

CÔNG TY TNHH AEON VIỆT NAM

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày ... tháng ... năm ...

## AEON VIỆT NAM ĐỔI MỚI KHÔNG GIAN MUA SẮM, NÂNG CAO TRẢI NGHIỆM MUA SẮM CHO KHÁCH HÀNG

Nhằm mang đến những trải nghiệm mua sắm mới mẻ và thuận tiện cho khách hàng, AEON Việt Nam liên tục nâng cấp và làm mới không gian, cách bày trí, đẩy mạnh **chiến lược chuyên biệt hoá khu vực bán hàng**. Triển khai tại AEON Bình Tân & AEON Tân Phú, hoạt động này đã nhanh chóng tạo nên những không gian thú vị cho nhiều khách hàng đến mua sắm.

### Không ngừng cải tiến, nâng cao trải nghiệm mua sắm cho khách hàng

10 năm đồng hành cùng người tiêu dùng Việt với theo đuổi sứ mệnh “nâng tầm phong cách sống cho khách hàng”, AEON Việt Nam luôn chú trọng cải tiến sản phẩm, dịch vụ và không gian mua sắm nhằm đáp ứng linh hoạt sự thay đổi của thị trường, giúp khách hàng mua sắm tiện lợi hơn mỗi ngày, đồng thời mang đến những sản phẩm, dịch vụ và trải nghiệm “chỉ có tại AEON”. Trong đó, chuyên biệt hóa khu vực bán hàng được xem là 1 trong 5 trọng tâm của chiến lược kinh doanh của AEON Việt Nam trong thời gian tới.

Theo đó, không gian mua sắm tại các trung tâm bách hóa tổng hợp và siêu thị (TT BHTH&ST) AEON đã và sẽ được tái cấu trúc theo hướng chuyên biệt hóa các khu vực bán hàng. Các sản phẩm cùng nhóm hàng sẽ được sắp xếp theo mô hình tương tự như “1 cửa hàng chuyên biệt”. Đến mua sắm tại AEON, khách hàng sẽ bắt gặp các “cửa hàng” mới như My Closet – khu vực các sản phẩm thời trang cho giới trẻ, Sport & Activities – bày bán các sản phẩm phục vụ nhu cầu về thể thao, hoạt động trong nhà & ngoài trời, ...



Khu vực mới: Sports & Activities được thiết kế dành riêng cho khách hàng yêu thích thể thao

# AEON THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Ở mỗi “cửa hàng”, khách hàng đều có thể thấy sản phẩm được trưng bày bắt mắt theo nhu cầu sử dụng (vận động, du lịch, làm đẹp, trang trí nhà cửa, v.v) để người tiêu dùng dễ dàng hình dung công năng của từng sản phẩm hoặc cách kết hợp các sản phẩm.

Giờ đây, khách hàng có thể tìm kiếm, lựa chọn mua sắm và trải nghiệm đúng những sản phẩm theo từng nhu cầu riêng khi đến với các “cửa hàng” trong TT BHTH & ST AEON. Thêm vào đó, các dịch vụ đi kèm cũng được chuyên biệt hóa để phù hợp với đặc trưng của từng nhóm sản phẩm; đội ngũ nhân sự cũng được đào tạo để có kiến thức đầy đủ, am hiểu về nhóm sản phẩm mình phụ trách và kịp thời hỗ trợ khách hàng lựa chọn sản phẩm phù hợp với nhu cầu.

## **Nâng cấp không gian mua sắm tại AEON Tân Phú Celadon & AEON Bình Tân**

Để thực hiện chiến lược chuyên biệt hóa khu vực bán hàng, bắt đầu từ sau dịch, AEON Việt Nam đã dần cải tiến, nâng cấp và đổi mới các khu vực bán hàng tại các địa điểm kinh doanh. Trong năm 2022, nhà bán lẻ hàng đầu đã triển khai tại TP. HCM với AEON Tân Phú & AEON Bình Tân, mang lại một diện mạo mới ấn tượng cho 2 TT BHTH & ST lớn này.



*Khu vực My Closet được các nhà bán lẻ chú trọng trong cách bày trí và là một nhóm hàng mũi nhọn của AEON*

Tại tầng 1, khu vực My Closet – mô hình “cửa hàng” các sản phẩm thời trang thuộc nhãn hàng riêng của AEON - hướng tới đối tượng khách hàng nữ trong độ tuổi từ 16 -24 tuổi, với khoảng 400 dòng sản phẩm khác nhau, chủ yếu là các sản phẩm thời trang hàng ngày như áo phông, quần short với đa dạng mẫu mã, sắc màu trẻ trung, tươi sáng. Sở hữu tiêu chuẩn, chất lượng Nhật Bản, song nhiều sản phẩm của My Closet được sản xuất trong nước, nên có mức giá chỉ bằng 50-75% so với các thương hiệu thời trang khác có chất lượng tương đương. Đây được xem là một trong những nhóm hàng “mũi nhọn” được AEON Việt Nam tập trung phát triển trong thời gian tới.



