

Nhiều thương hiệu đổi mới để chinh phục khách hàng thời kỳ mới

17:07 28/10/2022

Tác giả: Trần Tuấn

Việc Tạp chí Forbes Việt Nam vinh danh các ngân hàng, tổ chức tín dụng vào “Top những thương hiệu tài chính” nổi bật đã ghi nhận xứng đáng những nỗ lực của ngân hàng sau quá trình liên tục cải tiến mô hình kinh doanh, đầu tư vào công nghệ, sản phẩm và chất lượng dịch vụ nhằm mang đến lợi ích cao nhất cho khách hàng, cổ đông và người lao động.

Đó là một hành trình đổi mới thú vị khi các thương hiệu lâu năm ra sức sáng tạo, tạo ra các cảm xúc mới giữ chân khách hàng. Một số thương hiệu khác với tư duy cởi mở đang sử dụng nền tảng số để rút ngắn khoảng cách với những công ty đi trước, theo đánh giá của Forbes.

Bối cảnh đại dịch và giãn cách xã hội đã nhanh chóng thay đổi hành vi của người tiêu dùng tại Việt Nam trong 30 tháng qua. Theo đó, phong cách giao tiếp trên không gian số nhiều hơn, mua sắm trực tuyến thường xuyên, nhạy cảm hơn về giá, ưu tiên cho các sản phẩm thiết yếu, quan tâm nhiều hơn đến các yếu tố sức khỏe. Thực tế đó đặt ra thách thức lớn cho các nhãn hàng: vừa phải thích ứng, định hình lại chiến lược xây dựng thương hiệu vừa thay đổi cách kết nối với khách hàng.

Image not found or type unknown

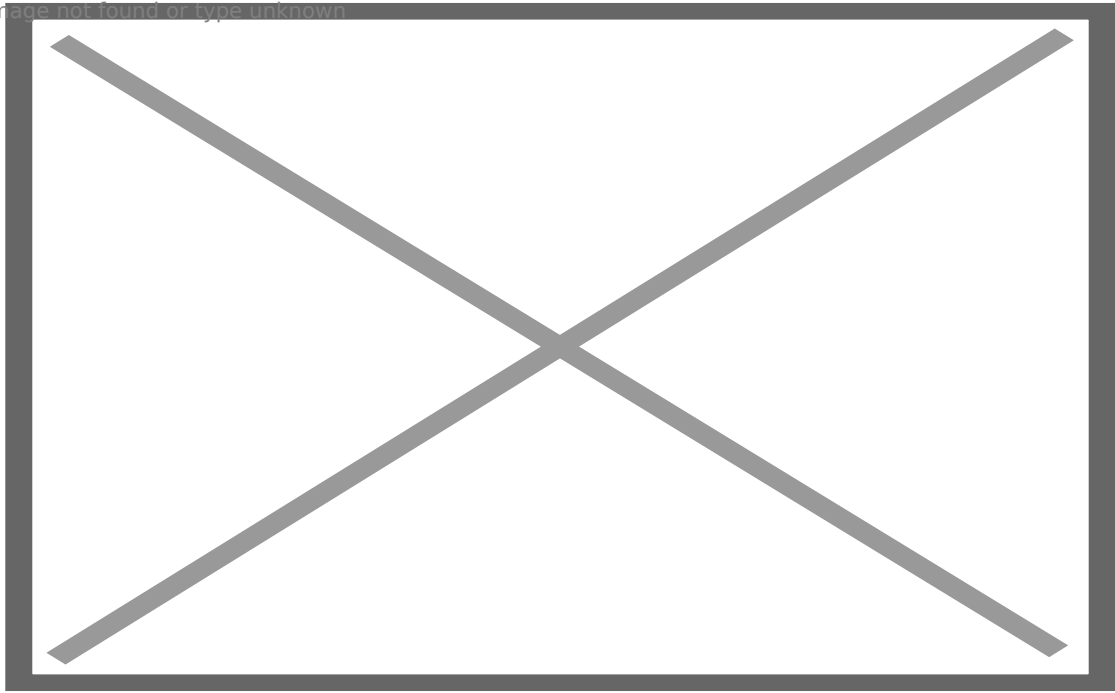


Forbes Việt Nam vinh danh 25 thương hiệu tài chính dẫn đầu.

Vì thế, cảm xúc mua sắm, “khẩu vị thương hiệu” của khách hàng khi sử dụng dịch vụ cũng thay đổi theo. Hành trình đổi mới thương hiệu để giữ chân khách hàng của các doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay càng thêm thú vị với nhiều cách tiếp cận phong phú, đặc biệt là lĩnh vực tài chính, ngân hàng.

