

Give away số thứ tư

Group: Marketer With Love

LEARNING *Together*



Tổng hợp & phân loại 24
dạng sự kiện trên thế giới



3 E-book về Self-Help
You must have



Tổng hợp & phân loại 24 dạng sự kiện trên thế giới



Dear member,

Tổ chức sự kiện là một trong những hoạt động thuộc quan hệ công chúng (PR) trong truyền thông Marketing. Có thể nói đây là hoạt động được phát triển vô cùng mạnh mẽ, rất được coi trọng tại các doanh nghiệp nước ngoài. Sở dĩ chúng được đầu tư như vậy do những ưu điểm không thể phủ nhận, đi cùng với đó là hàng loạt các loại hình sự kiện mới, vô cùng sáng tạo được ra đời. Đây chắc chắn là những thông tin hữu ích cho các Marketer.

Hãy cùng tìm hiểu các dạng sự kiện trên thế giới trong chương trình Give Away số thứ tư nhé!

Tặng bạn thêm 3 cuốn Ebook Tiếng Anh chủ đề Self-Help. Nhớ tải về bạn nhé!

Nào bây giờ hãy cùng khám phá!

From Marketer With Love.

Tổng hợp & phân loại 24 dạng sự kiện trên thế giới

Nhóm 1: Corporate events (sự kiện doanh nghiệp)

Chúng ta nghe thấy thuật ngữ "corporate events" mọi lúc, nhưng nó thực sự có nghĩa là gì? Nói một cách đơn giản, corporate events là một hoạt động được tổ chức bởi một doanh nghiệp và dành cho nhân viên, khách hàng, các bên liên quan, tổ chức từ thiện hoặc công chúng.

Đối tượng dự kiến thường phụ thuộc vào mục đích của sự kiện là gì. Ví dụ: ra mắt sản phẩm hoặc dịch vụ mới, kỷ niệm thành tích của nhân viên, công ty hoặc thể hiện chuyên môn trong một lĩnh vực cụ thể. Một số loại sự kiện của doanh nghiệp sẽ được tổ chức hàng quý hoặc hàng năm, trong khi những loại khác có thể là hoạt động một lần - có thể trùng với một thông báo quan trọng hoặc để trao giải thưởng.

1. Seminars (Hội thảo dạng nghiên cứu chuyên đề)

Seminars thường được tổ chức với một đối tượng mục tiêu cụ thể nhằm mục đích truyền tải thông tin có liên quan cao. Loại sự kiện này có thể được tổ chức tại các không gian cộng đồng, trụ sở công ty của bạn hoặc thậm chí trực tuyến thông qua một nền tảng như Zoom hay Vimeo. Các sự kiện này thường được tổ chức với một hoặc nhiều diễn giả tuy nhiên điều bạn cần giải quyết chính là làm sao để tiếp cận được khán giả. Vì vậy, khi tổ chức sự kiện này, bạn cần nghiên cứu kỹ diễn giả, tiếp cận được các nhà tài trợ tiềm năng và các khán giả để sự kiện được diễn ra thành công.

2. Conferences (Hội nghị)

Hội nghị thường là những sự kiện có cấu trúc phức tạp với nhiều diễn giả, phiên họp tại nhiều không gian trong một hoặc nhiều địa điểm. Với mục đích khuyến khích tăng cường các cuộc trao đổi, thảo luận và đưa cho mọi người một nền tảng để chia sẻ kiến thức chuyên môn của họ và các hội nghị chính là sự kiện kết nối kinh doanh hiệu quả nhất.

Hội nghị thường bắt đầu bằng một phiên phát biểu hoặc phiên trình bày rồi sang đến phần thảo luận, phỏng vấn. Tại các hội nghị, phần chuẩn bị chào đón khách chính là nhiệm vụ quan trọng nhất, để hỗ trợ phần này được tốt hơn bạn có thể sử dụng thêm các công cụ để giúp phần check-in dễ dàng hơn.

3. Trade shows (Triển lãm thương mại)

Triển lãm thương mại mang đến cơ hội để doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm mới nhất hoặc thương hiệu tới với các doanh nghiệp khác hoặc công chúng. Vì trọng tâm của dạng sự kiện này là trưng bày hoặc triển lãm sản phẩm, nên các sự kiện thường diễn ra ở những địa điểm rộng rãi, có thể chứa được nhiều nhà cung cấp.

