

Branding **CAMPAIGN**

Members:

Tô Hoàng Liêm
Nguyễn Trần Vân Anh
Mai Thu Thủy

Mentor

Nguyễn Trần Hương Thảo

INTRODUCTION



TRẦN CÔNG DANH

Chi hội Trưởng

☎ 093 850 4477

✉ danhtran198@gmail.com



Chi hội Kết nối

DI SẢN VĂN HOÁ TRÀ VIỆT

Hội Di sản Văn hoá TP.HCM

🌐 Tea Connect Us

✉ teaconnectus@gmail.com

INTRODUCTION

FOUNDER

Tra Su Quan was founded by Mr. Tran Cong Danh - Head of the Association connecting Vietnamese tea cultural heritage belonging to the Ho Chi Minh City Cultural Heritage Association.

TRA SU QUAN

Tra Su Quan officially came into operation on February 25, 2023 and is located in the grounds of the Ho Chi Minh City History Museum for those who love Vietnamese tea.

CLIENT BRIEF

CLIENT BRIEF

SCOPE OF WORK	<ul style="list-style-type: none">• Branding campaign to increase brand awareness for Tra Su Quan becomes an attractive place for young people to experience Vietnamese tea
DELIVERABLES	<ul style="list-style-type: none">• Social media plan for a 3-month campaign via Facebook FanPage• Offline event at Tra Su Quan
PROJECT OBJECTIVES	<ul style="list-style-type: none">• Increase brand awareness for Tra Su Quan about Vietnamese tea• Increase young people's interest and love for Vietnamese tea at Tra Su Quan
TARGET AUDIENCE	<ul style="list-style-type: none">• Young people interested (22 - 30 years old); have upper - middle-upper income, have an interest about Vietnamese tea, and want to experience culinary culture activities
TOUCHPOINTS	<ul style="list-style-type: none">• Online: Social media (Facebook, Instagram), online newspaper• Offline: poster, standee at the museum, event at Tra Su Quan

SITUATION ANALYSIS

SITUATION ANALYSIS

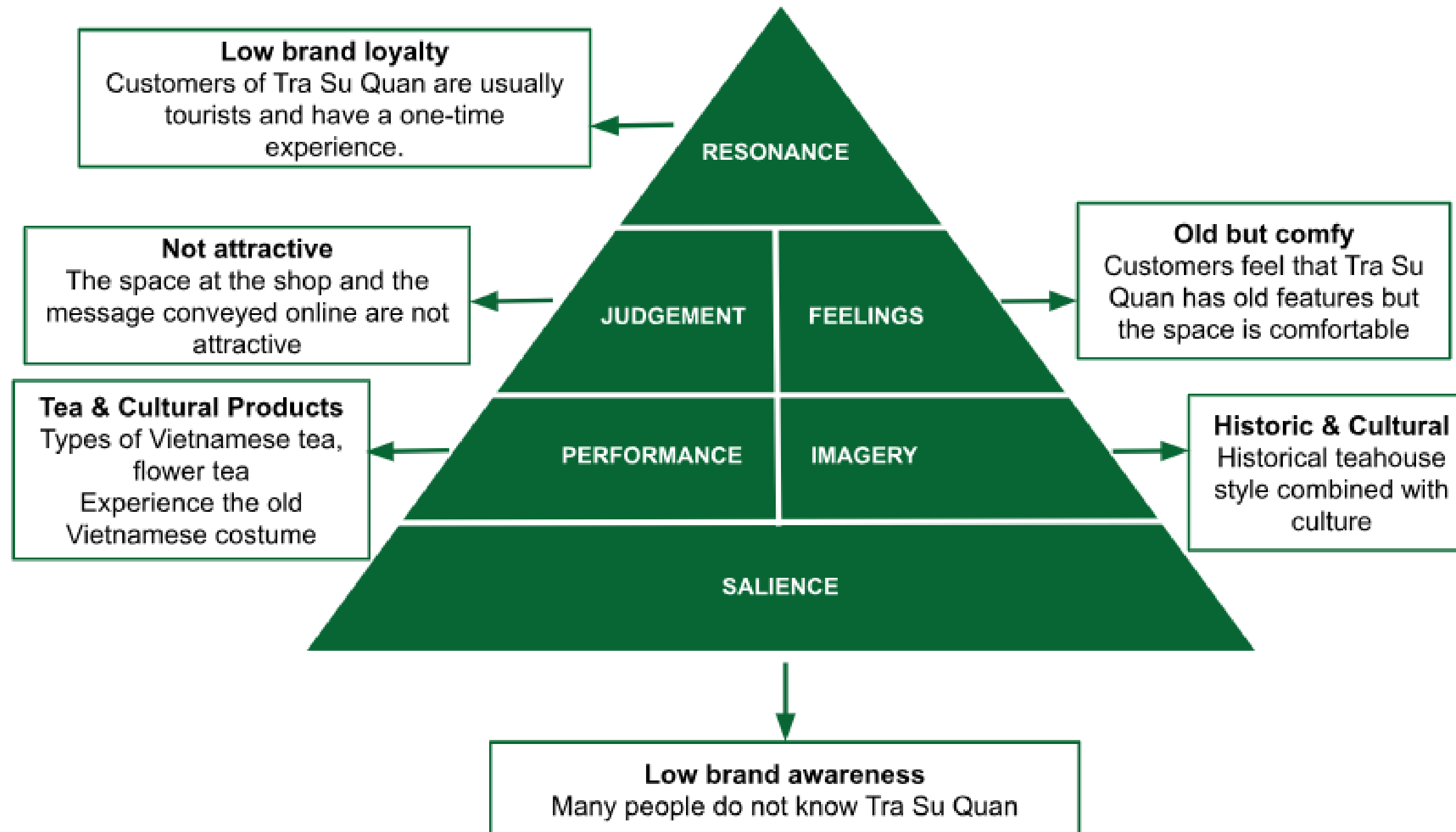
POLITICAL	ECONOMIC
<ul style="list-style-type: none">• The State promotes enterprises to develop national brands, especially Vietnamese tea enterprises• Tax incentives create favourable conditions for small and medium enterprises to develop	<ul style="list-style-type: none">• Strong domestic tea consumption market makes domestic sales stable• Sales of healthy beverage products increased due to the need to promote the health of consumers after the Covid-19 pandemic, notably tea products.
SOCIAL	TECHNOLOGY
<ul style="list-style-type: none">• The habit of drinking tea of Vietnamese people increased after the Covid-19 epidemic	<ul style="list-style-type: none">• The Internet has opened up new opportunities in promoting Vietnamese agricultural products to the public, especially young people• Applying high technology in the tea processing industry helps to increase productivity and quality of output products

CONCLUSION

Communication activities about tea in particular and Vietnamese tea in general not only help promote the image of Vietnam but also create the competitive potential for the country to promote the national brand

