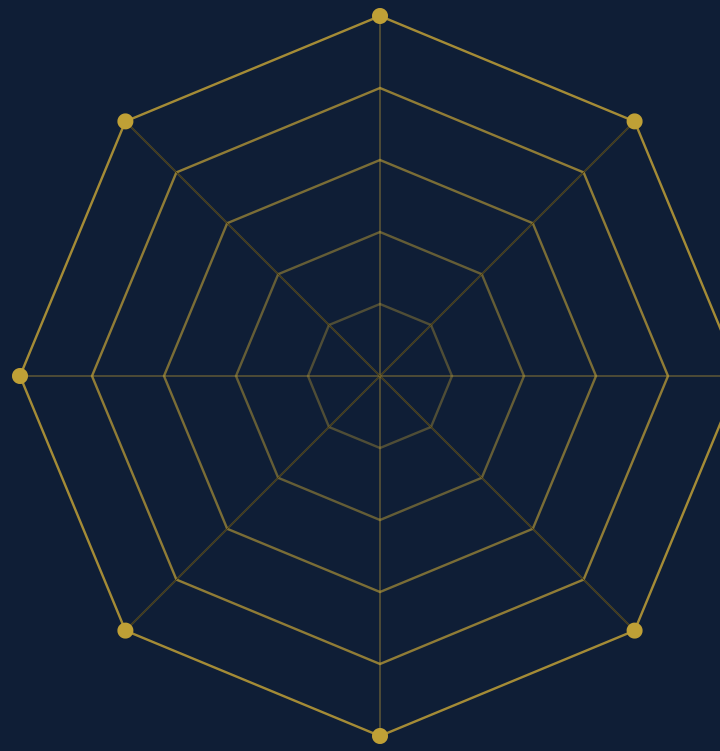
FRANCHISE VN

VẬN HÀNH XUẤT SẮC

BÁO CÁO MẪU, BẢN TÓM TẮT

Định vị thương hiệu và truyền thông doanh nghiệp



CTCP Tập Đoàn An Bình Vạn Phát (Tập Đoàn ABVP), tên giả định

PHẠM VI

Khách hàng, nhà đầu tư, người lao động

THỜI GIAN

8 tuần, 05 đến 06/2027

NGƯỜI NHẬN

HĐQT và Ban điều hành

PHIÊN BẢN

Tóm tắt 12 trang

Doanh nghiệp và số liệu là minh họa

Hộp in và túi cần thêm 458 tỷ, mà chỉ 25% người mua tầm trung biết hộp in

1

Hình ảnh bên ngoài là carton cho 10 khách lớn, tăng trưởng nằm ở người mua tầm trung

10 khách lớn mang 62% doanh thu và 100% biết ABVP làm carton. Hộp in và túi phải từ 414 tỷ (36% doanh thu 2025) lên 872 tỷ (50% của 1.744 tỷ doanh thu cộng gộp theo kịch bản thận trọng 9%) năm 2030, thêm 458 tỷ, gấp 2,1 lần. Con số đó bằng khoảng 70 khách tầm trung như hiện nay (6,5 tỷ mỗi khách), trong khi chiến lược mới mở 30 khách. Ở biên EBITDA 17,4% đến 20,0%, 458 tỷ là khoảng 80 đến 92 tỷ EBITDA. Trong 3,2 tỷ chi truyền thông, 1,6 tỷ đi vào nhóm đã biết carton 100%.

2

HĐQT duyệt 06/2027 một câu định vị và một tên chung ABVP

Định vị: bao bì in và túi cho nhãn hàng FMCG, đúng ngày, đúng màu; carton phục vụ khách lớn. Ba công ty con đổi sang TNHH một thành viên từ 06/2027 và giữ phần tên riêng. 23 giấy phép và hợp đồng phải sang tên, 11 hợp đồng tín dụng vừa sửa. Có 9 cách viết tên công ty trên 86 tài liệu, nên ABVP dùng một tên chung cho ba dòng hàng và không đổi thêm tên pháp nhân.

NGƯỜI ĐANG MUA BIẾT ABVP LÀM HỘP IN OFFSET

36%

8 trên 22 người đang mua. Người chưa mua: 2 trên 18 (11%). Khách lớn: 6 trên 10.

