

NỮ DOANH NHÂN

BUSINESS WOMAN MAGAZINE

TOP 100 BÀNG GIA
CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
HIỆP HỘI PHỤ NỮ TRƯỞNG THÀNH VIỆT NAM (VACCO)

NO.137
MAY, JUN & JUL 2021

The SUMMER SPIRIT

FOUNDRESS CEO
SANDON A HOTELS & SPA RESORTS RESORT

Thân Thục Quyên

Người "trung chuyển"
những giá trị tinh thần

The "intermediary" for spiritual values

"Chấp nhận
rủi ro"
Sự mạnh mẽ
của nữ
doanh nhân

ENGLISH
TEXT FROM
PAGE 108

∞
clé de peau
BEAUTÉ

KHAI MỞ VẺ ĐẸP TỎA SÁNG

CLEDEPEAU-BEAUTE.COM



Hệ thống cửa hàng:

- Tầng 1 Diamond Plaza, Quận 1, TPHCM. DT: (028)38233315
- Tầng 1 Takashimaya, 92-94 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Quận 1, TPHCM. DT: (028)73004068
- Vincom Center Đồng Khởi, 72 Lê Thanh Tôn, Quận 1, TPHCM. DT: (028)666922461
- Parkson Hùng Vương Plaza, 126 Hùng Vương, Quận 5, TPHCM. DT: (028)36029662

- Tòa nhà Lotte Center Hà Nội, 51 Liễu Giai, Quận Ba Đình, Hà Nội. DT: (024)32676038
- 19 Bà Triệu, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội. DT: (024)39387787
- Cửa hàng Opera, 60 Lý Thái Tổ, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội. DT: (024)3266 9578

J'adore



EAU DE PARFUM MÛI
INFINISSIME

Chịu trách nhiệm đưa sản phẩm ra thị trường: Công ty TNHH L BEAUTY VIỆT NAM. Địa chỉ: Lô 17-02B, tầng 17, Vincom Center Đồng Khởi, 72 Lê Thánh Tôn, phường Bến Nghé, quận 1, thành phố Hồ Chí Minh. Số giấy xác nhận nội dung quảng cáo của sở Y Tế TP. Hồ Chí Minh: 8765/2021/XNQC_YTHCM



DIOR

Contents

NỮ DOANH NHÂN
BUSINESSWOMAN
#137 - MAY, JUNE, JULY 2021

NUOANHNNH.NET



COVER LADY **12**



THOUGHTS OF GENTLEMEN **24**



DARE TO DREAM **30**

Business

- 12 COVER LADY**
Founder & CEO,
Sanouva Hotel & TIA Wellness Resort,
THÂN THỰC QUYÊN
Người "trung chuyển" những giá trị tinh thần
- 18 BIZ INSPIRATION**
"Chấp nhận rủi ro" –
Sự mạnh mẽ của nữ doanh nhân
- 24 THOUGHTS OF GENTLEMEN**
CEO,
Tập đoàn FLG Việt Nam
DANE FORT
Khát vọng nâng cao chất lượng sống
cho người Việt
- 30 DARE TO DREAM**
Founder & CEO,
Happy Skin Vietnam,
EMMI HOÀNG
Câu chuyện của hạnh phúc và
niềm đam mê
- 36 BIZ HOW TO**
#Work from Home:
Làm thế nào để duy trì tinh thần đồng nghiệp
"online"?

Style

- 46 FASHION**
AntiHEAT
- 54 FASHION INSTYLE**
Into the Summer
- 56 BEAUTY**
Ms. Aquatic
- 60 BEAUTY TREATS**
Vẻ đẹp từ những bất toàn

Phấn má nâu đỏ
Summer Solstice
trong BST Bronzing mới
của Mars



Kem nền mới Dior
Forever Perfect
Cushion -
Diormania Gold
phấn nền giữ lâu

Son đường đỏ
màu Extra Lip
Tint trong BST
Bobbi Brown
x KAI



Mẫu túi **Twist PM**
phong cách thể thao
mới của **Louis
Vuitton**



Lifestyle

68 WHERE TO GO

Thiên đường sắc trắng

70 HERE WE GO AGAIN!

Shetaton Grand Đà Nẵng;
Đi tìm những niềm vui thân thuộc

Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa;
Hoan nghênh những trải tìm tĩnh lặng

86 COOKING

Đậm đà sắc vị vùng bản địa

92 EDUCATION

"Sợ hãi" – Chẳng có gì phải lo!

96 INSIGHTS

Chiến thắng nào khi không
sinh ra ở vạch đích?

104 LOVE AFFAIRS

Vượt định kiến,
yêu kiến định

122 SPECIAL

Chanel Factory 5:
Tôn vinh làn
hương thế kỷ



Mẫu đồng hồ
Grip Watch
mới của **Gucci**

QUOTE OF
THE MONTH

"Cho dù bạn đang là một doanh nghiệp dẫn đầu, bạn cũng phải luôn tự đổi mới để đứng vững trước khó khăn và không bị đối thủ vượt qua."

DANE FORT
CEO, TẬP ĐOÀN F&S VIỆT NAM



Contents



Những mẫu vòng tay trong
BST Tiffany T của
Tiffany & Co.

English Texts

110 COVER LADY

Founder & CEO,
Sanouva Hotel &
TIA Wellness Resort,
THÂN THỰC QUYÊN
The "intermediary" for
spiritual values

114 THOUGHTS OF GENTLEMEN

CEO,
FLG Vietnam
DANE FORT
A desire for higher living
standards of Vietnamese people

118 DARE TO DREAM

Founder & CEO,
Happy Skin Vietnam,
EMMI HOÀNG
A story of joy and passion

NỮ DOANH NHÂN
BUSINESSWOMAN MAGAZINE

A PUBLICATION FOR DYNAMIC, SUCCESSFUL AND CONFIDENT WOMEN
Circulation: 30,000 copies

Founder & CEO
NGUYỄN CÔNG MINH

Managing Editor
VÕ THỊ THU HIỀN

Editorial Board
JENNÝ VÕ
ĐĂNG THUY HỒNG

Creative Director
LÊ ĐỨC HIẾP

Subscriptions
TONY NGUYỄN
Email: tony@nudoanhnhan.net

Hotline
0906 450 854

Publishing Business Director
PHẠM TRUNG NAM
nampt@nudoanhnhan.net
Mobile: 0936 936 700

General Agency of Advertising
HCMC: Asia Pacific Holdings Ltd., Co.,
Floor 4, 104 Nguyễn Hữu Cánh St.,
Ward 19, Bình Thạnh Dist., HCMC, Vietnam
Tel.: (84-28) 35142068 | Fax: (84-28) 35140939
Email: info@nudoanhnhan.net
HUE: 29 Tô Ngọc Vân St., Huế
Tel.: (84-254) 3514206

Hanoi:
No 14, Apartment 2/46A, Thụy Khuê,
Tây Hồ, Hanoi
Tel.: (84-24) 62584123

Online reading at www.nudoanhnhan.net

Published by Asia Pacific Holdings Ltd., Co.,
Floor 4, 104 Nguyễn Hữu Cánh St.,
Ward 19, Bình Thạnh Dist., HCMC, Vietnam
nudoanhnhan.net is a registered trademark.

No content may be reproduced in
any form without prior authorization
of the owners.

Kỳ 3 - Tạp chí Thương Gia
Cơ quan ngôn luận của Hiệp hội Phát triển
Hàng tiêu dùng Việt Nam (VACOD)
Tòa soạn: 14, Khu chung cư 24/9A Thụy Khuê,
Tây Hồ, Hà Nội | ĐT: (024) 62584123

Văn phòng Nữ Doanh Nhân tại Miền Trung
28 Tô Ngọc Vân, Huế | ĐT: (0234) 3514206

Văn phòng Nữ Doanh Nhân tại TP.HCM
Tầng 4, 19M Nguyễn Hữu Cánh, P.19, Q. Bình Thạnh, TP. HCM
ĐT: (028) 35140686 | Fax: (028) 35140699
Email: toasoan@nudoanhnhan.net

Tổng Biên Tập
NGUYỄN THUY DƯƠNG

Trưởng Ban Nữ Doanh Nhân
NGUYỄN CÔNG MINH

Thư Ký Ban Nữ Doanh Nhân
VÕ THỊ THU HIẾN

Giám Đốc Sáng Tạo
LÊ ĐỨC HIỆP

Ban Biên Tập
JENNI VÕ
ĐẶNG THUY HỒNG

Biên Tập Tiếng Anh
TÔN THẤT HÒA

Operation Manager
HỒNG THỊ BÍCH THUY

Liên Hệ Thông Tin
bandoc@nudoanhnhan.net

Liên Hệ Phát Hành
TONY NGUYỄN
Email: tony@nudoanhnhan.net

Liên Hệ Quảng Cáo
PHẠM TRUNG NAM
nampt@nudoanhnhan.net
ĐT: 0938 938 700

BÙI KIM KHOA
khoaibk@nudoanhnhan.net
ĐT: 0908 45 08 54

Hotline
0908 45 08 54

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN
Số 535/GP-BTTTT ngày 19/11/2020
do Bộ Thông tin và Truyền thông cấp.
In tại Công ty Cổ phần In Trầm Phù,
71-75 Hai Bà Trưng, Q.1, TP.HCM
Nộp lưu chiểu tháng 7/2021.

Giá: 115.000 đồng

Đọc trực tuyến tại website www.nudoanhnhan.net

©Tất cả hình ảnh và nội dung trong ấn phẩm này thuộc bản quyền của Tạp chí Nữ Doanh Nhân. Mọi sự sao chép không được phép sẽ bị xem là vi phạm Luật Sở hữu Trí tuệ hiện hành của Nhà nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam.

There is always HOPE

Dạy chúng ta cách coi mở, thư giãn và theo đuổi những phút giây hạnh phúc, mùa hè đã thực sự đến nhưng có lẽ lại đang trở nên "mở nhất" hơn bao giờ hết bởi con sống mới của đại dịch. Nhớ lại khoảnh khắc trở về Sài Gòn trên chuyến bay từ Đà Nẵng trong chuỗi review "Here We Go Again" trở lại trong số báo lần này, xuyên qua cánh cửa mây bay, điều duy nhất chúng tôi nhìn thấy là bầu trời xanh tua tủa mới gọi của những chuyến đi đầy hy vọng và tự do. Nhưng ở thời điểm này, điều hy vọng mà chúng tôi có thể nghĩ đến lại là màu xanh của đội ngũ y bác sĩ ở tuyến đầu chống dịch. Dù bạn đang "work from home" hay vẫn có thể ngồi tại công ty làm việc cùng những công sự của mình, hoặc thậm chí đã có thật nhiều những tổn thương trong con đại dịch, mong rằng bạn vẫn giữ một màu xanh trong lòng mình, và vững tin rằng chúng ta có thể vượt qua tất cả.

Như cách mà gương mặt trang bìa của chúng tôi kỳ này, nữ doanh nhân **THÂN THỰC QUYÊN** - một "hotelier" chính hiệu đang ra sức nỗ lực trong ngành nghề gặp tổn thất nặng nề nhất là hospitality. Bên cạnh đó là câu chuyện đến từ **EMMI HOÀNG**, người phụ nữ đã từng gặp phải những vấp vấp với mong muốn mang đến "hạnh phúc" cho tất cả mọi người thông qua làn da của họ. Đặc biệt, sự góp mặt của quý ông **DANE FORT**, CEO Tập đoàn FLG Việt Nam sẽ càng cùng có hơn về tầm quan trọng của sức khỏe trong giai đoạn này.

Và còn những câu chuyện truyền cảm hứng khác trong số này với mong muốn tạo ra cho bạn thật nhiều sự tích cực và phần khởi trên con đường phía trước. Có lẽ khi mọi thứ không còn bình thường, điều chúng ta cần làm chính là thích ứng. Hãy thích ứng và tận hưởng với mùa hè này dù rằng nó thật khác. Và một lần nữa chúng tôi muốn nói rằng, dù bạn nghĩ rằng mọi thứ đã tối tệ đến đâu, ngày mai vẫn là một ngày mới, và chúng ta có thể bắt đầu nó với tất cả sự lạc quan và chân thành. Luôn có nỗi đau trước khi niềm vui đến, và đó là cách ta nên nghĩ về sự hy vọng.

BAN BIÊN TẬP

Summer breeze, summer free!

Để có thể cảm nhận mọi giá trị của niềm vui và hạnh phúc, sao không cùng điểm qua một số lựa chọn lý tưởng có thể đồng hành cùng bạn để tạo nên cả một vườn ươm đầy năng lượng trong khoảng khắc mùa hè giá trị này.

SẮC HÈ NGỌT NGÀO

Được yêu mến bởi phụ nữ khắp thế giới, giờ đây dòng son dưỡng biểu tượng Lip Glow của Dior được tái ra mắt với công thức mới chứa đến 97% thành phần có nguồn gốc tự nhiên. Với sự cải tiến trong công thức, bạn sẽ cảm nhận làn môi luôn được giữ ẩm suốt 24 giờ và giữ màu suốt 6 giờ với dưỡng chất từ dầu anh đào. Không chỉ đơn thuần là một cây son dưỡng, Lip Glow là một sản phẩm thiết yếu đúng hàng ngày cho mọi phái đẹp trong mùa hè này.

→ **Must-have:**
Dòng son dưỡng biểu tượng **Dior Lip Glow**.



TỰ DO THỂ HIỆN

Hãy để bộ sưu tập giày Let's Dance của Salvatore Ferragamo lấy cảm hứng từ khiếu vui cùng bạn nhảy mùa hè này! Những bước nhảy là thứ có thể chống lại mọi điều kiểm hãm ta, là nơi ta giải phóng mọi bức bối và khám phá chính mình một cách nguyên vẹn hơn. Kết hợp sự nhẹ nhàng và thoải mái, đồng thời được thiết kế theo nhiều kiểu dáng và phong cách khác nhau để mang đến một vẻ ngoài mới lạ, BST chính là bước chuyển mình hoàn hảo để tạo ra những điều tích cực trong giai đoạn "bất bình thường" này.

→ **Let's Pick:** BST giày "Let's Dance" của Salvatore Ferragamo.



ẨM THỰC NGUYÊN BẢN

Khi việc thưởng thức ẩm thực địa phương nguyên bản đã trở thành xu hướng thịnh hành thì thói quen ăn uống sạch và ủng hộ thực phẩm có nguồn gốc rõ ràng thậm chí còn trở thành ưu tiên hàng đầu đối với nhiều người trong thời kỳ đại dịch toàn cầu và giãn cách xã hội. Hãy cùng đầu bếp Dung Mai, người tiên phong trong phong cách ẩm thực mới này hiện đang áp dụng cho Zannier Hotels Bãi San Hồ tìm hiểu về những giá trị tinh hoa đến từ truyền thống qua việc thưởng thức ẩm thực tại các nhà hàng ở khu nghỉ dưỡng biệt lập cao cấp này.

→ **Let's Pick:** Trải nghiệm ẩm thực truyền thống Việt Nam tại **Zannier Hotels Bãi San Hồ**

"Loại chất độc nguy hiểm nhất chính là cảm giác ta có thành tựu. Và, cách giải độc là mỗi tối hãy nghĩ xem vào ngày mai ta sẽ có thể làm gì tốt hơn."

INGVAR KAMPRAD
FOUNDER TẬP ĐOÀN IKEA



Get the
COVER LOOK

Sơn li dạng ống Air
Matte Lip Color của nhà
mỹ phẩm nổi tiếng, MAC



Bảng màu mắt
Lau Bègen với
những sắc màu
trung tính cuốn
 hút, CHANEL



Kem nền
chống nắng
ESSENCE OF
VIOLET
Perfection
cho làn da
lưu loàng
nhưng
GUERLAIN

A "LITTLE" WOMAN WITH "BIG" VISION

Gặp nữ doanh nhân Thân Thục Quyên trong buổi phỏng vấn, chúng tôi mới có thể hiểu hết vì sao người phụ nữ nhỏ nhắn này lại có thể đảm đương nhiều công việc cùng một lúc. Thể hiện rõ đam mê cháy bỏng trong mỗi câu trả lời, gương mặt trang bìa của Tạp chí Nữ Doanh Nhân kỳ này chính là đại diện cho thông điệp mà chúng tôi muốn gửi gắm: Hãy cứ bước đi với tất cả hy vọng bởi, bạn sẽ nhận ra giới hạn của mình không bao giờ có điểm dừng!

Creative Director: HIEPLEDUC - Photo: THẠCH TRƯỜNG GIANG - Makeup & Hair: THY TRẦN



BUSINESS



—
 Founder & CEO,
 Sanouva Hotel & TIA Wellness Resort
 —

THÂN THỰC QUYỀN

*Người “trung chuyên”
những giá trị linh thân*

Trong giai đoạn đại dịch Covid-19 đang diễn biến phức tạp, Tạp chí Nữ Doanh Nhân đã có dịp gặp gỡ một nữ doanh nhân cũng là một “HOTELIER” chính hiệu của ngành khách sạn - ngành nghề đang chịu những ảnh hưởng nặng nề của cơn sóng khủng hoảng này. Nhưng dường như cơn sóng ấy không thể dập tắt được đam mê của nữ doanh nhân trẻ mang tên THÂN THỰC QUYỀN, người luôn tin rằng mỗi trải nghiệm đều có lợi ích đến thế nào, cũng sẽ mang đến cho cô sự trưởng thành mạnh mẽ, để bước tiếp và để lan tỏa những gì mình có đến cộng đồng..

Text: JENNI VÔ, HỒNG DẶNG - Creative Director: HIEPLEDUC - Photo: THẠCH TRƯỜNG GIANG - Makeup: THY TRẦN

CÔNG VIỆC YÊU THÍCH ĐẾN TỪ SỰ TÌNH CỜ

Xin chào chị Thục Quyên, hơn 10 năm dần dần vào con đường kinh doanh khách sạn, đâu ai của ngành nghĩ "mến khách" để lại trong tâm trí chị như thế nào?

Một yếu tố đặc thù của ngành khách sạn là đầu tư rất sâu sắc trong lòng tôi từ những ngày đầu, đó là môi trường này tạo nên một xã hội thu nhỏ. Với thành phần nhân sự đông đảo, nhiều bộ phận phòng ban, có sự tương tác phối hợp làm việc với nhau liên tục, "xã hội" của khách sạn là nơi tồn tại hầu hết những ngành nghề có bản trong cuộc sống với nhiều mối quan hệ giữa người và người. Vì vậy, việc vận hành khách sạn cho tôi cảm nhận như mình đang quản lý một hình thái xã hội đặc biệt, và trách nhiệm của tôi là phải tìm ra được mô hình tốt nhất để phát triển môi trường xã hội này, đem đến hạnh phúc cho tất cả các thành viên. Dù không có xuất phát điểm ban đầu từ ngành khách sạn, nhưng sự muốn màu muốn vẽ trong môi trường đó đã giúp tôi phát triển kỹ năng điều hành, hoàn thiện tâm nhìn quản lý của một "hotelier" chuyên nghiệp và theo đuổi ngành nghề này đến tận hôm nay.

Nếu không được đào tạo hay xuất thân từ ngành khách sạn, tâm thế của chị khi bước vào ngành là thế nào? Chị đã học hỏi thêm kiến thức chuyên ngành từ đâu?

Tôi vốn học ngành thương mại nhưng khi khảo sát phát triển sự nghiệp theo ngành ngoại giao. Việc tôi tiếp quản vị trí quản lý khách sạn Sanouva đầu tiên của gia đình là một dịp vô cùng tình cờ khi người quản lý khách sạn bất ngờ nghỉ việc trước thời điểm khai trương chỉ 2 ngày. Dù vô cùng hoang mang và không có chút kinh nghiệm khách sạn nào, tôi vẫn phải đảm đương trọng trách để hoạt động khai trương diễn ra thuận lợi với tinh thần chỉ là phụ trách tạm thời. Có thể nói một số nhân sự mới cho vị trí GM được phỏng vấn nhưng vẫn chưa tìm được người đồng chí hướng, và tôi đã có duyên theo nghề đến tận hôm nay với khối đầu công chứng nhân sự (cười).

Đó là những ngày mà mãi tôi không quên. Tôi đã gặp rất nhiều áp lực khi phải điều hành một cơ ngơi nhưng kiến thức chuyên môn lại chưa vững vàng. Tôi nhớ có những lần phòng vận tuyến được nhân sự cấp cao, tôi chỉ có thể hỏi họ những lý do chung mà không thể tìm hiểu mức độ chuyên sâu trong ngành của họ đến đâu, bởi chính tôi cũng là một người mới, chưa đủ năng lực để đánh giá khả năng của họ. Dù có ý thức học hỏi liên tục và có một số thành quả trong thời gian đầu điều hành, nhưng tôi cũng không thể tránh khỏi sự hoang mang trong nhiều quyết định và luôn có cảm giác kiến

thức của mình chưa đủ. Tôi đã suy nghĩ nghiêm túc về việc có theo ngành này hay không, và với câu trả lời là "có", tôi đã quyết định tạm ngưng một thời gian để xin vào làm tại một khách sạn 5 sao và đăng ký những khóa học online về quản lý khách sạn trong suốt 1 năm nhằm trang bị kiến thức thật chín chu và bài bản. Gần như tôi đã phải làm việc đến 12, 13 tiếng mỗi ngày và cố gắng tiếp tục xin vào kiến thức để có thể tự tin nói rằng mình đã học được tất cả cần phải học: cách thức điều hành một khách sạn. Sau thời gian chinh chiến 10 năm, tôi muốn nói rằng: tôi cảm ơn cuộc đời vì được làm đúng công việc mà mình yêu thích.

Tại sao chị chọn kinh doanh phân khúc khách sạn 3 sao ở điểm khởi đầu đó? Khi có khá nhiều khách sạn ở phân khúc này, sự khác biệt chị ấn định cho khách sạn của mình là gì?

Vào thời điểm khách sạn Sanouva Sài Gòn đầu tiên ra mắt thì mô hình khách sạn boutique tại Việt Nam chưa phổ biến, và việc hướng đến một thị trường "niche" mới mẻ nhưng nhiều tiềm năng như thế được xem như cơ hội của chúng tôi. Dù hướng đến phân khúc khách sạn 3 sao nhưng với phong cách boutique, tôi muốn tối ưu hóa trải nghiệm và mang đến dịch vụ cao cấp hơn các nơi thông thường của một người yêu khách sạn trong phân khúc này. Kế hoạch này ban đầu chưa nhận được sự tín tưởng của ba mẹ tôi, nhưng tôi vẫn quyết tâm thử, vì chỉ có cách thì mới biết được một điều gì đó có thể thành công hay không, đúng chứ?

Kết quả là trong vòng 4 tháng, Sanouva dưới sự quản lý của tôi bắt đầu có những bước chuyển mình như thay đổi quy trình làm việc, điều chỉnh giá phòng cùng một số dịch vụ gia tăng cộng thêm tạo nên sự khác biệt và đạt được điểm xếp hạng cao nhất trên những trang đặt phòng trực tuyến so với những khách sạn cùng phân khúc khác. Và cũng nhờ đó, một số gái trẻ như tôi lúc ấy cũng nhận được sự tin nhiệm cao hơn từ ba mẹ, giúp tôi cũng có nhiệt huyết để theo đuổi ngành kinh doanh này.

Vậy từ những ngày "chạm ngõ" ấy, chị đã đặt ra cho mình những mục tiêu gì? Chị đã tiếp nhận bước xa đến đâu trong ngành nghề mà chị được đặt vào không chủ định như thế?

Thật sự trong giai đoạn đầu, mục tiêu của tôi chỉ đơn giản là...chứng tỏ bản thân với ba mẹ (cười). Tuổi trẻ với tôi khát khao được thủ sắc, tôi vốn chỉ làm để thỏa mãn sự "cứng đầu" của chính mình. Thế nhưng sau một kết quả đạt được, từng ngày một tôi lại mong muốn phát triển nhiều hơn, mở rộng nhiều hơn và đặt cho mình nhiều mục tiêu để vươn rộng tâm voi.

Trong khi vẫn tiếp tục phát triển chuỗi khách sạn Sanouva ở TPHCM và Đà Nẵng, tôi lần sản

Là một nữ doanh nhân, chị định nghĩa như thế nào về hai chữ "thành đạt"?

Thành đạt là khi chúng ta làm được những gì mình muốn, đam mê để tiếp tục nó, có những người đồng hành cùng thực hiện những kế hoạch tương lai và cảm thấy hạnh phúc khi mang lại những điều tốt đẹp cho mọi người xung quanh.

sang phân khúc nghỉ dưỡng 5 sao với việc cho ra đời Fusion Maia Resort & Spa ở Đà Nẵng vào năm 2010. Tôi tự hào đây là khu resort nghỉ dưỡng đầu tiên tại Việt Nam dành tặng khách lưu trú gói spa ngay trong dịch vụ phòng và có thể an sàng mỗi lúc mọi nơi. Đây là ý tưởng tôi đưa ra dựa trên sở thích và kinh nghiệm nghỉ dưỡng của bản thân ở nhiều khu resort. Hiện tại, Fusion Maia Đà Nẵng vẫn được chúng tôi nâng cấp toàn bộ và đổi tên thành TIA Wellness Resort để tiếp tục phát huy ý tưởng spa trọn gói, mang đến trải nghiệm sống khỏe bằng cách tích hợp vào mỗi kỳ nghỉ những liệu trình tinh dưỡng đặc biệt, qua đó hỗ trợ việc khôi phục năng lượng và thay đổi nhận thức về mục đích sống của mỗi vị khách.

Thành công với mô hình nghỉ dưỡng spa tại Việt Nam, tôi lại khát khao mang ý tưởng của mình ra quốc tế. Và đó là lý do ra đời của Bhutanese Spirit Sanctuary, một khu nghỉ dưỡng bình yên ở đất nước hạnh phúc Bhutan mà tôi rất yêu quý. Đối với tôi, ngành khách sạn chính là cầu nối cho sự tiếp cận và giao lưu văn hóa của mỗi quốc gia, từ đó những người làm dịch vụ như tôi có thể tạo nên những sản phẩm chứa đựng nhiều giá trị tinh thần hơn cả những món đồ vật chất cho du khách. Để xây dựng một khách sạn ở đất nước đặc biệt giàu có về tinh thần như thế, đó là cả một quá trình tôi phải tìm hiểu về lịch sử và văn hóa. Tôi cũng thường xuyên đóng góp sáng lập dự quyết định xây dựng nên một khu nghỉ dưỡng phân ảnh đúng bản chất tinh thần của nơi nó tồn tại, kết hợp những triết lý văn hóa của Bhutan với những thảo đạo dựa vào phương pháp trị tẩy Himalaya để tạo ra dịch vụ "spa trọn gói" và độc đáo giúp nâng cao sức khỏe tinh thần và thể chất cho mọi người.

QUICK QUESTIONS:

3 từ mô tả về bản thân?

Quyết đoán - Thăng tiến - Kiên trì
Trong công việc, chị là hình mẫu người sắp như thế nào?

Ngay từ đầu, tôi hướng đến mô hình kinh doanh chuyên nghiệp nên tôi rất nghiêm khắc và nguyên tắc. Đôi lúc tôi bắt buộc phải chịu tổn thương để kiên quyết giữ giữ những nguyên tắc cốt lõi mà tôi đã đặt ra. Tuy nhiên ngoài công việc, tôi cũng là một người khá nhay cảm, nội tâm và rất quan tâm đến mọi người.

Đến lúc nghỉ hưu, chị nghĩ mình sẽ làm gì?

Khi không còn tạo ra giá trị cho xã hội tôi sẽ nghỉ hưu. Tôi mong muốn được làm công việc cố vấn cho các doanh nghiệp, đặc biệt là hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp, giúp các bạn giảm thiểu được rủi ro trong kinh doanh để phát triển doanh nghiệp bền vững.



THEO DƯỚI GIÁ TRỊ TINH THẦN VÀ TƯ DUY CỘNG ĐỒNG

Có thể thấy giá trị rất chu trong đến các giá trị tinh thần xung quanh hoạt động kinh doanh của mình, có đúng không?

