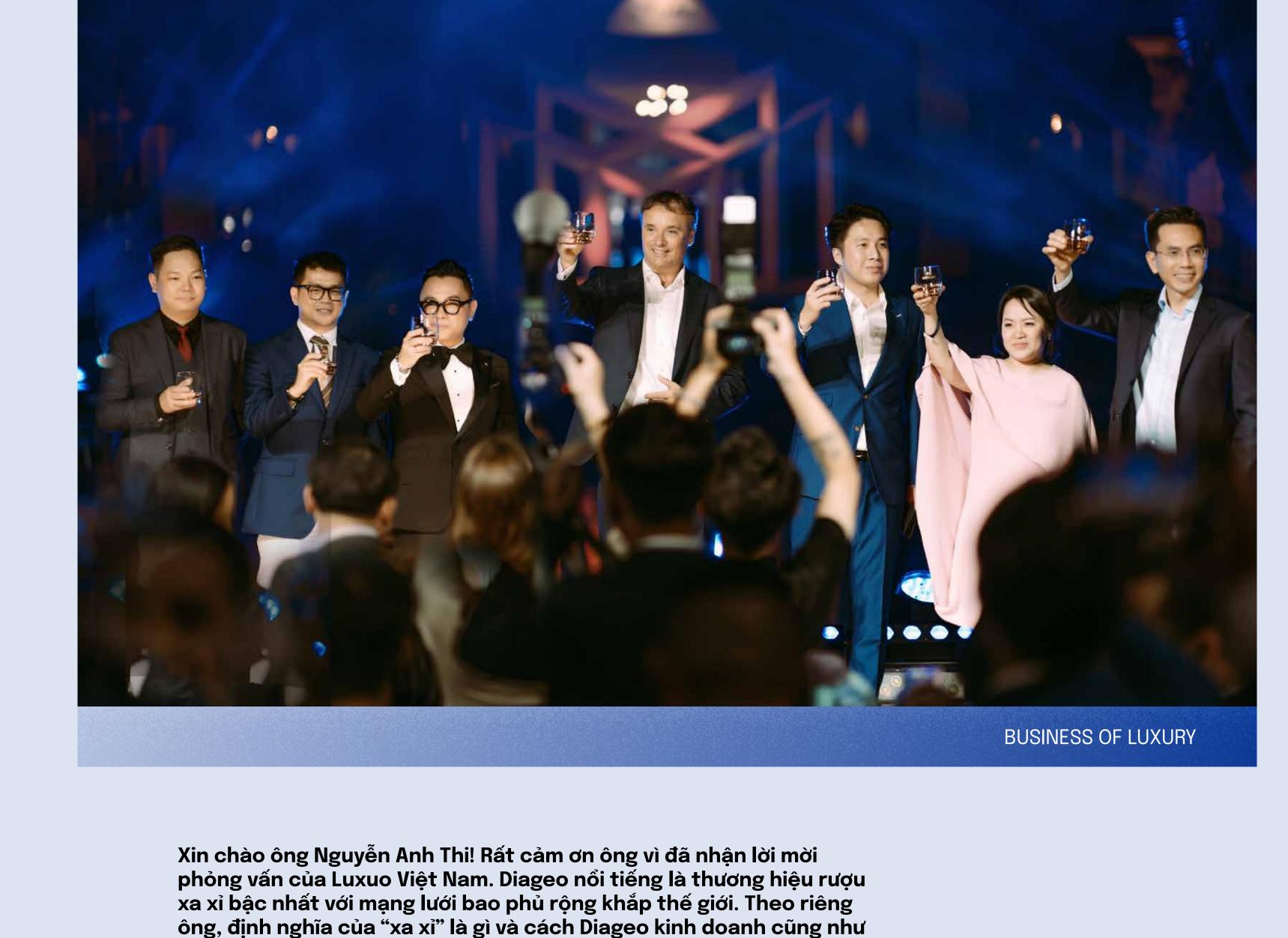


Thưởng thức một ly rượu được pha chế

với sự hòa quyện hương vị tinh tế trong không gian ấm cúng, đẹp đẽ. Đó chính là hình dung của ông Nguyễn Anh Thi -Giám đốc Điều hành côngty Diageo Việt Nam về cuộc chơi whisky trong những năm sắp tới.



