



BÁO CÁO

THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

Cơ quan thực tập:	Công ty TNHH Đông Vui
Thời gian thực tập:	31/07/2012 – 31/10/2012
Người hướng dẫn:	Anh Nguyễn Hoàng Bình – Trưởng phòng Sales
Giảng viên hướng dẫn:	Thầy Lê Anh Chung
Sinh viên thực hiện:	Lê Thành Trung
Mã số sinh viên:	091099
Lớp:	MK091

2017-11-11

TRÍCH YẾU

Để hoàn thành tốt bài báo cáo thực tập tốt nghiệp “Cải thiện bộ nhận diện thương hiệu tại công ty TNHH Đông Vui, trước khi thực hiện tôi đã đặt ra những mục tiêu cụ thể như việc áp dụng những kiến thức chuyên ngành đã học ở trường Đại Học Hoa Sen vào thực tế, tổng kết những công việc đã làm và những kinh nghiệm đã học hỏi được trong suốt quá trình thực tập, đưa ra kết luận tổng quan về hướng hoạt động dịch vụ, tình hình công ty trong thời gian thực tập. Từ đó đặt ra nền tảng kinh nghiệm cho lĩnh vực marketing trong tương lai của bản thân.

Trong suốt quá trình thực tập tại công ty TNHH Đông vui tôi nhận thấy rằng việc xây dựng, ổn định và phát triển một loại hình kinh doanh dịch vụ như website PartyinSaigon.com là không đơn giản. Phải đương đầu với nhiều khó khăn và thử thách. Việc quan tâm đến chiến lược kinh doanh của công ty, chiến lược cạnh tranh với các đối thủ phải được đặt lên hàng đầu. Hơn nữa, muốn đứng vững trên thị trường đòi hỏi phải luôn có sự đổi mới liên tục để tạo được sức hút đối với khách hàng trung thành với website, từ đó tạo sự hài lòng đối với đối tác. Bên cạnh đó cần phải nâng cao kỹ năng giao tiếp, đàm phán thương lượng với khách hàng, với đối tác từ đó tạo dựng lòng tin và tăng cường mối quan hệ hợp tác. Góp phần thúc đẩy hoạt động kinh doanh hiệu quả. Nhìn chung, tôi đã thu thập được rất nhiều kinh nghiệm trong quá trình thực tập tại công ty TNHH Đông Vui | PartyinSaigon.com lần này.

MỤC LỤC

NHẬN XÉT CỦA CÔNG TY	Error! Bookmark not defined.
NHẬN XÉT CỦA GIÁNG VIÊN HƯỚNG DẪN	Error! Bookmark not defined.
NHẬN XÉT CỦA NGƯỜI CHĂM BẢO CÁO	Error! Bookmark not defined.
TRÍCH YẾU	i
MỤC LỤC	ii
DANH MỤC HÌNH ẢNH BẢNG BIỂU	Error! Bookmark not defined.
LỜI CẢM ƠN.....	iv
1. NHẬP ĐỀ.....	1
2. TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY	2
2.1 Tổng quan về công ty:	2
2.2 Lịch sử hình thành và Phát triển của công ty.....	2
2.3 Sơ đồ tổ chức:	3
2.4 Giới thiệu sơ lược về các dịch vụ của công ty:.....	4
2.4.1 Website PartyinSaigon.com:	5
2.4.2 Các dịch vụ hiện tại của Đông Vui PartyinSaigon:.....	6
2.4.3 Đặc điểm nhân sự và văn hóa doanh nghiệp:.....	Error! Bookmark not defined.
3. CÔNG VIỆC THỰC TẬP	7
3.1 Đơn vị thực tập:	7
3.1.1 Sale Team:	7
3.1.2 Event Team:	8
3.1.3 Admin Team:.....	8
3.2 Công việc thực tập:	9
3.2.1 Tìm kiếm thông tin khách hàng và gọi điện thoại tư vấn:.....	9
3.2.2 Hỗ trợ tổ chức sự kiện Mystery Night:	12
3.2.3 Gặp khách hàng tư vấn và ký hợp đồng:.....	14
3.2.4 Web Admin:	16
4. CHUYÊN ĐỀ - BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU	18

4.1	Cơ sở lý thuyết:.....	18
4.2	Bộ nhận diện thương hiệu hiện tại của PartyinSaigon:	20
4.2.1	Logo:	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Slogan:.....	20
4.2.3	Website:.....	21
4.2.4	Áo:.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.5	Các ấn phẩm hỗ trợ khác:.....	23
4.2.6	Một số vấn đề và giải pháp quản trị thương hiệu:	Error! Bookmark not defined.
4.3	Đánh giá chung và một số giải pháp kiến nghị:	25
5.	Kết luận	27
	PHỤ LỤC	X
	TÀI LIỆU THAM KHẢO	xiv
	THÔNG TIN LIÊN HỆ	xv

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành đề án này, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến :

- Về phía Đại học Hoa Sen:
 - Ban Giám hiệu Đại học Hoa Sen.
 - Giảng viên điều phối - Thầy Dương Định Quốc
 - Giảng viên hướng dẫn - Thầy Lê Anh Chung.
 - Ban cán sự cùng các bạn lớp MK091

Đã chỉ dẫn, giúp đỡ tận tình cũng như những thủ tục, quy cách để hoàn toàn tốt báo cáo theo tiêu chuẩn phù hợp.

- Về phía doanh nghiệp:
 - Giám đốc công ty TNHH Đông Vui – Ông Đặng Thanh Tùng .
 - Phó giám đốc công ty TNHH Đông Vui – Ông Nguyễn Thiên Thăng
 - Trưởng phòng Sales công ty TNHH Đông Vui – Ông Lê Hoàng Bình
 - Các anh, chị đồng nghiệp trong công ty.

Đã tạo cơ hội cho tôi được làm việc tại công ty cũng như đã tận tình chỉ dẫn, hỗ trợ tôi hoàn tất tốt công việc và học hỏi thêm nhiều kiến thức, kỹ năng mới. Bên cạnh đó, công ty cũng cung cấp đầy đủ thông tin để tôi có thể hoàn thành tốt báo cáo thực tập tốt nghiệp này.

Xin chân thành cảm ơn.

1. NHẬP ĐỀ

Trong thời gian thực tập hơn ba tháng tại công ty Đông Vui | PartyinSaigon từ 30/07/2012 đến 31/10/2012, tôi đã có cơ hội vận dụng những gì đã học từ chuyên ngành Marketing ở trường Hoa Sen vào thực tiễn công việc. Tôi đã hoàn thành đề án này ở vai trò là nhân viên Sale – nhân viên chăm sóc quan hệ đối tác tại bộ phận Sale ở công ty. Từ đó, tôi đã định hướng mình sẽ đạt được những mục tiêu sau:

1. Mục tiêu 1: Hoàn thành tốt Thực tập tốt nghiệp
2. Mục tiêu 2: Hoàn tất các nhiệm vụ được giao tại công ty, đồng thời học hỏi, tích lũy kinh nghiệm làm việc cho bản thân.
3. Mục tiêu 3: Vận dụng những kiến thức, kỹ năng đã học vào môi trường doanh nghiệp.
4. Mục tiêu 4: Nắm rõ tình hình hoạt động của doanh nghiệp, đưa ra đề xuất và giải pháp về chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp nếu có thể.
5. Mục tiêu 5: Tạo ấn tượng tốt giữa Trường Đại học Hoa Sen với công ty TNHH Đông Vui.

2. TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY

2.1 Tổng quan về công ty:

Tên công ty:	Công ty TNHH Đông Vui
Tên tiếng anh:	Đông Vui Company Limited
Tên viết tắt:	PIS PartyinSaigon
Địa chỉ:	284/12 Nguyễn Trọng Tuyển, Q. Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh
Mã số thuế:	0 3 1 0 6 4 5 9 4 6
Website:	www.dongvui.vn www.PartyinSaigon.com

Logo công ty:

Partyinsaigon.com
Everyday is a party !



