TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

TOP 10 thương hiệu mạnh Việt Nam 2024 - Bài 4: BIDV đã xây dựng thương hiệu như thế nào?

15:55 15/07/2025

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 4: **BIDV đã xây dựng thương hiệu như thế nào?**

Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) đã xây dựng thương hiệu mạnh mẽ, thông qua việc tập trung vào uy tín, truyền thông hiệu quả và các hoạt động cộng đồng. BIDV không ngừng củng cố hình ảnh một định chế tài chính quốc gia, đáng tin cậy và hiện đại, đồng thời khẳng định vai trò đồng hành, chia sẻ cơ hội và hợp tác thành công cùng khách hàng.



***Trụ sở chính (cũ) BIDV** tại Tháp BIDV, Số 194 Trần Quang Khải, phường Lý Thái Tổ, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội*

Xây dựng hình ảnh thương hiệu uy tín

Trước hết, BIDV không ngừng nỗ lực xây dựng hình ảnh thương hiệu uy tín, chuyên nghiệp và thân thiện; tập trung xây dựng uy, tín thông qua việc cung cấp dịch vụ chất lượng cao, phát triển đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, tham gia tích cực vào các hoạt động cộng đồng, đồng thời tuân thủ các quy định và chuẩn mực quốc tế.



Với những sáng tạo và tiện ích vượt trội, "Giải pháp chuyển đổi thẻ Từ sang thẻ Chip trực tuyến trên ứng dụng BIDV SmartBanking" - đã được trao Giải thưởng Chuyển đổi số Việt Nam 2022 cho hạng mục "Sản phẩm, giải pháp, công nghệ số tiêu biểu"

BIDV chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ dành cho khách hàng cao cấp (Private Banking), với các sản phẩm và dịch vụ chuyên biệt, đáp ứng nhu cầu đa dạng của phân khúc khách hàng này; đầu tư vào đào tạo và phát triển đội ngũ nhân sự, xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp và thu hút nhân tài, được minh chứng qua các giải thưởng như "Nơi làm việc tốt nhất châu Á"...

BIDV tích cực tham gia vào việc xây dựng các quy định, chính sách trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng, đảm bảo tuân thủ các quy định của pháp luật và các chuẩn mực quốc tế; tham gia tích cực vào các hoạt động xã hội, tài trợ cho các

dự án cộng đồng, góp phần vào sự phát triển bền vững của đất nước, từ đó củng cố uy tín và hình ảnh của ngân hàng.



Giải thưởng được trao cho Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) trong khuôn khổ "Lễ Công bố doanh nghiệp bền vững tại Việt Nam năm 2024 - CSI 2024", được tổ chức ngày 29/11/2024 tại TP. Hà Nội

BIDV duy trì sự minh bạch trong hoạt động, công khai thông tin về tình hình tài chính, hoạt động kinh doanh, đồng thời thực hiện trách nhiệm với khách hàng, cổ đông và cộng đồng.

Nhờ đó, BIDV được các tổ chức tài chính quốc tế đánh giá cao, được vinh danh là một trong những ngân hàng hàng đầu trong khu vực, góp phần nâng cao vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Chiến lược truyền thông đa kênh

BIDV sử dụng kết hợp các kênh truyền thống (TV, báo chí) và digital marketing (Facebook, TikTok Ads, Google Ads) để gia tăng độ phủ sóng thương hiệu.



BIDV đã xây dựng chiến lược truyền thông đa kênh bằng cách kết hợp các phương tiện truyền thống và hiện đại, bao gồm cả truyền hình, báo chí, mạng xã hội và hợp tác với các đối tác chiến lược. Họ sử dụng các kênh này để tiếp cận và tương tác với khách hàng, đồng thời triển khai các chương trình khuyến mãi và nội dung marketing sáng tạo.

