

# MARKETING BRIEF — MOUSOU HOTEL & CONCEPT (NHA TRANG)

## 1. Mục tiêu chiến dịch

- Xây dựng hình ảnh **Mousou Hotel & Concept** như một **điểm đến nghỉ dưỡng trẻ trung, phong cách và sáng tạo** tại Nha Trang.
  - **Tăng công suất phòng** (bán theo giờ và theo ngày).
  - **Tạo nhận diện thương hiệu khác biệt** qua concept độc đáo – không trùng lặp với mô hình “khách sạn tình yêu”.
- 

## 2. Thông tin khách sạn

- **Tên:** Mousou Hotel & Concept
  - **Vị trí:** Trung tâm Nha Trang – thuận tiện cho du lịch, giải trí và di chuyển.
  - **Quy mô:** 15 phòng – tiêu chuẩn 2 sao.
  - **Điểm đặc biệt:**
    - Mỗi phòng mang **concept riêng**: Boss Room, Cinema Room, Chill Room...
    - Không gian thiết kế sáng tạo, hiện đại, tinh tế.
    - Dịch vụ **theo giờ & theo ngày linh hoạt**, phù hợp cho khách trẻ, cặp đôi, du khách.
- 

## 3. Đối tượng khách hàng mục tiêu

- **Cặp đôi trẻ (22–35 tuổi):** Ưa thích sự mới mẻ, muốn trải nghiệm không gian khác biệt, riêng tư, sang trọng.
  - **Khách du lịch nội địa:** Du khách từ TP.HCM, Đà Lạt, các tỉnh lân cận đến Nha Trang nghỉ ngắn ngày.
  - **Khách công tác / freelancer / traveler:** Cần nơi nghỉ sạch, tiện nghi, có style.
- 

## 4. Định vị & thông điệp truyền thông

Định vị:

Mousou Hotel & Concept – Không gian concept độc đáo, dành cho người trẻ hiện đại.

## Thông điệp:

“Trải nghiệm khác biệt – Nghỉ ngơi theo phong cách riêng.”

“Stay young, stay classy – Mousou Hotel & Concept.”

## Tông giọng thương hiệu:

- Trẻ trung, cá tính nhưng tinh tế.
  - Truyền cảm hứng về trải nghiệm, phong cách sống, chứ không hướng gợi cảm hay tình ái.
- 

## 5. Phong cách hình ảnh & tone màu thương hiệu

- **Màu chủ đạo:** Đen (#000000) & Cam (#FF7A00)
  - **Phong cách ảnh/video:**
    - Ánh sáng ấm, có độ tương phản rõ, nhấn vào concept phòng.
    - Sử dụng điểm nhấn **cam neon hoặc ánh vàng cam nhẹ** để tạo cảm giác hiện đại & sang trọng.
    - Kết hợp giữa **motion chậm – góc quay cinematic** và các **cut nhanh năng động** cho TikTok/Facebook Reel.
    - Nhân vật (nếu có): trẻ trung, gu ăn mặc tinh tế, không gợi cảm quá mức.
- 

## 6. Kênh & chiến lược triển khai

### Online

- **Facebook / Instagram:**
  - Visuals tone đen–cam đồng bộ.
  - Nội dung: review concept phòng, hậu trường décor, ưu đãi đặt phòng, lifestyle post (“stay in style”, “concept of the week”).
- **TikTok:**
  - Dạng video ngắn 15–30s: “Mỗi phòng là một concept”, “Chill như boss”, “Phòng điện ảnh giữa Nha Trang”.
  - Sử dụng trending sound trẻ trung, phối visual tối giản – màu đen/cam làm nền chủ đạo.
- **Google Ads & OTA:**

- Tối ưu từ khóa: “khách sạn concept Nha Trang”, “phòng đẹp Nha Trang”, “hotel theo giờ Nha Trang”.

### Offline

- Hợp tác với các **café, brand local fashion, photographer trẻ** tại Nha Trang để cross-marketing.
- Làm **mini event check-in concept**: khách chụp ảnh tại phòng được voucher giảm giá.

---

## 7. Ngân sách đề xuất (theo tháng)

| Hạng mục                          | Tỷ lệ | Dự kiến     |
|-----------------------------------|-------|-------------|
| Quảng cáo (Facebook, Google, OTA) | 40%   | 10–15 triệu |
| Ảnh/video concept chuyên nghiệp   | 30%   | 8–10 triệu  |
| Ưu đãi/mini event/PR địa phương   | 20%   | 5–7 triệu   |
| Thiết kế & quản lý nội dung       | 10%   | 3–5 triệu   |

---

## 8. KPI

- Tỷ lệ lấp phòng đạt **≥70%** trong 3 tháng.
- Tăng **30% booking online** so với tháng trước.
- Fanpage đạt **10.000 lượt tiếp cận/tháng**.
- Tối thiểu **100 review tích cực trên Google & OTA**.

