



CÔNG TY CỔ PHẦN TIẾP THỊ VÀ KINH DOANH QUỐC TẾ BGC

COMPANY **PROFILE**





Mục lục

1. Giới thiệu công ty

- Về chúng tôi
- Tầm nhìn
- Slogan
- Giá trị cốt lõi
- Văn hóa

2. Danh mục ngành nghề/Sản phẩm/Dịch vụ

- 2.1. Nghiên cứu thị trường
- 2.2. Dịch vụ booking quảng cáo
- 2.3. Dịch vụ truyền thông – Marketing Online
- 2.4. Xây dựng chương trình Quan hệ công chúng
- 2.5. Tổ chức sự kiện



1

**GIỚI THIỆU
CÔNG TY**

VỀ CHÚNG TÔI

Công ty Cổ phần Tiếp thị và Kinh doanh Quốc tế BGC là công ty hoạt động trong lĩnh vực quảng cáo, tiếp thị truyền thông và tổ chức sự kiện. Với những cố gắng từng ngày của một đội ngũ nhân viên trẻ trung, năng động, nhiệt tình và luôn sáng tạo không ngừng, BGC luôn cố gắng đem đến cho Quý khách hàng những dịch vụ tốt nhất với giá trị cao nhất.

Với mục tiêu không ngừng phát triển để trở thành công ty quảng cáo và tiếp thị truyền thông hàng đầu, chúng tôi **luôn mong muốn** đáp ứng được mọi nhu cầu của khách hàng, làm hài lòng cả những Quý khách hàng khó tính nhất, BGC luôn chú trọng đầu tư vào hệ thống trang thiết bị, thi công phục vụ cho quảng cáo, tiếp thị và kinh doanh cũng như không ngừng tìm tòi các phương thức thể hiện độc đáo, hiệu quả, sáng tạo nhất.





Giá trị cốt lõi

Nền tảng cho sự phát triển là tinh thần sáng tạo.

Nền tảng của sự thành công là xem con người là tài sản, là nhân tố tạo nên Công ty.

Nền tảng của hành động là tinh thần đồng đội và sự trung thực.

Nền tảng của sự vững vàng là tinh thần chịu khó học hỏi, không ngừng đổi mới.



Tầm nhìn

BGC đặt mục tiêu trong vòng **10 năm** tới sẽ trở thành công ty hàng đầu tại Việt Nam trong lĩnh vực tiếp thị và kinh doanh.





Slogan

Becoming a great communicator BGC

Văn hóa

Với tinh thần tương thân tương ái, cảm thông và sẻ chia những khó khăn với cộng đồng, BGC luôn dành một phần ngân sách cho **các hoạt động từ thiện, hỗ trợ các trung tâm** nuôi dưỡng trẻ em mồ côi khuyết tật, trẻ em đường phố có hoàn cảnh khó khăn cũng như thăm và tặng quà cho người già neo đơn. Đây là những hoạt động thường niên của công ty nhằm góp phần xây dựng mối quan hệ tốt đẹp với cộng đồng.

Lãnh đạo Công ty luôn chú trọng chăm lo đến đời sống văn hóa, tinh thần của nhân viên, thường xuyên thăm hỏi và tặng quà cho cán bộ nhân viên vào các dịp lễ tết, sinh nhật và đặc biệt là các chế độ BHXH, BHYT được đóng đầy đủ theo quy định của pháp luật,... Hằng năm, công ty còn thường xuyên tổ chức cho cán bộ nhân viên đi nghỉ mát tại những điểm du lịch nổi tiếng trong và ngoài nước. Công ty cũng **luôn quan tâm và tạo điều kiện** cho cán bộ nhân viên có thời gian giải trí và rèn luyện sức khỏe bằng cách tổ chức các giải thi đấu thể dục thể thao, góp phần tạo nên sự gắn kết giữa các cá nhân, tập thể trong Công ty.



