

Tái bản cuốn sách duy nhất về quy trình xây dựng thương hiệu

21:32 03/06/2017

Ngày 2/6, cuốn sách "10 bước cất cánh thương hiệu" của tác giả Đặng Thanh Vân, đã một lần nữa đến tay độc giả sau lần phát hành đầu tiên rất thành công.



Khách mời chia sẻ tại lễ ra mắt cuốn sách "10 bước cất cánh thương hiệu"

"10 bước cất cánh thương hiệu" là cuốn sách duy nhất hiện nay viết về quy trình xây dựng thương hiệu bài bản. Đúc kết từ quá trình 15 năm tham gia tư vấn và thực hiện triển khai chiến lược thương hiệu cho trên 4.000 doanh nghiệp lớn nhỏ, thuộc mọi lĩnh vực của ThS. Đặng Thanh Vân, cuốn sách đưa ra một quy trình "hoàn hảo" về phương pháp xây dựng thương hiệu bài bản và vững vàng.

Trong lần tái bản thứ 2 này, tác giả thêm chương mở đầu giúp độc giả dễ hình dung hơn về quy trình xây dựng thương hiệu 10 bước, ngoài ra còn có bổ sung,

sửa chữa, thay đổi những case study mới phù hợp hơn. Đặc biệt, một số nội dung hoàn toàn mới, chưa hề được giới thiệu trước đó cũng được tác giả cập nhật và bổ sung.

Chia sẻ trong buổi ra mắt, tác giả Đặng Thanh Vân nhấn mạnh: “Những khách hàng tôi đã từng tư vấn, cũng chính là những người thầy, những tư liệu quý để giúp tôi hoàn thành nên cuốn sách”.

Trong khuôn khổ “10 bước cất cánh thương hiệu”, ThS. Đặng Thanh Vân mong muốn xây dựng một lộ trình chấp cánh thương hiệu rõ ràng và dễ hiểu, dễ tiếp cận với đối tượng chính hướng đến là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, những start-up còn non trẻ - những đơn vị chưa có kinh nghiệm cũng như nguồn chi phí khổng lồ để làm thương hiệu.

Tác giả cũng cho rằng, 10 bước được đề cập trong cuốn sách là 10 bước thiết yếu, không thể lược bỏ đi dù chỉ một bước, để thai nghén và phát triển thương hiệu vững chắc cho doanh nghiệp.

Cũng trong buổi ra mắt sách, ThS. Quang Minh – Chuyên gia tư vấn chiến lược quản trị bày tỏ quan điểm: Doanh nghiệp SMEs chiếm đa số doanh nghiệp Việt Nam (khoảng 90%), song số lượng doanh nghiệp quan tâm đến việc làm thương hiệu còn rất khiêm tốn. Cuốn “10 bước cất cánh thương hiệu” không chỉ là những kinh nghiệm về làm thương hiệu đơn thuần, mà vạch ra chiến lược rõ ràng, cụ thể dưới dạng “cầm tay chỉ việc”.

Với vai trò của một người đã trải nghiệm cuốn sách, anh Nguyễn Đức Dũng, CEO Công ty mỹ phẩm Thiên An cho rằng, nghiên cứu kỹ “10 bước cất cánh thương hiệu” trước khi bắt tay chấp cánh cho thương hiệu của mình là bước đà chuẩn bị rất hữu ích. Anh ví như việc xây nhà, xây được 7 tầng trên cao có thể chỉ mất vài tháng, nhưng việc đặt một nền móng vững chắc cho ngôi nhà cao có thể cần đến hàng năm.

Anh Dũng cũng thẳng thắn nhận định, việc xây dựng thương hiệu ở Việt Nam vẫn còn là “bản năng”, “làm theo nhu cầu” mà chưa có bài bản, ai cũng hiểu phải làm nhưng làm thế nào, bắt đầu từ đâu thì vẫn còn chưa trả lời được. Vì vậy, anh đánh giá cao giá trị của cuốn sách “10 bước cất cánh thương hiệu” nằm ở việc “mở ra tư duy làm marketing chuyên nghiệp và có những case study giúp các doanh nghiệp soi chiếu lại theo hoàn cảnh của mình”.

Cũng trong buổi tọa đàm, các khách mời, cũng chính là những độc giả thân thiết của cuốn sách đã có những chia sẻ rất thú vị về “10 bước cất cánh thương hiệu”.

Anh Nguyễn Mạnh Linh, CEO trường đào tạo Litado, nhận xét cuốn sách là “một bông hoa đẹp trong kho tàng sách” vì không chỉ có kiến thức hữu ích, khách quan mà chứa đựng cả quan điểm riêng của chính tác giả. Cuốn sách đã tổng hợp và hệ thống hóa kiến thức một cách khoa học, rõ ràng, dễ hiểu với cả những người lần đầu tìm hiểu về thương hiệu.

Chị Nguyễn Lệ Thủy, nguyên PGĐ Công ty cổ phần Alphabook, CEO công ty CP Lika, đã không giấu nổi xúc động khi kể về lần đầu đọc cuốn sách, thấy được sự thấu hiểu tâm tư của tác giả dành cho những doanh nghiệp nhỏ đi lên từ “bàn tay trắng, khối óc và con tim”. Chị khẳng định “10 bước cất cánh thương hiệu” là cuốn sách hữu ích nhất về thương hiệu cho doanh nghiệp.

Với sự thành công của lễ ra mắt sách, “10 bước cất cánh thương hiệu” hứa hẹn gây dựng tiếng vang lớn, sâu rộng hơn trong lần tái bản 2017.

PV