

CEO NGUYỄN THỊ MINH ĐĂNG:

Koro không coi khách hàng là thượng đế mà là người thân của mình

“Thay vì coi khách hàng là thượng đế, Koro.love coi khách hàng là người thân ruột thịt của mình. Bởi chỉ có những hành động xuất phát từ trái tim mới thu được quả ngọt từ vô vàn các trái tim khác xung quanh ta. Đến lúc đó, kể cả những người khó tính nhất cũng yêu thương chúng ta tự tận sâu trái tim của họ” - bà Nguyễn Thị Minh Đăng - Chủ tịch HĐQT Công ty CP Koro chia sẻ.

Vì khách hàng, khách hàng sẽ vì bạn

Có một câu chuyện nói về một trải nghiệm đáng nhớ của người mua hàng tên là David khi anh quyết định mua một chiếc điện thoại di động mới. David đã dành thời gian nghiên cứu và so sánh giữa các sản phẩm khác nhau trên thị trường trước khi đưa ra quyết định cuối cùng. Anh đã chọn một chiếc điện thoại từ một thương hiệu nổi tiếng, với hy vọng nó sẽ đáp ứng được những yêu cầu của mình.

Tại cửa hàng, David đã được tiếp đón bởi một nhân viên tư vấn tận tâm và chuyên nghiệp. Thay vì chỉ quan tâm đến việc bán sản phẩm của cửa hàng, nhân viên tư vấn đã đặt mình vào vị trí của David và lắng nghe kỹ càng về những nhu cầu và mong muốn của anh khi sử dụng điện thoại. David cho biết anh muốn một chiếc điện thoại với hiệu năng cao, pin bền và chất lượng camera tốt.

Nhân viên tư vấn đã lắng nghe một cách chân thành và nhận thấy rằng sản phẩm của cửa hàng không hoàn toàn đáp ứng được những yêu cầu đặc biệt của David. Thay vì cố gắng ép buộc anh mua sản phẩm của cửa hàng, nhân viên tư vấn đã chia sẻ với David rằng có một thương hiệu khác có dòng sản phẩm phù hợp với những gì anh đang tìm kiếm. Nhân viên tư vấn không chỉ quảng cáo sản phẩm của cửa

hàng mà còn trung thực về sự lợi ích và ưu điểm của thương hiệu khác.

David cảm thấy bất ngờ và cảm kích với sự tận tâm và lòng chân thành của nhân viên tư vấn. Anh đánh giá cao việc nhân viên tư vấn đặt lợi ích của khách hàng lên hàng đầu, thậm chí khi đó không phải là sản phẩm của cửa hàng. Nhờ vào sự tư vấn tận tâm này, David đã quyết định mua sản phẩm từ thương hiệu mà nhân viên tư vấn đã giới thiệu và đã trải qua một trải nghiệm tuyệt vời với chiếc điện thoại mới của mình.

Câu chuyện này khẳng định rằng trong mối quan hệ với khách hàng, sự tận tâm và chân thành là quan trọng hơn việc chỉ tập trung vào bán sản phẩm. Khách hàng không phải là con môi. Bằng cách xem họ như những người thân thiết trong gia đình, chúng ta sẽ luôn chia sẻ thật và vì lợi ích của họ mà giúp họ tìm được sản phẩm họ cần. Sự tận tâm và lòng chân thành này không chỉ mang lại sự hài lòng cho khách hàng, mà còn xây dựng lòng tin và tạo nên một trải nghiệm tốt đẹp với thương hiệu với khách hàng.

Tâm huyết của Koro

Quay trở lại với Koro.love, tại sao chúng tôi lại xây dựng triết lý coi khách hàng như người thân của mình. Với câu hỏi này thì thật dễ để trả lời. Bởi ai trong mỗi chúng ta cũng chỉ luôn mong cho người thân, ruột thịt của mình được khỏe mạnh, được hưởng những điều tốt nhất từ gia đình và xã hội.

Trong định hướng hoạt động của mình, chúng tôi mang trong mình tâm nguyện đó là phải mang lại sự mạnh khỏe về thể chất và tinh thần cho mọi đối tượng khách hàng. Để làm được điều này, chúng tôi phát triển bộ giải pháp 5 yếu tố toàn diện về sức khỏe là Tâm - Ý - Khí - Nước

- Dinh dưỡng. Trong đó Nước chính là trung tâm. Ngoài việc chăm sóc sức khoẻ thể chất cho con người, nước còn có thể tác động đến yếu tố về tinh thần của mỗi người hiện nay.

