TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

TOP 10 thương hiệu mạnh Việt Nam 2024 - Bài 2: Viettel đã xây dựng thương hiệu như thế nào?

14:51 11/07/2025

Với chủ đề "Tiên phong đầu tư xanh", Chương trình Thương hiệu mạnh Việt Nam năm 2024 đã khảo sát, bình xét, công bố và vinh danh TOP 10 thương hiệu mạnh Việt Nam 2024. Đó là những doanh nghiệp có thành tích nổi bật trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, thương mại và dịch vụ, hướng tới tăng trưởng xanh và phát triển bền vững.

Bài 2: **Viettel đã xây dựng thương hiệu như thế nào?**

Tập đoàn Công nghiệp - Viễn thông quân đội (Viettel) đã xây dựng thương hiệu của mình, thông qua việc tập trung vào chất lượng dịch vụ, đổi mới công nghệ và mở rộng thị trường, đồng thời thực hiện tái định vị thương hiệu để phù hợp với sứ mệnh mới và tăng trưởng dài hạn...



Tập đoàn Công nghiệp - Viễn thông quân đội

Theo đó, Tập đoàn Công nghiệp - Viễn thông quân đội đã xây dựng thương hiệu mạnh mẽ như sau: Tập trung vào chất lượng dịch vụ và đổi mới công nghệ; mở rộng thị trường và vươn ra quốc tế; tái định vị thương hiệu; xây dựng lòng tin và sự yêu mến của khách hàng.

Tập trung vào chất lượng dịch vụ và đổi mới công nghệ

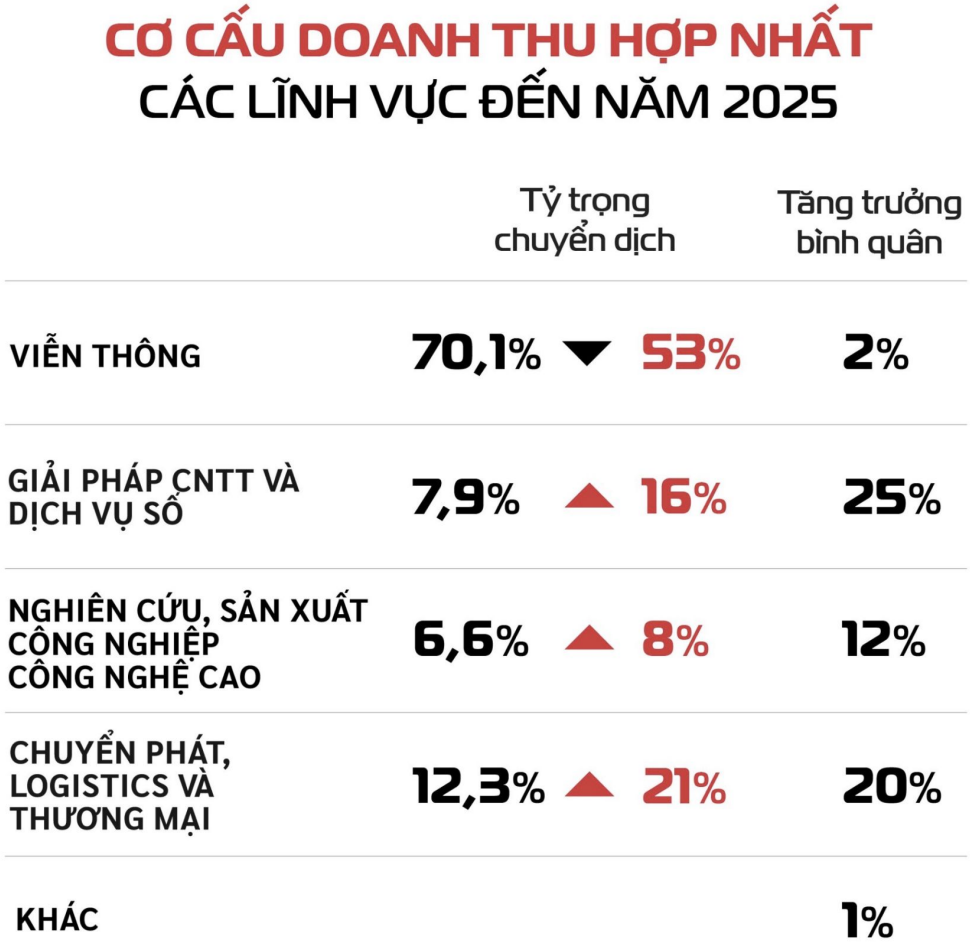
Viettel luôn nỗ lực cải thiện chất lượng dịch vụ viễn thông, từ mạng lưới, tốc độ truyền dẫn đến các dịch vụ giá trị gia tăng. Họ là một trong những nhà mạng tiên phong trong việc triển khai các công nghệ mới như 5G, 4G, các dịch vụ số hóa.



