

TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÀ RỊA-VŨNG TÀU  
TRUNG TÂM PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG MỀM

# KỸ NĂNG GIAO TIẾP NÂNG CAO

# PHẦN 2. THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN



B

R

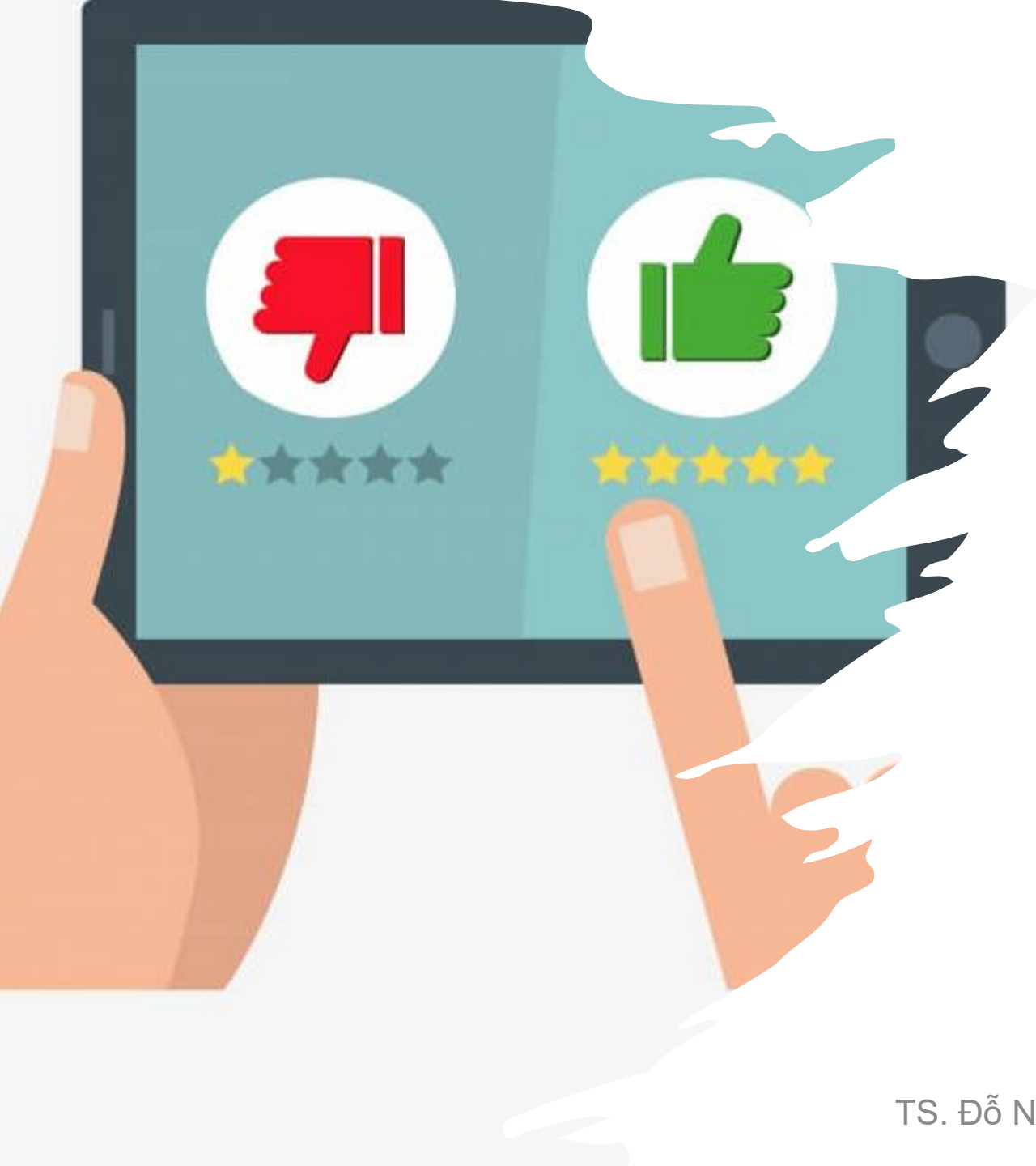
A

N

D

## NỘI DUNG

1. THƯƠNG HIỆU
2. THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN
3. LỢI ÍCH THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN
4. QUY TRÌNH XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN



# 1. THƯƠNG HIỆU

## HOẠT ĐỘNG 1

- Sinh viên tham gia đánh giá các sản phẩm thuộc lĩnh vực sản xuất và dịch vụ.
- Bao nhiêu % thích, % không thích. Giải thích kết quả đánh giá?

