



MEYHOMES
CAPITAL
CRYSTAL CITY

QUẬN ĐỔI MỚI
SÁNG TẠO
ĐẦU TIÊN TẠI ĐẢO NGỌC



MEYHOMES
CAPITAL
PHU QUOC

NỘI DUNG CHÍNH

1. NHỮNG ĐIỂM ĐÁNG CHÚ Ý TẠI PHÚ QUỐC
2. ĐỊNH VỊ CỦA MEYHOMES CAPITAL CRYSTAL CITY
3. DNA ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TẠI CRYSTAL (*)
4. NHỮNG LÝ DO ĐỂ TIN (*)
5. USP_s & SIGNATURE CỦA DỰ ÁN (*)
6. ART DIRECTION (*)
7. CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG

() Mục 3, 4, 5, 6, 7 là nội dung bổ sung thêm vào chiến lược đã có*



MEYHOMES
CAPITAL
PHU QUOC



1. NHỮNG ĐIỂM ĐÁNG CHÚ Ý TẠI PHÚ QUỐC

PHÚ QUỐC NGÀY ẤY (TỪ 1957)

Kể từ 17-11-57

VIỆT-NAM HÀNG-KHÔNG

Tái lập cuộc du-ngoạn

SAIGON – PHÚ QUỐC

Đi và về nội trong ngày Chúa-nhật

7g	SAIGON	18g20
8g20	PHÚ QUỐC	17g

Giá tính chung \$ 1.190 mỗi người

Kê cả tiền vé phi-cơ khứ hồi, cơm trưa và du-ngoạn.

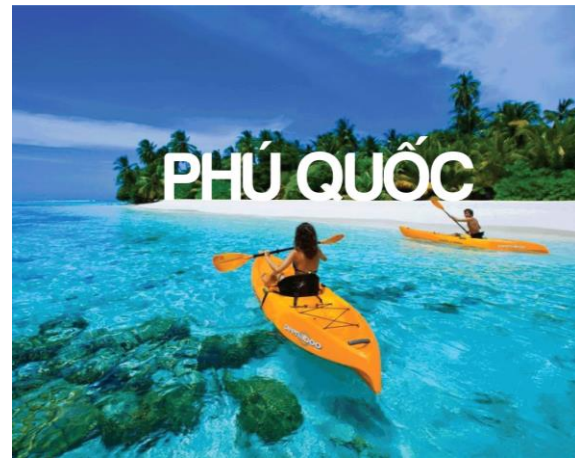
MUỐM THAM DỰ XIN HỎI :


VIỆT-NAM HÀNG-KHÔNG

116, ĐAI LỘ, NGUYỄN-HỮU — SAIGON
Đ. T. : 22.446 - 47, 21.624 - 25 - 26



PHÚ QUỐC BÂY GIỜ (2022)





Phú Quốc có tiềm
năng trở thành
Singapore thứ 2
của châu Á

Được quy hoạch để
trở thành trung
tâm du lịch và
dịch vụ cao cấp,
trung tâm khoa học
của **quốc gia** và
khu vực Đông Nam Á

GDP 38%/năm – cao
gấp 6 lần bình
quân cả nước
(2010–2019)

Gần **2000** doanh
nghiệp lĩnh vực du
lịch & dịch vụ

215 dự án phát
triển du lịch, **23**
dự án phát triển
đô thị

Hơn **20** thương hiệu
khách sạn 5 sao
quốc tế

Phú Quốc đang gia
sức thu hút nhân
lực về sinh sống và
làm việc tại đảo

TỐC ĐỘ TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ CAO, SỰ ĐỔ BỘ CỦA HÀNG LOẠT
THƯƠNG HIỆU DANH TIẾNG QUỐC TẾ LẤN CÁC TẬP ĐOÀN HÀNG ĐẦU
TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC KHIẾN PHÚ QUỐC SẼ TRỞ THÀNH HUB CỦA
GIỚI CHUYÊN GIA VÀ TẦNG LỚP TRÍ THỨC,
NHỮNG CƯ DÂN CHẤT LƯỢNG CAO, TRUNG LƯU VỀ SINH SỐNG LÂU DÀI.

VẬY HỌ SẼ Ở ĐÂU? CON CÁI HỌ SẼ RA SAO?
ĐÂU SẼ LÀ MÔI TRƯỜNG LÝ TƯỞNG DÀNH CHO HỌ?

NHÓM CÓ NHU CẦU Ở DÀI HẠN TẠI PHÚ QUỐC HỌ LÀ AI? HỌ TÌM KIẾM ĐIỀU GÌ?



EXPERT



MANAGER



CEO/FOUNDER
WORKATION



NGƯỜI DÂN PQ



EXPERT

Nhân khẩu học:

- Tuổi: 45+
- Nghề nghiệp: Đang là chuyên gia cấp cao, giữ các vị trí then chốt trong các tập đoàn, các thương hiệu quốc tế lớn trên đảo
- Thu nhập/tài chính: cao và rất cao
- Tình trạng hôn nhân: Hầu hết đã có gia đình và có con (3-4 người), đang sinh sống tại thành phố khác hoặc quốc gia khác, bản thân làm việc lâu dài trên đảo

Vấn đề:

- Họ là những người có tiêu chuẩn sống cao do làm việc trong những môi trường quốc tế hoặc đến từ các quốc gia phát triển. Công việc bắt buộc họ định cư lâu dài trên đảo, tuy nhiên phần lớn trong số họ đang thuê nhà hoặc ở nhà công vụ không đáp ứng các tiêu chuẩn mà họ mong muốn.
- Nhiều người trong số họ để gia đình và con nhỏ ở những thành phố khác vì Phú Quốc chưa có đô thị hiện đại, đầy đủ chức năng: Giáo dục, Giải trí, Y tế chất lượng quốc tế để cả gia đình có thể định cư lâu dài.

Mục đích & mong muốn:

Song song với việc duy trì BĐS ở tại những nơi đang sống, nếu PQ có một nơi chốn để định cư lâu dài với hệ sinh thái tiện ích đô thị hiện đại, có trường quốc tế cho trẻ nhỏ, bệnh viện chất lượng cao, được phục vụ chuyên nghiệp cùng với đó là một cộng đồng văn minh, trí thức để tạo ra môi trường cho con cái phát triển, họ sẽ lựa chọn là second-home.



MANAGER

Nhân khẩu học:

- Tuổi: 30+
- Nghề nghiệp: Đang là quản lý cấp trung hoặc cấp cao trong các tập đoàn, các thương hiệu quốc tế lớn trên đảo, là những nhân tố có ảnh hưởng tới tổ chức, bản thân họ cũng xác định gắn bó lâu dài với công việc hiện tại.
- Thu nhập/Tài chính: Thu nhập từ mức khá trở lên và có tích lũy tài chính
- Tình trạng hôn nhân: Còn độc thân hoặc đã kết hôn, đã có con và gia đình đã ổn định (con không quá nhỏ), gia đình ở đất liền, bản thân làm việc lâu dài trên đảo

Vấn đề:

Tương tự như nhóm chuyên gia, họ cũng gặp những vấn đề về việc ở Phú Quốc chưa có đô thị hiện đại đáp ứng được các tiêu chuẩn về giáo dục, y tế để đưa cả gia đình đến định cư. Nhóm trẻ hơn chưa có gia đình thì bị thiếu các tiện ích giải trí, tiêu dùng 24/7, và các cộng đồng trẻ tương đồng.

Mục đích & mong muốn:

Họ sẽ dịch chuyển và chọn một đô thị đầy đủ tiện ích cho thế hệ con cái và bản thân có cộng đồng giao lưu, ngoài ra, họ sẽ cân nhắc đến việc mua BĐS để kinh doanh lại một phần, kiếm dòng tiền thụ động. Phần lớn nhóm này mua BĐS là first-home hoặc chỉ sở hữu 1 BĐS duy nhất, nên sẽ cần hỗ trợ tài chính.



CEO/FOUNDER

Nhân khẩu học:

- Tuổi: 30+
- Nghề nghiệp: CEO, Founder của các doanh nghiệp trẻ, startups, nghệ sĩ...
- Thu nhập/tài chính: tự do tài chính, đang theo đuổi đam mê khởi nghiệp
- Tình trạng hôn nhân: Còn độc thân hoặc đã có gia đình và mới có con

Vấn đề:

Đây là những người trẻ hiện đại và năng động, họ đang tự mình điều hành các doanh nghiệp nhỏ, mới khởi nghiệp nhưng không quá căng thẳng về chuyện vận hành, đó hầu hết là các doanh nghiệp kinh doanh chất xám, hoạt động trong lĩnh vực sáng tạo, nghệ thuật, tư vấn... Bản thân họ yêu thích không gian và đời sống ở Phú Quốc và muốn gắn bó lâu dài với hòn đảo này, nhưng hiện trạng của Phú Quốc chưa đủ để họ sinh sống lâu dài, cố định. Ngoài ra, bản thân người kinh doanh đề cao networking nhưng trên đảo cộng đồng này chưa nhiều. Họ sẽ ra quyết định muợn hơn nhóm Expert và Manager do chưa có tính cấp thiết phải ở lại đảo cố định thời gian dài.

