

Doanh nghiệp thay đổi như thế nào để phát triển thương hiệu?

Để phát triển thương hiệu, các doanh nghiệp Việt Nam phải có những thay đổi mạnh mẽ từ cách suy nghĩ cho đến cách thức điều hành, lựa chọn đầu tư, v.v

- Trước hết, thay đổi cần có là thay đổi về nhận thức. Không nghi ngờ gì nữa, thực tế đã cho thấy một thương hiệu vững mạnh là tài sản vô hình to lớn của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp phải nhanh chóng thay đổi cách nghĩ. Sự lớn mạnh của một doanh nghiệp, giờ đây không chỉ là số liệu, kết quả kinh doanh, vốn, công nghệ, chất lượng sản phẩm, những yếu tố hữu hình thuần túy nữa mà phải bao gồm cả uy tín của thương hiệu. Sản phẩm có thể lỗi thời, sản phẩm có thể làm giả, có thể nhái - thương hiệu thì không.

- Kế đến, nhận thức về giá trị của thương hiệu chỉ ở cấp lãnh đạo không chưa đủ. Giá trị và uy tín thương hiệu phải được nhận thức sâu sắc, được cảm nhận và yêu mến bởi tất cả mọi thành viên trong doanh nghiệp. Một thái độ nhã nhặn của người gác cổng, một nụ cười của nhân viên tiếp tân đều có ý nghĩa sống còn trong việc gây dựng và củng cố thương hiệu.

- Thương hiệu lại là thứ không thể có được trong một sớm một chiều. Hơn thế nữa, khi đã có được một thương hiệu đáng giá thì việc giữ cho nó thêm bóng trong nhận thức của mọi người lại càng khó hơn. Gây dựng thương hiệu, do vậy là một quá trình lâu dài, kiên trì, tốn nhiều công sức và tiền của. Thay đổi thứ ba này nhấn mạnh đến tính dài hạn, tính chiến lược của việc xây dựng thương hiệu.

- Thay đổi thứ tư phải có đó là tính chuyên nghiệp trong xây dựng thương hiệu. Tạo ra một sản phẩm tốt, có một mạng lưới phân phối hữu hiệu là thương hiệu, xây dựng một hình ảnh tốt đẹp trong nhận thức của người khác là điều khó khăn bội phần. Do vậy, tính chuyên nghiệp là yêu cầu không thể thiếu.

- Và cuối cùng, một khoản đầu tư cho thương hiệu hiệu quả là điều nên làm cho dù có thể đánh đổi bởi lợi nhuận. Nhưng với một nhà quản trị tài ba, cái để phân biệt với các nhà quản trị bình thường khác chính là sự bền vững. Chỉ có bền vững thì mới có tăng trưởng.

Thương hiệu Việt Nam đích thực phải có sức sống ở phạm vi toàn cầu. Các nhà tương lai học dự báo thế kỷ 21 sẽ là thế kỷ của các quốc gia Châu Á.

Những doanh nhân năng động, dám chèo thuyền trên biển lớn sẽ là chủ nhân của những thương hiệu Việt Nam nổi tiếng trong tương lai.

Những thương hiệu Việt Nam đích thực trong tương lai sẽ mang dấu ấn đậm nét của sự sáng tạo.

Để xây dựng và phát triển một thương hiệu, những vấn đề cần thiết phải quan tâm là:

- Nhận thức về giá trị thương hiệu.
- Phản ánh được các giá trị tinh thần mà chủ nhân thương hiệu theo đuổi trong mối quan hệ hòa hợp với con người, với tự nhiên, với xã hội.
- Cam kết theo đuổi việc tạo ra các lợi ích từ thương hiệu.
- Đầu tư dài hạn.
- Có chiến lược thương hiệu thích hợp.
- Có con người chuyên nghiệp.

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)