Tổng hợp & phân loại 24 dạng sự kiện trên thế giới

Điều này sẽ mang đến một cơ hội tuyệt vời để tạo ra mối quan hệ tốt với các bạn hàng.

4. Workshops (Hội thảo dạng chia sẻ kỹ năng, kiến thức)

Mặc dù nhiều sự kiện giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) sẽ thuộc một trong ba loại trên. Tuy nhiên, các doanh nghiệp cũng nên cân nhắc đến giá trị của các buổi workshops liên quan đến đào tạo vì chúng có thể giúp doanh nghiệp kết nối với cả nhân viên và công chúng mục tiêu.

Với dạng sự kiện này, bạn có thể tập hợp các nhân viên để cùng nhau suy nghĩ về ý tưởng mới hoặc giúp công chúng mục tiêu hiểu rõ hơn về sản phẩm đều phù hợp bởi chúng sẽ là một nơi để các thành viên có thể cộng tác như một lớp học.

Nhóm 2: Social Events (Các sự kiện xã hội)

Có nhiều lý do khiến một số người rời xa môi trường kinh doanh hoặc nơi làm việc để hòa mình vào một ngày kỷ niệm hoặc một đêm dã ngoại cùng tập thể. Đó chính là các sự kiện xã hội, các sự kiện này đều được tổ chức theo sở thích cá nhân và có xu hướng xoay quanh ăn uống và giải trí.

1. Reunions (Sự kiện gặp mặt, gặp gỡ)

Từ một buổi gặp mặt với các bạn học cũ đến một sự kiện đánh dấu một ngày kỷ niệm quan trọng, các sự kiện gặp gỡ thường mang tính cá nhân cao. Một chương trình gặp mặt sẽ thường có các phần như bài phát biểu, trình chiếu các bức ảnh cũ hay thuê các DJ chơi các bài hát và mọi người cùng nhảy múa. Về cơ bản, sự kiện này sẽ giúp những người tham gia có thể hoài niệm lại quá khứ.

Tại những sự kiện này, bạn có thể thuê thêm chụp ảnh và quay phim để giúp mọi người ghi lại những kỷ niệm đẹp tại sự kiện. Nếu những người bạn cũ đang sống tại nhiều khu vực, đất nước khác nhau, cũng có thể cân nhắc việc tổ chức các sự kiện gặp gỡ online để mọi người đều có thể tham dự.

2. Themed parties (Các bữa tiệc theo chủ đề)

Một người sáng tạo sự kiện tuyệt vời sẽ luôn nghĩ ra lý do để liên hoan và tổ chức các bữa tiệc theo chủ đề thực sự hữu ích khi đưa ra các quyết định xung quanh loại hình mà event marketing hướng tới, điều này sẽ liên quan đến việc trang trí và phục vụ sự kiện,...

Từ các cuộc gặp gỡ thân mật tới các sự kiện trực tuyến lớn, với các bữa tiệc theo chủ đề bạn có thể thỏa sức sáng tạo vượt thời gian, chẳng hạn như hãy nghĩ Alice ở xứ sở thần tiên,

Tổng hợp & phân loại 24 dạng sự kiện trên thế giới

siêu anh hùng, một vụ giết người bí ẩn - hoặc phù hợp với một ngày cụ thể hoặc dịp vui như Eurovision.

Nhóm 3: Virtual Events (Sự kiện ảo)

Virtual Event hay còn gọi là sự kiện ảo thường được diễn ra trên môi trường trực tuyến nơi mà mọi người có thể tham gia thoải mái ngay tại nhà của họ. Đây là một loại hình sự kiện đang phát triển mạnh mẽ trong thời gian gần đây và rất lý tưởng để các doanh nghiệp thúc đẩy kinh doanh trong mùa dịch bệnh.

Một trong những lợi thế lớn nhất của các sự kiện trực tuyến là khả năng tiếp cận được nhiều khán giả hơn, không bị giới hạn bởi địa lý. Hơn thế nữa, với Virtual Event bạn sẽ tiết kiệm được chi phí thuê địa điểm, dịch vụ ăn uống và cũng sẽ ít phải lo ngại hơn về khả năng tiếp cận vật lý.

1. Webinars (Hội thảo qua website)

Webinars thường sẽ được diễn ra với một bài thuyết trình trực tuyến cho các khán giả thông qua các nền tảng online. Webinars thường diễn ra với các chủ đề cụ thể như: học thuật, sự kiện lịch sử hay tập trung vào kinh doanh như một lớp học về bán hàng,...và thường dành thời gian để khán giả có thể tương tác và giao lưu trả lời câu hỏi ở cuối chương trình.

