

Chọn lối đi riêng, VPBank định nghĩa lại “cuộc sống thịnh vượng”

03:35 11/05/2022

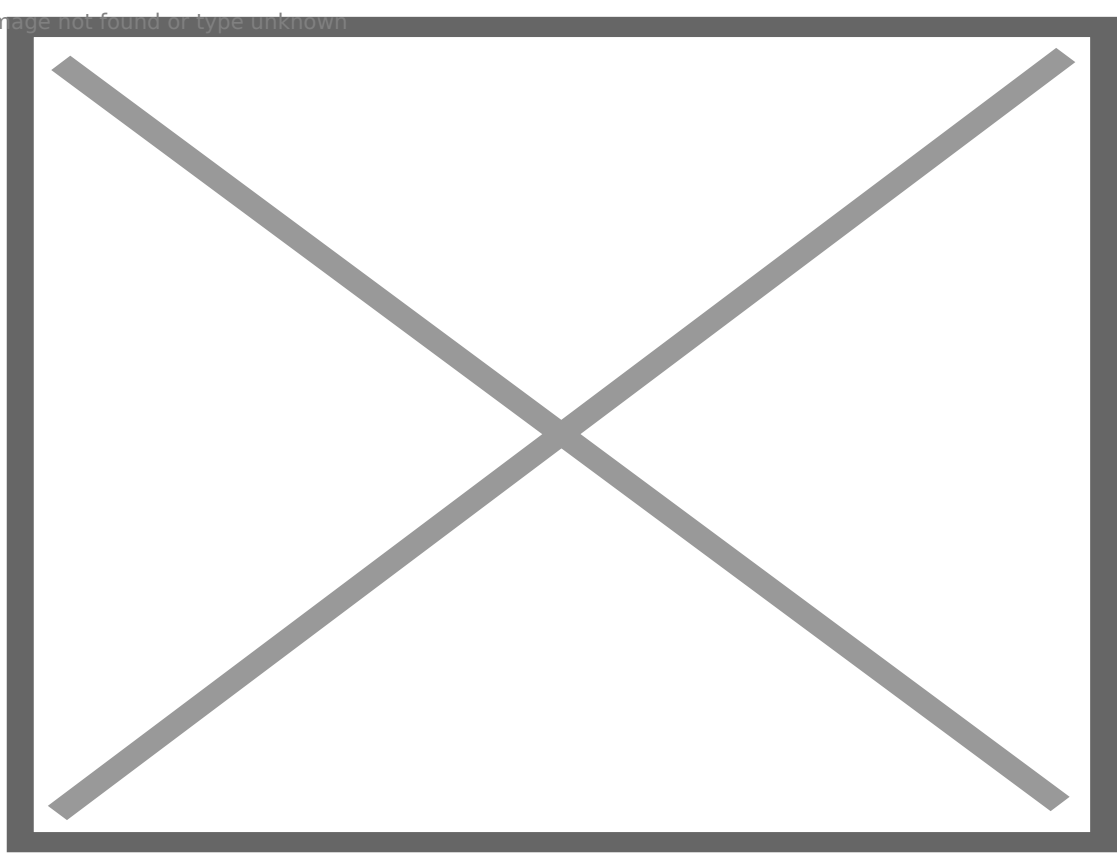
Tác giả: Trần Tuấn

Tái định vị thương hiệu, VPBank đồng thời thiết lập một định nghĩa mới về thịnh vượng cho người Việt. Thịnh vượng giờ đây không còn là một khái niệm trừu tượng hay xa vời, mà là mục tiêu có thể vươn tới với sự đồng hành của một trong những ngân hàng lớn nhất Việt Nam.

Thước đo mới của thịnh vượng

“Đến năm 2021, Trung Quốc đã vượt Mỹ để trở thành quốc gia giàu nhất thế giới với tài sản ròng ước tính 120.000 tỷ USD. Nhưng cùng năm đó, Trung Quốc chỉ xếp thứ 54 thế giới về chỉ số thịnh vượng còn Mỹ cũng chỉ xếp thứ 20”, TS. Nguyễn Hoài An (thuộc Trung tâm Kinh tế dự báo) chỉ ra nghịch lý giàu mà không thịnh vượng.

