

MARKETING PLAN

@2025

**Bling
Booster**



Marketing plan

Bản kế hoạch marketing cho Bling Booster được xây dựng bởi team Planning Neyul Marketing



BLING BOOSTER COLLAGEN 1200MG POMEGRANATE

A delicious, low-calorie beauty drink packed with 1200mg of marine collagen and real pomegranate juice.

[BUY NOW](#)

Nhận định về thị trường F&B Việt Nam 2025-2030

- Thị trường kinh tế Việt Nam và thế giới vẫn đang đối mặt với tình hình kinh tế, địa-chính trị phức tạp. Kinh tế vẫn chịu suy giảm hậu đại dịch.
- Nhu cầu tiêu dùng của người dân đang giảm đáng kể so với trước và ngành F&B, FMCG bị ảnh hưởng một cách rõ rệt.
- Đặc biệt thời gian gần đây có hàng loạt drama về vấn đề thực phẩm bẩn, hàng giả, hàng trái phép làm tâm lý người tiêu dùng đối với các sản phẩm ăn uống suy giảm
- Tuy nhiên đây cũng là một cơ hội đối với những sản phẩm rõ ràng, minh bạch, hướng tới sức khỏe người tiêu dùng.

CƠ HỘI

- Thị trường đang cần các sản phẩm rõ ràng, minh bạch, hướng tới sức khỏe người tiêu dùng
- Đối thủ cạnh tranh của các dòng sản phẩm tương tự Bling tại Việt Nam không nhiều, chỉ có 2 cái tên nổi bật là Yakult và Proby

THÁCH THỨC

- Kinh tế khó khăn, người tiêu dùng thắt chặt chi tiêu
- Ngành F&B cạnh tranh khốc liệt, với nhiều sản phẩm dòng sản phẩm khác nhau. Chưa kể đến liên tục có các sản phẩm mới ra mắt

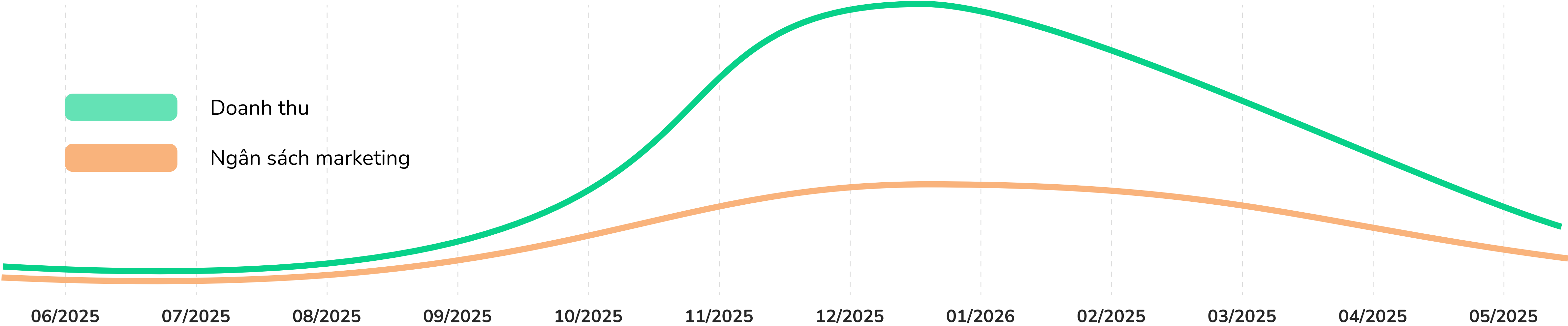
CẦN LÀM GÌ

- Minh bạch về sản phẩm, chất lượng sản phẩm và các chứng nhận kiểm định về sản phẩm
- Đầu tư marketing bài bản và song song với các kênh online, offline, trade marketing.
- Mở rộng các điểm bán khi mà các sản phẩm F&B khác đang cạnh tranh khốc liệt trên các nền tảng online

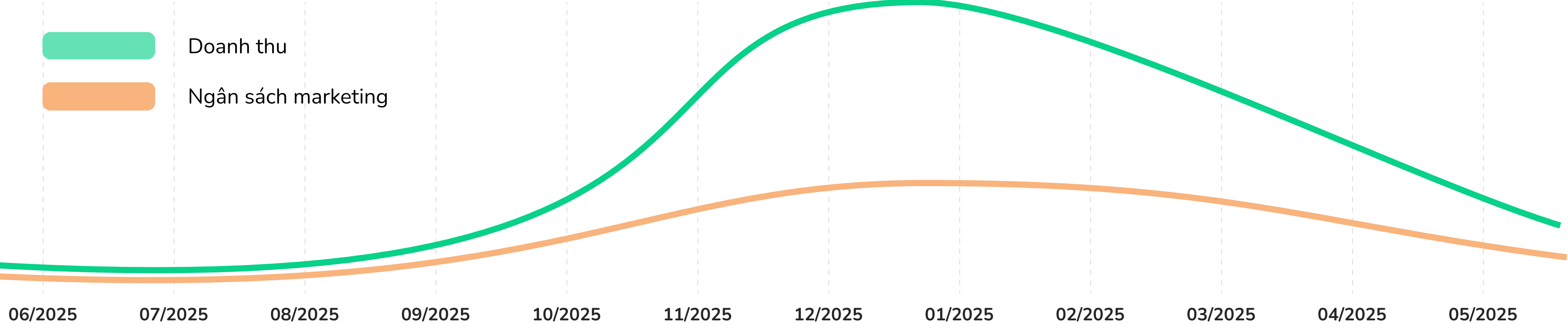
KHÁCH HÀNG

- Người tiêu dùng ngày càng đòi hỏi cao về chất lượng sản phẩm, đặc biệt là các sản phẩm liên quan tới ăn uống và sức khỏe.
- Đặc biệt là nhóm khách hàng trẻ đang trở thành những tệp khách hàng thông minh hơn.
- Nếu giải quyết được bài toán chất lượng và sức khỏe thì hoàn toàn có thể tạo ra sự khác biệt, thương hiệu và sự trung thành của khách hàng