BA VIỆC TRONG 8 TUẦN

1. **Định vị: bao bì in và túi, đúng ngày, đúng màu**
2. **Một tên ABVP, ba công ty con giữ tên riêng**
3. **Hướng dẫn cách viết tên, áp thử 12 trên 86 tài liệu**

Sau hoán đổi 06/2027, ABVP phải nói với khách, nhà đầu tư, người lao động

9
cách viết tên công ty trên 86 tài liệu đối ngoại

25%
người mua tầm trung biết ABVP làm hộp in offset, 10 trên 40

58%
ứng viên nhận việc, 80 trên 138 lời mời

80 tỷ
vốn gọi ở vòng chiến lược 2028, định giá trước vốn dự kiến 560 đến 620 tỷ

LÝ DO HĐQT YÊU CẦU ĐỊNH VỊ

1. Tầm nhìn 2030 đặt hộp in và túi lên 50% doanh thu, nhóm khách tầm trung đã chọn nhưng chưa có điều cần nói với họ
2. Ba công ty con đổi sang TNHH một thành viên từ 06/2027, chọn tên chung lúc này ít tốn nhất
3. Nhà đầu tư vòng 2028 đọc câu chuyện của ABVP trước khi đọc số hợp nhất

PHẠM VI ĐÃ THỐNG NHẤT (8 TUẦN, 05 ĐẾN 06/2027)

- ✓ Rà soát 86 tài liệu đối ngoại và 12 tháng truyền thông của 4 pháp nhân
- ✓ Khảo sát 50 người mua (40 tầm trung, 10 khách lớn), phân tích 138 lời mời việc
- ✓ Định vị, kiến trúc thương hiệu, thông điệp cho khách hàng, nhà đầu tư, người lao động, kế hoạch 12 tháng

Không gồm thiết kế logo, bộ nhận diện hình ảnh, sản xuất nội dung, mua phương tiện truyền thông, phỏng vấn nhà đầu tư và cam kết doanh thu từ truyền thông.

