

OCB: Tốp 6 thương hiệu tăng trưởng nhanh nhất ngành ngân hàng

11:14 14/10/2024

Tác giả: Đang cập nhật

Với giá trị thương hiệu đạt 150 triệu USD, chỉ số sức mạnh thương hiệu đạt 67,3 xếp hạng AA, năm 2024, OCB tiếp tục lọt tốp 100 thương hiệu giá trị nhất Việt Nam. Đồng thời, OCB cũng ghi dấu ấn tốp 6 tăng trưởng nhanh nhất ngành ngân hàng trong bảng xếp hạng.

Đây là lần thứ hai liên tiếp OCB được vinh danh trong bảng xếp hạng này. So với năm 2023, năm nay ngân hàng đã tăng 20% giá trị thương hiệu, điểm chỉ số sức mạnh thương hiệu (BSI) cũng tăng 1 bậc, tương ứng 14,5 điểm.

Trong đợt đánh giá lần này, Brand Finance, tổ chức định giá thương hiệu hàng đầu thế giới tiến hành xác định sức mạnh tương đối của thương hiệu thông qua thể điểm chuẩn gồm các số liệu đánh giá hoạt động đầu tư tiếp thị, tài sản thương hiệu và hiệu quả kinh doanh nhờ thương hiệu. Tuân thủ ISO 20671, ISO 10668, dữ liệu gốc trong nghiên cứu thị trường từ hơn 150.000 người tham gia phỏng vấn tại 41 quốc gia thuộc 31 lĩnh vực được kết hợp với các dữ liệu tài chính để tính toán nên giá trị thương hiệu. Bảng xếp hạng đầy đủ các biểu đồ thống kê, phân tích và nhiều thông tin khác về phương pháp luận cũng như định nghĩa các thuật ngữ đều có trong Báo cáo xếp hạng 100 thương hiệu giá trị nhất và mạnh nhất Việt Nam năm 2024 của Brand Finance.



Ông Phạm Hồng Hải, Tổng Giám đốc OCB, đại diện nhận chứng nhận tốp thương hiệu giá trị nhất Việt Nam 2024.

Theo đó, giá trị thương hiệu của OCB tăng trưởng phần lớn là nhờ sức mạnh thương hiệu được gia tăng khi ngân hàng liên tục đẩy mạnh chuyển đổi số trong năm vừa qua. Đây cũng là chiến lược trọng điểm đem đến sự bứt phá của OCB trong những năm gần đây.

Cụ thể, đầu năm 2024, OCB ra mắt ứng dụng OCB OMNI thế hệ mới, đặt ra một tiêu chuẩn mới trong lĩnh vực ngân hàng số với các tính năng đáp ứng nhu cầu tối ưu của người tiêu dùng Việt Nam về tốc độ và sự tiện lợi. Đặc biệt, tại phiên bản lần này, OCB sử dụng công nghệ bảo mật FIDO, với thuật toán mã hóa mạnh mẽ, bảo mật đa lớp để ký cho từng giao dịch, được đánh giá an toàn nhất hiện nay.

Tính đến 30/9/2024, số lượng giao dịch trên OCB OMNI tăng 71% so với cùng kỳ, tiền gửi không kỳ hạn (CASA) tăng 26% so với tháng 9.2023 và tiền gửi có kỳ hạn (eSaving) tăng 37%.

Bên cạnh đó, ngân hàng liên tiếp đẩy mạnh, phát triển các giải pháp số chuyên biệt dành riêng cho khách hàng doanh nghiệp, qua đó thúc đẩy tiến trình chuyển đổi số tại Việt Nam.

Trong khuôn khổ sự kiện, một trong những chủ đề nổi bật rất được quan tâm là tầm quan trọng của phát triển bền vững trong việc xây dựng giá trị thương hiệu, nhằm nhấn mạnh vai trò của các bên liên quan trong việc thúc đẩy phát triển xanh.

Với sự gia tăng nhận thức của người tiêu dùng về bền vững, việc tích hợp các yếu tố này vào chiến lược kinh doanh, tiếp thị và tăng trưởng trở thành thách thức không nhỏ đối với các doanh nghiệp. Tuy nhiên, nếu tận dụng hiệu quả, đây sẽ là chìa khóa để chuyển đổi nhận thức của người tiêu dùng và giúp thương hiệu khẳng định vị thế dẫn đầu.

Là một trong những tổ chức hoạt động trong lĩnh vực tài chính, OCB nhận thức rõ ràng rằng ngân hàng không chỉ là kênh cung cấp vốn mà còn là “người điều phối” và định hướng dòng vốn chảy vào các lĩnh vực chiến lược như năng lượng tái tạo, nông nghiệp bền vững và phát triển đô thị xanh. Do vậy, với sự đồng hành từ tổ chức tài chính quốc tế IFC, OCB đã nhanh chóng cải thiện năng lực nội bộ, thúc đẩy sự phát triển của các sản phẩm tài chính xanh thông qua việc không ngừng mở rộng danh mục tín dụng xanh tại Việt Nam, hỗ trợ cho vay đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt là tài trợ cho các dự án thân thiện với môi trường, giảm biến đổi khí hậu.

Đây là minh chứng cho thấy OCB không ngừng tìm kiếm và tận dụng nguồn lực quốc tế để thúc đẩy chiến lược phát triển bền vững, đồng thời đóng góp vào lộ trình chống biến đổi khí hậu và giảm phát thải carbon của Việt Nam.

OCB cũng đã xây dựng chiến lược phát triển bền vững gồm các mục tiêu rõ ràng: đến năm 2025 theo đuổi hành trình doanh nghiệp bền vững, đến năm 2027 trở thành ngân hàng tiên phong về phát triển bền vững và đến năm 2050 đồng hành cùng Chính phủ và các cơ quan quản lý để đạt mục tiêu Net Zero.

“Chúng tôi rất tự hào khi ngày hôm nay, OCB tiếp tục được vinh danh danh sách top 100 Thương hiệu giá trị nhất Việt Nam 2024. Điều này đã góp phần khẳng định uy tín thương hiệu và niềm tin của công chúng, khách hàng đối với OCB. Đây cũng sẽ là tiền đề vững chắc cho OCB trong việc tiếp tục xây dựng và nâng cao giá trị thương hiệu trong tương lai.”, ông Phạm Hồng Hải, Tổng Giám đốc OCB cho biết.

Lan Chi

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/ocb-top-6-thuong-hieu-tang-truong-nhanh-nhat-nganh-ngan-hang>