

Nguyễn Thị Minh Đăng: **Lãnh đạo bản thân là chìa khoá thành công mọi nghề nghiệp**

Được biết tới với tư cách là Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc của Koro, Nguyễn Thị Minh Đăng lại là một người rất uyên bác trong nhiều lĩnh vực khác nhau như: Thiền, giáo dục, nước và sức khỏe, đầu tư, khởi nghiệp, kinh doanh quốc tế,...

Ngoài công ty Koro, cô còn là chủ tịch Mạng lưới lãnh đạo trẻ Việt Nam và Úc do Chính phủ Úc đỡ đầu, là người quản lý Quỹ đầu tư khởi nghiệp ProSelf Angel, đồng thời cô cũng là nhà đầu tư của một loạt những Startup đầy tiềm năng như: Công ty IMAS Marketing Partner (với khách hàng là các công ty nước ngoài muốn đầu tư vào Việt Nam); Nền tảng Chatbot Liva (đã từng tham dự POC 3 lần đều xuất sắc thành công cho dự án Chatbot chăm sóc khách hàng của Ngân hàng Vietcombank); 5min (Một Chatbot hỗ trợ thực hành Thiền với công nghệ nhận diện Chấn niệm); Mạng xã hội Zero Stress,...



Nguyễn Thị Minh Đăng - Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc Koro

Học giỏi chưa chắc đã hiểu bản thân mình

Thừa nhỏ, Minh Đăng luôn là học sinh giỏi trong lớp, trường, thành phố, tỉnh và quốc gia. Cô từng là học sinh giỏi cấp tỉnh môn vật lý và tham gia thi học sinh giỏi cấp quốc gia năm lớp 12. Trong suốt quá trình học, Đăng cũng tích cực tham gia các hoạt động phong trào học sinh như từ nhỏ đã là liên đội trưởng và tích cực tham gia đoàn trường hoặc hội sinh viên.

Vừa học giỏi vừa tích cực tham gia phong trào, Minh Đăng luôn tìm cách giúp mình phát triển và trở thành một phiên bản tốt hơn của chính mình. Mặc dù là học sinh giỏi nhưng cô vẫn cảm thấy không hiểu mình, không biết mình muốn gì? không biết mình nên chọn học trường nào.

Qua quá trình tự tìm hiểu, Minh Đăng biết được một trung tâm tham vấn tâm lý và đã bắt xe buýt đi từ Biên Hoà lên TP. HCM để nhờ tư vấn xem nên theo ngành nào, và được tư vấn đăng ký thi ĐH Bách Khoa. Tuy vậy, cô cảm thấy không hợp với và cuối cùng quyết định đăng ký thi ĐH Ngoại Thương, khối ngành Quản trị kinh doanh Quốc tế vì một lý do đơn giản là điểm tuyển của trường này cao nhất với kỳ vọng trường ĐH sẽ giúp giải quyết vấn đề của mình. Ở trường Đại học, Minh Đăng cũng thường xuyên được học bổng và cũng

là chủ tịch Hội sinh viên của khoá lớp. Nhưng đến đầu năm thứ 3, Minh Đăng cũng cảm thấy mình chưa giải quyết được vấn đề của mình. Trước ngưỡng cửa chuẩn bị ra trường, bản thân mình vẫn hoang mang chưa biết nên chọn làm ngành nghề nào.

Kinh doanh để giải quyết vấn đề con người

Cô quyết tự mình sẽ là người tiên phong để tìm kiếm các giải pháp cho vấn đề của chính mình. Sau một quá trình tìm hiểu Minh Đăng phát hiện ra, để giải quyết được vấn đề của chính mình nói riêng và vấn đề con người nói chung thì phải đi làm doanh nhân. Và cô quyết định làm doanh nhân để giải quyết vấn đề cho chính mình và cho cả những người xung quanh.

Nghĩ là làm, Minh Đăng bắt đầu đi làm thêm để học hỏi và tích lũy kinh nghiệm, chuẩn bị cho việc làm doanh nhân của mình trong tương lai. Sau khi tìm hiểu thì công việc Marketing, Bán hàng, Tài chính là các công việc đặc biệt quan trọng tạo nền móng cho những năng lực cần thiết ban đầu. Nhưng sau khi xem xét năng lực bản thân cũng như tác động của công việc với xã hội thì Minh Đăng lựa chọn bắt đầu với các công việc về Marketing. Đến cuối năm 3 đại học, đúng thời điểm các mạng xã hội mới vào Việt Nam và đây là thế mạnh của giới trẻ.

