

LẬP KẾ HOẠCH
TRUYỀN THÔNG TÍCH HỢP

ALL-FREE
NƯỚC GIẢI KHÁT VỊ LÚA MẠCH



NỘI DUNG

Part 01 /SẢN PHẨM

Part 02 /ĐỐI THỦ

Part 03 /Ý TƯỞNG CHỦ ĐẠO

Part 04 /IMC ROADMAP

01

SẢN PHẨM

SẢN PHẨM

ALL-FREE NƯỚC GIẢI KHÁT VỊ LÚA MẠCH



4P CỦA SẢN PHẨM

PRODUCT

PLACE

PROMOTION

PRICE



Nước giải khát vị lúa mạch Suntory ALL-FREE



01

Hương vị lúa mạch đặc trưng: Êm đằm hoàn hảo, sáng khoái bất ngờ

02

3 KHÔNG: 0.0% Cồn, KHÔNG đường, KHÔNG calo

03

Thích hợp cho các dịp hội họp

Dù bạn là ai, giờ đây, đã có thể thoải mái thưởng thức vị lúa mạch yêu thích, mọi lúc mọi nơi.
Lưu ý: Sản phẩm không phải là bia. Hương vị sản phẩm hướng đến khách hàng trưởng thành.

4P CỦA SẢN PHẨM

PRODUCT

Chi tiết sản phẩm NƯỚC GIẢI KHÁT VỊ LÚA MẠCH ALL - FREE



Thành phần : Nước bão hòa CO2 , chiết xuất lúa mạch (4 g / L) ,
 chất xơ hòa tan , hỗn hợp hương lúa mạch tổng hợp và giống tự
 nhiên , chất điều chỉnh độ axit (270) , chất làm dày (576) , màu
 tự nhiên (Caramen nhóm I (Caramen nguyên chất) 150a) ,
 Quy cách đóng gói và chất liệu bao bì : Thành phẩm được đóng
 gói trong lon nhôm , bên trong có phủ lớp epoxy resin , bảo đảm phù
 hợp vệ sinh ATTP.
 Thời hạn sử dụng sản phẩm : 09 tháng .
 Thể tích thực : 330ml / lon.
 950 , Sucralose (Triclorogalacto sucrose) 955) .

NƯỚC GIẢI KHÁT VỊ LÚA MẠCH ALL-FREE
 Chịu trách nhiệm bởi: Công ty TNHH Nước giải khát Suntory Pepsico Việt Nam, Cao ốc Sheraton, số 88,
 Đường Đồng Khởi, P. Bến Nghé, Q.1, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam.
 Chiếm sở: Khách hàng: 9900220. Theo bản quyền của Suntory Holdings Limited (PH), 1-40, Dajimaha
 2-chama, Kita-ku, Osaka-shi, Osaka 530-8203, Nhật Bản, Xuất xứ: Việt Nam.
 Thành phần: Nước bão hòa CO₂, chiết xuất lúa mạch (4 g/L), chất xơ hòa tan, hỗn hợp hương lúa mạch
 tổng hợp và giống tự nhiên, chất điều chỉnh độ axit (270), chất làm dày (576), màu tự nhiên (Caramen
 nhóm I (Caramen nguyên chất) 150a), Sodium Chloride, chất chống oxi hóa (300), chiết xuất hoa houblon (0,083 g/L),
 chất tạo ngọt tổng hợp Acesulfam Kali 950, Sucralose (Triclorogalacto sucrose) 955.
 HSD: xem ở đáy lon. NSX: trước HSD 9 tháng. Ngọt hơn khi uống lạnh. Bảo quản nơi khô mát, tránh nắng. Sản phẩm có
 chứa thành phần từ lúa mạch và hoa houblon tự nhiên có thể có chèn lẫn đá dầy sản phẩm, nhưng không ảnh hưởng
 tới chất lượng sản phẩm. Sản phẩm có chứa gluten và đậu nành, không dùng sản phẩm quá hạn sử dụng. Số hồ sơ tự
 động: 008/SP/2021.

