

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI CHO

BETTER CHANCE





“Hỗ trợ giới trẻ & phụ huynh Việt Nam cùng nhau chọn lựa & phát triển nghề nghiệp thoả đáng.”

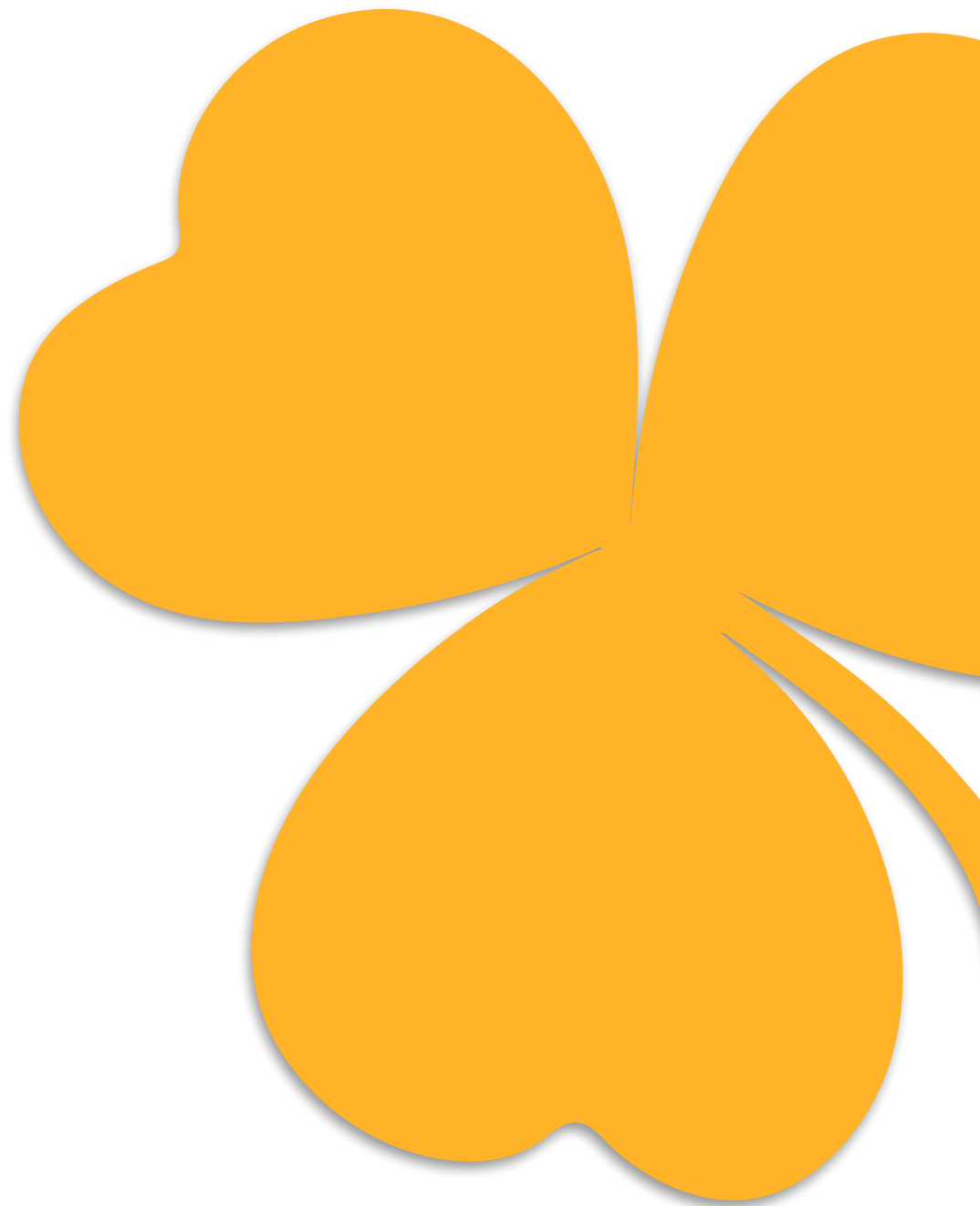
Sứ mệnh

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

MỤC LỤC

- ▶ Nền tảng thương hiệu
- ▶ Tiêu chí xây dựng nhận diện thương hiệu
- ▶ Concept nhận diện thương hiệu mới
- ▶ Tổng kết các đề xuất
- ▶ Thảo luận phản hồi
- ▶ Việc tiếp theo

Nền Tảng Của Thương Hiệu



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

NỀN TẢNG THƯƠNG HIỆU

1. THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH

Thương hiệu sẽ tiến vào thị trường như thế nào? Điều gì là động lực và rào cản?

2. KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Ai sẽ là người mua và ảnh hưởng lên quyết định mua hàng?

3. THẤU HIỂU KHÁCH HÀNG

Đâu là những điểm đáng chú ý về hành vi của người tiêu dùng mục tiêu?

4. LỢI ÍCH CỐT LÕI

Sản phẩm mang lại lợi ích nào cho khách hàng, đối tác & các bên liên quan?

5. GIÁ TRỊ CỐT LÕI

Thương hiệu theo đuổi những giá trị nào?

9. VỊ THẾ CHO THƯƠNG HIỆU

6. TÍNH CÁCH THƯƠNG HIỆU

Thương hiệu mang những đặc điểm tính cách riêng biệt nào?

7. NIỀM TIN CHO THƯƠNG HIỆU

Cơ sở nào để khách hàng tin tưởng vào thương hiệu?

8. ƯU THẾ KHÁC BIỆT

Thương hiệu khác với đối thủ như thế nào?

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

BỐI CẢNH THỊ TRƯỜNG

- ▶ Phân luồng HS: Chỉ thị 10 của Bộ Chính trị trong chiến lược phát triển giáo dục: 30% học sinh sau THCS tham gia hệ thống giáo dục nghề nghiệp. Tuy nhiên, đến nay vẫn chưa thấy động thái cụ thể nào để đạt chỉ tiêu này
- ▶ Năm 2016, với 1 khảo sát trên 352 giáo viên bộ môn được lựa chọn ngẫu nhiên ở 5 trường THPT tại TP.HCM (gồm: THPT Quang Trung, THPT An Nhơn Tây, THPT Nguyễn Hiền, THPT Trần Quang Khải và THPT Nguyễn Thị Minh Khai), 72% giáo viên tự đánh giá năng lực hướng nghiệp của mình chỉ ở mức độ trung bình trở xuống
- ▶ Theo trình tự sắp xếp của chính giáo viên bộ môn tham gia khảo sát, trách nhiệm cao nhất trong hoạt động hướng nghiệp cho học sinh THPT thuộc về giáo viên chủ nhiệm, kế đến là phụ huynh rồi mới đến giáo viên bộ môn (đứng thứ 3)
- ▶ Hơn 30% giáo viên bộ môn trong khảo sát cho rằng mình hoàn toàn không có trách nhiệm gì trong hướng nghiệp cho học sinh

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

BỐI CẢNH THỊ TRƯỜNG

- ▶ Công tác hướng nghiệp, công tác tư vấn về nghề nghiệp và việc làm luôn được các cấp chính quyền quan tâm chỉ đạo và phối hợp với các cơ sở đào tạo, doanh nghiệp để thực hiện
- ▶ Hạn chế từ 2 nguyên nhân chính:
 - ▶ Khó tiếp cận các em ngoài nhà trường
 - ▶ Bị ảnh hưởng bởi chuẩn mực giới

(Nguồn: "Báo cáo Đào tạo nghề, Hướng nghiệp và Việc làm cho trẻ vị thành niên - 15 đến dưới 18 tuổi"
Viện Khoa học giáo dục nghề nghiệp)



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

BỐI CẢNH THỊ TRƯỜNG

- ▶ Ngoài các trường phổ thông, các cơ sở giáo dục và hướng nghiệp đang nhanh chóng hình thành, hoạt động mạnh mẽ trong 2 năm gần đây
- ▶ Phần lớn trong tập hợp này là các trung tâm dạy kỹ năng có kết hợp dịch vụ hướng nghiệp. Đối với các đơn vị này, hướng nghiệp chỉ đóng vai trò tạo ra giá trị cộng thêm
- ▶ Những cơ sở chỉ tập trung cung cấp dịch vụ hướng nghiệp mới đang hình thành & hoạt động có hệ thống hơn



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

BỐI CẢNH THỊ TRƯỜNG

Về nhận diện thương hiệu

- ▶ Chỉ 1 bộ phận nhỏ có đầu tư thiết kế xây dựng nhận diện thương hiệu
- ▶ Đa số những thương hiệu có liên quan đến hướng nghiệp đều thiên về hướng tạo hình ảnh mang tính chất quốc tế, chứng chạc nghiêm túc và đáng tin cậy. Ngoài ra cũng xuất hiện những đơn vị nhấn mạnh vào tính bản địa hơn