Theo Forbes, chia sẻ cách thức doanh nghiệp tái định hình chiến lược xây dựng thương hiệu và sử dụng sức mạnh công nghệ “chạm” đến những điểm mấu chốt mang tính quyết định trong suốt hành trình của khách hàng. Vì thế, giải thưởng năm nay nhằm ghi nhận và vinh danh những nỗ lực vượt thách thức của các ngân hàng, trong đó có HDBank trong việc thích ứng, trụ vững và tăng trưởng trong giai đoạn bình thường mới. Điều này cũng khẳng định giá trị thương hiệu, tiềm năng phát triển và sự tin chọn của khách hàng đối với HDBank.

Image not found or type unknown



HDBank được vinh danh bởi những nỗ lực vượt thách thức trong việc thích ứng, trụ vững và tăng trưởng trong giai đoạn bình thường mới.

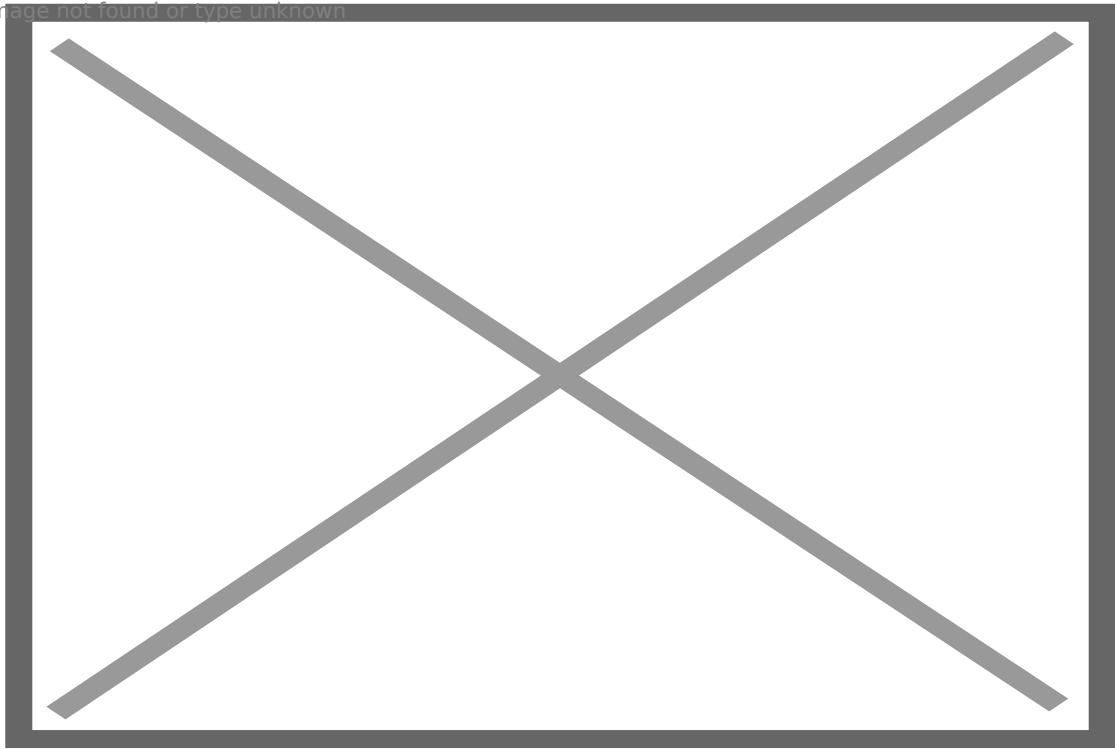
Là ngân hàng thuộc nhóm dẫn đầu tại Việt Nam và tiên phong dẫn dắt xu hướng số, những năm qua, nền tảng ứng dụng và hạ tầng công nghệ hiện đại đã giúp HDBank chuyển đổi phương thức hoạt động đáp ứng với bối cảnh kinh doanh mới một cách nhanh chóng, hiệu quả.

Cụ thể, số lượng người dùng có hoạt động trên các kênh giao dịch trực tuyến đến ngày 30/09/2022 tăng 1,7 lần so với cùng kỳ năm 2021. Số lượng giao dịch eBanking tăng gấp hai lần cùng kỳ. Số lượng người dùng eBanking tăng 1,5 lần so với cùng kỳ năm trước. Số lượng giao dịch trung bình trên mỗi tài khoản eBanking tăng 1,25 lần so với cùng kỳ.

HDBank tạo ấn tượng với những dấu ấn tiên phong chuyển đổi. HDBank là 1 trong 4 ngân hàng đầu tiên trên thị trường ứng dụng eKYC – Định danh khách hàng trực tuyến; đẩy mạnh chuyển đổi số với công nghệ tự động hoá RPA; App HDBank ngày càng hoàn thiện tính năng và tiện ích;...

HDBank cũng liên tục triển khai các chương trình kích thích thanh toán không tiền mặt như: thúc đẩy sử dụng thẻ thanh toán nội địa và quốc tế; xây dựng hệ thống trực tuyến riêng dành cho khách hàng doanh nghiệp và chuyển đổi dần sang thanh toán trực tuyến.

