

## MARKETING

### Chiến lược Truyền thông

Thuốc nào chữa bệnh  
"Truyền mà không Thông"

## THỜI GIAN HỌC

## Nội dung



### Mục tiêu:

- Xác định được vai trò và nguyên tắc truyền thông
- Giải thích được các bước xây dựng chiến lược truyền thông
- Lập kế hoạch thực thi chiến lược truyền thông
- Mô tả được cách đánh giá hiệu quả truyền thông

Khóa đào tạo được tổ chức vào 02 ngày thứ bảy (18/07/2009) & Chủ nhật (19/07/2009):

Sáng từ 8h30' - 12h00'; Chiều từ 13h30 - 17h00'

### Phần I: Truyền thông thực sự có vai trò gì?

### Phần II: Làm thế nào để xây dựng chiến lược truyền thông?

### Phần III: Bằng cách nào để triển khai chiến lược truyền thông?

### Phần IV: Làm thế nào để đánh giá hiệu quả truyền thông?

### Phần I: Truyền thông thực sự có vai trò gì?

- Truyền thông thực sự có vai trò gì với doanh nghiệp?
- Truyền thông cần đạt những mục đích cốt lõi nào?
- Truyền thông cần tuân thủ những nguyên tắc nào?
- Làm thế nào để truyền thông có trọng tâm?
- Làm thế nào để truyền thông nhất quán?

### Phần II: Làm thế nào để xây dựng chiến lược truyền thông?

- Xây dựng chiến lược truyền thông cần tiến hành qua các bước nào?
- 4 bước thiết lập thông điệp truyền thông?
- Truyền thông cần có những công cụ nào?
- Làm thế nào để lựa chọn công cụ truyền thông hiệu quả?
- Các "bẫy" thường gặp khi sử dụng công cụ truyền thông?

### Phần III: Bằng cách nào để triển khai chiến lược truyền thông?

- Làm thế nào để lập và phân chia ngân sách?
- Những lưu ý trong quá trình tổ chức thực thi kế hoạch truyền thông?
- Để đánh giá đề nghị của công ty quảng cáo cần có những tiêu chí nào?

### Phần IV: Làm thế nào để đánh giá hiệu quả truyền thông?

- Đánh giá hiệu quả truyền thông cần có những tiêu chí đánh giá nào?
- Làm thế nào để đánh giá hiệu quả truyền thông?



**"Không gì giết chết một sản phẩm  
tôi nhanh bằng một chiến dịch  
quảng cáo tốt"**

### NGUYÊN TẮC TRUYỀN THÔNG

