

## **Chúng ta nên thừa nhận và hành động nhiều như những công ty trên thế giới về thương hiệu**

Không gì phải bàn cãi về những ích lợi to toan do thương hiệu mang lại cho doanh nghiệp chúng ta. Vậy chúng ta nên nhìn nhận và hành động như thế nào cho việc xây dựng thương hiệu.

Rõ ràng, một sự thay đổi triệt để về nhận thức hình ảnh thương hiệu của các doanh nghiệp chúng ta là điều bắt buộc nếu chúng ta còn muốn tồn tại trong bối cảnh nền kinh tế cạnh tranh toàn cầu. Và thậm chí, là người đi sau, chúng còn phải nhận thức sâu sắc hơn, cấp bách hơn, quyết liệt hơn các doanh nghiệp đã thành danh trên thế giới về thương hiệu để có thể có những cái tên của Việt Nam trên thị trường thế giới như Sony, Hyundai đã hiện diện.

Tuy nhiên, về mức độ hành động và cách thức hành động chúng ta phải vô cùng thận trọng so với các công ty đã thành danh trên thế giới. Chúng ta có nguồn ngân sách hạn hẹp, thiếu thốn kinh nghiệm, và một điểm xuất phát bé nhỏ trên thị trường toàn cầu. Một cách thức hành động theo chiến lược áp đảo như các đại gia trên thế giới thực hiện sẽ nhanh chóng đưa chúng ta đến chỗ lụi tàn.

Một chiến lược khôn ngoan, kiên trì, linh hoạt trong xây dựng thương hiệu sẽ là phù hợp hơn cho chúng ta rất nhiều so với cách hành động như các công ty mạnh đang làm. Sự lan truyền uy tín, hình ảnh thương hiệu như những vòng sóng trên mặt hồ, như thủy triều trầm lắng phù sa sẽ là cách thức xây dựng thương hiệu tốt nhất mà chúng ta nên thực hiện.

*Đoàn Đình Hoàng - Masso Consulting*

*(Trích tài liệu phục vụ Chợ tư vấn Khoa học – Công nghệ và Quản lý – Tuần lễ Khoa học-Công nghệ & Giáo dục Đại học TP.Hồ Chí Minh lần II 2004 - tháng 11/2004)*