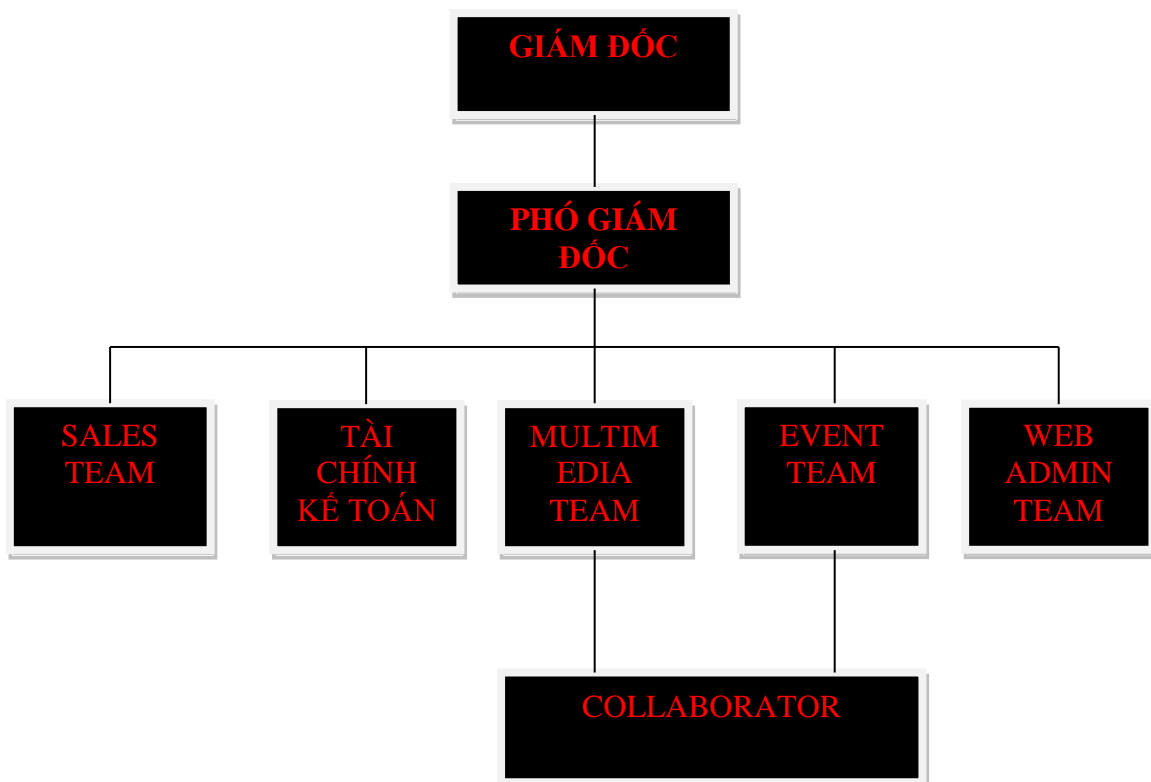
2.2 Lịch sử hình thành và phát triển của công ty:

- Ngày 17 tháng 07 năm 2009 website PartyinSaigon ra đời với ý tưởng là tập trung vào thể giới vui chơi, ăn uống, giải trí của giới trẻ Việt Nam. Sau một thời gian làm việc và phát triển, công ty TNHH Đông Vui được thành lập vào

ngày 23 tháng 02 năm 2011 nhằm đáp ứng nhu cầu và có thể phục vụ lượng khách hàng đa dạng với các dịch vụ khác nhau.

- Người sáng lập - Giám đốc điều hành công ty TNHH Đông Vui là ông Đặng Thanh Tùng – người đã có kinh nghiệm nhiều năm trong lĩnh vực Marketing, đặc biệt với Khách sạn, Nhà hàng, Barclub, Lounge, vv...
- PartyinSaigon.com có lượng khách hàng rất lớn và tiềm năng ví dụ như:
 - Rượu: Diageo Jonny walker, Hennessy, Chivas, Martell, Beam Global, vv...
 - Địa Điểm: Sin Ultra Lounge, Chill Sky Bar, Fuse, Lavish, Velvet, Canalis, 02 Gold Club, Shri Restaurant and Lounge, Centro Bar, Blanchy Tash, vv...
 - Khách hàng khác: Các công ty Agency, Mercedes, Milano, các nhà thiết kế nổi tiếng: Văn Thành Công, Chung Thanh Phong, Lý Quý Khánh, Hà Nhật Tiến, vv...

2.3 Sơ đồ tổ chức:



Công ty TNHH Đông Vui có sơ đồ tổ chức bao gồm ban giám đốc và 5 phòng ban phụ trách các công việc khác nhau, nhưng vẫn đảm bảo tính thống nhất chặt chẽ :

- **Giám Đốc:** Ông Đặng Thanh Tùng – Là người có quyền lực cao nhất, tổ chức bộ máy, tổ chức lao động và chịu trách nhiệm quản lý điều hành chung mọi hoạt động của công ty.
- **Phó Giám Đốc:** Ông Nguyễn Thiên Thăng – Là người giúp Giám Đốc điều hành trực tiếp công việc của công ty, quản lý nhân sự. Là người có quyền ra quyết định thay Giám Đốc khi cần thiết.
- **Phòng Kế toán Tài chính:** Thực hiện việc quản lý ngân sách công ty, cân đối chi tiêu và báo cáo tình hình tài chính hàng tháng cho Ban Giám đốc, quyết toán công nợ, kiểm tra chi tiêu các phòng ban và trình duyệt lên Giám đốc.
- **Sale Team :** Chịu trách nhiệm tìm kiếm khách hàng, mang hợp đồng và khách hàng về cho công ty, chăm sóc, quan hệ đối tác.
- **Multimedia Team :** Chịu trách nhiệm chỉnh sửa hình ảnh, post hình ảnh lên website, thiết kế poster, banner, vv... Quay phim, dựng phim, vv...
- **Event Team :** Thực hiện lên kế hoạch sự kiện, thực thi tổ chức sự kiện.
- **Web Admin :** Chịu trách nhiệm quản lý website, đăng banner, thông tin sự kiện, tin tức, hình ảnh, viết review, vv...
- **Collaborator :** Đây là bộ phận cộng tác viên, chủ yếu thực hiện các công việc : chụp ảnh, quay phim, hỗ trợ sự kiện.

Sơ đồ tổ chức của công ty khá đơn giản, nhưng rất phù hợp trong thời điểm hiện tại, và đặc biệt là khâu quản lý rất dễ những không kém phần chặt chẽ. Cấp trên luôn dễ dàng nắm bắt thông tin để kịp thời điều phối, giải quyết công việc.

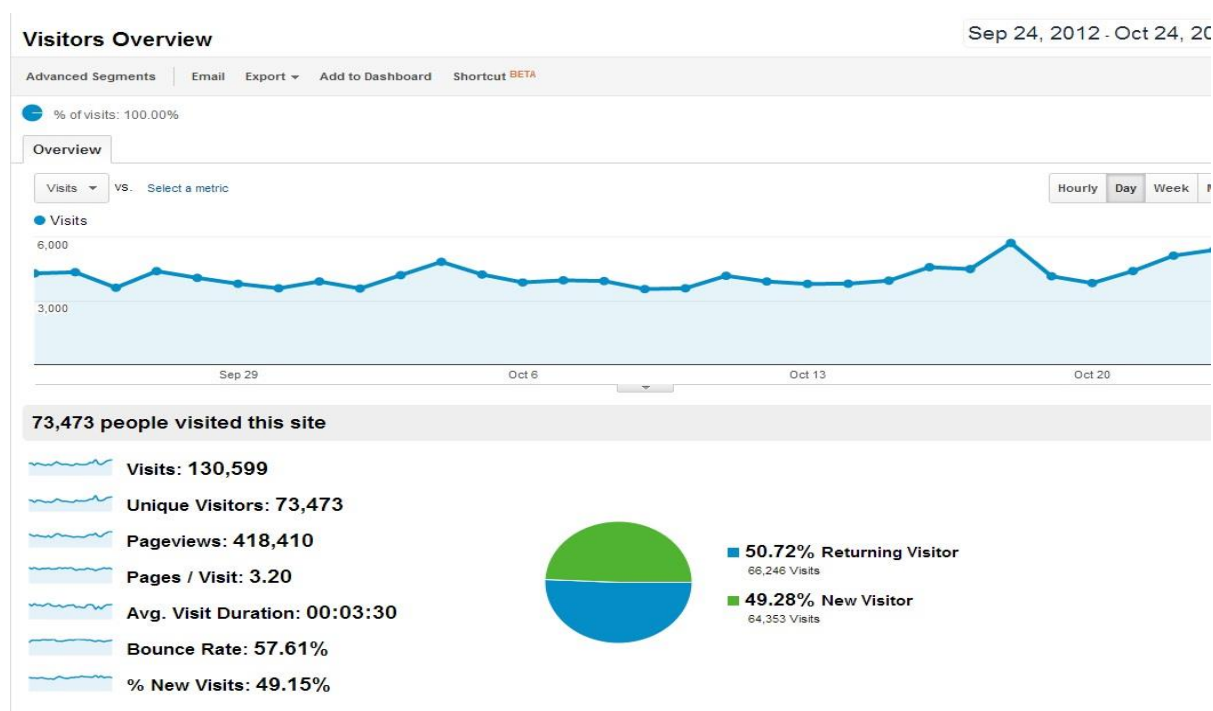
Chức năng được phân chia rõ ràng, và có sự hỗ trợ nhất định. Nhằm tránh được những mâu thuẫn trong quá trình làm việc nhưng vẫn đảm bảo chất lượng công việc luôn đạt hiệu quả cao cùng với sự phối hợp chặt chẽ, thân thiện giữa các nhóm. Ngoài ra việc phân chia rõ chức năng cũng giúp ban lãnh đạo dễ đánh giá năng lực cá nhân, từ đó có chế độ thưởng phạt hợp lý.

