

GRA497
PROGRESS REPORT 3

DONG DONG SAI GON
BRANDING CAMPAIGN

Student:

Pham Ngoc Anh Thu - SS150477

Mai Dang Gia Bao - SS150083

Nguyen Le Thanh Thuy - SS150416

Nguyen Hoang Ngoc Khanh - SS150464

Supervisor:

Mr. Hoang Vu Quoc Anh

TABLE OF CONTENT

1. COMMUNICATION PLAN	03
2.1. Timeline progress report	
2.2. Objectives progress report	
2.3. Evaluation	
2. PRODUCTION	08
3.1. Social media: Tarp Sound	
3.2. Dong Dong: A Brand Story	
3. EVENT	15
4.1. Event timeline	
4.2. Event estimated budget	
4. ACTUAL BUDGET	26

1. COMMUNICATION PLAN

1.1. Timeline progress report

As of November 12, Dong Dong has posted a total of 13 posts, completing phase 1 and half of phase 2 of the campaign.

WEEK 3 [24/10 - 30/10]											
9	POST	"Điều" bạt products post: Photos of products which have the tarp color that will be feature in SP video. Sản phẩm: Cê Sủi + Dê Sủi	- Background là đường phố Sài Gòn có bạt - Foreground: talent + sản phẩm/ sản phẩm - Chèn text liên quan đến sound nơi chụp ảnh - Ref: Link	design + photo	Thư	24/10	Tối	23/10	Link	Link	done
10	POST	"Điều" bạt products post: Photos of products which have the tarp color that will be feature in SP video. Sản phẩm: Tote xám vàng + Tote chợ ông tám	- Background là đường phố Sài Gòn có bạt - Foreground: talent + sản phẩm/ sản phẩm - Chèn text liên quan đến sound nơi chụp ảnh	design + photo	Thư	25/10	Tối	23/10	Link	Link	done
11	POST	"Điều: bạt products post: Photos of products which have the tarp color that will be feature in SP video Sản phẩm: Ví Hy Lạp + Tri Đen	- Background là đường phố Sài Gòn có bạt - Foreground: talent + sản phẩm/ sản phẩm - Chèn text liên quan đến sound nơi chụp ảnh - Ref: Link	design + photo	Khanh	26/10	Tối	24/10	Link	Link	done
	STORY	Event story: DD feel very honored to be the representative of the South to participate in the GIZ exhibition	Opt1: Repost thông báo event từ page GIZ (nếu có) Opt2: - Solid background/ Photo background - Logo DD + logo GIZ	design	Thư	26/10	Trưa	24/10	-	Link	done
12	POST	Event on-site post: DD is currently joining GIZ event	- Hình ảnh trực tiếp từ event	photo	Thư	28/10	Tối	27/10	Link	Link	done
13	STORY	Share hình ảnh update thêm từ event ngày 27	- Hình ảnh trực tiếp từ event			28/10	Trưa	-	-	-	
14	POST	Recap event post: Video recap the process of making tarp for GIZ event	- Video quy trình làm sản phẩm cho event của GIZ	video	Khanh	30/10	Tối	27/10	Link	Link	done
15	STORY	Share lại post 14	-			30/10		-	-	-	done

WEEK 4 [31/10 - 06/11]												
16	POST	Products making process post: Feature sound and visual of the process making tarp	Text promote khả năng tiếp cận B2B của DD: khả năng sản xuất hàng loạt, in UV, thêu tên thương hiệu lên sản phẩm, thay đổi mẫu,... Ref: Link	design + photo	Thứ	31/10	Tối	29/10	Link	Link	delay	
17	STORY	Share lại post 16	-			01/11	Trưa	-	-	-	delay	
18	POST	SP1: Âm thanh của bạt cam và xanh		video	Khanh	02/11	Tối	31/10	Link	Link	done	
19	STORY	Share lại post 18	-			03/11	Trưa	-	-	-	done	
20	POST	SP2: Âm thanh của bạt đen và sọc xanh dương-trắng		video	Thứ	04/11	Tối	02/11	Link	Link	done	
21	POST	Share lại post 20				05/11	Trưa	-	-	-		
22	POST	SP3: Âm thanh của bạt vàng và sọc xanh lá-trắng		video	Khanh	06/11	Tối	04/11	Link	Link	done	

WEEK 5 [07/11 - 13/11]												
23	STORY	Share lại post 22	-			07/11		-	-	-		
24	POST	Teaser brand story video	Teaser ngắn các cảnh nhẹ nhàng trong 10s / Poster brand story	video	Thư	08/11	Tối	06/11	Link	Link	done	
25	STORY	Share lại post 24		design		09/11	Trưa	-	-	-		
26	POST	Brand story video release: Câu chuyện thương hiệu Đồng Đồng Sài Gòn	- Video brand story	video	Khanh	10/11	Tối	08/11	Link	Link	done	
27	STORY	Share lại post 26				11/11	Trưa	-	-	-		
28	POST	Coming soon sản phẩm Tết	- 1 hình khổ vuông, lấp ló về sp Tết	design	Thư	12/11	Tối	10/11	Link	Link	done	
29	STORY	Share lại post 28				13/11						

Figure 1: Social Media Content Calendar

"Điều" Cê Sủi và Dê Sủi trên vai,
Cho một ngày không cần sủi mà vẫn đầy năng lượng.
Trong hình là balo Cê Sủi và Dê Sủi:
<https://www.dongdongsaigon.com/product-category/balo/> ... Xem thêm



1.145 Người tiếp cận 267 Lượt tương tác [Quảng cáo bài viết](#)

75 17 bình luận 3 lượt chia sẻ

[category/wai-tole/](#) ... Xem thêm



2.055 Người tiếp cận 353 Lượt tương tác [Quảng cáo bài viết](#)

85 11 bình luận 7 lượt chia sẻ

[Thích](#) [Bình luận](#) [Chia sẻ](#) [Mời](#)

