

HOẠT ĐỘNG MARKETING DỰA TRÊN GIÁ TRỊ CỦA CÔNG TY AMIGO QUANT EDGE

● PHAN THỊ THU HOÀI

TÓM TẮT:

Công ty Amigo Quant Edge được thành lập vào năm 2008, đã cung cấp nhiều giải pháp phần mềm hỗ trợ giao dịch cho các hệ thống ngân hàng. Hiện tại, Amigo Quant Edge là đối tác cung cấp phần mềm cho một số ngân hàng tại Việt Nam. Công ty là doanh nghiệp đầu tiên và duy nhất tại Việt Nam chuyên phát triển các hệ thống giao dịch thời gian thực (điều khiển và kiểm soát sự tiến triển giao dịch ngay thời điểm diễn ra trong thời gian ngắn, độ chính xác cao) như giao dịch ngoại tệ, vàng, hàng hóa, phái sinh bán lẻ cho thị trường trong nước và quốc tế (Amigo, 2019). Bài viết này sẽ trình bày về hoạt động marketing dựa trên giá trị của Công ty Amigo Quant Edge.

Từ khóa: Marketing dựa trên giá trị, chiến lược marketing, giá trị cung ứng cho khách hàng, Amigo Quant Edge.

1. Cơ sở lý luận

Amigo Quant Edge là công ty sản xuất công nghệ phần mềm, cung cấp giải pháp phần mềm cho hoạt động kinh doanh ở lĩnh vực tài chính - ngân hàng. Một trong các sản phẩm của Công ty là sản phẩm phần mềm hệ thống sàn giao dịch luôn được phát triển, được điều chỉnh và cải tiến liên tục để phù hợp hơn với nhu cầu khách hàng và điều kiện của thị trường.

Hoạt động marketing dựa trên giá trị là các hoạt động tập trung vào thu hút khách hàng và người mua qua các giá trị và đặc điểm đạo đức. Hoạt động marketing dựa trên giá trị tức là doanh nghiệp thực hiện các hoạt động marketing phải theo cách tập trung vào cung ứng các lợi ích dựa trên giá trị của sản phẩm và giá trị công ty phải theo các giá trị lý tưởng của các khách hàng

hiện tại và tiềm năng của công ty mong muốn nhận được.

Giá trị cung ứng cho khách hàng = Tổng lợi ích công ty cung ứng cho khách hàng - Tổng chi phí của khách hàng (Kotler và Keller, 2013).

Như vậy, hoạt động marketing của doanh nghiệp tập trung vào tạo ra và cung ứng giá trị cho khách hàng. Việc lựa chọn và sáng tạo giá trị thể hiện ở việc lựa chọn phần doanh thu trường mục tiêu, định vị trên thị trường. Việc cung ứng giá trị là sử dụng các công cụ của marketing hỗn hợp nhằm cung ứng giá trị cho khách hàng. Trong quá trình kinh doanh, doanh nghiệp đã nỗ lực gia tăng giá trị thông qua gia tăng lợi ích cho khách hàng hoặc/và giảm chi phí khách hàng phải bỏ ra trong quá trình mua, sử dụng và thải loại sản phẩm của doanh nghiệp. (Kotler và Keller, 2016).

2. Thực trạng chiến lược marketing và giá trị cung ứng của Công ty Amigo Quant Edge với phần mềm hệ thống sàn giao dịch

2.1. Đánh giá tiềm năng thị trường và nhu cầu của khách hàng

Hiện nay và trong thời gian tới thị trường chứng khoán phái sinh ở Việt Nam ngày càng phát triển. Với sự phát triển này các nhà đầu tư cá nhân và nhà đầu tư tổ chức ngày càng gia tăng, họ sẽ có nhu cầu cập nhật thông tin liên tục và nhanh chóng. Họ tham gia sàn giao dịch sẽ có nhu cầu thường xuyên cập nhật giá ngoại tệ, giá hàng hóa của hội sở và nhiều chi nhánh để đưa ra quyết định mua bán.