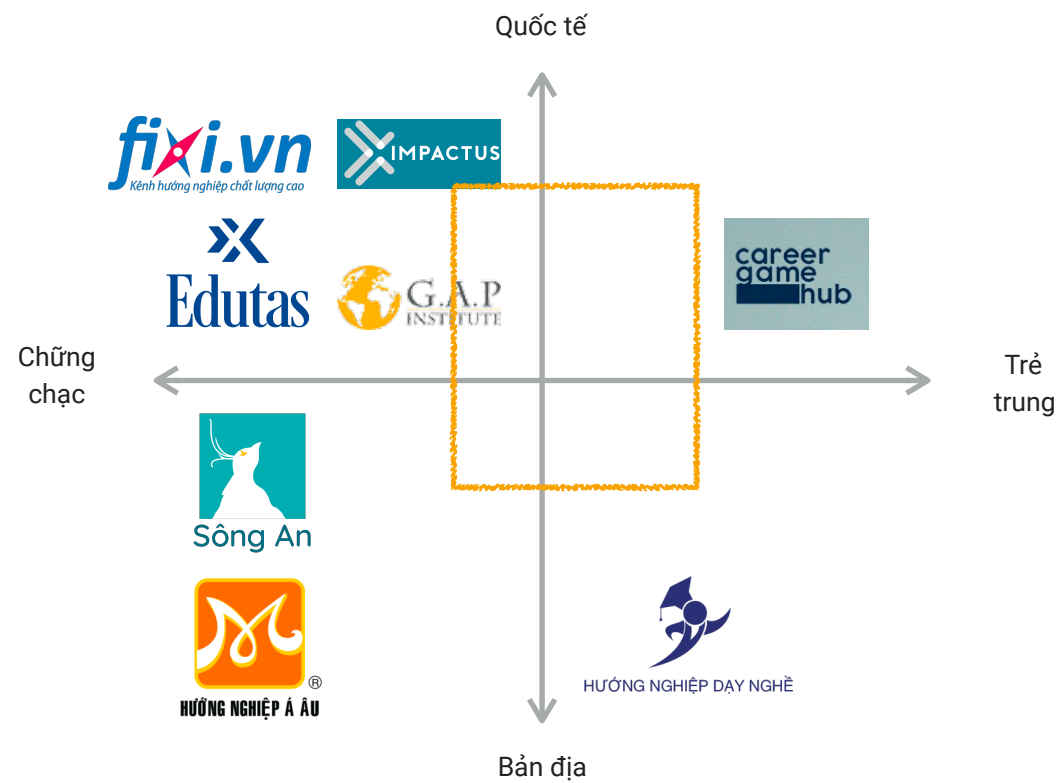
NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

BỐI CẢNH THỊ TRƯỜNG

Về nhận diện thương hiệu



- ▶ Vùng cơ hội: với sứ mệnh hỗ trợ phụ huynh và học sinh sinh viên, bộ nhận diện thương hiệu mới được định hướng phong cách trẻ trung hơn, nhưng đồng thời vẫn mang nét vững chãi để tạo niềm tin cho cha mẹ & đối tác. Phong cách cho bộ nhận diện thương hiệu mới cũng mang tính chất quốc tế hơn nhằm dễ tiếp cận mở rộng quan hệ hợp tác



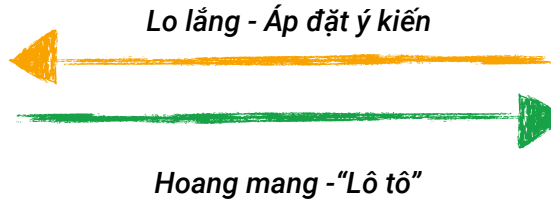
NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU



Học sinh cấp 3 - GEN Z

- Lấy cảm hứng, tin tưởng & học theo KOL
- Muốn thể hiện với bạn bè
- Có thói quen & kỹ năng tìm hiểu thông tin online
- Không biết cách đối thoại với cha mẹ
- Không thực sự hiểu bản thân mình có gì, cần gì
- Thích mạo hiểm, sự mới mẻ



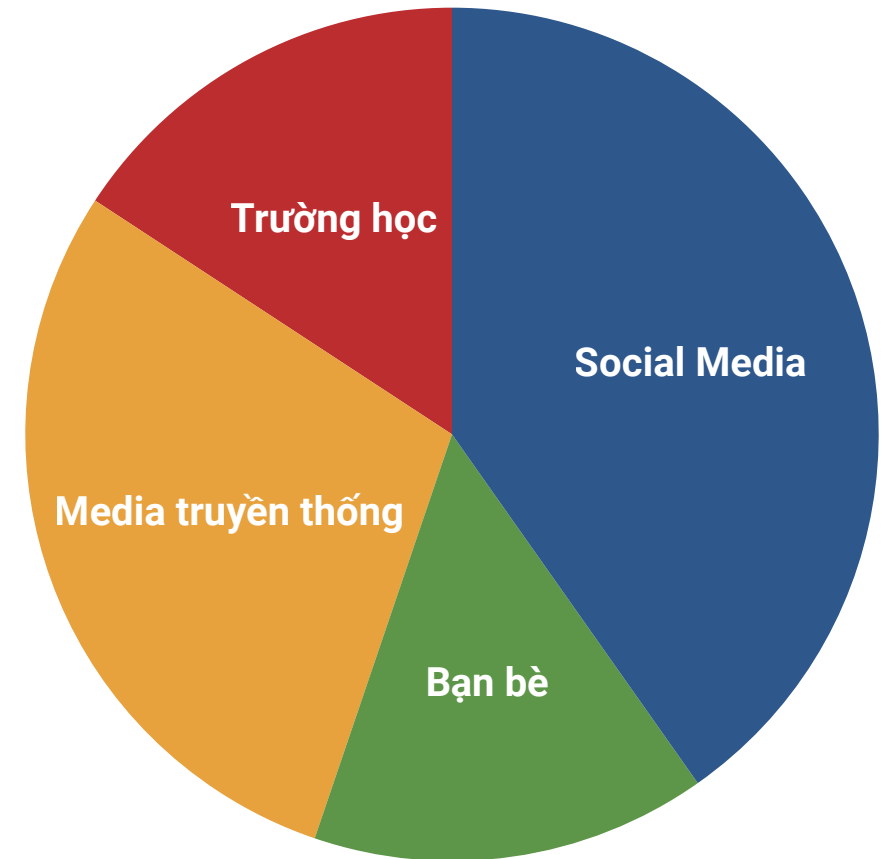
Cha mẹ - GEN X

- Lấy kinh nghiệm bản thân làm hệ quy chiếu
- Muốn con thành công, tự hào với mọi người
- Tin tưởng "người thật việc thật sờ sờ trước mắt"
- Chưa Theo kịp trào lưu giới trẻ
- Không thực sự hiểu con mình
- Ưu tiên sự an toàn, bình yên

