



Hướng dẫn Sử dụng thương hiệu 2024

NỘI DUNG

A Yếu tố thương hiệu

1. Cốt lõi thương hiệu
2. Định vị thương hiệu
3. Tính cách thương hiệu
4. Tổng hợp về thương hiệu

B Bộ nhận diện thương hiệu

1. Logo
2. Màu sắc
3. Phong chữ
4. Hệ thống biểu tượng
5. Hệ thống hình ảnh
6. Nhân vật đại diện

C Ứng dụng bộ nhận diện thương hiệu

1. Social Template
2. Banner In App
3. Mega/ Campaign
4. Social TikTok
5. POSM
6. Merchandise

Chương A

Yếu tố thương hiệu


1. Cốt lõi thương hiệu
2. Định vị thương hiệu
3. Tính cách thương hiệu
4. Tổng hợp về thương hiệu

1

Cốt lõi thương hiệu



TẦM NHÌN

ỨNG DỤNG 
THANH TOÁN
MỌI NHU CẦU
TỪ MỌI NGUỒN TIỀN

1 Cốt lõi
thương hiệu

MỤC ĐÍCH

LÀM MỚI

NEW



MỌI

TRẢI NGHIỆM

→ VỀ TIỀN



1

Cốt lõi thương hiệu

Nhiệm vụ

Tạo một ứng dụng
để thanh toán

TẤT CẢ

new
friend

túi
đầy tiền

- dịch vụ
- nhu cầu
- mọi người
- mọi lúc
- mọi nơi



2

Định vị thương hiệu



LÀM MỚI MỌI NEW TRẢI NGHIỆM VỀ TIỀN

01

Tích thưởng mọi thanh toán
từ ứng dụng ngân hàng

02

Bắt nhịp tài chính linh hoạt
từ số tiền nhỏ

03

Thanh toán dễ dàng
không liên kết ngân hàng

3

Tính cách
thương hiệu

MONEY MENTOR

nhANH & lỢI

ứng dụng
thanh toán

Mới mẻ không ngừng

Sẵn sàng giúp đỡ



Tối ưu lợi ích & trải nghiệm

4

Tổng hợp về thương hiệu

ỨNG DỤNG NEW 
→ THANH TOÁN
MỌI NHU CẦU TỪ
MỌI NGUỒN TIỀN

new
friend

tận hưởng



Chương B

Bộ nhận diện thương hiệu

1. Logo
2. Màu sắc
3. Phong chữ
4. Hệ thống biểu tượng
5. Hệ thống hình ảnh
6. Nhân vật đại diện

1 **Biểu tượng
logo**

1.1 **Logo chính thức**

Logo chính thức của Zalopay được hiển thị ở ba (03) phiên bản.

Tùy vào từng trường hợp cụ thể mà sử dụng phù hợp. Ưu tiên sử dụng logo phiên bản ngang.

Vui lòng tuân thủ theo những chỉ dẫn sau để đảm bảo không làm biến đổi hình dáng và phong cách logo.

Logo dọc



Logo trên ứng dụng



Logo ngang

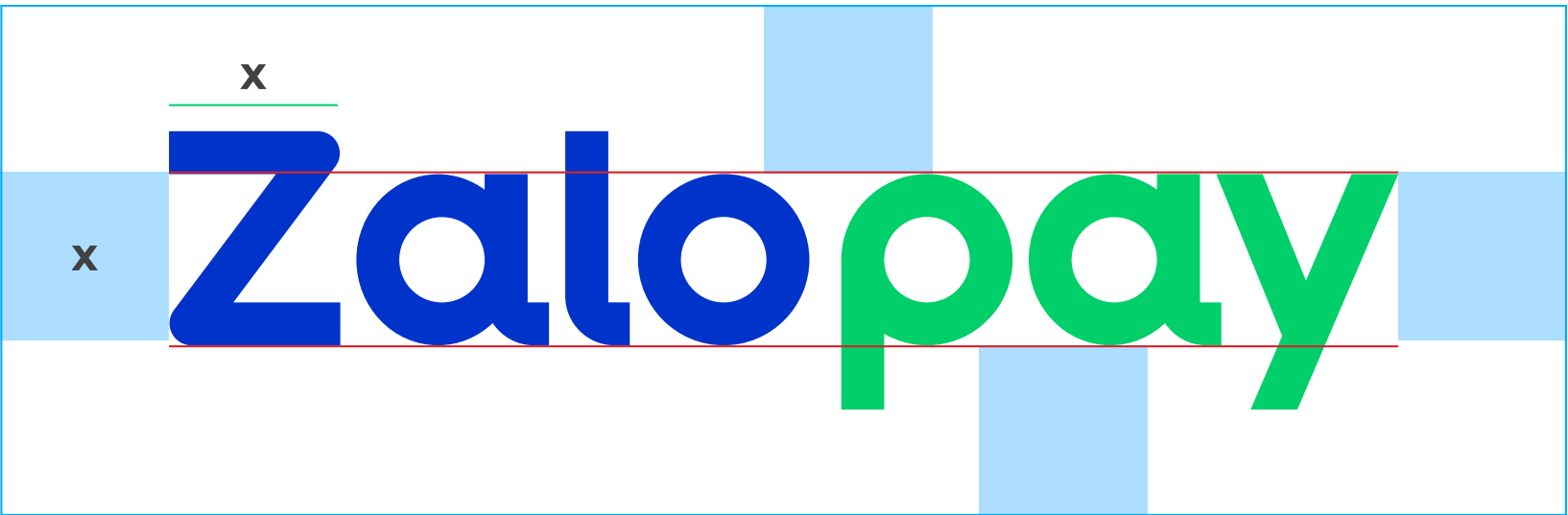
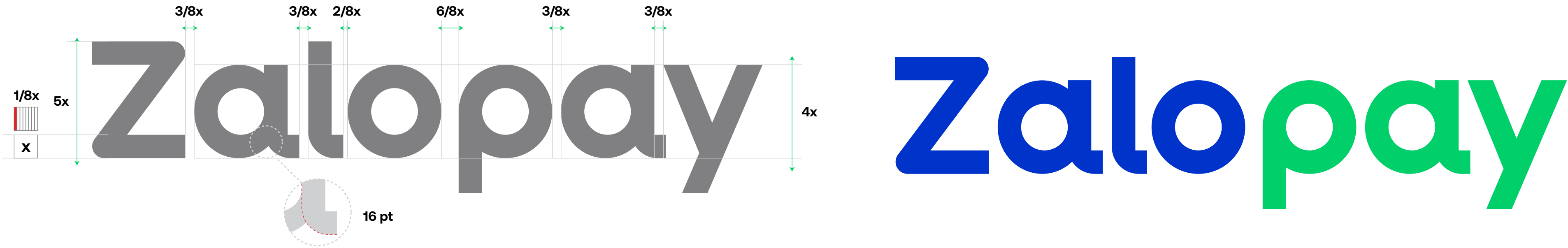


1 **Biểu tượng
logo**

1.2 **Logo chính thức phiên bản ngang**

Khi sử dụng logo vui lòng tuân theo những chỉ dẫn sau để đảm bảo không làm biến đổi hình dáng và phong cách logo.

Ưu tiên sử dụng logo phiên bản ngang cho đa số các ứng dụng và hình ảnh của Zalopay.

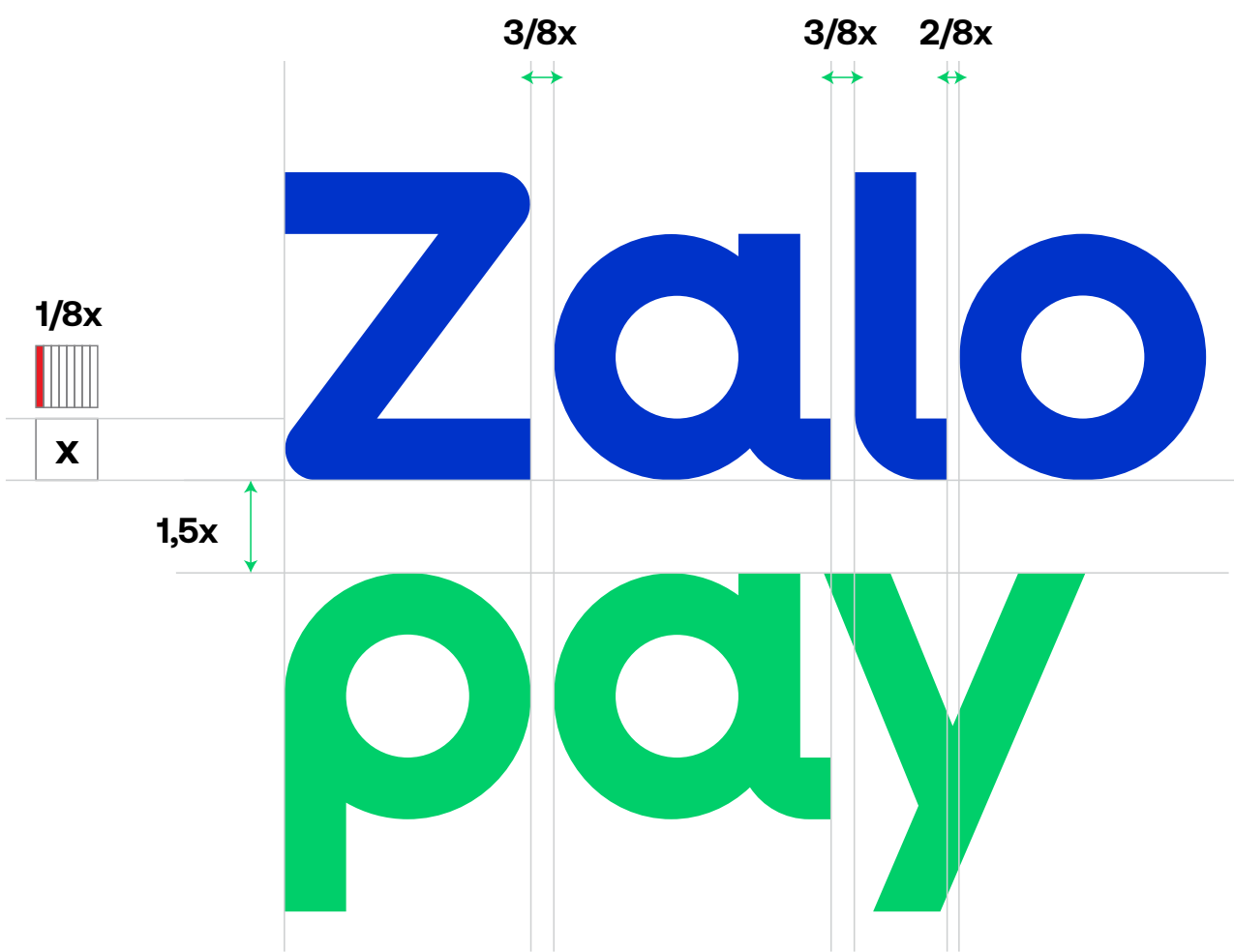


Vùng an toàn

1 **Biểu tượng
logo**

1.3 **Logo chính thức phiên bản dọc**

Sử dụng trong một số trường hợp nhất định khi không sử dụng được phiên bản ngang.



Vùng an toàn

1

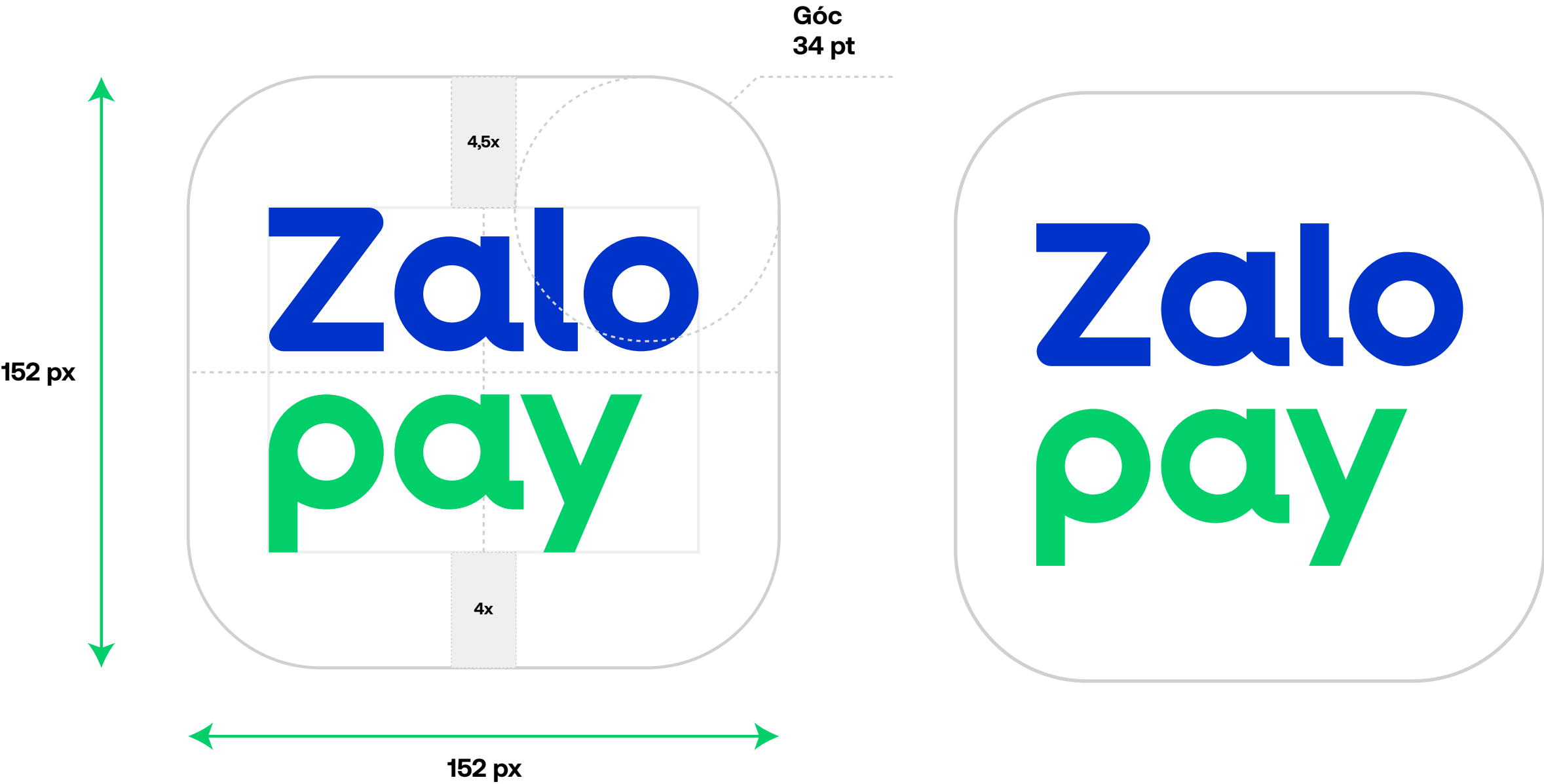
Biểu tượng
logo

1.4
Logo chính thức phiên bản trên ứng dụng

Logo được sử dụng hiển thị trên các ứng dụng kĩ thuật số.