# 1. THƯƠNG HIỆU (TT)

## ĐỊNH NGHĨA

Thương hiệu (tên gọi) một cách đơn giản là tổng hợp các cảm nhận của khách hàng về nó.

Cảm nhận này có thể đến từ:

- Quảng cáo.
- Trải nghiệm.
- Người khác nói về thương hiệu đó.



# 1. THƯƠNG HIỆU LÀ GÌ? (TT)



# 1. THƯƠNG HIỆU LÀ GÌ? (TT)



# 1. THƯƠNG HIỆU LÀ GÌ? (TT)

## THUỘC TÍNH QUAN TRỌNG CỦA THƯƠNG HIỆU

**Lời cam kết/ lời hứa** (hướng đến phân khúc khách hàng nào?) – là định vị thương hiệu trong tâm trí người tiêu dùng.

- Đại diện cho cái gì?
- Mang lại lợi ích **khác biệt** gì cho người tiêu dùng.
- Làm thế nào người tiêu dùng tin vào điều đó.





# 1. THƯƠNG HIỆU (TT)

THUỘC TÍNH QUAN TRỌNG CỦA  
THƯƠNG HIỆU (TT)

Định vị thương hiệu bằng cách  
nào?

- ...
- ...
- ...



# Activity Time

## 1. THƯƠNG HIỆU (TT)

### HOẠT ĐỘNG 2

Hãy liệt kê các thương hiệu mà bạn biết theo các lĩnh vực khác nhau (điện tử, mỹ phẩm, dịch vụ, sản xuất...), logo, màu sắc, slogan... và lời cam kết.

# 1. THƯƠNG HIỆU (TT)

LỢI ÍCH CỦA THƯƠNG HIỆU TỐT VÀ  
NHIỀU NGƯỜI BIẾT ĐẾN

- ...

- ...

- ...