Viettel cũng đầu tư mạnh vào nghiên cứu và phát triển, tạo ra các sản phẩm, dịch vụ độc đáo và đáp ứng nhu cầu của thị trường. Viettel đang tập trung xây dựng một tập đoàn công nghệ toàn cầu, chú trọng vào chất lượng dịch vụ và đổi mới công nghệ. Họ đã và đang tiên phong áp dụng các công nghệ mới như 5G, đồng thời mở rộng sang các lĩnh vực như giải pháp công nghệ thông tin, sản xuất công nghiệp công nghệ cao, và chuyển phát logistics.

Viettel luôn đặt chất lượng dịch vụ lên hàng đầu để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Viettel tiên phong áp dụng các công nghệ mới, đặc biệt là 5G, để tối ưu hóa chi phí và nâng cao hiệu quả hoạt động.



Tập đoàn phát triển sang các lĩnh vực như giải pháp công nghệ thông tin, sản xuất công nghiệp công nghệ cao, chuyển phát logistics để trở thành tập đoàn công nghệ toàn cầu.

Viettel xây dựng cơ sở hạ tầng hiện đại, tập trung vào nghiên cứu và sản xuất các sản phẩm công nghệ cao, bao gồm cả sản phẩm lưỡng dụng; tập trung vào các dịch vụ bưu chính, tài chính bưu chính, trung gian thanh toán, tạo ra một hệ sinh thái số toàn diện.

Với những nỗ lực đó, Viettel đặt mục tiêu trở thành một tập đoàn công nghệ hàng đầu, không chỉ ở Việt Nam, mà còn trên trường quốc tế.



Tập đoàn Công nghiệp - Viễn thông quân đội đạt doanh thu hợp nhất năm 2024 là 190.000 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế 51.000 tỷ đồng, hoàn thành 111% kế hoạch, tăng trưởng 11,3% so 2023

Mở rộng thị trường và vươn ra quốc tế

Viettel đã mở rộng hoạt động kinh doanh ra nhiều quốc gia trên thế giới, nhất là các thị trường đang phát triển. Việc mở rộng này, không chỉ mang lại doanh thu, mà còn giúp nâng cao uy tín và vị thế của thương hiệu trên trường quốc tế.

Viettel đã mở rộng thị trường và vươn ra quốc tế thành công, trở thành một trong những doanh nghiệp Việt Nam có dấu ấn trên bản đồ viễn thông toàn cầu.



Tập đoàn Viettel và Tập đoàn KT (Hàn Quốc) hợp tác chiến lược thúc đẩy trí tuệ nhân tạo và chuyển đổi số tại Việt Nam (Ảnh: Viettel)

Viettel đặt mục tiêu trở thành một tập đoàn công nghệ toàn cầu, đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển của nền kinh tế số Việt Nam và thế giới.

Nổi bật trong số đó, phải kể đến Viettel đã triển khai chiến lược "Go Global" từ sớm (bắt đầu từ năm 2006), đạt được nhiều thành tựu đáng kể.

