

Sức mạnh của đồng bộ hoá chiến lược

14:39 07/01/2019

Tại Hà Nội, Công ty cổ phần Thương hiệu và Quản trị Thanh's vừa tổ chức tọa đàm: “Sức mạnh của đồng bộ hoá chiến lược”.

Đây là sự kiện mở đầu năm 2019 tiếp nối chuỗi sự kiện “Cất cánh thành công 2018”. Tọa đàm có sự tham gia của nhiều diễn giả: ông Đoàn Đức Thuận - chuyên gia marketing chiến lược, ông Hoàng Trung Dũng - chuyên gia huấn luyện chiến lược và nhân sự; ông Nguyễn Ngọc Hưng, chuyên gia tư vấn chiến lược kinh doanh, Giám đốc Chiến lược của Thanh's.



Thực thi chiến lược, dễ hay khó?

Trong quá trình tư vấn chiến lược cho các doanh nghiệp Việt Nam, cả ở quy mô nhỏ, vừa và lớn, các chuyên gia từ Thanh's đã cùng đi đến nhận định, khoảng 85% chủ doanh nghiệp vừa và nhỏ không nắm vững tư duy và phương pháp chiến lược để có thể tự hoạch định chiến lược dài hạn và trung hạn cho doanh nghiệp. Đặc biệt, theo nhận định từ một chuyên gia cố vấn cao cấp, 90% doanh nghiệp Việt Nam cần được tái cấu trúc. Đây là vấn đề khá nghiêm trọng đối với

doanh nghiệp Việt Nam trong thách thức đối đầu với các doanh nghiệp toàn cầu, khi thế giới ngày càng “phẳng” hơn.

Những nhà quản trị (và những người học hỏi trở thành nhà quản trị) Việt Nam rất cần biết về sự đồng bộ hợp lực (synergy) trong hoạch định chiến lược và triển khai chiến thuật.

Những nội dung này được trình bày và thảo luận trong sự kiện “Sức mạnh của đồng bộ hoá chiến lược - Sự đồng bộ hợp lực của chiến lược - Marketing - Thương hiệu - Năng lực tổ chức” thông qua 3 nội dung chính:

Sự đồng bộ của chiến lược, thương hiệu và marketing - Ông Đoàn Đức Thuận - chuyên gia Marketing chiến lược.

Khoảng cách giữa chiến lược và năng lực thực thi của DN - Ông Hoàng Trung Dũng - Chuyên gia chiến lược và nhân sự, Chủ tịch học viện Kingsman.

Xây dựng BSC và KPI phục vụ mục tiêu chiến lược - Ông Nguyễn Ngọc Hưng - Chuyên gia tư vấn chiến lược kinh doanh, bán hàng, giám đốc chiến lược của ThanhS.

Ông Hoàng Trung Dũng cho rằng, năng lực của nhà thực thi chiến lược bao gồm: Khát vọng lớn, hành động nhỏ; Biết lắng nghe, sàng lọc thông tin đa chiều; Kỷ luật hà khắc và cam kết mạnh mẽ; Hùng biện và “đắc nhân tâm”; Sự nhất quán; Sự tận tâm, kiên trì, kiên nhẫn; Sẵn lòng ủy thác và trao quyền; Tự duy hệ thống; Biết cách kiểm soát cảm xúc.

Ông Dũng cũng nêu ra một số điều cần ghi nhớ, như: Cần trả lời 5 câu hỏi: Sản phẩm của chúng ta là gì? Khách hàng của chúng ta là ai? Khách hàng đánh giá cao điều gì khi đến với chúng ta? Chúng ta mong muốn điều gì? Làm thế nào chúng ta đạt được điều đó? Tránh hô khẩu hiệu như “tăng tối đa lợi nhuận”, “giảm chi phí”, “trở nên hiệu quả hơn” hay “tăng trưởng ấn tượng”. Tính khả thi của chiến lược phù hợp với thực tế, với nguồn lực phân bổ theo từng giai đoạn cụ thể, nhưng luôn dành sự ưu tiên cho sự cam kết và đội ngũ nhân sự.

Ông Nguyễn Ngọc Hưng nhận định: Chiến lược không tồi, nhưng triển khai tồi là 70% nguyên nhân làm CEO thất bại. Việc triển khai không chỉ là chiến thuật, nó là một kỷ cương và là một hệ thống.

