YOUTUBE, WIKIPEDIA "ĐỘT PHÁ" TRONG TOP THƯƠNG HIỆU 2006

Một lần nữa, "gã khổng lồ" tìm kiếm Google lại qua mặt Apple để giành lấy vị trí quán quân trong bảng xếp hạng các Nhãn hiệu năm 2006. Đây cũng lần đầu tiên YouTube và Wikipedia góp mặt trong Top 5.

Xu hướng mới

Cuộc thăm dò thường niên d

Một lần nữa, "gã khổng lồ" tìm kiếm Google lại qua mặt Apple để giành lấy vị trí quán quân trong bảng xếp hạng các Nhãn hiệu năm 2006. Đây cũng lần đầu tiên YouTube và Wikipedia góp mặt trong Top 5.

Xu hướng mới

Cuộc thăm dò thường niên do website chuyên về nhãn hiệu Brandchannel.com tổ chức rất hay đưa ra những kết quả gây tranh cãi. Lấy thí dụ như hồi năm 2004, kênh truyền hình Ả-rập Al Jazeera được Brandchannel gán cho danh hiệu "Nhãn hiệu có sức ảnh hưởng lớn thứ 5 thế giới".

Năm nay, cuộc bình chọn quy tụ 3625 chuyên gia về nhãn hiệu này lại một lần nữa gây ngạc nhiên, khi vinh danh những công ty mới nổi. Chẳng hạn như website chia sẻ video YouTube đã "leo thẳng" vào vị trí số 3, trong khi từ điển bách khoa toàn thư trực tuyến Wikipedia "chễm chệ" ngay ở vị trí thứ 4, đẩy "gã khổng lồ" Starbucks Corp xuống thứ 5.

Google, công cụ tìm kiếm Internet số một hiện nay, với các nỗ lực không mệt mỏi trong việc địa phương hóa và bành trướng sang quảng cáo trực tuyến, mail, blog, tiếp tục "ôm chặt" vị trí quán quân năm thứ hai liên tiếp. Và lại một lần nữa Apple ngậm ngùi xếp ở vị trí thứ 2.

Sự ra mắt ấn tượng của những "gã lính mới" - YouTube và Wikipedia - như là những nhãn hiệu có sức ảnh hưởng nhất đến cuộc sống của người dân toàn cầu trong năm 2006 - có thể coi là điềm báo cho một xu hướng lớn hơn: Các nhãn hiệu trực tuyến dựa trên nội dung "cây nhà lá vườn" sẽ thống trị cuộc sống chúng ta trong thời gian tới, biên tập viên Anthony Zumpano nhận định.

Địa phương hóa

Ngoài YouTube và Wikipedia, một số nhãn hiệu mới khác cũng thắng lớn là mạng xã hội ảo MySpace, góp mặt lần đầu tiên trong danh sách ở vị trí thứ 15. Đài truyền hình Al Jazeera, sau khi khai trương kênh mới bằng tiếng Anh, đã "ngoi lên" lại vị trí thứ 19 sau khi tụt xuống hạng 25 hồi năm ngoái.

Xin lưu ý là cuộc thăm dò này không xét đến giá trị kinh tế của nhãn hiệu - mà nếu căn cứ theo yếu tố ấy thì bao giờ, Coca-Cola cũng phải đứng đầu bảng. Thêm nữa, cuộc thăm dò cũng không đòi hỏi người tham gia phải phân biệt ảnh hưởng của nhãn hiệu là tích cực hay tiêu cực.

Ngoài Bảng xếp hạng Nhãn hiệu Toàn cầu, BrandChannel.com cũng tiến hành một cuộc thăm dò tương tự, nhưng đối tượng tham gia chỉ sinh sống ở khu vực Bắc Mỹ. 5 hãng đầu bảng không có gì thay đổi, chỉ có thứ tự là xáo trộn một chút. Theo đó, Apple đứng nhất, theo sau là YouTube, Google, Starbucks và Wikipedia.

Trong khi ấy, 5 nhãn hiệu hàng đầu tại khu vực Châu Âu lại toàn là các gương mặt kỳ cựu của Cựu lục địa. "Gã khổng lồ" nội thất Ikia "hạ gục" Nokia để chiếm lấy vị trí quán quân, đẩy "gã khổng lồ" ĐTDĐ xuống vị trí số 3. Skype đứng thứ hai, còn thương hiệu thời trang Zara đứng thứ 4, vượt trên Adidas.

Tại châu Á, chiếm ảnh hưởng thống trị là Sony, Toyota, HSBC, Samsung và Honda.

Trọng Cầm