thương hiệu rượu cao cấp, sang trọng đáng giá và mang lại trải nghiệm đáng nhớ. Thương hiệu cao cấp là thương hiệu không chỉ bán sản phẩm chất lượng, thiết kế độc đáo mà còn là trải nghiệm, là phong cách rất riêng của người sử dụng. Thương hiệu cao cấp kể câu chuyện phong cách bằng sản phẩm và bằng trải nghiệm.

tạo ra các trải nghiệm xa xỉ cho khách hàng là như thế nào?

Diageo xem trọng sự trải nghiệm của khách hàng, chính vì vậy chúng tôi tạo ra rất nhiều trải nghiệm mới mà trước giờ chưa có. Đặt biệt trong thời gian giãn cách, càng là đất cho sự sáng tạo phát triển. Chúng tôi biến các thử thách thành cơ hội để khác biệt, từ online đến offline. Những trải nghiệm đó phải là duy nhất mà từ trước đến giờ chưa có ai làm, nên mới gọi là đáng giá và đáng nhớ.

Cho phép tôi điều chỉnh lại một chút, ở Diageo chúng tôi không dùng từ "xa xỉ" mà là

trưởng ấn tượng như vậy trong thời gian khó khăn vừa qua? Với tư cách là một công ty đã và đang đi qua con sóng này rất thành công, bí quyết của Diageo là gì, thưa ông? Định nghĩa về mặt hàng thiết yếu mang tính chất tương đối. Việc định nghĩa phụ thuộc vào từng địa lý chính trị (geopolity), hoàn cảnh xã hội và nhu cầu của mỗi cá nhân. Mặt hàng này không thiết yếu với người này nhưng sẽ thiết yếu với người khác. Chỉ có một điểm

Tại sao thị trường xa xỉ, vốn được xem là nơi bán những mặt hàng không

phải thiết yếu, vẫn có thể phát triển mạnh mẽ với những con số tăng

biệt đáng nhớ cho khách hàng, ở mọi lúc, mọi nơi. Có thể nói đây là chìa khóa thành công của chúng tôi.

chung mà tất cả chúng ta điều xem là thiết yếu – đó là nhu cầu tinh thần – như mối quan

hệ gia đình, bạn bè, tình yêu, niềm vui. Nhu cầu này cần thiết ở mọi hoàn cảnh và thời đại.

Ở Diageo, chúng tôi không chỉ bán sản phẩm, vì nếu bạn muốn mua một sản phẩm nào đó,

bạn luôn có nhiều chọn lựa. Ở Diageo, chúng tôi mang cho khách hàng trải nghiệm đặc



Giới, và rất nhiều quyền lợi đặc biệt từ các đối tác chiến lược của chúng tôi trên toàn quốc. Song song, hệ thống Walker Whisky Boutique và Whisky Specialists cũng là một trong những lĩnh vực đi tiên phong của Diageo tại Việt Nam, nhằm tạo ra một địa chỉ đáng tinh cậy và đẳng cấp cho những khách hàng đặc biệt và có yêu cầu trải nghiệm cực kì cao và sang trọng. Giá trị cốt lỗi mà chúng tôi vẫn đang theo đuổi sau cùng vẫn là Trải Nghiệm Khách Hàng. Chúng tôi kinh doanh một lối sống, và chúng tôi mang đến một lối sống cho những Người Bạn của Diageo tại Việt Nam.

