

1<sup>st</sup> Conference on / Hội Thảo Đầu Tiên về:

# Vietnam Youth Marketing Tiếp Thị Đến Giới Trẻ Việt Nam

Innovative Ideas & Proven Strategies in Connecting with the 8x & 9x Generations

Những Ý Tưởng Sáng Tạo và các Chiến Lược đã được Khẳng Định trong việc Kết Nối với Thế Hệ 8x và 9x

Save  
Triết kiệm  
USD100  
If you pay by 7 Oct 09  
Khi trả lệ phí trước 07/10/2009  
Additional 10% Discount for Groups of 3 or more  
Ưu đãi giảm lệ phí 10% khi đăng ký theo nhóm từ 3 trở lên

12 – 13 November 2009, InterContinental Asiana Saigon, Ho Chi Minh City, Vietnam  
12 – 13 Tháng 11, 2009, InterContinental Asiana Saigon, Thành Phố Hồ Chí Minh, Việt Nam



Power Packed with Case Studies of and Insights from:  
Tóm Lược bằng những Bài Học Thành Công Điển Hình và Hiểu Biết Sâu Sắc của :



## 2 Live Panels! 2 Buổi Tọa Đàm Trực Tiếp!

**Traditional Channels Versus New Media**  
Debate on the most effective channels to reach youth for your brand

**Everything You Need to Know About Youth**  
Hear from 8x and 9x-ers on what makes them tick and what switches them off

**Các Kênh Truyền Thống so với các Phương Tiện Truyền Thông Mới**

Thảo luận về các kênh tiếp cận giới trẻ hiệu quả nhất dành cho thương hiệu của bạn

**Tất Cả những Điều Bạn Cần Biết về Giới Trẻ**

Lắng nghe thế hệ 8x và 9x nói về những điều khiến họ quan tâm và không quan tâm

|   |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
| <b>Organiser:</b><br>Tổ Chức:<br><br><a href="http://www.conferences.com.sg">www.conferences.com.sg</a> | <b>Co-organiser:</b><br>Đơn Vị Đồng Tổ Chức:<br><br>a member of VIETLEVER GROUP | <b>Platinum Sponsor:</b><br>Tài Trợ Bạch Kim:<br> | <b>Official Venue:</b><br>Địa Điểm Chính Thức:<br> | <b>Endorsers / Nhà Bảo Trợ:</b><br><br><br><br><br><br><br> |
|---|---|---|--|---|

|   |   |   |
|---|---|---|
| <b>Digital Media Partners / Đối Tác Truyền Thông Kỹ Thuật Số:</b><br><br><a href="http://www.one2one.vn">www.one2one.vn</a> | <b>Strategic Partners / Đối Tác Chiến Lược:</b><br><br><br><br><br><br><br> | <b>Media Partners / Đối Tác Truyền Thông:</b><br><br><br><br><br><br><br><br><br><br><br><br><br><br> |
|---|---|---|

# Inject Zest in Your Marketing Campaign & Forge a Credible Relationship with Youth



**Internet Savvy. Rebellious. Cool. Open-minded.** Meet today's Vietnamese youths who are growing up with their own set of ideals and beliefs. The 8x and 9x generations have different lifestyles, interests and needs, which makes it even more difficult to create youth buy-in. Hence there is a crucial need for marketers to understand the psyche of the various youth segments and tap on the right channels to create the spark and connection with this new digital-age generations.

**Can you keep up with the fast-changing tastes of youth and stay ahead of the game?  
How can you rejuvenate your brand and turn it into YOUTH ICON?  
Do you know which strategies work best for your company to engage youth?**

This 2-day **"Vietnam Youth Marketing"** conference packs a punch with case studies from leading youth brands such as **Pepsi, Kotex Style, Dutch Lady, Aquafina, Megastar, Coca Cola, Lacvert Essance, Nescafe 3-in-1, Close Up and more** on how they have successfully cut through the clutter and struck a chord with the young consumers. Rev up your youth marketing quotient by translating these insights into actionable strategies for your company.

Hear seasoned marketing experts **debate over the effectiveness of traditional versus new media channels to connect with youth.** This is also your chance to **hear from the 8x and 9x-ers** on what resonates with them and what switches them off. Gain exclusive insights into their daily lives and online persona and tailor your strategies to hit on the right touch points.

**Seize This Opportunity to Learn How You Can Win the Hearts of Vietnamese Youth!**

**"I dare to challenge myself. I fear no risk!" - 8X**

**"I don't need permission. I make my own decision, that's my prerogative. It's the way I want to live, you can't tell me what to do!" - 9X**

**Who Should Attend: CEOs, Vice-Presidents, Directors, Managers and Heads of Marketing, Business Development, Sales, Branding, PR, Communications, Advertising and Promotions, AND/OR Agency Personnel who target at or have a keen interest in reaching out to youths.**

# Thổi Luồng Khí Mới vào Chiến Dịch Tiếp Thị của Bạn & Tạo Dựng Mối Quan Hệ Tin Cậy với Giới Trẻ



**Sành Internet. Phá Cách. Cool. Thoáng.** Hãy gặp gỡ thế hệ trẻ Việt Nam hôm nay, những người đang trưởng thành bằng chính lý tưởng và niềm tin của mình. Thế hệ 8x và 9x có phong cách sống, sở thích và nhu cầu khác nhau, điều này gây khó khăn cho việc kích thích tiêu dùng của giới trẻ. Vì thế, có một nhu cầu tối quan trọng đối với các nhà tiếp thị là phải hiểu được tâm lý của những bộ phận thanh niên khác nhau và sử dụng các kênh phù hợp để khuấy động và kết nối với thế hệ lớn lên trong thế giới số này.