Viettel Global - đơn vị phụ trách đầu tư ra nước ngoài: Đã có mặt tại 10 quốc gia trên 3 châu lục (Á, châu Phi, và châu Mỹ), phục vụ 90 triệu khách hàng.

Viettel Construction: Đã có mặt tại 10 quốc gia, với thế mạnh trong lĩnh vực xây lắp và vận hành khai thác mạng viễn thông.



Viettel Customer Service: Cung cấp dịch vụ khách hàng toàn trình, với hơn 20 năm kinh nghiệm, phục vụ hơn 120 triệu khách hàng.

Viettel sản xuất cáp quang: Đã mở rộng thị trường xuất khẩu cáp quang sang Bắc Mỹ và châu Âu.

Viettel hợp tác với ABE và 3 Points Aviation: Đây là các đối tác uy tín trong lĩnh vực hàng không vũ trụ, để tham gia phát triển mạng lưới cung ứng sản phẩm hàng không vũ trụ.

Việc đầu tư ra nước ngoài, không chỉ mang lại hiệu quả kinh tế, mà còn góp phần thúc đẩy ngoại giao văn hóa, đối ngoại quốc phòng, quảng bá hình ảnh Việt Nam ra thế giới.



Viettel không chỉ tập trung vào viễn thông, mà còn mở rộng sang các lĩnh vực công nghệ số, kinh tế số, xã hội số, góp phần kiến tạo xã hội số tại các thị trường quốc tế.

Viettel luôn chú trọng đến việc xây dựng hình ảnh một doanh nghiệp có trách nhiệm với xã hội, đóng góp vào sự phát triển của các thị trường mà họ hoạt động.

Tái định vị thương hiệu

Viettel đã thực hiện tái định vị thương hiệu vào các năm 2004 và 2020, thể hiện sự thay đổi trong chiến lược kinh doanh và tầm nhìn của tập đoàn. Viettel đã thực hiện tái định vị thương hiệu, thay đổi bộ nhận diện và slogan.

