QÚA TRÌNH QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU CỦA CÔNG TY COCA COLA

Lớp K41 QTKD Thương mại

1. Hoàng Thị Khánh Minh
2. Nguyễn Thị Minh Tâm
3. Phommathath Khamphatmany

Mục Lục

- Phần I: Đặt vấn đề
- Phần II: Nội dung
  - 1. Lịch sử phát triển của Cocacola trên thế giới
  - 2. Lịch sử phát triển Cocacola ở Việt Nam
  - 3. Quá trình quản trị thương hiệu Coca Cola
- Phần III: Kết luận

Phần I: Đặt vấn đề

Nước chiếm 50-60% cơ thể ở người trưởng thành đặc biệt nhu cầu nước trong mùa hè càng quan trọng hơn.Đó cũng là lí do giải thích tại sao các sản phẩm nước giải khát là mặt hàng tiêu thụ mạnh nhất trong mùa hè trong đó thương hiệu Cocacola được xem là một thương hiệu mạnh nhất trong lĩnh vực giải khát. Để có được sự thành công đó Cocacola đã có một quá trình xây dựng và bảo vệ thương hiệu rất lâu dài.

Phần II: Nội Dung

Lịch sử phát triển của Cocacola trên thế giới

8.5.1886: tại Bang Atlanta – Hoa Kỳ, một dược sỹ tên là John S. Pemberton đã chế ra một loại sy-rô có hương thơm đặc biệt và có màu caramen, chứa trong một bình nhỏ bằng đồng. Ngay sau đó người trợ lý của John là Ông Frank M. Robinson đã đặt tên cho loại sy-rô này là *Coca-Cola*.

1891: Ông Asa G. Candler một dược sĩ đồng thời là thương gia ở Atlanta đã nhận thấy tiềm năng to lớn của Coca-Cola nên ông quyết định mua lại công thức cũng như toàn bộ quyền sở hữu Coca-Cola với giá 2,300 USD.

Lịch sử phát triển của Coca Cola trên thế giới

1892: Candler cùng với những người cộng tác khác thành lập một công ty cổ phần tại Georgia và đặt tên là "Công ty Coca-Cola".

1892: Asa G. Candler đặt tên cho công ty sản xuất ra syrô Coca-Cola là công ty Coca-Cola.

1893: Thương hiệu Coca-Cola lần đầu tiên được đăng ký quyền sở hữu công nghiệp.

1897: Coca-Cola bắt đầu được giới thiệu đến một số thành phố ở Canada và Honolulu.

Lịch sử phát triển của Coca Cola trên thế giới

31.1.1899: Một nhóm thương gia gồm Thomas & Whitehead cùng với đồng nghiệp J.T. Lupton đã nhận được quyền xây dựng nhà máy đóng chai với mục đích đóng chai và phân phối sản phẩm Coca-Cola đến khắp mọi nơi trên nước Mỹ.

1906: nhà máy đóng chai đầu tiên được thành lập ở Havana, Cuba.

1919: những người thừa hưởng gia tài của Candler bán Cty Coca-Cola cho Ernest Woodruff, một chủ ngân hàng ở Atlanta. Bốn năm sau, E.Woodfuff được bầu làm Chủ Tịch Điều Hành Cty, bắt đầu sáu thập kỷ lãnh đạo và đưa Cty Coca-Cola đến một tầm cao mới mà không một người nào có thể mơ thấy.

Phần II: Nội Dung

2 Lịch sử phát triển Cocacola ở Việt Nam

- 1960: Lần đầu tiên Coca-Cola được giới thiệu tại Việt Nam.
- 2/1994: Coca-Cola trở lại Việt Nam và bắt đầu quá trình kinh doanh lâu dài.
- 8/1995: Liên Doanh đầu tiên giữa Coca-Cola Đông Dương và Cty Vinafimex được thành lập, có trụ sở tại miền Bắc.
- 9/1995: Một Liên Doanh tiếp theo tại miền Nam mang tên Cty Nước Giải Khát Coca-Cola Chương Dương ra đời
- 1/1998: Thêm một liên doanh nữa xuất hiện tại miền Trung
- Coca-Cola Non Nước. Đó là quyết định liên doanh cuối cùng của Coca-Cola Đông Dương tại Việt Nam, được thực hiện do sự hợp tác với Cty Nước Giải Khát Đà Nẵng.