Image not found or type unknown

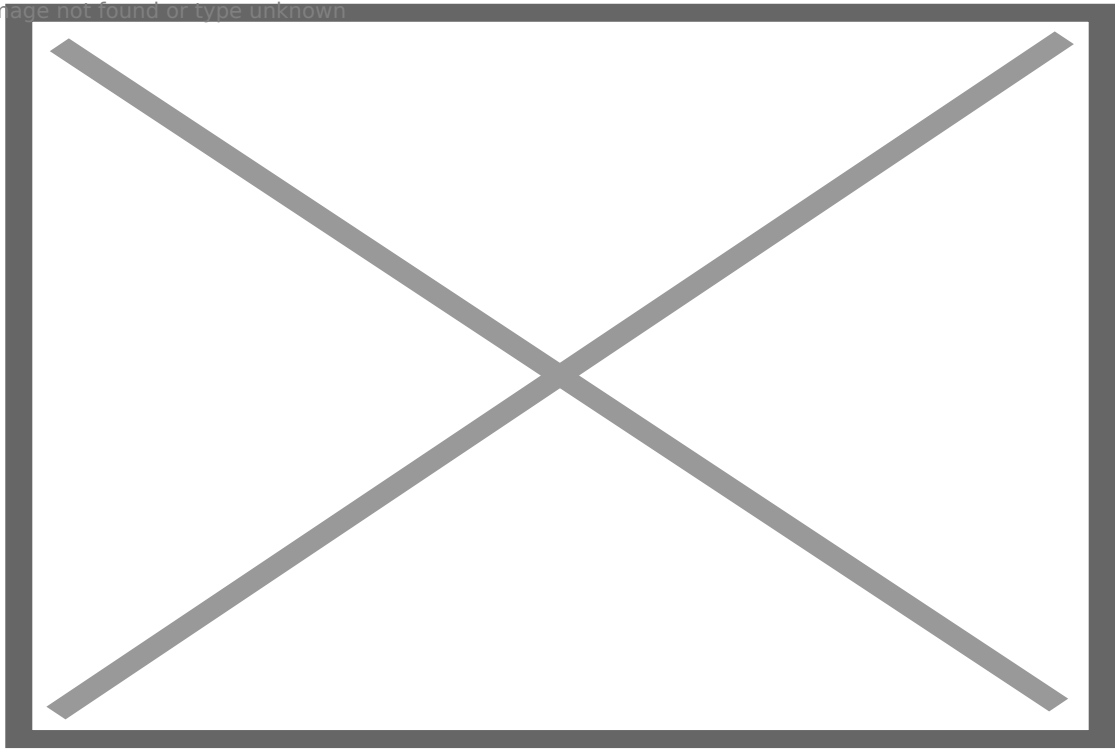


Forbes Việt Nam vinh danh HDBank là 1 trong 25 thương hiệu tài chính dẫn đầu.

Tính đến tháng 9/2022, HDBank có vốn điều lệ là 25.303 tỷ đồng, hơn 330 điểm giao dịch ngân hàng và hơn 24.000 điểm giao dịch tài chính trên cả nước, phục vụ 22 triệu khách hàng trên cả nước.

Kết quả kinh doanh 9 tháng đầu năm với lợi nhuận trước thuế đạt 8.016 tỷ đồng, tăng 31,7% so với cùng kỳ và hoàn thành 82% kế hoạch năm. An toàn vốn đạt 15,3% thuộc những ngân hàng cao nhất và cao gần gấp hai lần so với yêu cầu tối thiểu 8%. Quý 3, HDBank ghi nhận toàn bộ các chỉ tiêu kinh doanh tăng trưởng cao. Hoạt động bán lẻ, SME, tài chính tiêu dùng tăng tốc mạnh mẽ.

Image not found or type unknown



Ông Nguyễn Đăng Thanh, Phó Tổng Giám đốc HDBank nhận giải thưởng tại sự kiện.

Ngân hàng đồng thời tích cực trong các hoạt động thiện nguyện trên cả nước như trao tặng kinh phí xây dựng nhà tình nghĩa, tình thương, phẫu thuật mắt, Bảo hiểm y tế cho các hộ nghèo; trao học bổng cho học sinh- sinh viên vượt khó; thăm hỏi các Trung tâm Bảo trợ xã hội,...

Kiên định với triết lý phát triển bền vững, sắp tới HDBank sẽ tiếp tục cung cấp cho khách hàng những giải pháp tài chính tốt đồng thời hướng tới những giá trị bền vững; là Happy Digital Bank- Ngân hàng Xanh, Ngân hàng Số Hạnh phúc của mọi người dân.

Minh Vy

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/nhieu-thuong-hieu-doi-moi-de-chinh-phuc-khach-hang-thoi-ky-moi>