

Sắp công bố Top 30 thương hiệu ngân hàng Việt Nam và Hội thảo thương hiệu ngân hàng

06:22 20/04/2024

Ngày 26/4/2024, tại trung tâm sự kiện MRD Place (Thái Hà, Hà Nội), Công ty Cổ phần Mibrand Việt Nam (công ty cung cấp dịch vụ Tư vấn xây dựng thương hiệu và Nghiên cứu thị trường - Mibrand Việt Nam) sẽ tổ chức hội thảo với chủ đề: “Thương hiệu ngành ngân hàng - Các yếu tố để trở nên vượt trội” và vinh danh Top 30 thương hiệu ngân hàng Việt Nam.



Chương trình được tổ chức nhằm cung cấp cái nhìn sâu sắc về cách thức xây dựng thương hiệu trong ngành Tài chính - Ngân hàng, từ phân khúc khách hàng, đến sự đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ, và cuối cùng là xây dựng và củng cố thương hiệu sản phẩm trong lĩnh vực Tài chính - Ngân hàng.

Đồng thời, chương trình sẽ vinh danh các thương hiệu ngân hàng Việt Nam xuất sắc trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu.

Trong sự kiện này, Mibrand tự hào được đón tiếp các diễn giả xuất sắc, có uy tín và giàu kinh nghiệm:

Ông Đỗ Ngọc Sơn - Phó giám đốc Nghiên cứu thị trường Mibrand Việt Nam/Chuyên gia hàng đầu về thị trường và ngành ngân hàng. Ông Sơn sẽ chia sẻ về “The Data Shows - Kết quả Brand Beat Score ngành ngân hàng năm 2023 & các giải pháp tăng trưởng thương hiệu”. Sự

hiểu biết sâu sắc về dữ liệu và kinh nghiệm thực tiễn trong việc xây dựng thương hiệu của ông Sơn hứa hẹn mang đến những thông tin quý báu và chiến lược hiệu quả cho khán giả.

Ông Samir Dixit - Đại diện toàn cầu của Acorn Management Consulting - với hơn 20 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính và công nghệ. Ông Dixit là một chuyên gia hàng đầu về UI/UX trong ngành ngân hàng. Ông sẽ đem đến chia sẻ sâu sắc về “UI/UX CỦA E-BANKING TRONG THỜI ĐẠI MỚI”, giúp khán giả hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của trải nghiệm người dùng trong việc phát triển các dịch vụ ngân hàng trực tuyến.

Ông Đào Trung Thành - là một chuyên gia hàng đầu về trí tuệ nhân tạo (AI) trong ngành tài chính - ngân hàng. Ông Thành sẽ mang đến cho chúng ta cái nhìn chi tiết về “AI TRONG NGÀNH TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC”, giúp khán giả hiểu rõ hơn về tiềm năng và những thách thức mà AI mang lại, cũng như cách các tổ chức có thể tận dụng công nghệ này để nâng cao hiệu suất và cạnh tranh.

Qua sự kiện này, Mibrand Việt Nam mong muốn tạo nên một diễn đàn tích cực và mang lại những kiến thức bổ ích, đồng thời hỗ trợ các ngân hàng hiểu rõ hơn về xu hướng xây dựng thương hiệu và cách áp dụng vào hoạt động kinh doanh để theo kịp tốc độ thay đổi nhanh chóng về nhu cầu và hành vi của khách hàng, từ đó cạnh tranh tốt hơn trong bối cảnh hiện nay.

Bảng xếp hạng Top 30 Thương hiệu ngân hàng được đánh giá khách quan thông qua bộ công cụ “Brand Beat Score” được phát triển độc quyền bởi Mibrand Việt Nam. Trong đó, bộ công cụ Brand Beat Score đánh giá toàn bộ các khía cạnh khác nhau của hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu nhằm giúp các doanh nghiệp đánh giá điểm mạnh/điểm yếu trong thương hiệu của mình, từ đó đưa ra các chiến lược và kế hoạch phát triển thương hiệu hiệu quả, giúp thương hiệu gia tăng sức cạnh tranh, sức khỏe thương hiệu và thúc đẩy giá trị thương hiệu tăng cao.

Mibrand Việt Nam là một thành viên thuộc Media Venture Vietnam - MVV Group, một tập đoàn tư vấn truyền thông hàng đầu Việt Nam. Mibrand Việt Nam cung cấp các giải pháp toàn diện về thương hiệu, từ nghiên cứu, chiến lược định vị thương hiệu, chiến lược phát triển thương hiệu, sáng tạo nhận diện thương hiệu, kế hoạch truyền thông,

xây dựng quy trình khách hàng, quy trình nội bộ và đào tạo phát triển năng lực quản trị thương hiệu. Các khách hàng của Mibrand trải dài trong các lĩnh vực như ngân hàng (BIDV, VP Bank, HD Bank, Indovina Bank, PVcomBank, Vietbank) công nghiệp và viễn thông (MobiFone, PV Gas, Metphone, Saint-Gobain, Vicem, TTC, Thanh Cong Group)...

Mibrand Việt Nam (www.mibrand.vn) mang đến những giải pháp chiến lược và chương trình thực hiện hiệu quả, giúp khách hàng khẳng định vị trí và phát triển lớn mạnh trên thị trường. Mibrand Việt Nam không chỉ là đơn vị tư vấn, mà còn đồng hành với khách hàng trong quá trình tìm kiếm giải pháp kinh doanh hiệu quả, cũng như những tiềm năng thị trường và cơ hội mới cho thương hiệu.

Minh Anh