# AEON THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Bên cạnh đó, HÓME CÓORDY – Nhãn hàng riêng của AEON – cũng là một trong những điểm nhấn mới tại AEON Tân Phú & AEON Bình Tân. Cung cấp hơn 1.500 sản phẩm bao gồm đồ gia dụng, đồ trang trí nội thất,... cho phòng ngủ, phòng tắm, phòng bếp, ... HÓME CÓORDY ngày càng được khách hàng Việt quen thuộc và ưa chuộng bởi sản phẩm đa dạng, thiết kế tối giản theo phong cách và tiêu chuẩn chất lượng Nhật.



*Khu vực Hóme Coordy được bày trí tối giản theo phong cách Nhật Bản*

Tương tự, khu vực Kitchen World mang đến một thế giới của các dụng cụ nhà bếp đến từ nhiều thương hiệu nổi tiếng, hứa hẹn sẽ mang đến cho các chị em nội trợ nhiều sản phẩm hữu ích. Trong khi đó, Kids Republic với đa dạng sản phẩm dành cho mẹ & bé như thời trang, đồ chơi trẻ em,... là sự lựa chọn hàng đầu của các gia đình và mẹ bỉm sữa.



*Khu vực Kitchen World cung cấp đa dạng dụng cụ nhà bếp đến từ nhiều thương hiệu trên thế giới*

# AEON THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Song song đó, nhiều khu vực khác cũng được AEON Việt Nam đổi mới như khu vực dành cho các sản phẩm bền vững, thân thiện với môi trường, khu văn phòng phẩm và đồ chơi, khu ẩm thực,... Riêng tại AEON Bình Tân, khu ẩm thực Delica còn được nâng cấp, bố trí thêm nhiều chỗ ngồi phục vụ khách hàng. Khu siêu thị cũng được bổ sung thêm các quầy thu ngân thanh toán không tiền mặt, phù hợp với xu hướng tiêu dùng mới.



*Các quầy thu ngân thanh toán không tiền mặt cũng được bổ sung phục vụ nhu cầu thanh toán điện tử*

Chia sẻ về chiến lược chuyên biệt hóa khu vực bán hàng cũng như việc liên tục đổi mới không gian mua sắm, ông Furusawa Yasuyuki, đại diện AEON Việt Nam cho biết: “Mục tiêu của chúng tôi là trở thành một công ty nội địa, phục vụ người tiêu dùng Việt Nam. Và để hiện thực hoá mục tiêu đó, AEON Việt Nam sẽ tiếp tục cải tiến, điều chỉnh kịp thời để đáp ứng những thay đổi trong nhu cầu của khách hàng nhằm nâng cao trải nghiệm mua sắm và góp phần nâng tầm phong cách sống của khách hàng”.



# THÔNG CÁO BÁO CHÍ

---

## Về AEON Việt Nam

Trực thuộc Tập đoàn AEON – Nhà bán lẻ hàng đầu Nhật Bản, Công ty TNHH AEON Việt Nam chính thức thành lập vào ngày 07/10/2011, đầu tư vào nhiều lĩnh vực kinh doanh bán lẻ đa dạng như:

1. Trung tâm Mua sắm
2. Trung tâm Bách hóa tổng hợp và Siêu thị
3. Cửa hàng Chuyên doanh
4. Trang Thương mại điện tử AEON Eshop
5. Siêu thị vừa và nhỏ

Với tầm nhìn trở thành “Công ty bán lẻ trụ cột không thể thiếu tại thị trường Việt Nam” thông qua việc cùng kiến tạo các giá trị chung, chúng tôi nỗ lực không ngừng theo đuổi Sứ mệnh “nâng tầm phong cách mới trong cuộc sống hàng ngày của Khách hàng”; “đóng góp vào sự tăng trưởng kinh tế xã hội Việt Nam” và “hỗ trợ sự phát triển của cộng đồng địa phương”.

Giữ vững Triết lý AEON “Theo đuổi Hòa bình, tôn trọng Con người, đóng góp cho Cộng đồng với việc lấy Khách hàng làm giá trị cốt lõi”, niềm tin và nguyện vọng của Khách hàng là ưu tiên hàng đầu trong các hoạt động kinh doanh của AEON Việt Nam. Chúng tôi luôn nỗ lực cải tiến để tạo thêm những giá trị mới cho Khách hàng và Cộng đồng và cung cấp sản phẩm chất lượng với giá cả hợp lý, nâng cao trải nghiệm mua sắm và phong cách sống hàng ngày của Khách hàng.

AEON Việt Nam đặt kế hoạch sẽ phát triển thêm nhiều Trung tâm Mua sắm cũng như đẩy mạnh các lĩnh vực và mô hình kinh doanh đa dạng để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng tại Việt Nam.

-----

Để biết thêm thông tin chi tiết, xin vui lòng liên hệ:

Công ty TNHH AEON Việt Nam

Phòng Truyền thông Doanh nghiệp

Điện thoại: 033 217 9797

Email: [phongtruyenthong@aeon.com.vn](mailto:phongtruyenthong@aeon.com.vn)

Website: <https://aeon.vn/>