

91% khách hàng lựa chọn mỹ phẩm theo thương hiệu

12:28 20/04/2018

Đây là thông tin được đưa ra tại Diễn đàn Thương hiệu Việt Nam với chủ đề: “Thương hiệu với hội nhập và phát triển xuất khẩu bền vững” sáng nay (20/4), tại Hà Nội.



Toàn cảnh diễn đàn

Tham dự sự kiện có Ông Bùi Thế Đức – Phó trưởng Ban Tuyên Giáo Trung Ương, Bà Nguyễn Thị Tiếp – Ủy viên Ban thường vụ, Trưởng Ban dân vận Đảng ủy khối Doanh nghiệp, Ông Hồ Quang Lợi – Phó Chủ tịch Hội nhà báo Việt Nam, Ông Võ Trí Thành – Viện trưởng Viện nghiên cứu chiến lược và cạnh tranh, PGS.TS Nguyễn Quốc Thịnh – Chuyên gia cố vấn chương trình Thương hiệu Quốc gia, Ông Vũ Bá Phú – Cục trưởng cục Xúc tiến thương mại, Tổng Thư ký – Ban Thư ký chương trình Thương hiệu Quốc gia, Ông Tony Pigott – Chuyên gia Thương hiệu



Ông Vũ Bá Phú – Cục trưởng cục Xúc tiến thương mại phát biểu khai mạc sự kiện

Phát biểu khai mạc sự kiện, Ông Vũ Bá Phú – Cục trưởng cục Xúc tiến thương mại cho biết: “Việc xây dựng một chương trình thương hiệu cấp quốc gia nhằm tăng cường nhận thức, hỗ trợ Doanh nghiệp xây dựng, bảo vệ, quảng bá và phát triển hiệu vừa là cấp bách vừa là chiến lược của phát triển bền vững trong xuất khẩu. Diễn đàn sẽ giúp trang bị thêm cho các Doanh nghiệp Việt Nam kiến thức và kinh nghiệm thực tiễn về xây dựng và phát triển thương hiệu trong thời kỳ hội nhập và phát triển xuất khẩu, góp phần tăng thêm giá trị gia tăng cho sản phẩm của Doanh nghiệp, qua đó hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh, nâng cao vị thế, thương hiệu Quốc gia trên thị trường Quốc tế.”

Chương trình Thương hiệu Quốc gia là chương trình duy nhất của Chính phủ Việt Nam tiến hành với mục đích quảng bá hình ảnh quốc gia, thương hiệu quốc gia thông qua thương hiệu sản phẩm. Đây là một chương trình xúc tiến thương mại dài hạn nhằm xây dựng, quảng bá tên thương mại, chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu hàng hóa, dịch vụ của Việt Nam trên thị trường trong và ngoài nước. Năm 2018, đánh dấu 10 năm Kỷ niệm ngày Thương hiệu Việt Nam và 15 năm Thủ tướng Chính phủ quyết định phê duyệt Chương trình Thương hiệu Quốc gia.

Nâng cao nhận thức của xã hội và cộng đồng Doanh nghiệp về vai trò của thương hiệu sản phẩm trong phát triển mở rộng thị trường là vô cùng cần thiết. Làm thế nào để khách hàng thấy được sản phẩm tốt, chất lượng, và tin dùng. Đa phần khách hàng lựa chọn sản phẩm dựa vào thông tin và thương hiệu của sản phẩm. Ví dụ trong lĩnh vực Mỹ phẩm tỷ lệ khách hàng lựa chọn sản phẩm theo thương hiệu lên đến 91%. Các phương án giúp phát triển thị trường như: thâm nhập thị trường, phát triển thị trường, phát triển sản phẩm, đa dạng hóa sản phẩm, từ đó xây dựng thương hiệu danh tiếng, uy tín với hình ảnh ấn tượng, thu hút, lôi kéo lòng tin của khách hàng, sử dụng thương hiệu để cạnh tranh.

Nói về việc Việt Nam đàm phán và ký kết các Hiệp định Thương mại tự do (FTA), Ông Ngô Chung Khanh – Phó Vụ trưởng Vụ Chính sách thương mại Đa Biên, Bộ Công thương cho rằng đây là cơ hội để nâng cao sức cạnh tranh cho Doanh nghiệp. Hiện nay Việt Nam đã có 17 FTA, trong đó có 10 FTA đã ký và đã có hiệu lực, 2 FTA đã ký nhưng chưa có hiệu lực, 2 FTA đã kết thúc đàm phán và 3 FTA đang đàm phán. FTA giúp mở cửa thị trường tăng xuất khẩu, đảm bảo bình đẳng tiếp cận nguồn lực, giúp hoàn thiện cơ sở hạ tầng, thúc đẩy cải cách hành chính, xóa bỏ rào cản gia nhập thị trường, xây dựng điều kiện thuận lợi cho khởi sự kinh doanh. Bên cạnh đó FTA cũng đặt ra một số vấn đề cho Doanh nghiệp: nâng cao sức cạnh tranh, tư duy chủ động, tăng cường liên kết hợp tác và hiểu biết về cam kết quốc tế.

Diễn đàn nằm trong chương trình: Tuần lễ Thương hiệu Quốc gia lần thứ 4 - năm 2018 từ ngày 16 đến 24 tháng 4, với mục tiêu đẩy mạnh công tác quảng bá cho chương trình Thương hiệu quốc gia, khuyến khích động viên các doanh nghiệp Thương hiệu Quốc gia.

Mỹ Bình