Tôi luôn tin rằng tinh thần là yếu tố quyết định một thi liệu quan đến con người. Trong thời gian làm việc và tiếp xúc với rất nhiều phụ nữ, từ đối thủ nhân viên của mình đến người xã hội, tôi cảm nhận được sự mạnh mẽ của họ bởi tính chu toàn về mọi mặt, nhưng đôi khi họ quên đi điều quan trọng nhất cần quan tâm là dành thời gian yêu thương bản thân mình. Vì vậy, năm 2017 tôi đã cùng tham gia thành lập một doanh nghiệp xã hội lấy tên là She Will Be Strong để giúp đỡ phụ nữ mạnh mẽ hơn, cả về thể chất lẫn tinh thần. Các hoạt động chính của chúng tôi là những khóa học tự vệ, các lớp nhảy và Yoga cho nữ giới tại các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, chúng tôi cam kết trích góp 51% lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh để hỗ trợ mái ấm mẹ đơn thân, các trường học bị xâm hại tình dục, bị bạo hành gia đình nhằm giảm thiểu tỷ lệ nạo phá thai ở Việt Nam. Trong định hướng của các tất cả các dự án kinh doanh mà tôi theo đuổi, việc xây dựng và phát triển các giá trị tinh thần cho cộng đồng là mục tiêu chung mà chúng tôi sẽ cố gắng đạt được trong thời gian tới.

Là doanh nhân con nhà nòi, có triết lý kinh doanh nào của gia đình ảnh hưởng đến chị không? Đầu là đầu tiên riêng mang tên "Thần Thực Quyền" đã được phát huy từ nền tảng đó?

Lớn lên từ cái nôi doanh nghiệp của gia đình, nên tôi nhớ từ đã được nghe ba kể rất nhiều câu chuyện kinh doanh. Những kiến thức ấy cứ dần ngấm, hình thành trong tôi tư duy chiến lược và sự nhạy bén trên thương trường. Tôi luôn nhớ một điều cơ bản, yếu tố hàng đầu trong việc xây dựng chiến lược kinh doanh và kĩ năng lãnh đạo mà các thành viên gia đình tôi luôn nhắc nhở nhau, đó là tuân thủ đạo đức nghề nghiệp. Khi bước vào kinh doanh, tôi vẫn tôn trọng và giữ gìn triết lý ấy. Đối với tôi, và với tri thức hệ thống hóa, không phải là sự thay thế. Và vì tri thức hệ thống, tôi muốn phát triển khái niệm "đạo đức" ấy vươn xa hơn, thiết thực hơn, thể hiện tư duy cộng đồng qua từng dự án kinh doanh của mình. Đó là lý do vì sao tôi biết rất rõ khó khăn, nhưng tôi vẫn quyết định đầu tư ở Bhutan hay tham gia vào loại hình doanh nghiệp xã hội. Tôi từng đến triển khai là cả một câu chuyện gian nan, có những lúc tưởng chừng như không thể tiếp tục. Thế nhưng sau những áp lực đó, tôi đã rèn luyện được sự kiên nhẫn để tiếp tục bước đi, dần có thói quen, tôi tin rằng nó cũng sẽ mang đến cho tôi những bài học đáng giá.

Trong suốt gần hai năm Covid-19 vừa qua, ngành khách sạn chịu không ít ảnh hưởng, thậm chí là nghiêm trọng. Vậy có lúc nào chị thấy dao động không? Chiến lược kinh doanh của chị đã được điều chỉnh thế nào trong tình hình mới?

Thời điểm đầu của mùa dịch tôi vẫn chưa dao động vì cho rằng nó sẽ sớm được kiểm soát và kết thúc. Nhưng khi tình hình nghiêm trọng hơn và Việt Nam bắt đầu thực hiện cách ly xã hội, thật sự tôi có nhiều trăn trở và lo lắng. Vì hiểu rằng đây là một cuộc chiến đường trường, tôi biết mình cần phải hành động ngay nếu muốn doanh nghiệp tồn tại. Hơn lúc nào hết, đây là lúc những doanh nhân chúng mình khả năng thích nghi của mình được bắt kỳ thử thách nào của thị trường. Các chiến lược điều chỉnh tôi đưa ra trong giai đoạn này được áp dụng theo từng ngày, từng tuần chứ không còn là kế hoạch dài hạn theo quy hay năm nữa. Một là để linh hoạt thích nghi với sự biến động khó lường của dịch bệnh và đa dạng hóa nguồn doanh thu. Nếu đóng cửa khách sạn thì rất dễ nhưng để duy trì khách sạn hoạt động trong thời gian giãn cách xã hội là một quyết định đầy thách thức. Để làm được điều đó, chúng tôi điều chỉnh phân khúc tập trung vào nguồn khách nội địa, bên cạnh đó là nghiên cứu giới thiệu thêm nhiều gói dịch vụ "mang đi" như dịch vụ dọn phòng tại gia theo tiêu chuẩn khách sạn, dịch vụ vận chuyển thức ăn và phục vụ trà chiều tại địa điểm của khách hàng... tất cả nhằm tận dụng tối đa nguồn lực nhân sự sẵn có của chúng tôi, đồng thời đảm bảo lương tối thiểu cho đối thủ nhân viên.

Để doanh nghiệp hoạt động và phối hợp nhịp nhàng, những nguyên tắc hàng đầu chị đặt cho bản thân với tư cách người điều hành là gì?

Nguyên tắc đầu tiên của tôi chính là "sự tận tâm". Đây là điều bắt buộc phải có ở người đứng đầu doanh nghiệp. Tôi cần nó để đặt hết nhiệt huyết vào công việc, tìm thấy được niềm đam mê, từ đó tôi mới có thể cùng công sự cùng cấp được những sản phẩm dịch vụ tốt nhất cho khách hàng. Tiếp theo, một người điều hành không thể thiếu đi "tinh thần thực chiến". Suốt 10 năm qua tôi chưa bao giờ tắt điện thoại và kiên trì giải quyết tất cả các khó khăn xảy ra ngay cả trong tình huống không ngủ nghỉ. Và đến cuối cùng là "lòng biết ơn". Hơn ai hết, người điều hành doanh nghiệp phải là người luôn ý thức được lòng biết ơn, biết ơn với cuộc sống, với khách hàng cũng như đối thủ nhân viên. Khi lòng biết ơn trở thành phương châm sống thì mỗi sáng thức dậy tôi luôn cảm thấy hào hứng đối với cuộc sống này. Ngoài ba nguyên tắc đó, tôi cũng xem trọng "sự sáng tạo" nữa. Đối với ngành nghề có sự thay đổi và đảo thái nhanh này, bản thân tôi

luôn phải sáng tạo liên tục trong việc đưa ra sản phẩm mới và sáng tạo trong cả việc quản lý nhân viên cũng như đối nhân xử thế nữa.

Vừa là "người chủ" vừa là "người quản lý" trong doanh nghiệp của mình, chị làm thế nào để phân định hai vai trò này?

Đấy đúng là vấn đề đáng cần nhắc với các chủ doanh nghiệp. Thời gian đầu tôi cũng gặp nhiều khó khăn để giúp nhân viên hiểu rõ họ đang làm việc với tôi trên cương vị của một người quản lý chứ không chỉ là một người chủ đầu tư vào doanh nghiệp. Tôi phải chứng minh cho họ thấy năng lực của mình trong việc lên kế hoạch kinh doanh, áp dụng các quy trình quy chuẩn phù hợp và thực hiện được các nguyên tắc quy lý công bằng, chuyên nghiệp. Bước vào công việc, tôi luôn là một người quản lý tận tâm và đồng cam cộng khổ với nhân viên của mình. Mặc dù các khách sạn boutique của tôi phần lớn khởi đầu từ mô hình kinh tế gia đình, nhưng tôi muốn đó là một mô hình gia đình chuyên nghiệp, không có những cách hành xử cá nhân hay ỷ lại đặc biệt. Một phần trong công việc quản lý của tôi là liên tục phân tích những ưu, khuyết điểm của các doanh nghiệp, từ đó tìm các cách khắc phục và hoàn thiện để chúng tôi luôn có được một trường làm việc chuyên nghiệp đúng chuẩn.

SINH RA Ở VẠCH ĐÍCH, CANG PHẢI CỐ GẮNG NHIỀU HƠN

Bước vào ngành khách sạn trước khi thật sự có đam mê với nó, chị thấy niềm đam mê của chị với ngành này đang được nuôi dưỡng như thế nào?

Như đã chia sẻ, tôi có nghĩ mình yêu thích nghề ngoại giao nhưng sau đó nhận ra ngành dịch vụ lại phù hợp với mình nhất. Niềm đam mê này đến với tôi từ không phải quá sớm nhưng tôi nghĩ là thời điểm và đủ lớn để càng va chạm với thị trường khó khăn, tôi càng thấy yêu nghề hơn và không còn lúng túng về quyết định của mình nữa. Thế nhưng, không phải chỉ vì đam mê mà tôi kiên trì đi theo con đường kinh doanh này, bởi vẫn có câu "có thực mới vực được đạo", đúng không? Những doanh nghiệp do tôi đang điều hành cho dù vẫn có những ý tưởng kinh doanh xuất phát từ sở thích hay một quan tâm cá nhân là tốt, nhưng trước hết phải đạt được các tiêu chí, doanh thu vẫn phải đảm bảo để mang đến nguồn tài chính ổn định cho nhân viên và cho doanh nghiệp. Mọi người vẫn nói sẵn sàng làm việc vì đam mê, nhưng tôi nghĩ đam mê và thành công phải có sự liên quan với nhau. Vì đam mê không mang đến một sự thành công nhất định thì đối với tôi nó chỉ đơn thuần là sở thích. Còn nếu



“Sinh ra ở vạch đích là một may mắn, nhưng thay vì quan tâm mình có những gì, hãy nghĩ đến mình đã mang lại lợi ích gì cho xã hội.”

chúng ta có thể thành công với đam mê sẵn có, tôi chắc rằng chúng ta sẽ càng đam mê nó nhiều hơn.
Việc trở thành một nữ doanh nhân đem lại cho chị những điều “được” và “mất” ra sao? Nếu để làm lại chị có muốn dấn thân vào kinh doanh lần nữa không?

Tôi thấy được nhiều hơn mất. Công việc này cho tôi học hỏi rất nhiều điều mà dĩ nhiên trong trường lớp không thể có. Bên cạnh đó, tôi còn có được những mối quan hệ, những người bạn, những đôi tác, có được nhiều kinh nghiệm thành công lẫn thất bại trong điều hành và cuộc sống. Còn điều mất đi có lẽ là thời gian cá nhân và thời gian của những ngày đầu khi tôi vẫn còn loay hoay trong việc học hỏi và nâng cao kiến thức chuyên môn. Vì thế, nếu được làm lại, ngay từ đầu tôi sẽ chọn con đường đi này, tập trung học hỏi kiến thức, chuẩn bị hành trang cho mình tốt nhất để sớm có những bước đi vững chắc, nhanh hơn và xa hơn hiện tại.

“Khát vọng” trong kinh doanh là điều cần có, nhưng nếu sa đà nó có thể chuyển thành “tham vọng”. Chị có sợ chữ “tham” này không?

Chắc chắn có những lúc trong kinh doanh, chúng ta phải đứng giữa lựa chọn tham hay không tham. Trong những tình huống đó, tôi sẽ kiểm soát bản thân bằng cách nhìn lại kim chỉ nam kinh doanh của gia đình, đó là “Tâm và Đức”. Khi đưa ra quyết định kinh doanh, một doanh nhân cần xem xét mức độ ảnh hưởng tiêu cực của quyết định đó tới tất cả mọi người liên quan, từ đối tác, khách hàng đến nhân viên. Một quyết định win-win luôn luôn là một quyết định mà tôi lựa chọn. Chỉ cần luôn đặt đạo đức kinh doanh lên hàng đầu, thì trong những giây phút lung lay bởi chữ “tham” đây me hoặc, chúng ta sẽ luôn có những suy nghĩ tốt đẹp níu giữ, giúp ta tỉnh táo và sáng suốt tìm ra phương án tốt đẹp nhất.
Giới trẻ ngày nay có câu “Sinh ra ở vạch đích” dành cho những người được sinh ra trong gia đình có điều kiện. Là người cũng nhận được sự hậu thuẫn vững chắc từ gia đình, chị nghĩ chúng ta nên hiểu câu nói này thế nào?

Đối với tôi, nghĩa đen của câu nói này là sinh ra đã có tất cả và không cần phải cố gắng. Tuy nhiên, ở một ý nghĩa sâu xa hơn, tôi cho rằng một người nếu được sinh ra ở vạch đích thì bản thân họ còn phải cố gắng hơn rất nhiều. Việc được sinh ra ở vạch đích là một điều may mắn, vì họ không phải bon chen và chật vật trong cuộc sống, nhưng song song đó, nó mang đến một trọng trách vô hình mà mỗi người phải nỗ lực gấp nhiều lần để duy trì những giá trị mà người đi trước đã gây dựng. Mặc dù sống chung với gia đình nhưng từ nhỏ tôi đã rất độc lập vì hầu như ba mẹ đi công tác rất nhiều. Vì vậy, tôi luôn hướng đến sự độc lập trong cuộc sống và không muốn mọi người nghĩ mình dựa dẫm gia đình. Nếu cho rằng bản thân không cần phải làm gì vì đã có đủ đầy thì khi xã hội thay đổi, con người thay đổi, xu hướng thay đổi nhưng chính mình vẫn đứng đó thì có nghĩa là mình đang thụ lùi. Vì vậy, thay vì quan tâm đến việc mình đang có sẵn những gì, tôi quan tâm đến việc mình mang lại lợi ích gì cho xã hội và nỗ lực giúp đỡ những người xung quanh để họ cũng tìm được “vạch đích” của chính mình. ■

"CHẤP NHẬN RỦI RO"

Sự mạnh mẽ của nữ doanh nhân



KHI TẤT CẢ MỌI NGƯỜI ĐỀU THÍCH CHƠI NHỮNG VẤN BÀI AN TOÀN VÀ CHÚ Ý ĐẾN HIỆU QUẢ, AI SẼ CHẤP NHẬN TRẢ GIÁ CHO SỰ ĐỔI MỚI VÀ TIẾP CẬN RỦI RO?

họ nữ thường thích an ổn, nhưng khi một điều gì đó xảy đến, sự yếu đuối và mong manh sẽ không giúp ích được gì cho bạn, đặc biệt nếu bạn chọn con đường trở thành một nữ doanh nhân. Thách thức lớn nhất đối với các doanh nhân nữ là phải liên tục đẩy bản thân ra khỏi vùng an toàn, bạn không được phép nói "không", buộc mình phải đối mặt với những điểm yếu, nhìn nhận nó, chấp nhận sự thiếu sót và đưa công ty tiến lên. Con đường ấy chỉ có một, trừ phi bạn bỏ cuộc hoặc thay đổi phương pháp hay con đường định hình chính mình.

Trải nghiệm tuyệt nhất đến từ điều rủi ro nhất

Khi mọi thứ tốt đẹp, bạn dễ dàng lo lắng và bất mãn khi đối mặt với những điều không như ý, nhưng trong thời kỳ khó khăn như hiện nay, để trở nên mạnh mẽ và quyết tâm hơn, bạn phải tiếp tục học hỏi và thúc đẩy quá trình thích nghi của bản thân càng nhanh càng tốt. Để khi mọi thứ xảy đến, bạn sẽ rõ ràng về việc mình có muốn làm hay không và làm thế nào để tốt nhất có thể. Phụ nữ nói chung thường có xu hướng chọn những giải pháp thận trọng vì yếu tố gia đình, nhưng kinh doanh lại là câu chuyện khác, nó là một "cuộc đời thách thức" đòi hỏi bạn phải chấp nhận rất nhiều rủi ro để đạt được mục tiêu.

Năm 2011, Beth Mooney trở thành Giám đốc Điều hành của KeyCorp, Bank of America. Bà là nữ CEO duy nhất trong số 20 ngân hàng hàng

đầu nước Mỹ. Khi bắt đầu sự nghiệp, Mooney chỉ là thư ký của một ngân hàng địa phương ở Texas với mức lương 10.000USD mỗi năm. Nhưng bà sớm nhận ra rằng bà cần nhiều hơn thế. Bà đến một ngân hàng lớn ở Dallas với hy vọng có được một vị trí trong bộ phận đào tạo quản lý. Khi đến xin việc tại Ngân hàng Cộng hòa ở Dallas, bà quyết tâm từ chối rời đi trừ khi người quản lý đồng ý cho bà một vị trí. Sau ba tiếng đồng hồ chờ đợi, cuối cùng người quản lý đã bị khuất phục và đồng ý cho bà một cơ hội với điều kiện bà phải lấy được bằng MBA ngay trong đêm hôm đó. Đó chính là một trong những ví dụ về những nữ doanh nhân thành công trên thế giới khi dám hành động đúng cam trong bước ngoặt sự nghiệp của cuộc đời mình.

Trở ngại thực sự đối với phụ nữ khi làm kinh doanh không phải là tuổi tác, gia đình hay bất cứ một tác động nào đó, mà là vì họ có quá nhiều thứ "tôi nên làm" và quá ít điều "tôi muốn làm". Thật dễ dàng để ở trong vùng an toàn, nhưng cuộc đời vốn là nơi tiếp tục học hỏi và thử thách bản thân. Hãy dám mê một thứ gì đó và kiên trì với nó, nếu bạn tin rằng bạn có thể tạo ra những tác động tích cực, hãy sống đúng với giá trị của mình và kiên định với những gì đang làm. Khi tất cả mọi người đều thích chơi những vấn đề an toàn và chú ý đến hiệu quả, ai sẽ chấp nhận trả giá cho sự đổi mới và tiếp cận rủi ro? Đại dịch làm chúng ta lao đao, nhưng nó cũng ẩn chứa cơ hội. Để sau này khi nhìn lại cuộc đời mình, biết đâu bạn sẽ cảm thấy tự hào vì trong giây phút tưởng chừng không thể gắng gượng được nữa, bạn đã có thể làm được nhiều thứ như vậy vì dám đối diện với thử thách không ai ngờ.

Mỗi người đều có sự độc đáo của riêng mình. Là phụ nữ, bạn có những lợi thế riêng khác với nam giới, như khả năng quan sát mọi thứ một cách tinh tế, nhạy cảm với mọi biến đổi, và từ sự hiểu biết và thông cảm thực sự với công việc của những người xung quanh, bạn càng cần để cao tinh thần đối với mọi đề nghị mang đến sự linh hoạt đáp ứng hiệu quả trong công việc của từng cá nhân. Là một nữ doanh nhân, nếu bạn muốn bình đẳng,



Quy luật của sự liều lĩnh, đó là khi bạn dám mạo hiểm đi bước đầu tiên, bạn đã thành công được một nửa.

và nếu bạn muốn thứ quyền lực mà bạn hằng mong muốn, bạn cần phải bắt đầu chấp nhận rủi ro nhiều hơn, bởi vì mỗi khi né tránh rủi ro, bạn đang bỏ lỡ vô số cơ hội. Hãy hỏi bất kỳ nữ doanh nhân thành đạt nào, xem họ cảm nhận như thế nào về rủi ro, rất có thể câu trả lời của họ sẽ là chấp nhận chúng mỗi ngày. Dù có thể đôi khi sẽ thất bại, nhưng điều đó có sao đâu bởi vì chúng ta không thể đạt được bất cứ điều gì trừ khi chúng ta bắt đầu hành động. Khi chấp nhận rủi ro, hãy ghi nhớ luôn yêu cầu phản hồi từ đội ngũ lãnh đạo và những mạng lưới xung quanh, điều này sẽ giúp giảm thiểu rủi ro và giữ cho chúng ta luôn trên đà phát triển.

Thương trường vẫn được ví như chiến trường, nhưng nó không đơn thuần là câu chuyện cạnh tranh lẫn nhau, mà đó là chiến trường nơi bạn có thể bảo vệ binh lính ngày qua ngày và luôn sẵn sàng cho những thử thách không xác định. Quy luật của sự liều lĩnh, đó là khi bạn dám đi những bước đầu tiên, là xem như bạn đã hoàn thành được một nửa.

Chấp nhận rủi ro phải đi cùng biện pháp kiểm soát

Rủi ro lớn nhất mà bạn từng chấp nhận là gì, bạn có nhớ không? Và cảm giác khi làm điều ấy, bạn không quên chứ. Chẳng hạn như việc bạn phải chuyển đến một quốc gia khác vì sự điều động nhân sự, hay bạn rời khỏi một tổ chức mà bạn đã có một sự nghiệp đáng mơ ước và rồi trở thành một doanh nhân.

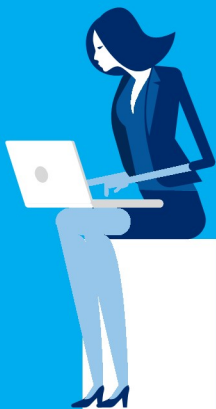
Là một người làm chủ, bạn đương nhiên phải chấp nhận những rủi ro có tính toán, từ việc tuyển dụng người đến việc phát triển các chiến lược phù hợp giúp doanh nghiệp đạt được mục tiêu và hơn thế nữa. Các quyết định cho mỗi tình huống đều dựa trên thông tin thực tế, đó là những số cứ để bạn có thể kiểm soát tình hình dù biết rằng lựa chọn không an toàn là một điều phải chọn nếu bạn muốn tiến lên. Ngay cả những phụ nữ tự tin nhất cũng có thời khắc nao núng khi gặp rủi ro. Nhưng họ thường biết rõ giới hạn và khả năng của mình đến mức bằng lòng để tiếp tục dù rủi ro có thể xảy ra. Bạn đang tránh những quyết định mà đem đến cho bạn sự sợ hãi về kết quả "có thể" xảy ra, nhưng việc dậm chân tại chỗ thì thất bại để phát huy hết khả năng như thế sẽ chứng minh bạn có những bước phát triển vượt bậc so với người khác. Để thay đổi một điều gì đó, bạn cần đánh cược với nó. Nhưng chấp nhận rủi ro không có nghĩa là bạn phải hành động

**"CUỘC SỐNG VỐN DĨ
CÓ NHIỀU RỦI RO.
CHỈ CÓ MỘT RỦI RO
LỚN NHẤT MÀ BẠN NÊN
TRÁNH BẰNG MỌI GIÁ,
VÀ ĐÓ LÀ RỦI RO KHI
KHÔNG LÀM GÌ CẢ."**

Diễn giả người Mỹ DENIS WAITLEY



3 BƯỚC CHIẾN LƯỢC ĐỂ TỰ TIN CHẤP NHẬN RỦI RO:



1 Cân bằng cảm xúc và tính logic: Một thứ tồn tại trong nỗi sợ hãi của chúng ta thì bạn luôn nghĩ rằng nó rủi ro cao hơn. Tuy nhiên, đó không phải là cách chính xác để đánh giá rủi ro. Bạn lái một chiếc xe hơi và không cảm thấy rủi ro, nhưng khi phát biểu trước đám đông lại cảm thấy có thể xảy ra rủi ro rất lớn. Tuy nhiên, khả năng bạn bị thương hay tai nạn khi ngồi sau tay lái cao hơn nhiều so với việc bạn đối mặt với “sân khấu” của chính mình và thuyết phục những khán giả có mặt. Vì vậy, trước khi quyết định không làm điều gì đó vì cảm thấy e sợ, hãy dành vài phút để suy nghĩ về mức độ rủi ro thực tế mà bạn phải đối mặt.

2 Dành sức lực cho từng bước đi nhỏ: Có rất nhiều bước bạn có thể thực hiện để giảm thiểu rủi ro phải đối mặt. Trước khi phát biểu, bạn cần dành nhiều thời gian để luyện tập bài phát biểu, điều này có thể làm tăng cơ hội thành công của bạn. Hoặc trước khi trở thành doanh nhân, bạn phải làm nhiều việc khác để có nguồn vốn khởi nghiệp. Dù bạn vẫn phải biết cách chấp nhận rủi ro, nhưng những bước đi nhỏ mà chắc chắn cho bạn sự tự tin nhiều hơn, nhờ đó những rủi ro không đáng có sẽ không xảy ra nữa.

3 Hiểu rõ chỉ mạo hiểm cho những điều hữu ích: Nếu việc thực hiện một bài phát biểu trước đám đông chỉ đơn thuần giúp bạn cải thiện khả năng giao tiếp thì mục đích đó chưa đủ. Hãy nghĩ đến những lợi ích to lớn hơn khi những khán giả ấy cũng có thể chính là những đối tác tiềm năng của bạn. Vì vậy, hãy luôn nghiên cứu đối tượng của bạn trong mọi vấn đề, để đảm bảo bạn đã có sự hiểu biết xứng đáng trước khi có bất kỳ hành động nào. Đặc biệt, đừng quên có kế hoạch B, C hay thậm chí đến Z, một doanh nhân giỏi là người có thể xoay trở khi gặp trục trặc mà không cảm thấy tự mãn.

liều lĩnh, mà hãy dựa trên các thông số đã được nghiên cứu cẩn thận. Bạn cần biết thành công của mình sẽ như thế nào, để từ liệu rằng bản thân có chịu được những đòn thất bại và đối lấy những thành quả xứng đáng như thế hay không.

Những thử thách mà chúng ta gặp trong cuộc sống, bao gồm cả những thách thức mà chúng ta chấp nhận, đều là những yếu tố giúp mỗi người phát triển lòng dũng cảm và sự quyết tâm. Khi đối mặt với rủi ro và học cách chấp nhận rủi ro để biến nó thành một phần của cuộc sống, bạn sẽ có thể học cách bỏ đi nỗi sợ hãi thất bại và tập trung vào những gì có thể học được từ tất cả những trải nghiệm mà rủi ro ấy mang đến, ngay cả đó có là những kết quả tồi tệ nhất.

Trong môi trường kinh doanh hiện đại, những phụ nữ sẵn sàng mạo hiểm để gìn giữ uy thế của mình sẽ cho phép phân biệt họ với các đối thủ bị bỏ lại phía sau. Nếu không có rủi ro, các nữ doanh nhân sẽ không gặp thất bại và do đó sẽ không thể học hỏi từ những sai lầm của chính mình. Tất nhiên khi kinh doanh chẳng ai mong muốn thất bại và chúng ta vẫn có thể học hỏi từ những kinh nghiệm tích cực. Tuy nhiên, bài học từ thất bại có thể nói là một "thành quả" sẽ dạy cho mỗi cá nhân những kỹ năng quan trọng ở lại với chúng ta suốt đời. ■

Nếu không có rủi ro, các doanh nhân sẽ không gặp thất bại, và sẽ chẳng có bài học đáng giá nào từ những sai lầm của mình.

Bài học vô giá từ chấp nhận rủi ro:

- ➔ Niềm vui có được từ hành trình, không phải đích đến: Nếu khởi nghiệp giống như một chuyến xe đi trên đường đời, thì kiến thức chính là nguồn nhiên liệu cho hành trình đó của bạn. Đừng lo lắng quá nhiều về đích đến, chỉ cần tận hưởng toàn bộ chuyến đi, tiếp tục đổ xăng đầy bình và nâng cao đầu tiên tới.
- ➔ Rủi ro sẽ lùi bước trước sự tỉnh táo: Chia khóa để xử lý rủi ro là chấp nhận chúng một cách thông minh, điều này đòi hỏi sự hiểu biết về loại rủi ro bạn đang gặp. Tất nhiên, luôn có những điều không chắc chắn - đó là lý do tại sao nó được gọi là "rủi ro", nhưng bạn có thể xếp ván bài có lợi cho mình bằng cách cập nhật kiến thức, phản ứng nhanh nhạy và kiên trì.
- ➔ Những điều tốt đẹp cần có thời gian: Mọi thứ vốn không hoàn hảo ngay từ đầu, điều đó đòi hỏi bạn phải nhẫn nại và không bỏ cuộc. Khi đến cuối cuộc đời, đã có rất nhiều người hối hận về những ước mơ mà mình chưa thực hiện và ước có nhiều thời gian hơn hiện thực hóa chúng.
- ➔ Cuộc sống vốn công bằng: Chúng ta thường hạnh phúc khi giới một thứ gì đó, và chúng ta thường chỉ giới khi đã đầu tư rất nhiều công sức vào nó. Không có gì miễn phí cả.
- ➔ Lạc quan đón nhận kết quả: Thất bại có đáng sợ, nhưng thất bại với phong thái của người sẵn sàng chấp nhận sẽ đáng giá hơn rất nhiều. Dù kết quả có ra sao, lòng tự trọng của bạn vẫn sẽ lớn dần cùng niềm tự hào dám nghĩ dám làm.

43%

phụ nữ sẵn sàng chấp nhận những rủi ro lớn nếu chúng liên quan đến sự thăng tiến trong sự nghiệp.