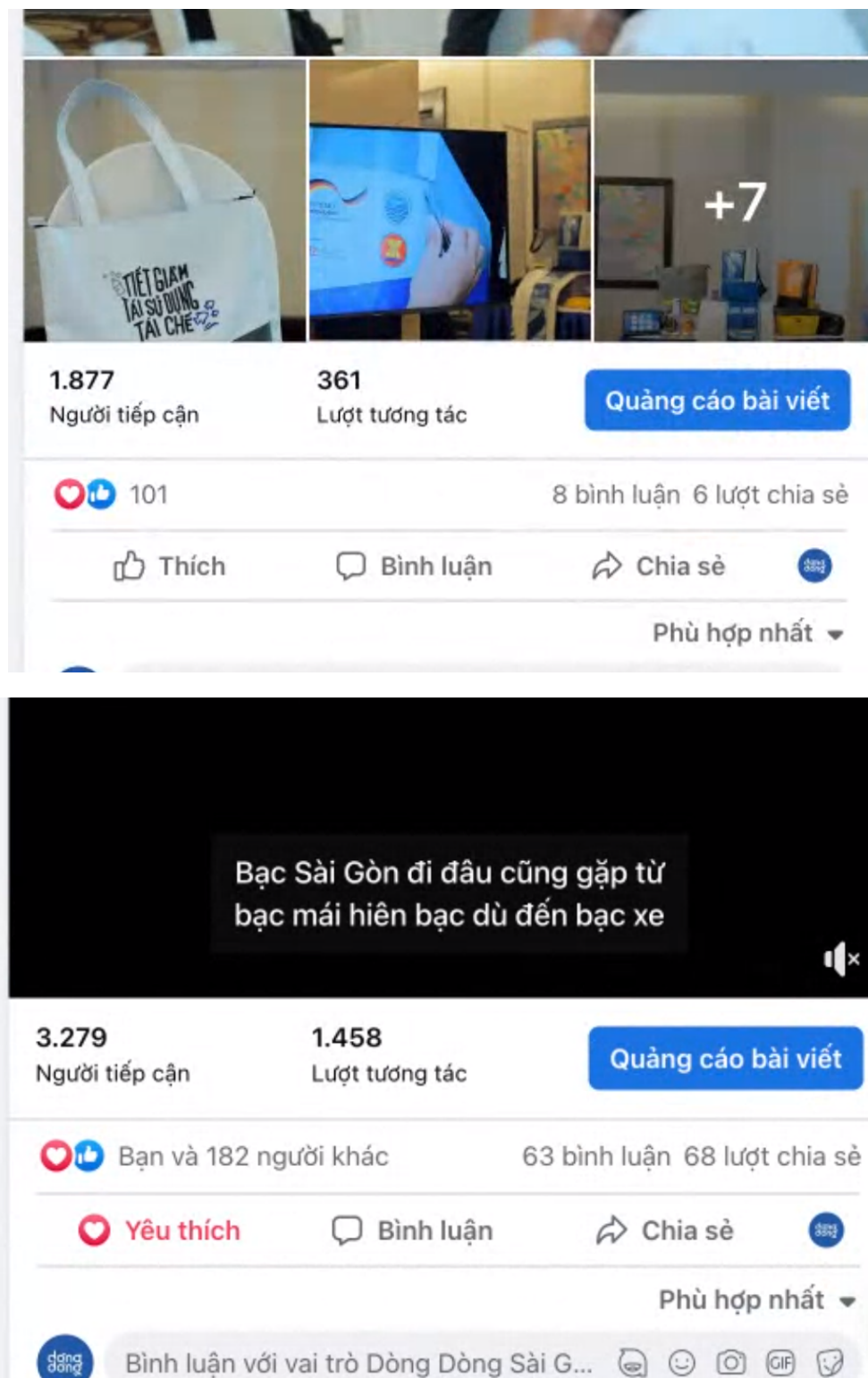
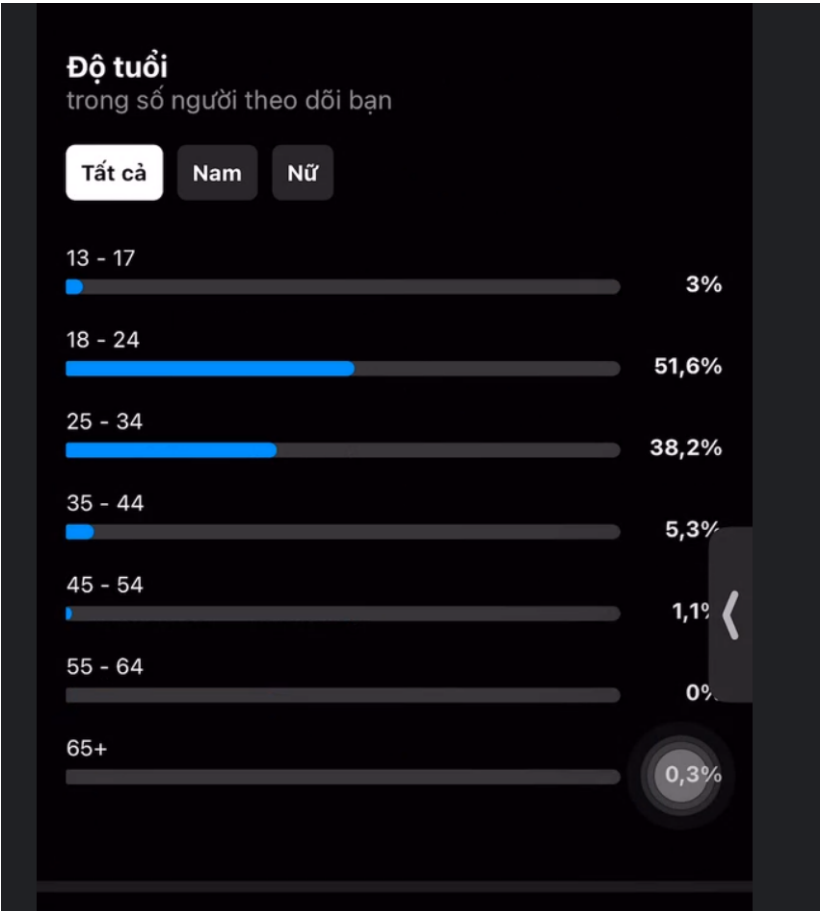


Figure 2: Dong Dong social media post and its result

In general, the reach of Dong Dong's social posts are higher than the set target (from 1000 reach or more) and all come from organic likes and shares. The content that receives high engagement is usually funny or cute content that shows the Saigon vibe. In contrast, content that is too much about product introduction without human elements or Saigon

vibe often receives low interaction. Overall, images and short video format along with short content still attract audiences.

On the Facebook platform, the main audience file is still the target audience that the brand targets, from 25 to 35 years old. In contrast, the 18 to 24 year old audience on Instagram accounts for more. This data shows that the Facebook platform chosen as the main platform for communication for this campaign is the right choice because the main audience from 25 to 35 years old has a habit of using the Facebook platform more than the sub audiences which use Instagram.