**Bạn có thể theo kịp sự thay đổi chóng mặt của giới trẻ và làm chủ cuộc chơi không?  
Bạn có thể làm mới thương hiệu của mình và biến nó thành BIỂU TƯỢNG CỦA GIỚI TRẺ như thế nào?  
Bạn có biết chiến lược nào tốt nhất để gắn kết công ty bạn với giới trẻ không?**

Cuộc hội thảo hai ngày **"Tiếp Thị đến Giới Trẻ Việt Nam"** xoay quanh các bài học thành công điển hình từ các thương hiệu trẻ hàng đầu như **Pepsi, Kotex Style, Dutch Lady, Aquafina, Megastar, Coca Cola, Lacvert Essance, Nescafe 3-in-1, Close Up và một số thương hiệu khác** sẽ cho thấy cách để nổi bật giữa vô vàn đối thủ và đánh đúng tâm lý những người tiêu dùng trẻ tuổi. Hãy nâng cao chỉ số marketing bằng cách chuyển những hiểu biết này thành các chiến lược khả thi cho công ty bạn.

Lắng nghe các chuyên gia tiếp thị dày dặn kinh nghiệm **nói về tính hiệu quả của các kênh truyền thông truyền thống so với các kênh truyền thông mới** trong việc kết nối với giới trẻ. Đây cũng là cơ hội giúp bạn **lắng nghe thế hệ 8x và 9x** nói về những điều khiến họ quan tâm và không quan tâm. Thu thập những hiểu biết độc nhất về cuộc sống hàng ngày và tính cách trực tuyến của giới trẻ và điều chỉnh chiến lược của bạn để tiếp cận giới trẻ một cách phù hợp nhất.

**Hãy Nắm Bắt Cơ Hội này để Học Cách Chiếm Lấy Trái Tim của Giới Trẻ Việt Nam!**

**"Tôi dám thử thách bản thân. Tôi không sợ phải liều lĩnh!" - 8X**

**"Tôi không cần được cho phép. Tôi tự quyết định, đó là đặc quyền của tôi. Đó là cách mà tôi muốn sống, không ai có thể bảo tôi phải làm gì cả!" - 9X**

**Những ai nên tham gia: Các Giám Đốc Điều Hành, Phó Chủ Tịch, Giám Đốc, Nhà Quản Lý và Phụ Trách bộ phận Tiếp Thị, Phát Triển Kinh Doanh, Bán Hàng, Thương Hiệu, Quan Hệ Công Chúng, Truyền Thông, Quảng Cáo và Khuyến Mãi, VÀ/HOẶC Tổ Chức Trung Gian hướng tới hoặc quan tâm đến việc tiếp cận giới trẻ.**

## PROGRAMME HIGHLIGHTS:

- In-depth understanding of **Vietnamese youth touch points**
- Key differences between **8x and 9x generation**
- Opportunities and challenges in Vietnam's **digital marketing landscape**
- Cost-effective strategies to connect with youth through **new media platforms**
- Bringing your brand to life with **experiential, guerrilla and celebrity marketing** strategies
- Best practice guidelines for implementation and the challenges in **mobile marketing**
- Building prestige and broad based appeal with **event marketing**
- Creating **buzz campaigns** that reach youth innovatively
- Adopting a **360-degree brand communications** campaign and how to sustain its success
- **What's in and what's not:** Brands that youth like and why
- **Network and gain insights** with marketing peers and industry experts
- Take home practical tips from the **movers and shakers** of Vietnam's youth marketing experts

## TÓM TẮT CHƯƠNG TRÌNH:

- Hiểu biết sâu sắc về những **điểm tiếp cận đến giới trẻ Việt Nam**
- Những khác biệt cơ bản giữa **thế hệ 8x và 9x**
- Những thách thức và cơ hội trong bối cảnh **tiếp thị kỹ thuật số** tại Việt Nam
- Các chiến lược tiết kiệm chi phí để kết nối với giới trẻ thông qua các **phương thức truyền thông mới**
- Đưa thương hiệu của bạn vào cuộc sống bằng các chiến lược **tiếp thị trải nghiệm, kiểu du kích và dựa trên những người nổi tiếng**
- Những cách triển khai tốt nhất và thách thức trong **tiếp thị trên điện thoại di động**
- Xây dựng uy tín và sức hấp dẫn rộng lớn qua **tiếp thị sự kiện**
- Tạo **chiến dịch tin đồn** để tiếp cận giới trẻ một cách sáng tạo
- Thiết lập **chiến dịch truyền thông thương hiệu 360 độ** và cách duy trì thành công
- **Nên và không nên:** Những thương hiệu giới trẻ yêu thích và tại sao
- **Trao đổi và thu thập thông tin** từ các chuyên gia tiếp thị và chuyên viên trong ngành
- Thu thập những bí quyết thiết thực từ **những người tiên phong và có ảnh hưởng** trong giới chuyên gia tiếp thị đến giới trẻ của Việt Nam

## Platinum Sponsor



Zing is a product of Vinagame. A leading provider of online convenience services for the Vietnamese community, Zing brings about a new Internet era of creativity and inspiration to Vietnam. Zing was born to bring smiles and comfort to customers. Zing provides a number of guaranteed first-class services such as an entertainment portal, casual online games, an integrated complex of social network, music search engine etc., all of which reflect Zing's ambition to raise Vietnam's online community services to new heights.

