

Người phụ nữ tiên phong phổ cập giải pháp chăm sóc sức khỏe bằng nước từ trường

Không chỉ đơn giản là kinh doanh thiết bị tạo nước từ trường, doanh nhân Nguyễn Thị Minh Đăng - CEO Công ty Cổ phần KORO đang có kế hoạch chăm sóc sức khỏe cả thể chất và tinh thần cho cộng đồng.

Nguyễn Thị Minh Đăng được biết đến với cá tính táo bạo và quyết liệt ngay từ nhỏ. Từ khi còn học cấp 1, để nhận được phần thưởng từ cô giáo, Minh Đăng đã tuyên bố ngay từ khi vào đầu năm học: “Con sẽ nhận được phần thưởng học sinh giỏi”. Và cô bé làm đúng tuyên bố, nhận phần thưởng dành cho học sinh giỏi sau đó.

Minh Đăng, sau nhiều năm, trong một phần ba cuộc đời mình, luôn đi hàng đầu, kịp nhận giải thưởng Nhà Lãnh đạo Xuất sắc châu Á - Thái Bình Dương (năm 2017), thành viên Ban Điều hành Go Group châu Á - Hiệp hội marketing lớn nhất khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Và gần đây, vẫn



Doanh nhân Nguyễn Thị Minh Đăng và sản phẩm nước từ trường

với nhãn hiệu Nguyễn Thị Minh Đăng, chị là một trong những người tiên phong tại Việt Nam phát triển các giải pháp chăm sóc sức khỏe từ cấp độ tế bào, trong đó phổ cập nước từ trường - nước tốt cho sức khỏe, có thể phù hợp cho mỗi người dân Việt Nam.

Đau đầu vì sản phẩm nước tốt cho sức khỏe

Nói về kinh doanh thiết bị tạo nước từ trường và sản phẩm

nước từ trường vốn là loại nước uống còn khá mới mẻ ở thị trường Việt Nam, chặng đường khởi nghiệp của chị chắc có nhiều khó khăn?

Doanh nhân Nguyễn Thị Minh Đăng: Thật ra đối với tôi không có khó khăn mà chỉ có thử thách. Giống như mình chơi game, sẽ có những thử thách trong trò chơi đó, nhiệm vụ của mình là vượt qua. Thử thách càng cao, game càng hấp dẫn, càng kích thích.

Ở Việt Nam hiện nay chưa có nhiều người biết đến nước từ trường cũng như giá trị của nó, và do vậy kinh doanh thiết bị tạo nước từ trường và sản phẩm nước từ trường thực sự là một thách thức. Nhưng đối với tôi điều đó không đáng lo. Bởi vì chúng tôi biết rõ giá trị của sản phẩm mình đang kinh doanh. Nước từ trường là một loại nước thực sự tốt cho sức khỏe con người, nếu uống lâu ngày sẽ giúp cơ thể gia tăng sức khỏe tự đẩy lùi bệnh tật. Mỗi người khách hàng, khi đã cảm nhận được giá trị đối với sức khỏe của nước từ trường, họ sẽ sẵn lòng giới thiệu với khách hàng mới, ngay cả việc họ tặng nước từ trường cho người khác cũng đã là một hình thức giới thiệu. Hoặc là khi khách hàng đi đến đâu đó, mang theo chai nước của chúng tôi, cũng là cách giới thiệu sản phẩm của chúng tôi tới bạn bè họ hàng.

Hiện tại chúng tôi đã xây dựng được một tệp khách hàng thân thiết như thế. Họ đã kiếm chứng được tác dụng cải thiện

“Các chỉ số sức khỏe của tôi đều cải thiện đáng kể”

Được thành lập vào năm 2020, công ty cổ phần KORO ra đời với mục đích mang đến một nguồn nước thực sự sạch, an toàn và cải thiện cho sức khỏe khách hàng. Nước từ trường - sản phẩm chủ lực của KORO là loại nước có nhiều công dụng tuyệt vời đối với sức khỏe như: thúc đẩy tế bào năng động hơn, tăng năng lượng cơ thể, đào thải độc tố cấp tế bào, chống lão hóa, tăng khả năng miễn dịch của cơ thể, khôi phục sức khỏe cho những người bị các bệnh mãn tính lây nhiễm.

