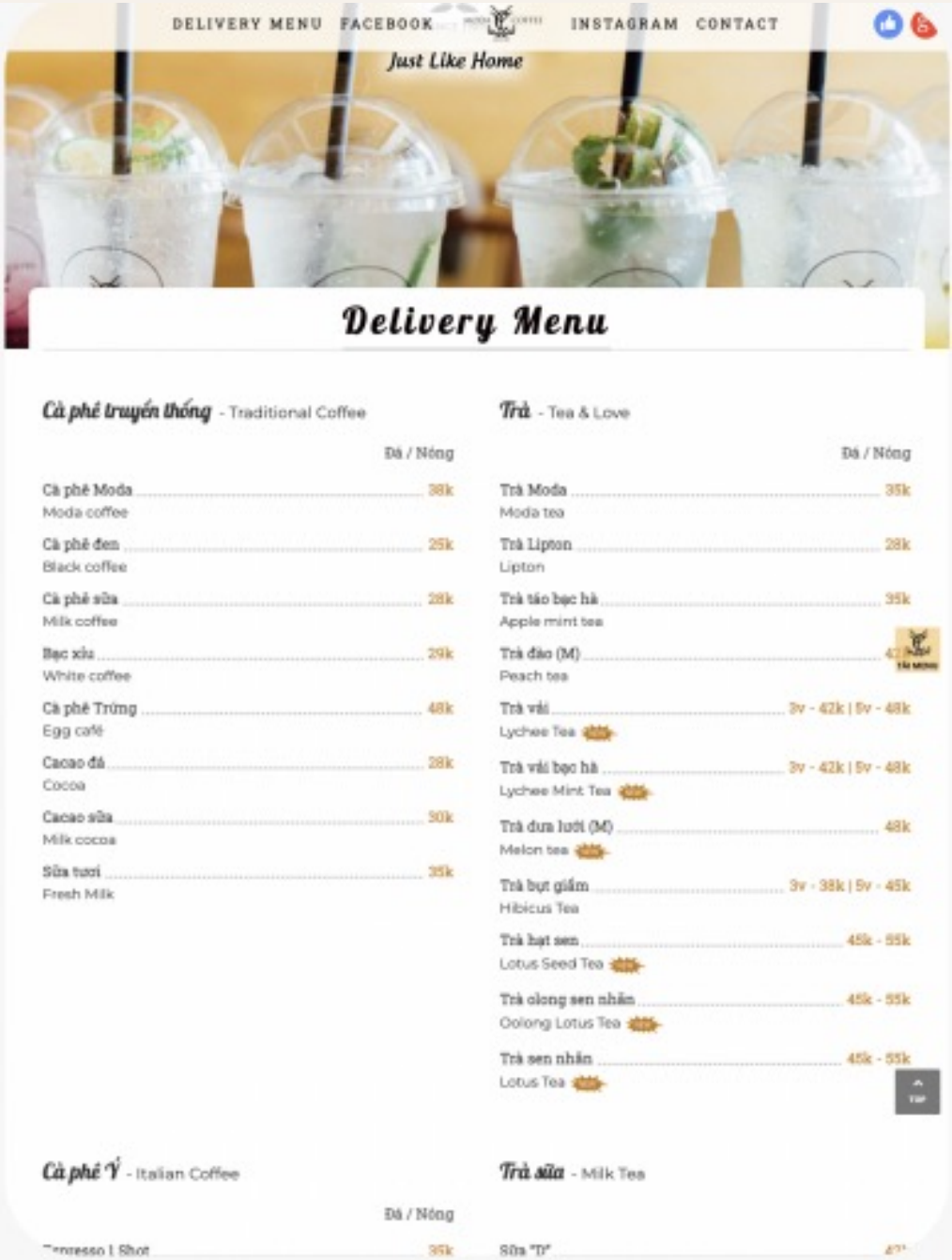
Brand Audit

Website

Moda House Coffee's website is designed with the main function: Show the delivery menu of the shop, as well as Facebook, Instagram and contact of the shop.

The UI is designed to be simple, consistent with the orientation and functions originally set out by the shop.

Weaknesses: Unfinished, mostly text, no images showing each product. It is difficult for customers to understand what the product will look like, and the website does not bring much value to customers to visit again.



Brand Audit

Facebook


Moda House Coffee's Facebook has nearly 30.000 likes and 30000 followers.


Design


Moda House Coffee's fanpage has a fairly simple design image, without a specific template, without consistency, lack of investment and thoughtfulness in the design phase.


Content

In terms of content, the quality of the posts is inconsistent. Some posts convey the main message, others don't contribute too much to getting the message across or telling a complete story to the audience. It is difficult for users to grasp the information that Moda conveys

 29,617 people like this including 8 of your friends

 29,761 people follow this

 4,388 people checked in here





Visual Identity

Typography

Moda House Coffee's posts will be used 2 main Typefaces to increase consistency and brand recognition

Headline SVN Rollgates Luxury
Body **Averta**

Color

Use a variety of colors, uniformly with drinks such as red, yellow, orange to attract customers' attention.



Visual style guideline

Moda's images are designed in a minimalist style, vibrant colors, focusing on main subjects like drinks
Use subtle, effective background elements, highlighting the main subject



Campaign Objectives



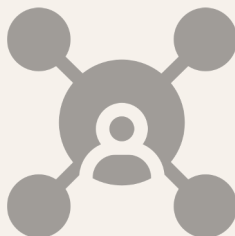
Key Objective

60% of existing customers are aware of Moda's changes on social media platforms after the campaign



Engagement

5000 engagements on Facebook
5000 engagements on Tiktok



Reach

50,000 reach on Tiktok
50,000 reach on Facebook



Target Audience



Demographics

Title: Students, office workers
Age: 18-24.
Gender: Male, female.
Location: Ho Chi Minh city



Behaviors

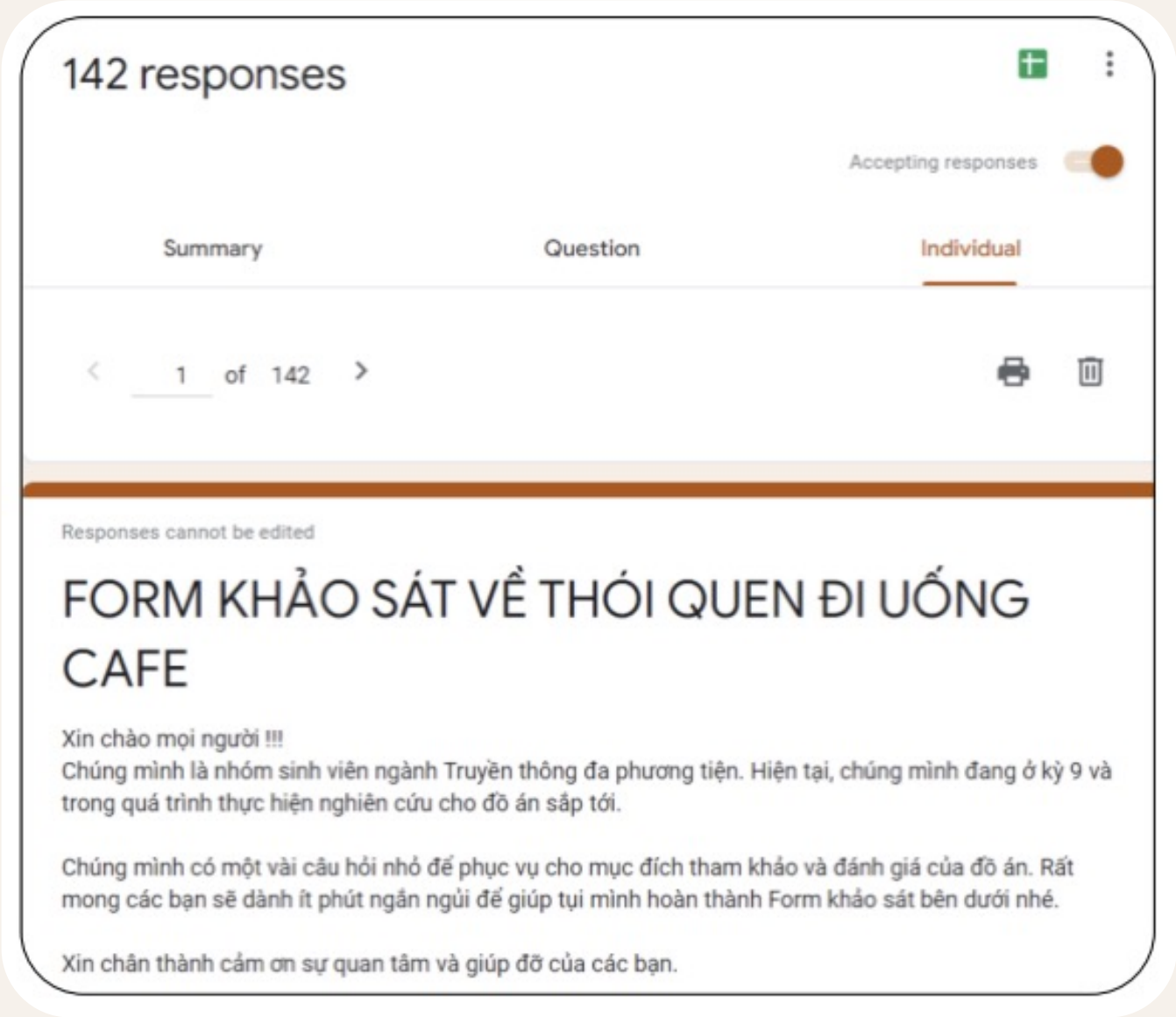
Have a habit of going to coffee & tea stores to hang out.
Spend a lot of time on social media platforms.
The ones who want to keep up with modern trends.



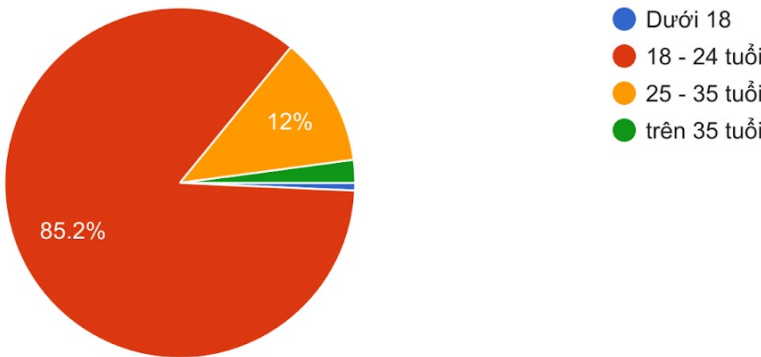
Insights

To better understand the customer and Moda, the team took a survey and conducted it for two weeks from May 1 to May 21, 2022. The survey was posted on Personal Facebook, and invited friends and acquaintances to join

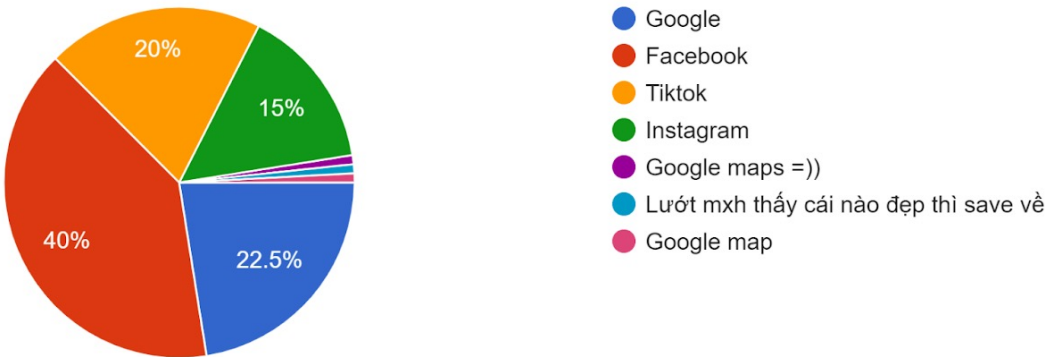
The survey results obtained 120 documents, mainly from friends, family, customers and Moda follower



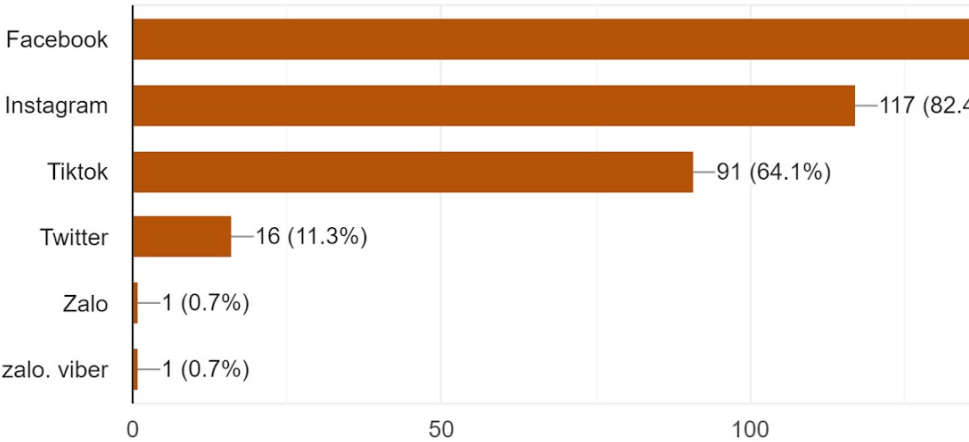
Độ tuổi của bạn
142 responses



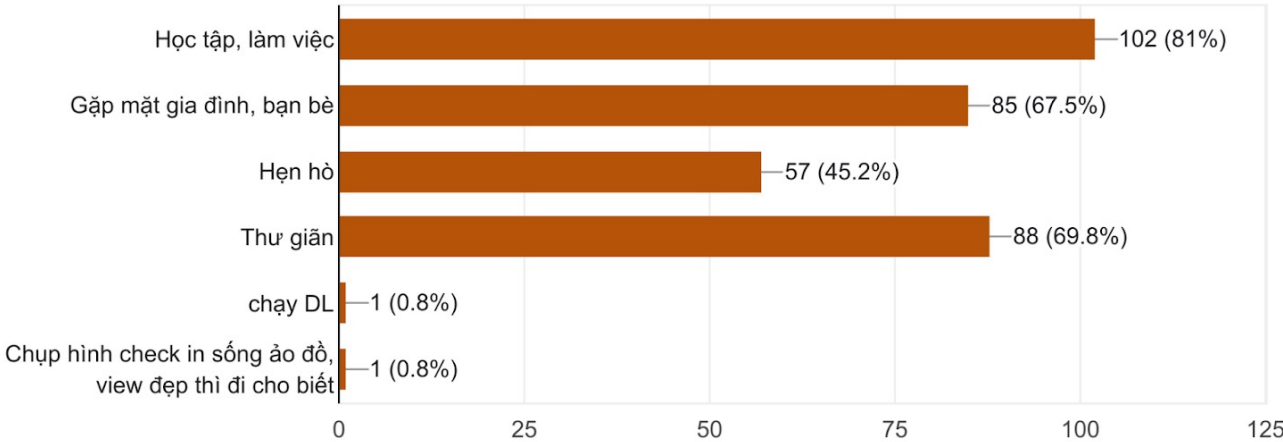
Khi bạn cần tìm các quán cafe để tụ tập thì thường bạn sẽ tìm kiếm trên trang công cụ nào ?
120 responses



