

Phòng marketing có vai trò chính trong việc phát triển thương hiệu

Nhiệm vụ của doanh nghiệp là tồn tại. Sự tồn tại của doanh nghiệp đồng nghĩa với việc doanh nghiệp phải tạo ra lợi nhuận. Vậy, điều kiện tiên quyết để tạo ra lợi nhuận là gì? Hay nói cách khác:

- Phải làm gì để tạo ra lợi nhuận để bảo đảm sự sống còn của doanh nghiệp, để tăng trưởng và để cho giá trị vốn chủ sở hữu tăng lên?
- Phải có những tài sản gì để làm ra lợi nhuận?

Để tạo ra được lợi nhuận, doanh nghiệp phải tạo ra được khoản doanh thu lớn hơn chi phí đã bỏ ra.

Tài sản lớn nhất mà doanh nghiệp cần có để làm ra lợi nhuận đó là khách hàng, những người mà với sự sẵn lòng chi trả của mình mới tạo ra được doanh thu cho doanh nghiệp. Một dây chuyền công nghệ hiện đại, một bộ máy nhân lực hoàn hảo, một lượng vốn hùng mạnh, một hệ thống sổ sách kế toán hiệu quả, v.v cũng sẽ không có lý do tồn tại nếu không có khách hàng.

Marketing, lại là nguồn gốc của việc tạo ra và giữ một khách hàng. Chỉ có marketing là bộ phận duy nhất tiếp cận trực tiếp với khách hàng và biến ý muốn, mong đợi của khách hàng thành sản phẩm, dịch vụ để thỏa mãn nhu cầu khách hàng. Marketing cũng là bộ phận vô cùng quan trọng của doanh nghiệp, thông qua các hoạt động nghiệp vụ của mình tạo ra những giá trị gia tăng khác biệt so với các sản phẩm dịch vụ đang có trên thị trường để đi vào nhận thức của khách hàng với hình ảnh thương hiệu của doanh nghiệp.

Do vậy để phát triển thương hiệu, phòng marketing của công ty phải là đơn vị tiên phong xung trận. Sự tiến bộ của công nghệ, áp lực cạnh tranh toàn cầu, sự dư thừa của năng lực sản xuất toàn cầu càng khiến cho thương hiệu có một ý nghĩa đặc biệt trong tồn tại và tạo ra lợi nhuận. Và trọng trách đó không ai khác hơn ngoài bộ phận marketing phải nhận lãnh để *tạo ra và giữ từng khách hàng một.*

Đoàn Đình Hoàng - Masso Consulting

(Trích tài liệu phục vụ Chợ tư vấn Khoa học – Công nghệ và Quản lý – Tuần lễ Khoa học-Công nghệ & Giáo dục Đại học TP.Hồ Chí Minh lần II 2004 - tháng 11/2004)