Chiến lược truyền thông đa kênh của BIDV, bao gồm:

BIDV sử dụng quảng cáo trên truyền hình để tiếp cận đối tượng khách hàng rộng lớn, nhất là những người chưa quen với các kênh trực tuyến; báo chí in và báo điện tử, được sử dụng để đưa tin về các sản phẩm, dịch vụ và sự kiện của BIDV, đồng thời xây dựng uy tín và hình ảnh thương hiệu;

Tận dụng các nền tảng mạng xã hội như Facebook, YouTube, Zalo... để tương tác trực tiếp với khách hàng, chia sẻ thông tin, tổ chức các mini game và cuộc thi, từ đó tăng cường mức độ nhận diện thương hiệu;



BIDV sử dụng quảng cáo trên truyền hình để tiếp cận đối tượng khách hàng rộng lớn

Cung cấp các kênh trực tuyến như website và ứng dụng BIDV SmartBanking để khách hàng có thể thực hiện các giao dịch, tra cứu thông tin và nhận hỗ trợ;

Hợp tác với các công ty fintech, các doanh nghiệp lớn và các tổ chức khác để mở rộng kênh phân phối, tiếp cận khách hàng tiềm năng và cung cấp các dịch vụ tích hợp.

Tổ chức các sự kiện, hội thảo, tài trợ cho các hoạt động văn hóa, thể thao để tăng cường sự hiện diện và gắn kết với cộng đồng; hợp tác với những người có ảnh hưởng trên mạng xã hội (KOLs và Influencers) để quảng bá sản phẩm, dịch vụ và tăng cường sự lan tỏa thông tin.



BIDV duy trì sự minh bạch trong hoạt động, công khai thông tin về tình hình tài chính, hoạt động kinh doanh

BIDV sáng tạo các nội dung marketing đa dạng, hấp dẫn và phù hợp với từng kênh truyền thông, bao gồm video, hình ảnh, bài viết, infographic... Cùng với đó, BIDV thường xuyên triển khai các chương trình khuyến mãi, ưu đãi hấp dẫn để thu hút khách hàng và thúc đẩy giao dịch.

Mục tiêu của chiến lược truyền thông đa kênh nhằm: Tăng cường nhận diện thương hiệu, giúp khách hàng biết đến và ghi nhớ thương hiệu BIDV; thu hút khách hàng mới, mở rộng tệp khách hàng tiềm năng, thông qua các kênh

truyền thông khác nhau; gia tăng lòng trung thành của khách hàng, giữ chân khách hàng hiện tại bằng cách cung cấp dịch vụ tốt và các chương trình ưu đãi hấp dẫn; thúc đẩy giao dịch, tăng doanh số bán hàng và thị phần, thông qua các chương trình khuyến mãi và hoạt động marketing.



Bằng cách kết hợp hiệu quả các kênh truyền thông đa dạng và các hoạt động marketing sáng tạo, BIDV đã xây dựng được một chiến lược truyền thông mạnh mẽ, giúp họ đạt được các mục tiêu kinh doanh và củng cố vị thế trên thị trường

Thực hiện nhiều hoạt động cộng đồng

BIDV đã và đang tích cực thực hiện nhiều hoạt động cộng đồng, thể hiện vai trò của một ngân hàng thương mại nhà nước trong việc đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Theo đó, BIDV tài trợ xây dựng các nhà cộng đồng tránh lũ, tại các địa phương thường xuyên chịu ảnh hưởng của thiên tai, lũ lụt. Các công trình này, không chỉ là nơi sinh hoạt cộng đồng, mà còn là nơi trú ẩn an toàn cho người dân khi có thiên tai xảy ra.



BIDV đã triển khai nhiều hoạt động để hiện thực hóa chiến lược chuyển đổi số

BIDV đã dành hàng trăm tỷ đồng để xây dựng hàng chục nghìn ngôi nhà cho người nghèo trên cả nước, giúp họ có được chỗ ở ổn định, an toàn, từ đó có thể an tâm lao động sản xuất, phát triển kinh tế; tham gia tài trợ cho nhiều chương

trình an sinh xã hội như chương trình “Đồng hành cùng ngành y, chung tay vượt đại dịch”, chương trình “Tết ấm cho người nghèo”, chương trình “Cho cuộc sống xanh”.

