



Media Release

Ngày ra thông tin: 23 tháng 10 năm 2009

ANZ công bố hệ thống nhận diện thương hiệu toàn cầu mới tại Việt Nam

Ngày 23/10/2009 - Hôm nay, ANZ chính thức công bố hệ thống nhận diện thương hiệu toàn cầu mới tại Việt Nam. Sự thay đổi này đánh dấu một bước quan trọng trong chiến lược trở thành ngân hàng hàng đầu tại khu vực tại châu Á Thái Bình Dương và tạo tiền đề vững chắc để phát triển ANZ trở thành một ngân hàng đưa con người làm trọng tâm cùng với việc mang đến những giải pháp tài chính phù hợp.

Phát biểu tại buổi lễ giới thiệu hệ thống nhận diện thương hiệu mới, Giám đốc điều hành khu vực Châu Á Thái Bình Dương, Châu Âu và Châu Mỹ của ANZ, ông Alex Thursby cho biết: “Không chỉ có lịch sử hơn 170 năm trong lĩnh vực ngân hàng, chúng tôi đã phục vụ các khách hàng tại châu Á trong hơn 40. Chúng tôi là một trong số 11 ngân hàng duy nhất trên thế giới được xếp hạng tín dụng AA”.

“Hệ thống nhận diện thương hiệu mới sẽ giúp chúng tôi khẳng định bề dày kinh nghiệm của mình khi phát triển phương thức tiếp cận đồng nhất với khách hàng cho dù họ đang ở đâu và sử dụng ngôn ngữ gì. Sự kiện này diễn ra vào đúng thời điểm quan trọng trong chiến lược phát triển của chúng tôi, cùng với sự phát triển hữu cơ thì chúng tôi đang tiến hành hoàn tất sát nhập hoạt động của Ngân hàng Hoàng Gia Scotland (RBS) tại 6 thị trường châu Á”.

Một số điểm nổi bật trong hoạt động ra mắt hệ thống nhận diện thương hiệu mới tại Việt nam bao gồm:

- Hệ thống biển hiệu ngoài trời và trong chi nhánh mới tại tất cả các điểm giao dịch của ANZ tại Việt nam.
- Các mảng kinh doanh của Ngân hàng Hoàng Gia Scotland (RBS) sẽ áp dụng hệ thống nhận diện thương hiệu toàn cầu mới này kể từ thời điểm hoạt động sát nhập vào ANZ hoàn tất và quá trình thực hiện phụ thuộc vào quy định pháp lý tại nước sở tại. Dự kiến hoạt động sát nhập của RBS vào ANZ tại Việt nam sẽ được hoàn tất vào cuối năm nay.
- Một chiến dịch truyền thông của khu vực và tại từng thị trường nhằm thể hiện nhất quán thông điệp “ANZ thấu hiểu thế giới của bạn” cùng với việc đơn giản hóa các giao dịch ngân hàng.

Giám đốc điều hành ANZ tại Việt Nam, Bà Đàm Bích Thủy phát biểu: “Tại ANZ, chúng tôi quyết tâm thực hiện đơn giản hóa các dịch vụ ngân hàng cho khách hàng đồng thời với việc cung cấp những giải pháp tài chính để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Chúng tôi đã có nhiều nỗ lực để thực hiện lời hứa thương hiệu của mình. Trong 12 tháng qua, ANZ tại khu vực đã có thêm 1.500 nhân viên, trong số đó có nhiều người có bề dày kinh nghiệm tại thị trường châu Á. Tại Việt nam, trong năm 2009 này, chúng tôi đã khai trương một Chi nhánh và 5 Phòng Giao Dịch mới. Vào tháng tới, chúng tôi sẽ tiếp tục khai trương một chi nhánh mới tại Tòa nhà Kumho, Thành phố Hồ Chí Minh”.

Quá trình xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu toàn cầu mới của ANZ lần này là kết quả của quá trình nghiên cứu những ý kiến của khách hàng và nhân viên làm việc cho ANZ tại châu Á.

Hình ảnh logo mới của ANZ bao gồm dòng chữ ANZ được cách điệu và một biểu tượng mới. Hình ảnh biểu tượng hình người đang tay thể hiện hình ảnh khách hàng và nhân viên luôn ở vị trí trung tâm, 3 hình cánh hoa cách điệu thể hiện 3 khu vực địa lý trọng tâm của ANZ- đó là châu Á, New Zealand và châu Á Thái Bình Dương.

Để biết thêm thông tin, vui lòng liên hệ:

Nguyen Thi Thu Huyen (Ms)
Marketing and PR Manager
ANZ Hanoi
Tel: (84 4) 3 938 6901 ext: 2720
Email: thithuhuyen.nguyen@anz.com

Tran Thi Thuy Kieu (Ms)
PR & Communications Manager
ANZ Ho Chi Minh City
Tel: (84 8) 3 829 93198, ext: 1277
Email: thithuykieu.tran@anz.com