Timeline Marketing & Business



Mục tiêu tăng trưởng doanh thu



- Với mục tiêu xây dựng **nền tảng marketing trong 2 tháng đầu**, tạo nền tảng để triển khai các chiến dịch marketing ở giai đoạn các tháng tiếp theo (từ tháng thứ 3 trở đi) để tăng trưởng doanh thu.
- Đạt **điểm hòa vốn ở mức doanh thu ~4 tỷ đồng** vào thời điểm 11-12/2025
- Trong đó tăng trưởng doanh thu **đạt cao nhất** vào giai đoạn 1-2/2026 (tương ứng với tháng **11-12 âm lịch** - giai đoạn cao điểm ngành F&B Việt Nam)
- Sau giai đoạn 2/2026 là giai đoạn **chu kỳ ngành trong năm giảm**, đây sẽ là giai đoạn đánh giá lại và lên kế hoạch cho giai đoạn tiếp theo 2/2026-2/2027

GIAI ĐOẠN 1

XÂY DỰNG NỀN TẢNG MARKETING CƠ BẢN

- Chăm sóc các kênh social đều đặn
- Xây dựng website, update sp, thông tin, chính sách
- Xây dựng và phát triển sàn
- Quảng cáo tăng nhận diện và các chỉ số cho các kênh
- Setup 2 sàn Tiktok shop và Shopee. Mở tiếp thị liên kết, tăng các chỉ số thông qua đơn ảo và seeding.
- Tăng các điểm bán kênh MT trên địa bàn TPHCM

1.6.2025

1.8.2025

GIAI ĐOẠN 2

CHIẾN DỊCH “XỊT-XÌ” - NƯỚC UỐNG DÀNH CHO ĐỒ ĂN CAY

- Booking review food số lượng lớn với các KOL nhỏ.
- Quảng cáo hiển thị
- OOH
- Trade marketing & sampling
- Một loạt hoạt động truyền thông liên quan khác

GIAI ĐOẠN 3

CHIẾN DỊCH TẾT 2025-2026

- Live stream liên tục 14 ngày lặp lại sản phẩm.
- Duy trì quảng cáo hiển thị của giai đoạn 2
- PR truyền thông khi đến ngày thứ 10.

1.11.2025

30.2.2026

**Marketing timeline
1/6/2025-30/2/2026**

Chân dung khách hàng (Customer Insight)

NỮ GIỚI – 20 ĐẾN 35 TUỔI

Đặc điểm hành vi:

- Yêu thích ăn uống, chăm sóc sắc đẹp, theo đuổi phong cách sống healthy
- Thường xuyên sử dụng mạng xã hội, đặc biệt là Instagram, TikTok
- Có thói quen lui tới các cửa hàng tiện lợi như GS25, Circle K, 7-Eleven
- Bị ảnh hưởng mạnh bởi văn hóa Hàn Quốc: ẩm thực, mỹ phẩm, phim ảnh, thời trang

Nhu cầu nổi bật:

- Tìm kiếm sản phẩm hỗ trợ tiêu hóa, đẹp da, tăng miễn dịch
- Ưa chuộng sản phẩm mới lạ, trendy, có thiết kế thẩm mỹ cao
- Muốn kết hợp giữa công dụng và phong cách sống hiện đại

Thông điệp phù hợp:

- “Bling lên để chill – khỏe bụng, đẹp da, chuẩn vibe Seoul”
- “Một chai mỗi ngày – nhẹ bụng, đẹp dáng, sáng mood”

NAM GIỚI – 22 ĐẾN 35 TUỔI

Đặc điểm hành vi:

- Một nhóm theo lifestyle khỏe mạnh: tập gym, kiểm soát dinh dưỡng
- Nhóm khác có thói quen xã giao, thích uống rượu/đồ uống có cồn
- Thường tìm kiếm sản phẩm hỗ trợ giải rượu, detox, tỉnh táo nhanh
- Ưa thích sự tiện lợi, có thể dùng ngay sau khi ăn hoặc uống

Nhu cầu nổi bật:

- Tăng đề kháng, hỗ trợ tiêu hóa khi ăn uống linh hoạt
- Sản phẩm giải rượu hoặc dùng như mixer kết hợp rượu nhẹ
- Ưa chuộng cảm giác mạnh, sảng khoái, dễ uống, vị lạ

Thông điệp phù hợp:

- “Say thì vẫn say – nhưng say đẹp, say kiểm soát”
- “Bling x Soju – bộ đôi không thể thiếu cho bàn nhậu sang”

Xây dựng nội dung

**Content
direction**

Content pillar
(selling point)