Mục đích & mong muốn:

Phú Quốc cung cấp cho họ một không gian để sáng tạo tốt, nhưng họ vẫn cần một môi trường đô thị đầy đủ tiện ích, networking để mở rộng các cơ hội hợp tác. Môi trường nào giúp thúc đẩy sức sáng tạo và liên kết họ đến một cộng đồng đối mới sẽ là điểm đến lý tưởng dành cho họ.



NGƯỜI DÂN PHÚ QUỐC

Nhân khẩu học:

- Tuổi: 25-35t
- Nghề nghiệp: Họ có thể là các quản lý cấp trung, cấp cao tại các DN ở Phú Quốc hoặc chủ các nhà hàng, quán café, khách sạn tư nhân... trên đảo.
- Thu nhập/tài chính: cao và rất cao, có tích lũy
- Tình trạng hôn nhân: Phần lớn đã có gia đình và ở độ tuổi 25-35t

Vấn đề:

Họ có thu nhập cao, có nhận thức về một đời sống đô thị hiện đại giống như các thành phố phát triển, tuy nhiên Phú Quốc từ một làng chài mới lên thành phố, do đó rất nhiều loại tiện ích của một đô thị hiện đại vẫn chưa phát triển tương xứng với thu nhập và hiểu biết của họ.

Mục đích & mong muốn:

Nếu có một nơi chốn có được các tiện ích hoàn chỉnh, đồng bộ và bắt kịp xu thế ở các thành phố hiện đại, họ chắc chắn sẽ lựa chọn.



MEYHOMES
CAPITAL
PHU QUOC



2. ĐỊNH VỊ CỦA MEYHOMES CAPITAL CRYSTAL




QUẬN ĐỔI MỚI
SÁNG TẠO
ĐẦU TIÊN TẠI ĐẢO NGỌC



MEYHOMES
CAPITAL
PHU QUOC



3. DNA ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TẠI CRYSTAL



INNOVATION
distinguishes between a leader and a
FOLLOWER

“ĐỔI MỚI SÁNG TẠO QUYẾT ĐỊNH GIỮA NGƯỜI DẪN ĐẦU VÀ NGƯỜI THEO SAU”

Steve Jobs via Gecko&Fly

HÀNH TRÌNH ĐỔI MỚI SÁNG TẠO CỦA APPLE & DUBAI

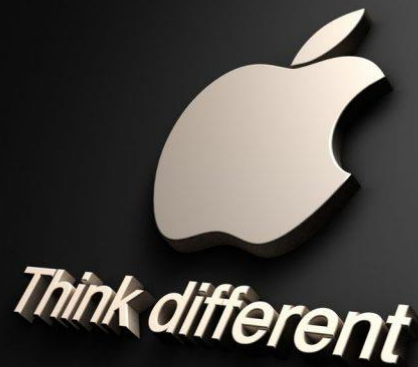


Thương hiệu giá trị nhất thế giới 9 năm liên tiếp
>200 tỷ USD - 2019 (Forbes)



Quần đảo nhân tạo lớn nhất TG, Cảng nhân tạo lớn nhất TG, Tòa tháp cao nhất TG, KS 7 sao duy nhất TG...
DUBAI – QUỐC GIA CỦA NHỮNG ĐIỀU KINH NGẠC

HÀNH TRÌNH THÀNH CÔNG CỦA APPLE



Tới 2011, Apple đã vượt xa đối thủ Microsoft để trở thành thương hiệu GIÁ TRỊ NHẤT THẾ GIỚI

1976

Apple ra đời

- Steve Jobs cùng 2 người bạn nữa thành lập ra Apple
- Logo Apple lúc đó là hình ảnh bác học Issac Newton ngồi dưới gốc cây táo

1985

Steve Jobs rời khỏi Apple

- Sau nhiều lần thay đổi CEO, bất đồng trong quản trị + Steve Jobs tung ra nhiều SP thất bại, Hội đồng QT đã lựa chọn người khác, để Steve ra đi.
- Apple lao dốc vì không còn theo định hướng ban đầu, các sản phẩm mới ra đều thất bại thảm hại

1997

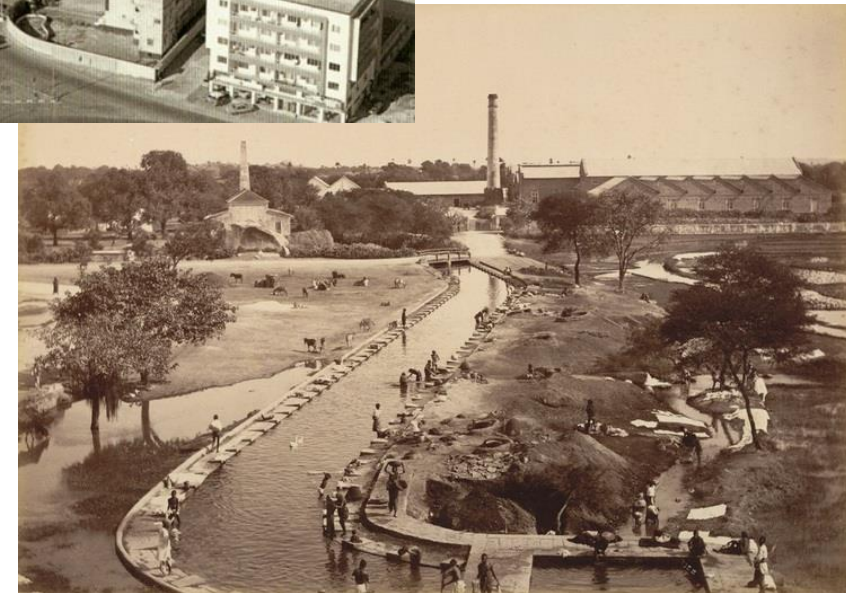
Steve Jobs quay trở lại, vực dậy Apple

- Được mời trở lại Apple, Steve Jobs đã thuyết phục HĐQT để ông làm CEO
- Steve Jobs đã đưa Apple quay trở lại triết lý vận hành cốt lõi ban đầu với chiến lược MKT "Think Different"
- Apple thuyết phục thành công đối thủ Microsoft rót vốn 10 triệu USD

HÀNH TRÌNH THÀNH CÔNG CỦA DUBAI



**Phố Trung tâm của
Dubai những năm 1960**



TG lúc này biết đến Dubai chỉ như một thành phố nằm trên hoang mạc cát

HÀNH TRÌNH THÀNH CÔNG CỦA DUBAI



Tòa nhà cao nhất TG



Quần đảo nhân tạo lớn nhất TG



Cảng nhân tạo lớn nhất TG



Tàu điện ngầm dài nhất TG



Chợ vàng lớn nhất TG



TTTM lớn nhất TG

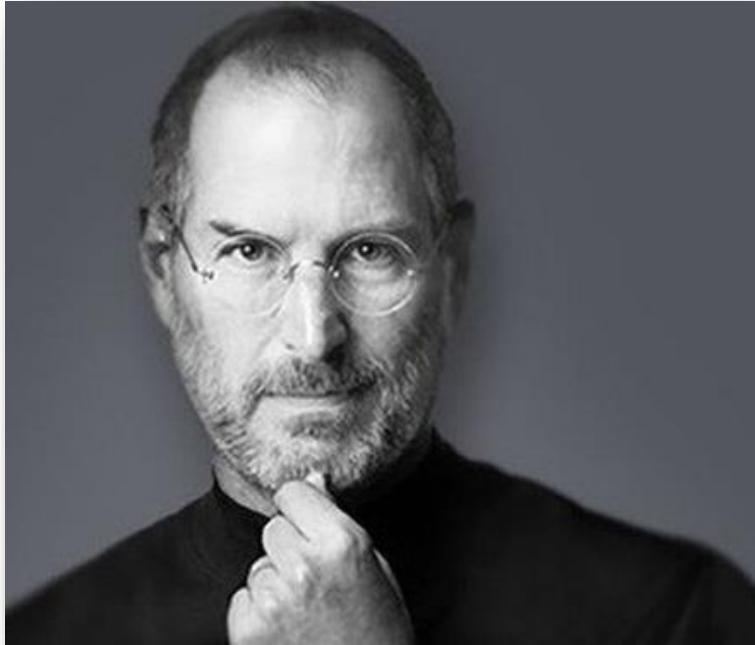
HÀNH TRÌNH ĐỔI MỚI SÁNG TẠO CỦA APPLE & DUBAI

13 NĂM là quãng thời gian Apple từ trên bờ vực phá sản trở thành thương hiệu giá trị nhất Thế giới

40 NĂM là quãng thời gian để Dubai từ một thành phố trên hoang mạc cát từng kiệt quệ với nạn đói trở thành thành phố năng động và hiện đại bậc nhất Thế giới.