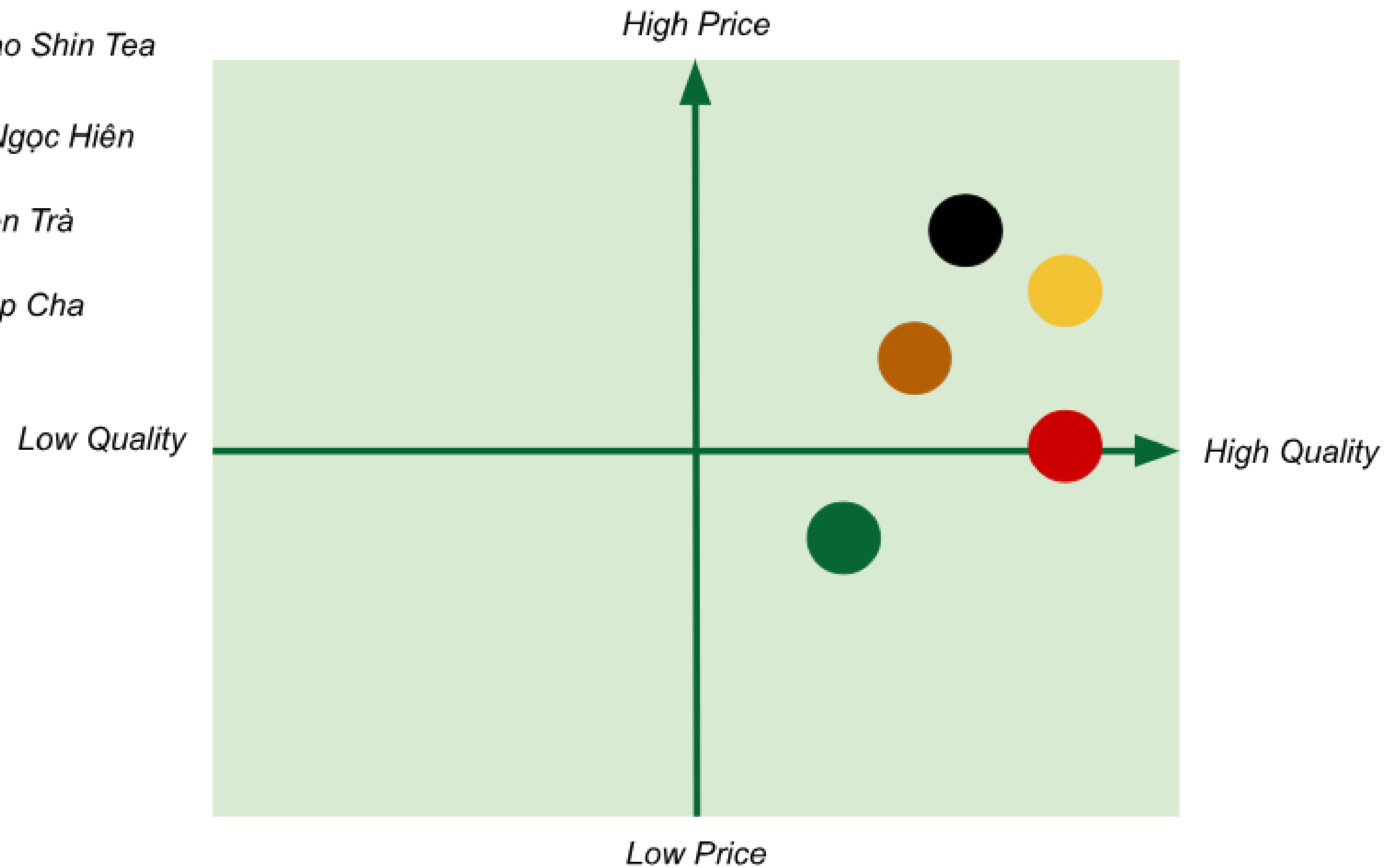
BRAND ANALYSIS

BRAND ANALYSIS



BRAND ANALYSIS

- Trà Sử Quán
- Trà Đạo Shin Tea
- Nam Ngọc Hiến
- An Viên Trà
- Plantrip Cha



CONCLUSION

This campaign, we focus on Salience to improve brand Awareness, based on the current stable factors of Image and Performance, thereby also indirectly creating attraction for the shop to increase Loyalty.

The current optimal direction of Tra Su Quan is to strengthen communication about the connection story, the brand story, to create its own highlight and stand out in the current market.

COMMUNICATION OBJECTIVES AND KPIS

COMMUNICATION OBJECTIVES	KPIS	EVALUATION
<ul style="list-style-type: none">• Increase brand awareness through stories about Vietnamese tea in the audience's daily life• Highlight the difference in experiencing Vietnamese tea through activities and stories of Vietnamese culinary culture at Tra Su Quan• Introducing Tra Su Quan is an attractive place for people to experience Vietnamese tea as well as being connected with people with similar interests	Online channel (Fanpage Facebook) <ul style="list-style-type: none">• Increase 30% likes and followers on Tra Su Quan's Facebook page in 10 weeks• Increase 30% average reach on Facebook in 10 weeks• Increase 50% engagement on Facebook in 10 weeks	Meta Business Suite
	Offline channel (event): <ul style="list-style-type: none">• Get a total of 40 participants in Tra Su Quan’s workshop series in 4 weeks.• Get a total of 400 participants at the Tra Su Quan experience event (4 days)• Receive 80% positive responses from participants in the feedback form	Feedback, participants

TARGET AUDIENCE

TARGET AUDIENCE

DEMOGRAPHIC

- Sex: All gender
- Age: 22 - 30 years old
- Class: Middle, Upper middle
- Living in HCM city, Viet Nam

PSYCHOGRAPHIC

- Enjoy engaging and connecting with people with similar interests
- Love Vietnamese culinary food

INTEREST & BEHAVIOR

- Likes to participate in rich and new experiences that help broaden their horizons
- Care about the traditional values of the Vietnamese people

MEDIA BEHAVIOR

- Using two main social networking platforms, Facebook and Instagram
- Facebook is the place they mainly use to find information
- They like to see articles in multi-format mainly

CAMPAIGN PROPOSITION

To get Vietnamese youngsters to experience Vietnamese tea in the most realistic and joyful ways in their daily life



CREATIVE IDEA

CREATIVE IDEA

Concept	Key message	Tagline
Every tea's a story - Mỗi chén trà là một câu chuyện	Tra Su Quan is a place to connect young people through stories and experiences around a cup of tea	“Tea CONNECT us”

CREATIVE IDEA

Phase	<i>Phase 1</i> AWARENESS (5/6 - 2/7)	<i>Phase 2</i> ENGAGEMENT (3/7 - 30/7)	<i>Phase 3</i> ACTION (31/7 - 13/8)
Objective	Increase brand awareness through stories about Vietnamese tea in audience's daily life	Highlight the difference in experiencing Vietnamese tea through activities and stories of Vietnamese culinary culture at Tra Su Quan.	Drive connections with the target audience and trigger them to take action through tea and culinary experience activities at Tra Su Quan
Key Message	Tra Su Quan brings you interesting knowledge and stories of Vietnamese tea to help their in daily life	Experiencing Vietnamese tea in a new and intimate way through culinary cultura activities will help young people understand the stories between traditional Vietnamese tea and cakes.	Tra Su Quan is an attractive place to help you connect with people through experiences and stories of Vietnamese culinary cultural activities.
Key Activities	Social media posts Photo Album	Social media posts Workshop series	Social media posts Event
Supporting Tactics	Community seeding & Facebook Ads		
Always on Active	Tra Su Quan's Fanpage		
Supporting Channels	Vietnam cultural groups and fanpages		
	Kols/Influencers		
	Instagram		

EXECUTION

MEDIA PRODUCTION

Trà
Sử
Quán

Trà
Sử
Quán

#086634

#FFFFFF

#F1C93B

Faltura

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

0123456789+-*/@#\$\$%^&[]

Unthrift

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

*+ - * / @ # \$ % ^ () []*

Helvetica Family

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

1234567890

\$?&%@!#*()=

MEDIA PRODUCTION



	Knowledge	Story	Moments	Branding
Description	Sharing knowledge about the history and types of tea in Vietnam	Sharing customer's story about tea	Sharing the moments between tea and audiences in their daily life	Highlight Tra Su Quan's value through meaningful stories
Purpose	Let target audience know how Vietnam's tea is different from other countries' tea and culture	Connect and spread about these stories	Create a connection with audiences through those moments	To show that Tra Su Quan's unique selling point
Examples	The amount of Vietnamese teas	What's your story when you drink tea?	Customer's daily moments at Tra Su Quan	Tra Su Quan's core values towards tea community
Estimated frequency	4 - 5 posts/week			

