

Conduct a Brand Audit

Digital Marketing Communication

Nguyen Thi Ngoc Ngan
s3911712

Lecture Uyen Do

Total slide 25



SAMSUNG
SAMSUNG
SAMSUNG



TABLE OF CONTENT

4	Core Brand Positioning
5	Recommendations
6	References

Brand Identity consistency	1
Brand Tone of Voice	2
Brand Content Framework	3

COMPANY BACKGROUND

Since its founding in 1969, Samsung has developed into one of the top global technological companies.

In 2008, Samsung entered the Vietnamese market.



Vision

Modify the future through
Innovation and Intelligence

(Samsung Research n.d)



Mission

Establishing Growth Engine


Enhancing Competitive
Advantage

Innovative Core Technology
Advancement

SAMSUNG | Di Động | TV & AV | Gia Dụng | Smart Home | Màn Hình | Mua Trực Tuyến | Khám Phá | Ưu Đãi | Hỗ Trợ | Doanh Nghiệp | 🔍 🛒 👤

Galaxy Z Fold4 | Z Flip4

Ưu đãi lên đến **5 triệu**, giảm thêm **1 triệu** khi thanh toán trước.
Thu cũ đổi mới hỗ trợ đến **3 triệu**. Miễn phí **1 năm Samsung Care+**.
Ưu đãi thêm đến **10%** khi mua cùng Galaxy Watch5 series & Buds2 Pro.
TỪ 11.08 – 01.09.2022



Phản hồi

Tim hiểu thêm | Đặt trước ngay

Gia dụng | Tủ lạnh | Máy giặt | Máy hút bụi | Dụng cụ nhà bếp | Làm sạch không khí

Bespoke

Linh hoạt thiết kế
Cá tính riêng bạn

Multidoor

2 Dàn lạnh độc lập
Giữ thực phẩm tươi ngon
dài lâu

Family Hub

Tủ lạnh thông minh
Trợ thủ đắc lực gia đình
4.0

Side By Side

Công nghệ SpaceMax™
Thêm 100L không gian
lưu trữ

2 Cửa Ngăn Đông Trên


2 Dàn lạnh độc lập Twin
Cooling Plus™
Gấp 2 lần tươi ngon

2 Cửa Ngăn Đông Dưới

Đông mềm chuẩn -1°C
Giữ trọn tươi ngon và
dưỡng chất

BESPOKE

Linh hoạt thiết kế. Cá tính riêng bạn



Phản hồi

▼ Bộ lọc | 4 Kết quả | Đặt lại Bộ lọc

theo khuyến nghị ▼

Châu Bùi

Samsung xin công bố thể lệ cuộc thi:

Thể lệ:

- Bước 1: Chia sẻ câu chuyện của bản thân về hành trình trưởng thành và vượt qua những khó khăn, vượt qua khuôn mẫu và định kiến của xã hội, đương đầu với những khó khăn để đạt được thành công trong cuộc sống...
- + Hình thức: Video trên nền tảng TikTok, Facebook, Instagram với độ dài tối thiểu 1 phút (sử dụng kho nhạc từ Reels).
- + Nội dung bài đăng tối thiểu 10 từ cho nền tảng TikTok & Instagram và tối thiểu 50 từ trên nền tảng Facebook.
- Bước 2: Đăng bài thử thách ở trang TikTok và đăng tải lại trên Facebook hoặc Instagram Reels cá nhân và để ở chế độ công khai và gắn thẻ @SamsungVietnam (đối với TikTok và Facebook) và @Samsung_vietnam (đối với Instagram) kèm hashtag #TeamUnstoppable #BondwithYoung #lamdieukhongthe #dambutphadamthanhcong

Cơ cấu giải thưởng Team Unstoppable mùa 2:

- Tổng trị giá giải thưởng lên đến 244.684.291 VNĐ, trong đó:
 - 1 Giải Tiềm Năng trị giá lên đến 89.232.327 VNĐ
 - 1 Giải Bàn Lĩnh trị giá lên đến 72.592.964 VNĐ
 - 1 Giải Tỏa Sáng trị giá lên đến 21.469.600 VNĐ
 - 1 Giải Ấn Tượng trị giá lên đến 21.469.600 VNĐ
 - 8 Giải Tuần có tổng trị giá lên đến 39.916.800 VNĐ

Chi tiết tính điểm và thông tin khác xem tại đây: <https://bit.ly/3B9WfkSQ>

FlexCam

FLEXCAM

Biến hóa đa góc chụp

QUICK SHOT

Bước vào kỷ nguyên tự chụp chân dung của bạn

Giới thiệu FlexCam, trải nghiệm camera linh hoạt và hoàn toàn rảnh tay. Tận dụng các góc linh hoạt của điện thoại để ghi lại các bức ảnh nhóm, ảnh selfie và video từ những góc nhìn tuyệt vời với những chi tiết trung thực ấn tượng — ngay cả trong các ứng dụng mạng xã hội mà bạn hay dùng.*

Chụp ảnh selfie bằng Camera sau và xem trước ở Màn hình ngoài. Tự kiểm tra từ xa bằng chế độ xem toàn màn hình hoặc nhấn để xem tỷ lệ ban đầu để đảm bảo mọi người đều trong khung hình. Và với các nâng cấp phần mềm mới, Quick Shot đã sẵn sàng cho nhiều hành động hơn nữa ở mọi góc độ trên điện thoại gặp với FlexCam.*

*Hình ảnh mô phỏng cho mục đích minh họa. Giao diện người dùng thực tế có thể khác.

BESPOKE

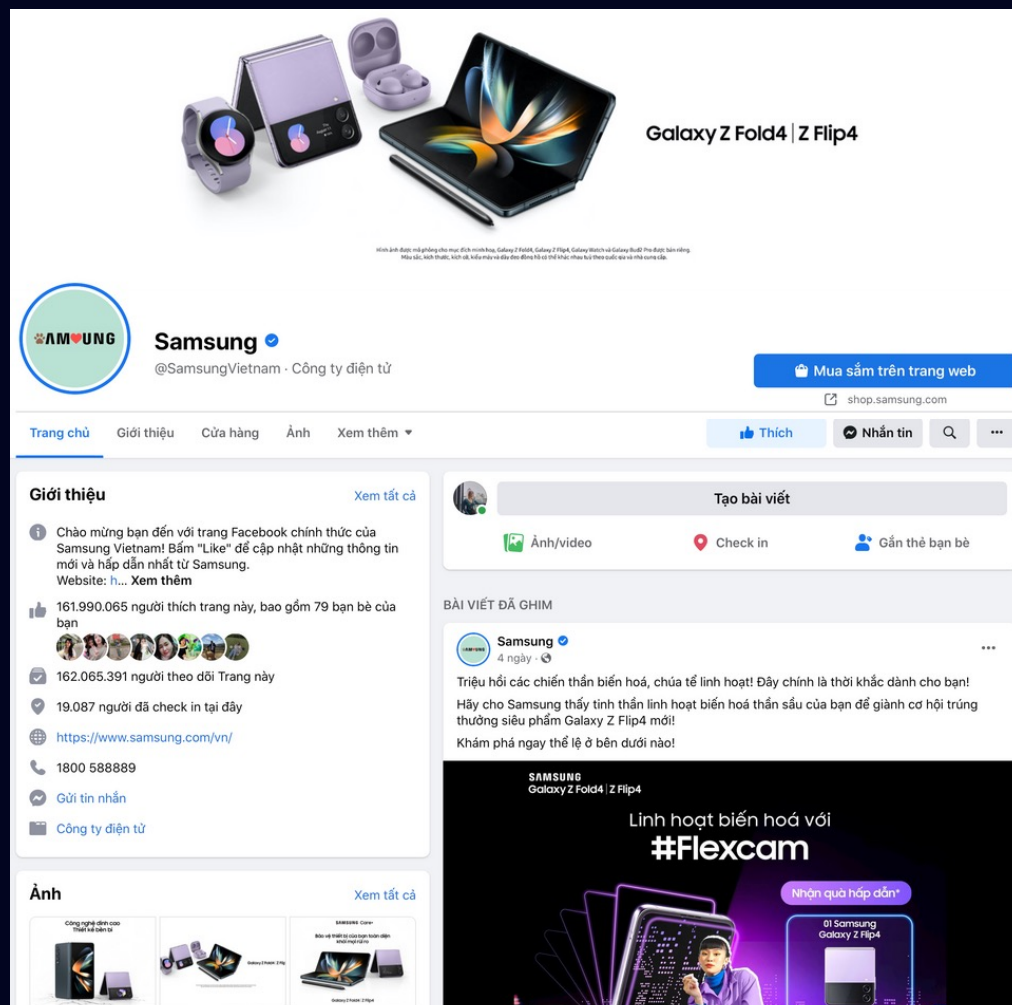
Linh hoạt thiết kế, cá tính riêng bạn



MỚI

These are brand website content collected for brand audit analysis

WEBSITE



Samsung 14 giờ · 🌐

Ơ động đất à, không phải!
 Đây là các bạn trẻ đang cùng Châu Bùi bật mood sáng tạo trong Team Unstoppable mùa 2 🤩🤩

🌟 Chiến dịch đang diễn ra vô cùng sôi nổi với hàng trăm bài dự thi có nội dung hấp dẫn và được thể hiện theo nhiều cách khác biệt của hàng ngàn bạn trẻ, tham gia ngay để có cơ hội nhận những phần thưởng hấp dẫn của Samsung nhé.

🕒 ... Xem thêm



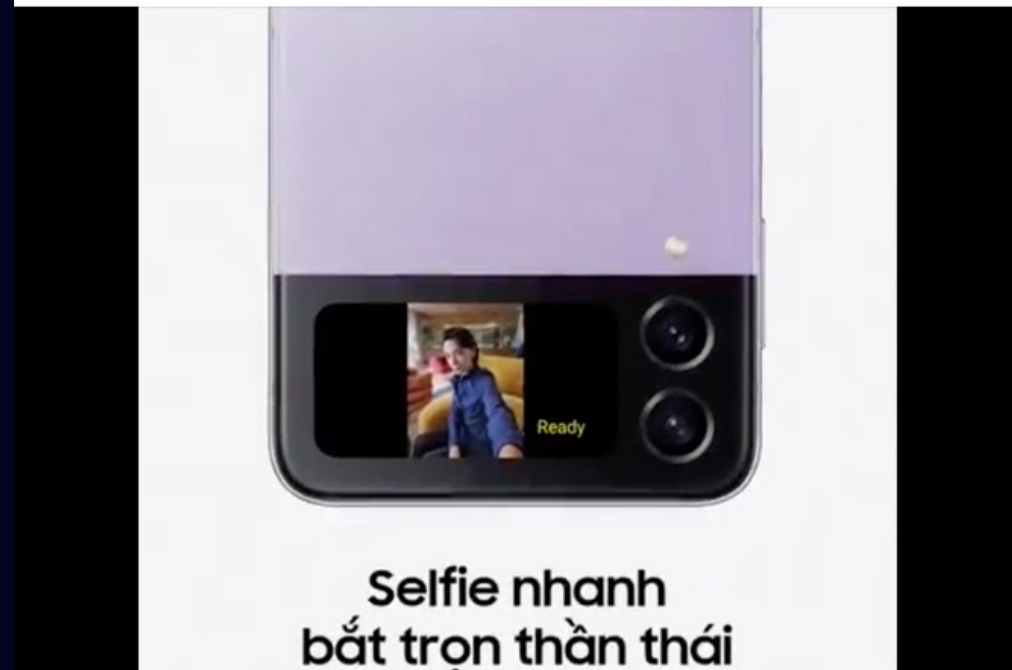
Samsung 20 tháng 7 lúc 20:00 · 🌐

👉👉 Vì mình quá thích Bespoke rồi, phải làm sao, phải làm sao?
 Thì tham gia ngay thử thách "Bespoke Be You - Khoe màu cá tính" để mang Tủ lạnh Bespoke về nhà chứ sao!
 Sáng tạo hết mình, ghi dấu chất riêng tại: https://bit.ly/Bespoke_Jul20... Xem thêm



Samsung Hôm qua lúc 10:00 · 🌐

Khum cần bật mở vẫn "out trình" selfie! Bật Màn hình ngoài, thả dáng sương sương cho pô ảnh selfie nghệ đỉnh chớp bất cứ lúc nào với QuickShot!
 Tìm hiểu ngay: https://bit.ly/Galaxy-ZFlip4_Aug18
[#LinhHoatBienHoa](#) [#GalaxyZFlip4](#)



Lê Khánh Linh 7 tháng 8 lúc 00:17 · 🌐

Hành trình đi tìm con chưa bao giờ là dễ!!!
 Người ta nói sinh con là thiên chức thiêng liêng của tất cả phụ nữ chúng ta, nhưng điều đó không có nghĩa là phụ nữ nào cũng có thể sinh con một cách dễ dàng. Nhưng vì con mẹ có thể làm tất cả, có thể kiên cường vượt qua những điều mà mẹ nghĩ là không thể.. đơn giản vì " Mẹ Yêu Con" [Samsung](#)
[#TeamUnstoppable](#) [#BondwithYoung](#) [#lamdieukhongthe](#) [#dambutphadamthanhcong](#).



