Sleader
Con đường đúng; tương lai sáng

NEWSLETTER
QUÝ 3

2022

www.sleader.vn

KHAI GIẢNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CHUYỂN GIAO "KỸ NĂNG THỰC HÀNH QUẢN LÝ" DÀNH CHO TT ĐO KIỂM VÀ SỬA CHỮA TBVT MOBIFONE (TMC)

TS. Dương Thu, Viện trưởng Viện NCPT Lãnh đạo Chiến lược phát biểu tại Lễ Khai giảng

Ngày 17/08 vừa qua, Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược phối hợp cùng Trung tâm Đo kiểm và sửa chữa thiết bị viễn thông Mobifone đã tổ chức Lễ khai giảng Chương trình đào tạo chuyển giao "Kỹ năng thực hành quản lý" dành cho Ban Giám đốc, đội ngũ quản lý và nhân viên chủ chốt của Trung tâm và các chi nhánh trên toàn quốc.

Tham dự Lễ khai giảng, có Ông Nguyễn Xuân Nghĩa – Giám đốc Trung tâm Đo kiểm và sửa chữa thiết bị viễn thông Mobifone, Ông Nguyễn Quang Vinh – Phó Giám đốc Trung tâm và TS. Dương Thị Thu – Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (Sleader) cùng các giảng viên và hơn 40 học viên tham gia chương trình đào tạo.

Để góp phần vào việc hiện thực hóa tầm nhìn của Tổng Công ty Mobifone đến năm 2035, là trở thành nhà cung cấp hạ tầng, giải pháp/nền tảng và dịch vụ số hàng đầu tại Việt Nam và quốc tế, Trung tâm Đo kiểm và sửa chữa thiết bị viễn thông Mobifone đã lựa chọn quản lý hiệu quả làm khâu đột phá. Vì vậy, việc trang bị những công nghệ quản lý hiện đại trong kỷ nguyên số cho đội ngũ cán bộ chủ chốt đã được Lãnh đạo Trung tâm ưu tiên thực hiện ngay trong năm 2022 với Chương trình đào tạo chuyển giao "Kỹ năng thực hành quản lý".

Khác với các phương thức đào tạo truyền thống, chương trình đào tạo chuyển giao "Kỹ năng thực hành quản lý" được thiết kế chuyên biệt cho Trung tâm với điểm mới là học thông qua thực tiễn công việc (learning by doing), học kiến thức đúng ngay từ đầu và thực hành trong công việc một cách tự giác và liên tục để trở nên thuần thục. Theo đó, người học sẽ có sự "chăm sóc đặc biệt" của các giảng viên – chuyên gia ở giai đoạn sau khi thực hiện đào tạo trực tiếp. Vì vậy, chỉ cần được học một lần và học đúng, các kỹ năng thực hành quản lý sẽ giúp học viên có thể áp dụng hiệu quả trong mọi hoàn cảnh, trong công việc cũng như cuộc sống. Kết thúc khóa học, mỗi học viên sẽ được đánh giá thông qua các bài thu hoạch cá nhân hoặc theo từng nhóm.

Phát biểu Khai giảng Khóa học, Ông Nguyễn Xuân Nghĩa, Giám đốc Trung tâm đã nhấn mạnh tầm quan trọng của việc áp dụng các kiến thức quản lý cốt lõi vào thực tiễn công việc, từ đó tạo ra được các kết quả vượt trội và mang tính đột phá không chỉ cho cá nhân mà còn cho cả Trung tâm và Tổng công ty Mobifone.

Đại diện cho đơn vị đào tạo, TS. Dương Thị Thu – Viện trưởng cũng mong muốn, với phương thức đào tạo chuyển giao công nghệ của Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược, các cán bộ quản lý của Trung tâm và các chi nhánh trên toàn quốc sẽ nắm vững và vận hành hiệu quả các kỹ năng thực hành quản lý cốt lõi trong công việc và cuộc sống, phục vụ tốt hơn và mang lại nhiều giá trị mới cho khách hàng và đối tác.

Chương trình đào tạo dự kiến sẽ kết thúc vào tháng 3 năm sau với hàng loạt các hoạt động chuyển giao tri thức đan xen.

Ông Nguyễn Xuân Nghĩa, Giám đốc Trung tâm phát biểu tại Lễ Khai giảng

CÀ PHÊ DOANH NHÂN TRẺ: KHỞI NGHIỆP – NHỮNG ĐIỀU TRƯỜNG HỌC KHÔNG DẠY BẠN

Giới thiệu chương trình

Có lẽ cụm từ "khởi nghiệp" đã trở nên rất quen thuộc trong xã hội ngày nay. Đây không chỉ là một trào lưu, mà còn là cách thức thế hệ trẻ lựa chọn để thể hiện ước mơ, tầm nhìn cũng như mong muốn tạo sự thay đổi. Nhiều nhà khởi nghiệp trẻ đã gặt hái được thành công chỉ từ những ý tưởng kinh doanh sáng tạo, thiết thực đối với xã hội và con người. Nhưng đó chỉ là bề nổi trong tảng băng chìm, bởi trên thực tế có đến 90% các công ty khởi nghiệp thất bại, 50% doanh nghiệp cố gắng qua được năm thứ 5, chỉ có 33% cố gắng hoạt động cho đến năm thứ 10, gần 40% công ty khởi nghiệp có được lợi nhuận, 82% thất bại vì không kiểm soát được dòng tiền.