SOCIAL MEDIA

STT	Ngày	Thứ	Thời gian	Topic	Details	Format	Task				Status	Link post	BRIEF CONTENT	BRIEF THIẾT KẾ
							Content	Tiến độ	Hình ảnh	Tiến độ				
1	5 - thg 6	2	19:00	Trà đàm 3	Nhắc lại Trà Đàm 3 Chi tiết thông tin chương trình	Photo	Thủy	✓	Ảnh.Thái	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
2	6 - thg 6	3	10:00	Knowledge	Series giới thiệu trà 4	Album	Ảnh.Thái	✓	Ảnh.Thái	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
3			19:00	Branding	Giới thiệu sản phẩm trà mang về tại quán	Photo	Thủy	✓	Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
4	7 - thg 6	4	10:00	Momment	Trà chai lạnh	Photo	Thủy	✓	Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
5			10:00	Momment	Ban thưởng trà	Photo	Thủy	✓	Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
6	8 - thg 6	5	20:00	Branding	Cập nhật Avatar	Photo	Thủy	✓	Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
7					Cập nhật Cover	Photo	Thủy	✓	Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
8	9 - thg 6	6	19:00	Story	Tea Connect Us	Photo	Thủy	✓	Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
9	10 - thg 6	7	19:00	Trà đàm 3	Nhắc lại Trà Đàm 3	Photo	-	✓	-	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
10	11 - thg 6	CN	11:30	Trà đàm 3	Ảnh chụp hậu sự kiện => Cảm ơn diễn giả	Album	Thủy	✓	Liên.Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
11	12 - thg 6	2	10:00	Knowledge	Series giới thiệu trà 5	Album	Ảnh.Thái	✓	Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
12	13 - thg 6	3	19:00	Trà đàm 3	Recap sự kiện	Video	Thủy	✓	Liên.Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
13	14 - thg 6	4	19:00	Momment	Caption về việc: chia sẻ moment của khán giả với trà	Ảnh đơn	Liên.Thủy	✓	Liên.Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
14	15 - thg 6	5	19:00	Knowledge	Series giới thiệu trà 6	Album	Ảnh.Thái	✓	Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
15	16 - thg 6	6	14:00	Story	"Chia sẻ câu chuyện của 1 khách hàng tại TSQ (Phỏng vấn hỏi lý do vì sao người ta uống trà)"	Album	Văn.Anh	✓	Liên.Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
16			19:00	Story	Câu chuyện về việc trà gắn liền với đời sống con người Đặc biệt là người dân SG	Photo	Vy.Trần	✓	Liên.Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
17	17 - thg 6	7	10:00	Branding	Funny Moment của TSQ	Photo	Liên.Thủy	✓	Liên.Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
18	18 - thg 6	CN	20:00	Photoshoot	Spoil	Photo	Thủy	✓	Liên.Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
19	20 - thg 6	3	11:00	Photoshoot	Bộ ảnh	Album	Liên.Thủy	✓	Liên.Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
20	21 - thg 6	4	10:00	Momment	Recap buổi nói chuyện tại Trà Sứ Quán	Album	Liên.Thủy	✓	Liên.Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
21			19:00	Knowledge	Series giới thiệu trà 7	Album	Ảnh.Thái	✓	Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
22	22 - thg 6	5	19:00	Knowledge	Trà xanh được "ra đời" như nào? (tìm câu chuyện có liên quan về trà xanh)	Photo	Hiếu	✓	Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		Text: Sự tích ra đời của "trà xanh" Ảnh: 1 nửa là chén trà 1 nửa là chữ Ref. : Link hình trà xanh
23	23 - thg 6	6	10:00	Momment	Combo tuyệt đỉnh: bánh in + uống trà	Photo	Liên.Thủy	✓	Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		Text: Bạn đã thử combo tuyệt đỉnh tại Trà Sứ Quán chưa? Link ảnh ảnh 2 : chọn 1 trong 2 ha
24	25 - thg 6	CN	19:00	Branding	Video 1 ngày tại TSQ quay khoảnh khắc từ sáng tới chiều... (THỨ 7 LÊN QUAY)	Video	Văn.Anh	✓	Liên.Thủy (quay/edit video)	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
25	26 - thg 6	T2	20:00	Branding	Workshop trà kết hợp thư pháp	Album	Liên.Thủy	<input type="checkbox"/>	Liên.Thủy	✓	Đã đăng	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		

STT	Ngày	Thứ	Thời gian	Topic	Details	Format	Task				Note	Link post	BRIEF CONTENT	BRIEF THIẾT KẾ
							Content	Tiến độ	Design	Tiến độ				
1	1 - thg 7	7	19:00	Branding	2 "nghệ sĩ" tại Trà Sứ Quán	Ảnh thiết kế	Thủy	✓	Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
2	4 - thg 7	3	21:00	Knowledge	Thông tin về workshop bánh in	Ảnh thiết kế	Liên.Thủy	✓	Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
3	5 - thg 7	4	14:30	Branding	Thông báo số lượng đăng ký cho workshop	Ảnh thiết kế	Liên.Thủy	✓	Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
4			20:00	Moment	Chia sẻ video của Tiktokер đi đầu đó tham gia workshop bánh in	Reels	Liên.Thủy	✓	Liên.Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
5	6 - thg 7	5	20:00	Moment	Chia sẻ khoảnh khắc khách tham gia workshop bánh in	Ảnh chụp	Liên.Thủy	✓	Liên.Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
6	7 - thg 7	6	10:00	Moment	Video hài hước về chú sóc ăn bánh in	Reels	Liên.Thủy	✓	Liên.Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
7	8 - thg 7	7	15:00	Branding	Sẵn về đi workshop	Ảnh thiết kế	Liên.Thủy	✓	Liên.Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
8			20:00	Moment	Những lời nhắn gửi của khách cho workshop	Ảnh chụp	Liên.Thủy	✓	Liên.Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
9	9 - thg 7	CN	15:00	Moment	Khoảnh khắc khách tham gia workshop 2	Ảnh chụp	Văn.Anh	✓	Liên.Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
			18:00	Moment	Video recap workshop	Reels	Liên.Thủy	✓	Liên.Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
10	10 - thg 7	2	15:00	Moment	Hoạt động thưởng trà trong workshop	Ảnh chụp	Văn.Anh	✓	Liên.Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
11	11 - thg 7	3	20:00	Knowledge	Nguồn gốc, xuất xứ của bánh in	Ảnh thiết kế	Liên.Thủy	✓	Liên.Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
12	12 - thg 7	4	11:30	Knowledge	Sự thật thú vị về bánh in tại Trà Sứ Quán	Ảnh thiết kế	Vy.Trần	✓	Liên.Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
13			20:00	Moment	Những tác phẩm nghệ thuật của khách tại workshop	Ảnh chụp	Liên.Thủy	✓	Liên.Thủy	✓		https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		
14	13 - thg 7	5	10:00	Branding	Bánh in ở TSQ là chính gốc từ Bình Định (Chèn link bài báo tuổi trẻ dưới comment)	Ảnh chụp	Văn.Anh	✓	Liên.Thủy	✓	LINK BÁO	https://www.facebook.com/ThuyThuyThuy		

SOCIAL MEDIA



PHOTOSHOOT ALBUM



Pictures of people chatting around cups of tea

Product photography



Time	Location	Content	Equipment
9:00 - 9:30	Tra Su Quan 2 Nguyen Binh Khiem, Ben Nghe Ward, District 1	Focus on parking + get 25 bottles of tea	Camera sony zv1
9:30 - 10:30	Park area near Independence Palace	Find TA: Freelancer, shipper, gymer,...	
10: 30 - 11:30	Notre Dame Cathedral Area	Go find the people in the TA file around the area to give them tea	
11:30 - 12:30	Back to Tra Su Quan	Give tea to nearby office workers	
13:00 - 14:00	Ho Chi Minh City Book Street Nguyen Van Binh Street, Ben Nghe, District 1, Ho Chi Minh City	Shooting sales staff, people reading books on the street	



Tiếp tục hành trình về
những câu chuyện
chưa được kể.