Bạn thường sử dụng mạng xã hội nào
142 responses



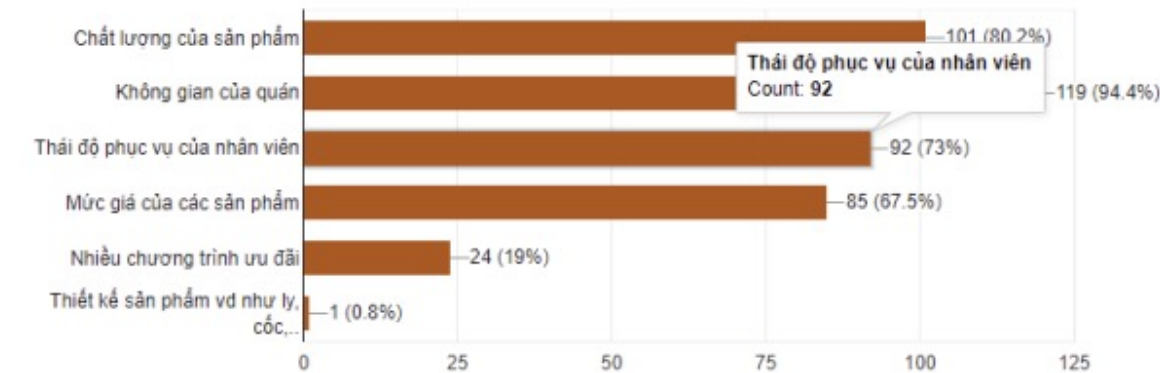
Mục đích của bạn khi đến quán cafe ?
126 responses



Insights

Điều gì sẽ khiến bạn ấn tượng nhất với một quán cafe ?

126 responses



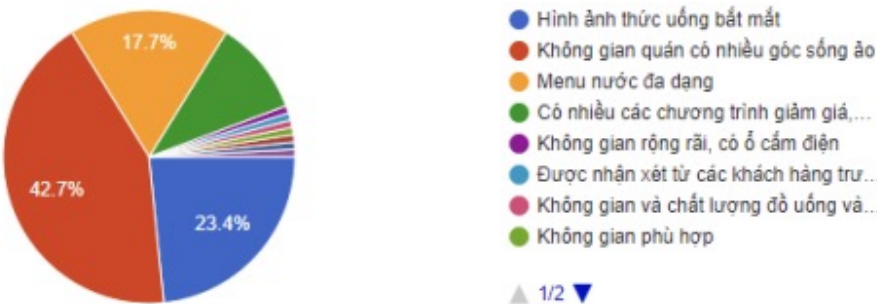
Điều gì khiến bạn cảm thấy không hài lòng khi đến một quán cafe

126 responses



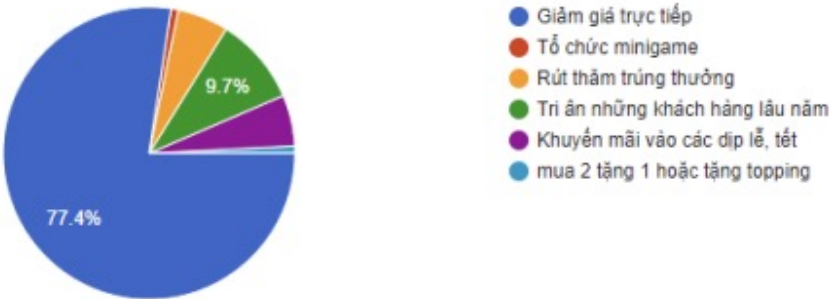
Điều gì sẽ khiến bạn cảm thấy ấn tượng khi thấy quảng cáo về quán cafe trên các phương tiện truyền thông

124 responses



Bạn cảm thấy thích kiểu khuyến mãi nào nhất?

124 responses



Media Plan

Our media plan is based on the surveys that we conduct that have the result of over 142 people. Based on the number of answers, we choose the most suitable channel and content to plan our campaign and hope to satisfy our target audience.

We chose 2 media platforms Facebook and Tiktok to run this campaign. Both platforms will be used to get to Moda's consumers, specifically Tiktok will focus on audiences from 12 to 24 years old, and Facebook will still remain at the center platform to grow and get customer attention.



Primary Channel

Facebook: Total 20 posts on Fanpage Moda House Coffee in 6 weeks.

Secondary Channel

Tiktok: Total 20 videos on Tiktok Moda House Coffee in 6 weeks.



Channel Analysis

Page 28



Facebook

Our media plan is based on the surveys that we conduct that have the result of over 142 people. Based on the number of answers, we choose the most suitable channel and content to plan our campaign and hope to satisfy our target audience.

We chose 2 media platforms Facebook and Tiktok to run this campaign. Both platforms will be used to get to Moda's consumers, specifically Tiktok will focus on audiences from 12 to 24 years old, and Facebook will still remain at the center platform to grow and get customer attention.



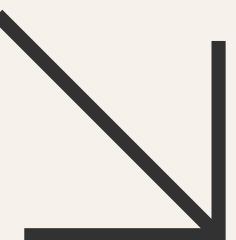
Tiktok

Since TikTok's popularity is increasing each passing day, more and more brands consider this app an essential tool for marketing and advertising.

We have research that Tik Tok videos tend to reach more people than Facebook posts.

TikTok for Moda's is an incredible all-in-one platform for us. We can get everything we need to launch an impactful communication campaign.

Influencers aren't the only ones who can drive trends. Anyone and everyone including us and Moda's can participate in trends and have the opportunity to have our video go viral on the FYP!



Conclusion

We are planning to utilize **Facebook** as a **main social media platform** because our target audiences are leaning on that platform more than any other. **Tiktok** as our **sub-channels** in our communication campaign. We plan to post an average of 3 posts per week on Facebook, the content of the posts varied between product launches, showcase the spatial nature of Moda, special promotions, and some featured stories of the week. The quality of the video and images of each post will also be highly invested, the article will be more refined and be more attached to the customer.



Campaign Risk

Budget

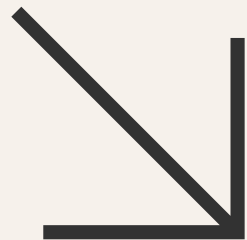
Our budget for running campaigns depends on Moda's and as the request of Moda's we have to keep it as low as possible so it's become a huge challenge for us. There are some item categories we need in the campaign that we have to ensure by ourselves. Nonetheless, we set the budget as tight as possible so Moda's doesn't have to worry about the cost of this campaign.

Campaign role

We are currently working under the desire of Moda House Coffee. All of the campaign actions must go through the acceptance of Moda and the cooperate have every right to cancel our campaign at any time if we don't meet the main requirements.

Covid-19

At this moment, we are still currently accepted to live along with the virus but we can't be that sure for the future. According to the newspaper, Vietnam still suffers from Covid-19 recently.



Campaign
Timeline

Phase	Time	Objective	
Research	04/04/2022 - 08/05/2022	Communication campaign	Ideas
			Media strategy
			Define the problem
			Specify requirement
		Media production	Idea
			Define the problem
Development Stage	09/05/2022 - 04/06/2022	Communication campaign	Product
			Overall timeline, planning
			Define Ideas
			Identity, art direction, and frame design
			Social Content post
		Customer	Design and Editing
			Identify the range
			Contact Information
			Demographic and Ethnographic research
			Surveys
		Media production	Development and Pre-Production
			Ideas, cost
			Overall timeline, planning
			Identity, art direction, and frame design

Campaign
Timeline

Production	04/06/2022 - 10/07/2022	Communication campaign	Execution
		Media production	Shooting
			Draft
Post - Production	09/07/2022 - 29/07/2022	Communication campaign	Self-evaluate and receive feedback from the client.
			Analyze survey
Completion	30/07/2022 - 12/08/2022	Measure the statistics and results that the campaign brings. Learn from the results and implement those experiences in future campaigns.	

Estimate
cost

ESTIMATED COSTS						
CATEGORIES		QUANTITY	UNIT	UNIT PRICE	TOTAL PRICE	NOTE
MANAGE AND DEVELOP NEW MEDIA CHANNEL						
TikTok	Idea	1	pack/month	2,000,000	2,000,000	
	Build contents					
	Plan timeline					
	Make short videos					
	Data analyze					
	Tracking process and making adjustment					
	Equipment & Props					
	Running Ads					
	Actor					
PRODUCTION ACTIVITIES						
Facebook	TVC	2	video	1,000,000	2,000,000	Production and Post-production fee
	Facebook posts	20	post	50,000	1,000,000	Content
	Run ads for posts, viral clip on Facebook and Tiktok	1	pack/month	1,000,000	1,000,000	Calculated by click price
	Plan timeline	1	pack/month	100,000	100,000	
	Equipment & Props	1	package	1,000,000	1,000,000	Camera, lights, tripod, mic
	Human Resources	4	people	100,000	400,000	Content, media
	Evaluation	1	pack/month	200,000	200,000	Assess the KPIs and engagement of each post, and modify the wording to increase reach and engagement.
OTHER FEES						
	V.A.T Tax			10%	770,000	
Estimated total cost		8,470,000				Estimated costs are subject to change

Production Stage



Crisis Management

Identify the crisis

Delay in handing over work
Group members' health is not guaranteed
Personnel problem.

Solution

Adjusted the posting timeline to match the current situation.
Try to stay healthy
Reach out to others to assist us in making Tiktok videos.

Consequences evaluation

We decided not to develop the Instagram channel.

Facebook
Duration: 16/06 – 25/07

Media Timeline For Moda House Coffee			
Duration		16/06/2022 - 25/07/2022	
Channel		Facebook	
No.	Time	Type	Content
1	08:00 16/06/2022	Poster	Giới thiệu cafe trứng
2	11:00 18/06/2022	Poster	Combo món mới
3	13:00 20/06/2022	Image	Combo yêu thích của khách hàng
4	14:00 21/06/2022	Poster	Bộ đôi best seller
5	14:00 23/06/2022	Images	Văn hóa phục vụ của Moda
6	21:00 26/06/2022	Short video	Giới thiệu kênh tiktok và cửa hàng ở Gò Vấp
7	08:00 30/06/2022	Images	Không gian quán
8	20:00 01/07/2022	Images	Moda về đêm
9	08:00 02/07/2022	Images	Giới thiệu về các loại bánh

Primary
Channel

Facebook
Duration: 16/06 – 25/07

Primary
Channel

10	14:00 05/07/2022	Poster	Minigame đoán tên món mới
11	20:00 06/07/2022	Poster	Kết quả minigame
12	20:00 07/07/2022	Short video	Giới thiệu cửa hàng ở Quận 12
13	08:00 10/07/2022	Poster	Combo ăn sáng tiện lợi
14	20:00 11/07/2022	Poster	Giới thiệu 2 món mới
15	08:00 13/07/2022	Poster	Remind chương trình khuyến mãi
16	14/07/2022	Image	Hình vẽ nhân viên Moda House Coffee được vẽ bởi 1 khách hàng
17	19/07/2022	Image	Sự kết nối giữa Moda House Coffee và khách hàng
18	20/07/2022	iTVC	Sự kết nối
19	22/07/2022	Images	Uống gì để cải thiện tâm trạng
20	30/07/2022	iTVC	Văn hóa phục vụ của Moda House Coffee
21	12/08/2022	Video	Cảm nhận của khách hàng về Moda House Coffee

Tiktok

Duration: 18/06 – 29/07

Duration		16/06/2022 - 25/07/2022	
Channel		Tiktok	
No.	Time	Type	Content
1	09:00	Trend	Nhảy trend “Người yêu không đá” mới nổi ở thời điểm này
	18/06/2022	Choreography	
2	13:00	Trend	Nhảy trend “FANTASY speed up” vẫn đang nổi ở thời điểm này
	18/06/2022	Choreography	
3	13:00	Trend	Diễn viễn cảnh thường xuất hiện của mấy cặp đôi khi tới quán cafe
	20/06/2022	Funny	
4	14:00	Trend	Tái hiện lại hành động của nhân viên Moda khi “Thượng đế” vừa tới quán
	21/06/2022	Moda	
5	14:00	Trend	Diễn viễn cảnh nhân viên Moda đang chuẩn bị nghỉ trưa thì đoàn khách vào
	22/06/2022	Funny	
6	21:00	Trend	Diễn viễn cảnh nhân viên Moda ngồi chờ lương mỗi tháng kiểu
	23/06/2022	Funny	
7	13:00 26/06/2022	Introduction about Moda House Coffee	Giới thiệu Moda chi nhánh Nguyễn Oanh, Gò Vấp
8	13:00 01/07/2022	Introduction about Moda House Coffee	Giới thiệu Moda chi nhánh Nguyễn Oanh, Gò Vấp
9	22:00	Trend	Nhảy trend “Phonics song” đang thịnh hành ở thời điểm này
	05/07/2022	Choreography	
10	22:00	Trend	Nhảy trend “Money” đang thịnh hành ở thời điểm này
	07/07/2022	Choreography	

Secondary
Channel

Secondary Channel

Tiktok
Duration: 18/06 – 29/07

11	13:00 12/07/2022	Trend	Làm theo trend “My Angel” đang thịnh hành ở thời điểm này
12	13:00 18/07/2022	Trend Funny	Diễn viễn cảnh nhân viên Moda ngồi chờ lương mỗi tháng
13	13:00 19/07/2022	Trend Funny	Diễn viễn cảnh nhân viên Moda thấy một anh khách hàng đẹp trai vào quán
14	13:00 20/07/2022	Trend	Làm theo trend “New thang” đang thịnh hành ở thời điểm này
15	13:00 21/07/2022	Trend Funny	Diễn viễn cảnh nhân viên Moda đi hẹn hò gặp phải người không thích uống cafe
16	13:00 25/07/2022	Trend Funny	Diễn viễn cảnh nhân viên Moda tổng kết cuối ngày bị thiếu tiền
17	26/07/2022	Trend Choreography	Nhảy trend “Feels dance” đang thịnh hành ở thời điểm này
18	27/07/2022	Trend Funny	Diễn viễn cảnh nhân viên Moda mệt mỏi vẫn cố gắng tươi cười trước mặt khách
19	28/07/2022	Trend Funny	Khách hàng vào order một đồ uống (Trend “Breakfast”)
20	29/07/2022	Trend Choreography	Nhảy trend “Tớ thích cậu” đang thịnh hành để Moda cảm ơn người theo dõi

Media Production



Conceptual Photography

Moodboard

Because Moda House Coffee aims to be a cafe that gives customers a warm intimate atmosphere in accordance with the slogan. So the fact that we use warm colors with high contrast on the images creates a warm feeling for viewers.

