

BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 48.2018



TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 Phát động “Chinh phục giấc mơ khởi nghiệp” năm 2019
- 02 Red Bull - Chinh Phục Ước Mơ: Những câu chuyện đẹp về khởi nghiệp của thế hệ trẻ biết cho đi
- 03 Đông Nai: Xây dựng "hệ sinh thái" cho khởi nghiệp
- 04 Kỹ sư thủy sản thành tỷ phú nhờ khởi nghiệp bằng khoa học

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Totoshop: Sức mạnh thời trang Việt
- 06 Nông nghiệp 4.0: đột phá hệ thống bằng những công nghệ mới

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Tuyên ngôn phát triển khách hàng (P1)



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội
Tel: (024) 38262718



PHÁT ĐỘNG “CHINH PHỤC GIẤC MƠ KHỞI NGHIỆP” NĂM 2019

Vừa qua, Trường ĐH Kinh tế TP.HCM đã phát động Cuộc thi "Dynamic - Sinh viên nhà doanh nghiệp tương lai" năm 2019.

Cuộc thi năm nay được tổ chức với sự hợp tác của Công ty TNHH nước giải khát Suntory PepsiCo Việt Nam với chủ đề "Chinh phục giấc mơ khởi nghiệp".

Theo đó, các câu lạc bộ (CLB) Dynamic hoặc CLB Khởi nghiệp được thành lập tại các trường đại học thuộc ba miền: Bắc - Trung - Nam. Các CLB này thành lập như một tổ chức doanh nghiệp để thực hiện các dự án khởi nghiệp, CLB được sự chỉ đạo trực tiếp của nhà trường, hướng dẫn, giám sát của hội đồng giảng viên và được cố vấn, tài trợ bởi hội đồng cố vấn doanh nghiệp.

BTC sẽ tổ chức vòng tuyển chọn dự án tại các trường và vòng tuyển chọn khu vực để chọn các dự án hiệu quả tốt nhất đại diện cho các khu vực tham dự vòng chung kết toàn quốc. Sẽ có 8 dự án vào vòng chung kết và chọn ra 4 dự án vào vòng chung kết đặc biệt sẽ diễn ra vào tháng 9-2019.

Theo GS.TS Nguyễn Trọng Hoài, phó Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế TP. HCM, Trưởng ban tổ chức cuộc thi, cho biết "Giá trị lớn nhất mà trường kỳ vọng là qua Dynamic chúng tôi sẽ cùng với doanh nghiệp duy trì bền bỉ một tinh thần khởi nghiệp đầy tri thức, đầy sáng tạo, và đầy tham vọng của thế hệ

sinh viên Việt Nam đóng góp cho sự phát triển kinh tế nước nhà"

Tổng giá trị giải thưởng của cuộc thi hơn 1,5 tỉ đồng gồm: giải nhất Dynamic: 100 triệu đồng và cúp, giải nhì: 80 triệu đồng, 2 giải ba: 50 triệu đồng/giải; Giải thủ lĩnh Dynamic dành cho 1 thí sinh của đội thi xuất sắc là 1 suất học bổng thạc sĩ Quản trị kinh

doanh do trường Western Sydney (Australia) cấp bằng (trị giá 340 triệu đồng). Ngoài ra, còn nhiều giải thưởng khác như: tài năng Dynamic, "Đầu tư DYNAMIC - Bứt phá cùng Sting"...

Đăng ký dự thi tại Website: www.dynamic.uvh.edu.vn



RED BULL - CHINH PHỤC ƯỚC MƠ: NHỮNG CÂU CHUYỆN ĐẸP VỀ KHỞI NGHIỆP CỦA THẾ HỆ TRẺ BIẾT CHO ĐI

Khởi nghiệp, một từ khóa được xem như “trào lưu” của các bạn trẻ hiện nay. Với nhiều người, họ mong muốn khởi nghiệp để được làm chủ, được tự do thể hiện bản thân và được làm việc thoải mái mà chẳng phải nhìn sắc mặt bất cứ ai. Thế nhưng, vẫn có những trường hợp khởi nghiệp vì muốn cống hiến cho quê hương đất nước những giá trị cốt lõi.

Trong chương trình Red Bull - Chinh Phục Ước Mơ được phối hợp thực hiện bởi Red Bull (Vietnam) Co.,Ltd và MultiMedia JSC cùng đơn vị tư vấn chiến lược YAN Digital, người xem có thể bắt gặp rất nhiều ý tưởng khởi nghiệp từ những bạn trẻ không chỉ biết nhận về mà luôn mơ ước tới những điều lớn lao hơn.

1. PHẠM VĂN THIÊN - DỰ ÁN PHÁT TRIỂN LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG MÂY TRE ĐAN

Xuất thân từ gia đình có hoàn cảnh khó khăn, Phạm Văn Thiên đã chiếm được tình cảm và sự đồng viên từ phía các vị giám khảo khi kể về gia đình

và ước mơ bình dị của mình.

Theo đó, anh chàng mong muốn được phát triển làng nghề truyền thống mây tre đan ở quê hương, đó cũng là nguyên nhân anh chàng theo học ngành trang trí nội thất. Với ước mơ đó, người xem thấy được dự án khởi nghiệp của Thiên không chỉ dừng lại ở việc phát triển sự nghiệp cho bản thân, mà còn là khát khao phát triển quê hương, đất nước. Giúp cho những người con miền quê không còn phải rời xa quê hương đi làm ăn xa.

Do đó, Phạm Văn Thiên đã nỗ lực hết mình qua

các vòng thi. Từ thì sinh bị đánh giá là mờ nhạt, anh chàng đã dần chứng tỏ sự tiến bộ của mình qua các thử thách, giám khảo Trang Lê nhận xét tại vòng Elevator Pitch: “Chỉ vài ngày trước thôi, bạn còn là một chàng trai rất nhút nhát,... ngày hôm nay tôi đã thấy được sự tiến bộ ở bạn. Tôi có thể cảm nhận được sự quyết tâm lần này ở bạn.”

Lỡ mất cơ hội chiến thắng 1 tỷ đồng của Red Bull - Chinh Phục Ước Mơ nhưng Phạm Văn Thiên chắc chắn sẽ thành công nếu kiên trì theo đuổi ước mơ như hiện tại.

2. ĐÌNH MINH QUYỀN - DỰ ÁN CHUỖI CÀ PHÊ TIẾNG ANH

Tham gia chương trình Red Bull - Chinh Phục Ước Mơ sau khi gọi vốn thành công 5 tỷ đồng cho 45% cổ phần tại Shark Tank Việt Nam - Thương Vụ Bạc Tỷ, Đình Minh Quyền đã vô cùng tự tin trình bày về dự án chuỗi cà phê Tiếng Anh tại vòng sơ tuyển.

Với dự án này, Đình Minh Quyền khát khao tạo ra môi trường học tiếng Anh cho sinh viên Việt Nam với giá rẻ nhưng đảm bảo chất lượng. Trong giai đoạn hội nhập và phát triển của đất nước, tiếng Anh là một yêu cầu bắt buộc để thành công. Tuy nhiên, việc học tiếng anh vẫn luôn là vấn đề đau đầu của các bạn học sinh, sinh viên bởi nhiều yếu tố chi phối như chi phí và chất lượng.