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

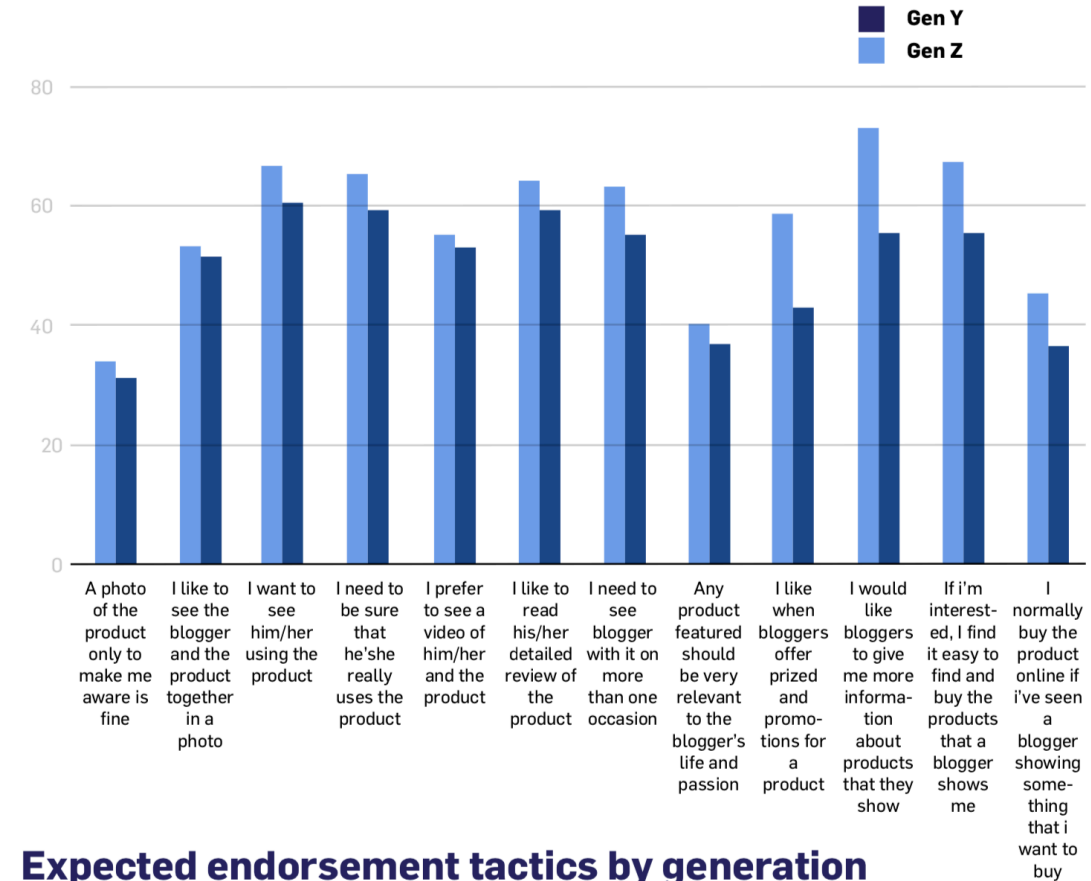
- ▶ Theo khảo sát năm 2019, đây là những nguồn thông tin chính mà Gen Z chủ động lựa chọn để tìm hiểu về cơ hội nghề nghiệp cho bản thân. Theo biểu đồ này có thể thấy cha mẹ gần như không xuất hiện trong quá trình tìm hiểu



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

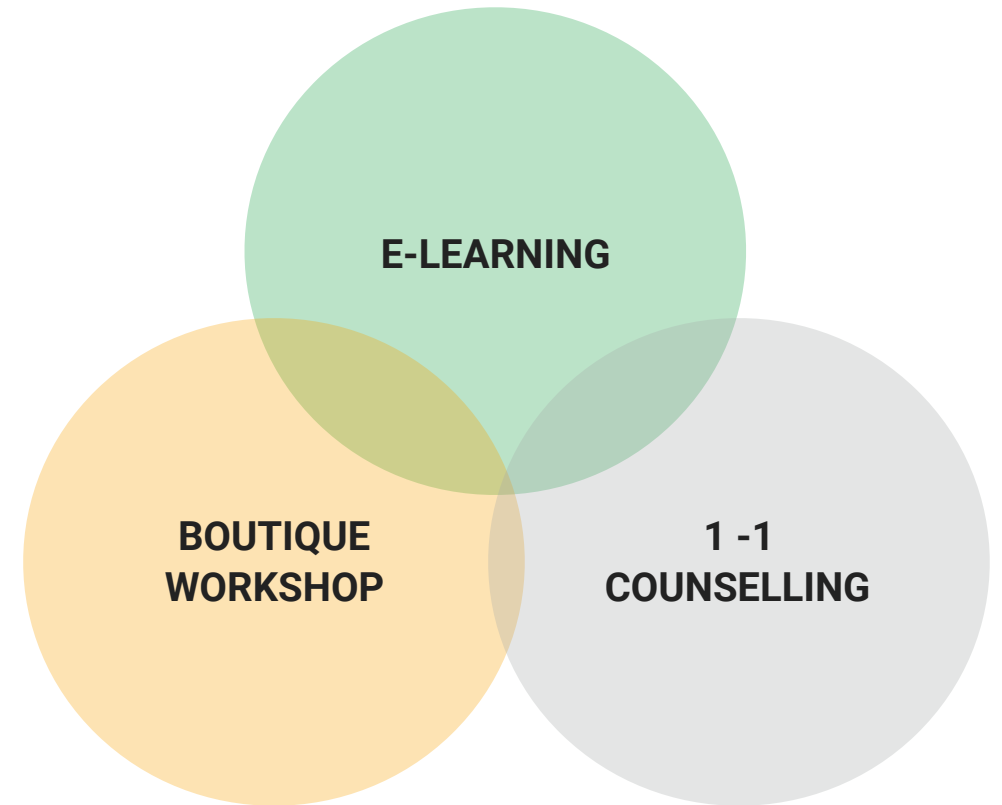
- ▶ Gen Z chịu ảnh hưởng lớn từ nhiều gương mặt được định danh là KOL (Key Opinion Leader). Các bạn Gen Z mong đợi được cung cấp những thông tin đầy đủ, toàn diện từ các KOL mà mình theo dõi, và đặc biệt cần phải nhận thấy rõ các sản phẩm thực sự gắn bó với phong cách sống của KOL.



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

LỢI ÍCH CỐT LÕI

- ▶ Kiến thức
- ▶ Công cụ
- ▶ Học liệu
- ▶ Cộng đồng nâng đỡ, thấu hiểu
- ▶ Không gian an toàn để thoải mái chia sẻ
- ▶ Mạng lưới kết nối nghề nghiệp đa dạng



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

GIÁ TRỊ CỐT LÕI

- ▶ Tận tâm
- ▶ Liêm chính
- ▶ Sự phát triển
- ▶ Lòng trắc ẩn / Thấu cảm



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

TÍNH CÁCH THƯƠNG HIỆU

- ▶ Ấm áp
- ▶ Lạc quan
- ▶ Chân thành
- ▶ Sâu sắc
- ▶ Tiên phong



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

NIỀM TIN THƯƠNG HIỆU

- ▶ Chứng nhận chuyên viên hướng nghiệp
- ▶ Kinh nghiệm giảng dạy
- ▶ Kinh nghiệm tư vấn
- ▶ Mạng lưới người bảo trợ chuyên môn (BoA)



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

ƯU THẾ KHÁC BIỆT

- ▶ Công nghệ tiếp cận rộng khắp: tập trung khai thác và tận dụng tối đa các kênh online nhằm truyền tải, tương tác & đồng hành kịp thời
- ▶ Trải nghiệm đậm dấu ấn cảm xúc: chú trọng truyền đạt trong không gian quy mô nhỏ gọn nhằm tạo sự kết nối thân thiết, gần gũi, an toàn đáng tin cậy, dễ chia sẻ
- ▶ Mạng lưới đa dạng: Kết nối nhiều nguồn lực để đẩy mạnh lực hỗ trợ trong - ngoài toàn diện



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

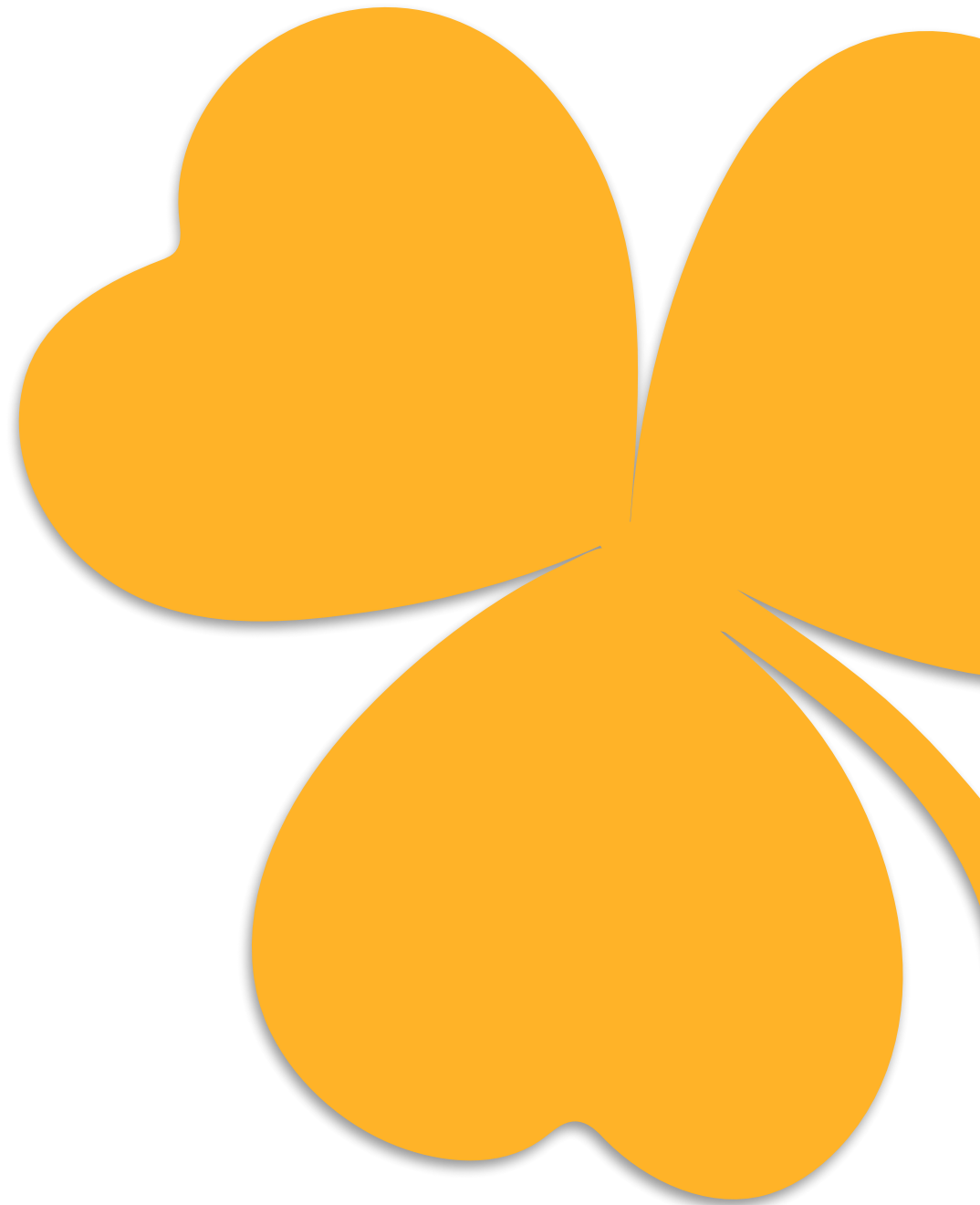
Dịch vụ hỗ trợ tiên phong, tận tâm mang đến những trải nghiệm cảm xúc đa dạng, thúc đẩy sự kết nối giữa cha mẹ và con trẻ xuyên suốt hành trình lựa chọn & phát triển nghề nghiệp