Idea

Based on a survey of our team's customer files and approved by Moda House Coffee, our team came up with an idea about being able to show Moda House Coffee's beautiful angles to viewers. Since most of Genz is aimed at important coffee shops, the space of the shop must be suitable for studying, working and gathering.

With this idea concept, we aim to show people Moda House Coffee's space at different times when there are customers in the shop - when there are no customers, in the morning - in the evening.

Along with the usual activities in Moda House Coffee such as Moda House Coffee’s staff taking care of customers from the moment they arrive to when customers order their drink at the counter, to preparing drinks for guests and also taking care of the guests while they are having their time in Moda House Coffee.

We also want to share moments when customers are having a good time at Moda House Coffee as a token of Moda House Coffee's gratitude to customers when they can comfortably stay here.

Key Message

“Just Like Home”

Product



Moda House Coffee

20 tháng 7 · 🌐

Đã từng có những ngày như thế,
Moda đã luôn gắn bó và trở thành người bạn đồng hành của bạn trong những lúc vui, lúc buồn, lúc mệt mỏi cũng như áp lực nhất.

Nhưng đôi khi cuộc sống vội vã khiến chúng ta dần trở nên xa cách hơn. Những cái hẹn thưa thớt dần, những lần gặp nhau cũng không còn trọn vẹn như trước.... [Xem thêm](#)





Thu hút thêm lượt thích, bình luận và lượt chia sẻ
Khi bạn quảng cáo bài viết này, nhiều người sẽ nhìn thấy hơn.

2.738
Người tiếp cận

433
Lượt tương tác

[Quảng cáo bài viết](#)



Moda House Coffee

1 tháng 7 · 🌐

Sẽ thế nào nếu trong một buổi chiều se lạnh,
Bạn được thư giãn và thưởng thức một tách cà phê Moda?

Trời hè đã dần nhường chỗ cho cái lạnh mùa thu. Trong những buổi tối như vậy, Moda vừa khéo chính là nơi mang lại không gian ấm cúng để cả nhà ngồi làm việc hoặc vui vẻ cùng bạn bè, giải tỏa mệt mỏi sau một ngày dài nằng suất.... [Xem thêm](#)








Thu hút thêm lượt thích, bình luận và lượt chia sẻ
Khi bạn quảng cáo bài viết này, nhiều người sẽ nhìn thấy hơn.

1.661
Người tiếp cận

229
Lượt tương tác

[Quảng cáo bài viết](#)


Product







Moda House Coffee

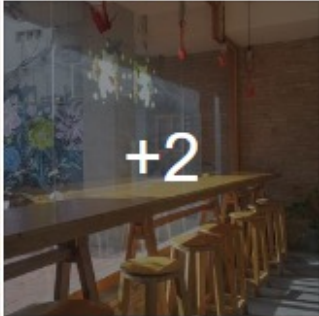


· 30 tháng 6 ·


Đã bao lâu rồi bạn mới lại có dịp nghỉ ngơi sau những ngày bận rộn vì deadline?

Moda House hứa hẹn sẽ luôn là ngôi nhà mang không gian yên tĩnh giúp các bạn thư giãn. Không chỉ có không gian thoáng đãng và những ánh đèn vàng mang lại cảm giác ấm áp, Moda còn có những bạn nhân viên ân cần và tỉ mỉ 

Đến Moda, các tình yêu sẽ được quay về nhà với một tinh thần thật thoải mái. Bạn muốn có một ngôi nhà thứ hai để mình được yêu thương chứ? Đến Moda ngay thôi nào!   ... Xem thêm





 Thu hút thêm lượt thích, bình luận và lượt chia sẻ
Khi bạn quảng cáo bài viết này, nhiều người sẽ nhìn thấy hơn.


1.700

Người tiếp cận

199

Lượt tương tác


Quảng cáo bài viết




Moda House Coffee




· 23 tháng 6 ·


Những buổi sáng ghé thăm cửa hàng Moda, bạn sẽ bắt gặp hình ảnh các bạn nhân viên lúc nào cũng tận tụy che ô và đón chào khách hàng rất niềm nở. Moda luôn luôn mong muốn khách hàng có một trải nghiệm tốt nhất khi đến quán.

Mưa có thể lạnh, nắng có thể to
Chỉ có Moda là luôn chăm lo mỗi khi khách đến.
Hãy cho Moda biết những trải nghiệm đáng nhớ của bạn khi đến với chúng mình nhé! Ý kiến của bạn sẽ giúp Moda hoàn thiện hơn mỗi ngày đó ...

Xem thêm





 Thu hút thêm lượt thích, bình luận và lượt chia sẻ
Khi bạn quảng cáo bài viết này, nhiều người sẽ nhìn thấy hơn.

2.341

Người tiếp cận

444

Lượt tương tác

Quảng cáo bài viết

Promotional Photography

Moodboard

The concept uses light tones and a smooth background to highlight the drink. In order to stimulate the viewer's vision more, we also increased the color of the drink to make it more attractive. We also incorporate illustrations such as fruits, coffee beans so that the subject does not become too boring for viewers.

Idea

Based on the requirements of the business, and a period of thinking about the idea, our team designed the launch images of Moda House Coffee's drinks in a modern, simple and eye-catching way compared to Moda House Coffee's previous simple, lack of investment and sketchy image.

Optimizing the ability to create ideas as well as take pictures and use design software, the team has produced products that keep up with the times, suitable for the market of the target customer profile.

To make the content of the campaign diverse, interactive and have preferential policies for customers. Our team proposed to Moda House Coffee to make a small minigame for customers and got a certain response.

The winners of the minigame we created will receive a reward provided by Moda House Coffee and our team also made a post to honor them and show them to others in the hope that they will respond to the preferential programs. similar treatment we prepare later.

Key Message

Moda will always create many opportunities to show gratitude and care to customers who always stick with, accompany and follow Moda.

Product

Moda House Coffee

Người đăng: Minh Châu · 16 tháng 6 ·

CÀ PHÊ TRỨNG - CHÚT BÉO NGẬY NGỌT NGÀO CHO NGÀY MƯA LẠNH

Trời vào thu mưa rơi nặng hạt,
Không gì thích bằng được thưởng thức cà phê trứng Moda. ... Xem thêm

MODA HOUSE

SINCE 1999

Cà phê trứng



Thu hút thêm lượt thích, bình luận và lượt chia sẻ

Khi bạn quảng cáo bài viết này, nhiều người sẽ nhìn thấy hơn.

2.796

Người tiếp cận

424

Lượt tương tác

Quảng cáo bài viết

Moda House Coffee

· 18 tháng 6 ·

☘️TRÀ ỔI HỒNG & SODA ỔI HỒNG☘️

Chào hè rộn ràng cùng ổi hồng . Một hương vị mới thanh mát, thơm thơm cả nhà đều thích.
Vi mẹ anh thích nên anh cũng phải chiều.
Một ly cho mẹ một ly thì cho em 🍷. Vẹn cả đôi đường. ... Xem thêm

MODA HOUSE

SINCE 1999

Soda ổi hồng
S: 39,000 VND
M: 45,000 VND

Trà ổi hồng
S: 48,000 VND
M: 55,000 VND



Thu hút thêm lượt thích, bình luận và lượt chia sẻ

Khi bạn quảng cáo bài viết này, nhiều người sẽ nhìn thấy hơn.

7.470

Người tiếp cận

798

Lượt tương tác

Quảng cáo bài viết

Moda House Coffee

[?] · 21 tháng 6 ·

🌟BỘ ĐÔI BEST SELLER NGÀY HÈ: TRÀ ỔI HỒNG & TRÀ DƯA LƯỚI🌟

🍉Lâm mưa làm gió hóm hớ , bà ổi hồng mới gia nhập mà bà được Moda-ers ưu ái để sợ , là đủ hiểu bà "Yummy" cỡ nào rồi ha. Còn cô chị "Dưa lưới" thì khỏi bàn - THE BEST SELLER luôn a.
Mách nhỏ nè! Nhóm trà thanh mát của Moda cũng chính là lựa chọn tốt nhất giúp bạn thư giãn sau một ngày dài làm việc, giúp tinh thần trở nên tỉnh táo hơn.... Xem thêm

MODA HOUSE

SINCE 1999

Best seller

Trà ổi hồng

Trà dưa lưới



Thu hút thêm lượt thích, bình luận và lượt chia sẻ

Khi bạn quảng cáo bài viết này, nhiều người sẽ nhìn thấy hơn.

1.416

Người tiếp cận

116

Lượt tương tác

Quảng cáo bài viết

Moda House Coffee

5 tháng 7 ·

[MINIGAME: ĐOÁN HAY TRÚNG NGAY QUÀ XIN]

LOA LOA LOA

🍉Moda House Coffee tặng ngay 5 voucher combo hai món mới nhất tại Moda cho các bạn tham gia Minigame! Hãy cùng Moda đoán tên hai món mới nhất tại Moda House Coffee là gì nhé!!... Xem thêm

MODA HOUSE

SINCE 1999

ĐOÁN HAY TRÚNG NGAY QUÀ XIN



Đoán tên 2 món được Moda ra mắt vào 7/7 sắp tới

Món 1

R A T A T C T H A H A C I

Món 2

C A T D A A Y X

2.237

Người tiếp cận

480

Lượt tương tác

Quảng cáo bài viết

Trending video

Moodboard

The tiktok platform has a variety of filters and color presets so you can choose the right one for your video. And for Moda House Coffee's tiktok channel, priority is given to funny filters and warm color presets

Idea

Follow the trending trends on tiktok to increase the channel's awareness and get closer to the Genz customer profile. This is one of the categories that Genz follows and interacts with the most on the tiktok platform. Our team will also take advantage of this and insert pictures of Moda House Coffee's staff and Moda House Coffee's space for viewers to slowly get acquainted with Moda House Coffee brand.

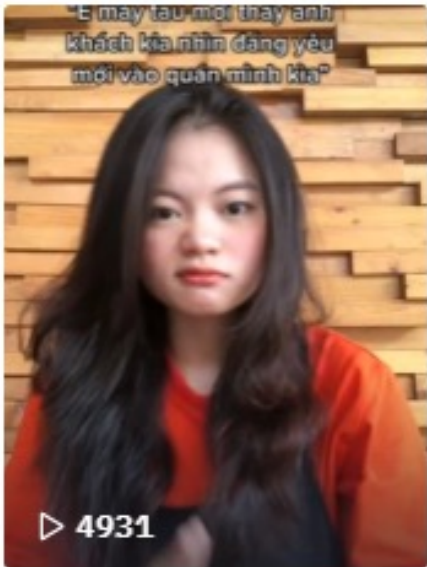
Key Message

Show a more approachable, friendly and energetic Moda House Coffee employee integrated with their signature actions. At the same time, it shows that Moda House Coffee has a comfortable environment not only for customers but also for their employees.

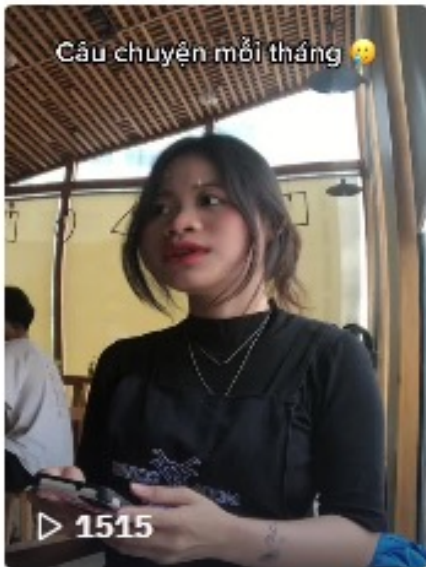
Product



Moda có nhiều vị khách th...



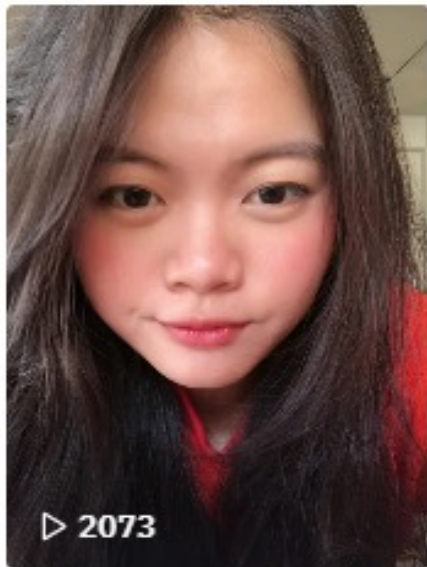
Bà đồng nghiệp lần sau n...



Tháng nào cũng như thán...



#xuhuong #fyp ...



Làm trò #trending #fyp ...



#xuhuong #coffee ...



Em đói quá sắp ơi! ...



Xu luôn giờ nghỉ trưa của ...



Mời các thượng đế tới quá...



Cái nư của mình nó lạ vậy ...



Chị quản lý đội em nhảy n...