Năm bước trong 8 tuần đối chiếu 86 tài liệu với nhận biết của 50 người mua

NĂM BƯỚC TRONG 8 TUẦN

1
Rà soát hiện trạng
Tuần 1 đến 2: 86 tài liệu, 12 tháng chi

2
Khảo sát nhận thức
Tuần 2 đến 4: 40 người mua, 10 khách lớn

3
Định vị, kiến trúc
Tuần 4 đến 6: 3 phương án, HĐQT duyệt

4
Hệ thống thông điệp
Tuần 6 đến 7: khách, nhà đầu tư, lao động

5
Kế hoạch 12 tháng
Tuần 7 đến 8: chỉ tiêu, ngân sách, người giữ

BỐN NGUỒN ĐẦU VÀO

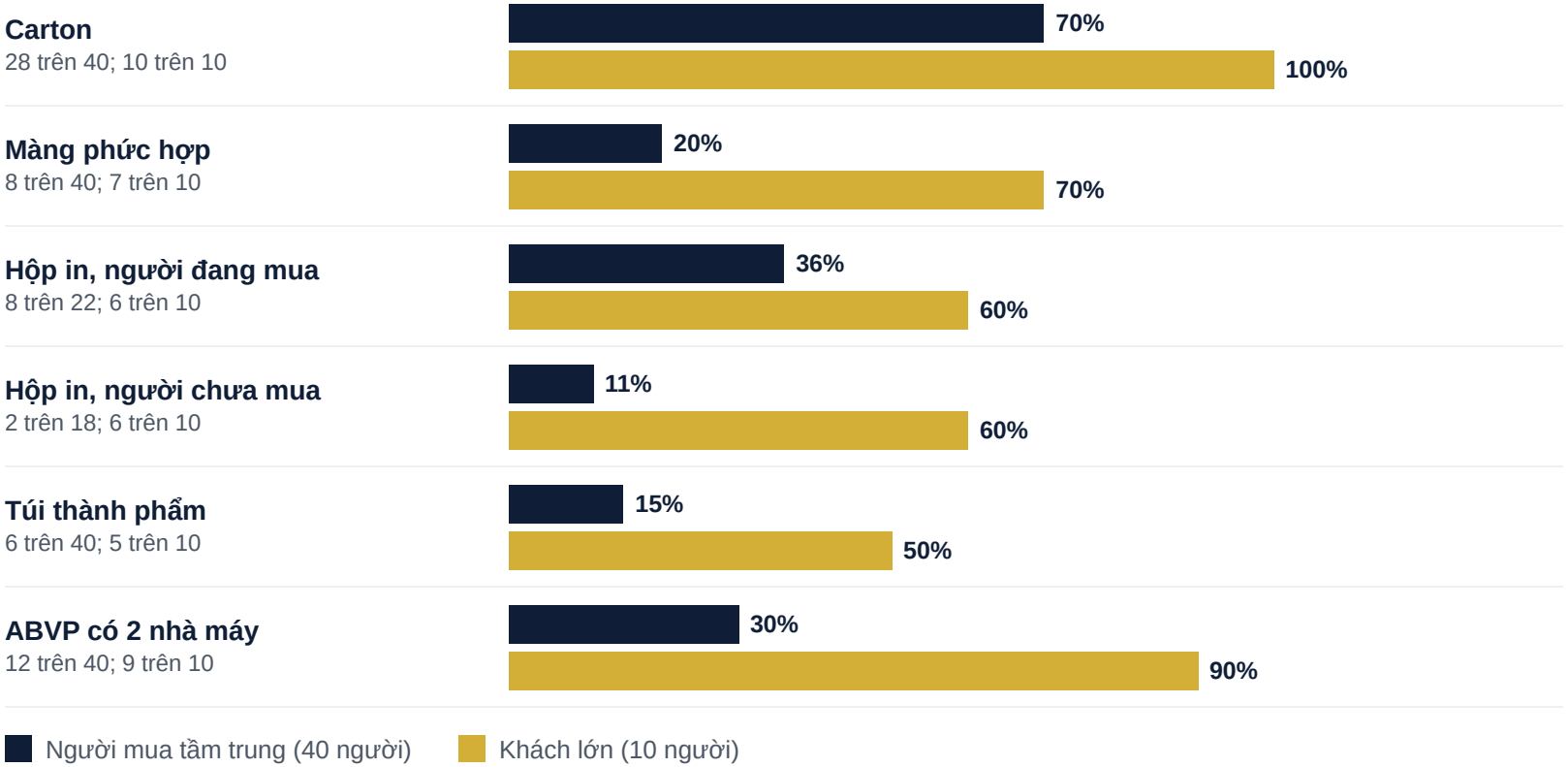
TÀI LIỆU ĐỐI NGOẠI
86 tài liệu
Báo giá, hợp đồng, hồ sơ năng lực, tin tuyển dụng, website, bảng hiệu nhà máy

KHẢO SÁT NGƯỜI MUA
50 người
40 người mua tầm trung (22 đang mua, 18 chưa mua) và 10 khách lớn

LỜI MỜI VIỆC 12 THÁNG
138 lời mời
80 người nhận, 58 từ chối, 24 người trong số từ chối nêu lý do

CHI TRUYỀN THÔNG
3,2 tỷ đồng
12 tháng gần nhất, rải ở 4 pháp nhân, chưa có ngân sách chung

36% người đang mua và 11% người chưa mua biết ABVP làm hộp in



36%
người đang mua biết ABVP làm hộp in offset, 8 trên 22

11%
người chưa mua biết ABVP làm hộp in offset, 2 trên 18

60%
khách lớn biết ABVP làm hộp in offset, 6 trên 10

Một tên chung ABVP cho ba dòng hàng, ba công ty con giữ phần tên riêng

HIỆN TẠI

4 pháp nhân, 9 cách viết tên, không ai giữ thương hiệu

Tập Đoàn ABVP	Bao bì ABVP Bình Dương	Bao bì ABVP Long An	ABVP Thương mại
Văn phòng, thương hiệu, vốn 120 tỷ	Nhà máy 1: carton, hộp in offset	Nhà máy 2: màng phức hợp, túi	Phân phối, cửa vào khách tầm trung

ĐỀ XUẤT

Một tên chung ABVP, ba công ty con đổi TNHH từ 06/2027 và giữ tên riêng

ABVP Hộp in	ABVP Túi và Màng	ABVP Carton	ABVP Thương mại
Dòng tăng trưởng, nhà máy 1	Nhà máy 2: túi tăng trưởng, màng 22% doanh thu	Phục vụ khách lớn, không chiến dịch riêng	Kênh bán cho khách tầm trung, không là dòng hàng