- Khách hàng mục tiêu có nhu cầu là các phần mềm có chất lượng, công nghệ hiện đại, giải pháp phần mềm phải là chìa khóa trao tay. Giao dịch phải có thể thực hiện trong thời gian thực, nghĩa là người sử dụng có thể điều khiển và kiểm soát ngay thời điểm diễn ra giao dịch trong thời gian ngắn với độ chính xác cao. Phần mềm hệ thống đạt tiêu chuẩn về chất lượng, điều chỉnh theo nhu cầu và đặc điểm của khách hàng, ít phát sinh lỗi trong quá trình sử dụng, nó phải cho phép người sử dụng truy cập thông tin nhanh, giao dịch đơn giản. Tuy nhiên, phần mềm cũng phải có khả năng tích hợp với hệ thống giao dịch có sẵn của đơn vị khách hàng. Quan trọng nữa là nó phải có tính bảo mật cao liên quan đến thông tin cá nhân và thông tin về giao dịch.

2.2. Chiến lược marketing dựa trên giá trị của Công ty Amigo Quant Edge

Với phần mềm hệ thống sàn giao dịch, Công ty đang tập trung vào phân đoạn khách hàng mục tiêu là các công ty tài chính chứng khoán và hệ thống các ngân hàng ở Việt Nam có phát triển sàn giao dịch tiền tệ. Phần mềm Night Vision Trading của Công ty là sản phẩm chào bán tới các ngân hàng có sàn giao dịch hệ thống phái sinh đặc biệt là giao dịch hợp đồng tương lai.

Về định vị, sản phẩm phần mềm hệ thống của Công ty sử dụng các giao thức tiêu chuẩn công nghiệp, nhanh chóng và đơn giản trong triển khai và kết nối với các hệ thống hiện có của khách hàng. Định vị của Công ty là sản phẩm được thiết kế riêng theo khách hàng và các sản phẩm cung như các dịch vụ được tập trung vào khách hàng nhằm tối đa hóa giá trị cung ứng cho khách hàng mang lại những lợi ích tối ưu cho hệ thống kinh doanh của khách hàng. Cung cấp cho khách hàng

trải nghiệm giao dịch thời gian thực. Các giải pháp của Công ty ưu việt hơn các giải pháp khác hiện có, tối thiểu 99,99% thời gian hoạt động.

3.3. Thực trạng mục tiêu marketing của Công ty Amigo Quant Edge

Công ty Amigo Quant Edge nỗ lực phấn đấu để trở thành Công ty hàng đầu chuyên về phát triển các giải pháp phần mềm cho lĩnh vực tài chính - ngân hàng ở Việt Nam. Công ty xác định mục tiêu là hoạt động của Công ty phải mang lại lợi ích cho khách hàng và nhằm xây dựng và phát triển quan hệ lâu dài và bền vững với khách hàng trên cơ sở thỏa mãn các nhu cầu của khách hàng và điều chỉnh theo yêu cầu của khách hàng. Công ty xác định mục tiêu phát triển các khách hàng hiện có song song với phát triển khách hàng mới.

3.4. Xác định giá trị Công ty cung ứng cho khách hàng qua marketing mix

Để triển khai định vị trên thị trường và cung ứng giá trị tới khách hàng. Công ty sử dụng marketing mix để cung ứng tới khách hàng. Các giá trị cung ứng Công ty cung ứng thể hiện ở các giá trị marketing mix được xây dựng và cung ứng cho phân đoạn thị trường mục tiêu.