Zing's entertainment portal at [www.zing.vn](http://www.zing.vn) is an easy-to-use online profile management gateway that functions in just one click of mouse. Zing's MP3 online music search engine is equipped with cutting-edge search system in which e-robots criss-cross the internet, collecting links of music content and displaying them on ZingMP3. Zing helps companies to access Vietnamese youth audiences. Zing also provides strategy consulting services for developing different specialised media to meet clients' objectives. The media that Zing provides at [www.ads.zing.vn](http://www.ads.zing.vn) complete the needs of clients' online campaigns.

## Be a Sponsor Now!

Secure and grow your organisation's market leadership positioning by becoming one of our prestigious corporate sponsors. Our **Vietnam Youth Marketing Conference** presents your organisation the unique opportunity to showcase your company's capabilities, innovations, technology solutions platforms, products and services. Capture the interests and influence the decisions of key industry players through various sponsorship options:

Speaking Sessions ~ Luncheon ~ Exhibition Space ~ Promotional Materials ~ Customised Packages

To learn more about Sponsorship & Exhibition opportunities, please contact  
(Ms) **Keng Yik Hong** at (65) 6372 2316 / email [yikhong@conferences.com.sg](mailto:yikhong@conferences.com.sg) OR  
(Ms) **Lam Tuong Vi** at (84 8) 3990 3335 (ext:24) / email [vi.lam@focusmedia-vn.com](mailto:vi.lam@focusmedia-vn.com)

## Organiser



### Pacific Conferences

Pacific Conferences specialises in organising business conferences aimed at providing interactive, insightful information and analysis about issues facing businesses in Asia-Pacific. Our conferences are case-study driven and are designed for senior level executives who are genuinely interested in gaining specialised market information that are not easily accessible to the public. Our past speakers and client portfolio include leaders from various industries in both local and foreign markets as well as from Fortune 500 companies.

Over the years, Pacific Conferences has organised more than 150 conferences within the region covering Singapore, Malaysia, Hong Kong, China, Thailand and lately Vietnam. For more upcoming events, please visit [www.conferences.com.sg](http://www.conferences.com.sg)

## Co-Organiser



### Focus Media

a member of VIETLEVER GROUP

Focus Media – VietLever Group, is one of the most reliable & professional event agencies in Vietnam. We provide below the line services as a one-stop-shop on an international quality level. Our team is a trusted consultant for leading enterprises such as: Samsung Electronics, Roche Diagnostics, FPT, Vietnam Airlines, Lufthansa Airlines, Singapore Tourism Board, Great Eastern, etc. For more information, please visit [www.focusmedia-vn.com](http://www.focusmedia-vn.com)

# Day One Thursday, 12 November 2009



8.00 Registration & Morning Coffee  
9.00 Chairman's Welcome & Ice Breaking Session



**Peter Skalberg**, Regional Director South East Asia, **Bates 141**

## VIETNAMESE YOUTH INSIGHTS

9.15 Generation V – The Trends of Vietnamese Youth in 2009 and Beyond



- Profiling Vietnamese teens and young adults 15-24 years old
  - Basic demographics
  - Ownership of mobile phone, digital cameras and other gadgets
  - Lifestyle (Hobbies & Recreation)
  - Spending habit
  - Value statements, expectations and mindsets
- How 8x and 9x generations differ in their attitudes and behaviour
- How to make use of these insights to conceptualise marketing strategies to reach youth

**Darin Williams**, Managing Director, **The Nielsen Company Vietnam**

10.15 Morning Refreshments & Networking Break

## BUILDING STRONG BRANDS

10.45 Aligning Your Brand with the Lifestyle of Female Teens to Drive Business Success: Case Study of Kotex Style



Case Study

- How Kimberly-Clark successfully launched Kotex Style as a product specifically targeted to female teens
- A look at Kotex Style's image driven campaign that portrayed an empowered female teen's lifestyle
- 360-degree brand communications programme
- How the brand has grown and sustained business success since its launch in 2003 to become the most successful product in the entire category

**Katryna Mojica**, Group MD, **Ogilvy & Mather Vietnam**

11.45 Forging Connections with Youths by Driving Innovation and Thought Leadership: Pepsi's Journey



Case Study

- How Pepsi quenched youth consumers' thirst for more by aligning its brand values with youth's personality and style
- Capturing teens' trends and establishing thought leadership
- Driving innovations to create greater youth appeal
- How Pepsi successfully used celebrity marketing to connect with youth
- Sustainability and performance with purpose

**Winnie Khor**, Vice President Marketing, **Pepsico Vietnam**

12.45 Lunch & Networking Break

## TRADITIONAL CHANNELS VERSUS NEW MEDIA

2.00 Identifying the Media Channels that Work Best for Your Company



Panel Discussion

- Pros and cons of traditional channels and new media in engaging youth
- Are traditional channels out of the game?
- Is new media the only way to reach youth?
- How can you integrate both medium in your campaign to increase reach?
- Which channels are effective in staying ahead of the youth movement?