BIDV tích cực tham gia vào công cuộc xóa đói giảm nghèo, góp phần vào việc phát triển kinh tế - xã hội các địa phương; nhiều hoạt động hỗ trợ cộng đồng vượt qua khó khăn, đặc biệt là trong giai đoạn dịch bệnh Covid-19 như giảm lãi suất cho vay, ủng hộ các quỹ phòng chống dịch bệnh, tặng khẩu trang, dung dịch sát khuẩn, suất ăn cho cán bộ y tế tuyến đầu.

BIDV còn có các chương trình như giải chạy thiện nguyện online trên ứng dụng BIDVRUN để vận động cán bộ, nhân viên, người lao động và khách hàng, công chúng cùng chung tay thực hiện các hoạt động vì cộng đồng.



BIDV đã dành hàng trăm tỷ đồng để xây dựng hàng chục nghìn ngôi nhà cho người nghèo trên cả nước

BIDV tích cực tham gia vào các hoạt động bảo vệ môi trường như chương trình “BIDV Green Mission - ;àm sạch biển”, trồng cây xanh, hỗ trợ khắc phục hạn mặn.

BIDV đã và đang khẳng định vai trò của một ngân hàng thương mại nhà nước - tiên phong trong hoạt động vì cộng đồng, góp phần vào sự phát triển bền vững của đất nước

Slogan “Chia sẻ cơ hội, hợp tác thành công”

Slogan “Chia sẻ cơ hội, hợp tác thành công” của BIDV, được xây dựng dựa trên tôn chỉ và định hướng phát triển của ngân hàng, nhấn mạnh vào việc hợp tác, chia sẻ lợi ích với khách hàng để cùng nhau đạt được thành công.



Cụ thể, quá trình xây dựng slogan này diễn ra như sau.

Nghiên cứu và xác định giá trị cốt lõi: BIDV đã xác định rõ mục tiêu trở thành một ngân hàng mang tính hợp tác, chia sẻ, đồng hành cùng khách hàng trong quá trình phát triển.

Xác định thông điệp chính: Slogan “Chia sẻ cơ hội, hợp tác thành công” được lựa chọn để truyền tải thông điệp về sự đồng hành, chia sẻ lợi ích giữa BIDV và khách hàng, tạo ra mối quan hệ win-win.

Công bố và triển khai: Slogan này, được công bố chính thức tại hội nghị khách hàng quốc tế vào năm 2006 và được triển khai rộng rãi trong các hoạt động của BIDV, từ đó trở thành một phần không thể thiếu trong nhận diện thương hiệu của ngân hàng.



Slogan đó, không chỉ là một câu nói, mà nó còn thể hiện cam kết của BIDV trong việc xây dựng một mối quan hệ đối tác bền vững, cùng khách hàng chia sẻ cơ hội và hướng tới thành công chung.

Xây dựng nhận diện thương hiệu mới

BIDV đã xây dựng nhận diện thương hiệu mới, thông qua việc thay đổi logo, màu sắc chủ đạo và các yếu tố thiết kế khác, nhằm mục tiêu hiện đại hóa hình ảnh và nâng cao giá trị thương hiệu. Quá trình này, diễn ra theo lộ trình đến năm 2025 và được thực hiện dần dần để đảm bảo hiệu quả và tiết kiệm.

Dưới đây là các yếu tố chính trong quá trình xây dựng nhận diện thương hiệu mới của BIDV:

Logo mới của BIDV, được thiết kế tinh tế, mềm mại và uyển chuyển hơn, với chữ “V” cách điệu từ góc cánh sao, kết hợp cùng hình ảnh ngôi sao và hoa mai;

Màu xanh ngọc lục bảo, được chọn làm màu sắc chủ đạo, tượng trưng cho sự trường tồn và khát vọng phát triển bền vững của BIDV; màu vàng hoa mai được sử dụng làm màu bổ trợ, mang đến hình ảnh tươi mới, năng động và nhiệt huyết;



BIDV tự hào là định chế tài chính lâu đời nhất trong lĩnh vực tài chính ngân hàng tại Việt Nam, có uy tín và giá trị hàng đầu Việt Nam

Nhận diện thương hiệu mới, được áp dụng rộng rãi trên các sản phẩm, dịch vụ, tài liệu marketing, bảng hiệu, quảng cáo, thẻ và các kênh giao dịch của BIDV, tạo nên sự đồng bộ và chuyên nghiệp.

