

NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG- ĐỊNH HƯỚNG KINH DOANH- TƯ VẤN
THƯƠNG HIỆU -TĂNG ĐỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC LIỆU VITABA

LỰA CHỌN VÌ SỨC KHỎE

NỘI DUNG CÔNG VIỆC

GIAI ĐOẠN

1

- ĐỊNH HƯỚNG KINH DOANH
- PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG VÀ CÔNG TY CÓ CÙNG PHÂN KHÚC SẢN PHẨM
- CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG VÀ NHU CẦU THỊ TRƯỜNG

2

- THIẾT KẾ QUY CHUẨN HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU
- NGÂN SÁCH

3

- CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG & ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU
- KÊNH TRUYỀN THÔNG

ĐỊNH HƯỚNG KINH DOANH

MỘT SỐ PHÂN TÍCH VỀ THỊ TRƯỜNG



Hiện nay nhiều doanh nghiệp trồng dược liệu đang gặp khó khăn và chịu sự cạnh tranh gay gắt. Các doanh nghiệp trồng dược liệu sạch hiện nay phải cạnh tranh ngay trên sân nhà khi giá bán của dược liệu sạch trong nước trồng ra thành phẩm không cạnh tranh nổi với dược liệu nhập từ Trung Quốc. Phần lớn doanh nghiệp sản xuất của Việt Nam lại nhập dược liệu từ Trung Quốc để sản xuất ra sản phẩm của doanh nghiệp mình.

[link tham khảo:](#)



XU HƯỚNG HIỆN NAY

Sau đại dịch toàn cầu, người tiêu dùng càng có ý thức về sức khỏe, thúc đẩy xu hướng trở về với thiên nhiên

Việt Nam là nơi sinh trưởng và phát triển nhiều loại cây dược liệu đặc hữu, quý hiếm và có giá trị cao

Nhiều chương trình Quốc gia đã hỗ trợ phát triển các vùng dược liệu.



ĐỊNH HƯỚNG KINH DOANH

Giá trị cốt lõi

- Tôn trọng sự khác biệt, hỗ trợ mọi người phát huy hết khả năng
- Chân thành, hiệu quả, lương thiện

Sứ mệnh

- Phát huy thế mạnh dược liệu để người Việt Nam trở nên Mạnh khỏe và Thịnh vượng
- Top 10 công ty dược liệu lớn nhất Việt Nam

CHIẾN LƯỢC THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG

01

Vị trí của Vitaba
trên thị trường

Xác định nhóm khách
hàng mục tiêu

02

03

Đẩy mạnh
thương hiệu

Kênh truyền thông

04

05

Chương trình trải
nghiệm khách hàng

PHÂN TÍCH CÁC CÔNG TY CÓ CÙNG PHÂN KHÚC SẢN PHẨM

HANOI PHARMA:

Là công ty có thương hiệu trên thị trường, nhiều sản phẩm nổi bật, uy tín, có chứng nhận về chất lượng, nhiều sản phẩm sản xuất từ cây dược liệu

Máy móc chất lượng, quy trình sản xuất theo tiêu chuẩn.



Điểm mạnh

Hệ thống phân phối bán lẻ tốt
Nhiều chương trình hỗ trợ, chăm sóc khách hàng



Điểm yếu

Bao bì chưa có sự quy chuẩn nhận diện chung
Chưa có hệ thống nhận diện tốt, mỗi sản phẩm 1 màu sắc



Cơ hội

Việt Nam có nhiều dược phẩm tốt cho sức khỏe, đó là những phương thuốc dân gian được nhiều người Việt Nam tin dùng



Thách thức

Chưa đưa được dược phẩm xuất khẩu ra thế giới.