Các bạn uống gì nào ...

Introduction Video

Moodboard

The shop's introduction video on tiktok uses trending songs with a fairly fast tempo, so when editing, the production team also increases the warmth in the colors of the video and uses many transitions and scenes to keep up with the music rhythm.

Idea

After increasing brand awareness through trending videos, we will start to delvelop into the introduction of Moda House Coffee's branches. Introducing Moda House Coffee with pan and close-up shots so viewers can see the depth and interior more clearly.

Key Message

The main message of the introductory video is also quite clear that we want to introduce the space of Moda House Coffee to the customer file because the customer file that Moda House Coffee’s targets is mostly Genz and they are usually attracted by the space of the cafe.

Product



▶ 92

Caffe Dừa phong cách Mo...



▶ 284

Hãy tới moda để chúng mì...



▶ 11.4K

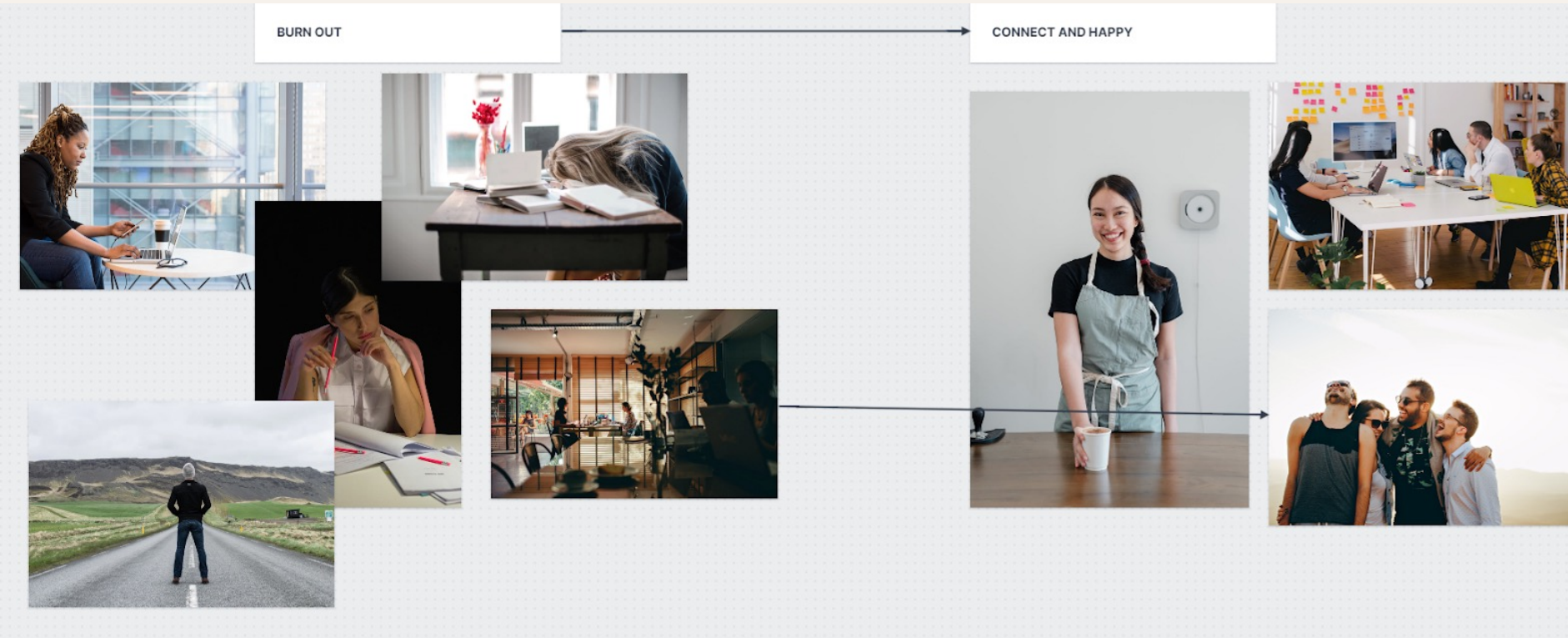
Mọi người tham khảo nhé ...



▶ 21.9K

Ghé thăm tụi mình nhé !! ...

Moodboard



Idea

The TVC on the topic of connection. Young people are so caught up in work that they forget both their own value and life. TVC will help viewers realize what they've been missing, and what they can gain by connecting with others.

Key Message

"Lets do it together"

If you are tired or stressed when you have to work all day to forget yourself or always have to do everything alone, then Moda House Coffee will be the place to help you connect with people around and create a stress-free workspace.

TVC 1

Script

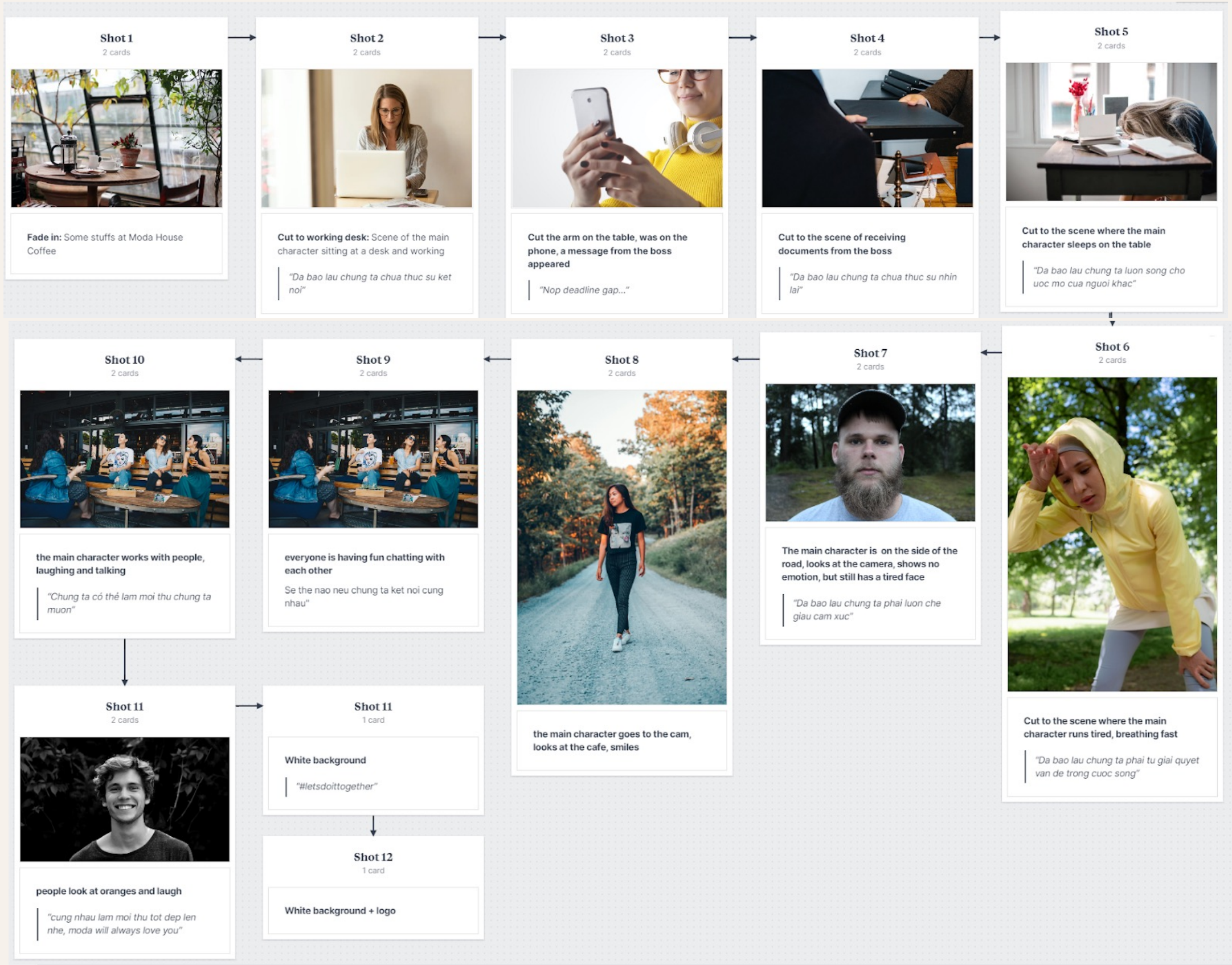
PHASE 1

(TEXT: How long has it been since we've really connected)
Some scenes of friends in the cafe/ or colleagues at work, come back in a boring, silent workplace)
(TEXT: How long has it been since we really looked back)
Filming the scene where the main employee is plugged into work, the table is full of books, paper, pens, the phone ting
ting messages continuously
(TEXT: How long have we always lived for other people's dreams)
Filmed the scene where the boss handed over a thick stack of documents
(TEXT: How long have we not realized that we live in a loop / hide our emotions)
The main character can stand on the side of the road, staring at the camera, the traffic is constantly passing, the scene
is tired but must smile when meeting colleagues and people around
(TEXT: How long have we struggled to solve our own problems in life)
Filmed the scene where the main narrator runs, exhausted, collapsed to breathe
(=> lack of connection, moda is an ideal place to bring everyone together)

PHASE 2

Filmed a scene where the main character was passing by, accidentally saw everyone happily connecting in Moda House
Coffee
Cut the main narrator to go inside, order coffee, staff and everyone smiling, cut to the scenes where the main narrator
and friends talk, discuss, cut to the scenes where the staff smiles with customers (different from the main narrator) ,
carrying an umbrella to cover the sun / couple holding hands blabla
(TEXT: What can we do to connect and grow together?)
Conclusion => We can do everything (we want) => Tagline

Storyboard



TVC1

Call Sheet

TVC / Pre-production / Call sheet

Call sheet

Read only / Made with Milanote

1 Unsorted

Equipment checklist

Camera a6500 + Fuj XT30+ 2 lens (50mm f1.8 & 18-55mm kit Fuji)

Lighting (1 light + stand)

Backdrops

Gimbal

1 microphone

Locations

1 card

Moda House Coffee

ig Tiểu học

hông - Cơ sở 1

Givral 77 Quang Trung

Thức C

Cellphone S

Cell phone store

VPBANK GÒ V

Map data ©2022 Terms of Use Report a map error

https://www.google.com/maps/place/Moda

Moda House Coffee

Talent / Crew

4 cards

Thao

Actor

Nguyen Minh Chau

Production Manager

Dang Quoc Hung

Director + Cam Op

Vu phi Long

Crew

Schedule

2 cards

General crew call times

Day 1: Saturday 16 July — 5pm

Day 1

7 a.m - Moda House

Script meeting and filming started at Moda House

12 pm - Moda House

Lunch break

1.30 pm _ Moda House

Continue filming

4.30pm - Wrap & pickup

Plan & Timeline

Implementation Plan:

Timeline	Details
03/07/2022	Finish script
05/07/2022	Finish storyboard, prepare props
09/07/2022	Filming TVC
11/07/2022	Edit TVC
21/07/2022	Publish TVC


Timeline

Day	Time	Details
09/07/2022	07:00 - 07:30	The team gathers at the location, inspects and prepares equipment
	07:30 - 08:00	Review script with actor, setting up the scene, light
	08:00 - 11:30	Filming TVC
	11:30 - 13:00	Lunch break
	13:00 - 15:00	Continue filming
	15:00 - 15:30	Review source, wrap & pack up

TVC 1


Product

Reference




Meet Me at Starbucks - Love What You Do

6,6 N lượt xem · 3 năm trước

 AmRest

Product



Moda House Coffee

Người đăng: Minh Châu · 21 tháng 7 lúc 20:00 · 🌐

🏠 MODA HOUSE COFFEE - “NHÀ” LÀ NƠI ĐỂ GẮN KẾT VÀ SẺ CHIA 🏠

Sau những ngày tháng rong ruổi mãi miết trên hành trình của chính mình thì bạn nhận được gì? Bạn đã thực sự cảm thấy hạnh phúc chưa?

Hãy để bản thân có những phút giây thư giãn bên bạn bè và người thân thay vì luôn luôn cuộc bộ một mình bạn nhé! ❤️... [Xem thêm](#)

#LetsdoittogherwithModa

29.553

Người tiếp cận

6.689

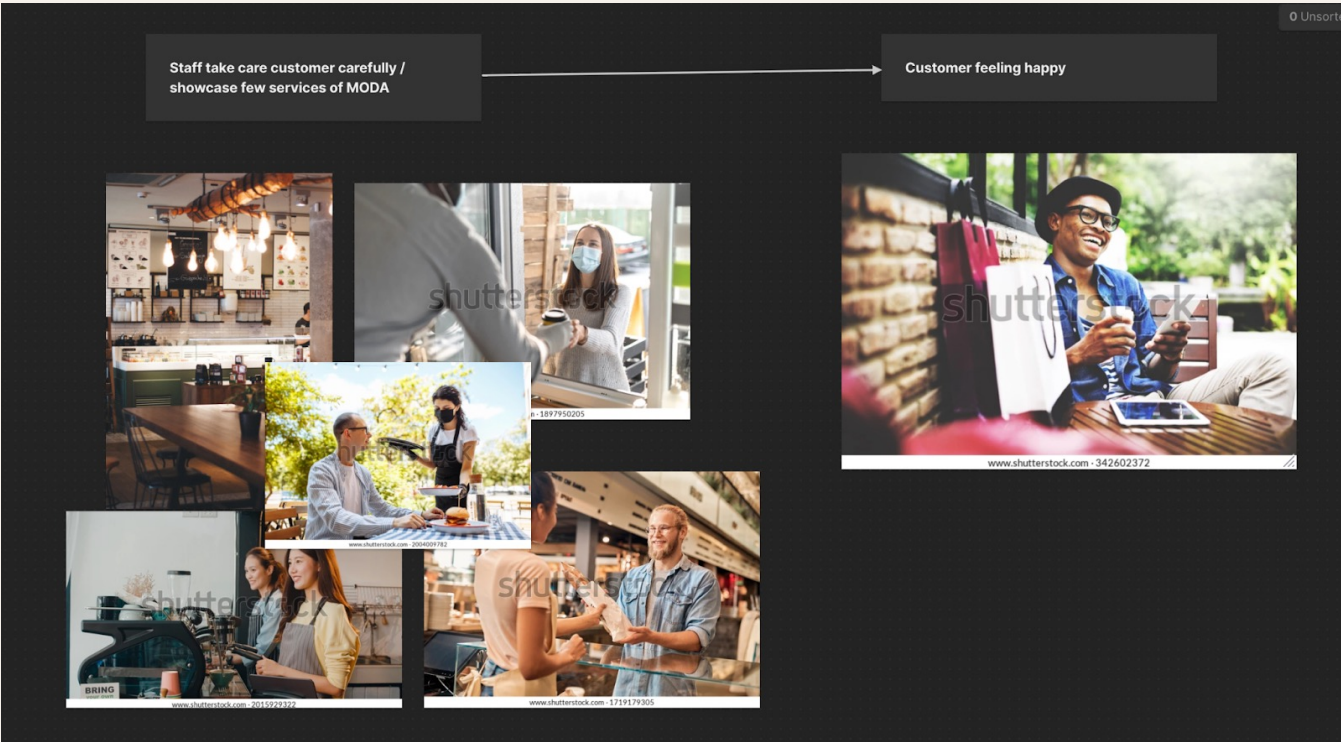
Lượt tương tác

Quảng cáo bài viết

Result TVC 1



Moodboard



Idea

Moda always focuses on services to satisfy the needs of customers, helping customers to be happy and feel the familiarity, sincere concern from the heart.