3.4.1. Giá trị biến số sản phẩm cung ứng cho khách hàng

Công ty Quant Edge khi thiết kế phần mềm Night Vision Trading không chỉ phụ thuộc vào những yêu cầu của những ngân hàng đặt hàng mà còn phụ thuộc vào trải nghiệm của người dùng là khách hàng của khách hàng của Công ty. Công ty phải quan tâm tới nhóm này, do đây là nhóm người sử dụng chủ đạo các tính năng và phần mềm, họ là những nhà đầu tư tham gia sàn giao dịch. Vì vậy, phần mềm phải tiện dụng cho khách hàng.

Xây dựng về giao diện cung cấp thông tin của phần mềm của Công ty có sự cơ cấu và phân bố thông tin được người sử dụng đánh giá tốt. Cấu trúc thông tin trên giao diện là thích hợp, dễ tìm kiếm. Sắp xếp thông tin của phần mềm hợp lý: các thông tin quan trọng được xếp ở ngoài, bố cục hợp lý và gọn, giao diện dễ hiểu, do đó người sử dụng dễ dàng tìm hiểu thông tin và thuận tiện giao dịch, thứ tự tương tác được sắp xếp phù hợp.

Về dịch vụ hỗ trợ. Công ty đã cung ứng dịch vụ hoàn chỉnh đáp ứng nhu cầu khách hàng. gồm cài đặt và vận hành hệ thống phần mềm, huấn luyện đội ngũ của khách hàng sử dụng, cung cấp dịch vụ tư vấn và dịch vụ hỗ trợ qua đường dây nóng cho những người sử dụng phần mềm. Tiếp

nhận thông tin khiếu nại của người sử dụng và thực hiện sửa chữa sự cố nếu phát sinh lỗi. Dịch vụ đi kèm phần mềm bao gồm: cài đặt, đào tạo người sử dụng, hỗ trợ dịch vụ giao dịch, vận hành kỹ thuật hệ thống phần mềm (bao gồm giám sát hệ thống, vận hành hệ thống, hỗ trợ vận hành nghiệp vụ, cung cấp dịch vụ khách hàng), giải quyết sự cố và khôi phục hệ thống. Công ty thực hiện cung cấp dịch vụ và bảo hành liên tục trong thời gian sử dụng của khách hàng.

3.4.2. Chi phí mua và vận hành sản phẩm và dịch vụ

Phần mềm hệ thống sản giao dịch có mức giá được chào khoảng trên 100.000 đô la Mỹ, tùy theo yêu cầu và các điều khoản mua bán. Mức giá này cho gói sản phẩm dịch vụ gồm: mua phần mềm hệ thống, cài đặt phần mềm và vận hành hệ thống; chuyển giao và huấn luyện, đào tạo sử dụng; phí sử dụng và vận hành; quyền sử dụng phần mềm, và các dịch vụ hỗ trợ sử dụng, giám sát, bảo hành hệ thống phần mềm và bản quyền người sử dụng giá trị hợp đồng trong thời gian sử dụng 1 năm. Về phí vận hành những năm tiếp theo, Công ty có những ưu đãi cho khách hàng mua lặp lại, hoặc những khách hàng mở rộng gói phần mềm thêm các tính năng mới hoặc các yêu cầu mới sẽ có được thỏa thuận ưu đãi tùy theo mức độ mua lặp lại và mở rộng gói sản phẩm dịch vụ phần mềm, cũng như mức độ thân thiết của các khách hàng.

Về giá và phí dịch vụ của Công ty được khách hàng đánh giá là mức giá và phí dịch vụ hợp lý, trong tương quan với đối thủ là thấp hơn các đối thủ và phí dịch vụ hỗ trợ không cao. Công ty có sự linh hoạt trong điều chỉnh giá cả từng thời kỳ và theo từng quan hệ với khách hàng rất hợp lý, và mức độ quan trọng của khách hàng đối với hoạt động kinh doanh của Công ty.

