

GÓI TRUYỀN THÔNG

# DÀNH RIÊNG CHO TRƯỜNG HỌC

*Áp dụng từ Tháng 12/2022*



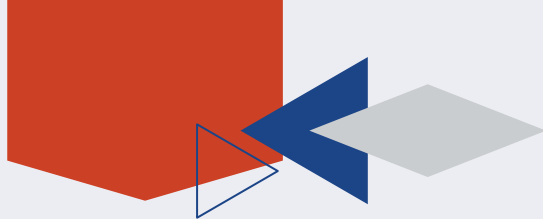
A decorative graphic in the top-left corner consisting of a red shield-like shape with a blue triangle pointing left and a grey diamond pointing right.

# NỘI DUNG

**01** Truyền thông tạo lợi thế cạnh tranh

**02** Vì sao chọn VietNamNet?

**03** Giải pháp & chi phí



# 01

**Truyền thông tạo lợi  
thế cạnh tranh**

Tổng số học sinh trên cả nước:

2021 - 2022
<b>21.816.400</b>

Theo số liệu từ Bộ GD-ĐT năm 2021 - 2022, tổng số trường trên cả nước như sau:

- Trường Mầm non: **15.422**
- Trường Tiểu học: **12.527**
- Trường THCS: **8.744**
- Trường THPT: **2.380**
- Trường liên cấp: **2.596**
- Các trường Đại học - Cao đẳng: **Khoảng 460**

Đặc biệt số lượng **trường Phổ thông cơ sở và Trung học tăng mạnh** trong giai đoạn 2015 - 2022

Các trường	Năm 2015	Năm 2022
Trường phổ thông cơ sở (Liên cấp tiểu học - THCS)	<b>597</b>	<b>2035</b>
Trường trung học (Liên cấp THCS - THPT)	<b>389</b>	<b>561</b>

Bối cảnh đầy tiềm năng trên vừa là cơ sở, vừa là **yếu tố gia tăng tính cạnh tranh** cho mỗi trường khi số lượng học sinh, sinh viên lớn; số lượng trường học, tăng mạnh chỉ trong vài năm.



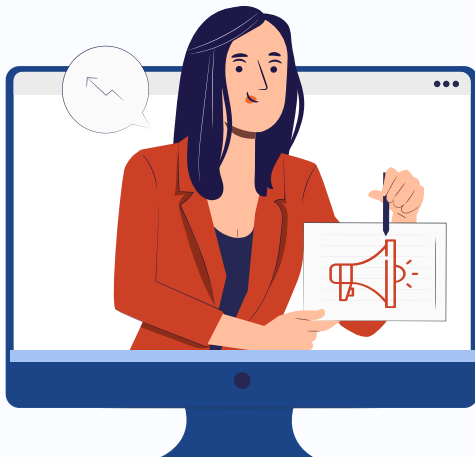
Làm thế nào để ngôi trường của bạn **thu hút** được nhiều học sinh, sinh viên theo học?

Làm thế nào để ngôi trường của bạn luôn là **ưu-tiên-hàng-đầu** mỗi khi các bậc phụ huynh lựa chọn môi trường học tập cho con em mình



## TRUYỀN THÔNG TRƯỜNG HỌC

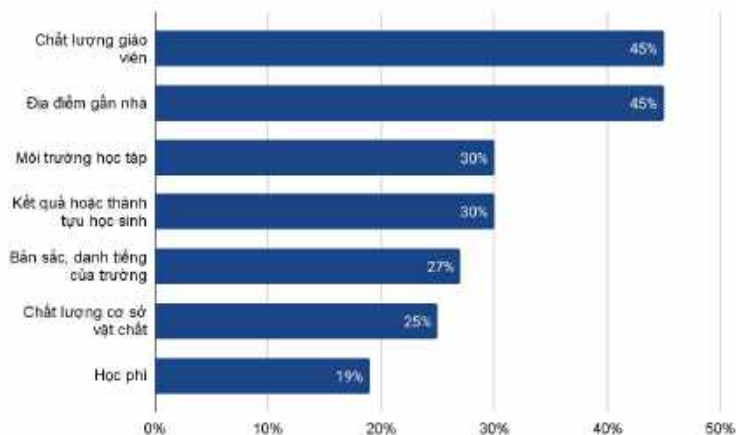
### Yếu tố “cần” để tăng lợi thế cạnh tranh