## 2. THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN

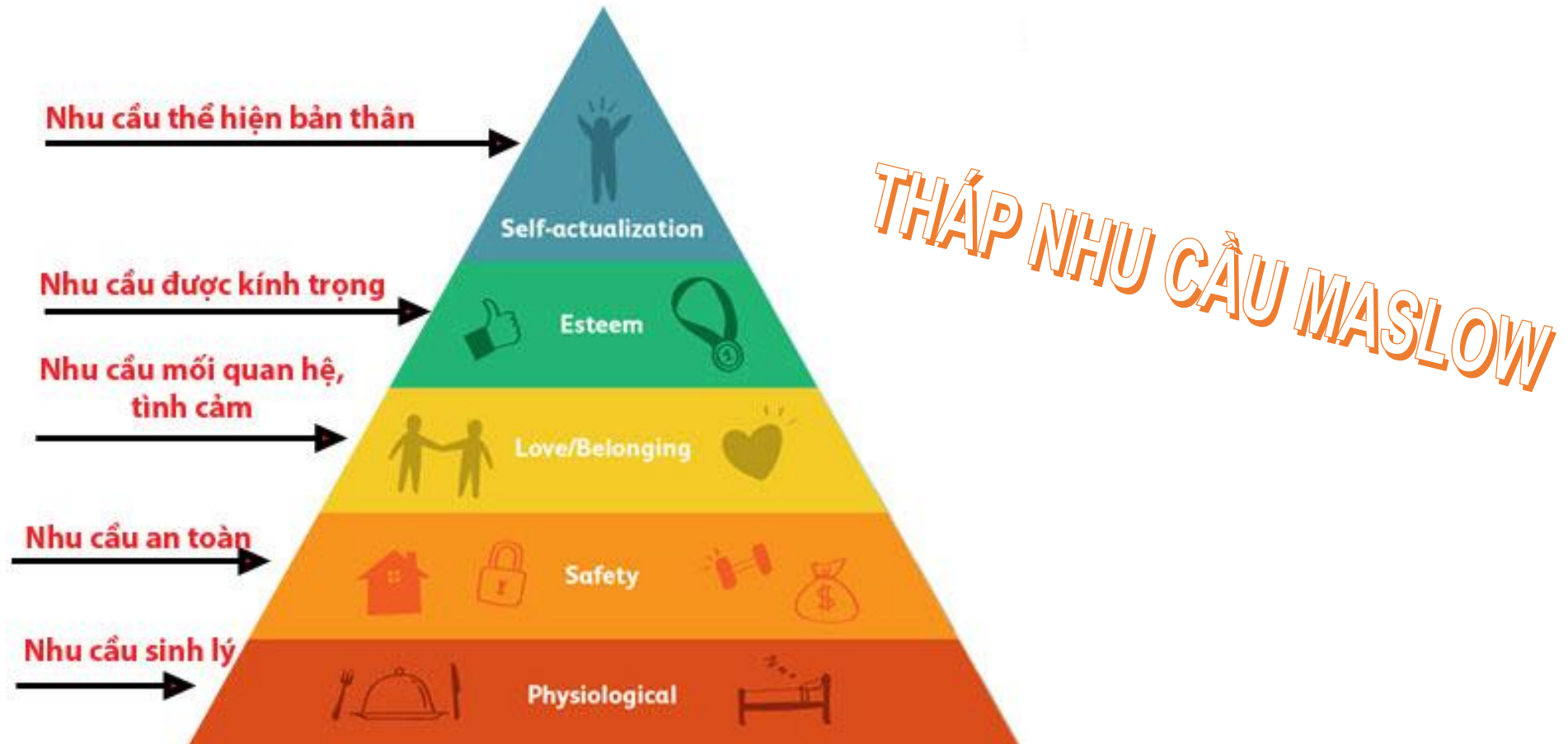
---

Thương hiệu cá nhân một cách đơn giản là tổng hợp các cảm nhận của người khác về chính ta (tính cách, năng lực...).





## 2. THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN (TT)



### 3. LỢI ÍCH THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN

#### HIỂU BẮN THÂN HƠN

Tăng sự tự tin  
và tính khẳng  
định.

#### TẠO SỰ KHÁC BIỆT

Phân biệt ta với  
đồng nghiệp và  
đối thủ.

