Logo Logo not found or type unknown

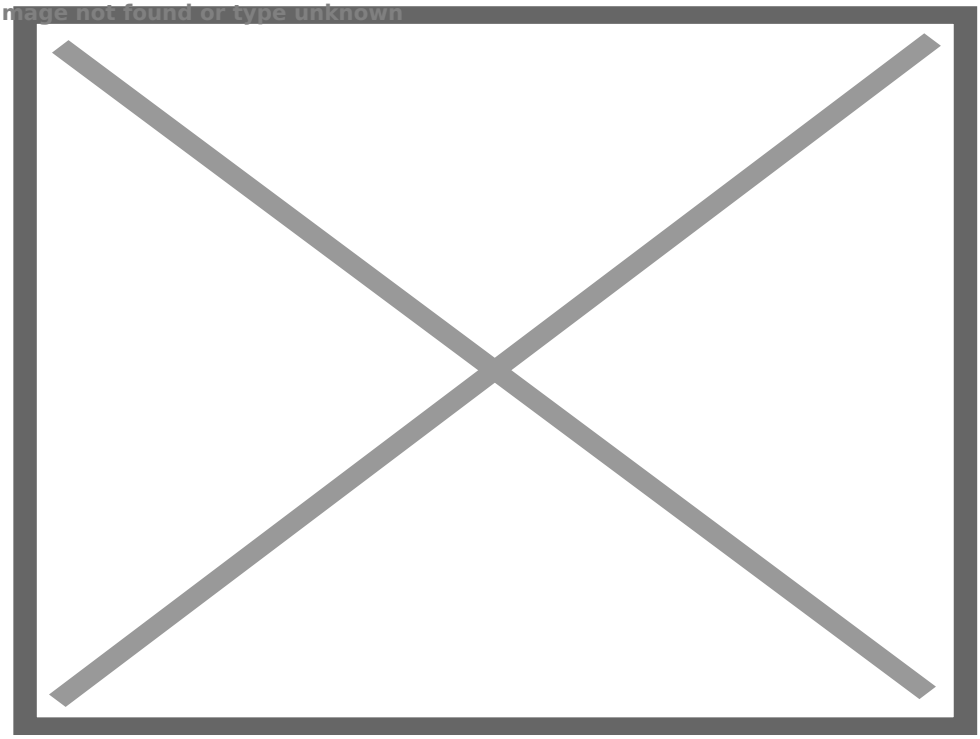
Hàng Việt - niềm tự hào của siêu thị Việt

16:41 07/09/2016

Tác giả: Ngọc Bích

Năm 2016, Saigon Co.op gắn kết 600 nhà cung cấp trong nước và đầu tư 200 tỉ đồng thực hiện chương trình "Tự hào hàng Việt 2016"

Image not found or type unknown



Chương trình "Tự hào hàng Việt" của Co.opmart được người tiêu dùng ủng hộ mạnh mẽ

Vậy nhờ đâu mà hàng Việt vẫn còn vị thế nhất định tại thị trường nội địa dù đang phải đón nhiều con sóng lớn?

Xây dựng bệ phóng vững chắc

Có thể nói, nếu xét về quá trình và nguồn gốc thương hiệu thì hệ thống siêu thị Co.opmart của Liên hiệp HTX Thương mại TP HCM - Saigon Co.op là đơn vị 100% của Việt Nam đã có công lớn với hàng Việt. Gần 20 năm qua, Co.opmart vẫn kiên trì gắn bó cùng hàng Việt và doanh nghiệp sản xuất trong nước.

Ông Nguyễn Anh Đức, Phó Tổng giám đốc Thường trực Saigon Co.op, cho biết: "Ngay từ những ngày đầu thành lập, Co.opmart đã quyết tâm nhận lấy sứ mệnh lịch sử làm cầu nối và là người bạn đồng hành của hàng Việt với người tiêu dùng Việt Nam. Từ đó, Co.opmart quyết định lựa chọn con

đường kinh doanh hàng Việt, là nhà phân phối thuần Việt, từng bước xây dựng, thực hiện và phát triển chiến lược "nội địa hóa" nhằm hỗ trợ mạnh mẽ các doanh nghiệp Việt trong việc quảng bá, phân phối sản phẩm tới tay người tiêu dùng trong nước".