Content angle



Content Direction

Đề xuất sử dụng bao bì thiết kế nổi bật “Bling Booster

- ▶ Nhận diện thương hiệu: Nâng cao hình ảnh Bling Booster với sự trẻ trung, trendy và mang đậm phong cách sống (lifestyle).
- ▶ Khả năng lan truyền: Tạo nội dung dễ lan truyền, dễ chia sẻ, phù hợp với hành vi người dùng trên các nền tảng mạng xã hội.
- ▶ Truyền tải thông điệp: Chia sẻ công dụng và công nghệ sản phẩm một cách tự nhiên thông qua kể chuyện (storytelling), bắt trend và nội dung giải trí có chiều sâu.
- ▶ Kết nối cảm xúc: Xây dựng mối liên hệ cảm xúc với sản phẩm: uống không chỉ vì công dụng mà còn vì lifestyle – "Bling lên để chill"



The logo for 'Bling Booster' is displayed in a large, bold, pink font. The word 'Bling' is on the top line and 'Booster' is on the bottom line. A small pink diamond is positioned above the 'i' in 'Bling'. A pink butterfly is flying to the right, positioned above the 'g' in 'Bling'.

Content pillar (key selling point)

8 TỶ POSTBIOTICS

Insight: Người trẻ hiện đại quan tâm đến sức khỏe đường ruột, nhưng ngán men tiêu hóa kiểu cũ.

Thông điệp: Tăng miễn dịch – tốt cho làn da, hỗ trợ tiêu hóa – nhẹ bụng với 8 tỷ postbiotics mỗi ngày.

Triển khai:

- Infographic về postbiotics dễ hiểu
- Content “1 ngày 1 chai – cơ thể khỏe hơn thấy rõ”
- TikTok thử thách 7 ngày đẹp da
- Giải quyết các vấn đề về tiêu hóa

SỮA CHUA UỐNG CÓ GAS

Insight: Người tiêu dùng trẻ thích trải nghiệm hương vị mới, đặc biệt là sản phẩm “nghe lạ – thử liền”.

Thông điệp: Sảng khoái, độc đáo – sữa chua uống có gas, thử một lần là mê.

Triển khai:

- ASMR uống “ting ting”
- Reels đập hộp sản phẩm vị mới
- Review “tưởng là nước ngọt ai dè lại là sữa chua uống”

GIẢI CỨU VỊ CAY

Insight: Giới trẻ mê món cay (mì cay, lẩu Thái...) nhưng sợ đau bụng, nóng ruột. Hoặc cần một loại thức uống dành riêng cho đồ cay để tăng kích thích vị giác

Thông điệp: “Cứu hỏa” sau món cay – dịu bụng, mát ruột.

Triển khai:

- Content pairing với món cay (trước – sau)
- Meme vui “Team mê cay – có cứu viện rồi!”
- Clip thử thách ăn cay + giải cứu bằng sản phẩm

MIX RƯỢU

Insight: Giới trẻ thích tự mix đồ uống tại nhà, thích vibe chill – nhẹ.

Thông điệp: Sữa chua uống – mixer mới cho dân chill, ít cồn – dễ uống.

Triển khai:

- Clip hướng dẫn mix cocktail đơn giản
- Set up bàn nhậu tại nhà
- Reel “Chill cùng hội bạn – có BLING là đủ”

PHONG CÁCH HÀN QUỐC

Insight: Gen Z yêu thích văn hóa Hàn – ăn vặt, K-pop, idol...

Thông điệp: Đồ uống “chuẩn vibe Hàn”, từ vị đến packaging.

Triển khai:

- TikTok trend “idol uống gì – mình uống nấy”
- Gợi ý combo ăn vặt Hàn + sản phẩm
- Vlog “1 ngày sống như Gen Z Hàn Quốc”

Bao bì sản phẩm

Đề xuất sử dụng bao bì thiết kế nổi bật “Bling Booster

- ▶ Dễ đọc, dễ nhớ với người tiêu dùng Việt
- ▶ Tăng tính hiện đại và hợp xu hướng giới trẻ
- ▶ Dễ triển khai truyền thông, quảng cáo và hashtag
- ▶ Phù hợp với các kênh phân phối và bán lẻ
- ▶ Giúp phân khúc hóa rõ ràng sản phẩm
- ▶ Hạn chế rào cản pháp lý và ghi nhãn
- ▶ Truyền tải thông điệp sản phẩm rõ ràng hơn



Tổng quan các kênh marketing

SOCIAL

1. Facebook
2. Instagram
3. Tiktok
4. Threads

- Khởi tạo, xây dựng
- Chăm sóc, tối ưu
- Xây dựng nội dung
- Quảng cáo
- Live steam

TRADE MARKETING

1. Mở rộng điểm bán
2. Standee, deco
3. Sampling

- CTKM điểm bán
- Sampling điểm bán nổi bật
- Quảng cáo OOH, phương tiện giao thông
- Setup 1 điểm bán (tương tự 1 cửa hàng của TH)
- sự kiện tại cửa hàng Bling booster

TIKTOK SHOP & SHOPEE

1. Xây dựng sàn
2. Tối ưu gian hàng
3. Tăng lượt bán, seeding

- Quảng cáo hiển thị
- Tiếp thị liên kết
- Gia tăng doanh số
- Live stream khung giờ vàng

