

Từ thấu hiểu khách hàng đến nỗ lực định vị thương hiệu

PGS.TS.Nguyễn Quốc Thịnh

Thương hiệu

Danh tiếng
Uy tín
Lòng tin

Hình ảnh
Ấn tượng
Quan niệm



Khách hàng cần
sản phẩm và đòi hỏi
chất lượng sản phẩm
đáp ứng nhu cầu

Định vị

Khách hàng thường
dựa vào thương hiệu
để lựa chọn sản phẩm

Giày dép	Mỹ phẩm	Ô tô
45%	89%	88%
Rau, củ	Trái cây	Điện tử
26%	54%	77%

“Định vị thương hiệu là các cố gắng, nỗ lực của doanh nghiệp nhằm cho khách hàng và công chúng thấy được vị thế xác định của thương hiệu”

David Aaker

“Định vị thương hiệu là nỗ lực đem lại cho sản phẩm một hình ảnh riêng để đi vào nhận thức của khách hàng”
...”Là điều mà doanh nghiệp muốn khách hàng liên tưởng tới mỗi khi đối diện với thương hiệu của mình”

Marc Filser

Khác biệt hoá

Định vị thương hiệu là một phần trong chiến lược tạo ra bản sắc và giá trị thương hiệu để có thể truyền thông tích cực đến khách hàng mục tiêu và từ đó chiếm được vị thế so với thương hiệu cạnh tranh

Định vị thương hiệu là XÁC LẬP cho thương hiệu một vị trí mong muốn trong tâm trí khách hàng và công chúng

Định vị

Xác lập ý tưởng định vị thương hiệu

- Giá trị cốt lõi.
- Đặc tính nổi trội.
- Khác biệt so với đối thủ.
- Bám sát nhu cầu.
- Cơ hội thực hiện.

Nỗ lực thực hiện ý tưởng định vị

- Sản phẩm/Chất lượng cảm nhận
- Tiếp xúc thương hiệu
- Kênh phân phối/Ứng xử, giao tiếp
- Truyền thông thương hiệu.
- Bảo vệ thương hiệu.

- *Bối cảnh, chính sách, rào cản, hội nhập, ...*
- *Xu hướng tiêu dùng, sự xuất hiện các sản phẩm thay thế ...*
 - *Phân tích đối thủ cạnh tranh.*
 - *Các yếu tố văn hoá, truyền thống, tập quán...*
 - *Những kỳ vọng của khách hàng*
- *Nguồn lực nội tại (nguồn vốn trí tuệ, nhân lực, tài chính...)*

Ý tưởng định vị

Chọn giá trị/đặc tính nào cho ý tưởng định vị?

Chọn đồng thời nhiều giá trị?
Theo đẳng cấp xếp hạng?
Dựa vào quy mô thị trường?

Định vị rộng

Theo thuộc tính sản phẩm?
Theo nhóm người sử dụng?
Theo cấu tạo, dạng trưng?
Theo giá bán?
Theo khu vực thị trường?
Đặc tính nổi bật, khác biệt?
Ưu thế sử dụng?

