



decode your brand's success

8 nguyên tắc xây dựng thương hiệu

www.dna.com.vn





Trong tâm trí người tiêu dùng, thương hiệu thành công có những đặc điểm sau: đặc trưng, có cam kết hấp dẫn và luôn uy tín. Như Walter Landor từng nhận xét: “Sản phẩm ra đời trong nhà máy còn thương hiệu được tạo ra trong tâm trí.”

8 bí quyết dưới đây có thể hữu ích với những ai đang cố tìm một bản sắc riêng cho thương hiệu của mình. Bạn có thể phát triển những ý tưởng này để nuôi dưỡng mối quan hệ khách hàng – thương hiệu, vốn dĩ là bản chất thực của xây dựng thương hiệu.

1. Nổi bật

Có một sản phẩm thích hợp và khác biệt góp phần rất quan trọng vào thành công của bạn. Một chiến lược xây dựng thương hiệu điển hình thường bắt đầu từ định vị rõ ràng: bạn phải biết đối tượng khách hàng là ai, tình hình cạnh tranh như thế nào và cách chiến thắng là gì.

2. Khẳng định vị thế

Đa số các thương hiệu lớn đạt được thành công ngày hôm nay là nhờ bắt đầu bằng việc xác định lĩnh vực hoạt động và dồn hết tâm trí vào lĩnh vực đã chọn. Làm sao để biết mình thành công? Đó là khi tên thương hiệu trở thành tên chung cho một ngành, ví dụ như Google, Band-Aid, Kleenex hay Xerox.

3. Tìm hiểu tâm lý khách hàng

Đôi lúc điểm khác biệt rõ ràng nhất của một thương hiệu chính là sự thật hiển nhiên mà chưa một sản phẩm nào khác kịp nắm bắt. Sự kết hợp giữa khả năng nắm bắt tâm lý khách hàng và nhu cầu con người sẽ mang lại cơ hội thị trường vô giá cho bạn.

4. Uy tín

Khách hàng thường gắn bó hơn với những thương hiệu xuất sắc vượt trên kỳ vọng của họ. Do đó, uy tín không chỉ giúp khách hàng trung thành hơn mà còn khuyến khích họ giới thiệu thương hiệu với nhiều người

khác.

5. Đừng quên yếu tố tình cảm

Thông điệp mang tính lý trí dẫu quan trọng đến đâu vẫn không thể giúp bạn chạm đến mối liên kết mạnh mẽ được hình thành khi thương hiệu ngụy trị trong tâm trí khách hàng. Hơn nữa, tình cảm không phải là thứ dễ bị đối thủ bắt chước.

6. Bắt đầu từ nội bộ

Xây dựng một đội ngũ nhân viên tận tâm và nhiệt tình là điều không thể bỏ qua trong xây dựng thương hiệu. Những công ty biết cách khuyến khích nhân viên thực hiện cam kết thương hiệu nghiêm nhiên có được đội ngũ “cổ động viên” lý tưởng cho thương hiệu.

7. Sở hữu kênh truyền thông riêng

Không những giúp tiết kiệm chi phí, việc sở hữu kênh truyền thông riêng còn giúp bạn đối thoại trực tiếp với khách hàng, hiệu quả hơn quảng cáo. Và cả đối thủ cạnh tranh cũng khó tiếp cận hay tác động được kênh thông tin riêng của bạn.

8. Đối thoại

Tiếp thị kiểu cũ thường chỉ truyền đạt thông tin một chiều từ thương hiệu đến khách hàng. Những thương hiệu sáng suốt ngày nay sẽ tìm cách đối thoại song phương qua các phương tiện tương tác kỹ thuật số để khách hàng có cơ hội thắt chặt quan hệ với thương hiệu, và góp ý xây dựng những sản phẩm/dịch vụ mà họ ưa thích.

*DNA Branding – www.dna.com.vn
Tham khảo bài viết của Nick Foley*