

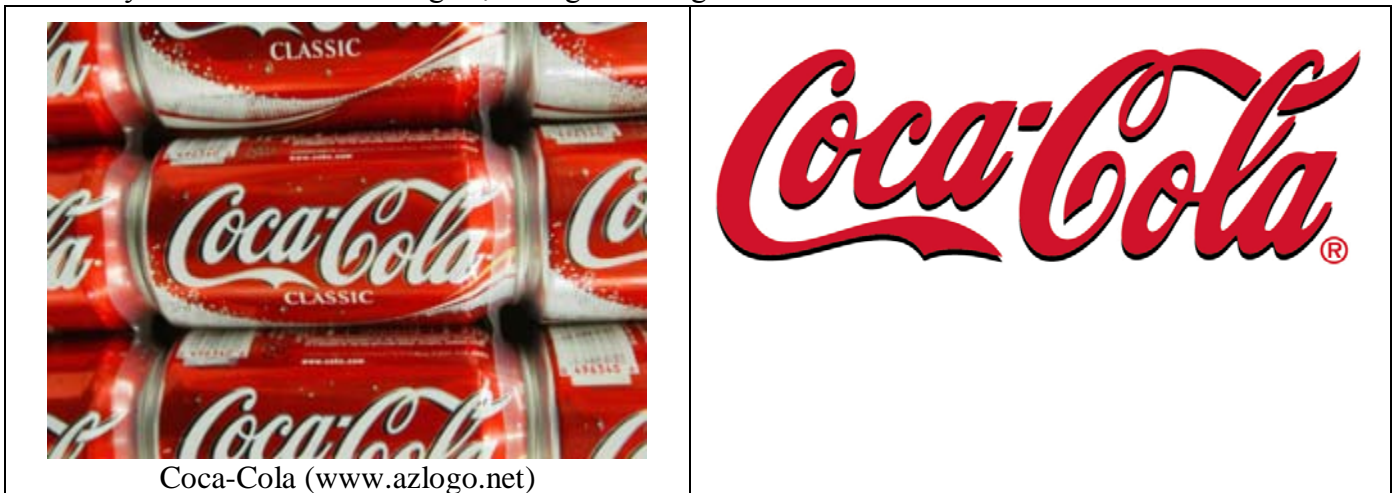
10 nhãn hiệu hàng đầu thế giới

Đến hẹn lại lên, Tạp chí BusinessWeek và hãng Interbrand tiếp tục hợp tác trong việc xếp hạng 100 nhãn hiệu hàng đầu thế giới năm 2007, tổng hợp và phân tích từ dữ liệu của các hãng nghiên cứu thị trường uy tín nhất.

Interbrand đã sử dụng nhiều tiêu chí để xếp hạng giá trị các thương hiệu. Để được có tên trong danh sách này, mỗi nhãn hiệu sản phẩm phải có ít nhất 1/3 doanh thu là từ thị trường nước ngoài, được đông đảo người tiêu dùng không thuộc đối tượng khách hàng mục tiêu của hãng thừa nhận, và xuất hiện trong hệ thống cơ sở dữ liệu marketing và tài chính công khai.

Việc định giá nhãn hiệu được thực hiện dựa trên dữ liệu công khai của các tập đoàn nổi tiếng như Interbrand, JPMorgan Chase & Co., Citigroup, Morgan Stanley, BusinessWeek. Như mọi năm, xuất hiện với mật độ dày đặc trong top 10 năm nay vẫn là các nhãn hiệu mang quốc tịch Mỹ – chiếm 8/10. Đây là năm thứ 7 liên tiếp Coca-Cola giành ngôi vị quán quân.

Dưới đây là danh sách 10 thương hiệu đứng đầu thế giới năm 2007:



1. Coca-Cola: Quốc tịch Mỹ. Vẫn bảo vệ được vị trí số một trong bảng xếp hạng 100 nhãn hiệu lớn nhất thế giới năm 2007, nhưng doanh số của Coca Cola đang bị đe dọa, do nhu cầu trên thị trường thay đổi. Thành công với sản phẩm Coke Zero chưa đủ bù đắp cho tình trạng mất thị phần của sản phẩm Coca-Cola Classic.

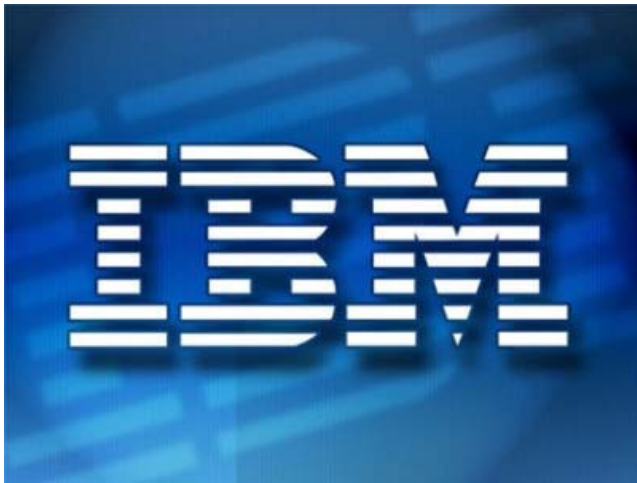


Microsoft (www.azlogo.net)



Microsoft[®]

2. Microsoft: Quốc tịch Mỹ. Việc trình làng hệ điều hành Windows Vista, cùng với sản phẩm Xbox, đã giúp tập đoàn phần mềm Microsoft giữ vững vị trí số một thế giới trong lĩnh vực phần mềm.



IBM (www.azlogo.net)



3. IBM: Quốc tịch Mỹ. Nhân hiệu IBM luôn khiến người tiêu dùng có cảm giác an tâm và tin cậy. Với phần mềm tốt, server ổn định và dịch vụ phức hợp, IBM tự tin có mặt trong top 10 năm nay.



