

Vinamilk công bố nhận diện thương hiệu mới sau gần 5 thập kỷ hiện diện

20:34 10/07/2023

Tác giả: Đang cập nhật

Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam (Vinamilk) chính thức công bố nhận diện thương hiệu mới. Sau 47 năm không ngừng nỗ lực, Vinamilk đang từng bước trở thành công ty thực phẩm hàng đầu, tiếp tục mở rộng sứ mệnh “chăm sóc” cốt lõi để phù hợp hơn cho giai đoạn phát triển mới.



Bộ nhận diện thương hiệu mới của Vinamilk, một thế giới đầy màu sắc, thể hiện tinh thần trẻ trung và khát khao, hiện thân cho nguồn năng lượng trẻ Việt Nam.

Nâng tầm thương hiệu với chiến lược & định vị mới, bộ nhận diện thương hiệu thể hiện rõ nét tính cách “táo bạo, quyết tâm, luôn là chính mình” của Vinamilk và là hiện thân cho nguồn năng lượng trẻ trung và đầy khát khao của người Việt.

Trong nhiều thập kỷ, thương hiệu Vinamilk đã chăm sóc dinh dưỡng và sức khỏe cho nhiều thế hệ và trở thành biểu tượng của sự kiên cường và phát triển. Vinamilk bắt đầu từ con số 0, vượt mọi

rào cản với tinh thần phải làm bằng được, để mang nguồn dinh dưỡng tốt nhất đến với mọi người, mọi nhà.

Từ nhà máy sữa bột trẻ em đầu tiên được khôi phục bằng năng lực kỹ thuật thuần Việt vào năm 1989, đến trang trại và nhà máy tiên phong đạt trung hoà carbon tại ASEAN. Từ công thức sữa bột Dielac đầu tiên được nghiên cứu để phù hợp với thể trạng trẻ em Việt Nam, đến danh mục hơn 200 sản phẩm cho mọi lứa tuổi. Vinamilk hướng đến người tiêu dùng bằng tất cả sự quyết tâm, để mỗi sản phẩm đều là một lời hứa - rằng bạn có thể chăm sóc tốt cho bản thân và cả người mình thương quý. Đây cũng là một hành trình đầy tự hào và truyền cảm hứng của một thương hiệu sữa Việt vươn đến vị thế đáng kể trong ngành sữa thế giới, với giá trị tỷ đô và tiềm năng to lớn.



Bà Mai Kiều Liên, Tổng Giám Đốc Vinamilk phát biểu về lần tái định vị thương hiệu lần này.

Chia sẻ về chiến lược này, Bà Mai Kiều Liên, Tổng Giám Đốc Vinamilk, phát biểu: *“Nỗ lực tái định vị đánh dấu bước đầu tiên của chúng tôi để hiện đại hóa trải nghiệm và tạo đà bứt tốc trong tương lai. Vinamilk đã chăm sóc cho mọi người dân Việt suốt những năm qua, và sẽ tiếp tục mở rộng sứ mệnh này để nâng cao chất lượng cuộc sống cho mọi người mọi nhà thông qua những sản phẩm thực phẩm tốt nhất.”*

Đổi mới và nâng cấp nhận diện thương hiệu mở màn cho những bước tiến mới

Bộ nhận diện được thực hiện một cách bài bản và có đầu tư kỹ lưỡng, là thành quả sau một năm dài chuẩn bị của các chuyên gia, nhà tư vấn hàng đầu về chiến lược và thương hiệu của Việt Nam và quốc tế ở đẳng cấp thế giới.



Cô Megan Bowker, Giám đốc Sáng tạo của Vinamilk chia sẻ bộ nhận diện thương hiệu mới lấy cảm hứng từ các giá trị di sản và cuộc sống người Việt.