WEBSITE

1. Xây dựng website
2. SEO

- Khởi tạo, xây dựng
- Tối ưu SEO
- Chăm sóc, tối ưu
- Xây dựng nội dung, bài viết hữu ích
- Đăng tải sản phẩm
- Chính sách bán hàng
- SEO các key liên quan

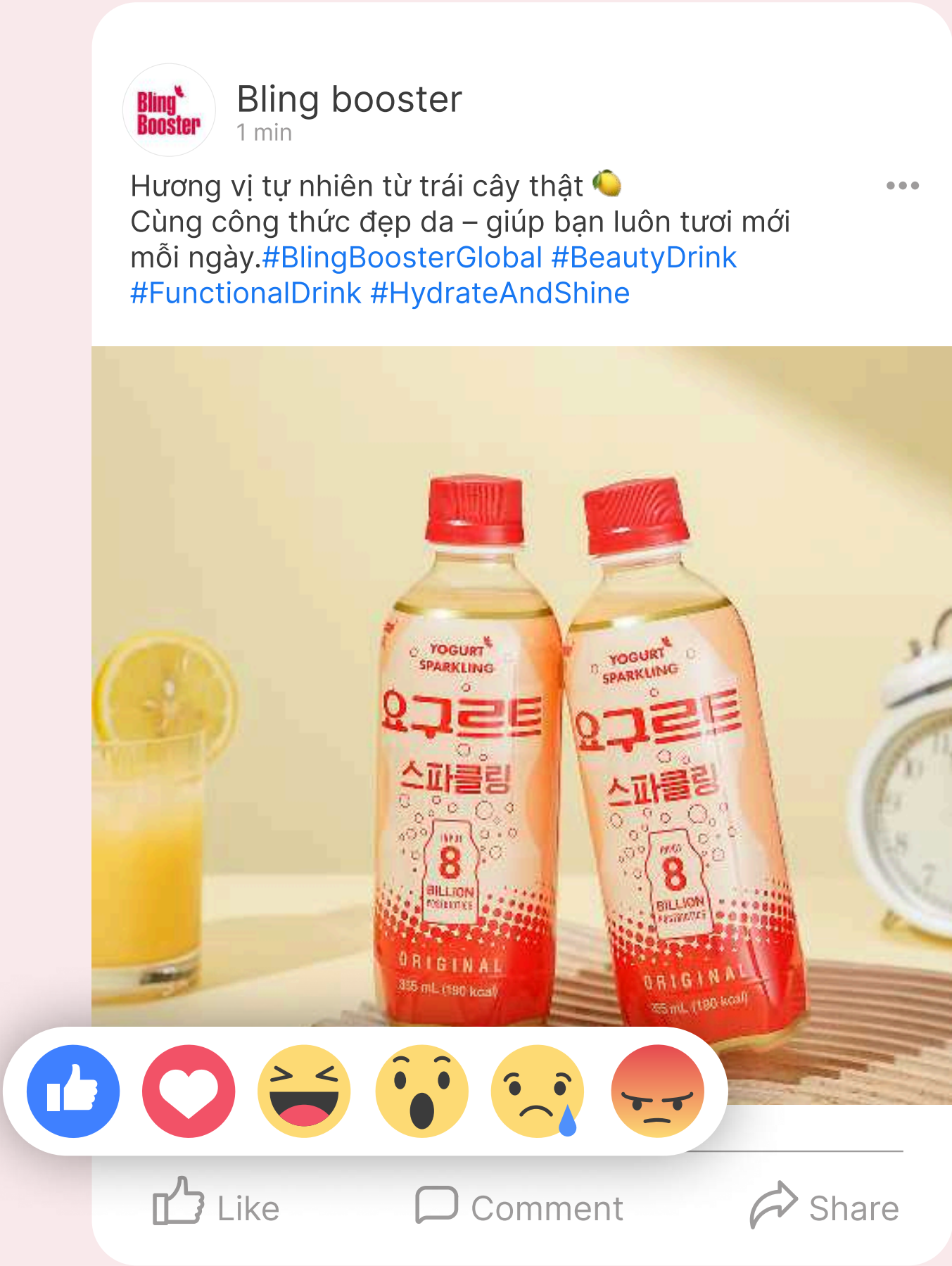
BOOKING PR

1. Booking PR báo chí
2. Booking KOC/KOC

- Booking số lượng lớn
- Booking các KOL nhỏ
- Review food
- Chọn 1 gương mặt đại diện cho nhãn hàng
- Booking báo chí, truyền thông ra mắt thị trường