**Moderator: Vikas Mehta**, Managing Director, **Lowe Worldwide - Vietnam**

**Panellists: Katryna Mojica**, Group MD, **Ogilvy & Mather Vietnam**  
**Winnie Khor**, Vice President Marketing, **Pepsico Vietnam**  
**Tony Truong**, Managing Director, **Golden Digital**



## SOCIAL MEDIA MARKETING

3.00 Exploring How, Where and When to Start Your Social Media Marketing Campaign - Case Studies of CocaCola and Lacvert Essance



Case Studies

- Facebook, Multiply, Wordpress, Blogspot, Flickr etc – Overview of the social networking websites and identifying the next up and coming sites among Vietnamese youth
- Pros, cons and challenges faced when leveraging on social networking platforms to reach youth
- Effective ways to engage youth and increase your brand visibility through social media platforms
- How to promote the K4teen campaign – Result and Comments from CocaCola and audience
- Lacvert Essance campaign - Experience from the campaign's success in engaging youth and what to improve on
- How to manage and measure the effectiveness of your social media marketing campaign

**Aryeh Sternberg**, Interaction Director, **Group M**

4.00 Afternoon Refreshments & Networking Break

## DIGITAL MARKETING

4.20 Leveraging The Trends in the Digital Space to Engage Youth - Case Studies of Nescafe 3-in-1 and Close Up



Case Studies

- Overview of digital engagement landscape in Vietnam – Opportunities and Barriers
- Challenges faced in adopting new media and how to budget for it
- Measuring engagements: what right and what's not
- Case 1: How Nescafe 3-in-1 acts as a catalyst to stimulate intense conversations online
- Case 2: How Close Up created an iconic love story in digital to catapult brand engagements

**Indraneel Guha**, Head of Planning Services, **Lowe Worldwide - Vietnam**

5.20 Chairman's Insights & Analysis Of The Day's Proceedings

5.30 End of Day One



9.00

## Chairman's Opening Remarks & Interactive Charge-Up Session



*Peter Skalberg, Regional Director South East Asia, Bates 141*

bates 141

### MOBILE MARKETING

9.30

## Mobile Marketing - The 'What' and 'How' of Using This New Media to Connect with Youth



Presentation illustrated with case studies

- Analysing the youth mobile consumer demographic
- Uncovering the mobile consumption patterns among the youth
- Doing it right - Best practice guidelines for implementation and the challenges in mobile marketing
- Implications for marketers in Vietnam

*Hana Dang, Chairman & CEO, Golden Communication Group*

GOLDEN  
COMMUNICATION GROUP

10.30

## Morning Refreshments & Networking Break

### EXPERIENTIAL MARKETING

11.00

## How Yomost Created a Memorable Consumer Experience for Youth



Case Study

- Creating an unique bond with the consumer
- Be and dare to be different
- Break through the media clutter
- How Yomost started a dialogue and connected with youth
- Challenges that Yomost faced and lessons learnt

*Jan Bles, Managing Director, Friesland Foods Dutch Lady Vietnam*



12.00

## Lunch & Networking Break

### EVENT MARKETING

1.30

## Aquafina Pure Fashion - Engaging Young People with Style



Case Study

- The thirst for brand experience and entertainment
- Bringing a brand essence to life
- Providing a fashionable twist to the water category
- Showcasing Vietnamese Designer Talent to the World
- Building prestige and broad based appeal via integrated communications.

*Chris von Selle, Managing Director, JWT Vietnam*

JWT

### GUERRILLA MARKETING

2.30

## Unconventional Ways to Get Youths' Attention: Insights from MegaStar Media



Case Study

- Innovative marketing strategies that generated strong results with limited budget: Pros and cons
- Transformer case study: How transformer buses reached youths at their hang out places and generated great traffic for the movie
- Hannah Montana case study: Singing contests for youth to showcase their passion
- Measuring the result and effectiveness of these buzz campaigns

*Brian Hall, Chairman, MegaStar Media*

MEGASTAR

3.30

## Afternoon Refreshments & Networking Break

### EVERYTHING YOU NEED TO KNOW ABOUT YOUTH

4.00

## Hear Typical Youths Share about their Life



Panel Discussion

- What are the trends that influence youth and shape their spending and lifestyle habits
- What's in and what's not: Youth brands that they like and why
- What advertising or marketing tactics switches them off
- Key factors youths consider before purchasing a product or service
- Walk through a typical day in the life of an 8x and 9x individual
- Live demo of a youth's online persona

*Moderator, Tony Truong, Managing Director, Golden Digital*  
*+ Panel of 15-25 year olds, including popular bloggers, high school and university students*

GOLDEN  
DIGITAL

5.00

## Chairman's Insights & Analysis Of The Day's Proceedings

5.10

## Close Of Conference



8.00 **Xác nhận đăng kí & Cafe Sáng**  
9.00 **Chủ tọa đón tiếp Đại biểu. Bắt đầu hội thảo và làm quen**



**Peter Skalberg, Giám Đốc khu vực Đông Nam Á, Công ty Bates 141**

bates 141

## TÌM HIỂU GIỚI TRẺ VIỆT NAM

9.15 **Thế hệ V – Xu hướng của Giới trẻ Việt Nam trong năm 2009 và những năm tiếp theo**



- Mô tả giới trẻ mới lớn và các thanh niên Việt Nam (từ 15-24 tuổi)
  - Nhân khẩu học cơ bản
  - Sự sở hữu điện thoại di động, máy ảnh kỹ thuật số và các thiết bị hiện đại khác
  - Phong cách sống (sở thích và giải trí)
  - Thói quen chi tiêu
  - Những nhận định về giá trị cuộc sống, kì vọng và lối suy nghĩ
- Thế hệ 8x và 9x khác nhau như thế nào trong quan điểm và cách cư xử
- Làm thế nào để biến những hiểu biết này thành các khái niệm trong các chiến lược tiếp thị nhằm tiếp cận được giới trẻ

**Darin Williams, Giám Đốc Quản Lý, Công ty Nielsen Vietnam**

nielsen

10.15 **Giải lao Buổi sáng và Trao đổi (Networking)**

## XÂY DỰNG NHỮNG THƯƠNG HIỆU MẠNH

10.45 **Điều chỉnh Thương hiệu của Bạn cho Phù hợp với Lối sống của các Bạn nữ Mới lớn để Thúc đẩy Thành công của Doanh nghiệp: Bài học Thành công Điển hình của Kotex Xi-tin**