PHÂN TÍCH CÁC CÔNG TY CÓ CÙNG PHÂN KHÚC SẢN PHẨM

VIETMEC:

Là công ty cung cấp dược liệu sạch, sản phẩm bảo vệ sức khỏe có nguồn gốc dược liệu thiên nhiên



Điểm mạnh

- Có nhà máy gia công sản phẩm được thực nghiệm và cấp giấy chứng nhận quy trình sản xuất GMP- WHO
- Hệ thống phân phối là các hiệu thuốc, bệnh viện



Điểm yếu

- Bao bì chưa có sự đồng nhất nhận diện thương hiệu



Cơ hội

Khi dược phẩm có chứng nhận chất lượng sẽ khiến người tiêu dùng tin tưởng hơn khi sử dụng sản phẩm của doanh nghiệp



Thách thức

Chưa đưa được dược phẩm xuất khẩu ra thế giới.

PHÂN TÍCH CÁC CÔNG TY CÓ CÙNG PHÂN KHÚC SẢN PHẨM

TH: 'TRÌNH LÀNG' 4 LOẠI TRÀ THẢO DƯỢC NÂNG CAO SỨC KHỎE CON NGƯỜI

Trà thảo dược túi lọc TH true HERBAL sử dụng nguồn thảo dược trong nước được thu hái tự nhiên và trồng tại các vùng đệm của các khu rừng thuộc vùng dược liệu nổi tiếng ở Mường Lống (Kỳ Sơn, Nghệ An).



CÓ THỂ THẤY TH LÀM THƯƠNG HIỆU VÀ QUY CHUẨN HÌNH ẢNH NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU RẤT TỐT QUA THIẾT KẾ NHÃN MẮC BAO BÌ CỦA 4 SẢN PHẨM CÙNG DÒNG SẢN PHẨM THẢO DƯỢC DÀNH CHO SỨC KHỎE

Bốn loại trà thảo dược túi lọc TH true HERBAL nhằm hỗ trợ tăng cường sức khỏe gồm:

- Trà thảo dược TH true HERBAL Giảo cổ lam-Linh chi có tác dụng hỗ trợ điều hòa huyết áp, giảm mỡ máu, hữu dụng cho người mỡ máu cao, huyết áp cao....
- Trà thảo dược TH true HERBAL Nhân trần-Cúc hoa có tác dụng thanh nhiệt, giải độc, thích hợp với người suy giảm chức năng gan hoặc mắc các bệnh về gan như viêm gan, gan nhiễm mỡ...
- Trà thảo dược TH true HERBAL Tía tô-Gừng có tác dụng giải cảm, hỗ trợ tiêu hóa, phù hợp với người bị cảm mạo,
- Trà thảo dược TH true HERBAL Lạc tiên-Tâm sen có tác dụng an thần, cải thiện giấc ngủ

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG

XÁC ĐỊNH KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Tư vấn dựa trên nghiên cứu thị trường

