



CHƯƠNG TRÌNH **THƯƠNG HIỆU NỔI TIẾNG 2008**
Khảo sát, Xếp hạng Thương Hiệu Nổi Tiếng Tỉ Viêt Nam

nv t ch c

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - VCCI

nv th c h n

Trung tâm Thông tin Kinh tế (BIZIC-VCCI)



N I DUNG

I. Tóm tắt Chương trình Thương Hội u N i Ti ng 2006

- 1. Tổng quan**
- 2. Điểm khác biệt so với các chương trình khác**
- 3. Các hoạt động chính**

II. Chương trình Thương Hội u N i Ti ng 2008

- 1. Tổng quan**
- 2. Các hoạt động chính**
- 3. Kế hoạch truyền thông**



CHƯƠNG TRÌNH THƯỜNG HIỆN I TIẾNG 2006

1. Thông tin chung của Thường Hiện I Tiếng 2006

- Tên chương trình: THƯỜNG HIỆN I TIẾNG T I VI T NAM
- Đơn vị tổ chức: VCCI
- Đơn vị đồng chủ trì: Tạp chí Vietnam Business Forum;
AC Nielsen Vietnam;
Công ty CP Truyền thông Cuộc sống (LIFE).
- Nội dung: xấp xỉ hàng các Thường Hiện I Tiếng T I Vi t Nam thông qua đánh giá của Người tiêu dùng.
- Địa bàn triển khai chương trình: Trên toàn lãnh thổ Việt Nam.

2. Tầm quan trọng của Thường Hiện I Tiếng 2006

- Hiện nay, khi Việt Nam đang trong giai đoạn mới của thị trường và hình ảnh vị trí kinh tế quốc tế, việc xây dựng và nâng cao Thương Hiệu của các doanh nghiệp là một vấn đề vô cùng cấp thiết. Mặt khác, với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các Thương Hiệu trong cùng ngành hàng và giữa các ngành hàng với nhau, vì vậy sự xuất hiện của Thường Hiện I Tiếng còn có ý nghĩa sống còn cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

- PTM&CN VN (VCCI), tổ chức có vai trò đi đầu cho các doanh nghiệp nhận thấy nhu cầu tìm hiểu, nhận biết của Người tiêu dùng về Thường Hiện I Tiếng T I Vi t Nam, nhằm qua đó, đánh giá hoạt động xây dựng Thương Hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam là một nhu cầu thiết thực.

- Chương trình “Thường Hiện I Tiếng T I Vi t Nam - 2006” đã gây được tiếng vang lớn trong dư luận báo chí và các doanh nghiệp. Các bất ngờ thú vị của doanh nghiệp đã sản sinh ra chương trình “Thường Hiện I Tiếng” của Chương trình trong việc quảng bá Thương Hiệu của mình. Vì vậy, đây không chỉ là một chương trình mà còn là một cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam.

3. Điểm khác biệt của Thường Hiện I Tiếng 2006

Mặc dù hiện nay, có rất nhiều các cuộc bình chọn Thương Hiệu như: Hàng Việt Nam chất lượng cao, Thương Hiệu Vàng, Sao vàng T I Vi t... nhưng điểm khác biệt lớn nhất của Chương trình Thường Hiện I Tiếng T I Vi t Nam là là chọn ra các Thương Hiệu I Tiếng về các tiêu chí sau:

- Khảo sát trực tiếp ý kiến Người tiêu dùng;
- Dự án khảo sát do tổ chức chính là AC Nielsen, công ty hàng đầu trong lĩnh vực nghiên cứu thị trường trên thế giới và Việt Nam, đảm bảo tính khách quan của quá trình thực hiện và kết quả khảo sát.