Với nền trắng sẽ có một phần đường viền nhẹ để hiển thị rõ hơn.

Với nền màu sẽ không hiển thị đường viền.



Vùng an toàn



1 **Biểu tượng
logo**

1.5 **Logo chính thức trên các nền màu**

Sử dụng logo Zalopay chuẩn màu trên nền trắng. Logo Âm Bản được sử dụng trong các trường hợp bị giới hạn hoặc phụ thuộc vào màu nền.

Sử dụng logo Zalopay màu trắng trên nền đen hoặc các màu nền trơn.

Không sử dụng logo màu xanh dương hoặc xanh lá trên các nền màu khác ngoài hai trường hợp bên dưới.



1

Biểu tượng logo

1.6
Sử dụng sai

Ví dụ sử dụng logo sai cách, KHÔNG ĐƯỢC áp dụng.

1. Làm biến dạng logo



2. Thay đổi màu sắc tùy hứng



3. Tạo viền logo



4. Tự ý thay đổi cấu trúc logo



5. Sử dụng logo màu trên nền sai quy cách



6. Tạo bóng cho logo



7. Thay đổi kiểu chữ của logo



8. Làm mờ logo



2

Màu sắc
thương hiệu

2.1

Màu sắc chính

Xanh dương và Xanh lá là hai màu chính của Zalopay, thông số màu trên nền tảng kỹ thuật số như bên dưới.

HEX

CMYK

RGB

#00CF6A

71 - 00 - 81 - 00

00 - 207 - 106

Print

Pantone 2420 C

HEX

CMYK

RGB

#0033C9

92 - 82 - 00 - 00

0 - 51 - 201

Print

Pantone 2728 C

2

Màu sắc
thương hiệu

2.2

Màu sắc phụ

Hệ thống 5 màu phụ, hỗ trợ cho bảng màu chính gồm: Vàng, Cam, Tím, Xanh Dương Sáng và Xanh Lá Neon.

Các thông số kỹ thuật như bên dưới.

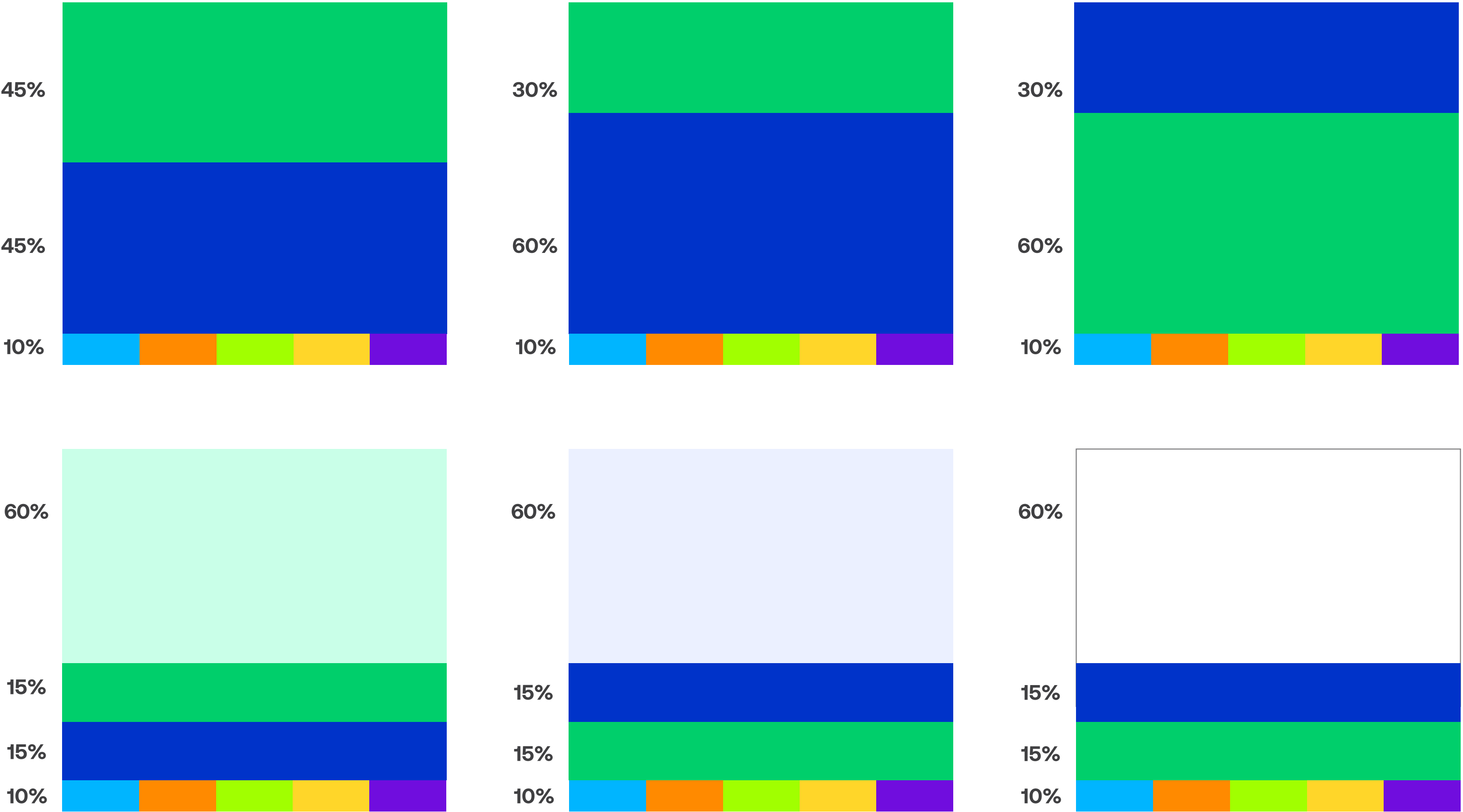
<div>HEX CMYK RGB</div> <div>#00B4FF 65 - 14 - 00 - 00 00 - 180 - 255</div>	<div>HEX CMYK RGB</div> <div>#A1FF00 38 - 00 - 100 - 00 161 - 255 - 00</div>	<div>HEX CMYK RGB</div> <div>#6F0CDF 72 - 83 - 00 - 00 111 - 12 - 223</div>
Pantone 299 c	Pantone 375 c	Pantone 266 c
<div>HEX CMYK RGB</div> <div>#FFD729 1 - 13 - 93 - 00 255 - 215 - 41</div>	<div>HEX CMYK RGB</div> <div>#FF8A00 00 - 56 - 100 - 00 255 - 138 - 00</div>	
Pantone 115 c	Pantone 1375 c	

2

Màu sắc thương hiệu

2.3 Tỉ lệ màu sắc - tổng quan

Các thiết kế cần tập trung làm nổi bật 2 màu sắc chính của thương hiệu theo tỉ lệ 50 - 50 hoặc 70 - 30.



2 Màu sắc
thương hiệu

2.3
Tỉ lệ màu sắc - kết hợp cùng đối tác

Đối với các thiết kế hợp tác đăng trên kênh truyền thông của Zalopay, tỷ lệ màu sắc giữa Zalopay và đối tác là 70% - 30%. Một số ít trường hợp đặc biệt có thể tăng lên 50% - 50%.

Đối với các thiết kế hợp tác đăng trên các kênh truyền thông của đối tác, tỷ lệ màu sắc theo quy định của đối tác nhưng màu sắc của Zalopay không thấp hơn 30% tổng tỷ lệ phân bổ màu.



Áp dụng cho kênh Zalopay



màu của đối tác



Chỉ áp dụng cho kênh của đối tác.

2

Màu sắc thương hiệu

2.3

Tỉ lệ màu sắc - kết hợp cùng đối tác

Một số trường hợp kết hợp màu với đối tác.



Trường hợp 1

Phối màu đại diện của 2 thương hiệu ở 2 góc logo + màu của đối tác xuất hiện trên hình ảnh chính + màu voucher. Đảm bảo màu của đối tác chiếm 30%.



Trường hợp 2

Màu của đối tác xuất hiện trên hình ảnh chính + màu voucher. Đảm bảo màu của đối tác chiếm 30%.

3 **Phông chữ
thương hiệu**

3.1 **Phông chữ**

Aa Aa

AEONIK PRO

Phông chữ Aeonik áp dụng cho tất cả các Tiêu Đề Chính và nội dung văn bản. Tiêu đề chỉ viết hoa chữ cái đầu còn lại sẽ viết thường, một số trường hợp đặc biệt có thể viết hoa để nhấn một số nội dung quan trọng. Không sử dụng hiệu ứng chữ.

Mở giới hạn
Mới trải nghiệm

Light & Light Italic

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%^&*

Regular & Regular Italic

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%^&*

Medium & Medium Italic

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%^&*

Bold & Bold Italic

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%^&*

Black & Black Italic

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%^&*

3

Phông chữ
thương hiệu

3.2
Tỉ lệ Phông chữ

Sử dụng một cách linh hoạt trong việc thay đổi kích thước font trong khuôn khổ đã quy định, với kích thước nhỏ nhất là 6pt. Phần tiêu đề sẽ được sử dụng từ 60pt trở lên, phần nội dung sẽ là 12 - 30pt, và chú thích từ 6 - 10pt để đạt được độ hiển thị tối ưu nhất.

Với một số ấn phẩm kích thước nhỏ tỉ lệ chữ sẽ được thay đổi cho phù hợp với hiển thị.

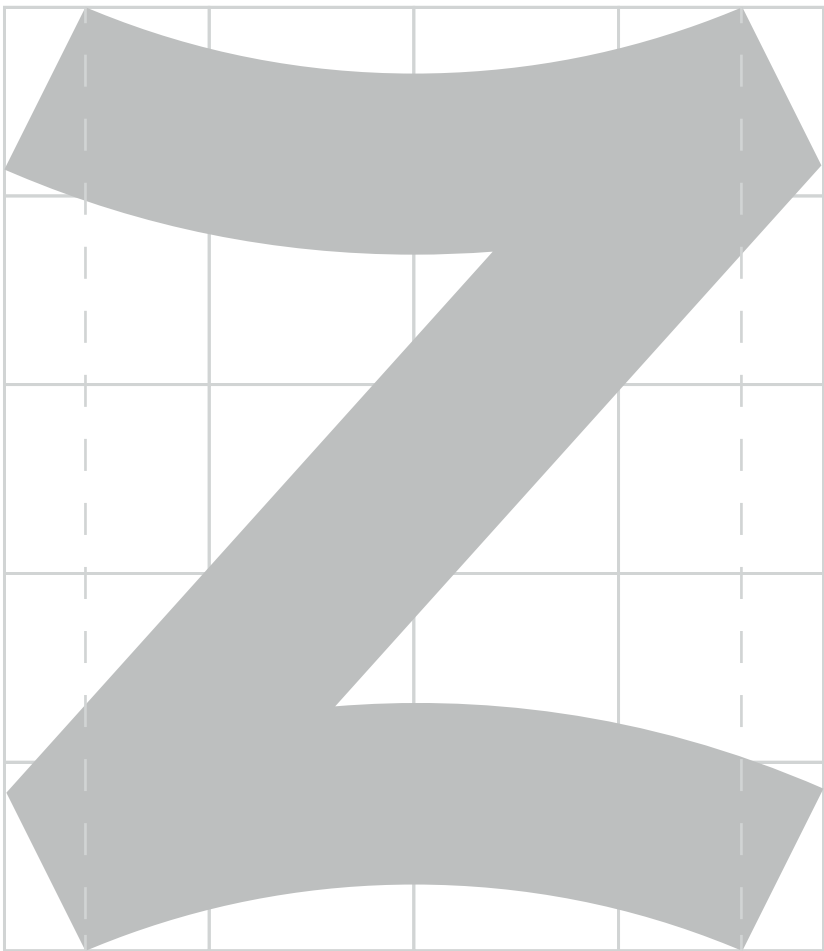
100 pt	MỞ GIỚI HẠN MỚI TRẢI NGHIỆM
80 pt	MỞ GIỚI HẠN MỚI TRẢI NGHIỆM
60 pt	MỞ GIỚI HẠN MỚI TRẢI NGHIỆM
50 pt	MỞ GIỚI HẠN MỚI TRẢI NGHIỆM
40 pt	MỞ GIỚI HẠN MỚI TRẢI NGHIỆM
30 pt	MỞ GIỚI HẠN MỚI TRẢI NGHIỆM
20 pt	MỞ GIỚI HẠN MỚI TRẢI NGHIỆM
16 pt	MỞ GIỚI HẠN MỚI TRẢI NGHIỆM
14 pt	MỞ GIỚI HẠN MỚI TRẢI NGHIỆM
10 pt	MỞ GIỚI HẠN MỚI TRẢI NGHIỆM
8 pt	MỞ GIỚI HẠN MỚI TRẢI NGHIỆM
6 pt	MỞ GIỚI HẠN MỚI TRẢI NGHIỆM

4 Hệ thống
biểu tượng

4.1.1
Biểu tượng Z

Biểu tượng “Z” được lấy cảm hứng từ chữ cái đầu tiên trong logo Zalopay, với cách điệu nét cong như nụ cười hài lòng của người dùng.