3.4.3. Giá trị biến số phân phối cung ứng cho khách hàng

Do sản phẩm của Công ty là phần mềm hệ thống và phải được điều chỉnh theo nhu cầu của khách hàng và phải được tích hợp với hệ thống phần mềm đang được sử dụng của khách hàng nên kênh phân phối cung ứng sản phẩm và dịch vụ là kênh trực tiếp từ Công ty tới khách hàng. Kênh phân phối cài đặt sản phẩm dịch vụ, đào tạo người sử dụng, vận hành kỹ thuật hệ thống phần mềm, giải quyết sự cố và khôi phục hệ thống phải trực tiếp thông qua nhân viên của Công ty. Hỗ trợ kỹ thuật, tiếp nhận các lời khiếu nại phần này qua

điện thoại, email, tin nhắn với những hướng dẫn và sự cố có thể khắc phục từ xa.

Về khu vực địa lý bao phủ có thể đáp ứng nhu cầu của khách hàng trên lãnh thổ nước ta, ở các hội sở và chi nhánh của khách hàng.

Phần mềm hệ thống của Amigo Quant Edge là phức tạp và để sử dụng được nó không hề dễ dàng. Do sự phức tạp trong quá trình vận hành và sử dụng cũng như bản quyền sử dụng với phần mềm nên Công ty phải tổ chức một đội vận hành và đào tạo, giám sát, hỗ trợ nghiệp vụ cho người sử dụng của khách hàng. Về thời gian cung ứng dịch vụ hỗ trợ với hệ thống phần mềm, nhất là trong quá trình vận hành kỹ thuật phần mềm là 24/7, vận hành và liên tục trong thời gian khách hàng sử dụng. Giám sát hệ thống 24/24, bao gồm cả ngày nghỉ lễ nếu thị trường mở cửa từ 4h sáng ngày thứ 2 đến 8h sáng ngày thứ 7. Hỗ trợ vận hành cho khách hàng trước giờ mở cửa hàng ngày, kiểm tra và đảm bảo hệ thống đủ thông tin để thực hiện nghiệp vụ cuối ngày, hỗ trợ kỹ thuật cho khách hàng qua số điện thoại nóng. Bảo hành liên tục cho đến khi khách hàng ngưng sử dụng, đảm bảo thời gian khắc phục là nhanh nhất. Đội kỹ thuật phải thực hiện hỗ trợ kỹ thuật theo đúng yêu cầu của 2 bên đã ký trong hợp đồng. Thông thường, đội kỹ thuật có những giai đoạn phải liên tục trực nhiều ngày ở hội sở của ngân hàng để theo sát hệ thống, để đề phòng lỗi. Trong những tình huống hệ thống gặp sự cố chưa tìm được nguyên nhân thì đội kỹ thuật phải làm việc liên tục không kể đêm và ngày cuối tuần để khắc phục và chuẩn bị hệ thống có thể hoạt động bình thường nhanh nhất có thể hoặc khi vào giờ làm việc.

Công ty ----> Lực lượng bán/ Đội cung cấp dịch vụ ----> Khách hàng

Phương tiện kết nối: điện thoại, email, tin nhắn, gặp trực tiếp

Quy trình cài đặt và cấu hình phần mềm trên điện thoại cho khách hàng của khách hàng được cung ứng qua mạng internet. Đa số việc cung ứng này được đánh giá cao, hơn 3/4 người sử dụng đánh giá cho rằng quy trình cài đặt rất dễ dàng và thuận tiện. Tuy nhiên vẫn còn có một vài vấn đề như phần mềm nặng nên khi cài thường bị lỗi hay không phù hợp với nhiều loại điện thoại,...