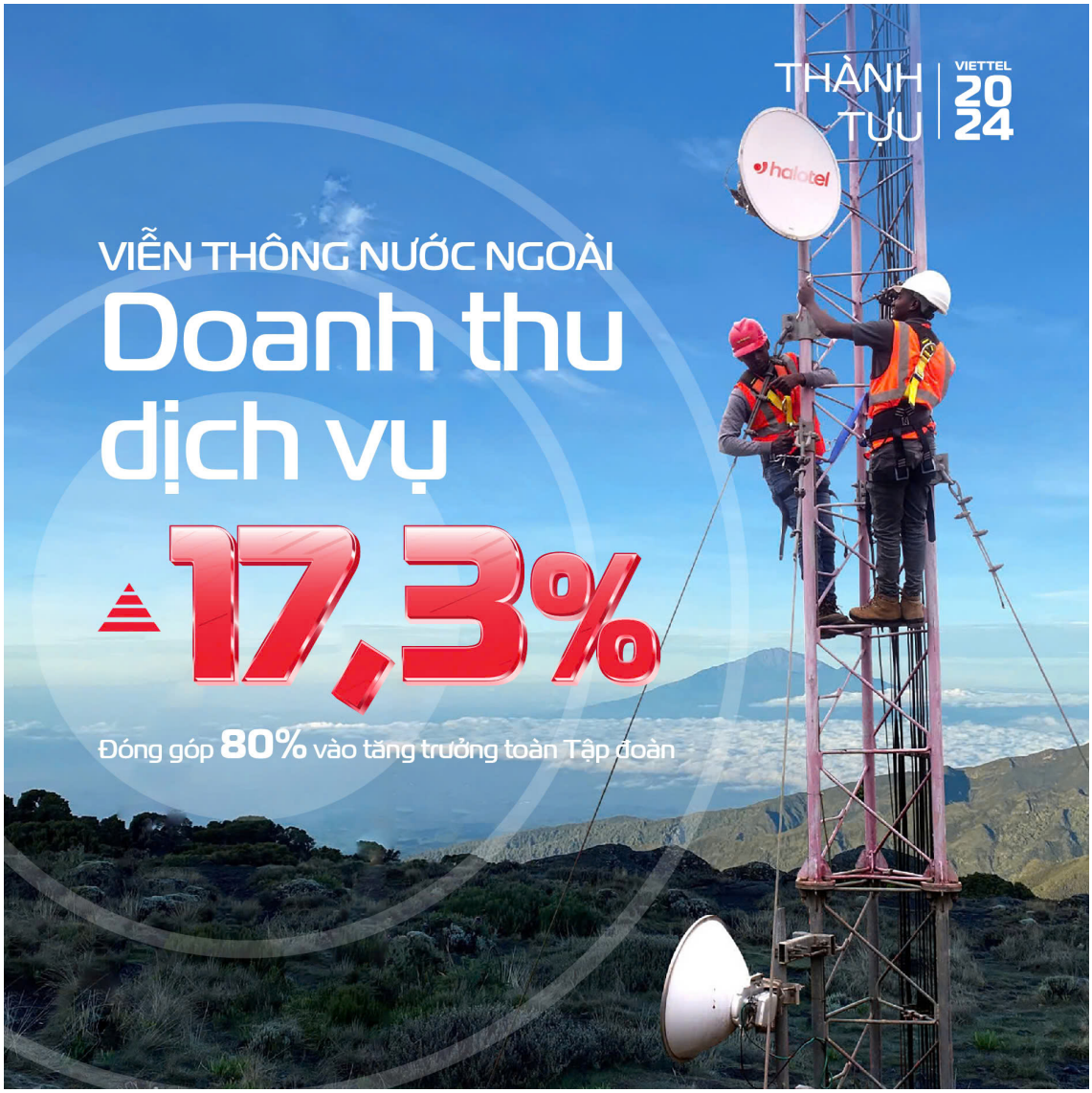


Việc tái định vị thương hiệu, giúp Viettel chuyển mình từ một nhà cung cấp dịch vụ viễn thông truyền thống sang một nhà cung cấp dịch vụ số, hướng tới việc kiến tạo xã hội số.

Lần tái định vị này, đánh dấu bước ngoặt quan trọng trong chiến lược phát triển của Viettel, hướng tới việc "Tiên phong kiến tạo xã hội số".

Thay đổi logo và slogan: Viettel đã thay đổi logo truyền thống màu xanh lá cây sang màu đỏ và slogan "Hãy nói theo cách của bạn" được rút gọn thành "Theo cách của bạn".

Sứ mệnh mới: Viettel chuyển từ sứ mệnh "Phổ cập dịch vụ viễn thông" sang "Tiên phong kiến tạo xã hội số".



Chuyển đổi từ nhà cung cấp dịch vụ viễn thông, sang nhà cung cấp dịch vụ số: Viettel không chỉ cung cấp dịch vụ viễn thông, mà còn tập trung vào các dịch vụ số, công nghệ số, xây dựng nền tảng cho xã hội số.

Lý do tái định vị là bởi, Viettel nhận thấy sự thay đổi lớn trong chiến lược phát triển, hướng tới kỷ nguyên số, do đó cần thay đổi để phù hợp với tầm nhìn và sứ mệnh mới.

Có thể nói, việc tái định vị thương hiệu của Viettel - là một phần trong chiến lược chuyển đổi số, khẳng định cam kết của tập đoàn trong việc tiên phong xây dựng một xã hội số tại Việt Nam.



Không ngừng đổi mới sáng tạo

Viettel đã xây dựng đổi mới sáng tạo bằng cách thúc đẩy văn hóa đổi mới trong toàn tập đoàn, đặt ra các mục tiêu thách thức, chia nhỏ công việc và khuyến khích sự sáng tạo từ mỗi cá nhân.