69%

phụ nữ chịu được những rủi ro nhỏ xuất hiện để phát triển sự nghiệp của họ.



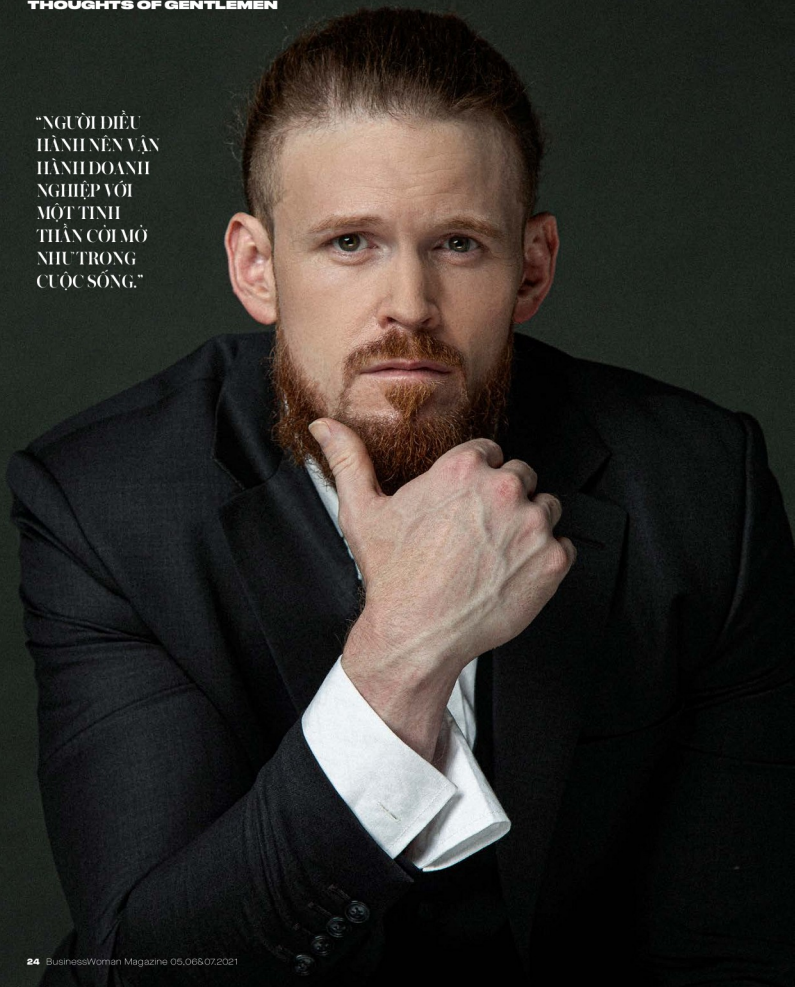
**“NẾU MỌI THỨ
TRONG TÂM
KIỂM SOÁT,
NGHĨA LÀ BẠN
ĐANG ĐI CHUA
ĐỦ NHANH”**

*Vận động viên đua xe Công thức 1
MARIO ANDRETTI*

* Theo “Nghiên cứu về khả năng lãnh đạo của phụ nữ: Kỳ vọng, khả năng phục hồi, Phẩm chất” của KPMG năm 2019.



"NGƯỜI ĐIỀU
HÀNH NÊN VẬN
HÀNH DOANH
NGHỆP VỚI
MỘT TÌNH
THẦN CÒI MỎ
NHƯ TRONG
CÚC SỐNG."



CEO,
Tập đoàn FLG
Việt Nam

DANE FORT

KHÍT TẠO
NÂNG CAO
CHẤT LƯỢNG
SỐNG CHO
NGƯỜI VIỆT

NẾU XEM “CUỘC SỐNG LÀ MỘT MÓN QUÀ” THÌ MỖI NGƯỜI CHƯA DOANH NGHIỆP ĐỀU MONG MUỐN NHẬN ĐƯỢC NHỮNG MÓN QUÀ ĐẲNG GIỮ TRÊN HÀNH TRÌNH CHINH PHỤC SỰ NGHIỆP CỦA MÌNH. LÀ DOANH NHÂN DANE FORT - CEO CỦA TẬP ĐOÀN FLG VIỆT NAM LUÔN TIN RẰNG, SỰ NHƯỜNG NÓ LỰC CỐNG HIẾN CỦA ÔNG, MÓN QUÀ TỐT ĐẸP NHẤT ÔNG CÓ THỂ NHẬN ĐƯỢC LÀ KHI MỖI NGƯỜI DÂN VIỆT NAM ĐỀU SỞ HỮU MỘT SỨC KHỎE TỐT TỪ MỘT LỐI SỐNG LÀNH MẠNH.

Creative Director: HIEPLEDUC - Text: JENNI VÕ HỒNG ĐĂNG - Photo: THẠC TRƯỜNG GIANG - Stylist: DMYTRO GUCHKO

ĐỔI MÔI LIÊN TỤC TẠO NÊN KHÁC BIỆT TRONG KHÓ KHĂN

Xin chào ông Dane Fort, sau một năm điều hành doanh nghiệp dưới tác động của dịch Covid-19, ông và đội ngũ lãnh đạo đã tạo nên lối công ty theo tinh thần thế nào?

Dưới sự tác động của đại dịch, chúng tôi có một số nguyên tắc ứng xử nội bộ mà mọi nhân viên đều tuân thủ theo, đó là KALE: Từ tế (Kindness), Chân thật (Authenticity), Yêu thương (Love) và Chính trực (Integrity). Trong đó, sự chính trực và lòng tốt là những thứ chúng tôi tận dụng nhiều nhất trong thời gian này. Mỗi khi đưa ra những quyết định khó khăn, không chỉ tôi, mà tất cả các thành viên trong công ty phải luôn hướng đến mục tiêu chung mà cả tập thể đã đề ra và

đang hướng đến. Với mỗi bước đi, tôi luôn đề cao việc giao tiếp cởi mở và chân thành với đội ngũ nhân viên cũng như hướng đến sự hòa nhã, tử tế với khách hàng. Chúng tôi luôn nói ra sự thật mỗi khi cần thiết để giải thích một vấn đề nào đó. Để làm được điều này, tôi luôn trao quyền cho đội ngũ nhân viên và tin tưởng vào những quyết định của họ. Và chính sự nỗ lực ấy của đội ngũ chính là nguồn cảm hứng mạnh mẽ cho tôi tiếp tục bước qua thời kỳ này.

Trong năm vừa qua, chúng tôi nhận thấy FLG có nhiều hoạt động hướng đến cộng đồng nhằm nâng cao nhận thức về sức khỏe. Các hoạt động này có đáp ứng được kỳ vọng về mặt tài chính của doanh nghiệp không, thưa ông?

Mỗi hoạt động của chúng tôi đều đóng một vai trò quan trọng trong kế hoạch đầu tư tổng thể.

Trong đó, sứ mệnh chúng tôi hướng đến là thay đổi cuộc sống của gần 100 triệu người dân Việt Nam vào năm 2025. Tại sao ư? Bởi vì hiện còn một bộ phận rất lớn dân số không được tiếp cận với y tế dự phòng hay còn gọi là các biện pháp phòng ngừa bệnh tật, dẫn đến tỷ lệ tử vong do bệnh mãn tính đang tăng dần trong thập kỷ qua. Các hoạt động cộng đồng cũng dựa trên những dịch vụ của chúng tôi, nên dĩ nhiên, khi cung cấp dịch vụ chúng tôi cũng có lợi ích về tài chính. Tuy nhiên, doanh thu cao hay thấp còn phụ thuộc vào chất lượng dịch vụ và độ phủ của thương hiệu. Vì vậy, ưu tiên của chúng tôi lúc này là tiếp tục giữ vai trò tiên phong cũng như đưa thể dục thể thao và y tế dự phòng đến với đại đa số người dân. Mặc dù điều này có thể khiến chúng tôi giảm doanh thu trong thời gian ngắn, nhưng tôi tin rằng kết quả tài chính dài

hạn không tính đến lợi ích xã hội sẽ là rất lớn. Từ hành trình nỗ lực lập nên Kỷ lục Guinness Thế giới, đến cung cấp nội dung số không giới hạn trên các trang mạng xã hội của *California Fitness & Yoga* và ứng dụng *Li Well* để thúc đẩy mọi người tham gia tích cực hơn, chúng tôi đang không ngừng tạo ra nhiều cơ hội cho mọi người tiếp cận các dịch vụ thể dục thể hình một cách dễ dàng nhất có thể.

Theo ông, bức tranh của ngành sức khỏe, thể dục thể hình và phong cách sống tại Việt Nam mà FLG theo đuổi trong những năm tới sẽ có sắc màu như thế nào? Dự đoán này cho ông sự lạc quan hay cay đắng trong hành trình hành doanh nghiệp?

Với tôi, triết lý sống và điều hành doanh nghiệp của người đứng đầu luôn có phần tương đồng với nhau, nghĩa là người điều hành phải vận hành doanh nghiệp với một tinh thần coi mình trong cuộc sống vậy. Tôi tin rằng cơ hội luôn tồn tại cho tất cả mọi người, và trong ngành này cũng thế. Tuy nhiên, để có thể nắm bắt được chúng, ai cũng đòi hỏi phải có sự cần cù, nỗ lực và tập trung cao độ.

Do dịch Covid-19 trong năm 2020 của qua, chúng tôi đang cố gắng hiện thực hóa cuộc cách mạng về sức khỏe và quá trình này đang được đẩy nhanh hơn. Mọi người đã chú ý hơn về tầm quan trọng của sức khỏe và luyện tập khi đại dịch bùng phát. Trong nỗ lực để đại chúng có thể tham gia rèn luyện sức khỏe một cách tiện lợi nhất, *California Fitness & Yoga* đã hợp tác với nhiều đối tác trong các trung để tiếp tục mở rộng nhiều dịch vụ thể dục thể hình dành cho mọi lứa tuổi, mọi nhu cầu.

Tôi tin đây là những yếu tố quan trọng công hưởng lẫn nhau, cấu thành nên một tương lai thú vị cho ngành sức khỏe và thể dục thể hình trong thời gian tới. Vì vậy, trong khi nhận thức tình hình thực tế, chúng tôi quản lý doanh nghiệp trên cơ sở minh bạch về tài chính, đồng thời nhìn về tương lai và mạnh dạn đưa ra những bước đi mạo hiểm mà chúng tôi tin rằng có thể giúp *California Fitness & Yoga* dần dà chạm đến cuộc sống của 100 triệu người Việt Nam.

Vậy đâu là những yếu tố tiên quyết để một doanh nghiệp có thể đứng vững trước khó khăn, thưa ông?

Đây là một câu hỏi rất thú vị, nhất là trong hoàn cảnh hiện nay. Tôi có thể chia sẻ rằng hay yếu tố không thể thiếu đối với người đứng đầu doanh nghiệp đó là tâm nhàn, các nguyên tắc hoạt động. Trong khi nhàn, hơn lúc nào hết doanh nghiệp còn phải có được một đội ngũ luôn chủ động trong công việc, những người luôn hết

minh không chỉ để phát huy hết những tiềm lực, giá trị của bản thân mà còn vì sự phát triển chung của doanh nghiệp. Và cuối cùng, đó là tinh thần sẵn sàng đối mới của doanh nghiệp. Cho dù bạn đang là một doanh nghiệp dẫn đầu thị trường, chỉ có cách luôn đổi mới chính mình mới giúp bạn luôn đứng vững trước mọi khó khăn và không bị các đối thủ vượt qua.

Cụ thể tập đoàn FLG và thương hiệu California Fitness & Yoga đã có những định hướng chiến lược kinh doanh thế nào trong giai đoạn này?

Chúng tôi đã nhanh chóng thay đổi trong thời điểm hiện nay và thậm chí luôn đổi mới từng ngày. Có thể kể đến một số định hướng mới nổi bật của chúng tôi như thúc đẩy hợp tác với nhiều đối tác nhằm gia tăng cách thức tương tác cho hội viên và khách hàng. Đồng thời, chúng tôi cũng tiếp tục phát triển mảng kinh doanh cốt lõi bằng cách cung cấp giá trị công thêm cho hơn 250.000 hội viên thông qua việc tăng cường đào tạo nhân viên theo chuẩn quốc tế và trang bị cơ sở vật chất tiên tiến hiện đại. Điển hình như việc thời gian qua chúng tôi ra mắt chuỗi video hướng dẫn tập luyện *CALLHOME* nhằm khuyến khích hội viên vận động ngay cả khi ở nhà; ứng dụng *Li Well* của chúng tôi cung cấp những nội dung luyện tập cao cấp, vừa tăng sự tương tác giữa hội viên với chúng tôi; chương trình *tiNiFit* hợp tác với *tiNiWorld* nhằm tạo cảm hứng tập luyện cho các em nhỏ, thay đổi tư duy của cả gia đình về việc rèn luyện sức khỏe; hay

trước chúng tôi không hề nghĩ tới. Tinh thể hiện tại thay đổi rất nhanh, buộc doanh nghiệp phải phản ứng linh hoạt và nhanh chóng. Chính bởi tư duy luôn đổi mới đã giúp cho *California Fitness & Yoga* luôn được duy trì một cách bền bỉ. Dù đã trải qua một số lần gần cận xã hội ở những thời điểm khác nhau nhưng mỗi khi mở cửa trở lại, chúng tôi đều ghi nhận kỷ lục về doanh số và số lượng hội viên "check-in" tại phòng tập.

TÔN TRỌNG VÀ TRAO QUYỀN CHO ĐỘI NGŨ TUYẾN ĐẦU

Áp lực lớn nhất mà ông phải đối mặt trong vai trò CEO trong những năm qua là gì?

Ông làm thế nào để vượt qua được chúng?

Có lẽ thành tựu lớn nhất của tôi khi đảm nhận vị trí CEO này là tìm ra được đội ngũ thực sự muốn làm cho công ty và cho ngành công nghiệp sức khỏe, hiểu được điều gì đã đưa chúng tôi đến vị trí hiện tại, điều gì chúng tôi cần thay đổi để tiếp tục phát triển cũng như cân bằng được giữa tâm nhàn và quy trình làm việc với nhu cầu của cơ đồng trong từng giai đoạn. Về bản chất, tôi cho rằng việc giữ được sự cân bằng là vấn đề phức tạp và khó điều chỉnh nhất mà hầu hết các CEO đều phải đối mặt. Nhưng để vượt qua áp lực này, tôi đã học cách làm cho bản thân cảm thấy thoải mái trước những tình

huống không thật mới.

Ngoài ra, tôi cũng chú trọng xây dựng một đội ngũ lãnh đạo xung quanh là những người hiểu được triết lý và định hướng của tôi. Điều này có nghĩa là với mỗi giờ đồng hồ tôi dành để làm việc với họ, thì sau đó tôi có thể có đến 30 - 60 giây được nhìn thấy nhiều hoạt động triển khai mà không cần tôi phải trực tiếp xuống tay vào. Đó là một phương pháp thực sự rất hữu ích.

Triết lý lãnh đạo của ông được truyền cảm hứng từ đâu? Nguyên tắc hàng đầu ông áp dụng trong điều hành là gì?

Tôi không thể nói chính xác mình đã có ảnh hưởng về phong cách lãnh đạo từ đâu hay từ ai, có lẽ chủ yếu đến từ những trải nghiệm thực tế của chính mình. Từ những đặc biệt, tôi có 3 nguyên tắc điều hành được áp dụng nhiều nhất xuyên suốt những năm qua. Đầu tiên là phương pháp kim tự tháp ngược, nghĩa là những nhân viên tuyến đầu trực tiếp tiếp xúc với khách hàng sẽ là những người định hướng cho tất cả các

“TRÁCH NHIỆM CỦA NGƯỜI LÃNH ĐẠO LÀ PHẢI GIÚP NHÂN VIÊN CÓ ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC TRONG RẪNG HIỆP LÀ MỘT PHILÊN CỦA CÁC SỬ MỆNH LÀ MỤC TIÊU CỦA CÔNG TY.”

chương trình tư vấn dinh dưỡng cho hội viên trong bệnh đường là một phần vô cùng quan trọng bởi việc gần gũi với đồng nghiệp như số hùn một sự khỏe tốt.

Thông qua tất cả chiến lược đổi mới này có thể thấy rất nhiều dịch vụ của chúng tôi đang được cung cấp thông qua các mối quan hệ hợp tác chiến lược. Đây có lẽ là sự dịch chuyển lớn nhất của chúng tôi kể từ khi đại dịch xảy ra. Đặc biệt, các định vụ số hóa được cung cấp miễn phí cho tất cả mọi người, đây là hoạt động chính của chúng tôi ở thời điểm hiện tại, điều mà hai năm



"CHODÙ BẠN
DANG LÃ MỘT
DOANH NGHIỆP
DẪN DẪU, BẠN
CŨNG PHẢI LUÔN
TỰ ĐỔI MỚI ĐỂ
DỨNG VỮNG
TRƯỚC KHÓ KHĂN
VÀ KHÔNG BỊ ĐỔI
THÌ VƯỢT QUA."

QUICK QUESTIONS:

● *Ba từ khóa mô tả về bản thân ông?*

Tú tế - Đáng tin cậy - Tích cực.

● *Điều gì khiến ông tự hào nhất trong công việc hiện tại?*

Tôi tự hào khi có thể trở thành một trong những người tiên phong về đề cao sức khỏe tinh thần tại Việt Nam - một vấn đề đang cần được chúm sóc hơn bao giờ hết.

● *Ông đưa phong cách sống khỏe vào gia đình hay với những người thân yêu của mình như thế nào?*

Hãy trở thành hình mẫu bạn muốn thế giới thay đổi theo, đặc biệt là trong gia đình của bạn.

kế hoạch hành động phù hợp. Đội ngũ lãnh đạo theo đó sẽ hoạt động như những người hỗ trợ, có nhiệm vụ phân bổ các nguồn lực cần thiết để đạt được những mục tiêu đề ra đó.

Điều thứ hai là tôn trọng và trao đổi những cuộc gặp gỡ ngẫu nhiên và trao đổi bất chợt. Tôi và các cộng sự luôn cố gắng thực hiện điều này nhiều nhất có thể, bởi việc có thể trao đổi với nhau thoải mái sẽ giúp toàn thể nhân sự hiểu nhau hơn, từ đó có thể đồng lòng đạt tới mục tiêu chung. Do đó, văn phòng của chúng tôi được xây dựng như một không gian mở, không chia từng khối văn phòng cụ thể. Chúng tôi cũng thường xuyên tổ chức những buổi tiệc cho nhân viên ngay tại văn phòng, cũng như các cuộc gặp gỡ cả ở lãnh đạo và nhân viên giao lưu, quen biết thêm nhiều đồng nghiệp không làm chung mà cùng công việc hoặc chỉ nhánh với họ.

Điều cuối cùng chính là sự tích cực trong tư duy của bộ máy lãnh đạo. Chúng tôi hiện có hơn 3.000 nhân sự trong công ty đóng vai trò lãnh đạo trực tiếp. Nhưng gì người lãnh đạo tại tập đoàn chúng tôi phải thực hiện đó là giúp nhân viên có cách nghĩ và cách làm việc chủ động trên nền tảng được trao quyền, được tương tác và hợp tác. Trách nhiệm của người lãnh đạo là phải giúp cho mọi người cảm thấy có động lực và tin tưởng rằng bản thân họ là một phần của sứ mệnh và các mục tiêu mà công ty đề ra.

Ông đã áp dụng những chính sách gì để nhân sự, đặc biệt là nhân tài gần gũi với công ty, nhất là trong lĩnh vực kinh doanh chung của thị trường đang có nhiều khó khăn như hiện nay?

Richard Branson từng nói: "Đào tạo nhân viên theo cách mà họ có thể trở thành đối thủ của chính bản, nhưng phải đối xử thật tốt để họ không bao giờ làm vậy." Tôi khá tâm đắc với câu nói này và luôn cố gắng áp dụng nó. Chúng tôi luôn có chính sách thưởng cho những nhân viên có tư duy chủ động trong công việc, đồng thời khen thưởng cho nhân viên có những sáng kiến kinh doanh xuất sắc. Khuyến khích và khen thưởng cho những đột phá là không bao giờ đủ thũa trong quản lý nhân sự. Chúng tôi luôn tìm kiếm những ý tưởng mới và đưa từng sa thí hay chỉ trích bất lý ai vì việc thử nghiệm sáng kiến của họ gặp thất bại. Trên thực tế, tôi nhận thấy đa số nhân viên rời khỏi công ty thường là vì lý do không thể thúc sự với những đột phá mới mà họ không làm.

Đặc biệt khi tình hình thị trường gần gũi khó khăn thì việc coi nó như cơ hội để thay đổi và áp dụng chính sách khích lệ nhân viên là điều không thể xem thường. Trong 7 tháng đầu năm 2020, mặc dù chịu ảnh hưởng từ dịch Covid-19, chúng tôi vẫn thưởng hơn 7 triệu USD cho nhân viên đã có kết quả làm việc tốt. Khi công ty kinh doanh

hiệu quả, tất cả nhân viên đều sẽ nhận được những điều tốt đẹp tương xứng. Tương tự như vậy, khi công ty cần bất cứ sự điều chỉnh hay áp dụng chính sách mới nào, chúng tôi cũng chia sẻ rõ ràng và không hề che giấu với bất kỳ ai, dù đó là nhân viên, nhà cung cấp hay đối tác liên quan. Điều này sẽ tạo nên cảm giác thân thiện cho tất cả mọi người, từ đó họ sẽ ủng hộ và đồng hành cùng chúng tôi vượt qua khó khăn.

Đề thăng tiến và được trọng dụng tại FLG, các tiêu chuẩn nhân sự của tập đoàn đang áp dụng là gì?

Bắt cứ một nhân viên nào khi bước vào FLG đều sẽ được chia sẻ về nguyên tắc ứng xử KALI như tôi đã đề cập ban đầu. Đây cũng chính là nền tảng cho mọi hành động chúng tôi với đồng nghiệp, đối tác, hội viên và khách hàng tại tất cả các mô hình kinh doanh từ câu lạc bộ thể thao thể hình đến việc thăm viếng. Bên cạnh đó, một nhân sự tiềm năng phải là người có tin tưởng vào sứ mệnh chung mà toàn tập đoàn đang theo đuổi. Tôi muốn được làm việc cùng với những người có niềm tin mãnh liệt vào sứ mệnh chăm sóc sức khỏe và cách thức mà chúng tôi đang thực hiện để cải thiện chất lượng sống của người Việt Nam.

PHỤ NỮ VIỆT LÀ NHỮNG BIỂU TƯỢNG NỔI BẬT TRONG KINH DOANH

Với gần 14 năm điều hành doanh nghiệp, ông nghĩ những lợi ích lớn nhất mà ông có được khi làm việc trong ngành này là gì?

Nếu nói về lợi ích mà tôi đạt được trong những năm qua, có thể kể đến hành trình giảm cân của chính tôi. Tôi đã sử dụng các dịch vụ của chính công ty mình cung cấp và thành quả tôi đạt được hôm nay như mọi người có thể thấy. Tôi cảm thấy khỏe hơn, tinh thần tốt hơn và tận hưởng một cuộc sống đích thực.

Chúng tôi muốn chia sẻ đến cuộc sống của mọi người để giúp họ kéo dài tuổi thọ, rồi sống một cách ý nghĩa và khỏe mạnh hơn trong mỗi giây phút của cuộc đời mình. Điều khiến tôi thấy mãn nguyện nhất là khi các hội viên đến gặp tôi trong các câu lạc bộ và kể cho tôi nghe *California Fitness & Yoga* đã thay đổi cuộc sống của họ như thế nào. Tôi vẫn gặp gỡ những người đã từng là hội viên của *California Fitness & Yoga* 14 năm trước và cùng trò chuyện, chia sẻ về cách mà quá trình luyện tập đã thay đổi họ với tư cách là chuyên gia, là cha mẹ hay là những người bạn với nhau.

Trong công việc có lẽ ông từng gặp rất nhiều khó khăn trong việc, họ để lại ấn

tuợng cho ông như thế nào? Về rèn luyện sức khỏe, theo quan sát của ông, họ đã có ý thức trong việc duy trì lối sống lành mạnh chưa?

Tôi không có quyền để đánh giá những gì phụ nữ cần và không cần. Tại *California Fitness & Yoga*, chúng tôi không có sự khác biệt về giới tính. Trên phương diện cá nhân, tôi thấy phụ nữ Việt Nam là biểu tượng nổi bật trong kinh doanh và lãnh đạo với rất nhiều gương mặt nữ doanh nhân thành đạt. Điều này có thể do một vài lý do, nhưng tôi tin rằng phần lớn là do văn hóa. Phụ nữ Việt Nam rất thông minh, ngày càng được tiếp cận hoạt động giáo dục chất lượng, bên cạnh đó họ còn có nghị lực cao và cực kỳ quan tâm đến sức khỏe. Hầu hết các quyết định của họ đều dựa trên giá trị dài hạn hơn là lợi ích ngắn hạn.

Tại công ty, chúng tôi cũng đang trên những khía cạnh đó để tìm ra những lãnh đạo tốt nhất cũng như cung cấp dịch vụ tốt nhất cho khách hàng nữ để họ có thể đạt được những gì mình mong muốn. Hiện nay, gần 50% các vị trí lãnh đạo của chúng tôi được đảm nhiệm bởi nữ giới và xu hướng này đã tăng nhanh trong 5 năm qua và chắc chắn là trong tương lai nữa. Đồng thời, đến nay có đến hơn 60% hội viên của chúng tôi cũng là phụ nữ với độ tuổi từ 18 - 70 tuổi. Mục tiêu cuối cùng của tập đoàn chúng tôi là luôn sẵn sàng giúp đỡ phụ nữ, bất kể họ cần gì và họ đang hướng đến mục tiêu nào.

Trong nhịp sống đô thị hiện tại, cộng thêm nhiều áp lực từ đại dịch, ông có lời khuyên nào cho phụ nữ để họ kiểm soát được phong cách sống của mình? 3 điều đầu tiên họ nên làm để có thể bắt đầu một lối sống tích cực mới là gì?

Có lẽ tôi sẽ đưa ra lời khuyên giống như những gì tôi thường nói với các nhân viên của tôi tại *FLG Việt Nam*. Đã có giai đoạn, tôi nặng hơn 150kg, tôi đã ưu tiên cho việc thay đổi cuộc sống của mình vì không muốn trở thành một người tự ti hầu so với con cái hoặc một người quản lý không theo kịp đội nhóm của mình (đặc biệt trong giai đoạn giãn cách).

Để kiểm soát được lối sống của bản thân, tôi nghĩ mỗi người phải thực hiện được 3 thay đổi lớn, đó là vận động thường xuyên hơn, có một chế độ ăn uống và sinh hoạt nhất quán và cuối cùng là hãy không ngừng học hỏi. Trong vô vàn những áp lực của cuộc sống hiện đại, tôi cho rằng không có lý do gì mà chúng ta không dành ra thời gian cho bản thân, vì sau đó nó sẽ đem lại cho chính ta nhiều thời gian hơn. Tôi đã trở thành người cha tốt hơn, một chuyên gia giỏi hơn và là một người tốt hơn khi bản thân đã đủ nghị lực thay đổi cách sống như thế. ■



ÔNG ĐỊNH NGHĨA NHƯ THẾ NÀO LÀ THÀNH ĐẠT?

Chúng ta đều dành hầu hết thời gian để làm việc, vậy việc quan trọng là tìm kiếm một công việc cho phép bạn tạo ra tác động lớn đến mọi khía cạnh của xã hội. Tôi không cho rằng mức lương hay tiền bạc thể hiện tầm quan trọng cho công việc bạn đang làm. Công việc của bạn tạo ra được giá trị gì cho xã hội và mọi người nhìn nhận những thành tựu mà bạn đạt được ra sao mới là những điều quan trọng

DARE TO DREAM

CEO & FOUNDER, HAPPY SKIN VIETNAM

EMMI HOÀNG

Câu chuyện của hạnh phúc và niềm đam mê

Hạnh phúc chỉ có thể lan tỏa nếu nó được chia sẻ từ đúng người, đúng cách. Là, nữ doanh nhân EMMI HOÀNG chính là một ví dụ cho việc tận dụng niềm vui của bản thân để lan tỏa hạnh phúc đến những người xung quanh, tựa như chính tên gọi mà chị dùng để đặt cho doanh nghiệp của mình từ những ngày khởi nghiệp HAPPY SKIN - Làn da hạnh phúc.

