

Martech - Con đường tăng trưởng của doanh nghiệp

Công nghệ tiếp thị (Marketing Technology) hay còn được gọi là Martech, là hướng đi giúp doanh nghiệp tăng trưởng trong nền kinh tế hiện nay, nhất là các doanh nghiệp khởi nghiệp.

Ngày 21/10/2023, tại Hà Nội, Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển truyền thông khoa học và công nghệ (KH&CN) phối hợp với Quỹ Đầu tư khởi nghiệp sáng tạo Bách Khoa Hà Nội (BK Fund) tổ chức Hội nghị “Martech - Con đường tăng trưởng của doanh nghiệp”.

Hội nghị nằm trong chuỗi sự kiện của nhiệm vụ “Hỗ trợ nâng cao năng lực khu vực tư nhân trong đào tạo, ươm tạo, kết nối, gọi vốn, truyền thông cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, kết nối hệ sinh thái khởi nghiệp của Việt Nam với quốc tế”, thuộc Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025” (Đề án 844).

Làm chủ công nghệ martech và xây dựng thương hiệu

Martech là một thuật ngữ dùng để chỉ sự hợp nhất giữa hoạt động marketing và hoạt động công nghệ. Đây là một công cụ giúp các doanh nghiệp tăng cường khả năng cạnh tranh, tạo ra những sản phẩm và dịch vụ tương thích với xu hướng tiên tiến nhất của thị trường. Đồng thời, thúc đẩy nhận thức về bảo hộ quyền SHTT phù hợp với thực tiễn.

TS. Nguyễn Quân - Chủ tịch Hội Tự động hóa, nguyên Bộ trưởng Bộ KH&CN cho rằng, các doanh nghiệp hầu hết đều quan tâm và dành kinh phí cho KH&CN. Trong bối cảnh hiện nay, rất cần hình thành hệ sinh thái đổi mới sáng tạo (ĐMST) của doanh nghiệp với 5 thành phần chính: Nguồn cung công nghệ từ các viện, trường, hợp tác quốc tế; nguồn cầu công nghệ (nhu cầu phát triển của doanh nghiệp và sản phẩm doanh nghiệp); môi trường pháp lý (hệ thống, chính sách của Nhà nước hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST); hệ thống các nhà đầu tư; mối quan hệ của doanh nghiệp với các viện, trường và doanh nghiệp khác.



TS. Nguyễn Quân - Chủ tịch Hội Tự động hóa, nguyên Bộ trưởng Bộ KH&CN phát biểu tại Hội nghị.

Theo TS. Nguyễn Quân, để ứng dụng hiệu quả công nghệ Martech, doanh nghiệp cần chú trọng phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST, từ đó lan tỏa nhu cầu của doanh nghiệp cũng như huy động được chất xám, kêu gọi nguồn đầu tư của xã hội, của các viện nghiên cứu, trường đại học cho hoạt động nghiên cứu phát triển doanh nghiệp.

Dưới góc nhìn thương hiệu, ông Bùi Quý Phong - Phó Chủ tịch Hiệp hội Marketing Việt Nam (CSMO VietNam) cho rằng, ngày nay thương hiệu đã trở thành yếu tố phổ cập và cần thiết, nhất là trong doanh nghiệp. Do vậy, doanh nghiệp cần có cách tiếp cận, tư duy và nhận thức đúng về thương hiệu. Nhờ đó sẽ tạo ra hướng đi riêng mà không cần cạnh tranh về giá - một cuộc chiến khốc liệt trong kinh doanh.



Ông Bùi Quý Phong, Phó Chủ tịch CSMO VietNam báo cáo tham luận tại Hội nghị.

“Tăng trưởng bằng con đường thương hiệu là tối ưu nhất. Thương hiệu có tính đặc trưng sẽ thu hút sự chú ý của người tiêu dùng, khiến khách hàng cân nhắc hoặc nghĩ tới khi có nhu cầu mua hàng. Do đó doanh nghiệp cần chú trọng xây dựng thương hiệu trên thương trường”, ông Phong nói.