Chúng tôi tin rằng mỗi con người, bất kể xuất thân và nguồn gốc, đều có một tâm hồn đẹp và tiềm năng vô hạn. Cuộc sống đôi khi mang đến cho họ những trải nghiệm khó khăn và va chạm. Môi trường sống và các mối quan hệ trong cuộc sống có thể tạo ra những ảnh hưởng không tốt, khiến cho họ có những suy nghĩ, hành vi và sở thích không phù hợp và có thể gây hại cho bản thân.

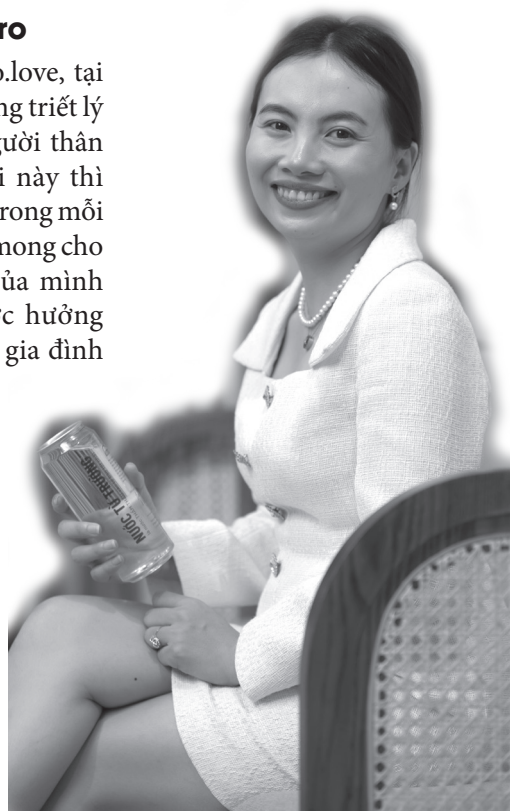
Nước cũng như con người vậy. Trong tự nhiên, nước bắt nguồn từ các con suối trên núi chảy xuống thành sông và đổ ra biển. Nước tiếp xúc với cả phần bên trên và bên dưới mặt đất trong quá trình di chuyển. Với nước đi qua mặt đất, nó được tiếp xúc với từ trường của Trái Đất. Điện tích từ trường được truyền vào nước khiến nước bị nhiễm từ. Dù chảy qua và tiếp xúc với các thành phần vật chất nào, thì

nước cũng có khả năng nhiễm từ hoặc bị thay đổi trường từ bởi những thành phần vật chất mà nước chảy qua đó. Nước nhiễm từ mang năng lượng từ tính, nên nó được gọi là nước từ trường. Hay nói cách khác, nước tự nhiên cũng là nước từ trường. Chính nhờ cấu trúc lục giác mà nước tự nhiên có đặc tính tuyệt vời như ghi nhớ, lưu trữ và mã hoá các năng lượng khác nhau, cũng như cung cấp nước cho cơ thể. Đây là điều quan trọng để duy trì sức khỏe con người.

Nước chúng ta uống mỗi ngày là nước phi tự nhiên hay nước “không có cấu trúc”. Do nước thải từ quá trình sinh hoạt, sản xuất công - nông nghiệp, mưa axit, nạn phá rừng đã làm nguồn nước bị ô nhiễm. Vì vậy, khi muốn sử dụng được nước sạch, bắt buộc phải xử lý bằng công nghệ thông qua một loạt bộ lọc. Điều này vô tình làm mất đi cấu trúc lục giác (cấu trúc nguyên thủy) của nước tự nhiên. Ngay cả khi chúng ta lấy chai nhựa để đựng nước thì cũng làm mất đi cấu trúc tự nhiên của nước. Những loại nước này được các nhà khoa học gọi là “nước chết” vì không có tác dụng nhiều cho cơ thể.

Để biến nước có thể quay trở lại trạng thái nguyên thủy của nó và giúp hỗ trợ được con người trong việc tái nạp vào cơ thể phục vụ các hoạt động trao đổi chất, hỗ trợ điều trị một số loại bệnh và nâng cao sức khỏe, cải thiện thể chất con người, Koro.love đã tiến hành nghiên cứu, xây dựng và hoàn thiện giải pháp công nghệ xử lý nước bằng từ trường chỉ đơn giản là khôi phục năng lượng tự nhiên và cân bằng mà thiên nhiên đã có sẵn. Chúng tôi hi vọng, trong tương lai gần sắp tới, mọi người dùng nước từ trường đều được cải thiện về sức khỏe, có tinh thần và thể chất tốt hơn. Đồng thời, chúng tôi cũng mong rằng giải pháp sản xuất và sử dụng nước từ trường này cũng sẽ được ngày càng đông đảo mọi người trong xã hội đón nhận, và ưa chuộng sử dụng.

HOÀNG HIỆP (ghi)



Bà Nguyễn Thị Minh Đăng - Chủ tịch HĐQT Công ty CP Koro.