Theo chuyên gia Nguyễn Hoài An, ngay từ thế kỷ XVIII, “cha đẻ” của kinh tế học hiện đại là Adam Smith đã đề cập đến thịnh vượng trong cuốn sách “Sự thịnh vượng của quốc gia”. Tuy nhiên, trong suốt hàng thế kỷ sau đó, thế giới vẫn không có cách nào để đo lường chính xác sự thịnh vượng của một đất nước ngoài việc dùng một chỉ số kém toàn diện là GDP.



Việt Nam đang nỗ lực cải thiện các chỉ số thịnh vượng quốc gia

Đến cuối thế kỷ XX, chỉ số phát triển con người (HDI) được sử dụng rộng rãi hơn nhưng cũng vẫn không đủ bao quát vì bỏ qua nguồn tài nguyên thiên nhiên hay chất lượng cuộc sống của người dân.

Kiên trì đi tìm giá trị đích thực của thịnh vượng, từ thập niên 2010, giới chuyên gia bắt đầu đưa ra thước đo mới với các tiêu chí gồm: tăng trưởng kinh tế, môi trường, giáo dục, sức khỏe, hạnh phúc cá nhân và chất lượng cuộc sống. Đây cũng chính là “hệ quy chiếu” mà Viện Legatum (Anh) sử dụng khi xây dựng Báo cáo Chỉ số Thịnh vượng toàn cầu - bảng xếp hạng quốc gia thịnh vượng uy tín nhất thế giới hiện nay.

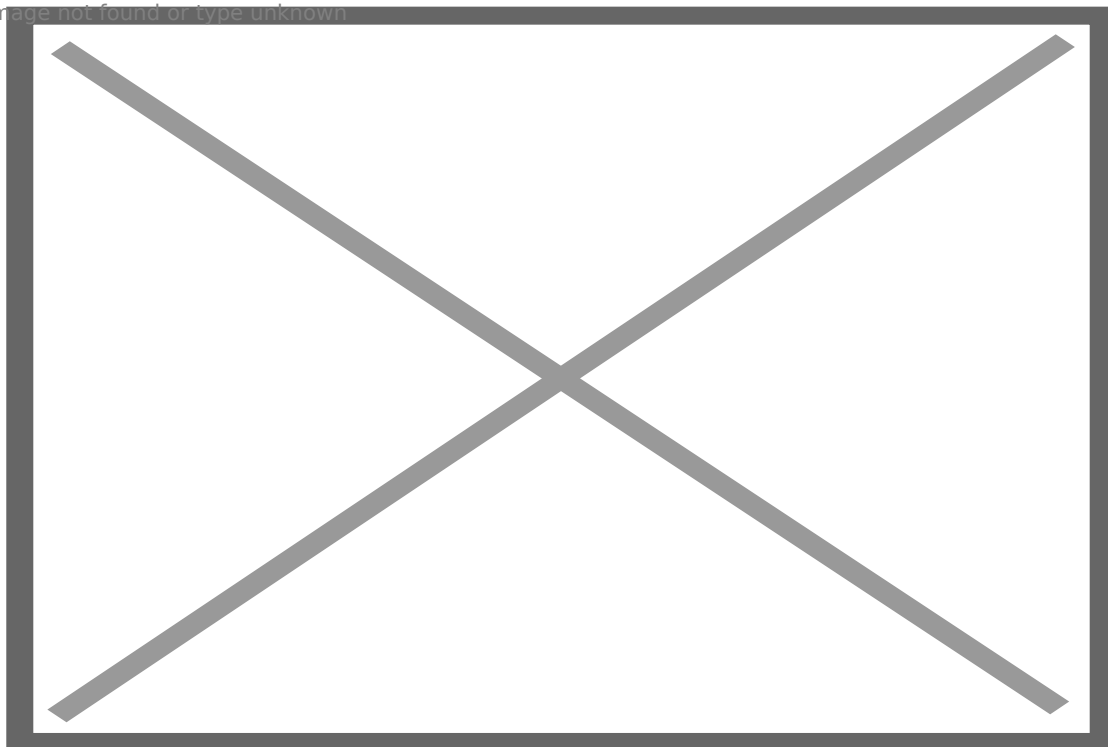
Theo vị chuyên gia, dưới lăng kính của kinh tế học hiện đại, một cuộc sống thịnh vượng không đơn thuần là sự giàu có về vật chất.

