# apple’s branding strategy

## Giới thiệu

Công ty Apple sử dụng nhãn hiệu Apple để cạnh tranh trong nhiều thị trường. Sau đó là mở rộng phạm vi sản phẩm và dịch vụ của mình. Đầu tiên vào cuối năm 1970 là máy tính để bàn và laptop vào năm 1990. Phải mất 20 năm trước khi Apple mở rộng sang lĩnh vực sản phẩm tiên phong làm nên cứ nhảy vọt như iPod (2001), iPhone (2007), Apple Pay và Apple Watch (2010).

Trong những thập niên đầu, nhãn hiệu Apple là một thách thức, nó mang lại những chiếc máy tính dễ dàng sử dụng cho người dùng và các doanh nghiệp nhỏ. Apple tập trung vào những thứ cần thiết, cá nhân, người dùng bình thường.

Cốt lõi của Apple vẫn là cung cấp cho người dùng những trải nghiệm tuyệt vời thông qua giao diện người dùng. Apple đã áp dụng chiện lược này cho các dòng sản phẩm như iPhone, iPad, MAC, iCloud, iTunes và Apps Store. Tính năng đặc biệt của Apple Pay và Apple Watch vẫn là duy trì trải nghiệm người dùng tuyệt vời và cách sử dụng đơn giản.

Bắt đầu với một sức sống mạnh mẽ, Apple đã tung ra iPod (2001), nó đã làm việc một cách hài hòa và chuyến hướng chiến lược nhãn hiệu và sản phẩm lại gần nhau để đạt được vị trí như ngày hôm nay.

Steve Jobs, đồng sáng lập Apple, mô tả Apple như một công ty thiệt bị di động, công ty lớn nhất trên thế giới. Việc đổi tên công ty Apple Computer sang Apple Inc. là một bước đi quan trọng.

Hiện tại công ty đang mở rộng lĩnh vực hoạt động hơn là một công ty chuyên về thiết bị. Nó kết hợp các dịch vụ nội dung số (Apple Music, iTunes, iBooks and App Store), đó là một chìa khóa giá trị cho các chủ sở hữu thiết bị của Apple. Apple cung cấp nhiều dịch vụ và tính năng cho người dùng, họ có thể truy cập vào bất cứ những gì họ muốn, ở bất cử nơi đâu.

## Apple cá tính (Apple Brand Personality)