---

## 9. Hướng phát triển thương hiệu

- Xây dựng hình ảnh Mousou như “**hotel concept độc đáo đầu tiên tại Nha Trang dành cho thế hệ trẻ.**”
- Mở rộng nhận diện qua **visual thống nhất (đen – cam)**, **content cảm xúc**, **hashtag riêng**:  
#MousouConcept #StayYourWay #ConceptHotelNhaTrang

## 🌟 **Điểm độc đáo của mô hình Mousou Hotel & Concept**

### 1. Khái niệm “Hotel & Concept” – mỗi phòng là một trải nghiệm riêng

- Thay vì chỉ khác nhau về kích thước hoặc view như khách sạn thông thường, **Mousou tạo nên trải nghiệm mới qua từng concept phòng.**  
Ví dụ:
    - *Boss Room*: sang trọng, mạnh mẽ, dành cho người thích cảm giác quyền lực.
    - *Cinema Room*: trải nghiệm như rạp chiếu mini trong khách sạn.
    - *Chill Room*: không gian thư giãn với ánh sáng dịu, décor sáng tạo.
  - Điều này giúp **khách hàng muốn quay lại nhiều lần để thử concept khác** → tăng *retention* tự nhiên.  
🌱 => “*Không phải chỉ là nơi để ngủ, mà là nơi để trải nghiệm.*”
- 

### 2. Định vị “Trẻ trung – Sang trọng – Không nhạ cảm”


- Mousou chọn hướng **giữ gu thẩm mỹ tinh tế, tôn trọng không gian riêng tư mà không gọi cảm thái quá.**
  - Giữa thị trường có nhiều khách sạn “theo giờ” đi theo hướng tình ái, Mousou chọn hướng “**concept & lifestyle**” – một khoảng trống thị trường gần như chưa ai khai thác tại Nha Trang.  
🧠 => *Vừa thu hút cặp đôi, vừa giữ được hình ảnh thương hiệu hiện đại, hợp tác để dàng với OTA và đối tác doanh nghiệp.*
- 

### 3. Tone màu & phong cách thiết kế đặc trưng – Đen & Cam


- Hầu hết khách sạn 2–3 sao ở Nha Trang chọn tone sáng (trắng, be, xanh biển).
- Mousou lại chọn **đen–cam**: hiện đại, nổi bật, gợi cảm giác cá tính, nghệ thuật và đẳng cấp.
- Màu sắc này không chỉ tạo ấn tượng mạnh về mặt thị giác mà còn rất “**Instagrammable**”, dễ viral trên mạng xã hội.  
📷 => *Tone màu là dấu nhận diện thương hiệu thị giác mạnh mẽ.*

---


#### 4. Mô hình nhỏ – linh hoạt – sáng tạo

- Với 15 phòng, Mousou có thể **tùy biến không gian dễ dàng, thay đổi décor định kỳ**, tạo cảm giác “luôn mới”.
  - Không chịu áp lực như chuỗi khách sạn lớn, Mousou có thể **định hình phong cách riêng, thử nghiệm chiến dịch truyền thông độc đáo**.  
 => Quy mô nhỏ nhưng giàu cá tính – “boutique hotel” đúng nghĩa.
- 


#### 5. Khai thác mô hình “bán phòng theo giờ” một cách văn minh và thẩm mỹ

- Mousou có thể **bán theo giờ như dịch vụ linh hoạt** (cho cặp đôi, khách công tác, du khách cần nghỉ ngắn), nhưng cách truyền thông hướng đến: “Nghỉ ngơi tiện lợi – riêng tư – có phong cách.”
  - Không đi theo hướng “tình ái”, mà là **hướng “comfort + creativity”**.  
 => *Giữ được phân khúc cặp đôi nhưng vẫn được xem là khách sạn “đáng tin – đáng check-in.”*
- 