Chia sẻ về khởi nghiệp, nhiều doanh nhân cho rằng họ đã trải qua ít nhất vài lần thất bại. Trong một cuộc tọa đàm về khởi nghiệp, một doanh nhân trẻ sau khi thành công đã chia sẻ rằng, không giống như những gì được học ở nhà trường, muôn vàn khó khăn đã đến với người khởi nghiệp chưa có kinh nghiệm, kết cục là anh ấy đã phải bán 2 căn nhà của gia đình để duy trì "đứa con tinh thần".

Trên thế giới, các điển hình thành công trong khởi nghiệp thường không phải những người có thành tích học tập xuất sắc ở trường. Chung Ju Yung, Bill Gate, Steve Jobs, Zuckerberg đều bỏ dở sự nghiệp học hành và chưa từng tốt nghiệp đại học.

Phải chăng các chương trình đào tạo về khởi nghiệp là không cần thiết hoặc không đảm bảo được thành công? Hay bản chất khởi nghiệp không giống như chúng ta nghĩ?

Để không phải lặp lại các thất bại hoặc trả giá đắt trong khởi nghiệp, các bạn trẻ nên học hỏi kinh nghiệm của chính những người trong cuộc, bên cạnh việc tiếp thu các lý thuyết hàn lâm trong nhà trường.

"Khởi nghiệp: Những điều trường học không dạy bạn" là những nội dung mà Cà phê Doanh nhân trẻ ngày 30/07/2022 mang lại cho các bạn trẻ.

Diễn giả

TS. Dương Thu là Nhà sáng lập, Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (Sleader)

Sau nhiều năm giảng dạy và công tác tại các trường đại học (Đại học Hà Nội, Đại học Kinh tế, ĐHQGHN), Chị quyết định khởi nghiệp khi không còn trẻ nữa. Đây có thể coi là một quyết định khó khăn, mạo hiểm và mang tính bước ngoặt đối với chị. Tháng 4/2017, Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (Sleader) ra đời, bắt đầu hành trình hỗ trợ doanh nghiệp Việt tìm "con đường đi riêng biệt", TS. Dương Thu chính thức rời trường đại học dấn thân vào kinh doanh và trở thành nữ doanh nhân khi bước sang tuổi 44.

Sau 5 năm xây dựng và phát triển, dưới sự lãnh đạo của TS. Dương Thu, Sleader đã đứng vững và bắt đầu khẳng định được thương hiệu nhà tư vấn chiến lược. Với cách tiếp cận thực tiễn kết hợp với các mô hình, công cụ quản lý thông minh do Viện Malik, Thụy Sỹ chuyển giao, Sleader đã trở thành đối tác tư vấn chiến lược cho nhiều doanh nghiệp hàng đầu ở nhiều lĩnh vực kinh doanh khác nhau như: Petrolimex, VAECO, GDC, VNH, Tiến Nông, MHDI, PVchem, Khu du lịch sinh thái Thung Nham, LAFCO.

Khách mời

Chị Lê Thị Hồng Trang hiện nay là CEO của C-Brewmaster Beer, Công ty bia thủ công hàng đầu của Việt Nam

Sau hơn 20 năm đảm nhận các vị trí quản lý khác nhau tại các tập đoàn toàn cầu như: AB InBev, Abbott, Coca-Cola, LG Electronics, Schmidt, chị đã quyết định khởi nghiệp. Với khát vọng cùng thực hiện ước mơ lớn là mang bia Việt Nam vươn tầm thế giới, chị đã đồng hành với của nghệ nhân nấu ủ bia Nguyễn Văn Cường xây dựng thương hiệu bia thủ công C-Brewmaster. Năm 2019, sản phẩm bia thủ công của C- Brewmaster đã được những kênh truyền thông quốc tế hàng đầu như: CNN, The Chanel News Asia dành nhiều lời khen về hương vị độc lạ, khác biệt từ những nguyên liệu thân thuộc trong cuộc sống của người Việt.

Dẫn chương trình

TS. Trần Thị Hồng Liên hiện là Phó chủ nhiệm Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Nhờ trải nghiệm sâu sắc với các doanh nghiệp/ tổ chức, cũng những hiểu biết từ hành trình khám phá văn hóa bản địa đa dạng tại nhiều quốc gia trên bốn châu lục, TS. Trần Thị Hồng Liên có một cách nhìn tươi mới về quản trị và khởi nghiệp. Điều này cũng sẽ được tìm thấy trong cuốn cẩm nang "Giải mã Chiến lược Đông Tây" mà chị là đồng tác giả. Với sứ mệnh "mang khoa học tới gần cộng đồng kinh doanh hơn" và hiểu rõ những khó khăn của start-up, ngoài các công trình khoa học đã được công bố cả trong và ngoài nước, TS. Trần Thị Hồng Liên còn tích cực tham gia nhiều dự án về khởi nghiệp, gần đây nhất là chương trình: "Phụ nữ khởi nghiệp ở Australia và Việt Nam" được Bộ Ngoại Giao và Thương mại (DFAT), Úc tài trợ.