4. Các hoạt động chính của Thường Hiện I Tiếng 2006

4.1 Dự án Khảo Sát Thường Hiện I Tiếng T I Vi t Nam

- Tổ chức chính là AC Nielsen Việt Nam;
- Khảo sát và xấp xỉ hàng 500 Thương Hiệu I Tiếng Nh t T I Vi t Nam;
- Xác định 10 Thương Hiệu I Tiếng Nh t T I Vi t Nam cho 10 ngành hàng I tiếng;
- Xác định 10 Thương Hiệu I Tiếng Nh t cho 10 ngành hàng I tiếng;

4.2 Âm hưởng Tầm Nhìn Thương Hiệu

- Công bố kết quả của Dự án Khảo Sát Thường Hiện I Tiếng T I Vi t Nam;
- Trao Giải thưởng Tầm Nhìn cho 10 Thương Hiệu I Tiếng Nh t T I Vi t Nam và 10 Thương Hiệu I Tiếng Nh t cho 10 ngành hàng I tiếng;

4.3 Âm hưởng Thường Hiện I Tiếng: Nhận biết Người tiêu dùng và các Doanh nghiệp

- ↪ Nhận biết Thường Hiện I Tiếng T I Vi t Nam và
- ↪ website của chương trình: www.thuonghieunoitieng.info



CHƯƠNG TRÌNH THƯƠNG HIỆU N I TI NG 2008

T NG QUAN

C s ch ng trình Th ng Hi u N i Ti ng 2008:

Chương trình “Th ng Hi u N i Ti ng T i Vi t Nam” c th c hi n l n u tiên vào n m 2006 ã có nh ng thành công và gây ti ng vang l n trong c n c. L n u tiên, ti ng nói, s ph n h i c a Ng i tiêu dùng c s d ng là y u t c t lõi duy nh t tìm ra danh sách các Th ng Hi u N i Ti ng T i Vi t Nam. Công tác t ch c kh o sát c thi t k và th c hi n chuyên nghi p b i công ty nghi n c u th tr ng hàng u – Nielsen Vi t Nam, tuân theo nh ng tiêu chu n qu c t cao v nghi n c u th tr ng. Chương trình “Th ng Hi u N i Ti ng 2008” s c t ch c ti p t c nh m:

- ↪ Tôn vinh nh ng Doanh nghi p có chi n l c xây d ng và phát tri n Th ng Hi u lâu dài, cam k t m b o ch t l ng hàng hoá, s n ph m, do ó ã t o d ng c nh ng Th ng Hi u uy tín c nhi u ng i bi t n;
- ↪ Giúp Ng i tiêu dùng có thông tin y v các Th ng Hi u N i Ti ng T i Vi t Nam.

M c tiêu c a Th ng Hi u N i Ti ng 2008:

- Giúp gi i chuyên môn có c d li u chính xác, khách quan (theo các tiêu chí ánh giá c a cu c kh o sát) v các Th ng Hi u hi n có t i Vi t Nam;
- Là cu c “ki m tra s c kh e”, ánh giá, x p h ng cho các Th ng Hi u c a các Doanh nghi p có h at ng s n xu t kinh doanh t i Vi t Nam;
- Giúp Ng i tiêu dùng có nh n th c v nh ng Th ng Hi u N i Ti ng, mua c nh ng s n ph m chính hi u, m b o ch t l ng;

i m khác bi t c a Th ng Hi u N i Ti ng 2008:

- Là ch ng trình x p h ng Th ng Hi u thu n tuý d a trên ý ki n c a Ng i tiêu dùng;
- Vi c kh o sát, phân tích ý ki n Ng i tiêu dùng c th c hi n b i Nielsen Vi t Nam, công ty hàng u trong l nh v c nghi n c u th tr ng trên th gi i và Vi t Nam; m b o tính khách quan, chính xác (sai s 1,8% n m 2006) c a quá trình th c hi n và k t qu D án kh o sát;
- Không phân bi t Th ng Hi u n c ngoài hay Vi t Nam, th hi n xu h ng h i nh p và c nh tranh bình ng ngay t i Vi t Nam c ng nh trên th gi i;
- K t qu x p h ng 500 Th ng Hi u N i Ti ng T i Vi t Nam s c công b r ng rãi trên các ph ng ti n truy n thông i chúng, trên website www.thuonghieunoitieng.info và c th hi n trên n ph m **Th ng Hi u N i Ti ng T i Vi t Nam** (phát hành **mi n phí** t i Ng i tiêu dùng trên c n c);
- Trong khuôn kh c a Ch ng trình **Th ng Hi u N i Ti ng 2008** s t ch c cu c tri n lãm **500 Th ng Hi u N i Ti ng T i Vi t Nam** (theo k t qu D án Kh o sát).