Do đó, dự án chuỗi cà phê Tiếng Anh của thí sinh Đình Minh Quyền không đơn giản là việc kinh doanh, mà đó còn mang giá trị cộng đồng vô cùng to lớn.

3. HOÀNG PHƯƠNG THẢO - DỰ ÁN TRỒNG GẠO SẠCH

Đến từ vùng cao Tây Bắc, cô gái nhỏ Hoàng Phương Thảo xuôi về Đồng Tháp để thực hiện ước mơ mang hạt gạo sạch và chất lượng đến tay người tiêu dùng.

Việt Nam là một đất nước nông nghiệp, với sản lượng xuất khẩu lúa gạo hàng triệu tấn mỗi năm. Thế nhưng, lĩnh vực này lại chẳng được nhiều bạn trẻ khởi nghiệp quan tâm đến vì sự khó khăn và gian

khổ vô cùng.

Thế mà, cô gái với vóc người bé nhỏ và tinh cách rụt rè Hoàng Phương Thảo lại mạnh mẽ dần thân và kiên cường thực hiện ước mơ mang hạt gạo chất lượng đến tay người tiêu dùng và nâng tầm hạt gạo Việt Nam trên thị trường thế giới.

Trải qua các vòng thi, Hoàng Phương Thảo đã thể hiện bản thân hiền lành nhưng không mờ nhạt, cô luôn hoàn thành tốt những nhiệm vụ được giao và tự tin nói lên sở trường của mình. Trong phần thuyết trình về dự án trà sữa, Thảo dùng giọng nói nhẹ nhàng và phong thái điềm tĩnh của mình để trình bày về nội dung TVC, chẳng hoàn hảo nhưng có thể thấy cô đã tiến bộ hơn rất nhiều sau những thử thách. Thậm chí, Giám đốc Marketing vùng Đông Nam Á tập đoàn TCP, ông Lý Nguyên Khương cũng khẳng định:

“Thảo hoàn toàn không mờ nhạt! Cô có thể ít nói, không có nhiều ý kiến và không tranh cãi nhưng lại cực kỳ nghiêm túc ứng dụng những gì được học vào phần thi. Bạn cần thận ghi chép và áp dụng vào thực tế. Thảo rất có tiềm năng.”

Tuyệt tay khỏi giải thưởng 1 tỷ đồng của Red Bull - Chinh Phục Ước Mơ ở giây phút cuối cùng, Hoàng Phương Thảo có lẽ sẽ buồn và có một chút thất vọng. Tuy nhiên, với sự nhẫn nại và quyết tâm thực hiện ước mơ thì Hoàng Phương Thảo chắc chắn sẽ thành công, có thể nó sẽ đến trễ nhưng chắc chắn sẽ đến nếu Phương Thảo không bỏ cuộc.

Từ Phạm Văn Thiên, Đình Minh Quyền và Hoàng Phương Thảo, chúng ta thấy được một lớp trẻ không chỉ biết nhận về mà luôn mơ ước tới những điều lớn lao như cống hiến cho quê hương, đất nước. Mong rằng, trong hành trình khởi nghiệp của các bạn trẻ Việt Nam sẽ có nhiều hơn nữa những dự án phát triển những giá trị cộng đồng như phát triển làng nghề, đưa hạt gạo ra thị trường thế giới, khiến cho giới trẻ giao tiếp tiếng Anh thành thạo và mạnh dạn hơn./.



ĐỒNG NAI: XÂY DỰNG "HỆ SINH THÁI" CHO KHỞI NGHIỆP

Báo Đồng Nai - Sở Khoa học và Công nghệ Đồng Nai vừa tổ chức hội nghị hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tỉnh Đồng Nai đến năm 2020, định hướng đến năm 2025.

Nhiều chuyên gia, cố vấn khởi nghiệp đã chia sẻ ý kiến liên quan đến chính sách hỗ trợ “hệ sinh thái” khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Việt Nam, vai trò của cố vấn khởi nghiệp, vai trò của nhà đầu tư trong “hệ sinh thái” khởi nghiệp...

TÌM CÁCH HOÀN THIỆN NỀN TẢNG

Những năm gần đây, hoạt động khởi nghiệp ở Đồng Nai diễn ra khá sôi động, nhất là khi có thêm nhiều chương trình, chính sách ra đời nhằm thúc đẩy phát triển doanh nghiệp, hỗ trợ khởi nghiệp, như: Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa năm 2017, các chương trình hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp của Đoàn

Thanh niên; các đề án hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp, hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp...

Theo nhiều chuyên gia, Đồng Nai là địa phương được đánh giá có nhiều cơ hội để phát triển cộng đồng doanh nghiệp khởi nghiệp bởi lợi thế như: có vị trí gần TP. Hồ Chí Minh, có nhiều khu công nghiệp lớn, công nghiệp hỗ trợ phát triển... Tuy nhiên, để hoạt động khởi nghiệp phát triển bền vững thì Đồng Nai cần chủ động các hoạt động kết nối “hệ sinh thái” khởi nghiệp, tăng cường tính liên kết vùng, tạo thêm các diễn đàn, cầu nối về khởi nghiệp giữa các địa phương...

Ông Lê Minh Khánh, Phó cục trưởng Cục Công tác phía Nam của Bộ Khoa học - công nghệ chia sẻ, để hình thành môi trường năng động và sáng tạo phát triển khởi nghiệp, Đồng Nai cần tiếp tục đưa ra các chính sách hỗ trợ như: cải cách thủ tục hành chính, hỗ trợ về mặt tài chính, mặt bằng sản xuất - kinh doanh, phát triển công nghệ mới, ứng dụng công nghệ thông tin, xúc tiến thương mại, kết nối đầu tư...

Bên cạnh đó, tỉnh cũng cần tăng cường các hoạt động tạo điều kiện nuôi dưỡng, ươm mầm cho các ý tưởng khởi nghiệp, nhất là trong các lĩnh vực thế mạnh của địa phương như: công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ - du lịch...

Trong những năm tới, Hội đồng Tư vấn hỗ trợ khởi nghiệp phía Nam sẽ phối hợp với địa phương tăng cường các hoạt động kêu gọi các doanh nghiệp tham gia tài trợ hoặc trở thành nhà đầu tư cho các dự án khởi nghiệp tiềm năng, sáng tạo, phù hợp với xu hướng của thị trường...

HỖ TRỢ KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Theo Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp khoa học - công nghệ thuộc Bộ Khoa học - công nghệ, hiện nay ở Việt Nam đã có 34/63 tỉnh, thành triển khai đề án Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025” (Đề án 844) của Chính phủ.

Đồng Nai cũng đã ban hành quyết định thành lập Hội đồng Tư vấn, điều phối mạng lưới khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tỉnh Đồng Nai, ban hành kế hoạch Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tỉnh

Đồng Nai giai đoạn 2018-2023 nhằm tạo động lực để phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp của tỉnh và phát huy tiềm năng phát triển cộng đồng doanh nghiệp khởi nghiệp của Đồng Nai.