3.4.4. Giá trị biến số truyền thông marketing cung ứng cho khách hàng

Truyền thông marketing cung ứng giá trị cho

khách hàng thông qua cung cấp cho khách hàng các thông tin và các hỗ trợ cần thiết từ lực lượng bán, đội ngũ kỹ thuật và đội ngũ thực hiện các dịch vụ hỗ trợ. Mục tiêu của truyền thông marketing là nhằm hỗ trợ Công ty đạt được mục tiêu marketing là thu hút được các khách hàng và phát triển các khách hàng của Công ty trao đổi thông tin và phát triển mối quan hệ tương tác và gắn bó giữa Công ty với các khách hàng. Hoạt động cung ứng giá trị qua truyền thông marketing của phần mềm hệ thống của Công ty chủ đạo được thực hiện bằng công cụ bán hàng cá nhân và marketing trực tiếp, các công cụ còn lại như quảng cáo, xúc tiến bán và quan hệ công chúng ít được sử dụng hơn và có đóng góp ít hơn.

Bán hàng cá nhân là công cụ được sử dụng để tiếp cận, giới thiệu, đàm phán và thuyết phục khách hàng chọn dùng phần mềm hệ thống của Công ty Quant Edge. Đồng thời lực lượng bán, đội vận hành và hỗ trợ kỹ thuật phải nắm bắt nhu cầu và đặc điểm của khách hàng để thực hiện điều chỉnh sản phẩm, cung ứng dịch vụ vận hành hệ thống và các dịch vụ hỗ trợ. Để cung ứng được các giá trị này đội ngũ kỹ thuật và hỗ trợ của Công ty phải làm việc trực tiếp và 24/7 với khách hàng và khách hàng của khách hàng sử dụng tiện ích của hệ thống. Hoạt động marketing trực tiếp đã được sử dụng để cung ứng giá trị qua hỗ trợ đặc lực cho bán hàng cá nhân của Công ty đối với sản phẩm phần mềm hệ thống. Marketing trực tiếp nhằm hỗ trợ cho các hoạt động của bán hàng cá nhân trên các hoạt động trao đổi thông tin, hỗ trợ kỹ thuật, tiếp nhận và giải quyết các vấn đề trong quá trình sử dụng và giữ mối liên lạc, tương tác trao đổi thông tin giữa đội ngũ bán hàng và kỹ thuật của Công ty với khách hàng qua email, trang web hoặc qua điện thoại hỗ trợ. Các hoạt động quảng cáo góp phần cung ứng giá trị trong cung cấp thông tin khái quát về sản phẩm, logo, tầm nhìn sứ mệnh kinh doanh, về công ty cho khách hàng, các khách hàng hiện tại của công ty và các đối tượng quan tâm. Quảng cáo được thực hiện chủ yếu qua trang web www.quant-edge.com của Công ty.

4. Đánh giá chung

Các giá trị mà Công ty cung ứng đã đạt được phần nào xứng đáng với tiềm năng mà khách hàng đem lại và các giá trị được điều chỉnh phù hợp với nhu cầu khách hàng. Đội ngũ làm việc với khách hàng được đánh giá chuyên nghiệp, thân thiện, nhiệt tình và chuyên môn cao, quy trình làm việc

có khoa học và đạt hiệu quả cao trong công việc, được sự đánh giá rất cao của khách hàng. Tuy nhiên, phần mềm Vision Trading vẫn xuất hiện nhiều lỗi, phần mềm vẫn bị chậm khi cập nhật thông tin, lỗi đăng nhập hay mất giá ngoại hối trên trang chủ vẫn xảy ra ở mức độ khá thường xuyên.

5. Các đề xuất hoàn thiện marketing dựa trên giá trị của Amigo Quant Edge với sản phẩm phần mềm hệ thống

5.1. Đề xuất về mục tiêu và chiến lược marketing

Mục tiêu marketing là thu hút và phát triển khách hàng triển vọng trở thành khách hàng của Công ty và các khách hàng hiện hữu trở thành khách hàng mua lặp lại và khách hàng trung thành, nhờ đó gia tăng doanh số và lợi nhuận của Công ty một cách ổn định. Để làm được điều này phải đạt được mục tiêu cung ứng giá trị để duy trì và nâng cao sự thỏa mãn của khách hàng và cung ứng giá trị phù hợp, duy nhất với từng đối tượng khách hàng. Xây dựng mối quan hệ bền vững với khách hàng, phát triển họ trở thành khách hàng trung thành và đối tác của Công ty, nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của các công ty, lẫn khách hàng. Công ty tập trung xây dựng chương trình marketing phù hợp cho khách hàng tiềm năng với phần mềm phát huy hết mọi công năng để mang lại giá trị cao, dịch vụ sau bán hỗ trợ nhanh chóng và kịp thời, đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp.

