Creative Brief

Logo
Guidelines

1.	About your organization / về tổ chức	
1.1	Organization name *Tên tổ chức*	**L'amour**
1.2	History of organization *Lịch sử/câu chuyện hình thành*	L'amour được hình thành từ năm **1996**, khởi đầu với những trang trại hoa hồng xác pháo đầu tiên tại **làng hoa Vạn Thành, Đà Lạt**. Tận dụng điều kiện thổ nhưỡng và khí hậu đặc trưng của vùng cao nguyên Đà Lạt, L'amour bắt đầu với mong muốn mang đến cho người tiêu dùng Việt Nam những sản phẩm hoa được vun trồng bằng niềm đam mê và tâm huyết. Trong hơn 10 năm phát triển, L'amour tập trung nghiên cứu và phát triển giống hoa mới, cải tiến công nghệ sau thu hoạch, kiểm soát chất lượng nguyên liệu và hỗ trợ đầu ra cho người nông dân. Từ một đơn vị cung ứng sỉ hoa cắt cành chất lượng cao cho thị trường nội địa và một số nước Đông Nam Á, L'amour dần mở rộng sang lĩnh vực bán lẻ và nghệ thuật hoa. Hiện nay, L'amour phát triển hệ sinh thái gồm **flower shop, floral design, wedding & event, flower workshop, flower tour và đào tạo cắm hoa**, với các hoạt động tại Đà Lạt, TP.HCM, Hà Nội và Phnom Penh. Thương hiệu hướng đến việc kết nối con người với hoa thông qua những sản phẩm và trải nghiệm giàu cảm xúc.
1.3	Field of service / Product provided *Lĩnh vực/Sản phẩm*	Hoa tươi và nghệ thuật hoa (Floral Art & Floral Design) Bán lẻ hoa cao cấp Wedding & Event Floral Design Trang trí và thiết kế không gian bằng hoa Đào tạo và workshop cắm hoa Flower Tour và trải nghiệm về hoa Cung cấp hoa cắt cành chất lượng cao Các bộ sưu tập hoa theo mùa và dịp lễ Các sản phẩm floral design theo yêu cầu
1.4	Organization mission *Sứ mệnh*	"Đưa hoa Việt đi khắp thế giới" Mang vẻ đẹp của hoa Việt đến với mọi người, kết nối cảm xúc và lan tỏa niềm vui thông qua những sản phẩm, nghệ thuật và trải nghiệm được tạo nên bằng sự đam mê và tận tâm

1.5	Organization vision *Tầm nhìn, mục tiêu*	Trở thành thương hiệu hoa cao cấp có bản sắc Việt tiên phong trong việc kết hợp chất lượng hoa, nghệ thuật floral design và trải nghiệm cảm xúc; góp phần đưa giá trị và vẻ đẹp của hoa Việt đến gần hơn với khách hàng trong nước và quốc tế
1.6	Organization core values *Giá trị cốt lõi*	1. Passion – Đam mê Đam mê với hoa, nghệ thuật và nghề trồng hoa là nền tảng hình thành và phát triển L'amour. 2. Quality – Chất lượng Chú trọng chất lượng hoa từ khâu nuôi trồng, bảo quản, vận chuyển đến sản phẩm hoàn thiện. 3. Creativity – Sáng tạo Không ngừng tìm kiếm những cách thể hiện mới để đưa hoa vượt ra khỏi vai trò của một món quà thông thường. 4. Emotion – Cảm xúc Hoa là phương tiện để thể hiện những cảm xúc khó nói thành lời và kết nối con người. 5. Dedication – Tận tâm Mỗi sản phẩm và trải nghiệm được tạo nên với sự chăm chút, tinh tế và tận tâm dành cho khách hàng
1.7	Domestic competitors *Đối thủ cạnh tranh trong nước*	**Dalat Hasfarm** – mạnh về quy mô sản xuất, chất lượng hoa và hệ thống phân phối rộng. **Liti Florist** – tập trung vào hoa tươi cao cấp, thiết kế hoa và quà tặng. Các florist boutique cao cấp tại TP.HCM và Hà Nội như **The Flower Lab**, **Tao Florist**, **Mộc Lan Flower** và các studio floral design chuyên về wedding/event
1.8	International competitors *Đối thủ cạnh tranh nước ngoài*	**Interflora** – mạng lưới hoa và dịch vụ giao hoa quốc tế. **1-800-Flowers** – hệ sinh thái gifting và flower delivery quy mô lớn. **The Million Roses** – nổi bật với hoa hồng bảo quản cao cấp và định vị quà tặng xa xỉ. **UrbanStems** – tập trung vào thiết kế hoa hiện đại, lifestyle và flower delivery. **The Bouqs Co.** – kết hợp hoa, thiết kế hiện đại và mô hình đặt hoa trực tuyến.