Key Message

“Beyond Happiness”

Script

(Text: The greater the care, the greater the comfort) Scenes of staff giving water to customers, adding 1 footage of customers working or laughing in groups

(Text: A new day in Moda starts from 6am) Shoot the scene outside the moda (take a phone to shoot a timelapse in the morning 1-2s)

(Text: This is where the fun begins) Filming the scene of the staff cleaning and preparing the restaurant

(Text: A place where every little thing is taken care of) Filming the scene where the staff prepares the drink carefully / the scene where the staff is ordering water for the customer

(Text: A place full of energy and excitement) scene of staff driving motorbikes, covering guests with umbrellas, taking a sip of water, laughing blabla

(Text: A place where your passions are realized) Scenes of guests sitting and working, meeting together

(Text: A place where Moda always tries to be creative to bring the most comfortable experiences) The scene of the order counter, the drinks are constantly changing ref:<https://www.youtube.com/watch?v=adlb4HXbSIU> (1:35)

(Text: Try / fail / learn / grow) 1 footage each (staff pouring water, clearing tables, ...)

(Text: Let people feel sincere care) The scene of the staff holding each other's shoulders bruh

(Text: Let your joy be to the fullest) Scene 1 staff standing together, smiling and handing out water or something)

(Text: Thank you for always supporting Moda House) Staffs standing in front of the camera, bowing to give thanks to customers

=> #BeyondHappiness

Call Sheet

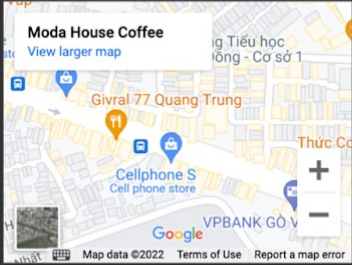
Equipment checklist

1 card

- ☒ Camera a6500 + Fuj XT30+ 2 lens (50mm f1.8 & 18-55mm kit Fuji)
- ☒ Lighting (1 light + stand)
- ☒ Backdrops
- ☒ Gimbal
- ☒ 1 microphone

Locations

1 card



Talent / Crew

3 cards

Nguyen Minh Chau

Production Manager

Dang Quoc Hung

Director + Cam Op

Vu phi Long

Crew

Schedule

2 cards

General crew call times

Day 1: Saturday 25 July — 6pm

6 a.m - Moda House

Script meeting and filming started at Moda House

12 pm - Moda House

Lunch break

1.30 pm _ Moda House

Continue filming

4.30pm - Wrap & pickup

Plan & Timeline

Implementation Plan

Timeline	Details
18/07/2022	Finish script
18/07/2022	Finish storyboard, prepare props
25/07/2022	Filming TVC
26/07/2022	Edit TVC
30/07/2022	Publish TVC

Timeline

Day	Time	Details
25/07/2022	07:00 - 07:30	The team gathers at the location, inspects and prepares equipment
	07:30 - 08:00	Review script with actor, setting up the scene, light
	08:00 - 11:30	Filming TVC
	11:30 - 13:00	Lunch break
	13:00 - 15:00	Continue filming
	15:00 - 15:30	Review source, wrap & pack up

TVC 2

Product

Reference



Say mê trong từng mẻ cà phê được ấn cần chậm chắt

2:10

The Coffee House - 5 năm Hành trình hạnh phúc

292K views · 2 years ago

 THE COFFEE HOUSE


Có một The Coffee House như thế suốt 5 năm Mỗi ngày tại đây, hơn 3000 "người Nhà" đều cố gắng trao gửi đến bạn những ...

Product



Moda House Coffee

Người đăng: Minh Châu · 30 tháng 7 lúc 20:00

 MODA HOUSE COFFEE - “NHÀ” LÀ NƠI ĐỂ BẠN ĐƯỢC THOẢI MÁI LÀ CHÍNH MÌNH



Cuộc hành trình nào cũng cần có những người bạn đồng hành để có thể đi lâu và đi xa hơn.

Trên hành trình đó, Moda mong muốn được sẻ chia những căng thẳng cùng bạn để khi đến Moda, bạn sẽ luôn có cảm giác gần gũi và ấm áp. ... [Xem thêm](#)



Cảm ơn bạn vì đã chọn ủng hộ Moda

2.997

Người tiếp cận

1.118

Lượt tương tác

Quảng cáo bài viết

Result TVC 2

Hiệu quả

Số người tiếp cận



Bài viết này tiếp cận được nhiều người hơn **88%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

Số người tiếp cận	3.006
-------------------	-------

Cảm xúc, bình luận và lượt ch...



Bài viết này thu hút được nhiều cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ hơn **94%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

Cảm xúc	233
Bình luận	57
Lượt chia sẻ	6

Testimonial Video

Idea

With Moda House Coffee, customer satisfaction with their service and product experiences is always a top priority. That's why we decided to do a short video interview with customers at Moda to find out about their feelings when coming to Moda House Coffee.


Key Message

Moda always wants to bring the best experience to customers

Script

KỊCH BẢN VIDEO PHỎNG VẤN KHÁCH HÀNG				
STT	Thời lượng	Phân cảnh	Nội dung	Ghi chú
1	30s	Mở đầu	Khách mời giới thiệu bản thân: Họ tên, tuổi, nghề nghiệp	Người phỏng vấn ngồi sau cam Đeo mic cho khách mời Hỏi theo kiểu đang trò chuyện chứ không phải phỏng vấn Set 2 cam 1 cam chính diện, 1 cam 45 độ
2	120s	Phỏng vấn	Q: Anh/chị có thường xuyên đến các quán cà phê không? Q: Anh/chị thường đến quán cà phê để làm gì? Q: Anh/chị có thường xuyên đến Moda House Coffee không? Q: Anh/chị biết đến Moda House Coffee từ đâu? Q: Anh/chị ấn tượng nhất với điểm nào của Moda House Coffee? Q: Anh/chị cảm thấy như thế nào về thái độ của nhân viên cũng như văn hóa phục vụ? Q: Anh/chị cảm thấy như thế nào về không gian của Moda House Coffee? Q: Anh/chị có thể chia sẻ 1 kỷ niệm với Moda House Coffee không ạ? Q: Theo anh/chị thì Moda nên cải thiện ở điểm nào? Q: Anh/chị có sẵn sàng giới thiệu Moda đến với bạn bè, người thân của mình không?	
3	20s	Kết thúc	Text: Moda House Coffee rất muốn nhận được góp ý của mọi khách hàng để có thể cải thiện và đem đến những trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng! Mọi ý kiến đóng góp quý khách hàng vui lòng điền vào form góp ý ở phía dưới phần cmt!	

Product




Moda House Coffee

Người đăng: Minh Châu · 12 tháng 8 lúc 20:30 ·

PHÒNG VẤN CẢM NGHĨ CỦA KHÁCH HÀNG KHI ĐẾN MODA HOUSE COFFEE

Moda House Coffee luôn mong muốn mang đến cho những “người bạn” của mình cảm giác ấm áp như được ở nhà. Vậy những “người bạn” của Moda nghĩ sao về Moda House Coffee cũng như cách mà các bạn nhân viên của Moda quan tâm đến khách hàng? 🤔

Cùng Moda xem video dưới đây để nghe những ý kiến của khách hàng về Moda nhé 😊...
Xem thêm



1.835

Người tiếp cận

807

Lượt tương tác

Quảng cáo bài viết

Result Testimonial

Hiệu quả

Số người tiếp cận



Bài viết này tiếp cận được nhiều người hơn **48%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

Số người tiếp cận 1.875

Cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ



Bài viết này thu hút được nhiều cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ hơn **90%** trong số 50 bài viết và tin gần đây nhất của bạn trên Facebook.

Cảm xúc	122
Bình luận	58
Lượt chia sẻ	8

Actual
cost

ACTUAL COSTS						
CATEGORIES		QUANTITY	UNIT	UNIT PRICE	TOTAL PRICE	NOTE
MANAGE AND DEVELOP NEW MEDIA CHANNEL						
TikTok	Idea	1	pack/month	2,000,000	2,000,000	
	Build contents					
	Plan timeline					
	Make short videos					
	Data analyze					
	Tracking process and making adjustment					
	Equipment & Props					
	Running Ads					
	Actor					
PRODUCTION ACTIVITIES						
Facebook	TVC	2	video	2,000,000	2,000,000	Production and Post-production fee
	Facebook posts	20	post	50,000	1,000,000	Content
	Run ads for posts, viral clip on Facebook and Tiktok	1	pack/month	1,500,000	1,500,000	Calculated by click price
	Plan timeline	1	pack/month	100,000	100,000	
	Equipment & Props	1	package	1,000,000	1,000,000	Camera, lights, tripod, mic
	Human Resources	4	people	100,000	400,000	Media
	Evaluation	1	pack/month	200,000	200,000	Assess the KPIs and engagement of each post, and modify the wording to increase reach and engagement.
OTHER FEES						
	V.A.T Tax			10%	820,000	
Estimated total cost		9,020,000				Estimated costs are subject to change

Evaluation



Review campaign's objectives

In a period of nearly 2 months from June 15 to August 12, we have completed all the initial goals that we set out as well as the requirements of Moda House Coffee, specifically as follows:

The first is to improve the Fanpage of Moda House Coffee and synchronize the media publications on the media channels. We have published a total of 20 articles with images and videos divided into different categories with the same design and content, besides, we have also increased the frequency of posting compared to the period of time. past time and get positive metrics on reach, engagement, and page followers.

Our second goal is to make videos and images for customers to see the value that Moda House Coffee aims to as well as Moda House Coffee products and a warm space, thereby increasing the brand awareness of Moda. House Coffee. We have made 2 tvcs to show customers the service culture as well as the values that Moda House Coffee brings, besides the images of Moda House Coffee's products and space. These articles often receive a large amount of interaction and positive feedback from customers

The next goal is to create and build tik tok channel for Moda House Coffee. Since creating the tik tok channel up to now, the channel has gained more than 1,100 followers and nearly 11,000 likes, besides also attracting a fairly stable number of views.

Review campaign's objectives

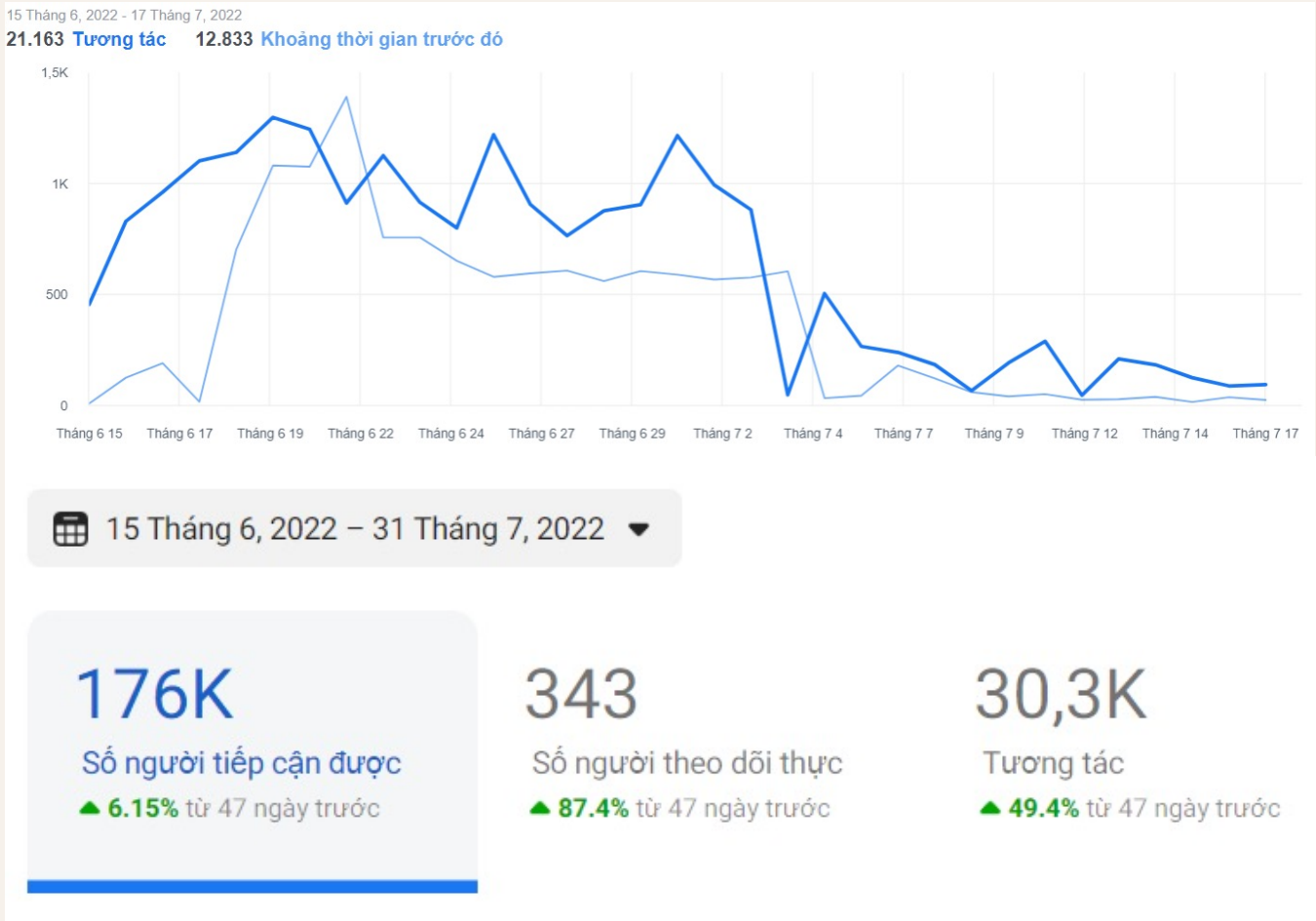
Facebook

	Objective	Actual	Progress	Note
Total Post Reach	50.000	72.643	145,28%	
Engagement	5.000	13.405	268,1%	
Number of Post	20	20	100%	

In general, the results obtained after the campaign period from June 15 to July 31 are quite good compared to the previous period. All metrics are up, especially the number of followers has increased by 87.4% and the number of interactions has increased by 49.4%.

