

Doanh nghiệp A sản xuất đá viên tốt, doanh nghiệp B, C, D... sản xuất đá viên cũng tốt. Vậy Khách hàng sẽ chọn ai? Vì những bước để nhận diện đây, bên sản xuất để có tầm quan trọng

của  
việc  
x  
â  
y  
dựng  
th  
nh  
nh  
ng  
hiệu  
**kinh**  
**doanh**  
**đá**  
**sạch**  
.

## **Bước 1: Xác định cấu trúc nền móng của thương hiệu - Kinh doanh đá sạch**

Đây để coi như bước quan trọng nhất của việc xây dựng thương hiệu vì nếu như xây dựng nền móng sai lầm thì khó có thể đi lên như sau này. Các khía cạnh của bước xây dựng nền móng bao gồm:

- **Các nền tảng của thương hiệu/Brand Attributes** Đưa vào logo, màu sắc, để đi kèm nền tảng giúp thương hiệu này khác biệt với thương hiệu khác. Ví dụ để đi kèm của

biên của Aquafina là: Nước tinh khiết đóng chai; Logo màu trắng trên nền xanh mát mẽ với màu đỏ của mặt trời trên dãy núi nhìn rất rõ nét, khác biệt.

- **Các lợi ích thương hiệu đến người tiêu dùng/Brand Benefits:** là lợi ích vô cùng tính và lợi ích cảm xúc của thương hiệu hi vọng đó mang đến cho khách hàng.
- **Niềm tin thương hiệu và niềm tin người tiêu dùng/Brand Beliefs** Niềm tin nào chúng ta đang tạo ra cho thương hiệu và niềm tin mang lại lợi ích cho khách hàng
- **Tính cách của thương hiệu/ Brand personalization:** Giống, nếu thương hiệu đó biến thành người thì người đó sẽ như thế nào, tính cách của người đó ra sao?
- **Tinh thần thương hiệu/ Brand Essence** là việc tóm tắt các yếu tố tạo nên khác biệt và đặc trưng riêng, thông thương hiệu sẽ như câu slogan của thương hiệu.

## Bức 2: Định vị thương hiệu - Kinh doanh đá sạch

Xác định vị trí của thương hiệu trong “tâm trí” của người tiêu dùng (người tiêu dùng sẽ nhớ đến cái gì về thương hiệu đó).

Tại sao phải định vị thương hiệu?

- Theo đánh giá chung hiện nay, hàng ngày hàng giờ, người tiêu dùng tiếp nhận hàng núi thông tin, quá tải với trí não của họ. Vì thế, nên không thể nhớ được hết các thông tin thu nhận. Họ chỉ có thể nhớ những gì rõ ràng, đến gần, đặc đáo và khác biệt nhất.
- Nếu thương hiệu không được xác định rõ nằm ở đâu trong trí não người tiêu dùng thì họ không bao giờ nhớ được thương hiệu đó.



**5 Bước Xây dựng thương hiệu cho công sở kinh doanh đá viên**

Xem thêm: [14 Cách Tối Ưu Nhất Trong Xây Dựng Thương Hiệu Cho Công Sở Sản Xuất Đá Viên Hiện Đại P1](#)

Doanh nghiệp A sản xuất đá viên tốt, doanh nghiệp B, C, D... sản xuất đá viên cũng tốt. Vậy Khách hàng sẽ chọn ai?

### **Bước 3: Xây dựng chiến lược thương hiệu- Kinh doanh đá sạch**

**1. Xác định được giá trị cốt lõi – ưu thế cạnh tranh của thương hiệu- Kinh doanh đá sạch**

Hãy trả lời câu hỏi khi đặt mình vào vị trí khách hàng:

Tại sao khách hàng phải mua sản phẩm của bạn mà không phải của thương hiệu khác?

Hãy suy nghĩ về những giá trị vô hình của sản phẩm / dịch vụ của doanh nghiệp của bạn. Hãy thành thật, hãy dùng vài “tính từ” để mô tả cảm nhận về sản phẩm / dịch vụ đó. Có phải mục tiêu của bạn là để được ghi nhớ trong tâm trí của khách hàng, và khi nhìn cảm nhận bạn khác biệt với các doanh nghiệp đối thủ khác.