Trường hợp Điển hình

- Kimberly-Clark đã thành công trong việc tung ra Kotex Xi-tin như một sản phẩm chuyên dùng cho các bạn nữ mới lớn như thế nào
- Một cái nhìn tổng quát về chiến lược quảng cáo đánh mạnh về hình ảnh của Kotex Xi-tin, trong đó nổi bật hóa sức sống của một bạn nữ mới lớn
- Chương trình truyền thông thương hiệu 360 độ
- Pepsi đã sử dụng thành công tiếp thị dựa trên những người nổi tiếng để kết nối với giới trẻ như thế nào

**Katryna Mojica, Giám Đốc Quản Lý Nhóm, Công ty Ogilvy & Mather Việt Nam**



11.45 **Tạo dựng Liên kết với Giới trẻ bằng Sáng tạo Đột phá và Lãnh đạo Ý tưởng: Hành trình của Pepsi**



Trường hợp Điển hình

- Pepsi xóa tan cơn khát của người tiêu dùng bằng cách điều chỉnh giá trị thương hiệu phù hợp với tính cách và lối sống của giới trẻ như thế nào
- Nắm bắt xu hướng của tuổi mới lớn và thiết lập lãnh đạo ý tưởng
- Sáng tạo đột phá để tăng tính hấp dẫn thương hiệu đối với giới trẻ
- Pepsi đã sử dụng thành công tiếp thị dựa trên những người nổi tiếng để kết nối với giới trẻ như thế nào
- Hoạt động vì tương lai và hoạt động với thiện chí

**Winnie Khor, Phó Chủ Tịch phụ trách Tiếp Thị, Công Ty Pepsico Việt Nam**



12.45 **Ăn trưa và Trao đổi (Networking)**

## CÁC PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG TRUYỀN THỐNG SO VỚI CÁC PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG MỚI

2.00 **Xác định các Kênh Truyền thông có Hiệu quả Nhất với Công ty Bạn**



Tọa Đàm

- Những mặt tích cực và tiêu cực của kênh truyền thông và phương tiện truyền thông mới trong việc thu hút giới trẻ
- Các kênh truyền thông liệu có bị bật ra khỏi cuộc chơi?
- Phương tiện truyền thông mới có phải là cách duy nhất để tiếp cận giới trẻ?
- Làm thế nào bạn có thể tích hợp cả hai phương tiện trong chiến dịch của mình để tăng khả năng tiếp cận?
- Kênh nào hiệu quả nhất trong việc nắm bắt động thái của giới trẻ?

**Người Điều tiết: Vikas Mehta, Giám Đốc Quản Lý, Công ty Lowe Việt Nam, Hội đồng Chuyên gia: Katryna Mojica, Giám Đốc Quản Lý Nhóm, Công ty Ogilvy & Mather Việt Nam.**

**Winnie Khor, Phó Chủ Tịch phụ trách Tiếp Thị, Công ty Pepsico Việt Nam Tony Trung, Giám Đốc Quản Lý, Công ty Golden Digital**



## TIẾP THỊ TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI

3.00 **Bắt đầu Chiến dịch Tiếp thị Truyền thông Xã hội của Bạn Như thế nào, Ở đâu, và Khi nào - Trường hợp Điển hình của CocaCola và Lacvert Essance**



Trường hợp Điển hình

- Facebook, Multiply, Wordpress, Blogspot, Flickr,... - Tổng quan về hệ thống mạng xã hội và xác định các trang thông dụng nhất với giới trẻ Việt Nam
- Điểm tích cực, tiêu cực và những thách thức trong việc dùng mạng xã hội để tiếp cận giới trẻ
- Cách thức hiệu quả để kết nối với giới trẻ và tăng sự nhận biết thương hiệu thông qua truyền thông xã hội
- Chiến dịch K4teen được quảng bá như thế nào - Kết quả và Bình luận từ phía CocaCola và khán giả
- Chiến dịch của Lacvert Essance - Kinh nghiệm rút ra từ thành công trong việc tiếp cận giới trẻ và phương hướng cải thiện
- Quản lý và đo lường tính hiệu quả của chiến dịch tiếp thị truyền thông xã hội của bạn như thế nào

**Aryeh Sternberg, Giám Đốc Tương Tác, Group M**

groupm

4.00 **Giải lao Buổi chiều và Trao đổi (Networking)**

## TIẾP THỊ KỸ THUẬT SỐ

4.20 **Dựa trên những Xu hướng của Thế giới số để Kết nối với Giới trẻ - Trường hợp Điển hình của Nescafe 3-in-1 và Close Up**



Trường hợp Điển hình

- Tổng quan về mức độ sử dụng kỹ thuật số ở Việt Nam - Cơ hội và Rào cản
- Thách thức gặp phải khi áp dụng các phương thức truyền thông mới và hoạch định ngân sách như thế nào
- Trường hợp 1: Nescafe 3-in-1 xúc tác và kích thích đối thoại trực tuyến một cách mạnh mẽ như thế nào
- Trường hợp 2: Close Up tạo ra một câu chuyện tình mẫu mực trong thế giới số để tăng kết nối thương hiệu như thế nào

