MẪU BRIEF SỰ KIỆN

Điền một lần, file tự chấm brief đủ chưa trước khi gửi agency.

Dữ liệu ví dụ, thương hiệu hư cấu: Trà Lam Khê là tên đặt ra để minh họa, không phải khách hàng thật. Số trong file là số giả định.

3 BƯỚC DÙNG

1. Mở sheet 1, nhập thông tin của bạn vào cột Ô nhập, thay hết các ô cam (chữ ví dụ). Ô đã nhập chuyển xanh, ô bắt buộc còn trống hiện đỏ.
2. Có sampling, booth, roadshow tại điểm bán thì để ô «Có chạy tại điểm bán» là Có và điền thêm sheet 2; không chạy thì chọn Không.
3. Quay lại đây xem điểm. Đủ rồi thì in PDF hoặc chép sang bản Word để gửi agency.

BRIEF ĐỦ

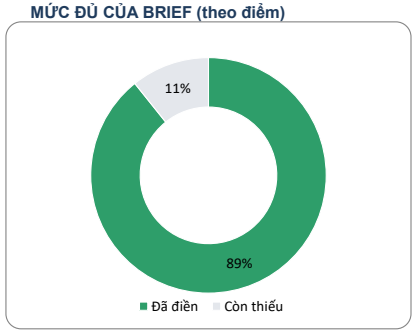
89%

Còn 2 mục bắt buộc trống, agency sẽ hỏi lại các mục này

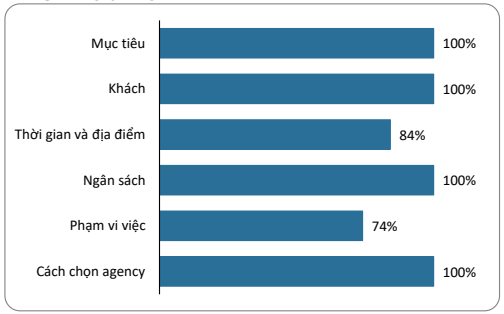
Còn 29 ô chưa thay ví dụ (ô cam)

Điểm đo mức hoàn thành ô nhập, chưa đánh giá nội dung. Câu theo ngưỡng 60% và 85% chỉ hiện khi không còn mục bắt buộc trống; ngưỡng là gợi ý của mẫu, không phải số đo.

MỨC ĐỦ CỦA BRIEF (theo điểm)



ĐỦ THEO 6 NHÓM



Ô BẮT BUỘC CÒN TRỐNG (5 mục đầu)

- **Danh sách điểm hoặc số điểm giả định (Tại điểm bán)**
- **Ai book mặt bằng tại điểm (Tại điểm bán)**

Agency sẽ hỏi:

Chạy ở bao nhiêu điểm, khu vực nào?

Bên nào liên hệ siêu thị để đặt chỗ đặt quầy?

KÝ HIỆU

Ô vàng	Mục không bắt buộc còn trống: điền nếu có thông tin.
Ô cam	Còn nguyên chữ ví dụ: thay bằng thông tin của bạn (vẫn tính điểm để bạn thấy kết quả).
Ô đỏ	Mục bắt buộc còn trống: agency gần như chắc chắn sẽ hỏi lại.
Ô xanh	Bạn đã nhập, được tính điểm.
Ô xám	Ô tự tính, không cần sửa (các sheet đã khóa, chỉ mở cột Ô nhập).

Gửi brief cho A.M Agency để nhận báo giá sơ bộ trong 48 giờ làm việc · amagency.vn/bao-gia