Biểu tượng được hiển thị đầy đủ hoặc cắt góc theo quy định bên dưới.



Biểu tượng Z



Cách hiển thị

Được cắt góc hoặc hiển thị đầy đủ

4 Hệ thống
biểu tượng

4.1.2
Biểu tượng Z - vị trí

Biểu tượng được xuất hiện trọn vẹn có thể linh động về vị trí đặt để.

Tuy nhiên, với biểu tượng được cắt một phần chỉ được sắp xếp theo cạnh trái hoặc phải của ấn phẩm và cần đảm bảo theo tỉ lệ và cách hiển thị đã quy định ở trên.



Cắt một phần bên trái



Ấn phẩm ngang



Cắt một phần bên phải



Trọn vẹn



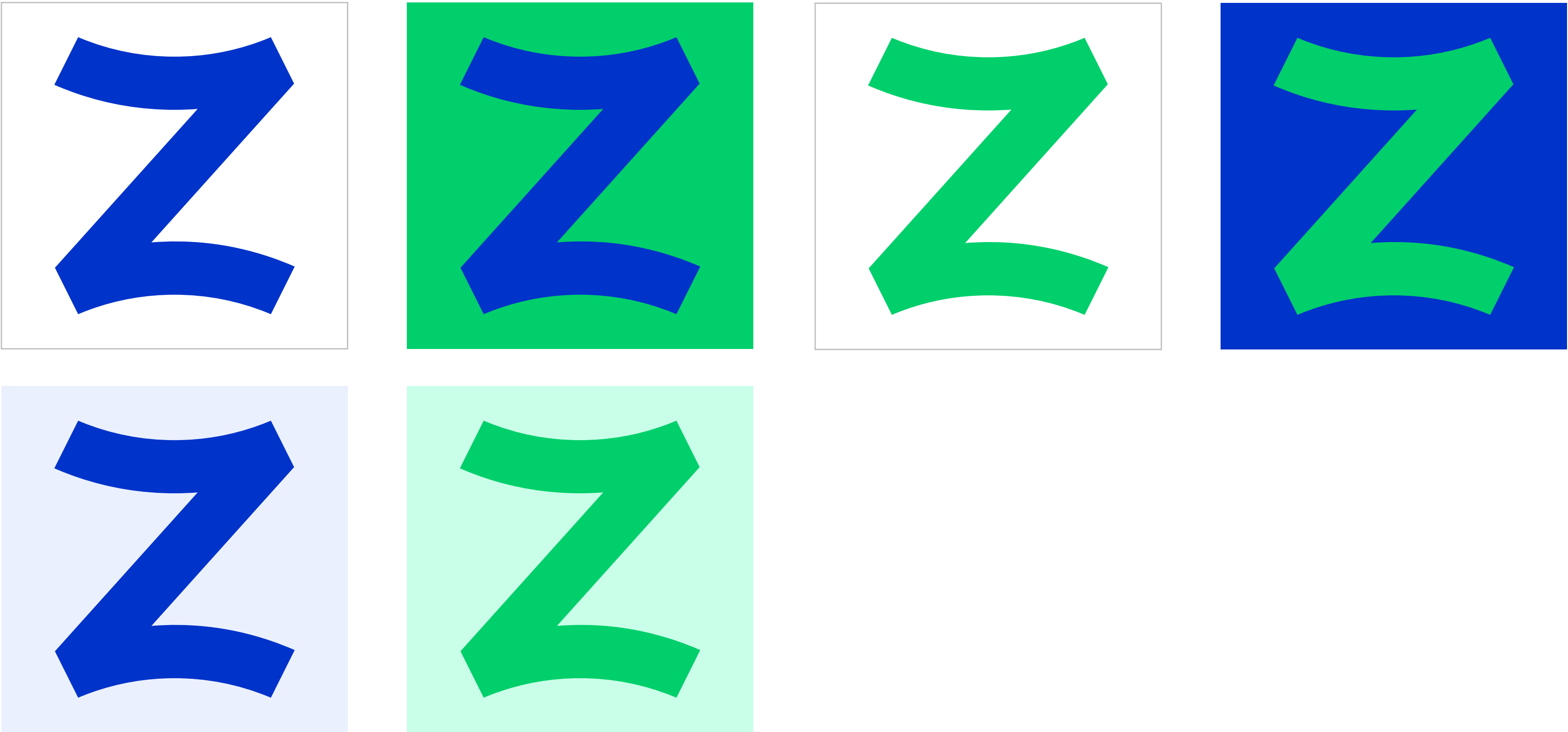
Ấn phẩm dọc

4 **Hệ thống
biểu tượng**

4.1.3 **Biểu tượng Z - màu chính**

Biểu tượng sử dụng màu chính khi nằm trên nền trắng hoặc 2 màu sắc chính của Zalopay.

Cách ứng dụng sẽ tùy thuộc vào nội dung hiển thị để tạo độ tương phản tốt và dễ đọc nội dung.



4

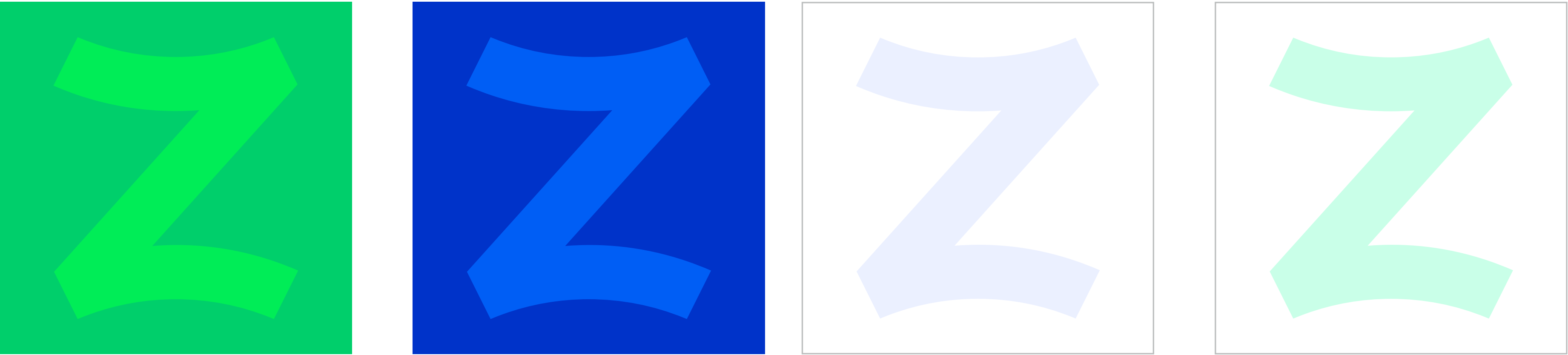
Hệ thống
biểu tượng

4.1.3

Biểu tượng Z - màu tương đồng

Biểu tượng sử dụng màu tương đồng trên các nền màu chính và màu phụ.

Cách ứng dụng sẽ tùy thuộc vào nội dung hiển thị để tạo độ tương phản tốt và dễ đọc nội dung.



4

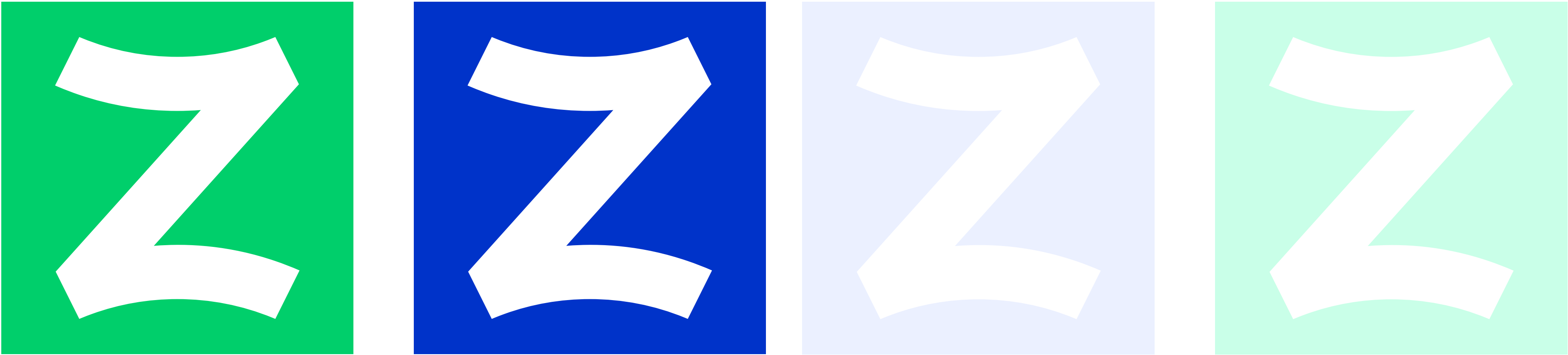
Hệ thống
biểu tượng

4.1.4

Biểu tượng Z - màu trắng

Biểu tượng sử dụng màu trắng trên các nền màu chính, màu phụ hoặc nền của đối tác.

Cách ứng dụng sẽ tùy thuộc vào nội dung hiển thị để tạo độ tương phản tốt và dễ đọc nội dung.



4 **Hệ thống
biểu tượng**

4.1.4 **Biểu tượng Z - kết hợp cùng hình ảnh**

Hình ảnh khi kết hợp cùng biểu tượng Z chỉ được áp dụng theo 3 trường hợp bên dưới.
Cách ứng dụng sẽ tùy thuộc vào nội dung hiển thị để tạo độ tương phản tốt và dễ đọc nội dung.



Trường hợp 1

Hình ảnh nằm dưới phần vùng an toàn của biểu tượng Z, không cắt ngang hoàn toàn visual, tỉ lệ hình ảnh che biểu tượng Z 30 - 60% tổng thể.



Trường hợp 2

Hình ảnh có thể nằm trên visual, tỉ lệ hình ảnh che biểu tượng Z 30 - 60% tổng thể.



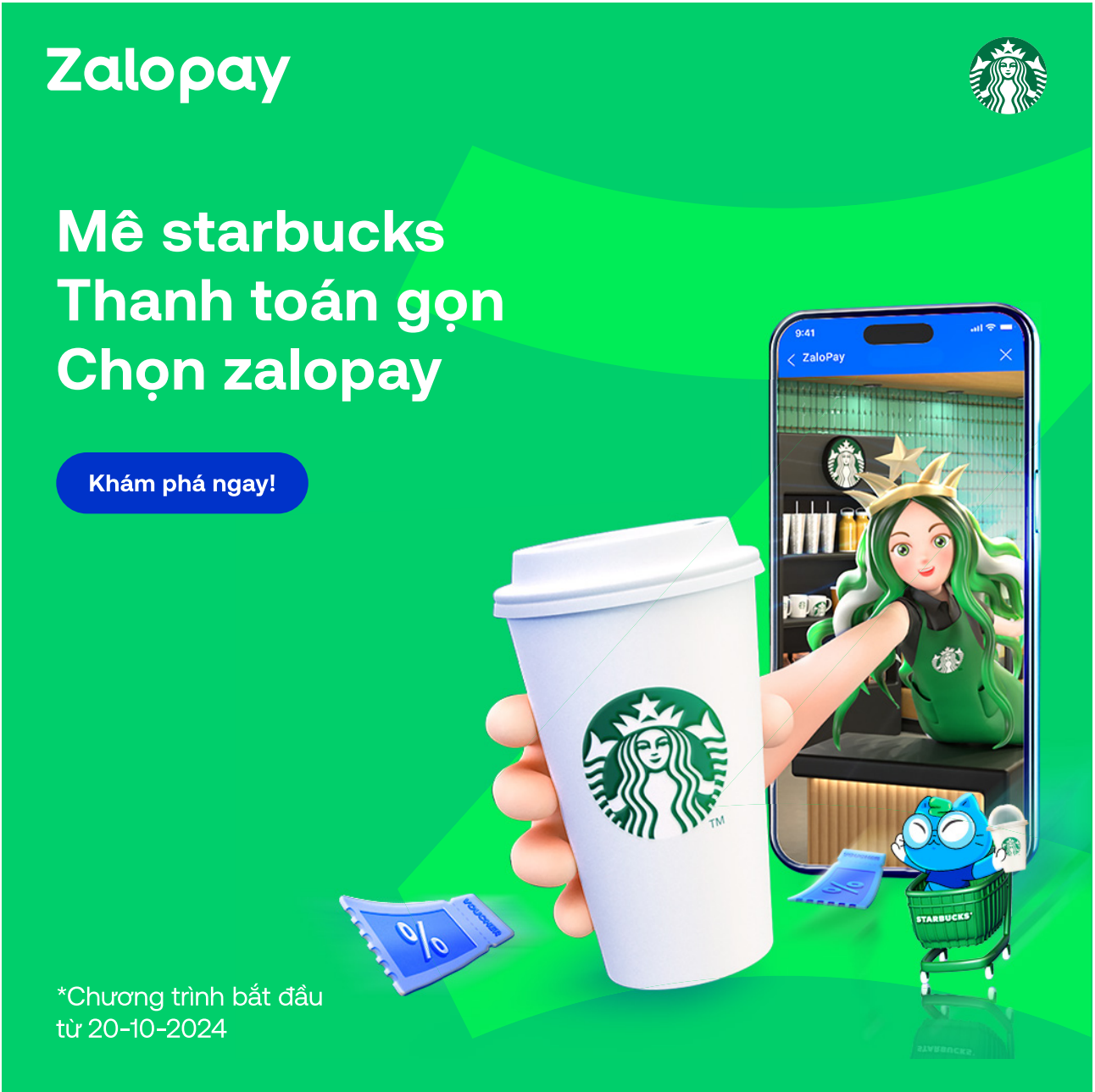
Trường hợp 3

Hình ảnh có thể nằm bên trong visual, tỉ lệ hình ảnh che biểu tượng Z 30 - 60% tổng thể.