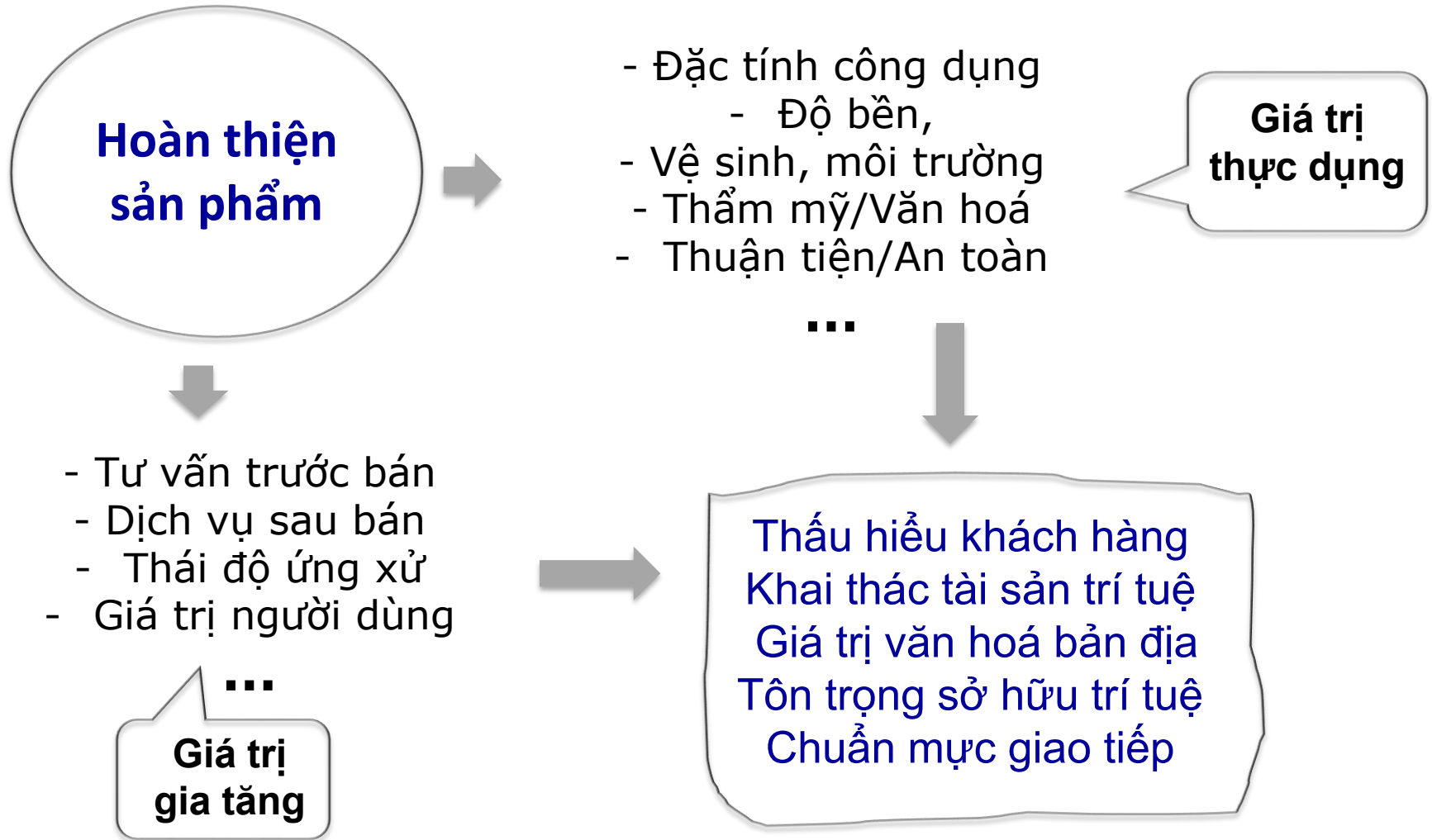
...