2

**DANH MỤC
NGÀNH NGHỀ
SẢN PHẨM
DỊCH VỤ**

Nghiên cứu thị trường

Nghiên cứu thị trường (Market research) được định nghĩa là quá trình đánh giá tính khả thi của một sản phẩm hoặc dịch vụ mới, thông qua nghiên cứu được thực hiện trực tiếp với người tiêu dùng tiềm năng. Phương pháp này cho phép các tổ chức hoặc doanh nghiệp khám phá thị trường mục tiêu của họ, thu thập, ghi lại ý kiến và đưa ra các quyết định sáng suốt.

Mục đích chính của việc thực hiện nghiên cứu thị trường là để hiểu hoặc xem xét thị trường liên quan đến một sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể. **Để quyết định và thấu hiểu** khách hàng mục tiêu sẽ phản ứng với một sản phẩm hoặc dịch vụ như thế nào? Thông tin thu được từ việc thực hiện nghiên cứu thị trường có thể được sử dụng để điều chỉnh các hoạt động tiếp thị, quảng cáo hoặc để xác định đâu là ưu tiên về tính năng hoặc yêu cầu dịch vụ (nếu có) của người tiêu dùng.

Trong quá trình phân tích thị trường, người làm marketing phải xác định xem thị trường mà mình đang cạnh tranh đang ở vào giai đoạn nào của chu kỳ thị trường. Vì vậy, phải hiểu được các mục đích khác nhau của việc nghiên cứu thị trường để có thể **thấu hiểu thị trường một cách tốt nhất**. Một dự án nghiên cứu thị trường có thể có 3 loại mục tiêu khác nhau.

Quản trị

Thông tin thu thập từ nghiên cứu thị trường giúp các nhà quản lý lập các kế hoạch và định hướng phát triển lâu dài cho doanh nghiệp. Các thông tin này có thể giúp doanh nghiệp định hướng phát triển, thông qua việc lập kế hoạch, tổ chức phù hợp và kiểm soát cả nguồn nhân lực và vật lực, do đó đáp ứng tất cả các nhu cầu cụ thể trong thị trường vào đúng thời điểm.

Xã hội - Khách hàng

Thông tin từ nghiên cứu thị trường có thể giúp doanh nghiệp hiểu các điểm mạnh và điểm yếu của sản phẩm dưới quan điểm, cái nhìn từ phía khách hàng. Đồng thời có thể biết các sở thích, mong muốn về sản phẩm của khách hàng, qua đó doanh nghiệp tìm cách đáp ứng các nhu cầu cụ thể của khách hàng thông qua một sản phẩm hoặc dịch vụ.

Kinh tế

Nghiên cứu thị trường có thể giúp xác định mức độ thành công hay thất bại về kinh tế, doanh số mà một công ty có thể có khi mới tham gia thị trường hoặc giới thiệu các sản phẩm, dịch vụ mới. Qua đó gia tăng cơ hội thành công khi tung một sản phẩm, dịch vụ nào đó.

Việc thực hiện nghiên cứu thị trường thường tốn nhiều thời gian, công sức và nguồn lực. Doanh nghiệp nên tổ chức nghiên cứu thị trường vào 3 thời điểm quan trọng

Trước khi doanh nghiệp triển khai một dự án đầu tư hay liên doanh mới thì cần bỏ thời gian nghiên cứu tình hình thị trường, nhu cầu xã hội, các quy định và chính sách của pháp luật. Hơn thế nữa phải tìm hiểu về đối tác hoặc đối thủ cạnh tranh, các ưu và nhược điểm của họ, giá cả, chiến lược tiếp thị, phân phối của đối thủ. Từ đó giúp doanh nghiệp đưa ra các quyết định đúng đắn.

Trước khi chuẩn bị tham gia vào một thị trường mới, sẽ có nhiều khó khăn và điều mới mẻ cùng các rủi ro không lường trước đang chờ đợi doanh nghiệp. Do đó cần tìm hiểu, nắm bắt về tình hình kinh tế, nhu cầu thị trường, các quy định của pháp luật, các đối thủ và khách hàng mục tiêu. Việc nghiên cứu thị trường sẽ giúp doanh nghiệp giảm thiểu các sai lầm không đáng có.