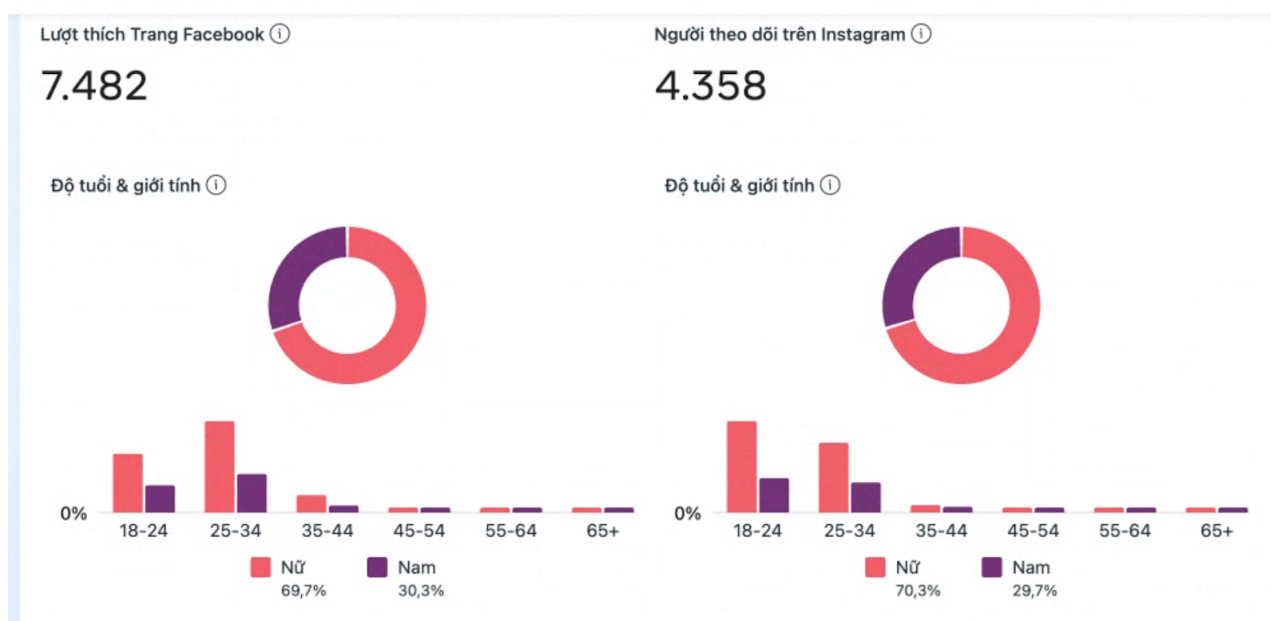


Figure 3: Dong Dong's Facebook results

1.2. Objectives progress report

The data below represent the outcomes we temporarily attained from October 22nd to November 12th compared to the communication objectives established at the start of the campaign.

Objectives	Current	Target	Progress
Increase 300 likes on Dong Dong's Facebook page	285	300	95%
Increase 200 followers on Dong Dong's Instagram page	188	200	94%
Get 1000 average reach per Dong Dong's Facebook page post	1326	1000	132%
Get 1000 average reach per Dong Dong's Instagram page post	967	1000	97%
Get a total of 5000 views for the videos	8043	5000	160%
Get 80 participants in Dòng Dòng bày Mẹo event	-	100	-

Receive 80% positive responses from participants in feedback form	-	80%	-
---	---	-----	---

Figure 4: KPI progress

1.3. Evaluation

In general, communication activities on Dong Dong's social media channels when applying the “Điều bặt” concept have returned positive results. The target audiences are all very interested in this new way of exploiting the tarp story. The growth rate of Facebook platform is still stable, but the Instagram platform due to the brand's nick has just undergone a large-scale scan, so it has not obtained the desired results.

2. PRODUCTION

2.1. Social Media: Tarp Sound

We have completed filming, editing and publishing three Tarp's Sound videos on Dong Dong's social sites. After giving a solution to the last challenge we had about the process of revising the demo videos from the brand is long and difficult. We have implemented the solution by immediately sending it to the brand for early feedback and after each shoot. By implementing that solution, we have shortened the recording and editing time a lot.



Figure 5: Tarp Sound 1: De Sui & Ce Sui



Figure 6: Tarp Sound 2: Tri Than & Vi Hy Lap



Figure 7: Tarp Sound 3: Tote Ong Tam & Tote Vang

Those 3 videos were posted on 2 social media sites of Dong Dong for 3 days: November 2, November 4 and November 6.

The social media results of the 3 videos are also quite high compared to Dong Dong's other previous video posts. Three videos totaled **4563 views, 5708 reach and 1291 interactions** in total on Instagram and Facebook page.

