

# PROMOTION DESIGN



# 1

## PROMOTION DESIGN LÀ GÌ?

1. Tổng quan về Trade Marketing
2. Phân biệt Trade Marketing & Brand Marketing

# 2

## HẠNG MỤC THIẾT KẾ

# CONTENTS

# 1

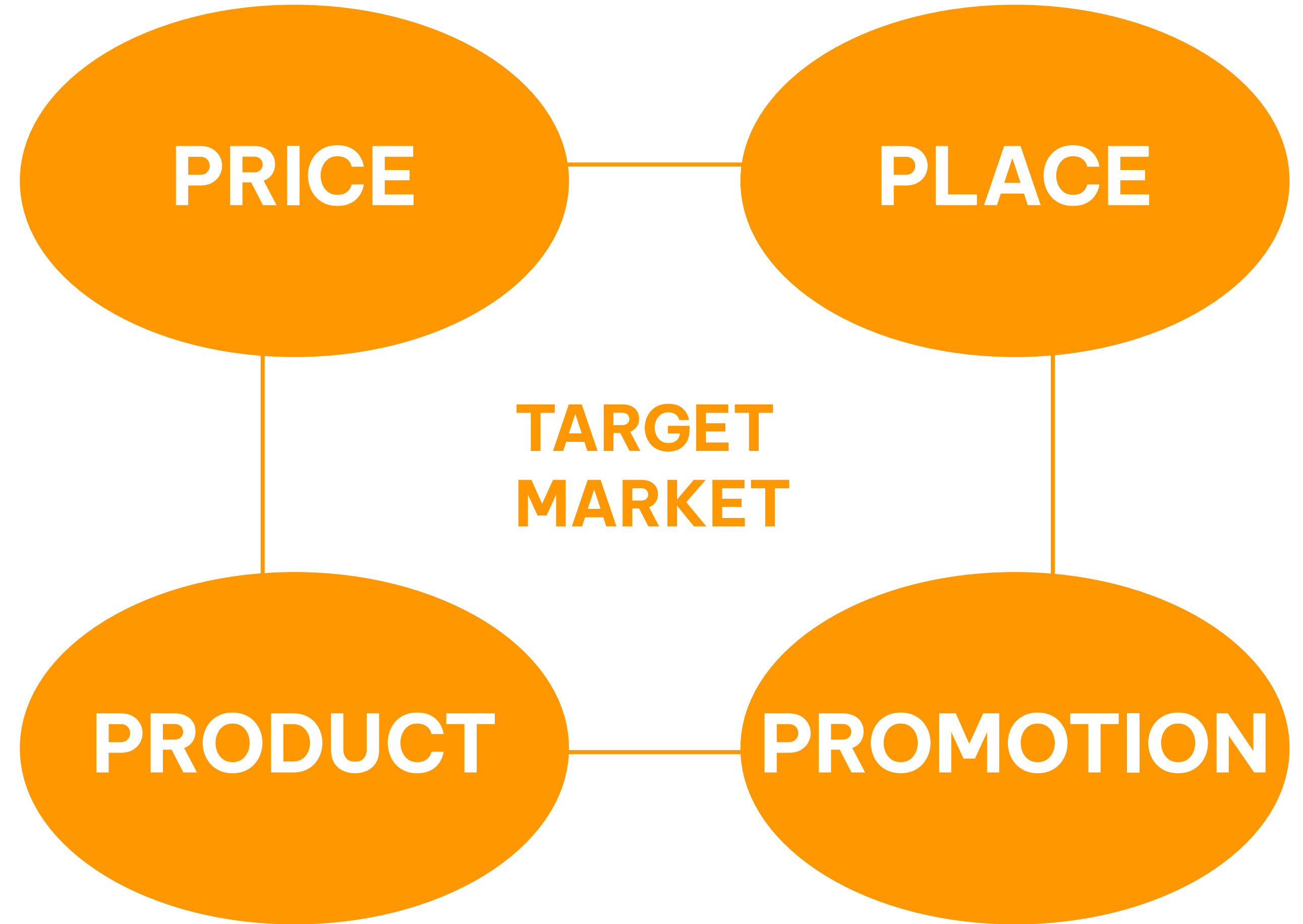
## PROMOTION DESIGN LÀ GÌ?

# PROMOTION LÀ GÌ?

Promotion là một danh từ mang ý nghĩa là sự thúc đẩy, sự thăng tiến. Còn trong chiến lược kinh doanh, Promotion là chương trình kích thích các hoạt động kinh doanh và khuyến khích quá trình mua hàng của người dùng.

