

VinFast và con đường từ "vị trí" tới "vị thế" số 1

19:36 11/12/2020

Việc VinFast nhiều tháng liên tiếp dẫn đầu về doanh số tại các phân khúc cho thấy hãng xe Việt đã tạo lập nên vị thế vững chắc trên thị trường, chung “mâm” với những thương hiệu xe đẳng cấp nhất tại Việt Nam.

Vị trí số 1 của VinFast vững vàng

Bảng xếp hạng những mẫu ô tô bán chạy nhất thị trường tháng 11 một lần nữa xuất hiện cái tên VinFast ở vị trí số 1 trong các phân khúc. Cụ thể, theo số liệu mới nhất từ VAMA và VinFast, hãng xe Việt đã bán tổng cộng 4.040 xe, nâng tổng doanh số lũy kế trong 5 tháng cuối năm (từ tháng 7 đến tháng 11) lên con số 14.417 xe. Trong đó, mẫu xe ăn khách nhất phải kể đến Fadil khi doanh số lũy kế 5 tháng đã chạm mốc 8.616 chiếc, vượt xa đối thủ ở vị trí tiếp theo là Hyundai i10 (doanh số Hyundai i10 trong 5 tháng chỉ là hơn 8.200 chiếc).



Tương tự, trong tháng 11, doanh số của Lux A2.0 và Lux SA2.0 lần lượt là 676 và 548 chiếc, đứng đầu phân khúc E. Theo các chuyên gia, vị trí số 1 của

VinFast Lux A2.0 trong phân khúc E là điều không thể bàn cãi, bởi mẫu sedan của hãng xe Việt rất được lòng người dùng với chất lượng không kém gì những mẫu BMW nhưng có mức giá vô cùng hợp lí. “VinFast đã đưa đẳng cấp cơ khí của người Đức và nhiều công nghệ an toàn của dòng xe châu Âu để tạo ra các mẫu xe VinFast Lux đẳng cấp. Bên cạnh đó, VinFast không chỉ bán xe, họ còn mang đến nhiều lợi ích cho khách hàng đã mua xe của họ”, một chuyên gia trong lĩnh vực ô tô từng nhận định.

Ngay cả khi so sánh với những mẫu xe có mức giá trên dưới 1 tỉ đồng nhưng ở phân khúc thấp hơn như Toyota Camry, Lux A2.0 vẫn vượt trội. Theo thống kê, mẫu Camry của hãng xe Nhật Bản bán được 637 xe trong tháng 11 và lũy kế 5 tháng là 2.390 chiếc. Trong khi đó, nếu tính chung 5 tháng, VinFast đã bán ra tổng cộng 2.937 chiếc Lux A2.0.

Câu chuyện tương tự với Lux SA2.0. Dòng SUV hạng E của VinFast hoàn toàn vượt trội so với các đối thủ và đã chiếm ngôi vương lâu nay. Nhìn lại thị trường từ đầu năm tới nay với vị trí số 1 các phân khúc luôn trong tay VinFast, người dùng và cả giới chuyên gia thừa nhận, VinFast đã ở một vị thế rất khác chỉ sau 18 tháng ra mắt xe thương mại - một kì tích thực sự.



Chuyên gia phân tích kinh doanh Bùi Kiến Chinh (CEO của Công ty SED Việt Nam - đơn vị chuyên phân tích số liệu thị trường) cho biết, mặc dù còn một tháng nữa mới kết thúc năm nhưng vị thế số 1 gần như chắc chắn sẽ thuộc về VinFast. Với mức tăng trưởng vững chắc, thể hiện qua từng tháng, hãng xe Việt

gần như không cần lo lắng về việc sẽ phải nhường ngôi cho bất kì đối thủ nào.