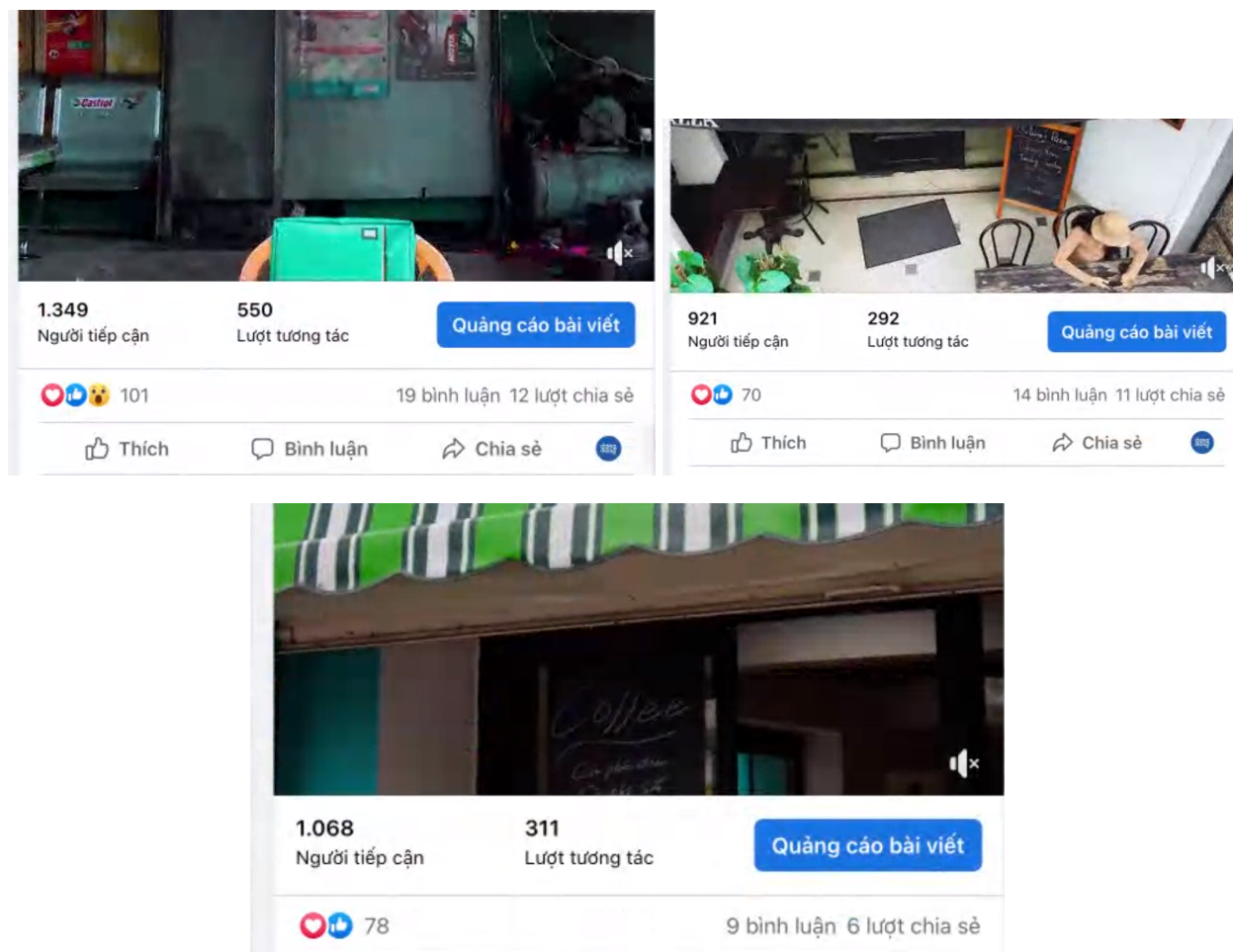


Figure 8: Data results of Tarp's Sound videos on social media

2.2. Dong Dong: A Brand Story

After coming up with the concept idea, scripting and screenplay, we proceeded to schedule filming, filming, editing, and finally published the brand story on Dong Dong's 2 social media platforms.

a. Mood & Tone

To show the rustic and familiar Saigon canvas image, as well as to want the process of 'reforming' the tarpaulin from abandoned awning tarpaulins to bags made from tarpaulin to be as lively and playful as possible. Mood and Tone also video a brand story are selected in vivid color with many transitions, and Dong Dong products are displayed clearly and without distortion, wrong color.



Figure 9: Brand Story scene cut

b. Callsheet

LỊCH QUAY BRAND STORY NGÀY 28/10												
NGÀY	BUỔI	THỜI GIAN	PHÂN CẢNH	SHOT	ĐỊA ĐIỂM	DIỄN VIÊN	TRANG PHỤC	THIẾT BỊ		ĐẠO CỤ		NOTE
								Thiết Bị	Người mang	Đạo cụ	Người mang	
THỨ 6 28/10	Sáng	10h - 11h	MỘT GÓC SÂN NƠI BẬT BỊ BỎ RỜI ĐỒNG ĐỒNG ĐẾN GIẢI CỬU	3.1 - 3.6	59 Đường số 4, An Phú, Q2	Anh Phú Hộ	Áo khoác nâu, Quần tây trắng, Áo thun trắng bên trong	Set Cam Đèn	Thuỷ	Miếng bọt xanh, cam, vàng, sọc Dây ràng	Thuỷ	
		11h - 12h	ĐI ĐỒNG ĐỒNG SÀI GÒN THU GOM BẬT CŨ KHÁC	4.1 - 4.3			Monitor + Dây	Thư	Laptop	Thư		
		12h30 - 1h	BẬT VỚI ĐIỆN MẠO MỚI ĐI ĐỒNG ĐỒNG SÀI GÒN VỚI CHỦ NHÂN	7.1	Nóc Hầm Thủ Thiêm		Áo thun kem, Quần tây kem	Thế nhỏ + Tấm hắt	Bảo	Balo biển động Sạc dự phòng	Bảo	
	Chiều	1h30 - 2h	BẬT VỚI ĐIỆN MẠO MỚI ĐI ĐỒNG ĐỒNG SÀI GÒN VỚI CHỦ NHÂN	7.3	Hạt Cafe		Áo thun kem, Quần tây kem			Kịch bản Xe máy Hai miếng giấy đen trắng	Khanh	
		2h - 3h	ĐI ĐỒNG ĐỒNG SÀI GÒN THU GOM BẬT CŨ KHÁC	4.4 - 4.5	Xưởng Đồng Đồng		Áo khoác nâu, Quần tây trắng, Áo thun trắng bên trong					
		3h30 - 4h	BẬT VỚI ĐIỆN MẠO MỚI ĐI ĐỒNG ĐỒNG SÀI GÒN VỚI CHỦ NHÂN	7.4	Thanh Đa		Áo ba lỗ trắng Quần đùi đen					
		4h - 4h30		7.2	Bình Quới		Áo thun trắng, Sơ mi sọc khoác ngoài, Quần tây kem					

LỊCH QUAY BRAND STORY NGÀY 29/10														
NGÀY	BUỔI	THỜI GIAN	PHÂN CẢNH	SHOT	ĐỊA ĐIỂM	DIỄN VIÊN	TRANG PHỤC	THIẾT BỊ		ĐẠO CỤ		NOTE		
								Thiết Bị	Người mang	Đạo cụ	Người mang			
THỨ 7 29/10	Sáng	9h30 - 12h	XƯỚNG ĐỒNG ĐỒNG NƠI 'TÂN TRANG' BẬT	6.1 - 6.4	Xưởng Đồng Đồng	-	-	Set Cam Đèn	Thuỷ	Miếng bọt xanh	Thuỷ			
								Hắt sáng Sạc dự phòng	Bảo	Kịch bản	Khanh			
	Chiều	1h30 - 2h	SÂN ĐỒNG ĐỒNG NƠI NHỮNG MIẾNG BẬT ĐƯỢC TẮY RỬA	5.1 - 5.6	Sân nhà ngoại Thư			Monitor + dây	Thư	Bàn chải chà Balo biển động	Bảo			
										Xả phòng Ổ điện Chậu nước	Thư			

LỊCH QUAY BRAND STORY NGÀY 30/10												
NGÀY	BUỔI	THỜI GIAN	PHÂN CẢNH	SHOT	ĐỊA ĐIỂM	DIỄN VIÊN	TRANG PHỤC	THIẾT BỊ		ĐẠO CỤ		NOTE
								Thiết Bị	Người mang	Đạo cụ	Người mang	
CHỦ NHẬT 30/10	Sáng	9h30 - 10h	BẬT VỚI ĐIỆN MẠO MỚI ĐI ĐỒNG ĐỒNG SÀI GÒN VỚI CHỦ NHÂN	7.5	Hồ bơi Paradise Riverside Quận 7	Anh Phú Hộ	Áo bơi Quần đùi đen	Set Cam	Thuỷ	-	Thuỷ	
								Hắt sáng Sạc dự phòng	Bảo	Kịch bản Dù	Khanh	
	Chiều	1h - 1h30	CẢNH MỞ ĐẦU CỦA TẮM BẬT TẠI QUÁN DỪA	2.1	Chợ Thủ Đức	-	-	Monitor + dây	Thư	-	Bảo	
		1h30 - 4h30	"INTRO - BẬT SÀI GÒN"	1.1 - 1.4	Chợ Thủ Đức Đường Chương Dương Đường Hoàng Diệu 2 Đường Tô Vĩnh Diện					Kính bơi Áo bơi	Thư	