Thông thường, mỗi chương trình chỉ có một người trình bày, điều này làm cho Webinars đặc biệt phù hợp với các bài nói chuyện giáo dục. Có rất nhiều nền tảng tuyệt vời để tổ chức webinars như: Vimeo và YouTube,....

2. Classes (Lớp học)

Từ thủ rượu cho đến hướng dẫn cách nếm rượu, tất cả đều được tổ chức dưới dạng lớp học trực tuyến. Các điểm cần bổ sung mà bạn cần xem xét đối với lớp học online chính là bạn cần cân nhắc xem liệu có cần gửi mẫu (để nếm thức ăn hoặc đồ uống), học sinh của bạn có cần bất kỳ công cụ đặc biệt nào để theo được lớp học hay công nghệ sử dụng cho lớp học có vấn đề gì hay không?

Ví dụ, bạn có thể khảo sát để xem bạn có cần đầu tư thêm vào các thiết bị âm thanh để mang lại chất lượng cao hơn cho người tham dự hay không?

3. Interactive performances (Biểu diễn tương tác)

Những nghệ sĩ biểu diễn có khả năng sáng tạo cao đã tìm ra những cách mới để tổ chức các vở kịch và các buổi biểu diễn khác thay vì trực tiếp. Các hợp đồng biểu diễn hài kịch độc lập có thể được tổ chức trực tuyến. Với việc mọi người có thể trả thêm tiền cho vé VIP,

Tổng hợp & phân loại 24 dạng sự kiện trên thế giới

họ có thể tiếp cận với khán giả ảo trong khi mọi người khác có thể xem một cách an toàn từ buổi phát sóng. Một trong số các sự kiện thành công ở loại hình này chính là bí ẩn giết người ảo, với những người sáng tạo đưa ra các thử thách trực tuyến và khán giả giúp giải quyết tội phạm.

4. Summit (Hội nghị thượng đỉnh)

Loại sự kiện mang tính cộng tác này tương tự như với các hội nghị trực tiếp, ngoại trừ việc nó diễn ra trực tuyến. Vé cung cấp cho những người tham dự chính là quyền truy cập vào nhiều cuộc nói chuyện, phỏng vấn và thuyết trình, tất cả đều theo một chủ đề tương tự. Thông thường cũng có các khía cạnh tương tác, chẳng hạn như "phòng nghỉ" cho các phiên họp tổng thể và kết nối mạng.

Nhóm 4: Fundraising events (Sự kiện gây quỹ)

Như tên gọi đã cho thấy, mục tiêu của các sự kiện này là tạo ra nguồn tài chính cho một tổ chức. Vì vậy, không có gì ngạc nhiên khi chúng thường được các tổ chức từ thiện, tổ chức phi lợi nhuận và câu lạc bộ thể thao trường học sử dụng.

1. Auction (Đấu giá)

Các cuộc chiến đấu giá gây quỹ thường có thể dẫn đến việc các mặt hàng được bán với giá cao hơn, điều này mang lại cho các tổ chức từ thiện cơ hội được hưởng lợi. Việc cung cấp danh mục các mặt hàng trước phiên đấu giá giúp mọi người có thời gian để quyết định xem họ sẽ đấu giá gì.

Nếu họ đủ hứng thú với các mặt hàng, nhiều khả năng họ sẽ đặt giá thầu cao hơn vào ngày đó. Bạn có thể tổ chức đấu giá trực tuyến hoặc trực tiếp. Ngoài các mặt hàng cổ điển như tác phẩm nghệ thuật, bạn cũng có thể đấu giá các dịch vụ như các buổi đào tạo cá nhân hoặc bữa tối tại một nhà hàng nổi tiếng.

2. Sponsored sporting events (Các sự kiện thể thao được tài trợ)

Một cách phổ biến khác để gây quỹ là đặt ra một thử thách như chạy một cuộc đua và để các thí sinh quyên góp tiền tài trợ từ bạn bè và gia đình của họ. Ví dụ về các sự kiện bao gồm các cuộc đua tiếp sức, đi bộ đường dài và ba môn phối hợp và trong những năm gần đây, các môn vượt chướng ngại vật như Tough Mudder và Iron Man đã trở nên phổ biến.