2.4 Giới thiệu sơ lược về dịch vụ của công ty:

2.4.1 Website PartyinSaigon.com:

PartyinSaigon.com là website chuyên tập trung giới thiệu, quảng cáo đến người xem về các dịch vụ giải trí, vui chơi, ăn uống trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh và một số vùng lân cận.

Ra đời tháng 7 năm 2009, sau quá trình phát triển thì đến ngày nay. PartyinSaigon.com đã có gần 131,000 người truy cập trung bình trong 1 tháng



Kết quả thống kê lượng người dùng truy cập website từ 24.09 – 24.10.2012

2.4.2 Các dịch vụ hiện tại của Đông Vui | PartyinSaigon.com:

- Top Banner
- Side Banner 1
- Side Banner 2
- Center banner
- Viết bài Event Promotion : Đăng thông tin về event 1 – 3 hình ảnh
- Gói event và Promotion: Đăng không giới hạn thông tin, hình ảnh trong vòng 1 tháng
- Bài tin tức: Đăng bài trên mục tin tức
- Review địa điểm
- Chụp hình: 80 – 100 tấm: thời gian từ 2g – 2g30, hình ảnh đăng ở mục Album của website.
- Quay phim (phóng sự): Thời gian 2g30, xuất ra DVD
- Face book: (post thông tin promotion lên facebook group của PartyinSaigon)

ĐÔNG VUI

Công Ty TNHH ĐÔNG VUI
284/12 Nguyễn Trọng Tuyển, P10 Q. Phú Nhuận Tp HCM
Tel: (84) 3 99 714 88
Website: <http://partyinsaigon.com/>

BẢNG BÁO GIÁ CHI TIẾT

QUẢNG CÁO TRÊN WEBSITE					
STT	MỤC	VỊ TRÍ	KÍCH THƯỚC	ĐƠN VỊ	GIÁ (VNĐ)
1	TOP BANNER	TRUNG TÂM, TRÁI HOẶC PHẢI	366 x 180	THÁNG	15,000,000
2	SIDE BANNER 1	TRÁI HOẶC PHẢI	250 x 150	THÁNG	10,000,000
3	SIDE BANNER 2	TRÁI HOẶC PHẢI	250 x 150, 250 x 250	THÁNG	5,000,000 - 7,000,000
4	CENTRE BANNER	TRUNG TÂM (BÊN DƯỚI TOP BANNER)	610 x 305	NGÀY	300,000
CÁC DỊCH VỤ KHÁC					
STT	MỤC	NỘI DUNG	ƯU ĐÃI	ĐƠN VỊ	GIÁ (VNĐ)
1	VIẾT BÀI EVENT & PROMOTION	Thông tin của event và hình ảnh (1-3 hình do khách hàng cung cấp).		BÀI	1,500,000
2	GÓI EVENT & PROMOTION	Đăng không giới hạn thông tin của event hoặc các chương trình khuyến mãi và hình ảnh trong vòng 1 tháng.		THÁNG	4,000,000
3	TIN TỨC		Xuất hiện trên top của mục "tin tức"	BÀI	1,500,000 - 2,000,000
4	REVIEW ĐỊA ĐIỂM			1 BÀI / 1 ĐỊA ĐIỂM	3,000,000 - 4,000,000
5	CHỤP HÌNH	80 - 100 tấm, thời gian từ 2h - 2h30.	Đăng hình ở mục "Album" của Website.	1 NGƯỜI / 1 ALBUM	2,500,000
6	QUAY PHIM (Phóng sự)	Thời gian 2h30/buổi	Xuất ra đĩa DVD	VIDEO CLIP	3,500,000
7	QUAY PHIM	Thời gian 2h30/buổi, xuất ra clip từ 2 đến 4 phút, tùy theo yêu cầu		VIDEO CLIP	Từ 5,000,000
8	FACEBOOK	Hơn 9000 members được tổng hợp từ khách quan tâm đến vui chơi		lần	4,000,000

Bảng giá trên PartyinSaigon.com

2.4.3 Đặc điểm về nhân sự và văn hóa doanh nghiệp

Số lượng nhân viên tại văn phòng là 11 người. Phần lớn đều có trình độ từ cao đẳng trở lên, có trình độ chuyên môn cao, có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực phụ trách. Độ tuổi của nhân viên giao động từ 22 đến 26. Các nhân viên có thái độ làm việc nghiêm túc, có trách nhiệm với công việc được giao. Bên cạnh đó, công ty còn ký kết hợp đồng với nguồn nhân lực mang tính thời vụ như Photographer cộng tác, nhân lực hỗ trợ cho các sự kiện, nhân viên IT chịu trách nhiệm bảo trì hệ thống thông tin, cấu trúc website công ty.

Công ty quan tâm đến nguồn nhân lực trẻ năng động, nhiều sáng kiến và sự cầu tiến của họ là động lực lớn để phát triển công ty.

Công ty thường xuyên tổ chức liên hoan nội bộ nhằm xây dựng mối quan hệ tốt đẹp cho doanh nghiệp thông qua việc tổ chức sinh nhật cho từng nhân viên, liên hoan ăn uống, karaoke, xem kịch, xem cinema...

3. Công Việc Thực Tập

3.1 Đơn vị thực tập:

- Sale Team
- Event Team
- Admin Team

3.1.1 Sale Team:

- Số lượng nhân viên : 4 người
- Công việc : Chăm sóc khách hàng, quan hệ đối tác.
- Quy trình làm việc :
 - Tiếp nhận Email từ khách hàng
 - Tìm kiếm thông tin về khách hàng, tham khảo địa điểm, tình hình hiện tại doanh nghiệp khách hàng.

- Đề xuất các gói sản phẩm phù hợp, giá cả phải chăng, mang lại hiệu quả cao nhất có thể cho khách hàng.
- Soạn hợp đồng, ký kết, thu tiền.
- Liên hệ, hỏi thăm tình hình khách hàng trong suốt thời gian công tác
- Thay đổi theo yêu cầu của khách hàng nếu có thể.

3.1.2 Event Team :

- Số lượng nhân viên : 2 người
- Công việc: Lên kế hoạch, thực hiện tổ chức sự kiện.
- Quy trình làm việc:
 - Lên ý tưởng, thiết kế concept cho một sự kiện
 - Trình lên sếp và tham khảo ý kiến các phòng ban khác của công ty
 - Thiết kế Proposal cho chương trình.
 - Sử dụng Proposal để đi xin tài trợ từ các doanh nghiệp
 - Lên kế hoạch chi tiết cụ thể, phân công, điều phối nhân sự thực hiện
 - Họp trước sự kiện: giải quyết các công việc tồn đọng chưa hoàn thành.
Động viên khích lệ tinh thần mọi người
 - Chạy sự kiện
 - Họp sau sự kiện: Nếu lên vấn đề, đánh giá mức độ thành công của sự kiện. Rút kinh nghiệm, thưởng phạt.

3.1.3 Admin Website:

- Số lượng nhân viên: 2 người
- Công việc: Chịu trách nhiệm quản lý website, đăng banner, thông tin sự kiện, tin tức, hình ảnh, viết review, vv...
- Quy trình làm việc :

- Nhận mail khách hàng và nhân viên sale để tìm hiểu nhu cầu đăng thông tin
- Chỉnh sửa lại kích thước hình ảnh cho phù hợp với website
- Truy cập vào hệ thống quản lý website để: tạo sự kiện, bài viết, banner, vv...
- Gửi link bài sự kiện, banner, bài viết qua mail của khách hàng và nhân viên sale.

3.2 Công việc thực tập:

3.2.1 Tìm kiếm thông tin khách hàng và gọi điện thoại tư vấn:

Công việc này mang tính cá nhân cao bản thân tôi là nhân viên thực tập mới vào công ty, chưa được tin tưởng để giao khách hàng để làm việc. Vì thế tôi phải tự tìm kiếm khách hàng cho mình.

- Lên các trang website chuyên giới thiệu về nhà hàng, quán ăn, cà phê để tìm thông tin các đối tượng phù hợp (foody.vn, hotdeal.vn, vv...) Các quán ăn, nhà hàng tại các website này đa phần là mới khai trương nên nhu cầu quảng cáo họ khá cao.
- Lưu thông tin khách hàng tìm được vào một file excel trong đó có phân rõ các mục: Tên khách hàng, Địa chỉ, Số điện thoại liên hệ, Email, Ghi chú.