Hotline/Zalo: 0922 891 212

Mẫu của A.M Agency – amagency.vn

Nhóm	Mục	Ô nhập	Gợi ý ghi gì	Mức
Cách chọn agency	Công ty / nhãn hàng, người gửi, điện thoại, email, ngày gửi	*Công ty Đồ uống Lam Khê (hư cấu), nhãn Trà Lam Khê; Nguyễn Thu Hà, quản lý nhãn; 09xx xxx xxx; email@congty.vn; gửi ngày 05/01/2027.*	*Tên công ty và nhãn hàng, người gửi, số điện thoại, email, ngày gửi brief.*	**Bắt buộc**
Mục tiêu	Tên chương trình, chủ đề tạm	*Lễ ra mắt Trà Lam Khê đóng chai. Chủ đề tạm: «Sáng nay nhẹ nhàng».*	*Tên tạm cũng được. Ghi (tạm) nếu muốn agency đề xuất chủ đề.*	**Bắt buộc**
	Loại sự kiện	Lễ ra mắt sản phẩm	*Chọn trong danh sách thả xuống.*	**Bắt buộc**
	Bối cảnh, vì sao làm lúc này	*Sản phẩm lên kệ siêu thị từ tháng 3. Công ty cần đại lý và báo chí biết trước khi hàng về điểm bán.*	*Sản phẩm gì, thị trường ra sao, chuyện gì khiến phải làm sự kiện lúc này.*	Nên có
	Mục tiêu kinh doanh	*Đại lý đặt đơn đầu tiên ngay tại sự kiện; sản phẩm có mặt ở chuỗi siêu thị trong tháng ra mắt.*	*Sau sự kiện, công ty muốn bán được gì, mở được kênh nào.*	**Bắt buộc**
	Mục tiêu truyền thông, thông điệp chính	*Khách nhớ đây là trà ít ngọt cho buổi sáng. Thông điệp: «Tinh táo nhẹ nhàng, không cần nhiều đường».*	*Một câu khách cần nhớ khi ra về.*	**Bắt buộc**
	Đo thành công bằng gì	*Số đơn đại lý đặt tại chỗ, số bài báo đăng trong 1 tuần, lượt dùng thử ở siêu thị.*	*Chỉ số nào cho biết sự kiện thành công, ai đếm.*	Nên có
Khách	Nhóm khách và số dự kiến từng nhóm	*Đại lý 70, báo chí 25, người có ảnh hưởng 15, nội bộ 40 (tổng 150).*	*Chia theo nhóm, mỗi nhóm một con số dự kiến.*	**Bắt buộc**
	Số khách tối đa và mức linh hoạt	*Tối đa 160 khách; chốt danh sách trước 10 ngày.*	*Số dự kiến, số tối đa, ngày chốt danh sách khách.*	**Bắt buộc**
	Khách đặc biệt (VIP, báo chí)	*Tổng giám đốc phát biểu mở màn; báo chí cần khu phỏng vấn riêng.*	*Ai phát biểu, ai cần đón riêng, báo chí cần gì.*	Nên có
Thời gian và địa điểm	Ngày dự kiến, ngày không được	*Tuần 2 tháng 3/2027 (dự kiến), có thể lùi tối đa 1 tuần. Không chọn thứ Hai.*	*Ghi ngày dự kiến, khoảng có thể dời và những ngày chắc chắn không được.*	**Bắt buộc**
	Khung giờ	*8:30-13:30, gồm tiệc trưa.*	*Giờ đón khách, giờ kết thúc, có tiệc hay không.*	Nên có
	Khu vực, địa điểm đã có hay cần tìm	*TP.HCM, khu trung tâm. Chưa có địa điểm, nhờ agency đề xuất 2-3 nơi.*	*Thành phố, khu vực; địa điểm đã đặt hay cần agency tìm.*	**Bắt buộc**
Ngân sách	Ngân sách dự kiến (dải), đã gồm phí agency, VAT chưa	*Buổi lễ đã có dải ngân sách được duyệt, đã gồm phí agency, chưa VAT; sampling có ngân sách riêng.*	*Ghi một dải, nói rõ đã gồm phí agency và VAT chưa.*	**Bắt buộc**
	Hạng mục ưu tiên chi	*Ưu tiên sân khấu, màn LED và khu dùng thử; tiết mục biểu diễn giữ gọn.*	*Phần nào cần chi mạnh, phần nào giữ gọn.*	Nên có
Phạm vi việc	**Phần việc thuê agency**	9 / 11 phần việc chọn Có	*Chọn Có ở phần nào muốn agency làm.*	Bắt buộc
	· Ý tưởng, chủ đề	Có		
	· Thiết kế	Có		
	· Sản xuất, dàn dựng	Có		
	· Địa điểm, hội trường	Có		

