

Thương hiệu sẽ giúp chúng ta bảo vệ thương hiệu

Thương hiệu xuất phát từ nhận thức. Người tiêu dùng hay công chúng khi đã hình thành nhận thức của mình về thương hiệu sẽ tạo ra sự trung thành nhất định với thương hiệu mà họ đã chấp nhận.

Trong cuộc chiến không khoan nhượng trên thương trường, chỉ có lòng trung thành với thương hiệu mới có thể bảo vệ thương hiệu trước các đối thủ cạnh tranh, trước các sản phẩm thay thế.

Sự chấp nhận thương hiệu điều chỉnh mạnh mẽ hành vi mua hàng của người tiêu dùng. Hành vi mua hàng lại là yếu tố có ảnh hưởng sống còn đến một thương hiệu nhưng lại không được kiểm soát bởi doanh nghiệp. Một thương hiệu mạnh có quan hệ phản hồi hỗ trợ bảo vệ thương hiệu.

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)