- ★ Lựa chọn ngôi trường phù hợp, đủ tin tưởng để gửi gắm con em mình luôn là nỗi bận tâm của mỗi ông bố bà mẹ khi có con đến tuổi tới trường hay chuyển cấp.
- ★ Mỗi quyết định chọn trường đều là sự cân nhắc, đo đếm từ nhiều yếu tố; sự tham khảo từ nhiều nguồn thông tin.
- ★ Bởi vậy, **truyền thông trường học** chính là yếu tố mỗi ngôi trường cần có. Không chỉ **thể hiện và truyền tải thế mạnh của trường** mà hơn hết, truyền thông trường học giúp **đánh trúng tâm lý của các bậc phụ huynh, các em học sinh** khi quyết định môi trường theo học.

Truyền thông thể mạnh của trường học dựa trên **nội dung quan tâm** của phụ huynh và học sinh, thông qua **nguồn tin tham khảo**

## Quyết định trường học dựa trên nhiều yếu tố



\*Dựa trên Khảo sát công bố bởi Varkey Foundation vào năm 2018

## Lựa chọn trường học từ nhiều nguồn tham khảo



Tư vấn từ người thân, bạn bè



Thông tin trên báo đài



Chủ đề bàn luận trên mạng xã hội



Trực tiếp từ các trường học



Truyền thông đúng theo từng giai đoạn của **chuỗi hành vi**, đánh trúng tâm lý phụ huynh và học sinh khi đưa ra quyết định ngôi trường theo học

1



2



3



4

## Nhận thức nhu cầu

Truyền thông cho thấy tầm quan trọng của việc chọn trường: Không chỉ tác động cảm xúc trong quá trình học mà trường học còn ảnh hưởng tương lai người học

## Tìm kiếm thông tin

Truyền thông giúp định vị ngôi trường của bạn trên diện rộng và cung cấp các thông tin như địa điểm tọa lạc, các đặc điểm của trường, thế mạnh...

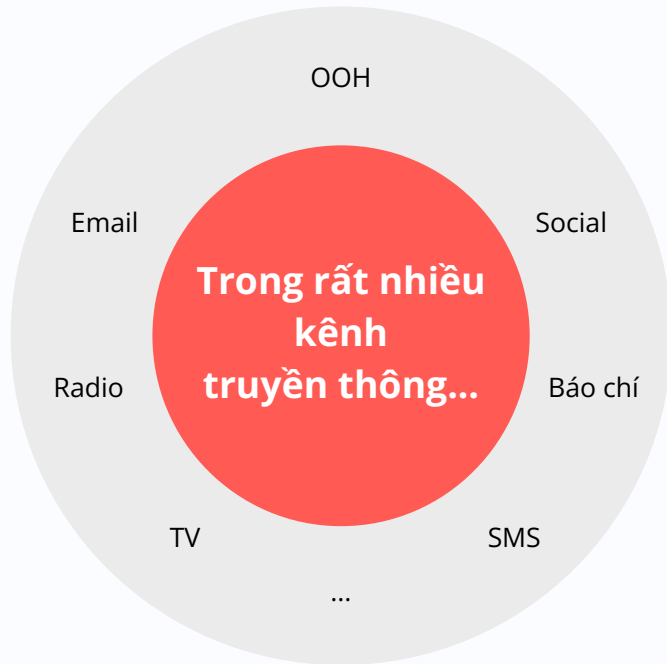
## Đánh giá các lựa chọn

Truyền thông giúp làm nổi bật thế mạnh, làm tăng lợi thế cạnh tranh trong quyết định chọn trường của phụ huynh, học sinh

## Đưa ra quyết định

Phụ huynh, học sinh đưa ra quyết định chọn trường sau khi được truyền thông điều hướng





## BÁO ĐIỆN TỬ

là kênh truyền thông hiệu quả, uy tín, tin cậy đáp ứng:



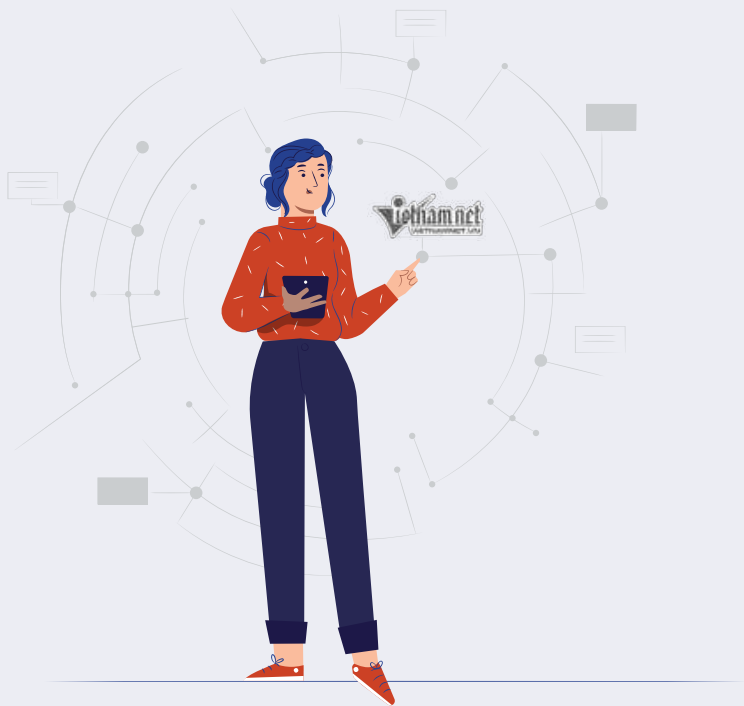
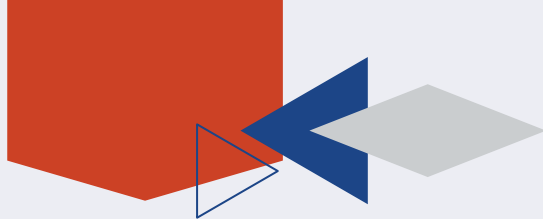
Tính khách quan



Độ uy tín



Khả năng phủ rộng



# 02

Vì sao chọn  
VietNamNet?

## BÁO ĐIỆN TỬ VIETNAMNET

Tờ báo có thể mạnh về mảng Giáo dục

VietNamNet chắc chắn không phải con đường ngắn nhất, nhanh nhất để ngôi trường của bạn tiếp cận tới các phụ huynh, học sinh - bởi chúng tôi sẽ cần thời gian để chần chu từng nội dung truyền thông về ngôi trường của bạn trước khi chúng được đăng tải.

Tuy nhiên, VietNamNet chắc chắn sẽ giúp **xây dựng, truyền tải và quảng bá hình ảnh ngôi trường** của bạn theo cách **chất lượng, uy tín và bền vững nhất**



## HIỆU QUẢ TỐI ĐA

### Uy tín, chính thống

VietNamNet là cơ quan ngôn luận trực thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông. Mọi thông tin đăng tải trên trang VietNamNet đều được kiểm duyệt gắt gao, đảm bảo độ chính xác, tin cậy. Nhờ vậy, VietNamNet sở hữu lượng lớn độc giả trung thành sau hơn 20 năm phát triển.

### Kinh nghiệm, năng lực

VietNamNet sở hữu đội ngũ nhân sự từ phóng viên, nhà báo, biên tập... giàu kinh nghiệm. Năng lực không chỉ được chứng minh qua những bài viết, phóng sự chất lượng, giàu cảm hứng, thu hút nhiều lượt đọc mà còn được khẳng định qua mỗi sự kiện thi cử.

### Giải pháp tối ưu

Gói truyền thông được thiết kế riêng cho trường học đảm bảo tiếp cận chính xác tới đối tượng mục tiêu, làm nổi bật hình ảnh của trường và điều hướng độc giả nắm bắt ưu thế trường một cách tự nhiên nhất.