Diageo luôn dành một vị trí đặc biệt cho các bộ sưu tập hợp tác với

khách hàng của chúng tôi trong thời gian tới.

các nghệ sĩ, các chuyên gia nghệ thuật hàng đầu cũng như tìm kiếm

các kỹ thuật thủ công, truyền thống để nâng tầm tuyệt tác. Ông có thể tiết lộ về một vài sự kết hợp mới nhất Diageo sẽ cho ra mắt trong năm 2022 không? Các sản phẩm của Diageo được sự tin tưởng yêu thích của các nghệ sĩ, chuyên gia cũng như các nghệ nhân bậc thầy tại Việt Nam, nên trong những năm vừa qua chúng tôi có những sự hợp tác thành công mang đến những trải nghiệm mới cho khách hàng. Rất cám ơn những nghệ sĩ đã đồng hành, hợp tác cùng Johnnie Walker, Mortlach trong suốt thời gian vừa qua để tạo ra những phiên bản độc đáo nhất như gia đình Trịnh Công Sơn, họa sĩ Liêu Nguyễn, nhà thiết kế Công Trí, họa sĩ Phạm An Hải, sơn mài Hà Nội A... và rất nhiều những nghệ sĩ đối tác khác đã tin tưởng hợp tác mang đến những trải nghiệm thành công cho khách hàng. Chắc chắn trong năm 2022 chúng tôi sẽ có những sự kết hợp mới trong đó có những bậc thầy trong nước và ngoài nước, hứa hẹn những điều thú vị cho những người yêu mến

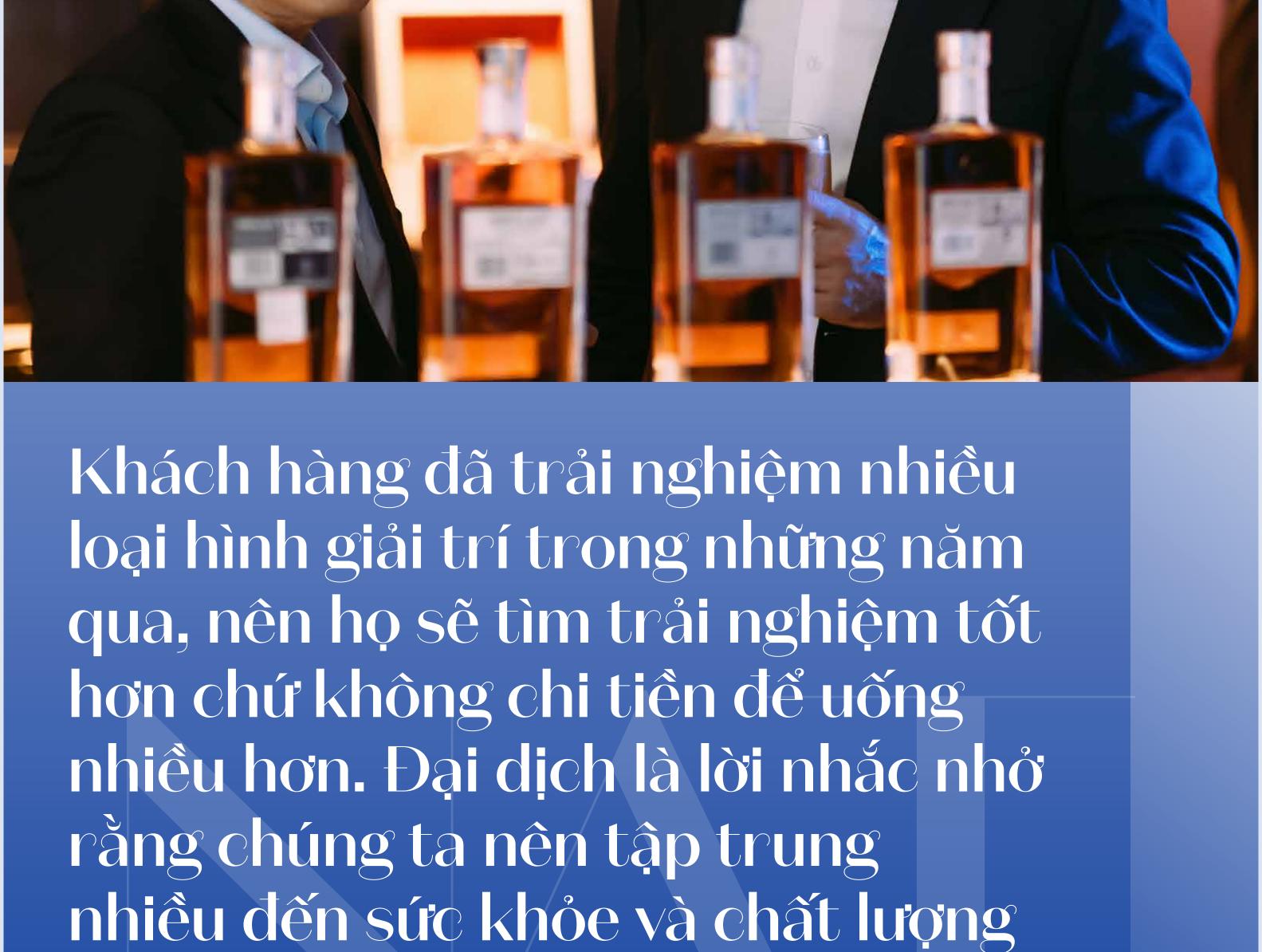
Whisky. Còn chi tiết thì xin phép được giữ bí mật để mang đến những điều bất ngờ cho các