Promotion là phần rất quan trọng của marketing vì nó động lực thúc đẩy việc nhận diện thương hiệu và bán hàng

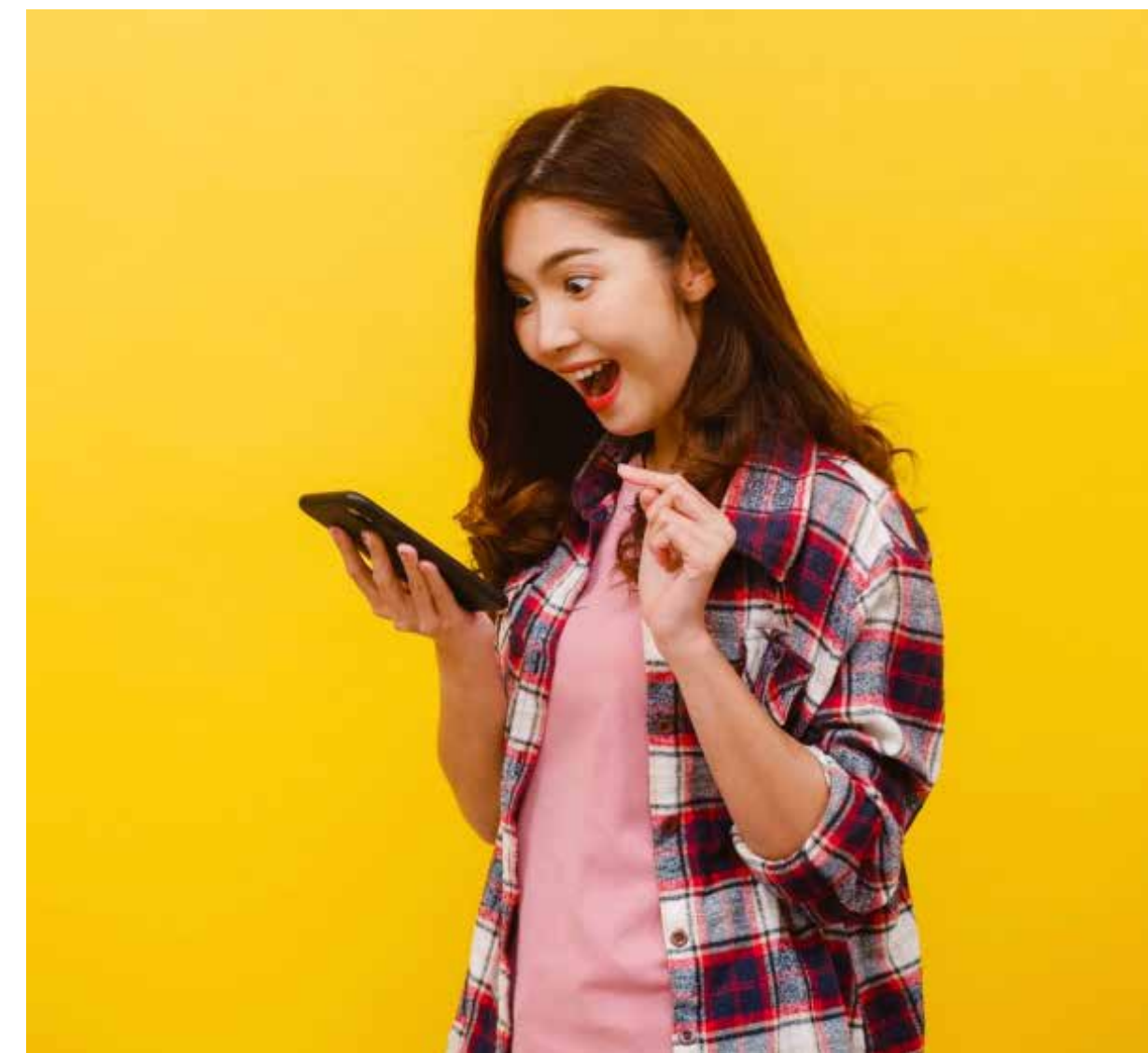




Promotion design bao gồm thiết kế kênh bán hàng siêu thị offline, digital design, e-commerce, landing page. Nhà thiết kế có vai trò từ xây dựng concept đến idea thể hiện tạo nên sự hấp dẫn với người mua sắm góp phần thể hiện những tính năng, đặc tính nổi trội của sản phẩm. Điều này sẽ càng làm cho người mua sắm ấn tượng và dễ hình dung về sản phẩm của thương hiệu dẫn đến quyết định mua sắm tại kênh bán hàng.



