|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **MẪU KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG TIẾP THỊ TÍCH HỢP THU GỌN (THIẾT KẾ BỞI YCHOC.COM)** | | |
| Kế hoạch truyền thông tiếp thị tích hợp cũng tương tự như bản kế hoạch kinh doanh, nhưng giữa chúng có nhiều điểm khác biệt mà bạn có thể dễ dàng nhận thấy nếu so sánh mẫu IMC plan dưới đây với các mẫu business plan. | | |
| Tham khảo bài viết gốc: | [**IMC plan là gì? Free 10+ mẫu IMC Plan template chuẩn PDF 2023**](https://bit.ly/3gYINIX) | |
|  |  |  |
| TÊN DỰ ÁN |  |  |
|  | | |
|  |  |  |
| THÔNG TIN LIÊN LẠC |  |  |
| HỌ TÊN | ĐIỆN THOẠI | EMAIL |
|  |  |  |
| ĐỊA CHỈ |  |  |
|  | | |
|  |  |  |
| TÁC GIẢ | NGÀY THỰC HIỆN |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| TÓM TẮT | | |
| Viết tóm tắt về kế hoạch tổng thể, nhấn mạnh các điểm mạnh, điểm yếu, mục tiêu trọng tâm, và các chiến thuật ưu tiên triển khai. | | |
|  | | |
|  |  |  |
| PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG | | |
| **RESEARCH** | | |
| Phân tích đối thủ cạnh tranh | | |
|  | | |
| Phân tích SWOT | | |
| CÁC YẾU TỐ NỘI BỘ | | |
| ĐIỂM MẠNH + | | ĐIỂM YẾU – |
|  | |  |
| CÁC YẾU TỐ BÊN NGOÀI | | |
| CƠ HỘI + | | THÁCH THỨC – |
|  | |  |
| Tóm tắt phân tích SWOT | | |
|  | | |
| **Xác định mục tiêu Marketing S-M-A-R-T và các chỉ số đo lường** | | |
|  | | |
|  |  |  |
| ĐỐI TƯỢNG MỤC TIÊU | | |
| Mô tả đối tượng mục tiêu mà bạn muốn nhắm đến. | | |
|  | | |
|  |  |  |
| ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU | | |
| Bạn muốn khách hàng nhìn nhận về mình như thế nào? | | |
|  | | |
|  |  |  |
| UNIQUE SELLING POINTS (ĐIỂM BÁN HÀNG ĐỘC ĐÁO) | | |
| Bạn đang cung cấp những USP nào cho khách hàng mà đối thủ không thể làm được? | | |
|  | | |
|  |  |  |
| CHIẾN LƯỢC SÁNG TẠO | | |
| Xây dựng mô hình chiến lược và cách tiếp cận khách hàng mục tiêu dựa trên USP của bạn. | | |
|  | | |
|  |  |  |
| CÔNG CỤ & CHIẾN THUẬT | | |
| Bạn phải làm gì để đạt được mục tiêu, và những công cụ nào phù hợp để tiếp cận đối tượng mục tiêu của bạn? | | |
|  | | |
| **CÁC KÊNH TRUYỀN THÔNG** | | |
| Liệt kê các kênh giúp bạn tiếp cận khách hàng mục tiêu (VD: website, mạng xã hội, TV, sự kiện…) | | |
|  | | |
|  |  |  |
| NGÂN SÁCH | | |
| Bạn nên xây dựng ngân sách riêng biệt cho từng chiến thuật truyền thông tiếp thị trong kế hoạch của mình. | | |
|  | | |
|  |  |  |
| KẾ HOẠCH DỰ ÁN & LỊCH TRÌNH | | |
| Tạo biểu đồ mô tả tất cả các chiến thuật và thông tin người chịu trách nhiệm để bạn có thể đánh giá dựa trên mục tiêu cuối cùng. | | |
| **NGƯỜI PHỤ TRÁCH** | **NGÀY KẾT THÚC** | **MÔ TẢ CÔNG VIỆC** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| ĐÁNH GIÁ | | |
| Dựa trên các số liệu, hãy đánh giá mức độ thành công trong việc đạt các mục tiêu đề ra. | | |
|  | | |
|  |  |  |
| [**KIẾN THỨC DIGITAL MARKETING BỔ SUNG**](https://ychoc.com/seo-marketing/) | | |