Text: JENNI VÔ, HỒNG ĐẶNG - Creative Director: BIEPLEDUC - Photo: THẠCH TRƯỜNG GIANG



“Tôi cho rằng bất kỳ doanh nhân start-up nào cũng đều lớn lên cùng doanh nghiệp của mình, thậm chí họ còn phải trưởng thành nhanh hơn bất cứ ai trong doanh nghiệp.”

KHOÍ NGHIỆP VỚI NIỀM ĐAM MÊ CHIA SẺ

Xin chào chị Emmi Hoàng, được biết trước khi kinh doanh thương hiệu làm đẹp cho riêng mình, chị đã là một beauty blogger được tin cậy trong cộng đồng. Vậy vì sao chị lại quyết định phát triển sự nghiệp theo hướng kinh doanh?

Là người yêu thích chia sẻ và có niềm đam mê đặc biệt đối với skincare - chăm sóc da, mục tiêu đầu tiên khi tôi thành lập Happy Skin không phải là ra mắt một thương hiệu mỹ phẩm hay dịch vụ làm đẹp. Tôi chỉ muốn được chia sẻ kiến thức làm đẹp cho mọi người, đặc biệt là phụ nữ, giúp họ có thể tiếp cận những cách thức chăm sóc da ngoài lề hoàn thiện bản thân thông qua những kinh nghiệm do chính tôi đúc kết. Vì lẽ đó, trong 1 năm rưỡi sau khi nghỉ việc quản lý nhân mỹ phẩm của một tập đoàn FMCG, tôi tập trung phát triển hình ảnh beauty blogger, đồng thời tham gia nhiều khóa học về làm đẹp cũng như trực tiếp giảng dạy hướng dẫn cho nhiều bạn trẻ. Happy Skin sau đó ra mắt được hơn 1 năm là sự nổi bật có tính chuyên môn để tôi có thể mang đến cho cộng đồng của mình kiến thức làm đẹp ở mức độ nâng cao hơn, cũng như sản phẩm chăm sóc da có tính chất trị liệu và công nghệ cao.

Việc trở thành một beauty blogger truyền cảm hứng cho cộng đồng đem đến cho tôi sự "giàu có" về mặt tinh thần, về những mối quan hệ cũng như khẳng định sức ảnh hưởng của bản thân, nhưng để phát triển sự nghiệp hơn nữa với tôi như vậy là chưa đủ. Tôi muốn khẳng định chính mình trong kinh doanh lập nghiệp, bởi đó là cuộc chơi lớn và đầy căng não của trí tuệ, tài chính, thậm chí là cả may rủi, là nơi để tôi được thử thách, phát triển bản thân và thăng hoa trong sự nghiệp hơn nữa.

Vậy chị đã đem những kinh nghiệm, những "thế mạnh" nào của mình để bắt tay vào khởi nghiệp kinh doanh?

Vốn xuất thân từ tập đoàn đa quốc gia nên những kiến thức quy trình và cách thức làm bài bản và áp dụng đúng góc nhìn của ngành bản là hiện đại. So với những beauty blogger khác cũng kinh doanh, tự duy của tôi phần nào có hệ thống hơn khi có thể nắm bắt và quản lý được tất cả các góc độ của câu chuyện "làm ăn", từ marketing đến tài chính hay thậm chí là logistics. Ngoài ra, việc đã có tên tuổi của một beauty blogger cũng đem đến cho tôi thế mạnh đặc trưng trong việc kinh doanh ngành làm đẹp mà không phải chủ doanh nghiệp nào cũng có. Từ công việc beauty blogger, tôi tìm thấy cộng đồng khách giá trị tin tưởng và gắn bó với mình, họ cũng là những khách hàng đầu tiên của thương hiệu, giúp tôi về nên biến thành cơ bản về nhu cầu của các khách hàng mục tiêu mà tôi muốn hướng đến.

Ngành mỹ phẩm công nghệ cao có thể nói là một thị trường ngách và thời điểm khi khởi nghiệp gần như chưa có nhiều thương hiệu nội địa tham gia. Chị đã dựa trên điều gì để tự tin đẩy mạnh hoạt động kinh doanh của mình?

Vào thời điểm Happy Skin ra mắt 6 năm trước, tôi nhận định thị trường được mỹ phẩm cũng như các thiết bị làm đẹp công nghệ cao có rất nhiều tiềm năng với mức độ hiểu biết và nhu cầu tiêu dùng còn rất sơ khởi, chưa chạm đến số đông người dùng. Để phát triển ngành hàng đặc thù này, không còn cách nào khác là phải tăng cường truyền thông và chia sẻ những kiến thức chuyên sâu, mang tính khoa học để người tiêu dùng hiểu được tầm quan trọng của việc tìm hiểu các sản phẩm skincare đặc trị. Dù vẫn còn ít thương hiệu tham gia nhưng những "ông lớn" trong ngành nhiều năm qua đã thực hiện chiến lược này, và điều may mắn của tôi là được đứng trên vai những người khổng lồ trong sản phẩm chơi đó, được cộng

hưởng lợi ích từ các hoạt động truyền thông của họ. Bên cạnh đó, cộng đồng khách giả sẵn có trên các kênh truyền thông nền tảng của Happy Skin vốn đã quen với những kiến thức chuyên sâu từ các "lớp học chăm sóc da" (skincare class) của tôi cũng rất đón chào hướng đi mới này. Đây có thể nói là một thế mạnh bước đầu, giúp chúng tôi truyền tải kiến thức một cách thiết thực nhất cho số đông khách hàng của mình hơn.

Thực tế đã chứng minh tự đây là một thị trường ngách và đòi hỏi nhiều chi phí đầu tư bởi nhiều yêu cầu nghiêm ngặt và chuẩn xác trong sản xuất sản phẩm, nhưng đây cũng là ngành hàng truyền thống rất nhanh không chỉ ở Việt Nam mà còn các nước khác trong khu vực. Hiện tại Happy Skin đã tiếp cận được hơn 200% và đây là một tín hiệu vô cùng khả quan.

Người Việt gần đây đã bắt đầu quan tâm hơn đến quy trình dưỡng da, trong đó ngày càng hiểu rõ và tin nhiệm hiệu quả của các dòng mỹ phẩm mang tính đặc trị và công nghệ cao. Tuy vậy, thói quen chăm da của người Việt vẫn là khi gặp vấn đề mới tìm cách chầy chạch. Tôi xem đây là cơ hội để tạo ra nhiều giá trị hơn cho khách hàng, mở rộng sản phẩm dịch vụ liên ngành vùng như chăm sóc da mặt cho khách khác biệt. Bên cạnh đó, những yếu tố như dân số trẻ, tỷ lệ đô thị hóa cao... cũng tạo nên độ màu mỡ cho thị

trường. Tôi cho rằng mình đã có điểm khởi đầu kịp thời và đúng lúc để đi cùng tiến bộ phát triển nhanh chóng của ngành và đón đầu được xu hướng.

Điều gì khiến chị tự hào nhất khi định vị được thương hiệu và gạt bỏ được những thành quả như ngày nay?

Đến bây giờ khi đã trải qua 6 năm xây dựng về mặt cộng đồng lẫn phát triển doanh nghiệp, tôi vẫn gọi Happy Skin của tôi là một doanh nghiệp start-up. Vì vậy, tôi luôn tự thấy là của một người học hỏi và luôn tìm cơ hội gặp gỡ những chuyên gia, những người có kinh nghiệm để cho tôi những lời khuyên khách quan nhất. Đã có nhiều người từng báo chí nghe đến mô hình kinh doanh của Happy Skin, nhưng chính những lời nhận xét ấy đã giúp tôi có cái nhìn thực tế, có thời gian điều chỉnh để doanh nghiệp ra đời không còn là câu chuyện làm sao để tồn tại, mà còn phải vượt qua và dẫn đầu.

Vì vậy nếu hỏi tôi tự hào điều gì ư? Điều đầu tiên là tôi đã kiến tạo được mô hình kinh doanh mà tôi từng nghĩ mình sẽ không bao giờ làm được. Điều thứ hai là tôi đã xây dựng được yếu tố kế thừa, đặc biệt là trong hoạt động điều hành và đội ngũ nhân sự. Đến nay, việc có nhân sự nghi việc không còn là "ác mộng" đối với tôi những ngày đầu nữa. Bỏ máy nói bộ của Happy Skin đã hoàn thiện được 90%, bắt đầu rõ nét với triển vọng mở rộng, số hồ mức độ gắn kết cao từ những nhân sự cấp cao khi họ tìm thấy tầm nhìn chung với tổ chức. Các thành viên quản lý đều hiểu rõ về sự chuyên nghiệp và nhiệm vụ họ được tham gia đóng góp vào quá trình ra quyết định của công ty, hiểu được những thách thức mà chúng tôi đang vượt lên và những thách thức song hành phải có. Như vậy có thể nói chị đã biến niềm đam mê cá nhân trở thành ý tưởng kinh doanh đúng không? Trên con đường đó, bản thân chị đã trưởng thành cùng thương hiệu của mình như thế nào?

Sẽ không sai nếu nói rằng tôi xuất phát từ niềm đam mê chia sẻ và sở thích làm đẹp để khởi đầu một doanh nghiệp mỹ phẩm. Nhưng tôi đã nhận ra không phải đam mê nào cũng có thể biến thành kinh doanh, và những thách thức khó khăn có thể mãnh liệt nhưng nếu chưa được suy nghĩ thấu đáo cũng không thể viết nên câu chuyện nào đáng kể cả. Vì thế, câu chuyện đáng suy ra phát triển của Happy Skin cũng không thiếu những ý chí và thất bại mà tôi đã điếm trải. Kinh doanh không thể dựa trên đam mê đơn thuần mà còn là những tính toán về khả năng sống còn và lộ trình đường dài mà doanh nghiệp cần đi.

"Kinh doanh không thể dựa trên đam mê đơn thuần mà còn là những tính toán về khả năng sống còn và lộ trình đường dài mà doanh nghiệp cần đi."

QUICK QUESTIONS:

3 từ mô tả tính cách của chị?

Mạnh mẽ - Bền bỉ - Chân thành

Cảm xúc của chị khi đồng ý phẩm đầu tiên ra mắt?

Tôi rất hồi hộp và sợ nữa, thậm chí tôi còn không dám xem mà phải hỏi han thông qua người khác. Bắt đầu làm điều gì mới mẻ cũng đều có cảm giác ấy, nhưng càng về sau, tôi càng cảm thấy tự tin và dễ dàng đối diện hơn. Nếu sản phẩm chưa như ý, tôi cũng bắt tay điều chỉnh ngay thay vì bị động chờ đón kết quả.

Chị làm thế nào để hạn chế những mối quan hệ tiêu cực?

Năng lượng là những thứ truyền đi được, nhưng không phải cứ muốn tích cực thì tiếp xúc với người tích cực là được. Người đang suy nghĩ tiêu cực đôi khi sẽ không phù hợp để gặp những người có năng lượng quá dồi dào. Chúng ta phải biết chính mình đang ở mức năng lượng nào thì mới tìm cách tái tạo được nguồn năng lượng ấy trở nên tích cực hơn. Và, nếu bản thân đã là người tích cực thì hãy chia sẻ sự tích cực đó cho người khác. Đôi khi, chúng ta không chỉ nhận mà còn phải cho đi nữa.



Tôi vẫn thường chia sẻ với dân quản lý cấp cao về những nỗ lực của bản thân trong quá trình phát triển doanh nghiệp, đặc biệt gần đây có nhân viên nói với tôi rằng là tôi đã bắt đầu... thông thái hơn (cười). Tôi rất vui khi nhân viên nói nhân xét như thế, đó là sự công nhận rằng bản thân tôi đã có những thay đổi tích cực, nhìn nhận một thứ mới cách của thiện hơn và đánh giá cốt lõi vấn đề chính xác hơn.

Tôi nghĩ bất kỳ ai start-up cũng như tôi, đều lớn lên cùng doanh nghiệp của mình. Từng bước một người chủ doanh nghiệp phải trưởng thành nhanh hơn bất cứ ai trong doanh nghiệp. Nếu so với những ngày đầu, tôi thấy mình có nhiều thay đổi về phong cách quản trị. Cũng ngày khi càng hiểu được những vấn đề nội tại của doanh nghiệp, tôi biết chấp nhận, có mở và đóng camera, và bản thân tôi cũng có sự tự nguyện và sẵn lòng để bảo vệ quyền lợi nhân viên thay vì chỉ đặt doanh nghiệp lên hàng đầu.

HOÀN THIỆN BẢN THÂN TỪ NHỮNG "VẾT Sẹo"

Mô ra kinh doanh khi đã có tiền tuổi của một beauty blogger, chắc chắn sẽ có nhiều khách hàng tìm đến trước tiên vì tin tưởng thương hiệu cá nhân của chị. Điều này có gây áp lực gì cho chị không?

Chắc chắn là có đấy. Giai đoạn đầu, chính thương hiệu cá nhân là động lực để tôi phát triển thương hiệu mỹ phẩm, nhưng đến giai đoạn giữa thì nó lại biến thành áp lực. Trước đây, tôi từng gặp sự cố bị kích ứng da khá nghiêm trọng do phản ứng với một số công nghệ và sản phẩm khi thử nghiệm. Là một beauty blogger bước ra kinh doanh, điều này đối với tôi thật sự là nỗi ám ảnh. Giai đoạn đó tôi đã tự hỏi mình thường xuyên rằng, nếu tôi không giải quyết được những vấn đề da của mình thì sao tôi có đủ tư duy để tự tin làm đẹp cho người khác? Tôi đã không dám gặp ai trong suốt thời gian dài, đã phản văn suy nghĩ liệu tôi có nên tiếp tục phát triển thương hiệu làm đẹp của mình hay không?

Khi mới người bắt đầu bán hàng nhiều, họ càng có những kỳ vọng nhất định dành cho bạn làm công việc của bạn. Vì vậy, bất cứ điều gì gắn liền với tên tuổi của bạn cũng dễ bị đánh giá hơn và việc cảm thấy áp lực là khó tránh khỏi. Tuy nhiên, khi vượt qua được những áp lực đó, chúng ta sẽ thấy mọi việc dễ dàng hơn. Sau sự cố, tôi càng thêm thấu hiểu cảm giác của những người từng trải của các vấn đề da, cũng như thêm tự tin chia sẻ thông tin đến họ và quyết tâm đi con đường đã chọn. Có thể nói, trong hành trình kinh doanh những giai đoạn này thật rất quan trọng, tựa như những vết sẹo hay vết nứt không hoàn hảo là để giúp chúng ta hoàn thiện bản thân tốt hơn.

Vậy chị đang dung hòa như thế nào giữa thương hiệu cá nhân và thương hiệu doanh nghiệp của mình?

Thương hiệu cá nhân của người sáng lập nếu có trước khi thành lập doanh nghiệp thế tôi là một lợi thế. Tuy nhiên, tôi dùng hai điều này để bổ trợ nhau, nhưng không để xảy ra sự phụ thuộc. Trở lại câu chuyện sự cố ở trên, trong giai đoạn tạm nghỉ đó, tôi đã thử cho doanh nghiệp phát triển độc lập mà không có sự xuất hiện của thương hiệu cá nhân là tôi, và may mắn là mọi thứ vẫn được độc lập mà không nhất thiết cần sự quảng bá liên tục của tôi nữa.

Một bài học sau nhiều năm khởi nghiệp mà tôi có được, đó là, để một doanh nghiệp hay thương hiệu có thể thoát được cái bóng của một cá nhân thì doanh nghiệp đó phải đi nhanh nhất có thể. Khi doanh nghiệp đã phát triển đến một quy mô nào đó, thì việc được thành lập bởi ai đi nữa cũng không còn là vấn đề khách hàng quá chú

Chị quan điểm như thế nào về hai chữ "thành đạt" với phụ nữ?

Khi ta thành đạt có lẽ là lúc ta không còn quá bận tâm về những thứ có thể giải quyết bằng tiền. Nhưng, sở hữu một cuộc sống xa hoa là chưa đủ, tôi tin việc có thể lan tỏa được những giá trị tích cực đến cộng đồng và xã hội chính là minh chứng của một người thành đạt.

trọng và sẽ được nhìn nhận như một thương hiệu độc lập. Việc một cá nhân có sức ảnh hưởng thành lập nên doanh nghiệp sẽ trở thành một câu chuyện cảm hứng nhưng không cần là yếu tố quyết định nữa. Vì vậy, chiến lược trong giai đoạn này của tôi đang ở mức độ tăng tốc. Chúng tôi đang tập trung mở rộng mạng lưới sau, tạo thêm nhiều sản phẩm mới để vừa tăng cường độ phủ vừa củng cố định vị thương hiệu, sao cho khách hàng có thể chọn lựa sử dụng không phải vì nó là của Emmi Hoàng nữa.

Sau nhiều năm kinh doanh và hoàn thiện chính mình, chị đang xây dựng bản thân trở thành hình mẫu nữ doanh nhân như thế nào?

Tôi vẫn tâm đắc một câu nói, đó là không có người phụ nữ nào quyền rũ hơn người phụ nữ

đang nói về đam mê của họ. Chuyện nuôi dưỡng đam mê và hiện thực hóa nó là điều cốt lõi mà tôi muốn xây dựng cho bản thân mình. Trong tất cả các hoạt động cộng đồng lẫn hình ảnh một chủ doanh nghiệp, tôi luôn muốn mang đến cho mọi người chân dung của một người phụ nữ luôn kiên trì theo đuổi đam mê, và có ấy biết phải làm gì để nuôi dưỡng và phát triển niềm đam mê đó. Bên cạnh đó, tôi là mẫu phụ nữ độc lập và cầu tiến, nên tôi theo đuổi hình mẫu nữ doanh nhân có giá trị hạnh phúc lẫn hạnh nhân hậu. Dù không phải ai cũng cần có điều này, nhưng tôi thấy mình may mắn khi có được một gia đình nhỏ đầy yêu thương và luôn ủng hộ tôi chinh phục những giấc mơ cuộc đời.

NIỀM VUI CÔNG VIỆC ĐẾN TỪ CUỘC SỐNG

Trong thương hiệu Happy Skin có từ "happy" hàm ý về những điều vui vẻ, nhưng trong những năm khóa lên mình vai trò nữ doanh nhân, với chị "niềm vui" có nhiều hơn "nỗi buồn" không?

Nếu ở thời điểm hiện tại thì có thể nói phần "niềm vui" đã chiếm nhiều hơn, nhưng nếu so với 6 năm khởi nghiệp của tôi thì cũng chỉ nhìn hình một chút xưa thôi (cười). Để có những niềm vui trong giai đoạn này, cả tôi và đội ngũ cũng phải trải qua những nỗi trầm tư tiếp trong quá khứ. Đó là thời khắc không bao giờ quên được, nhưng chính những lúc khiến bản thân tự ti và buồn bã để cùng đi giúp tôi cân bằng và trở nên hoàn thiện hơn rất nhiều.

Mọi người vẫn nói niềm vui công việc thành niềm vui thì sẽ không thấy áp lực, nhưng không để dễ làm điều này, chị thấy có đúng không?

Đối với tôi, niềm vui mỗi ngày không nhất thiết phải là niềm vui trong công việc, nó có thể đến từ bất cứ đâu và hãy cố gắng tìm kiếm nó để tâm trạng trở nên phấn khởi hơn và hoàn thành công việc một cách tốt nhất. Có những lúc công việc không suôn sẻ khi có những phát sinh không lường trước, tôi cũng phải "vay mượn" niềm vui từ thú khác để bù đắp cho những sự không như ý. Ví dụ như tôi đã tìm thấy niềm vui ấy trong việc tập luyện thể thao, bởi thể chất khỏe mạnh thì điều gì cũng sẽ dễ dàng vượt qua.

Đề xác định được khẩu niệm "niềm vui" trong đời hành kinh doanh thật sự rất khó, vì khi tràn trề cho doanh nghiệp chúng ta không thể vô tư được nữa. Gần đây, khi chúng tôi ngồi lại để tái định nghĩa về văn hóa doanh nghiệp cho công ty, tôi đã suy nghĩ rất nhiều. Tôi mong tạo ra được một môi trường làm việc nơi các thành viên sẽ tìm thấy cảm hứng và sự gắn kết. Mỗi người quản lý tại Happy Skin đều phải có tinh thần chiến binh mạnh mẽ, làm việc hết sức hết mình, cảm thấy

xúng đáng và tràn trề những thành quả chung đạt được. Đó có lẽ là đỉnh nghĩa niềm vui trong công việc của tôi trong giai đoạn này.

Phụ nữ làm kinh doanh thường mang trong mình sự cầu toàn, nhưng sẽ như thế nào nếu đem sự cầu toàn đó vào cuộc sống? Chị có câu toàn trong cuộc sống riêng không?

Vốn dĩ tôi là người cầu toàn, chứ không phải vì công việc yêu cầu như thế. Tôi nhận thấy đôi khi điều này làm khó mình khi đòi hỏi bản thân luôn phải vươn tới, luôn phải trỗi tiến về những điều mình cho là chưa tốt dù có thể nó đã đạt điểm 8, 9. Thực ra, trong công việc lẫn cuộc sống, tôi vẫn ủng hộ tư duy "mọi thứ đều có thể thực hiện được và bạn có thể làm nó tốt hơn". Điểm 10 vẫn có thể trong tâm tay, nếu ta thực sự muốn nó. Ở góc độ tích cực, việc luôn đặt ra yêu cầu cao cho chính mình sẽ khiến cho chất lượng công việc và cuộc sống được nâng tầm, nhưng theo thời gian, tôi cũng dần học cách chấp nhận rằng có những việc tôi phải để cho người khác làm giúp và tin rằng họ sẽ làm tốt. Tôi học cách trao quyền để nhân sự xung quanh cùng chia sẻ, cho dù có thể không đạt đến kỳ vọng mình mong muốn, nhưng việc công nhận là họ đã nỗ lực hết sức cũng chính là cách giúp tôi giảm tải và có thời gian tập trung vào nhiều việc khác.

Người ta nói "sau lưng một người đàn ông thành công luôn có một người phụ nữ", nhưng với chị, chị chọn đứng sau hay ngang bằng với người đàn ông của mình?

Tôi và chồng tôi đang đi song song nhưng hai con đường ấy không nên chạm nhau. Cả anh và tôi đều hậu thuẫn cho nhau theo những góc độ riêng và cùng san sẻ, giúp đỡ khi đối phương gặp gánh nặng. Có thể gọi đây là mối quan hệ song hành nhưng cùng tiến (cười). Chúng tôi cũng rất tôn trọng sở thích cá nhân của nhau. Anh ấy chưa bao giờ buông lời than vãn hay cấm cản, cho dù thấy vợ rất mệt mỏi và căng thẳng vì công việc. Điều tiếp theo là phải thường xuyên trao đổi thông tin vì đã là vợ chồng thì nên chia sẻ thật lòng và thường xuyên nói về cảm nhận của bản thân. Khi một trong hai chúng tôi có yêu cầu hay mong muốn gì cũng phải nói rõ, nỗ lực để khiến chúng tôi hiểu nhau hơn, tự điều chỉnh bản thân để thích ứng với nhau và cùng xây dựng một tổ ấm hạnh phúc. ■

Theo chị, ba từ khóa đầu tiên một người làm kinh doanh luôn phải ghi nhớ là gì?

- GIỮ CHỮ TÍN
- Hướng đến sự DUY MỸ
- Tạo nên giá trị có thể CHIA SẺ





#WORK FROM HOME

Làm thế nào **ĐỂ DUY TRÌ TÌNH ĐỒNG NGHIỆP “ONLINE”?**

Khi đến công ty mỗi ngày, một “nghi thức” không thể thiếu để gắn kết tình đồng nghiệp là những lúc nói chuyện phiếm. Thế nhưng, trong thời buổi “work from home” hiện nay, việc tăng cường kết nối giữa các nhân viên dù được chú trọng nhiều hơn nhưng thực hiện lại không dễ dàng. Làm thế nào để nhân viên có thể duy trì hoạt động tán gẫu thân tình đó với hình thức “online”?

Những cuộc chuyển phiên bên lề công việc vốn là một hình thức giao tiếp hiệu quả giúp các cá nhân trong một tổ chức có thể gần gũi và thân thiện với nhau hơn. Mặc dù đó chỉ là những cuộc trao đổi hay gặp gỡ thoáng qua nhưng lại đóng vai trò quan trọng trong đời sống tinh thần của nhân viên nơi công sở, giúp họ cảm thấy là một phần của tập thể, được quan tâm và gắn kết về mặt cảm xúc. Từ đó, nhân viên sẽ dễ dàng bắt nhịp khi chuyển sang các chủ đề nghiêm túc hơn như: bản bạc, đàm phán, thuyết trình, phỏng vấn hay báo cáo.

Với ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 và nhiều lần giãn cách xã hội, nhiều doanh nghiệp phải bắt buộc lựa chọn hình thức làm việc tại nhà, và nhân viên cũng mất đi cơ hội “buồn chuyện” trực tiếp với đồng nghiệp, khiến họ cảm thấy cô đơn hơn. Nhiều nghiên cứu ở các quốc gia trên thế giới trong năm qua đã cho thấy, khi thời gian làm việc tại nhà càng nhiều lên theo yêu cầu giãn cách xã hội, thì tỷ lệ nhân viên có vấn đề về sức khỏe tinh thần, đặc biệt là có cảm giác thiếu kết nối với đồng nghiệp càng tăng lên đáng kể.

Là nhà quản trị doanh nghiệp, trong giai đoạn này thay vì chỉ sử dụng các công cụ trực tuyến để trao đổi công việc, bạn nên tận dụng những nền tảng online để tạo cơ hội cho nhân viên duy trì văn hóa chuyển phiên công sở một cách tích cực. Cụ thể hơn chúng ta nên làm điều đó như thế nào?

1.

HIỂU RÕ GIÁ TRỊ CỦA VĂN HÓA CHUYỆN PHIÊM CHỐN CÔNG SỞ

Những mẫu chuyện giữa đồng nghiệp giúp khơi dậy tinh thần hợp tác, cải thiện khả năng sáng tạo, đổi mới và tăng chất lượng lao động. Nhiều nhân viên nói rằng những cuộc chuyện trò còn tiếp thêm sinh lực, giúp họ cảm thấy được thấu hiểu, sẻ chia và mang đến cảm giác “minh tâm tại”. Khi nhân viên có cơ hội trò chuyện với nhau, họ sẽ tăng cảm xúc tích cực, ít bị kiệt sức và sẵn sàng giúp đỡ đồng nghiệp hơn. Trong hoạt động chuyển phiên nơi công sở, không phải không có những biểu hiện tiêu cực khi nhân viên có thể bị sa đà làm mất thời gian, giảm tập trung hoặc có suy nghĩ sai lệch trong công việc, từ đó gây hạn chế trong việc hỗ trợ đồng nghiệp. Tuy nhiên, nhiều chuyên gia đều đồng ý rằng những mặt tích cực của văn hóa chuyển phiên vẫn đóng vai trò vượt trội hơn, trong khi các tác động tiêu cực lại hoàn toàn có thể được kiểm soát nếu chúng ta có cách quản lý phù hợp.

Chỉ vì nhân viên phải làm việc từ xa không có nghĩa là những câu hỏi thông thường trở nên kém quan trọng. Những câu hỏi thăm sức khỏe, bình luận về thời tiết, tin nóng trong ngày, về những sở thích hay các hoạt động mùa dịch của gia đình... có vẻ không liên quan đến công việc chuyên môn, nhưng đó lại là cách nhân viên gắn kết nối và xây dựng mối quan hệ công sự tích

cực. Khi xem xét chiến lược làm việc từ xa, các nhà quản trị phải luôn dự trù cho vấn đề này, tìm cách tích hợp văn hóa chuyển phiên vào hệ sinh thái trực tuyến của doanh nghiệp.

2.

TẠO KHÔNG GIAN MỚI CHUYỆN RIÊNG NGAY TRÊN MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC

Các nhà điều hành nên chủ động tạo ra các kênh giao tiếp riêng biệt cho công việc bên cạnh không gian trực tuyến riêng để nhân viên trò chuyện bên lề. Cách này sẽ giúp nhân viên phản định rõ ràng giới hạn, khuyến khích các cuộc nói chuyện thân mật nhưng vẫn đảm bảo không gây phân tâm khi làm việc. Trên các nền tảng quản lý công việc từ xa, ngoài group chat để trao đổi chuyên môn, người quản lý còn có thể tạo ra các nhóm không chính thức, nơi nhân viên có thể chia sẻ nhiều thông tin thú vị ngoài công việc của họ. Đó có thể là công thức nấu ăn, bí quyết rèn luyện sức khỏe, những cuốn sách hay bộ phim hay, những câu chuyện sáng tạo, khám phá công nghệ mới hay hình ảnh vui vui sưu tầm trên mạng... Đặc biệt, khi sắp có thể cùng tham gia và chia sẻ những quan điểm cá nhân trong cuộc trò chuyện chung đó còn giúp nhân viên đồng cảm và gắn kết với quản lý của họ nhiều hơn.