Giá trị dinh dưỡng trung bình Cho 330 ml	0
Năng lượng/ Energy (kcal):	0
Chất béo/ Fat (g):	0
Chất bột/ Fat (g):	0
Carbohydrate (g):	0
Đường tổng/ Total sugars (g):	0

Thể tích thực:
330 ml

8 934588 000058

SUNTORY PEPSICO
 LIÊN HIỆP THỊ CHẾ BẢO BỊ VIỆT NAM
 TỰ HÀO LÀ THÀNH VIÊN

4P CỦA SẢN PHẨM

PRICE



Thùng 24 lon
250.000đ (10.417đ/lon)



6 lon 330ml
65.000đ (10.833đ/lon)



1 lon 330ml.
11.000đ

Siêu thị và cửa hàng tiện lợi:
AEON, BIGC, BÁCH HÓA XANH, FAMILY MART, CIRLE K,....

Các sàn thương mại điện tử: TIKI, LAZADA, SHOPEE



4P CỦA SẢN PHẨM

POMOTION



Tính từ thời điểm ra mắt đến nay, Suntory chưa có một chiến dịch truyền thông nào cụ thể cho sản phẩm All Free tại thị trường Việt Nam.

Tuy nhiên Suntory vẫn có chạy các hoạt động truyền thông riêng lẻ như iTVC, các ấn phẩm truyền thông, KOLs review, bài review và bài quảng cáo Facebook, khuyến mãi,...



4P CỦA SẢN PHẨM

POMOTION



Khách hàng mục tiêu

Nhân khẩu học



Độ tuổi
18-30 tuổi



Giới tính
Cả nam nữ



Nghề nghiệp
Nhân viên văn phòng
Sinh viên



Mức thu nhập
7.000.000 -
10.000.000 VNĐ



Vị trí địa lí
Các thành phố lớn:
Đà Nẵng, Hồ Chí
Minh, Hà Nội.

02

ĐỔI THỦ

ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

BIA KHÔNG CÒN SAGOTA



Sagota – Bia không còn đầu tiên ở Việt Nam

Công ty CP Bia Sài Gòn – Bình Tây đã nghiên cứu và cho ra đời dòng sản phẩm bia không còn Sagota

KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Độ tuổi: 18 - 30 tuổi

Giới tính: nam - nữ

Nghề nghiệp: nhân viên văn phòng, sinh viên

Mức thu nhập: 7.000.000- 10.000.000 đồng

Quốc gia: Việt Nam, TP Hồ Chí Minh

Kênh phân phối

Đại lý và môi giới

Nhà phân phối

Nhà bán buôn

Nhà bán lẻ

HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG

6 tháng gần nhất

Slogan:

Bia không say, lái được xe

Quảng cáo

iTVC:

BIA SAGOTA- BIA KHÔNG CÒN (14 giây)

Quảng cáo bia không còn Sagota (26 giây)

PR

Bài viết:

Bứt phá chinh phục những điều mới mẻ cùng bia 0 độ BMT

PR

Bài viết : Tự hào giữ chắc nước Việt-
Tự hào giữ chất bia ta

PR

Bài viết:

Một dòng bia mang thương hiệu Việt,
không còn thích hợp cho mọi lứa tuổi

ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

HENIKEN 0.0



Đây là sản phẩm bia không cồn (bia 0.0% độ cồn) được nấu bằng công thức độc đáo để tạo nên hương vị cân bằng đặc trưng – và chỉ chứa 69 calo trong mỗi chai/lon dung tích 330ml.

KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Độ tuổi: 18 - 30 tuổi

Giới tính: nam - nữ

Nghề nghiệp: nhân viên văn phòng, sinh viên,....