Minh Đăng với sự hỗ trợ của những anh chị trong ngành sau quá trình đi làm thêm, thành lập công ty đầu tiên với tên gọi IMAS. Sau 5 năm hoạt động, IMAS đã có một số cột mốc thành công với các khách hàng lớn. IMAS là thành viên ban điều hành của Go Group, một mạng lưới PR độc lập lớn nhất Châu Á. Nhưng Minh Đăng hiểu rằng công ty này đã tăng trần. Đây có thể là một công ty tốt, nhưng không thể là một công ty vĩ đại và vấn đề của bản thân nói riêng và vấn đề con người nói chung, cô cũng vẫn chưa tìm ra được giải pháp.

Phát triển bản thân là chìa khóa thành công

Nếu mình không thể lãnh đạo chính mình, thì mình sẽ không thể lãnh đạo người khác - Minh Đăng hiểu được điều này. Hành trình mới của Minh Đăng bắt đầu với việc tạm dừng việc trực tiếp điều hành IMAS và theo học toàn thời gian chương trình Lãnh đạo bản thân của Công ty Tư vấn và Đào tạo Quản trị Tinh thần Proself, vào cuối năm 2015.

Sau 2 năm khổ luyện khi theo chương trình này tại công ty Proself, Minh Đăng đã tự giải quyết được vấn đề của mình và tìm ra giải pháp cho vấn đề nhân sự trong doanh nghiệp nói riêng và vấn đề con người nói chung. Đó chính là việc phải tập trung vào phát triển năng lực lãnh đạo của bản thân

mình. Đây vốn là chìa khóa của các doanh nhân và nhà đầu tư khởi nghiệp thành công.

Ngoài việc tham gia chương trình Lãnh đạo bản thân, Minh Đăng còn tham dự khoá đào tạo về Lãnh đạo Kinh doanh cũng do công ty Proself tổ chức. Trong số hơn 100 học viên tham dự, cô là học viên duy nhất tiếp nhận được triết lý “Đầu tư và Khởi nghiệp trong ánh sáng” của khoá đào tạo này. Do vậy, vào năm 2017, ngay sau khi kết thúc chương trình, Minh Đăng đã được mời gia nhập ban lãnh đạo và làm CEO công ty Proself, nơi vừa giúp cô giải quyết được các vấn đề của bản thân. Đồng thời, cô cũng khởi động lại công ty IMAS với một chiến lược mới phù hợp hơn, hiệu quả hơn. Không dừng lại ở đó, Minh Đăng đã cùng với các cộng sự mới của mình còn thành lập Proself Angel, một nhóm đầu tư thiên thần có thể giúp các công ty khởi nghiệp và nhà đầu tư giảm tỷ lệ thất bại (Năm 2022 Proself Angel đã lọt vào TOP 10 trong cuộc thi Đổi mới Sáng tạo TP. Hồ Chí Minh 2022).

Kinh doanh vì khách hàng

Vào năm 2019, khi cung cấp dụng cụ marketing sản phẩm máy lọc nước cho một khách hàng, Minh Đăng cùng với các đồng nghiệp của mình tại công ty IMAS phát hiện ra được một vấn đề của thị trường là cả người bán và người mua đều rất thiếu am hiểu về sản

phẩm máy lọc nước uống tại vòi. Từ đó dẫn tới việc người tiêu dùng vừa mất tiền mua, lại vừa bị uống nhầm nước bẩn mà không biết.

Không biết thì thôi, đã biết thì không thể bỏ qua. Sau khi kết thúc hợp đồng với đối tác, Minh Đăng cùng với các cộng sự của mình quyết định đầu tư thành lập công ty Koro, để giúp cho khách hàng không bị mua nhầm máy lọc nước, dẫn đến tiền mất tật mang nữa. Để có được sản phẩm máy lọc nước đảm bảo chất lượng, Cô đã liên hệ với các Tập đoàn sản xuất máy lọc nước hàng đầu thế giới như Pentair, Atlas Filtri và đề nghị làm nhà phân phối chính thức của họ tại thị trường Việt Nam. Không chỉ có vậy, với nhận thức máy lọc nước là một sản phẩm sức khoẻ chứ không phải sản phẩm gia dụng thông thường, Minh Đăng đã đầu tư một phòng Lab, để làm xét nghiệm nước miễn phí cho khách hàng của mình. Máy lọc nước giống như là thuốc cho nước. Mỗi một loại thuốc sẽ có khả năng điều trị một số bệnh khác nhau. Không có loại thuốc nào là thuốc toàn năng, trị được tất cả các loại bệnh. Do vậy, bác sĩ sẽ tùy thuộc vào bệnh gì mà cho thuốc đó. Lĩnh vực lọc nước cũng vậy, mỗi một loại máy lọc nước sẽ có khả năng lọc một số chất ô nhiễm khác nhau. Hoàn toàn không có loại máy lọc nước nào là máy lọc nước toàn năng, có khả

năng lọc được tất cả các chất ô nhiễm để tạo ra nước sạch được. Do vậy, tùy thuộc vào tình trạng ô nhiễm của nguồn nước như thế nào, mà lắp máy phù hợp với nguồn nước đó thì mới có thể tạo ra nước lọc đạt yêu cầu được.