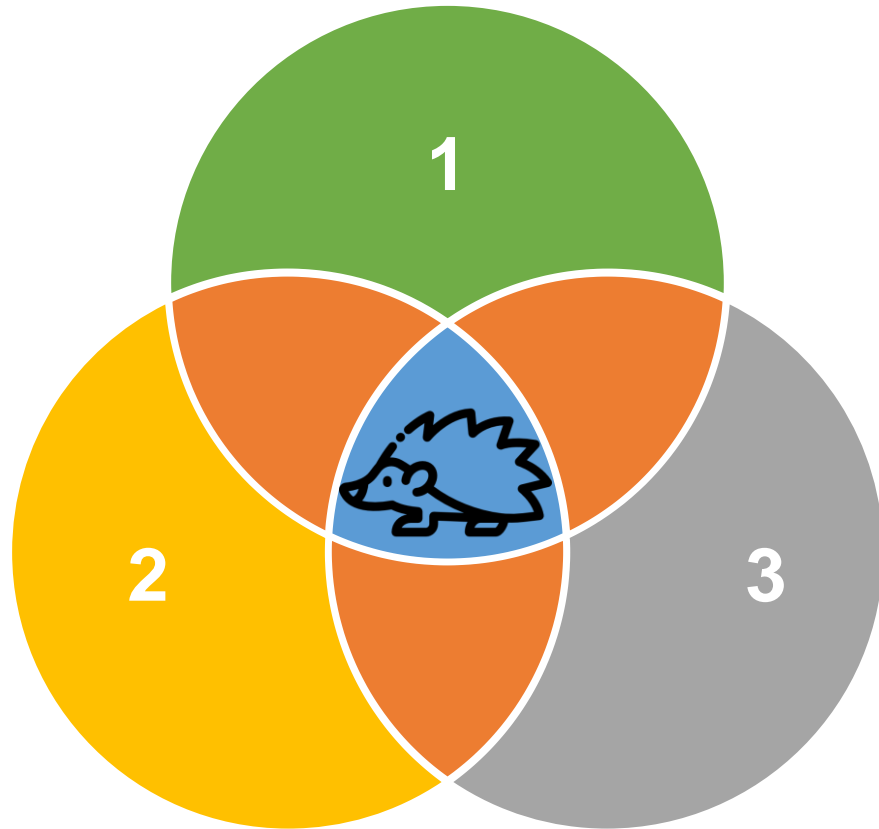
#### THÀNH CÔNG TRONG CÔNG VIỆC

Công việc tốt, thu  
nhập cao

## 4. QUY TRÌNH XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN



# BƯỚC 1. ĐỊNH VỊ BẢN THÂN

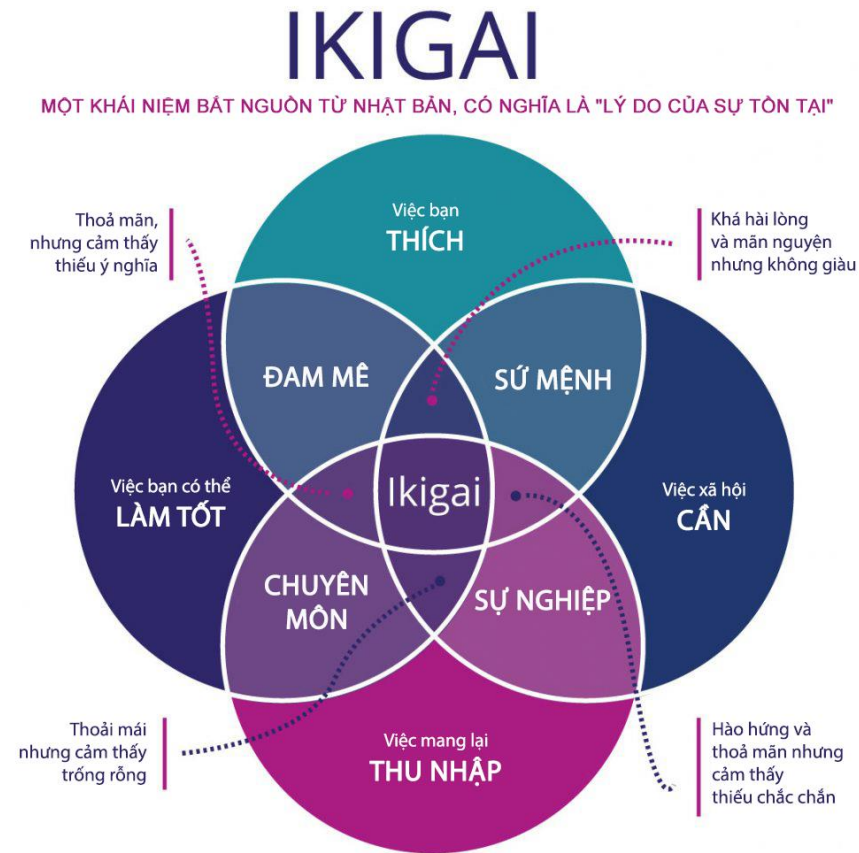


## HEDGEHOGE CONCEPT (JIM COLLINS)

1. Bạn đam mê sâu sắc điều gì?
2. Bạn được lập trình cho điều gì?
3. Bạn làm điều gì mà mang lại giá trị gì cho cộng đồng?



# BƯỚC 1. ĐỊNH VỊ BẢN THÂN (TT)



# BƯỚC 1. ĐỊNH VỊ BẢN THÂN (TT)



# BƯỚC 1. ĐỊNH VỊ BẢN THÂN (TT)

- 06

Ai là người mà bạn muốn giúp/ tạo tác động tích cực và thay đổi cuộc sống, công việc của họ?

- 05

Việc gì khiến bạn làm quên cả thời gian?

- 04

Điều mà bạn làm giỏi một cách tự nhiên, không cần phải gồng găng hoàn thành nó?