**ĐIỀU CỐT LÕI NÀO ĐÃ LÀM NÊN NHỮNG THÀNH CÔNG
VƯỢT TRỘI VÀ NGOẠN MỤC NHƯ VẬY?**

HÀNH TRÌNH ĐỔI MỚI SÁNG TẠO CỦA APPLE & DUBAI

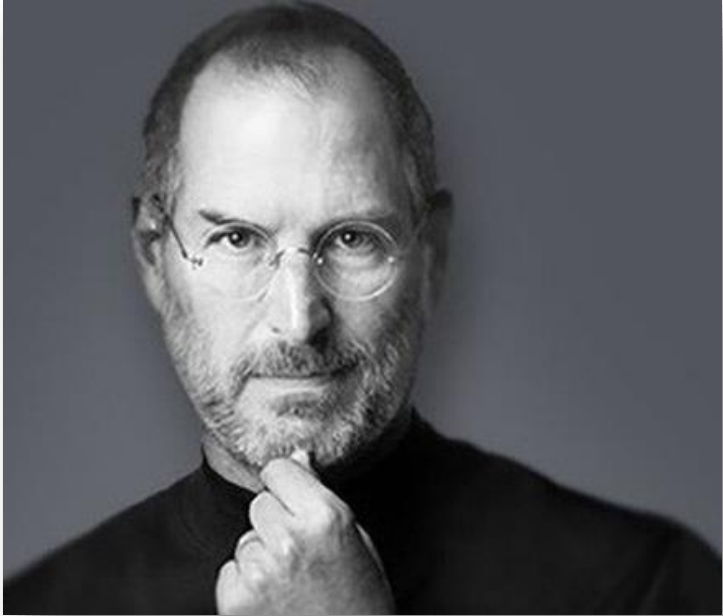


CẢ APPLE VÀ DUBAI ĐỀU CÓ NHỮNG NHÀ LÃNH ĐẠO KIÊN ĐỊNH, HỌ DẪN DẮT CẢ MỘT TỔ CHỨC ĐI THEO MỘT **TRIẾT LÝ/CHIẾN LƯỢC NỔI BẬT, RÕ RÀNG, NHẤT QUÁN VÀ XUYÊN SUỐT**

Steve Jobs
“TƯ DUY KHÁC BIỆT”

Mohammed bin Rashid Al Maktoum
“SÁNG TẠO & TIÊN PHONG”

HÀNH TRÌNH ĐỔI MỚI SÁNG TẠO CỦA APPLE & DUBAI



Video Steve Jobs chia sẻ về chiến lược MKT giúp vực dậy Apple trở lại ngoạn mục từ đồng tro sắp tàn

<https://www.youtube.com/watch?v=Bvkt8ploTW4>



“Khi phải đối mặt với một thách thức đòi hỏi giải pháp hay quyết định, bạn có 2 sự lựa chọn – hoặc là bắt chước kinh nghiệm của người khác, hoặc sử dụng sự **sáng tạo** và trí tuệ của mình để đưa ra ý tưởng mới. Cả 2 nguyên tắc này được áp dụng ngang nhau trong sự phát triển của đất nước chúng tôi. Tuy nhiên những ý tưởng “cũ” không dành cho chúng tôi, tại UEA này. **Chúng tôi phải dẫn đầu chứ không theo sau.**”

Chúng tôi tin rằng con đường ngắn nhất tiến đến tương lai tươi sáng mà chúng tôi đang tìm kiếm nằm ở phương pháp tiếp cận **sáng tạo và tiên phong.**”

Mohammed bin Rashid Al Maktoum – My vision, Tầm nhìn thay đổi quốc gia, First News

INNOVATION DRIVING THE CITY



“Theo tạp chí Forbes, sự đổi mới rất quan trọng đối với các công ty vì nó cho phép họ thâm nhập thị trường nhanh hơn, tạo ra các khái niệm ban đầu và phát triển dễ dàng hơn.

Nhưng đổi mới không chỉ quan trọng trong thế giới kinh doanh. Ngày nay nó cũng là nền tảng cho sự thành công của một thành phố. Sự kết hợp giữa **đổi mới** và **nhân tài** trong các thành phố tạo ra năng suất cao hơn và tăng trưởng kinh tế dài hạn hơn.

Tương tự như vậy, các thành phố kết hợp hai đặc điểm này cũng có khả năng chống chịu tốt hơn khi đối mặt với các cuộc khủng hoảng kinh tế / tài chính.”*

() Theo Iberdrola – Tập đoàn năng lượng toàn cầu 170 tuổi
vốn hóa lớn nhất thế giới*

INNOVATION AS THE KEY TO COMPETITIVENESS



ĐỔI MỚI SÁNG TẠO LÀ CHÌA KHÓA ĐỂ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH

Theo *Global Cities Report* từ A.T. Kearney*, báo cáo này đưa ra xếp hạng năng lực cạnh tranh theo 27 chỉ số trong 5 danh mục với các trọng số khác nhau:

Hoạt động kinh doanh (30%): dòng vốn, động lực thị trường và các công ty lớn nhất.

Vốn con người (30%): trình độ học vấn.

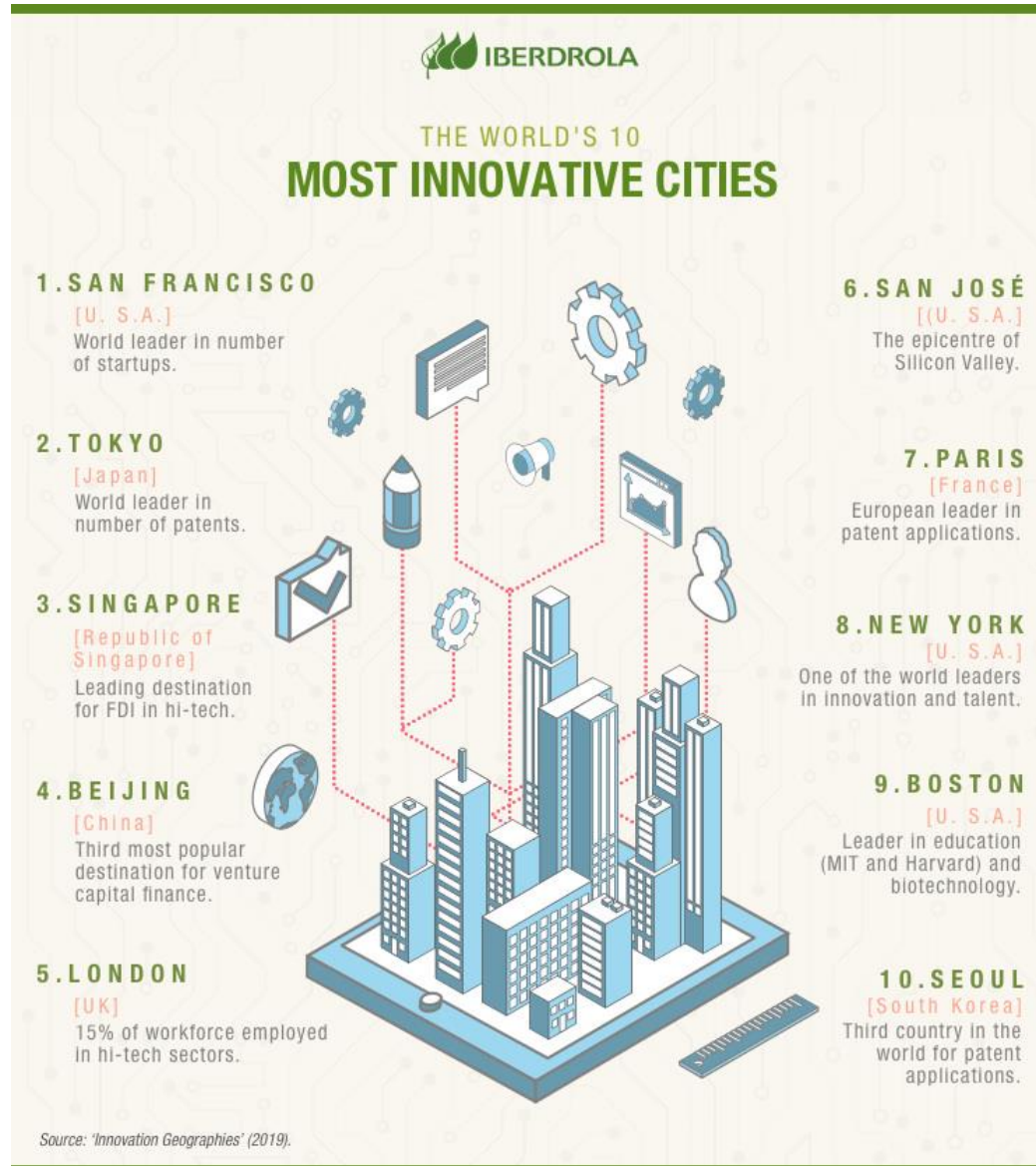
Trao đổi thông tin (15%): tiếp cận thông tin qua Internet và các nguồn khác.

