



SỞ KHOA HỌC CÔNG NGHỆ
TP. HỒ CHÍ MINH



CHỦ ĐỀ

QUẢN LÝ NĂNG SUẤT CHẤT LƯỢNG TRONG QUẢN TRỊ, PHÁT TRIỂN VÀ ĐỔI MỚI THƯƠNG HIỆU SẢN PHẨM HÀNG HÓA VÀ THƯƠNG HIỆU DOANH NGHIỆP.

PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU PHỤ THUỘC VÀO QUY MÔ DOANH NGHIỆP

HỆ THỐNG TÀI LIỆU
ĐÀO TẠO TRỰC TUYẾN

NÂNG CAO
NĂNG SUẤT
CHẤT LƯỢNG
VÀ ĐỔI MỚI
SÁNG TẠO

Chương trình

"Quản lý năng suất chất lượng
trong quản trị, phát triển & đổi mới
thương hiệu sản phẩm hàng hóa
và thương hiệu Doanh Nghiệp"
được phối hợp thực hiện bởi
Sở Khoa Học Công Nghệ
Thành Phố Hồ Chí Minh &
Học viện đào tạo quốc tế
Smart Way.

Giảng Viên Đặng Quốc Hưng Là Ai?



Nhà huấn luyện quốc tế về Bán Hàng & Lãnh Đạo được Vua Bán Hàng Blair Singer đào tạo trực tiếp.



Giám đốc điều hành và đồng sở hữu Doanh Nghiệp Dược Phẩm Công Nghệ Sinh Học Livespo Global.



Đồng sáng lập Hệ thống Fitness - Yoga - Spa Queensbay.

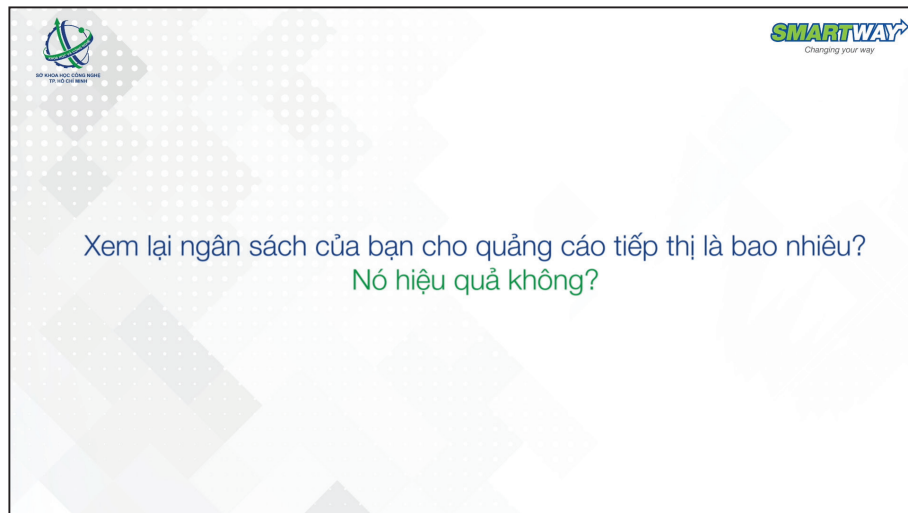


Ứng dụng nhuần nhuyễn kiến thức bán hàng của Blair Singer, kinh nghiệm marketing của Alex Mandosian, Jay Abraham, Peng Joon vào thực tế.

PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU PHỤ THUỘC VÀO QUY MÔ DOANH NGHIỆP