01 -

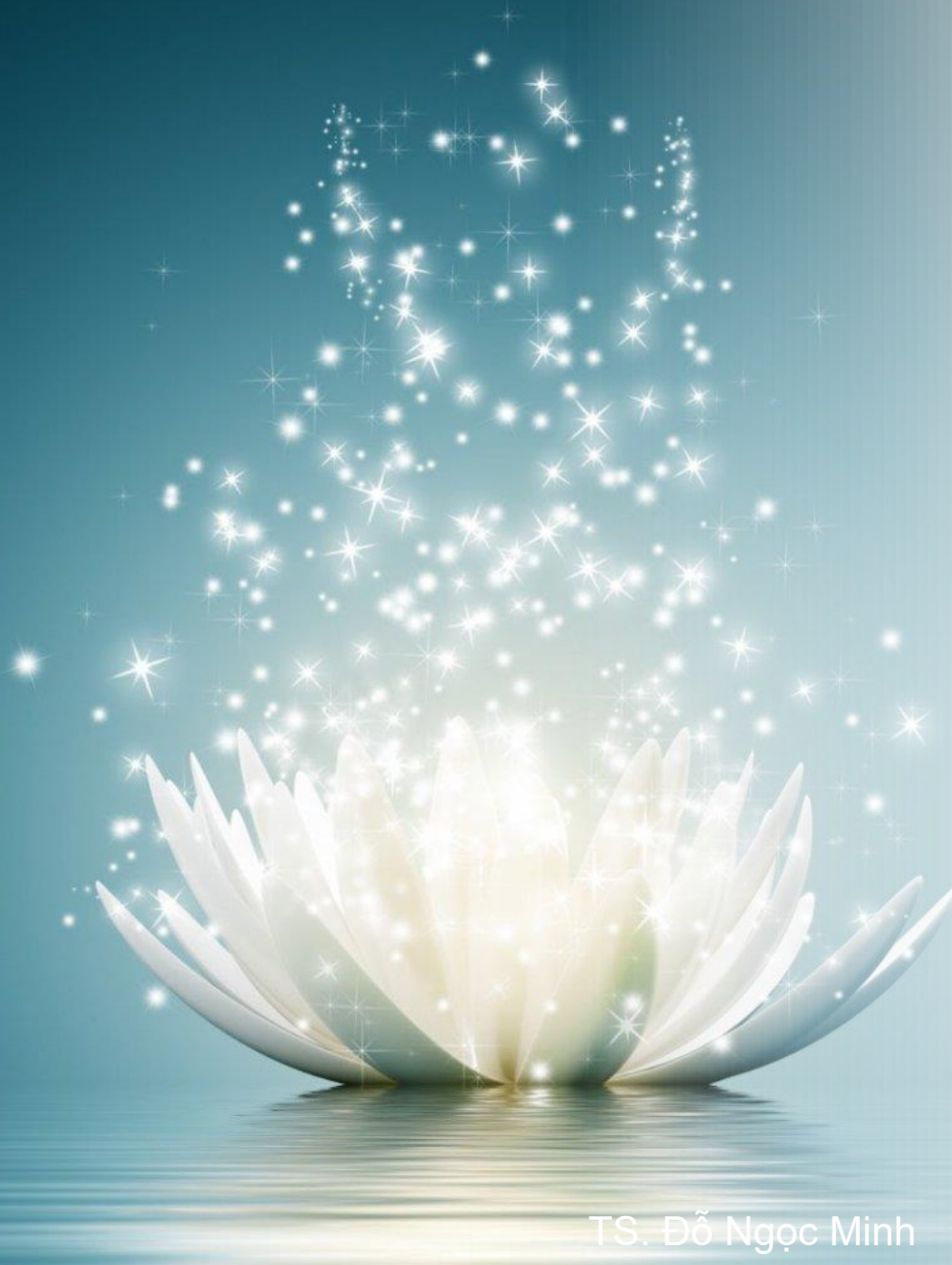
Khi còn nhỏ, bạn thích làm điều gì, bạn thích chơi gì?

02 -

Khi trưởng thành, bạn tò mò hay đam mê nhất điều gì?

03 -

Người khác thường khen bạn nhiều nhất về điều gì?



# BƯỚC 1. ĐỊNH VỊ BẢN THÂN (TT)

## THỰC HÀNH

- Khám phá sức mạnh của bản thân.
- Tìm hiểu Hedgehod/  
Ikigai sơ bộ của bản thân.