Mức thu nhập: 7.000.000- 10.000.000 đồng

Quốc gia: Việt Nam

Kênh phân phối

Các cửa hàng, siêu thị

Đại lý và môi giới

Nhà phân phối

Nhà bán buôn

Nhà bán lẻ

Kênh điện tử: shopee, Lazada,

bachhoaxanh,...

HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG

6 tháng gần nhất

Quảng cáo

- Phim ngắn “Cheer with no alcohol”

Heineken có màn kết hợp với ca sĩ Justatee trong tác phẩm “Dân chơi sớm”.

Sự kiện: Heineken countdown 2022 lễ hội kỳ diệu

- Trend “căn cước dân chơi”

Quan hệ công chúng

Bài review
KOL review

Bài PR

- Từ màn ra mắt của Heineken® 0.0 đến xu hướng bia không cồn trên thế giới
- Đồng hành cùng California

Khuyến mãi

- HEINEKEN 0.0 ĐỒNG HÀNH CÙNG ĐTVN
- Món ngon chưa đủ, thêm Heineken 0.0 mới đúng tử

03

Ý TƯỞNG CHỦ ĐẠO

BỐI CẢNH

Hiện nay xã hội có rất nhiều vấn nạn đang được quan tâm và một trong những vấn nạn được đặc biệt để tâm chính là tai nạn về an toàn giao thông. Do thói quen vui là nhậu, buồn là nhậu và không có gì cũng nhậu mà vấn nạn này luôn là chủ đề nóng được mọi người nhắc tới. Theo thống kê của Ủy ban An toàn Giao thông Quốc gia, khoảng 40% số vụ tai nạn giao thông và 11% số người tử vong có liên quan tới rượu bia, con số này đang có xu hướng gia tăng. Bên cạnh đó, nhu cầu làm đẹp bản thân cũng được nâng lên, mọi người đang khá quan tâm và chú trọng đến sức khỏe và dáng vóc của bản thân.

INSIGHT

Đặc biệt là nhóm khách hàng trẻ, trong khoảng độ tuổi 18 - 30 tuổi, với nhu cầu đổi mới cao, chú ý đến những thứ mới lạ, giải trí, hợp thời. Họ thường có sở thích tập tụ, nói chuyện chia sẻ với bạn bè trên bàn tiệc và mắc hội chứng FOMO. Họ sợ bản thân bỏ lỡ cuộc vui, chậm thông tin trong những lần họp nhóm mình không có mặt nên những cuộc vui sau này có phần bị lạc lõng. Mặc dù ham vui, sẵn sàng lên đồ đi chơi mỗi lần có lịch hẹn nhưng họ còn nhiều vướng mắc trong mỗi lần nhậu thường sẽ say xỉn nên bản thân không thể tự điều khiển phương tiện tham gia giao thông. Hay những cá nhân muốn giữ cho mình một thân hình quyến rũ, luôn phải giữ cho mình phần ăn uống điều độ.

BIG IDEA

Thấu hiểu được những mong muốn của khách hàng, nhãn hàng Suntory cho ra dòng sản phẩm bia All Free không cồn, an toàn cho mọi cuộc vui. Sản phẩm đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, có All Free họ sẽ không còn bỏ lỡ giây phút nào cùng bạn bè, luôn theo kịp những câu chuyện của nhóm, mà lại đảm bảo an toàn cho bản thân, không sợ bị đo nồng độ cồn khi tham gia giao thông. Sản phẩm còn không có chất béo nên những bạn muốn có thân hình đẹp và đặc biệt là các bạn nữ sẽ không còn sợ bị đầy hơi, béo bụng. Đặc biệt dòng sản phẩm có hương vị thơm của lúa mạch, đem lại cảm giác sảng khoái khi uống, không thua kém gì đang uống các sản phẩm bia có cồn khác, hứa hẹn là một sản phẩm phù hợp với mọi độ tuổi, có mong muốn trải nghiệm thức uống tương tự bia