Theo đó, mục tiêu của kế hoạch là cụ thể hóa đề án Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025 trên cơ sở tình hình thực tiễn của tỉnh; hỗ trợ quá trình hình thành và phát triển loại hình doanh nghiệp có khả năng tăng trưởng nhanh dựa trên khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh mới tập trung vào các ngành, lĩnh vực tiềm năng, thế mạnh của Đồng Nai; khuyến khích các ứng dụng và chuyển giao công nghệ, áp dụng công nghệ mới vào sản xuất - kinh doanh...

ThS. Nguyễn Thị Hoàng, Giám đốc Sở Khoa học - công nghệ cho biết, doanh nghiệp khởi nghiệp có sản phẩm mới là các sáng chế, nghiên cứu khoa học - kỹ thuật đưa vào sản xuất sẽ có cơ hội được hỗ trợ vốn ban đầu để triển khai. Kế hoạch này hướng tới hỗ trợ 30 dự án khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, hỗ trợ 5 dự án ươm tạo doanh nghiệp khoa học - công nghệ; hỗ trợ và phát triển 3 doanh nghiệp khoa học - công nghệ...

Ông Phạm Hồng Quát, Cục trưởng Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp khoa học - công nghệ nhận định, Đồng Nai cần đẩy mạnh việc cung cấp các dịch vụ hỗ trợ về pháp lý, truyền thông, tổ chức các sự kiện chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm về khởi nghiệp; tăng tính liên kết vùng, kết nối hệ sinh thái khởi nghiệp với các địa phương khác...



KỸ SƯ THỦY SẢN THÀNH TỶ PHÚ NHỜ KHỞI NGHIỆP BẰNG KHOA HỌC

VnExpress - Khởi đầu từ phòng trọ thuê giá 300 nghìn đồng, sau 14 năm “bác sĩ tôm” Lê Anh Xuân sở hữu doanh nghiệp doanh thu vài trăm tỷ đồng/năm.

Thạc sĩ Lê Anh Xuân (42 tuổi) là một trong số 53 tác giả được tôn vinh "Nhà khoa học của nông dân" năm 2018 do Trung ương Hội Nông dân lần đầu tiên tổ chức. Anh được vinh danh ở khối doanh nghiệp khoa học công nghệ với các nghiên cứu chế phẩm vi sinh phục vụ cho ngành nuôi tôm.

Sinh ra ở Thanh Hóa, anh Xuân tốt nghiệp Đại học Nha Trang với tấm bằng kỹ sư thủy sản. Theo đúng ngành học, ra trường anh đầu quân cho công ty nuôi tôm ở Tiền Giang, một thời gian anh chuyển sang Công ty công nghệ sinh học Sài Gòn (chi nhánh Bạc Liêu) công tác.

Quá trình làm việc, tích lũy kinh nghiệm về nuôi tôm, năm 2004 anh quyết định mở công ty riêng lấy phòng trọ thuê 300.000 đồng/tháng làm trụ sở. Ở Công ty TNHH sản xuất và thương mại Trúc Anh, anh đảm nhiệm vai trò nhân viên kiêm giám đốc.

Vay mượn tiền, thuê đất nuôi tôm và nghiên cứu sản xuất các chế phẩm sinh học, anh đánh cược tương lai của mình trên những vuông tôm. Thật may, với hơn 7.000 m² nuôi tôm sú công nghiệp, vụ đầu anh thắng lớn khi tôm khỏe, lớn nhanh ngược với tình hình chung của các vuông nuôi khác đang bị bệnh vì môi trường ô nhiễm.

Có lẽ, anh mở rộng sản xuất phát triển các sản phẩm chế phẩm phục vụ cho ngành nuôi và nghiên cứu xây dựng quy trình nuôi tôm sạch sử dụng chế phẩm vi sinh thay thế hóa chất... Với mô hình người thật việc thật, các chế phẩm phục vụ nuôi trồng thủy sản của công ty anh sản xuất được bà con tin dùng.

Có thể kể đến chế phẩm vi sinh TA-PONDPRO là sản phẩm khoa học, công nghệ dùng trong xử lý cải tạo môi trường nước, xử lý nước đục, tảo tàn hiệu quả, cung cấp vi sinh vật có lợi, tiêu diệt vi khuẩn gây bệnh, giải phóng khí độc (NH₃, H₂S).

Chế phẩm vi sinh TA-PONDPRO được nghiên cứu thành công giúp trị được các bệnh phát sáng do vi khuẩn, đốm rong, đốm khói đèn, đen mang, đứt râu, sâu đuôi ở tôm.

Nhờ sản xuất và ứng dụng các công nghệ mới trong nuôi trồng, doanh nghiệp của anh được Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cấp giấy chứng nhận là doanh nghiệp nông nghiệp ứng dụng cao. Bà con nuôi tôm thì gọi anh với cái tên thân thương "bác sĩ tôm".

Qua 14 năm chàng kỹ sư thủy sản năm xưa đã chèo lái đưa sản phẩm của Công ty Trúc Anh phát triển rộng khắp các tỉnh thành nuôi tôm trên cả nước với hơn 300 đại lý và hơn 10.000 hộ nuôi tôm tin dùng.

Từ một lao động, nay công ty Trúc Anh đã thu hút hơn 70 lao động tay nghề cao. Anh còn xây dựng quy trình nuôi tôm bảo đảm theo GAP/CoC, hệ thống tiêu chuẩn chất lượng ISO 9001-2008 xuất ra thị trường các chế phẩm vi sinh đạt chất lượng, tiêu chuẩn quy định.

Hiện quy trình nuôi và các chế phẩm sinh học hướng vào việc bảo vệ môi trường và tạo ra sản phẩm tôm sạch đã được bà con áp dụng trên 28 tỉnh thành.

KHÔNG LÀM GIÀU CHO RIÊNG MÌNH

Ths Xuân chia sẻ, nếu chỉ tính doanh thu của

riêng Công ty Trúc Anh thì mỗi năm vài trăm tỷ đồng. "Tôi đang hướng đến con số hàng ngàn tỷ đồng khi áp dụng tiến bộ kỹ thuật, quy trình nuôi trên khắp các tỉnh thành cả nước", Ths Xuân nói. Anh cũng giúp nhiều bà con thoát nghèo, vươn lên làm giàu nhờ nuôi tôm sạch.

Là một trong số hộ nuôi tôm từng nhiều năm liên tiếp thua trắng tay vì tôm bị bệnh, mất giá, ông Huỳnh Quang Hưng (ấp Vĩnh Bình, xã Vĩnh Thịnh, huyện Hòa Bình, tỉnh Bạc Liêu) những tưởng rơi vào cảnh gia đình ly tán.

Biết chuyện, anh Xuân đã cho kỹ sư khu vực xuống trực tiếp tại địa bàn hướng dẫn quy trình nuôi, đầu tư vốn, con giống và thuốc với sự hỗ trợ kỹ thuật để ông Hưng vượt qua khó khăn.

Sau 87 ngày thả nuôi, tôm thu về 50 con/kg, tổng thu 3,6 tấn với giá bán 195.000đ/kg thu về 780 triệu đồng, lợi nhuận 350 triệu đồng. Ông Hưng thoát khỏi cảnh vợ đi xuất khẩu lao động, con thất học, gia đình vươn lên làm giàu và thành tấm gương sáng trong vượt khó ở địa phương.