## BƯỚC 2. XÁC ĐỊNH MỤC TIÊU

01

ĐỐI TƯỢNG CHỦ ĐẠO  
CẦN HƯỚNG ĐẾN

THÀNH TỰU MUỐN  
ĐẠT ĐƯỢC

02

03

HÌNH ẢNH MUỐN ĐƯỢC  
NHẬN ĐỊNH

# BƯỚC 3. KIẾN TẠO BỘ NHẬN DIỆN

ĐẶT TÊN  
THƯƠNG HIỆU



THIẾT KẾ LOGO



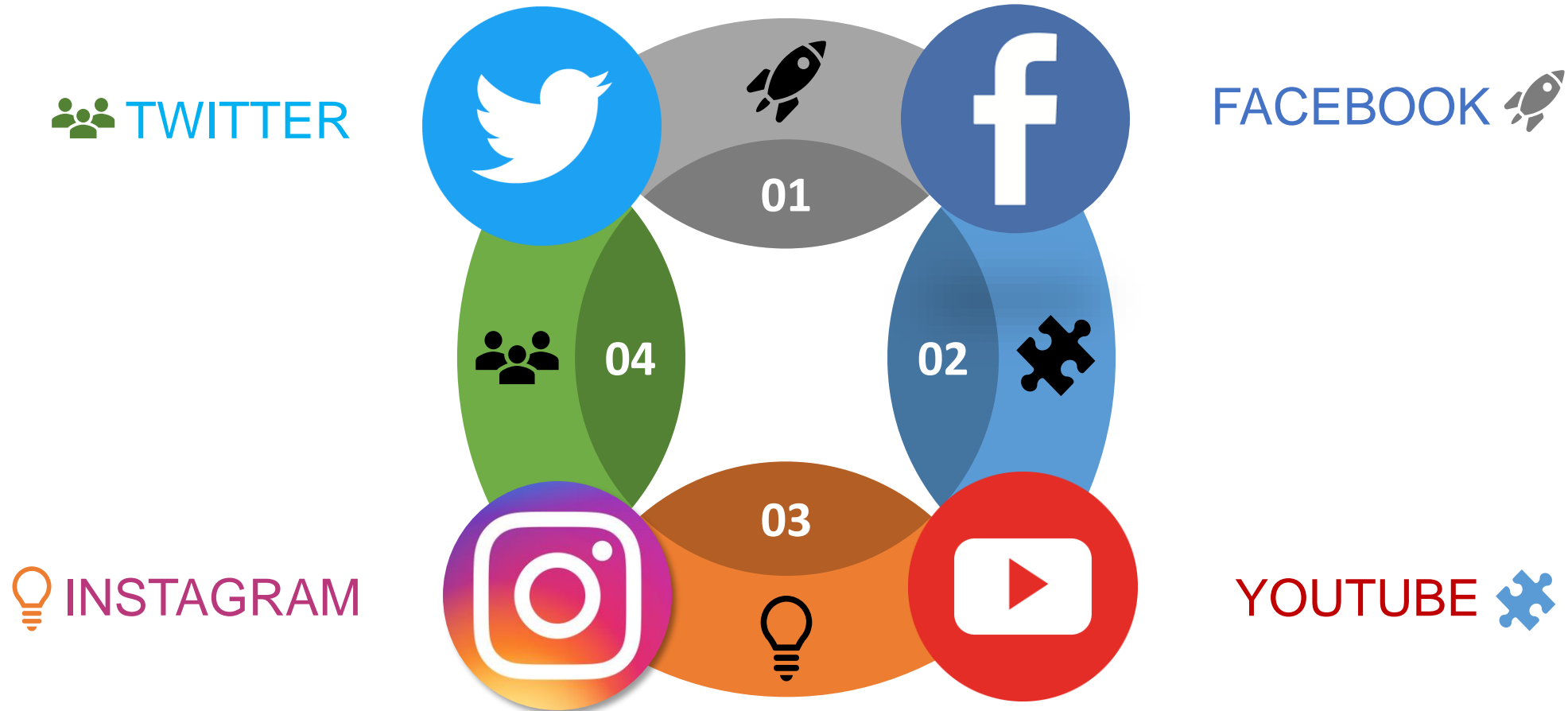
# BƯỚC 3. KIẾN TẠO BỘ NHẬN DIỆN (TT)

THỰC HÀNH

Thiết kế logo cho  
thương hiệu cá nhân.