Tên	Địa chỉ	Số Điện Thoại	Email	Ghi Chú
MonPere Cafe	5H Tôn Đức Thắng, Quận 1	01225 14 06 14 (chị Giang)	monpere@monperescafe.com	
Bobby Chinn	Kumho Asiana, 39 Lê Duẩn	08. 62917788		
Nướng Thịt Cười	109 Đinh Tiên Hoàng (gần đại truyền hình)	08. 38209420		
Moon Palace	60A Trường Sơn, Tầng Hầm	08. 35071161		
Nhà Hàng Lồng Chim Đỏ	437 Hoàng Văn Thụ, P.4, Quận Tân Bình	08. 62923116		
Chuối nhà hàng Ashima	84 Cao Thắng, P. 4, Q3	08. 38329379		
Gia Dining Room	5A Nguyễn Siêu, P Bến Nghé, Quận 1	0905 723 425		
Sushi world	2B Nguyễn Thị Minh Khai, F Đakao, Q1	08. 39110157		
Nhà hàng Quê Hương	265 Phạm Ngũ Lão, Q1	08. 38364556		
Dae Jang Geum	39 Lê Duẩn	08. 38257974		
Dragon Hotpot-Rồng lửa	122-124 Hồ Tùng Mậu, P. Bến Thành	08. 39151001		
Nineteen Buffet - caravelle hotel	19 Công trường Lam Sơn, Quận 1	08. 38234999 (27100)		
King BBQ	Vincom Center , Lê Thánh Tôn	08. 39253848(9) (chị Thảo)		
Hi-End Café	126 Sương Nguyệt Ánh, Quận 1	08. 38241004	tranthithanhhoa@gmail.com	Đã gửi mail

Data base khách hàng

- Sau khi lưu thông tin khách hàng vào data base thì sẽ tiến hành gọi điện thoại.
- Trong quá trình gọi điện thoại tư vấn khách hàng sẽ có sự phân loại trong database: Khách hàng rất tiềm năng bôi màu đỏ, khách hàng có thể làm việc bôi màu vàng, khách hàng khó tính và chưa nhận thấy nhu cầu bôi màu xanh lá cây, vv... Việc phân loại như thế này giúp chúng ta dễ nắm bắt tình hình, dễ có kế hoạch tiếp cận phù hợp trong tương lai.

❖ **Khó khăn:**

- Do công việc này chủ yếu bản thân tự phát nên chưa nhận được sự hỗ trợ nhiều từ phía công ty.
- Chưa nắm rõ chi tiết về hoạt động, các dịch vụ của công ty
- Chưa có kỹ năng giao tiếp trên điện thoại tốt, còn thiếu tự tin

❖ **Thuận lợi:**

- Mang danh là nhân viên PartyinSaigon, khá dễ để tiếp cận khách hàng vì trong giới nhà hàng, khách sạn, café thì PartyinSaigon khá nổi tiếng.

- Đã học được nhiều kỹ năng tìm kiếm, gọi điện thoại khách hàng trong lần thực tập nhận thức ở trường trong thời gian trước như: kỹ năng phân loại khách hàng, kỹ năng lập database, kỹ năng giao tiếp, vv...

→ **Kinh Nghiệm:**

- Kế hoạch tìm kiếm khách hàng tương chừng như đơn giản. Nhưng trong quá trình này chúng ta cần phải có sự chọn lọc cho phù hợp, Các đối tượng tiếp cận cần phải có các sản phẩm dịch vụ phù hợp với đối tượng khách của website PartyinSaigon.com
- Trước khi gọi điện thoại cần nghiên cứu kỹ thông tin, những vấn đề liên quan tới khách hàng sắp gọi để có thể linh hoạt hơn trong cách giao tiếp, chủ động hơn với các vấn đề khách hàng đặt ra. Khi gọi điện thoại cần phải chuẩn bị trước giấy bút hoặc máy tính để lưu lại thông tin khách hàng tránh làm mất thời gian của khách hàng. Trong quá trình gọi điện thoại tôi có gặp nhiều khách hàng khá khó tính, nói chuyện thiếu tôn trọng, nhưng sau một thời gian tôi nhận thấy đó là vấn đề hết sức bình thường của một người sale, đồng thời cần xem lại cách nói chuyện của bản thân để cố gắng làm vui lòng khách hàng hơn.
- Sau khi gọi điện thoại khách hàng phải đánh giá được tình hình tiềm năng của khách hàng, từ đó có sự phân loại trong data base để có cách thức tiếp cận phù hợp nhất.

3.2.2 Hỗ trợ sự kiện thời trang Mystery Night:



Chạy hậu trường sân khấu Mystery Night

Mystery Night là chương trình biểu diễn thời trang theo chủ đề Halloween được tổ chức tại phòng trà ca nhạc Nam Quang. Một đêm thời trang và âm nhạc với 2 màn thời trang đặc biệt gồm một màn Ready to Wear do stylist Nguyễn Bùi Quốc Dũng thực hiện 2 tông màu đỏ đen đến từ thương hiệu thời trang December, cùng một bộ sưu tập đặc biệt được đặt hàng riêng cho chương trình của nhà thiết kế Hà Nhật Tiến. Chương trình có sự tham gia của nhiều người mẫu và ca sĩ nổi tiếng.

Sau khi nhận được thông tin chương trình lên liệt kê những công việc của bản thân trong sự kiện này, sau đó sắp xếp ngày giờ hợp lý để hoàn thành công việc đúng thời hạn được giao

- ❖ **Công tác chuẩn bị:** Đi lấy Poster chương trình. Chuyển quần áo các vật dụng hỗ trợ chương trình tới địa điểm tổ chức là phòng trà Nam Quang, Giao hợp đồng thuê ca sĩ, nhóm nhạc

❖ **Thực hiện:** 18g00 ngày 31 tháng 10 có mặt tại phòng trà Nam Quang.

- Kiểm tra bộ đàm, đảm bảo hoạt động tốt.
- Kiểm tra số lượng thẻ đeo của ban tổ chức
- Giao bộ đàm và thẻ đeo cho các thành viên trong ban tổ chức
- Đứng ở cổng để hướng dẫn khách đến quầy nước của nhà tài trợ
- Vào bên trong khán đài để hướng dẫn khách và sắp xếp chỗ ngồi cho khách (khách bình thường sẽ ngồi những hàng ghế sau, hơi xa sân khấu. Khách mời và khách Vip, khách từ các báo, tạp chí, kênh truyền thông sẽ được ngồi những hàng ghế gần sân khấu)
- Sau khi số lượng khách ổn định và chương trình đã gần giờ bắt đầu thì đến cánh gà sân khấu điểm danh ca sĩ và báo cáo lên đạo diễn chương trình.
- Nhận micro và giao cho ca sĩ trước khi học lên diễn (cần đảm bảo mọi thứ đã sẵn sàng trước mỗi tiết mục và thông báo với Mc chương trình để họ giới thiệu)
- Hỗ trợ nước uống cho ca sĩ và Mc.
- Liên lạc bộ phận hỗ trợ âm thanh để giải quyết vấn đề phát sinh
- Giao hoa cho giám đốc để tặng cho nhà tài trợ
- Thu dọn Micro, bộ đàm, thẻ đeo (đảm bảo đúng số lượng đã nhận)

❖ **Thuận lợi:**

- Được sự hỗ trợ rất lớn từ các anh chị trong PartyinSaigon khi phát sinh các vấn đề ngoài ý muốn
- Các công việc trên khá đơn giản, và đa phần đã được các anh chị hướng dẫn rõ ràng.

❖ **Khó khăn:**

- Khi hướng dẫn ghế ngồi cho khách, không phân biệt được khách vip khách truyền thông với khách bình thường. Phải hỏi khách , điều này có thể gây thiếu tế nhị và sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến sự hài lòng của khách hàng.

- Lúc làm việc tiếp nhận nhiều ý kiến từ nhiều người nên không biết phải nghe theo ý kiến của ai. Làm công việc bị rối. Và giải quyết chậm vấn đề.
- Chưa có kinh nghiệm nhiều trong việc tổ chức sự kiện, đây là lần đầu tiên chạy một chương trình sự kiện.

→ **Kinh nghiệm:**

- Được trải nghiệm thực tế, nắm bắt được một số vấn đề phát sinh khi chạy sự kiện (cần đánh số ghế để việc hướng dẫn chỗ ngồi cho khách dễ dàng hơn, phải có người quản lý soát vé để tránh thất thoát ngân sách công ty)
- Nên tự chủ động dứt khoát trong việc giải quyết vấn đề phát sinh để đảm bảo được thời gian, không ảnh hưởng đến tiến độ công việc.
- Sự thống nhất đồng bộ trong nội bộ ban tổ chức sự kiện là hết sức quan trọng, nó giúp chúng ta giải quyết vấn đề phát sinh nhanh chóng để không làm ảnh hưởng tiến độ chương trình
- Cần phải có một bảng kế hoạch dự phòng, giải quyết vấn đề phát sinh rõ ràng.

3.2.3 Gặp khách hàng tư vấn và ký kết hợp đồng:

Sau khi tìm kiếm thông tin và gọi điện thoại cho khách hàng tôi gửi email bảng báo giá để khách hàng tham khảo và đề nghị khách hàng sắp xếp 1 buổi hẹn để có thể làm việc rõ ràng, chi tiết hơn.