3.

KHUYẾN KHÍCH TRÒ CHUYỆN TRƯỚC KHI HỌP ONLINE

Khi mọi người thường xuyên gặp mặt nhau ở công ty, các buổi họp thường là khoảng thời gian chỉ chuyện tâm cho công việc. Nhưng khi làm việc tại nhà, các cuộc họp trực tuyến lại trở thành cơ hội duy nhất để các thành viên nhìn thấy và trò chuyện với nhau sau nhiều ngày ở nhà. Vì thế, người lãnh đạo hoặc trưởng nhóm hãy biến những buổi họp trước trò chuyện trở thành một phần quan trọng trong các buổi họp trực tuyến, từ đó giúp nhân viên duy trì cảm xúc tích cực.

Người quản lý có thể bắt đầu cuộc họp online bằng lời chào hỏi thân tình, cập nhật tình hình công việc, cuộc sống, cảm xúc hiện tại của từng nhân viên hoặc cùng chia sẻ những mẫu chuyện thú vị, mới mẻ. Sau khi đã “làm ấm” bầu không khí, người quản lý có thể tiếp tục thực hiện phần chính chuyên môn của buổi họp một cách dễ chịu hơn. Khi làm việc tại nhà, ranh giới giữa công việc và cuộc sống cá nhân của nhân viên trở nên mong manh hơn. Do đó khó có sự phân tách rõ ràng nên nhiều người phải “vật lộn” để xoay chuyển giữa hai thái cực này. Chính những cuộc chuyển phiên nhẹ nhàng ban đầu có thể giúp mọi người dễ dàng thoát khỏi vai trò gia đình, bắt nhịp tư duy làm việc, lấy lại sự hào hứng và duy trì toàn trạng suốt buổi họp.

4.

DUY TRÌ HOẠT ĐỘNG TẬP THỂ GẮN KẾT NHÂN VIÊN

Trước đây, các hình thức sinh hoạt nội bộ như happy hour, team building, company trip, hội thảo, hội thao hay tiệc nhẹ chiều thứ sáu... là những hoạt động thường được người quản lý áp dụng để gắn kết nhân viên. Chúng đóng vai trò quan trọng giúp nhân viên cảm thấy được thư giãn, kết nối, chia sẻ và trở thành một phần của tập thể. Vì thế, dù phải làm việc từ xa, người quản lý cũng nên duy trì các hoạt động này một cách linh hoạt và phù hợp.

Người quản lý có thể tổ chức team building "online" vào mỗi chiều thứ sáu, khi nhân viên có thể cùng đăng nhập để chơi một game thực tế ảo. Một gợi ý khác cũng thú vị là tổ chức các tour... tham quan nhà thực tiễn. Đây là cách thức hữu hiệu và vui vẻ để mỗi người giới thiệu với đồng nghiệp về góc làm việc tại gia, cách decor nhà của, những bộ sưu tập cá nhân hay chỉ để khoe chú cún cưng. Những buổi tiệc ào happy hour vào chiều thứ sáu cũng là ý tưởng không tồi, khi mọi người vừa tham gia "video chat" vừa nhấp nhai và ly vang và "tám tít" chuyện phiếm.

Đó là những cách thức vô cùng sáng tạo giúp nhân viên có thể duy trì kết nối, giúp họ thấy rằng mình luôn nhận được sự quan tâm, thấu hiểu và hỗ trợ của sếp lẫn đồng nghiệp khi cần, dù là gặp nhau trực tiếp hay làm việc từ xa. Từ đó, nhân viên sẽ không còn cảm thấy cô đơn, giúp thúc đẩy tinh thần làm việc và nâng cao năng suất lao động.

5.

THÔNG NHẤT NGUYÊN TẮC CHUNG CHO GIAO TIẾP

Việc gì cũng cần có nguyên tắc, và "buồn chuyện" cũng cần có những quy định văn minh. Nguyên tắc hàng đầu cho văn hóa chuyện phiếm lành mạnh giữa các đồng nghiệp với nhau là không nói quá nhiều, không nói xấu người khác, không bàn chuyện công việc và không hỏi về tài chính cá nhân. Xét về góc độ quản lý, như đã đề cập, những cuộc chuyện phiếm nơi công sở cũng có nhiều mặt tiêu cực, và điều này đòi hỏi các nhà quản lý phải kiểm soát được hoạt động này. Những cuộc chuyện trò phải lịch sự, thân tình nhưng trung lập và tôn trọng quan điểm riêng của nhau chứ không nên áp đặt, chỉ trích hay phê phán.

Do đó, ngay từ đầu người quản lý nên thiết lập các "nguyên tắc giao tiếp" với nhân viên và giữa các nhân viên với nhau khi bắt đầu triển khai hoạt động "work from home". Khi làm việc từ xa, nhân viên sẽ trao đổi hiệu quả và đạt sự hài lòng cao hơn nếu cấp quản lý đặt rõ các nguyên tắc, kỳ vọng cho chất lượng giao tiếp như: những nội dung nên và không nên trao đổi, cách thức liên lạc, tần suất phản hồi và thời gian làm việc. Nếu không thống nhất những tiêu chuẩn chung, mọi người sẽ không biết được khoảng cách giữa kỳ vọng và thực tế nên dễ dẫn đến thất vọng từ cả hai phía. Trong vai trò người quản lý, bạn cũng cần đổi theo sự giao tiếp giữa nhân viên trong phạm vi cho phép để đảm bảo rằng mọi người đang chia sẻ những thông tin cần thiết, thích hợp, có ý nghĩa tích cực và nhanh chóng có biện pháp điều chỉnh khi cần. ■



CALIFORNIA FITNESS & YOGA ĐẶT MỤC TIÊU XÁC LẬP KỶ LỤC THẾ GIỚI

Thương hiệu thể dục thể hình **California Fitness & Yoga**, thuộc tập đoàn FLG Việt Nam đã chính thức công bố mục tiêu thiết lập kỷ lục thế giới hướng đến việc thay đổi cuộc sống của 20.000 người tại Việt Nam. Theo đó, với mục tiêu xác lập Kỷ lục Guinness Thế giới, chương trình khuyến khích tất cả công dân gửi về Ban tổ chức ảnh chụp trước và sau của mình sau một thời gian tập luyện thể thao. Kỷ lục Guinness Thế giới sẽ được xác lập khi đạt ít nhất 20.000 người cùng tham gia chương trình.

NESTLÉ VIỆT NAM BẢO VỆ NGUỒN NƯỚC SẠCH ĐỊA PHƯƠNG

Nestlé Việt Nam và thương hiệu La Vie vừa công bố đẩy mạnh hợp tác với các đối tác khác nhau nhằm tạo tác động tích cực hơn đến các nguồn nước địa phương. Không chỉ sử dụng nước hiệu quả trong sản xuất và quản lý nguồn nước bền vững, Nestlé Việt Nam và La Vie sẽ thực hiện nhiều hoạt động nhằm giúp tái tạo hệ sinh thái nước đang bị xuống cấp do cơ sở hạ tầng. Mục tiêu từ năm 2025 trở đi, La Vie sẽ không chỉ hoàn trả đến cộng đồng và môi trường 100% lượng nước sử dụng sản xuất mà còn góp phần hỗ trợ bảo tồn nước trong tự nhiên.



FUSION THÔNG BÁO SÁP NHẬP GLOW HOTELS & RESORTS

Tập đoàn khách sạn **Fusion** thông báo đã sáp nhập thành công thương hiệu **GLOW Hotels & Resorts**. Với động thái mang tính chiến lược này, Fusion hướng đến phát triển hệ thống thương hiệu và quản lý khách sạn dẫn đầu Đông Nam Á, cũng cố vị thế và không ngừng lớn mạnh trong bối cảnh thị trường du lịch đầy năng động và phát triển nhanh chóng của khu vực. Sau thương vụ hợp nhất này, Fusion sẽ quản lý vận hành chuỗi khách sạn và khu nghỉ dưỡng với hơn 4.000 phòng với Tổng Giám đốc vừa được bổ nhiệm là ông Kevin Beauvais, người có bề dày kinh nghiệm vận hành, quản lý các khách sạn hơn 25 năm.

KHỞI ĐỘNG CHUỖI HỘI NGHỊ GIẢNG DẠY VUS TESOL WEBINARS 2021

VUS Tesol Webinars 2021 là chuỗi hội nghị trực tuyến miễn phí về giảng dạy tiếng Anh quy tụ những chuyên gia đến từ các tổ chức giáo dục hàng đầu thế giới và Việt Nam sẽ diễn ra từ 1/7 - 3/8/2021. Tham gia chuỗi hoạt động này, các thầy cô và nhân sự đang hoạt động trong lĩnh vực giảng dạy tiếng Anh cả nước và trong khu vực sẽ được hướng dẫn cách nhận diện những vấn đề mới và tự trang bị cho mình những kiến thức, kinh nghiệm cần thiết trong sự nghiệp - khởi bước cho hành trình "Khởi Mới" trong giai đoạn "Bình thường mới tiếp theo - The Next Normal".



PANDORA BỔ NHIỆM LÃNH ĐẠO MỚI KHU VỰC ĐÔNG DƯƠNG

Nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển của thương hiệu trang sức **Pandora** tại Đông Dương, tập đoàn Norbreeze đã tăng cường ban lãnh đạo với sự tham gia của ông Stig Maasboel trong vai trò Phó Chủ tịch và Cố vấn Điều hành cho Pandora Đông Dương. Ông Stig Maasboel sẽ hỗ trợ và làm việc cùng ông Nam Huỳnh - Tổng Giám đốc của Pandora Đông Dương. Với hơn 2 thập kỷ trong vai trò điều hành quốc tế từ nhiều lĩnh vực, sự tham gia của ông Stig Maasboel được kỳ vọng sẽ góp phần đưa thương hiệu Pandora lên tầm cao mới tại thị trường này.

VUS TESOL
WEBINARS 2021
PUSHING BOUNDARIES
IN THE WORLD OF ELT
July 1st - August 3rd

Cambridge University Press, Cambridge Assessment English, Future, Macmillan Education, National Geographic Learning, Oxford, and others.

Sau 4 năm dâng quang, ngoài việc nỗ lực thành công ở nhiều vai trò, HOA HẬU ĐỖ MỸ LINH còn tích cực đầu tư kinh doanh và tích lũy tài sản để có cho mình cuộc sống mơ ước. Bên cạnh nhiều bất động sản giá trị, cô gái trẻ vừa sở hữu căn biệt thự trên lưng chừng đồi mang phong cách Địa Trung Hải tại Mũi Né. Tập chí Nữ Doanh Nhân đã có cuộc phỏng vấn ngắn với Hoa hậu Đỗ Mỹ Linh để tìm hiểu tư duy đầu tư của cô trong giai đoạn này.



Kể từ khi ra đời đến nay, Hoa hậu Đỗ Mỹ Linh đã có nhiều đóng góp cho xã hội. Cô cũng là một nhà đầu tư bất động sản. Dự án NovaHills Mũi Né là một trong những dự án đầu tư bất động sản của cô. Dự án này có tổng diện tích 1.500m2, bao gồm 10 căn biệt thự, 10 căn hộ trung tâm, 10 căn hộ nghỉ dưỡng. Mỗi căn hộ có diện tích từ 1.000m2.



Hoa hậu Đỗ Mỹ Linh và câu chuyện tích lũy tài sản

Xin chào Mỹ Linh! Là một phụ nữ thành công từ khi tuổi đời còn rất trẻ, bạn suy nghĩ như thế nào về việc tích lũy đầu tư tài sản?

Những trải nghiệm công việc đa dạng đem đến cho tôi tư duy khá rõ ràng về việc tích lũy tài sản. Bên cạnh mua sắm thông thường, tôi quan tâm đầu tư lâu dài để xây dựng nền móng tài chính vững chắc cho cuộc sống và công việc trong nhiều năm tới. Do mới chạm ngõ kinh doanh, nên trước hết tôi rất quan tâm đến việc đầu tư bất động sản nghỉ dưỡng. Hoạt động này không chỉ tạo điều kiện cho tôi có nơi tìm về nghỉ ngơi, nuôi dưỡng tâm hồn, tái tạo năng lượng sau những giờ làm việc mệt mỏi, mà còn là cơ hội để tích lũy tài sản ổn định dài lâu.

Những người quan tâm đầu tư bất động sản nghỉ dưỡng thường để các yếu tố cảnh quan và trải nghiệm tận hưởng. Khi đầu tư, bạn có nghĩ như vậy không?

Đúng vậy, cảnh đẹp là điều không thể thiếu khi lựa chọn một nơi gọi là "nghỉ dưỡng", nhưng với tôi, địa thế mới là điều tôi quan tâm hơn cả. Là người đặc biệt yêu biển và những thành phố sở hữu bãi biển dài và xanh trong, tôi đã có cơ hội đến nhiều địa danh tuyệt đẹp của đất nước với cương vị hoa hậu, và một trong những nơi gây ấn tượng mạnh mẽ với tôi là vịnh Mũi Né. Vốn ở Hà Nội với những mùa đông rét mướt, vịnh Mũi Né có cảnh sắc nên thơ, khí hậu ấm áp quanh năm khiến tôi "phải lòng" và thật sự có ngay suy nghĩ sở hữu một nơi nghỉ dưỡng ở đây để đưa gia đình đến vui chơi bất cứ lúc nào.

Nhưng khi quyết định đầu tư vào một tài sản giá trị cao như bất động sản nghỉ dưỡng, còn những yếu tố nào chỉ phối lựa chọn của bạn không?

Tôi ghé Mũi Né trong một dịp nghỉ có đến làm việc. Khi cảm thấy yêu thích đặc biệt nơi này, tôi mới quan sát các dự án bất động sản tại đây. Bạn biết không, Mũi Né là nơi duy nhất ở Đồng Nam

Á có kiểu địa hình "sa mạc cát ven biển" đấy! Và điều đó càng khiến tôi vô cùng tâm đắc với vị trí "đôi - vịnh - biển" của dự án NovaHills Mũi Né Resort & Villas mà tôi nghĩ ít nơi nào có được. Những căn biệt thự luxury biển tại đây đều nằm trên đồi yên tĩnh và có tầm nhìn ra vịnh Mũi Né xinh đẹp, vừa biệt lập vừa phóng khoáng với thiên nhiên ngập tràn.

Dù có vẻ việc được sống thư giãn với thiên nhiên tác động nhiều đến quyết định của bạn, nhưng ắt hẳn chi phí nghỉ dưỡng thời chửa phải là mục đích cuối cùng mà bạn lựa chọn?

Chắc chắn rồi (cười)! Đầu tư tài sản lớn như thế dĩ nhiên tôi còn mong là nó có thể sinh lợi nữa. Khi quyết định lựa chọn một dự án nào đó, tôi luôn tìm hiểu kỹ lưỡng rồi hỏi ý kiến của bố mẹ cũng như những anh chị thân thiết có kinh nghiệm. Hầu hết mọi người đều đánh giá cao tiềm năng tăng trưởng du lịch, hạ tầng kết

*“Không gian sống chính
là nơi đại diện cho
phong cách và tiếng nói
cá nhân của chủ nhân.”*



nội của khu vực Phan Thiết, Mũi Né và khu vực tôi nên sớm đầu tư kéo muộn. Hiện tại, theo tôi biết, giá biệt thự tại đây đã tăng gần 70% so với thời điểm tôi quyết định mua cuối năm 2018. Sắp tới tôi còn nhận khoản chia sẻ lợi nhuận 85% hàng tháng khi khu nghỉ dưỡng đi vào vận hành nữa.

Bộ ảnh bạn và công bố ở Mũi Né là trong dịp đi nhận bàn giao biệt thự phải không? Từ ngày đầu tiên quyết định lựa chọn đến khi trở lại, khung cảnh trước và sau khi hoàn thành có làm bạn hài lòng không?

Phải nói là cực kỳ hài lòng và vượt ngoài mong đợi. Từ đôi cát đỏ ngày nào mà tôi nhìn thấy ở ngày đầu tiên, giờ trở lại chính là khung cảnh hàng trăm căn biệt thự kiến trúc Địa Trung Hải lãng mạn và đầy thoáng ngợp. Tôi cứ tưởng như mình đang tung tăng dạo bước ở trời Âu không

thôi. Sẽ thật thiếu sót nếu tôi và cả gia đình, bạn bè khi ghé thăm sau này không lưu lại những bức ảnh tại vùng đất xinh đẹp này.

Chúng tôi không nghĩ bạn lại quan tâm đầu tư tích lũy như vậy, liệu đã đến lúc gọi bạn là “nữ doanh nhân” thay cho danh xưng hòa hậu Đỗ Mỹ Linh chưa?

Tôi vẫn đang cố gắng nên vẫn chưa đâu (cười). Nhưng tôi rất hài lòng với khoản đầu tư bất động sản mà mình đã lựa chọn tại vịnh Mũi Né. Đối với tôi, một không gian sống tuyệt vời là nơi nắm bắt được phong cách và tiếng nói cá nhân của chủ nhân, giúp họ tạo ra một nguồn lực tinh thần dồi dào và mang đến những giá trị tốt đẹp cho chính họ và những người thân xung quanh.

Cảm ơn bạn đã chia sẻ. ■

CÓ GÌ HẤP DẪN KHI SỞ HỮU BIỆT THỰ NGHỈ DƯỠNG TẠI VỊNH MŨI NÉ?

Dự án NovaHills Mũi Né Resort & Villas đem đến các thiết kế biệt thự số lượng giới hạn cùng nhiều ưu đãi hấp dẫn: chỉ thanh toán 30% để nhận nhà; nhận chiết khấu lên đến 1 tỷ đồng; nhận lợi nhuận đến 1,2 tỷ đồng trong 2 năm đầu; chia sẻ lợi nhuận 85% - 15%; tận hưởng 15 đêm nghỉ dưỡng hàng năm.

Website: centaramuine.com | Hotline: 0938 221 226

STYLE



Câu chuyện của sự tinh xảo

Gucci giới thiệu những hình ảnh mới trong chiến dịch quảng bá bộ sưu tập đồng hồ và trang sức của hãng. Mang hơi thở thẩm đậm tinh thần "vintage", bộ ảnh truyền cảm hứng đến công chúng về đẹp trường tồn theo thời gian của những mẫu thiết kế tinh xảo và đẳng cấp. Bộ sưu tập G-Timeless và Grip gồm những mẫu đồng hồ tự động Thụy Sĩ với mặt số bằng đá cấn hình ảnh/chiều biểu tượng của nhà mốt đỉnh đám. Bên cạnh đó là bộ sưu tập trang sức: Gó Running, Gucci Flora và Lion Head tung linh sắc màu với chất liệu vàng trắng hoặc vàng trắng cấn các loại đá quý giá và kim cương. Mỗi mẫu trang sức là một mảnh ghép lồng lẩy kể nên câu chuyện chế tác đầy tinh xảo đáng khâm khảo và ngưỡng mộ của Gucci.

La Medusa – Phiên bản hiện đại của biểu tượng thần thoại

NTK Donatella Versace sẽ đưa bạn đến với thế giới thần thoại của Versacepolis thông qua bộ sưu tập túi xách La Medusa mới nhất. Mang thiết kế mô tả họa tiết Trésor de la Mer theo chủ đề biển cả, các thiết kế được chiếu sáng bởi những giọt nước mặn và hình ảnh bên cạnh những con sứa neon rực rỡ, được gọi là Medusa trong tiếng Ý. Bộ sưu tập thể hiện sức mạnh, sự tự tin và quyến rũ – những giá trị cốt lõi là niềm tự hào của nhà mốt nước Ý **Versace**.



Bày tỏ lòng kính trọng với Mẹ Thiên Nhiên

Mang đến cảm giác về một nguồn năng lượng nữ tính: một bộ áo giáp hiện đại nằm bắt được ánh hào quang tỏa ra từ người mặc, BST Thu Đông 2021 của nhà mốt **Burberry** vừa trình làng với các thiết kế tái định nghĩa truyền thống, thay đổi vẻ đẹp cổ điển và khuyến khích sự tự do thể hiện. Bộ sưu tập là một sự bày tỏ lòng kính trọng đối với sức mạnh vô biên của Mẹ Thiên Nhiên cũng như vẻ đẹp của kĩ thuật thủ công Anh quốc và cả các phong trào đường phố rộng khắp diễn ra tại Anh đầu thế kỉ 20.



Tiffany & Co. ra mắt BST “Give me the T”

Tiffany & Co. ra mắt chiến dịch quảng cáo Tiffany T1 với bộ sưu tập mới mang tên “Give Me the T” năm 2021 cùng hình ảnh 3 gương mặt đại sứ toàn cầu là Arya Taylor-Joy, Eileen Gu và Tracee Ellis. Bộ sưu tập đặc trưng của Tiffany & Co. được biểu hiện qua những khung hình thời thượng và thanh lịch của các ngôi sao đại sứ trong ba họa tiết nằm xen tâm xung quanh chữ “T”. Tất cả những chi tiết đó làm nổi bật sự táo bạo của thiết kế, những viên kim cương pavé rực rỡ và tôn vinh tay nghề thủ công tinh xảo.

Lưu luyến nét đẹp cổ điển

Dune London giới thiệu bộ sưu tập giày và phụ kiện phiên bản giới hạn được chế tác thủ công tinh xảo, thiết kế đầy cảm hứng và chất liệu bền bỉ dành cho cả chàng và nàng. Chú ý đến từng chi tiết được thể hiện thông qua trang sức lấp lánh, gót đinh đá baguette và kim cương đầy màu sắc, bên cạnh các thiết kế mũi giày ôm, xăng đan cao gót hở mũi giày cao gót dây kiểu đàn thanh nhã. Bước sang mùa mới, Dune London mang đến bảng màu rực rỡ đan xen với màu sắc trung tính, mềm mại. Màu sắc tươi sáng của cam quýt, chanh kiwi, xanh lam, vàng chuối và hồng dưa hấu sẽ mang đến cảm giác vui vẻ và tích cực đặc trưng của mùa hè.



Lạc vào chuyến du hè thơ mộng

Đã đến lúc tạm gác lại những điều tất bật và cùng **Parfois** hòa mình vào chuyến du ngoạn mùa hè thơ mộng với BST Hè 2021 "It's time to feel like we are miles away". Bộ sưu tập phụ kiện của Parfois là hình ảnh phản chiếu của những xu hướng đậm chất hè với tông màu neon, chất liệu denim, những mảng màu đơn sắc, quần áo thể thao và set đồ đen, trắng. Bên cạnh đó là những mẫu trang sức bùng nổ màu sắc, các mẫu túi xách còi lẳng man, kính mắt hay giày bệt phá cách..., tất cả đều đem đến cho bạn sự thoải mái mà vẫn không làm mất đi phong thái riêng cho những chuyến du hè đáng nhớ.



Khi cổ điển, hiện đại và tương lai cùng hòa nhịp

Chưa bao giờ thời trang định gốc rễ thủ công trên từng chiếc giày cùng tinh

thần tận tụy, tỉ mỉ nhằm gìn giữ giá trị nguyên bản và chất lượng sản phẩm, **Clarks** ra mắt BST Xuân Hè 2021 như lời khẳng định cho điều đó. Mang những biểu tượng năm xưa đến hiện tại, BST Xuân Hè 2021 của Clarks với hai mẫu giày đã làm nên tên tuổi thương hiệu là Desert Boot 2 và Craft Run Lace đã được cải tiến về nhiều mặt song vẫn giữ nguyên các giá trị thiết kế cốt lõi. Clarks đã khéo léo mang tinh thần thủ công thổi vào xu hướng Athleisure tân thời cho bộ sưu tập mới kỳ này bằng những sáng tạo công nghệ đột phá.



Nơi khởi nguồn của mọi sáng tạo

Native Shoes chính thức ra mắt bộ sưu tập rực rỡ sắc màu hợp tác cùng thương hiệu bút màu Crayola. Bộ sưu tập lần này mang đậm nét trẻ trung, năng động và đầy chất sáng tạo từ những điều thật đơn giản và gần gũi với tinh thần Native: "Luôn đồng hành cùng bạn đi khắp mọi nơi". Bên cạnh việc cập nhật những xu hướng màu sắc thời trang sành điệu, mỗi bộ sưu tập của Native còn lồng ghép những câu chuyện riêng mang thông điệp đầy ý nghĩa.

TUMI ra mắt BST Esports chuyên nghiệp

Tumi, thương hiệu hàng đầu về du lịch, phong cách sống quốc tế, đã chính thức ra mắt dòng túi xách và phụ kiện Esports chuyên nghiệp đầu tiên. Đi tiên phong trong một loạt thiết bị mang hiệu suất mới và tiếp cận tệp khách hàng mới, Tumi đã tham khảo ý kiến của nhiều chuyên gia trong ngành từ các nhà phát triển trò chơi đến các vận động viên thể thao điện tử chuyên nghiệp để giúp thiết kế những chiếc túi đẳng cấp, mang tới công dụng tuyệt vời cho các game thủ hiện đại.



Những đôi giày với thông điệp về của lạc quan và yêu thương

Skechers vừa qua đã hợp tác cùng nghệ sỹ vẽ tranh tường James Goldcrown ra mắt các sản phẩm giày thể thao đầy màu sắc, lấy ý tưởng từ các thiết kế mang tính biểu tượng nổi tiếng khắp thế giới. Mang theo thông điệp về tình yêu, sự lạc quan và hy vọng, bộ sưu tập Skechers x JGoldcrown bao gồm các sản phẩm dựa trên các dòng giày biểu trưng như Skechers Uno thể thao đường phố, Skechers Roadies mang hơi thở của thập niên 90s, và đặc biệt là Bobs - dòng sản phẩm từ thiện của Skechers giúp lan tỏa thông điệp yêu thương bằng cách giúp đỡ trẻ em và vật nuôi bị bỏ rơi.

Đề cao vẻ đẹp của sự tối giản

Calvin Klein vừa kết hợp cùng Heron Preston để đề cao vẻ đẹp của sự tối giản trong một bộ sưu tập đặc biệt. Phong cách tối giản, gọn gàng, trẻ trung và tự do luôn là những điều cốt lõi khi nói về Calvin Klein. Lấy cảm hứng từ sự tiện ích và tính ứng dụng cao, bộ sưu tập Heron Preston tập trung vào các sản phẩm thiết yếu mà mọi từ đồ đều phải có. Trong đó là các mặt hàng chủ lực của Calvin Klein như áo lót, áo thun, áo hoodie và áo khoác nỉ cùng với bảng màu trắng sáng đặc trưng pha trộn thêm các màu cam, xanh lam, nâu đất..., và được nhận diện bằng hình tượng màu cam xuyên suốt trên các sản phẩm.





Trang phục:
VALENCIANI
by Adrian
Anh Tuấn

Anti HEAT

Giữa nền trời xanh thẳm của mùa hè, sự kết hợp của những mảng màu da sắc lại một lần nữa lên ngôi và khiến người ta không thể ngó lơ. Dành cho những người phụ nữ có tâm hồn rộng mở, yêu thời trang và mạnh dạn kết hợp tất cả một cách độc đáo, bộ ảnh kỳ này sẽ là nguồn cảm hứng tuyệt vời giúp bạn tạo nên bộ trang phục tươi mát cho những ngày hè đầy nắng. Bạn sẽ vẫn luôn được là chính bạn, nhưng dưới một diện mạo rực rỡ và tươi sáng hơn bao giờ hết!

Creative Director: **HIEPLEDUC**

Photo: **LINH B52** - *Model:* **KIM NHUNG**

Stylist: **THUẬN TỬ** - *Make up:* **TRÍ VIÊN**



Trang phục:
XITA by
Katy Nguyen



Trang phục:
XITA by
Katy Nguyen



Trang phục:
VALENCIANO by
Adrian Anh Tuấn
Túi: B'Lou Handmadebag

Trang phục:
VUNGOC&SON





Trang phục:
XITA by
Katy Nguyen
Tiết: B' Lou
Handmade bag



Into the SUMMER



Cho dù vạn vật có đổi thay như thế nào, mùa này, Hè vẫn đến. Những kẻ mộ điệu thời trang vẫn ngóng chờ Hè để đổi mới phong cách thêm phần tươi mát và sống động. Không gì được ưa chuộng hơn như chỉ dành cho mùa Hè là chất liệu "sheer" mỏng nhẹ và "denim" trẻ trung.