“Hiện tại tôi đang bị bệnh viêm phổi. Bên cạnh những điều trị từ các y bác sĩ, tôi còn kết hợp uống thêm nước từ trường qua máy lọc nước của KORO. Sau một thời gian các chỉ số sức khỏe của tôi đều cải thiện đáng kể. Đây là một điều mà tôi không thể ngờ tới bởi tôi không nghĩ rằng nước từ trường lại mang lại nhiều lợi ích như vậy. Tôi mong rằng sản phẩm sẽ ngày càng được nhiều người biết đến, đặc biệt là những ai có các bệnh lý nền như tôi”, chị Trang Trần - một khách hàng của KORO cho biết.



sức khỏe khi lắp đặt thiết bị tạo nước từ trường và uống nước từ trường của chúng tôi. Càng có nhiều người sử dụng sản phẩm của chúng tôi, thì sẽ càng có nhiều người hết bệnh, chứng minh cho công dụng của nước từ trường. Và càng nhiều người hết bệnh nhờ uống nước từ

trường thì sẽ càng làm gia tăng lòng tin đối với hiệu quả đối với sức khỏe của nước từ trường cho nhiều người khác, cứ thế, vòng xoáy sẽ càng ngày càng lan ra. Tôi tin rằng với cách làm của mình hiện nay thì theo thời gian, từ từ cộng đồng sẽ càng ngày càng có nhiều người biết tới và chấp nhận sử dụng nước từ trường.

Hơn nữa, trong giai đoạn này, chúng tôi đang chú trọng xây dựng thương hiệu bền vững hơn là đặt mục tiêu doanh thu.

Thương hiệu bền vững, mong muốn thì hẳn rồi, nhưng theo chị, cần phải làm gì để đạt được, trong trường hợp KORO?

Thương hiệu của một sản phẩm, hay một doanh nghiệp, không đơn giản là sự nổi tiếng,



nhiều người biết, mà nó là một yếu tố phản ánh khả năng và tốc độ mở rộng của nguồn khách hàng trung thành. Do vậy, để xây dựng thương hiệu bền vững, đối với tôi là phải giải quyết bài toán làm thế nào để xây dựng nguồn khách hàng tin yêu mình, và quan trọng hơn nữa là làm thế nào để quản lý được sự mở rộng nguồn khách hàng này một cách ổn định theo thời gian?

Giải pháp cho vấn đề này chính là phải có tình yêu thương trong bất cứ công việc gì. Khi kinh doanh có tình yêu thương, lúc đó mình có trách nhiệm, trách nhiệm với chính mình, với doanh nghiệp, với cộng đồng. Với khách hàng cũng vậy, mình phải coi khách hàng như người thân của mình, yêu thương họ, bảo vệ quyền lợi của họ.

Dù là một hoạt động, một chi tiết bé nhỏ nhất, như dán con tem lên chai nước hay cuộc gọi khi khách hàng có sự cố... chúng tôi cũng đều làm một cách rất chân thành, nhanh

chóng, chu đáo nhất có thể để khách hàng cảm nhận được tình yêu thương, trách nhiệm của mình, khách hàng đặt lòng tin vào mình. Chúng tôi không bán hàng bằng mọi giá, mà chúng tôi quan tâm đến nhu cầu thật sự của khách hàng, cũng như khả năng của họ, để tư vấn cho họ những giải pháp phù hợp với họ nhất, với chi phí thấp nhất, mà chúng tôi hay nói vui với nhau là “Giúp khách hàng chiến thắng khi mua hàng”. Dĩ nhiên kinh doanh cần lợi nhuận, nhưng đằng sau lợi nhuận mình cần đạt được giá trị khác lớn hơn.

Triết lý kinh doanh của chúng tôi là mang lại giá trị thực sự chứ không bán giấc mơ như lời khuyên của các chuyên gia tiếp thị cho khách hàng. Chúng tôi hiểu rõ, mỗi khách hàng, một khi đã mua hàng của chúng tôi, là họ đã đặt niềm tin của họ vào chúng tôi, đặt niềm tin của họ vào sản phẩm của chúng tôi. Nếu chúng tôi lại đi bán giấc mơ cho họ theo lời khuyên của

các chuyên gia tiếp thị, không khác gì chúng tôi lợi dụng lòng tin của họ, để trục lợi cho riêng mình. Làm như vậy, chúng tôi không làm được. Chúng tôi không thể lợi dụng niềm tin của họ đối với chúng tôi để bán những thứ mà chúng tôi không có, hoặc bán cho họ những sản phẩm không đáp ứng được niềm tin của họ.