Viettel cũng tập trung vào việc phát triển các sản phẩm, dịch vụ số, công nghệ cao, chuyển đổi số, đồng thời chú trọng đến việc ứng dụng công nghệ hiện đại, mang lại lợi ích cho cả doanh nghiệp và xã hội.

Cụ thể, Viettel đã xây dựng văn hóa đổi mới sáng tạo - coi đổi mới sáng tạo là một phần không thể thiếu trong văn hóa doanh nghiệp, khuyến khích mọi nhân viên đóng góp ý tưởng và giải pháp. Viettel thường xuyên đặt ra những mục tiêu đầy tham vọng, buộc đội ngũ phải tìm kiếm những cách làm mới, đột phá để đạt được.



Viettel tổ chức các nhóm làm việc nhỏ, chuyên biệt để tập trung vào từng mảng, từng dự án, tạo điều kiện cho sự sáng tạo và chuyên môn hóa.

Viettel đã chuyển đổi từ một nhà cung cấp dịch vụ viễn thông truyền thống sang một tập đoàn công nghệ, tập trung vào các lĩnh vực như công nghệ thông tin, an ninh mạng, không gian mạng, tài chính số, truyền thông và giải trí số.

Viettel đã đầu tư mạnh vào nghiên cứu và sản xuất các thiết bị công nghệ cao như hệ thống quản lý vùng trời, radar, máy bay không người lái, đặc biệt là chip 5G đầu tiên tại Việt Nam.

Viettel đã và đang đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy chuyển đổi số, kiến tạo xã hội số và phát triển kinh tế số tại Việt Nam.



Viettel không chỉ tập trung vào lợi nhuận, mà còn quan tâm đến các hoạt động an sinh xã hội, nhất là trong các lĩnh vực giáo dục, y tế và giúp người nghèo thoát nghèo.

Viettel xem đổi mới sáng tạo - không chỉ là mục tiêu kinh doanh, mà còn là con đường để vươn lên vị thế toàn cầu và mang lại sự thịnh vượng cho xã hộ

Xây dựng văn hóa doanh nghiệp

Viettel đã xây dựng văn hóa doanh nghiệp theo hướng lấy con người làm trung tâm, kết hợp giữa truyền thống và hiện đại, đề cao sự sáng tạo và tinh thần trách nhiệm, đặc biệt là tinh thần của người lính, đồng thời hướng đến mục tiêu kiến tạo xã hội số.

Viettel xác định 8 giá trị cốt lõi làm nền tảng cho văn hóa doanh nghiệp, bao gồm: Thực tiễn là tiêu chuẩn kiểm nghiệm chân lý; trưởng thành qua những thách thức và thất bại; sáng tạo là sức sống; thích ứng nhanh là sức mạnh cạnh tranh; tư duy hệ thống; kết hợp đông - tây; truyền thống và cách làm của người

lính; ngôi nhà chung mang tên Viettel.



Văn hóa người lính: Tinh thần và truyền thống của người lính được coi là nền tảng, thể hiện qua tính kiên định, tận tụy, sẵn sàng đối mặt với khó khăn, và tinh thần phục vụ cộng đồng.

Văn hóa số: Viettel đã xây dựng văn hóa số với 5 đặc tính: Sáng tạo (Innovation), Hướng tới khách hàng (customer centric), Linh hoạt (Agility), Văn hóa mở và hợp tác (Open Culture), Tư duy số (Digital-first mindset).

Kết hợp đông - tây: Viettel kết hợp tư duy của cả phương đông và phương tây trong công việc, mang lại sự cẩn trọng, logic và khả năng giải quyết vấn đề hiệu quả.

Sáng tạo là sức sống: Viettel đề cao tinh thần sáng tạo, khuyến khích nhân viên đưa ra ý tưởng mới và xây dựng môi trường làm việc truyền cảm hứng.