Figure 10: Shooting call sheets

c. Behind The Scene



Figure 11: Behind The Scenes

d. Results

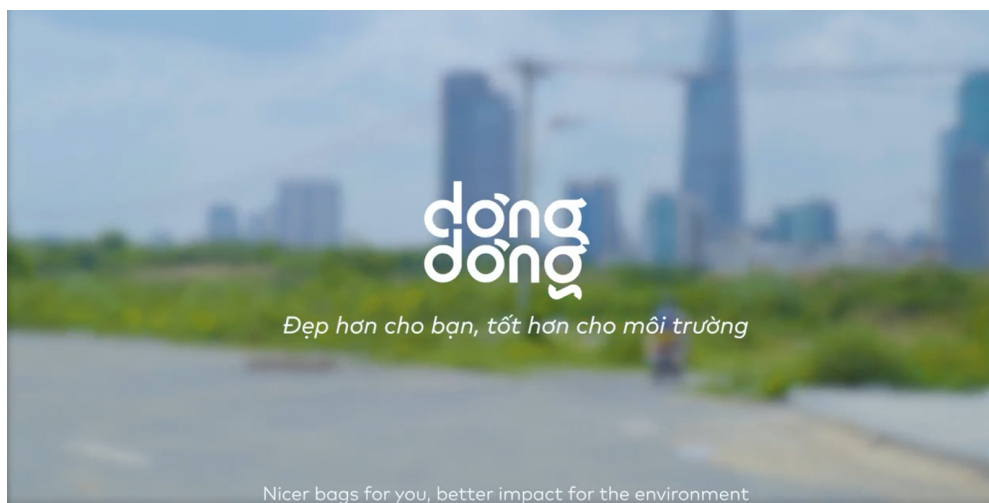


Figure 12: Dong Dong: A Brand Story

On social media, brand story video is the 5th most viewed in Dong Dong's Facebook and 2nd most viewed in Dong Dong's Instagram. The video totaled **3480 views, 4839 reach and 1539 interactions** in total on Instagram and Facebook page.

