

## **Chúng ta sẽ xác định thương hiệu chúng ta trong tương lai như thế nào?**

Thương hiệu của chúng ta trong tương lai được xác định ngay hôm nay. Một khoản đầu tư thích đáng cho thương hiệu, cùng với chiến lược dài hạn để xây dựng thương hiệu sẽ cho trái ngọt trong tương lai.

Thương hiệu không chỉ là một cái tên, một âm thanh đặc trưng, một biểu trưng, những biểu hiện hữu hình mà còn là linh hồn cho sản phẩm. Một thương hiệu muốn có chỗ đứng trong tương lai phải là một thương hiệu mang lại được những mong đợi của khách hàng. Một thương hiệu có đầy đủ những cảm xúc của một con người, có thể mô tả, định dạng được và ăn sâu và tiềm thức của con người.

Thương hiệu thường khó có thể định lượng được nhưng giá trị do thương hiệu mang lại thì hết sức cụ thể. Sự bền vững của giá trị cổ phiếu trước chao đảo của thị trường, những thuận lợi trong việc thâm nhập thị trường, những lợi thế trong hợp tác với đối tác, v.v là những nền tảng vững chắc của thương hiệu.

Để biết được độ vững chắc của thương hiệu, không có gì tốt hơn là ghi nhận những phản ánh của người bên ngoài, người tiêu dùng (từ nhận thức, từ cảm tưởng của họ). Một sự ghi nhận thường xuyên, khoa học sẽ giúp ta đánh giá được hình ảnh thương hiệu của chúng ta và dự đoán được tương lai của thương hiệu.

*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)*