Review campaign's objectives

Facebook



Nội dung gần đây ↓		Loại	Số ng...	📌 ⬆️ ⬆️	Lượt thích và cà...	📌 ⬆️ ⬆️	Bình luận	📌 ⬆️ ⬆️
	MODA HOUSE COFFEE - "NHÀ" LÀ ... 30 Tháng 7 6:00	Bài viết	Quảng cá...	2.768	231	57		
	Bạn tìm gì sau một ngày dài mệt m... 26 Tháng 7 5:57	Bài viết	Quảng cá...	1.840	54	7		
	MODA HOUSE COFFEE - "NHÀ" ... 21 Tháng 7 5:59	Bài viết	Quảng cá...	29.232	342	129		
	Đã từng có những ngày như thế, M... 20 Tháng 7 5:58	Bài viết	Quảng cá...	2.659	91	32		
	Nếu một tuần của bạn có thật nhiề... 14 Tháng 7 6:27	Bài viết	Quảng cá...	1.828	35	5		
	🔥 NGỒI LÂU - GIẢM SÂU 🔥 Các tì... 13 Tháng 7 0:29	Bài viết	Quảng cá...	1.311	33	2		
	Moda House Coffee đã cập nhật ả... 11 Tháng 7 7:11	Tạo quán...	--	32	0			
Nội dung gần đây ↓		Loại	Số ng...	📌 ⬆️ ⬆️	Lượt thích và cà...	📌 ⬆️ ⬆️	Bình luận	📌 ⬆️ ⬆️
	🍹 HÈ MÁT LẠNH CÙNG COMBO ... 11 Tháng 7 6:46	Bài viết	Quảng cá...	1.910	152	32		
	Bạn đã có kế hoạch gì cho buổi sá... 9 Tháng 7 18:00	Bài viết	Quảng cá...	1.368	43	9		
	Hãy cùng khám phá chi nhánh đầu... 7 Tháng 7 6:05	Bài viết	Quảng cá...	1.732	67	19		
	[KẾT QUẢ MINIGAME: ĐOÁN HAY ... 6 Tháng 7 6:25	Bài viết	Quảng cá...	1.091	41	14		
	[MINIGAME: ĐOÁN HAY TRÚNG N... 5 Tháng 7 0:07	Bài viết	Quảng cá...	2.741	76	52		
	Đắm chìm trong "vị ngọt" mà Mod... 1 Tháng 7 18:00	Bài viết	Quảng cá...	1.416	52	16		
	Sẽ thế nào nếu trong một buổi chi... 1 Tháng 7 6:05	Bài viết	Quảng cá...	1.964	52	5		
Nội dung gần đây ↓		Loại	Số ng...	📌 ⬆️ ⬆️	Lượt thích và cà...	📌 ⬆️ ⬆️	Bình luận	📌 ⬆️ ⬆️
	Đã bao lâu rồi bạn mới lại có dịp n... 29 Tháng 6 18:09	Bài viết	Quảng cá...	1.988	68	11		
	📺 MODA ĐÃ CÓ MẶT TRÊN TIKT... 26 Tháng 6 7:57	Bài viết	Quảng cá...	1.825	72	23		
	Những buổi sáng ghé thăm cửa hà... 23 Tháng 6 0:07	Bài viết	Quảng cá...	2.627	80	16		
	🍹 BỘ ĐÔI BEST SELLER NGÀY HÈ: ... 21 Tháng 6 0:14	Bài viết	Quảng cá...	1.630	48	8		
	Nắng kia đâu làm tôi cháy Nhưng ... 19 Tháng 6 22:51	Bài viết	Quảng cá...	1.416	41	0		
	🌿 TRÀ ỒI HỒNG & SODA ỒI HỒN... 17 Tháng 6 21:05	Bài viết	Quảng cá...	7.613	434	24		
	CÀ PHÊ TRÚNG - CHỨT BÉO NGẬY... 15 Tháng 6 17:51	Bài viết	Quảng cá...	3.001	93	26		

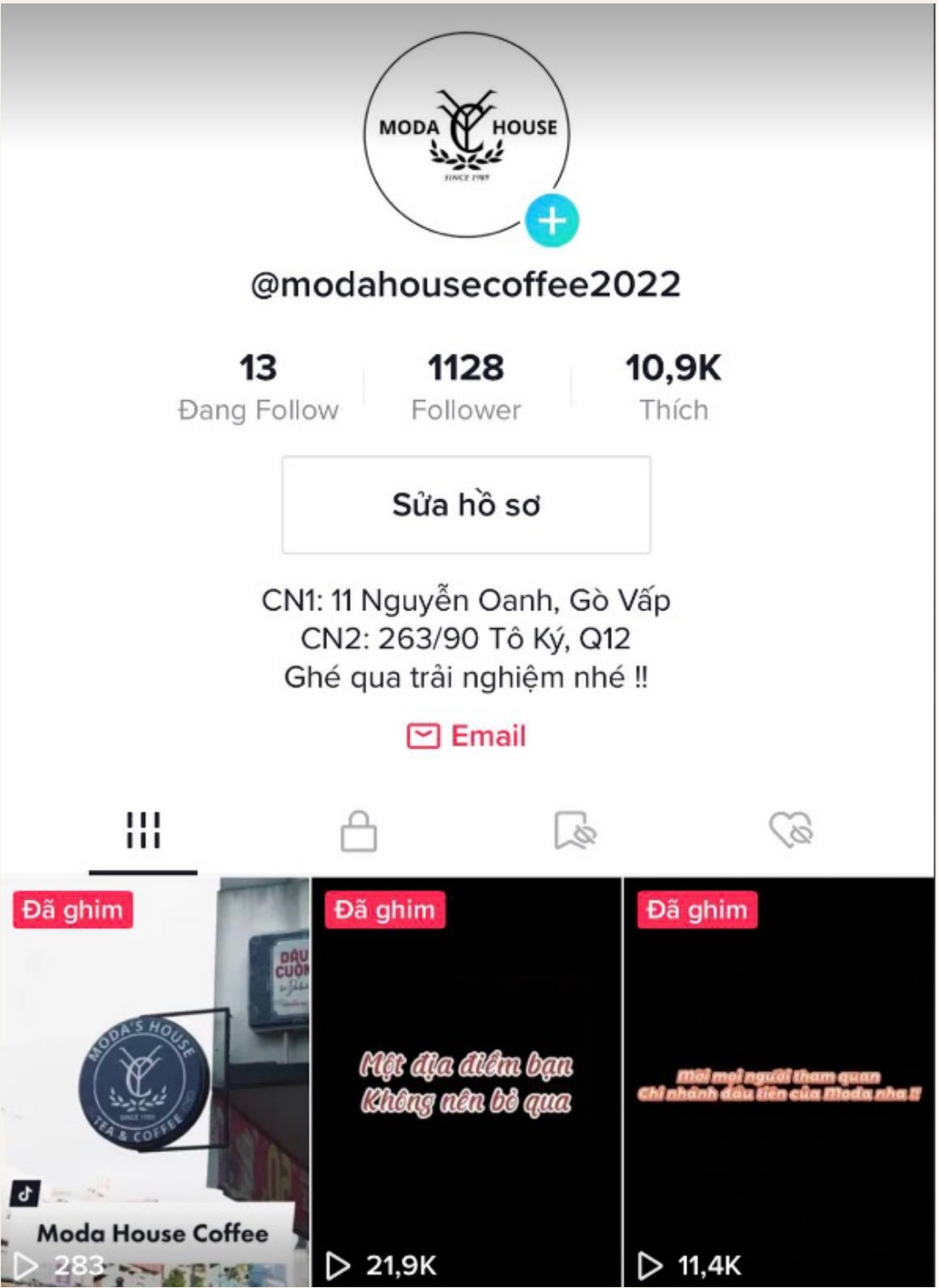
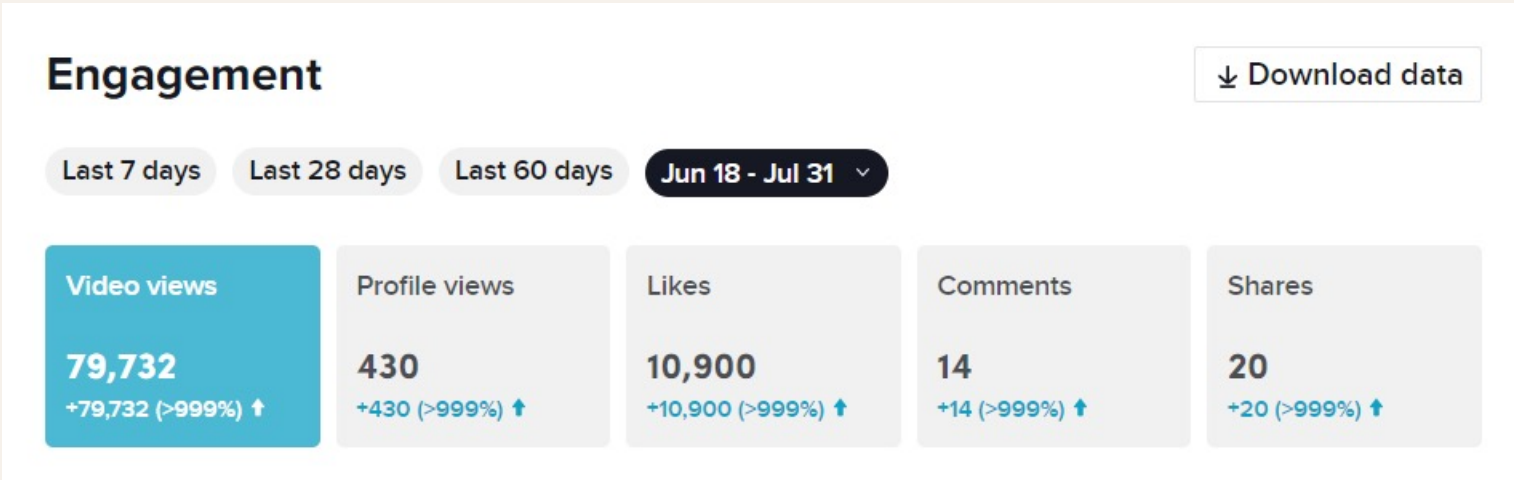
Review campaign's objectives

Tiktok

	Objective	Actual	Progress	Note
Total Post Reach	50.000	70.814	141,63%	
Engagement	5.000	10.621	212,42%	
Number of Posts	20	16	80%	

Review campaign's objectives

Tiktok



Moda Communication Efficiency Assessment Survey

We conduct a survey for people who know Moda, such as customers, friends, acquaintances, and people who have liked and followed the company's social networking sites.

This survey is used to measure the effectiveness of the media campaign for Moda to increase brand awareness.