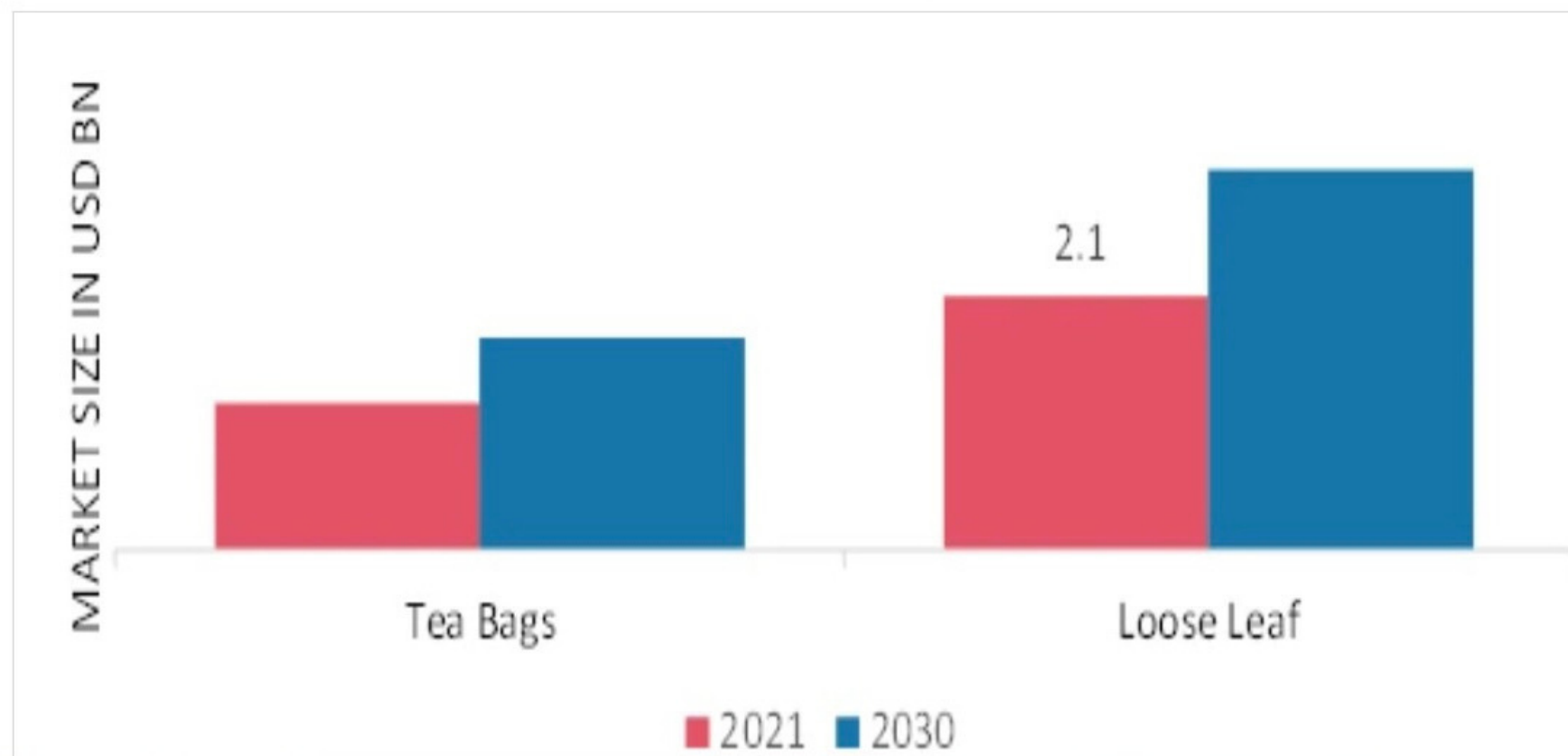
- Dược liệu đa phần được làm thành trà uống vì thói quen uống trà của người Việt Nam và chúng ta có rất nhiều loại trà từ nhiều loại dược liệu.
- Lứa tuổi thích uống trà thường là từ trên 25 tuổi.
- Và những nhóm đối tượng liên quan, quan tâm đến vấn đề sức khỏe như dân văn phòng.
- Ngoài ra các dược liệu vùng miền cũng có thể phục vụ làm quà tặng cho nhóm khách du lịch, khách nước ngoài.



NHU CẦU THỊ TRƯỜNG

NHU CẦU TIÊU DÙNG TRÀ CỦA THỊ TRƯỜNG TRÊN THẾ GIỚI TỪ 2022-2030

Figure 1: Herbal Tea Market, by Form, 2021 & 2030 (USD Million)



HERBAL TEA MARKET



The herbal tea industry is projected to grow from **USD 3.47 Billion** in 2022 to **USD 4.88 billion** by 2030

CAGR 5.0%
2022 - 2030

SEGMENTATION

Type Outlook

- Cinnamon
- Dandelion
- Chamomile

Function Outlook

- Cognitive Health
- Gut & Digestive Health
- Multifunctional

Form Outlook

- Tea Bags
- Loose Leaf

Distribution Channel Outlook

- Store-Based
- Non-Store-Based

MARKET SHARE, BY REGION

- North America
- Europe
- Asia-Pacific
- Rest Of The World



DRIVERS

- High Demand For Functional Beverages
- Launch Of Innovative Flavors
- Drivers Impact Analysis