Phòng Lab mà Minh Đăng đầu tư cho Koro chính là nơi khám bệnh cho nước, là cơ sở để Koro đưa ra những tư vấn giải pháp với nguồn nước của từng khách hàng. Không dừng lại ở đó, Minh Đăng còn đầu tư cho việc nghiên cứu khoa học ở công ty Koro. Với hơn 100 công trình nghiên cứu khoa học khác nhau về nước từ trường, Minh Đăng cùng với các đồng nghiệp của mình có đủ cơ sở để nghiên cứu và sáng chế ra máy tạo nước từ trường, có khả năng từ hoá làm hồi sinh và phục hồi các phẩm chất quý giá của nước trong tự nhiên đó là nước giàu năng lượng từ tính và có cấu trúc lục giác. Đây là loại nước được nhiều nhà khoa học công nhận là nếu uống lâu ngày, sẽ có khả năng giúp gia tăng sức khoẻ cho cơ thể tự đẩy lùi bệnh tật.

Tâm huyết của Minh Đăng

Trong mỗi con người đều có hai nhóm phải lựa chọn là những điều mình thích và những điều cần cho mình. Những điều mình thích, nó phản ánh những khát khao sâu kín trong lòng bản thân mình. Còn những điều cần cho mình thì mới đáp ứng được nhu cầu

bsung ảnh

của bản thân. Khi mua hàng cũng vậy, người tiêu dùng có hai hướng lựa chọn mua hàng là: lựa chọn mua hàng vì thích, và lựa chọn mua hàng vì cần.

Thường người tiêu dùng thích được làm thượng đế, thích được nghe những lời nói ngọt ngào, lọt lỗ tai mình, hợp với ý mình, dễ tin vào những lời hứa, những cam kết của những nhà tiếp thị, những người bán hàng vì chúng thỏa mãn những giấc mơ của mình, thỏa mãn những khát vọng của mình... và mang lại cho mình cảm giác của người chiến thắng. Điều mà người tiêu dùng sợ nhất khi mua hàng là người bán hàng đạt được mục đích bán hàng của họ, sợ mình là người bị thua khi quyết định mua hàng, sợ thấy mình sai, sợ thấy mình ngu hay sợ người khác thấy mình ngu,... sợ phải

thay đổi thói quen mua hàng, sợ khác người khi mua hàng... Vì những điều đó, mà con người ta chỉ tập trung vào việc làm sao để thoát khỏi nỗi sợ, và thỏa mãn ý thích của mình khi mua hàng, chứ không quan tâm tới việc mua hàng theo hướng để có lợi cho bản thân.

Một số người bán hàng biết được những nỗi sợ và những ý thích này của người tiêu dùng, và họ đã khai thác nó, tận dụng nó để bán được hàng. Họ sẵn sàng mang lại những lời hứa hẹn, những cam kết thỏa mãn những khát vọng, những giấc mơ của khách hàng, sẵn sàng đưa khách hàng lên làm thượng đế, mang lại cho khách hàng cảm giác là người chiến thắng khi mua hàng để đạt được mục đích cuối cùng là bán được hàng cho khách hàng của mình. Nhưng những món

hàng mà họ bán nhiều khi lại không phù hợp với nhu cầu của người khách hàng đó, thậm chí còn là những sản phẩm kém chất lượng.

Theo đúc kết của các chuyên gia tiếp thị thì mỗi người tiêu dùng đều có một thế giới quan ảnh hưởng đến sản phẩm mà họ muốn mua. Và họ khuyên những người bán hàng hãy xây dựng những câu chuyện theo thế giới quan ấy. Những câu chuyện đó sẽ khiến người tiêu dùng nghe theo và có thể dẫn đến tự lừa dối bản thân vì nó thỏa mãn những khát khao trong lòng họ. Khi người tiêu dùng đã tin theo thì dù đó là lời nói dối, họ cũng sẽ không muốn thấy nó sai, và cũng không muốn ai đó chỉ cho họ thấy mình sai.

Minh Đăng biết rõ những điều đó, nhưng cô không làm theo lời khuyên của tác giả, vì cô thấy làm vậy là bất công với khách hàng của mình, và còn hơn thế nữa, cô còn muốn mỗi một người tiêu dùng, khi đi mua hàng đều biết được những điểm yếu của mình để mà phòng tránh, ra quyết định mua hàng chính xác, để không bị những người bán hàng vô lương tâm lừa gạt. Đây lại là vấn đề con người mà Minh Đăng thấy mình cần phải đi giải quyết. Và Minh Đăng cũng tin rằng, cách làm nhân văn này sẽ thực sự mang đến thành công bền vững cho bất kì doanh nghiệp và nghề nghiệp nào mình làm. ■