## NHỮNG CON SỐ BIẾT NÓI

**230.000.000**

Lượt xem trang/Tháng

**00:04:30**

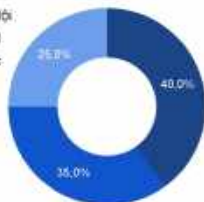
Thời gian truy cập trung bình

**30.000.000**

Độc giả

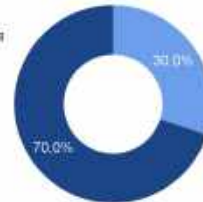
### Theo vùng miền

- Hà Nội
- HCM
- Khác



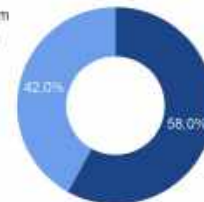
### Theo thiết bị

- PC
- Mobile

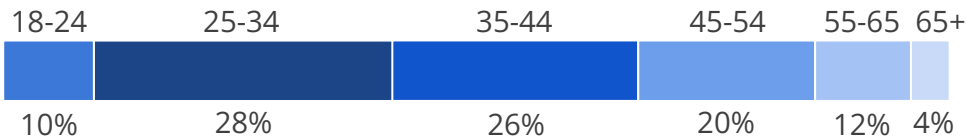


### Theo giới tính

- Nam
- Nữ



### Theo độ tuổi



## Minh họa Năng lực truyền thông lĩnh vực Giáo dục

---

### Sự kiện Thi vào lớp 10 tại Hà Nội - 2021

Chỉ số nằm ở Top đầu, vượt trội so với các báo điện tử khác

Tỷ lệ hiển thị trên Google

trên 80%

Thứ hạng Google

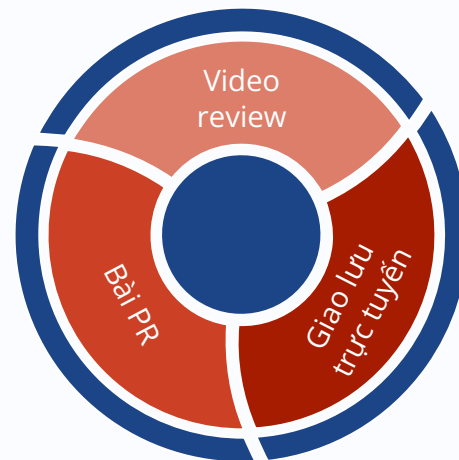
Top 1 - 1.8



### Gói truyền thông được thiết kế riêng

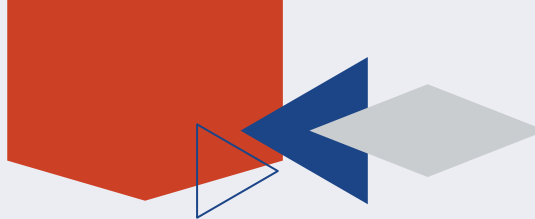
VietNamNet hiểu rằng không có một công thức truyền thông chung nào có thể áp dụng cho tất cả các lĩnh vực. Giáo dục, Bất động sản hay Dược phẩm lại có những đặc điểm và cách thức truyền thông riêng.

Đó là lý do chúng tôi thiết kế một gói truyền thông duy nhất dành cho trường học, dựa trên tâm lý và hành vi của phụ huynh, học sinh.



Gói truyền thông gồm 3 hạng mục chính

[>> Xem tổng quan các hạng mục gói truyền thông](#)