4

Hệ thống biểu tượng

4.1.5 Biểu tượng Z - kết hợp cùng nền



Visual Z + nền màu solid



Visual Z + nền hiệu ứng



Visual Z là 1 thành tố kết hợp cùng visual chính

4 **Hệ thống
biểu tượng**

4.2 **Biểu tượng sáng tạo**

Hệ thống biểu tượng sáng tạo được sử dụng cho các hình ảnh, ấn phẩm truyền thông theo quy định để tăng độ nhận diện và tạo điểm nhấn cho các thông điệp cần truyền tải:

- Từ 1 - 3 biểu tượng cho một hình ảnh
- Được thay đổi nội dung của biểu tượng



4

Hệ thống
biểu tượng

4.3

Biểu tượng nút bấm

Hệ thống biểu tượng nút bấm cơ bản cần được sử dụng theo mẫu. Luôn sử dụng các màu thương hiệu để làm biểu tượng nút bấm CTA.

Một số nút bấm đặc biệt theo mùa lễ hội khi ứng dụng vào thiết kế cần đảm bảo thông tin rõ ràng.

Xem ngay

nền xanh lá

Xem ngay

nền trắng có viền xanh nhẹ
hoặc không viền

Xem ngay

nền xanh dương

5

Hệ thống hình ảnh

5.1

Bộ hình ảnh chụp

Sử dụng Bộ Hình Ảnh Chụp để thiết kế các hình ảnh truyền thông, đáp ứng được những yếu tố sau:

- Hình ảnh nhân vật sẽ được lấy 2/3 là chủ yếu để tập trung vào phần biểu cảm gương mặt
- Ưu tiên các nhân vật có cảm xúc tích cực, vui vẻ, sẵn sàng cho trải nghiệm mới
- Trang phục sử dụng màu thương hiệu hoặc trung tính, hợp thời
- Tạo dáng & hành động có mục đích và truyền đạt được nội dung cụ thể



6

Nhân vật đại diện

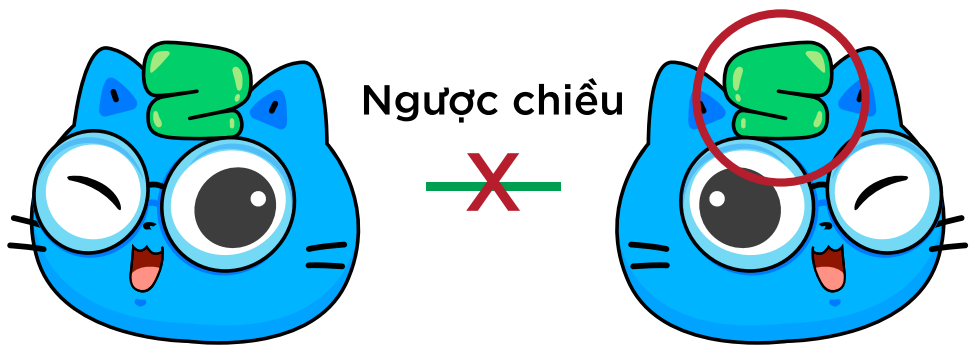
6.1
Toro

Quy tắc và tỉ lệ

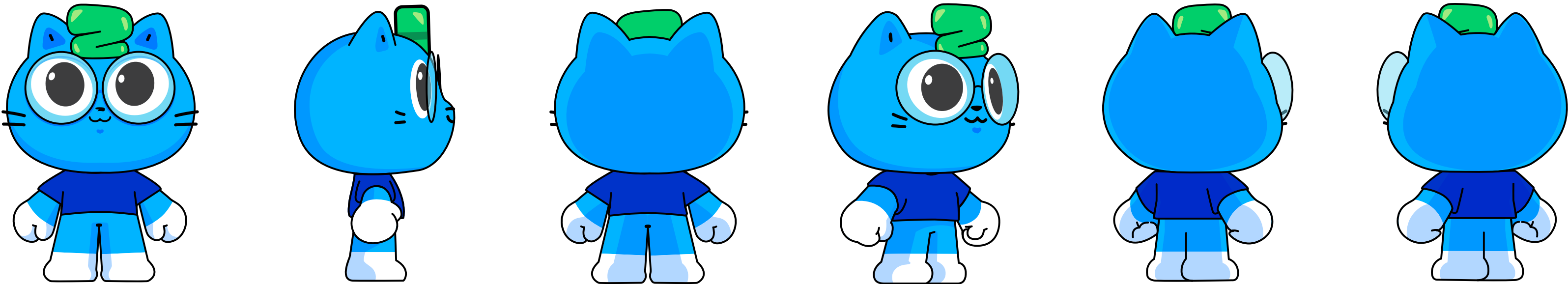
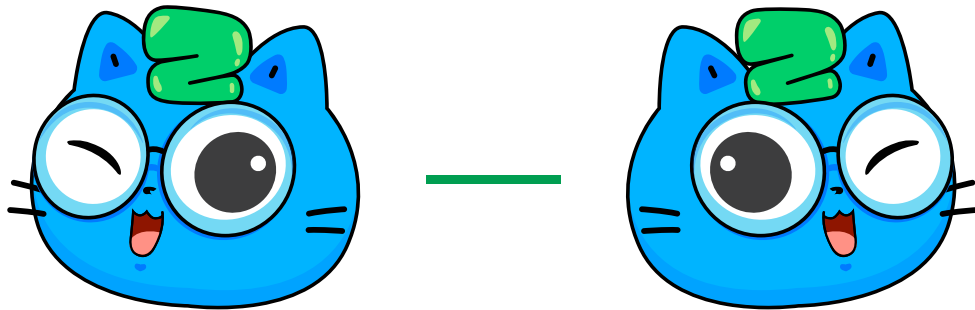
- Đầu ½ Thân, tứ chi
- Tay chân bo tròn
- Mắt tròn, tròng mắt oval
- Không chân mày
- Không lật chữ Z
- Bo viền đen



x không nên:



✓ nên:



6

Nhân vật
đại diện

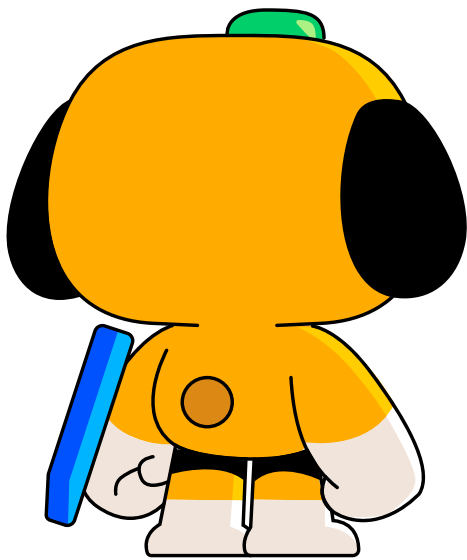
6.2
Tofi

Quy tắc và tỉ lệ

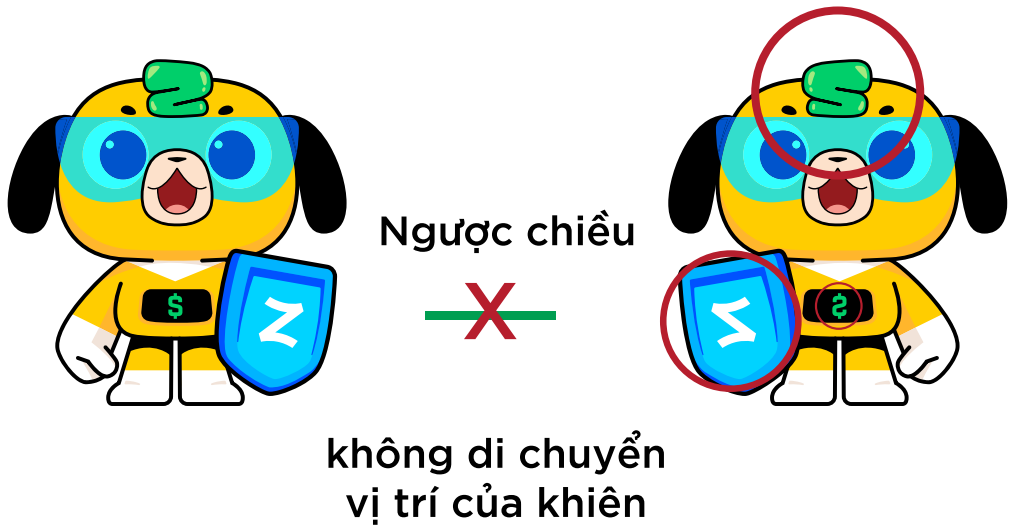
- Tofi 115% Toro
- Tay chân bo tròn
- Mắt tròn, tròng mắt oval
- Có chân mày
- Không lật chữ Z
- Bo viền đen



Khiên “Z” luôn xuất hiện cùng Tofi
bên tay trái



x Không nên:



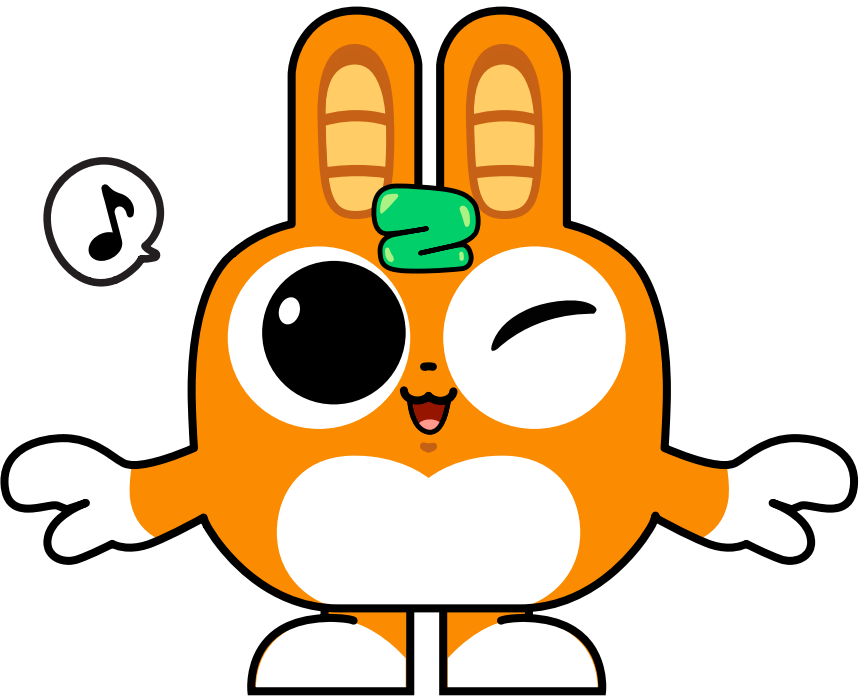
6

Nhân vật
đại diện

6.3
Tofu

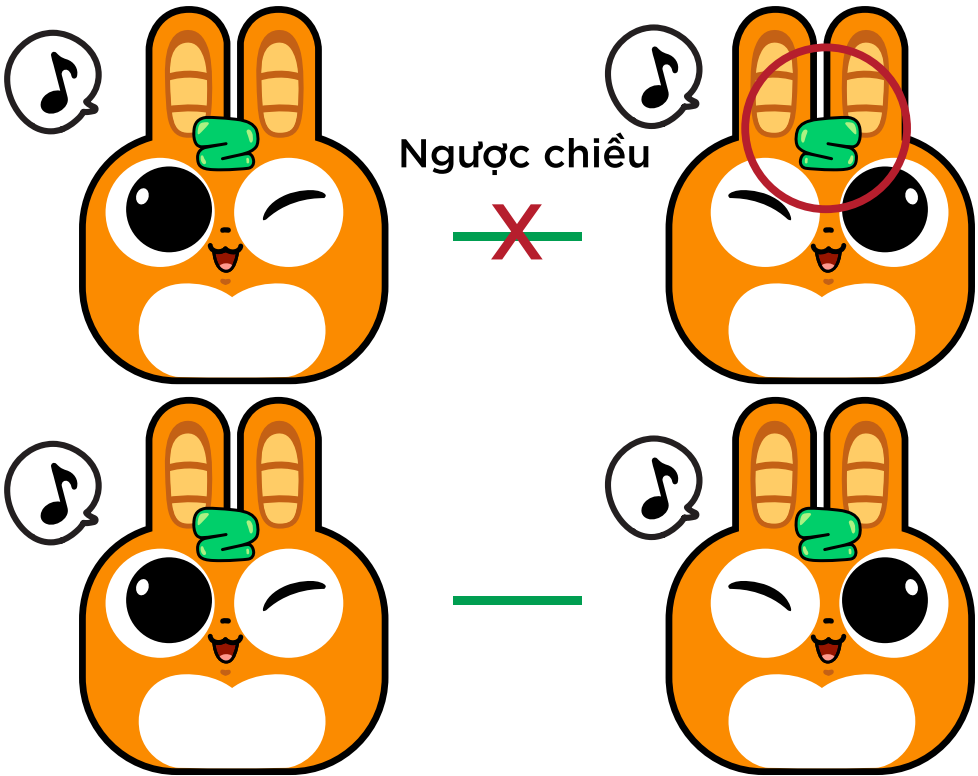
Quy tắc và tỉ lệ

- Tofu 80% Toro
- Mắt tròn, tròng mắt oval
- Không chân mày
- Không lật chữ Z
- Bo viền đen