Tháng 6 năm 2022, Chị đã chính thức trở thành một thành viên của cộng đồng huấn luyện viên khởi nghiệp quốc gia tại Việt Nam với cương vị mới là Huấn luyện viên khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

SLEADER ĐỒNG HÀNH CÙNG TIẾN NÔNG ĐỒNG TIẾN TRONG KHỞI NGHIỆP LẦN 2

TS. Dương Thu, Viện trưởng Sleader và Ông Nguyễn Hồng Phong, Tổng Giám đốc Công ty CP Công Nông nghiệp Tiến Nông chụp ảnh lưu niệm cùng các thành viên

Trong 2 ngày 06 – 07/07/2022, Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (Sleader) đã phối hợp cùng Công ty CP Công Nông nghiệp Tiến Nông tiến hành Chương trình đào tạo chuyển giao giải pháp tư vấn "Phát triển sản phẩm tốt hơn, đẹp hơn, rẻ hơn".

TS. Dương Thu, Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (Sleader) cùng nhóm chuyên gia đã trực tiếp trao đổi và thảo luận liên tục về 4 chủ đề cốt lõi với các thành viên trong Ban lãnh đạo Công ty, Giám đốc các nhà máy, đội ngũ cán bộ quản lý thuộc các phòng ban & trung tâm.

Với mục tiêu tập hợp trí tuệ tập thể để tạo ra những giải pháp đột phá và thực tiễn, chương trình đào tạo đã được thiết kế chuyên biệt bằng cách ứng dụng các ***công cụ quản lý thông minh*** để tạo nên môi trường học qua trải nghiệm, người học là chủ thể trung tâm để dẫn dắt, khơi gợi tối đa trí tuệ và năng lượng sáng tạo. Nhờ đó, các thành viên không chỉ tiếp thu kiến thức một cách tự nhiên mà còn có thể đề xuất những giải pháp chưa hề có tiền lệ, đem lại các kết quả vượt trội. Không phụ thuộc vào cấp bậc và vị trí công tác, các học viên không ngần ngại trình bày kết quả thảo luận, phản biện từ góc độ cá nhân vì một cộng đồng Tiến Nông thịnh vượng trong tương lai. Dựa trên nền tảng là kết quả thống nhất được từ Hội nghị Đồng hợp cùng với sự dẫn dắt của các chuyên gia thuộc Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (Sleader), các học viên đã tự mình kiến tạo nên những giải pháp phù hợp, cụ thể hóa lộ trình để phát triển sản phẩm của Tiến Nông đạt được đồng thời cả 3 mục tiêu ***"Tốt hơn,***

đẹp hơn và rẻ hơn".

Chương trình đào tạo đã tạo được hiệu ứng tích cực và truyền đến từng cán bộ nhân viên Công ty nguồn năng lượng dồi dào để sẵn sàng triển khai những giải pháp do chính họ tạo ra. Ông Nguyễn Hồng Phong, Tổng Giám đốc đã bày tỏ kỳ vọng rằng những phương pháp và công cụ quản lý thông minh của Sleader sẽ giúp tăng sức mạnh của từng cá nhân và tập thể Tiến Nông trong giai đoạn khởi nghiệp lần 2. Đây chính là khởi nghiệp cho người lao động, cộng đồng của Tiến Nông. Ông nhấn mạnh đến triết lý phát triển mà Tiến Nông sẽ tiên phong thực thi sắp tới, đó là khai thác năng lực sáng tạo thay cho sử dụng tài nguyên vật chất. Theo triết lý đó, các thành viên của Tiến Nông đều phải nêu cao tinh thần tự học, tự giải quyết vấn đề và không ngừng mở mang trí tuệ tầm nhìn của mình để cùng Đồng Tiến. Lời nói đi đôi với hành động, ngay trong lễ bế giảng Chương trình đào tạo, cùng với việc trao giải thưởng cho nhóm học viên có đóng góp xuất sắc nhất, TGĐ Nguyễn Hồng Phong đã tặng tất cả các học viên cuốn cẩm nang tinh hoa quản trị Giải mã Chiến lược Đông Tây, vừa được Viện Lãnh đạo Chiến lược (Sleader) xuất bản năm 2020.

Dự án tư vấn "Xây dựng giải pháp triển khai chiến lược cho Công ty Cổ phần Công Nông nghiệp Tiến Nông" đã ứng dụng những công cụ quản trị hiệu quả được chuyển giao từ Viện Malik, Thụy Sỹ. Đặc biệt, công cụ tương tác thông minh phương pháp Đồng hợp Malik đã tạo nên những đột phá để có được những giải pháp cụ thể, khả thi một cách nhanh chóng, hiệu quả gấp 80 lần so với cách thức triển khai thông thường. Kết quả của 2 ngày đào tạo chuyển giao tại Công ty cổ phần Công Nông nghiệp Tiến Nông, một lần nữa, minh chứng cho tính ưu việt của công nghệ quản trị hiện đại Malik, Thụy Sỹ, được vận dụng sáng tạo trong môi trường kinh doanh đặc thù của Việt Nam.