Việc thay đổi nhận diện thương hiệu đi kèm với chiến lược định vị BIDV - là một ngân hàng năng động, thân thiện, sẵn sàng mang lại tiện ích và lợi ích cho khách hàng, cổ đông, người lao động và cộng đồng xã hội.

Chiến lược chuyển đổi số toàn diện

BIDV đã xây dựng và triển khai chiến lược chuyển đổi số toàn diện, tập trung vào việc số hóa toàn bộ quy trình, từ quản lý nội bộ đến các kênh phân phối, cung ứng, với mục tiêu mang lại trải nghiệm liền mạch cho khách hàng cả online và offline (O2O).



Có thể nói, BIDV đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể trong chuyển đổi số, được thể hiện qua việc triển khai các sản phẩm, dịch vụ số hóa, hệ sinh thái số đa dạng và các giải pháp công nghệ tiên tiến.

Các hoạt động chính của BIDV trong quá trình chuyển đổi số, gồm: i/Số hóa 360 độ; ii/Phát triển hệ sinh thái số; iii/Ứng dụng công nghệ mới; iiii/Cải thiện trải nghiệm khách hàng; iiiii/Phát triển sản phẩm và dịch vụ số; iiiiii/Số hóa hệ thống nội bộ.

Tập trung vào các sản phẩm, dịch vụ chất lượng

BIDV tập trung xây dựng các sản phẩm, dịch vụ chất lượng, thông qua việc đầu tư mạnh mẽ vào chuyển đổi số, phát triển các kênh phân phối hiện đại và nâng cao trải nghiệm khách hàng đa kênh, liền mạch.

Ngân hàng này cũng chú trọng phát triển các sản phẩm, dịch vụ chuyên biệt, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng, nhất là phân khúc khách hàng cao cấp.



BIDV đã ban hành khung quản lý rủi ro môi trường và xã hội

Cụ thể, BIDV đã triển khai:

Xây dựng và phát triển các kênh phân phối hiện đại như Internet Banking, Mobile Banking, SMS Banking, và các kênh tự phục vụ tại quầy giao dịch; tự động hóa quy trình thủ công tại quầy lên các kênh ngân hàng số, giúp khách hàng giao dịch thuận tiện hơn; xây dựng hệ sinh thái sản phẩm số và các tính năng công nghệ cao để mang đến trải nghiệm vượt trội, đa kênh, liền mạch cho khách hàng;

tập trung vào phân khúc khách hàng cao cấp với các dịch vụ như Smart Advisory, Smart Financing, và BIC Smart Care; hợp tác chiến lược với các đối tác uy tín như Edmond de Rothschild để cung cấp dịch vụ tài chính đẳng cấp quốc tế cho khách hàng cao cấp.

Nhờ những nỗ lực này, BIDV đã nhận được nhiều giải thưởng danh giá, khẳng định vị thế là một trong những ngân hàng hàng đầu tại Việt Nam về chuyển đổi số và cung cấp sản phẩm, dịch vụ chất lượng

Xây dựng định vị “Ngân hàng xanh”

BIDV đã xây dựng định vị “Ngân hàng xanh” - thông qua việc tiên phong trong tài trợ tín dụng xanh, phát hành trái phiếu xanh, thực hiện các hoạt động tài chính bền vững, đồng thời nâng cao nhận thức về môi trường và phát triển bền vững trong toàn hệ thống.

BIDV cũng tập trung vào quản lý rủi ro môi trường và xã hội, đồng thời thúc đẩy các hoạt động “Sống xanh” trong nội bộ và cộng đồng.



