

CUỘC THI Ý TƯỞNG KHỞI NGHIỆP SINH VIÊN 2025



Dự án

Uơm E.M



ỨNG DỤNG PODCAST VÀ VIDEO CHO THANH NIÊN KHIẾM THỊ, KHIẾM THÍNH

ĐỘI NHÓM



Lưu Minh Ngọc



Đào Thanh Vân



Nguyễn Hoàng Hải



Lê Phương Linh



Nguyễn Minh Hoàn

GIẢI THÍCH VỀ TÊN GỌI ƯƠM E.M



- **“Ươm”** tượng trưng cho hành trình gieo trồng, nuôi dưỡng những tiềm năng bị ẩn giấu của trẻ khiếm thính và khiếm thị, giúp phát triển sức mạnh nội tại.
- **“E.M”** = Every Mind (mọi tâm hồn, mọi trí tuệ), khẳng định cam kết xóa bỏ rào cản, tạo kết nối giao tiếp đa dạng và giúp trẻ phát triển toàn diện về trí tuệ lẫn cảm xúc.

“Ươm E.M” là lời hứa về một hệ sinh thái nuôi dưỡng niềm tin, giúp mỗi thanh niên khiếm khuyết về nghe – nhìn thêm phong phú đời sống tinh thần.

GIỚI THIỆU VỀ LOGO ƯƠM E.M



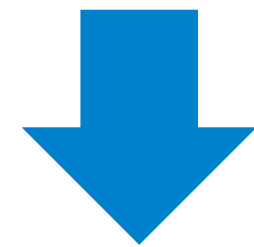
- Trung tâm logo là **hai bàn tay đan xen**: Một tay mang ký hiệu ngôn ngữ ký hiệu (thể hiện giao tiếp của người khiếm thính). Tay còn lại có chấm Braille (hệ thống chữ nổi của người khiếm thị).
- Những **đường sóng âm** lan tỏa từ bàn tay tượng trưng cho thông tin, cảm xúc, cảm hứng và “hành trình” khẳng định giá trị bản thân.
- **Màu xanh dương** được chọn vì gợi niềm tin, hy vọng, sự ổn định và tính thân thuộc của cộng đồng người khuyết tật.

Tổng thể logo là tuyên ngôn về sức mạnh nội tại: sự hòa hợp giữa xúc giác – cử chỉ – niềm tin, mở ra hành trình tự tin vươn lên và khẳng định giá trị của mỗi tâm hồn.

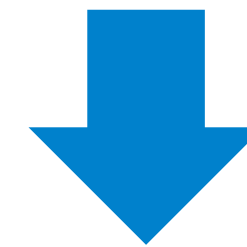
1. NỘI DUNG SẢN PHẨM



ỨNG DỤNG DI ĐỘNG



Podcast dành cho
thanh niên khiếm
thị



Video dành cho
thanh niên khiếm
thính

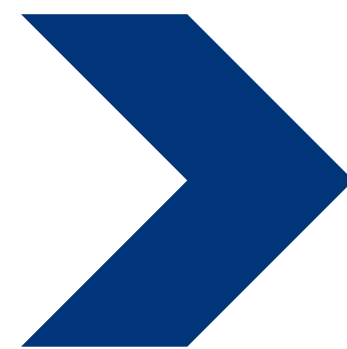
2. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT, PHÁT TRIỂN