“Thịnh vượng là đạt được sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống, giữa vật chất và tinh thần, giữa bản thân và xã hội, giữa công nghệ và thiên nhiên. Thịnh vượng còn thể hiện ở sự phong phú về trải nghiệm, giàu có về tri thức, khỏe mạnh về thể chất, hạnh phúc về tinh thần. Thịnh vượng cũng là sự sẻ chia, đóng góp cho xã hội để kiến tạo một tương lai bền vững và để chính sự thịnh vượng đó được lâu dài”, vị chuyên gia nhấn mạnh.

Đồng hành cùng khách hàng trong mọi khoảnh khắc của cuộc sống

Theo các chuyên gia, không phải vô cớ khi câu chúc đồng thời là mong ước lớn nhất của người Việt mỗi dịp đầu năm là “An khang - Thịnh vượng”. Nó cho thấy khát vọng thịnh vượng đã ăn sâu vào tâm thức của người Việt. Bất kỳ điều gì chạm đến nơi sâu thẳm đó đều sẽ khiến khát vọng thịnh vượng bùng lên mạnh mẽ và đầy thôi thúc.

Image not found or type unknown



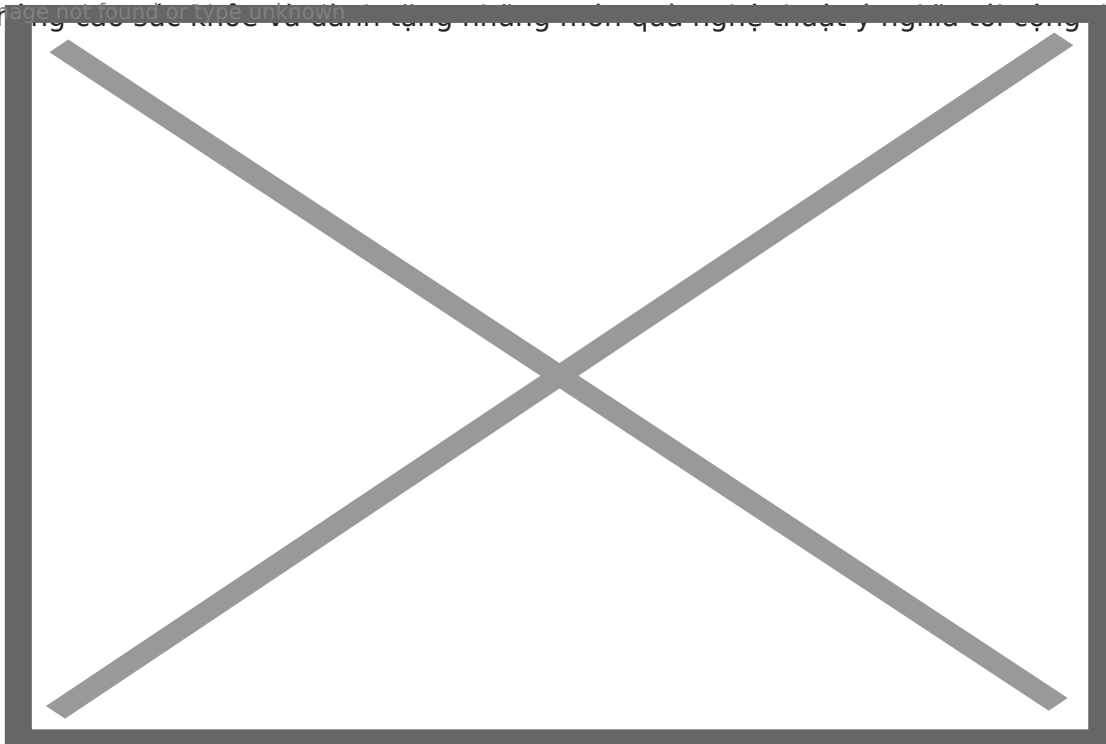
VPBank với định vị thương hiệu mới

“Chiến dịch tái định vị mới đây của ngân hàng VPBank chính là một cú chạm như thế. Lối đi riêng mà VPBank lựa chọn đã đánh thức và tiếp thêm sức mạnh cho khát vọng thịnh vượng trong mỗi người Việt Nam”, chuyên gia thương hiệu độc lập Lê Thái Bình dẫn chứng.

Sau hơn 10 năm “hành động vì ước mơ”, VPBank đã có màn “lột xác” ngoạn mục khi công bố tái định vị thương hiệu với một tuyên ngôn hoàn toàn mới: “Vì một Việt Nam thịnh vượng”. Sứ mệnh mới mà VPBank tự đặt ra và theo đuổi là chung tay kiến tạo sự phồn thịnh chung mang tầm quốc gia thông qua việc mang đến sự thịnh vượng cho mỗi khách hàng.