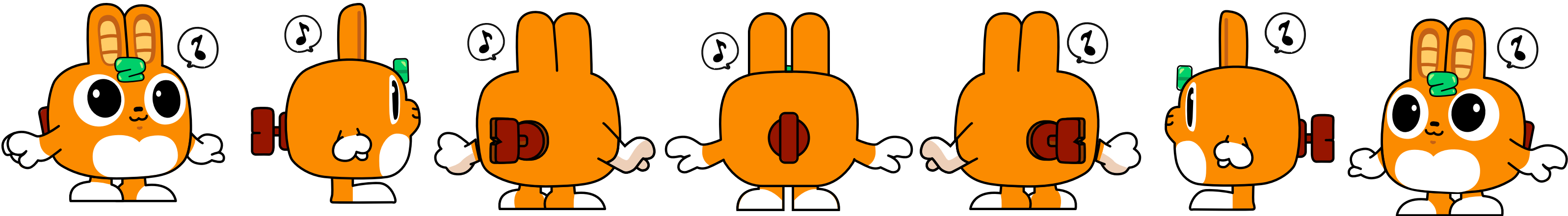


Nốt nhạc luôn xuất hiện
cùng Tofu

x Không nên:



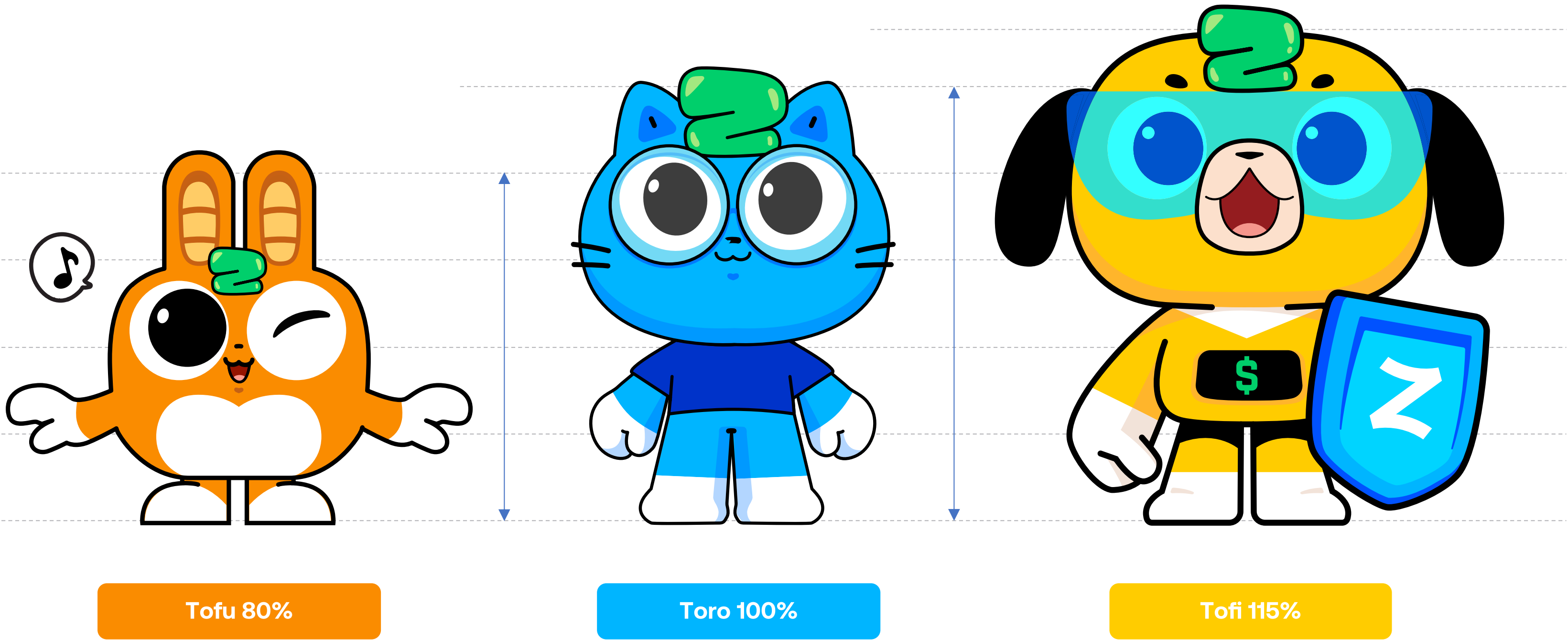
✓ Nên:



6 Nhân vật
đại diện

6.4
Tỉ lệ 3 nhân vật

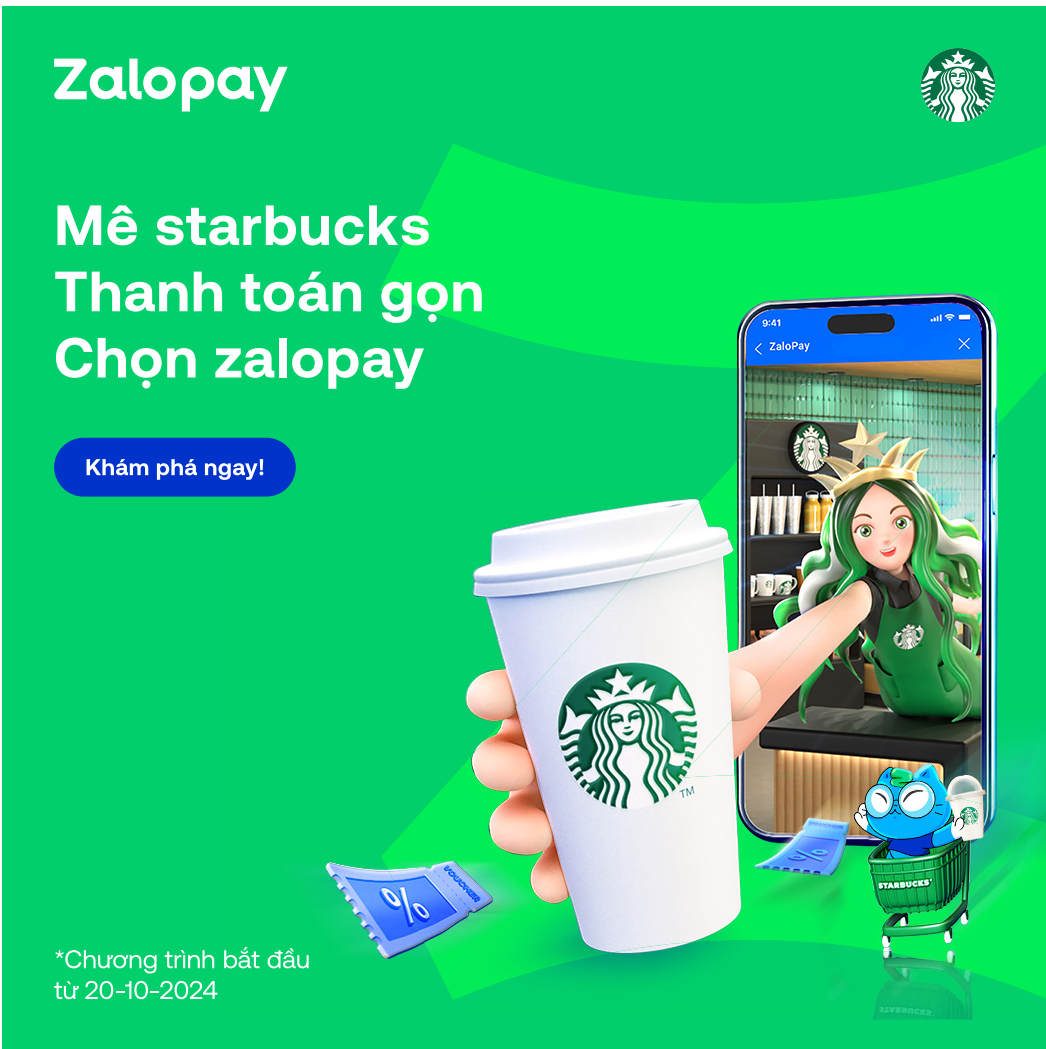
Khi 3 mascot đi cùng nhau trên hình ảnh truyền thông, lấy kích thước Toro làm chuẩn 100%, tỉ lệ các mascot như sau:



6 **Nhân vật
đại diện**

6.5
Trường hợp sử dụng

Sử dụng nhân vật đại diện với các cách kết hợp bên dưới, tỉ lệ nhân vật đại diện chiếm 10 - 20% trên ấn phẩm.



Kết hợp hình ảnh đối tác/ mascot đối tác



Kết hợp hình ảnh người thật.
Mascot 3D (trường hợp đặc biệt)

Chương C

Ứng dụng bộ nhận diện thương hiệu

1. Banner Template
2. Social Facebook
3. Mega/ Campaign
4. Social TikTok
5. POSM
6. Merchandise

1

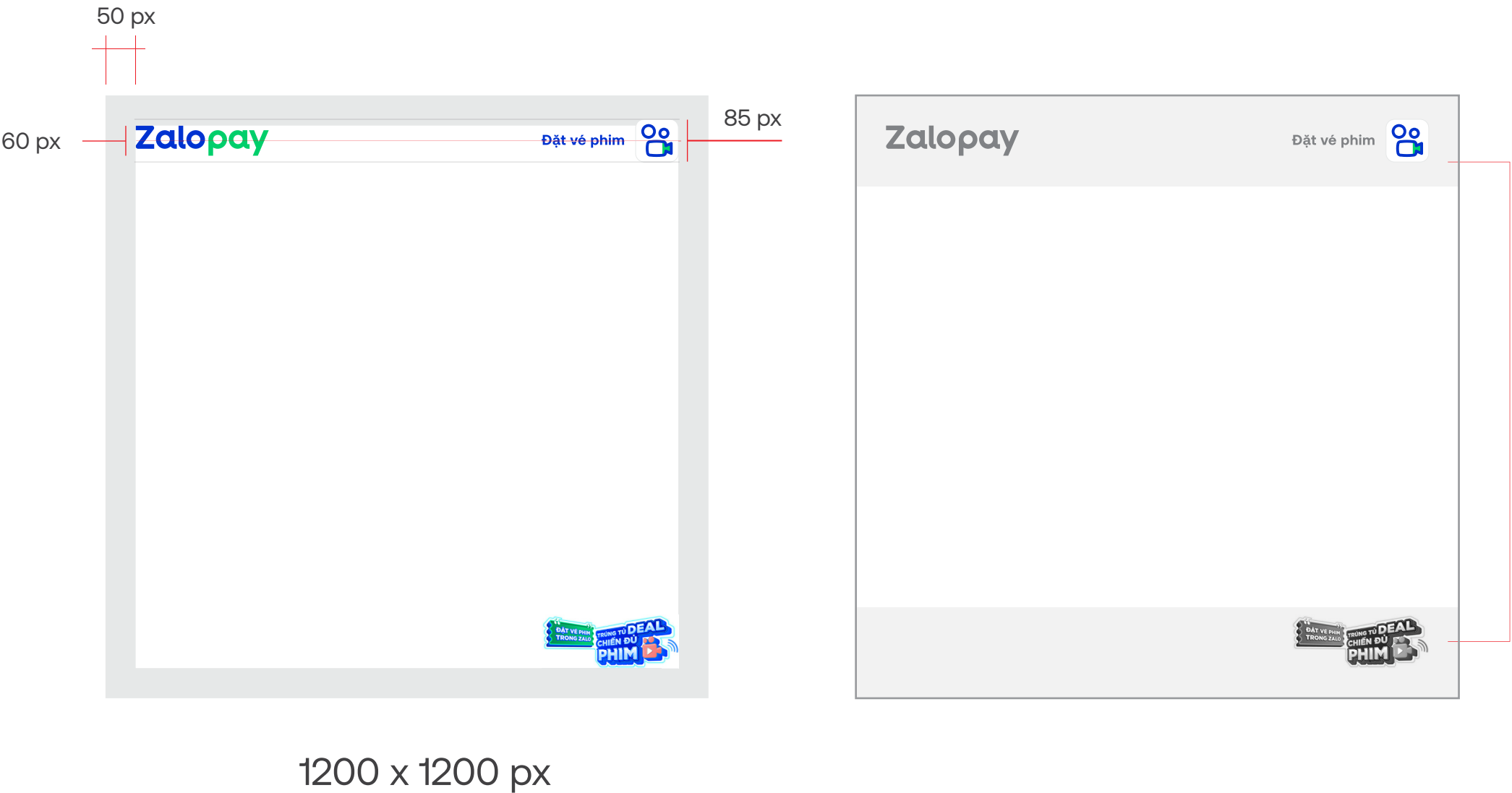
Social
Template

1.1

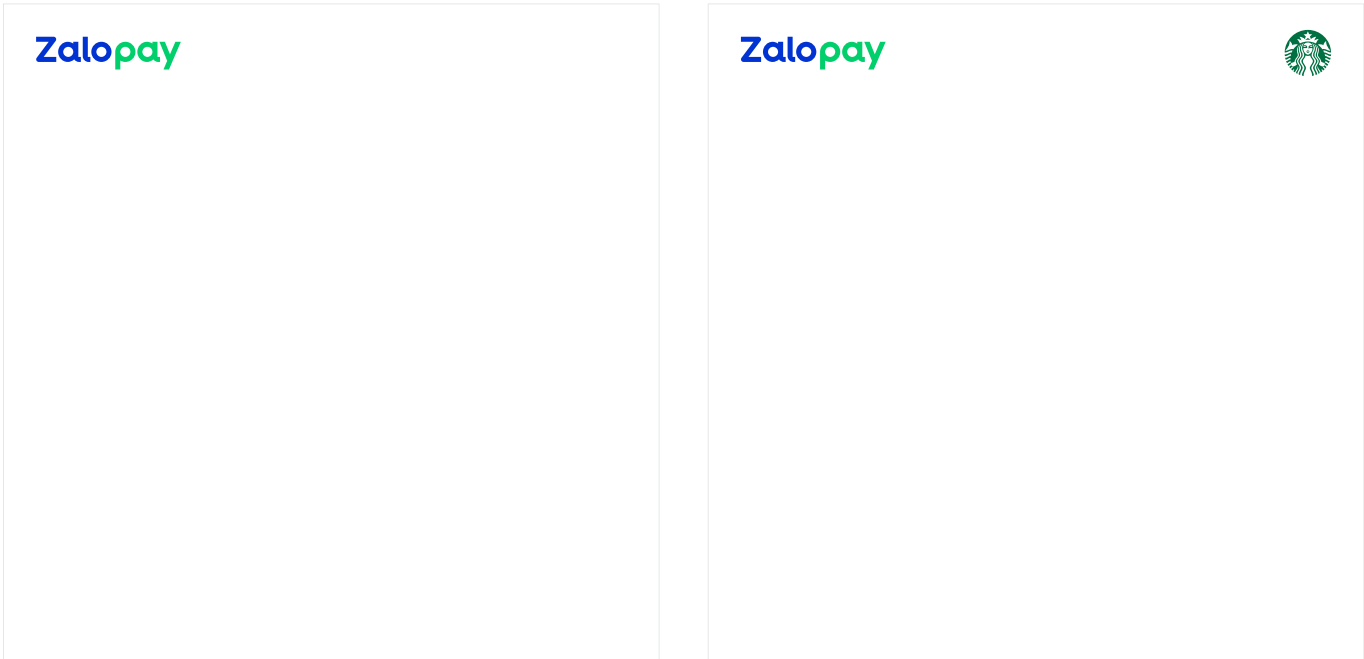
Tỉ lệ khung mẫu

Các bài đăng truyền thông sẽ được sử dụng trong các mẫu khung theo các trường hợp bên dưới.