Trách nhiệm xã hội: Viettel luôn đặt trách nhiệm xã hội lên hàng đầu, coi kinh doanh gắn liền với trách nhiệm với cộng đồng và xã hội.



Môi trường làm việc: Viettel xây dựng môi trường làm việc thân thiện, khuyến khích sự hợp tác, chia sẻ và phát triển cá nhân, tạo nên một "ngôi nhà chung" cho người Viettel.

Viettel đã biến văn hóa doanh nghiệp thành một lợi thế cạnh tranh, giúp doanh nghiệp phát triển bền vững và đóng góp vào sự phát triển của xã hội.

Xây dựng lòng tin và sự yêu mến của khách hàng

Viettel luôn đặt khách hàng làm trung tâm, lắng nghe ý kiến phản hồi và nỗ lực đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Họ xây dựng các chương trình chăm sóc khách hàng chu đáo, tạo ra sự gắn bó và lòng trung thành của khách hàng.



Viettel cũng tích cực tham gia các hoạt động xã hội, góp phần xây dựng cộng đồng, từ đó tạo dựng hình ảnh một doanh nghiệp có trách nhiệm và được yêu mến.

Viettel đã và đang xây dựng lòng tin và sự yêu mến của khách hàng, thông qua việc tập trung vào chất lượng dịch vụ, nhất là dịch vụ Internet và thái độ phục vụ chuyên nghiệp, thân thiện.

Tập đoàn đã đầu tư mạnh mẽ vào hạ tầng mạng lưới, phủ sóng rộng khắp cả nước, bao gồm cả những khu vực khó khăn, được đánh giá cao về tốc độ và độ ổn định của internet. Bên cạnh đó, Viettel chú trọng đến việc lắng nghe và đáp ứng nhu cầu của khách hàng, từ đó tạo dựng mối quan hệ tốt đẹp và sự gắn bó lâu dài.

Cụ thể, Viettel đã triển khai thực hiện:

Đầu tư vào hạ tầng mạng lưới 4G rộng nhất Việt Nam, với 42.000 trạm phát sóng, độ phủ 97% dân số; cung cấp dịch vụ Internet chất lượng, tốc độ truy cập

ổn định, được khách hàng đánh giá cao;

Xây dựng đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, thân thiện, được đào tạo để lấy khách hàng làm trung tâm, mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng;

Tăng cường tương tác và lắng nghe khách hàng, luôn nỗ lực để hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của khách hàng, từ đó đưa ra những giải pháp phù hợp.



Viettel hiện có 85% khách hàng sẵn sàng giới thiệu dịch vụ của mình cho người thân, bạn bè.

Nhờ những nỗ lực trên, Viettel đã trở thành một trong những thương hiệu viễn thông giá trị nhất Việt Nam và Đông Nam Á, được đánh giá cao về sức mạnh thương hiệu và có vị thế vững chắc trên thị trường...

Chương trình Thương hiệu mạnh Việt Nam năm 2024, vinh danh TOP 10 thương hiệu mạnh Việt Nam 2024, bao gồm: Tập đoàn Công nghiệp - Năng lượng quốc gia Việt Nam (PVN); Tập đoàn Công nghiệp - Viễn

thông quân đội (Viettel); Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank); Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV); Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam (Vietinbank); Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank); Tập đoàn Vingroup; Công ty CP Sữa Việt Nam (Vinamilk); Công ty CP FPT; Công ty CP Tập đoàn Mặt Trời - Sun Group.

Các tiêu chí bình xét năm 2024, tập trung vào các chiến lược, chương trình hành động và kết quả hoạt động của doanh nghiệp đạt được, thể hiện rõ quá trình: Chuyển đổi số; chuyển đổi xanh, phát triển mô hình sản xuất theo hướng tiết kiệm năng lượng, ưu tiên sử dụng năng lượng sạch; bảo vệ thương hiệu; chú trọng phát huy chính sách hướng tới người lao động và trách nhiệm xã hội cho cộng đồng.

Thủy Hương