Về khách hàng mục tiêu vẫn là các ngân hàng và công ty chứng khoán có nhu cầu về phần mềm hệ thống sàn giao dịch và vận hành phần mềm hệ thống này. Nhu cầu của các khách hàng của Công ty là có được một sàn giao dịch có chất lượng vận hành và đáp ứng các nhu cầu tác nghiệp giao dịch của khách hàng của Công ty và khách hàng của khách hàng.

Công ty luôn đề cao vai trò của các nhân viên tiếp xúc trực tiếp là các đội ngũ hỗ trợ kỹ thuật và vận hành, hoàn thiện chất lượng dịch vụ sau bán và chăm sóc khách hàng. Hoàn thiện quy trình thu thập thông tin, công nghệ xử lý thông tin để xác định được nhu cầu và đặc điểm của khách hàng và đáp ứng nhu cầu của họ tốt nhất.

5.2. Nâng cao giá trị được cung ứng qua các thành tố của marketing hỗn hợp của Công ty Amigo Quant Edge

5.2.1. Nâng cao giá trị cung ứng từ thành tố sản phẩm

Công ty nâng cao giá trị ở đặc điểm và tính tiện ích của phần mềm hệ thống. Trong thời gian tới

gia tăng giá trị cung ứng cho khách hàng tập trung vào nghiên cứu và thực hiện cải tiến công dụng, tính năng và tiện ích để phù hợp hơn với nhu cầu và đặc điểm của từng khách hàng. Đối với khách hàng mua lặp lại và trung thành trung thành, giá trị cho khách hàng được nâng cao theo hướng nâng cấp phần mềm trên cơ sở giải quyết các vấn đề nảy sinh trong quá trình vận hành và sử dụng, và các ý kiến góp ý của những người sử dụng phần mềm thu thập được trong quá trình sử dụng.

5.2.2. *Nâng cao giá trị từ thành tố giá sẵn phẩm*

Giá trị cung ứng cho khách hàng qua thành tố giá trong thời gian tới tập trung ở khía cạnh giảm bớt chi phí cho khách hàng trong tương quan với lợi ích nhận được. Giá của gói phần mềm và dịch vụ vận hành và các dịch vụ hỗ trợ khác được định giá theo nhu cầu và yêu cầu tùy chỉnh của khách hàng, và theo qui mô sử dụng và mức trung thành và gắn bó với Công ty. Định giá phải được Công ty thực hiện linh động, thu hút và đảm bảo thẳng thắn với các khách hàng mới và tối thiểu hóa chi phí trên giá trị khách hàng cung ứng và giá trị khách hàng nhận được.

5.2.3. *Nâng cao giá trị cung ứng từ thành tố phân phối*

Công ty cần nâng mức đảm bảo cung ứng dịch vụ hệ thống càng sớm càng tối khi phát hiện sự cố, giảm tối thiểu các lỗi như hệ thống mất hiển thị giá, khóa ngay bằng tay bị lỗi, hệ thống lỗi trên dữ liệu máy chủ, thực hiện đúng cam kết khác phục lỗi tối đa 70 phút từ khi tiếp nhận yêu cầu. Các sự cố từ phía khách hàng cam kết duy trì 2% khiếu nại đối với các lỗi nhỏ như hỗ trợ cài đặt và cấu hình để chạy được phần mềm, không kết nối được máy chủ, cập thông tin và xác nhận giao dịch bị lỗi và thời gian hỗ trợ sau khi để nghị tối đa 30 phút.