Tiếng cười
xoay quanh những câu chuyện
của hội bạn thân



Hành trình
phiêu lưu kỷ
của tôi

PHOTOSHOOT ALBUM



Câu chuyện của
những người con xa xứ



Những câu chuyện của
thế hệ trước



Được tiếp nối và chia sẻ với
thế hệ sau



Những phút giây
trầm lặng



Chốn dừng chân
quen thuộc

WORKSHOP "IN BÁNH - UỐNG TRÀ"



WORKSHOP

"IN BÁNH - UỐNG TRÀ

Time	Description	Duration
10:00 - 10:15	Pick up guests and check in	15 mins
10:15 - 10:30	Artisans introduce printed cakes and distribute materials and tools to customers	15 mins
10:30 - 11:30	Participants practice making printed cakes	60 mins
11:30 - 11:50	Mr. Thai/Anh Danh introduces guests to tea and lets guests enjoy tea while eating cake	20 mins
11:50 - 12:00	Participants decorate the box with their own hands to bring home	10 mins
12:00 - 12:15	Check out	15 mins

REPORT AND EVALUATION

REPORT & EVALUATION



Social Media

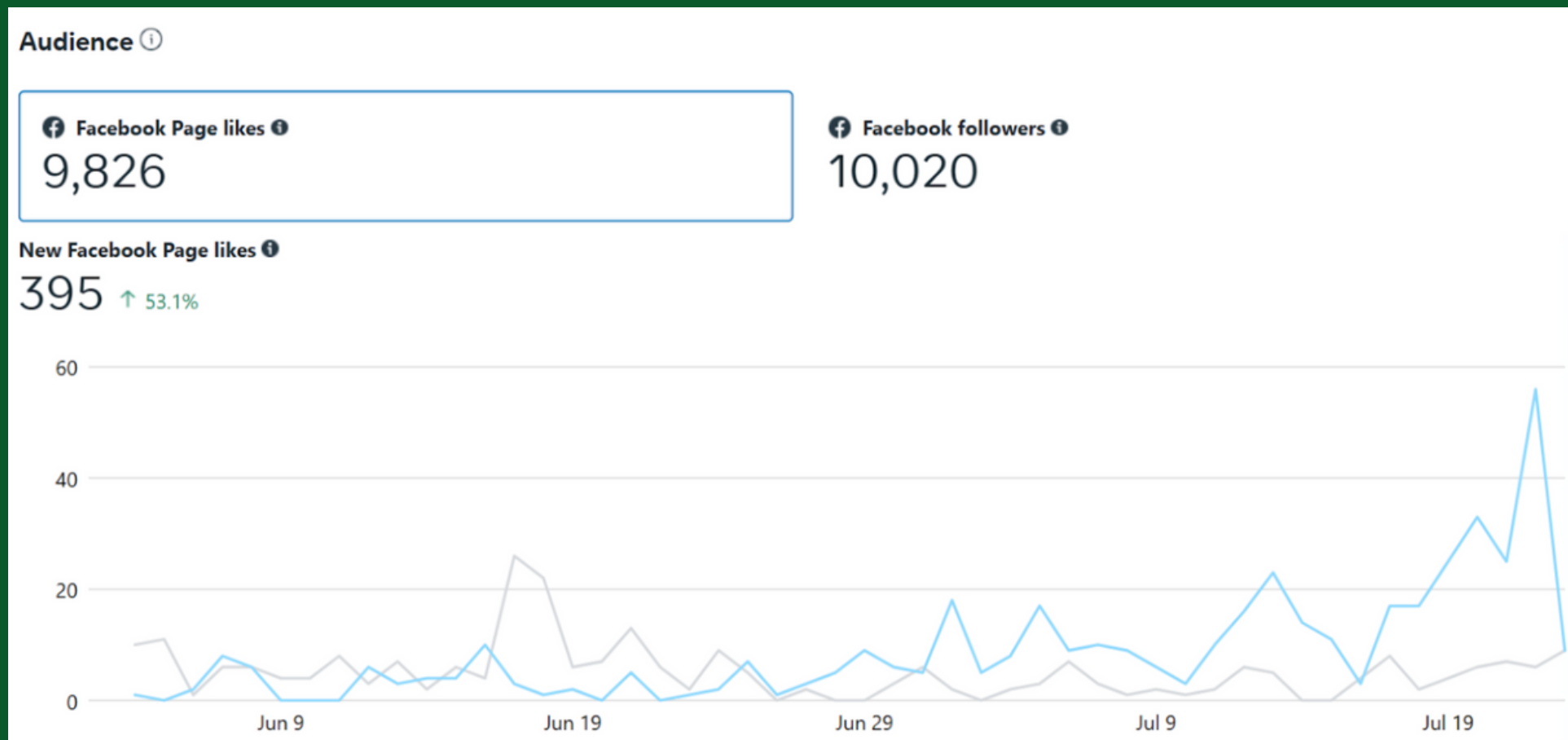


Photo Album



Workshop

SOCIAL MEDIA



Post frequently and consistently

Published posts ⓘ

51 ↑ 10.9%

Published stories ⓘ

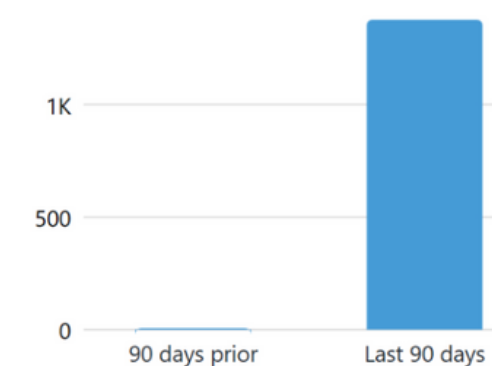
28 ↑ 100%

Engagement

Story reactions, replies and shares ⓘ

1.4K

Total from last 90 days vs 90 days prior



Facebook reach ⓘ

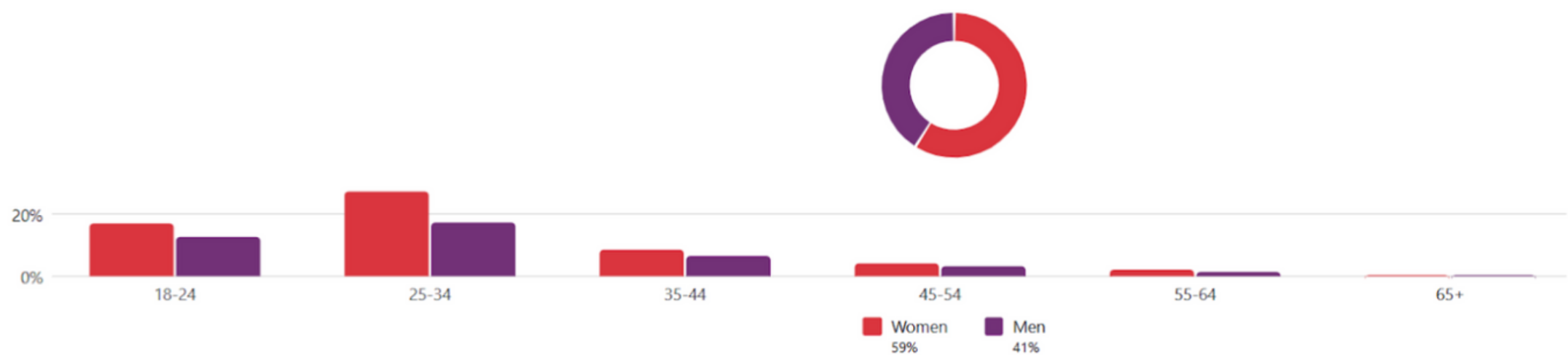
35,725 ↑ 16%



Facebook followers ⓘ

10,020

Age & gender ⓘ




Facebook visits ⓘ

6,737 ↑ 132.5%



	Pre-campaign (8/5 - 4/6)	Awareness (5/6 - 2/7)	Engagement (3/7 - 23/7)
Total number of New Facebook Page Likes	92	109 (18.5% increase compared to pre-campaign)	296 (221.7% increase compared to pre-campaign)
Total number of People Reached	11,004	14,294 (29.9% increase compared to pre-campaign)	25,250 (129.5% increase compared to pre-campaign)
Total number of Facebook visits	2,085	2,913 (39.7% increase compared to pre-campaign)	3,780 (81.3% increase compared to pre-campaign)

PHOTO ALBUM






**Trà Sữ Quán - Bảo tàng Lịch sử TP.HCM**
Published by Thu Thủy · June 20 at 8:00 PM ·

Tôi tên là trà. Vào một ngày nắng đẹp, tôi được phiếu lưu ký đến mọi con đường tại Sài Gòn và được gặp rất nhiều người. Trong chuyến đi này, tôi được lắng nghe những câu chuyện xung quanh mình.


