

Đồng hành cùng doanh nghiệp phục hồi và tăng tốc kinh doanh hậu Covid-19

12:09 19/01/2022

Đứng trước giai đoạn phục hồi 2022, nhận diện và quản trị sự thay đổi của bối cảnh tác động lên sức mạnh và năng lực cạnh tranh của tổ chức là điều tối quan trọng.

Mô hình Chiến lược Tăng tốc Kinh doanh

GROWTH HACKING BUSINESS STRATEGY – THANH S 6/2019

thanh.s.



Mô hình chiến lược tăng tốc kinh doanh.

Doanh nghiệp “ngắm đòn” từ đại dịch

Ngày 13/1 vừa qua, Ngân hàng Thế giới (WB) đã công bố trực tuyến báo cáo Điểm lại cập nhật kinh tế Việt Nam tháng 1/2022. Theo thống kê của WB, năm 2021, chỉ số tăng trưởng GDP của Việt Nam chỉ ở mức 2,58%; trong khi tốc độ tăng trưởng trung bình của thế giới đạt 5 - 6%. Điều này hoàn toàn trái ngược với những năm trước đó, khi tốc độ trung bình của thế giới chỉ là 2%, còn Việt Nam luôn là 5 - 6%.

Theo thống kê trong nước, năm 2021, Việt Nam ghi nhận tới gần 120.000 doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường, phần lớn trong đó là các doanh nghiệp thành lập dưới 5 năm và quy mô vốn nhỏ.

Các con số trên cho thấy một điều rõ ràng rằng, các doanh nghiệp đã thực sự “ngấm đòn” từ đại dịch. Ngay cả khi nội lực của doanh nghiệp - được coi như “của để dành” - cũng đang dần cạn sau hai năm gắng gượng.

Tuy nhiên, đó không phải là toàn cảnh của thị trường. Ở một phía khác, một lượng lớn doanh nghiệp có bước phát triển vượt bậc hoặc gượng lại sau khi Nghị quyết 128/NQ - CP được ban hành. Ngoại trừ các ngành thiết yếu phục vụ đại dịch, các doanh nghiệp còn lại đã có bước chuyển đổi mạnh mẽ. Câu nói “Thay đổi hoặc là Chết” trở thành tôn chỉ chung.

WB cũng dự báo, từ 2022 trở đi, kinh tế Việt Nam quay trở lại con đường phát triển mạnh mẽ. Các chính sách phát triển và nỗ lực ngoại giao của chính quyền vào quý IV vừa qua đã mang lại những điểm sáng mới. Mặc dù vẫn còn tồn tại nhiều rủi ro và biến số Omicron nhưng chúng không còn gây trở ngại cho quá trình phục hồi kinh tế nói chung.

Quản trị sự thay đổi - Tăng tốc kinh doanh...

TRỤ CỘT TĂNG TRƯỞNG	VIỄN CẢNH (BSC 3 NĂM)	MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC	CHIẾN LƯỢC TĂNG TRƯỞNG
F - Sản xuất sản phẩm trên nền tảng công nghệ số và (hoặc) ứng dụng innovation, Lean	Tài chính (F)		Kéo dẫn SP - Phát triển SP, Đa dạng hoá, Liên Minh, Mở rộng chuỗi giá trị
C - Tập trung vào trải nghiệm khách hàng	Khách hàng (C)		Thâm nhập thị trường, Mở rộng chuỗi giá trị
M - Ứng dụng Martech và Ommi Channel	Quy trình và hoạt động nội bộ (P)		Phát triển - Thâm Nhập thị trường, Liên minh, Mở rộng kênh bán hàng
P - Chuẩn hoá và đóng gói quy trình, hệ thống.	Quy trình và hoạt động nội bộ (P)		Mở rộng chuỗi giá trị, Mở rộng kênh bán hàng
L - Ban cố vấn chiến lược đồng hành	Học hỏi và phát triển (L)		
FC - Tái cấu trúc tài chính và cơ cấu vốn	Tài chính (F)		Sáp nhập, Mở rộng kênh bán hàng, Liên minh

Bản đồ chiến lược tăng tốc kinh doanh.

Cho đến khi dịch bệnh thực sự chấm dứt, các doanh nghiệp cần phải học cách nhận diện và quản trị sự thay đổi của bối cảnh thị trường, lấy nguy cơ làm điều thiết yếu thúc đẩy phát triển năng lực cạnh tranh cốt lõi của doanh nghiệp.