CÁC HO T NG CHÍNH

1. D án Kh o Sát Th ng Hi u N i Ti ng T i Vi t Nam
2. Xu t b n n ph m **Th ng Hi u N i Ti ng T i Vi t Nam** và website c a Ch ng trình: www.thuonghieunoitieng.info
3. êm h i **T m Nhìn - L trao gi i Th ng Hi u N i Ti ng T i Vi t Nam**
4. Tri n lãm **500 Th ng Hi u N i Ti ng T i Vi t Nam**

Website. www.thuonghieunoitieng.info
Email. info@thuonghieunoitieng.info



D ÁN KH O SÁT TH NG HI U N I TI NG T I VI T NAM

- **n v th c hi n:** Công ty Nghiên c u Th tr ng Nielsen Vi t Nam
- Th i gian th c hi n: t 10/2007 n 1/2008
- **M c tiêu nghiên c u c a D án:**
 - Xác nh c Th ng Hi u N i Ti ng/ c nhi u ng i bi t n Vi t Nam;
 - a ra báo cáo t ng h p có tính ch t chuyên môn;
- **nh ngh a Th ng Hi u N i Ti ng:**
 - Th ng Hi u N i Ti ng là Th ng Hi u có m c nh n bi t theo tiêu chí a ra c a n v th c hi n kh o sát
 - Trong tr ng h p các Th ng Hi u có cùng m c nh n bi t có tr giúp, m c nh n bi t t nhiên s c áp d ng xác nh th t Th ng Hi u N i Ti ng.
- **Thông tin thu th p t d án:**
 - Nhãn hi u nh n bi t m c t nhiên
 - Nhãn hi u nh n bi t có tr giúp
 - Thông tin chung v th tr ng
 - Phân b nhóm tu i
 - Phân b thành ph n kinh t
 - Thu nh p trung bình
- Thông tin s c thu th p thông qua ph ng v n tr c ti p t ng cá nhân d a trên b ng câu h i c thi t k s n
- Ph ng pháp l a ch n áp viên trong h gia ình là ph ng pháp ch n m u ng u nhiên
- i t ng ph ng v n:
 - Nam ho c N tu i t 15 - 60
 - Hi n ang th ng trú t i khu v c ph ng v n, thu c m i t ng l p kinh t
- l n c a m u: i đi n cho dân s Vi t Nam v
 - Phân b nhóm tu i
 - Phân b thành ph n kinh t
 - Gi i tính
- Ph m vi th c hi n Kh o sát: Nghiên c u s c th c hi n trên các t nh thành i đi n cho Vi t Nam và t ng khu v c.

N PH M TH NG HI U N I TI NG T I VI T NAM

- Th i gian th c hi n: t 1/2008 n 6/2008
- N i dung: Gi i thi u các Th ng Hi u N i Ti ng T i Vi t Nam trên c s k t qu c a nghiên c u Kh o Sát ý ki n Ng i tiêu dùng; Ngoài ra, n ph m s có các thông tin b ích khác cho Ng i tiêu dùng.
- S l ng phát hành: 100.000 n ph m
- Kích th c: A4
- Kênh phát hành **Mi n Phí:**
 - ↪ G i t ng h i viên Phòng Th ng m i và Công nghi p Vi t Nam;
 - ↪ Phát mi n phí t i Tri n lãm “500 Th ng Hi u N i Ti ng t i Vi t Nam”;
 - ↪ G i t ng các t ch c xúc ti n th ng m i, các hi p h i, h i ngh ;
 - ↪ Và m t s kênh phát hành khác.