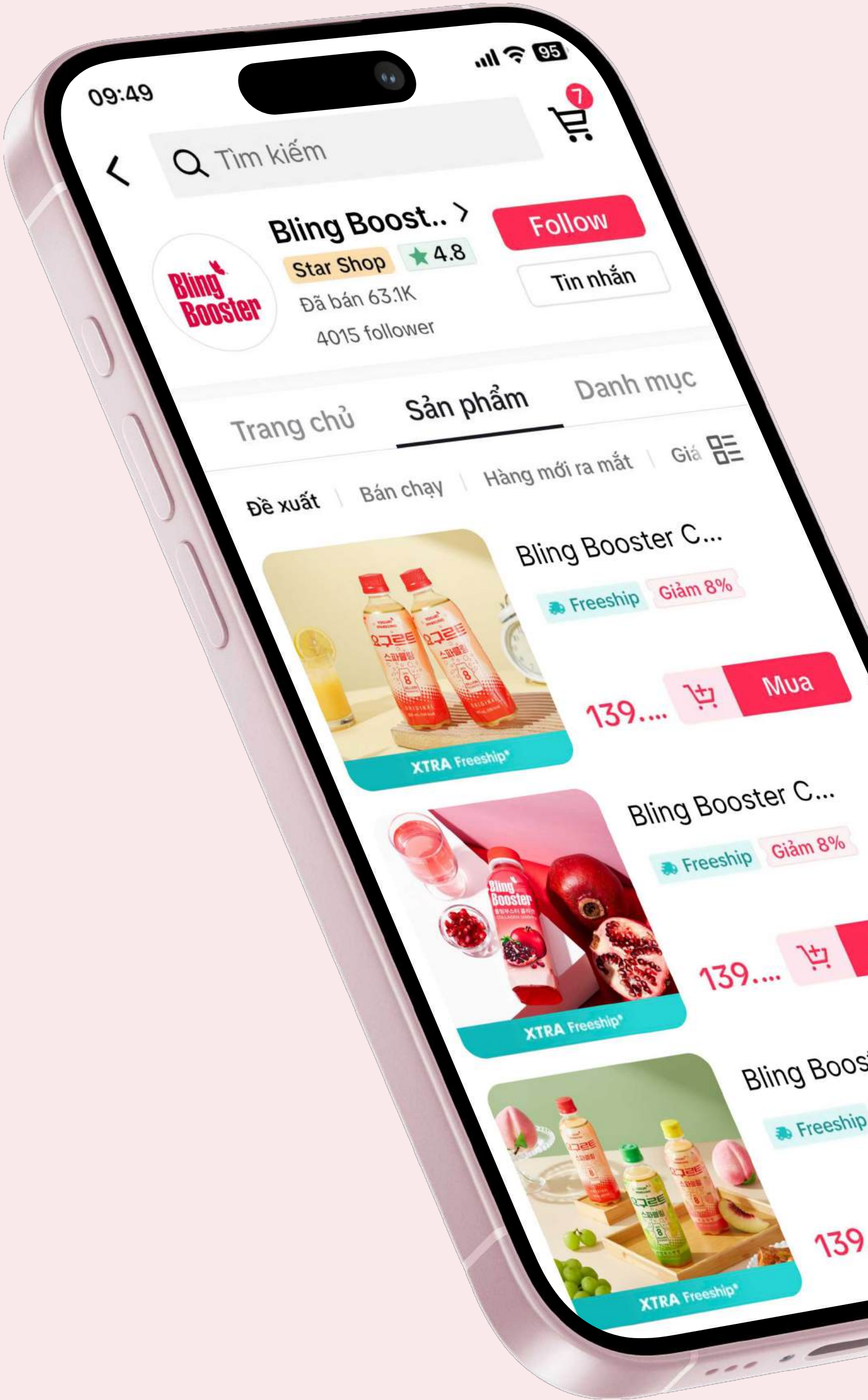
Facebook, Tiktok Instagram, Threads

1. Tạo kênh	Facebook, Instagram, TikTok, Threads
2. Cái đặt kênh	Đồng bộ avatar, ảnh bìa, thông tin, username, bảo mật 2 bước
3. Kế hoạch chăm sóc	Lịch đăng 3-4 bài/tuần, giờ vàng theo từng nền tảng
4. Sản xuất nội dung	Viết caption ngắn gọn, có CTA, hashtag; kịch bản video, câu chuyện thương hiệu
5. Thiết kế hình ảnh	Đúng nhận diện thương hiệu, tối ưu hiển thị từng nền tảng
6. Chăm sóc kênh	Trả lời comment/inbox, gắn link chéo, tương tác chéo, ghim bài
7. Quảng cáo	Chạy ads bài best performance, remarketing, tối ưu ngân sách theo mục tiêu