Hoài Mơ đã thêm một ảnh mới. 29 tháng 7 lúc 15:54 · 🌐

Tủ lạnh Samsung đã thay đổi diện mạo như thế nào qua từng giai đoạn?
 Cùng là 1 phong cách thiết kế hiện đại, với Bespoke bạn có thể tự do phối các gam màu thời thượng tùy theo sở thích và cá tính riêng.
 Trong tổng 7 màu sắc của Bespoke, em Mơ thích nhất chiếc Mutidoor trắng phối xanh Navy. Chiếc tủ không chỉ đồng điệu với bộ đồng phục hằng ngày, mà nó còn giúp Mơ gợi lên nhiều ý tưởng sáng tạo trong cách dẫn dắt-tư vấn bán hàng:
 "Nếu nhà là nơi để về
 Thì bếp chính là nơi g... Xem thêm — với Momo Sun.



These are brand Facebook content collected

for brand audit analysis

FACEBOOK

Galaxy Z Fold4 | Z Flip4

Samsung Vietnam
2.16M subscribers

Website | Facebook | Instagram | YouTube

HOME | VIDEOS | PLAYLISTS | COMMUNITY | CHANNELS | ABOUT

Galaxy Z Flip4 - Linh Hoạt Biến Hóa | Samsung
6,422,655 views · 7 days ago

Galaxy Z Flip4 mới với FlexCam cùng bạn biến hóa đa góc chụp, thỏa sức sáng tạo khoảnh khắc ấn tượng

#GalaxyZFlip4 #SamsungUnpacked #FlexEveryAngle

Hãy chia sẻ câu chuyện của bạn

#TeamUnstoppable

BESPOKE BEHOME

Hà Đỗ

Đặt mua ngay Bespoke

BESPOKE, BE HOME | Gian bếp "nghệ thuật" của Hà Đỗ

BESPOKE BEHOME

Biệt thự 40 tỷ
phong cách Wabisabi

BESPOKE, BE HOME | Khám phá vẻ đẹp biệt thự Wabi Sabi 40 tỷ

BESPOKE BEHOME

Quỳnh Anh Shyn

BESPOKE, BE HOME | Bật mí "BESPOKE studio" tại căn bếp penthouse của QAS

BESPOKE BEHOME

Phan Gia Nhật Linh

BESPOKE BE HOME | Góc bếp điện ảnh của Phan Xi Nê

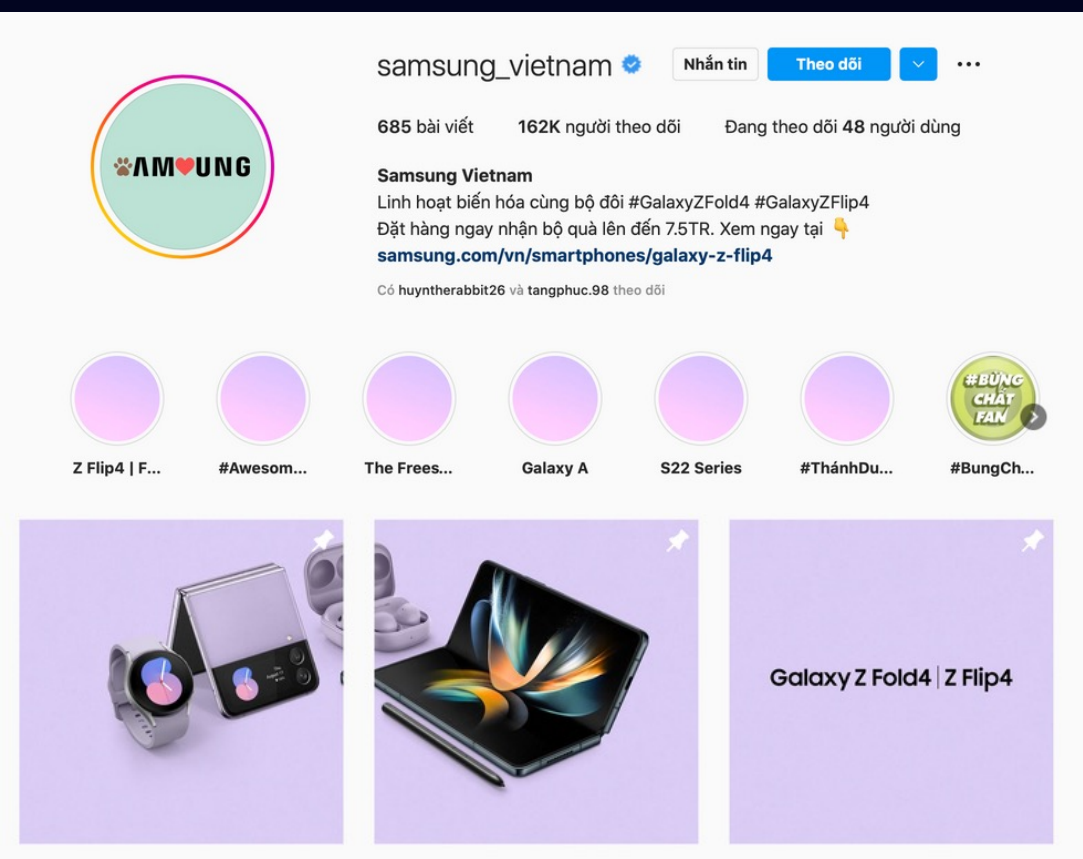
Music
Bounce!
Elegant Giraffe

Nếu bạn không muốn đợi hàng
Hãy chọn 1 trong 75 phiên bản phối màu Bespoke

These are brand Youtube content collected for brand audit analysis

YOUTUBE

INSTAGRAM



samsung_vietnam

685 bài viết 162K người theo dõi Đang theo dõi 48 người dùng

Samsung Vietnam
Linh hoạt biến hóa cùng bộ đôi #GalaxyZFold4 #GalaxyZFlip4
Đặt hàng ngay nhận bộ quà lên đến 7.5TR. Xem ngay tại samsung.com/vn/smartphones/galaxy-z-flip4
Có huyntherabbit26 và tangphuc.98 theo dõi

Z Flip4 | F... #Awesom... The Frees... Galaxy A S22 Series #ThánhDu... #BUNG CHẤT TÂM

Galaxy Z Fold4 | Z Flip4



samsung_vietnam • Theo dõi

samsung_vietnam • Gọi bộ đôi #V và #GalaxyZFlip4 là ghế, vì độ phong cách là không phải bàn. 😊
#GalaxyxBTS #LinhHoatBienHoa #GalaxyWatch5series
Đã chỉnh sửa · 1 ngày

toila._pchawm Mua có tặng kèm mẫu ảnh k ạ?
4 ngày 2 lượt thích Trả lời

xuna.75 ank này đẹp chai wa
4 ngày 1 lượt thích Trả lời

victoria_ng09 Mua có tặng kèm ảnh trong ảnh hok ạ :33
4 ngày 1 lượt thích Trả lời

iam_thao17.8 Samsung này đẹp trai zayz
5 ngày 2 lượt thích Trả lời

itsnotqh.k mua tặng anh V thì e mua ạ

Galaxy Z Flip4



Cùng nhau,
Chúng ta làm điều không thể

samsung_vietnam • Theo dõi

Đón xem tập 2 trong 3 câu chuyện Làm điều không thể của cô ấy, để xem bằng cách nào Châu Bùi đã thực hiện những khát khao và đam mê, trở thành một hình mẫu cho người khác
Và đừng quên chia sẻ câu chuyện Làm điều không thể của riêng bạn để có cơ hội giành chiến thắng và nhận được giải thưởng vô cùng giá trị đến từ Samsung.
Truy cập trang của chúng tôi để biết thêm chi tiết.

#TeamUnstoppableVN
#TeamUnstoppable
#Bondwithyoung #lamdieukhongthe #dambutphadamthanhcong
2 tuần