"Khi một hãng xe có doanh số bất ngờ vọt lên trong 1-2 tháng, nguyên nhân có thể vì người dùng đang tò mò với sản phẩm mới. Thế nhưng, khi thị trường đi qua điểm chạm, tức là nhu cầu đã trở về cân bằng với chất lượng xe và túi tiền, doanh số sẽ phản ánh được thực chất. Như với VinFast, vị trí bây giờ với hãng xe Việt không còn là vấn đề đáng lo nữa, bởi thương hiệu này đã hình thành được vị thế của người dẫn đầu trên thị trường. Đó là đẳng cấp, không phải là phong độ", vị chuyên gia nói.

Sự cộng hưởng của chất lượng và luôn “có trước, có sau” với khách hàng

Nhìn lại đường đi tới vị trí số 1 của VinFast, chuyên gia ô tô Lê Thọ Phú thừa nhận, đó là thành quả xứng đáng bởi tất cả bắt nguồn từ chất lượng thực sự thuyết phục được người dùng. Ông lấy ví dụ như mẫu Fadil - với nhiều điểm vượt trội đã sắp xếp lại trật tự phân khúc A và đánh bật mẫu Hyundai i10 một thời làm mưa làm gió trên thị trường.

Theo vị chuyên gia, trong phân khúc A, chỉ có Fadil đạt tiêu chuẩn an toàn 4 sao theo chuẩn ASEAN NCAP hay một loạt tính năng an toàn khác như hệ thống chống bó cứng phanh (ABS), phân phối lực phanh điện tử (EBD), cân bằng điện tử (ESC), kiểm soát lực kéo (TCS), hỗ trợ khởi hành ngang dốc (HAS), chức năng chống lật (ROM) cùng 6 túi khí.



Hay, so sánh với các đối thủ, chỉ riêng những chiếc Lux A2.0 có nền tảng (platform) cao cấp từ những chiếc BMW, từ đó đem lại sự chắc chắn, ổn định và an toàn hơn hẳn các mẫu xe khác. Riêng về trang bị, có nhiều điểm có thể kể ra khiến Lux A2.0 và Lux SA2.0 được lòng người dùng, đơn cử như hệ thống giảm xóc bóng hơi với sự tinh chỉnh của Magna - điều không thể tìm thấy ở bất cứ những mẫu xe nào trong tầm tiền.

Ở góc độ kinh doanh, VinFast được giới chuyên gia lí giải vị trí số 1 bởi chiến lược lấy khách hàng là trọng tâm. Mới đây nhất, ngay những ngày đầu tháng 12, nhà sản xuất này đã thêm một lần làm bất ngờ người dùng với món quà tri ân là chuyến nghỉ dưỡng 5 sao cho 30.000 chủ xe VinFast, bao gồm tất cả những khách hàng đã tin tưởng hãng xe Việt từ ngày mở bán.

Đây không phải lần đầu VinFast thể hiện tình cảm của mình với những vị khách hàng cũ. Trước đó, danh sách những món quà tri ân của hãng xe Việt vốn đã rất dài như: chuyến nghỉ dưỡng trị giá 50 triệu đồng cho các chủ xe, voucher giảm giá tới 120 triệu đồng cho khách hàng cũ khi mua xe Lux hay chương trình tặng quà trị giá 15 triệu, gồm một năm bảo hiểm thân vỏ và 3 năm bảo dưỡng, thay dầu miễn phí...

Như đánh giá của TS. Trần Minh An (TT Nghiên cứu và Tư vấn Kinh tế), cách bỏ nguồn lực lớn để tri ân khách hàng là điều đi ngược lại thị trường ô tô vốn rất lạnh lùng với người dùng. Trong kinh doanh, triết lí của phần lớn doanh nghiệp là tôn thờ doanh số, ngược lại, VinFast chọn cách hành động vì người dùng, một cách chân thành và tình nghĩa.

"Những chiếc xe VinFast với chất lượng tốt đã đủ để hãng xe Việt chinh phục người dùng. Thế nhưng, VinFast còn khiến khách hàng cảm giác như nhà sản xuất là một người bạn đồng hành, tình cảm, có trước, có sau. Đó là điều khiến VinFast hiện tại và cả sắp tới sẽ không có đối thủ xứng tầm", vị chuyên gia tổng kết.

PV