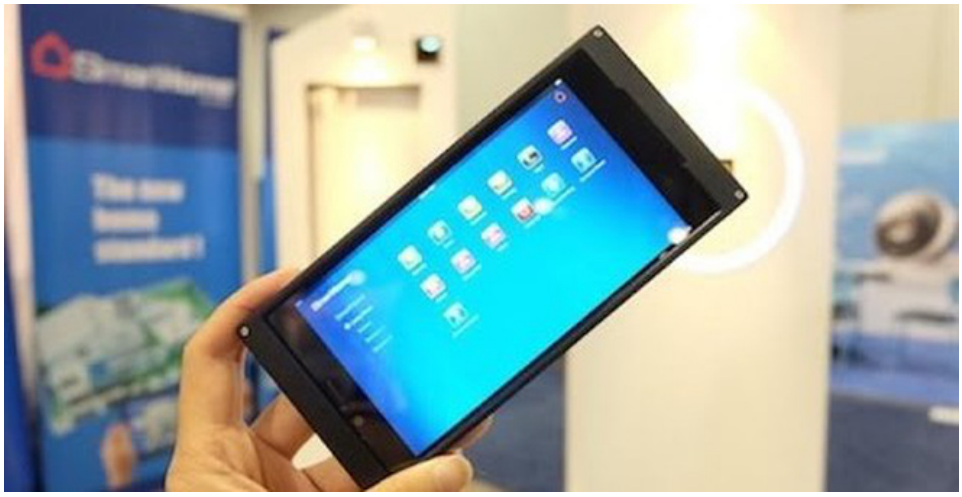
Nếu làm được những điều này, siêu phẩm Bphone đã không bị vùi dập

Kiều Linh | 23/06/2015 14:00

2 Thích 3



Dù được đánh giá cao hay bị dư luận "ném đá" cho tơi tả nhưng suy cho cùng, theo các chuyên gia truyền thông, muốn thành công, nhà sản xuất Bphone nên tranh thủ sự ủng hộ của Chính phủ.

Bphone bị chê chụp ảnh kém, hiển thị chưa đạt: Bkav nói gì?

Khách VIP "tháo chạy" khỏi Bphone: "Lỗi ngớ ngẩn của siêu phẩm"

Bkav giao sản phẩm Bphone chưa hoàn chỉnh cho khách hàng

Bphone bất lợi khi "dính đến Trung Quốc"?

Gần một tháng trôi qua kể từ ngày Bphone chính thức ra mắt, cho đến nay "siêu phẩm" này của ông Nguyễn Tử Quảng vẫn không ngừng "làm mưa làm gió" thị trường công nghệ.

Bằng chứng là, hai chữ "Quảng nổ", Bphone luôn được nhắc lại nhiều lần trong câu chuyện của bác xe ôm hay cô bán hàng rong, những người vốn được coi là không rành công nghệ.

Trong khi giới chuyên môn ra tay "bóc mẽ" chất lượng sản phẩm và nguồn gốc, chuyên gia kỹ thuật "đong đếm" thông số thì các nhà truyền thông lại "tố" chiêu quảng cáo "quá đà" của tập đoàn chuyên "diệt virus".

Song, đâu mới thực sự là lỗ hổng khi Bkav rao bán siêu phẩm của mình? Và để thành công "mỹ mãn", người đứng đầu tập đoàn công nghệ này nên làm gì?

Dưới đây, chúng tôi xin được giới thiệu đến bạn đọc hai góc nhìn của hai chuyên gia truyền thông và thương hiệu.

Trần Chiến Bình (CEO Teamwork PR): Thận trọng "gậy ông đập lưng ông"



Thật là đáng mừng cho Bphone, lần đầu tiên có một thương hiệu điện thoại Việt được người dùng mong đợi và yêu mến như vậy.

Vì đơn giản, nếu họ không yêu mến không ủng hộ thì khách hàng chỉ đơn giản là chọn một thương hiệu điện thoại khác là xong.

Tuy nhiên, nếu đây chỉ là một hư chiêu trong marketing tạo "cầu giả" thì thông điệp tôi muốn gửi tới Bphone là nên thận trọng "gậy ông đập lưng ông".

Bởi niềm tin của khách hàng đến từ sản phẩm, dịch vụ và đương nhiên cũng bao gồm cách mà Bphone cung cấp sản phẩm đến tay người tiêu dùng.

Khi thương hiệu không đáp ứng sản phẩm đủ nhu cầu khách hàng đương nhiên là sẽ có ảnh hưởng đến niềm tin của người tiêu dùng.

Hiệu ứng đám đông sẽ làm cho việc mong muốn có chiếc Bphone trở nên sôi sục hơn nữa nhưng nếu để khách hàng đợi lâu quá, e rằng sẽ không ổn về mặt hình ảnh.

Ngoài ra, CEO của Bphone bị gắn biệt danh là "nổ" nhưng không nên để người tiêu dùng cũng gắn từ "nổ" với Bphone như vậy chỉ có hại cho kinh doanh mà thôi.