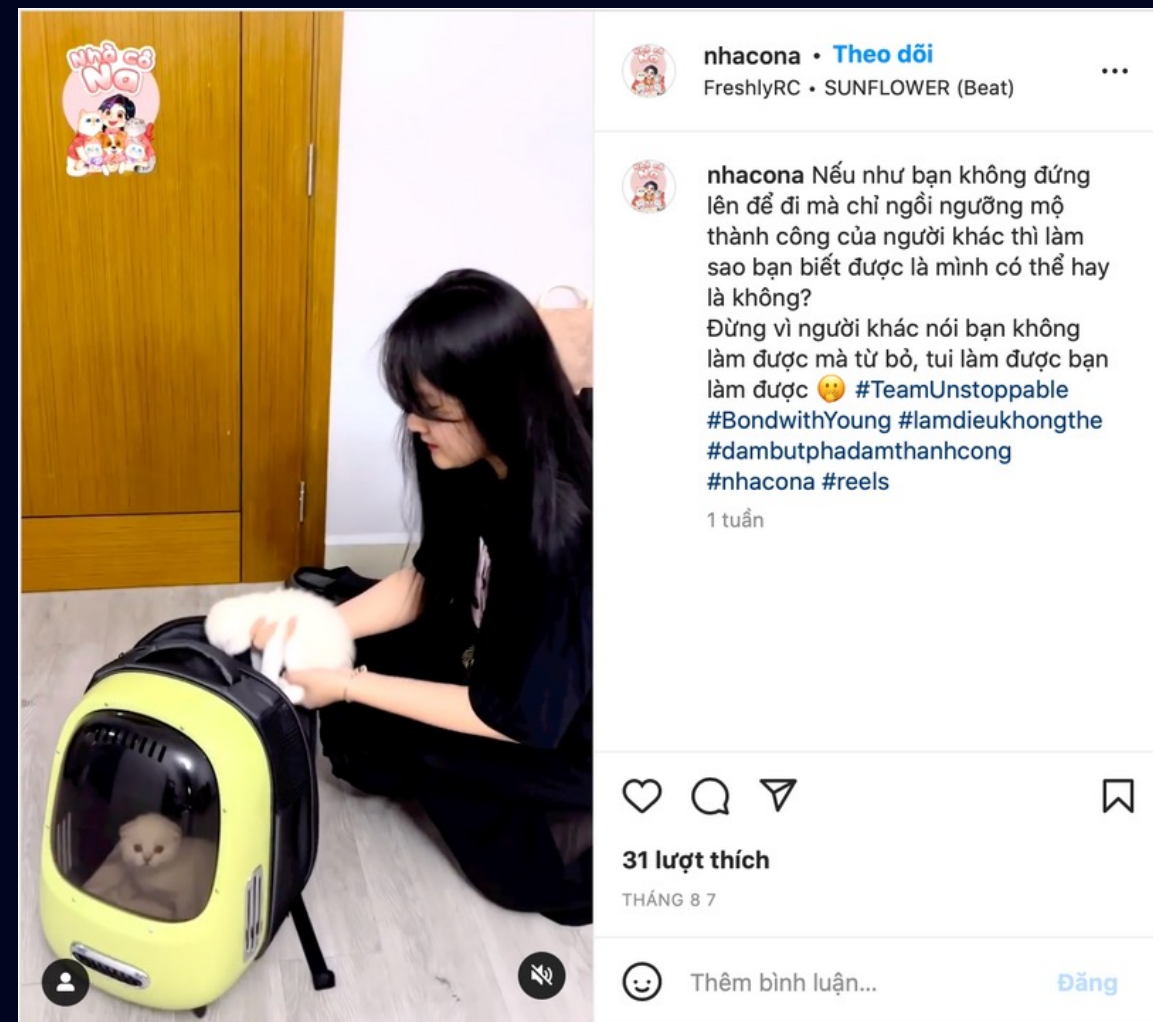
BESPOKE

samsung_vietnam • Theo dõi

samsung_vietnam • Với Bespoke, bếp cũng hóa studio chụp hình! Fashionista Quỳnh Anh Shyn đã bắt trend "Bespoke Be You - Khoe màu cá tính" rồi, bạn cũng tham gia ngay để nhận quà 48Tr nhé!

#Samsung #Bespoke
#TủlạnhBespoke #BespokeBeYou
3 tuần

59 lượt thích
THÁNG 7 28



nhacona • Theo dõi

FreshlyRC • SUNFLOWER (Beat)

nhacona Nếu như bạn không đứng lên để đi mà chỉ ngồi ngưỡng mộ thành công của người khác thì làm sao bạn biết được là mình có thể hay là không?
Đừng vì người khác nói bạn không làm được mà từ bỏ, tui làm được bạn làm được 😊 #TeamUnstoppable #BondwithYoung #lamdieukhongthe #dambutphadamthanhcong #nhacona #reels
1 tuần

31 lượt thích
THÁNG 8 7

Thêm bình luận... Đăng



Châu cùng Samsung sáng tạo vô giới hạn

samsung_vietnam • Theo dõi

samsung_vietnam • SÁNG TẠO VÔ HẠN - THỞ BÙNG CHẤT RIÊNG


Không chỉ là công cụ để liên lạc, giải trí mà những sản phẩm công nghệ của bạn còn làm được nhiều hơn thế!

Cùng theo chân Fashionista Châu Bùi, khám phá công nghệ đã đồng hành cùng cô ấy sáng tạo vô giới hạn và lan tỏa năng lượng tích cực đến cộng đồng như thế nào nhé.
#TeamUnstoppable
#Bondwithyoung #lamdieukhongthe #dambutphadamthanhcong
2 tuần

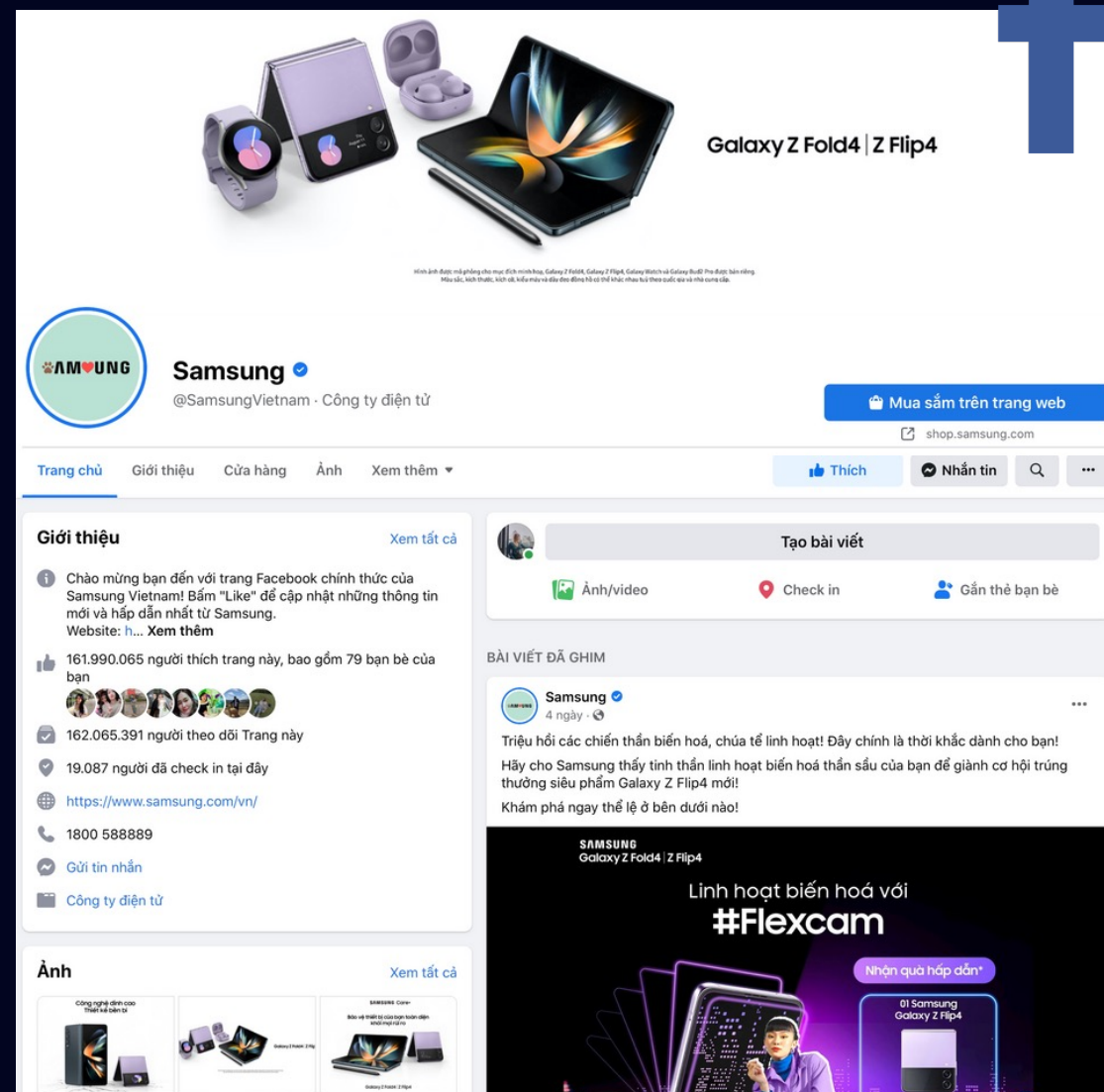
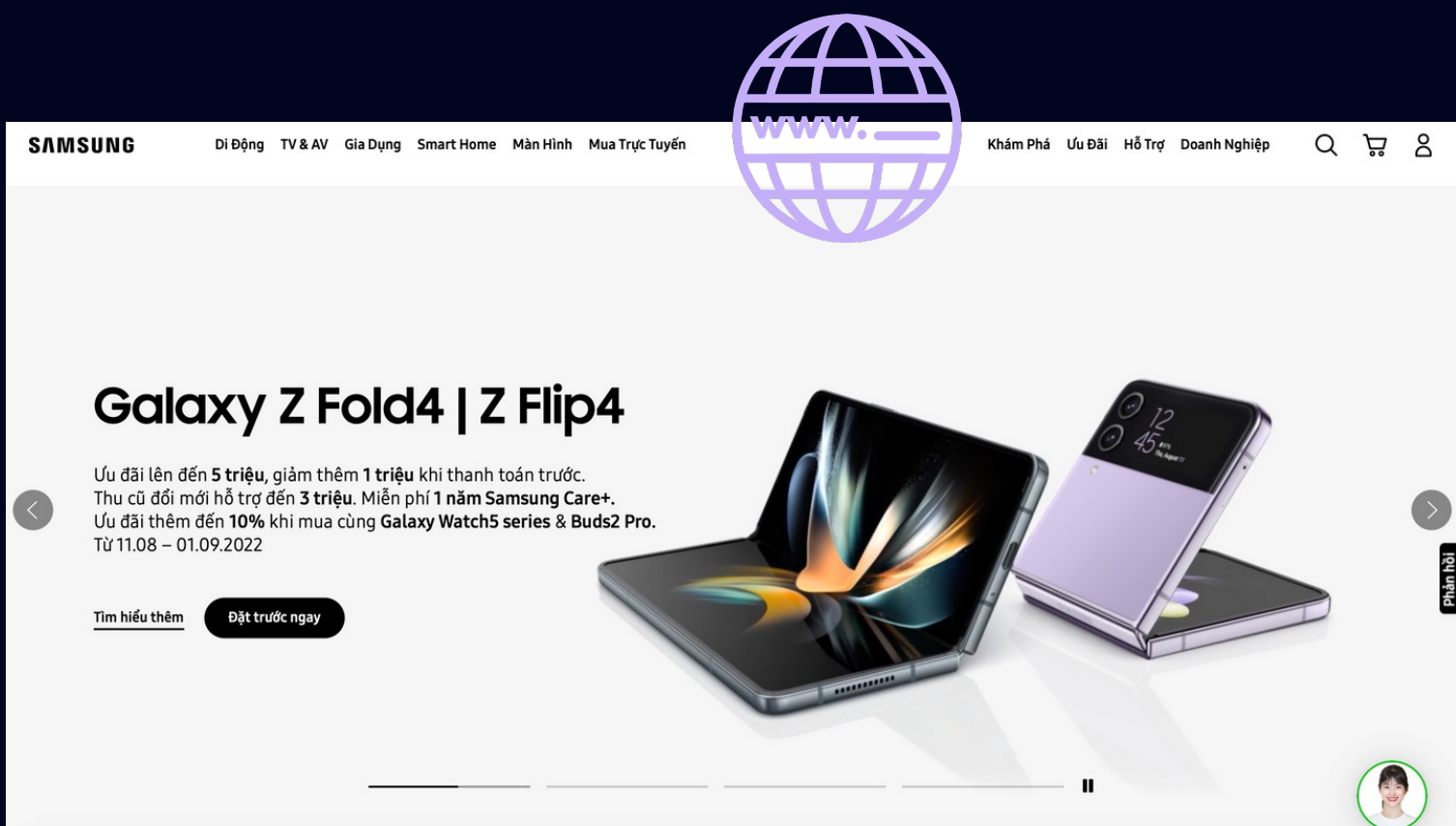
annguyen12897 tinh thần luôn cố