Lịch sử phát triển Cocacola ở Việt Nam

- 10/1998: Chính Phủ VN đã cho phép các Cty Liên Doanh trở thành Cty 100% vốn đầu tư nước ngoài. Các Liên Doanh của Coca-Cola tại VN lần lượt thuộc về quyền sở hữu hoàn toàn của Coca-Cola Đông Dương.
- 3 →8 /1999: Liên doanh tại Đà Nẵng và Hà Nội cũng chuyển sang hình thức sở hữu tương tự.
- 6 /2001: Do sự cho phép của Chính phủ VN, ba Cty Nước Giải Khát Coca-Cola tại ba miền đã hợp nhất thành một và có chung sự quản lý của Coca Cola VN, đặt trụ sở tại Quận Thủ Đức– TP.HCM.
- 1/3/ 2004: Coca-Cola VN đã được chuyển giao cho Sabco, một trong những Tập Đoàn Đóng Chai danh tiếng của Coca-Cola trên thế giới.

Phần II:Nội dung

3 Quá trình quản trị thương hiệu Coca Cola

B1

Phân đoạn thị trường, xác định thị trường mục tiêu, định vị thương hiệu, xác định đặc tính thương hiệu.

B2

Lập kế hoạch và thực hiện chương trình Marketing xây dựng thương hiệu

B3

Đo lường kết quả hoạt động của thương hiệu

B4

Phát triển và duy trì tài sản thương hiệu

Quá trình quản trị thương hiệu Coca Cola

Phân đoạn thị trường

- Trên thế giới: CocaCola hoạt động tại 5 vùng:Bắc Mỹ;Mỹ Latinh;Châu Âu, Âu Á & Trung Đông;Châu Á; Châu Phi
- Tại thị trường Việt Nam:Coca-Cola Việt Nam có 3 nhà máy đóng chai trên toàn quốc: Hà Tây, Đà Nẵng, Tp.HCM

Quá trình quản trị thương hiệu Coca Cola

Xác định thị trường mục tiêu

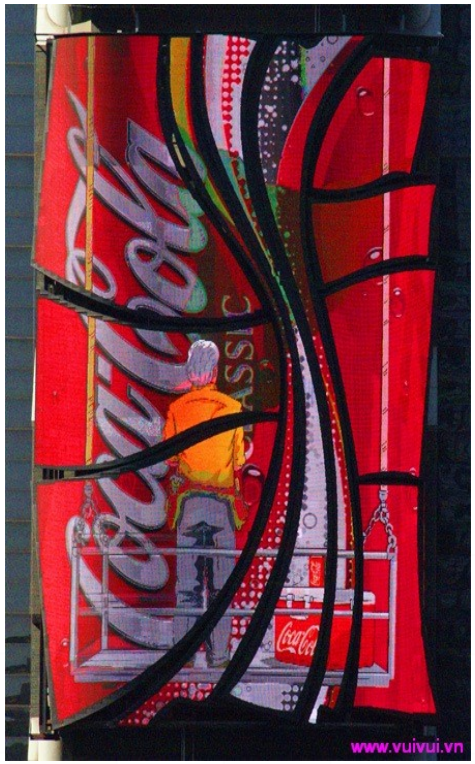
Bằng cách tung ra nhiều dòng sản phẩm nước giải khát khác nhau Cty cocacola đã thỏa mãn nhu cầu của hầu hết mọi tầng lớp, độ tuổi trong xã hội.Trong đó,giới trẻ vẫn là khách hàng quan trọng của ngành sản xuất cola

Thị phần đồ uống không cồn đóng chai sẽ là thị trường mục tiêu của Cty cocacola.