It started from 08/08/2022 – 14/08/2022 and gain 122 answers

122 câu trả lời

Chấp nhận phản hồi

Bản tóm tắt

Câu hỏi

Cá nhân

< 1 / 122 >

Bạn không thể chỉnh sửa câu trả lời

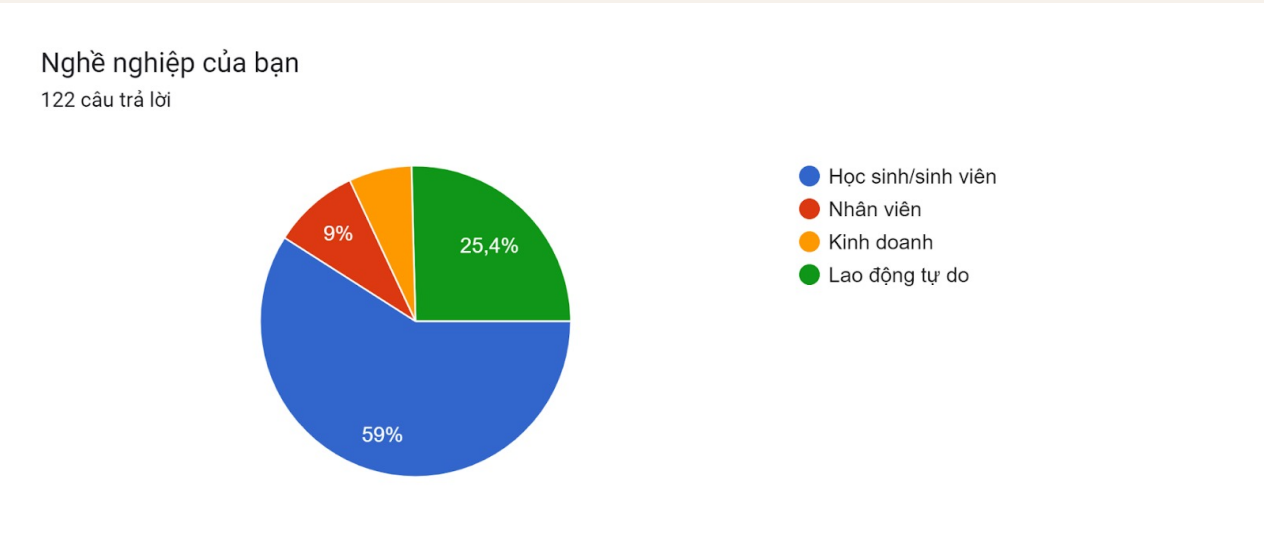
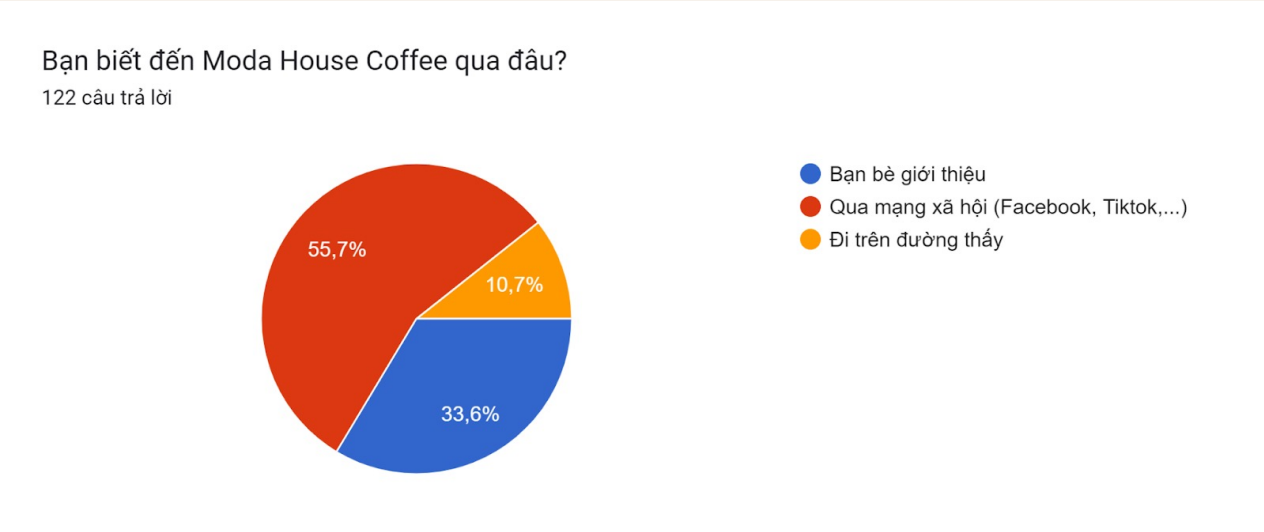
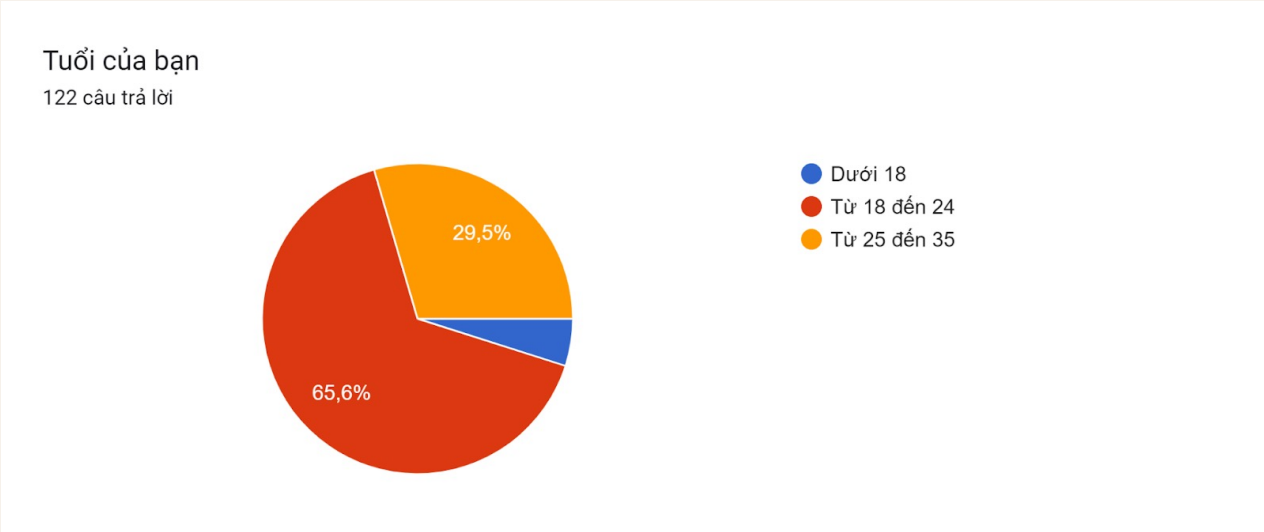
ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG CỦA MODA HOUSE COFFEE

Lời đầu tiên, Moda House Coffee xin chân thành cảm ơn bạn đã theo dõi và ủng hộ Moda House Coffee. Trong thời gian vừa qua Moda House Coffee đã thực hiện một chiến dịch truyền thông nhằm tăng mức độ nhận diện thương hiệu của Moda House Coffee. Để có thể hoàn thiện chiến dịch và đem đến những trải nghiệm tốt hơn dành cho khách hàng, Moda House Coffee rất mong muốn được lắng nghe những cảm nhận, đánh giá và nhận xét của mọi người về chiến dịch vừa qua.

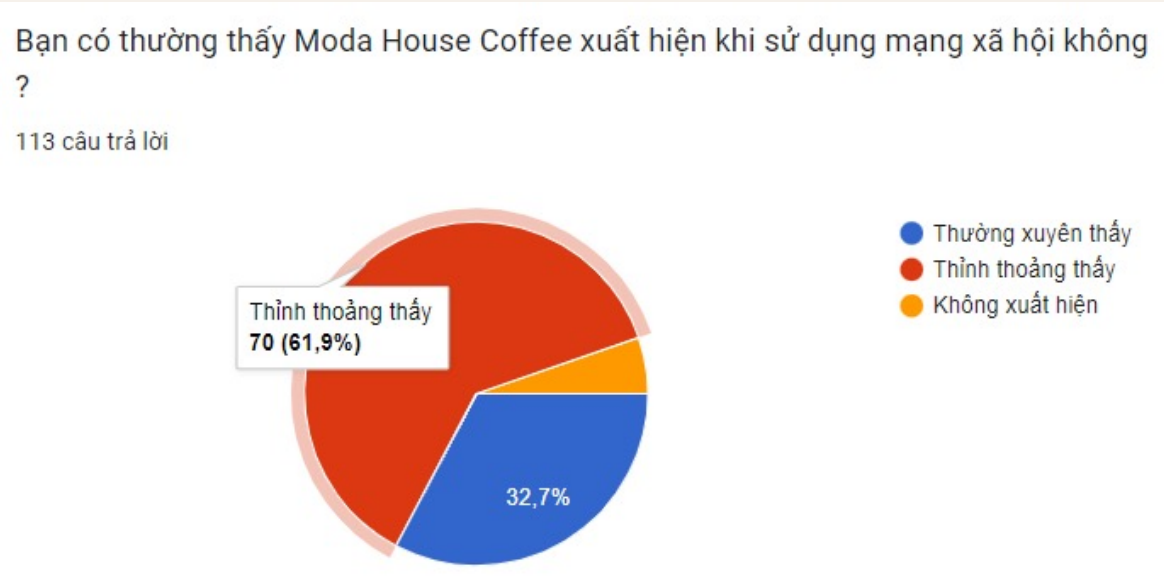
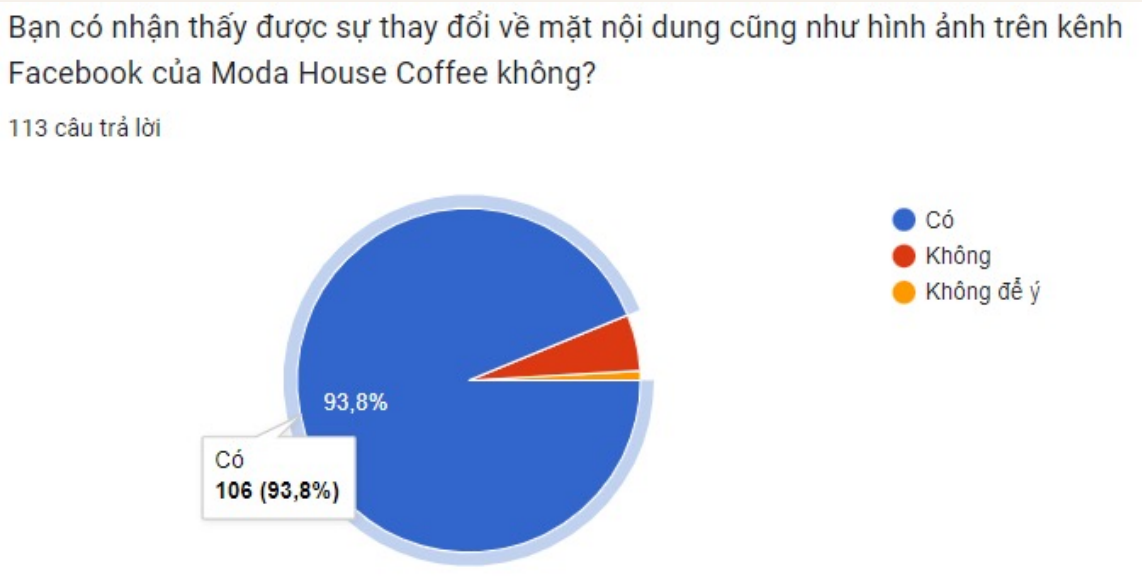
Một lần nữa Moda House Coffee xin chân thành cảm ơn.

*Bắt buộc

Moda Comunication Efficiency
Assessmnet Survey

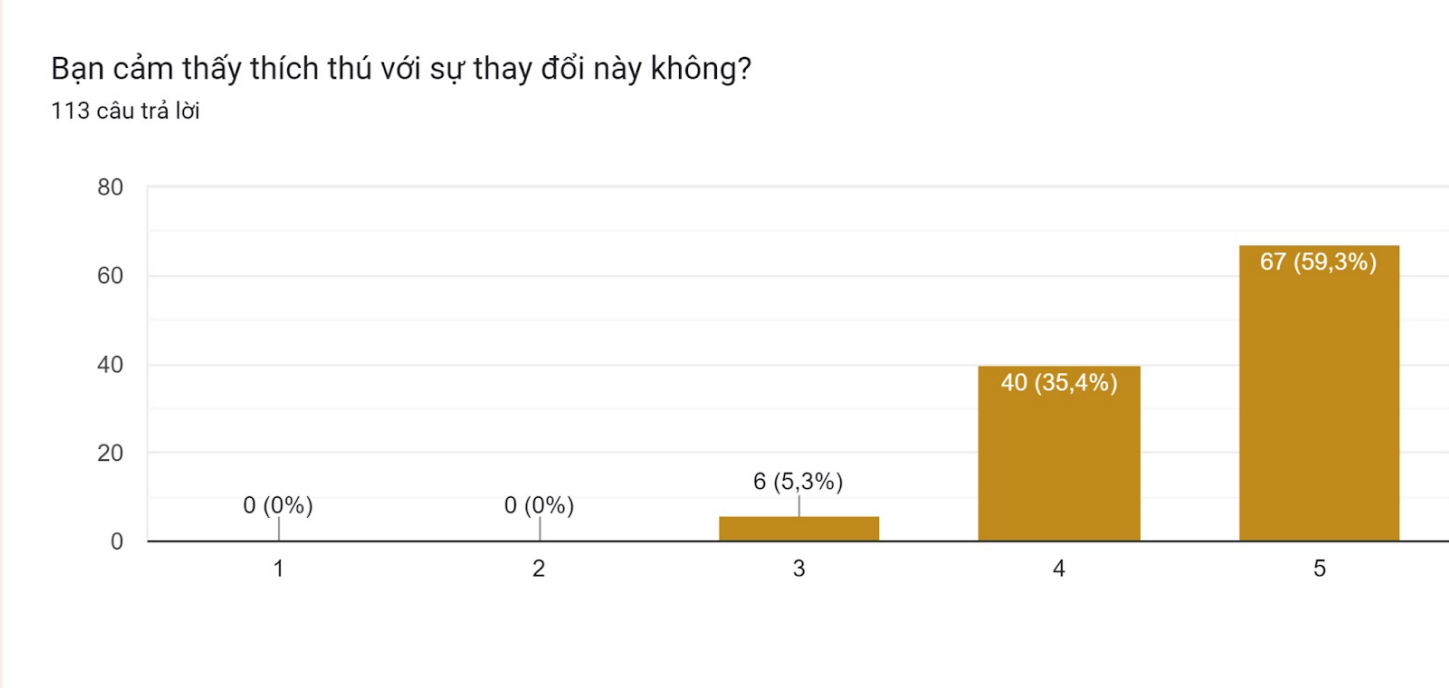


Moda Communication Efficiency
Assessment Survey



With a more consistency post schedule, we manage to get Moda post reach to 94% people who were like and follow Moda social media channel

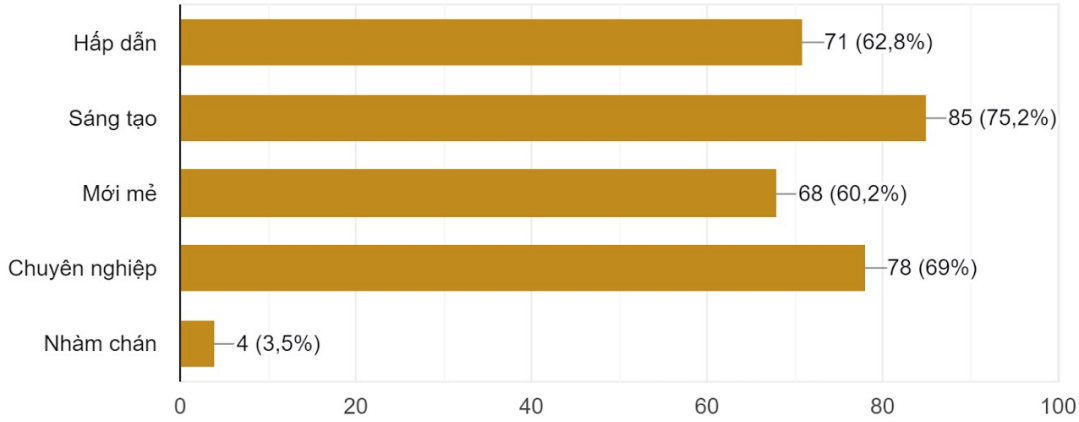
Over 93% people agree that Moda facebook page has been through an development and over 100% people tend to like these apeareance change.