RESTRAINT

- High Costs
- Restraints Impact Analysis

OPPORTUNITY

- Rising Demand For Organic Products

KEY PLAYERS



HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

Hệ thống nhận diện của một thương hiệu là tất cả các loại hình và cách thức mà thương hiệu có thể tiếp cận với khách hàng như: Logo, tên công ty, slogan, bao bì, nhãn mác, biển bảng, các mẫu quảng cáo trên Media; các ấn phẩm hỗ trợ quảng cáo (Tờ rơi, poster, catalog, đồng phục,...); các phương tiện vận tải, ấn phẩm văn phòng; hệ thống phân phối, chuỗi các cửa hàng và các hình thức PR, sự kiện khác...



Đơn giản hơn, hệ thống nhận diện thương hiệu chính là những gì người tiêu dùng nhìn thấy, nghe thấy về thương hiệu. Mục tiêu của hệ thống nhận diện thương hiệu không chỉ là tạo sự nhận biết, sự khác biệt, thể hiện cá tính đặc thù doanh nghiệp mà còn nhằm đến việc tác động đến nhận thức, tạo cảm giác về quy mô của doanh nghiệp, tính chuyên nghiệp là cao của doanh nghiệp đối với khách hàng và công chúng.

MỘT SỐ NHẬN XÉT VỀ MẪU LOGO CỦA VITABA

MỘT SỐ NHẬN XÉT



VĂN HÓA TÂY BẮC

Nếu chỉ muốn nhấn mạnh về vùng trồng nguyên liệu thì sử dụng logo này



CÔ GÁI TẬP YOGA

Nếu muốn nhấn mạnh dùng sản phẩm để chăm sóc sức khỏe thì logo yoga rất có ý nghĩa



BÀN TAY ÔM ẤP NÂNG NIU

Nếu muốn nhấn mạnh dùng dược phẩm, sản phẩm để chữa bệnh thì sử dụng logo bàn tay nâng niu và hình chữ thập đỏ. Logo bàn tay nhìn giống hình trái tim nên ý nghĩa hơn.