Quá trình quản trị thương hiệu Coca Cola

Xác định thị trường mục tiêu

- Không như nhiều hãng nước ngọt trên thế giới luôn tìm cách mở rộng thị trường của mình đến bất cứ chỗ nào có thể thì Coca Cola luôn kiên định với những thị trường truyền thống.
- Hàng năm những khoản đầu tư của Coca Cola vào các thị trường truyền thống luôn chiếm từ 70 đến 80% tổng đầu tư của hãng.



Quá trình quản trị thương hiệu Coca Cola

Định vị thương hiệu

Khi nghĩ đến một thương hiệu thành công hẳn rằng mọi người sẽ nghĩ ngay đến Coca-cola. Nhãn hiệu Coca-Cola được 98% dân số thế giới biết đến. Cocacola được xem là giữ vị trí hàng đầu trong ngành giải khát có ga

Lập kế hoạch và thực hiện chương trình marketing

Logos, biểu tượng

Lập kế hoạch và thực hiện chương trình marketing

Slogan

2001- Life is Good.
2003- Real.
2005- Make It Real.
2006- The Coke Side of Life (used also in the UK).
2007- Live on the Coke Side of Life (also used in the UK).
2009- Open Happiness.

Thiết kế chương trình marketing

Sản phẩm

Coca-Cola - Chai thủy tinh, lon, và chai nhựa
Fanta Cam - Chai thủy tinh, lon, và chai nhựa
Fanta Dâu - Chai thủy tinh, lon, và chai nhựa
Diet Coke - lon
Schweppes Tonic - Chai thủy tinh, lon
Crush Sari - Chai thủy tinh, lon
Fanta Trái Cây - Chai thủy tinh, lon, và chai nhựa
Schweppes Soda Chanh - Chai thủy tinh, lon, và chai nhựa
Sprite - Chai thủy tinh, lon, và chai nhựa
Nước đóng chai Joy - Chai PET 500ml và 1500 ml
Nước uống tăng lực Samurai – Chai thủy tinh, lon và bột
Sunfill Cam - Bột trái cây
Sunfill Dứa - Bột trái cây

Thiết kế chương trình marketing

Giá cả

Dưới đây là giá của một số sản phẩm của Công ty Coca Cola đang bán tại siêu thị Thuận Thành Huế hiện nay:

- Coca-Cola: 6200đ/lon (330ml)
- Coca-Cola: 13000đ/chai (1,5l)
- Schweppes Tonic: 5800đ/lon (330ml)
- Schweppes Soda: 4000đ/lon (330ml)
- Sprite: 6200/lon (330ml)
- Sprite: 13000/chai (1,5l)
- Fanta Cam: 5800/lon (330ml)
- Fanta Cam: 12700/chai (1,5l)
- Coca light: 6200/lon (330ml) new

Thiết kế chương trình marketing

Giá cả

Pepsi 5500đ/lon 330ml

7 up 5600đ/lon 330ml

Pepsi light 5800đ/lon 330ml

Everyess soda 4000đ/lon 330ml

String đỏ+vàng 5300đ/lon 250ml

Pepsi chai nhựa 12000đ/1,5l

7 up chai nhựa 12000đ/1.5l

Thiết kế chương trình marketing

So sánh giá cả

Cocacola	Pepsi
Cocacola 6200đ/lon (330ml)	Pepsi 5500đ/lon 330ml
Coca light: 6200/lon (330ml)	Pepsi light 5800đ/lon 330ml
•Sprite: 6200/lon (330ml)	7 up 5600đ/lon 330ml
•Coca-Cola: 13000đ/chai (1,5l)	Pepsi chai nhựa 12000đ/1,5l