Giai đoạn 1

Tháng 1 - 3

Xây dựng nền tảng
ban đầu trên các
trang mạng xã hội
có sẵn



Giai đoạn 2

Từ tháng thứ 4
Ra mắt ứng dụng và
phát triển mô hình

GIAI ĐOẠN 1

**Xây dựng nhận diện thương hiệu
"Ươm E.M"**

Kiểm chứng các chủ đề nội dung

**Xây dựng một cộng đồng người
theo dõi cốt lõi, tương tác cao**

**Tạo sự mong chờ cho việc ra mắt
ứng dụng di động**



GIAI ĐOẠN 2

**Tối đa hóa lượt tải ứng dụng trong
thời gian ra mắt**

**Thúc đẩy người dùng trải nghiệm gói
Free và chuyển đổi sang gói Premium**

**Giữ chân người dùng ở lại với ứng
dụng lâu dài**

**Mở rộng tệp người dùng ra ngoài
cộng đồng sẵn có**

3. QUY TRÌNH SẢN XUẤT SẢN PHẨM



SẢN XUẤT NỘI DUNG VIDEO
CHO THANH NIÊN KHIẾM THÍNH



SẢN XUẤT NỘI DUNG PODCAST
CHO THANH NIÊN KHIẾM THỊ

SẢN XUẤT NỘI DUNG VIDEO

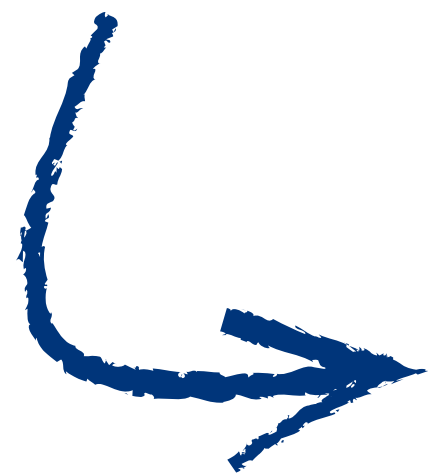


Tiền kỳ

- Nghiên cứu chủ đề
- Viết kịch bản chi tiết
- Chuẩn bị ngôn ngữ ký hiệu
- Thiết kế hình ảnh, phụ đề

Hậu kỳ

- Chỉnh sửa video
- Thêm phụ đề chính xác
- Thêm ngôn ngữ ký hiệu
- Chèn nhạc nền



Sản xuất

- Quay phim
- Thu âm



SẢN XUẤT NỘI DUNG PODCAST

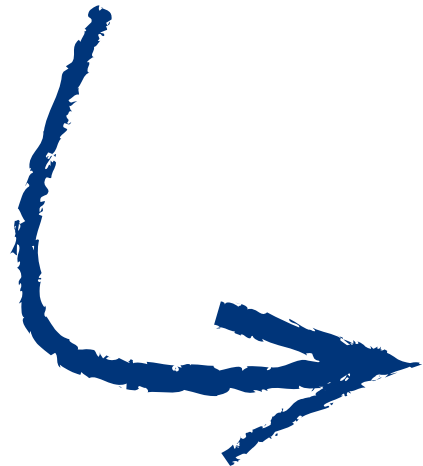


Tiền kỳ

- Nghiên cứu chủ đề
- Viết kịch bản/dàn ý
- Chuẩn bị âm thanh và hiệu ứng âm thanh