GE (www.azlogo.net)



4. **GE:** Quốc tịch Mỹ. Với chiến lược tấn công mạnh mẽ vào thị trường Trung Quốc và nỗ lực lớn trong chính sách bảo vệ môi trường, hãng điện tử GE đặt mục tiêu trở thành nhãn hiệu “thân thiện với trái đất”.



NOKIA (www.azlogo.net)

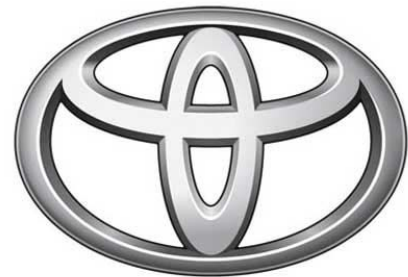


NOKIA
Connecting People

5. **Nokia:** Quốc tịch Phần Lan. Nokia áp dụng chính sách tấn công mạnh mẽ vào mọi phân khúc thị trường, từ bình dân đến cao cấp, từ các thiết bị di động đa phương tiện phục vụ khách hàng thượng lưu, đến những sản phẩm điện thoại di động giá rẻ dành cho các nước đang và kém phát triển.

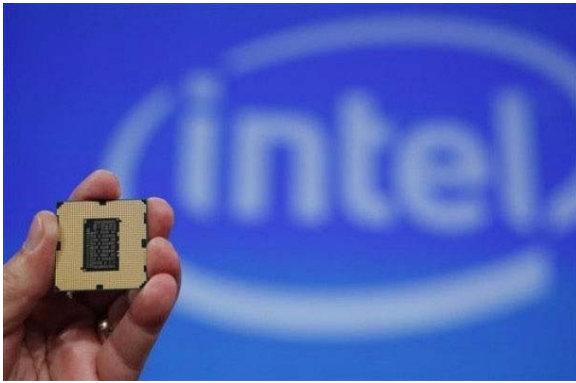


TOYOTA (www.azlogo.net)

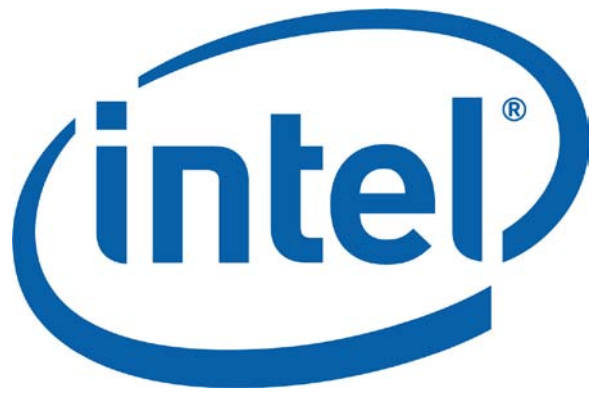


TOYOTA

6. **Toyota:** Quốc tịch Nhật Bản. Các vấn đề liên quan đến chất lượng đang là mối quan tâm hàng đầu của tập đoàn ô tô lớn nhất xứ Phù Tang – Toyota này. Lòng tin của người tiêu dùng đối với thương hiệu Toyota và chiến lược đẩy mạnh phát triển dòng xe hybrid (kết hợp động cơ xăng-điện) đã giúp Toyota vượt qua nhiều nhãn hiệu trong ngành công nghiệp xe hơi để có mặt trong top 10 năm nay, bên cạnh Mercedes-Benz.



Intel (www.azlogo.net)



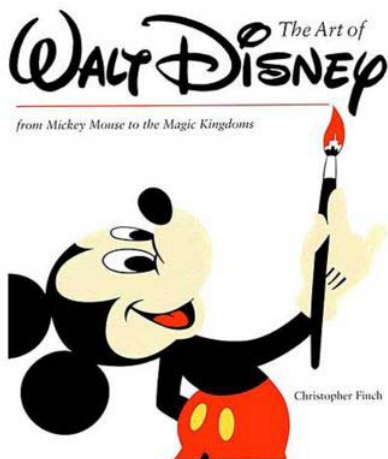
7. Intel: Quốc tịch Mỹ. Intel đã khẳng định vị trí là nhà sản xuất chip hàng đầu thế giới, nhưng các nhãn hiệu con của Intel, như Viiv và Core vẫn chưa có chỗ đứng vững chắc trên thị trường.



McDonald's (www.azlogo.net)



8. McDonald's: Quốc tịch Mỹ. McDonald đang trên đường mở rộng hình ảnh nhãn hiệu, không chỉ bó gọn trong các sản phẩm bánh mì kẹp (burgers-and-fries) mà đang nghiên cứu phát triển nhiều loại thực phẩm chức năng và thay đổi phong cách của hệ thống nhà hàng cho phù hợp với thời đại mới.



Disney (www.azlogo.net)



PVCOMALL.COM

9. Disney: Quốc tịch Mỹ. Disney không ngần ngại “đặt chân” vào bất cứ địa hạt nào mà họ nhìn thấy có triển vọng trong “Xứ sở thần tiên”, từ phim ảnh đến công viên giải trí. Và chiến lược này của hãng đã thu về “trái ngọt” khi lọt vào Top 10 thương hiệu nổi tiếng nhất năm 2007.



Mercedes-Benz (www.azlogo.net)



10. Mercedes-Benz: Quốc tịch Đức. Một loạt sản phẩm mới đã giúp hãng xe hơi hạng sang của Đức lấy lại danh tiếng về chất lượng, nhưng doanh số của hãng trong nửa đầu năm nay mới chỉ tăng 1,8%.

www.azlogo.net (Theo Dân Trí, Business Week)