Bên cạnh đó, Saigon Co.op cũng chú trọng tổ chức nhiều chương trình kích cầu nhằm đẩy mạnh hơn nữa hàng Việt đến với người tiêu dùng. Co.opmart còn tăng cường các chính sách hỗ trợ dành cho doanh nghiệp sản xuất hàng tại Việt Nam như: ưu tiên mua hàng, diện tích, vị trí trưng bày, truyền thông, khuyến mãi…

Trong năm 2009, hiểu rõ được quy luật khi lòng tin được củng cố tất yếu sẽ thúc đẩy hành động của người tiêu dùng, cũng như nhận thấy nhu cầu tiêu dùng hàng Việt là có thật và ngày càng tăng cao trong cả nước, Saigon Co.op đã nâng tầm "Người tiêu dùng và hàng Việt Nam chất lượng cao" thành chương trình khuyến mãi "Tự hào hàng Việt". Chương trình được tổ chức định kỳ tháng 9 hằng năm tại hệ thống Co.opmart, Co.opXtra và Co.opFood với kinh phí hàng trăm tỉ đồng.

Dung hòa lợi ích, gắn kết bền chặt

Năm 2016, Saigon Co.op gắn kết cùng 600 nhà cung cấp trong nước và đầu tư 200 tỉ đồng để thực hiện chương trình "Tự hào hàng Việt 2016". Trong đó, phần lớn kinh phí tập trung thực hiện giảm giá sản phẩm, đặc biệt là các sản phẩm thiết yếu, nhằm hỗ trợ tiêu dùng trực tiếp cho khách hàng. Qua đó, Co.opmart đã giúp nâng cao uy tín và gia tăng sức mua của các mặt hàng sản xuất tại Việt Nam, thu hút sự hưởng ứng nhiệt tình của đông đảo người tiêu dùng.

Trên tinh thần gắn kết, Saigon Co.op luôn ủng hộ và sẵn sàng hợp tác với các cơ sở sản xuất ngành hàng nông nghiệp, công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp trong nước nhằm tạo cơ hội và điều kiện phát triển cho các cơ sở sản xuất quảng bá thương hiệu, mở rộng thị trường, phát triển kinh doanh và đơn vị cũng đa dạng được mặt hàng, chủng loại, chất lượng hàng hóa. Chính việc biết dung hòa lợi ích giữa 3 bên: doanh nghiệp sản xuất, nhà phân phối và người tiêu dùng, Saigon Co.op đã tạo nên sự gắn kết bền chặt giữa hàng Việt và kênh phân phối nội địa.

Saigon Co.op cũng chia sẻ thông tin thị trường, giúp các nhà cung cấp, HTX, hộ nông dân có chiến lược phù hợp trong việc sản xuất hàng hóa đáp ứng tốt nhất nhu cầu của thị trường, từ đó tạo lợi thế cạnh tranh.

Hàng Việt đồng giá và giá đặc biệt

Từ nay đến hết ngày 11/9, hệ thống siêu thị Co.opmart và Co.opXtra áp dụng chương trình Hàng Việt đồng giá, chỉ từ 9.000 đồng/sản phẩm, trải rộng trên các ngành hàng thiết yếu như dưa leo, bắp cải, nước mắm, bánh ngọt, sữa lốc, cà phê hòa tan, trái vải đóng hộp, khô bò, dầu gội đầu, dụng cụ nhà bếp, nước lau sàn và thời trang nam nữ. Riêng 3 ngày cuối tuần (9,10,11/9), hệ thống có chương trình Giá đặc biệt, giảm từ 70.000 đến gần 700.000 đồng cho một số sản phẩm gia dụng và dệt may, điều kiện hóa đơn 400.000 đồng: khăn tắm, mền cotton, chảo không dính, túi xách du lịch, nồi cơm điện...

Nguồn: Người Lao Động

Link bài viết: https://nguoilambao.vn/hang-viet-niem-tu-hao-cua-sieu-thi-viet