Nếu Bphone có những khó khăn trong việc đáp ứng người tiêu dùng, Bkav nên chọn cách truyền thông minh bạch, cởi mở hơn, hướng đến lợi ích của khách hàng.

Bằng không, khách hàng có thể mất kiên nhẫn quay lưng lại và mua sản phẩm của đối thủ cạnh tranh, lúc đó thì làm gì cũng sẽ rất khó.

Đặng Thanh Vân (Chuyên gia tư vấn chiến lược thương hiệu, marketing và cơ cấu tổ chức doanh nghiệp): Bphone nên nhờ Chính phủ can thiệp



Chiến lược mà Bphone thực hiện thực ra không có gì mới mẻ. Cafe Trung Nguyên cũng so sánh mình với Starbuck khi Starbuck ngấp nghé nhảy vào thị trường Việt Nam.

Điều này giúp cho một thương hiệu vốn đang từ con số 0 tròn trĩnh trở thành một tiêu điểm.

Bphone cũng vậy. Ít nhất công chúng cũng sẽ so sánh thương hiệu và sản phẩm với các tuyệt phẩm hàng đầu thế giới khác như iPhone 6s và Samsung S6 Edge.

Tôi gọi chiến lược định vị này là "đối đầu với người dẫn đầu để vượt lên trở thành thương hiệu so sánh".

Việc đưa ra thông tin càng hoành tráng và gây ấn tượng thì áp lực đối với giai đoạn bán hàng, trải nghiệm sản phẩm càng lớn. Bởi lẽ, khách hàng kỳ vọng nhận được tối thiểu 80% những gì mà thương hiệu đã cam kết.

Tuy nhiên, khi thất hứa đến lần thứ 2 về việc giao hàng, dù chưa thể khẳng định điều gì, nhưng tôi thực sự quan ngại về chất lượng và quy trình sản xuất của doanh nghiệp.

Những điểm "rất nhỏ" này sẽ trở thành "điểm trừ" cực lớn trong tâm trí khách hàng đối với một thương hiệu mới ra mắt, lại trót tuyên bố là "không thể tin nổi".

Theo quan sát của tôi, Bkav có thể làm tốt hơn nếu thực hiện được một số nội dung sau:

Thứ nhất, Bkav chia sẻ câu chuyện của thương hiệu một cách có cảm xúc.

Thay vì chỉ nhắc đi nhắc lại về một thứ "nhất thế giới và không thể tin nổi", thương hiệu cần tác động vào tầng cảm xúc của khách hàng bằng cách nói về triết lý bất chấp khó khăn, nỗ lực vượt qua "định kiến" để vươn lên, thực hiện giấc mơ chinh phục thế giới.

Tạo nên sự đồng cảm với hàng triệu người Việt đang nỗ lực thực hiện cùng một ước nguyện ghi danh trên bản đồ thế giới, "sánh vai với các cường quốc năm châu".

Nếu làm được điều này, sự ủng hộ và trung thành của khách hàng và công chúng dành cho Bkav cũng như Bphone sẽ tăng lên.

Thứ hai, Bkav tranh thủ sự ủng hộ của Chính phủ.

Sự kiện ra mắt một thương hiệu tầm cỡ "ngang ngửa thế giới" nhưng không hề có sự xuất hiện và ủng hộ trực tiếp của các quan chức Chính phủ là một thiếu sót lớn.

Việc tiếp theo nên làm, có lẽ ban lãnh đạo Bphone nên tặng cho các cơ quan Chính phủ một số Bphone đủ dùng.

Đặc biệt là tặng cho tất cả Đại sứ quán Việt Nam ở nước ngoài như là một hình thức khẳng định vị thế thương hiệu.

Thứ ba, hầu như không hề có bất kỳ cơ quan báo chí nước ngoài, hay trang tin tức từ nước ngoài nà ` m gia buổi ra mắt của sản phẩm.

Trong buổi lễ ra mắt, Bkav chỉ sử dụng tiếng Việt. Không có thông tin gì cho thấy cuộc họp báo hay ra mắt sản phẩm có sự xuất hiện của các phóng viên báo chí quốc tế.

Tôi cũng chưa rõ lắm chiến lược của Bphone ở khía cạnh này là gì?

Cá nhân tôi cho rằng, với những gì đang diễn ra, nếu không có sự thay đổi đột phá về chiến lược, khả năng trường hợp Bphone sẽ rơi vào vào trạng thái của một thương hiệu "tầm tầm", không đạt được các tiêu chí ban đầu đặt ra với thương hiệu.

Thực ra tình huống này đã từng xảy ra với Samsung trong lần ra mắt phiên bản Galaxy S.