Một số hình ảnh trong chương trình đào tạo chuyển giao:

TS. Dương Thu, Viện trưởng Viện Lãnh đạo Chiến lược (Sleader) đang thuyết trình về tư duy hệ thống

Các thành viên tích cực làm việc nhóm

Thành viên trình bày kết quả làm việc nhóm

Tổng Giám đốc Nguyễn Hồng Phong tặng sách cho các thành viên Tiến Nông

NGÔI SAO THÁNG

NGÔI SAO THÁNG 7 VÀ THÁNG 8

ThS. Nguyễn Thu Trà

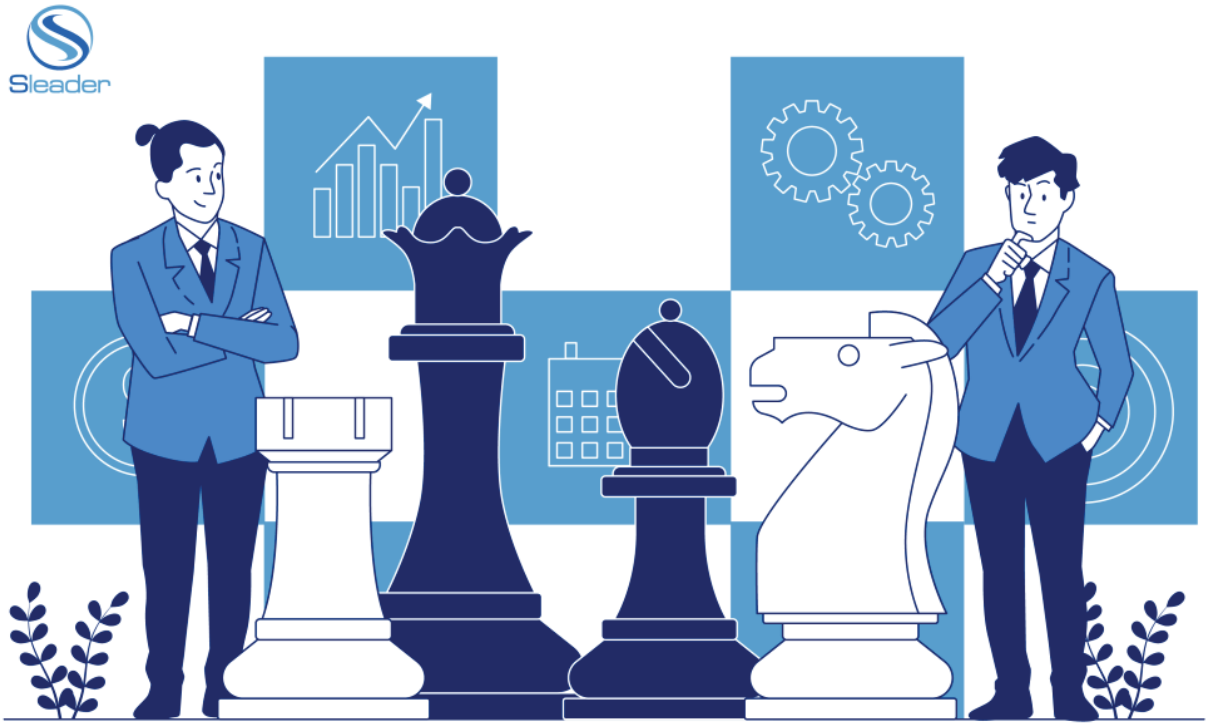
Trưởng phòng Quản lý dự án

NGÔI SAO THÁNG 9

Chị Ngô Thị Thu Thảo

Điều phối dự án

CHIẾN LƯỢC RA MẮT SẢN PHẨM MỚI DỰA TRÊN VÒNG ĐỜI SẢN PHẨM



Trong thế giới kinh doanh mà sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt, việc liên tục đổi mới và tung ra những sản phẩm khác biệt trên thị trường là một trong những yếu tố quan trọng để công ty trụ vững và vươn xa. Bài viết này sẽ đề cập đến các yếu tố quyết định thành công trong một chiến lược ra mắt sản phẩm mới, cùng với đó là đưa ra các phân tích về chiến lược tối ưu trong từng giai đoạn ra mắt sản phẩm.

1. Những yếu tố quyết định thành công của chiến lược ra mắt sản phẩm

Tiếp thị và Quảng cáo mạnh mẽ là chìa khóa

Trong giai đoạn đầu ra mắt sản phẩm, việc đẩy mạnh các hoạt động truyền thông và tiếp thị là một yếu tố then chốt để giúp sản phẩm tăng độ nhận diện trên thị trường và tăng thị phần một cách nhanh chóng. Việc cải thiện thị phần cho phép công ty đạt được quy mô hoạt động lớn hơn, nhờ vậy có thể tăng năng suất và giảm chi phí nhờ việc tận dụng lợi thế kinh tế nhờ quy mô.

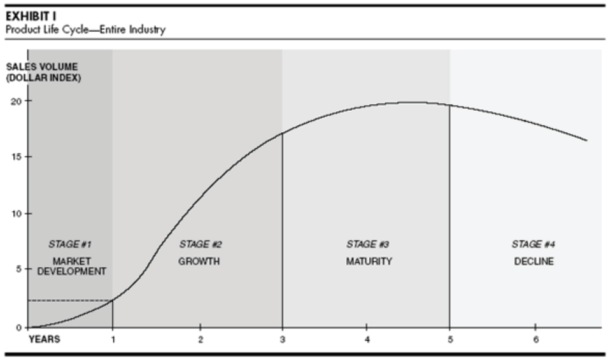
Tối đa hóa giá trị mang lại cho khách hàng

Một sản phẩm mới, chưa có thương hiệu cần thuyết phục khách hàng bằng cách mang lại những giá trị đặc biệt, và tốt hơn cả, là khác biệt trên thị trường. Do vậy, công ty cần đặc biệt chú trọng vào chất lượng của một sản phẩm mới. Chất lượng ở đây không chỉ nằm ở những yếu tố trực tiếp liên quan đến sản phẩm như hình dáng hay tính năng mà còn nằm ở cả những khía cạnh gián tiếp như quy trình bán hàng và chăm sóc khách hàng.

