

TOYOTA VIỆT NAM CÔNG BỐ DỰ ÁN “NO QUALITY. NO LIFE.” & GIỚI THIỆU ĐẠI SỨ THƯƠNG HIỆU CỦA DỰ ÁN

Hôm nay, ngày 11/09/2017, Công ty Ô tô Toyota Việt Nam (TMV) chính thức công bố dự án mang tên "NO QUALITY. NO LIFE.", và giới thiệu đại sứ thương hiệu của Dự án, nữ hoàng nhạc rap Suboi.

Với định hướng "Chuyển động tiên phong" và mục tiêu "Trở thành thương hiệu được yêu mến nhất tại cộng đồng", ngay từ những ngày đầu thành lập, Toyota Việt Nam đã và đang nỗ lực để dành được sự tin yêu của khách hàng và xã hội nhờ những sản phẩm và dịch vụ tốt nhất. Chất lượng luôn là yếu tố tiên quyết trong cam kết của TMV trong suốt nhiều năm qua.



Những năm gần đây, Việt Nam đang thực sự từng bước tiến vào quá trình toàn cầu hóa. Chúng ta có thể nhận thấy những thay đổi này không chỉ tại các thành phố nói riêng, đất nước Việt Nam nói chung mà còn trong phong cách sống của người dân Việt Nam. Không chỉ mong muốn sở hữu những sản phẩm thời thượng, những thương hiệu quốc tế hay những trải nghiệm du lịch nước ngoài, người dân Việt Nam còn đòi hỏi chất lượng trong tất cả các lĩnh vực của đời sống, từ thực phẩm, nhà cửa đến dịch vụ y tế,Đó là lý do để TMV bắt đầu dự án mới "NO QUALITY. NO LIFE. ". Thông qua Dự án này, TMV đặt mục tiêu chất lượng ở tầm cao mới, Chất lượng của sản phẩm, Chất lượng trong hoạt động bán hàng, dịch vụ, và Chất lượng trong công việc trở thành nền tảng cho chất lượng sản phẩm, hoạt động bán hàng và dịch vụ của Toyota. Mục tiêu của TMV là được thấy "Nụ cười khách hàng", bằng việc đáp ứng vượt trên sự mong đợi của khách hàng.



Đại sứ thương hiệu của dự án này là Suboi - một Rapper nổi tiếng, người đã có vị trí của riêng mình nhờ tài năng và sự nỗ lực không mệt mỏi. Với tình yêu và sự cống hiến trong âm nhạc, Suboi đã đạt được những thành tựu xuất sắc ở thị trường quốc tế, được mời tham dự nhiều sự kiện âm nhạc ở nước ngoài. Cô đã luôn luôn phấn đấu để cải thiện bản thân và thách thức bản thân ở nhiều mức độ để đạt được nhiều hơn nữa những thành tựu trong sự nghiệp của mình. Với triết lý "Ngày mai phải tốt hơn ngày hôm nay", chất lượng trong âm nhạc là chìa khóa để mang toàn bộ trải nghiệm tốt nhất cho khán giả. Đây là điều tuyệt vời mà Toyota và Suboi có chung quan điểm. Trong dự án này, Toyota hy vọng sẽ mang sự "Chuyển động tiên

phong" đến cho khách hàng theo một cách mới mẻ, độc đáo hơn.

Dự án "NO QUALITY. NO LIFE." sẽ kéo dài từ 2 đến 4 năm.