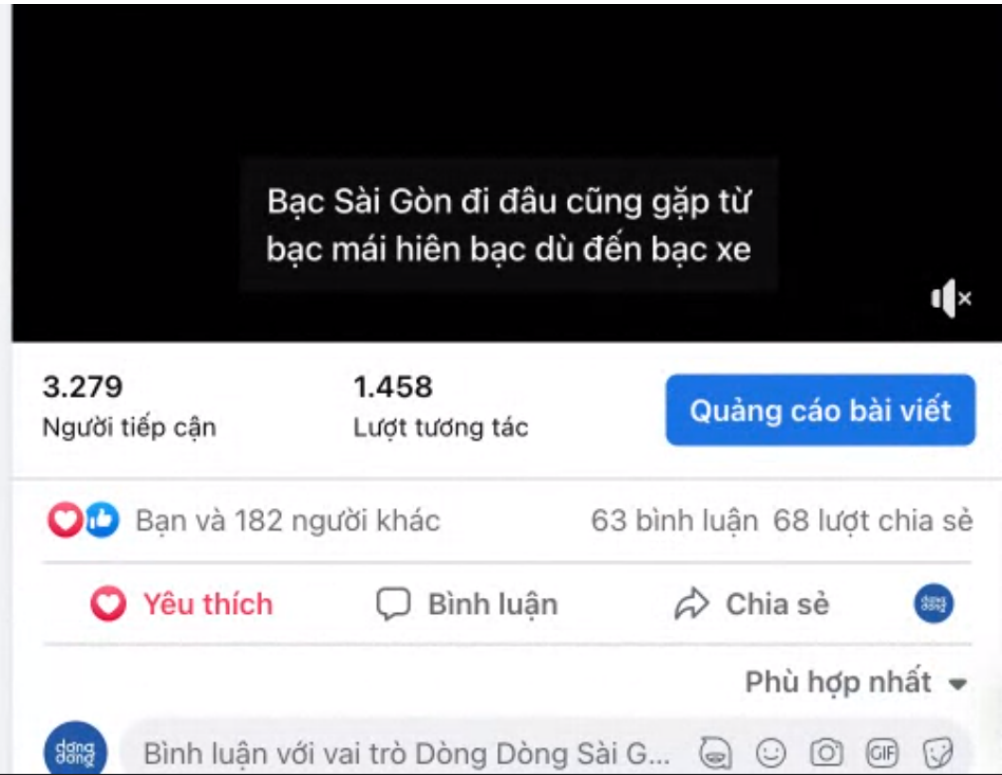


Figure 13: Data results of Dong Dong: A Brand Story on Facebook

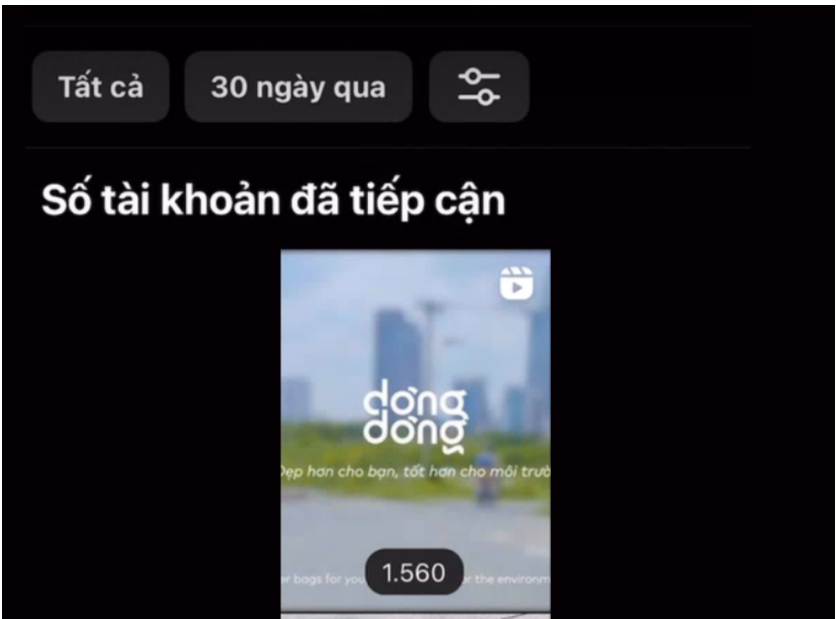


Figure 14: Data results of Dong Dong: A Brand Story on Instagram

3. EVENT: Dòng Dòng bày Mẹo

3.1. Timeline

a. Set up

NGÀY	THỜI GIAN	HOẠT ĐỘNG
18/11	18:30	- Đặt xe vận chuyển các dụng cụ, thiết bị set up - Chuẩn bị kịch bản, timeline, sơ đồ nhân sự
	18:45 - 19:00	- Core team tập trung tại Kamp Kamp - Nhận khuôn viên set up - Chụp hình khuôn viên, hiện trạng trước khi set up
	19:30 - 20:30	- Nhân sự setup tập trung tại Kamp Kamp - Tháo dỡ, bung đồ vận chuyển vào khuôn viên set up - Nhận dụng cụ, thiết bị được KK hỗ trợ - Kiểm kê số lượng được hỗ trợ
	20:30 - 22:30	SET UP KHU QUY TRÌNH - Treo bạt cho khu trưng bày quy trình - Set up phần dán lên bạt quy trình - Di chuyển chậu cây set up khuôn viên workshop
	22:30 - 23:30	SET UP KHU WORKSHOP - Set up bàn ghế workshop - Set up loa, tv - Sound check, mic check - TV check
	23:30 - 1:00	SET UP KHU DISPLAY SẢN PHẨM - Tiến hành bung bàn tròn ở khu trưng bày ra - Set up bàn ghế khu display sản phẩm, cashier - Set up bảng tương tác
	1:00 - 1:30	- Hoàn tất set up - Leader kiểm tra từng khu vực - Chỉnh sửa setup (nếu chưa được) - Lên list chuẩn bị cho ngày on site
	1:30 - 1:45	- Dọn dẹp, về

Figure 15: Dòng Dòng bày Mẹo setup timeline

b. On site

BUỔI	THỜI GIAN		HOẠT ĐỘNG
Sáng	07:30		- Vận chuyển máy may
	08:00		- Core team có mặt tại địa điểm - Hoàn thành set up (nếu còn)
	8:00 - 8:15		- Set up máy may - Nhân sự tập trung - Ăn sáng
	8:15 - 8:30		- Điểm danh nhân sự - Phát thẻ staff - Cúng
	8:30 - 9:30		- Rà lại vị trí nhân sự - Rehearsal - Sound check
	9:30 - 10:00		- Ổn định vị trí - Đón khách
Chiều	10:00 - 20:00	10:00	- Bắt đầu mở cửa tham quan khu display quy trình, sản phẩm - Mở pre-order Mẹo Sai Trái - Đón khách tham quan
		13:00 - 13:30	- Set up dụng cụ cho workshop - Sound check workshop
		13:30 - 14:00	- Check in khách workshop - Phát phiếu nước, phiếu sổ thử tự - Hướng dẫn khách vào khuôn viên workshop
		14:00 - 14:15	- Bắt đầu buổi workshop - Chị Kiều Anh host, giới thiệu về Dòng Dòng và thành phẩm - Khách chọn màu bạt
		14:15 - 14:45	- Khách cắt bạt - Set up ghế talkshow - Sound check talkshow
		14:45 - 15:00	- Hoàn thành set up, sound check - Rà soát tiến độ khách workshop
		15:00	- Kết thúc workshop - Thu lại phần bạt của khách để may - Hướng dẫn khách tham gia talkshow
		15:00 - 15:15	- Tiếp tục hướng dẫn khách cắt bạt (nếu khách làm chậm) - Ổn định vị trí khách - MC voice off
		15:15 - 15:30	- MC giới thiệu sự kiện, doanh nghiệp hỗ trợ, khách VIP (nếu họ tới sớm) - MC giới thiệu talkshow, chị KA
		15:30 - 16:00	- Chị KA host talkshow
		16:00 - 16:15	- Q&A Talkshow
		16:15 - 16:30	- Kết thúc Talkshow - MC hướng dẫn khách lấy thành phẩm - Trả thành phẩm cho khách
		16:30 - 16:45	- Dọn dẹp ghế talkshow - Set up thùng phuy cho sharing section - Sound check
		16:45 - 17:00	- Check in khách sharing
		17:00 - 18:00	- Bắt đầu sharing section
		18:00 - 20:00	- Kết thúc sharing section - Tiếp tục đón khách tham quan
		20:00 - 23:00	
	23:00		- Dọn dẹp tổng khuôn viên - Bàn giao khuôn viên về hình dạng ban đầu - Ra về

Figure 16: Dòng Dòng bày Mẹo on site timeline

c. Human resources

NGÀY, GIỜ	VỊ TRÍ	HẠNG MỤC CÔNG VIỆC	TÊN PHỤ TRÁCH
Tối 18.11	Leader tổng (1)	- Chịu trách nhiệm theo dõi tiến độ tổng khu - Nhận thiết bị hỗ trợ từ KK - Làm đơn bàn giao thiết bị hỗ trợ	Thủy
	Set designer (2)	- Đo đạc, phác thảo sơ đồ	Khanh
			Anh Trung
	Leader khu bàn tương tác (1)	- Chịu trách nhiệm theo dõi tiến độ khu phụ trách - Phân chia task cho runner	Thư
	Leader khu quy trình (1)	- Chịu trách nhiệm theo dõi tiến độ khu phụ trách - Phân chia task cho runner	Bảo
	Logistics (1)	- Kiểm kê hàng hóa - Kiểm tra tình trạng địa điểm trước và sau event - Ăn uống	Khanh
	Runner (5)	- Hỗ trợ set up - Nhận task từ leader	Bean
			Bình
			Chấn Hưng
			Thủy
			Trí

Figure 17: Dòng Dòng bày Mẹo set up HR

NGÀY, GIỜ	VỊ TRÍ		TÊN PHỤ TRÁCH	GHI CHÚ
Sáng 19.11 10:00 - 13:00	Event manager (1)		Thủy	
	Logistics (1)		Khanh	
	PG (1)		Ánh Dương	
	Tourguide (5)	Bàn tương tác	Huân	Brief tương tác
			Trúc SP	
		Trưng bày quy trình	Thư	Brief quy trình
			Quang Lê	
		Trưng bày sản phẩm	Bảo	Brief sản phẩm
	Technical (1)		Bảo	Playlist
	Photographer (2)		Thảo Nguyên// Huy Vũ	3h Nguyên out , Vũ thay
			Cường Phan	
	Videographer (1)		Kem	
	Runner (2)		Trí Huỳnh	
			Huy Vũ	
	Cashier (1)		Nguyễn	

