TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Công bố Top 50 thương hiệu Việt Nam năm 2019

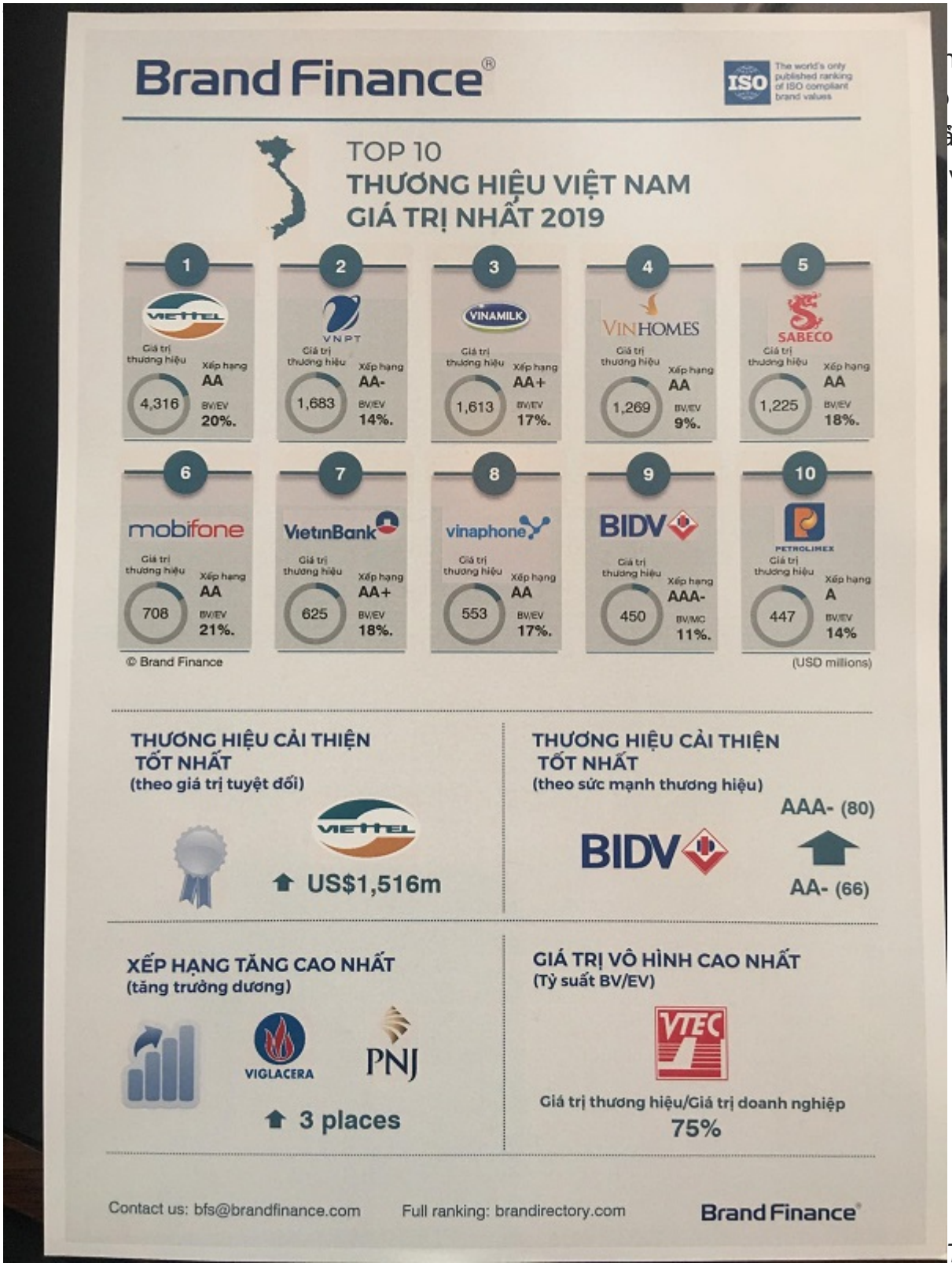
12:10 24/09/2019

Ngày 24/9/2019, tại Hà Nội, Công ty Tư vấn thương hiệu Mibrand Việt Nam (Mibrand Việt Nam) kết hợp với Brand Finance - công ty định giá thương hiệu hàng đầu thế giới chính thức công bố bảng danh sách Top 50 thương hiệu Việt Nam năm 2019.

Tại Việt Nam, sự kiện này được tổ chức lần thứ thứ 5 và đã trở thành sự kiện thường niên

