TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Masan mua lại 70% cổ phần Mobicast, tích hợp vào hệ sinh thái tiêu dùng “Point of Life”

15:00 21/09/2021

Ngày 21/09/2021, Công ty TNHH The Sherpa, thành viên của Công ty CP Tập đoàn Masan, HOSE: MSN, đã công bố hoàn tất mua lại 70% cổ phần của Công ty CP Mobicast với tổng giá trị tiền mặt là 295.5 tỷ đồng, bước đầu mở rộng sang lĩnh vực viễn thông.



Mobicast là công ty start-up của Việt Nam ttrong lĩnh vực mạng di động ảo.

Là công ty start-up trong lĩnh vực mạng di động ảo (MVNO), Mobicast sở hữu thương hiệu mạng Reddi tích hợp hoàn chỉnh các dịch vụ viễn thông. Các MVNO như Reddi cung cấp dịch vụ di động nhưng không sở hữu hạ tầng mạng lưới viễn thông. Do đó, MVNO hợp tác với các Nhà khai thác mạng di động truyền thống (MNO) để sử dụng các dịch vụ truyền dẫn dựa trên phổ tần sóng điện từ cùng với cơ sở hạ tầng mạng di động của MNO để cung cấp dịch vụ viễn thông cho người tiêu dùng.

Đây là một mô hình hợp tác win – win: Các MNO được hưởng lợi nhờ công suất sử dụng mạng gia tăng, trong khi đó các MVNO có mô hình kinh doanh tinh gọn nhờ tận dụng hạ tầng mạng truyền dẫn và thu phát sóng đã có sẵn. Trên thế giới, MVNO là mô hình kinh doanh viễn thông rất phổ biến. Ví dụ như tại Anh, gần 20% thị phần trong tổng thị trường di động thuộc về các nhà mạng MVNO.

Masan hiện đang sở hữu các nền tảng tiêu dùng từ các công ty thành viên và liên kết như VinCommerce, Techcombank và Phúc Long. Để phục vụ gần 15 triệu người tiêu dùng am hiểu và thường xuyên sử dụng các dịch vụ số, Masan cần có giải pháp để tích hợp sản phẩm và dịch vụ số vào nền tảng tiêu dùng. Việc mở rộng sang lĩnh vực viễn thông là bước đầu để Masan số hóa hệ sinh thái tiêu dùng "Point of Life" và mang đến trải nghiệm sản phẩm, dịch vụ tích hợp xuyên suốt từ offline đến online. Bằng cách kết hợp với cơ sở dữ liệu khách hàng của Reddi, Masan sẽ xây dựng nền tảng tích hợp xuyên suốt để mang đến giá trị vượt trội cho người tiêu dùng. "Point of Life" là hệ sinh thái tiêu dùng duy nhất phục vụ từ nhu yếu phẩm, dịch vụ tài chính đến dịch vụ số. Đây là những dịch vụ thiết yếu chiếm 80% chi tiêu tiêu dùng của người Việt.

Về phía nhà mạng MVNO, Reddi sẽ được tiếp cận độc quyền đến tập khách hàng của Masan thông qua các điểm bán trực tiếp và trực tuyến trên toàn quốc. Đây là lợi thế giúp Reddi tiết giảm đáng kể chi phí thu hút khách hàng và cho phép công ty dùng khoản tiết kiệm này để tái đầu tư vào phát triển các giải pháp tiêu dùng số độc đáo và nền tảng trải nghiệm khách hàng cho người tiêu dùng Việt Nam, trong đó 44% thuê bao di động vẫn chủ yếu dùng dịch vụ thoại và SMS.

Tổng Giám đốc Masan Group, ông Danny Le cho biết: "Tầm nhìn của Masan là xây dựng nền tảng tích hợp xuyên suốt từ offline đến online nhằm phục vụ các sản phẩm và dịch vụ thiết yếu, có tần suất sử dụng hàng ngày cho 50 triệu người tiêu dùng Việt Nam vào năm 2025. Reddi là mảnh ghép đầu tiên để số hóa 'Point of Life', từng bước tích hợp các sản phẩm và dịch vụ thiết yếu vào một nền tảng duy nhất. Dù chỉ mới ở giai đoạn đầu, 'Point of Life' đã có tất cả các mảng ghép chiến lược cần thiết để thu hút người tiêu dùng với chi phí hiệu quả. Từ đó, giúp người tiêu dùng sử dụng các dịch vụ và sản phẩm với chi phí rẻ hơn so với hiện tại. Đây chính là mục tiêu của chúng tôi khi xây dựng nền tảng này".

PV