Tôi sẽ minh họa các công việc bên sale team bằng cách tường thuật công việc với một khách hàng cụ thể:

Đây là email chào hàng gửi đến chị Giang chủ quán café MonPere, 5H Tôn Đức Thắng, Q.1, Tp. HCM:

Dear Chị,

Em là Trung, Bên PartyinSaigon.com. Qua tìm hiểu nhận thấy Monpere cafe có một không gian đẹp, mang kiến trúc Pháp có giá trị cao về nghệ thuật cũng như lịch sử. Khó có thể tìm thấy những địa điểm tương tự tại thành phố. Vì vậy bên em muốn đề xuất bên chị viết bài review và sử dụng một số gói dịch vụ trên website PartyinSaigon.com để thu hút một lượng khách hàng lớn từ website. Mong chị tham khảo qua website và cho em biết ý kiến nhé.

Regards,

--

Lê Thành Trung (Mr.)
Internship

012 18 76 72 69

trung.le@partyinsaigon.com

Website: <http://partyinsaigon.com/>

Cty TNHH Đông Vui

VAT number: 0310645946

284/12 Nguyễn Trọng Tuyển, P.10, Q.Phú Nhuận, TpHCM

- Sau khi gửi mail khách hàng đồng ý hẹn gặp, 16g ngày 2 tháng 10 có mặt ở quán MonPere để gặp chị Giang. Đồng thời tham khảo địa điểm và tìm hiểu nhu cầu của chị để hiểu được tình hình hiện tại của quán từ đó nêu lên đánh giá và đề xuất những gói Promotion hợp lý cho MonPere.
- Soạn bảng báo giá chi tiết cho MonPere, Đảm bảo các gói dịch vụ phải phù hợp với tình hình quán, ngân sách, đặc điểm, vv... (bảng báo giá minh họa phần phụ lục)
- Trình bày rõ hiệu quả của từng sản phẩm dịch vụ, mức độ khả thi, ngân sách cho khách hàng hiểu.
- Tư vấn thiết kế banner cho khách hàng .
- Soạn hợp đồng
- Ký kết hợp đồng, giao phiếu thu, nhận tiền.
- Thường xuyên đến thăm hỏi tình hình quán trong quá trình thực hiện gói Promotion.
- Thường xuyên post facebook giới thiệu về quán.

❖ **Khó khăn:**

- Trước khi làm việc với khách hàng này đã gặp và làm việc với 1-2 khách hàng trước, thất bại và khách hàng than phiền với công ty về cách làm việc không rõ ràng của bản thân tôi, vì vậy lần này cảm giác lo lắng và thiếu tự tin
- Chưa nắm rõ cách soạn hợp đồng nên còn sai sót và tốn khá nhiều thời gian
- Chưa chủ động trong vấn đề giảm giá của các dịch vụ

❖ **Thuận lợi:**

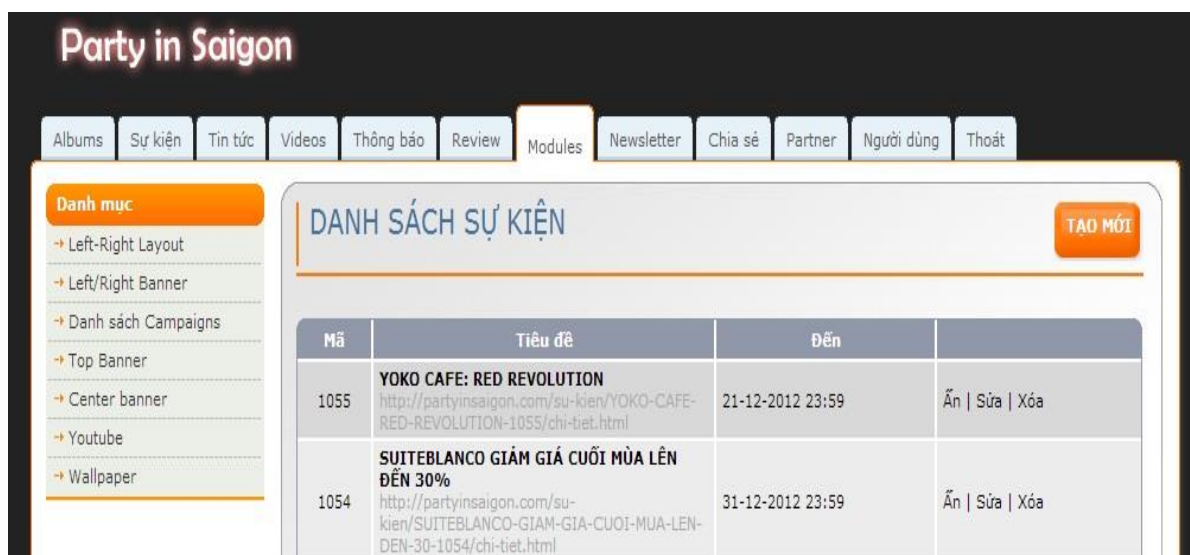
- Lần đầu đi gặp khách hàng được các anh chị trong công ty động viên khiến bản thân rất cảm động và vui sướng. Tự nhủ là chẳng có gì phải lo và phải cố gắng làm sao để không làm các anh chị thất vọng.
- Đã từng làm sale trong đợt thực tập nhận thức của trường và tiếp xúc với một số khách hàng nên cũng có chút kinh nghiệm trong việc trao đổi thuyết phục, mặc dù chúng chưa được nổi bật nhiều.
- Khách hàng biết lắng nghe, hiểu vấn đề và rất có tầm nhìn, vì vậy quá trình giao tiếp hiệu quả, khách hàng cảm thấy rất hài lòng.

→ Kinh nghiệm:

- Biết cách soạn một hợp đồng quảng cáo
- Khi giao tiếp với khách hàng cần giữ thái độ thoải mái, tự tin, và đặc biệt là phải ân cần, nêu lên được thái độ của mình về quán, tình hình và cách khắc phục. Phải cho khách hàng thấy được mình không phải tới để bán sản phẩm mà tới để đóng góp, để hỗ trợ.
- Đây là hợp đồng đầu tiên tôi ký được trong suốt thời gian thực tập tại PartyinSaigon, góp phần khích lệ tinh thần tôi. Đây là bước đệm và cũng là cơ sở để tôi được nhận vào làm chính thức tại PartyinSaigon về sau.

3.2.4 Web Admin:

- Kiểm tra mail info@partyinsaigon.com
- Kiểm tra thông tin hình ảnh trên mail của khách hàng gửi qua đã đầy đủ chưa
- Chỉnh sửa lại hình ảnh và lọc lại thông tin cho ngắn gọn và thu hút
- Truy cập vào hệ thống quản lý website PartyinSaigon.com đăng thông tin lên website



Giao diện quản lý website

- Có 12 chủ đề: Album (đăng hình ảnh), Sự kiện (đăng sự kiện), Video (đăng video), vv...
- Sau khi đăng sự kiện, banner, vv... thì sao chép đường link và gửi mail đường link cho khách hàng:

Dear Chị Quỳnh,

Thông tin về sự kiện Audi Star Creation Trung đã đăng lên PartyinSaigon phần sự kiện. Mời chị xem qua link này nhé: <http://partyinsaigon.com/su-kien/AUDI-STAR-CREATION-2013-1005/chi-tiet.html>

Có vấn đề gì thì chị cứ mail cho Trung nhé

Còn thông tin về Singapore cuối năm và năm mới Trung sẽ xem lại rồi thông tin đến chị sau.

Best Regards,
Trung Lê.

Lê Thành Trung (Mr.)
Marketing Executive
012 18 76 72 69
trung.le@partyinsaigon.com

Website: <http://partyinsaigon.com/>
Cty TNHH Đông Vui
VAT number: 0310645946
284/12 Nguyễn Trọng Tuyển, P.10, Q.Phú Nhuận, TpHCM

❖ **Khó khăn:**

- Lần đầu tiên làm website, bản thân thiếu hiểu biết về công việc này vì vậy rất hay hỏi và rất làm phiền các anh chị phụ trách
- Công việc cần tính tỉ mỉ cao, cẩn thận bản thân chưa có tính cách này vì vậy hay bị sếp than phiền.