Giá sản phẩm là một yếu tố không quá quan trọng

Giá sản phẩm nên để ở mức tương đương với các đối thủ. Công ty không nên để giá sản phẩm thấp hơn nhiều so với đối thủ trừ khi có lợi thế đặc biệt về chi phí.

2. Chiến lược trong từng giai đoạn ra mắt sản phẩm sẽ quyết định sự thành công của doanh nghiệp với sản phẩm đó



Giai đoạn 1: Sản phẩm trong giai đoạn nghiên cứu và ra mắt thị trường

Đây là giai đoạn công ty "mạnh tay" chi trả cho việc nghiên cứu và tạo ra sản phẩm có chất lượng vượt trội trên thị trường. Như đã nói ở trên, yếu tố độc đáo, khác biệt là yếu tố cốt lõi để tạo nên sự thành công của một sản phẩm mới. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần đẩy mạnh chiến lược truyền thông, tiếp thị để sản phẩm đạt được độ nhận diện nhất định trên thị trường và chiếm lĩnh thị phần. Do đây là giai đoạn đầu tư nên doanh nghiệp không nên kỳ vọng sẽ thu về lợi nhuận mà thay vào đó, doanh nghiệp sẽ phải chấp nhận kết quả tài chính với các con số âm. Một trong những nguyên tắc trong giai đoạn đầu đó là "Chất lượng quan trọng hơn dòng tiền. Thị phần quan trọng hơn doanh thu."

Giai đoạn 2: Sản phẩm phát triển

Đây là giai đoạn mà sản phẩm đã bắt đầu được phủ sóng rộng rãi hơn. Doanh nghiệp vẫn có thể chọn sẽ đầu tư mạnh vào truyền thông và quảng cáo nếu sản phẩm đó bị cạnh tranh khốc liệt. Tuy nhiên, chiến lược truyền thông nên tập trung vào việc chỉ ra những khía cạnh khác biệt của sản phẩm trên thị trường thay vì chỉ đơn thuần giới thiệu sản phẩm đó với người tiêu dùng. Về khía cạnh tài chính, do sự gia tăng về mức độ phổ biến của sản phẩm, doanh thu sản phẩm có sự chuyển biến và đạt mức tăng trưởng đáng kể.

Giai đoạn 3: Sản phẩm trưởng thành

Đây là giai đoạn sản phẩm đạt mức lợi nhuận tốt nhất, bởi vì chi phí để sản xuất và truyền thông cho sản phẩm đã được cắt giảm. Tùy vào sản phẩm mà doanh nghiệp có thể quyết định sẽ cải tiến sản phẩm hoặc nghĩ đến các phương thức khác để chiếm được thị phần lớn hơn. Doanh nghiệp cần khảo sát thêm về ý kiến khách hàng cũng như nhu cầu của họ.

Giai đoạn 4: Sản phẩm tuột dốc

Sự cạnh tranh trên thị trường ngày càng khốc liệt do đã có nhiều doanh nghiệp nhìn thấy lợi nhuận và cho ra mắt sản phẩm tương tự. Doanh thu sản phẩm đi xuống do thị trường bão hòa và có nhiều sản phẩm thay thế. Doanh nghiệp cũng có thể lựa chọn sẽ không tiêu tốn thêm chi phí cho hoạt động marketing vì khách hàng tại thời điểm này có quyết định của riêng mình về việc họ sẽ trung thành với sản phẩm nào. Tại thời điểm này, doanh nghiệp có hai lựa chọn: một là sẽ ngừng sản phẩm hoàn toàn, hoặc thứ hai là sẽ nâng cấp và cho ra phiên bản mới của sản phẩm đó.

3. Xây dựng chiến lược đổi mới và ra mắt sản phẩm với Sleader

Chiến lược ra mắt sản phẩm mới cần phải nằm trong chiến lược phát triển tổng thể của doanh nghiệp. Cuốn sách "Navigating into the complexity" của giáo sư Malik sắp được ra mắt tại Việt Nam sẽ cung cấp cho độc giả một góc nhìn tổng thể về chiến lược phát triển doanh nghiệp trong bối cảnh phức hợp, trong đó đề cập cụ thể đến chiến lược đổi mới của doanh nghiệp để có thể đón đầu xu thế và phát triển dài hạn.

NHỮNG NGUYÊN TẮC VÀNG TRONG QUẢN LÝ

Những sự kiện mang đầy tính phức hợp diễn ra gần đây đã khiến cho các nhà lãnh đạo ở mọi loại hình tổ chức và mọi quy mô tự đặt ra cho mình câu hỏi: Làm thế nào để tổ chức của tôi tiếp tục được vận hành bài bản trong trạng thái "bình thường mới"? Một nhà quản lý tốt có thể dựa vào đâu để đưa tổ chức của mình phát triển bền vững trong thời kỳ bất định? Những người như Steve Jobs, Angela Merkel hay Andrew Carnegie có điểm gì chung? Câu trả lời là: Họ nắm giữ "chìa khóa" của Quản lý Đúng và Tốt.

Quản lý Đúng và Tốt?

