

Doanh nhân Hoàng Ngọc Cường: Bản lĩnh người tiên phong

09:51 21/03/2020

Với triết lý “kinh doanh phải tạo ra giá trị và làm điều có ích”, doanh nhân Hoàng Ngọc Cường, CEO Công ty CP TM&DV K&C Việt Nam - đang cùng cộng sự tiếp tục hành trình mới với khát vọng xây dựng thương hiệu mỹ phẩm K&C Việt Nam.

Đam mê và nghị lực

Dáng vẻ thư sinh, phong cách nghệ sỹ, ít ai biết rằng, Hoàng Ngọc Cường - CEO Công ty CP TM&DV K&C Việt Nam - là người mê kinh doanh và đã tạo được tiếng vang lớn trên thị trường làm đẹp. Hiện anh là TGD Công ty CP TM&DV K&C Việt Nam.

Để có được thành công như ngày hôm nay, những chặng đường anh đã đi qua không hề bằng phẳng, mà đầy chông gai trắc trở, có lúc tưởng chừng như bỏ cuộc. Nhưng bằng sự thông minh, quyết đoán, anh đã biến những khó khăn trở thành thách thức để từng bước chinh phục thương trường.

Anh cho biết, bản thân đến với con đường kinh doanh mỹ phẩm như một cái duyên tiền định. Không kinh nghiệm, không kỹ năng bán hàng, có rất nhiều cái “không” chưa hề trải qua, nhưng với quyết tâm chinh phục và vì sự đam mê, anh Cường quyết tâm đặt ra cho mình mục tiêu mang đến cho khách hàng những SP chất lượng. Với ý chí đó, anh luôn nung nấu một khát vọng xây dựng riêng cho mình một thương hiệu mỹ phẩm được sản xuất hoàn toàn từ thiên nhiên.



Tổng

giám đốc Công ty Mỹ phẩm K&C Việt Nam Hoàng Ngọc Cường

Anh Cường chia sẻ: “Đầu năm 2016, khi vẫn hoạt động tại lĩnh vực truyền thông, tôi có tham gia một sự kiện công nghệ sản xuất mỹ phẩm của Hàn Quốc tại TP. HCM. Trong quá trình tham gia, tôi được một người bạn có nhiều kinh nghiệm lĩnh vực sản xuất mỹ phẩm “tiếp lửa” và truyền cảm hứng, từ đó, tôi thấy khao khát và muốn theo đuổi ngành này cho bằng được”.

Nghĩ là làm, anh Cường bắt tay vào làm mỹ phẩm; nghiên cứu, tìm tòi, học hỏi từ các khóa học và những người đi trước. Nhớ ngày mới bước vào nghề, mọi người thường không sẵn sàng tự làm mỹ phẩm, cho rằng đó là một điều gì đó không dễ. Nhưng thực chất, làm mỹ phẩm không khó, mà làm có đúng không, có công thức khiến bạn và những người khác thực sự hài lòng hay không mới là điều đáng nói.

Anh Cường thử tự làm SP chăm sóc da cho chính mình và người thân, rồi làm tặng cho cả hàng xóm, bạn bè. Trong lúc đang loay hoay đi tìm nguồn nguyên liệu chính, thì anh Cường được một người bạn giới thiệu cho nguồn nguyên liệu đến từ Nhật Bản, Hàn Quốc, Ý và Mỹ. Theo anh Cường, chính nguồn nguyên liệu sạch, chuẩn này - là chìa khóa giúp mình có được sự thành công trong chất lượng SP K&C như hiện nay.

Khi được hỏi “trong quá trình SXKD mỹ phẩm anh có hay bị những lời gièm pha hay cạnh tranh không lành mạnh không?”, anh Cường bộc bạch: “Không có sự thành công nào lại không nếm trải ít nhiều thất bại, kể cả lời thị phi, gièm pha

và cạnh tranh không lành mạnh. Nhưng nếu chỉ tìm đến những “bến đỗ an toàn” - sẽ không bao giờ làm được điều mình muốn. Chính những lời gièm pha, bị xem thường lại là động lực để tôi luôn phải đứng lên và phải làm thật tốt. Hai



ngay
hí

Các

dòng sản phẩm mang thương hiệu K&C

Anh cho biết, không ít lần thất bại vì sản xuất mỹ phẩm rất khắt khe về tiêu chuẩn, chỉ cần nhiệt độ không đúng, SP sẽ bị vữa, hoặc một sơ xuất nhỏ cũng phải đổ bỏ cả thùng nguyên liệu. Đã vậy, khi SP bán chạy liền bị nạn hàng giả, hàng nhái...

Tạo thương hiệu riêng biệt

Công ty CP K&C Việt Nam là một DN sản xuất mỹ phẩm cao cấp, có NM đạt chuẩn CGMP. SP mang hương hiệu K&C khẳng định sự khác biệt với các SP khác trên thị trường mà trước hết là ở chất lượng.

Anh Cường lên tiếng: “Tôi đã mất 1 năm để khảo sát, thăm dò thị trường, nhu cầu cũng như tâm lý người dùng. Thách thức của thị trường và điểm yếu của mỹ phẩm Việt Nam là chưa vượt qua được “định kiến”, cũng như tâm lý tin dùng và chuộng hàng ngoại của NTD trong nước”.