THÔNG ĐIỆP

ALL FREE - Không lo về dáng, không choáng vì say

Thông điệp giai đoạn 1: ALL FREE - Ngàn ly vẫn tỉnh cuộc vui lên đỉnh

Thông điệp giai đoạn 2: Hương vị mê mẩn, vóc dáng mê ly

Thông điệp giai đoạn 3: Sau trăm cuộc vui vẫn yên chón về

02

IMC ROADMAP

ROAD MAP
ALL FREE KHÔNG LO VỀ ĐĂNG KHÔNG CHOÁNG VÌ SAY
 (01/05/2022 - 30/07/2022)

ALL FREE - NGÂN LÝ VẤN TINH CUỘC VUI LÊN ĐỈNH (01/05/2022 - 28/05/2022)				HƯƠNG VỊ MỀ MẮN VÒC ĐĂNG MỀ LY (29/05/2022 - 25/06/2022)				KHUỊ NÁP ALL FREE KHỞI ĐỘNG CUỘC VUI (26/06/2022 - 30/07/2022)			
--	--	--	--	---	--	--	--	---	--	--	--

Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4	Tuần 5	Tuần 6	Tuần 7	Tuần 8	Tuần 9	Tuần 10	Tuần 11	Tuần 12
--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	---------	---------	---------

ITVC, TVC "ALL FREE không lo về đăng không choáng vì say"

Seeding "Cơ nên uống rượu bia khi tham gia cuộc vui"

Một nhấp là say đắm, hai nhấp là đắm say, ba nhấp là mua ngay

"Tinh bạn lên ngôi, cuộc vui lên đỉnh"

"Vào bếp cùng ALL FREE"

Vượt mê cung nhận quà siêu khủng

"Mùa ALL FREE tổ chức"

Nhảy "Hương vị mê mẩn, vòc đăng mê ly"

Bài PR Advertorial

Bài PR Editorial và Testimonial

Influencers

Kols review

Tài trợ đường đua sắc màu "Color run"

Tài trợ Kim Duyên "Hoa Hậu Xuyên Quốc Gia"

Cuộc vui an toàn, niềm vui nhân đôi

Clip "Cơ ALL FREE đi chẳng ngại chi"

Filter

Bật lon All Free tinh ngay thêm quà

Sẵn bỏ ba giảm thả ga

Content Facebook "ALL FREE - ngân lý vấn tinh cuộc vui lên đỉnh"

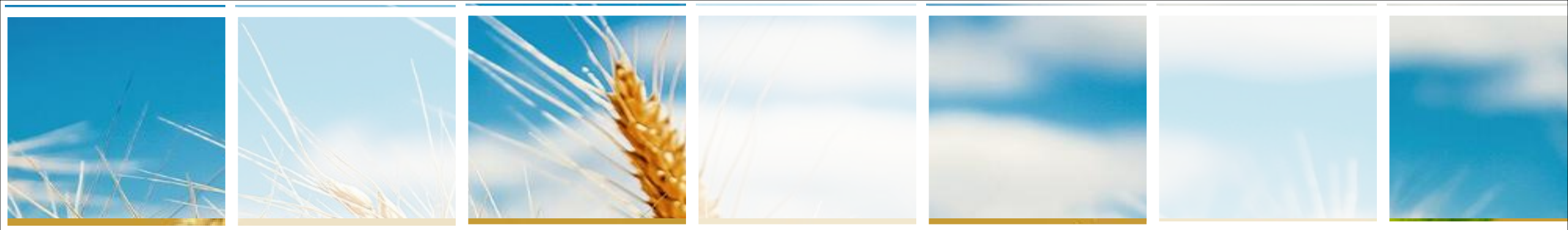
Content facebook "Hương vị mê mẩn, vòc đăng mê ly"

Content Facebook "Khuị nấp ALL FREE khởi động cuộc vui"

ADS

OOH

POSM



CẢM ƠN HỘI ĐỒNG ĐÃ LẮNG NGHE