Theo GS. Fredmund Malik, nhà sáng lập Tập đoàn Malik, Thụy Sỹ, cốt lõi của việc quản lý có thể được gói gọn lại trong cụm từ **"Quản lý đúng và tốt"**. Trong đó, quản lý đúng là làm đúng việc, xác định đúng mục tiêu, từ đó sẽ giúp doanh nghiệp vận hành hiệu quả và phát triển đúng hướng. Quản lý tốt là làm việc đúng cách, đúng phương pháp để có thể tối ưu nguồn lực, từ đó đạt hiệu suất trong công việc. Thực hiện việc quản lý tốt có nghĩa là: khi đứng trước nhiều phương án thực hiện, nhà quản lý phải so sánh lợi ích và chi phí của từng phương án, cân nhắc kỹ để lựa chọn giải pháp giúp đạt được kết quả cao mà phí tổn là thấp nhất. Trong khi quản lý đúng là hướng đến hiệu quả, thì quản lý tốt hướng tới hiệu suất trong thực hiện công việc. Giáo sư Fredmund Malik cũng đưa ra Bánh xe quản lý bao gồm 5 nhiệm vụ, 6 nguyên tắc và 7 công cụ để giúp quản lý có thể thực hiện được 2 mục tiêu đó là hiệu quả (quản lý đúng) và hiệu suất (quản lý tốt).

Các nhiệm vụ và công cụ trong quản lý

Để quản lý hiệu quả, cần đảm bảo hoàn thành 5 nhiệm vụ, bao gồm: Đề ra mục tiêu, Tổ chức và sắp xếp công việc, Ra quyết định, Giám sát – Đo lường – Đánh giá và Phát triển con người.

Để phục vụ mục đích quản lý, các nhà quản trị có thể sử dụng 7 công cụ: Các cuộc họp, Báo cáo, Công cụ sắp xếp công việc, Phương pháp làm việc cá nhân, Ngân sách và hoạch định, Đánh giá hiệu suất và "Xả thải" một cách có hệ thống những thứ không cần thiết.

6 nguyên tắc vàng để trở thành một nhà quản lý hiệu quả

Hiểu được những nhiệm vụ và công cụ của một nhà quản lý sẽ giúp ta hiểu rõ hơn những tiêu chí nào khiến họ đạt hiệu quả và hiệu suất tốt hơn trong tổ chức.

Nguyên tắc 1: Hướng vào kết quả

Một nhà quản lý có năng lực luôn hướng tới kết quả thay vì tập trung vào quá trình. Mục tiêu của họ luôn là "tổ chức đạt được gì", chứ không phải "tổ chức đã làm được gì", và điều này cũng buộc họ phải sử dụng những công cụ quản lý tốt hơn để hoàn thành các nhiệm vụ một cách hiệu quả hơn. Nguyên tắc này cũng thể hiện rõ nhất năng lực và thành quả của người làm quản lý.

Nguyên tắc 2: Đóng góp vào tổng thể

Đạt được kết quả thôi chưa đủ, nhà quản lý tốt sẽ tập trung tạo ra kết quả phù hợp với mục tiêu của tổ chức. Việc hướng toàn bộ sự tập trung vào một mục đích chung của tổng thể sẽ giúp họ sử dụng nguồn lực và các công cụ quản lý một cách tiết kiệm, hiệu quả, và đạt năng suất cao.

Nguyên tắc 3: Tập trung vào một vài thứ

Các nhà quản lý thường xuyên chịu nguy cơ phân tâm, phân tán nguồn lực. Bí quyết của những nhà quản lý thành công đó là sự tập trung. Các giám đốc điều hành hiệu quả chỉ làm từng việc một thôi. Chính vì vậy, để đạt hiệu quả cao nhất, nhà quản lý phải học được nguyên tắc tập trung, bởi vì nguyên tắc này gần như tự động đảm bảo tính chuyên nghiệp trong công việc nhờ vào việc sắp xếp thứ tự ưu tiên đúng đắn ngay từ đầu.

Nguyên tắc 4: Sử dụng điểm mạnh

Cả trong việc sử dụng nhân sự lẫn trong công việc cá nhân, nhà quản lý hiệu quả cần phải có tư duy tận dụng điểm mạnh chứ không phải tập trung vào việc loại bỏ điểm yếu. Một người chỉ có thể phát huy hết tiềm năng của mình khi được làm việc mình giỏi, thay vì phải liên tục cải thiện và làm những việc không thuộc sở trường. Một tổ chức cũng vậy. Một nhà quản lý tốt sẽ luôn chú trọng phát triển con người theo hướng tận dụng điểm mạnh, bởi họ hiểu rằng tổ chức chỉ mạnh khi các cá nhân đều mạnh.

Nguyên tắc 5: Lòng tin và sự tín nhiệm

Một nhà quản lý hiệu quả cần có lòng tin lớn vào tổ chức, cũng như phải có được lòng tin từ các thành viên trong tổ chức. Tinh thần tập trung cao độ và một lòng hướng tới mục đích chung sẽ giúp họ toàn tâm toàn ý với công việc, và như vậy sẽ mang lại hiệu quả cao hơn nhiều so với những người thiếu lòng tin. Sự kiên định, lòng trung thành và một tính cách chính trực là vô cùng quan trọng với người ở vị trí quản lý trong việc xây dựng lòng tin và tạo sự tín nhiệm.