Đảm bảo vùng an toàn và các thông số kĩ thuật trong mỗi trường hợp.



Hạn chế hình ảnh hay các yếu tố đồ họa ở khu vực này để logo được thể hiện rõ ràng, nhận diện cao.



Logo

Logo x logo khách hàng



Logo x logo khách hàng



Logo x logo sản phẩm
x logo chương trình



Logo x logo sản phẩm

1

Social
Template

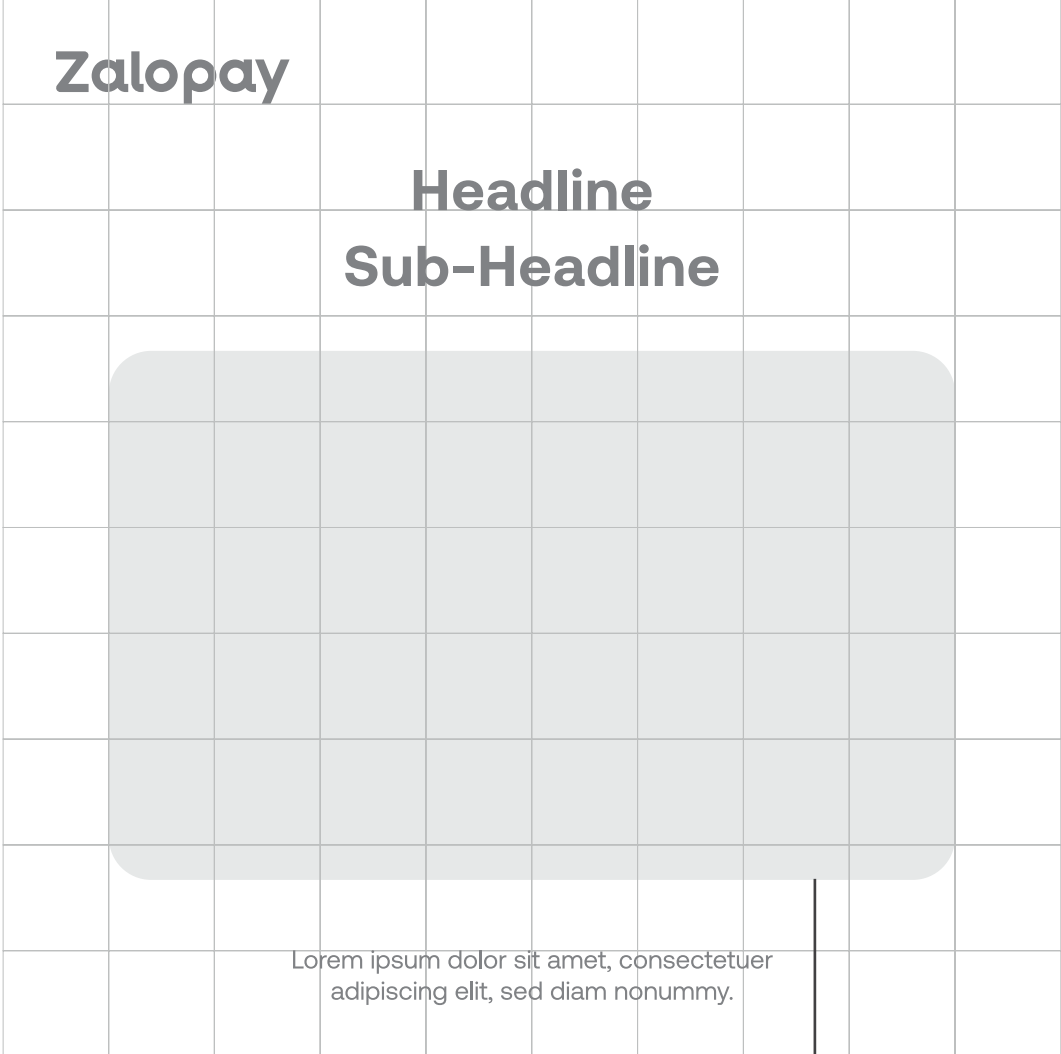
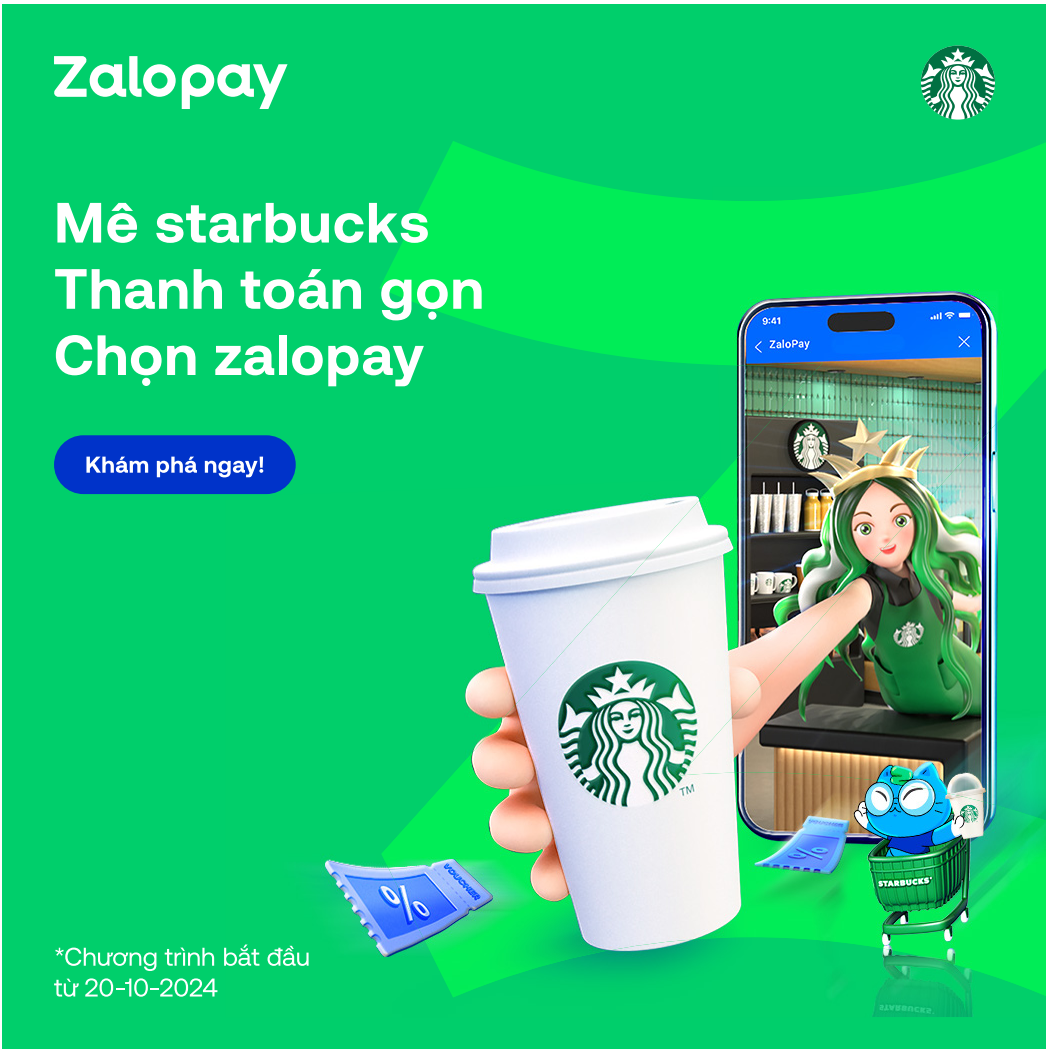
1.2
Tỉ lệ các thành tố bên trong

Đảm bảo tỉ lệ hình ảnh trên ấn phẩm truyền thông chiếm 30 - 60% bố cục.
Hình ảnh cần tập trung vào nội dung chính, không quá nhiều hiệu ứng, đảm bảo nền sạch sẽ, thoáng.

Tỉ lệ font chữ và nội dung cần đảm bảo theo quy định. Vị trí tiêu đề có thể linh động tùy vị trí nhưng đảm bảo các yếu tố trang trí không ảnh hưởng đến tiêu đề, thoáng dễ đọc. Không sử dụng hiệu ứng trên nội dung tiêu đề.



Hình ảnh chính



Hình ảnh chính



Social Template

1.3 Quy định yếu tố

Quy định các yếu tố trên hình ảnh truyền thông. Có thể linh động sử dụng các yếu tố nhưng cần đảm bảo tỉ lệ màu và quy định logo Zalopay. Size chữ đảm bảo kích thước khởi điểm theo guideline đã quy định, có thể linh động tăng size tùy theo nội dung ít hay nhiều, thiết kế có thể thay đổi linh động cho hợp lý.

Logo

Zalopay



Logo đối tác hoặc sản phẩm

Tiêu đề

Mê starbucks
Thanh toán gọn
Chọn zalopay

Biểu tượng chính

*Dạng nền hoặc được xuất hiện dạng hoạ tiết trên 1 yếu tố nào đó trên hình.

Nút bấm CTA

Khám phá ngay!

