



BỘ CÔNG THƯƠNG - MINISTRY OF INDUSTRY AND TRADE
CỤC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI
VIETNAM TRADE PROMOTION AGENCY



CBI
Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands

**LỄ KÝ BIÊN BẢN GHI NHỚ
&
HỘI THẢO
VỀ CHƯƠNG TRÌNH XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC
THƯƠNG HIỆU NGÀNH THỰC PHẨM VIỆT NAM**

Hà Nội, ngày 4 tháng 10 năm 2016

Chương trình Xây dựng Chiến lược thương hiệu ngành thực phẩm Việt Nam

Ông Tạ Hoàng Linh – Phó Cục trưởng,
Cục Xúc tiến thương mại (VIETRADE)
Thành viên Ban tổ chức Chương trình

Mục tiêu

Xây dựng và quảng bá một hình ảnh chung, thống nhất cho ngành thực phẩm Việt Nam trên thị trường quốc tế

Tăng cường nhận thức và công nhận ở quy mô quốc tế về thực phẩm Việt Nam

Xây dựng uy tín về chất lượng và giá trị thực phẩm Việt Nam

Tối ưu hóa giá trị gia tăng cho sản xuất và chế biến thực phẩm ở Việt Nam

Thúc đẩy mua hàng thực phẩm Việt Nam

Quan điểm chung



Chương trình là một cấu phần trong Chương trình Thương hiệu quốc gia



Các bên tham gia thống nhất quan điểm, cách làm và cam kết tuân thủ theo các giá trị của Chương trình



Tạo điều kiện để doanh nghiệp mở rộng, phát triển thị trường

Vai trò của các bên liên quan



Mô hình triển khai

Đối tượng quảng bá	Hình thức	Đơn vị tham gia
<input type="checkbox"/> Trong nước: doanh nghiệp thực phẩm, người tiêu dùng	<input type="checkbox"/> Tư vấn	<input type="checkbox"/> Hiệp hội ngành hàng thực phẩm
<input type="checkbox"/> Ngoài nước: Khách mua hàng, người tiêu dùng...	<input type="checkbox"/> Truyền thông, quảng bá, xây dựng hình ảnh ngành hàng thực phẩm quốc gia	<input type="checkbox"/> Tổ chức xúc tiến thương mại địa phương
		<input type="checkbox"/> Cơ quan truyền thông
		<input type="checkbox"/> Doanh nghiệp

Quy trình

Giai
đoạn 1

- Xác định mục tiêu và phương pháp (1 – 4/2015)

Giai
đoạn 2

- Nghiên cứu và phân tích (5 – 12/2015)

Giai
đoạn 3

- Xây dựng chiến lược (3/2016 – 3/2017)

Giai
đoạn 4

- Triển khai thực hiện (2017 – 2020)

Giai đoạn 1:

Xác định mục tiêu và phương pháp

1/2015: Làm việc với các hiệp hội ngành hàng và tổ chức liên quan

- => Khảo sát lấy ý kiến về Chương trình

4/2015: Chuyên gia quốc tế gửi báo cáo Giai đoạn 1 và đề xuất các hoạt động tiếp theo

- => Phân tích mục tiêu của Chương trình, giá trị cốt lõi của ngành thực phẩm VN

Giai đoạn 2: Nghiên cứu và Phân tích

5/2015: Chuyên gia quốc tế thực hiện nghiên cứu, phỏng vấn, khảo sát các doanh nghiệp Việt Nam tại Foodexpo 2015

5/2015: Khảo sát ý kiến các nhà nhập khẩu Châu Âu về thực phẩm Việt Nam tại Hà Lan

7/2015: Báo cáo Giai đoạn 2 đánh giá thực trạng và phân tích SWOT, thống kê tỷ lệ nhận biết của khách quốc tế đối với thực phẩm VN

10/2015: Hội thảo lấy ý kiến về Chương trình => thống nhất triển khai thực hiện Chương trình

Giai đoạn 3: Xây dựng chiến lược

Định vị, nhận diện hình ảnh ngành thực phẩm Việt Nam

Thiết kế, xây dựng các ứng dụng cơ bản trong hệ thống nhận diện

Xây dựng tài liệu hướng dẫn sử dụng hệ thống nhận diện, quản trị, đào tạo về thương hiệu thực phẩm Việt Nam

Xây dựng báo cáo Chiến lược thương hiệu ngành thực phẩm Việt Nam

Giai đoạn 4: Triển khai thực hiện Chiến lược

Các hoạt động quảng bá hình ảnh, marketing cho ngành thực phẩm Việt Nam

Các hoạt động đào tạo quản trị và phát triển thương hiệu ngành thực phẩm Việt Nam

Hoạt động trong khuôn khổ Chương trình



Đề xuất với chuyên gia quốc tế

Tư vấn kế hoạch hành động cụ thể

Xây dựng hệ thống nhận diện và quản trị hình ảnh

Xây dựng hệ thống các chương trình đào tạo

Hỗ trợ xây dựng chương trình truyền thông, quảng bá hình ảnh ngành thực phẩm Việt Nam

Hỗ trợ xây dựng cổng thông tin riêng

Xin cảm ơn!

Ông Tạ Hoàng Linh – Phó Cục trưởng,
Cục Xúc tiến thương mại (VIETRADE)
Thành viên Ban tổ chức Chương trình

Liên hệ:

Ban quản lý Dự án EU-MUTRAP

**Phòng 1203, Tầng 12, Khu Văn phòng, Tòa tháp Hà Nội,
49 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội**

Tel: (84 - 4) 3937 8472

Fax: (84 - 4) 3937 8476

Email: mutrap@mutrap.org.vn

Website: www.mutrap.org.vn

(Tài liệu hội thảo được đăng trên trang Web này)