TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Hai chiến dịch Marketing nổi bật tạo tiếng vang của PNJ trong năm 2023

21:56 13/01/2024

Nhờ chiến lược quảng cáo sáng tạo PNJ được vinh danh tại Giải thưởng Quảng cáo sáng tạo Việt Nam 2023.



Đại diện PNJ nhận giải thưởng Chiến dịch có hoạt động tương tác ấn tượng. Ảnh: Internet

Chiến dịch “Lắc tài lộc – Thần tài 2023” và“Trao nhau khoảnh khắc, ghi dấu một đời”… là hai trong những nỗ lực của đội ngũ marketing tại PNJ nhằm đổi mới sáng tạo, nâng cao chất lượng các hoạt động tiếp thị mang đến trải nghiệm thú vị hơn cho khách hàng.

Với những đổi mới không ngừng đó, PNJ đã được vinh danh tại 2 hạng mục “Chiến dịch có hoạt động tương tác ấn tượng" (Lắc tài lộc – Thần tài 2023) và Đại sứ quảng cáo ấn tượng (Đức Phúc x 911 Valentine) tại Giải thưởng Quảng

cáo sáng tạo Việt Nam 2023. Giải thưởng do Bộ VHTTDL và Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam phối hợp tổ chức.

Đây là sự kiện nhằm tôn vinh các nhà quảng cáo truyền thông sáng tạo, được tổ chức trong khuôn khổ các hoạt động xây dựng, quảng bá thương hiệu quốc gia trong Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hoá Việt Nam. Giải thưởng còn nhằm giới thiệu đến xã hội về ý nghĩa, vai trò quan trọng và sự phát triển không ngừng của ngành quảng cáo trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam.

Năm 2023, PNJ đánh dấu nhiều chương trình tiếp thị bán lẻ mang ý tưởng đột phá và tư duy sáng tạo. Đặc biệt, các hoạt động này được thiết kế dựa trên sự thấu hiểu khách hàng, bám sát diễn biến của thị trường và từ đó định hướng hành vi tiêu dùng cho khách hàng.

Sự thành công của "Thử Thách Lắc Tài Lộc" trong mùa Thần Tài 2023 đã chứng tỏ sức nóng với hơn 1,000,000 lượt khách hàng tham gia và nhận lộc khai xuân đầu năm. Với mỗi lượt khách hàng tham gia “Lắc Tài Lộc”, PNJ trích 5.000Đ vào quỹ cho các hoạt động thiện nguyện, tương đương hơn 5,000,000,000 đồng được trích và đóng góp cho mùa Thần Tài 2023.

Ngay sau đó, PNJ tiếp tục mang đến chiến dịch “Trao nhau khoảnh khắc, ghi dấu một đời với sự tham gia của đại sứ - ca sĩ Đức Phúc. Với thông điệp chủ đạo ý nghĩa, rõ nét, tôn vinh giá trị của khoảnh khắc cầu hôn, MV “Em đồng ý” đã giúp thương hiệu “chiếm sóng” trong dịp Valentine 2023. Đây cũng là một sự mở màn ghi dấu ấn đậm nét trong lòng khách hàng, tạo tiền đề cho các chiến dịch mùa cưới thành công vang dội trong năm 2023 của PNJ.



Giải thưởng Đại sứ Quảng cáo ấn tượng nhất thuộc về Nghệ sĩ Đức Phúc với chiến dịch "Trao nhau khoảnh khắc, ghi dấu một đời" của PNJ

Trước đó, PNJ cũng đã vinh dự là nhà bán lẻ Việt Nam duy nhất được vinh danh tại hạng mục "Marketing Initiative of the Year 2023" (Sáng kiến tiếp thị bán lẻ của năm 2023) do tạp chí Retail Asia bình chọn; 2 lần liên tiếp xuất sắc được nhận giải thưởng Best Retail Marketing tại The Marketing Event Awards khu vực Châu Á Thái Bình Dương, giải thưởng Instant Impact/ Promotion tại MMA Smarties Việt Nam 2023 và giải Vàng tại sự kiện Quan hệ công chúng xuất sắc ASEAN 2023,...

Các giải thưởng này, một lần nữa khẳng định những hoạt động tiếp thị bán lẻ PNJ đã có tác động trực tiếp và tức thời đến kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. PNJ liên tục duy trì được số khách hàng hiện hữu và tăng trưởng số lượng khách hàng mới.

Báo cáo kinh doanh PNJ tháng 11/2023, công ty ghi nhận doanh thu thuần đạt 3.111 tỷ đồng (tăng 22,8% so với cùng kỳ) và lợi nhuận sau thuế đạt 199 tỷ đồng (tăng 30,6% so với cùng kỳ).

Theo đó, lũy kế 11 tháng năm 2023, doanh thu thuần, lợi nhuận sau thuế PNJ lần lượt đạt 29.495 tỷ đồng và 1.732 tỷ đồng (tăng 5,7% so với cùng kỳ). Báo cáo cũng cho thấy, lũy kế 11 tháng, tăng trưởng của PNJ tập trung phần lớn ở mảng trang sức chiếm 67,5% trong tổng cơ cấu doanh thu lũy kế (bao gồm 58,7% bán lẻ và 8,8% bán sỉ).

Với kết quả trên, công ty đã hoàn thành 89,4% chỉ tiêu lợi nhuận năm 2023 nhờ vào các sáng kiến cải tiến của hệ thống, tạo đà cho PNJ chinh phục kế hoạch lợi nhuận năm. Đây là một kết quả tích cực đối với PNJ trong bối cảnh ngành bán lẻ, đặc biệt là ngành trang sức còn gặp nhiều khó khăn.

Theo tinnhanhchungkhoan.vn