Trước khi tung sản phẩm ra thị trường bạn cần phải hiểu được thị trường và khách hàng mục tiêu, biết được các nhu cầu, mong muốn của khách hàng để cải thiện sản phẩm sao cho đáp ứng tốt nhất kỳ vọng của khách hàng mục tiêu.

Dịch vụ booking quảng cáo

Booking quảng cáo là thuật ngữ quen thuộc trong lĩnh vực marketing, việc **hiểu rõ về booking quảng cáo** sẽ giúp các marketer và doanh nghiệp: Định hướng phát triển nhãn hàng hiệu quả hơn, chọn hình thức phù hợp, chọn đơn vị booking uy tín,...

Booking quảng cáo là đặt các thông tin của thương hiệu lên các phương tiện truyền thông như báo chí, đài truyền hình, mạng xã hội, xe bus – taxi, màn hình LCD – Frame,...

Booking quảng cáo áp dụng cho nhiều đối tượng khác nhau bao gồm cả cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp. Trong đó, việc Booking quảng cáo thường phổ biến nhất khi các doanh nghiệp thực hiện chiến dịch marketing quảng bá sản phẩm.



Các hình thức booking quảng cáo hiện nay



Booking PR còn được gọi là Booking báo chí, là đăng bài viết PR lên các báo điện tử, báo giấy, tạp chí, trang tin,... nhằm mục đích nâng cao uy tín cho thương hiệu, lan tỏa giá trị tích cực và phần nào đó nâng cao doanh thu,... Đối với báo điện tử, trang tin điện tử, Booking không chỉ dừng lại ở việc đăng bài viết PR mà còn có thể đặt textlink, backlink, banner,...



Booking quảng cáo truyền hình cho phép doanh nghiệp đưa các TVC, phim giới thiệu doanh nghiệp, tin tức về hoạt động,... lên sóng các kênh truyền hình quốc gia và cả kênh địa phương. Các kênh truyền hình phổ biến hiện nay có thể kể tới VTV, VTC, HTV,...



Booking quảng cáo Phát thanh là việc mua các spot trên các đài phát thanh phổ biến như VOV1,2,3,...; VOV Giao thông, Zone FM và các kênh địa phương khác nhằm hướng đến đối tượng người sử dụng radio thường xuyên để khách hàng tiềm năng biết đến sản phẩm của doanh nghiệp.



Quảng cáo trên xe taxi được đánh giá là hình thức quảng cáo trực quan hiệu quả, giống như một Pano quảng cáo di động theo tuyến cố định và lặp lại nhiều lần. Người tham gia giao thông sẽ tự động theo dõi các hình ảnh và ghi nhớ lại quảng cáo này một cách ngẫu nhiên cho dù không cố tình chú ý tới nó.



Booking quảng cáo xe bus là hình thức quảng cáo đã phổ biến từ lâu nhưng chưa bao giờ là "lỗi thời" đối với các marketer. Bởi vì xe bus là phương tiện giao thông công cộng được ưa chuộng nhất hiện nay. Với kích thước lớn và lộ trình xe có sẵn, thời gian di chuyển cố định, không thay đổi kể cả khi tắc đường hay ngày lễ tết. Quảng cáo trên xe bus gần như là sự lựa chọn đầu tiên của nhiều doanh nghiệp khi muốn quảng cáo trên phương tiện giao thông.



Quảng cáo ngoài trời (Out Of Home – OOH) là một kênh truyền thông "lão làng" nhưng không hề lạc hậu. Ngay tại Việt Nam, OOH vẫn còn nhiều tiềm năng phát triển nhờ vào những đặc thù về mặt xã hội. Nếu biết cách vận dụng, kết hợp cùng với các kênh khác, số hóa phù hợp thì OOH sẽ phát huy hiệu quả mạnh mẽ vai trò của nó đối với một chiến dịch truyền thông.



Facebook Ads: Là một công cụ mạnh mẽ giúp bạn có thể tiếp cận khách hàng có khả năng hoạt động bằng AI (Trí tuệ nhân tạo) mà Facebook đã tạo ra. Với quảng cáo của Facebook, bạn sẽ thu hút được sự chú ý và kích thích mọi người hành động, tương tác với quảng cáo của bạn.