Nhưng chỉ chưa đầy 2 tháng sau, Galaxy SII đã ra đời và đạt đến chất lượng của một siêu phẩm hàng đầu thế giới; đưa thương hiệu Samsung từ chỗ chỉ là một thương hiệu nhỏ trong làng Smartphone trở thành thương hiệu dẫn đầu thị trường.

Để làm nên kỳ tích này, Samsung đã có những chiến lược đổi mới tận gốc với trọng tâm là chiến lược tập trung vào chất lượng: sản phẩm, con người và đổi mới công nghệ.

Tôi cũng kỳ vọng những điều như vậy xảy ra với Bphone. Phiên bản 1 có thể chưa đạt, nhưng đừng nản chí, hãy tập trung mọi sức mạnh cho phiên bản thứ 2 và các phiên bản sau.

BLOGGER TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI

NGUYỄN NGỌC LONG

Thống kê không đầy đủ, thì trong 2 tuần trở lại đây, Bphone có trên dưới 400 bài viết trên báo chí chính thống và các trang tin điện tử. Ơ trên mạng xã hội, từ khoá Bphone, hashtag #Bphone rồi #KhôngThểTinĐược ngập tràn các group, fanpage cũng như facebook cá nhân của nhiều người có tiếng lẫn chưa có tiếng. Các clip tường thuật lễ ra mắt Bphone thu hút hàng trăm ngàn lượt người xem... Với cá nhân tôi, đó là một kết quả thực sự ấn tượng. Tuy nhiên, nếu con số 10 tỷ chi phí cho đợt ra mắt lần này mà Bkav công bố trên báo chí là sự thật thì tôi kỳ vọng vào một kết quả "kinh thiên động địa" nhiều hơn những gì Bkav đã làm được.

Vì sao giới nhà giàu mê nhà đất hồ Tây?

theo Trí Thức Trẻ

2 Thích 3

Bạn đọc có thể báo tin, gửi bài viết, clip, ảnh về email kinhdoanh@ttvn.vn để nhận nhuận bút cao trong vòng 24h.

Đường dây nóng: 0943 113 999

Soha
Thích 382K

Tags

nguyễn tử quảng | tập đoàn công nghệ | sản phẩm bphone | Bkav | chiến lược thương hiệu | Bphone | điện thoại Bphone

Đăng nhập | Đăng ký

Bạn muốn nói gì?

Gửi bình luận

Theo Dòng Sự Kiện:

BKAV RA MẮT BPHONE

- **Giao hàng chậm, lỗi camera, Bphone lại gây thất vọng?** (23/08)
- **Bphone 2017 đã chọn sai thị trường rồi, hãy bắt đầu từ thị trường ngách!** (09/08)
- **Xếp Bphone 2017 Gold ngang tầm iPhone7 Plus và Galaxy S8, BKAV tuyên bố phiên bản siêu cao cấp này sẽ bán tại Dubai, không có ở Việt Nam** (09/08)
- **Bao nhiêu người đã đặt mua chiếc điện thoại "made in Vietnam" của Bkav?** (09/08)
- **Điểm đặc biệt của chiếc điện thoại "Chất tới từng đồng"** (08/08)

CÙNG CHUYÊN MỤC

Xem theo ngày 10 Tháng 6 2018 XEM



Cường Đô La bất ngờ xuất hiện cùng McLaren 720S

Nổi bật



TS Lê Đăng Doanh: Lùi thời gian thông qua Luật Đặc khu là "lắng nghe những ý kiến chân thành" Nổi bật



Dân buôn "xoay như chong chóng" trước tin mua được bản quyền World Cup 2018

1 ngày trước



Không có mặt trong 32 đội ở vòng chung kết nhưng đây là cách Trung Quốc "có mặt" tại mọi trận đấu và hưởng lợi từ World Cup năm nay

23 giờ trước



Chủ quán bún chả Obama: "Tôi rất bàng hoàng và xót thương khi biết ông Anthony Bourdain qua đời"

1 ngày trước



Sự nghiệp của triệu phú Anthony Bourdain - đầu bếp từng ăn bún chả cùng ông Obama vừa qua đời do tự tử

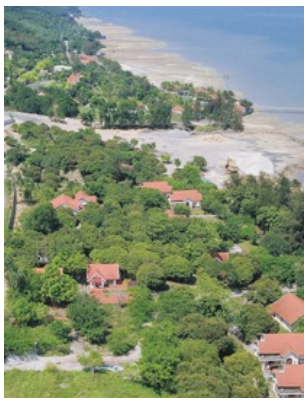
1 ngày trước

TIN NỔI BẬT SOHA



ST: Thủ tướng Lý Hiển Long chuẩn bị gặp ông Kim Jong Un và ông Trump

Thủ tướng Singapore Lý Hiển Long sẽ gặp riêng Tổng thống Mỹ Donald Trump và nhà lãnh đạo Triều Tiên Kim Jong Un trước khi hai vị lãnh đạo này gặp nhau vào ngày 12/6.



Đặc khu kinh tế Vân Đồn: Phía sau viễn cảnh màu hồng