Figure 18: Dòng Dòng bày Mẹo on site HR

NGÀY, GIỜ	VỊ TRÍ		TÊN PHỤ TRÁCH
Chiều 19.11 13:00 - 20:00	Event manager (1)		Thủy
	Logistics (1)		Khanh
	PG (1)		Trào Hằng
	Tourguide (6)	Bàn tương tác	Trúc SP
			Huân
		Trưng bày sản phẩm	Bảo
		Trưng bày quy trình	Hoàng Tâm
			Quang Lê
	Technical (1)		Chấn Hưng
	Photographer (3)		Huy Vũ // Bình
			Cường Phan // Tan Bean
			Đông Quân
	Videographer (1)		Kem
	Runner (2)		Trúc Anh
			Trí Huỳnh
	Cashier (1)		Nguyễn
Chiều 19.11 13:00 - 20:00	Workshop	Host (1)	Chị Kiều Anh
		Coordinator (1)	Thư
		Instructor (2)	Anh Trung
			Đan
		Take care host (1)	Thư
		Tailor (1)	-
		Check in (1)	Thanh Thanh
	Talkshow + Sharing	Host (1)	Chị Kiều Anh
		MC (1)	Ánh Dương
		Coordinator	Thư
		Take care host (1)	Đan
		Take care khách DN (1)	Anh Trung

Figure 19: Dòng Dòng bày Mẹo on site HR 2

d. Checklist

HẠNG MỤC	NỘI DUNG	SỐ LƯỢNG	ĐƠN VỊ	NHÀ CUNG CẤP
CHƯƠNG TRÌNH	Dây đeo thẻ staff	20	dây	Dòng Dòng
	Checklist tổng	2	bản	DỊU team
	Sơ đồ sự kiện	2	bản	
	Kịch bản set up	4	bản	
	Mô tả nhân sự setup	2	bản	
	Kịch bản MC	3	bản	
	Kịch bản on site	4	bản	
	Mô tả nhân sự on site	2	bản	
	Bản phác thảo trưng bày sản phẩm	1	bản	
	Bản phác thảo quy trình	1	bản	
	Dự trù kinh phí	1	bản	
THIẾT KẾ	Key visual	1		Dòng Dòng
	Poster standee Dòng Dòng	1		
	Câu chuyện cảm hứng Mị Trâu	1	bản	
	Câu chuyện cảm hứng Tote Dẫn	1	bản	
	Câu chuyện cảm hứng Mẹo Sai Trái	1	bản	
	Hình ảnh thu gom bạt (Display quy trình)	4	hình	
	Sticker QR code Điều bạt	6	tờ	DỊU team
	Menu custom	2		
	e-voucher 10%	100		

	Form feedback sự kiện	4	bản	
CHECK IN, CHECK OUT	Bàn check in, check out	2		Kamp Kamp
	Ghế ngồi check in, check out	4		
	Khung standee	3		Dòng Dòng, Kamp Kamp
	Kệ mica bàn check in, check out	2		DỊU team
HOẠT ĐỘNG TƯƠNG TÁC	Bàn tròn	1	cái	Kamp Kamp
	Bục trưng mô hình tương tác	6	bục	DỊU DÒNG DÒNG
	Hộp đựng bột vụn	10	hộp	
	Mô hình tương tác	6	mô hình	
	Mã QR feedback	1	bảng	
	Bột vụn tương tác	16	màu	
	Tấm Mica	2	tấm	
	Keo dán sắt	2	hũ	
	Keo Velcro	1	cuộn	
	Keo súng	3	cây	
	Băng keo đen	1	cuộn	
	Băng keo trong	1	cuộn	
	Kéo	3	cây	
	Dao rọc giấy	4	cây	
	Thước kẻ	2	cây	
	Bút	2	cây	

DISPLAY SẢN PHẨM	Bàn trưng bày sản phẩm	3	bàn	Kamp Kamp
	Bục trưng bày sản phẩm	1	bục	
	Ghế đen cao	2	cái	
	Bạt trắng trải bàn sản phẩm cũ	2.5	mét	Dòng Dòng
	Bạt đỏ trải Mẹo Sai Trái	1	mét	
	Khung tranh	3	khung	
	Tờ câu chuyện	3	tờ	
	Tấm tròn I used to be	2	tấm	
	Sản phẩm trưng bày	50		
	Bìa carton độn sản phẩm	nhiều		
	Mica xanh logo Dòng Dòng	1		
	Đèn neon Dòng Dòng	1		
DISPLAY QUY TRÌNH	Bạt vàng dờ	80	cm	DỊU DÒNG DÒNG
	Bạt bàng sạch	240	cm	
	Bạt xám	400	cm	
	Dây kẽm	10	mét	
	Keo nano	3	cuộn	
	kìm	2	cái	
	kéo	2	cây	
	Hình thu gom bạt	4	hình	
	Miếng nhám xanh chà bạt	1	miếng	
	Vỏ hộp baking soda	1	cái	
	Kéo	1	cây	

	Dao rọc giấy	1	cây	
	Bảng xanh	1	bảng	
	Thước	1	cây	
	Găng tay	1	đôi	
	Cuộn chỉ	5	cuộn	
	Logo	5	cái	
	Phéc mớ tuya	5	cái	
	Túi minions	1	túi	
WORKSHOP	Bàn workshop	5		Kamp Kamp
	Ghế workshop	10		
	Bàn may	1	cái	
	Ghế ngồi may	1	cái	
	Bàn cashier	1		
	Ghế cashier	1		
	Bạt cho WS	nhiều		Dòng Dòng
	Khung rập	10	bộ	
	Dao rọc giấy	10	cái	
	Kéo	10	cây	
	Miếng trong trước Nem	nhiều		
	Băng keo 2 mặt	10		
	Kệ mica bàn cashier	1		DỊU team
	E-voucher	100		
	Menu	2		

TALKSHOW + SHARING	TALKSHOW			
	Ghế talkshow	30		
	SHARING			
	Thùng phuy đen	4		
	Thùng phuy cam	3		
VĂN PHÒNG PHẨM	Băng keo xốp 2 mặt	2	cuộn	Nhà sách
	Băng keo trong	2	cuộn	
	Keo nắn	20	cây	
	Súng bắn keo	2	cây	
	Keo dán sắt	2	hũ	
	Dao rọc giấy	3	cái	
	Kéo	3	cái	
	Dây sắt treo bạt	10	mét	
	Dây thùng treo bạt	10	mét	
	Máy đục lỗ	1	cái	
	Giấy A0	1	tờ	
	Set dụng cụ cho workshop	20	set	Dòng Dòng
THIẾT BỊ	Bộ đàm	6		Kamp Kamp
	Micro	2		
	Chân loa	2		
	Loa	2		

	Ổ điện	5		
	Tivi	1		
	Kệ dựng Tivi	1		
	Quạt hơi nước	1		
	Quạt công nghiệp	5		
	Đèn chiếu backdrop	2		
	Đèn neon dongdongsaigon	1		Dòng Dòng
	Laptop check in, check out	2		Dịu
	Sạc laptop	2		
	Pin micro	1	vỉ	Nhà sách