VỊ THẾ CHO THƯƠNG HIỆU

TIÊU CHÍ XÂY DỰNG

Nhận diện

Thương hiệu



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

TIÊU CHÍ CHUNG

Thể hiện định vị thương hiệu

- ▶ Dịch vụ hỗ trợ tiên phong, tận tâm mang đến những trải nghiệm cảm xúc đa dạng thúc đẩy sự kết nối giữa cha mẹ và con trẻ xuyên suốt hành trình lựa chọn & phát triển nghề nghiệp

Phản ánh tính cách thương hiệu

- ▶ Ấm áp – Lạc quan – Chân thành – Sâu sắc – Tiên phong

Tập trung hướng về giá trị cốt lõi

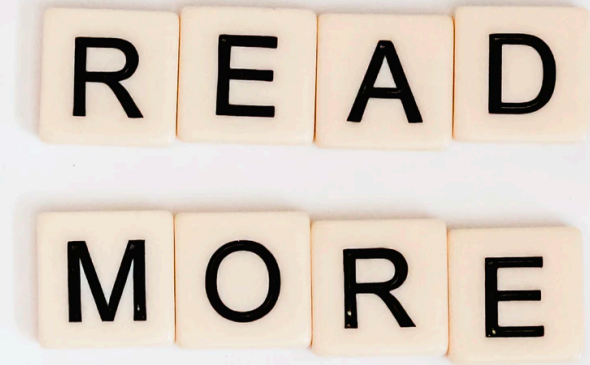
- ▶ Tận tâm – Liêm chính – Sự phát triển – Lòng trắc ẩn



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

TIÊU CHÍ TÊN THƯƠNG HIỆU

- ▶ Súc tích ngắn gọn
- ▶ Dễ phát âm
- ▶ Dễ nhớ
- ▶ Tạo sự khác biệt
- ▶ Gợi mở thế mạnh hay tầm nhìn của thương hiệu
- ▶ Không hàm chứa ý nghĩa tiêu cực
- ▶ Phù hợp văn hoá

A photograph of two rows of wooden blocks on a light-colored surface. The top row consists of four blocks spelling 'READ' and the bottom row consists of four blocks spelling 'MORE'. The blocks are light-colored with black letters.

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

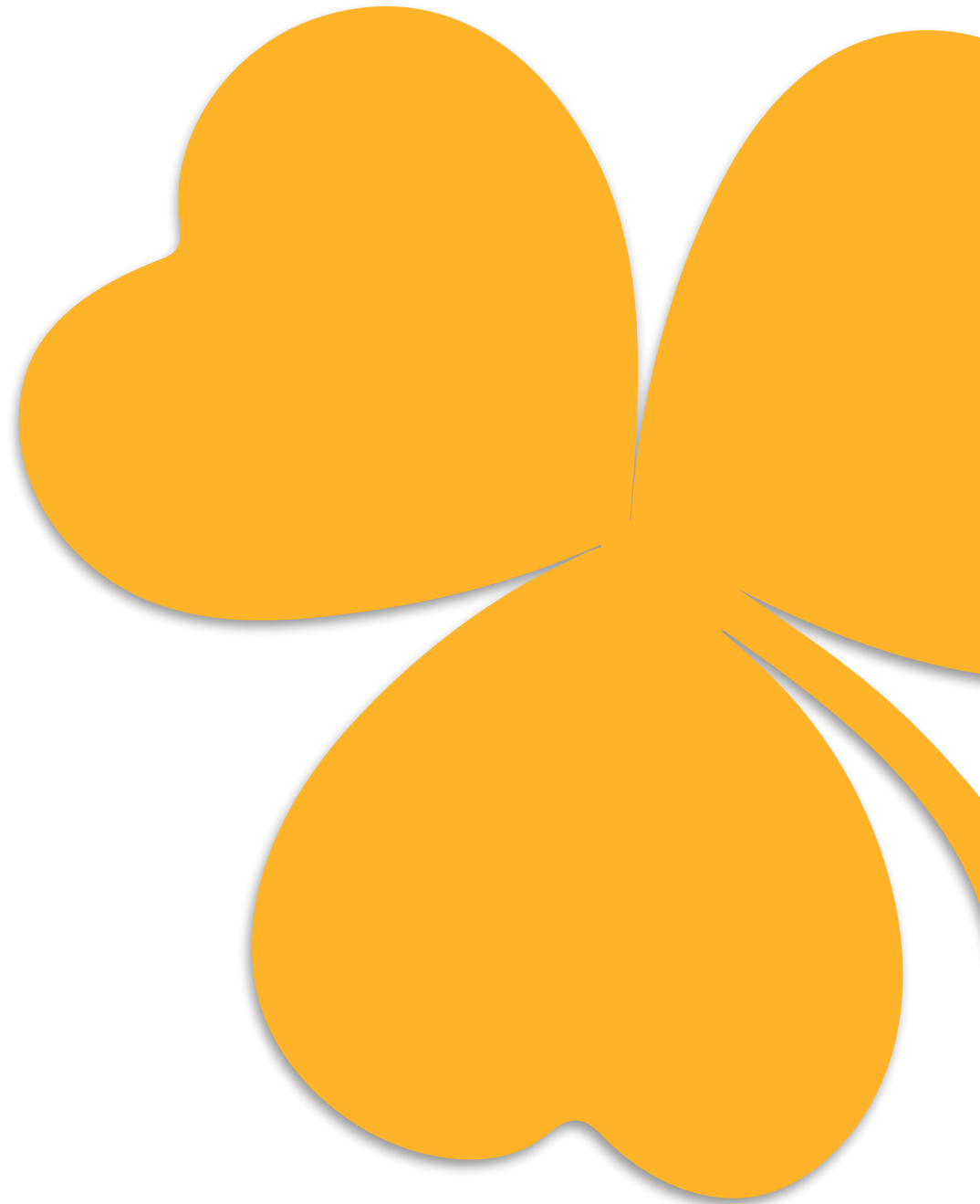
TIÊU CHÍ LOGO THƯƠNG HIỆU

- ▶ Dễ nhớ
- ▶ Dễ nhận biết
- ▶ Có sự khác biệt
- ▶ Gợi cảm xúc gắn kết
- ▶ Gợi liên tưởng về định vị, ngành nghề hoạt động
- ▶ Dễ áp dụng cho nhiều hoàn cảnh/ kênh truyền thông



NHẬN DIỆN
THƯƠNG HIỆU MỚI

Concept





*“ Cùng nhau...
Chúng ta có thể...
Đi xa hơn... ”*

CONCEPT #1

CONCEPT #1

Năng lượng thu hẹp mọi khoảng cách

Tôi còn rất trẻ, còn ba mẹ tôi đã đi qua gần 1 nửa đời người. Chúng tôi đều muốn hướng đến tương lai tươi sáng.

