TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Vsmart “đánh nhanh” có “thắng nhanh”?

13:28 27/12/2018

Không khoa trương nhưng hiệu quả, “tân binh” của thị trường smartphone Việt Nam Vsmart ngay lập tức phủ sóng tới gần 5.000 điểm bán hàng khắp cả nước, đ hưa t ng c



Kế marketing “lạ và liều”?

Gia nhập vào thời điểm thị trường smartphone đang diễn ra sự cạnh tranh gay gắt, Vsmart đã lựa chọn một cách nhập cuộc rất khác biệt. Đó là mời các nhà phân phối, bán lẻ đi thăm quan nhà máy sản xuất smartphone của mình tại Hải Phòng. Không có đơn vị nào từ chối lời mời, thậm chí họ còn tỏ ra hào hứng và một số không nhỏ lên mạng xã hội để “khoe” về chuyến đi sắp diễn ra.

Phân tích về lời mời có phần bất ngờ này của Vsmart, một chuyên gia nổi tiếng về tư vấn xây dựng thương hiệu đã phải thốt lên: “Đây có lẽ là cách marketing lạ và liều nhất trên thị trường smartphone thế giới chứ không riêng ở Việt Nam”. Lạ là bởi các dây chuyền sản xuất, thử nghiệm và kiểm tra sản phẩm là những thứ mà các nhà sản xuất thiết bị điện tử thường “giấu” rất kín, không muốn bất kỳ ai thấy được, kể cả khách hàng hay đối tác. Liều là vì đối tượng thăm nhà máy là những nhà phân phối smartphone lâu năm tại thị trường Việt Nam, những người đã quá am hiểu thị trường, sản phẩm cũng như quy trình sản xuất.

“Thế nhưng, Vsmart lại lựa chọn cách làm mạo hiểm này chứng tỏ họ rất tự tin vào dây chuyền sản xuất, quy trình kiểm tra chất lượng sản phẩm, các loại máy móc thiết bị, cũng như các sản phẩm được sản xuất ra từ nhà máy của họ”, vị chuyên gia đánh giá.

Kết quả thu được sau chuyến thăm nằm ngoài mong đợi, khi tất cả các nhà phân phối lớn nhất thị trường hiện nay đều có phản hồi rất tốt và ngay lập tức đặt bút ký thỏa thuận trở thành nhà phân phối Vsmart.

“Được trực tiếp quan sát quy trình sản xuất của Vsmart, tôi thấy sản phẩm của Vsmart là những sản phẩm có chất lượng rất tốt, mức giá Vsmart đưa ra thị trường rất cạnh tranh. Là một nhà bán lẻ uy tín trên thị trường, chúng tôi luôn mong muốn mang đến những sản phẩm tốt nhất cho người tiêu dùng nên chắc chắn chúng tôi sẽ đồng hành lâu dài cùng Vsmart”, ông Nguyễn Việt Anh, Phó Tổng Giám đốc FPT Retail khẳng định.

Đi sâu vào phân tích những lợi thế của Vsmart, ông Mai Triều Nguyên, chủ hệ thống phân phối điện thoại và thiết bị điện tử Mai Nguyên, cho rằng chất lượng sản phẩm tốt cộng với các yếu tố về cấu hình tốt, giá hợp lí… cho thấy khả năng thành công của Vsmart là lớn.

“Hệ thống của Mai Nguyên sẽ tham gia ngay từ những bước đầu để đưa sản phẩm của Vsmart đến người tiêu dùng. Tôi tin rằng khi khách hàng có những trải nghiệm đầu tiên thì họ sẽ thích và ủng hộ Vsmart”, ông Nguyên nói.

Bất ngờ tung 5.000 điểm bán, 567 điểm tiếp nhận bảo hành

Với 3 tiêu chí “dễ mua, dễ dùng, dễ sửa”, có lẽ Vsmart là thương hiệu điện thoại có triết lý gần gũi nhất với nhu cầu của người tiêu dùng Việt Nam hiện nay. Trong đó, yếu tố “dễ mua” được đặt lên hàng đầu bởi lợi thế vượt trội về mạng lưới phân phối smartphone Vsmart.

Ngay thời điểm đầu tiên xuất hiện trên thị trường, Vsmart tự tin công bố kênh phân phối rộng khắp cả nước với gần 5.000 cửa hàng. Sản phẩm của Vsmart sẽ

lần lượt được đưa tới hơn 3.000 cửa hàng thuộc các chuỗi bán lẻ điện thoại di động lớn như Thế giới di động, FPTshop, Viễn Thông A, Viettel Store, VinPro, Nguyễn Kim…, hơn 1.500 cửa hàng tự doanh và hệ thống các kênh bán hàng trực tuyến.

Theo một chuyên gia marketing từng làm việc tại một thương hiệu smartphone có thị phần trong top 3 Việt Nam, ngoài các yếu tố nằm trong sản phẩm như cấu hình, chất lượng, quy trình sản xuất…, Vsmart đang sở hữu 2 yếu tố có thể giúp thương hiệu smartphone Việt nhanh chóng thành công dù chỉ mới ra mắt thị trường từ ngày 15/12.

Thứ nhất là kênh phân phối lớn nhất với gần 5.000 điểm bán trên cả nước, điều mà ngay những thương hiệu đang giữ "ngôi vương" về thị phần cũng chưa thể sánh bằng. Hệ thống phân phối này sẽ giúp việc sở hữu smartphone của Vsmart vô cùng dễ dàng, "giống như ta đi mua một món đồ tại cửa hàng tiện lợi hay tạp hóa vậy".

Thứ hai, việc có được niềm tin của các nhà phân phối về chất lượng và độ "hot" của sản phẩm trước cả khi ra thị trường sẽ giúp cho Vsmart không tốn nhiều chi phí marketing tại điểm bán, từ đó kéo giảm giá thành sản phẩm, tăng khả năng tiếp cận và sở hữu sản phẩm của người tiêu dùng.

"Với tất cả những lợi thế trên, cùng với các chính sách hậu mãi, bảo hành, khuyến mãi đều vượt trội so với các thương hiệu khác trên thị trường, Vsmart nhiều khả năng sẽ 'gây bão' thị trường smartphone Việt Nam ngay thời gian đầu ra mắt", chuyên gia này đưa ra dự đoán.