#### 6. Khả năng kể chuyện thương hiệu (storytelling) mạnh

- Mỗi phòng concept là **một câu chuyện riêng** → dễ dàng tạo content đa dạng:
    - “Nếu bạn là người thích quyền lực – Boss Room dành cho bạn.”
    - “Thay vì ra rạp, hãy mang rạp về phòng – Cinema Room.”
  - Đây là **nền tảng cực tốt cho social media**: khách sạn có thể làm series video “Mỗi concept – một cá tính”.  
 => *Mô hình có tính truyền thông tự nhiên, dễ viral và dễ xây dựng cộng đồng khách trung thành.*
- 

#### 7. Phù hợp xu hướng du lịch trải nghiệm (experience-based travel)

- Du khách trẻ ngày nay không chỉ “đi du lịch để nghỉ”, mà để **trải nghiệm – chụp ảnh – kể lại câu chuyện**.
- Mousou đáp ứng đúng insight này: mỗi lần ở là một concept, một bối cảnh khác để kể trên mạng xã hội.  
 => *Cực kỳ phù hợp với thế hệ Millennials và Gen Z.*

### **BRAND STORY**

**Mousou – Không gian cho mọi cảm xúc.**

Tại Mousou Hotel & Concept, chúng tôi tin rằng nghỉ ngơi không chỉ là dừng lại – mà là **chọn cách bạn muốn tận hưởng khoảnh khắc của mình.**

Với **các phòng concept độc đáo** như *Boss Room, Cinema Room, Chill Room*, Mousou mang đến những không gian sáng tạo, nơi bạn có thể sống trọn với cảm xúc của riêng mình.

Và với **phòng nghỉ tiêu chuẩn** – ấm cúng, tiện nghi, tinh tế – chúng tôi mang lại sự thoải mái và riêng tư cho những ai chỉ cần một chỗ dừng chân nhẹ nhàng giữa thành phố biển.

Mousou là sự kết hợp giữa **trải nghiệm khác biệt và sự tiện lợi thực tế.**

Dù bạn đến để đổi gió, nghỉ ngơi hay chỉ muốn tạm “dừng nhịp sống” – luôn có một không gian tại Mousou dành cho bạn.

**Mousou – Stay your way. Live your concept.**

## **TRIẾT LÝ THƯƠNG HIỆU**

### **1. Concept là trải nghiệm – Comfort là nền tảng.**

Không phải ai cũng tìm kiếm sự mới lạ mỗi ngày. Mousou tạo nên sự cân bằng: những concept độc đáo cho ai thích khám phá, và những căn phòng cơ bản – tinh gọn – cho ai chỉ muốn nghỉ ngơi thoải mái.

### **2. Phong cách trẻ trung – dịch vụ chuyên nghiệp.**

Dù là phòng concept hay tiêu chuẩn, Mousou đều duy trì chất lượng dịch vụ 2 sao chín chu, lễ tân 24/7, và phong cách phục vụ hiện đại, thân thiện.

### **3. Thiết kế hướng đến trải nghiệm.**

Không gian, ánh sáng, và cảm xúc được cân nhắc tỉ mỉ để tạo cảm giác thư giãn, riêng tư, sang trọng mà không xa cách.

### **4. Một thương hiệu – nhiều lựa chọn.**

Mousou dành cho tất cả: cặp đôi muốn trải nghiệm, khách công tác cần sự tiện lợi, hay du khách muốn nơi nghỉ phong cách trong chuyến đi Nha Trang.

---

## **GIỌNG NÓI THƯƠNG HIỆU**

### **Giọng nói Mousou hướng đến:**

- Trẻ trung – gần gũi – có chiều sâu.
- Biết “kể chuyện” nhưng vẫn **tôn trọng trải nghiệm cá nhân** của khách.
- Tránh phân biệt giữa phòng concept và phòng cơ bản — cả hai đều được nói với giọng điệu **tinh tế, tự tin, không phân tâng.**

### **Mẫu thể hiện mới:**

**Khi nói về phòng concept:**

“Chọn concept cho mood hôm nay – quyền lực cùng Boss Room hay chill nhẹ trong Cinema?”

“Mỗi concept, một cảm xúc. Mỗi lần ở, một trải nghiệm khác biệt.”

**Khi nói về phòng cơ bản:**

“Không cần cầu kỳ, chỉ cần đủ riêng tư và thoải mái – đó chính là Mousou Standard.”

“Không gian vừa vặn cho những ai cần nghỉ ngơi giữa thành phố biển.”

**Khi nói chung về khách sạn:**

“Mousou có nhiều cách để bạn nghỉ – concept độc đáo, hay phòng cơ bản tinh gọn. Chọn theo cách bạn muốn.”

“Stay your way – từ chill nhẹ đến nghỉ ngơi trọn vẹn.”