Mỗi người đều có một câu chuyện riêng nhưng tôi vui mừng vì nhờ có tôi những câu chuyện mới được nói ra, được chia sẻ và được lắng nghe. Dần dà tôi trở thành một người bạn đồng hành cùng những câu chuyện và là một phần của sự kết nối

Vì vậy, thông qua bộ ảnh này tôi sẽ kể cho mọi người nghe về chuyến "phiếu lưu ký" của tôi vào một ngày tại Sài Gòn nhé!

Trà Sữ Quán - Every tea is a story
Địa chỉ: Cổng số 2, số 2 Nguyễn Bình Khiêm, P. Bến Nghé, Q.1, TP.HCM
[#trasuquan](#) [#TeaConnectUs](#)



Post Insights



Tôi tên là trà. Vào một ngày nắng đẹp, tôi được phiếu lưu ký đến mọi con đường tại Sài Gòn và được gặp rất nhiều ngư...
June 20 ·

Post Impressions

7,673


Post reach

6,186


Post Engagement

754


Interactions




124




27




1




0



0




0




Reactions

152




Comments

25




Link Clicks

2



Shares

10



Other Clicks

244

Earned Media

Bánh in Bình Định vào workshop ở Sài Gòn

HOÀI PHƯƠNG Nghe đọc bài 4:09 1x Tuổi Trẻ trên Google News

Bánh in là một trong những loại bánh phổ biến, thường thấy trong mâm cúng trên bàn thờ gia tiên mỗi khi lễ, Tết hoặc đám giỗ của người dân tỉnh Bình Định.



Bà Nguyễn Thị Minh Lý (áo dài đỏ) chia sẻ về cách làm bánh in - Ảnh: T.T.D.

Tuổi Trẻ online



Bình Định Plus's Facebook

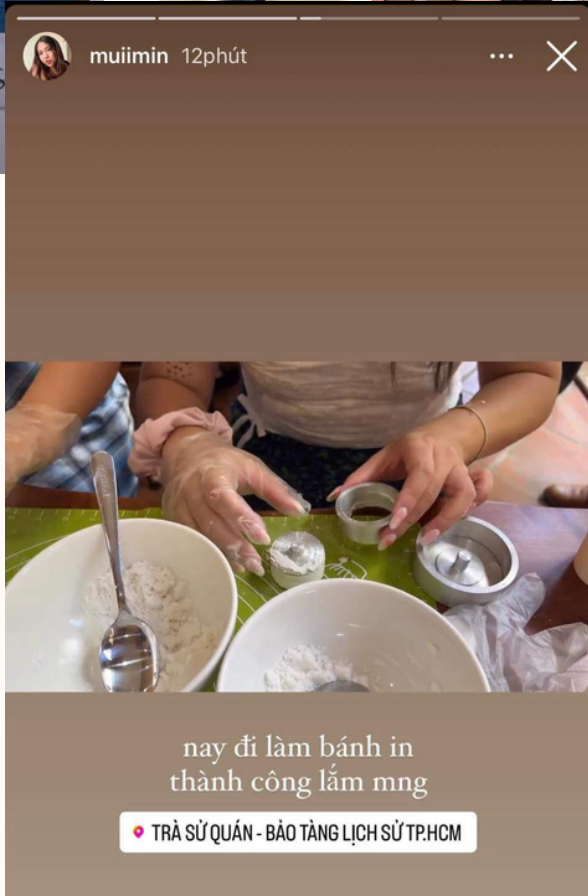
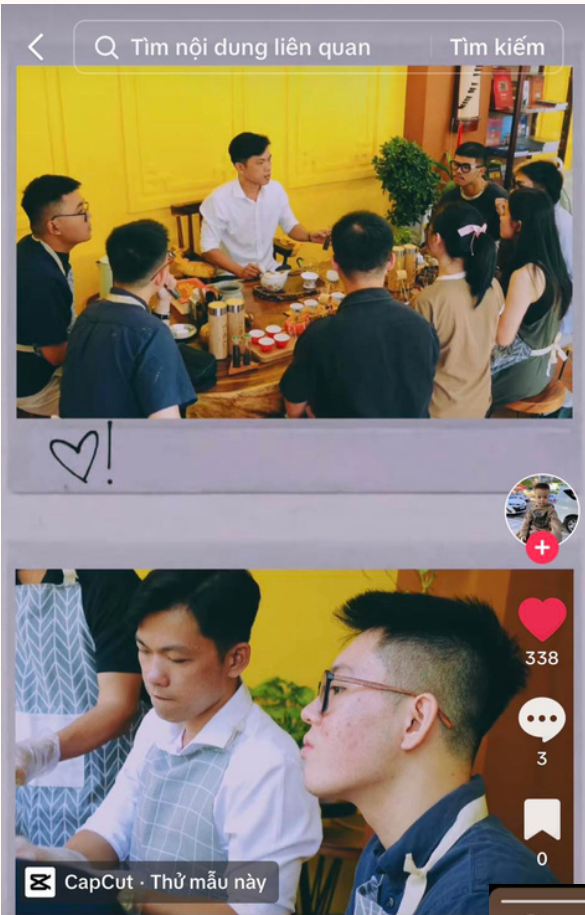


FAT Tiêu Điểm Á Châu Saigon's Facebook

WORKSHOP

WORKSHOP

Earned Media



Report & Evaluation

	Evaluation
Total number of participants	40/40 (100%)
Total number of People aged 22-30.	34 (85% compared to total participants)
Total Expenses	3.649.200 VND (See at Appendix 3)
Total Revenue	5.471.000 VND (See at Appendix 3)

DATE	NO.	PRODUCTS	UNIT	QUANTITY	UNIT PRICE (VND)	AMOUNT (VND)	PLACE TO BUY	KIND OF EXPENSE	NOTE
30/6	1	Printed cake mold	Pcs	2	135.000	270.000	Shopee	Pernament	-
	2		Pack	1	89.000	89.000	Shopee	Pernament	-
	3	Bowl	Pcs	15	10.000	150.000	Local market	Pernament	-
	4	Standee	Pcs	1	160.000	160.000	QUẢNG CÁO VIỆT NAM Printing Company	Pernament	-
	5	Cake mats	Pcs	4	50.000	200.000	Shopee	Pernament	-
	6	Baking Gloves	Box	1	25.000	25.000	Local market	Invariant	Box of 100 pieces = 50 pairs
	7	Sticker	A4 sheet	9	25.000	225.000	Heo Con Printing Shop	Invariant	Round sticker: 30 pieces/A4 sheet Stickers: 3 pieces/A4 sheet
	8	Paper cup	Lot	1	30.000	30.000	Local market	Invariant	Lot 50 pieces
	9	Cake stencils	Box	1	25.000	25.000	Local market	Invariant	100 pcs/box
	10		Pack	2	9.000	18.000	Local market	Invariant	40 pcs/pack
	11	Feedback paper	A4 sheet	5	5.000	25.000	Đặt in HCM	Various	4 pcs/sheet
	12	Cake box	Box	20	1.750	35.000	Shopee	Various	-
	13	Fruit	-	1	64.000	64.000	Local market	Various	to worship
	14	Flower	Pack	1	30.000	30.000	Local market	Various	to worship
	15	Water	Bottle	5	5.400	27.000	Local market	Various	to worship
	16	Incense	Pack	1	15.000	15.000	Local market	Various	to worship
	17	Dumplings	Pcs	5	18.000	90.000	Local market	Various	to support collaborators
	18	Bread	Pcs	4	17.000	68.000	Local market	Various	to support collaborators
	19	KOL parking fee support	Ticket	3	5.000	15.000	-	Various	-
9/7	1	Apron	Pcs	20	20.000	400.000	Shopee	Pernament	-
	2	Cake mats	Pcs	5	50.000	250.000	Shopee	Pernament	-
	3	Cake box	Box	18	2.400	43.200	Shopee	Various	-
	4	Brochure	Sheet	200	3.000	655.000	Trang Du Printing Company	Pernament	-
	5	Parking fee	Ticket	7	5.000	35.000	Museum	Invariant	-
	6	Facebook advertising part 1	Times	1	210.000	210.000	Meta Advertising	Various	-
16/7	1	Cake stencils	Box	1	25.000	25.000	Shopee	Various	100 pcs/box
	2	Baking Gloves	Box	1	25.000	25.000	Shopee	Various	Box of 100 pieces = 50 pairs
	3	Parking fee	Ticket	5	5.000	25.000	Museum	Invariant	-
23/7	1	Paper cup	Lốc	1	35.000	35.000	Shopee	Various	Lot 50 pieces
	2	Cake box	Box	10	3.000	30.000	Shopee	Various	-
	3	Parking fee	Ticket	11	5.000	55.000	Museum	Invariant	-
	4	Facebook advertising part 2	Times	1	300.000	300.000	Meta Advertising	Various	-
Total						3.649.200			