Nói về bí quyết thành công, anh Xuân khẳng định chỉ có khoa học công nghệ mới giúp doanh nghiệp tự tin tạo ra sản phẩm mà không lo thời tiết thay đổi hay được mùa mất giá.

"Đầu tư cho nghiên cứu khoa học và công nghệ không bao giờ là sai lầm", Ths Xuân nói và cho biết anh vẫn đang áp dụng những dự định mới, đầu tư khoa học sâu hơn. Anh đang phối hợp cùng các nhà khoa học ở Nhật Bản để nghiên cứu, chuyển giao công nghệ sản xuất và chế biến nắm được liệu có giá trị kinh tế cao, chăm sóc tốt cho sức khỏe cộng đồng.

Với những đóng góp trong sản xuất và nghiên cứu, Ths Lê Anh Xuân từng nhận được nhiều bằng khen của Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Giải vàng chất lượng quốc gia 2014 do Thủ tướng trao tặng./.



TOTOSHOP: SỨC MẠNH THỜI TRANG VIỆT

Khởi nghiệp bằng con đường kinh doanh thời trang là xu hướng được khá nhiều người quan tâm và lựa chọn bởi nhu cầu thiết yếu của thời trang. Trong lĩnh vực này đã có nhiều người đạt được thành công khi tạo dựng được chỗ đứng và vị thế của mình trên thị trường, một trong những nhà khởi nghiệp trong số đó là Nguyễn Nhật Quang, chàng trai sinh năm 1990, với thương hiệu Totoshop – thương hiệu dành cho người Việt đang được khá nhiều bạn trẻ quan tâm và yêu mến.

CON ĐƯỜNG ĐẾN VỚI ĐAM MÊ

Nguyễn Nhật Quang là giám đốc dự án khởi nghiệp hãng thời trang Totoshop, hiện có 150 nhân viên cùng với chuỗi hệ thống cửa hàng lên đến 9 chi nhánh tại TP Hồ Chí Minh. Thế nhưng, ít ai biết rằng, cách đây 7 năm, Totoshop chỉ là một cửa hàng trực tuyến nhỏ chuyên buôn bán áo thun trên mạng với

vốn đầu tư chỉ vèo vèo vài triệu đồng. Xuất thân từ một gia đình lao động, từ nhỏ Quang đã làm quen với đủ mọi công việc kinh doanh, buôn bán nhỏ lẻ để phụ giúp gia đình. Đặc biệt, khi học lớp 12, một biến cố lớn đến với Quang và gia đình khi mất đi người cha trụ cột, cuộc sống càng trở nên khó khăn từ đó. Điều này càng thôi thúc Quang thêm nỗ lực, anh đã quyết tâm khởi nghiệp và tìm ra con đường cho riêng mình.

Với nỗ lực học tập, Quang đã trúng tuyển vào ngành Marketing - Trường Đại học Tài chính Marketing TP Hồ Chí Minh. Trong suốt thời gian đi học, ngoài những giờ trên lớp, Quang xin làm phục vụ ở các quán cà phê, buổi tối anh xin làm dân phòng ở khu phố để có đủ tiền trang trải việc học. Năm 2008, Quang chuyển sang bán hàng qua mạng. Anh nhận thấy đây là công việc mới mẻ và có thể

kiếm thêm thu nhập khá. Thời điểm đó bán hàng trực tuyến còn chưa phổ biến, anh đã nhận ra tiềm năng của hình thức bán hàng này và anh cho rằng mình hoàn toàn có thể phát triển.

Thời gian đầu, vừa không có vốn, lại không có kinh nghiệm, Quang quyết định xin vào làm nhân viên tại những cửa hàng thời trang có tiếng để học hỏi và tích lũy kinh nghiệm. Cũng chính sự đam mê và không ngại gian khó đã tạo tiền đề cho Totoshop ra đời sau này.

TOTOSHOP - TIẾNG NÓI CỦA THỜI TRANG VIỆT

Sau một thời gian học hỏi, Quang đã quyết định cho ra đời Totoshop - thương hiệu thời trang cho người Việt. Ban đầu, vô số khó khăn đến với Quang. Đặc điểm của hình thức bán hàng này là phải chụp những bức hình đẹp về sản phẩm để đưa lên mạng. Tuy nhiên, ngay chiếc máy ảnh hay điện thoại để có thể chụp hình sắc nét, Quang cũng không có. Do vậy, sản phẩm của cửa hàng bán không được nhiều.

Quãng thời gian khó khăn chông chát của những ngày đầu tiên, từ trang thiết bị cho việc bán hàng, không có nhiều vốn, cơ sở vật chất địa điểm chật hẹp... đã khiến Quang phải làm việc không biết mệt mỏi. Anh tự làm hết các việc như tìm nguồn hàng, lên ý tưởng, tự thiết kế các mẫu áo, tìm kiếm và liên hệ khách hàng, đối tác... Thời gian này, mỗi ngày Quang chỉ bán được 1-2 đơn hàng, cũng có chuỗi ngày dài không bán được đơn nào. Thế nhưng Quang không nản chí mà kiên định theo đuổi ước mơ làm chủ của mình bằng cách cày cuốc chăm chỉ hơn. Một kỷ niệm đáng nhớ nhất với Quang đó là một bạn ở Biên Hòa (Đồng Nai) chỉ đặt 02 chiếc áo, Quang đã chạy xe máy từ TP. Hồ Chí Minh đến để giao hàng.

Anh cũng xây dựng ý tưởng sản xuất áo thun bỏ túi ở TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh lân cận. Sau một năm kinh doanh, với nguồn hàng chất lượng tốt, giá cả lại phải chăng nên Quang đã tạo dựng được uy tín và sự tin cậy trong giới buôn sỉ áo thun. Nhờ vậy việc kinh doanh cũng dần trở nên khả quan hơn.

Quang chia sẻ, dự án khởi nghiệp ban đầu có muôn vàn khó khăn, đôi khi khiến anh có lúc cũng nản. Tuy nhiên, chưa bao giờ anh nghĩ đến việc mình sẽ thất bại và phải dừng lại. Quang cũng cho biết thêm, điểm khác biệt mà Totoshop mang đến so với thương hiệu khác chính là chất lượng sản phẩm và chế độ hậu mãi. Với anh, chất lượng sản phẩm, niềm tin của khách hàng luôn là những điều đầu tiên và đóng vai trò cốt lõi. Ở Totoshop luôn có nhiều chương trình khuyến mãi, ưu đãi, giảm giá để thu hút và phù hợp với nhiều đối tượng khác nhau. Còn đối với dịch vụ chăm sóc khách hàng, Quang luôn có yêu cầu cao, khắt khe đối với nhân viên trong việc phục vụ khách hàng bằng tất cả tâm huyết của mình. Theo anh, Totoshop là một thương hiệu thời trang dành cho người Việt nên khách hàng khi đến với cửa hàng không chỉ thỏa mãn nhu cầu về mua sắm mà còn được lắng nghe và hiểu rõ từng nhu cầu riêng của mình. Từ đó Totoshop có thể nắm được mong muốn của khách hàng và tư vấn cho họ những gì tốt nhất, phù hợp nhất với mỗi người.