Nguyên tắc 6: Suy nghĩ tích cực

"Làm thế nào để tìm ra cơ hội trong vấn đề?" và "Làm thế nào để tận dụng những gì có sẵn, dù tốt hay xấu, để tạo ra kết quả tốt nhất cho tổ chức?" là những câu hỏi thường trực với các nhà quản lý hiệu quả. Nguyên tắc này thúc đẩy các nhà quản lý phải nhìn nhận vấn đề với con mắt khách quan và luôn hướng tới kết quả tốt nhất có thể, đồng thời có một tinh thần vững vàng để làm chỗ dựa cho tổ chức.

Bắt đầu hành trình quản lý tổ chức/doanh nghiệp hiệu quả với Sleader

Trong một thế giới biến chuyển từng ngày, một nền tảng vững chắc về quản lý là điều bất kỳ tổ chức nào cũng cần. Với cuốn sách Quản lý – Những điều cốt lõi được Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (Sleader) mang tới độc giả Việt Nam, bạn đọc sẽ được tiếp cận với những lý thuyết bài bản nhất về nghề quản lý do GS.TS. Fredmund Malik đúc kết sau hơn 30 năm nghiên cứu, tư vấn và giảng dạy trên toàn thế giới.

Tìm đọc Quản lý: Những điều cốt lõi ngay trên Tiki hoặc liên hệ Ms Loan 0833660096 để nhận tư vấn trực tiếp từ Sleader.

XÂY DỰNG HỆ THỐNG QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP BẰNG TƯ DUY HỆ THỐNG

Với sự xuất hiện liên tục của kỹ thuật và công nghệ mới, đặc biệt trong công tác quản lý doanh nghiệp, môi trường kinh doanh đã và đang thay đổi, biến chuyển không ngừng với rất nhiều đối thủ cạnh tranh mới cùng những xu hướng mới. Chính vì thế, các chủ doanh nghiệp luôn phải trang bị sẵn sàng một hệ thống quản trị chuyên nghiệp để không chỉ phát triển bền vững, mà còn phải phát triển mạnh mẽ, mở rộng quy mô và nắm bắt cơ hội chuyển dịch cùng thị trường.

Một hệ thống quản trị bài bản có thể được áp dụng vào nhiều mô hình cũng như quy mô kinh doanh, là khung sườn để doanh nghiệp phát triển dù đang ở trong bất cứ giai đoạn nào. Thiếu đi hệ thống quản trị với những quy tắc và công cụ chuẩn mực ngay từ đầu, doanh nghiệp rất dễ rơi vào khủng hoảng khi có bất cứ biến động nào về nhân sự hay thị trường.

Hệ thống quản trị là gì?

Hệ thống quản trị là các cấu trúc và quy trình vận hành của một doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp hoạt động một cách có hệ thống, đảm bảo các quy trình diễn ra suôn sẻ và đạt kết quả theo kế hoạch. Các hệ thống quản lý hiện đại thường tuân theo chu trình lập kế hoạch, thực hiện, đánh giá và cải tiến PDCA (Plan – Do – Check – Act).

Một hệ thống quản trị hiệu quả được dựa trên các quy tắc và quy trình tối ưu, được sử dụng để kiểm soát mọi quy trình vận hành của doanh nghiệp. Vì vậy, hệ thống quản trị chính là nền móng cho sự phát triển liên tục và bền vững của doanh nghiệp nhờ những quy định, vai trò và quy trình đã được chuẩn hóa.

Hệ thống quản trị được sử dụng rộng rãi trong

mọi lĩnh vực và ngành nghề, từ các ngành sản xuất, vận tải, tới giáo dục và y tế, và một hệ thống tốt sẽ nhận chứng nhận đạt chuẩn ISO 9001.

Tại sao doanh nghiệp cần có hệ thống quản trị?

Để vận hành doanh nghiệp một cách hiệu quả, cũng như đảm bảo sự phát triển và sự sống còn của doanh nghiệp, nhà quản lý luôn phải trả lời 3 câu hỏi: (i) Làm thế nào để vừa làm hài lòng khách hàng, vừa phải tuân thủ đúng quy định và tiêu chuẩn của chính phủ?; (ii) Làm thế nào để đảm bảo chất lượng sản phẩm/dịch vụ bằng cách tối ưu hóa quy trình và phương pháp quản lý? và (iii) Làm thế nào để phát triển và mở rộng phạm vi tiếp cận khách hàng, tăng doanh thu liên tục?

Môi trường kinh doanh ngày một trở nên phức tạp hơn, liên tục mang đến những thách thức mới cho doanh nghiệp, bao gồm cả sự cạnh tranh lẫn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng trong mọi lĩnh vực. Một hệ thống quản trị được xây dựng bài bản là khuôn khổ và là bộ công cụ bắt buộc phải có, giúp doanh nghiệp vượt qua những thách thức này một cách dễ dàng và đảm bảo sự thành công bền vững.