BIDV đã xây dựng định vị “Ngân hàng xanh”

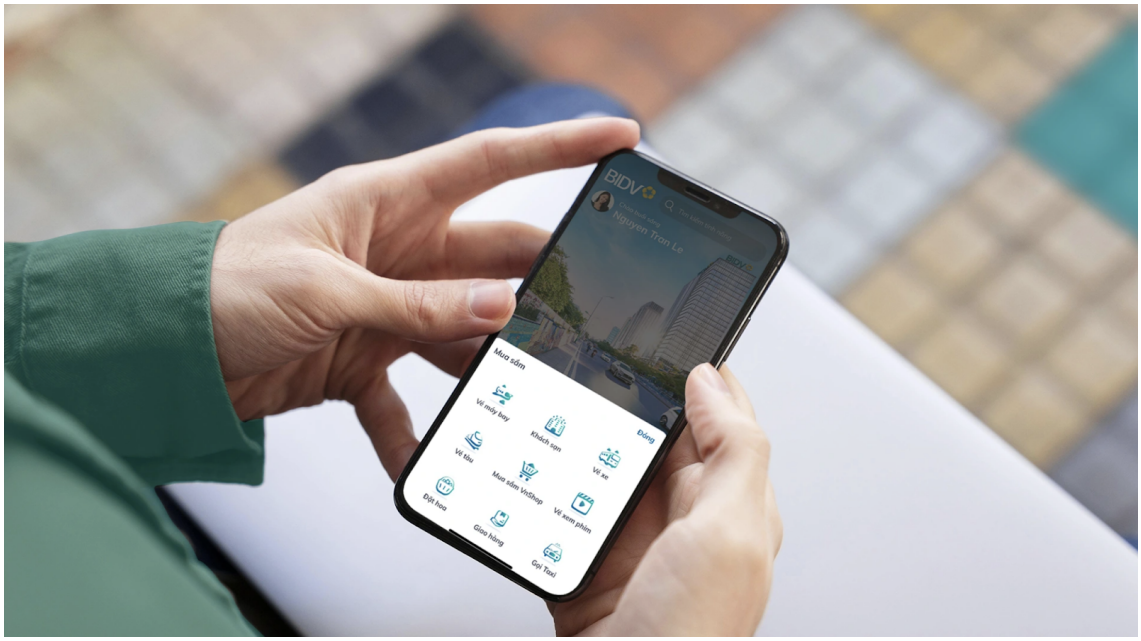
BIDV trở thành một trong những ngân hàng đầu tiên phát hành thành công trái phiếu xanh, tuân thủ các nguyên tắc của ICMA, huy động vốn cho các dự án xanh.

BIDV xác định tài chính bền vững, tài trợ dự án xanh, giảm phát thải - là những nội dung quan trọng trong chiến lược kinh doanh, đồng thời tích hợp các yếu tố môi trường, xã hội và quản trị (ESG) vào hoạt động của ngân hàng.

BIDV đã ban hành khung quản lý rủi ro môi trường và xã hội, yêu cầu khách hàng cam kết tuân thủ các quy định về bảo vệ môi trường và thực hiện các biện pháp giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường; tổ chức các chương trình “Tiêu dùng xanh” và các hoạt động khác nhằm nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường, sử dụng tài nguyên thiên nhiên tiết kiệm và hiệu quả.

BIDV cũng tích cực hỗ trợ khách hàng tiếp cận nguồn vốn xanh, cung cấp thông tin và tư vấn về tài chính bền vững, tạo điều kiện cho doanh nghiệp chuyển đổi sang mô hình kinh doanh xanh; phối hợp với các tổ chức trong và ngoài nước để tạo ra một hệ sinh thái tài chính bền vững, thúc đẩy đầu tư vào các dự án xanh và chuyển giao công nghệ...

Những nỗ lực đó, đã giúp BIDV khẳng định vị thế tiên phong trong lĩnh vực ngân hàng xanh tại Việt Nam, góp phần vào sự phát triển bền vững của đất nước.



Từ ngày 15/7/2025, BIDV ngừng giao dịch đối với tài khoản dài 14 số

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