Chia sẻ với các bạn đang có dự định khởi nghiệp, Quang cho biết: Bất cứ dự án nào cũng khởi đầu từ những công việc nhỏ nhất nên các bạn nếu có dự định, ước mơ gì thì nên bắt tay làm luôn và phải cố gắng học hỏi, thay đổi bản thân. Quang chia sẻ, anh đã có những định hướng phát triển mới với mong muốn góp phần khẳng định giá trị thời trang Việt ở thị trường trong nước. Thời gian tới, Totoshop sẽ tiếp tục phát triển và xây dựng nhiều hơn nữa các dòng sản phẩm thời trang có sức ảnh hưởng và mang tính đặc trưng của riêng mình. Song song đó là mở rộng thêm nhiều cửa hàng trong chuỗi, không chỉ ở địa bàn TP. Hồ Chí Minh mà có thể nhân rộng ra cả nước, đồng thời nâng cấp website cửa hàng trực tuyến hiện đại và thông minh hơn nhằm phục vụ khách hàng ở khắp mọi nơi một cách tốt nhất, thuận tiện nhất.

Minh Phương



NÔNG NGHIỆP 4.0: ĐỘT PHÁ HỆ THỐNG BẰNG NHỮNG CÔNG NGHỆ MỚI (TIẾP THEO VÀ HẾT)

Ngành công nghiệp thực phẩm đang trải qua những bước chuyển đổi cơ bản. Cuộc cách mạng công nghệ đầu tiên trong lĩnh vực nông nghiệp trải qua giai đoạn ấn tượng: Từ năm 1961 tới 2004, sản lượng ngũ cốc ở Đông Á tăng 2,8%/năm, hay hơn 300% trong toàn giai đoạn, được thúc đẩy nhờ những phương thức canh tác hiện đại, bao gồm tưới tiêu, sử dụng phân bón, thuốc trừ sâu và phát triển những giống cây trồng mới có năng suất cao hơn.

TÍCH HỢP CÁC CÔNG NGHỆ VÀ ỨNG DỤNG LIÊN NGÀNH

Trong những năm tới, hiệu quả và năng suất sẽ tăng khi “canh tác chính xác” ngày càng trở nên phổ biến và trang trại trở nên kết nối hơn. Ước tính đến năm 2020, hơn 75 triệu thiết bị IoT nông nghiệp sẽ được đưa vào sử dụng: Trang trại trung bình sẽ tạo ra 4,1 triệu điểm dữ liệu hàng ngày vào năm 2050, tăng từ 190.000 trong năm 2014.

Nhưng trong khi số lượng thiết bị kết nối ngày càng tăng chứng tỏ các nhà sản xuất thực phẩm đang có cơ hội rất lớn, thì đồng thời nó cũng mang lại thêm nhiều vấn đề phức tạp. Giải pháp nằm ở việc sử dụng các công nghệ nhận thức giúp hiểu, học hỏi, lý luận, tương tác và làm tăng hiệu quả. Một số công nghệ được phát triển sâu hơn so với những công nghệ khác, nhưng đều hứa hẹn mang lại những đổi mới sáng tạo tuyệt vời. Dưới đây là một số những đổi

mới sáng tạo có khả năng làm biến đổi lĩnh vực nông nghiệp:

- **Internet Vạn vật (IoT):** Chuyển đổi kỹ thuật số đang đột phá thế giới nông nghiệp. Các công nghệ IoT cho phép các mối tương quan giữa các dữ liệu có cấu trúc và phi cấu trúc để mang lại những hiểu biết sâu sắc về sản xuất thực phẩm. Các nền tảng IoT như Watson của IBM đang áp dụng kỹ thuật máy học vào cảm biến hoặc dữ liệu từ máy bay không người lái, biến các hệ thống quản lý thành các hệ thống AI thực.

- **Tự động hóa các kỹ năng và lực lượng lao động:** Đến năm 2050, Liên Hợp Quốc dự kiến 2/3 dân số thế giới sẽ sống ở đô thị, làm giảm lực lượng lao động ở nông thôn. Sẽ rất cần những công nghệ mới để giảm bớt khối lượng công việc cho nông dân: Các hoạt động sẽ được thực hiện từ xa, các quy trình sẽ được tự động hóa, rủi ro sẽ được xác định rõ và các vấn đề sẽ được giải quyết. Trong tương lai, các kỹ năng của người nông dân sẽ ngày càng được pha trộn giữa các kỹ năng công nghệ và kỹ năng sinh học thay vì chỉ là kỹ năng nông nghiệp thuần túy.

- **Canh tác dựa trên dữ liệu:** Bằng cách phân tích và xác định tương quan thông tin về thời tiết, loại hạt, chất lượng đất, xác suất bệnh dịch, dữ liệu lịch sử, xu hướng thị trường và giá cả, nông dân sẽ có thể đưa ra những quyết định chính xác hơn.

- **Chatbot:** Hiện tại, các chatbot được hỗ trợ bởi AI (trợ lý ảo) được sử dụng trong các lĩnh vực bán lẻ, du lịch, truyền thông và bảo hiểm. Nhưng nông nghiệp cũng có thể tận dụng công nghệ này bằng cách hỗ trợ nông dân bằng những câu trả lời và khuyến nghị về những vấn đề cụ thể.

Công nghệ máy bay không người lái (Drone)

Drone không phải là một công nghệ mới. Nhưng nhờ những khoản đầu tư và môi trường pháp lý thuận lợi, thời kỳ hoàng kim của công nghệ này đang tới: Giá trị của các giải pháp dựa trên drone trong tất cả các ngành công nghiệp ứng dụng có thể đạt hơn

127 tỷ USD. Và một trong những lĩnh vực hứa hẹn nhất chính là nông nghiệp, nơi drone có thể phát huy tiềm năng để giải quyết những thách thức lớn.

Công nghệ Drone đang mang lại cho nông nghiệp một cú chuyển mình công nghệ cao mạnh mẽ. Dưới đây là sáu cách mà drone sẽ được sử dụng trong suốt chu kỳ sống của cây trồng:

- **Phân tích đất và đồng ruộng:** Bằng cách tạo ra các bản đồ 3-D chính xác để phân tích đất sớm, drone có thể giữ vai trò trong giai đoạn dự kiến gieo hạt và thu thập dữ liệu để quản lý việc tưới tiêu và mức nitơ.

- **Trồng cây:** Các công ty khởi nghiệp đã tạo ra các hệ thống trồng cây bằng drone, làm giảm chi phí trồng trọt tới 85%. Những hệ thống này bắn các kén có chứa hạt và chất dinh dưỡng vào đất, cung cấp tất cả các chất dinh dưỡng cần thiết để cây phát triển.

- **Phun cây trồng:** Drone có thể quét trên mặt đất, phun theo thời gian thực trên khắp các bề mặt. Kết quả là phun từ trên không bằng drone nhanh gấp năm lần so với các loại máy móc truyền thống.

- **Giám sát cây trồng:** Giám sát cây trồng không hiệu quả là một trở ngại rất lớn. Với drone, chuỗi ảnh động theo hành trình thời gian có thể cho thấy sự phát triển của cây trồng và chỉ ra những dấu hiệu không hiệu quả trong sản xuất, cho phép quản lý tốt hơn.