ship Management – Keep Walking Club) bài bản và chuyên nghiệp. Thông qua các chương

Quốc, quyền lợi mua và sử dụng sản phẩm cao cấp, quyền lợi tham dự những sự kiện dành

trình đặc biệt này, khách hàng có rất nhiều đặc quyền từ hệ thống Thành viên trên Toàn

riêng cho Thành viên, đặc quyền mua những Sản phẩm với phiên bản giới hạn của Thế



cuộc sống. NGUYỄN ANH THI

BUSINESS OF LUXURY

quan điểm khỏe mạnh: chúng ta nghĩ rằng ăn uống nghỉ ngơi hợp lý là đủ để chúng ta khỏe mạnh mà bỏ qua việc nuôi dưỡng thức ăn tinh thần. Thức ăn tinh thần lại là điều giúp cho con người khỏe mạnh hơn, không kém gì thức ăn vật chất. Việc thưởng thức rượu chừng mực, đúng phong cách là một cách mang lại tinh thần phấn chấn tuyệt vời. Rượu của Diageo trong Tiếng Anh được gọi là Spirit, cũng có nghĩa là tinh hoa, tinh túy. Nó là một thức uống kỳ diệu mà nếu uống chừng mực thì sẽ đem lại cho chúng ta tinh thần sảng khoái, vui vẻ. Việc chúng tôi đạt được con số tăng trưởng ấn tượng phản ánh rằng nhu cầu về sức khỏe tinh thần của cộng đồng rất lớn trong mùa giãn cách. Khách hàng quan tâm đến sức khỏe, sẽ không muốn uống rượu nhiều, mà họ chú ý đến chất lượng, những gì họ đưa vào cơ thể. Rượu cũng là phương tiện kết nối giữa bạn bè, đối tác và gia đình, cái quan trọng chính là trải nghiệm khi thưởng thức rượu. Vì vậy chúng tôi mang lại thức ăn tinh thần cho khách hàng bằng những trải nghiệm thoải mái và chất lượng chứ không phải là số lượng. Việc thay đổi này lại phù hợp với tôn chỉ mà Diageo theo đuổi từ rất lâu: uống có phong cách và có trách nhiệm. Ưống chất chứ không phải lượng. Đây là thời điểm mà giá trị của

Tôi nhìn thấy sự chuyển biến nhu cầu về tinh thần rất lớn ở người tiêu dùng. Tôi ví dụ về

Xuyên suốt quá trình làm việc với vị trí Tổng Giám đốc Diageo tại

Việt Nam, ông chứng kiến sự thay đổi của thị trường rượu cao cấp

như thế nào? Nhu cầu của khách hàng thay đổi ra sao và sự thích

Diageo được phát huy mạnh mẽ trên thị trường.

ứng của Diageo trước sự chuyển dịch đó?