Hình ảnh chính

Nội dung: “Mua ngay”, “Chuyển ngay”... tối thiểu 30pt

*CTA: có hoặc không

Nội dung

Phông chữ: Aeonik (Regular/Medium)
tối thiểu 20pt

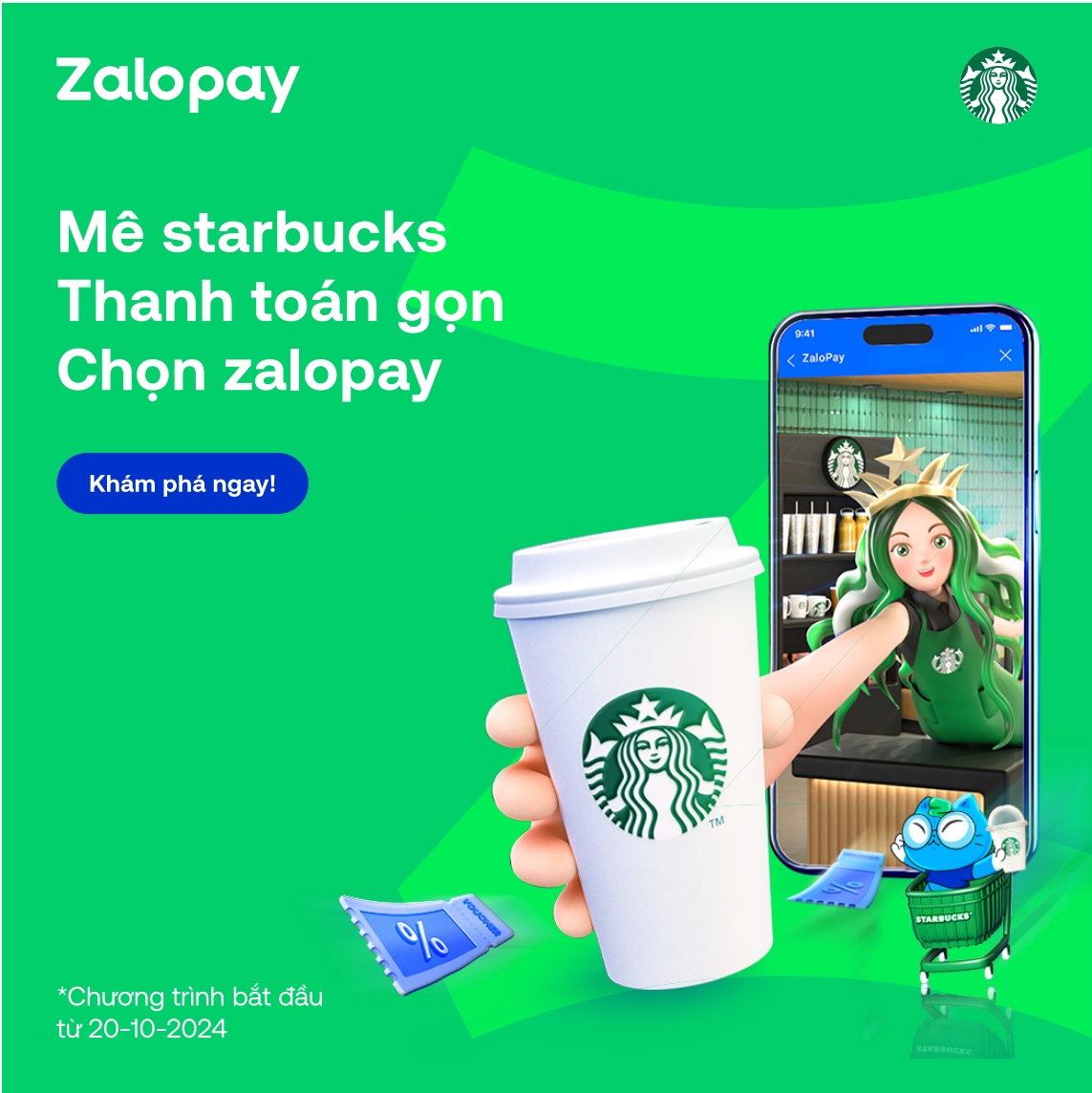
*Chương trình bắt đầu
từ 20-10-2024



1

Social Template

1.4 Một số ứng dụng hình ảnh truyền thông

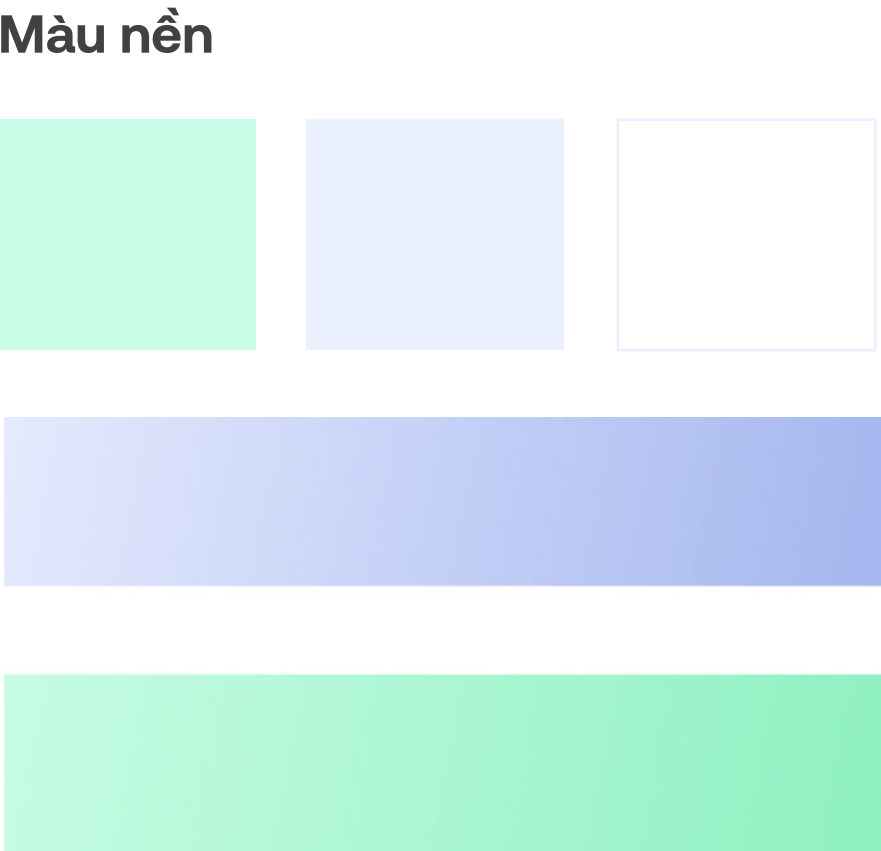


2 Banner
in app

2.1
Quy định các thành tố - Home banner

Hình visual chính chiếm tỉ trọng 1/3 của banner và nằm bên phải banner. 2/3 phần nội dung chính bên trái cần đặt trên nền màu nhẹ nhàng (pastel color palette, hoặc đồ gradient pastel), không tranh chấp với phần nội dung chính và nằm trong dải màu chính của guideline.nền texture nhưng không gây rối, không tranh chấp với phần nội dung chính và nằm trong dải màu chính của guideline.

Nội dung và CTA cần nằm trong vùng giới hạn đã quy định. Các thiết kế có thể linh động ứng dụng tỉ lệ phông chữ và layout hợp lý.



home banner ZPA 2:1 (720x360)

Nội dung hoặc trademark của chương trình nằm bên trái và trong khoảng 420 px

KV chính chiếm tỉ lệ 1/3 chiều ngang banner
(các yếu tố phụ có thể được bố trí thêm nhưng không tranh chấp với phần nội dung)

home banner ZPI 3:1 (1080x360)

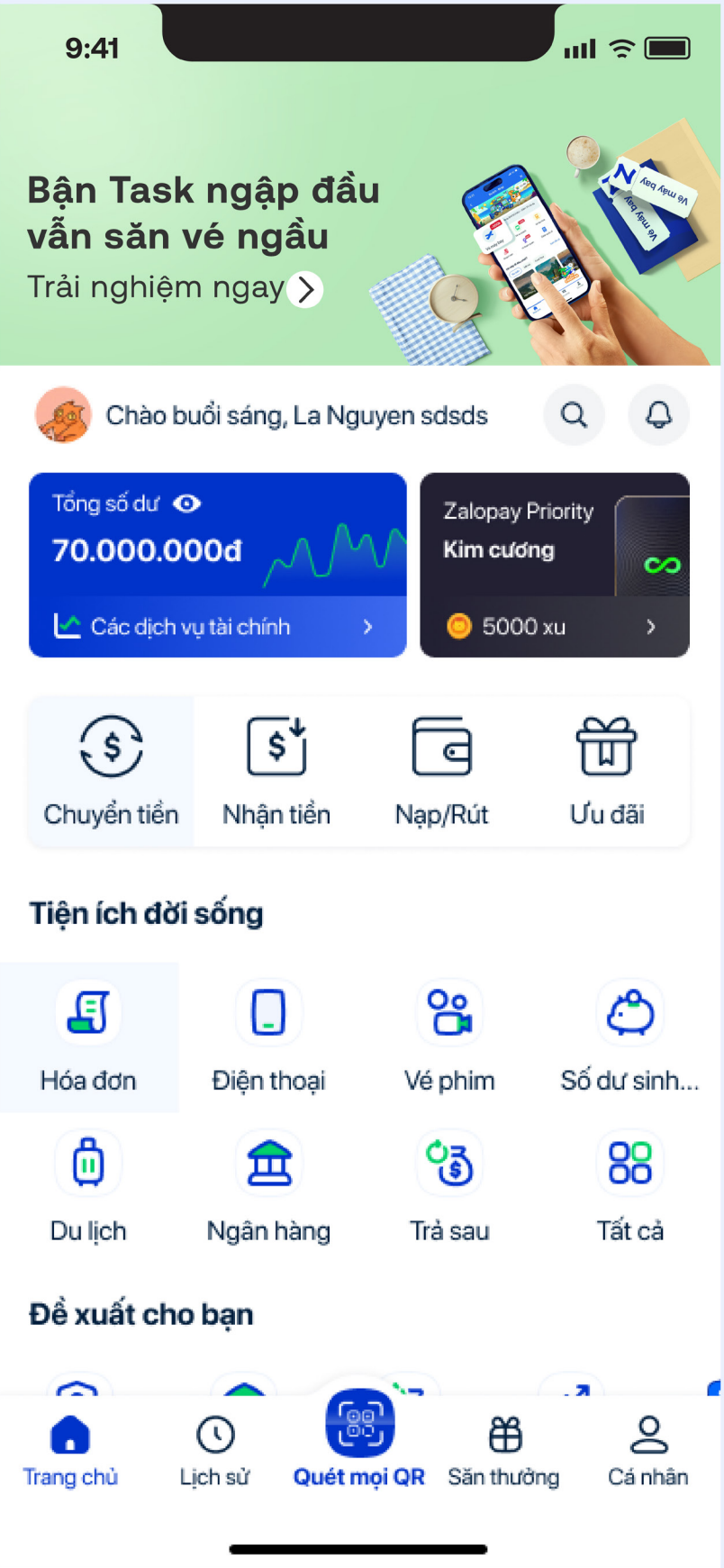
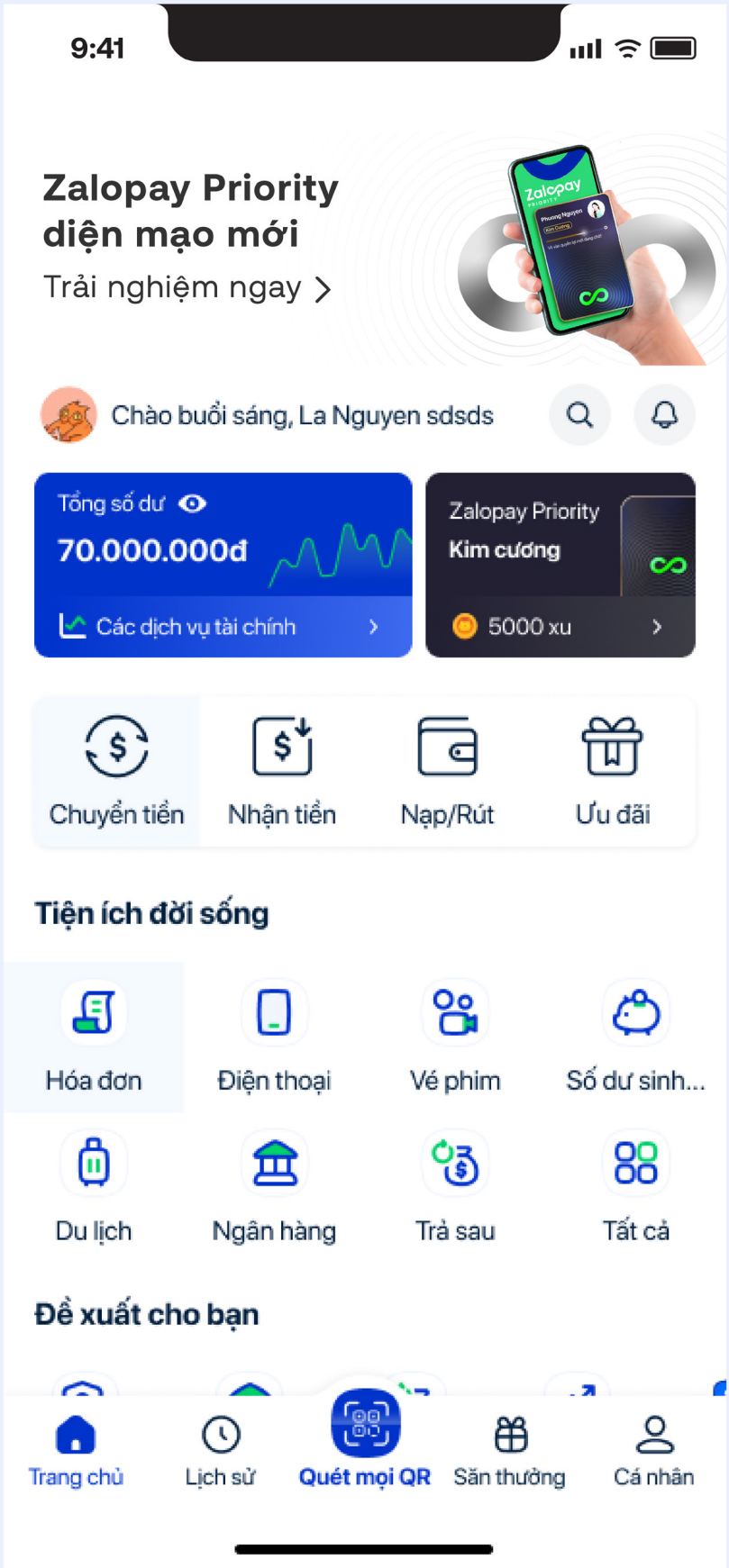
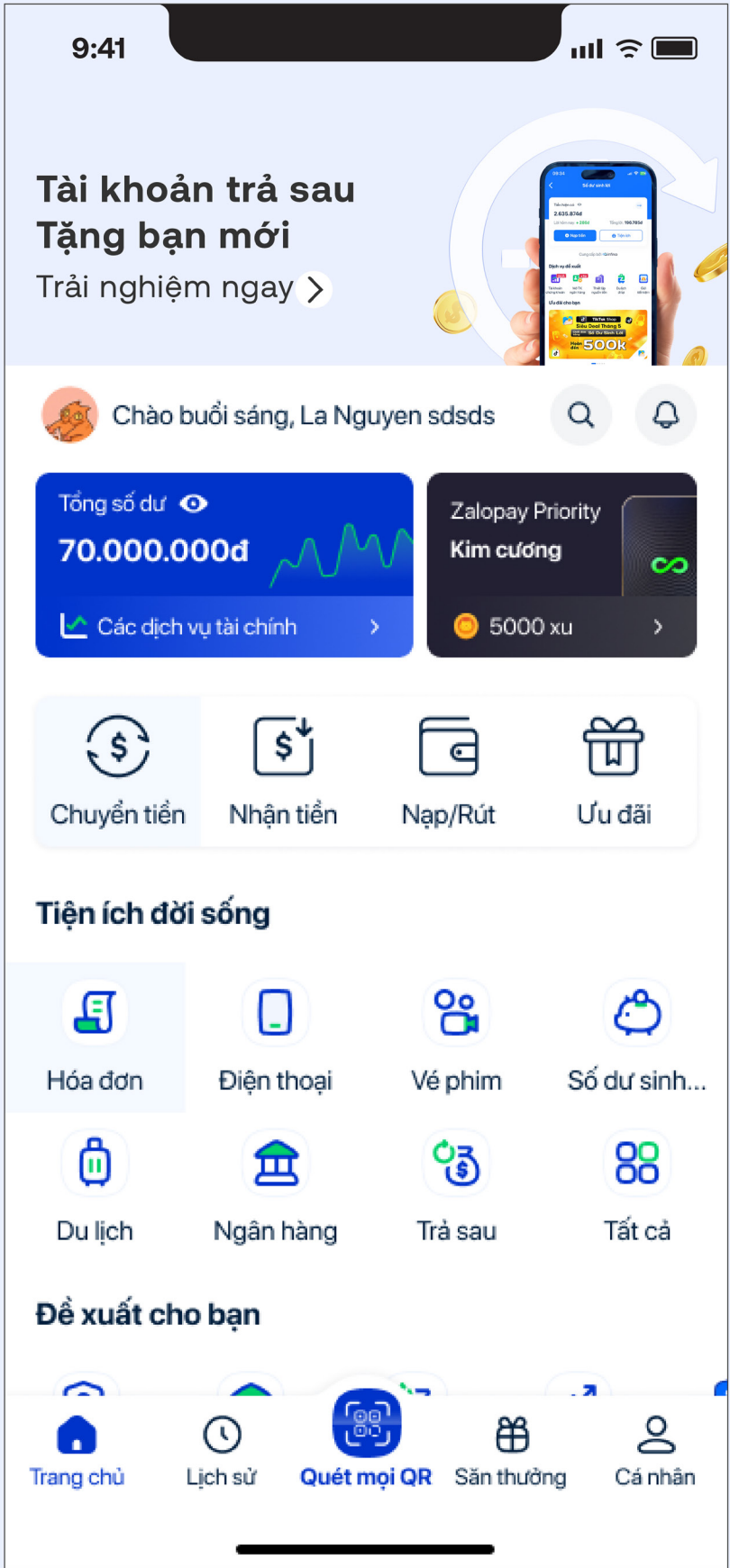
Nội dung hoặc trademark của chương trình nằm bên trái và trong khoảng 630 px

KV chính chiếm tỉ lệ 1/3 chiều ngang banner
(các yếu tố phụ có thể được bố trí thêm nhưng không tranh chấp với phần nội dung)

2

Banner
in app

2.1
Home banner



2

Banner in app

2.2 Home slider

Nội dung tiêu đề và CTA cân chỉnh để phù hợp với thiết kế.
Đảm bảo nội dung dễ đọc và tạo nhiều không gian trống.

