

# No Brand - Người tiêu dùng quan trọng hơn thương hiệu

16/09/2022

Là thương hiệu riêng được nhập khẩu trực tiếp từ Hàn Quốc và phân phối độc quyền bởi THISO Retail - Emart, No Brand nhận được sự yêu thích từ khách hàng nhờ tập trung vào yếu tố sản phẩm chất lượng và giá rẻ.

**Đúng với slogan của No Brand - Người tiêu dùng quan trọng hơn thương hiệu.**

Để có thể mang đến những sản phẩm riêng biệt có mức giá tốt nhất cho người tiêu dùng, đầu năm 2022, THISO Retail - Emart tiến hành cải thiện vận hành cửa hàng Emart Gò Vấp, đặc biệt là việc chuyển đổi đơn vị nhập khẩu sang THIOLOGI (Tập đoàn thành viên trực thuộc THACO, phụ trách lĩnh vực cung ứng các dịch vụ giao nhận - vận chuyển trọn gói cung ứng các giải pháp logistics) giúp giảm chi phí vận chuyển, góp phần giảm giá thành sản phẩm đến tay người tiêu dùng, đồng thời tăng cường chương trình khuyến mãi và mở rộng các kênh thương mại điện tử cho nhãn hàng No Brand.



**“Người tiêu dùng quan trọng hơn thương hiệu”**

No Brand là nhãn hàng riêng được Emart tại Việt Nam nhập khẩu trực tiếp từ Emart Inc. Hàn Quốc. Với gần 600 sản phẩm, No Brand tập trung chủ yếu vào ngành hàng Tiêu dùng nhanh - FMCG (trừ thực phẩm mát), ngành hàng Phi thực phẩm - Nonfood (bao gồm đồ gia dụng và điện máy).

No Brand tập trung vào yếu tố chất lượng sản phẩm nhập khẩu trực tiếp, đồng thời tận dụng lợi thế là nhãn hàng riêng của Emart giúp giá thành của các sản phẩm No Brand giảm tối đa các chi phí và đến tay khách hàng với mức giá cạnh tranh nhất. So với hàng nhập khẩu từ Hàn Quốc của những thương hiệu khác, các sản phẩm No Brand có mức giá bán rẻ hơn từ 5% trở lên.

Với triết lý giúp khách hàng hiểu rõ rằng giá trị của sản phẩm là chất lượng chứ không phải thương hiệu, No Brand được khách hàng Emart yêu thích và lựa chọn từ khi ra mắt. Doanh thu tính đến tháng 7/2022 của No Brand tăng trưởng 14% so với năm 2021. Lợi nhuận tăng trưởng 3,6%. Đặc biệt, hàng nhãn riêng đã ghi nhận doanh thu kỷ lục cao nhất là 3,5 tỷ đồng vào kỳ khuyến mãi EP2213 - Korean Goods Fair, Lễ hội Sản phẩm Hàn Quốc (so với kỳ khuyến mãi cùng kỳ EP2113: +54%, EP2013: +18%). Dự kiến doanh thu của hàng nhãn riêng nói chung và No Brand nói riêng sẽ liên tục tăng trưởng khi liên tục ghi nhận phản hồi tích cực của khách hàng nhờ chất lượng tốt, ngon, thiết kế đẹp, lạ, màu sắc bắt mắt, và mức giá tốt.

Để có thể mang đến những sản phẩm riêng biệt có mức giá tốt nhất cho người tiêu dùng, đầu năm 2022, THISO Retail - Emart tiến

hành cải thiện vận hành cửa hàng Emart Gò Vấp, đặc biệt là việc chuyển đổi đơn vị nhập khẩu sang THIOLOGI (Tập đoàn thành viên trực thuộc THACO, phụ trách lĩnh vực cung ứng các dịch vụ giao nhận – vận chuyển trọn gói cung ứng các giải pháp logistics) giúp giảm chi phí vận chuyển, góp phần giảm giá thành sản phẩm đến tay người tiêu dùng, đồng thời tăng cường chương trình khuyến mãi và mở rộng các kênh thương mại điện tử cho nhãn hàng No Brand.

Hiện tại, các sản phẩm No Brand đã có mặt chính thức và được giao hàng toàn quốc tại:

- + **Shopee**
- + **Lazada**
- + **Tiki**
- + **Shark Market**
- + **Market Saigon**

Phát triển nhãn hàng No Brand tại THISO Retail – Emart là một trong những yếu tố quan trọng trong chiến lược kinh doanh của Emart. Các sản phẩm No Brand không chỉ là sản phẩm đặc trưng của Emart mà còn thể hiện những giá trị mà Emart mong muốn là lấy khách hàng là trung tâm, mang tới những sản phẩm nhập khẩu độc quyền, chất lượng với giá thành tốt nhất.

### **Vận hành đồng bộ với Emart Hàn Quốc**

Cùng với kế hoạch khai trương 2 siêu thị Emart Sala Thủ Thiêm và Emart Phan Huy Ích vào cuối năm 2022, THISO Retail – Emart đặt kế hoạch trung dài hạn tập trung mở rộng phát triển No Brand để tăng tính cạnh tranh với “Sản phẩm độc quyền”, “Giá mua vào cạnh tranh” và tạo lợi nhuận ổn định liên tục. No Brand cũng sẽ tiếp tục tăng số lượng sản phẩm và mở rộng đa dạng ngành hàng trong năm nay.

Cụ thể, để chuẩn bị cho việc khai trương Emart Sala Thủ Thiêm, Bộ phận Thu mua (MD – Merchandisers) tập trung phát triển nhiều sản phẩm No Brand mới như: Thực phẩm đông lạnh lên đến gần 40 sản phẩm, các mặt hàng FMCG (Bánh kẹo, thực phẩm...) hơn 100 sản phẩm. Theo đó, vào tháng 9/2022, THISO Retail sẽ ký hợp đồng thuê kho đông cùng THIOLOGI, để đảm bảo cho việc lưu trữ hàng và mở rộng sản phẩm mới.

Đối với cửa hàng Emart Sala Thủ Thiêm, No Brand sẽ vận hành theo mô hình Shop-in-Shop, trưng bày chung tất cả nhãn hàng riêng No Brand bao gồm hàng Thực phẩm và Phi thực phẩm. Vận hành đồng bộ trưng bày bằng RRP (Retail Ready Packaging) – sử dụng loại thùng có đường cắt sẵn để tiện cho việc trưng bày – đồng bộ như Emart Hàn Quốc với mong muốn đem hình ảnh sản phẩm nhãn hàng riêng tới cho khách hàng theo một hình thức mới lạ, hấp dẫn hơn.

**Nguồn:** [kinhtenongthon.vn](http://kinhtenongthon.vn)