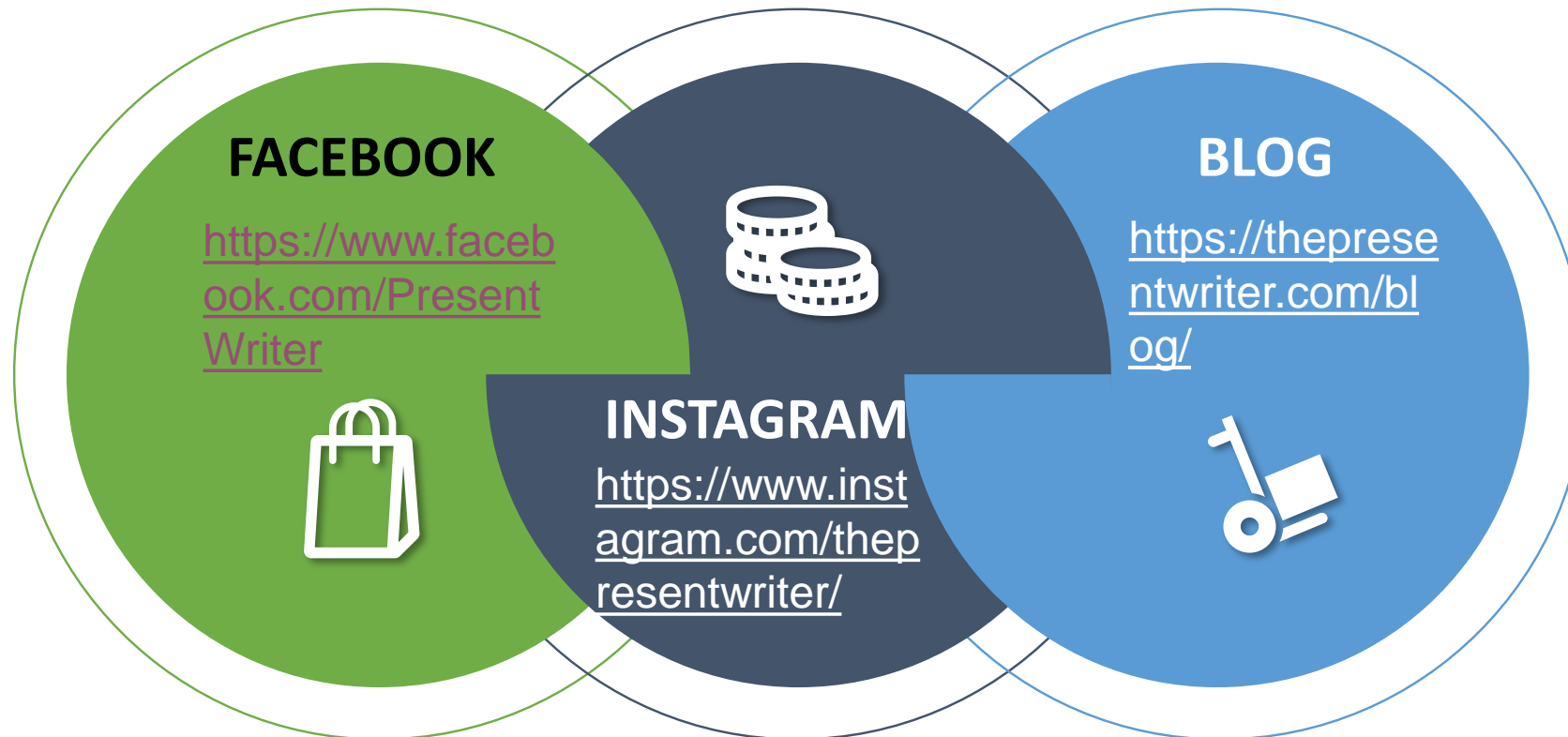
# BƯỚC 4. TẠO DỰNG HỆ SINH THÁI





# BƯỚC 4. TẠO DỰNG HỆ SINH THÁI (TT)

## HỆ SINH THÁI “THE PRESENT WRITER”



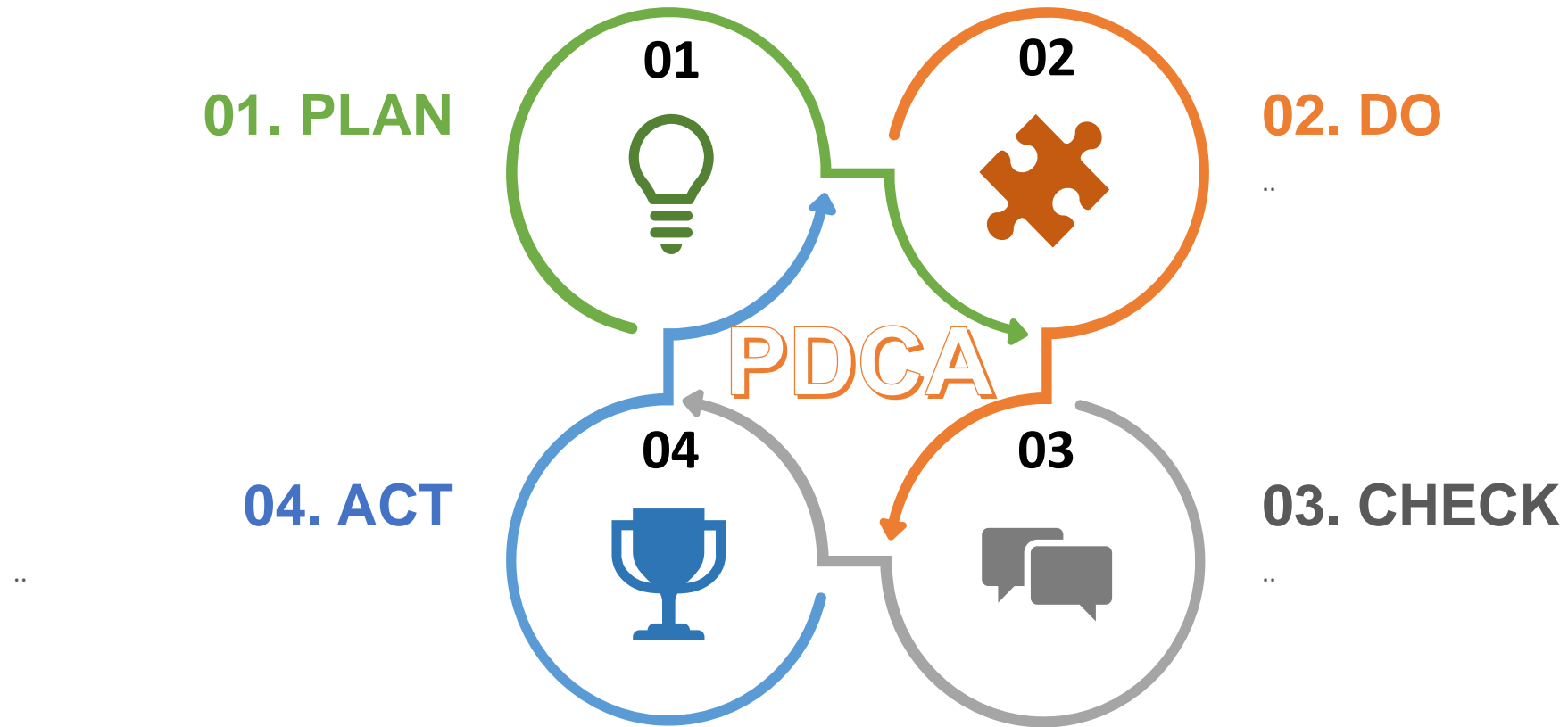
# BƯỚC 5. XÂY DỰNG NỘI DUNG

MANG  
GIÁ TRỊ  
ĐẾN CHO  
CỘNG  
ĐỒNG

**“Content is King”**  
*Bill Gates, 1996*

TRUYỀN  
CẢM  
HỨNG,  
TẠO  
ĐỘNG LỰC

# BƯỚC 6. PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU



# BÀI TẬP

Dựa trên Ikigai/ Hedgehod của bản thân, hãy lập kế hoạch xây dựng thương hiệu cá nhân trong 1 năm tới.