TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Các doanh nghiệp hàng đầu bắt tay hợp tác, tạo sự cộng hưởng thương hiệu lớn chưa từng có

08:40 22/08/2018

Thị trường trong nửa đầu tháng 8/2018 bất ngờ sục sôi khi hàng loạt "ông lớn" bắt tay nhau cùng hợp tác, liên kết kinh doanh, tạo ra sự cộng hưởng thương hiệu lớn chưa từng có.

Phải nhắc đến đầu tiên đó là hai doanh nghiệp hàng đầu - Tổng công ty Hàng không Việt Nam (Vietnam Airlines) và Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam (Vinamilk) đã ký kết chương trình hợp tác chiến lược với mục tiêu cung cấp các sản phẩm dinh dưỡng chất lượng quốc tế cho khách hàng toàn cầu và cùng phát triển thương hiệu quốc gia vươn tầm thế giới.

Hai Thương hiệu Việt cùng hợp tác

Ngay sau đó, thương vụ tỷ đô của hai "ông lớn" - Công ty Hoàng Anh Gia Lai (HAGL) và Công ty Ôtô Trường Hải (Thaco) đã tạo được tiếng vang lớn trên thị trường. Theo đó, Thaco cam kết sẽ đồng hành cùng HAGL để xây dựng và phát triển Công ty Nông nghiệp HAGL sớm trở thành tập đoàn nông nghiệp có quy mô lớn cũng như biến giấc mơ và khát vọng nông nghiệp của HAGL, nông nghiệp nói chung của Việt Nam trở thành hiện thực.

Có thể nói, khi những “ông lớn” bắt tay nhau đã tạo nên một dấu mốc quan trọng trong chiến lược phát triển kinh doanh của mỗi doanh nghiệp, nâng tầm cho các thương hiệu này. Ngoài ra còn trở thành điểm sáng cho làn sóng hợp tác nội địa.

Những thương vụ điển hình này đã mở ra kỷ nguyên tích hợp nguồn lực để hoàn chỉnh chuỗi giá trị. Tạo sự liên kết chặt chẽ, bổ trợ thế mạnh cho nhau giữa các doanh nghiệp uy tín sẽ góp phần tạo nên những sản phẩm chất lượng, thương hiệu nước nhà sẽ ngày càng vươn xa hơn.

Sự tiên phong của các “ông lớn” trên sẽ là niềm cảm hứng, tạo hiệu ứng lan tỏa đến các doanh nghiệp khác để có thêm nhiều cái “bắt tay” tương tự. Giúp cho các doanh nghiệp có sự liên kết lớn mạnh để cùng thắng lợi và hạn chế rủi ro trong thế giới đầy biến động và nhiều khó khăn hiện nay.

Từ bài học về sự liên kết giữa các tập đoàn, thương hiệu mạnh của nước ngoài khi vào Việt Nam để chiếm lĩnh thị trường, các doanh nghiệp Việt Nam đã đến lúc cần phải thay đổi tư duy làm ăn kiểu manh mún, nhỏ lẻ, "mạnh ai nấy làm", cũng như nhận thức sâu sắc hơn lợi ích lâu dài của việc liên kết để coi đây là nhu cầu tự nhiên, thiết yếu trong quá trình thâm nhập và chiếm lĩnh thị trường.

Bảo Ngọc