Thương hiệu của chúng ta luôn luôn hướng đến sự gần gũi, thân thiết và trở thành nguồn năng lượng tích cực thúc đẩy cho cả 2 thế hệ cùng nhau lựa chọn và phát triển nghề nghiệp mơ ước.



**CAREER
LIFT**

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

CAREER LIFT

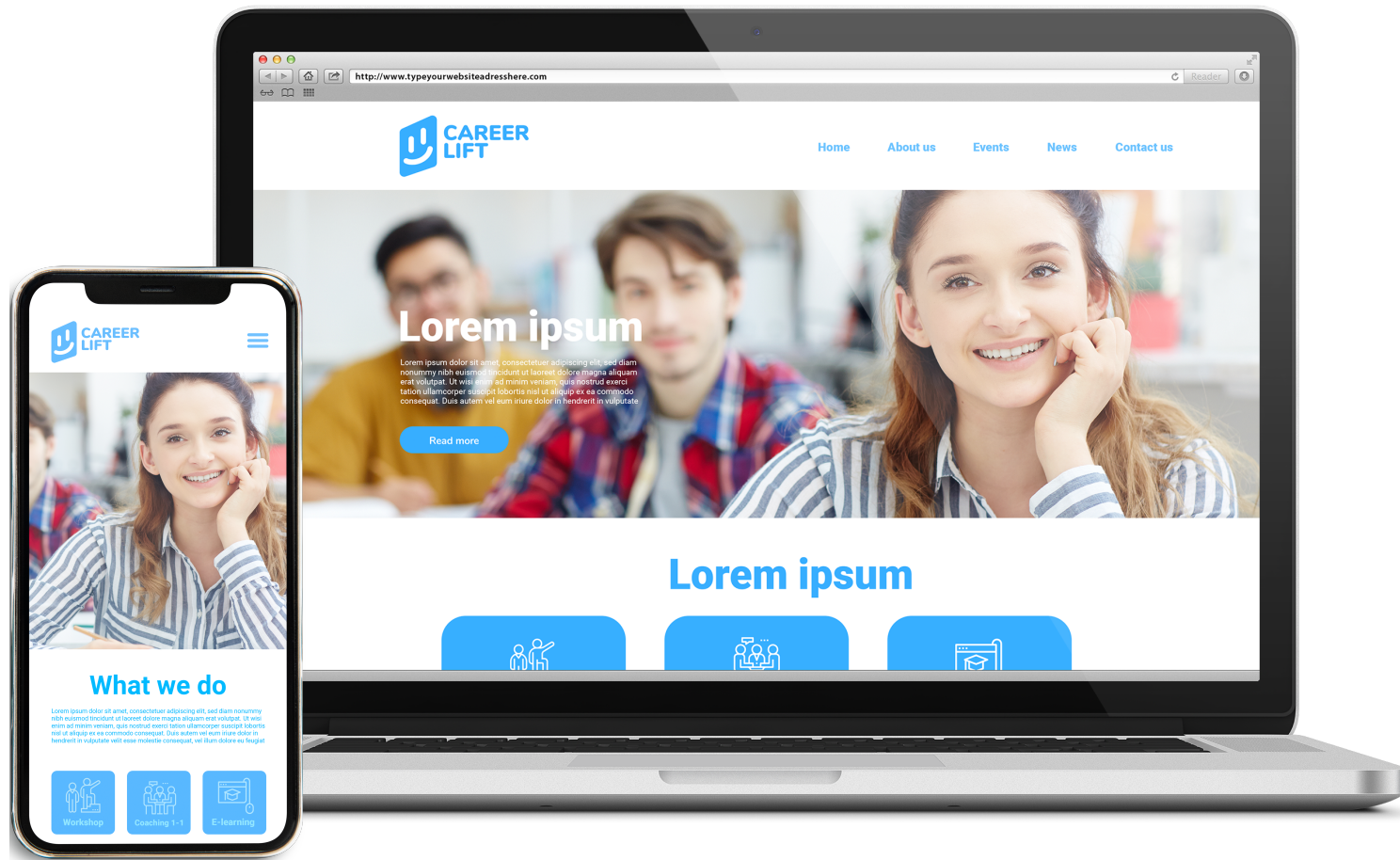
- ▶ Tên tiếng Anh súc tích ngắn gọn & dễ hiểu thể hiện 1 cách trực tiếp ngành nghề lĩnh vực hoạt động
- ▶ Lift: nâng đỡ, thúc đẩy
- ▶ Ý nghĩa biểu tượng: bước chân tự tin với nụ cười tươi khi được nhận sự hỗ trợ cả về kiến thức lẫn tinh thần
- ▶ Kiểu chữ Nunito: nét bo tròn, dày dặn nhằm tạo cảm giác thật mềm mại, thân thiện dễ tiếp cận



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

CAREER LIFT

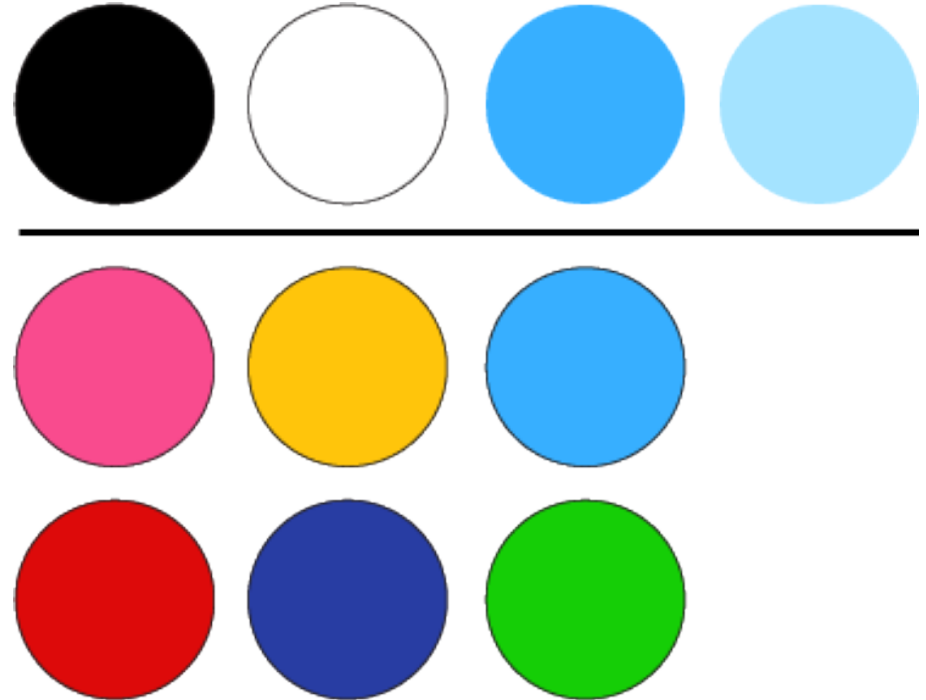
- ▶ Áp dụng trên desktop & mobile



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

CAREER LIFT

- ▶ Hàng trên cùng: màu chủ đạo
- ▶ Màu xanh da trời: tích cực, lạc quan, trẻ trung
- ▶ 6 màu bổ trợ thể hiện 6 nhóm nghề nghiệp
 - ▶ Hồng: xã hội
 - ▶ Vàng: nghệ thuật
 - ▶ Xanh da trời: nghiên cứu
 - ▶ Xanh lá cây: kỹ thuật
 - ▶ Xanh dương đậm: nghiệp vụ
 - ▶ Đỏ: quản lý