Expenses of 4 workshops

Actual cost

DATE	NUMBER OF PARTICIPANTS	UNIT PRICE	AMOUNT (VND)
30/6	10 adults 1 child	N/A	0
9/7	7 adults	Adult: 199.000 VND/Person Chilren: 99.000 VND/Child	1.393.000
16/7	6 adults		1.194.000
23/7	13 adults 3 children		2.884.000
TOTAL			5.471.000

Revenue of 4 workshops

EVENT

Purpose: Introducing Tra Su Quan is a place for people to connect with each other through experiencing Vietnamese culinary culture activities. At the same time create a space for people to share and listen to stories surrounding

Format: Offline event

Talking points:

- Tra Su Quan is an interesting destination for people to experience tea through cultural and culinary activities
- How the experience at Tra Su Quan different from other tea shops
- Show the audience the comfort, closeness and connection when coming to Tra Su Quan
- The story of tea and traditional cakes

KPIs: Get a total of 400 participants at the Tra Su Quan experience event (4 days)

Target Media: Online newspaper (Tuoi tre, Kenh 14), HTV, National Assembly Television

EVENT IDEA



The event will include 5 game booths and 4 heavy loads. In there:

- 5 game booths will help people learn about Vietnamese teas in the most intimate and simple way
- 4 street vendors will include traditional sweets to help participants understand what a special combination of tea and traditional confectionery looks like

