

WiNARE và công thức tăng trưởng từ công nghệ của Masan

10:27 18/09/2025

Trong quá trình chuyển đổi số, Masan (HoSE: MSN) tập trung vào những sáng kiến công nghệ gắn trực tiếp với mục tiêu tăng trưởng và hiệu quả tài chính. Cách tiếp cận này giúp doanh nghiệp đồng thời cải thiện vận hành, nâng cao trải nghiệm khách hàng và tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường.

WiNARE - bước ngoặt số hóa

Tại buổi gặp gỡ nhà đầu tư quý II/2025, ông Yuri Misnik, Giám đốc Công nghệ Masan Group, nhấn mạnh mục tiêu của chuyển đổi số là đơn giản hóa quy trình, tối ưu chi phí và nâng cao năng lực ra quyết định dựa trên dữ liệu. Những nền tảng như trí tuệ nhân tạo (AI) và hệ thống dữ liệu thời gian thực đang được triển khai linh hoạt, đáp ứng bài toán vận hành trên quy mô lớn.

Một trong những giải pháp công nghệ tiêu biểu là WiNARE - hệ thống đặt hàng tự động ứng dụng AI và dữ liệu thời gian thực, thay thế phương pháp thủ công trước đây. WinARE giúp nâng cao độ chính xác trong dự báo nhu cầu, giảm sai sót và cải thiện khả năng cung ứng sản phẩm tươi đến tay người tiêu dùng.

Hệ thống này cũng chứng minh khả năng tối ưu tài chính khi giúp tiết kiệm hàng triệu USD mỗi năm, giảm thất thoát sản phẩm và cắt giảm đáng kể khối lượng công việc cho nhân viên. Nhờ vậy, đội ngũ bán hàng có nhiều thời gian hơn để tập trung phục vụ khách hàng, thay vì xử lý thủ công như trước.

Không chỉ là công cụ vận hành, WiNARE còn góp phần nâng cao sức cạnh tranh cho các ngành hàng tươi sống, vốn được xem là lợi thế khác biệt của Masan. Hệ thống tự động hóa giúp doanh nghiệp duy trì nguồn cung tươi ngon, hạn chế hỏng hủ, qua đó củng cố niềm tin của khách hàng với thương hiệu.



Khách hàng mua sắm mặt hàng thịt sạch MEATDeli

Tối ưu chi phí, nâng chuẩn vận hành

Hiệu quả của WINARE thể hiện rõ trong thực tế. Thí điểm tại TP.HCM với 614 điểm bán, tỷ lệ hỏng hủ ở ngành hàng thịt mát đã giảm gần 2% chỉ trong 4 tháng, từ tháng 5 đến tháng 8/2025. Con số này tương đương hàng chục tỷ đồng chi phí được tiết giảm mỗi tháng.

Song song đó, tỷ lệ hiện diện hàng hóa trên kệ tăng từ mức 80% lên gần 90% trong cùng giai đoạn, dù tồn kho vẫn duy trì ở mức hợp lý. Việc hàng hóa luôn sẵn có không chỉ thúc đẩy doanh thu mà còn cải thiện trải nghiệm mua sắm, giúp giữ chân khách hàng tốt hơn.

Theo lộ trình, đến cuối năm 2025, gần 70% ngành hàng tại WinCommerce sẽ được vận hành tự động hoặc bán tự động. WINARE cũng sẽ tiếp tục mở rộng sang các ngành hàng đông lạnh, rau củ quả, hải sản và thực phẩm chế biến sẵn.



Người tiêu dùng tin chọn rau tươi sạch đạt chuẩn tại WinMart

Chuyển đổi số nhằm gia tăng lợi ích cho người tiêu dùng

Điểm khác biệt trong chiến lược chuyển đổi số của Masan nằm ở việc gắn kết chặt chẽ giữa công nghệ và hiệu quả tài chính. Thay vì coi công nghệ là công cụ hỗ trợ đơn thuần, Masan đặt ra yêu cầu rõ ràng: mỗi sáng kiến triển khai phải mang lại giá trị cụ thể, có thể đo lường được.

Không chỉ dừng lại ở WINARE, hệ sinh thái công nghệ của Masan còn giúp nâng cao năng lực quản trị chi phí, tối ưu quy trình vận hành và cải thiện chất lượng ra quyết định. Nhờ vậy, tập đoàn xây dựng nền tảng vững chắc để mở rộng quy mô mà vẫn đảm bảo hiệu quả và kiểm soát tốt nguồn lực.

Chính cách tiếp cận này tạo bộ phóng cho mạng bán lẻ của Masan hướng tới mục tiêu dài hạn: phát triển lên 8.000 cửa hàng vào năm 2030, đồng thời duy trì tốc độ tăng trưởng bền vững. Từ những con số thực tế, có thể thấy chuyển đổi số tại Masan không chỉ là câu chuyện công nghệ, mà là chiến lược phát triển toàn diện. Mỗi sáng kiến, điển hình là WINARE, đều góp phần trực tiếp vào tăng trưởng, tiết giảm chi phí vận hành và mang lại lợi ích thiết thực cho người tiêu dùng. Quan trọng hơn, đó còn là bước đi hiện đại hóa hạ tầng bán lẻ, nâng tầm trải nghiệm mua sắm tiện lợi, đủ đầy và an tâm cho hàng triệu gia đình Việt.

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan là một trong những doanh nghiệp tiêu dùng – bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam, với mục tiêu cung cấp sản phẩm và dịch vụ thiết yếu chất lượng cho người tiêu dùng trong nước và quốc tế. Hệ sinh thái của Masan gồm nhiều lĩnh vực tiềm năng tăng trưởng: hàng tiêu dùng nhanh (Masan Consumer với Chin-Su, Nam Ngư, Omachi, Kokomi Wake-Up 247), thịt có thương hiệu (Masan MEATLife với MEATDeli, Ponnies, Heo Cao Bồi), bán lẻ (WinCommerce với WinMart, WinMart+), trà và cà phê (Phúc Long Heritage), cùng vật liệu công nghệ cao (Masan High-Tech Materials).

Việt Anh