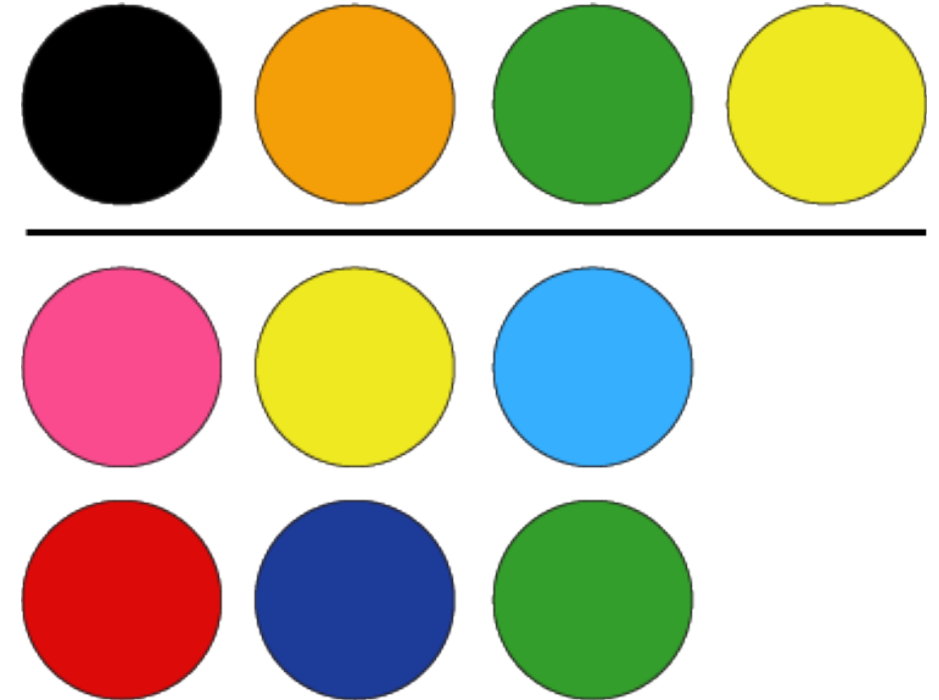


Bảng màu #1

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

CAREER LIFT

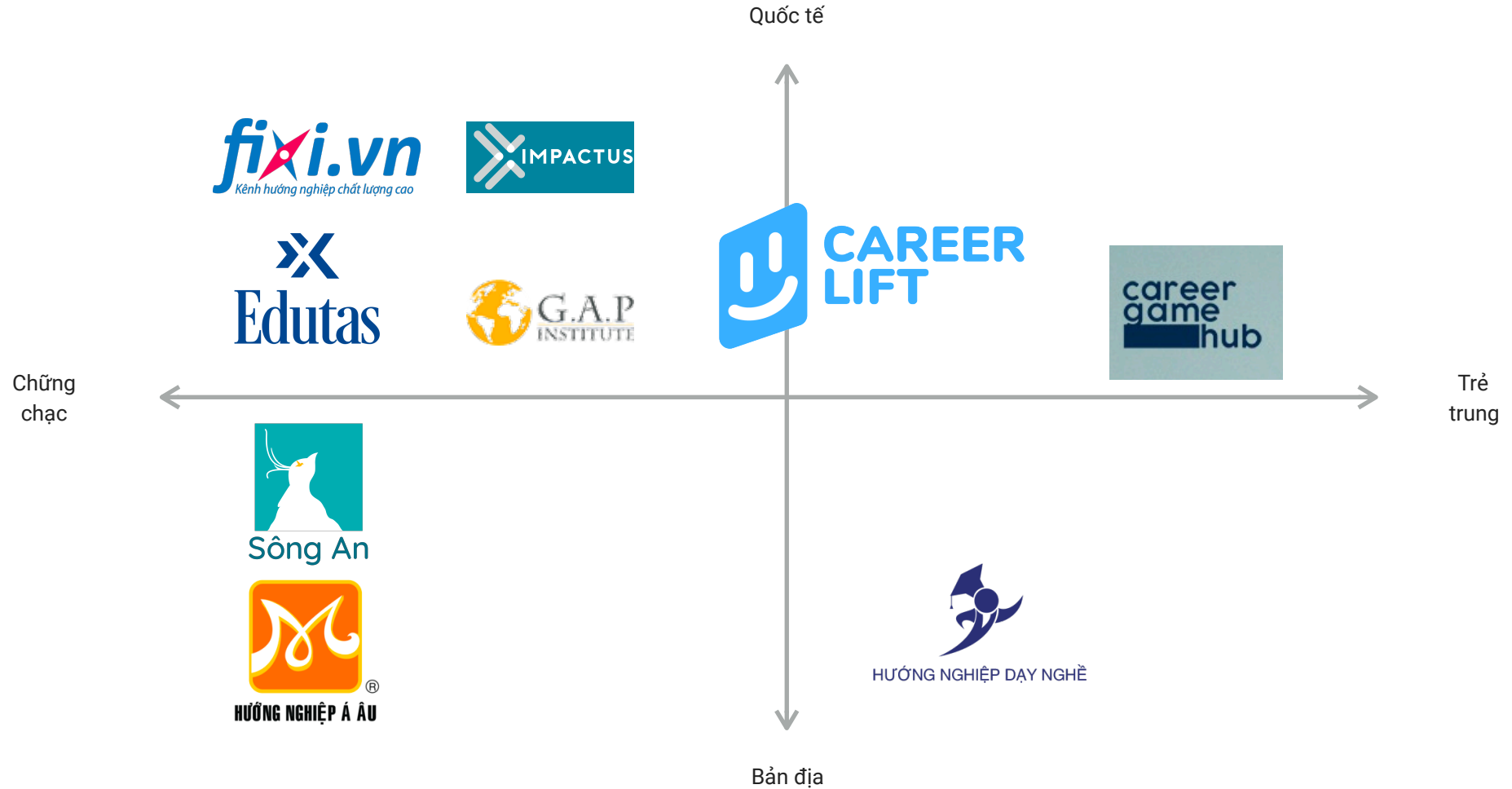
- ▶ Hàng trên cùng: màu chủ đạo
- ▶ Độ tương phản giữa những màu cam - vàng - xanh lá tạo nên ấn tượng về nguồn năng lượng tươi trẻ. Cả 3 màu này đều biểu trưng cho tính cách thương hiệu: lạc quan vui vẻ
- ▶ Các màu bổ trợ góp phần thể hiện tính cách thương hiệu và hoà hợp với 3 màu chủ đạo



Bảng màu #2

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

CAREER LIFT



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

CAREER LIFT

- ▶ Các ý tưởng phác thảo khác



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

CONCEPT #1

- ▶ Các ý tưởng tên thương hiệu khác

TÂM NGHIỆP

SAGE ROW



*“Trước mỗi chuyến đi xa...
Chuẩn bị chu toàn..
Cẩn tắc vô ưu...”*

CONCEPT #2


CONCEPT #2

Tâm sáng Trí bền Mở lối

Tôi đã đi qua nhiều cung đường gập ghềnh và nhiều trắc trở. Nhưng con tôi thì chưa từng nếm trải đắng cay vất vả của cuộc đời. Chúng tôi đều hi vọng tìm thấy con đường cho tương lai tốt đẹp.

Thương hiệu của chúng ta luôn luôn hướng đến sự gần gũi, thân thiết và trở thành một điểm đến mở ra thật nhiều kiến thức lẫn trải nghiệm mới, cùng với công cụ hiện đại giúp phụ huynh và con trẻ tạo dựng con đường riêng cho chính mình.

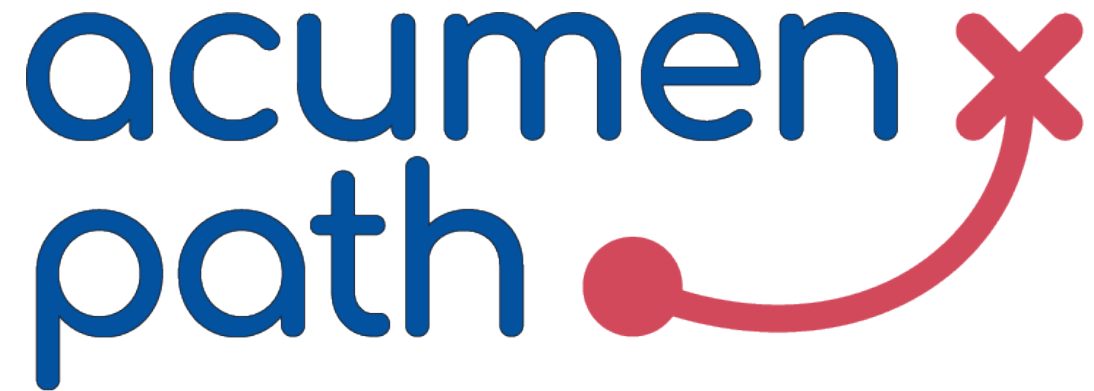
acumen x
path

A red curved arrow starts with a solid red circle at its tail, positioned below the end of the word 'path'. The arrow curves upwards and to the right, ending with a red 'x' mark that is positioned above the end of the word 'acumen'.