Khi có được một hệ thống quản trị bài bản, nhà quản lý có thể nhanh chóng trả lời được các câu hỏi trên bằng những phương thức sau:

Trước hết, phải làm rõ các chỉ số hiệu suất trong tổ chức nhằm thể hiện chi tiết vai trò của mỗi thành viên và chỉ tiêu trong quy trình làm việc, qua đó tối ưu hóa quy trình và đảm bảo chất lượng của tổ chức;

Sau đó, cần truyền tải mục tiêu chiến lược đến tất cả các cấp trong tổ chức. Doanh nghiệp càng lớn thì càng khó thống nhất mục tiêu và tầm nhìn chung tới tất cả các phòng ban. Một hệ thống quản trị tốt sẽ giúp những kiến thức ngầm này thể hiện rõ hơn trong từng quy trình và từng chức năng nhiệm vụ của tổ chức;

Tiếp theo là giúp các phòng ban làm việc với nhau một cách trơn tru và hiệu quả hơn. Khi có một quy trình làm việc rõ ràng giữa các phòng ban, nhà quản lý sẽ dễ dàng cắt giảm thời gian làm việc liên bộ phận và nâng cao chất lượng công việc hơn rất nhiều;

Ngoài ra, cần tăng cường sự gắn kết giữa quản lý và nhân viên. Khi vai trò và nhiệm vụ của từng vị trí đã rõ ràng, vấn đề giao tiếp giữa nhân viên và quản lý sẽ suôn sẻ hơn nhiều. Sự gắn kết trong hệ thống nhân sự cũng giúp doanh nghiệp xây dựng đội ngũ chất lượng hơn và dễ dàng mở rộng quy mô hơn;

Và cuối cùng là cố gắng hết sức để đạt được mục tiêu lớn nhanh hơn. Với tất cả những lợi điểm nêu trên, doanh nghiệp sẽ sớm thực thi được chiến lược tổng thể bằng một bộ quy trình tiêu chuẩn, bài bản và với sự đồng lòng

của toàn bộ hệ thống nhân sự.

Các bước xây dựng một hệ thống quản trị bài bản

Để xây dựng được một hệ thống quản trị bài bản nhất, nhà quản lý cần đi qua đủ 4 giai đoạn của quy trình PDCA:

Giai đoạn 1: Khảo sát, đánh giá thực trạng

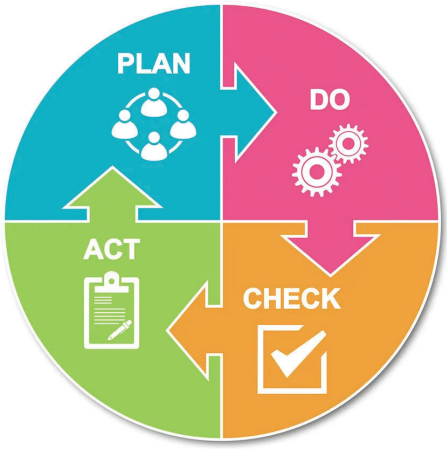
Trước khi bắt đầu xây dựng hệ thống quản trị, nhà quản lý cần đảm bảo xem xét đủ các yếu tố: Chiến lược kinh doanh, khách hàng, quy định và tiêu chuẩn về sản xuất, bộ tiêu chí đánh giá hiệu suất của mỗi phòng ban. Trên cơ sở đó, quản lý các phòng ban liên quan có thể đưa ra phương án điều chỉnh hệ thống quản trị một cách độc lập.

Giai đoạn 2: Lên phương án xây dựng hệ thống quản trị trên quy mô toàn tổ chức

Dựa vào mục tiêu và chiến lược kinh doanh và kết quả khảo sát từ giai đoạn 1, nhà quản lý có thể đưa ra phương án xây dựng hệ thống quản trị bài bản trên quy mô toàn doanh nghiệp. Bộ đề án bao gồm: Bộ chỉ tiêu hiệu suất (KPI), quy trình sản xuất/dịch vụ, bộ báo cáo mẫu, quy trình giao ban, dòng tiền doanh nghiệp.

Giai đoạn 3: Kiểm tra, rà soát

Trong quá trình thực thi hệ thống quản trị, nhà quản lý cần rà soát sát sao để kịp thời đưa ra phương án cải thiện, bổ sung nhằm hoàn thiện và tối ưu hóa hệ thống quản trị doanh nghiệp.



Giai đoạn 4: Hoàn thiện hệ thống quản trị

Hệ thống quản trị sau khi được rà soát và cải thiện liên tục từ 4 – 6 tháng có thể được coi là hoàn thiện. Dựa vào khuôn khổ này, doanh nghiệp cần liên tục đánh giá dựa trên tình hình thị trường thực tế để hoàn thiện thêm hệ thống quản trị bằng những công cụ mới hoặc quy trình mới.

Xây dựng hệ thống quản trị bài bản với Sleader

Với nhiều năm kinh nghiệm tư vấn cho doanh nghiệp, cùng bộ công cụ quản trị đạt chuẩn Châu Âu được chuyển giao từ Viện Malik, Thụy Sỹ, Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (Sleader) sẽ luôn là đơn vị đồng hành tin cậy của các doanh nghiệp trên hành trình đi tới thành công.

Để tìm hiểu rõ hơn về quy trình xây dựng một hệ thống quản trị hiệu quả và chuyên nghiệp, hãy liên hệ ngay với Sleader để được tư vấn trực tiếp.

Hotline: 0969 753 688
Email: info@sleader.vn
Website: https://sleader.vn/dich-vu-tu-van/

Chỉ đạo nội dung TS. Dương Thị Thu

Biên tập & Thiết kế Phùng Thị Hương

sleader.vn

Tòa nhà N02T1, Ngoại Giao Đoàn,
Xuân Tảo, Bắc Từ Liêm, Hà Nội

0965 965 368 / 024 3201 1519

info@sleader.vn