

# May 10 đẩy mạnh truyền thông thương hiệu và sản phẩm mới

05:10 11/06/2024

Tác giả: Đang cập nhật

**May 10 đã lựa chọn thay đổi phương thức phục vụ khách hàng bằng cách đẩy mạnh truyền thông thương hiệu, thông qua tệp khách hàng trung thành, có tầm văn hóa ảnh hưởng uy tín trong cộng đồng. Đây là cách hiệu quả nhất để truyền thông thương hiệu May 10 phát triển bền vững.**

Trong những năm qua, Tổng Công ty May 10 đã từng đạt nhiều giải thưởng cao quý do Nhà nước và các tổ chức quốc tế uy tín trao tặng, được vinh danh là “Thương hiệu Quốc gia”, đã có 12 năm liên tiếp, “Thương hiệu mạnh Việt Nam” và nằm trong “Top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam” do tổ chức quốc tế BVQI bình chọn.



*May 10 đã cho ra mắt Trung tâm thời trang cao cấp sang trọng bậc nhất tại Hà Nội\_Ảnh: Bùi Hoài*

Tuy nhiên, không dừng lại ở đó, May 10 đã luôn có bước đột phá trong việc định vị lại thương hiệu thời trang của đơn vị. Tháng 06 vừa qua, May 10 đã cho ra mắt Trung tâm thời trang cao cấp sang trọng bậc nhất tại Hà Nội, đây là Trung tâm đánh dấu bước chuyển mình trong việc xây dựng và

định vị thương hiệu thời trang cao cấp của May 10 trong lòng người tiêu dùng Việt Nam và hướng phát triển thương hiệu ra thị trường thế giới.



*Ông Vũ Bá Phú, Cục trưởng Cục Xúc tiến Thương mại (Bộ Công Thương)\_Ảnh: Bùi Hoài*

Ông Vũ Bá Phú, Cục trưởng Cục Xúc tiến Thương mại (Bộ Công Thương) cho rằng: “Lần đầu tiên tại Việt Nam, một thương hiệu Veston hoàn toàn do người Việt sản xuất, có thể may đo trực tiếp theo yêu cầu riêng của từng khách hàng, ngay tại Trung tâm giới thiệu sản phẩm thời trang, đây là điểm khác biệt”.

Điều này sẽ làm tăng khả năng cạnh tranh của thương hiệu Việt trên thị trường nội địa và quốc tế, ngoài ra đơn vị còn khẳng định được vị thế dẫn đầu trong phân khúc khách hàng tiêu dùng thời trang khó tính như mặt hàng thời trang veston.



Ông Thân Đức Việt, Tổng Giám đốc Tổng Công ty May 10 cho rằng: “Việc thành lập Trung tâm thời trang này như là một lời tri ân tình cảm của người May 10 dành cho người tiêu dùng Việt Nam, mong muốn cho người Việt được dùng những dòng sản phẩm thời trang cao cấp, đặc biệt là sản phẩm veston do chính tay người Việt sản xuất trong nước, nhưng lại mang giá trị thương hiệu, chất lượng sản phẩm đạt chuẩn quốc tế.”



*Ông Lê Tiến Trường, Chủ tịch HĐQT, Tập đoàn Dệt may Việt Nam\_Ảnh: Bùi Hoài*

Nhận định về việc May 10 trong việc đột phá truyền thông thương hiệu của mình, Ông Lê Tiến Trường, Chủ tịch HĐQT, Tập đoàn Dệt may Việt Nam đã khẳng định: “Trong thị trường thời trang đầy biến động, xây dựng một thương hiệu veston bền vững và lâu dài là điều không hề dễ. Thương hiệu Eternity GrusZ của May 10, với định hướng phát triển rõ ràng và kiên định, đang từng bước khẳng định vị thế của mình đối với người tiêu dùng.”



*Ông Thân Đức Việt, Tổng Giám đốc Tổng Công ty May 10 giới thiệu sản phẩm mới tại buổi khai trương\_Ảnh: Bùi Hoài*

Bên cạnh chất lượng sản phẩm, Eternity GrusZ còn chú trọng vào dịch vụ, nỗ lực mang đến trải nghiệm mua sắm tốt nhất cho khách hàng, từ khâu tư vấn, may đo đến chăm sóc sau bán hàng. Sự tận tâm và chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên Eternity GrusZ là yếu tố quan trọng giúp thu hút và giữ chân khách hàng.

Bài toán phát triển cho May 10 trong thời gian tới, đó chính là xây dựng một thương hiệu veston bền vững đòi hỏi sự kiên trì và bản lĩnh. Eternity GrusZ không chạy theo xu hướng nhất thời, May 10 cần phải xây dựng được giá trị cốt lõi của thương hiệu. Thay vì theo đuổi xu hướng truyền thông đại chúng như các thương hiệu thời trang nhanh, đơn vị này cần tập trung ghi điểm truyền thông, thông qua những tệp khách hàng trung thành, những khách hàng có tầm ảnh hưởng văn hóa uy tín trong cộng đồng...

Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Dệt May Việt Nam Lê Tiến Trường nói: “Tôi tin rằng, đây là phương pháp hiệu quả trong việc xây dựng thương hiệu May 10 - Eternity GrusZ phát triển bền vững”.



*Tổng Công ty May 10 giới thiệu sản phẩm mới tại buổi khai trương\_Ảnh: Bùi Hoài*

Có thể thấy, sau gần 80 năm phát triển, May10 đã đang là đối tác tin cậy của hầu hết các thương hiệu thời trang lớn trên thế giới như Pierr Cardin, Vanheusen, Calvin Klein, Perry Ellis, Old Navy, Alain Delon, Seildensticker, Express.... Các dòng sản phẩm đã làm nên tên tuổi của May 10 tại thị trường nội địa như: May 10 Expert, M Series, May 10 Classic, May10 Classic Suit, Eternity GrusZ...., đặc biệt là các sản phẩm sơmi, veston cao cấp đã trở thành biểu tượng thời trang công sở và khẳng định bước đi táo bạo và chiến lược của May 10 trên con đường chinh phục ngành công nghiệp thời trang quốc tế bằng chính thương hiệu thời trang thuần Việt.

Đến nay, May 10 đã khẳng định vị thế là một trong những nhà sản xuất veston hàng đầu của ngành dệt may Việt Nam, xuất khẩu sản phẩm đến các thị trường lớn như: Anh, Ý, Tây Ban Nha, Mỹ và Nhật Bản. Hiện nay, May 10 đang hợp tác với các hãng thời trang danh tiếng, sản xuất veston cao cấp, đạt sản lượng 100.000 bộ/tháng, xuất khẩu sang các thị trường lớn trên toàn thế giới./.

**Thy Anh - Bùi Hoài**

**Link bài viết:** <https://nguoilambao.vn/may-10-day-manh-truyen-thong-thuong-hieu-va-san-pham-moi>