❖ **Thuận lợi:**

- Được sự hỗ trợ tận tình từ Web Admin team.
- Công việc khá hứng thú với bản thân những khi có thời gian trống

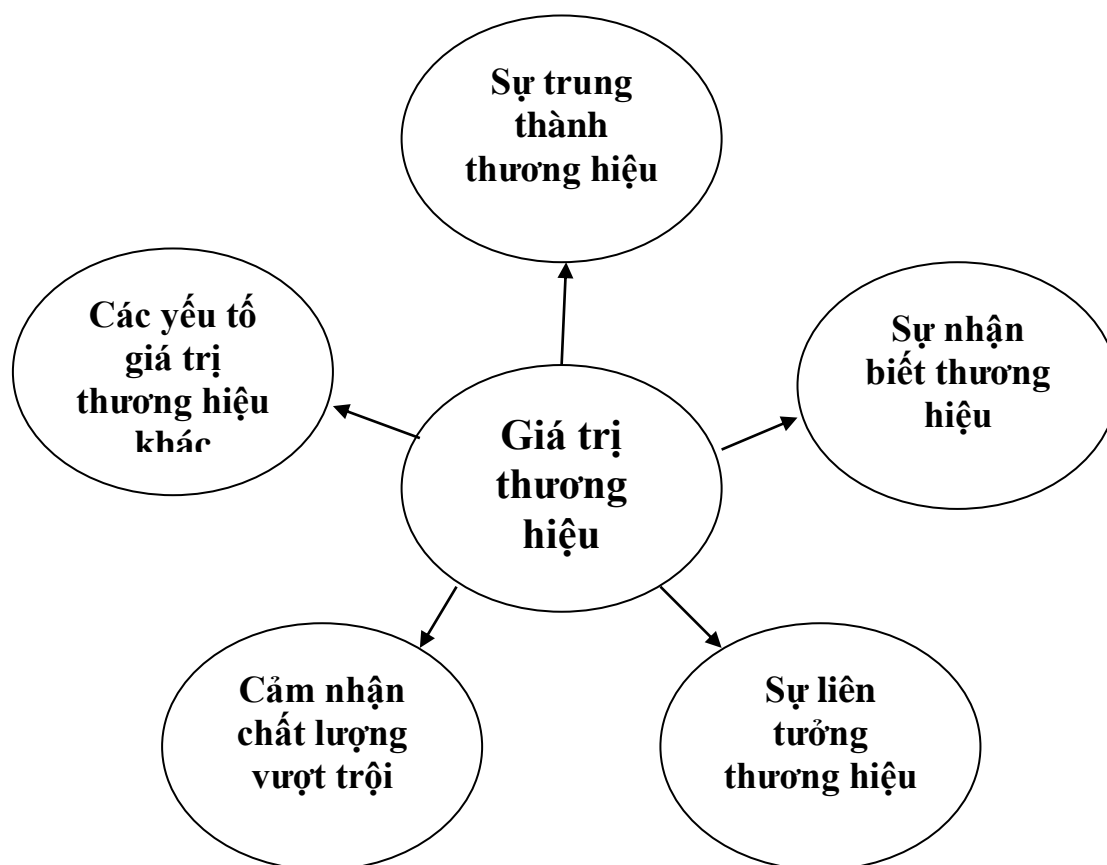
➔ **Kinh nghiệm:**

- Biết cách căn bản chỉnh sửa hình ảnh.
- Biết quy trình và cách thực hiện quản lý website

4. CHUYÊN ĐỀ - BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

4.1 Cơ sở lý thuyết:

- **Thương hiệu:** Theo hiệp hội Marketing Mỹ (AMA) thương hiệu là “*tên, thuật ngữ, ký hiệu, biểu tượng, thiết kế, hoặc sự kết hợp của chúng*”. *Nhằm xác định các hàng hóa, dịch vụ của một người bán hoặc một nhóm người bán và còn dùng để phân biệt với các đối thủ cạnh tranh*
- **Giá trị thương hiệu và các yếu tố:**



- **Bộ nhận diện thương hiệu:** Hệ thống nhận diện thương hiệu là tất cả các loại hình và cách thức mà thương hiệu có thể tiếp cận với Khách hàng như: Logo công ty, khẩu hiệu, nhạc hiệu, công ty ca, bao bì, nhãn mác; biển, băng rôn quảng cáo; các mẫu quảng cáo trên Media; các vật phẩm và ấn phẩm hỗ trợ quảng cáo (Tờ rơi, poster, catalog, cờ, áo, mũ...); các phương tiện vận tải; băng hiệu công ty; các loại ấn phẩm văn phòng; hệ thống phân phối, chuỗi các cửa hàng và các hình thức PR, sự kiện khác.
- **Mục tiêu** của hệ thống nhận diện thương hiệu không chỉ là tạo sự nhận biết, sự khác biệt, thể hiện cá tính đặc thù doanh nghiệp mà còn nhắm đến việc tác động đến nhận thức, tạo cảm giác về quy mô của doanh nghiệp là lớn, tính chuyên nghiệp là cao của doanh nghiệp đối với khách hàng và công chúng.

4.2 Bộ nhận diện thương hiệu hiện tại của PartyinSaigon:

4.2.1 Logo công ty:

Hiện tại công ty có 2 mẫu logo:



Logo này dạng này thường được tag vào hình ảnh, Banner, Poster.



Logo dạng này thường được đặt trên website và các bảng báo giá của PartyinSaigon

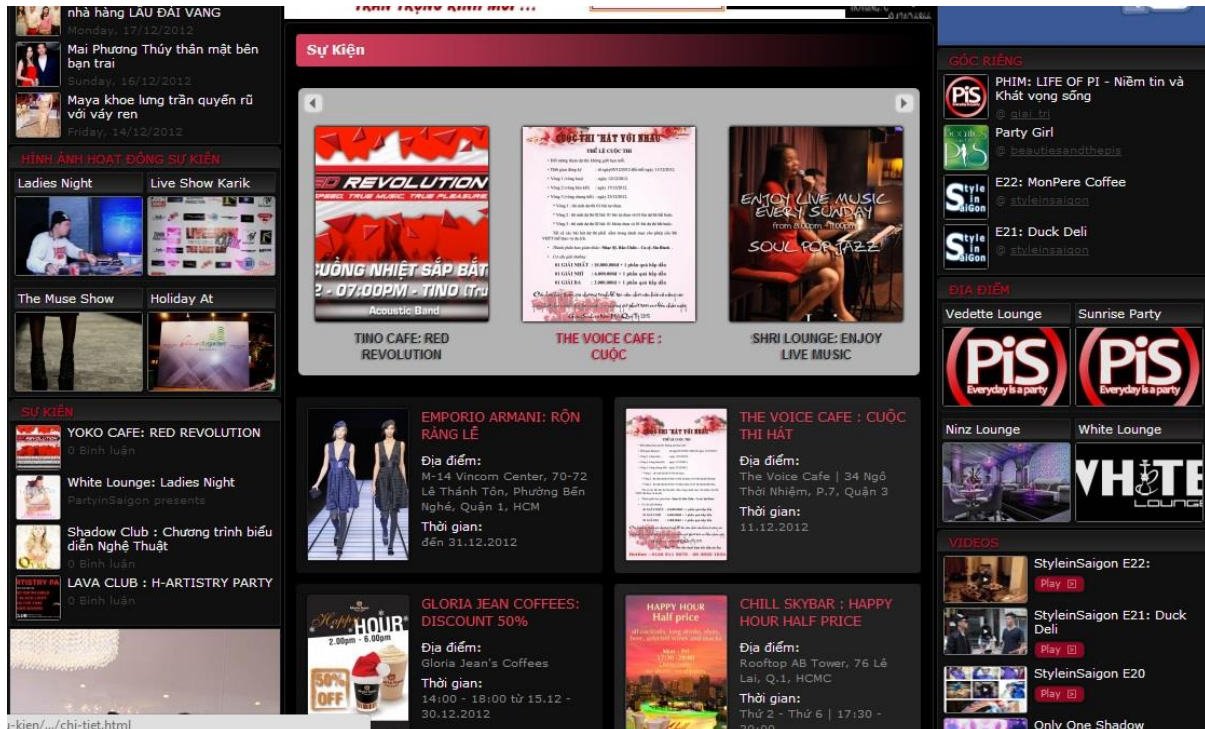
Có thể nhận thấy Logo hiện tại của PartyinSaigon có 3 màu chủ đạo đó là: Đỏ, đen và trắng.

4.2.2 Slogan:

Slogan của PartyinSaigon là “ Everyday is a party”, “ mỗi ngày là một buổi tiệc” thể hiện rõ định vị thương hiệu. Party : thể hiện sự vui vẻ, náo động, PartyinSaigon khẳng định mong muốn mang tạo ra sự vui tươi, thoải mái trong lòng khách hàng. Khiến họ cảm nhận được cuộc sống này thật vui vẻ tho ứ vị và đối với họ mỗi ngày đều là một buổi tiệc. Đồng thời câu Slogan cũng có ý nghĩa là Website PartyinSaigon luôn luôn cập nhật thông tin mới nhất về các hoạt động sự kiện party đến với người xem.

4.2.3 Website:

Website của PartyinSaigon hiện tại cũng được thiết kế với ba tông màu chủ đạo: đỏ đen và trắng.



Giao diện website

4.2.4 Áo:

Áo của nhân viên PartyinSaigon cũng được thiết kế theo 3 màu chủ đạo trắng đỏ và đen

Phía trước áo có in logo viết tắt của PartyinSaigon: PIS



Phía sau có in Logo địa chỉ website: PartyinSaigon.com



Ngoài ra trên viền tay và viền vạt áo cũng có in địa chỉ website.