1. Ba công ty con đổi sang TNHH một thành viên từ 06/2027, 23 giấy phép và hợp đồng phải sang tên. Giữ phần tên riêng thì không phát sinh đợt sửa thứ hai cho 11 hợp đồng tín dụng
2. Ba phương án: đổi tên cả 4 pháp nhân, tên riêng cho hộp in và túi (chia 3,2 tỷ chi truyền thông cho nhiều tên), một tên chung. HĐQT duyệt phương án thứ ba
3. Hướng dẫn cách viết tên áp cho 86 tài liệu, một người duyệt mọi tài liệu gửi ra ngoài. Tên pháp nhân đầy đủ ghi ở hợp đồng, hóa đơn và chứng từ pháp lý

Hộp in và túi dẫn, giữ tên riêng pháp nhân, nhà đầu tư chỉ đọc số hợp nhất

1

Câu định vị lấy đúng lý do khách đã chọn ABVP: đúng ngày, đúng màu

Khi lập tầm nhìn 2030, 9 trên 12 khách nói chọn ABVP vì giao đúng ngày, 7 trên 12 vì màu ổn định, chỉ 2 trên 12 vì giá. Hộp in và túi dẫn bằng hai lý do đó. Carton bán cho 10 khách lớn đạt 254 tỷ doanh thu và lỗ 11 tỷ EBITDA, nên không có chiến dịch riêng nhưng vẫn mang tên ABVP, vì bỏ carton khỏi thông điệp thì 62% doanh thu thấy mình bị hạ vị.

2

Giữ phần tên riêng của ba công ty con, 9 cách viết tên sửa được trong 4 tháng

Ba công ty con đã đổi loại hình sang TNHH một thành viên từ 06/2027, 23 giấy phép và hợp đồng phải sang tên. Đổi thêm tên riêng mở đợt sửa thứ hai cho 23 giấy tờ và 11 hợp đồng tín dụng vừa sửa, đúng lúc hoán đổi hai nhà máy (03 đến 06/2027). 9 cách viết tên trên 86 tài liệu sửa được bằng một bản hướng dẫn và một người duyệt.

3

Thông điệp nhà đầu tư lấy số hợp nhất, thông điệp tuyển dụng lấy điều đã áp dụng

Doanh thu 2030 hợp nhất công bố khoảng 1.500 tỷ, thấp hơn 1.744 tỷ cộng gộp. Câu viết theo 1.900 tỷ hay 10,6% mỗi năm sẽ bị hỏi lại ở soát xét 10 đến 11/2027. Với người lao động, bằng chứng có thật là khung 35 năng lực và bảng lương từ kỳ 04/2027.

Hộp in và túi chưa tới người mua tầm trung vì chưa ai giữ thương hiệu

TRIỆU CHỨNG

9 cách viết tên trên 86 tài liệu, 25% người mua tầm trung biết hộp in

VÌ SAO 1

Mỗi pháp nhân tự làm báo giá, hồ sơ năng lực, tin tuyển dụng, không có bản mẫu chung

VÌ SAO 2

Chi truyền thông 3,2 tỷ nằm rải ở 4 pháp nhân, không ai duyệt thông điệp

VÌ SAO 3

Chiến lược đã chọn 30 khách tầm trung và chỉ tiêu 50%, chưa có điều cần nói với họ