Chính vì đầu ra hạn chế nên một số DN rơi vào vòng luẩn quẩn, ngại bỏ chi phí đầu tư bao bì, xây dựng hình ảnh thương hiệu, tiếp thị, marketing. Hoặc nếu có làm thì cũng làm chưa đúng tầm, chưa đủ lực để đi đường dài, nhất là chưa tạo được thông điệp giá trị cho SP nên chưa tạo được dấu ấn cho thương hiệu.

Nhận thấy điểm yếu và thách thức của một số thương hiệu đi trước, tôi ngẫm lại bản thân, mình là “tân binh” nên phải chọn kinh doanh theo cách riêng đó là tìm cộng sự, đối tác. Phương châm của tôi là “Kinh doanh bền vững, từng bước, không vội vã, nỗ lực tìm tòi để ngày hôm nay phải hoàn thiện hơn hôm qua. Chính vì vậy, K&C không định hướng người dùng chạy theo thị hiếu, mà tạo ra SP an toàn là trên hết”.

Song song đó, công ty luôn đặt lợi ích và sự hài lòng của khách hàng lên hàng đầu. Ban lãnh đạo DN xem mỗi khách hàng là một người bạn; luôn tận tâm chăm sóc khách hàng bằng chất lượng SP và phong cách phục vụ chuyên nghiệp; sẵn sàng tư vấn, giải đáp mọi thắc mắc của khách hàng. Đồng thời, luôn quan tâm tới chính sách chăm sóc khách hàng hậu mãi tốt nhất để tạo ra sự gắn bó lâu dài và cam kết giải quyết những vấn đề có liên quan đến SP của K&C khi khách hàng sử dụng.

Anh nói về triết lý kinh doanh của mình: “Hữu xạ tự nhiên hương!”. Một khi chất lượng tốt, thì tự nhiên NTD sẽ tìm đến. Mình cứ làm và lấy yếu tố chất lượng lên hàng đầu thì chắc chắn sẽ được mọi người công nhận là tốt; mình không sai mà vẫn bị nói sai thì thời gian sẽ kiểm nghiệm điều đó!

Bằng niềm đam mê với mỹ phẩm và tâm huyết luôn muốn mang cái đẹp hoàn mỹ về làn da đến với mọi người, doanh nhân trẻ Hoàng Ngọc Cường đã cho ra mắt dòng SP chăm sóc da, trị nám, tàn nhang - “cứu tinh” cho phái đẹp, mang đến một làn da “trắng hồng – mịn màng – chắc khỏe” từ sâu bên trong tế bào da... lưu giữ vẻ đẹp thanh xuân cho người phụ nữ Á Đông.



SX mỹ phẩm của công ty dựa theo tiêu chuẩn CGMP-ASEAN, ISO 9001:2015

Nằm trong chiến lược phát triển kinh doanh mang tính quy mô và bài bản chuyên nghiệp, CEO Hoàng Ngọc Cường đã cho xây dựng thêm một NM, quy mô rộng khoảng 1.500 m² (địa chỉ số 57, Lê Hữu Tựu, xã Nguyên Khê, Đông Anh, Hà Nội); xây dựng dựa theo tiêu chuẩn CGMP-ASEAN, ISO 9001:2015.

Các dòng SP hiện nay, được Công ty CP K&C Việt Nam và Công ty CP SX&TM Belux (công ty con) SXKD đó là:

Chăm sóc da mặt: Nước tẩy trang, dầu tẩy trang, sữa rửa mặt, tẩy da chết, toner, nước hoa hồng, kem chống nắng, kem face dưỡng trắng ban ngày, kem face dưỡng ẩm ban đêm, serum chống lão hóa, serum tái tạo da bổ sung collagen, ủ face vitamin, mặt nạ thải độc.

SP đặc trị: Serum/kem nám, Serum/kem mụn, serum/kem trị thâm.

Chăm sóc body: Sữa tắm trắng, ủ trắng body, kem dưỡng thể, kem body ngày chống nắng, kem body đêm dưỡng ẩm.

SP cho tóc: Dầu gội, dầu xả, xịt dưỡng...

Từ một người tay trắng đi lên, những gì có được ngày hôm nay - là kết quả của cả một hành trình nỗ lực lao động và học hỏi không ngừng. “Tôi vừa học cách

kinh doanh, vừa học cách hoàn thiện mình, học cách đối nhân xử thế, học chữ “nhẫn”, học cách đứng lên khi thất bại...”, anh nói.

Không ngại gian khó, vượt qua khó khăn, thử thách, biết đứng dậy sau những thất bại, giờ đây DN do CEO Hoàng Ngọc Cường chèo lái đã gặt hái được nhiều thành công, có vị thế trên thị trường trong nước và quốc tế. Đặc biệt, công ty mỹ phẩm K&C Việt Nam đã được Bộ KH&CN vinh danh Thương hiệu xuất sắc 2017.

Chia sẻ về những thành công đã đạt được, CEO Hoàng Ngọc Cường cho rằng, đối với anh, điều quan trọng nhất là tạo ra được những SP an toàn và hiệu quả. Việc cải thiện sức khỏe, dưỡng nhan sắc, chăm chút cho sắc đẹp của phụ nữ - là trọng tâm trong việc xây dựng một cộng đồng khỏe mạnh. Nó mang đến cho phụ nữ quyền chủ động kế hoạch, tự tin tỏa sáng trong các hoạt động và chăm sóc sức khỏe, sắc đẹp của mình một cách tốt hơn.

Thiên Trường