## 2. Đi sau thì phải đi phàn nàn - Kinh doanh đá sạch

*Không phải ai cũng có lợi thế là người tiên phong đi đầu – người đi sau, nếu bạn đã không có lợi thế đi đầu thì lợi gì làm lợi thế?*

Những doanh nghiệp đi sau nhờ những chính sách áp lực mua sắm tăng người đi đầu giúp cho thương hiệu phát sinh ra nhu cầu và tính chất độc đáo cao hơn. Đi về phía đi tìm những năm mới chuyển sang kinh tế thị trường, các doanh nghiệp nói chung hay các công ty **kinh doanh đá viên** nói chung không hề quan tâm đến thương hiệu / nhãn hiệu, mục đích cốt lõi là tạo ra sản phẩm để phục vụ nhu cầu. Chưa bàn đến vấn đề cạnh tranh rồi thì các doanh nghiệp thì nhân gộp những bạn bè chìm bèo doanh nghiệp nhà nước.

## 3. Duy trì và tăng mức độ nhận biết thương hiệu - Kinh doanh đá sạch

Bạn có rất nhiều kênh tiếp cận khách hàng bằng các kênh truyền thống, kênh internet hay mạng xã hội... Với các quy trình thương hiệu phải bám sát chu trình marketing và nhất quán khi xuất hiện trên tất cả các kênh sẽ giúp mức độ nhận biết thương hiệu của bạn được dãn rộng nhất.

Các màu sắc, biểu tượng trang trí của logo và thương hiệu của bạn phải nhất quán trên các kênh quảng cáo.



Các hãng nổi tiếng như google, coca-cola... xây dựng thương hiệu cụ thể

#### Bước 4: Xây dựng chiến dịch truyền thông- Kinh doanh đá sạch

- Sau khi hoàn thành chiến lược và thương hiệu, bạn đưa trên ngân sách của năm thì nhất định lên kế hoạch quảng cáo truyền thông cho cả năm.
- Kế hoạch số bao gồm: mỗi tháng tiêu bao nhiêu tiền, quảng cáo thông điệp nào, trên các kênh nào v.v...

Xem thêm: [Cách xây dựng thương hiệu cho cửa sổ kinh doanh đá sạch để tối ưu lợi nhuận](#)

Bình nghĩ khách hàng sẽ lựa chọn sản phẩm nào, khi mà khách hàng đang phân vân giữa hai

món hàng cùng giá, cùng chất lượng.

### **Bức 5: Đo lường và hiệu quả kinh doanh- Kinh doanh đá sạch**

Sau mỗi giai đoạn quản lý cáo truy cập thông, cần có số đo lường hiệu quả của chiến dịch để có số liệu kinh doanh kịp thời.

Các thông tin thông thường phải được thu thập như :

- Có bao nhiêu % người tiêu dùng biết về thương hiệu kinh doanh đá sạch?
- Hình thức nhận xét của khách hàng, khía cạnh nào của thương hiệu hiệu quả?
- Hình thức liên hệ hay nhận xét về thương hiệu đá sạch đó như thế nào?

- Có bao nhiêu % người tiêu dùng thích thú với sản phẩm đó?
- Có bao nhiêu % người tiêu dùng tiếp tục dùng sau lần dùng thử?
- Có bao nhiêu % người tiêu dùng giới thiệu cho người khác về sản phẩm?

Vì 5 bức cờ bùn xây dựng thành công kinh doanh đá sạch lợi nhuận quan trọng  
)  
s  
ch  
è  
o  
l  
á  
i  
việc  
kinh  
doanh  
của  
m  
ì  
nh  
đ  
i  
hết  
t  
th  
à  
nh  
c  
ô  
ng  
n  
à  
y

đ  
n  
th  
à  
nh  
c  
ô  
ng  
kh  
á  
c  
.

Bạn muốn mua **máy làm kem, máy làm đá**. Hãy liên hệ ngay với chúng tôi để được tư vấn  
và  
đ  
t  
h  
à  
ng  
ngay  
:

**Trụ Sở Tập đoàn Hội Âu tại Hà Nội:**

**Địa chỉ: Số 72 Miếu Đền, Phố Trì, Nam Từ Liêm, Hà Nội**

**Tel: 0913.102.168 - 091.507.8989**