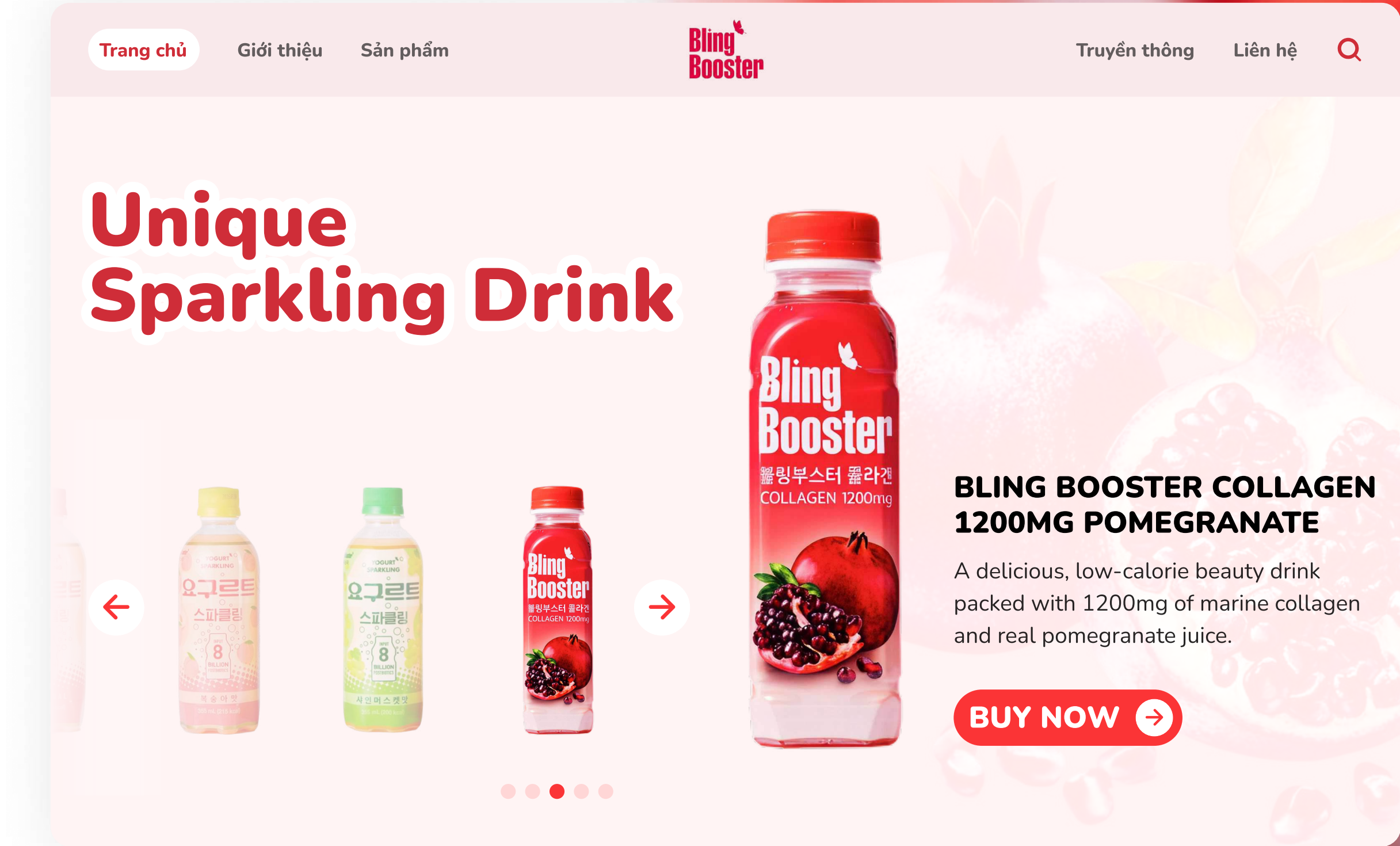
E-commerce (Shopee & Tiktok shop)

1. Tạo & đăng ký gian hàng	Shopee Mall / TikTok Shop Business
2. Cài đặt gian hàng	Logo, banner, mô tả, chính sách – đồng bộ hình ảnh & tone thương hiệu
3. Đăng sản phẩm	Tiêu đề tối ưu, mô tả rõ ràng, ảnh sản phẩm thống nhất với social
4. Kích hoạt bán hàng	Livestream khung giờ vàng, seeding đánh giá, bật tiếp thị liên kết
5. Chương trình ưu đãi	Mã giảm giá, freeship, combo, flash sale định kỳ
6. CSKH & giữ chân	Auto chat, xử lý đơn nhanh, chăm sóc sau bán
7. Quảng cáo & phủ kênh	Shopee Ads, TikTok Ads, đồng bộ nội dung với kênh social & influencer



Website & SEO

1. Giao diện & UX/UI	Thiết kế trẻ trung, màu sắc tươi sáng, theo phong cách Hàn Quốc, tối ưu mobile-first
2. Nội dung SEO	Xây dựng bài viết về tiêu hóa, đồ uống giải cay, sức khỏe – chuẩn cấu trúc SEO, cập nhật định kỳ
3. Hình ảnh & nhận diện	Đồng bộ màu sắc, hình ảnh lifestyle, icon minh họa với social & packaging
4. Tích hợp hệ thống	Kết nối PMQLBH (phần mềm quản lý bán hàng) để đồng bộ kho hàng, tồn kho, đơn hàng
5. Đăng tải sản phẩm & thông tin	Sản phẩm có mô tả chi tiết, ảnh thực tế, thành phần, giá, đánh giá
6. Chính sách & hỗ trợ	Cập nhật chính sách bán hàng, đổi trả, vận chuyển, bảo mật dữ liệu
7. Phân phối & điểm bán	Hiển thị danh sách điểm bán offline, đại lý phân phối, bản đồ chỉ đường
8. Tối ưu chuyển đổi	CTA rõ, popup khuyến mãi, form đăng ký nhận tin, gắn Messenger/Zalo