The image is a fashion collage centered around denim. In the middle is a photograph of a model walking on a dirt path, wearing a blue long-sleeved top with a high collar and a wide belt, paired with blue jeans. Surrounding this central image are various denim-related items:

- Top Left:** A pair of Ray-Ban aviator sunglasses.
- Top Left (Below Sunglasses):** A blue long-sleeved top with a high collar and a wide belt, labeled "CHLOÉ".
- Top Right:** A dark blue long-sleeved top with a high collar, labeled "FENDI".
- Top Right (Below Top):** A dark blue baseball cap with "FENDI" written on it, labeled "PHILIPP PLEIN".
- Bottom Left:** A pair of blue and white high-top sneakers, labeled "ALEXANDER MCQUEEN".
- Bottom Left (Above Sneakers):** A blue denim jacket, labeled "BURBERRY".
- Bottom Left (Above Jacket):** A pair of blue jeans, labeled "TOM FORD".
- Bottom Right:** A pair of blue jeans with a wide belt, labeled "CAROLINA HERRERA".
- Bottom Right (Above Jeans):** A blue denim top with a high collar, labeled "ALEXANDER MCQUEEN".
- Bottom Right (Below Top):** A pair of blue high-heeled sandals, labeled "SERGIO ROSSI".
- Bottom Right (Below Sandals):** A pair of blue jeans with a wide belt, labeled "ETRO".

DENIM CÁ TÍNH

Denim là một loại chất liệu bất hủ của làng thời trang. Nhưng không phải vì thế mà người ta không có cách làm mới loại chất liệu đi cùng năm tháng này. Cho dù trong bất kỳ mẫu thiết kế nào, denim cũng có cách hiện hữu để tô điểm thêm cá tính cho người mặc mà không cần phải quá khoa trương hay cầu kỳ.

Aqua Green

Nổi bật và cuốn hút,
hãy phá cách với eyeliner
viền mắt tông xanh tảo
biển giúp đôi mắt thêm
trôi mắt, sắc sảo.

Ms. Aquatic

Những sắc màu biến cả luôn biết cách "thối hỏn"
cho mọi thứ trở nên tươi mát, xóa lùi cảm giác
ngột ngạt. Với những gam xanh lay cảm hứng
từ đại dương trong trẻo, hãy tự tin hòa mình vào
không khí khác mùa hè sống động với những phong
cách trang điểm kỳ diệu có thể giúp bạn
trở nên nổi bật nhất.

Creative Director: HIEPLEDUC - Photo: QUANG KHUÊ - Model: TRANG PHẠM - Stylist: THUẬN TỬ - Make up: KHAI TỬ



Pearly Pure

Điểm nhấn độc đáo từ
sự điểm xuyết của ngọc
trái là làm khiến bất
cứ ai cũng phải ngó
nhìn bởi vẻ đẹp long lanh,
thuần khiết.



Peaceful Blue

Viễn mắt xanh thu hút từ
eyeliner càng tôn lên vẻ đẹp vừa
tươi tắn vừa dịu dàng nhưng lại
không kém phần ấn tượng.

Coral Shades

Tua ánh sáng hồ rực rỡ đôi má
người thiếu nữ đông như cánh
trò rêu tỏa sáng hơn với hiệu
ánh sáng tỏa ấm áp từ đôi môi màu
hồng đất dịu dàng.



Vẻ đẹp từ những bất toàn

“Bất cứ điều gì không
hoàn hảo hay có những
biến chuyển theo thời
gian đều sở hữu một vẻ
đẹp đáng trân trọng.”

Người mẫu Lara Stone

N

hư hầu hết các phụ nữ châu Á, một trong những ước muốn về hình ảnh bản thân từ khi còn nhỏ của chúng ta có lẽ là sở hữu làn da “bạch ngọc” trắng mịn không tì vết. Oái ăm thay, đa số chúng ta trưởng thành ở miền nhiệt đới, nơi nắng, gió là bạn đồng hành nên làn da theo đó cũng sạm màu hơn. Trong khoảng thời gian dài, màu da nâu đã tồn tại như một khuyết điểm khiến không ít người trong chúng ta mất đi sự tự tin. Và rồi, có một ngày ta nhìn thấy chiếc bia tạp chí có ảnh cô siêu mẫu sở hữu đôi mắt hút hồn cùng một cặp răng thưa. Về đề ấy, thần thái

ấy có gì đó không như tiêu chuẩn chúng ta thường nghĩ. Đứng giữa những người mẫu sở hữu nụ cười rạng rỡ và viên mãn, siêu mẫu với hai chiếc răng của “đôi hồn” cách xa nhau hút ánh nhìn của bất kỳ ai ngay từ lần chạm mắt đầu tiên. Nụ cười nằm ngoài chuẩn mực cái đẹp không khiến cô ấy trở nên kém sắc, ngược lại, chúng tạo nên ấn tượng mãnh liệt so với vẻ đẹp hoàn hảo của những người mẫu xung quanh. Đó chính là **Lauren Hutton**, một trong những nữ người mẫu thành công nhất trong lịch sử.

Khuyết điểm hay là nét độc đáo?

Rằng thưa vốn luôn nằm ngoài chuẩn mực về cái đẹp, đầu là ở các nước phương Đông hay phương Tây, thật khó hình dung một người mẫu có khuyết điểm có thể nhận được sự ủng hộ của các thương hiệu. Ấy vậy mà, **Lauren Hutton** đã chứng minh điều ngược lại. Bằng nỗ lực và cách nghĩ táo bạo, cô biến điều mọi người cho là khiếm khuyết trở thành nụ cười hái ra tiền, thậm chí còn tạo nên làn sóng thể hệ người mẫu răng thưa được các thương hiệu xa xỉ chọn mặt gửi vàng trong những thập niên sau như **Lara Stone**, **Lily Aldridge**...

Vanessa Paradis, một trong các gương mặt được nhà mốt Chanel tôn vinh cũng là người sở hữu cặp răng thưa kinh điển. Và khi được hỏi về việc chỉnh sửa chúng, cô trả lời một cách hài hước: “Vì sao tôi phải sửa chúng nhỉ? Tôi sinh ra cùng chúng và thậm chí tôi có thể phước nước qua kẽ răng. Chúng hữu dụng đấy chứ! Bạn thấy đấy, chúng ta thường ít hài lòng về bản thân và tập trung vào những điều được cho là “khuyết điểm” khi ngắm so sánh với vẻ đẹp chuẩn mực phổ biến trong xã hội. **Hutton** và **Paradis**, những người phụ nữ với góc nhìn phá cách ấy gọi lên một câu hỏi liệu những bất toàn được nhìn thấy thực sự là khuyết điểm, hay đây là đặc điểm tạo nên bản sắc riêng của mỗi người?”

Chỉ cần thoải mái trong vẻ đẹp của chính mình

Những tiêu chuẩn về vẻ đẹp từ vóc dáng thon gọn, chỉ số cân nặng hay làn da lý tưởng mà chúng ta tiếp xúc qua rất nhiều luồng thông tin trong nhiều



Người mẫu
Adwoa
Aboah



Chúng ta không cần là những viên ngọc hoàn hảo, mà hãy là những phiên bản độc đáo của chính mình!



Son màu tay in Vernis mới màu cổ vàng ánh nhũ, Chanel

năm dần dà hình thành chuẩn mực trong suy nghĩ. Đến một ngày, chúng sẽ trở thành sự ràng buộc và áp lực khi chúng ta có thói quen so sánh bản thân với các hình mẫu xinh đẹp và chuẩn mực mà rất nhiều người tung hô. Biểu hiện rõ ràng nhất chính là cảm giác không hài lòng hoặc tự ti về ngoại hình mỗi khi nhìn thấy diện mạo của mình. Có một sự thôi thúc và áp lực luôn dặt nặng bất buộc chúng ta nỗ lực ngày một nhiều hơn để đạt được vóc dáng, làn da theo chuẩn lý tưởng ấy mà quên xem lại vẻ đẹp đó có phù hợp với những gì ta đang sở hữu và có thể làm theo.

Mỗi lần ngắm mình trong gương, thay vì tìm kiếm những ưu điểm, chúng ta lại chỉ hút mắt vào những điểm bất toàn trên cơ thể, thất vọng với những gì mình đang có, rồi chán chường và chẳng còn động lực để làm đẹp cho mình. Nếu định nghĩa làm đẹp là cố gắng thay đổi bản thân theo một hình mẫu xa vời và không phù hợp, kết quả sẽ luôn dẫn đến sự bùng nổ cảm xúc, ngày càng tự đốt tình yêu với bản thân và thêm mất tự tin.

Chúng ta không cần là những viên ngọc hoàn hảo, mà hãy là những



Kem tẩy tế bào chết Skin Refining Clay Scrub-chub hương chanh, nhẹ nhàng loại bỏ tế bào chết trên da, đem đến làn da mịn màng. Chỉ có Paris Beauty



Tinh chất chống lão hóa Abilite Royale Doublet 6 chiết xuất từ sữa ong chúa và tinh dầu quế hồng giúp phục hồi, tái tạo, che phủ nếp nhăn và căng mướt. Guerlain

Nhà báo
Sophie Fontanel



phiên bản độc đáo của chính mình! Một vài điểm khác biệt để trở thành đặc điểm nhận dạng và thu hút hơn bao giờ hết. Nếu bạn có vóc dáng nhỏ nhắn, hay thậm chí đây là hơn hình mẫu vẻ đẹp mà nhiều người hay nhắc đến, hãy đảm bảo việc đầu tiên bạn cần làm chính là trút bỏ hình ảnh chuẩn mực kia trong tâm trí của mình, và rồi chỉ cần quan tâm đến việc làm sao cho chính bạn trong thời điểm hiện tại thật thanh lịch và đẹp để hơn. Bạn có thể tìm những hình mẫu phụ nữ thành công có vóc dáng, làn da tương tự với bạn để

từ đó tham khảo cách phối trang phục, kiểu tóc, màu son hay chăm sóc làm đẹp bản thân. Bạn có biết một trào lưu đang được phái đẹp ủng hộ là để tóc bạc tự nhiên? Bất cứ nỗ lực nào để trở nên đẹp hơn, cũng nên kèm theo đó sự khỏe mạnh và hiểu rõ về cơ thể mình. Để sở hữu một mái tóc đẹp, đầy phong cách, nhiều người đã phải đối diện với tình trạng mái tóc ngày càng xơ xác và hời hợt vì đã tiếp xúc quá nhiều với hóa chất, để rồi chính mái tóc điểm bạc hòa râm, chuyển màu theo dấu vết thời gian lại có thể khiến họ cảm thấy hài lòng và thoải mái hơn bao giờ hết.



Nem dưỡng đêm chống lão hóa L'Intemporel với chiết xuất hoa da anh thảo làm mịn các đường nhăn, định hình, cho da căng mướt sau một đêm ngủ. **Givenchy**

Nếu có một chuẩn mực nào đó về cái đẹp khiến bạn cảm thấy gò bó, hãy thử lắng nghe con tim và tìm ra định nghĩa của riêng mình như **Sophie Fontanel**. Là một cây viết có tiếng trong làng thời trang và sở hữu tài khoản Instagram với 240.000 lượt followers, **Sophie Fontanel** đã làm rung động hàng ngàn cô gái khi kể lại câu chuyện bút phá định nghĩa về sự thanh lịch. Đối nghịch với những gì làng báo và các đồng



Nem trang điểm chống nắng Tintessence Radiance Serum Cushion chiết xuất thông đỏ nuôi dưỡng da người Hàn trong đêm, cho nền da trong trắng tự nhiên. **Sulwhasoo**



Người mẫu
Paloma
Elsesser

Người mẫu
Winnie Harlow



“Vẻ đẹp đến từ
khoảnh khắc bạn
quyết định trở
thành chính mình.”

Coco Chanel

nghiệp hay bình phẩm về sự thanh lịch gắn liền với giá tiền, sự xa xỉ đắt đỏ, chính bản thân cô nhận định thanh lịch chính là món quà và sự trân trọng dành cho bản thân. Fontanel bắt đầu thu hút sự chú ý của mạng xã hội nhờ cách phối trang phục bất quy tắc và hoàn toàn thanh lịch. Đa phần các trang phục được mua ở cửa hàng vintage, hoặc cửa hàng quần áo cũ. Chính ý tưởng này trở thành một cú hích cho sự nghiệp cá nhân khi các bức ảnh đăng tải thể hiện cách nghĩ và quan điểm riêng của cô lại thu hút hàng nghìn lượt yêu thích từ người yêu thời trang.

“Tất nhiên cần nỗ lực để trở nên thanh lịch, nhưng đó không phải là loại nỗ lực mà bạn đang nghĩ. Tất cả là sự nỗ lực sắp xếp lại bản thân. Nhiều người biết đến tôi với những bức ảnh ‘selfie’ trang phục trước gương. Tôi tin bạn cũng



Nếu đang tìm kiếm những Phyto-Blanc La Sengia là hệ thống và giảm thâm đen, cho da sáng và đều màu hơn, Sisley

Tinh chất dưỡng tóc ban đêm Elé Magic Night Hair Serum chiết xuất từ cây họ xạ hương, cho tóc mềm mượt từ sâu gốc trở đi, Kérastase



Người mẫu
Tsunaina



Kem dưỡng chống lão hóa Capture Totale Super
Potent Rich Creme ứng dụng công nghệ tế bào
gốc gốc dưỡng da, Dior



Phấn má Hồng Organix với phân tử khoáng
ánh sáng mịn màng, cho gương mặt trẻ đẹp rạng
bông tự nhiên, Dior

có một tấm gương như vậy, cũng có những món đồ như thế, hãy lấy chúng ra và phối theo cảm nhận của bạn. Hãy thử "pose dáng" như một người mẫu mà bạn yêu thích và tìm ra cho mình một tấm ảnh thật đẹp xinh rồi cất giữ nó như một điều tuyệt vời về chính bạn." Buổi nói chuyện của cô ấy khiến nhiều phụ nữ hiểu rằng thanh lịch chính là một loại cảm nhận hài lòng và tôn vinh bản thân. Khi có nó, chúng ta tìm thấy không chỉ là sự thanh lịch, mà còn là phiên bản bất toàn đẹp đẽ nhất của chính mình. Cả quá trình đó tiếp thêm cho chúng ta sự tươi mới và tràn đầy nhựa sống.

Triết lý Wabi Sabi về cái đẹp "không hoàn hảo"

Trong văn hoá Nhật, **Wabi Sabi** được biết như triết lý về cái đẹp ôm ấp những điều bất toàn và sự vô thường của vạn vật. Triết lý này xuất phát từ tư tưởng thiền tông của Phật giáo và khi du nhập vào nước Nhật, tu tưởng trở nên phổ biến trong trà đạo và các môn nghệ thuật. "**Wabi**" có nghĩa giản đơn, thanh lịch hoặc mộc mạc, còn "**sabi**" mang ý nghĩa về đẹp của thăng trầm. Trong góc nhìn **Wabi Sabi**, bất cứ điều không hoàn hảo hay những điều biến chuyển theo thời gian đều sở hữu một vẻ đẹp đáng trân trọng.

Không chỉ dừng lại ở tư duy về thẩm mỹ và nghệ thuật, **Wabi Sabi** là một cách nghĩ, cách sống có thể giúp ta thoát khỏi những chiếc khuôn và định kiến vốn đang ăn sâu vào tâm trí và tạo nên nhiều đén cảm xúc. Khi có thể quay về

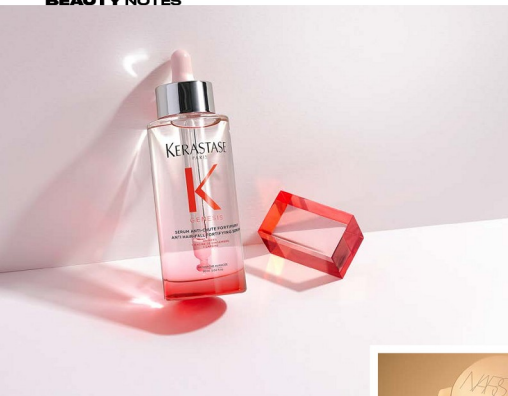
nhìn nhận tìm thấy được cái đẹp trong những điều bất toàn, thiết lập thái độ hòa ái bao dung với những vẻ ngoài chưa hoàn hảo của bản thân, chúng ta sẽ tìm thấy niềm vui nhẹ nhàng trong việc chấp nhận. Từ đó, mỗi người phụ nữ sẽ có phương cách phù hợp để nuôi dưỡng vẻ đẹp của mình trở nên rạng rỡ hơn trong phiên bản chân thật của bản thân.

Làm đẹp và hoàn thiện bản thân khi ấy không còn là những khoanh khắc lao nhọc, ngược lại, chúng tràn đầy niềm vui đến từ việc nuôi dưỡng làn da, mái tóc hay vóc dáng như khi bạn chăm chút cho một vườn hoa. Với tình yêu và sự chăm sóc cho đi mỗi ngày, bạn đang ngắm nhìn phiên bản đẹp đẽ nhất của chính mình đang từng chút thành hình, hết như một đóa hoa đang trên hành trình bung cánh khoe sắc hương rực rỡ. Vẻ đẹp có thể để lại ấn tượng sâu đậm chính là cảm nhận đẹp đẽ của phụ nữ về bản thân họ, và đó cũng chính là khí chất mà phụ nữ bản lĩnh luôn có được. ■

"Vẻ đẹp chân thực đến khi bạn chấp nhận mọi mặt của bản thân và có thể ôm ấp những bất toàn."

Karen Millen





Giảm rụng tóc với tinh túy từ thiên nhiên

Kerastase giới thiệu bộ sản phẩm chăm sóc da đầu và tóc Genesis đã được kiểm nghiệm hiệu quả trong việc hỗ trợ giảm rụng tóc tự nhiên. Dòng sản phẩm có thành phần chiết xuất từ tế bào gốc hoa nhung tuyệt vời và rễ gừng kết hợp cùng Aminexil 1.5%, tạo nên tác động kép kích thích tuần hoàn mao mạch, nuôi dưỡng và bảo vệ, giúp tóc chống lại các tác động có hại. Với mùi hương nhẹ nhàng và lối cuốn, bộ sản phẩm gồm dầu gội, dầu xả, tinh chất dưỡng, xịt dưỡng, mặt nạ... đảm bảo nuôi dưỡng từ gốc rễ cho sợi tóc chắc khỏe hơn.



Cho làn da lấp lánh mùa hè

Nars vừa ra mắt BST Bronzing 2021 mới nhất với bộ đôi độc quyền gồm phấn làm nâu da Bronzing Powder và phấn tạo sáng Highlighting Powder. Với công thức cải tiến từ dạng kem chuyển sang bột phần mang lại vẻ ẩm áp và bề mặt mịn mướt mềm mại, bộ sản phẩm sẽ đem đến làn da rám nắng hoàn hảo với gam màu ánh nhũ vàng đồng mong sương. Bên cạnh đó là bảng màu mắt Summer Solstice với tông màu nâu chủ đạo và phần làm nâu da dạng kem Sunkissed Bronzing Cream chứa hương thơm đặc trưng Monoi de Tahiti của Nars. Tất cả là những món trang điểm không thể thiếu cho những quý cô da nâu quyến rũ khỏe đẹp suốt mùa hè.



Tận hưởng hội hè bất tận

Mùi hương cuối cùng trong bộ sưu tập **Bvlgari Allegra** mang tên Riva Solare sẽ là cuộc chạy trốn cùng bạn đến những bãi biển trong vắt tại xứ Riviera - Italy, nơi có cát trắng lấp lánh và biển xanh ngọc trải dài đến vô tận. Nguồn năng lượng nơi đây được tái hiện hoàn hảo với hương cam chanh Bergamot lấp lánh cùng hoa cam, một té cùng quả quýt. Sử dụng lớp nền xạ hương quyến rũ, Riva Solare làm sống lại sự hấp dẫn của mặt trời và biển cả chốn Địa Trung Hải - những biểu tượng của tự do, gợi cảm và đầy sinh lực.



Đón một mùa hè thật nồng nàn

Đúng như tên gọi, dòng sản phẩm thuần chay dùng để chăm sóc da mùa hè vừa được **The Body Shop** ra mắt chính là món quà nồng nàn bạn không thể bỏ qua. Bộ sản phẩm phiên bản giới hạn gồm dưỡng thể, sữa tắm, tẩy da chết, xịt thơm... với hai mùi hương Cool Daisy từ hoa cúc trong trẻo và Fresh Raspberry từ quả mọng ngọt ngào. Đây là bộ sản phẩm dưỡng thể giàu dưỡng chất hứa hẹn sẽ mang đến cho bạn một làn da tươi mới đủ ẩm đến 72 giờ trong mùa hè ngập nắng này.



Giảm mỡ chuyên sâu cùng sữa dưỡng thể Le Sculpteur

Là kết quả của 7 năm nghiên cứu từ phòng thí nghiệm, mỹ phẩm **Sisley** ra mắt kem dưỡng thể giảm mỡ chuyên sâu Le Sculpteur sở hữu công thức tương thích với nhịp sinh học của tế bào mỡ, mang lại tác động kép chuyên sâu ngày và đêm. Với chiết xuất quý và tinh dầu từ quả Andiroba, La Sculpteur tạo ra một chuỗi hoạt động mới nhằm ức chế sự tổng hợp của các chất vận chuyển ceramide, là một dạng lipid có liên quan quá trình biến đổi tiền tế bào mỡ thành tế bào mỡ. Sản phẩm có thể được dùng ở những vùng như bụng, hông, cánh tay, đùi... để định hình đường nét vóc dáng thon gọn hơn.



Brown x KAI - BST của làn da rạng rỡ

Với “chàng thơ” KAI cùng đồng hành, **Bobbi Brown** vừa ra mắt nước dưỡng da Intensive Skin Serum Radiance Emulsion. Bộ sản phẩm chứa thành phần quý hiếm từ đồng trùng hạ thảo kết hợp cùng công nghệ đột phá giúp nuôi dưỡng làn da từ sâu bên trong, khi trang điểm nền da trở nên căng mướt và rạng rỡ cả ngày. Không chỉ vậy, Kai còn đại diện cho dòng son dưỡng có màu Extra Lip Tint với công thức làm mềm và dưỡng ẩm sâu từ vitamin C, E và dầu olive, bơ, hạt Phỉ cho đôi môi mềm mịn, căng bóng ngay cả khi đã tẩy trang.



Những chuyên gia “pro” cho da sáng mịn

Thấu hiểu nhu cầu sở hữu làn da trắng, khỏe mạnh và mịn màng đặc biệt khi vào hè của phụ nữ châu Á, **Estée Lauder** đem đến 2 sản phẩm mới thuộc dòng Perfectionist Pro: serum dưỡng trắng và tinh chất sáng da tức thì dạng Ampoule. Với thành phần làm sáng nổi bật và mạnh mẽ gồm vitamin C và ba hợp chất lên men ưu việt bao gồm men tảo, sản phẩm đem đến hiệu quả làm đều màu da rõ rệt, giảm dần tình trạng vàng da hoặc sạm màu, giúp da tươi sáng, giảm thâm mụn và mịn màng hơn chỉ sau 4 tuần.



LIFESTYLE



THIÊN ĐƯỜNG SẮC TRẮNG

Thiên nhiên là một món quà kỳ do mà con người dù có mò ra trăm ngàn lần cũng đều ngỡ ngàng và choáng ngợp. Và đây là một món quà mang sắc trắng tinh khôi mà khi đến nơi này bạn sẽ tưởng chừng như lạc chốn thiên đường...

Salar de Uyuni, cánh đồng muối trắng lớn nhất thế giới là một chốn lui tới lấp lánh mà biết bao du khách luôn ngưỡng mộ. Nằm trải dài trên vùng đất rộng 10.500km² thuộc cao nguyên Altiplano của Bolivia - một quốc gia ở trung tâm Nam Mỹ, Salar de Uyuni dưới bầu trời cao luôn đem đến khung cảnh nhìn ngắm vô cùng kỳ vĩ bất ngờ đến tận chân trời. Do cao nguyên Altiplano không có cửa thoát nước nên khi nước biển bốc hơi dưới ánh nắng chói chang, lớp muối vẫn còn sót lại trên mặt đất tạo nên cánh đồng muối bằng phẳng đến không ngờ. Người Aymara ở Bolivia còn có hẳn một truyền thuyết đặc sắc để giải thích về sự hình thành của **Salar de Uyuni**. Truyền kể rằng, ba ngọn núi bao quanh cánh đồng nơi đây khi xưa là những người khổng lồ mang tên Kusina và hai vợ chồng Kusku và Tunupa. Vì Kusina, người chồng Kusku đã phản bội vợ mình là Tunupa, khiến nước mắt nàng rơi xuống và tạo thành cánh đồng muối khổng lồ như ngày nay. Do tác động của gió, những đụn muối ở đây liên tục biến đổi hình dạng theo thời gian, trở thành khung cảnh đẹp mà hiếm có trên thế giới. Trong những tháng mùa mưa ở Bolivia, làn nước mỏng đọng lại còn biến **Salar de Uyuni** thành một tấm gương phẳng tự nhiên khổng lồ, phản chiếu hình ảnh và màu sắc của vạn vật. Ngoài ra, nằm rải rác khắp cánh đồng muối là những ngọn núi lửa "đang ngủ yên", chúng tạo thành các chấm đen nổi bật giữa khung cảnh trắng xóa. Đến đây, du khách cũng bắt gặp những dấu tích của san hô và vỏ ốc, bởi theo các



nhà nghiên cứu, hơn 40.000 năm trước, khu vực này vốn là một hồ nước mặn khổng lồ. Thời gian thuận lợi nhất để đến thăm **Salar de Uyuni** là từ tháng 7-10, khi khi hậu trở nên dễ chịu hơn. Tuy nhiên, để chiêm ngưỡng tấm gương phản chiếu cảnh sắc khổng lồ, du khách nên tới đây vào tháng 3-4. Bạn có thể thuê tour xe tải địa hình để khám phá vùng đất kỳ ảo này, mỗi tour tới đa 6 người. Đặc biệt, tại đây còn có một khách sạn muối nổi tiếng với nhiều khu chức năng và thiết bị nội thất... được tạo thành từ các khối muối công phu. ■



HERE WE GO AGAIN!

Sheraton Grand Đà Nẵng

ĐI TÌM NHỮNG NIỀM VUI THÂN THUỘC

Có rất nhiều cách để một điểm đến tạo ấn tượng với du khách, nhưng nếu hỏi Tạp chí Nữ Doanh Nhân rằng điều gì Sheraton Grand Đà Nẵng đã để lại cho chúng tôi sau chuyến review kỳ này, thì đó chính là những niềm vui giản dị thân quen mà trong nhịp sống hiện đại đôi lúc chúng ta thiếu trân trọng.

Mùa hè năm 2021 có lẽ sẽ trở nên đặc biệt hơn bao giờ hết với tất cả chúng ta khi gắn liền với hai từ "Covid-19". Nhưng mùa hè vẫn đã đến, với bầu trời xanh thẳm và nắng chiều vàng óng, không khí tươi vui ấy sẽ sớm mang đến cho chúng ta niềm tin lạc quan sau mọi thị hoản. Tiếp tục hướng ứng chiến dịch "Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam" do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phát động, điểm đến trong chuỗi bài review du lịch của Tạp chí Nữ Doanh Nhân kỳ này chính là khu nghỉ dưỡng **Sheraton Grand Đà Nẵng**.

Mọi thứ đều "vừa đủ" là những gì chúng tôi cảm nhận khi đặt những bước chân đầu tiên đến **Sheraton Grand**. Tạo ra cảm giác thoải mái tiếp xúc không e ngại dù đây là lần đầu tiên ghé thăm, khu nghỉ dưỡng mang đến cảm giác vô cùng quen thuộc với mọi thứ đã được bày sẵn và chỉ đợi giây phút du khách bước vào để tận hưởng. Sân golf tại **Sheraton Grand Đà Nẵng** vẫn thể hiện trọn vẹn sự sang trọng của một khách sạn 5 sao với diện tích rộng lớn cùng dần dần pha lê trắng lặc lác tỏa ánh sáng êm dịu tỏa lạc giữa trung tâm sảnh. Từ "điểm sáng" rực rỡ ấy, bạn sẽ được dẫn lối về mọi ngõ ngách của khách sạn bằng những lối đi riêng với cảm giác dầy an tâm vì "không sợ lạc đường".