Chúng tôi tin rằng những khách hàng nào hiểu được tấm lòng này của chúng tôi với họ, thì họ sẽ tin yêu chúng tôi, và khi bạn bè, người thân của họ muốn mua hàng, thì họ sẽ giới thiệu đến mua ở chỗ chúng tôi, không phải vì họ muốn giúp chúng tôi, mà chính là vì họ muốn giúp cho bạn bè, người thân của họ, và họ sẽ tự hào vì điều này.

Với cách làm này, trong ngắn hạn mình có thể không có lợi nhuận nhưng trong dài hạn cái mình nhận lại chính là tình yêu thương của khách hàng, khi đó mình sẽ có doanh thu, sẽ thành công. Tôi tin rằng tình yêu thương của khách hàng chính là hệ miễn dịch khủng hoảng. Đó cũng chính là hệ giá trị bền vững và tử tế mà tôi đang xây dựng.

Thực tế, số đông người Việt Nam hiện nay vẫn khó có thể bỏ ra một khoản tiền không nhỏ đối với họ để mua nước uống từ trường, cho dù nhận thức được tác dụng cải thiện sức khỏe, chỉ có nhận thấy trách nhiệm của chị trước cái khó của họ?



Đây vẫn là điều mà lâu nay tôi đau đầu nên chúng tôi đã rất cố gắng để đưa ra giải pháp làm sao cho nước từ trường đến được với số đông người Việt mình. Vì vậy chúng tôi không chỉ có sản phẩm nước từ trường đóng lon giá 50.000 đồng/lít phục vụ chủ yếu cho người tập thể thao, chạy bộ mà còn có sản phẩm máy tạo nước từ trường lắp tại nhà, với chi phí chỉ từ 100- 2.000 đồng/lít. Thậm chí chúng tôi còn có giải pháp cho thuê máy tạo nước từ trường với giá chỉ hơn 360.000 đồng/tháng là chi phí mà tôi tin rằng bất cứ ai cũng có thể sử dụng được

Ánh sáng của trí tuệ và lương tri

Có một thông điệp mà chi hẳn gửi đến khán giả trong

một chương trình talk-show trên một kênh truyền hình: “Đừng bao giờ từ bỏ ước mơ của mình và luôn lựa chọn trong ánh sáng”. Ánh sáng mà chị nói khiến tôi nghĩ về cái tên của chị: Minh Đăng - một ngọn đèn sáng. Có mối liên quan nào chăng?

À, đây cũng là một liên tưởng thú vị, mà nếu như thế, xem chừng hai nguồn sáng này có liên quan thật. Tôi có cái tên Minh Đăng là bởi vì theo lời cha mẹ, lúc tôi vừa sinh ra, ông nội đến thăm, ông bế tôi, nhìn tôi mà bảo rằng: “Gương mặt con bé sáng lắm, hay là đặt tên cháu là Minh Đăng nghĩa là một ngọn đèn sáng”. Còn bản thân, từ nhỏ, tôi biết mình là một đứa trẻ hay suy nghĩ, hay tư duy. Trong tất cả mọi việc tôi đều dành rất nhiều tâm trí

để suy xét đúng - sai, lựa chọn giữa cái tốt - cái vĩ đại. Và khi đã xác định đó là con đường đúng, lựa chọn đúng thì tôi tự tin và tập trung đi đến cùng. Như đợt chọn trường đại học, khi còn đắn đo, tôi một mình bắt xe từ nhà ở Đồng Nai lên Sài Gòn để gặp những người tư vấn xem ngành nghề nào thích hợp nhất với tố chất, với mong muốn của mình.

Sau này, nhờ tham gia một chương trình Lãnh Đạo Bản Thân do công ty Proself tổ chức (Hiện nay là chương trình Thiền của Thiền Việt Nam mà tôi cũng là một Co Founder), tôi đã biết tới và biết được cách để sử dụng Trí tuệ của bản thân mình. Khi mình sử dụng Trí tuệ để nhìn nhận các vấn đề, mình sẽ thấy mọi vấn đề tự nhiên sẽ sáng tỏ, rõ ràng. Trong khởi

Theo giới chuyên môn, nước vốn có tính thuận từ. Trong tự nhiên, từ trường của trái đất tích điện một cách tự nhiên trong các hồ, giếng và các dòng chảy. Tuy nhiên, khi nước đi qua các nhà máy xử lý và qua các đường ống, nó sẽ bị giảm đáng kể điện tích từ trường. 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.

Nước từ trường là nước thu được bằng cách cho nước đi qua nam châm vĩnh cửu được sản xuất đặc biệt có thể kích hoạt và ion hóa các phân tử nước để thay đổi cấu trúc của nó thành hình lục giác.