Hậu kỳ

- Chỉnh sửa âm thanh
- Mix nhạc và hiệu ứng



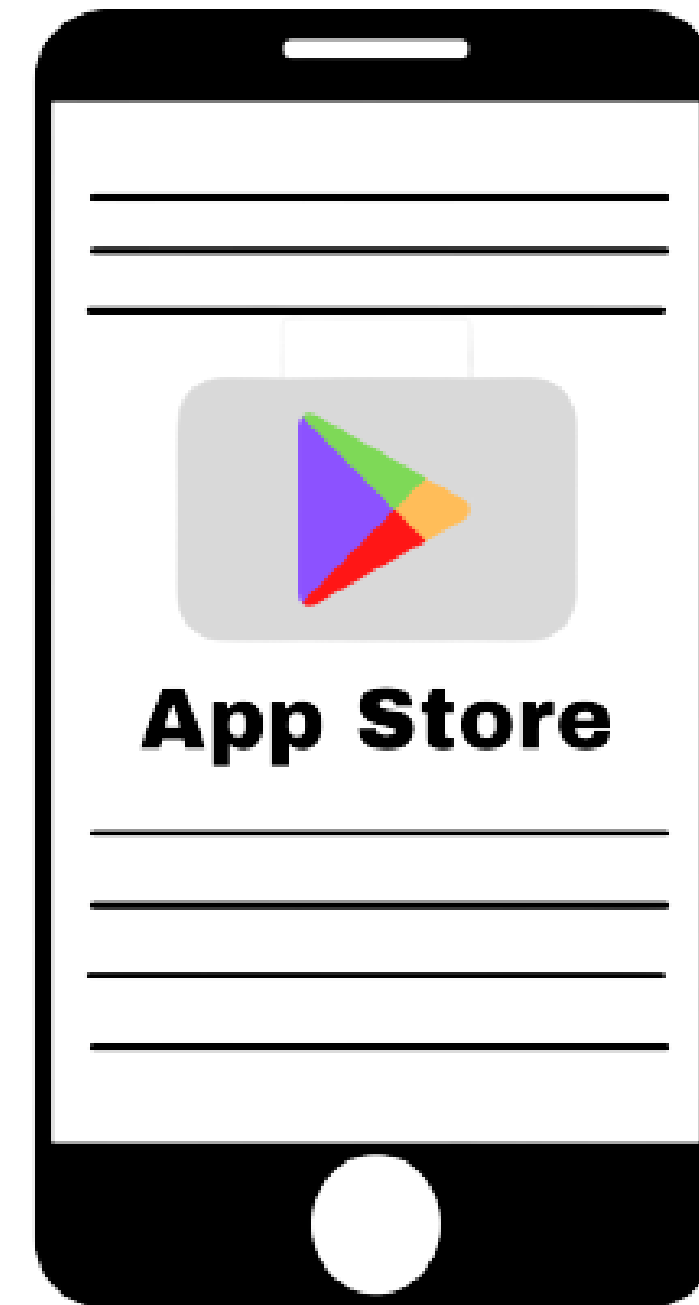
Sản xuất

- Thu âm chất lượng cao
 - Phỏng vấn (nếu có)
- 

4. PHÂN PHỐI SẢN PHẨM



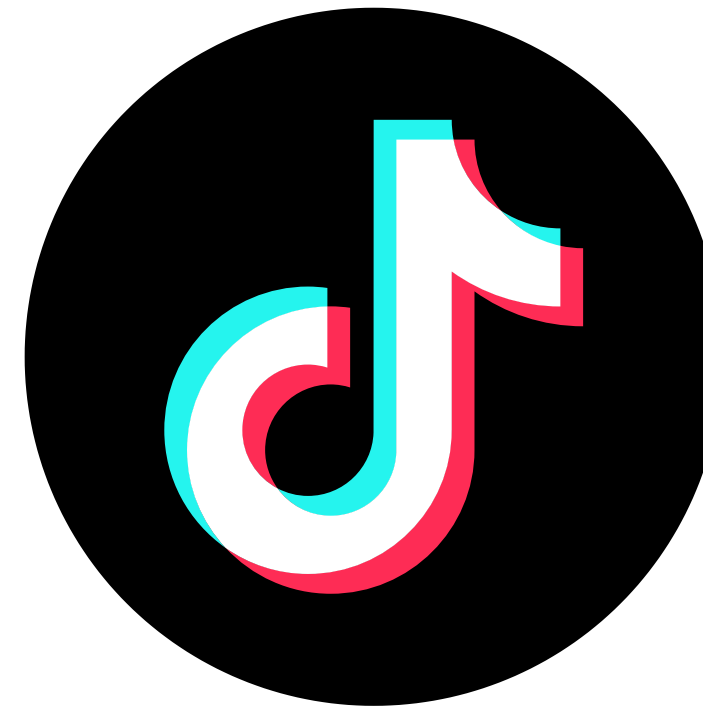
Kênh phân phối chính:
Ứng dụng trên AppStore (IOS)
và Google Play (Android)



4. PHÂN PHỐI SẢN PHẨM



Kênh phân phối khác:
Đăng tải Video và Podcast cho
người khiếm thị, khiếm thính
trên 2 nền tảng MXH



5. KẾ HOẠCH MARKETING



Quảng cáo trực tuyến



Sử dụng FB, Tiktok để thu hút người dùng mới từ MXH về ứng dụng

Tiếp thị nội dung



Tạo sức hút trên mạng xã hội và cung cấp “giá trị thực” trên ứng dụng để giữ chân người dùng

5. KẾ HOẠCH MARKETING



Tiếp thị mạng xã hội

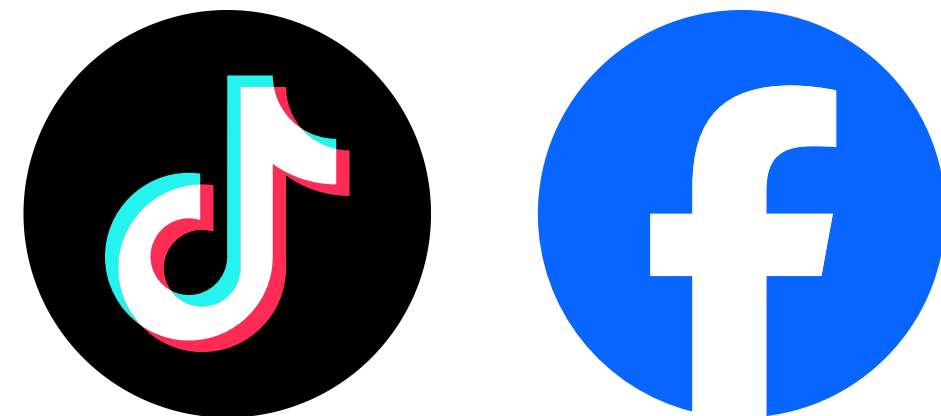
Xây dựng niềm tin cho người dùng mới trước khi họ quyết định tải ứng dụng