Ông Hưng chỉ ra 7 nguyên nhân dẫn đến thất bại trong thực thi chiến lược, gồm: Thiếu sự quyết tâm và cam kết của ban lãnh đạo công ty. Thiếu sự đào tạo, truyền thông đến nhà quản trị cấp trung và nhân viên về tầm nhìn, mục tiêu và các nhiệm vụ chiến lược dẫn tới nhân sự không hiểu mục tiêu chiến lược của

công ty. Chưa xác định được các hoạt động cốt lõi, các hoạt động chiến lược trọng tâm, các yếu tố quyết định thành công. Năng lực công ty, năng lực nhân sự không đáp ứng được chiến lược. Các bộ phận và nhân viên không phối hợp được với nhau hoặc phối hợp thiếu hiệu quả. Thiếu đãi ngộ và tạo động lực cho nhân viên. Thiếu nguồn lực tài chính hoặc không kiểm soát được tài chính.

Do đó, ông Hưng đưa ra hệ thống BSC (Balance Scorecard) - Hệ thống quản lý giúp một tổ chức thiết lập, theo dõi và triển khai thực hiện chiến lược kinh doanh: giúp doanh nghiệp xác định và tập trung đo lường, cải thiện những nhân tố quyết định thành công của công ty; Cụ thể hóa chiến lược thành mục tiêu, chỉ tiêu và chương trình hành động; Phát triển hệ thống mục tiêu được liên kết và phân bổ đến các bộ phận và cá nhân trong công ty; Là công cụ giúp truyền thông, đào tạo toàn bộ nhân sự thấu hiểu và cam kết thực hiện các nhiệm vụ chiến lược.

10 bước cất cánh thương hiệu

Ngoài ra, cũng tại sự kiện lần này, ThanhS giới thiệu sổ tay 10 bước cất cánh thương hiệu, là phiên bản tóm tắt của cuốn sách 10 bước cất cánh thương hiệu, cuốn sách đầu tiên viết về quy trình xây dựng thương hiệu dành cho doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam, xây dựng trên quan điểm đồng bộ hợp lực chiến lược và bộ ấn phẩm “Cất cánh thành công”.

Bà Đặng Thanh Vân, chuyên gia tư vấn chiến lược thương hiệu, Tổng giám đốc Công ty CP Thương hiệu và Quản trị ThanhS đã chia sẻ lý do ra đời cuốn sách: “Liệu doanh nghiệp Việt Nam nhỏ và vừa có cách nào xây dựng được thương hiệu bền vững không? Hay việc xây dựng thương hiệu chỉ nên là “chuyện của các ông lớn?” Trăn trở này trong nhiều năm tư vấn và đồng hành cùng các doanh nghiệp đã thôi thúc tôi đúc kết thành quy trình 10 bước thương hiệu và là nội dung chính của cuốn sách”.

Qua 4 năm tiếp tục ứng dụng và triển khai quy trình 10 bước dành riêng cho doanh nghiệp SMEs và thậm chí ứng dụng cho các doanh nghiệp hàng ngàn tỷ đồng, nhiều kiến thức trong sách đã chỉ rõ: còn nhiều vấn đề chưa được các doanh nghiệp khai thác ứng dụng hết ví như Chiến lược văn hoá thương hiệu, xây dựng triết lý thương hiệu hay định hình kiến trúc thương hiệu... Với 1 cuốn sổ tay ngắn gọn chỉ 50 trang, cuốn sách bao gồm toàn bộ quy trình, mô hình và công thức xây dựng thương hiệu bền vững.

Với gần 20 năm đồng hành cùng cộng đồng doanh nghiệp vừa và nhỏ, ThanhS thấu hiểu những vấn đề mà doanh nghiệp đang gặp phải. Chuỗi sự kiện Cất cánh thành công do Công ty CP Thương hiệu và Quản trị ThanhS chủ trì tổ chức mong muốn chấp thêm hàng ngàn đôi cánh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ,

đưa doanh nghiệp cùng vượt qua các điều kiện cần để có thể cất cánh. Từ việc gia cường từng năng lực cốt lõi, chuẩn hoá các chiến lược cơ bản tới chỗ nâng cấp toàn hệ thống và huấn luyện đội bay.

Chuỗi sự kiện Cất cánh thành công đã trải qua 4 hành trình với 3 sự kiện chuyên môn và 1 sự kiện đào tạo: Chặng đầu tiên (30/03): Thiết lập và rà soát bản đồ bay. Những thách thức trong hoạt động xây dựng và triển khai chiến lược kinh doanh ở doanh nghiệp vừa và nhỏ. Chặng thứ 2 (29/06): Checkin tại sân bay. Từ chiến lược thương hiệu đến tối ưu trải nghiệm khách hàng. Chặng thứ 3 (28/09): Đôi cánh nào đủ lớn? Lãnh đạo và quản trị nguồn nhân lực - giải mã thành công của doanh nghiệp. Chặng thứ 4 (27/10): Khoá học khác biệt để dẫn đầu - Đào tạo và huấn luyện các bộ công cụ và phương pháp thực thi chiến lược từ kinh doanh đến thương hiệu theo mô hình đồng bộ hoá chiến lược.

Minh Anh