Trải nghiệm văn hóa (15%): tiếp cận các sự kiện văn hóa lớn.

Tham gia chính trị (10%): các sự kiện chính trị, các tổ chức tư vấn và đại sứ quán.

(*) A.T. Kearney – hãng tư vấn hàng đầu thế giới cho các tập đoàn Fortune500 toàn cầu, các chính phủ và các tổ chức phi chính phủ

MOST INNOVATIVE CITIES



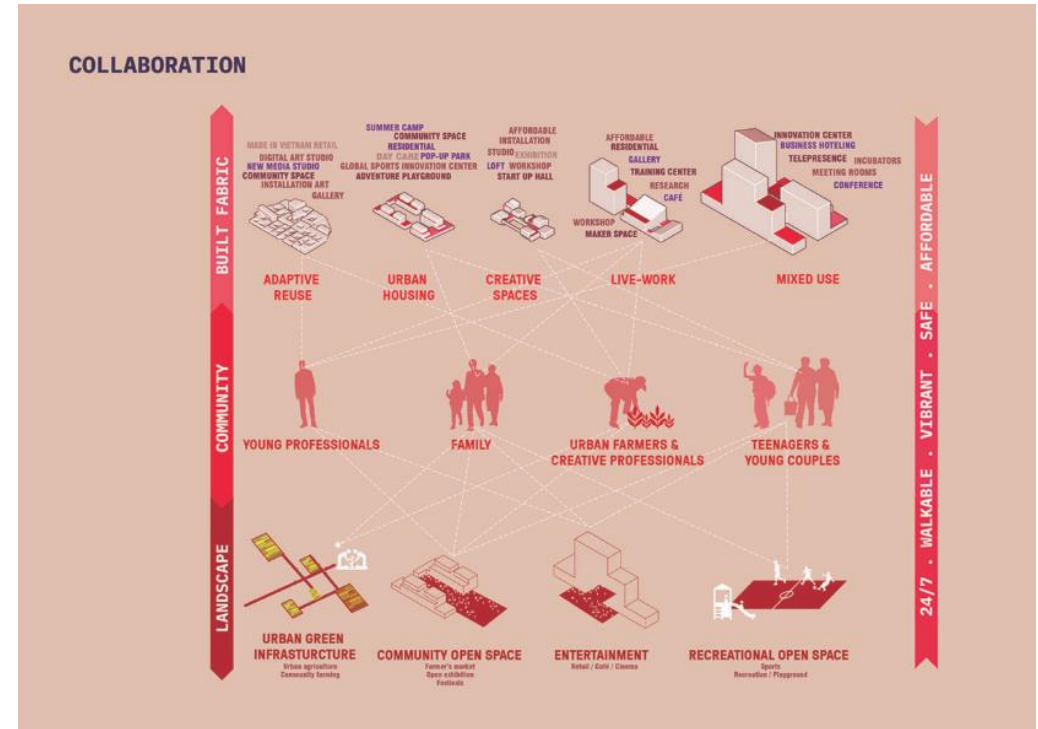
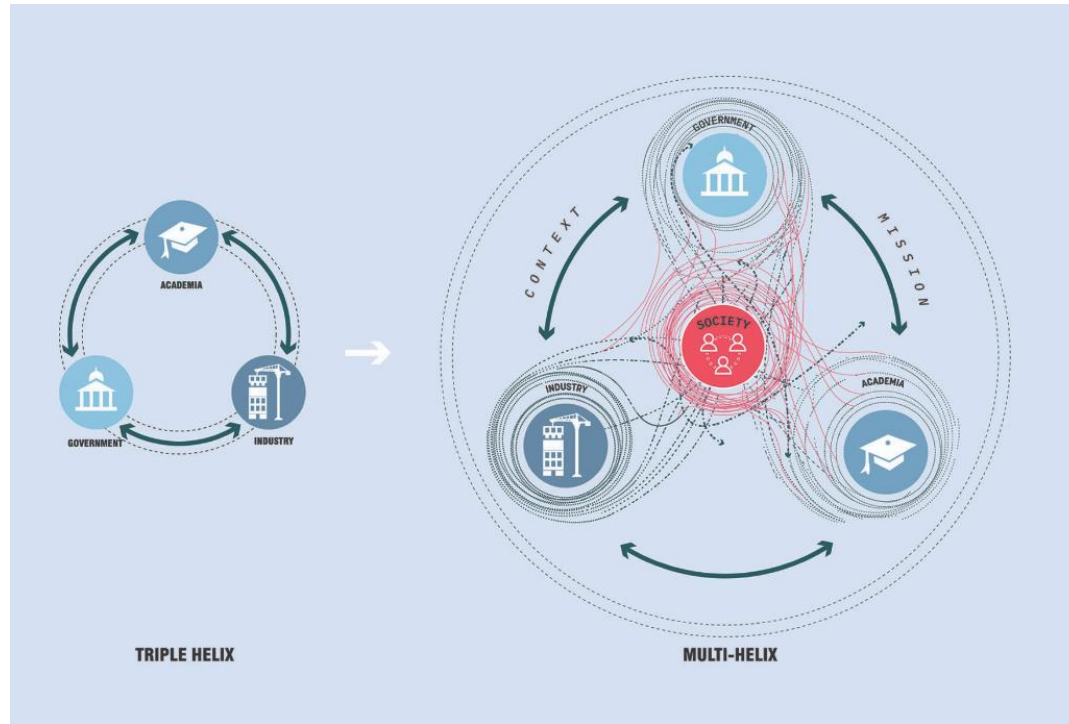
Hàng năm, các nhà tư vấn chiến lược và kinh doanh A.T. Kearney* xuất bản Báo cáo các Thành phố Toàn cầu, trong đó phân tích đâu là thành phố cạnh tranh nhất trên thế giới và đâu là thành phố có tiềm năng lớn nhất.

CON NGƯỜI – PHÁT MINH SÁNG CHẾ - SỐ STARTUPS – CÔNG NGHỆ

LÀ NHỮNG YẾU TỐ CHÍNH TẠO NÊN TOP 10

(*) A.T. Kearney – hãng tư vấn hàng đầu thế giới cho các tập đoàn Fortune500 toàn cầu, các chính phủ và các tổ chức phi chính phủ

INNOVATION DRIVING THE CITY



Theo mô hình chuỗi 3 xoắn ốc (DNA)* áp dụng cho quy hoạch thành phố, một khu đô thị được thiết kế theo concept đổi mới sáng tạo sẽ xoay quanh các yếu tố: GIÁO DỤC, THỂ CHẾ CHÍNH SÁCH, LĨNH VỰC KINH TẾ MŨI NHỌN.

(*). Theo enCity – Công ty quy hoạch quốc tế có trụ sở Singapore, đơn vị quy hoạch Sasaki – Khu vực đổi mới sáng tạo phía Đông TP. HCM

DNA VỀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TẠI CRYSTAL CITY



Trên nền tảng của một thành phố kinh tế du lịch biển đảo (LĨNH VỰC KINH TẾ MŨI NHỌN), tại Crystal City, chúng tôi tập trung vào những nhiệm vụ còn lại là: ƯƠM MẦM NHỮNG CON NGƯỜI SÁNG TẠO (giáo dục, xây dựng cộng đồng) và THIẾT LẬP THỂ CHẾ, MÔI TRƯỜNG SÁNG TẠO (kết nối nghiên cứu, hỗ trợ khởi nghiệp), nhằm tạo ra một hệ sinh thái đa dạng thỏa mãn 2 tiêu chí: thúc đẩy sự đổi mới và nuôi dưỡng nhân tài.

