

NĂM THỨ MƯỜI BẢY

ISSN 1859 - 0837

SỐ 53 (1890)

THỨ HAI

4-5-2009

(10 THÁNG TƯ, KỶ SỬU)

**Cơ quan
của Bộ Tài chính**

THỜI BÁO

Tài chính

VIETNAM FINANCIAL TIMES

VIỆT NAM

350

triệu USD

là tổng vốn của dự án
Trung tâm Công nghệ vũ
trụ Việt Nam vừa được Viện
Khoa học và Công nghệ
Việt Nam trình Chính phủ.

NGUỒN: VIỆN KHOA HỌC
VÀ CÔNG NGHỆ VIỆT NAM

Mới đây tại Hà Nội, Công ty Richard Moore Associates đã tổ chức giới thiệu cuốn sách mới về thương hiệu với tên gọi "Đầu tư cho chiến lược hình ảnh thương hiệu" của tác giả Richard Moore, Giám đốc điều hành sáng tạo Công ty Richard Moore Associates. Hiện cuốn sách của tác giả Richard Moore đã có mặt tại các nhà sách trên toàn quốc. Đây là cuốn sách được tác giả viết dựa trên 60 bài viết và kinh nghiệm thực tiễn đúc rút hơn 40 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực truyền thông Marketing cho thấy cái nhìn về bản chất cốt lõi của thương hiệu và cung cấp cho độc giả thông tin về từng bước trong quy trình sáng tạo hệ thống nhận diện dựa trên nền tảng chiến lược mang tính dài hạn cho các thương hiệu mạnh.

Công ty Richard Moore Associates được thành lập đầu tiên năm 1971, Richard Moore Associates là một công ty truyền thông marketing với trụ sở tại New York và văn phòng đại diện tại Hà Nội. Trong giai đoạn 1975 - 1990 ông Richard Moore với vai trò giám đốc sáng tạo, công ty được biết đến với tên gọi Muir Cornelius Moore. Công ty đã phục vụ nhiều doanh nghiệp hàng đầu, trong đó tung hồ trợ quảng cáo bán hàng có tiếng cho IBM hơn 10 năm. Các tác phẩm sáng tạo của công ty đã giành được rất nhiều giải thưởng sáng tạo và được công bố trên báo chí trong nước và quốc tế cũng như được lưu giữ trong bộ sưu tập của Thư viện Quốc hội Mỹ. Năm 2001 Richard Moore Associates thành lập văn phòng đại diện tại Hà Nội, có địa chỉ tại 84 Triệu Việt Vương; tháng 5/2005 trở thành công ty đầu tiên tại Việt Nam chuyên sâu về phát triển bản sắc nhận diện thương hiệu và được cấp phép hoạt động với tư cách là một công ty trách nhiệm hữu hạn. Trong hoạt động của mình, Công ty luôn duy trì đòi hỏi chuyên gia nồng cốt có tài năng làm việc chính thức toàn thời gian và tùy theo từng dự án cụ thể thu

Để làm thương hiệu tốt cần phải thiết lập được nền tảng mang tính chiến lược

LAN HUONG

hút mang lưới những chuyên gia có nhiều kinh nghiệm cùng công tác. Bên cạnh đó đòi hỏi chuyên gia tại New York cũng sử dụng dịch vụ sáng tạo và sản xuất từ một số nguồn lực tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, đưa ra mức giá cạnh tranh và đảm bảo sự phù hợp về mặt văn hóa cho các khách hàng. Tại Việt Nam, Công ty Richard Moore Associates đã có nhiều hoạt động thiết thực như thương xuyên tiến hành các buổi hội thảo đào tạo nhằm giúp các nhà quản lý hiểu về thương hiệu và mối quan hệ mang tính chiến lược giữa marketing và thiết kế. Trong năm 2005, ông Richard Moore được Trung tâm xúc tiến thương mại và đầu tư (ITPC) mời làm cố vấn trưởng cho chương trình 20 thương hiệu hạt giống. Đây là một chương trình thí điểm kéo dài trong 1 năm do UBND thành phố Hồ Chí Minh chỉ đạo với sự tham gia của 20 doanh nghiệp thành công nhằm khảo sát, đánh giá các hoạt động xây dựng thương hiệu tại các doanh nghiệp này, đưa ra các đề xuất và tiến hành một chương trình đào tạo cho các doanh nghiệp. Ông cũng là tác giả cuốn sách "Thương hiệu danh cho lãnh đạo" được đồng đạo đức gia đánh giá là cuốn sách hữu ích giới thiệu về tầm quan trọng của việc quản lý hình ảnh thương hiệu. Cuốn sách "Đầu tư cho chiến lược hình ảnh thương hiệu" lần này của ông Richard Moore nghiên cứu sâu hơn về thương hiệu và quy trình xây dựng



thương hiệu một cách bài bản, chuyên nghiệp. Đưa ra những thông tin hữu ích để phát triển hiệu quả các loại tài liệu truyền thông marketing mang tính chiến thuật, mang tới độc giả những kiến thức cập nhật về hoạt động phát triển thương hiệu hiện nay. Ông Richard Moore cho biết: Các nhà sản xuất tại Việt Nam hiện nay cũng đã luôn chú trọng và không ngừng nâng cao chất

lượng sản phẩm của mình. Tuy nhiên trong thương trường đầy tính cạnh tranh, một sản phẩm có chất lượng cao mới chỉ cho phép chúng xâm nhập thị trường chứ chưa đủ để thành công. Cần phải tạo ra những ấn tượng tốt đẹp và nhất quan cho người tiêu dùng về sản phẩm ngay lần đầu họ tiếp xúc. Để làm được thương hiệu tốt, doanh nghiệp Việt Nam cần phải thiết lập được nền tảng mang tính chiến

lược và sử dụng nó như là tiêu chí qua quá trình phát triển tên thương hiệu, màu logo, màu sắc, kiểu chữ và màu format chuẩn của thương hiệu... Đây là những yêu tố cốt lõi cấu thành nên bản sắc nhận diện của thương hiệu. Những tiêu chí này cần được tiếp tục sử dụng trong quá trình áp dụng hệ thống bản sắc nhận diện cốt lõi xuyên suốt cho toàn bộ các phương tiện truyền thông marketing mà doanh nghiệp sử dụng. Nếu không thiết lập được nền tảng đó, thậm chí ngay cả khi tất cả các tài liệu truyền thông marketing của doanh nghiệp trông khá đẹp mắt thì chúng cũng không mang lại hiệu quả mà là ra chúng cần thể hiện được.

Với những kinh nghiệm vốn có của mình, hiện Richard Moore Associates đang có rất nhiều dịch vụ xây dựng thương hiệu cho khách hàng lựa chọn như: Xây dựng chiến lược cho bản sắc thương hiệu (đánh giá bản sắc thương hiệu, nghiên cứu thương hiệu, xây dựng chiến lược khác biệt hóa thương hiệu...); phát triển bản sắc thương hiệu cốt lõi (phát triển tên thương hiệu, phát triển mẫu logo thương hiệu...); phát triển hệ thống truyền thông thương hiệu; kích hoạt thương hiệu; lưu giữ và duy trì bản sắc thương hiệu; tư vấn chiến lược duy trì và phát triển thương hiệu; giao dịch và đào tạo... sẽ là cơ hội tốt cho những doanh nghiệp Việt Nam đã và đang muốn xây dựng thương hiệu mạnh trong giai đoạn hội nhập sâu. »