Giám đốc Sáng tạo Megan Bowker - hiện nay là Giám đốc Sáng tạo của Vinamilk, sẽ chịu trách nhiệm triển khai dự án nhận diện thương hiệu trong thời gian tới. Ngoài ra, còn có Duy Đào - Giám đốc Sáng tạo của Studio DUY, phối hợp với chuyên gia chiến lược thương hiệu Karrin Fyhrie của Sovereign Objects.

Ngôn ngữ thiết kế mới của Vinamilk là sự cân bằng tinh tế các khía cạnh cốt lõi của thương hiệu: giá trị truyền thống với bước tiến mới, và di sản Việt với khát vọng vươn tới toàn cầu.

Logo mới của Vinamilk được cập nhật từ dạng phù hiệu (emblem) sang dạng biểu tượng chữ (wordmark). Chữ “Vinamilk” được viết nét tay mạnh mẽ, phóng khoáng, tổng thể logo đơn giản mà

táo bạo, ấn tượng và mang bản sắc “luôn là chính mình” như tinh thần mới của thương hiệu. Nét cười trên chấm chữ “i” làm tăng cảm giác thân thuộc về một thương hiệu chăm sóc tinh thần và tâm vóc Việt. Hình ảnh giọt sữa ở phần bụng chữ cái “a” trong Vinamilk cùng dòng chữ “Est 1976” gợi nhắc về những giá trị đã làm nên chỗ đứng của Vinamilk trong lòng người tiêu dùng trong suốt thời gian qua.



Ông Nguyễn Quang Trí, Giám đốc điều hành Marketing của Vinamilk đại diện chia sẻ về quá trình làm ra bộ nhận diện này, bắt nguồn từ sứ mệnh “chăm sóc” (Care) mà Vinamilk luôn theo đuổi.

Hai màu sắc chủ đạo “Xanh rục rỡ” và “Kem sữa ngọt ngào” vừa quen vừa lạ, để lại ấn tượng thị giác sâu đậm, hoà cùng bảng màu nhiệt đới được lấy cảm hứng từ văn hóa ẩm thực phong phú trải dài khắp Việt Nam.

Đặc biệt nhất, trong lần xuất hiện này, Vinamilk giới thiệu 3 kiểu chữ được thiết kế riêng, hệ thống họa tiết, và thư viện hình minh họa vẽ tay, mở ra thế giới tràn ngập sức sống Việt, từ ngõ ngách phố thị đến món ngon thức quý hay những gánh quà đầy màu sắc. Những thiết kế được sáng tạo độc quyền sẽ giúp Vinamilk thể hiện câu chuyện và thông điệp của mình một cách chân thật và đồng nhất, trong thời đại mà trí tuệ nhân tạo đang “thống trị” với vô vàn hình ảnh được tạo bằng máy tính.



Ban điều hành của Vinamilk cũng có mặt tại sự kiện để chia sẻ về những kế hoạch tương lai của công ty.

Bộ nhận diện mới sẽ được liên tục cập nhật trên toàn bộ hệ thống Vinamilk, bao gồm website, kênh bán hàng trực tuyến, điểm bán lẻ, hệ thống cửa hàng, và các ấn phẩm thương hiệu trên bao bì sản phẩm và tại mọi điểm chạm, bắt đầu từ tháng 07-2023.

Nhịp bước cùng thời đại, Vinamilk muốn tiếp nối các giá trị cốt lõi và chăm sóc tốt hơn nữa cho mọi người, cho toàn xã hội. “Tôi và tập thể Vinamilk luôn sẵn sàng tư duy lại mọi điều đã biết, mày mò những cách làm mới. Chỉ khi đó thương hiệu Vinamilk mới thực sự trường tồn, phản chiếu được năng lượng, niềm đam mê và tiềm năng của người Việt. Chặng đường kế tiếp đang mở ra để mỗi sản phẩm của Vinamilk luôn tiếp tục đồng hành cùng bạn và những người thương yêu của mình”,

bà Mai Kiều Liên chia sẻ thêm./.

Minh Hiếu

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/vinamilk-cong-bo-nhan-dien-thuong-hieu-moi-sau-gan-5-thap-ky-hien-dien>