Hành trình Sáng tạo

Kiến tạo Ý tưởng

Quy trình tạo ra các ý tưởng sáng tạo khác nhau và chọn ra ý tưởng có triển vọng nhất

Mổ xẻ và Phát triển Ý tưởng

Quy trình đánh giá tiềm năng của ý tưởng mới một cách có hệ thống, đồng thời làm rõ và phát triển nó

Khởi xướng Ý tưởng

Tích cực đưa thông tin về ý tưởng mới lạ, nhằm nhận được sự ủng hộ, cho phép, nguồn lực và hỗ trợ cần thiết để tiếp tục

Thực hiện Ý tưởng

Quá trình chuyển đổi ý tưởng thành một kết quả hữu hình, giúp ý tưởng được tiến hành sản xuất hoặc chấp thuận

CÂU CHUYỆN THƯƠNG HIỆU CRYSTAL CITY



Mượn hành trình của nước để ẩn dụ về hành trình kiến tạo đại đô thị Meyhomes Capital Phú Quốc, nếu Tropi City sôi động, rục rĩ, vui tươi như những cơn mưa rào tưới mát một thành phố, thì Crystal là những hạt pha lê đầy năng lượng được hình thành từ những giọt nước thấm sâu và tích tụ trong lòng đất, đại diện cho những giá trị tinh khôi và vĩnh cửu mà Meyland sẽ tạo ra vì một tương lai cho thế hệ tiếp nối.

Không đơn thuần là một **thành phố tinh khiết hiện đại** trên hòn đảo đẹp bậc nhất hành tinh, Crystal City còn sinh ra với sứ mệnh trở thành một **bộ phóng/đối tác đồng hành** cùng mọi cư dân trên **hành trình Sáng tạo** (Kiến tạo, Phân tích, Kêu gọi, Thực hiện Ý tưởng), thông qua **Giáo dục & thể chất, Xây dựng cộng đồng, Kết nối nghiên cứu và Hỗ trợ khởi nghiệp**, nhằm tạo ra một **quận đổi mới sáng tạo đầu tiên trên đảo**.

Với triết lý cho đi trước, qua đó thu hút cộng đồng những người theo đuổi sáng tạo, đam mê cải tiến đến với thành phố, chúng tôi kiến tạo và dành nhiều tiện ích **miễn phí** đóng vai trò là vườn ươm để nuôi dưỡng sự sáng tạo.

Chúng tôi mong rằng bản thân Crystal sẽ là biểu tượng và nguồn cảm hứng thúc đẩy tính đổi mới sáng tạo của các cư dân trên đảo, biến đảo ngọc trở thành một INNOVATION HUB, góp phần đưa Phú Quốc trở thành trung tâm khoa học công nghệ hàng đầu Đông Nam Á.



MEYHOMES
CAPITAL
PHU QUOC



4. NHỮNG LÝ DO ĐỂ TIN

NHỮNG LÝ DO ĐỂ TIN VỀ MỘT THÀNH PHỐ TINH KHIẾT HIỆN ĐẠI

TÍNH TINH KHIẾT

- 3ha cây xanh cảnh quan khắp nội khu
- Hồ điều hòa Center Lake với diện tích 5000m²
- 2 công viên cây xanh chủ đề với các tiện ích: Vườn nướng BBQ, đường dạo bộ, công viên hoa, quảng trường, đài phun nước...
- 78 tiểu công viên nội khu

TÍNH HIỆN ĐẠI

- 5 Club House với các tiện ích: Trung tâm thương mại, Siêu thị, Nhà hàng, Quán café, Thư viện, Bể bơi,
- Tổ hợp cơ quan hành chính nhà nước
- Trung tâm thể thao và giải trí
- Trung tâm chăm sóc sức khỏe, phòng khám đa khoa
- Trung tâm thể thao và văn hóa
- 2 Trung tâm thương mại tài chính và căn hộ cao tầng
- 3 Tổ hợp trường liên cấp quốc tế
- Bãi đậu xe tập trung

NHỮNG LÝ DO ĐỂ TIN VỀ MỘT TP ĐƯỢC THIẾT KẾ THEO CONCEPT ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

GIÁO DỤC & THỂ CHẤT EDU-WELLNESS HUB

1. 3 tổ hợp trường liên cấp quốc tế
2. Thư viện 2500m²
3. Trung tâm vui chơi
4. Trung tâm phức hợp thể thao
5. Trung tâm chăm sóc sức khỏe, phòng khám đa khoa
6. Trung tâm thể thao văn hóa, thư viện
7. 78 tiểu công viên nội khu

XÂY DỰNG CỘNG ĐỒNG

1. **Innovation Club:** Trung tâm sinh hoạt cộng đồng với các hoạt động xây dựng: Ngân hàng ý tưởng, Vườn ươm sáng kiến, triển lãm sáng tạo, thư viện sách.

KẾT NỐI NGHIÊN CỨU

1. **R&D Center:** Trung tâm nghiên cứu và phát triển TDT thuộc Tập đoàn Tân Á Đại Thành, giúp đỡ việc nghiên cứu và phát triển cho các ý tưởng của các DN trên đảo.

HỖ TRỢ KHỞI NGHIỆP

1. **Co-working Space:** Miễn phí văn phòng làm việc cho các startups, các tổ chức hoạt động trong lĩnh vực sáng tạo & công nghệ.

NHỮNG LÝ DO ĐỂ TIN VỀ MỘT TP ĐƯỢC THIẾT KẾ THEO CONCEPT ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

GIÁO DỤC & THỂ CHẤT EDU-WELLNESS HUB

- 4 trường học tiêu chuẩn quốc tế nội khu nhập khẩu công nghệ giáo dục quốc tế
- 2 trường học quốc tế của Đại đô thị trong bán kính kết nối 200m
- Innovation Hub - Tổ hợp đổi mới sáng tạo 2500m² với thư viện có sức chứa hàng triệu đầu sách giá trị của Việt Nam và thế giới Gắn liền với chủ đề đổi mới sáng tạo.
- 30.000m² cây xanh cảnh quan
- 78 tiểu công viên nội khu
- Hồ điều hòa Center Park 5000m²
- 2 công viên cây xanh chủ đề với: vườn nướng BBQ, quảng trường, đài phun nước, công viên hoa, đường dạo bộ...
- Trung tâm thể thao và giải trí
- Trung tâm chăm sóc sức khỏe, phòng khám đa khoa

NHỮNG LÝ DO ĐỂ TIN VỀ MỘT TP ĐƯỢC THIẾT KẾ THEO CONCEPT ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

XÂY DỰNG CỘNG ĐỒNG INNOVATION CLUB

Trong chiến lược đồng hành cùng địa phương, đưa Phú Quốc trở thành trung tâm Dịch vụ du lịch và khoa học công nghệ của Đông Nam Á, Innovation Hub 2500m² của Crystal City sẽ là nơi quy tụ các Ngân hàng ý tưởng, Vườn ươm sáng kiến, Triển lãm sáng tạo của cư dân trong và ngoài khu vực.

Cùng việc kết nối với dự án Biển Ngọc - Đại tiện ích vui chơi giải trí rộng 10ha dành riêng cho Đại đô thị tại mặt biển Bãi Trường, Crystal City cũng sẽ góp phần biến Đại lộ trung tâm An Thới thành trục lễ hội xuyên đảo dài 2km, trở thành nơi tài trợ - điểm hẹn tổ chức sự kiện văn hóa bốn mùa của địa phương và khu vực.

NHỮNG LÝ DO ĐỂ TIN VỀ MỘT TP ĐƯỢC THIẾT KẾ THEO CONCEPT ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

KẾT NỐI NGHIÊN CỨU R&D CENTER

Ươm mầm không chỉ dừng lại ở việc tạo ra môi trường giáo dục hội nhập quốc tế, xây dựng cộng đồng năng động ưu tú, Crystal City còn sở hữu một trung tâm nghiên cứu và phát triển quy mô. R&D Center TDT của tập đoàn Tân Á Đại Thành sẽ hoạt động như một cầu nối hỗ trợ phát triển các ý tưởng của cư dân trên đảo, kết nối với các tổ chức chính phủ và phi chính phủ, đồng hành cùng người dân trên hành trình hiện thực hóa các đề xuất của mình.