Các cuộc thi chạy ảo cũng trở nên phổ biến hơn vì chúng dễ tổ chức hơn. Bạn không cần phải nộp đơn xin đóng đường và mọi người có thể thực hiện cuộc đua trong thời gian riêng của họ, sử dụng các ứng dụng theo dõi để hiển thị tiến trình của họ.

Tổng hợp & phân loại 24 dạng sự kiện trên thế giới

3. Sales (Tổ chức các gian hàng từ thiện)

Thiết lập một gian hàng và bán bánh nướng, cây giống hoặc đồ lưu niệm là một phương pháp gây quỹ đã được thử nghiệm và khá thành công. Bạn có thể biến nó thành một sự kiện cộng đồng bằng cách cho phép những người khác lập gian hàng để đổi lấy phí quảng cáo hoặc quyên góp tiền.

4. Gala dinners (Dạ tiệc)

Những sự kiện hấp dẫn thường bao gồm một bữa ăn thịnh soạn cùng với hoạt động giải trí. Những người tham dự trả tiền cho một chỗ ngồi trong bàn và khi họ đến, họ được khuyến khích đóng góp vào phòng thông qua đấu giá, xổ số hoặc cạnh tranh.

Đối với những sự kiện này, sẽ rất hợp lý để yêu cầu các nhà cung cấp trở thành nhà tài trợ bằng cách giảm giá hoặc miễn phí các dịch vụ của họ để đổi lấy cơ hội gắn kết bản thân với một mục đích chính đáng.

Nhóm 5: Festivals (Lễ hội)

Theo định nghĩa đơn giản nhất, festivals là một chuỗi các sự kiện hoặc buổi biểu diễn được tổ chức xoay quanh cùng một chủ đề. Ví dụ: âm nhạc, ẩm thực hoặc hài kịch. Nó có thể diễn ra trong một không gian, chẳng hạn như cánh đồng hoặc công viên, hoặc nó có thể diễn ra ở khắp các địa điểm khác nhau trong một thành phố hoặc khu vực.

Các lễ hội thường kéo dài từ một ngày trở lên, trong khi một số lễ hội kéo dài cả tháng, vì vậy bạn sẽ cần phải chuẩn bị kỹ càng.

1. Music festivals (Lễ hội âm nhạc)

Để tổ chức một lễ hội âm nhạc thành công, tốt nhất bạn nên sắp xếp các tiết mục theo các thể loại liên quan vì điều này giúp bạn thu hẹp khán giả của mình và giúp họ nhắm mục tiêu một cách thích hợp. Bạn cũng nên cân nhắc thuê các nghệ sĩ khác như diễn viên hài để tạo sự đa dạng.

Mặc dù các sự kiện âm nhạc trực tiếp có thể yêu cầu không gian lớn và ngân sách khổng lồ, nhưng các sự kiện ảo thường dễ tiếp cận hơn nhiều. Người biểu diễn có thể ghi trước phần trình diễn của họ để phát trực tiếp trong ngày, hoặc họ có thể biểu diễn trực tiếp qua lượt thích của Facebook hoặc Zoom. Ngoài ra còn có các nền tảng nhập vai như Sansar để mang đến cho người tham dự trải nghiệm lễ hội thực tế hơn.

Tổng hợp & phân loại 24 dạng sự kiện trên thế giới

2. Food festivals (Lễ hội ẩm thực)

Lễ hội ẩm thực bao gồm sự kết hợp của các xe bán đồ ăn với các buổi biểu diễn trực tiếp, các lều bán đồ ăn ngon như nguyên liệu sáng tạo hoặc dụng cụ nhà bếp mới nhất. Họ thường tập trung vào một chủ đề nhất định, chẳng hạn như thực phẩm thuần chay hoặc ẩm thực quốc tế và là một cách tuyệt vời để gắn kết cộng đồng địa phương với nhau.

Bạn thậm chí có thể tổ chức một lễ hội ẩm thực ảo bằng cách yêu cầu những người tham dự thanh toán cho các hộp bữa ăn được cá nhân hóa được giao thẳng đến cửa nhà họ và sử dụng nền tảng lưu trữ video để trò chuyện bữa ăn và nhà cung cấp.

Nhóm 6: Community events (Sự kiện cộng đồng)

Các sự kiện cộng đồng được tổ chức ra để gắn kết mọi người lại với nhau, tạo ra sự thay đổi tích cực và xây dựng mối quan hệ giữa mọi người trong vùng hoặc các khu vực lân cận.