680 lượt xem
THÁNG 8 3

These are brand Instagram content collected for brand audit analysis

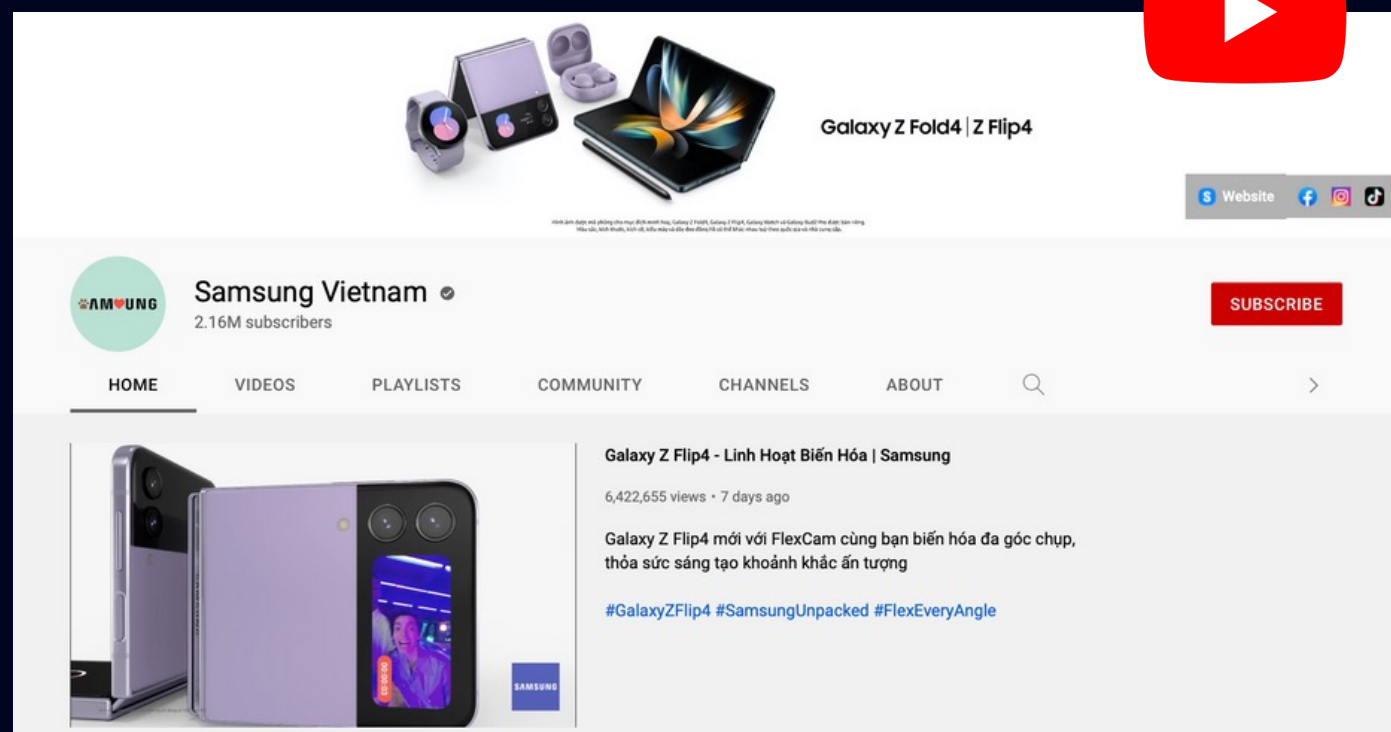
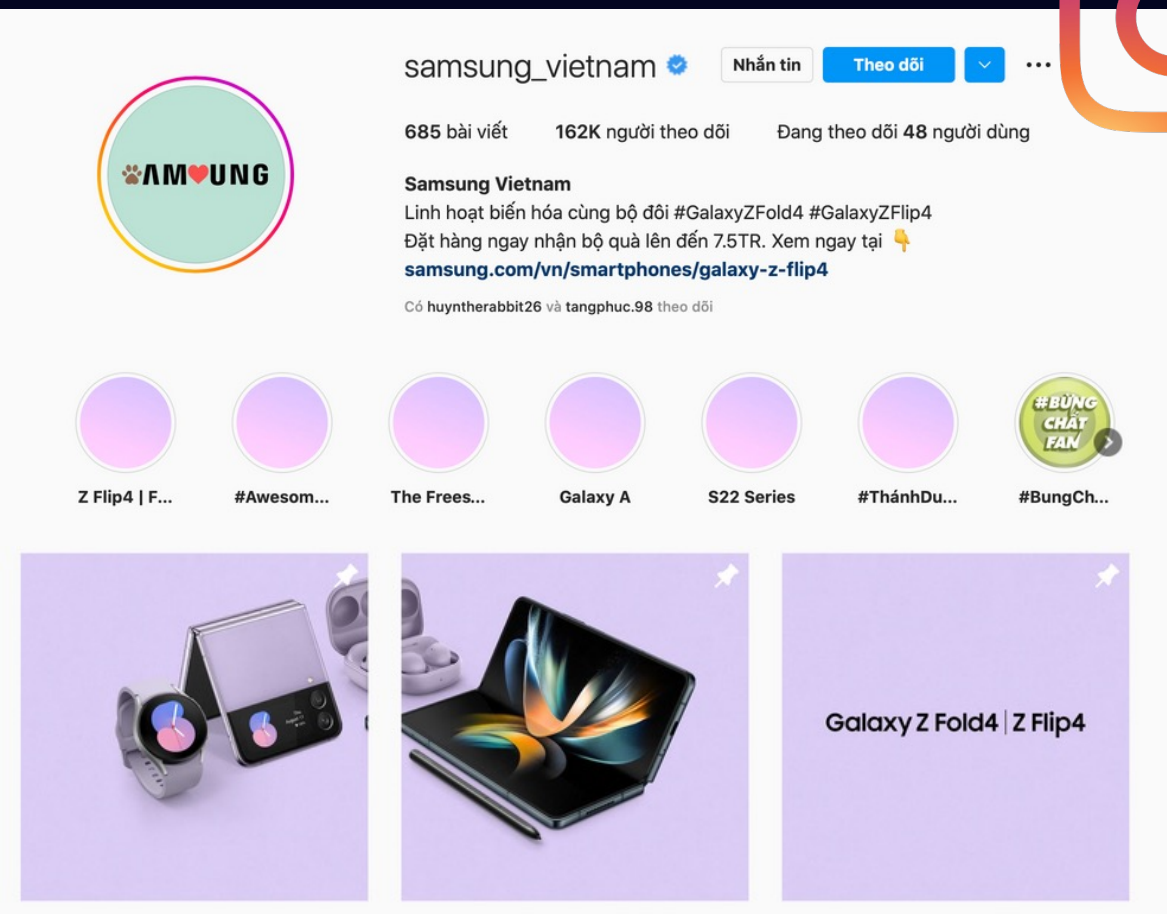


1. Brand Identity consistency

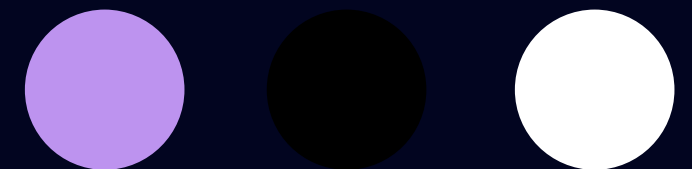


Three Samsung social media channels have directly linked access to the brand's official website.

SAMSUNG PRESENTATION



Brand Colour



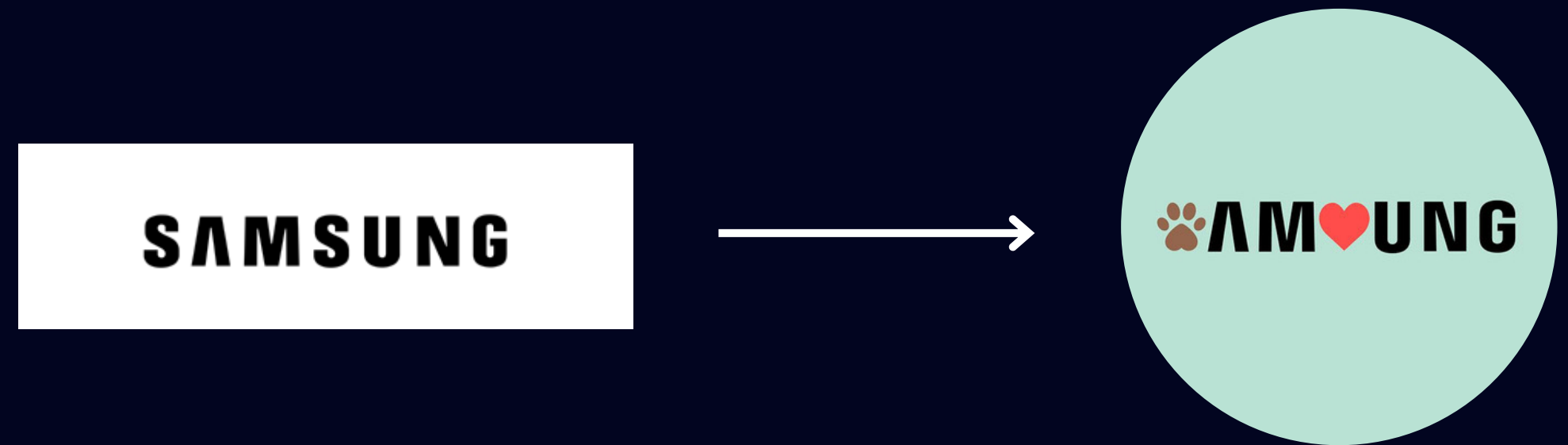
Consistence of color themes

- Attract customers to the content with new products, color significantly affects the attention of users (Seher et al 2012)
- Helps to highlight Samsung's professionalism and dedication to its consumers (Wocial et al 2014)

ACROSS CHANNEL VISUALIZE Logo/Avatar

The logo displayed on the website is different from the logo of social media channels -> Avatars of Samsung online channels are not consistent

Emphasize brand identity elements (colors, icons) to increase customer awareness about animal protection and love through social media channels because it is easy to reach and convey the message (Jamali and Khan 2018)



Samsung logo displayed on website

Fomal



Samsung logo displayed on 3 online channels. Changes to green, brown and red, showing care for pets