**Indraneel Guha, Trưởng bộ phận Kế Hoạch Dịch Vụ, Công ty Lowe Việt Nam**

LOWE

5.20 **Kết luận của Chủ tọa và Tóm lược Nội dung Hội thảo Ngày 1**

5.30 **Kết thúc Ngày Thứ nhất**



9.00

**Chủ tọa đón tiếp Đại biểu.**



*Peter Skalberg, Giám Đốc khu vực Đông Nam Á, Công ty Bates 141*

bates 141

## TIẾP THỊ TRÊN ĐIỆN THOẠI DI ĐỘNG

9.30

**Tiếp thị trên Điện thoại Di động – “Định nghĩa” và “Cách dùng” Phương tiện Truyền thông Mới này để Kết nối với Giới trẻ**

GOLDEN COMMUNICATION GROUP



Thuyết trình có Minh họa bằng các Bài học Thành công Điển hình

- Phân tích đặc điểm nhân khẩu học của người sử dụng điện thoại di động
- Tiết lộ cách thức sử dụng điện thoại di động trong giới trẻ
- Hãy làm cho đúng – những phương cách thực hiện tốt nhất và những thách thức trong tiếp thị trên điện thoại di động
- Ứng dụng cho các nhà làm tiếp thị ở Việt Nam

*Hana Dang, Chủ Tịch Hội Đồng Quản Trị & Giám Đốc Điều Hành, Công ty Golden Communication Group*

10.30

**Giải lao Buổi sáng và Trao đổi (Networking)**

## TIẾP THỊ TRẢI NGHIỆM

11.00

**Yomost Tạo ra Trải nghiệm Tiêu dùng Đáng nhớ cho Giới trẻ Như thế nào**



Trưởng hợp Điển hình

- Tạo ra một sự gắn kết độc đáo với người tiêu dùng
- Khác biệt và dám khác biệt
- Vượt qua sự nhàm chán của người tiêu dùng đối với các phương tiện truyền thông thông thường
- Yomost bắt đầu cuộc đối thoại và kết nối với giới trẻ như thế nào
- Những thách thức mà Yomost gặp phải và bài học được rút ra

*Jan Bles, Giám Đốc Quản Lý, Công ty Friesland Foods Dutch Lady Việt Nam*

12.00

**Ăn trưa và Trao đổi (networking)**

## TIẾP THỊ BẰNG SỰ KIỆN

1.30

**Thời trang Thuần khiết Aquafina – Gắn kết Giới trẻ Bằng Phong cách**

JWT



Trưởng hợp Điển hình

- Cơn khát đối với việc trải nghiệm và giải trí cùng thương hiệu
- Đưa những giá trị đặc trưng của thương hiệu ra cuộc sống
- Mang đến một vòng xoay thời trang cho ngành hàng nước uống
- Thể hiện Tài năng Thiết kế Việt Nam với Thế giới
- Xây dựng uy tín và sức hấp dẫn rộng lớn qua truyền thông đa phương tiện

*Chris von Selle, Giám Đốc Quản Lý, Công ty JWT Việt Nam*

## TIẾP THỊ KIỂU DU KỊCH

2.30

**Thu hút Chú ý của Giới trẻ Một Cách Đột phá: Kinh nghiệm từ MegaStar Media**



Trưởng hợp Điển hình

- Các chiến lược tiếp thị sáng tạo đưa tới hiệu quả cao với ngân sách hẹp: Ưu điểm và nhược điểm
- Bài học điển hình Transformer: Xe buýt Transformer đã tiếp cận giới trẻ nơi họ lui tới và tăng lượng người đến xem phim như thế nào
- Bài học điển hình Hannah Montana: Cuộc thi hát nơi giới trẻ thể hiện đam mê
- Đo lường kết quả và tính hiệu quả của những chiến dịch tin đồn

*Brian Hall, Chủ Tịch Hội Đồng Quản Trị, Công ty MegaStar Media*

3.30

**Giải lao Buổi chiều và Trao đổi (Networking)**

## NHỮNG ĐIỀU BẠN CẦN BIẾT VỀ GIỚI TRẺ

4.00

**Lắng nghe Chia sẻ của Giới trẻ về Cuộc sống của họ**

GOLDEN DIGITAL



Tọa Đàm

- Những xu hướng ảnh hưởng đến giới trẻ và hình thành nên cách chi tiêu và lối sống của họ
- Nên và không nên: Những thương hiệu trẻ mà họ thích và tại sao
- Chiến thuật quảng cáo và tiếp thị không thu hút giới trẻ
- Những yếu tố chủ yếu được giới trẻ xem xét trước khi mua một sản phẩm hoặc dịch vụ
- Lướt qua một ngày thường trong cuộc sống của một người thuộc thế hệ 8x và 9x
- Minh họa trực tiếp tính cách một nhân vật trực tuyến của giới trẻ

*Người Điều tiết, Tony Truong, Giám Đốc Quản Lý, Công ty Golden Digital + Nhóm những người từ 15-25 tuổi, bao gồm cả các blogger nổi tiếng, các học sinh trung học và đại học*

5.00

**Chủ tọa Kết thúc Buổi Thuyết trình và Tóm lược Nội dung Ngày 2**

5.10

**Kết thúc Hội thảo**



# Registration Form / Đơn đăng ký tham dự hội thảo Vietnam Youth Marketing Conference / Tiếp Thị đến Giới Trẻ Việt Nam

12 – 13 November 2009, Ho Chi Minh City, Vietnam / 12 – 13 Tháng 11, 2009, Thành Phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

## 5 Ways to Register or Enquire / 5 Cách để Liên hệ với Chúng tôi

Contact **Ms Lorraine Tiang (Singapore)**  
**Cô Phùng Thủy Hồng (Vietnam)**

Đề gửi đơn đăng ký tham dự hội thảo hay đặt câu hỏi, xin vui lòng liên hệ Cô Lorraine Tiang (tại Singapore) hoặc Cô Phùng Thủy Hồng (tại Việt Nam) thông qua:

- 1 **Tel/ Điện thoại** : (65) 6372 2201 (Singapore) / (84 8) 3990 3335 (Ext: 40) (Vietnam)
- 2 **Fax** : (65) 6227 1601 (Singapore) / (84 8) 3990 1758 (Vietnam)
- 3 **Email** : lorraine@conferences.com.sg / hong.phung@focusmedia-vn.com (Vietnam)
- 4 **Website** : www.vietnam-youth-marketing.com
- 5 **Post/ Địa chỉ văn phòng** : Pacific Conferences Pte Ltd, 5 Shenton Way, #26-08 UIC Building, Singapore 068808  
Focus Media – Vietlever GROUP, 167D Thich Quang Duc, Phu Nhuan, HCMC, VN

Please register the following delegate(s) for the event/ Để đăng ký, vui lòng điền đầy đủ và chính xác các thông tin sau

I would like to claim a 10% discount as a member of DMAS, DMAI, EQVN, SBG (Vietnam), VAA, Vietnam Marcom, EuroCham  
(Membership number: \_\_\_\_\_)  
Tôi được chiết khấu 10% với tư cách là thành viên của hiệp hội DMAS/ HKDMA/ SBG (Vietnam), VAA, Vietnam Marcom, EuroCham  
(Mã Số Thành Viên: \_\_\_\_\_)

FOR OFFICIAL USE

Code: V4202 N

Please photocopy for more delegates  
Photocopy khi có nhiều đại biểu đăng ký

I would like to claim a 20% discount as a member of Nhip Cau Dau Tu (Investment Bridge) (Membership number: \_\_\_\_\_)  
Tôi được chiết khấu 20% với tư cách là thành viên của hiệp hội Nhip Cầu Đầu Tư (Investment Bridge) (Mã Số Thành Viên: \_\_\_\_\_)

|  |                     |       |
|--|---------------------|-------|
| Dr/Mr/Mrs/Ms Giáo Sư/Ông/Bà/Cô<br>Delegate Name 1 / Đại Biểu 1                   | Position<br>Chức Vụ | Email |
| Dr/Mr/Mrs/Ms Giáo Sư/Ông/Bà/Cô<br>Delegate Name 2 / Đại Biểu 2                   | Position<br>Chức Vụ | Email |
| Dr/Mr/Mrs/Ms Giáo Sư/Ông/Bà/Cô<br>Delegate Name 3 / Đại Biểu 3                   | Position<br>Chức Vụ | Email |
| Dr/Mr/Mrs/Ms Giáo Sư/Ông/Bà/Cô<br>Approving Manager / Phê Chuẩn Bởi              | Position<br>Chức Vụ | Email |
| Dr/Mr/Mrs/Ms Giáo Sư/Ông/Bà/Cô<br>Registration Contact / Người phụ trách đăng ký | Position<br>Chức Vụ | Email |

DID Tel / Số Nội bộ | Department Fax | Nature of Business / Lĩnh vực Kinh doanh  
Full Company Name (For Billing) / Tên Công ty (Để xuất Hóa đơn Thanh toán)  
Billing Address / Địa chỉ để xuất Hóa đơn Thanh toán

| Conference Fee /<br>Lệ phí Tham dự | Early Bird / Khuyến mãi Đăng ký sớm<br>(Registration & Payment Before <b>07 Oct 09</b> )<br>(Đăng ký & Thanh toán trước <b>07/10/2009</b> ) | Regular / Đăng ký Đúng hạn<br>(Registration & Payment After <b>07 Oct 09</b> )<br>(Đăng ký & Thanh toán sau <b>07/10/2009</b> ) |
|------------------------------------|---|---|
| 2-Day Conference / Hội Thảo 2 ngày | US\$ 395 + VAT  | US\$ 495 + VAT  |

### IMPORTANT NOTES / Lưu ý

1. Only corporate registrations will be accepted.
2. **Group Discount:** Groups of 3 or more booking at the same time from the same company and of the same billing source will receive a 10% discount off the total delegate fees.
3. **Early Bird Promotion:** Fees will only be valid if payment is received by **07 Oct 2009** after which **Regular fees will apply**.
4. **Full payment is mandatory upon registration for admission to the event.**
5. Walk-in delegates will only be admitted on the basis of space availability at the event and with immediate full payment.
6. Fee includes lunch, refreshments and documentation.
7. The organiser reserves the right to make any amendments that it deems to be in the interests of the event without any notice.

1. Đối tượng tham dự chỉ giới hạn cho các đơn vị kinh doanh.
2. **Giảm lệ phí khi đăng ký theo nhóm:** Nhóm đại biểu gồm 3 người trở lên, đăng ký cùng lúc và từ cùng một đơn vị kinh doanh (cùng địa chỉ thanh toán) sẽ được giảm 10% tổng lệ phí tham dự cho cả nhóm.
3. **Khuyến mãi khi đăng ký sớm (US\$ 395)** chỉ có giá trị khi hóa đơn được thanh toán trước **07/10/2009**. Sau ngày này, lệ phí tham dự sẽ như bình thường (US\$ 495).
4. **Thanh toán toàn bộ lệ phí tham dự khi đăng ký tham dự hội thảo là bắt buộc để xác nhận tham dự hội thảo.**
5. Đại biểu đăng ký tham dự trong ngày diễn ra hội thảo sẽ chỉ được chấp thuận nếu hội thảo vẫn còn chỗ trống và đại biểu thanh toán toàn bộ chi phí khi đăng ký.
6. Lệ phí tham dự bao gồm cơm trưa, tiệc trà và các tài liệu hoặc văn bản được sử dụng trong hội thảo.
7. Đơn vị tổ chức sở hữu quyền được điều chỉnh chương trình hội thảo với mục đích tối ưu hóa các hoạt động của hội thảo, và không bắt buộc phải ra thông cáo.