**OFFLINE**



**ONLINE**

# TRADE MARKETING LÀ GÌ?

**TRADE MARKETING TẬP TRUNG VÀO CÁC HOẠT ĐỘNG CHIẾN THẮNG TẠI ĐIỂM BÁN "WIN IN STORE".**

Trade Marketing là một chuỗi các hoạt động nhằm:

- Tổ chức, xây dựng chiến lược ngành hàng và chiến lược thương hiệu trong hệ thống kênh phân phối.
- Thông qua sự thấu hiểu người mua hàng (shopper) và khách hàng của công ty (customer) – mà cụ thể là các đối tác phân phối, nhà bán sỉ, nhà bán lẻ và các khách hàng trọng điểm
- Để đạt được các chỉ tiêu về tăng doanh số, thị phần và lợi nhuận không những cho công ty mà còn cho khách hàng.



# VAI TRÒ & ĐỐI TƯỢNG CỦA TRADE MARKETING

## VAI TRÒ CỦA TRADE MARKETING

Giúp các doanh nghiệp thấy rõ sự cần thiết của việc phải đưa ra những chiến lược phân phối và bán hàng đúng đắn. Đảm bảo đồng bộ với những chiến lược Brand Marketing hiện tại khác mà họ đang thực hiện.

Trade Marketing vô cùng cần thiết cho sự phát triển của thương hiệu công ty. Nếu biết cách triển khai tối ưu, nó sẽ trở thành một phần chính của quy trình bán hàng.





Tâm lý của người mua hàng bên trong và ngoài cửa hiệu rất khác nhau. Trước khi vào điểm bán, họ bị ảnh hưởng bởi các hoạt động truyền thông, định vị thương hiệu. Tuy nhiên khi vào điểm bán, họ có thể thay đổi quyết định vì những hoạt động giảm giá, trưng bày. Đó chính là vai trò tác động của Trade Marketing.



Nếu đối tượng chính của Brand Marketing là Consumers, thì với Trade Marketing chính là Shoppers và Customers

**NGƯỜI MUA HÀNG**  
**SHOPPER**



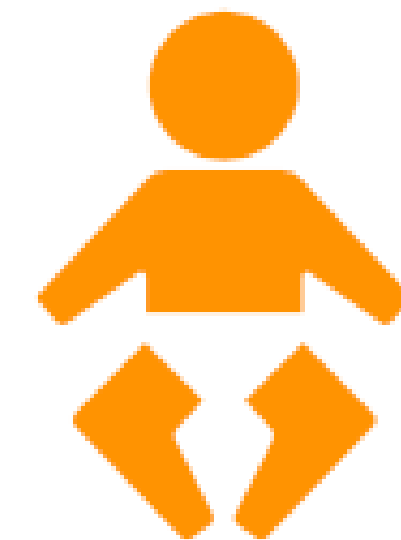
Người mua hàng (shoppers) là người đưa ra quyết định tại điểm bán

**KHÁCH HÀNG**  
**CUSTOMER**



Khách hàng (customer) các đối tác lớn nhỏ trong hệ thống phân phối

**NGƯỜI TIÊU DÙNG**  
**CONSUMER**



Người tiêu dùng (consumers) là người sử dụng sản phẩm cuối cùng

# PHÂN BIỆT TRADE MARKETING & BRAND MARKETING

## TRADE MARKETING & BRAND MARKETING

Brand Marketing có thể hình dung là những hoạt động thường tập trung vào người tiêu dùng (Consumers). Ví dụ như: quảng cáo TVC, tổ chức sự kiện, PR, digital,...

Trong khi đó, Trade Marketing lại thực hiện những hoạt động liên quan đến Shoppers (người mua hàng) như khuyến mãi sản phẩm, giảm giá, trưng bày,....



**BRAND MARKETING**

WIN IN  
MIND



**TRADE MARKETING**

WIN IN  
STORE



Brand Marketing sẽ thực hiện các chiến dịch nhằm chiếm lấy tâm trí người tiêu dùng (Win In Mind), còn Trade Marketing sẽ là những công việc giúp nhãn hàng chiến thắng tại điểm bán (Win In Store).

Nếu đối tượng chính của Brand Marketing là Consumers,  
thì với Trade Marketing chính là Shoppers và Customers

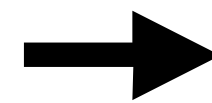
**BRAND MARKETING**



**CONSUMER**



Nâng cao khả năng nhận biết, tầm ảnh hưởng  
của thương hiệu công ty đến tâm trí khách hàng.



**TRADE MARKETING**



**SHOPPER & CUSTOMER**



Thúc đẩy hàng hóa, dịch vụ của công ty tới người mua  
sắm tại các điểm bán, giúp tiêu thụ hàng hóa nhiều hơn.