Google Ads: Là kênh quảng cáo trả phí Google, bạn có thể tạo chiến dịch theo nhiều hình thức khác nhau với mục đích cuối cùng là: Tìm kiếm khách hàng tiềm năng và mang về lợi nhuận. Google Ads là hình thức quảng cáo giúp khách hàng tìm đến bạn một cách chủ động. Khi họ tìm kiếm những thông tin liên quan đến doanh nghiệp của bạn trên Google thì nội dung quảng cáo của bạn sẽ được xuất hiện ngay lập tức.





YouTube Ads: Có 60% người dân Việt Nam sử dụng Internet mỗi ngày. Đặc biệt, họ dùng 30% quỹ thời gian online đó để xem video. YouTube đứng thứ 3 trong khu vực Châu Á về ứng dụng có tổng thời lượng truy cập mỗi ngày. Tham khảo một số hình thức quảng cáo YouTube cực kỳ hiệu quả nếu bạn muốn doanh nghiệp được giới thiệu đến khách hàng trong chiến dịch sắp tới.

Lợi ích khi booking quảng cáo tại BGC:

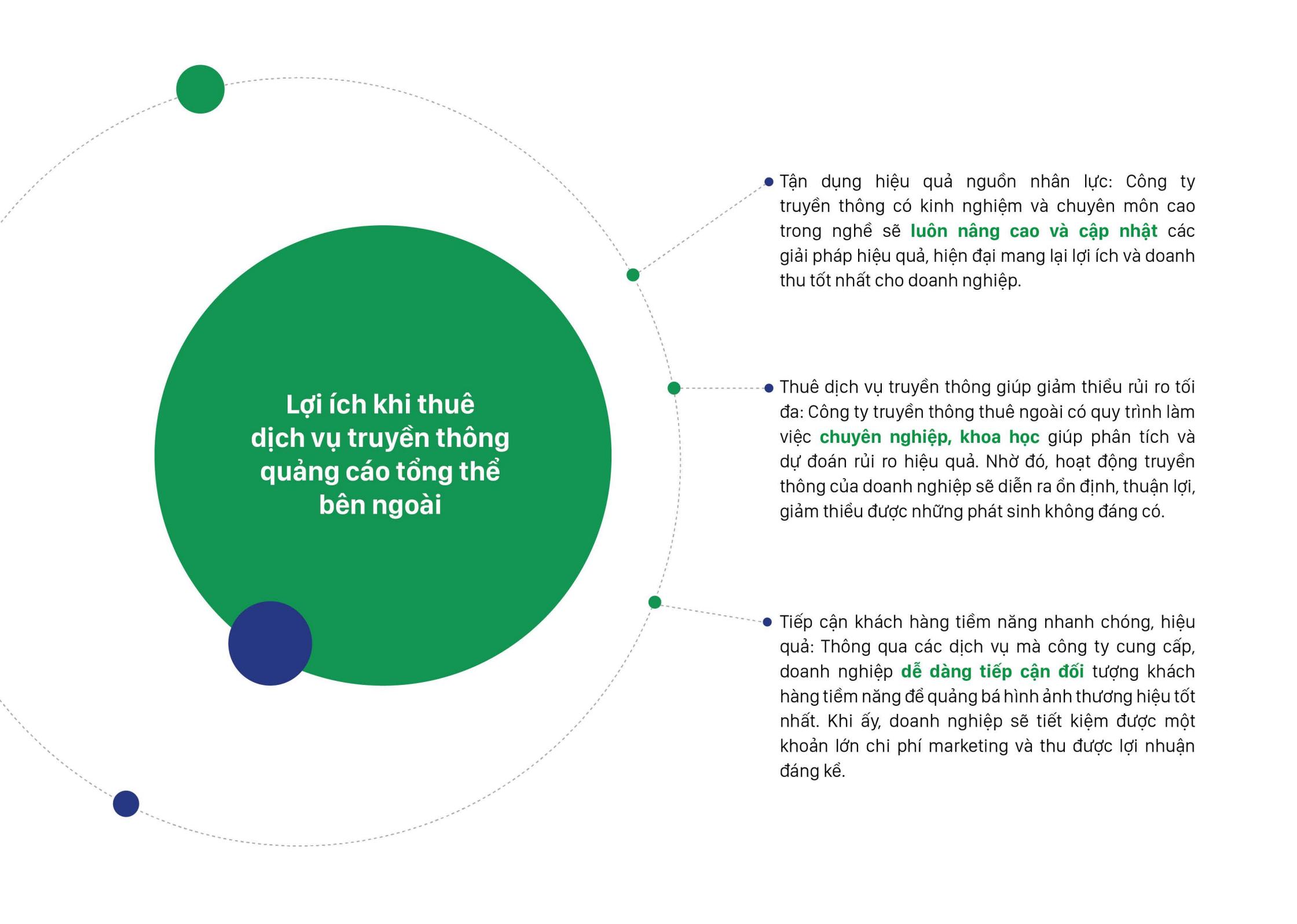
- BGC tư vấn miễn phí booking quảng cáo và các hình thức quảng cáo phù hợp nhất với khách hàng.
- BGC đưa cho khách hàng mức chi phí ưu đãi nhất khi booking quảng cáo.
- Đội ngũ nhân viên có nhiều năm kinh nghiệm trong lĩnh vực truyền thông sẽ đưa ra các giải pháp tư vấn hiệu quả.
- BGC có mối liên hệ với nhiều cơ quan báo chí, truyền thông lớn, uy tín, giúp các đầu công việc và liên hệ nhanh chóng.