Moda Communication Efficiency
Assesment Survey

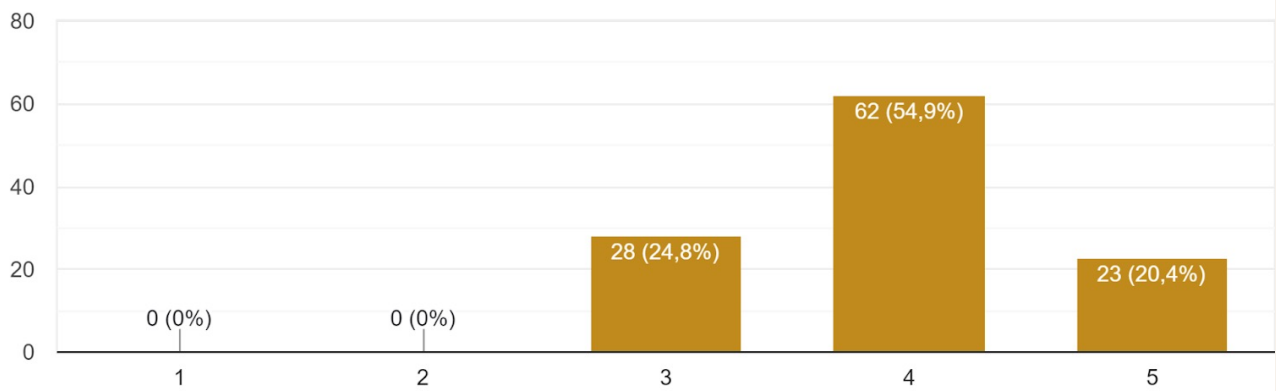
Bạn thấy các nội dung hiện tại trên các kênh truyền thông như thế nào?

113 câu trả lời

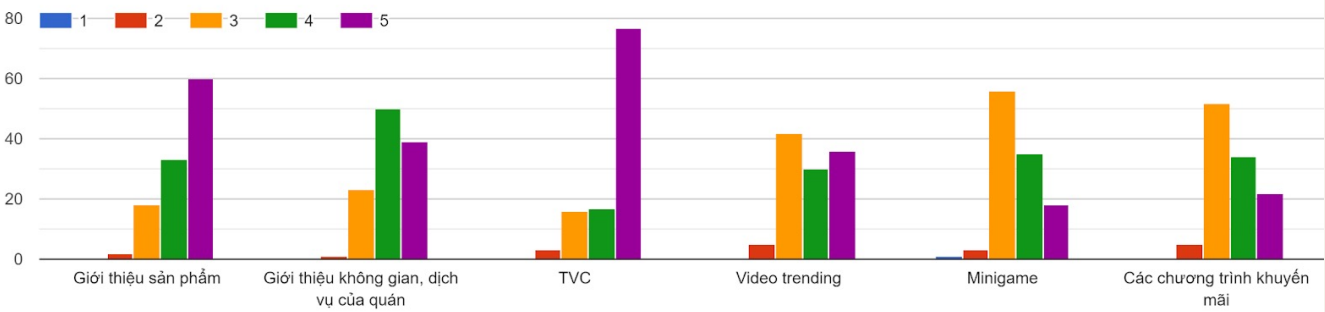


Sau khi xem các nội dung trên Facebook và Tiktok thì bạn có cảm thấy muốn đến Moda Coffee House hơn không?

113 câu trả lời



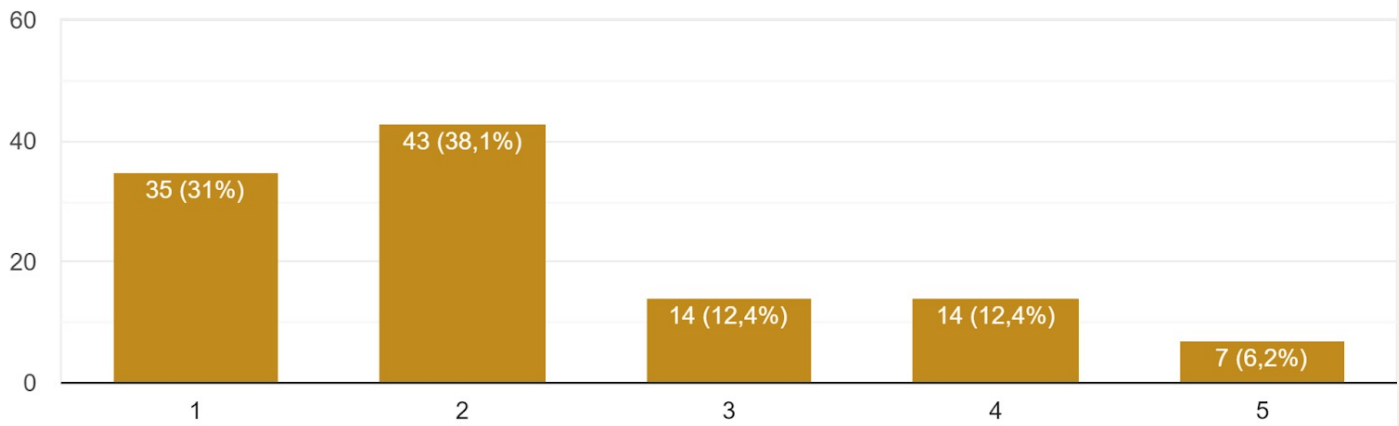
Mức độ yêu thích của bạn đối với các nội dung trên Facebook và Tiktok? Đánh giá theo thang điểm từ 1 (thấp nhất) đến 5 (cao nhất)



Moda Comunication Efficiency Assessment Survey

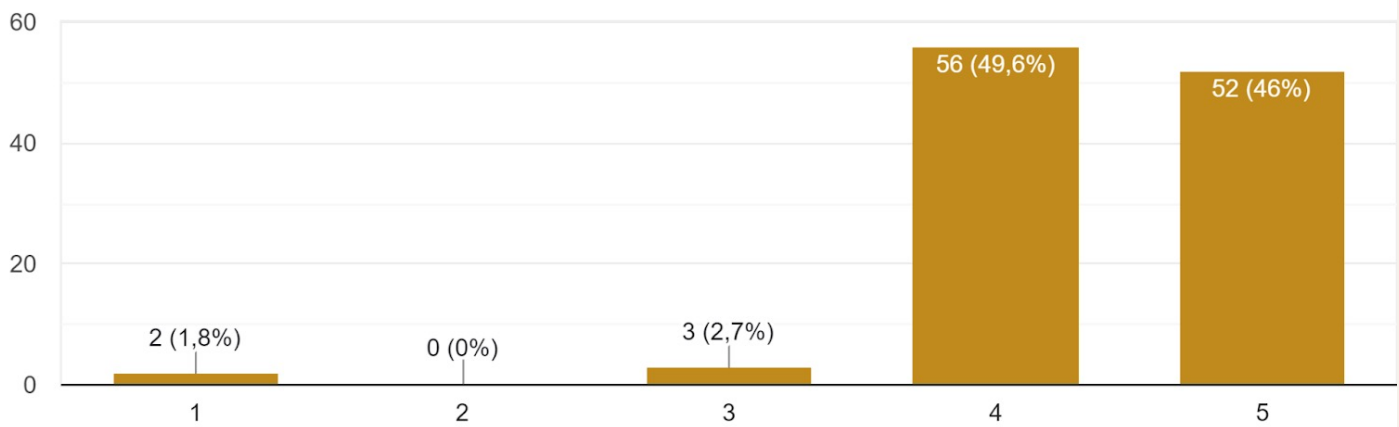
Mức độ hiểu biết của bạn về sản phẩm và dịch vụ của Moda House Coffee trước khi chiến dịch được thực hiện?

113 câu trả lời



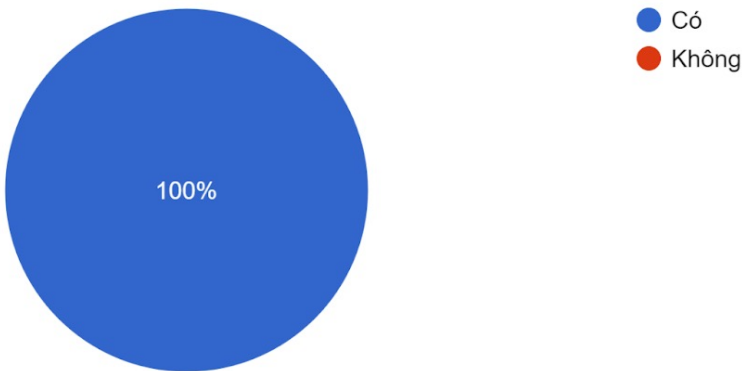
Mức độ hiểu biết của bạn về sản phẩm và dịch vụ của Moda House Coffee sau khi chiến dịch được thực hiện?

113 câu trả lời



Bạn có sẵn sàng giới thiệu Moda House Coffee đến với mọi người không?

113 câu trả lời



FPT UNIVERSITY

**PHIẾU LẤY Ý KIẾN CỦA DOANH NGHIỆP
VỀ VIỆC HỢP TÁC TRIỂN KHAI KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
HỌC KỲ SUMMER 2022**

Tên doanh nghiệp:	MODA HOUSE COFFEE
Lĩnh vực kinh doanh:	Food & Beverage
Địa chỉ:	11 Nguyễn Oanh, P.10, Quận Gò Vấp, TP.Hồ Chí Minh
Website:	http://modahousecoffee.vn/
Người đại diện cho ý kiến:	Họ và tên: Nguyễn Đình Bảo Thy Chức vụ: Quản lý cửa hàng Email: moda.coffeehouse@gmail.com Số điện thoại: 0938346538
Tên đề tài:	Chiến dịch đẩy mạnh truyền thông tăng nhận diện thương hiệu cho Moda House Coffee.
Ngành đào tạo:	Truyền thông đa phương tiện
Giảng viên hướng dẫn:	Nguyễn Trần Lê Anh
Nhóm sinh viên thực hiện	1. Nguyễn Minh Châu 2. Vũ Phi Long 3. Đặng Bá Quốc Hưng 4. 5.

Lưu ý:

-Quý Doanh nghiệp vui lòng gửi thông tin về trước ngày 23/8/2022
-Mọi thông tin cần hỗ trợ, vui lòng liên hệ: 0908 291 186 (Mr. Phước Bảo) – BaoNTP@fe.edu.vn

NỘI DUNG LẤY Ý KIẾN

1. Về công tác phối hợp với Giảng viên và sinh viên		
2. Về kết quả thực hiện so với yêu cầu đề ra	Yêu cầu đề ra	Đạt/Không đạt
	1. Xây dựng, cải thiện lại Fanpage Moda House Coffee - Đồng bộ các ấn phẩm truyền thông trên các kênh truyền thông	ĐẠT
	2. Chụp ảnh, quay video sản phẩm, không gian quán	ĐẠT
	3. Xây dựng thêm kênh truyền thông Tiktok	ĐẠT
	4. Chạy quảng cáo, seeding cho các ấn phẩm truyền thông trên Fanpage	ĐẠT
3. Nhận xét/Góp ý về đề tài	<p>Đầu tiên, chị cảm ơn Team đã tin tưởng và lựa chọn Moda House là nơi thực hiện đồ án. Sau hơn 1 tháng làm việc cùng nhau, chị có các đánh giá như sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> Về nội dung: sáng tạo, phù hợp với tiêu chí Moda mong muốn hướng tới. Team rất kỹ càng trong việc tìm kiếm và đưa ra những content thu hút đúng trọng tâm thị hiếu của giới trẻ hiện nay. Tuy trong quá trình thực hiện đôi lúc cũng có những khó khăn và trở ngại từ những vấn đề khách quan. Nhưng team luôn cố gắng sắp xếp và tìm ra phương án phù hợp nhất để thực hiện và vẫn đảm bảo hiệu quả. Moda House nói chung và cá nhân chị nói riêng, rất thích các content cũng như hình ảnh, video mang chất riêng của các bạn thực hiện cho Moda. Không chỉ đúng với concept của Moda mà các bạn còn thêm "gia vị" phù hợp cho các nội dung. Phản hồi từ khách hàng rất tích cực nhé. Về kênh tiktok: mặc dù là kênh mới nhưng lại có 3 video lên xu hướng. Chị đánh giá cao về phần thực hiện này. <p>Cuối cùng, chị và Moda House rất vui khi được hợp tác cùng team. Một trải nghiệm rất hay và rất nhiều điều mới lạ. Các bạn là đội ngũ marketing trẻ nhiệt huyết và tiềm năng. Cá nhân từng bạn luôn có sự gắn kết cùng nhau và thực hiện mọi thứ rất chính chu và hiệu quả. Cảm ơn team rất nhiều.</p>	

Lưu ý:

-Quý Doanh nghiệp vui lòng gửi thông tin về trước ngày 23/8/2022
-Mọi thông tin cần hỗ trợ, vui lòng liên hệ: 0908 291 186 (Mr. Phước Bảo) – BaoNTP@fe.edu.vn

4. Đề xuất cải tiến hoặc hướng phát triển đề tài (nếu có)	KHÔNG
5. Đánh giá chung (theo thang điểm 10)	9.5/10
6. Kết luận về việc nghiệm thu đề tài (Ghi rõ: "Đồng ý" hoặc "Không đồng ý")	Đồng ý

Người nhận xét

Nguyễn Đình Bảo Thy

Key Takeaway

In the present time, when Tiktok has been and is the most popular application in the world and there are many trends created, we can use these trends to reach a wide audience. more goods. However, we should reasonably combine trending articles and brand articles to both reach many customers and leave them with an impression of our brand.

Diversify in terms of content, then consider which content will work for your audience. Thereby increasing brand awareness and customer love for the brand

Recommendation

After more than 2 months of running a communication campaign for Moda House Coffee, we have collected a lot of positive results on indicators such as reach, interaction,... This proves that if Moda House Coffee continues to develop the communication channels that Moda House Coffee has available, plus the Tiktok channel we just created for Moda, it will attract a lot of customers. In addition, the content about the service culture as well as the values that Moda House Coffee brings to customers achieve high reach, interaction and receive very good feedback from customers. Moda House Coffee should continue to exploit these contents in the near future.



Thank You –

Many thanks Ms. Le Anh for the guidance.

End