NGUYÊN NHÂN GỐC

Thương hiệu hiện là uy tín cá nhân của Chủ tịch với khách quen

BA DỮ KIỆN TỪ RÀ SOÁT

14 năm

bình quân quan hệ với 10 khách lớn, dài nhất 21 năm

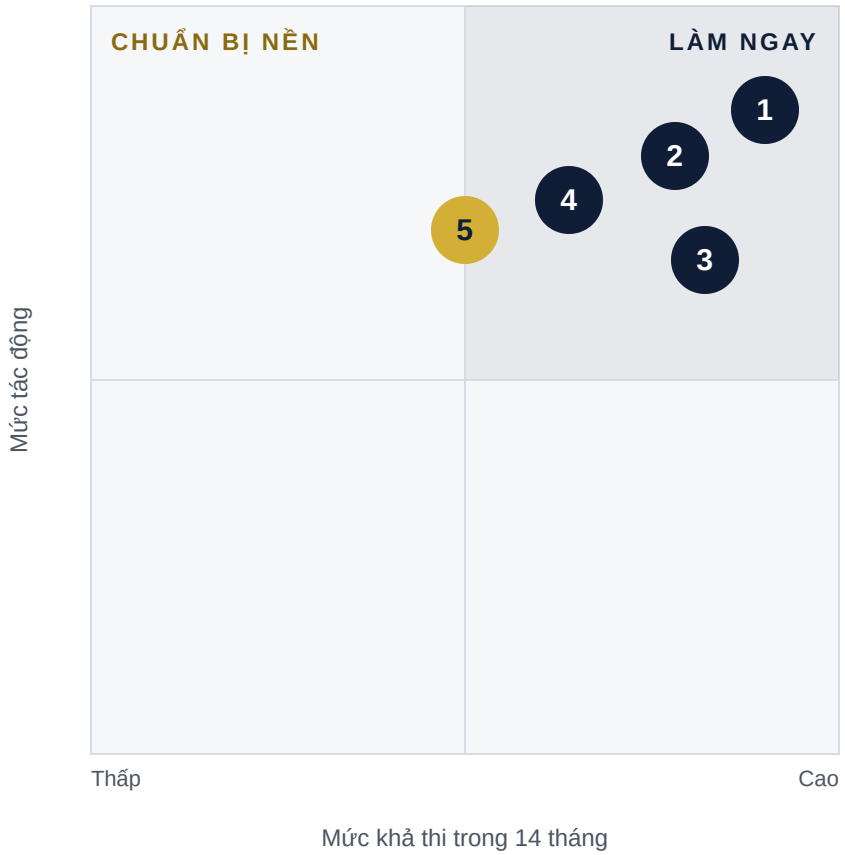
24 người

từ chối việc nêu lý do: 11 vì lương, 8 vì lộ trình lên chức, 5 vì chưa biết ABVP

1,6 tỷ

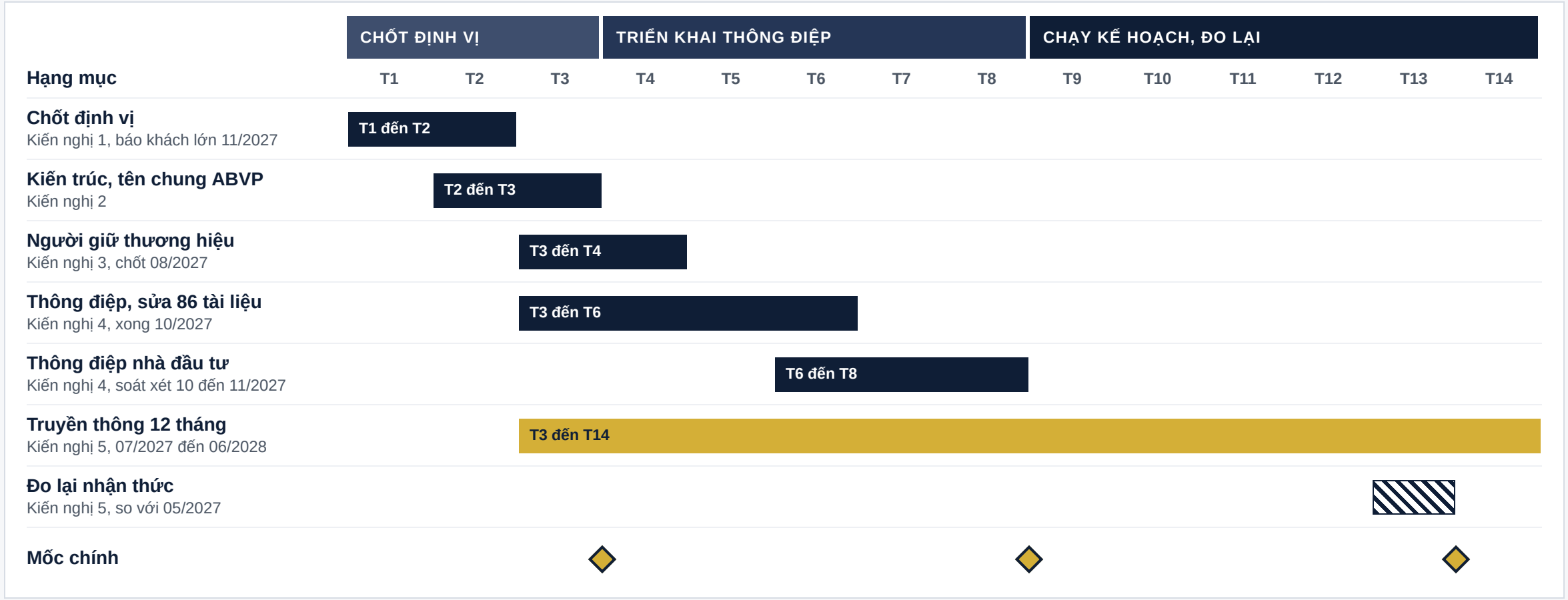
trên 3,2 tỷ chi truyền thông dành cho nhóm đã biết carton 100%