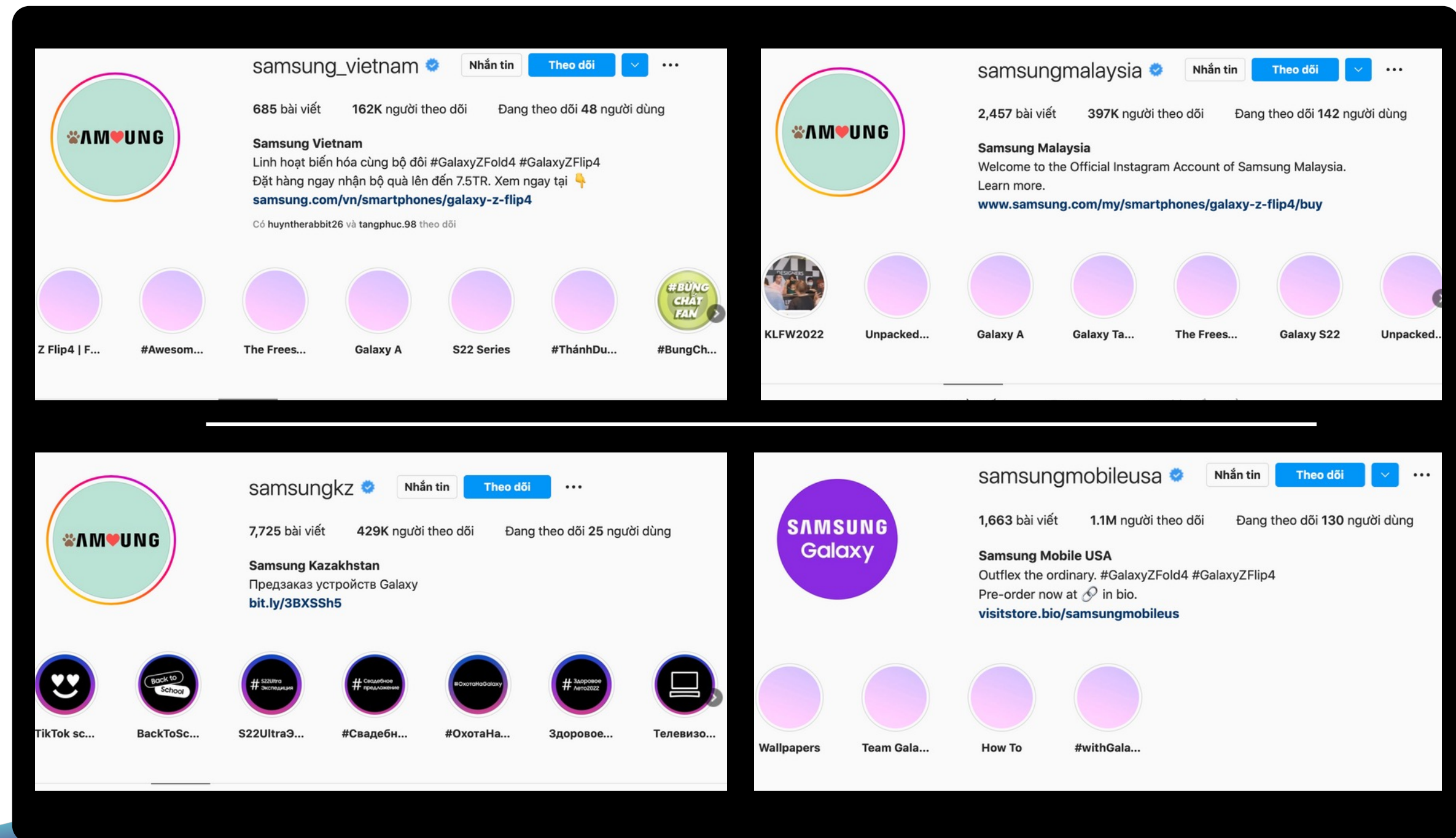
Flexible

INSTAGRAM

UNIFORM PRESENCE

Asian countries agree on changing the new logo while the USA and still keep the same logo when launching the previous phone.

Samsung is strong in developing in Asian countries (Haizar et al 2020) -> adapt quickly, changing avatars and conveying this message will grow stronger



WEBSITE

UNIFORM PRESENCE

SAMSUNG Di Động TV & AV Gia Dụng Smart Home Màn Hình Mua Trực Tuyến Khám Phá Ưu Đãi Hỗ Trợ Doanh Nghiệp

Galaxy Z Fold4 | Z Flip4

Ưu đãi lên đến 5 triệu, giảm thêm 1 triệu khi thanh toán trước.
Thu cũ đổi mới hỗ trợ đến 3 triệu. Miễn phí 1 năm Samsung Care+.
Ưu đãi thêm đến 10% khi mua cùng Galaxy Watch5 series & Buds2 Pro.
Từ 11.08 - 01.09.2022

Tim hiểu thêm **Đặt trước ngay**

PHẦN 103

SAMSUNG

Galaxy Z Fold4 | Z Flip4

The Newest Generation Foldable with Extended Assurance
2 Years¹ Warranty with Screen Coverage²
3 Protective Film Replacements
Pre-order now and enjoy benefits worth up to RM1,618

[Learn more](#) **Pre-order now**

There are global similarities between Samsung websites' content organization, colour palette (mainly purple white and black), logos, and fonts.

-> Samsung organized well global ecosystem

SAMSUNG Galaxy Z Fold4 Galaxy Z Flip4

Скидка по Trade-in и Galaxy Watch4 в подарок!

Galaxy Z Flip4

Trade-in

Хотите получить скидку до 507 000₽? Сдайте свой смартфон по программе "Trade-in"

Да, пожалуйста Скидка до 507 000₽ **Нет, спасибо**

SAMSUNG

Pre-order the new Galaxy Z Flip4

Get a memory upgrade on us,¹ a select cover on us² and up to \$900 enhanced trade-in credit. From \$99.99 with eligible trade-in.³

[Learn more](#) **Pre-order now**

CONTENT UNIFORM PRESENCE



(Youtube 1)

Other countries use images of influencers in their countries. Similarly, Vietnam uses Chau Bui - clearly showing the characteristics of Vietnamese young people



similarity in image and content - uniform



Content in Samsung Malaysia Facebook

thereby conveying the message that the brand wants to other countries

(Bengtsson, Bardhi and Venkatraman 2010)

ACROSS CHANNEL SYNERGY (PR)

#UNSTOPPABLE CAMPAIGN

Shared content throughout various platforms about individual initiatives -> foster synergy and encourage participation in several customers:

- Articles on websites give thorough information of the rules of participation.

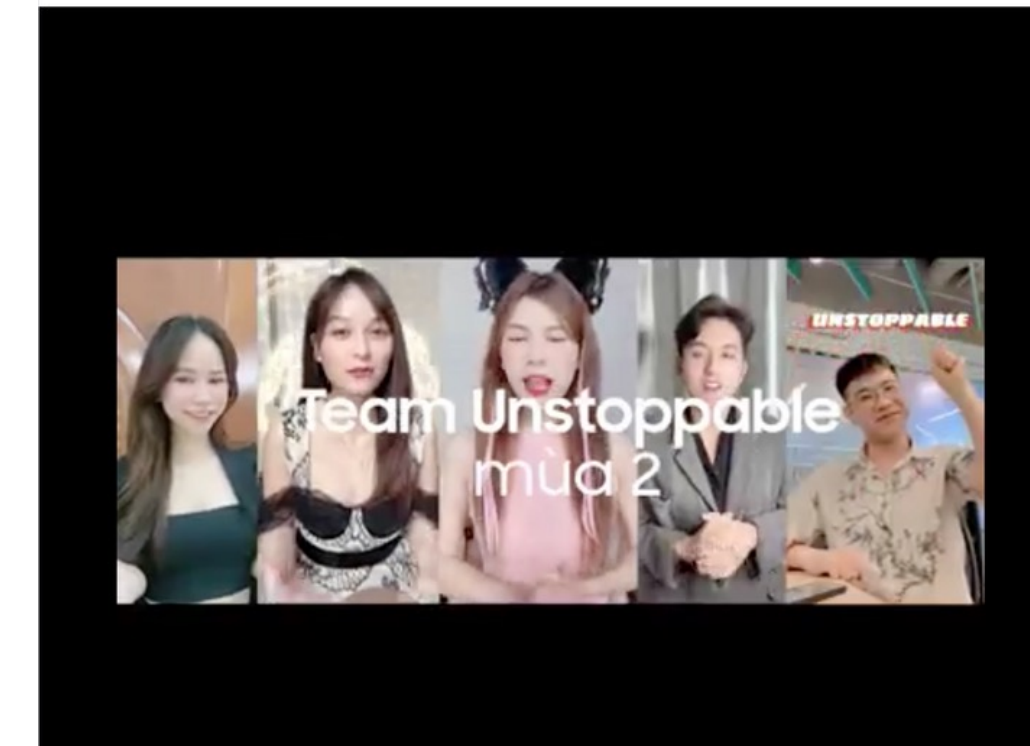
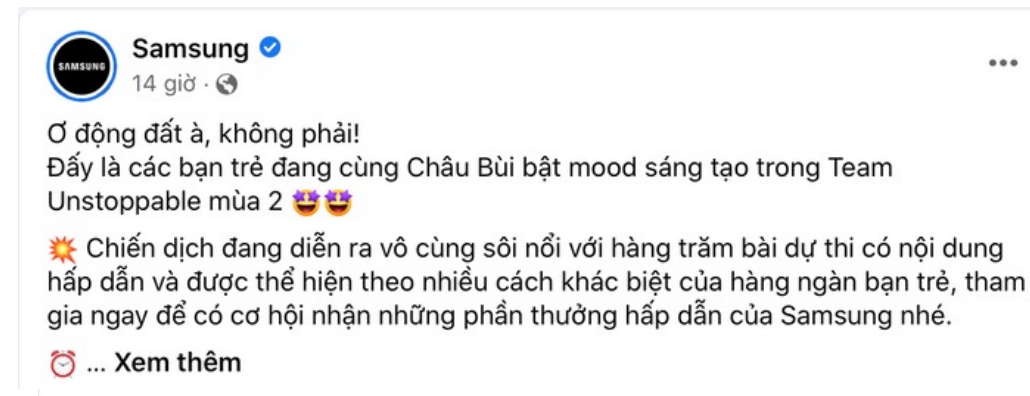
- Posts on Youtube Facebook and Instagram spark interest in the program and FB more with reward details.

=> Raising customer awareness, becoming more convincing, and gaining the trust of consumers (Seric, Ozretic and Skare 2020)



#TeamUnstoppable Ep 1 - Cùng Châu Bùi làm điều không thể | Samsung

(Youtube 2)



Samsung xin công bố thể lệ cuộc thi:

- Thể lệ:
- Bước 1: Chia sẻ câu chuyện của bản thân về hành trình trưởng thành và vượt qua những khó khăn, vượt qua khuôn mẫu và định kiến của xã hội, đương đầu với những khó khăn để đạt được thành công trong cuộc sống...
 - + Hình thức: Video trên nền tảng TikTok, Facebook, Instagram với độ dài tối thiểu 1 phút (sử dụng kho nhạc từ Reels).
 - + Nội dung bài đăng tối thiểu 10 từ cho nền tảng TikTok & Instagram và tối thiểu 50 từ trên nền tảng Facebook.
 - Bước 2: Đăng bài thử thách ở trang TikTok và đăng tải lại trên Facebook hoặc Instagram Reels cá nhân và để ở chế độ công khai và gắn thẻ @SamsungVietnam (đối với TikTok và Facebook) và @Samsung_vietnam (đối với Instagram) kèm hashtag #TeamUnstoppable #BondwithYoung #lamdieukhongthe #dambutphadamthanhcong
- Cơ cấu giải thưởng Team Unstoppable mùa 2:
Tổng trị giá giải thưởng lên đến 244.684.291 VND, trong đó:
- 1 Giải Tiềm Năng trị giá lên đến 89.232.327 VND
 - 1 Giải Bàn Linh trị giá lên đến 72.592.964 VND
 - 1 Giải Tỏa Sáng trị giá lên đến 21.469.600 VND
 - 1 Giải Ấn Tượng trị giá lên đến 21.469.600 VND
 - 8 Giải Tuần có tổng trị giá lên đến 39.916.800 VND
- Chi tiết tính điểm và thông tin khác xem tại đây: <https://bit.ly/3B9Wfk5Q>





2. Brand Tone of Voice

VOICE

WEBSITE

Target Audience

people from age 15 to 45 specifically trendy young people
have characteristics: dynamic, flexible, playful behavior, selfie, group photo
need: flexible features, innovative products

The website uses formal and informative tone voice with the words "**tuyệt vời**", "**chụp ảnh selfie**", "**bạn**" và "**mọi người**"



FLEXCAM

Biến hóa đa góc chụp

Giới thiệu FlexCam, trải nghiệm camera linh hoạt và hoàn toàn rảnh tay. Tận dụng các góc linh hoạt của điện thoại để ghi lại các bức ảnh nhóm, ảnh selfie và video từ những góc nhìn tuyệt vời với những chi tiết trung thực ấn tượng — ngay cả trong các ứng dụng mạng xã hội mà bạn hay dùng.[?]