5 BOOTH GAMES



O AN QUAN - Black Tea



BAU TRA - Red Tea



TEA RACE - Oolong Tea

5 BOOTH GAMES



DROP ICE - Green Tea



BIT MAT THAM TRA _ Green Tea

4 STREET VENDORS



Carry 1: Printed cake/Mung bean cake



Carry 2: Candy pull



Carry 3: Lotus tea



Carry 4: Combination of
other traditional cakes

LOCATION & TIME

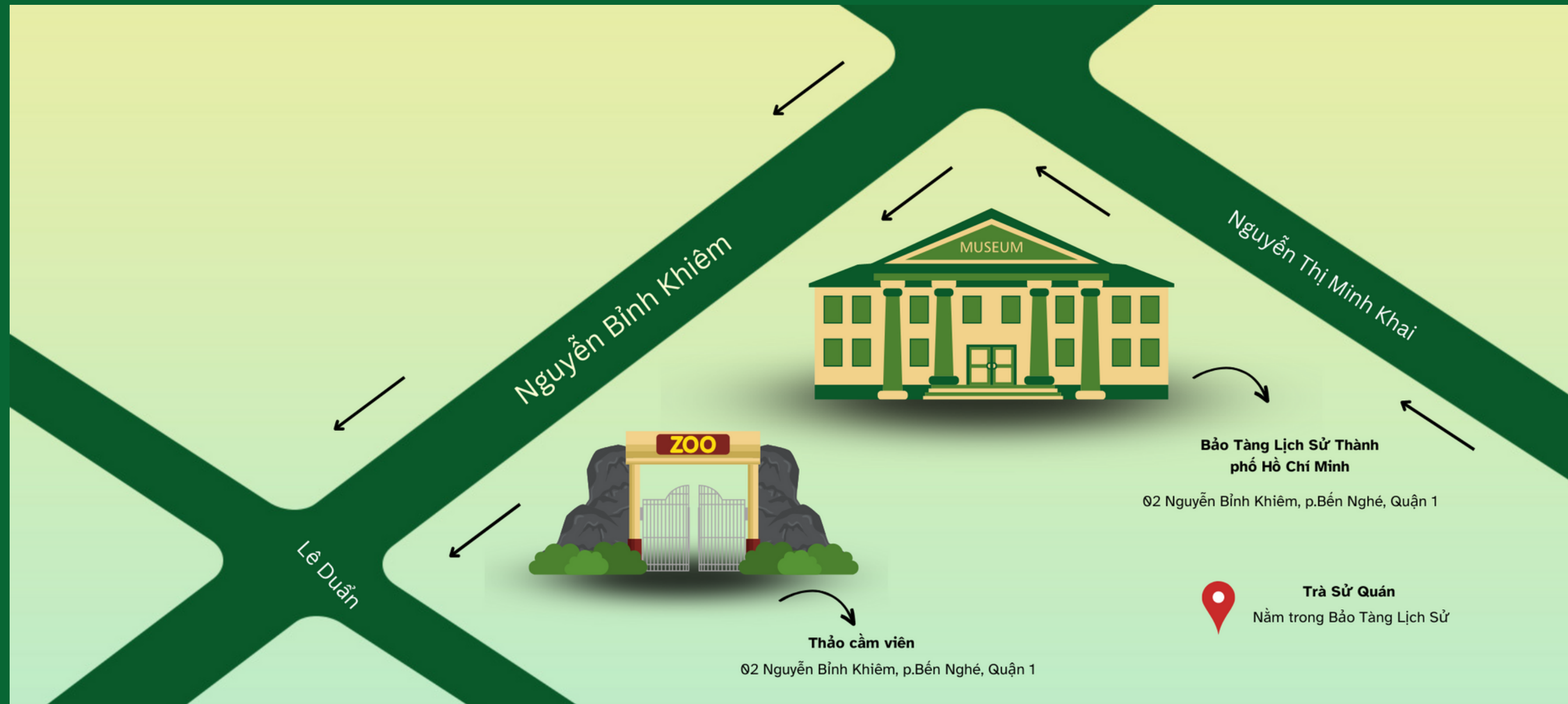
Time: 10/08 - 13/08

Location: 2 Nguyen Binh Khiem, Ben Nghe Ward, District 1

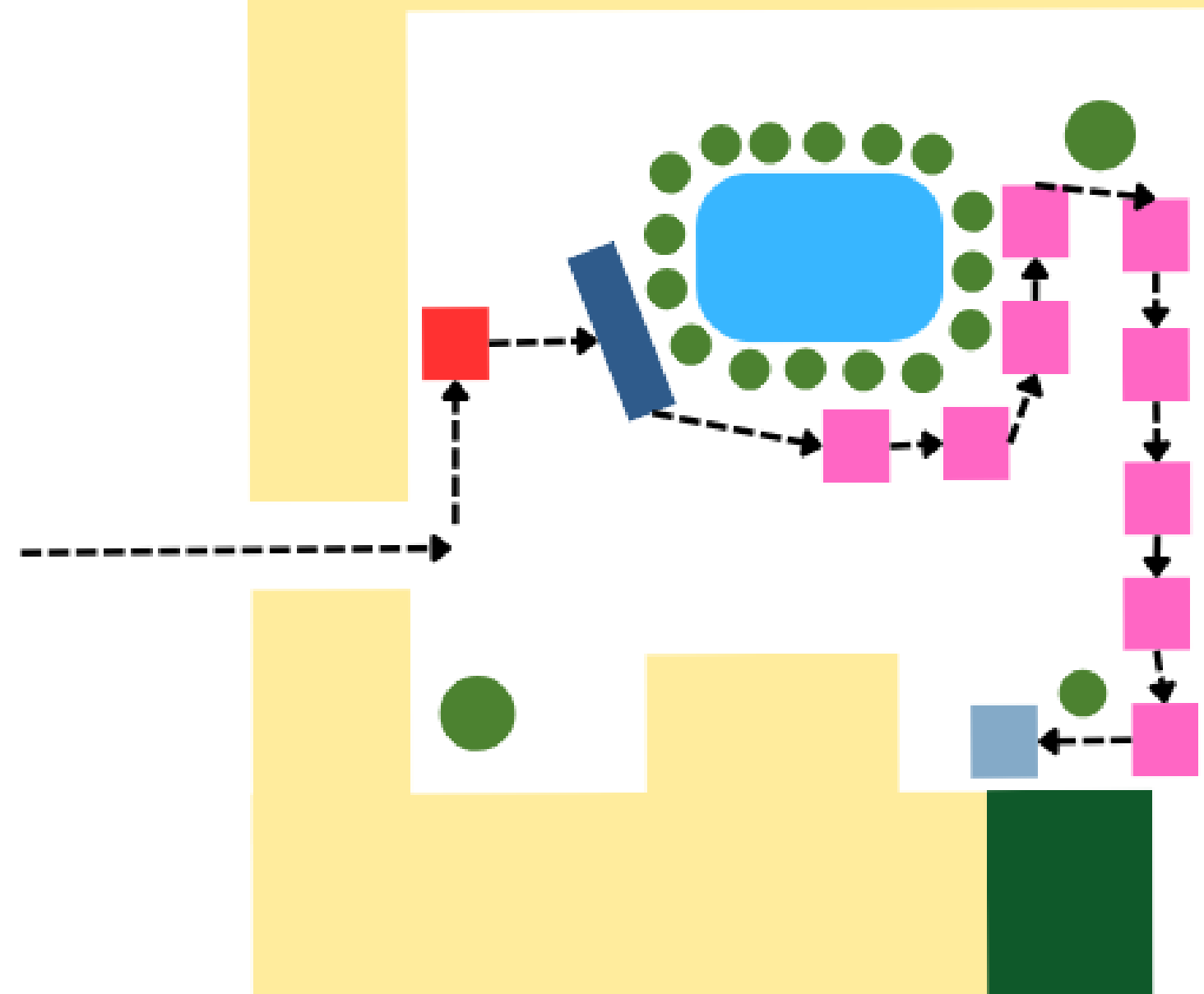
Concept: The event will be simulated like a country market.



EVENT MAP



EVENT LAYOUT



EVENT EXPERIENCE JOURNEY

CHECK - IN

- Guests check-in to receive the participation ticket
- Take part in the photo session with the check-in frame

EXPERIENCE

- Players will participate in the game 5 booth games. The winner of each game will have a free experience in the next booth. And the loser will only experience 1 part
- After completing the game, players will use the ticks to exchange gifts

B1: Ô ăn quan (Trà đen)	G1: Bánh in ăn kèm trà đen	B2: Bầu trà (Hồng trà)	G2: Kẹo kéo ăn kèm với hồng trà	B3: Đua trà (Trà olong)	G3: Chè sen ăn kèm trà Olong
	B4: Thây trà (trà xanh)	G4: Các loại bánh truyền thống khác	B5: Bịt mắt thắm trà (trà trắng)		

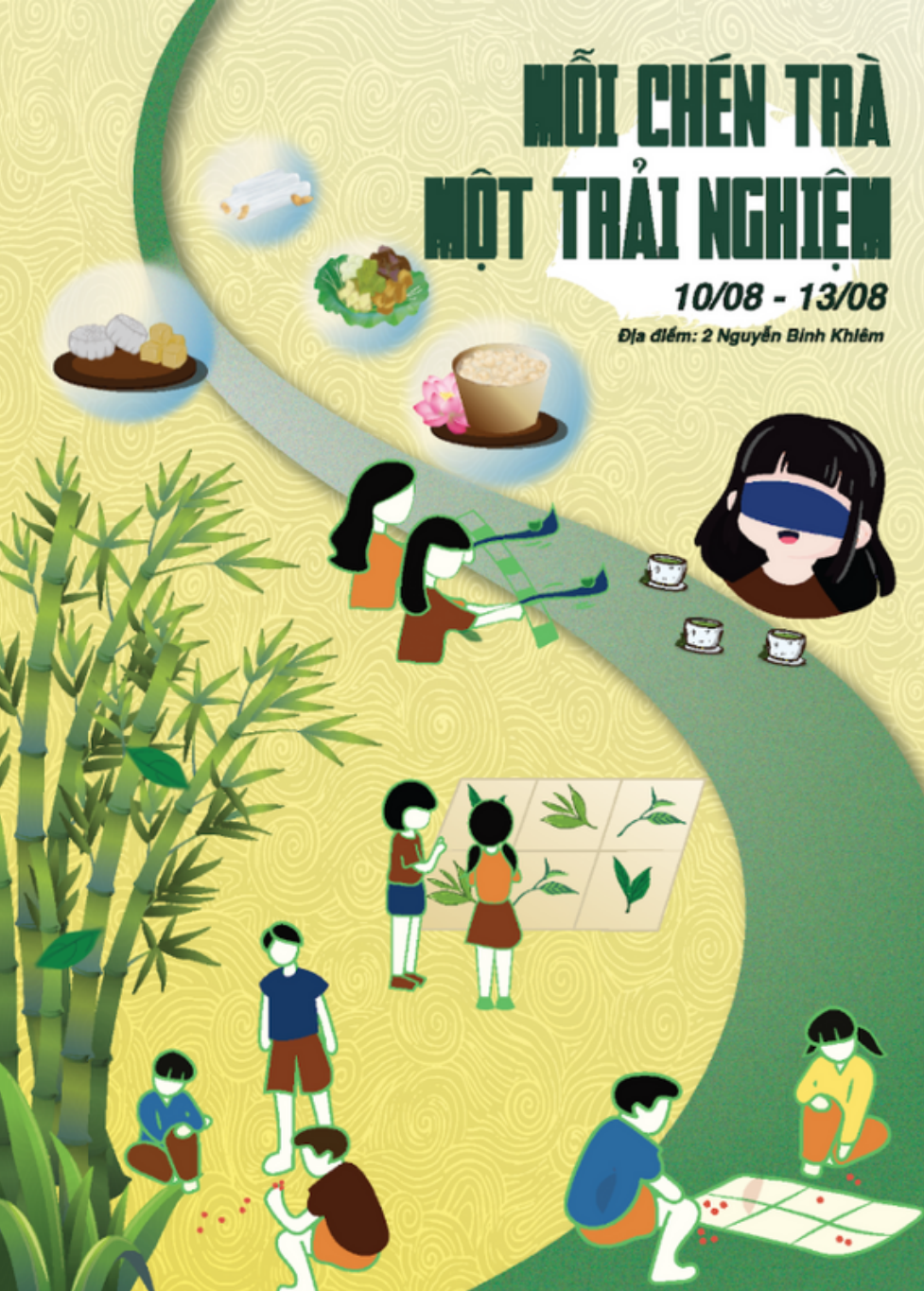
CHECK-OUT

- At the checkout area, participants will use the stamps to exchange for gifts
- Participants will be randomly drawn gifts. However, if they check-in, in with the program's hashtag, they will be converted to 1 scented bag made of tea



MỜI CHÈN TRÀ MỘT TRẢI NGHIỆM

10/08 - 13/08
Địa điểm: 2 Nguyễn Bình Khiêm
phường Bến Nghé, Q1, HCM



MỜI CHÈN TRÀ MỘT TRẢI NGHIỆM

10/08 - 13/08
Địa điểm: 2 Nguyễn Bình Khiêm



Trà Sứ Quán - Bảo tàng lịch sử TP.HCM
Số 2 - đường Nguyễn Bình Khiêm, phường Bến Nghé, quận 1, TP.HCM

27.022.023 likes

Chuyến là hôm nay tui đi Trà Sứ Quán vui lắm ô!!!



Trà Sứ Quán - Bảo tàng lịch sử TP.HCM
Số 2 - đường Nguyễn Bình Khiêm, phường Bến Nghé, quận 1, TP.HCM

27.022.023 likes

Chuyến là hôm nay tui đi Trà Sứ Quán vui lắm ô!!!