# 03

## Giải pháp & Chi phí

Chi tiết gói đánh giá trường học được  
VietNamNet xây dựng riêng



## Gói giải pháp truyền thông dành riêng cho trường học

**185,000,000 VNĐ \***



### Video review

Mang đến hình dung rõ ràng nhất về cơ sở vật chất, môi trường học tập

**Tạo ấn tượng**



### Bài PR

Mang đến thông tin tiêu biểu, rõ ràng; nội dung được quan tâm nhiều

**Tạo hiểu biết**



### Giao lưu trực tuyến

Giải đáp thắc mắc công khai; tiếp cận trực tiếp phụ huynh, học sinh

**Tạo niềm tin**

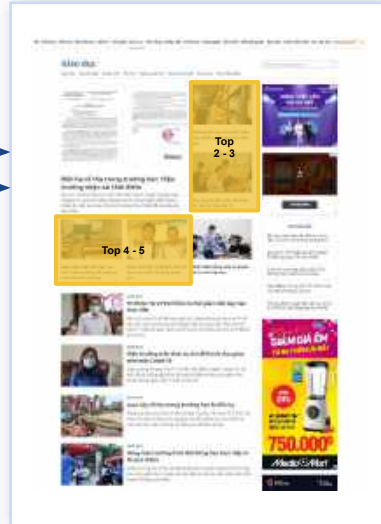
STT	Hạng mục	Chi tiết hạng mục	Vị trí / Kích thước
1	Video review trường	<b>Quay dựng video:</b> Dẫn chương trình, bối cảnh, phỏng vấn nhân vật)	Thời lượng <b>tối đa 10 phút</b>
		<b>Đăng Video</b> trên mục Giáo dục	<b>Top 2 - 5</b> mục Giáo dục trong 2 giờ
		<b>Đăng Video</b> trên chuyên trang Video	<b>Top 2 - 3</b> trang chủ VietNamNetTV trong 2 giờ
2	Bài PR	<b>Bài PR 1:</b> Học viên thành công	<b>Top 2 - 5</b> mục Giáo dục trong 2 giờ
		<b>Bài PR 2:</b> Hoạt động tuyển sinh	<b>Top 6</b> mục Giáo dục trong 2 giờ
		<b>Bài PR 3:</b> Nội dung giới thiệu trường	<b>Top 2 - 5</b> mục Giáo dục trong 2 giờ
3	Giao lưu trực tuyến	<b>Bài PR 1:</b> 1 Bài giới thiệu nội dung, nhãn hàng và tính cấp thiết của buổi GLTT, nhận câu hỏi cho buổi GLTT	<b>Mới nóng 7 - 14</b> Trang chủ VietNamNet (đồng xuất bản Top 3 chuyên mục phù hợp) trong 2 giờ
		<b>Bài PR 2:</b> 1 Bài giới thiệu buổi GLTT được cập nhật, bổ sung từ Bài PR số 1	<b>Mới nóng 7 - 14</b> Trang chủ VietNamNet (đồng xuất bản Top 3 chuyên mục phù hợp) trong 2 giờ
		<b>Bài PR 3:</b> 1 Bài tường thuật buổi GLTT và tổng kết	<b>Mới nóng 7 - 14</b> Trang chủ VietNamNet (đồng xuất bản Top 3 chuyên mục phù hợp) trong 2 giờ
		1 <b>Center banner 3</b>	Kích thước 980x250, hiển thị tại <b>trang chủ VietNamNet</b>



# Video review

Video có độ dài tối đa **10 phút**. Kịch bản được VietNamNet xây dựng, tư vấn & thống nhất với khách hàng.

**Đăng Video  
trên mục  
Giáo dục**  
Top 2 - 5 mục  
Giáo dục



**Đăng Video  
trên trang Video**  
Top 2-3 VietNamNetTV



**Video review  
tối đa 10 phút**

STT	Hạng mục	Vị trí đăng
1	Quay dựng video (dẫn chương trình, bối cảnh, phỏng vấn nhân vật)	Thời lượng tối đa 10 phút
2	Đăng Video trên mục Giáo dục	Top 2 - 5 mục Giáo dục
3	Đăng Video trên chuyên trang Video	Top 2 - 3 VietNamNetTV

VietNamNet dựa trên **thế mạnh**, các **đặc điểm** và **điểm nổi bật** của trường để xây dựng kịch bản.

**Hình ảnh video** khai thác khung cảnh trường, cơ sở vật chất, hoạt động người học... tạo hình dung rõ và ấn tượng mạnh cho độc giả.

Video kết hợp **phỏng vấn** để tăng tính chân thực, gần gũi.





## BÀI PR

**3 bài PR** khai thác theo chủ đề được quan tâm nhiều khi một cá nhân tìm hiểu thông tin trường, chọn trường

Bài PR về Học viên thành công và Nội dung giới thiệu trường  
Top 2 - 5 mục Giáo dục



Bài PR về Hoạt động tuyển sinh  
Top 6 mục Giáo dục

**Bài PR**

STT	Hạng mục	Vị trí đăng
1	Bài PR: Học viên thành công	Top 2 - 5 mục Giáo dục
2	Bài PR: Hoạt động tuyển sinh	Top 6 mục Giáo dục
3	Bài PR: Nội dung giới thiệu trường	Top 2 - 5 mục Giáo dục

## DEMO DẠNG BÀI PR

**Bài PR khai thác học viên thành công** tạo ghi nhớ về một ngôi trường trường đào tạo chất lượng, sản sinh nhiều thế hệ thành công



[Đỗ Bách Khoa - nam sinh gây 'sốt' là thành viên đội Olympic Toán quốc tế](#)

**Bài PR nội dung giới thiệu trường** tạo sự hiểu biết cho người đọc về các thông tin cơ bản nhất về trường như: sự thuận tiện về địa điểm tọa lạc, tính ưu việt trong phương pháp giảng dạy, sự đa dạng hoạt động ngoại khóa, cơ hội tham gia trao đổi và giao lưu...