Nhóm Facebook



Nơi giải đáp thắc mắc kỹ thuật, hướng dẫn cài App và tạo hiệu ứng đám đông để người mới tin tưởng App

Fanpage/ Kênh Tiktok



Kênh phát ngôn chính thức và thu hút sự chú ý

6. TÁC ĐỘNG XÃ HỘI



Làm phong phú đời sống tinh thần, tạo động lực làm chủ cuộc sống



Tạo cộng đồng số an toàn



Giúp người dùng tự tin kết nối, chia sẻ và phát triển toàn diện



Xóa bỏ mọi rào cản và định kiến

7. TÀI CHÍNH



NGUỒN THU CHÍNH

Nguồn Thu	Mô tả chi tiết	Loại hình
Gói Hội viên Uom E.M	Phí thuê bao hàng tháng để mở khóa tính năng mạng xã hội: Đăng bài, Kết bạn, Nhắn tin và Tải nội dung về máy (Offline).	Thu nhập định kỳ
Quảng cáo trong App	Doanh thu từ việc hiển thị banner/video quảng cáo đối với người dùng bản miễn phí.	Thụ động/Lướt xem
Donate/Ủng hộ (Giai đoạn sau)	Tính năng "Tặng quà ảo" hoặc ủng hộ, gây quỹ trực tiếp cho dự án từ cộng đồng.	Tự nguyện

VỐN ĐẦU TƯ BAN ĐẦU



Loại Chi phí	Hạng mục	Chi phí (Min)	Chi phí (Max)
A	APP & CÔNG NGHỆ		
1	Thiết kế & Lập trình trọn gói (Design + Code + Test)	70.000.000 đ	95.000.000 đ
2	Tài khoản Store (Apple/Google)	3.200.000 đ	3.300.000 đ
B	VẬN HÀNH KHỞI TẠO (T1-T3)		
3	Pháp lý & Marketing mời (Pre-launch)	7.500.000 đ	12.000.000 đ
4	Quỹ lương Phiên dịch (Dự phòng 3 tháng đầu)	9.000.000 đ	18.000.000 đ
5	Công cụ & Chi phí khác	2.000.000 đ	3.000.000 đ
	TỔNG VỐN ĐẦU TƯ CƠ BẢN	91.700.000 đ	131.300.000 đ
	Dự phòng phí rủi ro (10-15%)	18.300.000 đ	18.700.000 đ
	TỔNG VỐN CẦN HUY ĐỘNG (ROUND 1)	~ 110.000.000 đ	~ 150.000.000 đ

DỰ KIẾN DOANH THU VÀ CHI PHÍ



Thời gian	Giai đoạn	Doanh thu (TB)	Chi phí Vận hành (Max)	Dòng tiền (Lãi/Lỗ)	Trạng thái
Vốn đầu tư	Setup	-	-	(150.000.000)	Khi đã huy động đủ
T1 - T3	Khởi tạo	0 đ	(Trừ vào vốn)	0 đ	Đầu tư sản phẩm
T4 - T7	Chịu lỗ	~10.000.000 đ	18.000.000 đ	(8.000.000) đ	Lỗ vận hành (Dùng quỹ dự phòng)
T8	ĐIỂM GÃY	20.300.000 đ	18.000.000 đ	+ 2.300.000 đ	HÒA VỐN VẬN HÀNH (Breakeven)
T9 - T11	Tăng tốc	~35.000.000 đ	18.000.000 đ	+ 17.000.000 đ	Bắt đầu có lãi ròng tích lũy
T12 - T14	Bứt phá (B2B)	~65.000.000 đ	18.000.000 đ	+ 47.000.000 đ	Lãi ròng cao bù đắp vốn đầu tư
T15	VỀ ĐÍCH	85.000.000 đ	18.000.000 đ	+ 67.000.000 đ	CHÍNH THỨC HOÀN VỐN 150TR

THANK YOU!