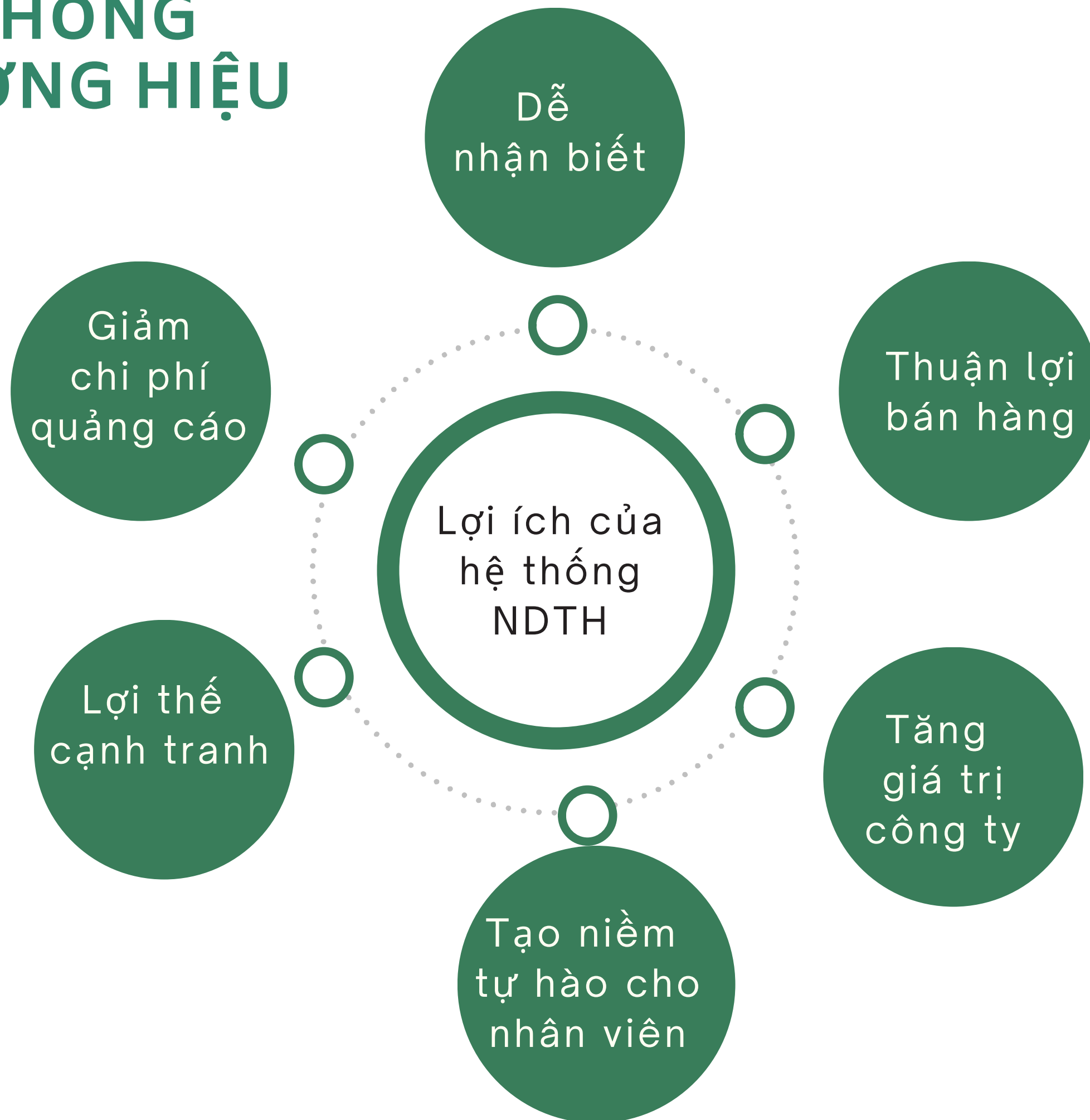
HÌNH CHỮ THẬP

Về màu sắc và font chữ, nhìn chung của các logo đều có nét tương đồng, sử dụng font chữ không chân, hình ảnh thể hiện cũng hợp lý, dễ hiểu.

Mỗi logo đều có ý nghĩa riêng, và doanh nghiệp muốn truyền đạt thông điệp gì qua logo thì sẽ lựa chọn logo phù hợp.

TẠI SAO CẦN HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

Hệ thống nhận diện thương hiệu là một công cụ để quảng bá thương hiệu hữu hiệu, nó là một tài sản cần phải được chăm sóc, quản trị và đầu tư một cách sâu rộng và dài lâu.



HẠNG MỤC THIẾT KẾ THƯƠNG HIỆU

Quy chuẩn logo & slogan

- Quy chuẩn logo, font chữ, màu sắc nhận diện..
- Sáng tạo slogan
- Quy chuẩn bộ nhận diện văn phòng

Hệ thống bảng biển

- Biển hiệu cửa hàng
- Biển quảng cáo
- Biển chỉ dẫn

Ấn phẩm truyền thông quảng cáo, bao bì, nhãn mác

- Brochure, Catalog, Menu, tờ rơi, Poster, standee, backdrop, quảng cáo báo, Booth gian hàng..... Bao bì, tem, nhãn. Hộp, thùng đựng sản phẩm
- Bố cục trình bày trên sản phẩm
- Đồng phục, phương tiện vận chuyển