- Thời gian thực hiện: từ 4/2007 đến 1/2008
- **Nội dung:**
 - Giới thiệu thông tin về Chương trình **Thăng Hi u N i T i ng 2008**;
 - Giới thiệu các Nhà tài trợ của Chương trình;
 - Giới thiệu các **Thăng Hi u N i T i ng T i V i t Nam** trên cơ sở kết quả của **D án Kh o sát Thăng Hi u N i T i ng T i V i t Nam**;
 - Các thông tin truyền thông liên quan tới Chương trình;

ÊM H I T M NHÌN - L trao gi i Thăng Hi u N i T i ng T i V i t Nam

- **Mục ích:**
 - Tôn vinh những Doanh nghiệp có chiến lược xây dựng và phát triển **Thăng Hi u** lâu dài; cam kết mở rộng thị trường hàng hoá, sản phẩm, đồng thời mở rộng những **Thăng Hi u** uy tín của những **địa phương**;
 - Công bố kết quả **D án Kh o Sát Thăng Hi u N i T i ng T i V i t Nam**;
- Thời gian tổ chức: 3/2008
- Địa điểm: Nhà Hát Lớn - Hà Nội
- Số lượng khách mời: 400 - 500 khách
- Thành phần khách mời:
 - Thành viên HĐQT
 - Thành viên Ban Giám đốc
 - Giám đốc Kinh doanh/ Giám đốc Bán hàng
 - Giám đốc Thương mại/ Giám đốc Marketing
 - Phóng viên, Biên tập viên các Báo, Tạp chí
 - Các Ban ngành liên quan
 - Người tiêu dùng

TRI N LÃM 500 THĂNG HI U N I T I NG T I V I T NAM

- **Mục ích:**
 - Phát triển sản phẩm **địa phương** của người tiêu dùng;
 - Triển lãm, giới thiệu sản phẩm/hình ảnh **500 Thăng Hi u N i T i ng T i V i t Nam** (theo kết quả **D án Kh o sát**) trực tiếp tới người tiêu dùng;
 - Tạo cơ hội cho người tiêu dùng và Doanh nghiệp gặp gỡ và giới thiệu;
- Thành phần tham gia Triển lãm:
 - 500 **Thăng Hi u N i T i ng T i V i t Nam** (theo kết quả **D án Kh o Sát Thăng Hi u N i T i ng T i V i t Nam**)
- Thời gian: 6/2008
- Địa điểm: Tp. HCM



K HO CH **TRUY N THÔNG**

Ch ng trình s c công b r ng rãi trên các ph ng ti n truy n thông i chúng thông qua các s ki n c a Ch ng trình và các tin, bài, qu ng cáo c a Ch ng trình.

Các s ki n truy n thông c a Ch ng trình:

- Các bu i h p báo c a Ch ng trình
- Truy n hình tr c ti p êm h i T m Nhìn - L trao gi i Th ng Hi u N i Ti ng T i Vi t Nam **trên VTV1** (d ki n 3/2008)

Kênh truy n thông c a ch ng trình

Nhóm kinh t	Nhóm a ph ng	Nhóm xã h i
Di n àn Doanh nghi p	Hà N i M i	Lao ng
Vietnam Business Forum	Hà n i m i tin chi u	Thanh Niên
Th i báo Kinh t Vi t Nam	Sài Gòn Gi i Phóng	Tu i tr
Th i báo Kinh t Sài Gòn	Báo Tu i tr Th ô	Ti n Phong
Th i báo Ngân hàng	Báo Sài Gòn ti p th	Báo Gia ình và Xã h i
Th i báo Tài chính	Truy n hình Hà N i	Ph n Vi t Nam
Báo Doanh Nhân Sài Gòn	Truy n hình TP HCM	Truy n hình Vi t Nam
Báo Sài Gòn Ti p th		Truy n hình k thu t s Vi t Nam VTC
T p chí Th ng M i		à ti ng nói Vi t Nam
Doanh nhân Vi t Nam		Vnexpress
Báo u T	...	Vietnamnet
Vi t Nam News		Khuy n h c và dân trí
Báo Pháp lu t		Báo Khoa h c và i s ng
Báo doanh nghi p Ch nh t		WEBSITE ng C ng S n Vi t Nam
Báo Visaba Times		Báo Ng i lao ng
Báo H i quan		Le Courier du Vietnam
Báo Qu c T		Báo B u i n
Saigon Times Group		Báo S c kh e & i s ng
Báo Kinh doanh và Ti p Th		C m nang mua s m
T p chí Marketing Vi t Nam		Thông T n Xã Vi t Nam
T p chí Hàng hóa và Th ng hi u		Báo v n hoá
T p chí Nhà qu n lý		
...	