[Trường mầm non Việt Nam được giới thiệu trên trang web kiến trúc hàng đầu thế giới](#)

**Bài PR hoạt động tuyển sinh** thông tin người đọc về chỉ tiêu, cơ hội học tập tại trường



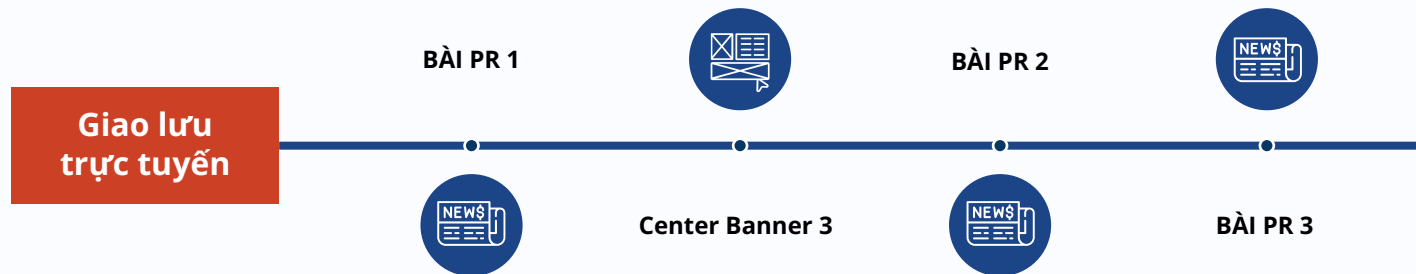
[Những điểm mới trong tuyển sinh Trường ĐH Bách khoa Hà Nội năm 2020](#)





## GIAO LƯU TRỰC TUYẾN

Hạng mục kết hợp bài PR và banner giới thiệu về chương trình giao lưu để truyền thông về buổi giao lưu