Để trở thành người mở đường đưa các khách hàng tới thịnh vượng, VPBank sẽ “cách mạng hóa” các dịch vụ, cung cấp một loạt các giải pháp tài chính toàn diện, các xu hướng tiêu dùng tài chính thông minh, các gói hỗ trợ linh hoạt, hiệu quả. Theo chuyên gia Lê Thái Bình, “đòn bẩy tài chính” của VPBank được “may đo” kỳ công, phù hợp với từng đối tượng, nhóm khách hàng, từ cá nhân tới doanh nghiệp, từ người thu nhập thấp đến trung lưu, khách hàng ưu tiên.

Song song với đó, trong vòng hai năm qua, “ông lớn” này đã đóng góp hơn 600 tỷ đồng để đồng hành cùng những hoạt động an sinh xã hội khắp cả nước, đồng thời thúc đẩy phong trào rèn luyện thể thao, nâng cao sức khỏe và duy trì những môn thể thao đặc trưng của Việt Nam.



Đại nhạc hội Light Up Viet Nam khích lệ tinh thần Việt Nam thịnh vượng

“Nhờ đó, điều mà mỗi khách hàng tìm thấy ở VPBank không chỉ là một điểm tựa tài chính mà còn là nguồn cảm hứng và động lực để họ vươn tới thịnh vượng”, ông Bình đánh giá.

Điều đặc biệt là thịnh vượng theo “chuẩn” VPBank có sự tương đồng với thước đo của thế giới khi được định nghĩa với 4 giá trị: Tài chính, Thể chất, Tinh thần và Cộng đồng. 4 mảnh ghép làm nên chất sống thịnh vượng của từng cá nhân cũng đồng thời là 4 trụ cột kiến tạo nên sự thịnh vượng của quốc gia.

“Từ một khái niệm trừu tượng, một điều gì đó khá xa vời, thịnh vượng nay được VPBank khoác lên tấm áo bình dị hơn, gần gũi hơn. Đó là những ước mơ mà mỗi người đều ấp ủ. Tuyên ngôn mới của VPBank gây được tiếng vang lớn là vì vậy”, vị chuyên gia thương hiệu lý giải.

Theo chuyên gia Lê Thái Bình, với vị thế là ngân hàng tư nhân lớn nhất Việt Nam, nắm giữ “ngôi vương” của thị trường khách hàng cá nhân cùng doanh nghiệp vừa và nhỏ, VPBank giờ đây giống như một con tàu khổng lồ, đủ mạnh mẽ và vững chãi để vươn ra biển lớn với sứ mệnh mang tầm quốc gia, đưa các khách hàng tới “bến bờ” thịnh vượng.

Bảo Châu

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/chon-loi-di-rieng-vpbank-dinh-nghia-lai-cuoc-song-thinh-vuong>