Dịch vụ truyền thông Marketing Online

Dịch vụ truyền thông là các hoạt động xây dựng, quảng bá sản phẩm, thương hiệu cho doanh nghiệp khách hàng. Nói cách khác, công ty truyền thông tổng thể có nhiệm vụ thực hiện mọi công việc từ A – Z nhằm đưa **thông điệp và hình ảnh** thương hiệu đến gần hơn với khách hàng.

Tiết kiệm thời gian cho doanh nghiệp: Với kiến thức chuyên môn sâu rộng và kinh nghiệm dày dặn trong lĩnh vực truyền thông, việc nghiên cứu thị trường, phát triển và xây dựng ý tưởng đối với các công ty truyền thông được diễn ra nhanh chóng và dễ dàng. Họ luôn **cập nhật những xu hướng mới nhất** để sản xuất ra những kịch bản, video quảng bá sản phẩm đạt hiệu quả cao. Nhờ vậy, doanh nghiệp có thời gian tập trung xây dựng chiến lược kinh doanh mà không phải quan tâm quá nhiều đến các vấn đề liên quan.

Thuê dịch vụ truyền thông giúp tiết kiệm chi phí hiệu quả: Khi sử dụng dịch vụ truyền thông thuê ngoài, doanh nghiệp sẽ không phải lo đến vấn đề xây dựng một phòng, ban truyền thông chuyên nghiệp. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp **tiết kiệm một khoản lớn chi phí** cho việc tuyển dụng, đào tạo và phát triển nhân lực.



Lợi ích khi thuê dịch vụ truyền thông quảng cáo tổng thể bên ngoài

- Tận dụng hiệu quả nguồn nhân lực: Công ty truyền thông có kinh nghiệm và chuyên môn cao trong nghề sẽ **luôn nâng cao và cập nhật** các giải pháp hiệu quả, hiện đại mang lại lợi ích và doanh thu tốt nhất cho doanh nghiệp.
- Thuê dịch vụ truyền thông giúp giảm thiểu rủi ro tối đa: Công ty truyền thông thuê ngoài có quy trình làm việc **chuyên nghiệp, khoa học** giúp phân tích và dự đoán rủi ro hiệu quả. Nhờ đó, hoạt động truyền thông của doanh nghiệp sẽ diễn ra ổn định, thuận lợi, giảm thiểu được những phát sinh không đáng có.
- Tiếp cận khách hàng tiềm năng nhanh chóng, hiệu quả: Thông qua các dịch vụ mà công ty cung cấp, doanh nghiệp **dễ dàng tiếp cận đối** tượng khách hàng tiềm năng để quảng bá hình ảnh thương hiệu tốt nhất. Khi ấy, doanh nghiệp sẽ tiết kiệm được một khoản lớn chi phí marketing và thu được lợi nhuận đáng kể.