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

ACUMEN PATH

- ▶ Tên tiếng Anh súc tích ngắn gọn & dễ phát âm, gợi mở về sứ mệnh cũng như ngành nghề lĩnh vực hoạt động
- ▶ Acumen: sự nhạy bén
- ▶ Path: đường đi, phương hướng
- ▶ Ý nghĩa biểu tượng: ký hiệu đường đi từ điểm khởi đầu đến điểm kết thúc như cách của các thuỷ thủ tính toán lộ trình trước khi giông bão ra khơi
- ▶ Kiểu chữ Nunito: nét bo tròn, dày dặn nhằm tạo cảm giác thật mềm mại, thân thiện dễ tiếp cận

The logo for Acumen Path features the words "acumen" and "path" stacked vertically in a blue, rounded, sans-serif font. To the right of the text is a red graphic element consisting of a solid red circle at the bottom left, a curved line arching upwards and to the right, and a red 'X' shape at the top right, resembling a path or a trajectory.

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

ACUMEN PATH

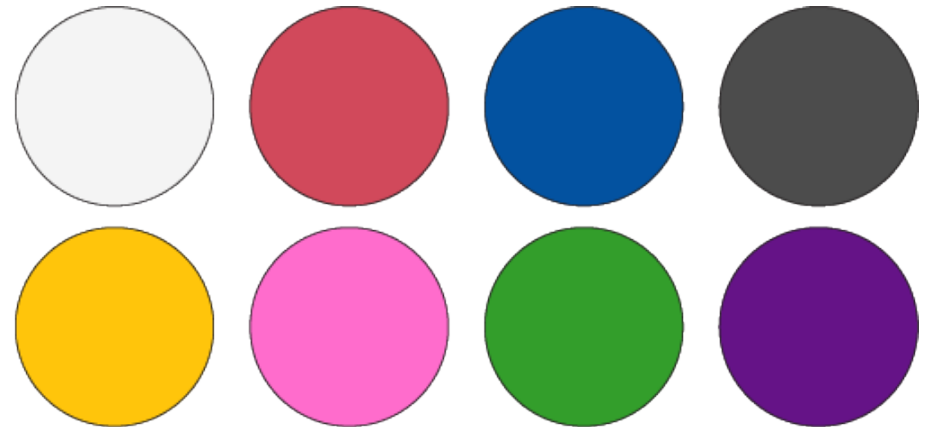
- ▶ Áp dụng trên desktop & mobile



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

ACUMEN PATH

- ▶ Hàng trên cùng: màu chủ đạo
- ▶ Màu xanh - đỏ - trắng gợi liên tưởng màu mực bút bi & giấy trắng của tuổi học trò
- ▶ Những màu sắc bổ trợ đều mang cảm giác đến cảm giác tươi sáng, lạc quan, tích cực

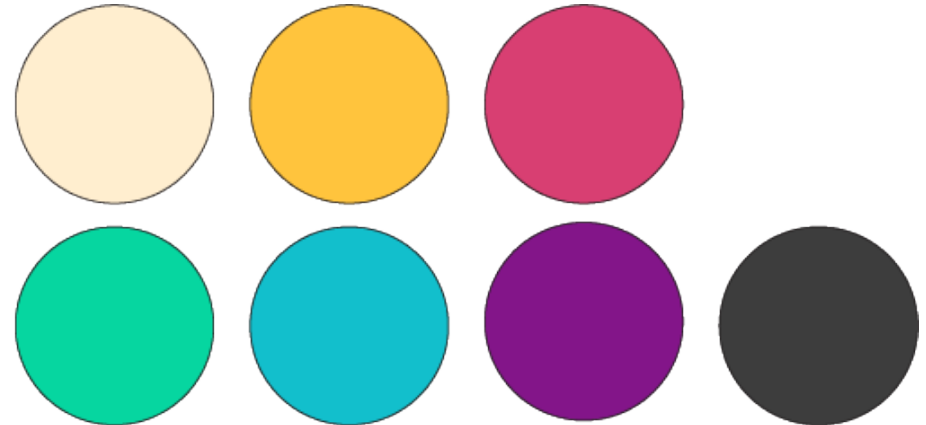


Bảng màu #1

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

ACUMEN PATH

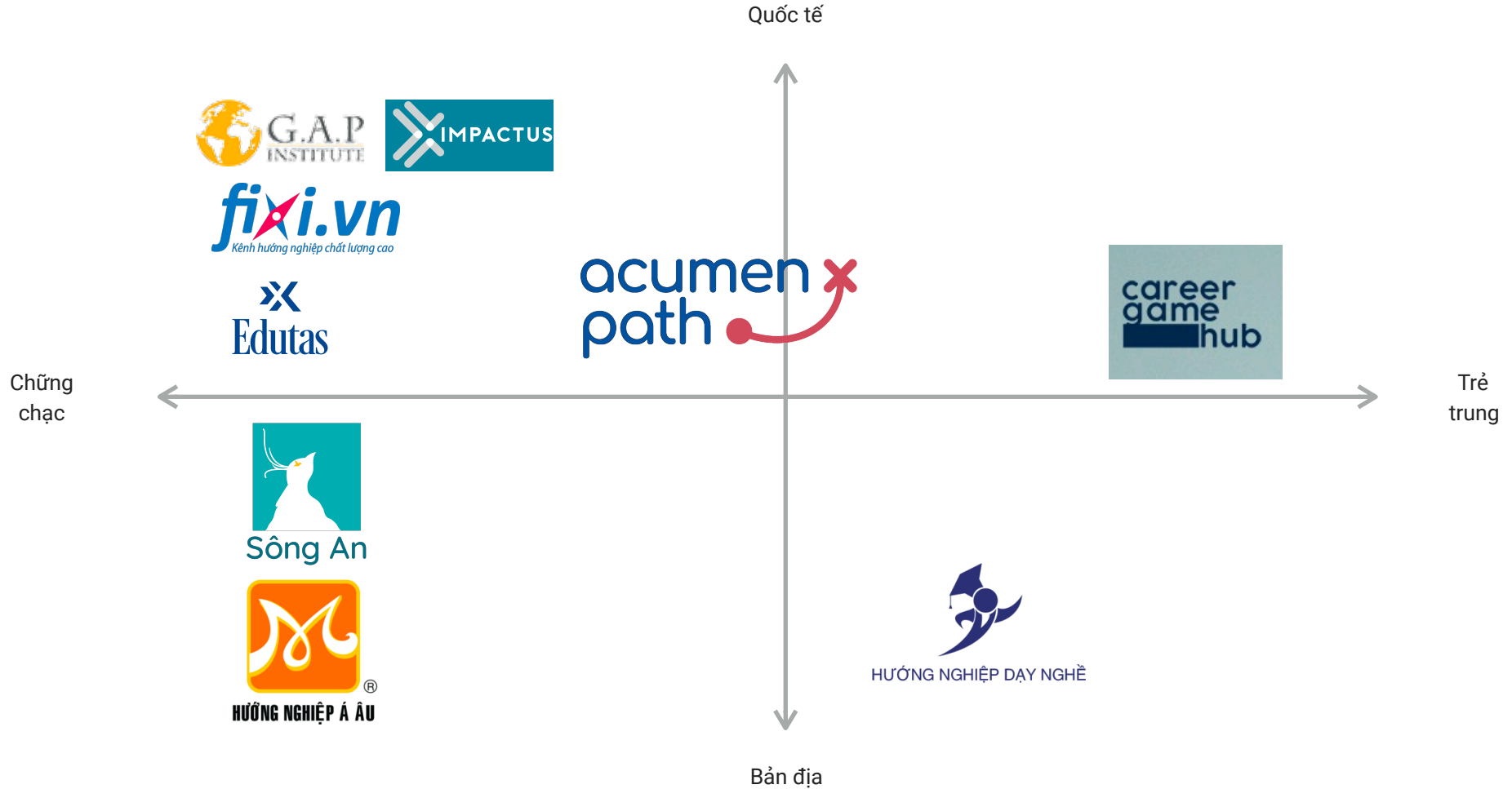
- ▶ Hàng trên cùng: màu chủ đạo
- ▶ Màu hồng - vàng nhấn mạnh thể hiện tính cách thương hiệu: ấm áp - chân thành - lạc quan
- ▶ Các màu bổ trợ là màu tông lạnh mang tính chất tương phản nhưng đều cùng thể hiện tính chất trẻ trung giàu sức sống



Bảng màu #2

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI


ACUMEN PATH



NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

ACUMEN PATH

- ▶ Các ý tưởng phác thảo khác



Acumen
Path

A hand-drawn sketch of the brand name 'Acumen Path' in a cursive, handwritten style. The word 'Acumen' is on the top line and 'Path' is on the bottom line. The 'x' in 'Acumen' has a thick, bold stroke. The 'P' in 'Path' has a large, solid black dot. A dashed line curves from the end of 'Path' upwards and to the right.

acumen
path

A clean, typographic version of the brand name 'acumen path' in a lowercase, sans-serif font. The word 'acumen' is on the top line and 'path' is on the bottom line. The letters are spaced out and have a modern, minimalist feel.