EVENT PRODUCTION

EVENT AGENDA

No.	Time	Details
1	9:00	Open to welcome guests to experience
2	9:00 - 17:00	Guests participating in experiential activities
3	17:00 - 18:00	Clean up and close the event

EVENT ESTIMATED BUDGET

EVENT COST ESTIMATION								
STT	Items	Description	Unit	Qty	Unit Cost (VND)	Amount (VND)	Remark	Supplier
PRODUCTION								
1	Cost of set-up	Set-up cost for 1 game booth	booth	5	800.000 đ	4.000.000 đ		
2	Ganh hang rong	Ganh hang rong cake for players to experience	pcs	4	100.000 đ	400.000 đ		
3	“Đôn tre” chair	For ganh hang rong	pcs	12	95.000 đ	1.140.000		
4	Standee 0.8x1.8m	Size 0.8mx1.8m	pcs	5	160.000	800.000		
5	Sticker Trà Sủ Quán		pcs	300	350đ	105.000		
6	Organizer card		pcs	20	2.500 đ	50.000 đ		
7	Other printing		set	1	500.000	500.000 đ		
8	Certification		pcs	45	5.000	225.000đ		
9	Check-in frame		pcs	1	300.000đ	300.000đ		
10	Points paper		pcs	300	1.000đ	300.000đ		
11	Outfits for counter collaborators		set	9	200.000 đ	1.800.000 đ		
12	Speaker rental		day	5	500.000 đ	2.500.000 đ		

LOGISTICS								
13	Bánh in		pcs	100	5.000 đ	500.000 đ		
14	Bánh đậu xanh		pcs	100	5.000 đ	500.000 đ		
15	Kẹo kéo		pcs	100	10.000 đ	1.000.000 đ		
16	Mứt gừng		kg	2	130.000 đ	260.000 đ		
17	Chè sen		pot	50	25.000 đ	1.250.000 đ		
18	Other candies (Đậu phộng, chuối,...)	For take-away gifts	kg	1	107.000 đ	107.000 đ		
19	Combo variety of country cakes (Bánh tằm vị, bánh bò, bánh chuối,...)	1 combo = 500gr	combo	10	89.000 đ	890.000 đ		
20	Hot tea set	Every day 8 teapots with 8 flavors of tea	set	40	40.000 đ	1.600.000đ		
21	Scented bags from tea	Take-away gifts	bag	100	9.400 đ	940.000 đ		
HUMAN RESOURCES								
22	Lunch support 1	For CTV 5 days shooting	pcs	25	25.000	625.000đ		
23	Lunch support 2	For CTV 5 days take care	pcs	140	25.000 đ	3.500.000 đ		
COST						23.292.000 đ		
VAT (10%)						2.329.200 đ		
TOTAL						25.621.200 đ		

EVENT RISK MANAGEMENT

RISKS		PROBABILITY	SOLUTIONS/PREVENTIONS
Weather	Baking sun	High	Check the weather forecast Prepare umbrellas, hats
	Rain in the afternoon	High	Check the weather forecast The game booth area is temporarily closed. Move food booth to Tra Su Quan inside.
Health	Sunstroke	Medium	Invite the participants to take a rest at Tra Su Quan Prepare people who use umbrella to take care the participants
	Drink/Food poisoning	Low	Carefully check the quality of the food in advance Ask the participants about allergic ingredients before let them eat.
Food	Shotage of food for a day	Medium	Prepare cakes and store them in the refrigerator Baking directly at the food booth.
	Left over food	High	Pack, distribute to collaborators or homeless in Saigon area
Human resources	Shortage of personnel/ unscheduled leave	High	Checklist before the number of personnel Prepare personnel ready for replacement.
Machine	Shortage of equipment	High	Borrow equipment before the event starts
	Out of battery of equipment	High	Prepare charger
	Damaged equipment	Low	Check up machines
Customer	Not willing to share their story	High	Encourage participants to post photos of the event space with hashtags to receive gifts

THANK YOU

FOR LISTENING!

APPENDIX

Workshop participants’ information

STT	Họ và tên	Giới tính	Năm sinh	Bạn biết đến "Workshop In bánh - Uống trà" qua kênh nào?	Tên người bạn/trang báo/KOLs,... mà thông qua đó bạn biết đến "Workshop In bánh - Uống trà"?
1	Trần Đức Thiện	Nam	2001	Bạn bè	Vân Anh
2	Ngô Gia Lạc	Nam	2001	Bạn bè	Vân Anh
3	Đặng Huy Tâm	Nam	1994	Quảng cáo Facebook	N/A
4	Lê Thị Thảo Vi	Nữ	2001	Bạn bè	Tâm
5	Tuệ Nữ	Nữ	1996	Bạn bè	Tâm
6	Nguyễn Tuấn Thành	Nam	2000	Bạn bè	N/A
7	Nguyễn Hữu Hải	Nam	2001	Bạn bè	N/A
8	Đồng Thu Thảo	Nữ	1998	Quảng cáo Facebook	Facebook Ads
9	Chu Liễu Ngọc	Nữ	1997	Bạn bè	Đồng Thảo
10	Tạ Ngọc Bích	Nữ	1999	Bạn bè	Đồng Thu Thảo
11	Bùi Tuấn Việt	Nam	2000	Bạn bè	Đồng Thu Thảo; Trần Quốc Đại
12	Trần Phúc Đại	Nam	2000	Fanpage Trà Sữ Quán	N/A
13	Trần Vũ Trâm Anh	Nữ	1999	Fanpage Trà Sữ Quán	N/A
14	Subin Vân	Nữ	1998	Bạn bè	Trâm Anh
15	Nguyễn Thái Hằng	Nữ	1976	Fanpage Trà Sữ Quán	HỘI NGHIÊN TRÀ
16	Nguyễn Gia Kỳ	Nữ	2000	Bạn bè	Thái Hằng
17	Nguyễn Ngọc Khánh	Nữ	2001	Fanpage Trà Sữ Quán	N/A
18	Trần Ngọc Kiều Diễm	Nữ	1998	Fanpage Trà Sữ Quán	Huyền
19	Thanh Vy	Nữ	2017	Fanpage Trà Sữ Quán	
20	Phương Linh	Nữ	2019	Fanpage Trà Sữ Quán	
21	Nguyễn Thị Hoàng Oanh	Nữ	1990	Fanpage Trà Sữ Quán	N/A
22	Đinh Lâm Anh	Nữ	2017	Fanpage Trà Sữ Quán	
23	Trần Mạnh Khang (mark)	Nam	1999	KOLs/Influencers	bookdeuniverse
24	Bình Minh	Nữ	2000	KOLs/Influencers	bookdeuniverse
25	Alice Nguyễn		2000	KOLs/Influencers	bookdeuniverse
26	Đặng Thị Thu Thủy	Nữ	1997	Quảng cáo Facebook	N/a
27	Huyền Lê	Nữ	1995	Quảng cáo Facebook	N/A
28	Trần Ngọc Kim Hoa	Nữ	2000	Fanpage Trà Sữ Quán	Trà sữ quán
29	Nguyễn Ngọc Khánh Nhi	Nữ	2001	Bạn bè	Chị Bình Minh
30	Lê Thị Ngọc Huyền	Nữ	1994	Bạn bè	Kiều Diễm
31	Châu Bí Ngô	Nữ	2000	Fanpage Trà Sữ Quán	
32	Châu Xi Dách	Nữ	2000	Fanpage Trà Sữ Quán	
33	Đỗ Hồng Ân	Nữ	1996	Fanpage Trà Sữ Quán	
34	Gia Huy	Nam	1995	Fanpage Trà Sữ Quán	
35	Khoa Chim	Nam	1997	Fanpage Trà Sữ Quán	
36	Chánh Nguyễn	Nam	2000	Fanpage Trà Sữ Quán	
37	Nguyễn Khánh Linh	Nữ	1996	Fanpage Trà Sữ Quán	
38	Lê Thị Phương Liên	Nữ	1993	Fanpage Trà Sữ Quán	
39	Nguyễn Hoài Phương	Nữ	1994	Fanpage Trà Sữ Quán	
40	Đỗ Yến Nhi	Nữ	2015	Fanpage Trà Sữ Quán	