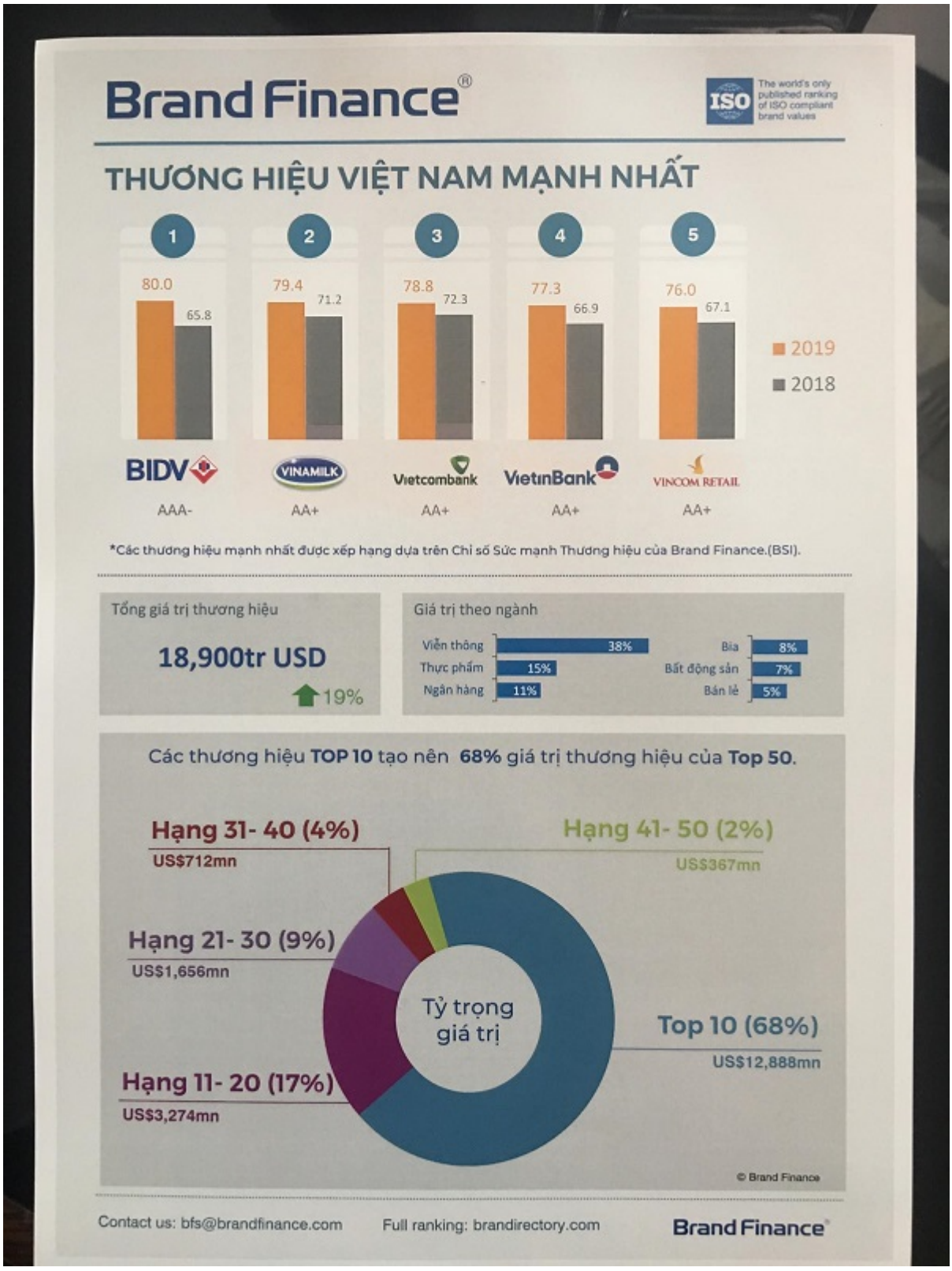


Top 50 thương hiệu giá trị nhất Việt Nam 2019



10 thương hiệu Việt Nam giá trị nhất 2019

Brand Finance tính toán giá trị các thương hiệu trong bảng xếp hạng sử dung "Phương pháp Chiết khấu phí bản quyền". Phương pháp này ước tính doanh số tương lai được tạo ra từ thương hiệu và tính toán tỷ lệ phí bản quyền trả cho việc sử dụng thương hiệu, tức là công ty muốn sử dụng thương hiệu phải trả cho việc sử dụng thương hiệu - với giả định rằng thương hiệu không thuộc sở hữu của công ty đó.



Thương hiệu Việt Nam mạnh nhất

Tại Brand Finance Forum 2019, Hội thảo chuyên đề: “Brand 4.0” với sự tham



Ông Samir Dixit - Giám đốc điều hành Brand Finance tại Việt Nam chia sẻ thông tin tại hội thảo

Ông Samir Dixit - Giám đốc điều hành Brand Finance tại Việt Nam cho rằng: Để xây dựng và phát huy thương hiệu, trước hết cần đón đầu xu thế, cập nhật xu hướng. Đặc biệt, đầu tư thời gian cho xây dựng thương hiệu cũng công phu như đầu tư cho sản phẩm, cần đổi mới sáng tạo và nghĩ ra những điều người khác chưa từng làm nhằm mang tới những sản phẩm mới lạ cho người tiêu dùng.



Ông

Samir Dixit - Giám đốc điều hành Brand Finance tại Việt Nam và ông Lại Tiến Mạnh - Giám đốc điều hành Mibrand Việt Nam trao chứng nhận chính thức về thứ hạng, giá trị thương hiệu quốc gia

Ông Lại Tiến Mạnh - Giám đốc điều hành Mibrand Việt Nam chia sẻ: Niềm vui của người làm tư vấn thương hiệu lâu năm là thấy các thương hiệu Việt Nam đang đi đúng hướng theo chuẩn mực quốc tế, thể hiện năng lực cạnh tranh với các đối thủ ở môi trường toàn cầu trong không gian công nghệ. Hội thảo hôm nay mong muốn mang những kiến thức, xu hướng về xây dựng thương hiệu, mới nhất đến các DN trong khu vực, tạo ra mặt bằng về trình độ, quan điểm xây dựng thương hiệu cho DN.

Minh Anh