NHỮNG LÝ DO ĐỂ TIN VỀ MỘT TP ĐƯỢC THIẾT KẾ THEO CONCEPT ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

HỖ TRỢ KHỞI NGHIỆP CO-WORKING SPACE

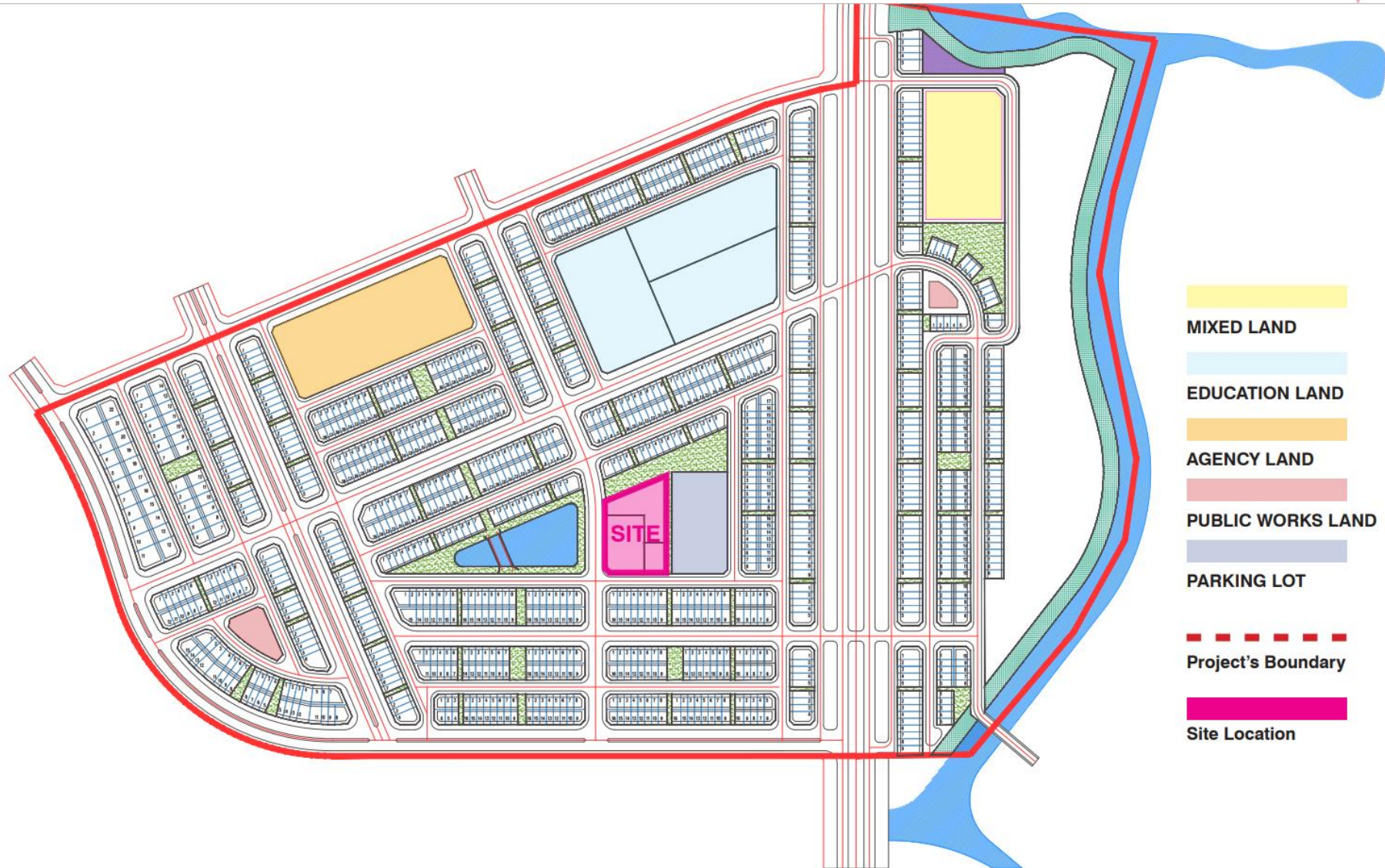
Crystal City sẽ là điểm đến mơ ước của các Startups, các cộng đồng khởi nghiệp khi cung cấp khu vực làm việc Coo-working Space hoàn toàn miễn phí cho các tổ chức hoạt động trong lĩnh vực sáng tạo và công nghệ.

Sở hữu văn phòng làm việc tại thiên đường được mệnh danh là hòn đảo đẹp nhất hành tinh với chi phí thuê địa điểm 0đ cùng hàng loạt hệ sinh thái hỗ trợ từ Crystal City, đây hứa hẹn là nền móng để thu hút các doanh nghiệp trẻ về làm việc trên đảo, từ đó giúp phát triển nhu cầu về văn phòng làm việc, các dịch vụ vệ tinh phục vụ khối văn phòng.