4.2.5 Các ấn phẩm hỗ trợ khác:

Ngoài ra còn có các ấn phẩm hỗ trợ khác như: Name Card, Sticker, vv... tất cả đều mang ba màu sắc chủ đạo là đỏ, đen và trắng.

Đánh giá: Có thể thấy PartyinSaigon đã có bộ nhận diện thương hiệu khá đồng bộ và mang tính thống nhất cao. Tất cả đều mang ba màu sắc chủ đạo là đỏ, đen và trắng cùng chung một phong chữ nhất định.

Ý nghĩa của các màu:

- **Đỏ:** đây là màu sắc tác động trực tiếp lên tuyến yên của bạn, làm tăng nhịp đập của con tim và là nguyên nhân khiến bạn thở nhanh hơn. Nó còn được gọi là màu của chiến tranh và quyền lực. Chính vì vậy mà nó thường được ưu tiên dành cho các nhãn hiệu hàng hóa cao cấp và xe hơi thể thao. Và đây cũng là màu thu hút sự chú ý của mọi người nhiều nhất, thể hiện sự năng động, tràn đầy năng lượng và tạo ra cảm giác kêu gọi, kích thích trí tò mò. Nó cũng gợi nên sự đam mê, tình yêu và lòng ham muốn, mà không một màu sắc nào khác có thể làm được điều này.
 - ➔ Thể hiện đầy đủ cảm xúc của các bạn trẻ khi tham gia các sự kiện, event, vv... đó cũng chính là mong muốn mà PartyinSaigon muốn tạo ra trong lòng khách hàng của mình
- **Màu đen:** đây là gam màu sắc cổ điển, vừa thể hiện sự trang trọng, vừa thể hiện quyền lực. Ngoài ra nó còn là màu của sự tinh tế và huyền bí. Ngày nay, nó hay được sử dụng trong những sản phẩm xa xỉ, đắt tiền và có giá trị. Màu đen còn giúp bộc lộ ra cảm giác trang trọng nên cũng hay được dùng trong các dòng sản phẩm công nghệ cao.
 - ➔ Điều này thể hiện đặc tính của nhóm khách hàng mà PartyinSaigon muốn hướng đến. Đồng thời nó cũng là phong cách của mọi người khi tham gia các sự kiện, event
- **Màu trắng:** đây là màu gợi nên sự đơn giản, sạch sẽ và thanh khiết. Màu trắng như là màu của sự sáng chói, vì nó ngay lập tức được thu nhận vào tầm mắt của con người.

4.2.6 Một số vấn đề và giải pháp về quản trị thương hiệu của PartyinSaigon.com

Hiện tại PartyinSaigon đã có một bộ nhận diện thương hiệu khá hoàn chỉnh, mang được bản sắc riêng cho thương hiệu của mình, nhưng công tác quản lý vẫn chưa chặt chẽ. Chưa sử dụng được hết nguồn lực và lợi thế đang có.

- **Vấn đề thứ nhất:** Các nhiếp ảnh gia cộng tác viên khi tham gia vào PartyinSaigon đều được training đầy đủ và giao mỗi người hai áo và thẻ đeo của PartyinSaigon. Nhưng khi họ làm việc, xuất hiện và chụp ảnh ở những sự kiện lớn thì họ không xuất hiện trong màu áo của PartyinSaigon, thay vào đó là những trang phục rườm rà, không đồng bộ, không đầy mạnh và tăng được độ nhận diện thương hiệu tại đây. Điều này có ảnh hưởng khá lớn. Vì nếu tăng độ nhận biết thương hiệu với khách hàng tại các event lớn là rất quan trọng. Nó vô hình chung giúp hoạt động sale của công ty phát triển hơn. Khi nhắc tới PartyinSaigon khách hàng sẽ cảm nhận được đây là thương hiệu lớn và đáng tin tưởng hơn. Sau khi tiếp xúc làm việc với các nhiếp ảnh, họ cho rằng áo PartyinSaigon hiện tại mặc rất nóng, chất liệu vải thô cứng, vì vậy rất khó linh hoạt và thoải mái khi tác nghiệp.

- **Tìm hiểu nguyên nhân:** Nhìn nhận được tầm quan trọng của vấn đề tôi đã trực tiếp tham khảo ý kiến của các nhiếp ảnh: họ cho rằng áo PartyinSaigon hiện tại mặc rất nóng, chất liệu vải thô cứng, vì vậy rất khó linh hoạt và thoải mái khi tác nghiệp. Đôi khi phải chạy nhiều event trong nhiều ngày chưa kịp chuẩn bị áo.
- **Cách giải quyết:**
 - ✓ Cần thiết kế lại một mẫu áo khách với chất liệu mềm mại. Mỏng và không gây nóng cho người mặc, đặc biệt vẫn phải giữ nguyên logo và màu sắc chủ đạo của PartyinSaigon trên áo
 - ✓ Cần có người theo dõi việc hoặc động của các nhiếp ảnh tại các event sự kiện lớn, đảm bảo rằng các bạn tuân thủ đúng nguyên tắc mà PartyinSaigon đặt ra.

- ✓ Cần thường xuyên training, hướng dẫn các bạn công tác viên cũ và mới về các yêu cầu và nguyên tắc của PartyinSaigon

- **Vấn đề thứ hai:** Hiện tại logo của PartyinSaigon với ba tông màu đỏ, đen và trắng. Nhưng trên các poster, banner của các chương trình sự kiện mà PartyinSaigon tổ chức cũng như tài trợ thì các logo có màu sắc khá lạ ko tăng được độ nhận biết thương hiệu cao khi khách hàng nhìn vào.

- **Tìm hiểu nguyên nhân:** Do công ty chưa có sự quan tâm cần thiết đối với việc quản lý màu sắc thương hiệu, đồng thời những chương trình do PartyinSaigon tài trợ khi gửi logo công ty qua ban tổ chức để đăng lên poster thì người phụ trách không gửi đúng logo của PartyinSaigon
- **Cách giải quyết:**
 - ✓ Cần đẩy mạnh đào tạo đến toàn bộ nhân viên về vấn đề thương hiệu
 - ✓ Phân công quản lý bộ nhân diện thương hiệu cho những người có kinh nghiệm cũng như kiến thức sâu về marketing, brand

4.2.7 Đánh giá điểm mạnh, yếu, một số giải pháp, kiến nghị

Để hiểu được tình hình kinh doanh hiện tại của công ty tôi đã sử dụng phương pháp phân tích SWOT để đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức một cách khách quan và toàn diện. Từ đó đề ra một số kiến nghị về chiến lược kinh doanh cho công ty hiệu quả hơn trong thời gian sắp tới

Để đánh giá tình hình kinh doanh của công ty một cách khách quan và toàn diện, tôi sử dụng phương pháp phân tích SWOT để đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức. Từ đó đề ra một số kiến nghị về chiến lược kinh doanh cho công ty trong thời gian sắp tới.

Phân tích SWOT tại PartyinSaigon

S	W
<ul style="list-style-type: none">• Thương hiệu quen thuộc đối với đối tượng khách hàng thích vui chơi, giải trí, ăn uống tại Sài Gòn• Nhân viên có kinh nghiệm sâu trong lĩnh vực, nắm bắt được tâm lý khách hàng.	<ul style="list-style-type: none">• Đội ngũ nhân viên chưa ổn định• Chưa có bảng đánh giá cụ thể năng lực nhân viên• Chưa ổn định tình hình nguồn nhân lực nhất là bộ phận nhiếp ảnh cộng tác viên

<ul style="list-style-type: none"> • Sản phẩm đa dạng, phong phú. • Chính sách khuyến khích và đãi ngộ nhân viên tốt • Lượng khách hàng hiện tại chủ yếu tự tìm đến với PartyinSaigon 	
O	T
<ul style="list-style-type: none"> • Lĩnh vực đang và sẽ phát triển mạnh tại Việt Nam 	<ul style="list-style-type: none"> • Cạnh tranh gay gắt, đòi hỏi phải luôn thay đổi về website và các dịch vụ, sản phẩm

Một số kiến nghị:

- Thường xuyên tham khảo các website đối thủ của PartyinSaigon để có thể thay đổi thu hút người xem hiệu quả hơn.
- Đưa ra hoạch định và chiến lược cụ thể theo từng giai đoạn, Đặc biệt trong các khâu quản lý và điều phối nhân sự gian đoạn cao điểm cuối năm để không bị thiếu hụt nhân sự (đặc biệt nhiếp ảnh cho các sự kiện event).
- Cần có hợp đồng cộng tác viên cụ thể với các đặc biệt là các nhiếp ảnh để dễ quản lý và điều phối hợp lý hơn.
- Nhân viên cần được gửi đi tham gia một số khóa đào tạo ngắn hạn về kỹ năng, giao tiếp, đàm phán, vv...
- Cần thực hiện các nghiên cứu khách hàng để đánh giá tình hình, tìm ra vấn đề chưa tốt để từ đó có cách khắc phục hiệu quả và nhanh chóng hơn.
- Thực hiện các cuộc họp cố định trong tuần để ban lãnh đạo thường xuyên cập nhật, nắm bắt tình hình.