Vai trò của PR

- **Quản lý:** Quản lý hình ảnh của tổ chức và quy trình truyền tải hình ảnh này đến công chúng; Quản lý các hoạt động nội bộ, các vấn đề nhân sự, các hoạt động đào tạo và phát triển, tạo ra bầu không khí làm việc thân thiện, tích cực trong tổ chức. Từ đó tạo ra động lực làm việc cho nhân viên.
- **Thực thi:** Tổ chức thực hiện các chương trình hoạt động theo kế hoạch đã đề ra bao gồm cả các hoạt động PR bên trong và bên ngoài tổ chức.
- **Tư duy:** Nhận thức và phân tích những chuẩn mực và giá trị hiện hữu hoặc đang thay đổi trong xã hội để tổ chức kịp thời thích ứng, cùng có được sự đồng cảm giữa công chúng và tổ chức.
- **Giáo dục:** Liên quan đến các hoạt động huấn luyện, đào tạo nhằm nâng cao kỹ năng truyền thông của các nhân viên PR trong tổ chức.

Lợi ích của quan hệ công chúng

- Làm cho mọi người biết đến doanh nghiệp
- Làm cho mọi người hiểu về doanh nghiệp
- Xây dựng hình ảnh và uy tín cho doanh nghiệp
- Củng cố niềm tin của khách hàng đối với doanh nghiệp
- Khuyến khích và tạo động lực cho nhân viên
- Bảo vệ doanh nghiệp trước những cơn khủng hoảng

Nhiệm vụ của quan hệ công chúng

Truyền thông các ý tưởng, ý kiến, thông điệp của tổ chức đến công chúng thông qua các phương tiện thông tin đại chúng.

Quảng bá, kích thích sự quan tâm của công chúng vào một nhân vật, sự kiện, sản phẩm, tổ chức hoặc một vấn đề nào đó.

Quan hệ và tạo thông tin trên các phương tiện truyền thông đại chúng, đặc biệt là báo chí, những câu chuyện, tin tức, thời sự,... nhằm hướng dẫn dư luận vào một vấn đề nào đó.

Phối hợp cùng với marketing trong các hoạt động quảng cáo, tiếp thị hoặc tuyên truyền nhằm phục vụ mục tiêu của tổ chức.

Quản trị các vấn đề phức tạp nảy sinh, cung cấp các giải pháp nhằm xoay chuyển tình thế bất lợi của tổ chức.



Những hoạt động chủ yếu của PR

- **Quan hệ với báo chí:**

Mục đích nhằm đăng tải những thông tin có giá trị trên các phương tiện truyền thông đại chúng để thu hút sự chú ý đến một sản phẩm, dịch vụ của cá nhân hay tổ chức nào đó.

- **Tuyên truyền sản phẩm:**

Là những nỗ lực khác nhau nhằm công bố về những sản phẩm cụ thể cũng như những lợi ích mà các sản phẩm đó đem lại.

- **Truyền thông của công ty:**

Bao gồm truyền thông đối nội và đối ngoại nhằm làm cho mọi người hiểu biết sâu hơn về tổ chức.

- **Vận động hành lang:**

Là làm việc với các nhà lập pháp và các quan chức chính phủ để vận động việc ủng hộ hay hủy bỏ một đạo luật hay quy định nào đó.

- **Tham mưu:**

Là đề xuất với ban lãnh đạo những kiến nghị về các vấn đề có liên quan đến công chúng và về vị trí, hình ảnh của công ty.

Tổ chức sự kiện

Sự kiện hay Event là một hay nhiều hoạt động có chủ đích được diễn ra tại thời điểm cụ thể, địa điểm cụ thể do một cá nhân hay tổ chức làm chủ. Thông qua sự kiện, một hay nhiều **thông điệp ý nghĩa** nào đó sẽ được gửi đến những người tham gia trong sự kiện. Đối với từng quan niệm khác nhau, mỗi cá nhân có một cách định nghĩa về sự kiện khác nhau.