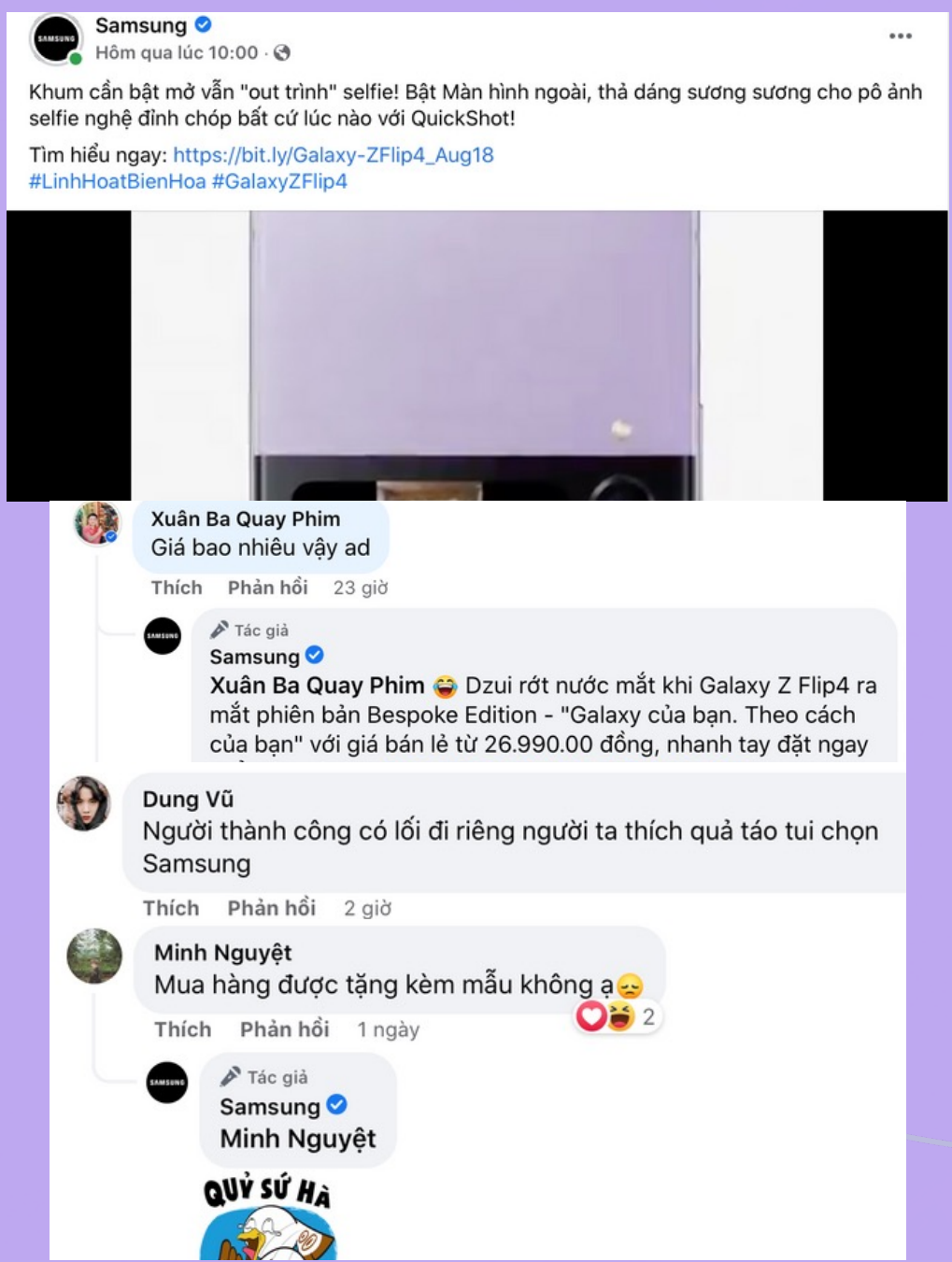
QUICK SHOT

Bước vào kỷ nguyên tự chụp chân dung của bạn

Chụp ảnh selfie bằng Camera sau và xem trước ở Màn hình ngoài. Tự kiểm tra từ xa bằng chế độ xem toàn màn hình hoặc nhấn để xem tỷ lệ ban đầu để đảm bảo mọi người đều trong khung hình. Và với các nâng cấp phần mềm mới, Quick Shot đã sẵn sàng cho nhiều hành động hơn nữa ở mọi góc độ trên điện thoại gặp với FlexCam.[?]

*Hình ảnh mô phỏng cho mục đích minh họa. Giao diện người dùng thực tế có thể khác.

SOCIAL MEDIA CHANNEL



Facebook is funny and friendly of tone from "out trình", "nghệ đỉnh chớp", "thả dáng sướt sướt".
Mistake in response

FACEBOOK

INSTAGRAM



Instagram has a funny, playful tone from "not the table", emoji 'shh'. Non-respond



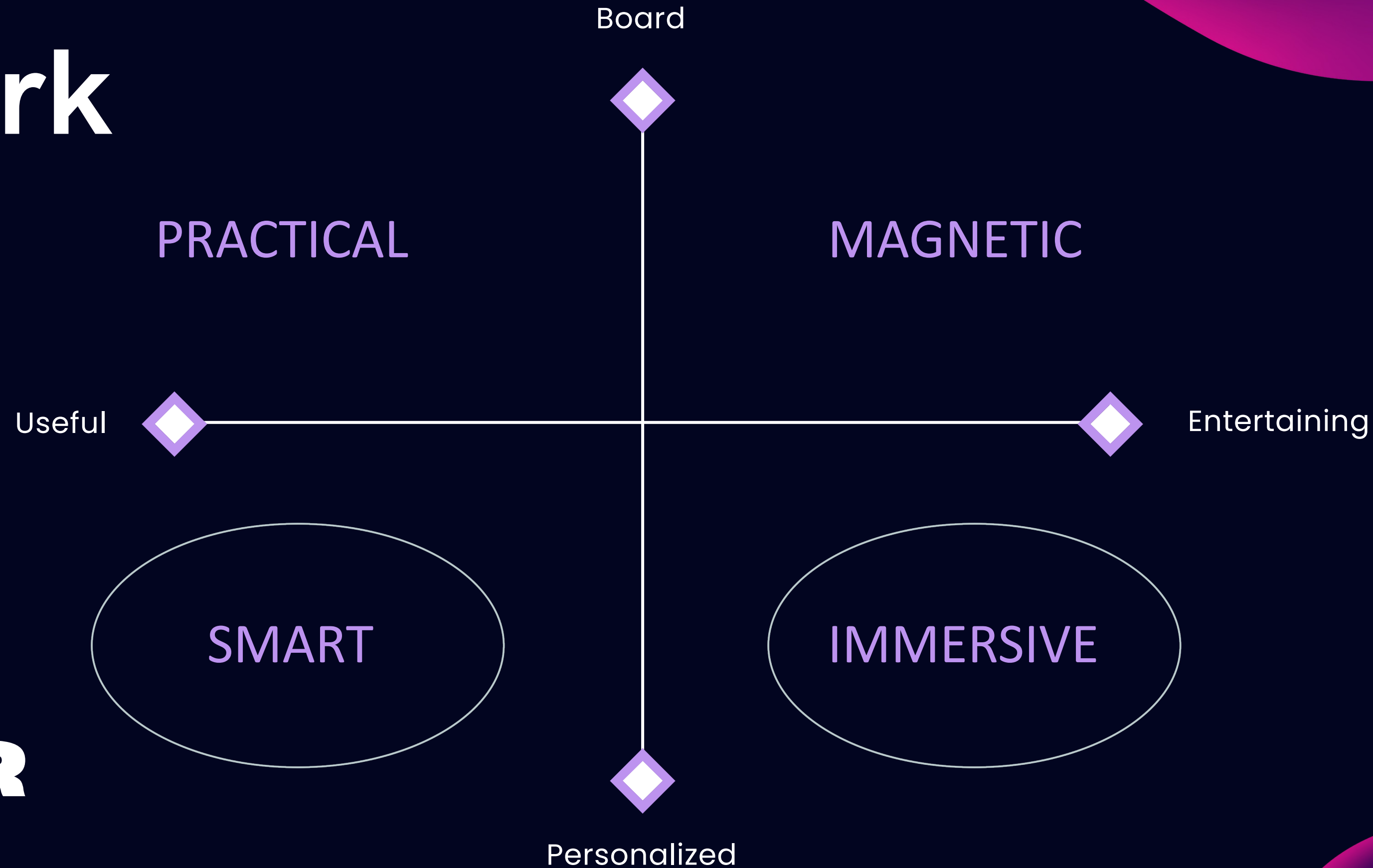
Youtube's tone is trendy and cheerful with "đụng hàng" (Youtube 3)

YOUTUBE

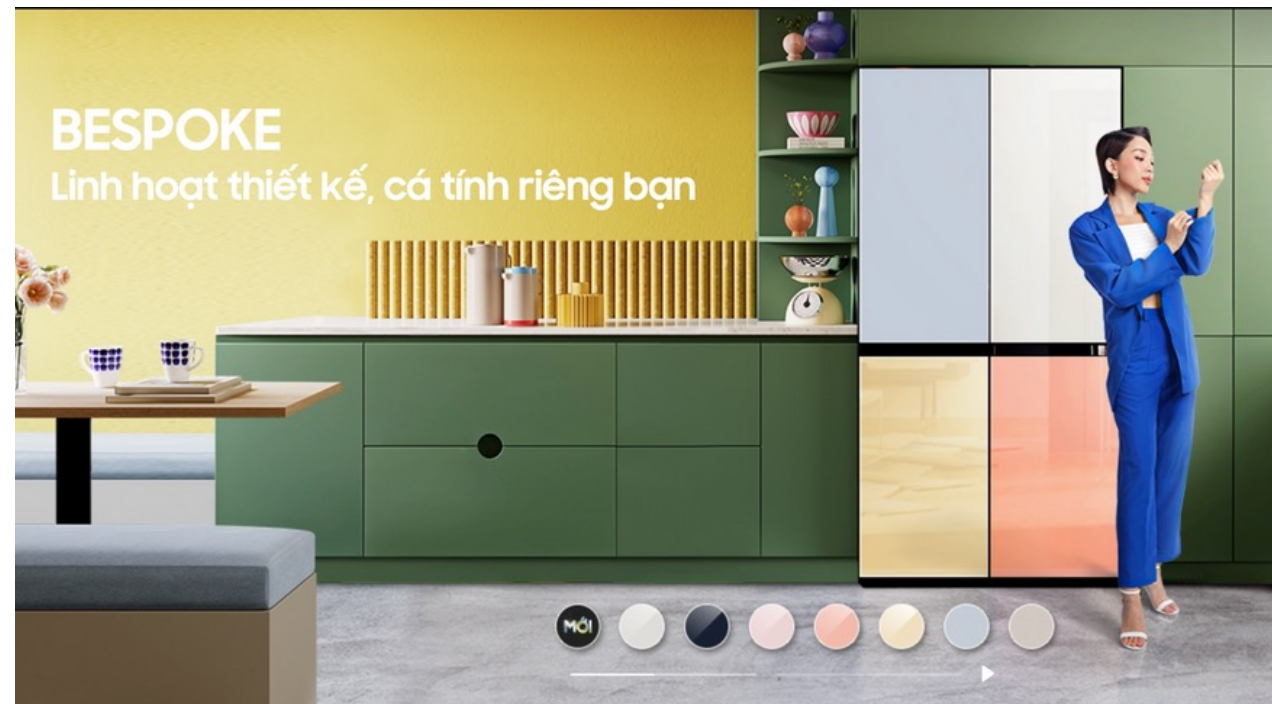
Consistency with social media channel but not with website

Why: Samsung is a top global technological brand (Samsung Research n.d) so keep the tone of voice professional in website, social media adjusted, alive to suit the target audience. Social media users are mostly Gen-Z and Millennials (Serbanescu 2022)

3. Brand Content Framework



MASTER
THEME



Purpose: Content of Samsung shows diversity and usefulness in home appliances. They change based on customer preferences or behavior, providing a more relevant and personalized experience that gives freedom to express your own personality:



BESPOKE, BE HOME | Gian bếp "nghệ thuật" của Hà Đỗ

(Youtube 4)



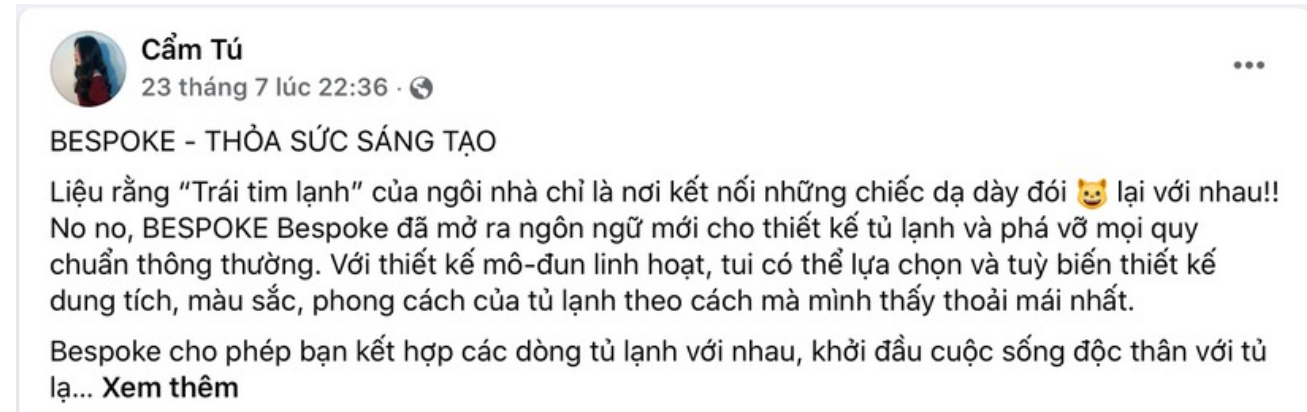
Bespoke's content is put in various graphic representations of different fonts and influencers to show different style. 39% of customers in Europe believe that their homes are a space for personal expression. (Samsung n.d)

Can be flexibly resized to suit the needs of use or movement

→ satisfy both

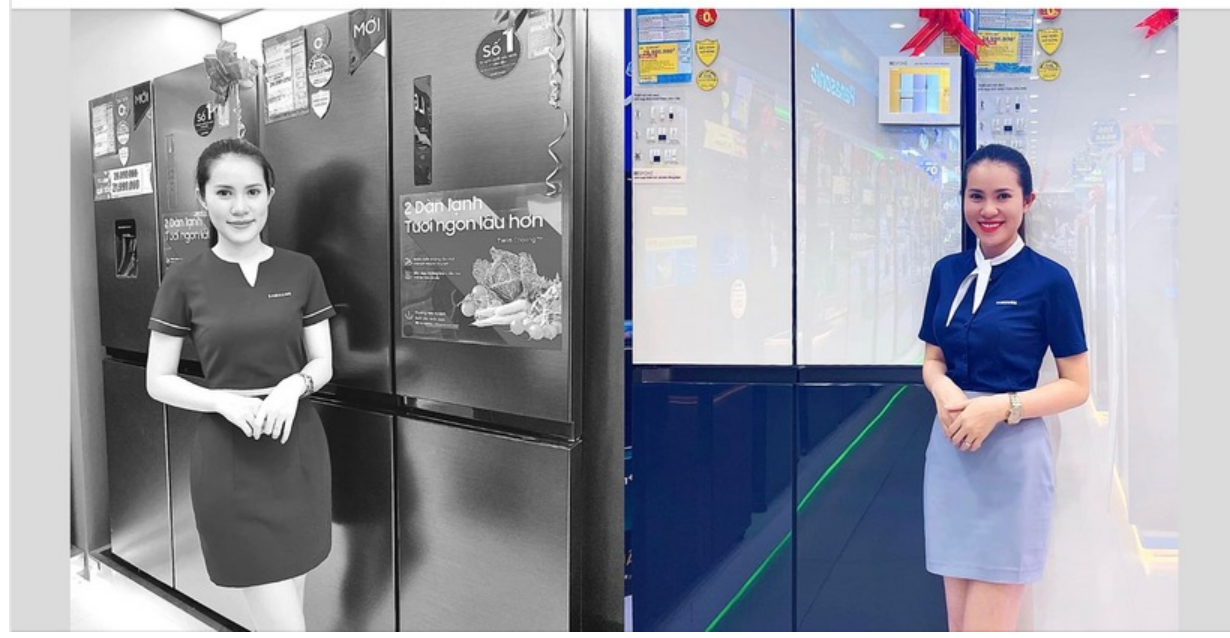
BRAND CONTENT FRAMEWORK SMART-BESPOKE





Hoài Mơ đã thêm một ảnh mới.
 29 tháng 7 lúc 15:54 · 🌐

Tủ lạnh Samsung đã thay đổi diện mạo như thế nào qua từng giai đoạn?
 Cùng là 1 phong cách thiết kế hiện đại, với Bespoke bạn có thể tự do phối các gam màu thời thượng tùy theo sở thích và cá tính riêng.
 Trong tổng 7 màu sắc của Bespoke, em Mơ thích nhất chiếc Mutidoor trắng phối xanh Navy. Chiếc tủ không chỉ đồng điệu với bộ đồng phục hằng ngày, mà nó còn giúp Mơ gợi lên nhiều ý tưởng sáng tạo trong cách dẫn dắt-tư vấn bán hàng:
 "Nếu nhà là nơi để về
 Thì bếp chính là nơi g... Xem thêm — với Momo Sun.



**Communication effect:
 Customers trust and
 accompany Besopke with
 many different personalities**

**BRAND
 CONTENT FRAMEWORK
 SMART**

Why: Customers' purchase intentions increase as a result of public relations content (Lou and Yuan 2019)
 => Satisfy customers' desire for variety in choice, boost engagement, and boost sales

BRAND CONTENT FRAMEWORK

IMMERSE-UNSTOPPABLE

Purpose: Samsung provides content experiences for its consumers' personalization and entertainment:

- Providing competition called "Unstoppable".
- Engage customers in brand activities by sharing personal experiences



Communication effect: Samsung is more than just a technology company, it offers experiences. Fostering enduring connections between brands and their customers

BRAND CONTENT FRAMEWORK IMMERSE

Lê Khánh Linh
7 tháng 8 lúc 00:17 · 🌐

Hành trình đi tìm con chưa bao giờ là dễ!!!
Người ta nói sinh con là thiên chức thiêng liêng của tất cả phụ nữ chúng ta, nhưng điều đó không có nghĩa là phụ nữ nào cũng có thể sinh con một cách dễ dàng. Nhưng vì con mẹ có thể làm tất cả, có thể kiên cường vượt qua những điều mà mẹ nghĩ là không thể.. đơn giản vì " Mẹ Yêu Con" [Samsung](#)
[#TeamUnstoppable](#) [#BondwithYoung](#) [#lamdieukhongthe](#) [#dambutphadamthanhcong](#).



nhacona • Theo dõi
FreshlyRC • SUNFLOWER (Beat)

nhacona Nếu như bạn không đứng lên để đi mà chỉ ngồi ngưỡng mộ thành công của người khác thì làm sao bạn biết được là mình có thể hay là không?
Đừng vì người khác nói bạn không làm được mà từ bỏ, tui làm được bạn làm được 😊 [#TeamUnstoppable](#) [#BondwithYoung](#) [#lamdieukhongthe](#) [#dambutphadamthanhcong](#) [#nhacona](#) [#reels](#)

1 tuần

31 lượt thích
THÁNG 8 7

Thêm bình luận... Đăng

Châu Tuky
14 tháng 8 lúc 18:18 · 🌐

Nhắc đến "Thành công", người ta nghĩ ngay đến mặt vật chất: Công việc, nhà cửa, xe cộ... Sắp sửa chạm mốc U30 mình chưa có thứ gì cao siêu như thế, nhưng định nghĩa thành công và con đường đạt được của mình lại khá khác biệt, xuất phát từ những thứ tưởng chừng đơn giản nhất. Cảm ơn [Samsung](#) đã cho mình cơ hội nhìn lại bản thân chặng đường vừa qua.
[#DoWhatYouCant](#) [#TeamUnstoppable](#) [#Bondwithyoung](#) [#lamdieukhongthe](#) [#dambutphadamthanhcong](#)



Why: Most audiences prefer rewarding and interactive content like commenting and sharing (Dolan at el 2016) -> Content engages audience by satisfying their needs

The background features several large, overlapping, organic shapes in shades of purple, magenta, and blue against a dark navy blue background. The shapes have a soft, blurred gradient effect, giving them a three-dimensional, ethereal appearance. One large circle is prominent on the right side, while other irregular shapes are scattered on the left and bottom edges.

4. Core Brand Positioning

- Professionalism
- Optimism
- Persistence
- -Values and personalities

- Recommended by influencers
- One of the Vietnamese phone market's leader with numerous retailer across country (Statista 2021)
- Successful technology and marketing innovations (folding phones)



4. BENEFITS

7. DISCRIMINATOR

Delivering a great experience from outstanding features and flexible angles (Samsung n.d)

- Having reliable service and product
- Offer the newest and most creative products
- Community responsibility

3. INSIGHT

Seek for innovative, high-quality and innovative design and feature solutions (Blázquez 2014) that represent style, positioning, and technology experience.

• COMPETITIVE ENVIRONMENT

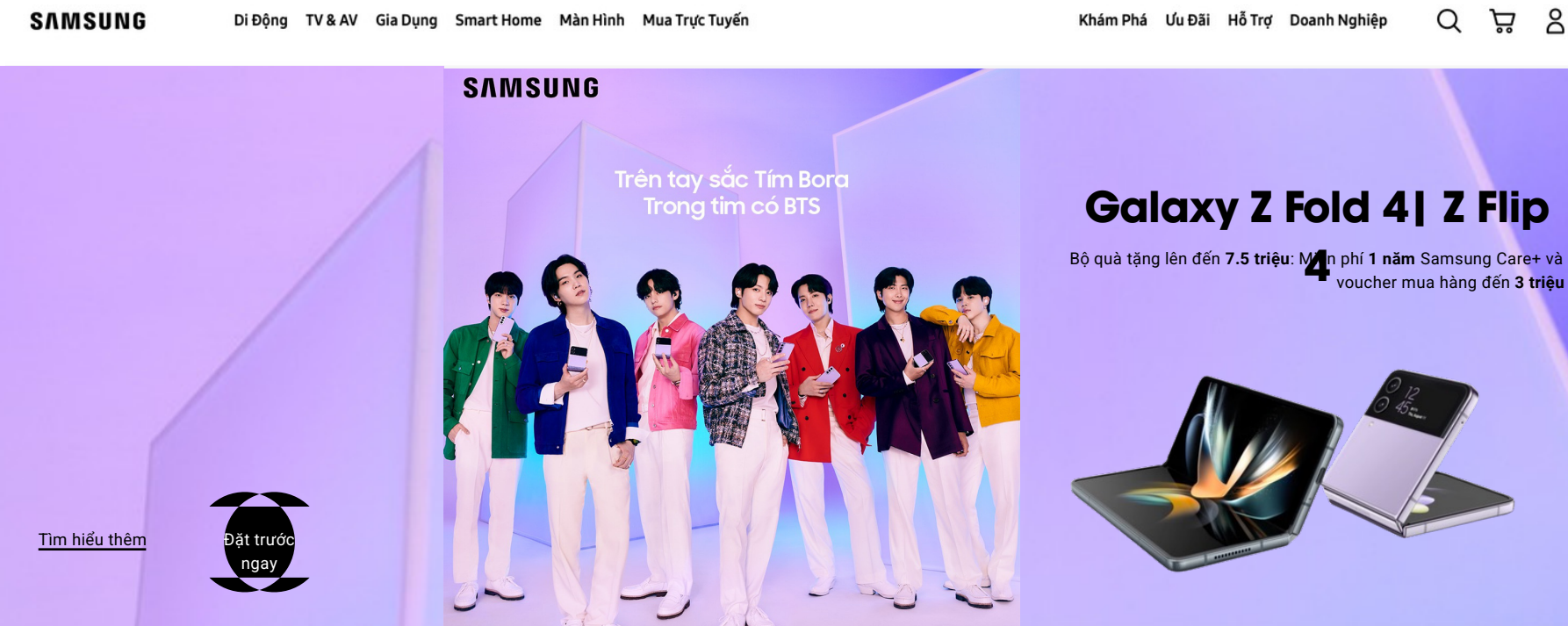
2. TARGET

The electronics and home appliances industries became competitive due to increased social demand (Firth et al 2008).
Three direct competitors are LG, Sony and Apple

Adults have ages 26-50, moderate - high income, able to buy smartphone products, seeking convenient solutions, frequently using social networks (Chow et al 2012)



5. Recommendations



RECOMMENDATION 1

Content consistency of the website and other online channels



How: Design image for website banner based on BTS's public relation on social media channel

Why: The banner of the website affects the customer's first impression (Karimov, Brengman and Van 2011), in which **the written content** and **the site's main image** account for an important proportion (Brooke 2012).