- **Tưới tiêu:** Drone cảm biến có thể xác định những phần nào trên cánh đồng đang bị khô hoặc cần được tưới nước.

- **Đánh giá mức độ khỏe mạnh:** Bằng cách quét một loại cây trồng bằng cả ánh sáng khả kiến và cận hồng ngoại, các thiết bị chứa drone có thể giúp theo dõi những thay đổi ở thực vật, chỉ ra mức độ khỏe mạnh của chúng và cảnh báo nông dân về bệnh dịch.

Trong tương lai, máy bay không người lái có thể sẽ bao gồm những dàn drone tự động, thu thập dữ liệu và thực hiện các nhiệm vụ. Trở ngại lớn nhất để trở thành hiện thực là các cảm biến có khả năng thu



thập dữ liệu chất lượng cao và phần mềm siêu việt có thể biến giấc mơ công nghệ cao này thành hiện thực.

Blockchain và bảo mật chuỗi giá trị nông nghiệp

Blockchain, công nghệ sổ cái phân tán làm nên Bitcoin và các loại tiền điện tử khác, cho phép có các giao dịch kỹ thuật số và lưu trữ hồ sơ với độ an toàn cao. Mặc dù Blockchain chủ yếu được sử dụng trong các loại tiền ảo, nó cũng có thể được áp dụng cho các loại giao dịch khác, bao gồm giao dịch trong lĩnh vực nông nghiệp.

Blockchain có thể làm giảm sự thiếu hiệu quả, gian lận và cải thiện mức độ an toàn thực phẩm, trả lương cho nông dân vv.. Bằng cách cải thiện khả năng truy xuất nguồn gốc trong chuỗi cung ứng, công nghệ này cho phép các cơ quan quản lý nhanh chóng xác định được nguồn gốc thực phẩm bị ô nhiễm và xác định phạm vi sản phẩm bị ảnh hưởng trong các sự cố ô nhiễm. Ngoài ra, công nghệ này có thể làm giảm chất thải bằng cách phát hiện các điểm tắc nghẽn trong chuỗi cung ứng góp phần gây ra mức tăng thực phẩm bị hỏng.

Tính minh bạch của blockchain cũng có thể giúp chống lại hiện tượng lừa đảo trong lĩnh vực thực phẩm. Khi nhu cầu của người tiêu dùng về thực phẩm hữu cơ, phi GMO và kháng sinh tăng vọt, có rất nhiều trường hợp dán nhãn gian lận. Những giao dịch nhỏ nhất dù ở nông trại, nhà kho, hay nhà máy đều có thể giám sát hiệu quả và thông báo trên toàn bộ chuỗi cung ứng khi được kết hợp với các công nghệ IoT, chẳng hạn như các cảm biến và thẻ RFID. Maersk, một công ty vận chuyển và logistic, có các chuỗi cung ứng liên lục địa liên quan đến hàng chục nhân sự và hàng trăm mối tương tác. Họ ước tính Blockchain có thể giúp họ tiết kiệm hàng tỷ USD bằng cách cải thiện hiệu suất, làm giảm gian lận và lỗi của con người.

Ngoài ra, công nghệ Blockchain có thể ngăn chặn việc thổi/ép giá và chậm thanh toán, đồng thời loại bỏ người trung gian và giảm phí giao dịch, dẫn đến giá hợp lý hơn và giúp người nông dân sản xuất nhỏ nắm giữ được phần lớn giá trị cây trồng của họ.

Công nghệ nano và canh tác chính xác

Cuộc cách mạng Xanh của thế kỷ 20 bị thúc đẩy

bởi việc sử dụng mù quang thuốc trừ sâu và phân bón hóa học, dẫn đến mất đa dạng sinh học đất và giảm đề kháng chống lại mầm bệnh và sâu bệnh. Cuộc cách mạng mới sẽ là nông nghiệp chính xác, được thúc đẩy bởi công nghệ nano. Trong cuộc cách mạng này, các hạt nano sẽ được truyền chính xác tới cây trồng còn các cảm biến sinh học tiên tiến được sử dụng cho canh tác chính xác. Phân bón, thuốc trừ sâu và thuốc diệt cỏ thông thường được nén thành các hạt nano sẽ giải phóng các chất dinh dưỡng và hóa chất nông nghiệp theo cách thức chậm và duy trì, dẫn đến những liều lượng chính xác cho cây trồng.

Những lợi ích của canh tác chính xác công nghệ nano là:

- Khoảng 60% phân bón được sử dụng bị thất thoát vào môi trường, gây ra ô nhiễm
- Phân bón nano giúp phát tán chậm, bền vững hóa chất nông nghiệp, dẫn đến liều lượng chính xác
- Bảo vệ và xử lý bệnh dịch tốt hơn
- Các cảm ứng sinh học có thể phát hiện thuốc trừ sâu trong cây trồng, dẫn đến những quyết định hiệu quả hơn.

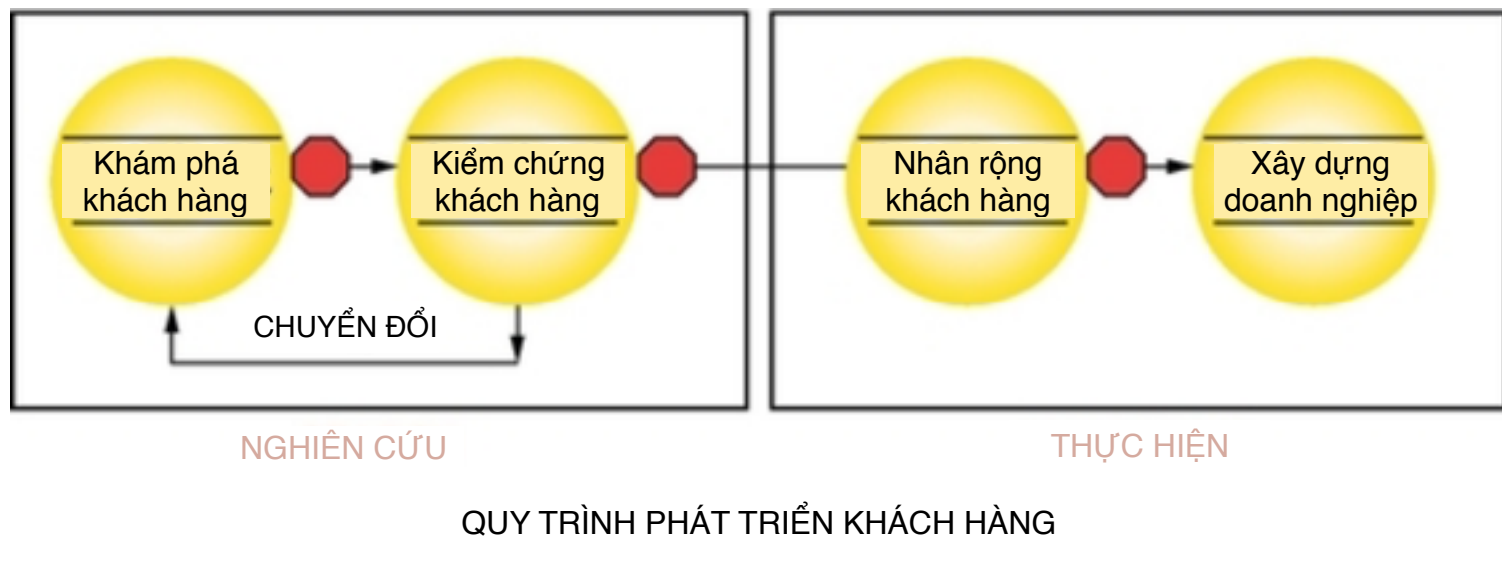
Chia sẻ thực phẩm và canh tác cộng đồng

Cuối cùng, nền kinh tế chia sẻ và crowdsourcing (thuê ngoài đám đông) cũng giữ một vị trí trong việc ngăn chặn chất thải thực phẩm.