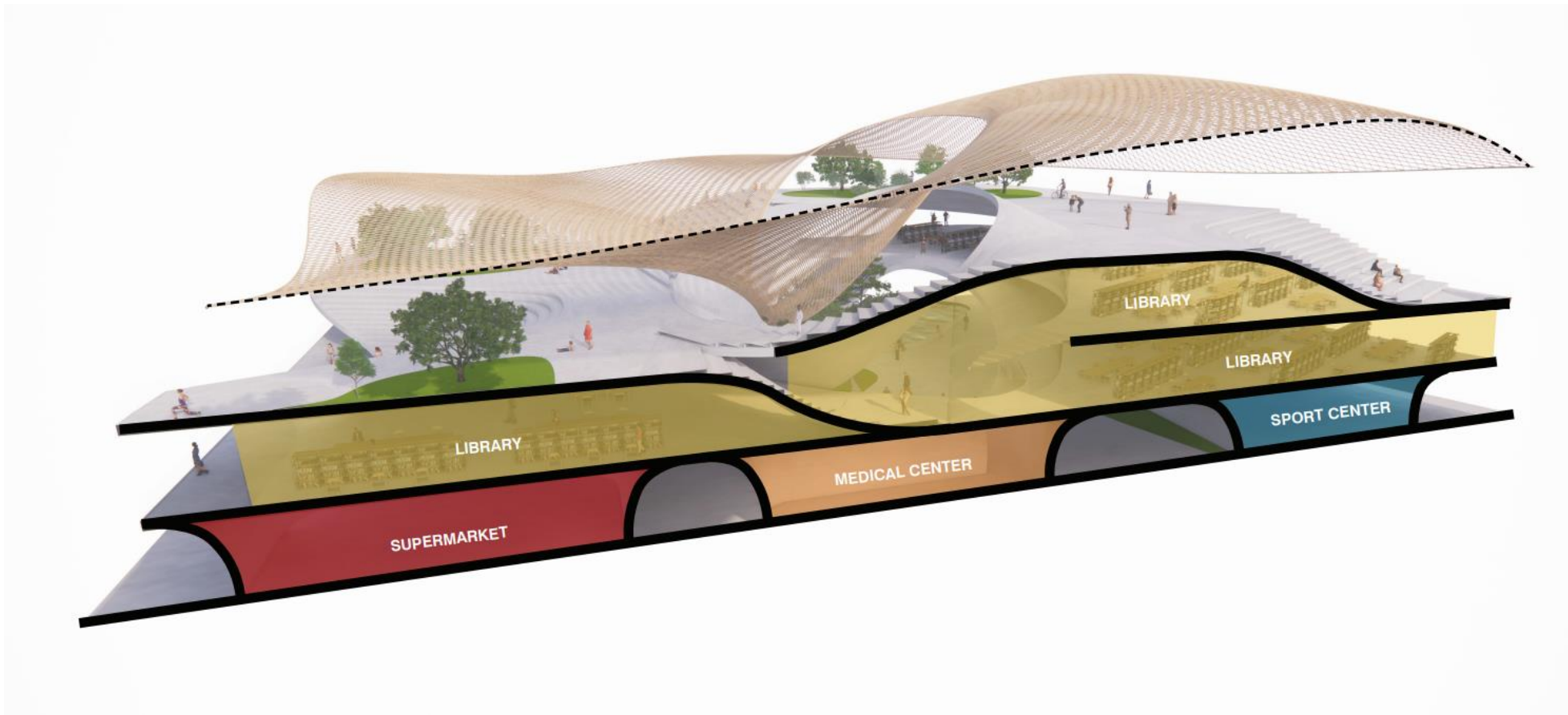
MINH HỌA INNOVATION HUB



MINH HỌA INNOVATION HUB



MINH HỌA INNOVATION HUB



MINH HỌA INNOVATION HUB



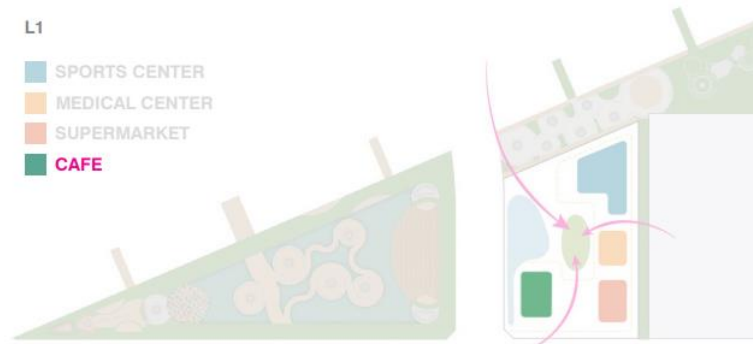
MINH HỌA INNOVATION HUB

LIBRARY/BOOKSTORE REF



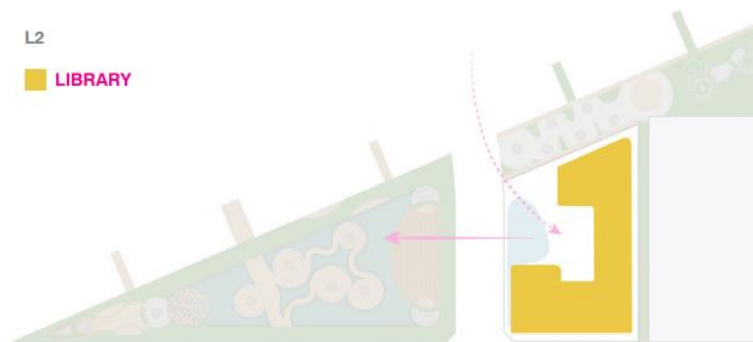
L1

- SPORTS CENTER
- MEDICAL CENTER
- SUPERMARKET
- CAFE



L2

- LIBRARY



L3

- LIBRARY

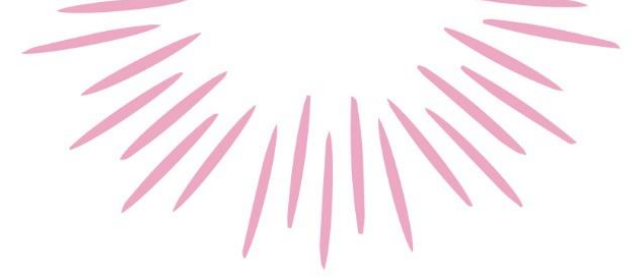




MEYHOMES
CAPITAL
PHU QUOC



5. USPs & SIGNATURE



USPs

Vị trí: Giao điểm 3 đại lộ xuyên đảo

Mô hình: Đô thị đầu tiên trên đảo ngọc

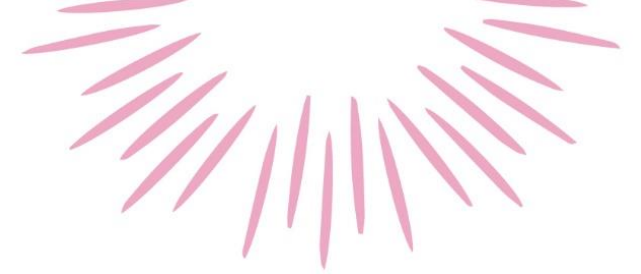
Pháp lý: Dự án duy nhất ở PQ tới thời điểm hiện tại có pháp lý lâu dài

Tiện ích:

- Tổ hợp trường học liên cấp quốc tế đầu tiên trên đảo
- Innovation Hub lớn nhất đảo, diện tích 2500m²
- Hồ điều hòa lớn nhất đảo 5000m²
- Trung tâm thương mại tài chính đầu tiên trên đảo
- 78 tiểu công viên nội khu, nhiều nhất đảo
- 5 Club house chủ đề

Concept:

- Quận đổi mới sáng tạo đầu tiên trên đảo
- Cộng đồng Innovation Club đầu tiên trên đảo
- Trung tâm R&D tiêu chuẩn quốc tế đầu tiên trên đảo
- Khu Co-working đầu tiên trên đảo



SIGNATURE



CRYSTAL – PHA LÊ

PEARL – NGỌC TRAI



MEYHOMES
CAPITAL
PHU QUOC



6. ART DIRECTION

CÁ TÍNH DỰ ÁN



NĂNG ĐỘNG

SÁNG TẠO

HIỆN ĐẠI

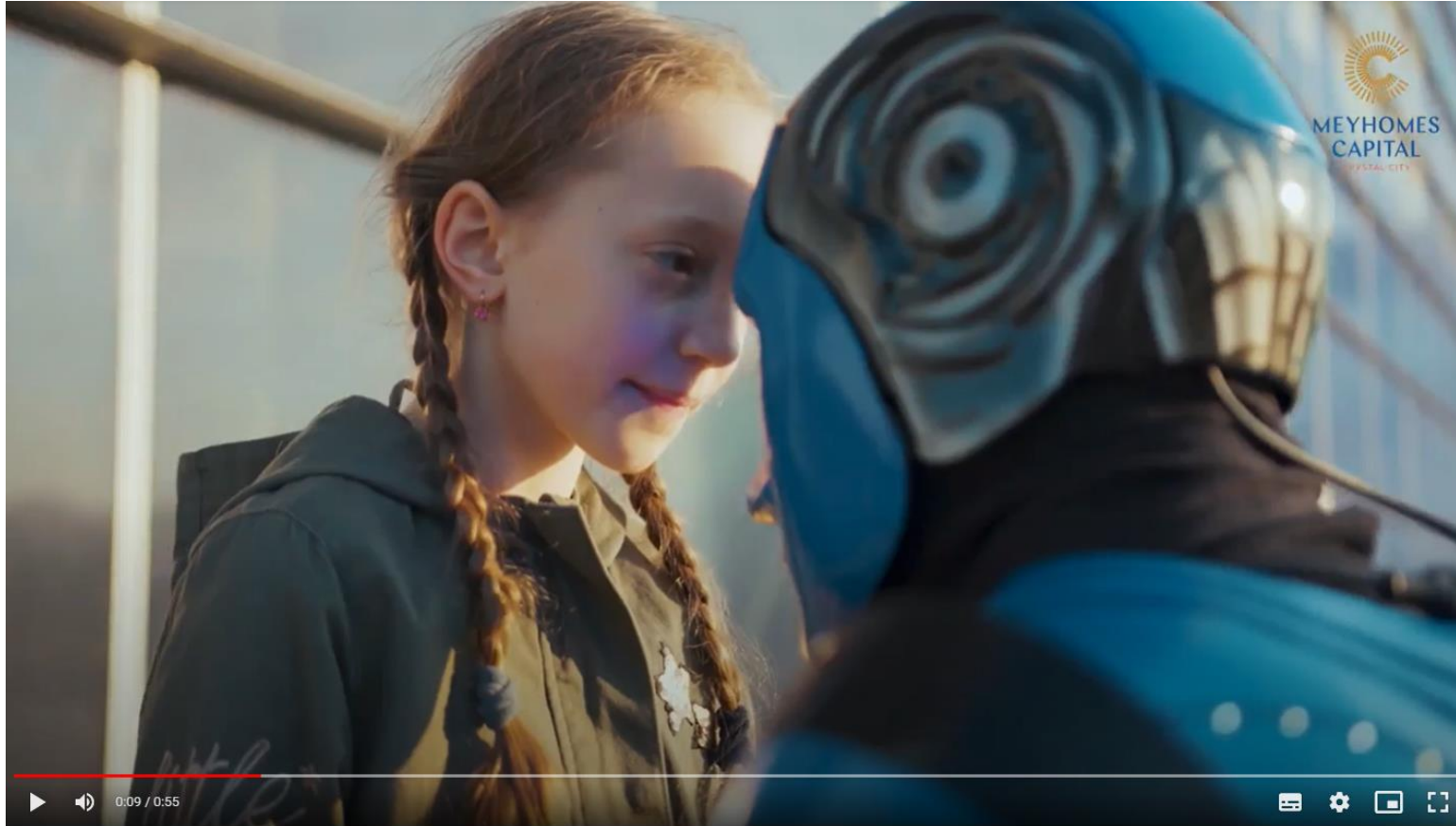
LOGIC

PHI LOGIC

TRENDY

HỌC THUẬT

TONE MÀU VÀ MELODY (ẢNH & PHIM)



Tone màu nhiều năng lượng, sáng, rực rỡ, nhịp độ và tiết tấu nhanh, dứt khoát, thúc đẩy, truyền động lực.