2. About your target audience / về đối tượng mục tiêu

2.1	Gender *Giới tính*	**Nam và nữ**, tập trung chính vào **nữ giới** và nhóm khách hàng có gu thẩm mỹ cao. ● Nữ giới: mua hoa để trang trí nhà cửa, self-care, tạo không gian sống đẹp, tặng bạn bè/người thân. ● Nam giới: có nhu cầu mua hoa để thể hiện tình yêu, sự quan tâm và dành tặng cho những dịp đặc biệt.
2.2	Place to live *Địa điểm sinh sống*	**Các thành phố lớn và khu vực đô thị**, tập trung vào: ● TP. Hồ Chí Minh ● Hà Nội ● Đà Lạt ● Các thành phố có nhóm khách hàng trẻ, thu nhập khá trở lên và quan tâm đến lifestyle, nghệ thuật, thiết kế.
2.3	Age *Độ tuổi*	**25–45 tuổi** **Nhóm chính: 28–40 tuổi** Đây là nhóm khách hàng đã có thu nhập tương đối ổn định, có khả năng chi trả cho các sản phẩm hoa cao cấp và thường xuyên có nhu cầu về quà tặng, sự kiện cá nhân/doanh nghiệp,...
2.4	Income range *Mức thu nhập*	25,000,000 - 45,000,000 VND/thán
2.5	Profession *Trình độ học vấn*	Nhân viên văn phòng Quản lý Chủ doanh nghiệp Người làm trong lĩnh vực sáng tạo Marketing / Communication Fashion / Beauty / Design Hospitality Người làm việc trong ngành dịch vụ cao cấp
2.6	Consumer insight *Những yếu tố, đặc tính ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của đối tượng*	Khách hàng không chỉ tìm kiếm một bó hoa đẹp mà mong muốn một món quà có thể thay mình truyền tải cảm xúc và thể hiện sự quan tâm một cách tinh tế. Họ lựa chọn những sản phẩm hoa có tính thẩm mỹ, chất lượng và mang dấu ấn riêng, để mỗi bông hoa không chỉ đẹp mà còn kể được một câu chuyện và lưu giữ một khoảnh khắc ý nghĩa.
2.7	Why consumers use your services *Lý do khách hàng sử dụng sản phẩm/dịch vụ của bạn*	Muốn gửi gắm cảm xúc thông qua hoa. Muốn thể hiện tình yêu, sự biết ơn hoặc lời chúc theo cách tinh tế. Tìm kiếm những thiết kế hoa có tính thẩm mỹ và nghệ thuật cao. Tin tưởng vào chất lượng và kinh nghiệm của thương hiệu.

		Cần hoa cho những dịp quan trọng như cưới hỏi, sinh nhật, kỷ niệm, chúc mừng hoặc sự kiện. Muốn có một sản phẩm được thiết kế chuyên nghiệp thay vì tự mua và bó hoa thông thường. Muốn trải nghiệm nghệ thuật và văn hóa về hoa thông qua workshop, flower tour và các hoạt động liên quan.

