

“Tư chiến lược thương hiệu đến tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng”

20:48 29/06/2018

Đó là chủ đề của buổi tọa đàm do Công ty CP Thương hiệu và Quản trị Thanhhs tổ chức chiều 29/6 tại Hà Nội - hoạt động nằm trong khuôn khổ chuỗi sự kiện “Cắt cánh thành công” do Công ty chủ trì tổ chức trong năm 2018.

Sự kiện có sự tham gia của các diễn giả: ThS. Đặng Thanh Vân - sáng lập viên và chủ tịch HĐQT Công ty CP Thương hiệu và Quản trị Thanhhs và ông Nguyễn Dương - Chuyên gia trải nghiệm khách hàng, nguyên giám đốc Singtel Việt Nam).

Trải nghiệm khách hàng được hiểu là tập hợp các điểm chạm của khách hàng đối với một thương hiệu, là giá trị mà khách hàng cảm nhận được từ doanh nghiệp. Đây vốn là khái niệm không hề mới với người làm kinh doanh, song tại Việt Nam, cùng với sự phát triển theo hướng ngày càng chuyên nghiệp trong cách làm thương hiệu và cuộc “đổ bộ” của kỷ nguyên 4.0, câu chuyện tối ưu hoá trải nghiệm khách hàng lại được quan tâm hơn bao giờ hết.

Không chỉ dừng lại ở sự nhắc nhở, một chiến lược tối ưu hoá trải nghiệm dựa trên nền tảng chiến lược thương hiệu bài bản còn tạo cho doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ lợi thế cạnh tranh vượt trội. Trong bối cảnh mà mọi khác biệt lý tính dần trở nên bão hoà hay dễ bị sao chép, chính đó nhiều khi lại trở thành điểm khác biệt hoá duy nhất.

Sự phát triển không thể đảo ngược của tiến trình “Blockchain hoá”, của kỷ nguyên 4.0 sẽ dẫn đến những thay đổi chóng mặt nào? Và với quyền lực của khách hàng trong thời đại “vạn vật kết nối”, (Internet of Things - IOT), thương hiệu sẽ phải chuẩn bị những gì để đối diện với làn sóng này?



ThS. Đặng Thanh Vân - sáng lập viên và chủ tịch HĐQT Công ty CP Thương hiệu và Quản trị Thanh's chia sẻ tại tọa đàm

Theo bà Đặng Thanh Vân, doanh nghiệp Việt, nhất là doanh nghiệp vừa và nhỏ hiện đang rất yếu về đổi mới và phát triển, về nhân sự chất lượng cao và hạn chế trong việc hiểu về hành trình trải nghiệm của khách hàng. Trong thời đại “vạn vật kết nối”, các thương hiệu phải trở thành những hạt nhân kết nối. Các trang mạng xã hội không còn là một kênh quảng cáo mà là đời sống, doanh nghiệp cần phải có sản phẩm tốt, mang lại lợi ích cho cộng đồng. Marketing 4.0 dựa vào công nghệ IOT, tập trung vào sự tương tác giữa con người với con người, làm thế nào để tạo ra sự tương tác với tất cả mọi người - áp lực vô cùng lớn đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Doanh nghiệp cần phải nghiên cứu xem khách hàng cần gì để giúp họ. Khách hàng trực tiếp kết nối để tìm hiểu cho đến ủng hộ và yêu mến một thương hiệu. Doanh nghiệp có thể xây dựng một thương hiệu hấp dẫn - marketing tập trung vào con người, thương hiệu gây tò mò - marketing tập trung vào các bài viết nội dung, thương hiệu tương tác, thương hiệu gần gũi...

Về tối ưu trải nghiệm khách hàng, ông Nguyễn Dương đưa ra 6 yếu tố cốt lõi: lấy khách hàng là trung tâm, trải nghiệm khách hàng - trả lời câu hỏi tập trung vào trải nghiệm nào, công cụ trải nghiệm khách hàng, thiết kế trải nghiệm, đo lường trải nghiệm khách hàng, quản trị vận hành. Sự thấu hiểu và tình yêu đối

với khách hàng làm cho doanh nghiệp này khác biệt doanh nghiệp khác. Bản chất cách mạng công nghiệp 4.0, nói đến cách làm có 3 từ: Tự động hóa - số hóa - di động hóa bằng các công nghệ.

Với 18 năm đồng hành cùng cộng đồng doanh nghiệp vừa và nhỏ, Thanhhs thấu hiểu những vấn đề mà doanh nghiệp đang gặp phải. Chuỗi sự kiện Cất cánh thành công do Công ty CP Thương hiệu và Quản trị Thanhhs chủ trì tổ chức trong năm 2018 với mong muốn chấp thêm hàng ngàn đôi cánh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đưa doanh nghiệp cùng vượt qua các điều kiện cần để có thể cất cánh. Từ việc gia cường từng năng lực cốt lõi, chuẩn hoá các chiến lược cơ bản tới chỗ nâng cấp toàn hệ thống và huấn luyện.

Bà Đặng Thanh Vân chia sẻ: Đồng hành tư vấn chiến lược thương hiệu, điều tôi trăn trở nhất là, doanh nghiệp vừa và nhỏ vốn thiếu và yếu ở tất cả mọi nguồn lực, liệu có cách nào trợ giúp?

Năm 2016, sau nhiều năm cùng nghiên cứu đúc rút kinh nghiệm, thực chiến cùng doanh nghiệp vừa và nhỏ, công ty đã chuẩn hoá xong bộ chiến lược và hệ thống công cụ hỗ trợ việc xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp với nguồn lực của doanh nghiệp vừa và nhỏ. Với hành trình 2018 cùng “Thanhhs Airlines”, chúng tôi quyết tâm cùng doanh nghiệp “cất cánh”.

Mỗi chặng của hành trình, các chuyên gia của Thanhhs sẽ cùng đồng hành với doanh nghiệp thông qua hệ thống tài liệu chuyên môn, các công cụ huấn luyện, các biểu mẫu hướng dẫn doanh nghiệp SMEs ứng dụng triển khai, cùng với các đối tác đồng hành cung cấp các công cụ quản trị doanh nghiệp hiện đại, hướng đến nền công nghiệp 4.0.

Chuỗi sự kiện “Cất cánh thành công” trong năm 2018 gồm 4 sự kiện chuyên môn: Chặng đầu tiên (30/03): Thiết lập và rà soát bản đồ bay. Những thách thức trong hoạt động xây dựng và triển khai chiến lược kinh doanh ở doanh nghiệp vừa và nhỏ. Chặng thứ 2 (29/06): Checkin tại sân bay. Từ chiến lược thương hiệu đến tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng. Chặng thứ 3 (08/09): Đôi cánh nào đủ lớn? Chiến lược thương hiệu và truyền thông là đòn bẩy thành công. Chặng thứ 4 (08/12): Cất cánh thành công cùng cơ trưởng. Lãnh đạo và xây dựng Văn hoá doanh nghiệp để phát triển bền vững.

Minh Anh