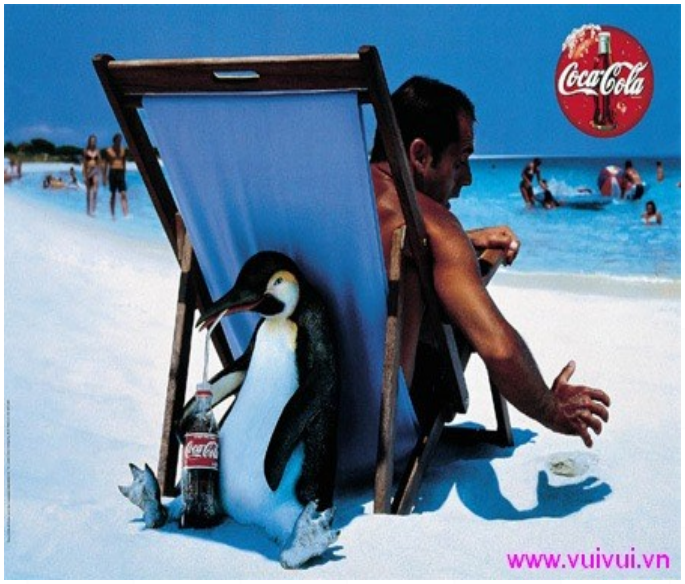
Phân phối

Công ty Coca Cola bán được nhiều sản phẩm không chỉ nhờ đến thương hiệu mạnh mà còn nhờ đến các hệ thống đại lý bán lẻ rộng khắp. Hiện có trên 270,000 điểm bán sản phẩm Coca-Cola trên toàn quốc……

Thiết kế chương trình marketing

Hỗn hợp truyền thông

- Trong 100 chiến dịch quảng cáo vĩ đại nhất thế kỷ 20 do tạp chí Advertising Age bình chọn, riêng Coke đã độc chiếm đến 3.



Thiết kế chương trình marketing

Hỗn hợp truyền thông

- Đồng thời trên các phương tiện đại chúng và các biển quảng cáo, Coca-Cola xuất hiện với tần suất nhiều chưa từng có.

Thiết kế chương trình marketing

Hỗn hợp truyền thông

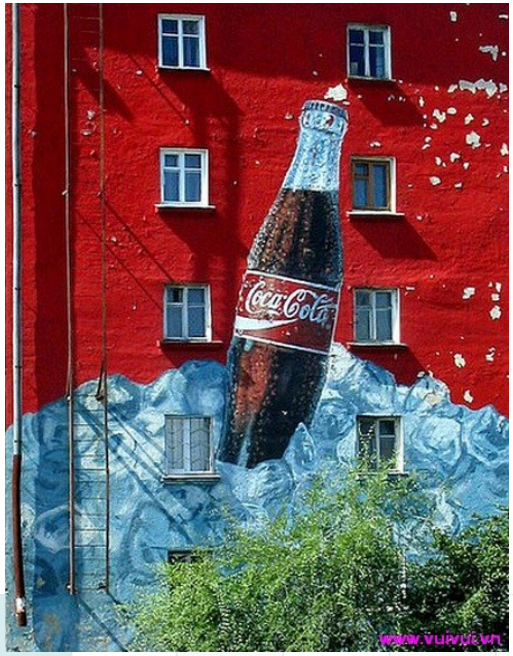
• Công ty Coca Cola không tiếc tiền cho quảng cáo để xây dựng thương hiệu.

Video 1: Funny commercial

Video 2: Coca Cola Commercial SUMMER 2009

Video 3: Coca Cola 2009 commercial

Video 4: Quảng cáo Coca Cola



Hỗn hợp truyền thông

- Công ty Coca-Cola đóng vai trò hàng đầu trong các chương trình giáo dục và cộng đồng với rất nhiều hoạt động phong phú nhằm góp phần nâng cao và cải thiện cuộc sống cho đồng bào ở các vùng nông thôn và thành thị trên toàn quốc. Cho đến nay, Công ty đã đóng góp hơn 600.000 đô la Mỹ cho các chương trình giáo dục và cộng đồng tại Việt Nam.