3.	**About your brand / về thương hiệu**	
3.1	Brand personality *Tính cách thương hiệu*	Lãng mạn, Thanh lịch, Nghệ thuật, Ấm áp, Đam mê, Tinh tế
3.2	Exactly text appears in the logo *Nội dung xuất hiện trên logo*	L'amour
3.3	The meaning of brand name *Ý nghĩa tên thương hiệu*	**"L'amour"** là một từ tiếng Pháp, có nghĩa là **"Tình yêu"**
3.4	The content of slogan (If available) *Câu khẩu hiệu (nếu có)*	**A Flower Tells A Story**
3.5	The meaning of slogan *Ý nghĩa câu khẩu hiệu*	"A Flower Tells A Story" – Mỗi bông hoa kể một câu chuyện Hoa không chỉ là một vật phẩm trang trí hay một món quà, mà là phương tiện để con người kể lại những câu chuyện về tình yêu, tình bạn, sự biết ơn, niềm vui, sự chia sẻ và những khoảnh khắc quan trọng trong cuộc sống
3.6	Brand message *Thông điệp từ thương hiệu*	L'amour tin rằng hoa không chỉ là vẻ đẹp, mà còn là ngôn ngữ của cảm xúc. Thông qua mỗi bông hoa và từng thiết kế, L'amour giúp con người nói lên những điều đôi khi khó diễn đạt bằng lời, đồng thời đưa vẻ đẹp và giá trị của hoa Việt đến gần hơn với thế giới
3.7	Brand segment *Phân khúc thương hiệu*	L'amour thuộc phân khúc **hoa tươi cao cấp**
3.8	Brand unique selling point *Điểm khác biệt của thương hiệu*	Điểm khác biệt của L'amour nằm ở việc thương hiệu không chỉ bán hoa mà xây dựng một **hệ sinh thái xoay quanh hoa**: **From Farm → Flower → Art → Experience → Emotion**

4.	About your brand identity design / về bộ nhận diện			
4.1	What kind of logo you want to use? *Hình thức logo*	Logotype *Logo chữ*	Logomark *Logo biểu tượng*	Logotype + logomark *Logo kết hợp*
4.2	Where the place logo will be applied? *Phạm vi/vị trí sử dụng logo*	**Các điểm chạm thương hiệu** ● Biển hiệu cửa hàng hoa ● Website ● Mạng xã hội - Facebook / Instagram / TikTok ● Danh thiếp **Sản phẩm & Bao bì** ● Hộp hoa ● Giấy gói hoa ● Thẻ hoa ● Thiệp cảm ơn ● Nhãn dán ● Túi mua sắm ● Hộp quà **Trải nghiệm trực tiếp** ● Cửa hàng ● Workshop ● Lớp học cắm hoa ● Tour trải nghiệm về hoa ● Dịch vụ hoa cưới & sự kiện		
4.3	The brand color you suggest and meaning *Màu thương hiệu và ý nghĩa*	**Đỏ rượu vang (Deep Burgundy):** Đại diện cho tình yêu, đam mê và những cảm xúc sâu sắc, đồng thời tạo cảm giác sang trọng và cao cấp cho thương hiệu. **Trắng kem/Trắng ngà (Ivory):** Thể hiện sự tinh tế, thanh lịch, nhẹ nhàng và thuần khiết, giúp tổng thể nhận diện trở nên tối giản và sang trọng. **Xanh lá thảo mộc (Botanical Green):** Gợi liên tưởng đến thiên nhiên, sức sống và nguồn gốc của hoa, thể hiện sự gắn kết của L'amour với thế giới tự nhiên và hoa Việt. **Hồng bụi (Dusty Rose):** Thể hiện sự lãng mạn, dịu dàng và nữ tính, góp phần truyền tải tinh thần giàu cảm xúc của thương hiệu		

4.4	The image you suggest and meaning *Hình ảnh thương hiệu*	
4.5	Link for inspiration *Nguồn tham khảo, cảm hứng*	- https://lamour.vn/