Thoải mái yên vị trên những chiếc ghế salon chờ đợi làm thủ tục nhận phòng, chúng tôi nhìn dòng người nhộn nhịp ra vào và thầm cảm thấy vui vẻ, nhưng ít hẳn những người vui hơn bao giờ hết chính là đội ngũ

nhân viên tại khách sạn. Là một trong những ngành nghề chịu ảnh hưởng nặng nề nhất trong giai đoạn này, việc được nhìn thấy những đoàn khách đến và đi tựa như một luồng sinh khí tiếp thêm năng lượng để họ có thể duy trì niềm đam mê của mình.

SỰ CHU ĐÁO ĐẾN TỪ NHỮNG TIỆN NGHI PHONG PHÚ

Nằm ở vùng đất du lịch nổi tiếng, không có gì lạ khi **Sheraton Grand Đà Nẵng** sở hữu rất nhiều hạng phòng khác nhau với số lượng lên đến 270 phòng nghỉ và phòng suite. Trong đó, phòng Honeymoon Suite trang nhã chính là nơi mà Tạp chí Nữ Doanh Nhân lựa chọn để trải nghiệm mọi cung bậc cảm xúc và tối ưu hóa cảm giác thư giãn trong kỳ nghỉ này. Tối giản nhưng tinh tế là những gì chúng tôi cảm nhận khi bước vào căn phòng của mình. Từ chất lượng vật liệu đến sự phối màu của những mảng khối, phòng suite tại đây được thiết kế với sự chăm chút mang đến sự tiện nghi hiện đại với tầm nhìn không gò bó ra khu vực bãi biển Non Nước và hồ bơi vô cực. Căn phòng về cơ bản tạo cảm giác như một căn hộ cao cấp với tất cả các tiện nghi hoàn chỉnh đáp ứng nhu cầu cho dù bạn đi một mình, với cả nhóm bạn hay với gia đình.

Đặc biệt, khu vực phòng ngủ chính được chúng tôi xem như một thiên đường. Nơi đây trang bị chiếc giường thương hiệu *Sheraton Signature Sleep Experience* nổi tiếng mang lại giấc ngủ ngon với sự mềm mại và dễ

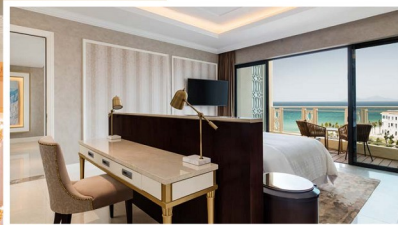




chịu không ngờ. Đối với những du khách khi đặt chân đến một nơi xa lạ, đây có lẽ là một sự chu đáo tinh tế nhất bởi chỉ khi có được một giấc ngủ ngon, bạn mới có thể tràn trề sức sống để tận hưởng một kỳ nghỉ trọn vẹn. Cho dù bạn đã trải qua một ngày mệt mỏi thế nào trên bãi biển hay những hoạt động ngoài trời, hãy yên tâm rằng chiếc giường êm ái luôn sẵn sàng chờ đón vỗ về bạn.

Mang đến cảm giác thân thuộc và dễ tiếp cận mọi nơi mọi lúc còn là các hoạt động ẩm thực tại **Sheraton Grand Đà Nẵng.**

Vào buổi sáng bình minh, nếu vẫn còn vương vấn sự mềm mại trên chiếc giường hay chỉ muốn tận hưởng cảm giác lười biếng của ngày nghỉ, bạn có thể gọi phục vụ bữa sáng tại phòng với đầy đủ lựa chọn phong phú và đẹp mắt. Nếu muốn dùng bữa tại nhà hàng để trải nghiệm không gian, bạn có thể ghé đến nhà hàng Table Set để



“Nếu niềm vui được vận chuyển từ một chiếc xe, thì đó sẽ là chuyến xe xuất phát từ Sheraton Grand Đà Nẵng.”

HERE WE GO AGAIN!



thường thức ẩm thực truyền thống xứ Quảng, hay ngồi nhâm nhi ở nhà hàng **The Grill** khi hoàng hôn bắt đầu ẩn hiện và nếm món bít tết trứ danh cùng hải sản thượng hạng trong ánh đèn lãng mạn. Còn nếu yêu thích không khí ngoài trời với gió biển thổi luôn tóc, bạn không thể bỏ qua nhà hàng **La Plage** với những món buffet hải sản ngon ngọt từ đại dương. Trong tiếng nhạc đậm chất "tropical" len lỏi giữa những rừng dừa rụng dừa, chúng tôi nhìn thấy những nụ cười viên mãn, những tiếng "cheers" sáng khoái, những cái nhún nhảy vô tư lự.... tất cả đã tạo nên một bức tranh sống động mà khi được nhìn thấy chúng ta chỉ có thể liên tưởng đến thật nhiều vui vẻ và bình yên.

QUẢNG THỜI GIAN QUÝ BÁU CHO CẢM XÚC THĂNG HOA

Đáp ứng cho mọi nhu cầu thư giãn từ thể chất đến tinh thần, mọi khu vực vui chơi ở **Sheraton Grand Đà Nẵng** đều có thể tiếp thêm nguồn nhiệt huyết cho bạn chỉ trong vài giờ trải nghiệm. Cho những ai yêu thích một chút vẫy vùng dưới làn nước biển, **Sheraton Grand Đà Nẵng** chính là nơi sở hữu hồ bơi vô cực dài nhất Đà Nẵng. Với tầm nhìn menh mông bao quát cả vùng biển bao la, hồ bơi dài đến 250m sẽ là một thử thách thú vị để bạn thả mình trôi về phía đại dương xanh trong những ngày thu giãn. Nằm vắt mình trên những chiếc ghế lười lũng lờ mặt nước hay thong dong ngắm biển với ly cocktail mát lạnh, cuộc sống với bạn lúc này tựa hồ như những đám mây êm ái đang in bóng trên làn nước trong veo. Là nơi sự thư giãn được nuông chiều, vào những khắc bình minh hay hoàng hôn, bạn

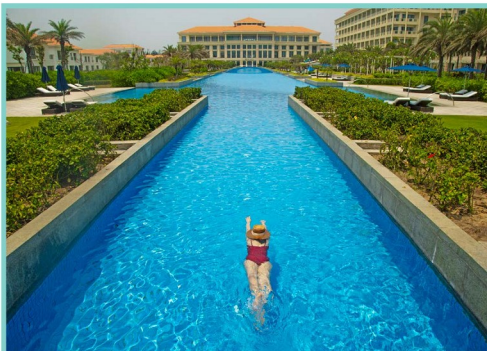




sẽ cảm nhận được sự thả lỏng tuyệt đối từ tinh thần đến thể chất. Với tất cả mọi thứ tươi đẹp như bày sẵn trước mắt, bạn còn chần chừ gì nữa, điều cần làm chỉ là tận hưởng hết mình mà thôi!

Không chỉ có những khu vực vui chơi rộn ràng, nếu yêu thích sự tĩnh lặng tận cùng, bạn có thể tìm đến **Shine Spa**. Việc trải nghiệm spa trong các chuyến nghỉ dưỡng là đỉnh cao của nghệ thuật giải tỏa căng thẳng, đem đến sự tĩnh tại cho thân tâm. **Shine Spa for Sheraton™** là một không gian yên bình được tích hợp ngay tại khu vực sảnh lớn, cung cấp cho khách lưu trú những dịch vụ trị liệu chuyên nghiệp, kết hợp giữa thủy liệu pháp tân tiến và phương pháp truyền thống châu Á. Với thiết kế "tỏa sáng" đúng như tên

"Sheraton Grand Đà Nẵng - nơi chứa đựng chiếc hộp kỷ ức vui vẻ mà mỗi người có thể tạo ra để mãi mãi nhớ về."



Hồ bơi vô cực dài nhất Đà Nẵng!

Sở hữu hồ bơi vô cực 250m dài nhất Đà Nẵng với tầm nhìn hướng biển, Sheraton Grand Đà Nẵng chính là nơi mang đến "lời thách thức" cho những tuyến thủ muốn thử sức sải mình trong làn nước đến khi... kiệt sức bởi độ dài kỳ lạ. Ngoài ra, hồ bơi còn đáp ứng đủ điều kiện cho những ai muốn chinh phục bộ môn lướt ván đứng yêu cầu sự thăng bằng đầy khó ải. Khi có thể bơi đến vạch cuối cùng của hồ bơi, bạn sẽ nhận ra chưa bao giờ mình lại gần đường chân trời đến vậy mà không hề có sự cản trở nào. Nếu để nói đến một nơi khó quên nhất trong khuôn viên khu nghỉ dưỡng này, có lẽ không còn nơi nào có thể tự tin vượt qua khu bể bơi tràn bờ vô cùng ấn tượng này.

HERE WE GO AGAIN!



gôi, trong không gian với những ánh đèn lung linh dẫn lối vào khu tri liệu, những điều rục rịch hơn đang chờ đón giúp bạn "làm mới" cơ thể và tâm trí. Đây cũng là một trong những "niềm vui giản dị" mà chúng tôi đã "tích lũy" được trong hành trình khám phá khu nghỉ dưỡng **Sheraton Grand Đà Nẵng**. Bởi lẽ, khi quay lại với cuộc sống hối hả và bận rộn kéo dài, không biết liệu rằng chúng tôi còn có thời gian khỏi phục sự cần bằng cho bản thân trong một không gian du dương và dịu dàng đến vậy hay không.

Niềm vui lại nối tiếp niềm vui. Trong những ngày nghỉ dưỡng tại **Sheraton Grand Đà Nẵng**, bạn có thể khuấy động tinh thần hơn nữa với những hoạt động vui chơi cảm giác mạnh, ví dụ như chèo thuyền *Hobie*. Ai cũng phải thừa nhận rằng, nếu có một lối để thoát khỏi những căng thẳng nhanh nhất, thì hoạt động thể thao sẽ đứng đầu trong số đó. Là một trong số ít khu nghỉ dưỡng có loại hình thuyền *Hobie Catamaran* xa xỉ, **Sheraton Grand** luôn biết cách chiêu lòng những du khách năng động thích vùng vẫy trong sóng nước thoáng

dâng và làm chủ bản thân. Một khi trải nghiệm loại hình này, bạn sẽ chỉ thấy... "tiếc nuối" vì đã không thử chơi nó sớm hơn. Dù đã có kỹ năng hay chỉ là một tân binh, bạn cũng sẽ có được niềm vui thả ga khi lướt theo cánh buồm căng phồng trong gió với tầm nhìn ngoạn mục ra khỏi xa mênh mông trước mắt.

Có những khoảnh khắc đáng giá đến mức không gì có thể thay thế, và những ngày rong chơi bên người thân yêu ở một khu nghỉ dưỡng tiện nghi nhưng vô cùng thân thuộc sẽ đem đến cho bạn cảm xúc đó. "Hãy cùng nhau tận hưởng những điều nhỏ bé nhất" dường như là những gì mà **Sheraton Grand Đà Nẵng** muốn gửi gắm đến mỗi du khách đặt chân đến nơi đây. Cung cấp một chuyến đi đầy ắp kỷ niệm cho dù bạn ở lứa tuổi nào, **Sheraton Grand Đà Nẵng** chính là cất giữ "chiếc hộp kỷ ức" mà mỗi người có thể tạo ra và trân quý để nhung nhớ mãi mãi về sau. ■





Thử sức làm “Bartender”

Nếu hỏi chúng tôi rằng có điều gì khiến chúng tôi muốn quay lại với khu nghỉ dưỡng Sheraton Grand Đà Nẵng, thì có lẽ không thể không nhắc đến lớp học pha chế cocktail vui nhộn tại khu quầy bar của nhà hàng The Grill. Với công thức pha chế độc quyền tận dụng nguyên liệu địa phương, chúng tôi đã có cơ hội trở thành “bartender” với thành phẩm là hai món thức uống “có một không hai” với tên gọi không thể Việt Nam hơn:

Rau Răm và Gỏi Cuốn. Công việc pha chế nhìn thì đơn giản nhưng khi bắt tay vào lại không hề dễ dàng. Buổi học diễn ra thú vị đến mức sẽ khiến bạn luôn tràn trề với những “chiêu” pha chế rất chuyên biệt, những động tác Shake (Lắc), Stir (Khấy), Blend (Xay), Build (Rót trực tiếp) sẽ được hướng dẫn để bạn có thể tự tin pha chế ly thức uống của

chính mình.

• **Gỏi Cuốn:** Là sự kết hợp của các loại rau như húng quế, ngò gai, hành tây, ly cocktail mang tên Gỏi Cuốn mang đến sự bùng nổ và biến chuyển trong mọi giác quan ngay từ khi nhấp môi ngụm đầu tiên. Điều quan trọng tạo nên sự khác biệt này chính là nhờ vào việc sử dụng siro “home-made” từ những loại nguyên liệu thuần Việt như tỏi, gừng và ớt.

• **Rau Răm:** Sử dụng rau răm - loại rau dân dã quen thuộc trong những bữa ăn của người Việt, cùng rượu Gin và một chút cay nồng của siro ớt và rau mùi, Rau Răm là loại cocktail phá cách đường như sinh ra để thổi sức sống tinh thần cho mùa hè sôi động. Không tào bạo như gỏi cuốn, nhưng ở Rau Răm khai phá vị giác của người uống bằng vị cay tê đầu lưỡi, rồi kết lại bằng vị ngọt lịm phảng phất khó quên.



HERE WE GO AGAIN!

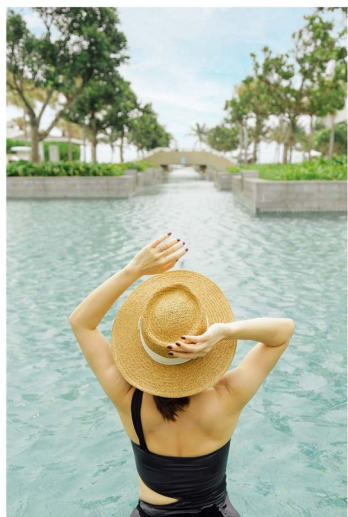


Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa

Hoan nghênh những
trái tim tĩnh lặng

Nếu có những lúc khát khao được đắm mình vào một thế giới riêng biệt của sự tĩnh tại ngay giữa nhịp sống hối hả, mời bạn hãy đến và hòa mình vào khu vườn nhiệt đới ở Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa!





HERE IT GO AGAIN!

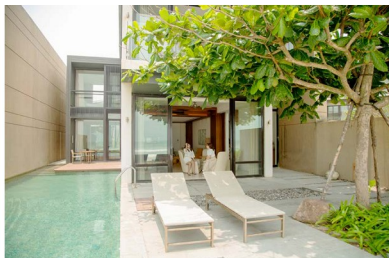


Chon Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa cho chuyến viết bài "review" lần này, ekip của Tạp chí Nữ Doanh Nhân đến đây với tâm trạng để đón nhận sự nổi và nhộn nhịp. Nhưng khi xe dần tiến vào sảnh, một thế giới thanh bình với thanh âm trong vắt mở ra, đưa chúng tôi vào một khu vườn thiên nhiên tích biệt hẳn với những vội vã ồn ào. Bạn sẽ cảm nhận được sự từ tốn đón chờ bạn ngay từ nơi của ngõ và những ngày bình yên đang sẵn sàng dành cho bạn một chuyến đi êm đềm.

Nơi tạm dừng lại mọi ồn ã thường nhật

Cho bất kỳ ai đang tìm kiếm một chút bình yên, khu nghỉ dưỡng **Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa** trước mắt chúng tôi tựa như một "ốc đảo" xanh tươi mát, nơi mà những ồn ào dường như không thể nào chạm tới. Đứng tại một góc nhỏ nơi sảnh đợi trong khi chờ "check-in", âm thanh mà chúng tôi nghe thấy được nhiều nhất là tiếng lá cây xào xạc, tiếng chim hót văng vẳng và xa kia là tiếng sóng xô xô xao xào bô cát như một bản hòa ca làm dịu lắng tâm hồn. Chỉ cần bước chân vào nơi đây, du khách không còn "nhiệm vụ" nào khác ngoài việc tạm dừng tất cả mọi ồn ã trong đời, thả lỏng tâm hồn và hòa cùng từng nhịp đập của thiên nhiên.

Nhiều người sẽ cho rằng làm thế nào để một khu nghỉ dưỡng lại mang nhiều sức mạnh tác động tinh thần đến vậy, chúng tôi cũng chưa tường tận cho đến khi "chạm mắt" **Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa**. Sẽ không cần phải nói quá nhiều về phong ốc hay cơ sở vật chất tại một nơi nghỉ dưỡng thuộc số hữu của tập đoàn khách sạn hàng đầu thế giới, những gì chúng tôi muốn đề cập trong chuyến review lần này, chính là





VIE SPA – Lạc vào mê cung của sự thư giãn

Tái hiện hoàn hảo hình ảnh khu vườn địa đàng châu Âu với tổng thể hài hòa giữa thiên nhiên, nghệ thuật và thẩm mỹ.

VIE SPA chính là một mê cung thư giãn mà khi lạc vào, bạn chỉ muốn ở lại thật lâu. Cung cấp nhiều liệu trình chăm sóc và trị liệu chuyên biệt, nơi đây luôn phát huy sức mạnh chữa lành từ thiên nhiên và dẫn bạn đến với con đường chăm sóc sức khỏe thân tâm một toàn diện. Là khu vườn có vị trí ẩn mình sau những bức tường cây xanh ngát, khi bước chân ra khỏi **VIE SPA** sau những giờ trị liệu, bạn sẽ thật sự lấy lại được sự cân bằng trong nội tại và có thêm cảm hứng để chinh phục những ngày tháng mới.



HERE WE GO AGAIN!

cách **Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa** mang đến nguồn năng lượng để trẻ hóa suy nghĩ trong tâm khảm của mỗi người, để khi trở về nhà sau chuyến đi chúng ta chỉ thấy ngập tràn niềm lạc quan và an nhiên đến lạ. Là một trong số ít những khu nghỉ dưỡng 5 sao tại Đà Nẵng sở hữu đầy đủ các hạng phòng từ phòng khách sạn, phòng Regency Suite, đến căn hộ từ 1-3 phòng ngủ hay villa 3 phòng ngủ, **Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa** chính là điểm hẹn lý tưởng cho mọi du khách yêu thích được nấu nướng trong sự tĩnh lặng. Ngay cả từng cơn đường nhỏ hai bên ngập tràn cây lá dẫn lối về những khu phòng cùng đem đến cho những sải chân bước đi thong dong và bình thản hơn. Cách bố trí theo kiểu "zigzag" của những lối đi vừa đủ để bạn thỏa mãn sự háo hức tò mò xem nó sẽ dẫn bạn đến đâu trong khu nghỉ dưỡng, vừa đủ để bạn có thời gian tận bộ, nghe ngóng những thanh âm của thiên nhiên vốn dĩ lâu rồi ở chốn thị thành bạn khó tìm thấy.

Sáng đến, bạn có thể dùng điểm tâm thật ngon miệng tại nhà hàng cạnh hồ bơi, rồi trải nghiệm những hoạt động trong khuôn viên resort hoặc ghé thăm các danh lam thắng cảnh gần đó, đặc biệt là Hội An.

Chiều thì, bạn có thể tận hưởng cảm giác ngâm hoàn hồn buong trên bãi biển Non Nước khi vẫy vùng với sóng, hay ngâm mình đùa vui dưới làn nước mát của hồ bơi được thiết kế để tạo nên những dòng chảy nhẹ nhàng vỗ về sự bình tâm cho tinh thần. Tối đến là những giây phút riêng tư bạn có thể sử dụng để có một bữa tối ấm cúng bên người thân yêu, hoặc chỉ đơn giản là ngồi thư giãn nơi bạn có góc ngắm phòng để cùng ngắm biển đêm và hít thở khí trời có vị mặn mặn mà gió đưa tới.

Đường như mọi yên bình này sau một ngày, lại muốn nhắc nhở chúng ta rằng an phận có sức mạnh đến cỡ nào, đặc biệt là trong những thời điểm cả thế giới đang trải qua giai đoạn khó đoán như hiện nay.

Khi ẩm thực "cất lên" tiếng nói tinh túy

Tiếp nối câu chuyện giải tỏa tâm trí bằng sự tĩnh lặng, câu chuyện tiếp theo mà **Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa** vô cùng tự hào để chia sẻ đến từ vị trí người kế thừa mang tên "ẩm thực". Bất cứ bạn đi đến đâu, làm gì, cùng với ai, một trong những điều giúp chúng ta luôn có được những kỷ niệm đáng nhớ là những món ngon được thưởng thức cùng nhau. Luôn đặt ra mọi tiêu chuẩn cao cấp nhất từ đội ngũ phục vụ và tay nghề xuất sắc của những đầu bếp hàng đầu, người kể câu chuyện này vô cùng sáng tạo và tinh tế với mục đích đưa việc trải nghiệm món ăn lên một tầm cao mới, cho dù đó là những món cầu kỳ hay chỉ là ẩm thực truyền thống của phố phường miền Trung.



Chia sẻ thêm về định hướng phát triển tinh hoa ẩm thực tại **Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa**, Tạp chí Nữ Doanh Nhân đã có buổi trò chuyện với ông **TOMMY FRANSSILA** - Giám đốc Ẩm thực của khu nghỉ dưỡng để hiểu rõ hơn về những giá trị của văn hóa ẩm thực bắt nguồn từ nơi đây:

Xin chào ông Franssila! Rất vui khi có dịp gặp ông trong hoạt động review lần này của Tạp chí Nữ Doanh Nhân, ông có thể chia sẻ điều gì đã thu hút ông chọn phát triển sự nghiệp trong ngành Hospitality?

Khi còn là một cậu trai trẻ, tôi thường cùng gia đình nấu ăn trong nhiều dịp lễ quan trọng. Căn bếp là nơi yêu thích của tôi và người ông đã truyền cảm hứng cho tôi theo đuổi con đường này. Từ khi nhận ra đam mê ấy, tôi bắt đầu theo đuổi con đường học tập chuyên nghiệp về Hospitality tại Thụy Điển. Và rồi tôi lại tìm thấy niềm yêu thích của mình ở du lịch, tôi đi rất nhiều nơi trước khi bắt đầu ở vị trí đầu bếp ở tập đoàn Hyatt. Tính đến nay, tôi đã gắn bó với Hyatt hơn 20 năm.

Với vị trí điều hành tập trung vào mảng ẩm thực tại Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa, ông chủ trọng phát triển những đặc trưng nào trong tinh hoa ẩm thực của vùng đất này?

Tôi yêu ẩm thực Việt Nam. Từ Nam vào Bắc, mỗi vùng miền đều có những đặc trưng riêng về món ăn rất thú vị. Nếu ai đó hỏi tôi rằng nên tìm hiểu về ẩm thực Việt Nam như thế nào, tôi sẽ khuyến họ hãy bắt đầu từ ẩm thực đường phố. Khi tôi đến **Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa**, tôi và đội ngũ đã cố gắng giữ trọn vẹn hương vị vùng miền thuần túy nhất trong mỗi món ăn địa phương của vùng đất này. Chúng tôi cố gắng tận dụng nguồn nguyên liệu phong phú tại Việt Nam và Đà Nẵng. Đặc biệt, chúng tôi luôn thu mua và tiêu thụ các sản phẩm rau quả hữu cơ từ trường chuyên biệt Thanh Tâm và từ những người bán hàng địa phương như một cách hỗ trợ cộng đồng. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng có một vườn rau nhỏ ngay trong khuôn viên resort để có thể sử dụng chế biến một số thực phẩm cần thiết ngay lập

tức. Chúng tôi luôn cố gắng tiêu thụ các sản phẩm trong ngày và không bảo quản quá lâu để có thể giữ được sự tươi mới tốt nhất trong điều kiện phù hợp.

Được biết ẩm thực luôn là một trong những thế mạnh của khách sạn, nhưng ẩm thực cũng có những yếu cầu gắt gao về mức độ an toàn. Đặc biệt trong mùa dịch bệnh Covid-19 này, ông và đội ngũ đã có những biện pháp nào để đáp ứng những tiêu chuẩn đó?

Từ trước đến nay tập đoàn Hyatt đã luôn nổi tiếng trong việc sở hữu hệ thống quản lý vệ sinh an toàn thực phẩm, đặc biệt sau đợt dịch Covid-19 này chúng tôi càng phải chú trọng hơn. Chúng tôi rất tự hào khi vừa đạt được chứng nhận ISO22000: 2018 cho việc sở hữu một hệ thống quản lý an toàn vệ sinh thực phẩm toàn diện, từ quá trình báo quản, chế biến đến phục vụ cho khách. Ngoài ra, chúng tôi cũng vinh dự được cấp Chứng nhận STAR của GBAC, một chứng nhận được trao dựa trên các tiêu chí đánh giá về quy trình làm sạch, khử trùng và phòng chống bệnh truyền nhiễm của khu nghỉ dưỡng nhằm đảm bảo một môi trường sạch sẽ, an toàn và lành mạnh cho cả du khách và nhân viên. Đây có thể xem là một nỗ lực xứng đáng của chúng tôi trong việc luôn cố gắng mang đến những điều tốt đẹp và nhân văn nhất cho không chỉ khách hàng mà còn đối tác và đội ngũ nhân viên của mình.

Với mỗi nhà hàng thuộc khu resort, đầu là những tiêu chí ông hướng đến cho một bữa ăn đạt chuẩn?

Hiên tại, Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa sở hữu 4 nhà hàng là Pool House, Beach House, Green House và Terrace. Do tính hình dịch bệnh và sự an toàn của khách hàng, nên chúng tôi đang tạm ngưng hoạt động một số nhà hàng cho đến khi có thông báo mới, trong đó Green House là nhà hàng vẫn sẽ luôn sẵn sàng phục vụ mọi menu và những món ăn đặc sắc của tất cả các nhà hàng trên. Nếu Beach House là không gian để thưởng thức những món hải sản cao cấp, thì Pool House sẽ chiếu lòng những ai yêu thích



những món ăn địa phương của Việt Nam như Bánh Mì, Mì Quảng, Cao Lầu, Com gà Hối An,... Đối với tôi, một bữa ăn hoàn hảo chính là khi bạn có thể ngồi trong một không gian tràn ngập ánh sáng, cùng với những người mà bạn quý mến và thoải mái thưởng thức những món ăn được phục vụ bởi những đầu bếp tinh tế và chuyên nghiệp.

Nếu cần phải nói điều gì đó với thực khách khi kết thúc bữa ăn tại đây, ông sẽ nói với họ điều gì?

Lời đầu tiên là lời cảm ơn trân quý của chúng tôi, tiếp theo tôi sẽ luôn muốn hỏi han về những phản hồi của họ. Đó là những đóng góp quý báu giúp đội ngũ ẩm thực của chúng tôi có thể cải thiện mỗi ngày theo cách thức mà những khách hàng của chúng tôi mong đợi nhất. Và một câu nói nữa tôi luôn muốn dành cho những vị khách quý mến của mình là rất mong họ sẽ quay trở lại để chúng tôi có thể được dành cho họ nhiều trải nghiệm ẩm thực tinh túy hơn nữa. Không chỉ là giá trị món ăn, mà đó còn là cách chúng tôi phục vụ và mang đến những trải nghiệm tốt nhất cho thực khách của mình. Đối với tôi, tôi luôn cố gắng xây dựng một đội ngũ hạnh phúc, bởi chỉ khi mọi người hạnh phúc, họ sẽ biết cách làm cho khách hàng hạnh phúc.

Cảm ơn ông đã chia sẻ! ■



Đi trại hè Phú Quốc, những ngày hè rộn rã đang chờ đón!