Nghiên cứu các nhà khoa học chỉ ra rằng nước qua xử lý từ trường có 4 đặc tính quan trọng. Gồm: 1 - Nước có cấu trúc lục giác

với cụm phân tử nhỏ (nên nước từ trường còn được gọi là nước có cấu trúc), có thể dễ dàng thẩm thấu vào tế bào, gia tăng khả năng hydrat tế bào. 2 - Nước giàu năng lượng từ tính. Năng lượng từ tính, hay năng lượng từ trường có nhiều tác động tích cực đến sức khỏe, bao gồm khả năng phục hồi sức khỏe cho tế bào, tăng cường năng lực sản xuất chất chống oxy hóa. 3 - Nước giàu electron tự do: các electron (điện tử) tự do trong nước từ trường sẽ bổ sung electron cho các gốc tự do, giúp làm giảm các gốc tự do dư thừa bên trong cơ thể. 4 - Canxi trong nước tồn tại ở thể aragonite: thể aragonite của canxi là thể mềm, có dạng sợi thanh mảnh nên giúp cho canxi được hấp thu vào cơ thể tốt hơn nhiều so với canxi ở thể thông thường (ở thể calcit).

nghiệp và kinh doanh cũng vậy, khi ta sử dụng Trí tuệ của mình để nhìn nhận xem xét các vấn đề, các nguồn lực, các đường đi, các định hướng... thì mình sẽ thấy mọi sự đều rất sáng tỏ rõ ràng, giống như một người thợ xây nhà, họ nhìn thấy căn nhà, nhìn thấy quá trình xây dựng căn nhà, nhìn thấy các nguồn lực cần thiết để xây dựng căn nhà đó... từ khi họ mới chỉ nhận công việc, còn chưa bắt tay vào xây nhà. Khi làm việc với sự soi sáng của Trí tuệ như vậy, tôi gọi đó là làm việc trong ánh sáng - ánh sáng của Trí tuệ.

Bạn bè, cộng sự đều biết sức sáng tạo, sức lao động dẻo dai của chị. Hiện tại, chị muốn tiếp tục theo đuổi điều gì?

Tôi không chỉ kinh doanh nước uống tốt cho sức khỏe tế bào của mọi khách hàng mà còn đang hướng đến chăm sóc tinh thần cho họ, cân bằng cả thân và tâm. Bởi vì để có được một sức khỏe trọn vẹn, chỉ một yếu tố uống nước từ trường thôi là chưa đủ, mà còn phải được hỗ trợ thêm 4 yếu tố nữa, đó là các yếu tố: Tâm - Ý - Khí - Dinh dưỡng. Trong đó yếu tố Tâm là yếu tố nền tảng, quan trọng nhất đối với sức khỏe của một con

người. Đó là một tinh thần minh mẫn, sáng suốt, bình an, hạnh phúc và tĩnh tại trong mọi hoàn cảnh của cuộc sống, mọi giông bão của đời người. Khi có được một tinh thần như vậy, chúng ta không còn phải sợ gì nữa cả. Để giúp đỡ, hỗ trợ mọi người dân trong cộng đồng có được một tâm hồn, trẻ, khỏe như trên, tôi đang cùng với các cộng sự của mình đang triển khai hai dự án 5min và dự án Thiên Việt Nam.

Dự án 5min là một dự án chatbot hỗ trợ tập luyện nâng cao sự tập trung, tự chủ thông qua việc chat với chatbot 5min.

Còn dự án Thiên Việt Nam là một dự án nhằm giúp cho cộng đồng hiểu đúng hơn, và thực hành đúng hơn về Thiên, một công cụ vô cùng hiệu quả để mang lại sự thành công và hạnh phúc trong cuộc đời. Đây là một chương trình mà tôi đã từng theo học và cảm nhận được lợi ích thực sự từ nó. Nay tôi muốn chia sẻ nó rộng rãi trong cộng đồng, để đến với nhiều người hơn thông qua dự án này.

Hai dự án này không chỉ giúp nâng cao sức khỏe về mặt Tâm, hỗ trợ cho giải pháp nước từ trường cho người dân trong cộng đồng, mà chúng cũng phù hợp với mong muốn từ nhỏ của tôi, mong muốn giải quyết vấn đề con người, phát triển con người. Bởi vì, cuối cùng, vấn đề con người vẫn là vấn đề cốt lõi của mọi vấn đề.

Xin cảm ơn chị!

HỒNG THU (thực hiện)