Công nghệ cho phép cộng đồng chia sẻ hàng hóa và dịch vụ, trở nên phổ biến trước hết trong lĩnh vực chia sẻ chuyến đi và chia sẻ nhà và bây giờ nó đang được áp dụng cho mọi ngành công nghiệp, bao gồm cả thực phẩm.

Start-up Olio, một start-up xã hội, đã xây dựng một ứng dụng kết nối mọi người với hàng xóm và các cửa hàng địa phương để có thể chia sẻ thực phẩm dư thừa, thay vì bị vứt bỏ. Một dự án kinh doanh xã hội khác, Naranjas del Carmen, đã phát triển khái niệm canh tác cộng đồng (Crowdfarming). Naranjas del Carmen đã tạo ra một hệ thống kết nối người có quyền sở hữu cây và đất và người nông dân canh tác. Theo cách này, quả của những cây đó được chuyển tới người chủ, tạo ra một liên kết trực tiếp giữa sản xuất và tiêu dùng và tránh sản xuất thừa và lãng phí dọc theo chuỗi giá trị.

Phuong Anh (Agriculture 4.0: The future of Farming technology)



TUYÊN NGÔN PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG (P1)

Trước khi đi chi tiết vào quá trình phát triển khách hàng cần phải xem xét 14 nguyên tắc làm nên tuyên ngôn phát triển khách hàng. Hãy làm theo chúng. Thường xuyên xem xét chúng cùng với nhóm của mình.

Nguyên tắc số 1. Chẳng có sự thật nào bên trong văn phòng của bạn cả, vì vậy hãy ra ngoài

Ngay từ những ngày đầu, công ty khởi nghiệp là một doanh nghiệp dựa trên niềm tin được xây dựng nhờ tầm nhìn của các nhà sáng lập và sự thiếu thực tế. Công việc của các nhà sáng lập là biến tầm nhìn và những giả thiết đó thành thực tế. Thực tế nằm bên ngoài văn phòng, nơi những khách hàng tương lai (đúng ra là triển vọng) sống và làm việc, vì vậy đó là nơi bạn cần tới. Không có điều gì cơ bản hơn quá trình phát triển khách hàng và cũng không có điều gì khó thực hiện hơn. Việc viết mã, xây dựng phần cứng, tham dự những cuộc họp và viết báo cáo dễ hơn nhiều so với việc tìm thấy và lắng nghe những khách hàng tiềm năng. Đó chính là điểm phân biệt người thành công và kẻ bại trận.

Trong quá trình phát triển khách hàng, các nhà sáng lập thu thập kinh nghiệm trực tiếp về mọi thành tố trong mô hình kinh doanh. Nhóm có thể hỗ trợ các nhà sáng lập, nhưng kinh nghiệm trực tiếp theo định nghĩa thì không thể được uỷ thác. Các nhà sáng lập cần thực hiện việc nghiên cứu khách hàng bởi:

- Những phản hồi quan trọng từ khách hàng thường lộn xộn, khó đoán và khó nghe. Các nhân viên không thích phải chuyển các tin xấu tới cấp trên.

- Nhân viên thường hiếm khi cảm thấy bị áp lực và hiếm khi lắng nghe một cách thấu đáo và khi báo cáo về công ty họ cũng không được lắng nghe đầy đủ. Khả năng bỏ lỡ những phát hiện của họ như một "tin đồn" hoặc phớt lờ những điểm cốt yếu của sự phản hồi là rất cao.

- Các nhà tư vấn thậm chí còn hiếm khi cảm thấy

bị áp lực hơn các nhân viên và thường nói với khách hàng điều họ muốn nghe hoặc chuyển tải những thông điệp có thể dẫn tới các mối quan hệ tư vấn mở rộng. Đây cũng là sự phản hồi ở cấp thứ hai hoặc thứ ba, quá mờ nhạt và lộn xộn để có thể mang lại giá trị.

Chỉ người sáng lập mới có thể bao quát phản hồi, phản ứng lại nó và đưa ra quyết định cần thiết để thay đổi hoặc chuyển hướng tới các thành tố trong mô hình kinh doanh chủ chốt.

Nguyên tắc số 2. Kết hợp phát triển khách hàng với phát triển linh hoạt

Quá trình phát triển khách hàng sẽ trở nên vô dụng nếu hoạt động phát triển sản phẩm không thể lặp lại quá trình sản xuất một cách nhanh chóng và linh hoạt. Nếu bộ phận kỹ thuật xây dựng sản phẩm bằng cách sử dụng mô hình phát triển thác nước, họ sẽ không nắm được các dữ liệu về khách hàng ngoại trừ khoảng thời gian ngắn khi họ đang xác định sản phẩm. Phần thời gian còn lại, các nhân viên kỹ thuật bị gắn vào một chu kỳ thực hiện, không thể thay đổi những tính năng sản phẩm mà không chậm trễ thái quá. Ngược lại, một đơn vị kỹ thuật của một công ty khởi nghiệp sử dụng phương pháp linh hoạt với nhiệm vụ liên tục tiếp nhận dữ liệu về khách hàng và đưa ra một sản phẩm có thể lặp lại nhanh chóng quanh một sản phẩm khả dụng tối thiểu hoặc nhóm tính năng tối thiểu của nó.

Nguyên tắc số 3. Sai sót là phần không thể thiếu trong quá trình tìm kiếm

Một trong những khác biệt cơ bản giữa một công ty khởi nghiệp và một công ty đang hoạt động là: "Các công ty khởi nghiệp sẽ đi từ sai sót này đến sai sót khác".

Ngược lại, các công ty đang hoạt động biết điều gì hiệu quả và điều gì không. Những sai sót trong một công ty đang hoạt động là trường hợp ngoại lệ. Chúng thường xảy ra khi ai đó làm rối tung lên. Trong một công ty khởi nghiệp, bạn đang tìm kiếm chứ

không phải đang thực thi và cách duy nhất để tìm ra đường đi đúng đắn là tiến hành thật nhiều thử nghiệm và có thật nhiều ngã rẽ sai lầm. Sai sót là một phần của quá trình đó.

Sai sót không thực sự là sai sót, thực chất đó là một phần thiết yếu trong quá trình học hỏi của một công ty khởi nghiệp. Bạn sẽ trải qua hàng tá, thậm chí hàng trăm lần thử nghiệm đạt/không đạt - trong buổi chào hàng, trong tính năng sản phẩm, giá cả,, - vì vậy hãy sẵn sàng chấp nhận sai sót và bước tiếp, Khi điều gì đó không hiệu quả, các nhà sáng lập thành công thường hướng bản thân họ tới những thực tế mới, quyết định điều gì cần sửa chữa và hành động quyết đoán.