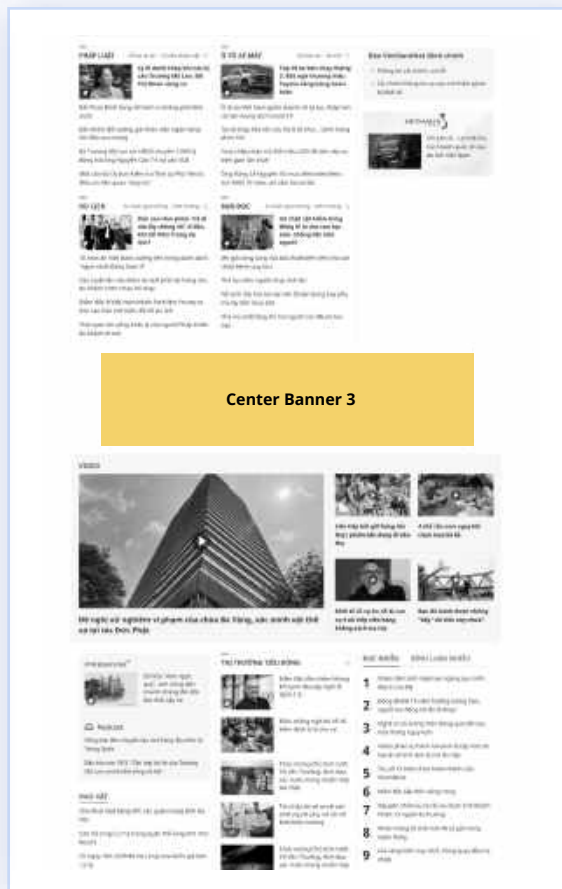


STT	Hạng mục	Vị trí đăng	Thời gian
1	Bài PR 1: 1 Bài giới thiệu nội dung, nhân hàng và tính cấp thiết của buổi GLTT, nhận câu hỏi cho buổi GLTT	Mới nóng 7-14 Trang chủ VietNamNet (đồng xuất bản Top 3 chuyên mục phù hợp) trong 2 giờ	Trước từ 03- 07 ngày ngày diễn ra GLTT (theo yêu cầu của khách hàng)
2	Bài PR 2: 1 Bài giới thiệu buổi GLTT được cập nhật, bổ sung từ Bài PR số 1	Mới nóng 7-14 Trang chủ VietNamNet (đồng xuất bản Top 3 chuyên mục phù hợp) trong 2 giờ	Trong 03 ngày trước ngày diễn ra GLTT
3	Bài PR 3: 1 Bài tường thuật buổi GLTT và tổng kết	Mới nóng 7-14 Trang chủ VietNamNet (đồng xuất bản Top 3 chuyên mục phù hợp) trong 2 giờ	Trong ngày diễn ra GLTT
4	1 Center banner 3	Kích thước 980x250, hiển thị tại trang chủ VietNamNet	Trước nửa ngày diễn ra GLTT

**Bài PR 1:** Bài giới thiệu nội dung, nhãn hàng và tính cấp thiết của buổi GLTT, nhận câu hỏi cho buổi GLTT

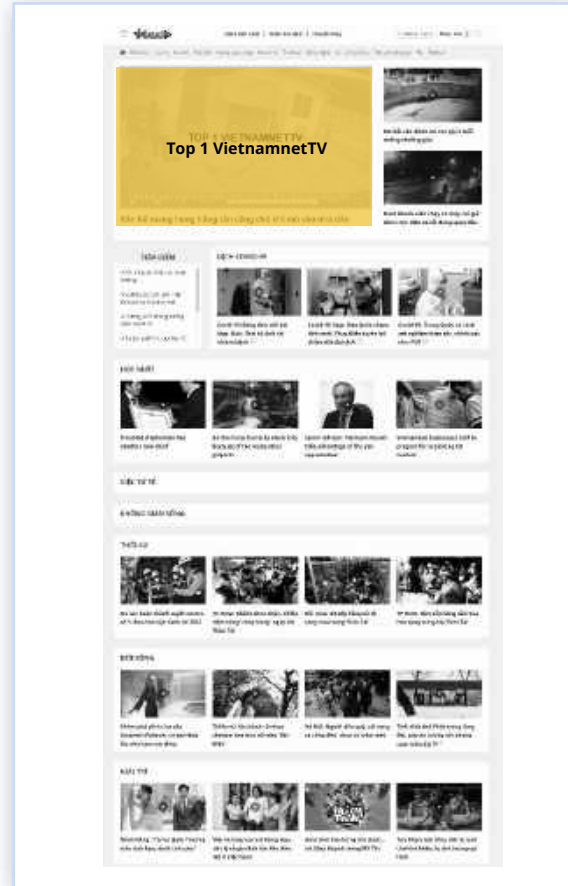
**Bài PR 2:** Bài giới thiệu buổi GLTT trên trang chủ (được cập nhật, bổ sung từ Bài PR số 1)

**Bài PR 3:** Bài tường thuật buổi GLTT và tổng kết



**Center Banner 3:** Banner giới thiệu chương trình GLTT

**Bài PR 3:** Chi tiết bài nội dung cập nhật diễn biến buổi GLTT kèm Video Clip



← **Video Clip:** Video được chèn trong bài nội dung GLTT và đồng thời Xuất bản vị trí Top 1 trang VietnamnetTV trong 2 giờ

**CLICK LINK ĐỂ XEM DEMO GIAO LƯU TRỰC TUYẾN**





Thông tin liên hệ

## Công Ty Cổ Phần Truyền Thông VietNamNet

**HÀ NỘI:** Tầng 4, tòa nhà C'land,  
156 ngõ Xã Đàn 2, Quận Đống Đa  
**ĐT:** 024 37 727 988

**TP.HỒ CHÍ MINH:** Tầng 2,  
27 Nguyễn Bình Khiêm, P. Đa Kao,  
Quận 1, TP.HCM  
**ĐT:** 028 38 181 436  
**Fax:** 028.38181433