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

CONCEPT #2

- ▶ Các ý tưởng tên thương hiệu khác

TƯỜNG MINH

PRUDENT ORBIT

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

TỔNG KẾT TÊN THƯƠNG HIỆU

CAREER LIFT

TÂM NGHIỆP

SAGE ROW

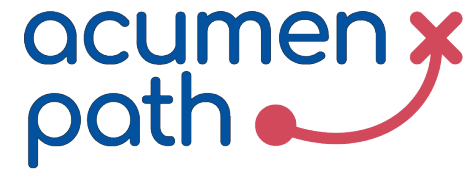
ACUMEN PATH

TƯỜNG MINH

PRUDENT ORBIT

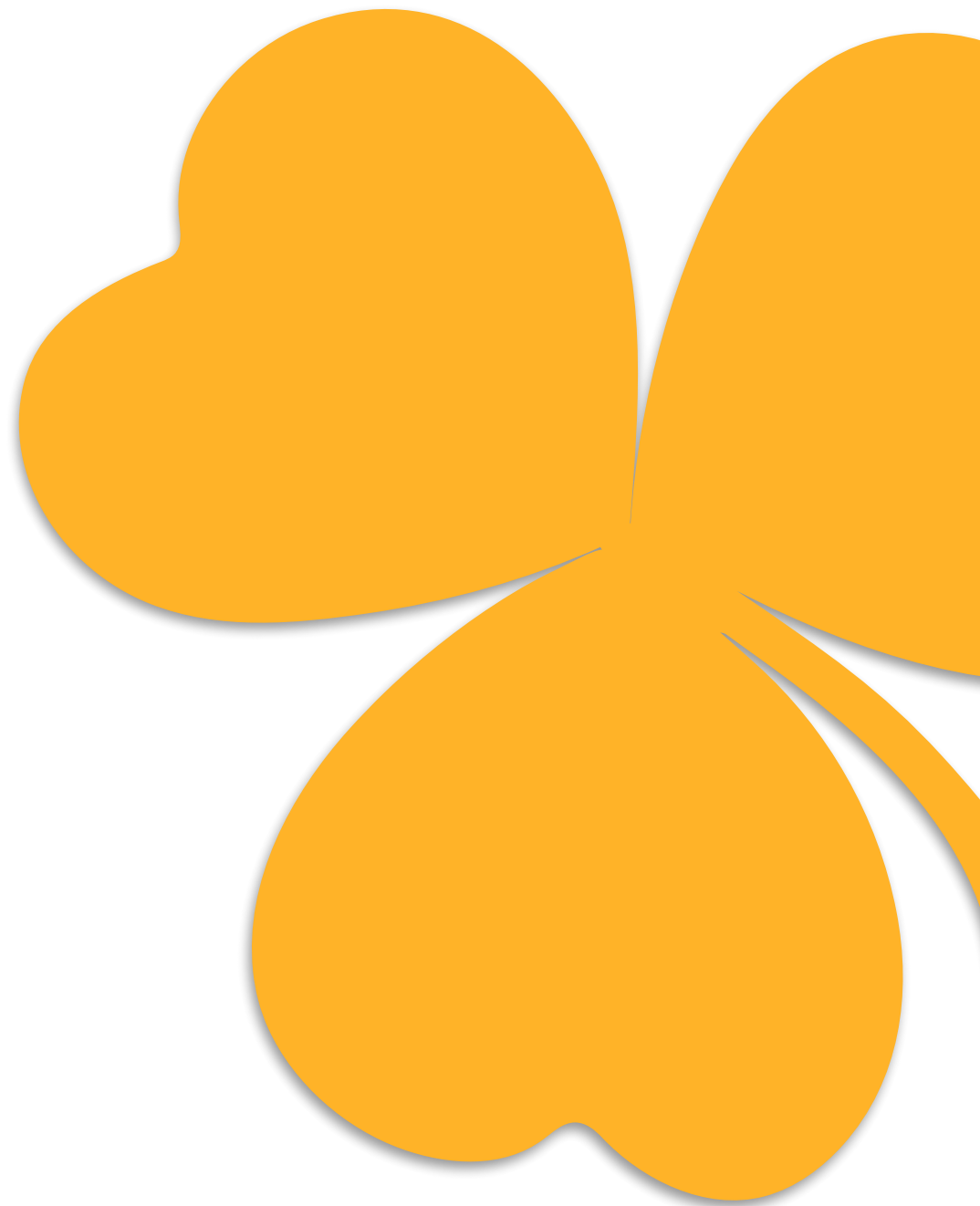
NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU MỚI

TỔNG KẾT LOGO THƯƠNG HIỆU



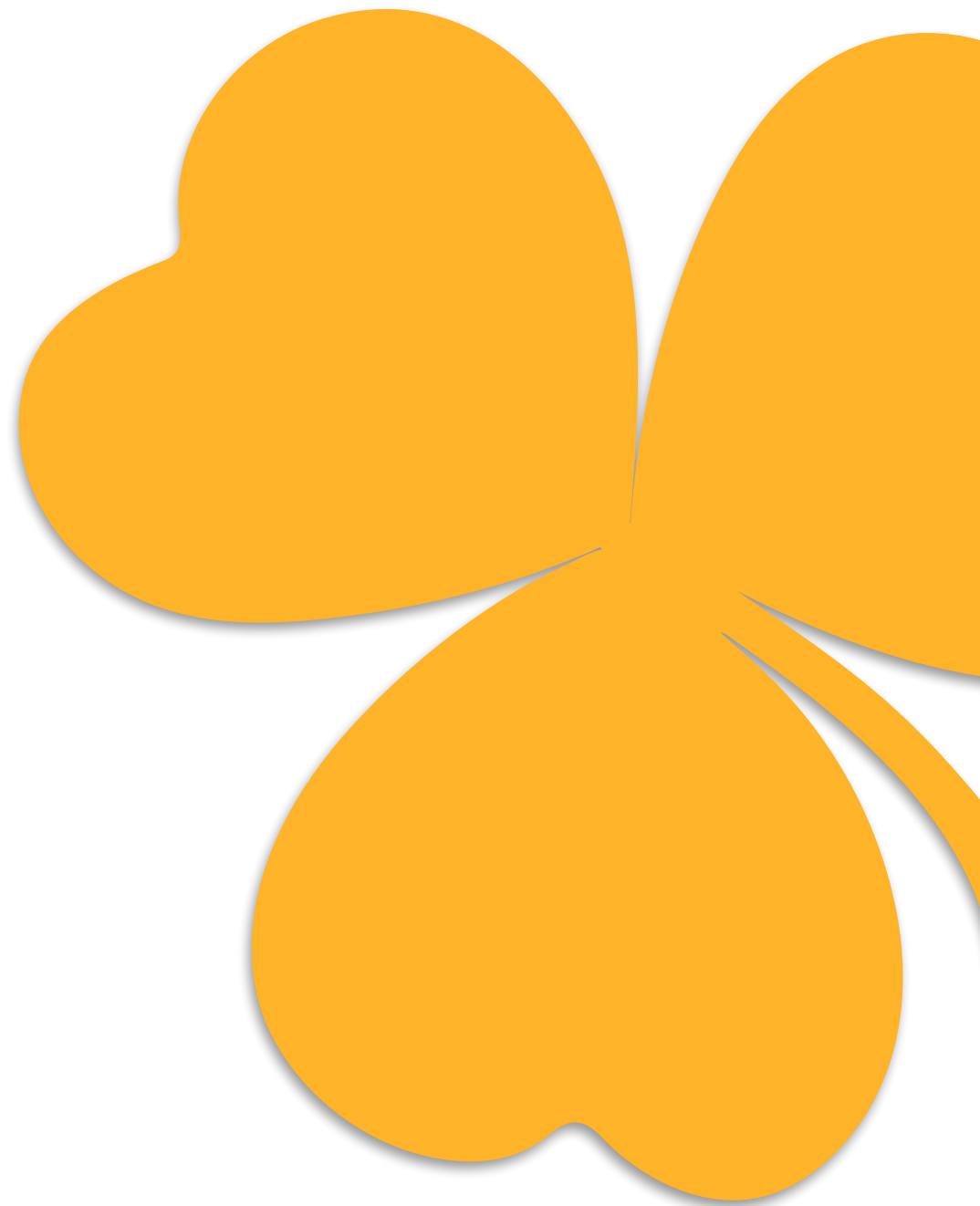
NHẬN DIỆN
THƯƠNG HIỆU MỚI

Q&A



NHẬN DIỆN
THƯỜNG HIỆU MỚI

Việc tiếp theo



Be the
Change