Tổ chức sự kiện là khái niệm dùng để chỉ quy trình thực hiện những công việc để một sự kiện nào đó có thể diễn ra **suôn sẻ, tốt đẹp và hoàn hảo** như mong muốn. Quá trình này sẽ bắt đầu từ lúc lên ý tưởng cho sự kiện và cho đến lúc nó kết thúc. Hiện nay, tổ chức sự kiện thường hướng tới việc truyền tải các thông điệp đến khách hàng hay công chúng như việc quảng bá, giới thiệu sản phẩm, các lễ hội,...





Các lĩnh vực từ thể thao – giải trí, kinh doanh – thương mại cho đến hoạt động xã hội đều cần đến tổ chức sự kiện để thực hiện những buổi hội thảo, triển lãm, lễ hội, họp báo,... Tổ chức sự kiện đã được xem là một ngành nghề riêng biệt ở nhiều quốc gia phát triển, được giảng dạy với những kiến thức và hệ thống lý luận chuyên nghiệp.

Những hoạt động có liên quan và cần đến tổ chức sự kiện bao gồm:

- Hội chợ thương mại, hoạt động triển lãm
- Các lễ hội, đêm hòa nhạc, buổi biểu diễn
- Những sự kiện mang tính giải trí hay sự kiện gây quỹ từ thiện
- Các buổi hội thảo chuyên đề, họp mặt, giao lưu, hội nghị
- Sự kiện thể thao, sự kiện văn hóa, sự kiện của Đảng và Nhà nước
- Sự kiện ra mắt - Giới thiệu - Quảng bá thương hiệu, sản phẩm, marketing
- Những sự kiện liên quan đến doanh nghiệp, kinh doanh, xúc tiến thương mại, chương trình khuyến mãi,...



Vai trò của tổ chức sự kiện

- Giúp thu hút sự chú ý và quan tâm của những đối tượng khách hàng, công chúng mục tiêu và của giới truyền thông.
- Là một công cụ không thể thiếu cho những hoạt động quảng bá, tiếp thị hay các chiến lược marketing.
- Giúp tạo sức hút cho thương hiệu, dịch vụ hay sản phẩm và thông qua đó làm gia tăng doanh thu trong kinh doanh.
- Tác động tích cực đến hình ảnh của thương hiệu hay sản phẩm – dịch vụ trên thị trường.

Mục đích của tổ chức sự kiện

- Tăng cường tối ưu hiệu ứng từ truyền thông để tạo dấu ấn đặc biệt trong mắt các đối tượng khách hàng mục tiêu.
- Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng hình ảnh thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ.
- Làm thay đổi nhận thức chủ quan ban đầu của công chúng, người tiêu dùng, khách hàng, truyền thông đối với thương hiệu hay sản phẩm của một công ty, đơn vị, tổ chức nào đó.
- Quảng cáo sản phẩm, hỗ trợ bán hàng để gia tăng doanh số, giới thiệu về chính sách của các kênh phân phối,...





Các dịch vụ Tổ chức sự kiện tại BGC

- Tổ chức sự kiện lễ khai trương, khánh thành
- Tổ chức sự kiện giới thiệu sản phẩm dịch vụ
- Tổ chức sự kiện lễ động thổ, khởi công xây dựng công trình
- Tổ chức sự kiện hội chợ, hoạt động chạy Roadshow
- Tổ chức sự kiện họp báo, hội thảo, tọa đàm
- Tổ chức sự kiện hội nghị gặp gỡ tri ân khách hàng
- Tổ chức sự kiện biểu diễn nghệ thuật
- Tổ chức sự kiện tiệc tất niên, tiệc cuối năm
- Tổ chức sự kiện kỷ niệm thành lập công ty
- Sản xuất TVC quảng cáo chuyên nghiệp
- Cung cấp dịch vụ cho thuê thiết bị tổ chức sự kiện



CÔNG TY CỔ PHẦN TIẾP THỊ VÀ KINH DOANH QUỐC TẾ BGC

Add: Số 25 phố Thọ Tháp, phường Dịch Vọng, quận Cầu Giấy, Hà Nội

Tel: 037 693 8271