1. Street parties (Những bữa tiệc đường phố)

Một trong những cách phổ biến nhất để thu hút những người hàng xóm của bạn là tổ chức một bữa tiệc đường phố, cho dù đó là cách bố trí bàn dài truyền thống hay bày các bàn đồ uống trước cửa nhà. Mọi người thường làm điều này cho các sự kiện đặc biệt, chẳng hạn như Lễ kỷ niệm Hoàng gia.

Tuy nhiên có một số quy tắc và quy định cần tuân thủ, ví dụ: bạn thường cần liên hệ với hội đồng địa phương của mình để yêu cầu đóng các con đường hoặc xin cấp phép để tổ chức.

2. Swap shops (Trao đổi đồ cũ)

Một cách thú vị để làm quen với nhau - và giảm lãng phí - là tổ chức một cửa hàng trao đổi đồ cũ trong khu phố. Mọi người sẽ đều được trang bị có một cái bàn hoặc quầy hàng và lấp đầy nó với những thứ họ không cần nữa. Không giống như bán ủng hộ xe hơi, không ai phải trả tiền cho những gì họ lấy và đồ ăn thừa thường có thể được quyên góp cho một cửa hàng từ thiện địa phương.

3. Litter-picking and more (Sự kiện vì cộng đồng)

"Cộng đồng" giống như mà một tập hợp để mọi người có thể cùng nhau tạo ra những điều tốt đẹp hơn. Tổ chức một ngày để cải thiện không gian trong khu vực địa phương của bạn bằng cách nhặt rác, cào lá hoặc làm vườn du kích. Hay bạn cũng có thể gõ cửa và đề nghị giúp những người hàng xóm cao tuổi làm cỏ hoặc trồng trọt.

Tổng hợp & phân loại 24 dạng sự kiện trên thế giới

Nhóm 7: Hybrid events (Sự kiện hỗn hợp)

Các sự kiện kết hợp là một lựa chọn tuyệt vời trong điều kiện khí hậu hiện tại, nơi một số người tham dự muốn quay lại các sự kiện trực tiếp và những người khác có thể vẫn cảm thấy e ngại.

Về cơ bản, loại sự kiện này bao gồm cả yếu tố trực tiếp và trực tuyến. Chìa khóa thành công ở đây là đảm bảo đáp ứng nhu cầu của cả hai loại khách hàng tham dự. Ví dụ: có mẫu đồ ăn hoặc thức uống nào mà bạn có thể gửi cho khách trực tuyến để khiến họ cảm thấy như đang ở sự kiện ngoài đời thực không? Hoặc bạn có thể cấp cho họ quyền truy cập vào hàng hóa sẽ được bán trong ngày? Dưới đây là một số ví dụ về sự kiện hỗn hợp.

1. Festival (Lễ hội)

Có lẽ bạn đang tổ chức các buổi biểu diễn âm nhạc với một đám đông trực tiếp và cũng có thể được truyền trực tuyến tới người hâm mộ trên toàn thế giới. Có thể đó là một liên hoan phim giới thiệu những tài năng mới và sắp tới với một loạt các suất chiếu. Chúng có thể được công chiếu trực tiếp hoặc qua sự kiện ảo. Nếu ngân sách của bạn có thể tăng được tối đa, việc tạo một không gian ảo sống động có thể khiến những người tham dự trực tuyến cảm thấy như họ đang thực sự tham gia lễ hội.

2. Conferences (Hội nghị)

Ngay cả trước đại dịch, một số người sáng tạo hội nghị đã chọn tổ chức các sự kiện kết hợp. Ví dụ: các sự kiện quy tụ các chuyên gia hàng đầu trong ngành để chia sẻ kiến thức của họ vừa có thể được tổ chức trực tiếp tại trung tâm hội nghị vừa được truyền hình trực tiếp cho những người tham dự ảo.

Điều này cho phép bạn tiếp cận nhiều đối tượng hơn và tăng sức chứa cho sự kiện của bạn. Để giúp đảm bảo tất cả những người tham dự đều có thể tận hưởng khía cạnh xã hội, hãy kết hợp các công cụ tương tác như box trò chuyện và phòng nghỉ vào phần Hỏi & Đáp và các phiên kết nối.