Ninh Duong Lan Ngoc in Yamaha website (Yamaha n.d)

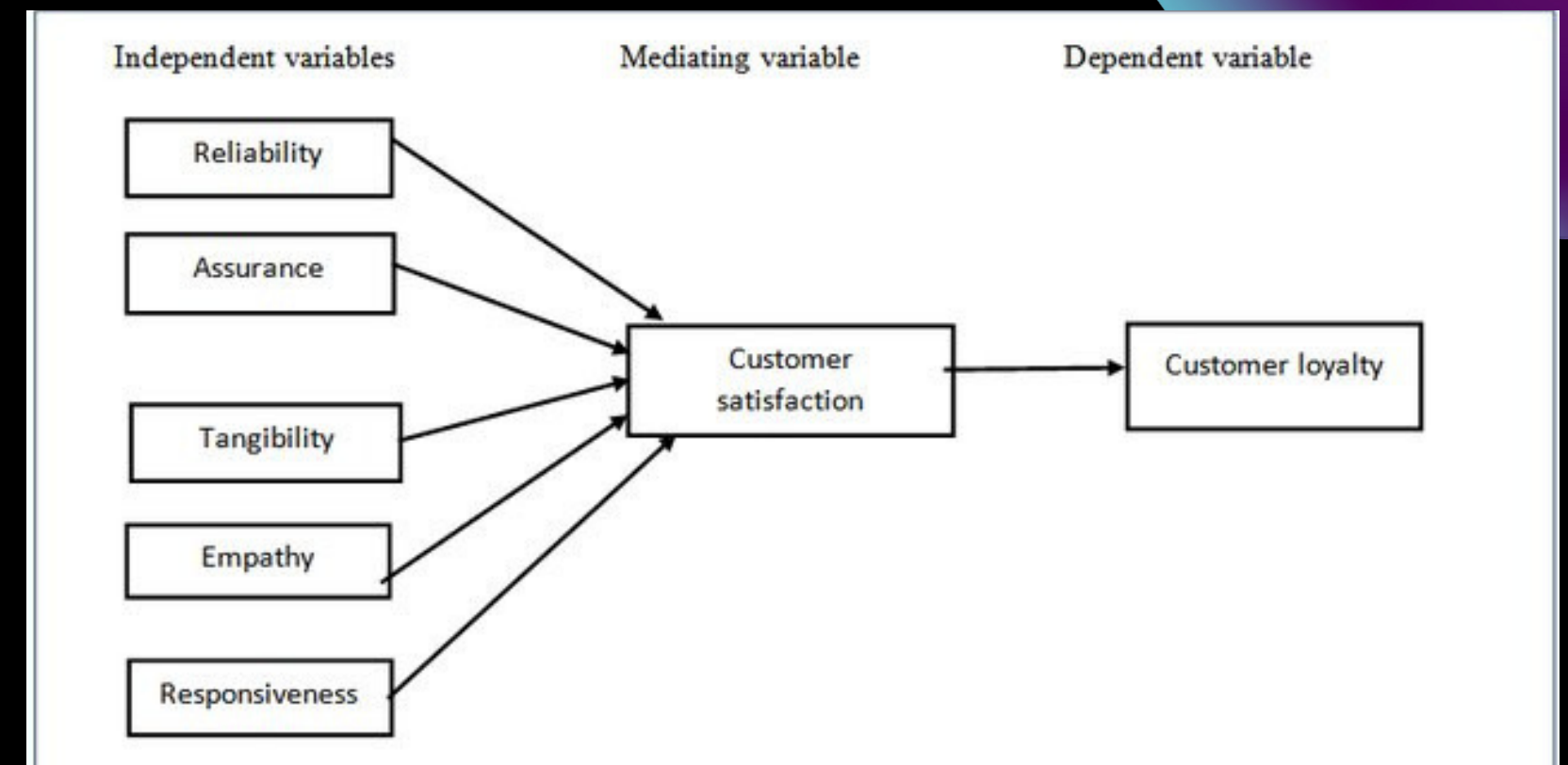
RECOMMENDATION 2

Tone of voice

How: Focus on responding on Facebook and Instagram, use the right words and tone of voice for the right audience

Why:

- Responsiveness of brand increases customer experience -> increasing customer satisfaction -> increase customer loyalty (Kobbekaduwa 2019)
- Increase customer engagement for social media (Emplifi n.d)



Framework: Impact of Service Quality on Customer Loyalty (Kobbekaduwa 2019)

NqOc HƯng
Vì sao ko sdung phím AC?
Thích Phản hồi 3 tuần

Tác giả
Panasonic Vietnam ✓
NqOc HƯng ạ. Phím AC chỉ dùng cho anh em kỹ thuật viên của các trung tâm bảo hành thao tác khi cần kiểm tra sản phẩm thôi ạ. Kỹ thuật viên sẽ được hãng hướng dẫn các thao tác cần thiết.
Thích Phản hồi 2 tuần

NqOc HƯng
Panasonic Vietnam mình mới vệ sinh được 3 tháng đã thấy gió thổi từ dàn lạnh bí ko mát rồi. Gió thổi nghe rất khó chịu, đặc trưng bên hãng mình àh?
Thích Phản hồi 2 tuần

Respond of Panasonic increase engagement with new comment



6. References

Bengtsson A, Bardhi F and Venkatraman M (2010) 'How global brands travel with consumers: An examination of the relationship between brand consistency and meaning across national boundaries', *International Marketing Review*.

Blázquez M (2014) 'Fashion shopping in multichannel retail: The role of technology in enhancing the customer experience', *International Journal of Electronic Commerce*, 18(4):97-116.

Brooke C (2012) 'The Power of a First Impression', *Business 2 Community*, access 20 August 2022, <https://www.business2community.com/infographics/the-power-of-a-first-impression-0260595>

Chow M M, Chen L H, Yeow J A and Wong P W (2012) 'Conceptual paper: Factors affecting the demand of smartphone among young adult', *International Journal of Social Science*, Researchgate, 2(2):44-49.

Dolan R, Conduit J, Fahy J and Goodman S (2016), 'Social media engagement behaviour: a uses and gratifications perspective', *Journal of strategic marketing*, 24(3-4):261-277.

Emplifi (n.d) '7 proven tactics to boost your customer engagement on social media', Emplifi, access 20 August 2022, <https://emplifi.io/resources/blog/engaging-customers-through-social-media>

Firth S, Lomas K, Wright A and Wall R (2008) 'Identifying trends in the use of domestic appliances from household electricity consumption measurements', *Energy and buildings*, 40(5):926-936.

Haizar N F B M, Kee D M H, Chong L M and Chong J H (2020) 'The impact of innovation strategy on organizational success: A study of Samsung', *Asia Pacific Journal of Management and Education*, 3(2):93-104

Jamali M and Khan R (2018) 'The impact of consumer interaction on social media on brand awareness and purchase intention! Case study of Samsung', *Journal of Marketing*, 114.

Karimov F P, Brengman M and Van H L (2011) 'The effect of website design dimensions on initial trust: A synthesis of the empirical literature', *Journal of Electronic Commerce Research*, 12(4).

Kobbekaduwa D D B, Wickramasinghe, W N S, Aththanayake, V T S and Kuruppu C L (2019) 'A Study on the Impact of Service Quality on Customer Loyalty A case of Sri Lankan Supermarkets', *Journal of Business and Management*, 21(10):14-24,

Kobbekaduwa, D.D.B., Wickramasinghe, W.N.S., Aththanayake, V.T.S. and Kuruppu, C.L., A Study on the Impact of Service Quality on Customer Loyalty A case of Sri Lankan Supermarkets.

Lou C and Yuan S (2019) 'Influencer marketing: how message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media', *Journal of Interactive Advertising*, 19(1):58-73.

Samsung (n.d) 'Samsung Viet Nam, website, access 19 August 2022, <https://www.samsung.com/vn/>

Samsung n.d, Kỹ nguyên gia dụng mang phong cách riêng, khởi đầu từ BESPOKE, Samsung, access 20 August 2022, <https://www.samsung.com/vn/explore/brand/the-era-of-home-appliances-has-its-own-style-starting-with-bespoke/>

Samsung Research (n.d), Who we are, Samsung Research, access 19 August 2022, <https://research.samsung.com/whoweare>

Seher T, Arshad M, Ellahi S and Shahid M (2012) ' Impact of colors on advertisement and packaging on buying behavior', *Management Science Letters*, 2(6):2085-2096.

Serbanescu A (2022) ' Millennials and the Gen Z in the Era of Social Media', *Social Media, Technology, and New Generations: Digital Millennial Generation and Generation Z*.

Seric M, Ozretic D Đ and Skare V (2020) 'How can perceived consistency in marketing communications influence customer-brand relationship outcomes', *European Management Journal*, 38(2):335-343.

Statista (2021) 'Market share of leading mobile vendors across Vietnam as in 2021', Statista, access 19 August 2022, <https://www.statista.com/statistics/938813/vietnam-market-share-of-leading-mobile-brands/>

Wocial L D, Sego K, Rager C, Laubersheimer S and Everett L Q (2014) 'Image is more than a uniform', *The Journal of Nursing Administration*, 44(5):298-302.

Yamaha (n.d) 'Yamaha Viet Nam, website, access 19 August 2022, <https://yamaha-motor.com.vn>

Youtube 1, 'Gặp gỡ #TeamUnstoppable & chia sẻ câu chuyện đầy cảm hứng của bạn!', Samsung Vietnam, access 20 August 2022. https://www.youtube.com/watch?v=EHAkuE_I2ZU

Youtube 2, '#TeamUnstoppable Ep 1 - Cùng Châu Bùi làm điều không thể', Samsung Vietnam, access 20 August 2022. <https://www.youtube.com/watch?v=bSUwD8mIWMy&t=1s>

Youtube 3, 'Galaxy Z Fold4 | Z Flip4: Mở ra kỷ nguyên linh hoạt biến hoá', Samsung Vietnam, access 21 August 2022. <https://www.youtube.com/watch?v=Czy9kAV6i4Y&t=53s>

Youtube 4, 'BESPOKE, BE HOME | Gian bếp "nghệ thuật" của Hà Đố', Samsung Vietnam, access 21 August 2022. <https://www.youtube.com/watch?v=NETmGRYB98Q&t=10s>

THANK YOU