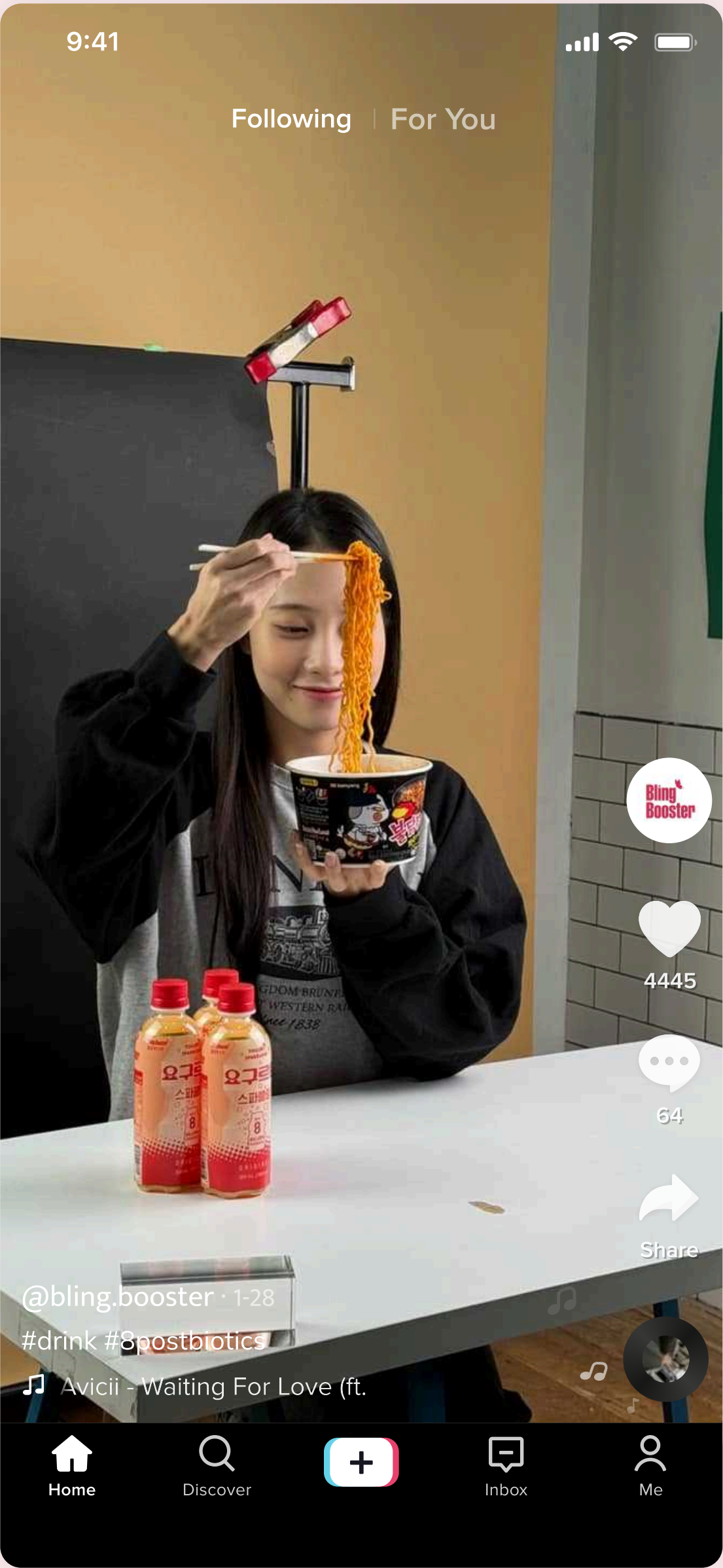
Trade marketing

1. Đẩy hàng vào kênh phân phối MT	đưa sản phẩm vào các siêu thị và chuỗi cửa hàng tiện lợi hàng đầu tại khu vực TP.HCM như 7-Eleven, Circle K, B's Mart, GS25, Ministop, Family Mart, VinMart, Coop Smile, Satrafoods, Bach Hoa Xanh.
2. Trưng bày & POSM	Thiết kế quầy kệ, tủ lạnh, wobblers, standee nổi bật tại điểm bán – theo nhận diện thương hiệu
3. Chạy chương trình kích cầu tại điểm bán	Dùng thử sản phẩm, combo giảm giá, mua 2 tặng 1, minigame tại cửa hàng
4. Đào tạo PG	Hướng dẫn tư vấn nhanh, upsell – training ngắn gọn kèm tài liệu/hình ảnh minh họa
5. Đồng bộ thông tin & trưng bày	Đảm bảo giá, hình ảnh, thông điệp, chính sách bán hàng đồng bộ giữa các kênh (online – offline)



Booking review food

1. Mục tiêu	Tăng nhận diện – tạo độ tin tưởng – thúc đẩy dùng thử
2. Chọn KOLs/KOCs phù hợp	Food reviewer, lifestyle content creator, gen Z – follower tập trung TP.HCM (10K–100K người)
3. Booking & định dạng nội dung	– Review thật, tone chân thực – Dạng video ngắn, story, bài post chụp lifestyle – Có kêu gọi dùng thử tại địa điểm hoặc link Shopee/TikTok Shop
4. Triển khai trải nghiệm sản phẩm	Gửi sản phẩm kèm brief nội dung, guideline hình ảnh, lời thoại gợi ý
5. Phân phối lại nội dung	Repost lên fanpage, website, social brand; chạy quảng cáo từ nội dung review
6. Ưu tiên địa điểm check-in	Booking KOL check-in tại các quán có bán sản phẩm / popup / hội chợ tại TP.HCM
7. Đo lường hiệu quả	Tổng hợp reach – tương tác – lượt tìm kiếm – phản hồi từ KOL & follower



Chiến dịch “suyt-xìiii”

BIG IDEA

"XỊT – XÌ"

Lấy cảm xúc từ âm thanh:

- "Suyt" – biểu hiện khi ăn cay cực độ
 - "Xìiii" – bật nắp chai Bling Booster, giải cứu ngay tức thì
- Tạo trend viral, gắn liền với trải nghiệm **ăn cay và giải cay**.