4 CÁCH XÁC ĐỊNH NGÂN SÁCH LÀM THƯƠNG HIỆU.

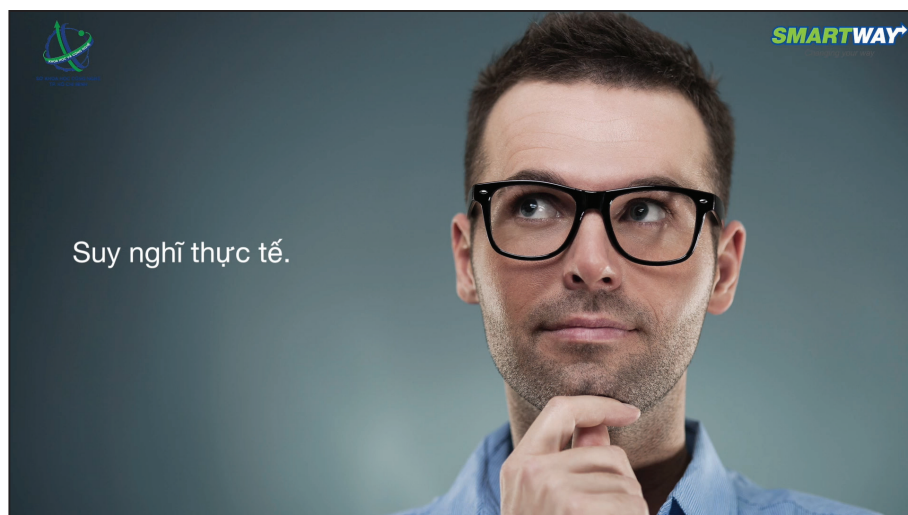
- ❖ **Cách 1:** Ngân sách tương xứng với đối thủ cạnh tranh: Dựa trên lập luận là “*nếu sử dụng ngân sách thấp hơn đối thủ cạnh tranh thì doanh nghiệp có thể bị mất thị phần*”.



- ❖ **Cách 2:** Xác định tỉ lệ nhất định: Ban lãnh đạo công ty đưa ra một nguồn ngân sách nhất định sau khi cân nhắc kỹ về nguồn lực hiện tại, ngân sách quảng cáo các năm trước và các mục tiêu ưu tiên của doanh nghiệp trong năm nay.



- ❖ **Cách 3:** Theo tỉ lệ phần trăm của doanh số: Ngân sách được xác định bằng một tỉ lệ % theo doanh số bán hàng. Ví dụ, nếu doanh số bán hàng kỳ vọng là 100 tỉ đồng, và tỉ lệ ngân sách quảng cáo tiếp thị là 5% thì ngân sách sẽ là 5 tỉ.



- ❖ **Cách 4:** Dựa trên kỳ vọng.




NỘI DUNG: PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU
PHỤ THUỘC VÀO QUY MÔ DOANH NGHIỆP

Doanh số	Ngân sách quảng cáo tiếp thị
Dưới 5 triệu USD	7-8%
5-10 triệu USD	6-7%
10-100 triệu USD	5-6%
100-300 triệu USD	3-5%
Lớn hơn \$300 triệu USD	3-4%

BÀI TẬP

-  Bạn đã có ngân sách để quản lý thương hiệu chưa?

-  Bạn đang phân bổ ngân sách cho quản lý thương hiệu theo cách nào? Có hiệu quả không?

-  DN bạn nên áp dụng phân bổ ngân sách để phát triển và quản lý thương hiệu theo cách nào?

DANH MỤC SÁCH - TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Branding 4.0 – **Philip Kotler.**
2. Quản Trị Thương Hiệu Trực Tuyến – **Charlie Pownall.**
3. Hành Trình Biến Thương Hiệu Thành Biểu Tượng – **Douglas B. Holt.**
4. Thế Giới Mới Làm Thương Hiệu – **Max Lenderman.**
5. Bán Niềm Tin – **Dan S. Kennedy.**
6. Đánh Lừa Cho Thương Hiệu – **Jonathan Cahill.**
7. Thương Hiệu Cảm Xúc – **Marc Gobé.**
8. Bí Quyết Thành Công 100 Thương Hiệu Hàng Đầu Thế Giới – **Matt Haig.**
9. Kiến Tạo Thương Hiệu Từ Không Đến Có – **Jacky Tai.**
10. 22 Quy Luật Bất Biến Trong Xây Dựng Thương Hiệu – **Al Ries & Laura Ries.**



CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ SMART WAY

📍 Phòng 1901, Tòa nhà Saigon Trade Center,
số 37 Tôn Đức Thắng, P. Bến Nghé, Q. 1, TP. HCM

☎ 028 2220 2211

✉ info@smartway.com.vn

🌐 www.smartway.com.vn