

VIZIO - MỐI ĐE DỌA MỚI CỦA CÁC 'ÔNG LỚN' TRÊN THỊ TRƯỜNG LCD

Chỉ mộ

Chỉ một năm trước, ít người nghe nói đến cái tên này, còn giờ đây, nó nằm trong số 5 công ty sản xuất TV tinh thể lỏng lớn nhất Bắc Mỹ, sánh vai cùng những tên tuổi quen thuộc như Sony và Samsung.

Theo hãng nghiên cứu iSuppli, Vizio đã bán ra 606.402 TV chỉ trong quý II/2007, tăng 76% so với 3 tháng trước đó. Sản lượng này đưa họ lên vị trí số một trên thị trường LCD xét về doanh số, còn thị phần cũng chiếm 14,5% và đứng thứ 5.

"Cựu vô địch" Samsung bị hạ bệ xuống thứ 2 với 467.210 TV được tiêu thụ. Công ty thất bại nhất chính là Sony khi từ hàng thứ 3 tụt xuống thứ 6 do chỉ bán được 253.377 sản phẩm. "Chúng tôi đã trở thành đối thủ mới của hai tập đoàn này", William Wang, Giám đốc điều hành Vizio, tin tưởng.

Sự lên ngôi ngoạn mục của Vizio một phần nhờ chiến lược phân phối sản phẩm. Ngay khi bắt đầu quý II, họ đã mở rộng danh sách đại lý bán lẻ từ Wal-Mart, Sears, Kmart đến Circuit City. Ngoài ra, chất lượng màn hình tinh thể lỏng của Vizio cũng tương tự Sony và Samsung trong khi giá bán lại thấp hơn. "Với 1.000 USD, khách hàng có thể mua TV Sony 32 - 37 inch hoặc sắm TV 47 inch của Vizio. Nói chung, người tiêu dùng luôn xét đến giá cả mỗi khi lựa chọn sản phẩm", đại diện của iSuppli cho hay.

Vizio L42HDTV. Ảnh: Ultimateavmag.

Phần lớn TV của Vizio được tiêu thụ nhờ truyền miệng do họ không quảng cáo nhiều trên các phương tiện truyền thông. "Mục tiêu của chúng tôi là trở thành một thương hiệu lớn trên thị trường điện tử tiêu dùng, không chỉ trong lĩnh vực TV", Wang tuyên bố.

Kế hoạch của Vizio là sản xuất TV tầm trung và cao cấp với giá bán rẻ nhất. Acer cũng đã áp dụng chính sách tương tự để vươn lên vị trí cao trên thị trường máy tính. Bên cạnh đó, Vizio hỗ trợ khách hàng miễn phí tại nhà trong thời gian bảo hành cùng chính sách "màn hình không pixel lỗi" vô thời hạn.

Hơn nữa, hiểu rằng khách hàng thường có tâm lý thích mua đồ điện tử tại những siêu thị lớn, Vizio tập trung phân phối sản phẩm giá thấp tại những nơi mà người sử dụng hay xuất hiện.

Khởi đầu là một công ty tư vấn vào năm 2003, hãng sản xuất có trụ sở tại California (Mỹ) này đã làm việc với một số đối tác LCD ở Đài Loan và quyết định tự xây dựng thương hiệu riêng. Vizio hiện có 85 nhân viên, đa số làm việc ở bộ phận chăm sóc khách hàng còn khâu sản xuất được giao cho bên thứ ba.

"Chúng tôi biết rằng mình không thể duy trì ưu thế này mãi bởi những hãng khác như Samsung, Sony và Sharp cũng đang điều chỉnh giá cả cũng như lên kế hoạch cạnh tranh với chính sách mà Vizio đang áp dụng rất hiệu quả", Wang nói về thách thức của họ trong thời gian tới.