MỤC TIÊU

- Tăng nhận diện & phủ sóng thương hiệu Bling Booster
- Khẳng định Bling Booster là "thức uống có gas xoa dịu đồ cay"
- Tạo trend dễ viral trên mạng xã hội
- Kết hợp branding và bán hàng tại điểm bán

HOẠT ĐỘNG CHÍNH

- Booking 50-100 KOL/creator nhỏ: video challenge "XỊT – XÌ"
- Booking KOL mukbang ăn hàng ngày, tự nhiên, không kịch bản
- Quảng cáo viral clip với hot TikToker trên Facebook, TikTok, Instagram
- Booking PR báo chí trên các kênh lớn
- Chiến dịch tuyển dụng nhân sự cấp cao trên LinkedIn, Facebook Jobs
- Booking KOL/KOC ngành Marketing & F&B đánh giá chiến dịch
- Đăng tải nội dung trên kênh nội tại Bling Booster
- Offline OOH & Trade Marketing: billboard, quảng cáo xe, sampling, khuyến mãi, booth trải nghiệm

HOẠT ĐỘNG BỔ TRỢ

- Seeding comment tự nhiên trên các video ăn cay, trend mì cay
- Tạo series video reaction, collab cộng đồng
- Chương trình ưu đãi tại điểm bán (Mua 1 tặng 1, giảm giá, quà tặng)
- Quảng cáo ngoài trời & xe oto tạo sự chú ý thị giác
- Kêu gọi người dùng tham gia thử thách quay video (#XịtXìChallenge)

Chiến dịch Tết 2026

BIG IDEA

Tận dụng công dụng sản phẩm, đánh vào 2 key selling point chính:

1. 8 TỶ POSTBIOTICS ăn uống ngày tết không lo đầy bụng
2. Thực uống giải rượu dành cho các “thần cồn”

Tăng trưởng doanh thu mạnh thông qua 2 key nêu trên vào dịp cao điểm cuối năm

MỤC TIÊU

- Tăng trưởng doanh thu mạnh
- Nêu bật công dụng của sản phẩm

HOẠT ĐỘNG CHÍNH

Quảng cáo 2 TVC chính trên mọi nền tảng

- TVC ăn uống không lo đầy bụng dành cho tệp khách hàng nữ
- TVC đồ uống giải rượu dành cho tệp khách hàng nam

Quảng cáo mạnh trên các nền tảng mạng xã hội: Facebook, Tiktok

Song song với đó là các hoạt động trade marketing tại điểm bán

- sampling
- Trang trí trưng bày

HOẠT ĐỘNG BỔ TRỢ

- Combo quà tết
- Mua 2 tặng 1
- Booking PR báo chí
- flash sale trên các sàn TMĐT sẵn có

Dự chi ngân sách marketing 6/2025-2/2026

Hạng mục	Đơn giá	Thời gian triển khai	Chi phí (triệu VND)	Ghi chú
1. Ngân sách cố định hằng tháng				
Chăm sóc kênh online (social, e-commerce)	10 triệu/tháng	9 tháng	90	6/2025 – 2/2026
Xây dựng nội dung (thiết kế/video)	20 triệu/tháng	9 tháng	180	6/2025 – 2/2026
Quảng cáo (chạy ads)	20 triệu/tháng	9 tháng	180	6/2025 – 2/2026
2. Ngân sách cố định một lần				
Website	Chi phí một lần	1 lần	40	Tháng 6/2025
Khởi tạo và setup tất cả các kênh, tài khoản	Chi phí một lần	1 lần	30	Tháng 6/2025
3. Ngân sách chiến dịch				
Chiến dịch “suyt-xìiii”: ra mắt thị trường	Chiến dịch	3 tháng	200	8 – 10/2025
Chiến dịch 2: kích cầu dịp Tết 2025-2026	Chiến dịch	2 tháng	150	12/2025 – 2/2026
Sampling + Trade Marketing	Tổng ngân sách	9 tháng	200	8/2025-2/2026
TỔNG NGÂN SÁCH			1.070	

Gói dịch vụ marketing khởi đầu - 2 tháng từ 1/6/2025 đến 1/8/2025

Hạng mục	Mô tả chi tiết	Chi phí (triệu VND)
Khởi tạo & xây dựng mạng xã hội	Thiết lập Facebook, Instagram, TikTok, Threads; avatar, ảnh bìa, cấu hình ban đầu	10
Website & SEO	Thiết kế website mới, tối ưu tốc độ, responsive, chuẩn SEO cơ bản	40
Chăm sóc các kênh marketing	Quản lý social, đăng bài, tối ưu website, cập nhật sản phẩm, viết bài SEO, theo dõi chỉ số	30
Quảng cáo	Thiết lập và chạy ads trên Facebook, TikTok... tập trung nhận diện, tăng các chỉ số quan trọng phải có	40
Nội dung	bộ nhận diện riêng cho thị trường VN, hình ảnh, video, source media ban đầu	30
Xây dựng TMDT: Shopee & TikTok Shop	Đăng sản phẩm, viết mô tả, thiết kế ảnh, tối ưu nội dung SEO và thiết lập gian hàng	20
TỔNG NGÂN SÁCH		170

thank for watching

COMPANY
FOUNDER
BUSINESS PROFESSION
COMPANY ADDRESS
PHONE
WEBSITE
PLANNER

NEYUL MARKETING SERVICE
NGO XUAN KHANH
MARKETING SERVICE
PHU NHUAN HO CHI MINH CITY
84 376333536
NEYUL.COM
KHANH NHI HANH DUY