Tăng tốc kinh doanh đòi hỏi sự đồng bộ nhất quán giữa các cấp chiến lược trong doanh nghiệp bao gồm: (1) Tài chính; (2) Kinh doanh; (3) Thương hiệu & Marketing; (4) Sản xuất; (5) Nguồn nhân lực; (6) Văn hoá tổ chức.

Sự tồn tại của tư duy và cách thức quản trị truyền thống chính là cản trở lớn nhất để doanh nghiệp linh hoạt điều chỉnh khi gặp khủng hoảng. Đồng thời, việc triển khai bộc phát, nhỏ lẻ không được hoạch định rõ ràng cũng sẽ khiến cho doanh nghiệp vừa lãng phí tài nguyên và bối rối trong việc quản trị chung.



thanh's.

“
Quản trị chính là quy trình tích lũy nội lực doanh nghiệp và phát triển bản sắc của doanh nghiệp đó.
Giống như một kim tự tháp, sở hữu nền tảng vững chắc với chiến lược quản trị đúng đắn cho phép doanh nghiệp phát triển và vững vàng trước các cuộc khủng hoảng.
”

Bà ĐẶNG THANH VÂN
Chuyên gia Tư vấn Chiến lược Doanh nghiệp
Chủ tịch HĐQT công ty CP Thương hiệu và Quản trị Thanh's

*Bà Đặng Thanh Vân - Chuyên gia Tư vấn Chiến lược Doanh nghiệp,
Chủ tịch HĐQT Công ty CP Thương hiệu và Quản trị ThanhS.*

Phần lớn, các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) là những đối tượng được đánh giá “mẫn cảm” với các cuộc khủng hoảng. Với nguồn lực hạn chế, việc hoạch định chiến lược và quản trị đúng đắn là yếu tố sống còn với các doanh nghiệp SMEs. Đó cũng chính là trọng tâm của Bộ công cụ xây dựng và quản trị chiến lược doanh nghiệp được các chuyên gia và chuyên viên của Công ty CP Thương hiệu và Quản trị ThanhS (website: www.thanhs.vn) nghiên cứu và phát triển từ những mô hình chiến lược cấp quốc tế, hỗ trợ doanh nghiệp từ kinh doanh đến văn hoá doanh nghiệp.

Bộ công cụ gồm 12 mô hình chiến lược đã được ứng dụng thành công và đăng ký quyền tác giả của ThanhS. Đây là những giá trị tri thức từ công sức nỗ lực, chất xám, kinh nghiệm của tập thể các Chuyên gia và chuyên viên ThanhS nhiệt huyết, đam mê nghề trong suốt 20 năm Tư vấn đồng hành cùng Doanh nghiệp Việt.

Để sẵn sàng cho cơ hội phát triển và phục hồi mạnh mẽ năm 2022, công ty ThanhS đã phát hành BỘ LỊCH TĂNG TỐC KINH DOANH 2022 với với thông điệp mạnh mẽ - “Mang đến nguồn năng lượng và trí tuệ giúp các doanh nghiệp có thêm động lực chiến đấu và bứt phá hơn”.





Trọn Bộ công cụ xây dựng và quản trị chiến lược được “đóng gói gọn gàng” trong từng trang lịch tương ứng với từng giai đoạn triển khai chiến lược của Doanh nghiệp.

Trọn Bộ công cụ xây dựng và quản trị chiến lược được “đóng gói gọn gàng” trong từng trang lịch tương ứng với từng giai đoạn triển khai chiến lược của Doanh nghiệp. Đặc biệt, mỗi trang mô hình đều có gắn kèm QR Code link với bài viết phân tích chi tiết giúp dễ dàng tra cứu chuyên sâu. Đây sẽ là cuốn cẩm nang dành cho những ai khao khát có một kết quả kinh doanh thật đột phá, không chỉ ở 365 ngày của 2022 và còn cho 365 ngày của các năm tiếp theo.

Với sứ mệnh đồng hành cùng bước phát triển của Doanh nghiệp Việt, Thanh's hy vọng, “cẩm nang thu nhỏ” này sẽ là món quà ý nghĩa dành tặng cho các doanh nhân, nhân sự quản lý, góp một phần nhỏ vào hành trình phục hồi và phát triển mạnh mẽ hậu Covid-19 của các doanh nghiệp.

Hương Thu