Nhóm 8: Pop-up Events (Sự kiện ngắn hạn)

Danh sách sự kiện của chúng tôi sẽ không hoàn chỉnh nếu không có sự xuất hiện của pop-up events. Pop-up events là một sự kiện diễn ra một lần duy nhất trong một khoảng thời gian ngắn. Loại sự kiện này có thể chỉ dành cho một đêm hoặc tồn tại trong vòng một tháng.

Các ví dụ về pop-up event bao gồm những người sáng tạo quán ăn muốn mở rộng phạm vi tiếp cận của họ với một nhà hàng tạm thời hoặc các cơ sở kinh doanh sản phẩm thúc đẩy sự phấn khích của khách hàng trước khi ra mắt đầy đủ.

Tổng hợp & phân loại 24 dạng sự kiện trên thế giới

1. Boutique shops (Cửa hàng nhỏ)

Pop-up store hoạt động tốt nhất khi chúng có chủ đề, ví dụ như tôn vinh những người bán hàng địa phương, thời trang cổ điển hoặc xu hướng đồ gia dụng hiện tại. Khi bạn tìm nguồn cung ứng sản phẩm của mình, hãy nhớ rằng bạn chỉ có một khoảng thời gian giới hạn để bán mọi thứ. Một cách khác để tổ chức một pop-up store là tổ chức nó giống như một khu chợ và để các nghệ sĩ tự tổ chức các gian hàng của họ, tại đây họ có thể tương tác trực tiếp với những người tham dự.

2. Food collaborations (Hợp tác về ẩm thực)

Thêm một số gia vị vào khung cảnh ẩm thực địa phương của bạn bằng cách làm việc với một nhà hàng nổi tiếng để xây dựng trải nghiệm độc đáo. Bằng cách hợp tác với các doanh nghiệp danh tiếng khác, bạn sẽ có cơ hội marketing chéo trên các tài khoản mạng xã hội của họ và hy vọng thu hút một số khách hàng trung thành của họ. Yêu cầu mọi người nhắn tin trực tiếp cho bạn về thực đơn và thời điểm giao hàng để tạo cảm giác độc quyền.

3. Exercise classes (Các lớp tập thể dục)

Nếu bạn là một huấn luyện viên cá nhân, bạn có thể biết liệu mọi người có đăng ký dài hạn hay không bằng cách thuê không gian studio và tổ chức các lớp học của bạn trong một khoảng thời gian ngắn.

Điều này sẽ mang lại hiệu quả cao nhất nếu bạn đã tạo dựng được tên tuổi cho mình với tư cách là một người hướng dẫn từ công việc trước đây tại một phòng tập thể dục hoặc bằng cách tổ chức các lớp học ảo.

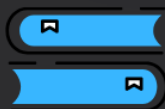
Lập kế hoạch

Bây giờ bạn đã biết được các loại sự kiện khác nhau như thế nào rồi chứ? Điều này sẽ giúp bạn có thể lập kế hoạch tổ chức dễ dàng hơn, Tuy nhiên bạn sẽ còn nhiều việc phải làm khác như xác định đối tượng cần hướng tới, lên ý tưởng, kế hoạch triển khai chi tiết,...Hy vọng bài viết này sẽ giúp bạn bước đầu tổ chức được các sự kiện thật thành công trong tương lai.

3-10
coming soon

Give away số thứ năm

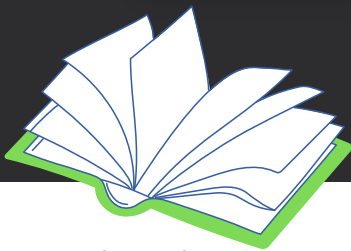
SHOW
yourself



Tuyển tập 21 chức vụ
trong Marketing



3 E-book về quản trị
You must have



MKL Tặng bạn 3 Ebook, nhớ tải về nhé!

Trên đây là những gì ban admin muốn gửi tặng thành viên như một lời cảm ơn vì đã tham gia nhóm, mong rằng NOTELOVE này sẽ hữu ích đối với quý thành viên. Nếu cảm thấy chương trình Give Away hàng tuần này có ý nghĩa, bạn đừng quên mời bạn bè cùng tham gia Group để tạo động lực, tiếp thêm năng lượng cho đội ngũ admin nhé!

Những số give away sau bạn mong muốn nhận được gì?

Mọi ý kiến đóng góp vui lòng liên hệ: huongdt@wewin.com.vn

From Marketer With Love.