Nhóm	Mục	Ô nhập	Gợi ý ghi gì	Mức
	· Tiệc, teabreak	Có		
	· Quà tặng khách mời	Không		
	· Tiết mục giải trí	Có		
	· Nhân sự vận hành	Có		
	· MC	Có		
	· Quay phim, chụp ảnh	Có		
	· Truyền thông, mời báo chí	Không		
	Phần doanh nghiệp tự lo	*Hàng mẫu, danh sách khách và thư mời, nội dung phát biểu, mời báo chí.*	*Việc công ty tự làm, để agency không báo giá trùng.*	Nên có
	Ngoài phạm vi	*Không thuê khách sạn cho khách tỉnh; không làm quà tặng khách mời.*	*Việc agency không cần báo giá, để tránh phát sinh về sau.*	Nên có
	Vật phẩm có sẵn dùng lại	*Quầy trưng bày và standee từ hội chợ năm trước.*	*Quầy, standee, đồng phục, quà còn dùng được.*	Thêm
	Tone, phong cách, tham chiếu	*Sáng, sạch, nhiều cây xanh. Ảnh tham chiếu gửi kèm email.*	*Vài tính từ và 2-3 ảnh tham chiếu.*	Nên có
	Điều không được làm (màu, chữ, đối thủ)		*Màu, chữ, hình ảnh cần tránh; quy định của tập đoàn; tên đối thủ không được nhắc.*	Nên có
Cách chọn agency	Lịch chọn agency: ngày gửi brief, hạn đề xuất lần đầu, vòng góp ý, ngày chốt	*Gửi brief tuần này; đề xuất lần đầu sau 7 ngày; góp ý 2 ngày sau đó; chốt agency trong tuần kế tiếp.*	*Ngày gửi brief, hạn nộp đề xuất lần đầu, số vòng góp ý, ngày chốt agency.*	**Bắt buộc**
	Người liên hệ và người duyệt cuối	*Quản lý nhãn hàng (liên hệ hằng ngày); Giám đốc marketing (duyệt cuối).*	*Chức danh người trao đổi hằng ngày và người ký duyệt.*	**Bắt buộc**
	Cần ký bảo mật không	Có	*Chọn Có nếu brief có thông tin chưa công bố.*	Thêm

Nhóm	Mục	Ô nhập	Gợi ý ghi gì	Mức
Phạm vi việc	Sản phẩm, quy cách, bảo quản	*Chai 330 ml, uống lạnh ngon hơn; cần tủ mát nhỏ tại quầy.*	*Sản phẩm gì, đóng gói ra sao, có cần tủ mát, kho lạnh không.*	**Bắt buộc**
Khách	Nhóm người tiêu dùng muốn gặp	*Phụ nữ đi chợ, siêu thị cuối tuần, mua đồ uống cho gia đình; nhân viên văn phòng ghé mua buổi chiều.*	*Ai cần được nếm thử: độ tuổi, thói quen mua, đi cùng ai.*	**Bắt buộc**
Thời gian và địa điểm	Loại điểm	Siêu thị	*Chọn trong danh sách thả xuống.*	**Bắt buộc**
	Danh sách điểm hoặc số điểm giả định		*Gửi danh sách nếu có; chưa có thì ghi số điểm và khu vực.*	**Bắt buộc**
	Số điểm chạy cùng lúc	*5 điểm mỗi ngày, xoay vòng.*	*Số điểm chạy cùng một lúc quyết định số người và số quầy.*	Nên có
	Ngày trong tuần, khung ca, số ngày	*Thứ Sáu đến Chủ nhật, ca 16:00-20:00, trong 2 tuần sau lễ ra mắt.*	*Ngày nào trong tuần, ca mấy giờ, chạy bao nhiêu ngày.*	**Bắt buộc**
Phạm vi việc	Hàng mẫu và quà: bên nào chuẩn bị, giao đến đâu	*Công ty chuẩn bị hàng mẫu, giao về kho agency trước 3 ngày.*	*Bên nào mua hoặc xuất kho, giao về đâu, trước bao lâu.*	**Bắt buộc**
	Ai giữ và đếm hàng mẫu		*Người nhận, giữ, đếm tồn mỗi ca và ký biên bản.*	Nên có
	Ai book mặt bằng tại điểm		*Công ty tự liên hệ siêu thị hay nhờ agency làm.*	**Bắt buộc**
	Booth, POSM có sẵn từ đợt trước	*Hai quầy dùng thử từ đợt trước, cần dán lại decal.*	*Quầy, kệ, POSM còn dùng được, đang để ở đâu.*	Nên có
Ngân sách	Ngân sách phần tại điểm bán, gồm những khoản nào	*Có ngân sách riêng cho 2 tuần sampling, gồm nhân sự, vật dụng làm thêm và quà cho hoạt động tương tác.*	*Đã có ngân sách riêng chưa, gồm nhân sự, vật dụng, quà, phí mặt bằng hay không.*	Nên có
Mục tiêu	KPI và cách đếm	*Lượt dùng thử đếm theo số cốc phát; lượt quét mã nhận ưu đãi đếm theo hệ thống.*	*Lượt dùng thử, lượt đăng ký, lượt chơi; đếm bằng cách nào.*	**Bắt buộc**
Phạm vi việc	Báo cáo cần nhận	*Ảnh mỗi ca, số lượt dùng thử theo ngày, gửi qua nhóm Zalo trước 22:00.*	*Cần ảnh, số theo ca hay theo ngày, gửi qua kênh nào.*	Nên có