Thiết kế chương trình marketing

Hỗn hợp truyền thông

- Công ty Nước giải khát Coca-Cola Việt Nam, nhà tài trợ chính thức cho FIFA WORLD CUP 2006
- Nhằm khuyến khích việc gìn giữ những giá trị truyền thống tốt đẹp của gia đình Việt Nam, Coca-Cola Việt Nam đã chính thức phát động chương trình *"Cùng Mẹ Chăm sóc bữa cơm gia đình"*.

Thiết kế chương trình marketing

Hỗn hợp truyền thông

- Coca-Cola công bố khánh thành các dự án "Nước sạch cho cộng đồng" và "Nước sạch cho trường học" giai đoạn đầu của năm 2009 do Coca-Cola tài trợ chính tại Thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng
- Coca-Cola dành hơn 5 tỷ đồng cho chiến dịch Quà tặng bất ngờ tại các thành phố lớn như Hà Nội, TP HCM, Đà Nẵng, Sầm Sơn, Cửa Lò, Đồ Sơn

Thiết kế chương trình marketing

Kết quả hoạt động

- Tại Việt Nam:

  - Số điểm bán Cocacola hiện có trên thị trường.

  130.000 điểm bán

  - Số lượng tiêu thụ hàng năm (trung bình):

  trên 100 triệu lít nước giải khát

  - Doanh số bán trung bình hàng năm:

  19 triệu thùng/két

  - Doanh thu trung bình mỗi năm:

  38.500 triệu USD

Quá trình quản trị thương hiệu Coca Cola

Duy trì và phát triển thương hiệu

Hiện nay, sự đe dọa của những đối thủ cạnh tranh mới vào ngành công nghiệp nước giải khát thì rất ít nhưng đó vẫn là một đe dọa thật sự.

Hãng nước ngọt Pepsi được thành lập gần một thế kỷ trước, lượng tiêu thụ và danh tiếng đều kém xa Coca Cola. Nhưng đến những năm đầu của thập niên 90, Pepsi đã vinh dự được xếp hàng thứ bảy trong số 10 tập đoàn lớn nhất nước Mỹ, trở thành đối thủ cạnh tranh mạnh mẽ nhất của Coca Cola và làm cho Coca Cola thức sự cảm thấy không an tâm.

Quá trình quản trị thương hiệu Coca Cola

Duy trì và phát triển thương hiệu

Ai cũng biết, Pepsi là đối thủ truyền kiếp và lâu đời của Cocacola.Vì vậy, Coca Cola phải luôn có những kế hoạch để khẳng định chỗ đứng của mình trên thi trường như:

Quá trình quản trị thương hiệu Coca Cola

Duy trì và phát triển thương hiệu

- Tập đoàn Coca-Cola đang tiếp tục tạo mối liên kết với người tiêu dùng qua nhiều cách thức sôi động và thú vị khác nhau, từ sự giới thiệu thành công các sản phẩm mới và vỏ chai có các đặc tính cải tiến.
- Coca- Cola Việt Nam chính thức giới thiệu loạt sản phẩm phục vụ Tết Kỷ Sửu 2009 với thiết kế sang trọng và qui cách đóng gói đa dạng.
- Giới thiệu sản phẩm mới :Vanilla Coke.
- Đầu tư hơn 160 triệu đô la Mỹ vào Việt Nam, và hiện có các nhà máy đóng chai tại Hà Tây, Đà Nẵng và TPHCM.
- Đầu tư thêm 200 triệu USD vào Việt Nam trong ba năm tới.

Phần 3: Kết luận

- **Bí quyết để thương hiệu Coca Cola thành công như ngày nay là do:**
  - Không tiếc tiền quảng cáo
  - Sự tự tin
  - Tính xác thực
  - Tính bền vững
  - Sức hấp dẫn trẻ trung
  - Phong cách Mỹ
  - Tính thẩm mỹ

Thank You!

Lớp K41 QTKD Thương mại

1. Hoàng Thị Khánh Minh
2. Nguyễn Thị Minh Tâm
3. Phommathath Khamphatmany