### Cancellations & Replacements / Hủy bỏ việc tham dự hoặc thay thế đại biểu

A replacement is welcome if you are unable to attend. A full refund less 10% administrative charge will be made for cancellation received in writing by **14 Oct 09**. A 50% refund and a set of conference documentation will be given for cancellation received by **28 Oct 09**. Regrettably, no refund can be made for cancellation received after **28 Oct 09** or for "no show" participant. You will however receive a set of documentation.

- Ban Tổ Chức (BTC) hoan nghênh việc thay thế đại biểu trong trường hợp đại biểu (đã được chấp thuận vào hội thảo) không thể tham dự Đại biểu hủy bỏ việc tham dự sẽ được:
- Hoàn lại lệ phí tham dự trừ 10% phí tổ chức nếu đơn hủy bỏ quyền tham dự (bản viết) được gửi đến BTC trước ngày **14/10/2009**.
  - Hoàn lại 50% lệ phí tham dự cùng với các tài liệu và văn bản được sử dụng trong hội thảo nếu đơn hủy bỏ quyền tham dự (bản viết) được gửi đến BTC trước ngày **28/10/2009**.
  - Không hoàn lại lệ phí tham dự nếu đại biểu gửi đơn hủy bỏ quyền tham dự sau ngày **28/10/2009**, hoặc không đến dự hội thảo. Tuy nhiên, BTC sẽ gửi các tài liệu và văn bản sử dụng trong hội thảo đến đại biểu.

### Conference Venue & Hotel Reservations / Địa điểm tổ chức hội thảo & đặt phòng khách sạn

Reservations shall be made by delegates directly with the hotel. Hotel bills are to be settled by delegates directly with the hotel. Hotel reservations and travel arrangements are the responsibility of the registrant.

Đại biểu vui lòng liên hệ trực tiếp với khách sạn để đặt phòng và thanh toán lệ phí khách sạn. Chi phí ở khách sạn và chi phí vận chuyển sẽ được thanh toán bởi đại biểu.

**InterContinental Asiana Saigon**  
39 Le Duan Blvd, District 1, Ho Chi Minh City, Vietnam  
TEL: (84-8) 3520 9999  
Fax: (84-8) 3520 9955  
Attn: Tran Nguyen Si (Mr.), Events Executive  
Email: events2@icasianasaigon.com

### Payment Methods / Hình thức thanh toán

All payments to be made payable to Pacific Conferences Pte Ltd or to Focus Media – Vietlever GROUP in US\$ and are nett of bank charges. **Bank charges are to be borne by registrants.**

Thanh toán lệ phí tham dự cho công ty Pacific Conferences Pte. Ltd (Singapore) hoặc cho công ty Focus Media – Vietlever GROUP bằng US\$ (dollar Mỹ). Lệ phí thanh toán không bao gồm phí dịch vụ của ngân hàng. **Phí dịch vụ ngân hàng được thanh toán bởi đại biểu tham dự.**

Please tick and fill in the following: / Vui lòng chọn một trong Những hình thức thanh toán sau:

- Telegraphic Transfer to Pacific Conferences Pte Ltd / Chuyển khoản đến công ty Pacific Conferences Pte Ltd**  
Account / Tài khoản: 374-900-100-1  
United Overseas Bank, Anson Rd Branch,  
10 Anson Rd #01-01 International Plaza, Singapore 079903
- Telegraphic Transfer to Công ty TNHH TM DV Truyền Thông Tiêu Điểm / Chuyển khoản đến công ty TNHH TM DV Truyền Thông Tiêu Điểm**  
Account / Tài khoản: 24946119 (VND) / 24947419 (USD)  
Asia Commercial Bank, Nguyen Van Troi Branch,  
23 Nguyen Van Troi, Phu Nhuan District, HCMC, VN
- Bank Draft (có hướng dẫn cách làm bank draft tại ngân hàng)**  
Please mail payment in US\$ with registration form to: / Xin vui lòng gửi bank draft lệ phí tham dự (bằng US\$) cùng với đơn đăng ký tham dự hội thảo đến địa chỉ công ty:  
5 Shenton Way, #26-08, UIC Bldg, Singapore 068808

Please fax confirmation of bank transfer to Lorraine Tiang at (65) 6227 1601 or Ms. Phung Thy Hong at (84 8) 3990 1758 quoting your company's name, delegate's name and invoice number on your fax and bank transfer.

Đại biểu vui lòng fax hóa đơn xác nhận việc chuyển khoản đến cô Lorraine Tiang tại số fax (65) 6227 1601, hoặc cô Phùng Thủy Hồng tại số fax (84 8) 3990 1758 và ghi rõ tên công ty, tên đại biểu tham dự và số hóa đơn trong bản fax và hóa đơn chuyển khoản.

**Credit Card Payment / Thẻ tín dụng / Credit Card Payment**  Visa  MasterCard  Amex (USD)

Card Number / Số thẻ: \_\_\_\_\_

Expiry Date / Thẻ có giá trị đến: \_\_\_\_\_

CVV / Mật mã thẻ (ở mặt sau của thẻ): \_\_\_\_\_

Card Holder's Name / Tên chủ sở hữu thẻ: \_\_\_\_\_

Signature / Chữ ký \_\_\_\_\_