Quá trình phát triển khách hàng đòi hỏi sự thường xuyên, linh hoạt và tất nhiên luôn đi kèm với sự lặp lại, thường dẫn tới sự lặp lại hoặc chuyển hướng khác, điều này thậm chí thú vị hơn...

Nguyên tắc số 4. Liên tục lặp lại và chuyển đổi

Chiến lược của việc bao quát sự sai sót trong phát triển khách hàng đòi hỏi sự lặp lại, chuyển đổi thường xuyên và linh hoạt. Chuyển đổi là một sự thay đổi trọng yếu một hoặc nhiều hơn trong số chín thành tố của khung mô hình kinh doanh. Hoặc có thể phức tạp hơn, ví dụ như thay đổi khách hàng và người dùng. Trong khi đó, sự lặp lại là những thay đổi nhỏ nhất đối với các thành tố trong mô hình kinh doanh.

Nguyên tắc số 5. Không kế hoạch kinh doanh nào tồn tại sau lần liên lạc đầu tiên với khách hàng, vì vậy hãy sử dụng mô hình kinh doanh

Chỉ có một lý do duy nhất cho một kế hoạch kinh doanh: Một số nhà đầu tư đã từng học trong các trường kinh doanh, không biết thứ gì tốt hơn và muốn nhìn thấy một kế hoạch kinh doanh. Nhưng một khi nguồn tài chính đã phân biệt, kế hoạch kinh doanh về cơ bản là vô dụng. Các nhà khởi nghiệp thường nhầm lẫn kế hoạch kinh doanh của họ như một cuốn vẩm nang hướng dẫn mà không nhận ra nó



chỉ là một tập hợp các giả thiết chưa được chứng minh. Mặc khác, một kế hoạch doanh thu làm hài lòng các nhà đầu tư, được dựng lên bởi quá nhiều phỏng đoán, bỗng chốc trở thành một kế hoạch hoạt động chi phối việc tuyển dụng, sa thải và chi phí.

Sự khác biệt giữa một kế hoạch kinh doanh tĩnh và một mô hình động có thể chính là sự khác biệt giữa thất bại và thành công. Các công ty khởi nghiệp cần vứt bỏ kế hoạch kinh doanh tĩnh đó và làm theo mô hình kinh doanh linh hoạt.

Một mô hình kinh doanh mô tả sự lưu thông giữa các thành tố của doanh nghiệp:

Đề xuất giá trị: Thứ mà doanh nghiệp cung cấp (hàng hoá, dịch vụ)

Phân khúc khách hàng: Thứ mà doanh nghiệp cung cấp

Các kênh phân phối: Để thu hút khách hàng và cung cấp cho họ giá trị họ đề xuất giá trị

Quan hệ khách hàng: Để tạo ra nhu cầu

Dòng doanh thu: Được sinh ra bởi những đề xuất giá trị khách hàng

Nguồn lực: cần thiết để giúp mô hình kinh doanh khả thi

Các hoạt động cần thiết để thực hiện mô hình kinh doanh

Các đối tác tham gia vào việc kinh doanh và động cơ của họ

Cấu trúc giá là kết quả của mô hình kinh doanh

Khi một công ty khởi nghiệp tiến sang quá trình phát triển khách hàng, nó sẽ sử dụng khung mô hình kinh doanh như một thẻ điểm, bằng cách công khai những giả thiết về mỗi thành phần kinh doanh và sau đó xem xét lại các giả thiết đó khi các nhà sáng lập thu thập dữ liệu thực tế. Hãy nghĩ đến quan điểm đầu tiên của bạn về khung mô hình kinh doanh khi điểm khởi đầu chỉ ra rằng những giả thiết đó phải được xác nhận trong môi trường tương tác trực tiếp hoặc trực tuyến với khách hàng. Thường thì khách hàng sẽ bác bỏ các thành tố trong mô hình kinh doanh và hỏi rằng: "Tôi thích mua cái này từ nhà bán lẻ hơn" hoặc "Sản phẩm này cần phải có những tính năng này thì mới quan trọng với tôi". Khi các khách hàng

chấp thuận hoặc bác bỏ các giả thiết, công ty đó có thể chấp nhận đề xuất của khách hàng hoặc chuyển hướng để thay đổi mô hình kinh doanh nhằm tận dụng cơ hội tốt hơn.

Sử dụng mô hình kinh doanh như một tài liệu hướng dẫn sẽ giúp ta hình dung ra khi nào phải chuyển đổi và chuyển đổi như thế nào, bởi nhóm có thể lập biểu đồ về sự thay đổi của nó và xem cần thay đổi điều gì. Mỗi lần các nhà sáng lập lặp lại hoặc chuyển đổi (nguyên tắc 4) để đáp ứng phản hồi của khách hàng, họ vẽ ra một khung mô hình mới để chỉ ra sự thay đổi. Qua thời gian, các khung mô hình khác nhau sẽ chỉ ra sự phát triển của mô hình kinh doanh.

Nguyên tắc số 6. Thiết kế các cuộc thử nghiệm và kiểm chứng những giả thiết của bạn

Đầu tiên, giả thiết chỉ là một cách nói bóng bẩy cho từ "phỏng đoán". Để biến những giả thiết thành sự thực, các nhà sáng lập cần rời khỏi văn phòng và kiểm định chúng trước khách hàng. Nhưng bạn kiểm định bằng cách nào? Bạn muốn học hỏi gì từ sự kiểm định đó? Sự kiểm định và học hỏi yêu cầu bạn phải thận trọng trong việc xây dựng và thiết kế sự kiểm định. Điều này được gọi là "thiết kế các cuộc thử nghiệm".

Các cuộc thử nghiệm phát triển khách hàng thường là các cuộc kiểm định ngắn, đơn giản với kết quả đạt/không đạt. Bạn đang tìm kiếm một tín hiệu mạnh mẽ trong chỉ số tín hiệu trên nhiều giống như 5 trong số 12 khách hàng mà bạn đã gọi rằng: "Tôi cần điều này ngay bây giờ, thậm chí ngay cả khi nó vẫn có nhiều lỗi". Các cuộc kiểm định đầu tiên thường không nhất thiết phải chính xác, nhưng nó cần cho bạn một tín hiệu đủ tốt để tiếp tục.

Bằng cách hỏi bản thân, "Mình cần hiểu thấu điều gì để tiến lên?" và sau đó hỏi "Bài kiểm định đơn giản nhất mà tôi có thể thực hiện để có được nó?". Cuối cùng, hãy nghĩ về điều này: "Làm thế nào tôi có thể thiết kế một cuộc thử nghiệm để thực hiện một bài kiểm định đơn giản?"

Một trong những điều ngáng chân đội kỹ thuật là, các nhà sáng lập đang nghĩ rằng những cuộc kiểm định này phải có mã thực, phần cứng hoặc sản phẩm thực sự. Bạn có thể tạo mô hình trang web hoặc tạo ra bản mẫu hoặc nguyên mẫu thực sự để rút ra những bài học giá trị trong phần lớn thời gian.

(còn nữa)

N.L.H. (tổng hợp)