MEYHOMES
CAPITAL
PHU QUOC



7. CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG

GĐ 1 - 10/8 – 10/9
Xây dựng định vị
Quận đổi mới sáng tạo đầu
tiên trên đảo

GĐ2 10/9 – 30/11
Đẩy sóng

GĐ3 1/12 – 28/2
Duy trì

Đối tượng

Mass trên tất cả các kênh

Mass trên tất cả các kênh

Mass trên tất cả các kênh

**Mục tiêu &
truyền thông**

- Giúp khách hàng hiểu rõ DNA về đổi mới sáng tạo tại Crystal City là gì (làm rõ định vị, khai thác định vị)
- Giá trị gia tăng của concept là gì? (Nâng cao giá trị bất động sản thông qua khía cạnh đổi mới sáng tạo, sở hữu BĐS theo concept Đổi mới sáng tạo sẽ có những lợi ích gì?)
- Công bố ra thị trường CĐT đầu tư INNOVATION HUB tại Crystal city, hé lộ những hình ảnh đầu tiên của INNOVATION HUB
- Cập nhật những lợi thế của giai đoạn 1 để thu hút và thuyết phục khách mua giai đoạn 2

- Truyền thông chi tiết cho từng USPs của dự án: vị trí, pháp lý, concept...
- Thu hút các nhà đầu tư cho dòng sản phẩm này vì tính tiềm năng của concept

- Phân tích chính sách bán hàng
- Độ hot của giỏ hàng đã ra mắt
- Testimonials khách đã mua giai đoạn 2

GD 1 - 10/8 – 10/9
Xây dựng định vị
Quận đổi mới sáng tạo đầu
tiên trên đảo

Hoạt động MKT

- 1. Kênh truyền thông 360**
 - PR các đầu báo lớn, đa dạng loại hình bài PR
 - Digital & Online banner
 - Social media
 - Frame tại các tòa nhà
 - VOV
- 2. Phủ nhận diện**
 - Hệ thống biển bảng tại Hanoi – Sài gòn
 - Biển bảng sân bay
 - Biển led bên ngoài các tòa nhà lớn ở Hà Nội
- 3. Hoạt động/sự kiện**
 - CĐT chia sẻ về tầm nhìn – chiến lược – cơ cấu thương hiệu của CĐT và kế hoạch phát triển các dự án khác
 - Ký kết đối tác chiến lược
 - Sự kiện giới thiệu dự án tại SG – HN
 - Sự kiện bàn giao nhà cho khách hàng
- 4. Tài liệu MKT**
 - Phim giới thiệu CĐT, sale kits, website
 - Phim review thị trường PQ và dẫn dắt vào đại đô thị MHC
 - Slide đào tạo sale

GD2 10/9 – 30/11
Đẩy sóng

- 1. Kênh truyền thông 360 tương tự như Giai đoạn 1**
Điều chỉnh đẩy mạnh tần suất – Nội dung – Thông điệp
- 2. Đẩy mạnh truyền thông lan tỏa thông điệp dự án, tập trung các kênh:**
 - PR online
 - Phim giới thiệu phân khu Crystal, câu chuyện thương hiệu Đổi mới sáng tạo
 - Online Banner
 - Digital
 - TVC
- 3. Hoạt động/sự kiện**
 - Đào tạo sales
 - Sự kiện mở bán dự án
- 4. Tài liệu MKT**
 - Phim review thị trường PQ
 - Sales kit

GD3 1/12 – 28/2
Duy trì

- 1. Kênh truyền thông 360 target tới KH mục tiêu kết hợp giữa truyền thông phủ rộng và nhắm đích, bám đuổi đối tượng KH mục tiêu**
 - PR
 - Online Banner
 - FB ads, zalo Ads, youtube Ads
- 2. Hoạt động/sự kiện**
 - Sự kiện kích cầu
 - Sự kiện trải nghiệm dịch vụ cao cấp (Kết hợp với đối tác)
- 3. Tài liệu MKT**
 - Phim giới thiệu dự án
 - Flycam tiến độ dự án
 - Bộ sưu tập kiến trúc & nội thất Villa

Hoạt động Sales

- Tổ chức đào tạo Đại lý**
- Đào tạo Concpet dự án, Sản phẩm, tiện ích mới
 - Chính sách bán hàng nổi bật

Đại lý tổ chức các sự kiện mini event bán hàng
Đào tạo chính sách
Đào tạo USPs dự án

Đại lý tổ chức các sự kiện mini event bán hàng
Đào tạo chính sách
Đào tạo USPs dự án

KẾ HOẠCH NỘI DUNG PR



COD E BÀI	TITLE DEMO	DẠNG BÀI	MỤC ĐÍCH	SỐ BÀI	ON AIR DỰ KIẾN
GIAI ĐOẠN 1 (Từ 10/8/22 đến 10/9)		1. Educate thị trường về DNA của Crystal City 2. Giá trị gia tăng của concept 3. Công bố về Innovation Hub 4. Cập nhật lợi điểm của GD1			
1	Innovation Hub 2500m2 đầu tiên tại Phú Quốc (Meyhomes Capital Crystal City giới thiệu Innovation Hub 2500m2 tại Phú Quốc)	Tin tức	Giới thiệu trực diện về Innovation Hub của Crystal City, hỗ trợ sales có thêm thông tin mới để gặp gỡ trao đổi với khách	1	10/8
2	Meyhomes Capital Crystal City - Quận đổi mới sáng tạo đầu tiên của Phú Quốc có gì hấp dẫn?	Tin tức	Nêu bật các giá trị cộng đồng, miễn phí và kết nối từ chiến lược của CĐT	1	16/8
3	DNA về đổi mới sáng tạo tại Meyhomes Capital Crystal City Phú Quốc	Tin tức	Giới thiệu DNA của Crystal City	1	18/8
4	Meyland - Thành viên của Tân Á Đại Thành và chiến lược xây dựng Quận đổi mới sáng tạo đầu tiên tại đảo ngọc Phú Quốc	Tin tức	Phân tích concept dưới góc độ chiến lược, nâng cao giá trị của BĐS	1	19/8
5	Vai trò và tầm quan trọng của một thành phố sáng tạo nhìn từ chiến lược của Meyhomes Capital Crystal City	Tin tức + chuyên gia	Chỉ ra giá trị gia tăng từ concept Quận đổi mới sáng tạo đầu tiên trên đảo	1	23/8
6	Meyhomes Capital Phú Quốc chào đón những cư dân đầu tiên của Tropi City trong lễ bàn giao nhà	Tin tức/Phóng sự ảnh	Tổ chức mini event bàn giao nhà để cư dân check-in, lấy làm nguyên liệu đăng truyền thông, tạo sóng và niềm tin cho KH mua Crystal	1	25/8
7	6
GIAI ĐOẠN 2 (Từ 10/9/22 đến 31/10)		1. Truyền thông chi tiết về các USPs: Vị trí, Mô hình, Pháp lý, Concept, Tiện ích 2. Thu hút nhà đầu tư vì tiềm năng của concept			
11	Cơ hội hữu hạn để sở hữu BĐS biển pháp lý lâu dài tại giao điểm 3 đại lộ xuyên đảo Phú Quốc	Thị trường	Nhấn mạnh USPs Vị trí và Pháp lý của dự án, đồng thời tạo call to action bằng số lượng hạn chế	1	...
12	Tại sao đổi mới sáng tạo là mô hình được nhiều quốc gia phát triển theo đuổi?	Tin tức	Thu hút nhà đầu tư về lợi ích của concept BĐS Đổi mới sáng tạo	1	...
13	Top 10 thành phố đổi mới sáng tạo trên thế giới có gì đặc biệt?	Tin tức	Thông qua dẫn dắt từ các thành phố sáng tạo trên thế giới, dẫn thông tin về Crystal City	1	...
14	Thành phố đổi mới sáng tạo - mô hình bất động sản có biên độ gia tăng giá trị vượt trội, nhà đầu tư thông minh không thể bỏ qua	Thị trường	Bài định hướng đầu tư	1	...
15	Phong cách sống đáng mơ ước của cư dân tại các thành phố đổi mới sáng tạo hàng đầu thế giới	Lifestyle	Bài về phong cách sống, thu hút nhà đầu tư thông qua lifestyle	1	...
26	9	...
TỔNG SỐ BÀI				26	



MEYHOMES
CAPITAL
PHU QUOC

CẢM ƠN !