5.2.4. *Hoàn thiện giá trị cung ứng từ thành tố xúc tiến thương mại*

Trong thời gian tới các giá trị từ các thành tố khác của xúc tiến thương mại có thể tiếp tục duy trì, tuy nhiên hoạt động bán hàng cá nhân không những duy trì mà còn phải nâng cao giá trị cung ứng cho khách hàng và tạo ra các giá trị duy nhất cho từng khách hàng. Đội ngũ nhân viên kinh doanh cần thực hiện chăm sóc khách hàng đều đặn và thường xuyên, cập nhật các thông tin về phần hồi, nhu cầu và các đặc điểm sử dụng của khách hàng.

Đội ngũ kỹ thuật thực hiện đúng theo những điều khoản đã cam kết trong hợp đồng và có thái độ phục vụ tận tâm và chuyên nghiệp. Đội ngũ này tập trung gia tăng giá trị qua hỗ trợ tối đa với các lỗi phát sinh từ hệ thống gây trở ngại cho khách hàng, đồng thời phải luôn đảm bảo an toàn bảo mật cho người dùng của hệ thống.

6. **Kết luận**

Công ty Amigo Quant Edge đã dựa trên tiềm năng của thị trường và năng lực của Công ty để lựa chọn giá trị cung ứng và lựa chọn tập khách hàng mục tiêu thích hợp. Công ty có sự tập trung thu hút khách hàng qua các đặc điểm giá trị mà khách hàng mong muốn. Họ đã dựa trên các nhu cầu, mong đợi và giá trị lý tưởng của khách hàng để sử dụng các công cụ marketing hỗn hợp cung ứng các lợi ích tương ứng cho khách hàng mục tiêu. Công ty đã không ngừng sáng tạo và cải tiến các dịch vụ và công nghệ nhằm đáp ứng yêu cầu của khách hàng và thị trường, mang lại những lợi ích tối ưu cho hệ thống kinh doanh, tạo giá trị gia tăng khác biệt và duy nhất cho khách hàng. Đây cũng là một tình huống để cho các công ty kinh doanh phần mềm nói riêng và các công ty kinh doanh nghiên cứu và học tập trong cung ứng giá trị cho khách hàng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Amigo Quant Edge, 2019, Giới thiệu, <http://amigo.vn/gioi-thieu/>
2. Kotler và Keller, 2013, *Quản trị Marketing*, Nhà xuất bản Lao động - Xã hội.
3. Peter Doyle, 2012, *Value-Based Marketing: Marketing Strategies for Corporate Growth and Shareholder Value*, John Wiley & Sons, Ltd
4. Santiago Lopez, 2014, *Value-based Marketing Strategy Pricing and Costs for Relationship Marketing*, Copyright © 2014 Vernon Press.

5. Tim Ambler, 2001, *Value-based marketing: Marketing strategies for corporate growth and shareholder value*, *Journal of Brand Management* 8(6):463-466 July 2001.

Ngày nhận bài: 25/4/2019

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 5/4/2019

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2019

Thông tin tác giả:

PGS.TS. PHAN THỊ THU HOÀI

Trường Đại học Thương mại

THE VALUE-BASED MARKETING ACTIVITIES OF AMIGO QUANT EDGE

● Assoc.Prof.Ph.D PHAN THỊ THU HOÀI
Thuongmai University

ABSTRACT:

Amigo Quant Edge was established in 2008 and the company provides a variety of trading support software solutions for banking systems. At present, Amigo Quant Edge is providing software for some banks in Vietnam. The company is the first and only company in Vietnam specializing in developing real-time trading systems (managing and controlling the transaction process in a short time with high accuracy) for foreign currency, gold, commodities and derivative products for domestic and international markets (Amigo, 2019). This article presents the value-based marketing activities of Amigo Quant Edge.

Keywords: Value-based marketing, marketing strategy, value for customers, Amigo Quant Edge.