Chú trọng các vấn đề liên quan đến SHTT

Chia sẻ về vai trò của SHTT đối với doanh nghiệp, PGS.TS. Trần Quốc Thắng - Chủ tịch danh dự Hội Sáng chế Việt Nam, nguyên Thứ trưởng Thường trực Bộ KH&CN cho rằng, vấn đề SHTT rất quan trọng đối với doanh nghiệp. Doanh nghiệp cần xem xét cách thức tốt nhất để sử dụng hệ thống SHTT nhằm phục vụ lợi ích của mình: phát triển kinh doanh và xây dựng chiến lược cạnh tranh.



PGS.TS. Trần Quốc Thắng - Chủ tịch danh dự Hội Sáng chế Việt Nam, nguyên Thứ trưởng Thường trực Bộ KH&CN nhấn mạnh vai trò của SHTT đối với doanh nghiệp.

Luật sư Vũ Mạnh Hùng - Giám đốc Công ty TNHH Vũ Gia và cộng sự cho biết, SHTT giúp nâng cao sức cạnh tranh, kêu gọi vốn, ngăn chặn hành vi xâm phạm bản quyền sản phẩm, tạo ra thu nhập bằng cách chuyển giao sản phẩm trí tuệ, nâng cao giá trị doanh nghiệp khởi nghiệp, giảm thiểu rủi ro và chi phí khi xây dựng thương hiệu.

Dưới góc nhìn từ trường đại học, ông Phạm Tuấn Hiệp - Giám đốc BK Holdings đã chia sẻ về Martech Việt Nam. Theo ông, cần chú trọng đến các vấn đề như tìm hiểu công nghệ, tái hiện công nghệ, sáng tạo công nghệ và thương mại hóa công nghệ. Trong đó, thương mại hóa công nghệ cần được tập trung phát triển.

Theo các chuyên gia, trong bối cảnh thị trường ngày càng cạnh tranh và thay đổi nhanh chóng, các đơn vị, doanh nghiệp cần nâng cao nhận thức về tài sản trí tuệ. Đồng thời lập chiến lược khai thác tài sản trí tuệ, xác định các tài sản trí tuệ của mình trước khi triển khai kế hoạch kinh doanh; ứng dụng hiệu quả công nghệ Martech để nắm bắt cơ hội phát triển, tăng cường khả năng cạnh tranh, tạo ra những sản phẩm và dịch vụ tiên tiến, thúc đẩy nhận thức về bảo hộ quyền SHTT phù hợp với thực tiễn.

Trong khuôn khổ Hội nghị đã diễn ra Lễ ký kết biên bản ghi nhớ hợp tác giữa Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển truyền thông KH&CN và Hội Sáng chế Việt Nam; ký kết biên bản xác nhận tài trợ giữa Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển truyền thông KH&CN, Làng Công nghệ Giải trí và Truyền thông và Quỹ BK Fund.



Ông Trần Quốc Thắng - Chủ tịch danh dự Hội sáng chế Việt Nam và bà Nguyễn Thị Hải Hằng - Giám đốc Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển truyền thông KH&CN ký kết biên bản ghi nhớ hợp tác.



Ông Lâm Quang Tùng - Trưởng Làng Công nghệ Giải trí và Truyền thông, ông Hoàng An Nghĩa, Giám đốc Phát triển Quỹ BK Fund, bà Nguyễn Thị Hải Hằng - Giám đốc Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển truyền thông KH&CN ký kết biên bản xác nhận tài trợ.

Việc ký kết nhằm tăng cường phối hợp trên cơ sở phát huy chức năng của mỗi bên và huy động các nguồn lực để thực hiện có hiệu quả công tác xây dựng và phát triển mạng lưới truyền thông khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo trong thời gian tới.

Nguồn: Bộ Khoa học và Công nghệ (MOST).