Chốt định vị trước, rồi tên chung, rồi người giữ, thông điệp đến sau



1	**HĐQT duyệt định vị: in và túi đúng ngày, đúng màu, carton phục vụ** Báo 10 khách lớn hai tuần trước khi công bố, cùng đợt ký lại hợp đồng khung với 7 khách.	**Tháng 1 đến 2**
2	**Chốt kiến trúc: tên chung ABVP, giữ tên riêng pháp nhân** Ba dòng hàng: Hộp in, Túi và Màng, Carton; ABVP Thương mại là kênh bán.	**Tháng 2 đến 3**
3	**Đề xuất người giữ thương hiệu ở khối dùng chung, chốt 08/2027** Khối dùng chung chưa có chức năng truyền thông. Người giữ duyệt mọi tài liệu gửi ra ngoài.	**Tháng 3 đến 4**
4	**Thông điệp cho khách, nhà đầu tư, lao động, sửa 86 tài liệu** Thông điệp nhà đầu tư chỉ dùng số hợp nhất, chốt sau soát xét 10 đến 11/2027.	**Tháng 3 đến 8**
5	**Chạy kế hoạch truyền thông 12 tháng, đo lại nhận thức 05/2028** Đo lại 4 chỉ số nền với cùng bảng hỏi, so với 05/2027.	**Tháng 3 đến 14**

Định vị chốt 06/2027, 86 tài liệu sửa xong 10/2027, đo lại 05/2028



Sau 8 tuần có định vị được duyệt, 2 trên 3 bộ thông điệp và 4 số đo nền

1 tên

giao dịch chung ABVP, HĐQT duyệt 06/2027

3 công ty con đổi TNHH từ 06/2027, giữ phần tên riêng

12/86

tài liệu đã đổi cách viết tên

9 cách viết tên rút còn 1 trong hướng dẫn mới

2/3

bộ thông điệp được duyệt đầy đủ

bộ nhà đầu tư duyệt có điều kiện, kiểm lại sau soát xét 10 đến 11/2027

4 số

đo lần đầu, mục tiêu đo lại 05/2028

hộp in 25% lên 40%, túi 15% lên 30%; nhận việc và cách viết tên đo lại

ĐÃ BÀN GIAO

- Báo cáo rà soát thương hiệu: 86 tài liệu, 12 tháng truyền thông
- Bản định vị và kiến trúc thương hiệu, hướng dẫn cách viết tên
- Hệ thống thông điệp cho khách hàng, nhà đầu tư, người lao động
- Kế hoạch truyền thông 12 tháng: chỉ tiêu, ngân sách, người giữ

THAY ĐỔI ĐÃ CÓ TRONG DỰ ÁN

1. HĐQT duyệt định vị: bao bì in và túi, đúng ngày, đúng màu; carton phục vụ khách lớn
2. Ba công ty con đổi TNHH từ 06/2027, giữ tên riêng, dùng một tên chung ABVP
3. Hướng dẫn cách viết tên áp cho 12 trên 86 tài liệu, còn 74 tài liệu đến 10/2027
4. Người giữ thương hiệu: đề xuất đặt ở khối dùng chung, chốt 08/2027

FRANCHISE VN

VẬN HÀNH XUẤT SẮC

Bản đầy đủ và bước tiếp theo

BẢN ĐẦY ĐỦ GỒM THÊM

- Báo cáo rà soát thương hiệu và kết quả khảo sát 50 người mua
- Bản định vị, kiến trúc thương hiệu, hướng dẫn cách viết tên
- Bản đồ thông điệp cho khách hàng, nhà đầu tư, người lao động, kèm bằng chứng
- Kế hoạch truyền thông 12 tháng: chỉ tiêu, ngân sách, người giữ

DỊCH VỤ TIẾP NỐI THƯỜNG GẶP

1. Tư vấn quan hệ nhà đầu tư và quản trị công ty đại chúng
2. Tư vấn văn hóa doanh nghiệp
3. Tư vấn lộ trình huy động vốn và chuẩn bị IPO

Doanh nghiệp có thể tự triển khai lộ trình, không bắt buộc thuê tiếp.

HOTLINE
+84 357 988 588

EMAIL
info@franchisevn.com

WEBSITE
franchisevn.com