Định vị hẹp

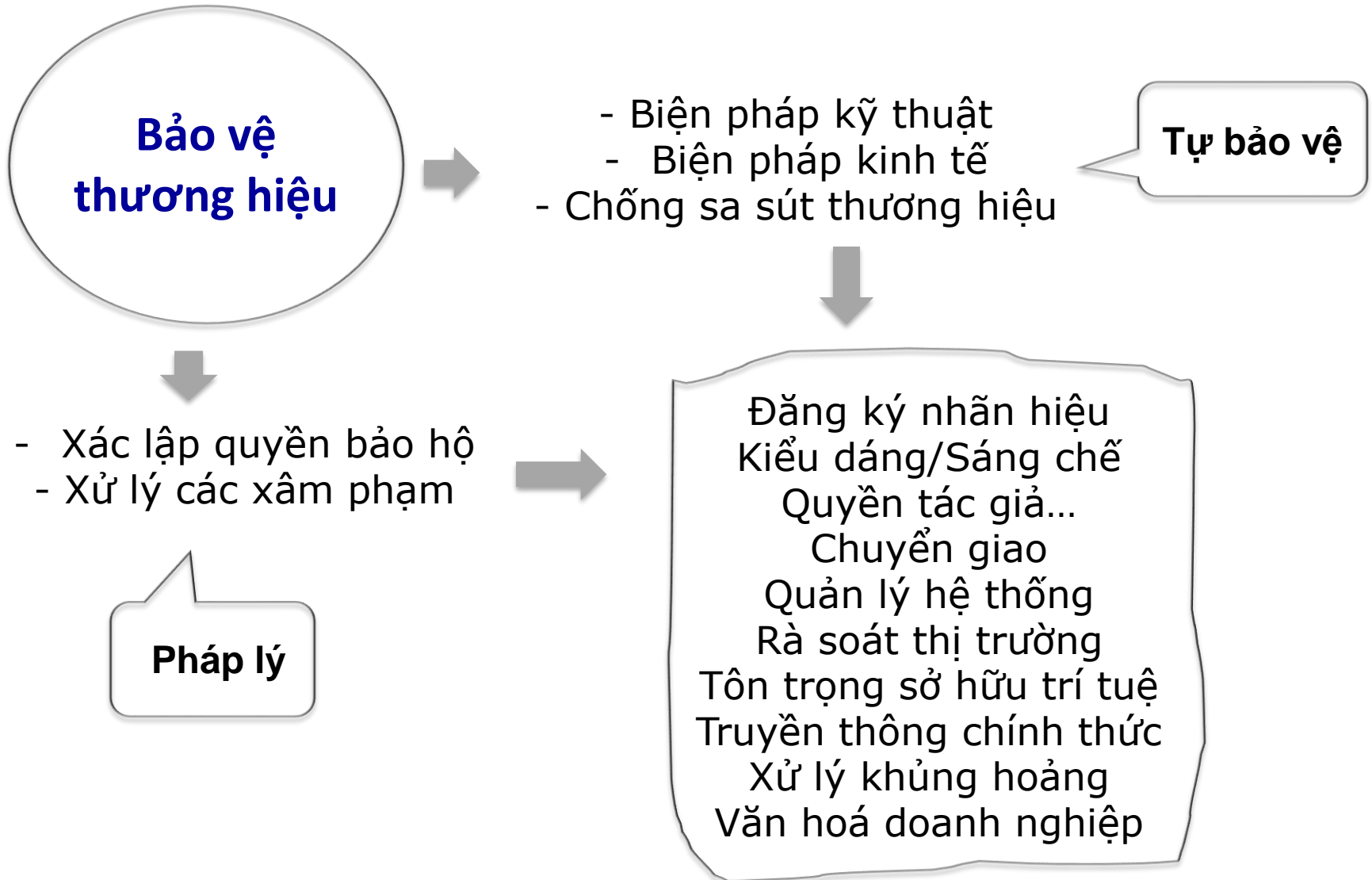
- An toàn, vệ sinh
- Bảo vệ môi trường
- Sản phẩm hữu cơ
- Tiết kiệm năng lượng
 - Bảo vệ sức khỏe
 - Kết nối mọi người
 - Giá trị văn hoá
- Tôn trọng cộng đồng
 - Bản sắc dân tộc
- Giá trị truyền thống
 - Sáng tạo, đổi mới

... 5

Nỗ lực triển khai



Nỗ lực triển khai



Chân thành cảm ơn!

Mọi trao đổi xin liên hệ:

PGS.TS. Nguyễn Quốc Thịnh
thinh3hn@gmail.com

0913.358.382