Hệ thống thương mại điện tử

- Email Marketing
- Một số thiết kế hỗ trợ quy chuẩn website, facebook

NGÂN SÁCH

FILE ĐÍNH KÈM

Công ty Truyền thông Tiến Bộ (viết tắt là ADN) với kinh nghiệm 21 năm trong lĩnh vực Truyền thông và Thiết kế sáng tạo đã vinh dự là Agency (Đại lý thiết kế quảng cáo) cho những đối tác là những Tổng Công ty, Tập đoàn, Doanh nghiệp nước ngoài và Việt Nam có thương hiệu trên thị trường. Hiện chúng tôi đang là Agency Thiết kế sáng tạo và Tư vấn Truyền thông ký hợp đồng theo năm cho Tổng Công ty Bảo hiểm Dầu khí (PVI) và rất nhiều khách hàng Bên cạnh đó, gói Dịch vụ Giá trị Gia tăng của chúng tôi là Dịch vụ In ấn, sản xuất ấn phẩm, thiết kế nội thất, quà tặng doanh nghiệp..... đã giúp cho khách hàng của chúng tôi tiết kiệm thời gian và đạt được chất lượng tốt, đồng thời nâng cao hiệu quả Truyền thông từ A tới Z.

CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG



Nghiên cứu insight nhóm đối tượng khách hàng, với từng nhóm khách hàng sẽ đưa ra thông điệp truyền thông phù hợp đánh trúng tâm lý.



Mỗi kênh truyền thông đều có điểm khác biệt, đối tượng tiếp cận cũng khác nhau, cần nghiên cứu và lên kế hoạch cụ thể khi sử dụng từng kênh truyền thông. Hai kênh đang được sử dụng phổ biến hiện nay là **Facebook** và **Website** phục vụ được mục đích bán hàng online



CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG

Kênh truyền thông đại chúng: Phát video bài phỏng vấn nhanh, câu chuyện truyền cảm hứng thực tế của khách hàng khi sử dụng các sản phẩm của Vitaba , kể câu chuyện thương hiệu thông qua sản phẩm tạo độ tin tưởng, gắn kết cảm xúc với khách hàng.



Ngoài kênh truyền thông mạng xã hội, cần làm thêm những hoạt động truyền thông kết nối khách hàng. Đưa hình ảnh thương hiệu tới gần hơn với khách hàng. Kết nối với dịch vụ du lịch farmstay tạo thành một quy trình chăm sóc sức khỏe toàn diện cho khách hàng

KÊNH TRUYỀN THÔNG MẠNG XÃ HỘI

KÊNH TRUYỀN THÔNG MẠNG XÃ HỘI: FACEBOOK, YOUTUBE, ZALO, WEBSITE...

- Sáng tạo nội dung, xây dựng câu chuyện thương hiệu, cải thiện quy chuẩn hình ảnh và thêm các tính năng phục vụ bán hàng online hiệu quả
- Lên chiến dịch digital marketing, tối ưu từ khóa tăng độ tương tác, độ tiếp cận trên bài đăng,
- Quản trị cộng đồng fanpage



VIDEO CLIP

- Video phỏng vấn nhanh các trường hợp/ Các case study đã từng sử dụng sản phẩm của vitaba và có hiệu quả ngay lập tức, sẽ trở thành video viral truyền cảm hứng.



HOẠT ĐỘNG KẾT NỐI KHÁCH HÀNG BẰNG CHUỖI SỰ KIỆN

- Tổ chức event khai trương cửa hàng "Ngôi nhà sức khỏe". Khách hàng có cơ hội trải nghiệm dịch vụ spa chăm sóc sức khỏe từ dược liệu và được giới thiệu sử dụng các sản phẩm lợi ích sức khỏe của vitaba
- Kết hợp giới thiệu trong mạng lưới qua các chương trình training về sức khỏe cộng đồng



HÃY LIÊN HỆ VỚI CHÚNG TÔI

NGUYỄN DIỄM ANH(MS)

Business Manager

Tel: (84-4) 8223 451

Mobile: 0913 362 394

Email: diemanh.csd@gmail.com

NGUYỄN THÚY QUỲNH(MS)

Account Manager

Tel: (84-4) 8223 451

Mobile: 0945 032 484

Email: thuyquynh.csd@gmail.com