Table 1: Dòng Dòng bày Mẹo checklist

e. HR map

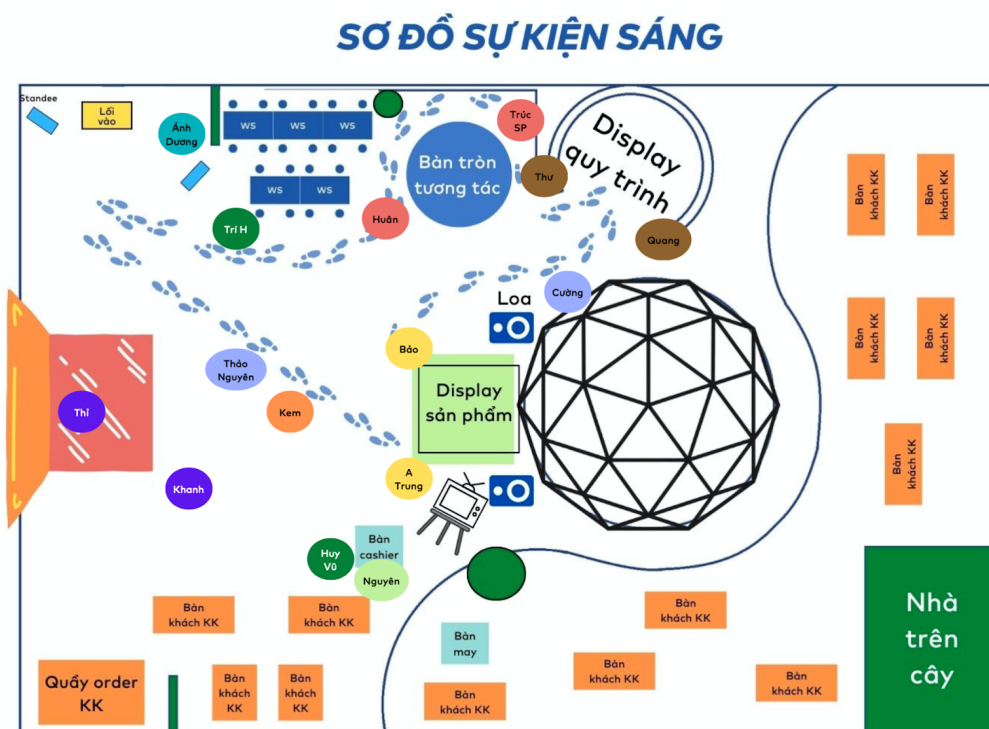


Figure 20: Dòng Dòng bày Mẹo HR map 1

SƠ ĐỒ SỰ KIỆN CHIỀU TALKSHOW + **SHARING**

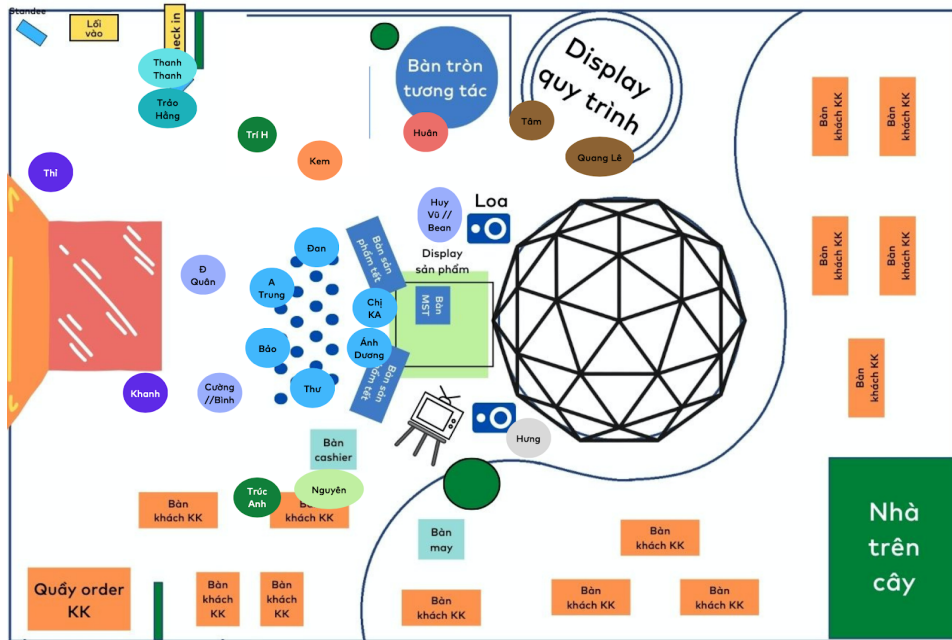


Figure 21: Dòng Dòng bày Mẹo HR map 2

3.2. Estimated budget

ITEM	COST (VND)	TOTAL (VND)	NOTE
SETUP, VẬN CHUYỂN			
Backdrop	500.000 đ	500.000 đ	
Display quy trình + sản phẩm	500.000 đ	500.000 đ	
Vận chuyển	500.000 đ	500.000 đ	
IN ẤN			
Chương trình	200.000 đ	50.000đ	
Điều bạt sticker	50.000 đ	150.000 đ	
CATERING			
F&B	60.000 đ	2.400.000 đ	
Extra		100.000 đ	
LOGISTICS			

Văn phòng phẩm	200.000 đ	200.000 đ	
Khăn giấy	30.000 đ	30.000 đ	
Sơ cứu y tế	70.000 đ	70.000 đ	
TOTAL ESTIMATED COST		4.500.000 đ	

Table 2: Dòng Dòng bày Mẹo estimated budget

4. ACTUAL BUDGET

STT	HẠNG MỤC	ĐƠN GIÁ (ngàn đồng)	SỐ LƯỢNG		VAT	SỐ NGÀY THUÊ	THÀNH TIỀN (ngàn đồng)	ĐƠN VỊ CUNG CẤP	GHI CHÚ
			Số lượng	Đơn vị tính					
THIẾT BỊ									
1	Camera Sony ZV-E10	300.000 đ	1	cái	-	1	300.000 đ		
2	Camera Canon 70D	250.000 đ	1	cái	-	1	250.000 đ		
3	Camera Canon 700D	200.000 đ	1	cái	-	1	200.000 đ		
4	Gimbal	200.000 đ	1	cái	-	1	200.000 đ		
5	Tripod	150.000 đ	1	cái	-	1	150.000 đ		
CATERING									
1	Cơm trưa	30.000 đ	6	phần	-	1	180.000 đ		
TALENT									
1	Diễn viên	100.000 đ	1	người	-	1	100.000 đ		
2	Voice talent	500.000 đ	1	người	-	1	500.000 đ		
TỔNG							1.880.000 đ		

Table 3: Brand story production actual cost