5. Kết Luận

Trong suốt thời gian thực tập tôi đã thu về nhiều kiến thức và kinh nghiệm từ việc tham gia hoạt động trong nhiều lĩnh vực của công ty: nhân viên kinh doanh, hỗ trợ tổ chức sự kiện, Admin website, chụp ảnh,...Điều quan trọng là tôi cảm thấy tự tin hơn với công việc mình đang làm, ngành mình đã học, thích nghi nhanh chóng với môi trường dịch vụ và làm việc mang tác phong chuyên nghiệp, hiện đại và năng động.

Ban đầu khi mới bước chân vào PartyinSaigon, tôi rất ngỡ ngàng và tự nhận thấy bản thân hết sức yếu kém. Đồng thời cũng không được công ty giao việc để làm. Những sau 3 tháng cố gắng làm quen và thích nghi, tôi đã dần tạo được lòng tin từ mọi người trong công ty và được giao khá nhiều công việc không kém phần quan trọng.

PartyinSaigon là tuy là một công ty chưa thật sự lớn, nhưng tôi thích nơi này, thích tình cảm, cách cư xử, văn hóa của mọi người trong công ty với nhau. Văn hóa của một gia đình.

Đối với PartyinSaigon, cách thức tạo nên thương hiệu và góp phần đẩy mạnh doanh thu hàng năm tạo thế đứng trên thị trường chủ yếu là cách tiếp cận khách thân thiện, nhiệt tình và có kiến thức. Thường xuyên cập nhật, thay đổi cấu trúc website cũng như các sản phẩm dịch vụ để làm hài lòng khách hàng và người xem. Từ đó nâng cao doanh thu, khẳng định thương hiệu ngày một lớn mạnh.

PHỤ LỤC

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc Lập - Tự Do - Hạnh Phúc

-----o0o-----

HỢP ĐỒNG CUNG CẤP DỊCH VỤ

- Căn cứ Bộ Luật Dân sự được Quốc hội Nước Cộng hoà Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam, khoá XI. Kỳ họp thứ 7 thông qua ngày 14/06/2005
- Căn cứ Luật Thương mại hiện hành và Pháp lệnh QC số 39/2001/PL-UBTVQH10 ngày 16/11/2001
- Căn cứ Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13/3/2003 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh quảng cáo.

Căn cứ chức năng nhiệm vụ & khả năng của hai đơn vị

Hôm nay, ngày 29 tháng 10 năm 2012, chúng tôi bao gồm:

BÊN A : BÀ ĐÀO THỊ HƯƠNG GIANG

Địa chỉ : 5H Tôn Đức Thắng, Quận 1, TP.HCM

Điện thoại : 0838220458

2.1. BÊN B : CÔNG TY TNHH ĐÔNG VUI

Địa chỉ : 284/12 Nguyễn Trọng Tuyển, P.10, Q.Phú Nhuận, TP.HCM

Điện thoại : 08.3997.1488

Tài khoản số : 98654199 (ACB)

Mã số thuế : 0310645946

Đại diện : Ông Nguyễn Thiên Thăng Chức vụ: Phó Giám Đốc

Ủy quyền theo: Quyết định số 01/ĐV/2012 ký ngày 01/10/2012

Bên A đồng ý chỉ định bên B thực hiện ký kết hợp đồng này với những điều khoản và điều kiện sau:

ĐIỀU 1: NỘI DUNG HỢP ĐỒNG

Bên B đồng ý đăng thực hiện chương trình quảng cáo về quán cà phê Monpere của bên A trên website PartyinSaigon.com của bên B, với các chi tiết như sau:

1.1. Nội dung

- Đăng Side Banner 1 phải (kích thước 250px x 250px) tại trang chủ của website
Thời gian đăng: từ ngày 01/11/2012 đến hết ngày 01/02/2013
- Quay chương trình StyleinSaigon và đăng trên tại phần video của website
Đăng clip trên facebook của các Piser (nhân vật chính trong clip)

ĐIỀU 2: GIÁ TRỊ HỢP ĐỒNG & PHƯƠNG THỨC THANH TOÁN

2.1. Giá trị Hợp Đồng: **14.000.000 VNĐ (Mười bốn triệu đồng)**

2.2. Phương thức thanh toán:

Thanh toán bằng tiền mặt chia làm 3 lần:

- Lần 1: Sau khi kí kết hợp đồng Bên A sẽ thanh toán 4.000.000 VNĐ cho bên B
- Lần 2: Sau khi hoàn thành xong clip StyleinSaigon bên A sẽ thanh toán 4.000.000 VNĐ cho bên B
- Lần 3: Đầu tháng 01/2012 bên A sẽ thanh toán 6.000.000 VNĐ cho bên B

ĐIỀU 3: TRÁCH NHIỆM CỦA HAI BÊN

3.1. Bên A tạo điều kiện thuận lợi và chuyển thông tin đúng thời gian cho Bên B

3.2. Bên A thanh toán đầy đủ giá trị hợp đồng cho Bên B đúng theo nội dung được nêu ở Điều 2 trong hợp đồng cũng như chi phí phát sinh (nếu trong quá trình thực hiện có phát sinh và có sự chấp thuận của hai Bên).

3.3. Bên B đảm bảo thực hiện đúng những yêu cầu, thỏa thuận công việc mà hai bên đã đồng ý.

ĐIỀU 4: ĐIỀU KHOẢN CHUNG

4.1 Hợp đồng bắt đầu có hiệu lực từ ngày ký và kết thúc khi Bên B hoàn tất công việc đã thỏa thuận nêu trong Hợp Đồng này.

4.2 Nếu một trong hai bên đơn phương hủy bỏ hợp đồng, hay thực hiện không đúng những thỏa thuận đã cam kết mà không có sự đồng ý của hai bên bằng văn bản thì phải chịu trách nhiệm bồi thường 100% trên tổng giá trị hợp đồng và những tổn thất phát sinh khác.

4.3 Hai bên đồng thực hiện đúng theo các điều khoản nêu trong Hợp Đồng này. Trong quá trình thực hiện, nếu có vướng mắc gì hai bên cùng nhau bàn bạc giải quyết

và theo chiều hướng giải hòa, trong trường hợp không thỏa thuận được, vụ việc sẽ được đưa ra Tòa Án có thẩm quyền để giải quyết.

4.4 Hợp đồng được lập thành 02 bản gốc Tiếng Việt. Mỗi bên giữ 01 (một) bản.

BÊN A

BÊN B

P. Giám Đốc

Hợp đồng soạn cho MonPere cafe

ĐÔNG VUI

Công Ty TNHH ĐÔNG VUI
 284/12 Nguyễn Trọng Tuyển, P10 Q.Phú Nhuận Tp
 HCM
 Tel: (84) 3 99 714 88
 Website: <http://partyinsaigon.com/>

MONPERE ADVERTISING ON PARTYINSAIGON



Client	Ms Giang
Project Title	Monpere
Contact	Ms Giang
Date	08.10.2012

COST DETAILS BREAKDOWN

No.	SUBJECT	QUANTITY	UNIT	PRICE	Discount Price
1	Side banner 2R	3	month	15,000,000	10,000,000
2	Viết bài event & Promotion	3	Lần	4,500,000	Free
3	Quay StyleinSaigon	1	lần	4,000,000	4,000,000
3	Post Facebook	1	Lần	Support	Support
TOTAL				23,500,000	14,000,000
Final Cost				10,000,000	
Save Up to				40%	

Quotation prepared by
Name: Trung Lê

Client's approval signature
Name: Ms Giang

Bảng báo giá chi tiết đề xuất cho MonPere Cafe

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo thực tập Lê Thành Trung – Mk 091
2. Website PartyinSaigon.com.
3. Và các trang web:
 - www.tailieu.vn
 - <http://partyinsaigon.com/dia-diem/MonPERE-Cafe-1002/chi-tiet.html>
 - <http://partyinsaigon.com/su-kien/Style-in-Saigon-Show--Mystery-Night-926/chi-tiet.html>
 - <http://www.lefaso.org.vn/default.aspx?portalid=1&tabid=18&itemid=168>
 - <http://partyinsaigon.com/goc-rieng/partyinsaigon.html>
 - <http://partyinsaigon.com/video/StyleinSaigon-E22-Monpere-Coffee-66/chi-tiet.html>
 -

THÔNG TIN LIÊN HỆ

Người thực hiện báo cáo: Lê Thành Trung
Mã số sinh viên: 091099
Niên khóa: 2009 - 2013
Ngành: Marketing
Lớp: MK091
Số điện thoại: 01218767269
Email: trunglemk@gmail.com