Kích thước logo và vùng an toàn cần đảm bảo theo quy định.

2:1 (720x360)

70 px

17 pt

30 px

Nội dung hoặc trademark của chương trình nằm bên trái và trong khoảng 1/2 chiều ngang của banner.

KV chính chiếm tỉ lệ 1/3 chiều ngang banner

(các yếu tố phụ có thể được bố trí thêm nhưng không tranh chấp với phần nội dung bên trái)

Hướng Dẫn Sử Dụng Thương Hiệu202446

Đặt lệnh chứng khoán

Đầu tư chỉ từ 1 cổ phiếu cho người mới bắt đầu.

MBB

Định giá rẻ

65.51 +102%

TCB

Tăng trưởng tốt

65.51 -12%

Mê Starbucks Thanh toán gọn Chọn zalopay

Khám phá ngay!

Trung thu sẵn quà 20 tỷ

Trải nghiệm ngay trên Zalo

Chơi ngay

Tài khoản Trả sau

Tài khoản Tặng bạn

Lần đầu 30.000đ

1K kỳ diệu

Đổi quà siê

Tài khoản Trả sau

Tài khoản trả sau Tặng bạn mới

Khi thanh toán qua Zalopay

Lần đầu 30.000đ

Lần khác 55.000đ

Mê Starbucks Thanh toán gọn Chọn zalopay

Khám phá ngay!

*Chương trình bắt đầu từ 20-10-2024

Banner in app

2.3 Suggestion Post

Nội dung tiêu đề và CTA cân chỉnh để phù hợp với thiết kế.
Đảm bảo nội dung dễ đọc và tạo nhiều không gian trống.

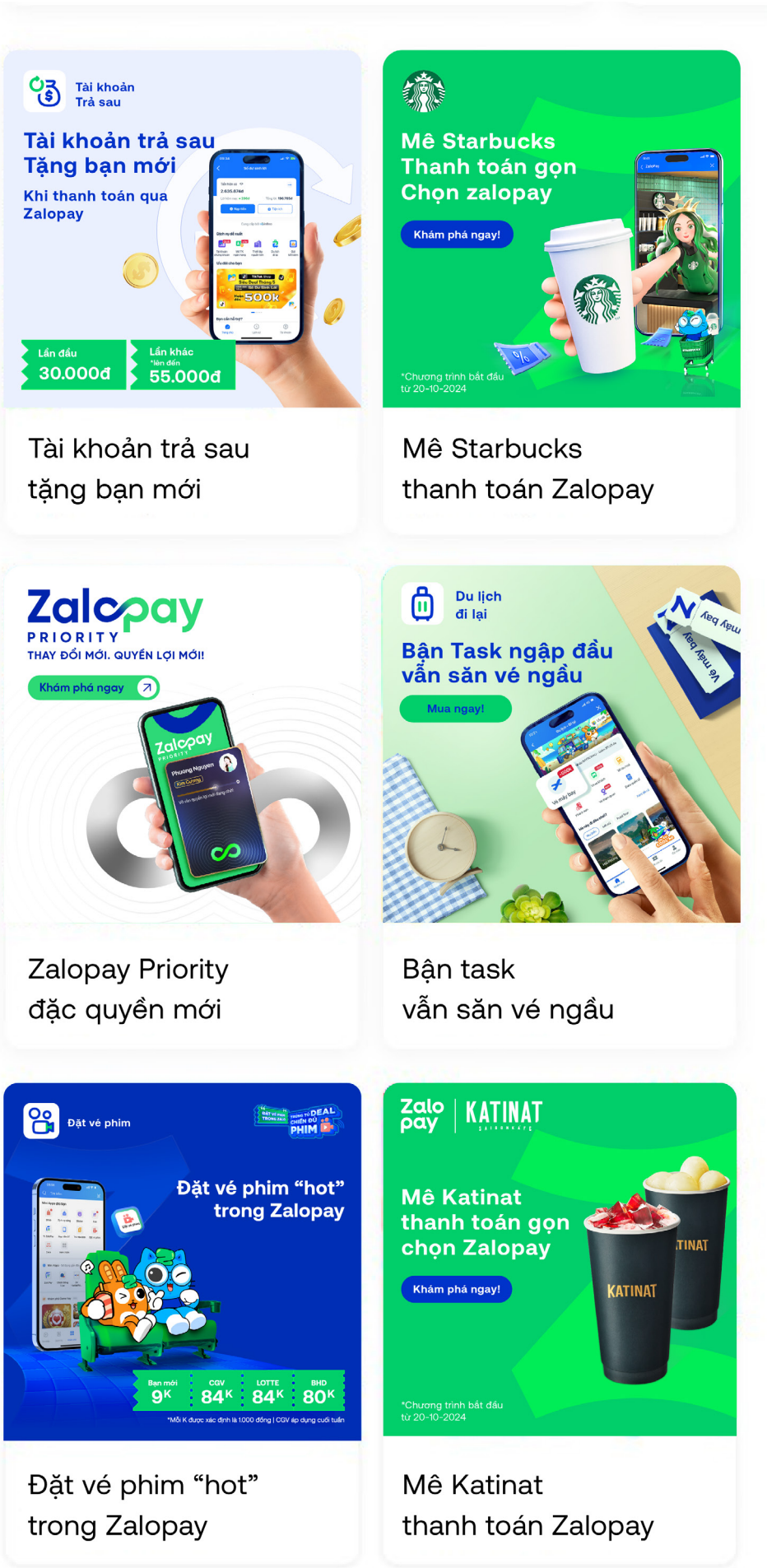
Kích thước logo và vùng an toàn cần đảm bảo theo quy định.

720 x 720

40 px
max 85 px



max 70 px



2

Banner
in app

2.4
Zalo OA

Size chữ đảm bảo kích thước khởi điểm theo guideline đã quy định, có thể linh động tăng size tùy theo nội dung ít hay nhiều, thiết kế có thể thay đổi linh động cho hợp lý.



banner ZPI 3:1 (1080x360)



3

Mega/
Campaign

3.1
Quy định chung

Với các thiết kế mega, campaign đặc biệt yêu cầu đặc thù về hình ảnh, mùa lễ hội... được ưu tiên về phong chữ, hiệu ứng, hình ảnh chính và màu sắc. Nhưng vẫn đảm bảo màu sắc thương hiệu chính (xanh dương + xanh lá) ít nhất 50%.



4

Bộ
kích thước

In app (ZPI, ZPA): không cần LOGO ZALOPAY

Ưu đãi: 720 x 360 (2:1), 720 x 720 (1:1)

Resultpage: 1080 x 360 (3:1)

Home Billing: 1080 x 360

Pop up 933 x 1125, png, fixed width 933, heigh in 1125
(min-heigh: 465px)

Pop up banner 955 x 525

**ZMS trigger(3:1)/manual/ ZMS Noti (2:1 - không
logo Zalopay)** 720 x 360

OA Zalo: 1000 x 560 (safezone center 820 x 560)

OA Broadcast: 1000 x 640

**ZMS trigger(3:1)/manual/ ZMS Noti (2:1 - không
logo Zalopay)** 720 x 360 (CHỮ)

Facebook: 1200 x 1200

In app (ZPI, ZPA): không cần LOGO ZALOPAY

Resultpage - Lì Xì Nhóm (PNG - CTA): 1053 x 366

Home Banner App 2:1 (ZPA) 3:1 (ZPI)

Banner z-instant - PNG: 660 x 372

Bubble Chat: 747 x 435

Social Post & đối tác: cần LOGO ZALOPAY

ZMS manual/push ads: 500 x 320

Facebook 1200 x 1200

Cover FB fanpage 851 x 315 (safezone mobile center)

Viettel 500 x 740 (safezone 500 x 320 center)

Viettel 1432 x 392, Viettel 1500 x 1124, Viettel 1024 x 512

Zalo Roadmap 640 x1400 (safezone 640 x 920 Top)

Website Zalopay

Slide Banner web (view PC) 1920 x 480 – jpg

Slide Banner web (view Mobile) 1125 x 1125 – jpg

Web content 750 x 440 – jpg

Content post Thumbnail web 1200 x 578 – jpg

4

Social
TikTok

4.1
Quy định chung



Giao diện kết thúc clip



Hiển thị tiêu đề



5

POS

5.1

Tencard



Mặt trước



Mặt sau

5

POSM

5.2

Chấp nhận thanh toán

6

Merchandise

6.1
Bình nước



Bình 01



Bình 02

5

Merchandise

5.2
Túi vải



Túi vải 01



Túi vải 02

6

Merchandise

6.3

Sổ tay



6

Merchandise

6.4

Nón



6

Merchandise

6.5
Dây điện thoại



6

Merchandise

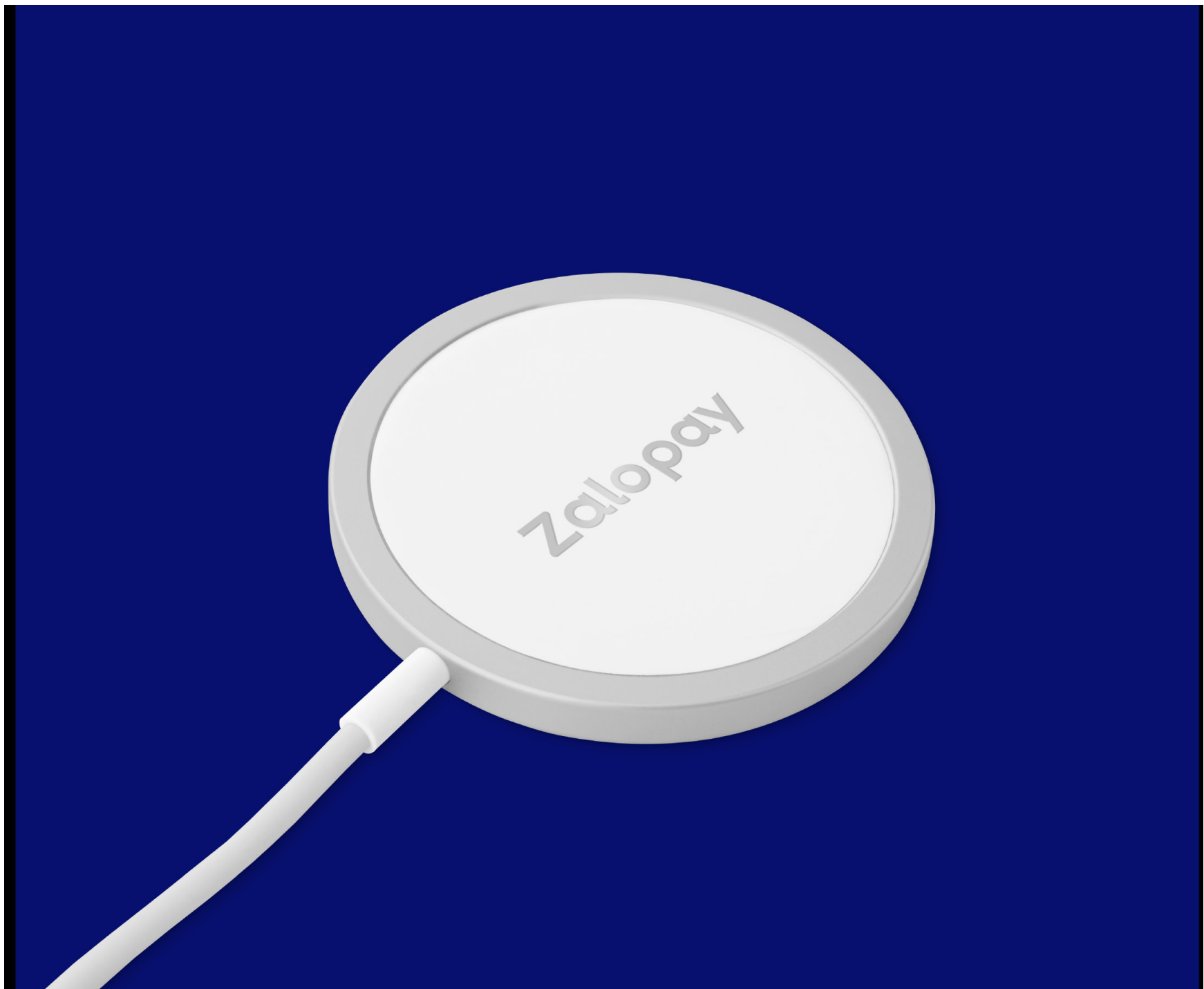
6.6
Ly sứ



6

Merchandise

6.7
Sạc không dây



6

Merchandise

6.8
Áo thun



6

Merchandise

6.9
Bút bi



6

Merchandise

6.10
Quạt cầm tay





nhANH & lỢI

Thanh toán
& tận hưởng

ứng dụng
thanh toán

Thank you :)