*Một trong những điểm đến
hoàn hảo nhất cho kỳ nghỉ hè cùng cả
gia đình chính là đảo Ngọc Phú Quốc,
nơi có nắng vàng ấm áp, không khí trong
lành, những bãi cát trắng trải dài, cảnh
quan thiên nhiên hoang sơ và những
khu nghỉ dưỡng 5 sao đẳng cấp quốc tế.*

Mùa hè năm nay, Phú Quốc chào đón các vị khách du lịch nhỏ tuổi bằng sự trở lại hấp dẫn và màu sắc hơn của Trại hè Planet Trekkers tại Khu nghỉ dưỡng InterContinental Phu Quoc Long Beach. Khó chỉ đơn giản là tìm kiếm một điểm đến để vui chơi cho qua mùa hè, các bậc phụ huynh còn nhắm đến một kỳ nghỉ có ý nghĩa khi các thành viên cùng nhau tham gia các trò chơi hay hoạt động thể chất. Đặc biệt, đây là dịp để con trẻ được mở rộng kiến thức với thế giới muôn màu xung quanh, trau dồi kỹ năng sống và thỏa sức sáng tạo một cách tự nhiên nhất.



Trại hè tại InterContinental Phu Quoc được xem như một thế giới đầy màu sắc với các hoạt động vừa chơi vừa học nào nhiệt, diễn ra trong một môi trường lành mạnh, được tổ chức và giám sát bởi các cô bảo mẫu có chứng chỉ chăm sóc trẻ em chuyên nghiệp. Tận dụng lợi thế của tiện nghi hiện đại như các hồ bơi khác nhau, khu vực Planet Trekkers rộng 250m², lớp dạy nấu ăn cho trẻ em Kids Can Cook, kết hợp với bờ biển cát trắng trải dài và vườn cây cảnh mang thiên nhiên trong lành, trại hè mang đến cho các em từ 4 - 12 tuổi một chương trình vừa học vừa chơi bao gồm các hoạt động trong nhà và ngoài trời vô cùng lý thú.

Thỏa thích vùng vẫy cùng hoạt động ngoài trời

Đảo Ngọc Phú Quốc là thiên đường cho trẻ em nô đùa dưới ánh nắng mặt trời ấm áp, ngụp lặn thỏa thích dưới làn nước trong xanh, xây lâu đài cát, thử thách sức bền và khả năng suy luận của nhau bằng trò chơi truy tìm kho báu hay tự do thả mình trong hồ bơi gia đình Splash! với máng trượt nước "siêu đỉnh" của khu nghỉ dưỡng. Thấm mệt với những trò vận động, các bé sẽ không thể rời mắt khỏi chú hề vui nhộn và những màn ảo thuật kỳ thú bên bãi cỏ.

Chiều xuống, các gia đình có thể đáp xe men theo những con đường đá uốn lượn trong khu nghỉ dưỡng, ngắm hoa, nghe chim hót và hít thở không khí mát lành của thiên nhiên. Những gia đình ham mê vận động sẽ không thể bỏ qua trò

Trại hè thiếu nhi **Planet Trekkers** sẽ là một trải nghiệm đầy sắc màu trong hành trình trưởng thành của những thiên thần nhí trong mùa hè khó quên này!



thả diều trên bờ biển hay nhảy Zumba dưới nước. Tuyệt vời hơn là nằm đong đưa trên võng, nhắm nhĩ một cốc kem và cảm nhận một ngày trời qua thật bình yên.

Trổ tài khéo léo cùng các hoạt động trong nhà

Sau những trò chơi vận động ngoài trời, các cô cậu nhỏ sẽ cần được "hạ nhiệt" bằng những hoạt động giải trí trong nhà. Câu lạc bộ trẻ em Planet Trekkers - một thế giới tuổi thơ đầy vui nhộn và mang nhiều màu sắc sáng tạo, nơi có những hoạt động giúp trẻ phát triển cả thể chất lẫn kiến thức và tinh thần. Tô tượng, làm vông tay, tìm hiểu nghệ thuật gấp khăn Origami hay nghe kể chuyện là một trong những hoạt động được yêu thích tại đây. Tất cả đều được hướng dẫn và chỉ bảo tận tình bởi nhân viên của khu nghỉ dưỡng, những người được đào tạo để làm bạn với các bé, cùng chơi và cùng chia sẻ.

Tại khu vực Kid Can Cook, các bé sẽ có cơ hội thử làm đầu bếp với trò nhào bột làm bánh. Những chiếc bánh quy hay cupcake dần dần thành hình qua đôi bàn tay nhỏ xinh và trí tưởng tượng phong phú của các bé. Vui biết mấy khi cùng gia đình thưởng thức món ăn đầu tay của mình! Các hoạt động của Trại hè Planet Trekkers bắt đầu từ 10:00 - 16:00 giờ mỗi ngày, với giá 950.000VND bao gồm bữa trưa dành cho một bé. ■



GÓI ƯU ĐÃI "TRẠI HÈ VUI NHỘN"

Khi con trẻ vui chơi thì các bậc phụ huynh có thể trải nghiệm những dịch vụ riêng tư sang trọng của khu nghỉ dưỡng. Hãy cùng nhau đón mùa hè tại Phú Quốc và tận hưởng gói ưu đãi "Trại hè Vui Nhộn" với giá phòng từ 4.700.000VND++/đêm,

bao gồm:

- Quà tặng và một ngày vui chơi Trại Hè cho một bé
- Bữa sáng hàng ngày tại nhà hàng Sora & Umi
- Giảm 20% khi Trại Hè cho những ngày tiếp theo và các bé con lại
- Giảm 50% các dịch vụ Spa cho phụ huynh trong suốt kỳ nghỉ

Khu nghỉ dưỡng **InterContinental Phu Quoc Long Beach Resort**

Website: <https://phuquoc.intercontinental.com/vi/kids-camp-package>

Email: reservations.jcpq@ihg.com | Hotline: (0084-283) 978 8888



TẬP ĐOÀN IHG RA MẮT HAI KHU NGHỈ DƯỠNG MỚI TẠI BIỂN HỒ TRÀM

Thương hiệu IHG sẽ chính thức khai trương thêm hai khách sạn mới mang tên **InterContinental Grand Ho Tram** và **Holiday Inn Resort Ho Tram Beach** tại khu phức hợp nghỉ dưỡng đầu tiên của Việt Nam - The Grand Ho Tram Strip trong quý 2 năm 2021 này. Hai khu nghỉ dưỡng nằm trong thỏa thuận được ký kết trước đó với Công ty TNHH Dự án Hồ Tràm - chủ đầu tư của The Grand Ho Tram Strip. Riêng đối với Holiday Inn Resort, được biết đây cũng là khu nghỉ dưỡng đầu tiên của thương hiệu này có mặt tại Việt Nam.



MÖVENPICK RESORT CAM RANH ĐƯỢC TRAO TẶNG DANH HIỆU TỪ TRIPADVISOR

Vừa qua, khu nghỉ dưỡng **Mövenpick Resort Cam Ranh** đã được trao tặng danh hiệu "Tripadvisor Travelers' Choice Award 2021" và xếp hạng trong top 10% khách sạn trên thế giới nhận được giải thưởng này từ Tripadvisor. Đây là danh hiệu nhằm tôn vinh các khách sạn đã nhận được nhiều đánh giá tốt, tích cực và thể hiện sự cam kết cung cấp dịch vụ xuất sắc cho các khách hàng trên trang Tripadvisor.

KHAI TRƯƠNG KHU NGHỈ DƯỠNG NEW WORLD PHÚ QUỐC RESORT

Tập đoàn Rosewood kết hợp với Sun Group ra mắt khu nghỉ dưỡng **New World Phú Quốc Resort**. Dự án nghỉ dưỡng New World Phú Quốc Resort trở thành một thành viên mới, thuộc phân khúc cao cấp của dòng thương hiệu New World Hotels & Resorts, trở thành nơi trốn nghỉ dưỡng cho du khách tại một trong những bãi biển đẹp nhất thế giới - Phú Quốc. Lấy cảm hứng từ các làng chài truyền thống trên hòn đảo, New World Phú Quốc Resort sở hữu thiết kế hiện đại pha trộn các chi tiết tinh tế, nhẹ nhàng với lối kiến trúc Việt được tôn vinh theo thời gian.



TRẢI NGHIỆM MÙA HÈ RỰC RỠ TẠI SIX SENSES CÔN ĐÀO

Mùa hè đang đến gần, Côn Đảo đang tận hưởng những ngày nắng đẹp bên cạnh biển xanh trong vắt. Dù là chuyến nghỉ dưỡng thư giãn, một chuyến đi trốn đầy lãng mạn, một hành trình chữa lành từ bên trong tại **Six Senses Côn Đảo** sẽ không làm bạn thất vọng. Tọa lạc tại quần đảo Côn Đảo - khu bảo tồn biển Công ước Ramsar đầu tiên ở Việt Nam, khu nghỉ dưỡng Six Senses Côn Đảo mang đến những cảnh quan thiên nhiên nguyên sơ, tràn ngập những hoạt động thú vị và độc đáo, đáp ứng những sở thích đa dạng của các tín đồ du lịch trong hè này.





Ảnh: Điện trang Macallan - Biểu tượng 200 tuổi của vùng cao nguyên Scotland

DIỄN TRANG MACALLAN

Bước Ngặt Mới Của "Thánh Địa" 200 Tuổi

“**Biểu tượng 200 năm của miền cao nguyên Scotland, nơi đặt nền móng đầu tiên cho danh tiếng của một trong những hãng Scotch whisky mạch nha đơn cất bằng đầu thế giới chính thức rẽ sang một bước ngoặt mới sau sự kiện hợp tác ngày 6/7/2021.**

”

hình của vùng cao nguyên và là đặc trưng đáng tự hào của kiến trúc Scotland.

Từ lâu đài Elchies, xuôi theo dòng suối cả hồi Spey trở danh với các triển đồng cỏ và lúa mạch mênh mông là các nhà chưng cất của The Macallan. Địa thế linh thiêng này góp phần làm nên tính túy cho tên tuổi của hãng thông qua việc làm cho những chiếc thùng ủ thêm đặc sắc, bồi đắp thêm vị nóng nần cho các dòng lúa mạch xung quanh bên cạnh niềm đam mê lớn của các nghệ nhân bậc thầy. Có lẽ vì vậy mà hương vị tinh tế và màu sắc quý hiếm của The Macallan không dễ trộn lẫn với bất cứ dòng Scotch whisky mạch nha đơn cất nào.

"Cú bắt tay" thay đổi tương lai

Di sản và danh tiếng vô song của The Macallan có lẽ không một ai dám mê Scotch whisky có thể phủ nhận. Thế nhưng, trong bối cảnh thời đại, nếu chỉ tồn vinh qua khứ, thương hiệu khó có thể tiếp tục giữ nền di sản trường tồn.

Nhân ra xu hướng bền vững là chiếc chìa khóa mở ra con đường trường tồn cho khối di sản trăm năm, The Macallan nhanh chóng bắt tay với Bentley - gã khổng lồ của xe Anh với tham vọng trở thành hãng xe hàng sang bền vững hàng đầu thế giới.

Chương trình hợp tác đặc biệt với mục tiêu cùng nhau vươn tới một tương lai bền vững được chính thức công bố vào hôm 6/7/2021 tại điện trang Macallan, đánh dấu bước chuyển mình lịch sử cho vùng "thánh địa" 200 tuổi.

Chia sẻ về lý do của việc chọn Bentley làm bạn đồng hành mới trong hành trình nâng tầm di sản thương hiệu, Giám đốc Điều hành của The Macallan Igor Boyadjian phát biểu: "Macallan và Bentley Motors đều có một nền di sản phong phú và cùng chia sẻ những giá trị tinh hoa về nghệ thuật chế tác thủ công, niềm đam mê chất lượng vượt trội cũng như tâm nhĩn sáng tạo và đổi mới. Sự hợp tác giúp mở ra cơ hội học hỏi kinh nghiệm lẫn nhau và cùng nhau phát triển. Thông qua lần hợp tác lần này, chúng tôi sẽ cùng nhau tạo ra những sản phẩm và trải nghiệm ngoài mong đợi cho khách hàng của cả hai bên. Trong tâm chính của hợp tác này là cam kết của chúng tôi nhằm hướng tới một tương lai bền vững hơn. Điều kiện tự nhiên tại điện trang The Macallan sẽ là nền tảng hoàn hảo để chúng tôi cùng nhau bắt tay vào cuộc hành trình mang tính lịch sử này".

Những viên gạch đầu tiên cho tương lai bền vững



Ảnh: Điện trang Macallan - Biểu tượng 200 tuổi của vùng cao nguyên Scotland

Sự hợp tác mang tính toàn cầu này được khởi đầu với sự ra mắt của một dòng xe điện Bentley tại điện trang Macallan. Kể từ thời điểm này, toàn bộ khách tham quan điện trang đều sử dụng dòng xe này để di chuyển. Việc sản xuất xe điện cũng là bước tiếp theo trong hành trình trở thành công ty xe hạng sang bền vững hàng đầu thế giới của Bentley. Đây cũng là một phần trong chiến lược Beyond 100 của hãng.

Không chỉ ra mắt xe điện, giai đoạn đầu, cả hai bên sẽ tập trung vào một số lĩnh vực cốt lõi, bao gồm chương trình trung hòa carbon, nghiên cứu nguồn cung vật liệu bền vững đồng thời chia sẻ giải pháp bền vững với các công

đồng bản địa. Trong năm tới, The Macallan và Bentley sẽ cùng nhau viết nên chương mới cho di sản của cả hai khi đồng phát triển và ra mắt các sản phẩm bền vững và trải nghiệm đột phá cho khách hàng.

Đậm đà sắc vị bản địa

Là thiên đường ẩm thực với vô vàn món ngon, Đà Nẵng luôn "gây thương nhớ" với thực khách bởi những món ăn tuyệt hảo. Và khi những món ăn địa phương được nâng tầm và đưa lên bàn tiệc, bản sắc văn hóa đã chạm đến những cảm xúc thuần túy nhất và tự kể nên câu chuyện thú vị của riêng nó.

Có tất cả điều kiện để tạo ra những trải nghiệm độc đáo và

cao cấp nhất, Đà Nẵng chính là nơi sở hữu nhiều món ngon đa dạng và phong phú mà bạn có thể tìm thấy. Lấy cảm hứng từ bản sắc ẩm thực địa phương vùng miền, nguồn nguyên liệu nơi đây có thể mang đến những tương mới mẻ và tạo nên những món ngon mà khi thử một lần, bạn chỉ muốn nhanh chóng quay lại với vùng đất xinh đẹp này thêm nhiều lần hơn nữa. Trong số mới nhất

lấy này, hãy cùng Tap chí Nữ Doanh Nhân ghé thăm khu nghỉ dưỡng Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa, nơi luôn nâng niu những giá trị truyền thống của ẩm thực xứ Quảng nói riêng cũng như Việt Nam nói chung để chuyển nghỉ dưỡng không chỉ là cuộc thưởng ngoạn khung cảnh yên bình mà còn mang đến những trải nghiệm ẩm thực bản địa khó quên.

Mì Quảng

Nếu có một món ăn có thể khai quát nét đặc trưng về hương vị và phương thức chế biến tại vùng đất Đà Nẵng thì có lẽ đó chính là món mì Quảng nổi tiếng. Mang đặc trưng của xứ Quảng, món ăn thực này hầu như đều có trong menu của mọi nhà hàng khách sạn cao cấp tại nơi đây. Với sợi mì được làm bằng bột gạo xay mịn hòa trộn nhuần nhuyễn trong nước dùng cùng thịt heo ướp và tôm tươi, hòa cùng bánh tráng giòn tan và rau sống chất lượng từ nguồn tươi sạch, có thể nói đây là món ăn hội tụ đầy đủ sắc vị có thể dễ dàng thưởng thức và lấy lòng bất kỳ ai du khách phải cao lương mỹ vị.



Chạo tôm

Xuất phát từ những bếp ăn cung đình, chạo tôm là món ăn chỉ được hoàn thiện nếu có bàn tay khéo léo của người đầu bếp. Với thành phần chính là tôm bạc tươi và chả quết từ thịt heo, sau đó được trộn kỹ công bằng tay thay vì máy rồi quăn thịt vào những thanh mía ngọt, nướng ở mức nhiệt trung bình, bạn đã có được một món ăn đơn giản với độ thơm dai và mùi hương thơm lừng có thể dùng trong mọi bữa tiệc. Đừng quên dùng kèm với nước mắm chua ngọt cùng ít rau sống để món ăn thêm tròn vị bạn nhé!



Tôm hùm nướng sốt bơ tỏi

Nếu đã lựa chọn ghé đến vùng biển cho những chuyến đi thì bạn không thể bỏ qua những món hải sản tươi ngon. Là một trong những món ăn kinh điển, tôm hùm nướng sốt bơ tỏi là món ăn giàu dinh dưỡng mà bạn không thể bỏ qua với phần tôm chắc thịt và vị sốt bơ tỏi đậm đà được rưới lên để tăng thêm độ hấp dẫn cho món ăn.



Panna Cotta sữa dừa và xoài

Là món tráng miệng "signature" trong menu trà chiều tại khu nghỉ dưỡng Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa, món Panna Cotta này là nốt kết hoàn hảo sẽ khiến bạn tan chảy với sự hòa lẫn giữa vị chua chua ngọt ngọt của xoài và kem sữa dừa béo ngậy. Sánh mịn với độ đông đặc vừa phải, đây có thể nói chính là món giải nhiệt cho mùa hè với khả năng làm mát ngay từ thìa đầu tiên.



PERRIER RA MẮT PHIÊN BẢN GIỚI HẠN HỢP TÁC VỚI NGHỆ SỸ TAKASHI MURAKAMI

Thương hiệu nước khoáng thiên nhiên có ga cao cấp Perrier vừa công bố hợp tác cùng Takashi Murakami - ông vua nghệ thuật đại chúng của Nhật Bản, ra mắt bộ sưu tập phiên bản giới hạn đặc biệt: **Perrier x Murakami**. BST lấy cảm hứng từ nghệ thuật Pop-Art đặc màu sắc với hình ảnh các bông hoa mặt cười và hai nhân vật Kiki, Kaikiki. Với sự kết hợp độc đáo này, thương hiệu nước khoáng hơn 150 tuổi của Pháp hy vọng sẽ truyền cảm hứng sống tích cực và tinh thần nghệ thuật sáng tạo đến mọi người dùng.



TRẢI NGHIỆM ẨM THỰC VỚI MASTERCHEF NGŨ THANH HÒA TẠI AZERAI CẦN THƠ

Quán quân Masterchef Việt Nam mùa đầu tiên Ngô Thanh Hòa sẽ góp mặt cùng Bếp trưởng Ricardo Luján trong sự kiện ẩm thực cuối tuần diễn ra tại Azerai Cần Thơ vào cuối tháng 7 và đầu tháng 8/2021 sắp tới. Chương trình "Trải nghiệm món ăn Việt theo phong cách Fusion" tại đây sẽ mang đến cho thực khách những trải nghiệm ẩm thực độc đáo và lớp học nấu ăn dưới sự hướng dẫn của Masterchef Ngô Thanh Hòa từ nhà hàng The Ox Not Only Ox và Bếp trưởng Ricardo Luján của khu nghỉ dưỡng.



THE MACALLAN VÀ BENTLEY CÔNG BỐ HỢP TÁC HƯỚNG TỚI TƯƠNG LAI BỀN VỮNG

Ngày 6/7/2021, tại diễn trang Macallan (Speyside, Scotland), The Macallan và Bentley đã chính thức công bố chương trình hợp tác đặc biệt với mục tiêu cùng nhau vươn tới một tương lai bền vững. Cùng sở hữu những di sản vượt thời gian như nghệ thuật chế tác thủ công, tinh sáng tạo và đổi mới, lần đầu tiên hai thương hiệu đã có "cú bắt tay" lịch sử nhằm mang đến những trải nghiệm mới mẻ với cảm hứng sang trọng vượt thời gian cho khách hàng. Thành lập năm 1824, The Macallan nổi danh với những loại whisky mạch nha đơn đặc biệt được nuôi dưỡng bởi thiên nhiên trong gần 200 năm. Trong khi đó, Bentley Motors được thành lập tại London năm 1919, là hãng xe hàng đầu trong lĩnh vực ô tô hạng sang công suất lớn. Được biết, hợp tác bản đầu sẽ tập trung cam kết các lĩnh vực cốt lõi, về trung hòa carbon, đổi mới nguồn cung vật liệu bền vững đồng thời chia sẻ chuỗi cung ứng bền vững từ cộng đồng bản địa.



NEW WORLD SÀI GÒN TỔ CHỨC CHUỖI SỰ KIỆN ẨM THỰC CHEF'S TABLE

Nằm trong chuỗi hành trình giới thiệu các món ngon mới lạ của **New World Sài Gòn**, Black Vinegar - nhà hàng Quảng Đông cách tân tại khách sạn vừa ra mắt sự kiện đầu tiên trong chuỗi 8 sự kiện Chef's Table, với sự dẫn dắt của Bếp trưởng Tony Guo, hợp tác cùng Bếp trưởng khách mời Jordi Alcaraz của nhà hàng XXXL Modern Sichuan Eatery. Chuỗi 8 sự kiện xoay quanh các chuyên và cảm hứng của Bếp trưởng Tony Guo - một đầu bếp gốc Hoa có hơn 19 năm kinh nghiệm và từng được trao tặng đĩa Michelin hai năm liên tiếp khi là Bếp trưởng điều hành tại Khách sạn New World Bắc Kinh.



Táo và kiwi: từ vườn cây ăn quả Địa Trung Hải châu Âu đến tận bàn ăn của bạn

Trái cây châu Âu được sản xuất tại Hy Lạp nổi tiếng nhờ giá trị dinh dưỡng cao và chất lượng độc nhất vô nhị của chúng. Vùng vi khí hậu Địa Trung Hải với nhiệt độ ôn hòa, lượng mưa vừa đủ và ánh nắng dồi dào đem đến điều kiện sản xuất và canh tác lý tưởng, đảm bảo chất lượng tuyệt hảo và hương vị độc đáo của trái cây được sản xuất.

Việc trồng táo và kiwi đã phát triển mạnh ở châu Âu trong nhiều thế kỷ. Tại Hy Lạp, kinh nghiệm tích lũy của các nhà sản xuất, kết hợp với việc áp dụng các phương pháp khoa học hiện đại và các tiêu chuẩn nghiêm ngặt về chất lượng và kiểm soát của châu Âu đã đảm bảo sự an toàn và

chất lượng của trái cây.

Các công ty đều áp dụng hệ thống đảm bảo chất lượng được chứng nhận, phù hợp với các tiêu chuẩn quốc gia và các hiệp định thương mại như AGRO 2, GLOBAL GAP, IFS, BRC và ISO 22000. Những điều này nhằm đảm bảo chất lượng cao nhất cho trái cây châu Âu trong tất cả các khâu, từ sản xuất, thu hoạch, đến đóng gói, bảo quản và bán hàng.

Trái Cây Châu Âu táo và kiwi được sản xuất tại Hy Lạp: Hãy thêm vào một thời gian lành mạnh tối ưu cho chế độ ăn hàng ngày của bạn, với những ly nước trái cây xanh tươi, những chiếc bánh tart và món ngọt với thơm ngon của trái cây, từng giờ từng ngày!



Hãy thử | Bánh mì nướng Táo Bơ Mè

NGUYÊN LIỆU

1 thìa bơ mè (hoặc bơ đậu phộng)

1 lát bánh mì nguyên cám, đã nướng

5 lát táo mỏng

1 thìa mật ong

Vừng/mè rang

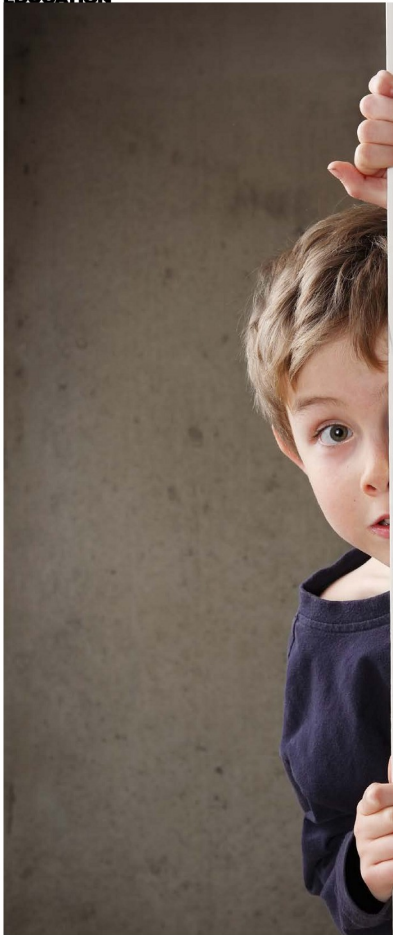
Hạt lựu sấy

Bột quế

CÁCH LÀM

Phết bơ mè lên bánh mì, đặt lên đó vài miếng táo cắt lát. Rưới mật ong lên trên. Rắc vừng rang, hạt lựu sấy và bột quế rồi thưởng thức.





“SỢ HÃI” CHẲNG CÓ GÌ PHẢI LO!

Người làm cha mẹ luôn mong muốn con được hạnh phúc, thành công, tự tin đối mặt với thế giới và tận dụng tối đa cơ hội trong cuộc đời. Nhiều nghiên cứu chứng minh rằng những đứa trẻ tự tin, không sợ hãi sẽ phát huy năng lực tốt hơn bạn bè đồng trang lứa. Khi không bị nỗi sợ kìm kẹp, mỗi con người sẽ mạnh mẽ hơn để vượt qua mọi thử thách và theo đuổi ước mơ.

**“Việc giúp con học hỏi
thông qua trải nghiệm và
sai lầm sẽ giúp chúng phát
triển lòng can đảm, chấp
nhận giá trị của thất bại
mà không cảm thấy xấu
hổ thay tội lỗi. Điều quan
trọng là nhận thức được sai
lầm, giữ tinh thần tích cực
và học hỏi từ đó.”**

Trong một môi trường liên tục biến động như ngày nay, sự lo lắng, sợ hãi có thể ngăn cản con trẻ đạt được điều mình mong muốn. Khi sợ hãi, bên cạnh nhiều tác động tiêu cực lên thể chất, về tâm lý trẻ còn dễ mất tập trung, hiểu động hon, hay bị kích động hoặc đột nhiên trở nên thụ động, thờ ơ. Để đối mặt và vượt qua, không có cách nào khác là con phải học “làm bạn” với những nỗi sợ. Vậy cha mẹ phải làm gì để giúp con?

1 Dạy con không sợ hãi... chính nỗi sợ
Không sợ hãi không có nghĩa là không tổn tai nỗi sợ. Không sợ hãi là khi trong lòng có nỗi sợ, sự lo lắng hay điều ngại ngai nhưng vẫn mạnh mẽ đối mặt, vượt qua và vững tin tiến bước. Tâm lý sợ hãi không có gì đáng xấu hổ, mọi người dù lớn hay bé, ai cũng từng tổn tai cảm xúc sợ hãi. Vì thế, nỗi sợ cần được thừa nhận trước khi có thể bị đánh bại. Bạn hãy dạy trẻ cách đối diện cảm xúc và thừa nhận nỗi sợ hãi như một việc bình thường. Điều quan trọng trẻ nên hiểu rằng, sợ hãi là cảm xúc tự nhiên của con người, là một cơ chế cảnh báo về những nguy hại có thể xảy ra, là lời kêu gọi hành động tự bảo vệ bản thân. Mặc dù đôi khi sợ hãi và vượt qua sợ hãi là điều phải thực hiện, nhưng trong nhiều trường hợp, nỗi sợ lại điều cần phải có và lành mạnh. Ví dụ như nếu con bạn sợ nhảy xuống dòng sông đầy cá sấu thì điều đó chẳng có gì vô lý cả.

2 Giúp con nhận diện đúng nỗi sợ hãi
“Mẹ ơi, con không thể làm điều này!” là câu nói quen thuộc khi trẻ sợ hãi. Việc phủ nhận hay chỉ đơn giản nói nhảm của như “Đừng sợ hãi!”, “Chẳng có gì phải sợ cả!” không phải cách hiệu quả giúp con vượt qua. Thông thường, sẽ có khoảng cách nhất định giữa những điều con nói mình sợ và với thực tế gây nên nỗi sợ. Nếu con nói con cần phòng hay không gian kín, có thể điều con thực sự lo lắng là phải ở một mình. Khi con báo sợ người lạ, đó có thể do con tự ti về ngoại hình. Bước quan trọng giúp con vượt qua nỗi sợ hãi là xác định rõ ràng nỗi sợ thực sự là gì, bắt nguồn từ đâu và có hình thù thế nào. Bạn hãy giúp con nhận diện đúng nỗi sợ và cùng tìm phương pháp giải quyết phù hợp. Hãy dạy con cách phân biệt nỗi sợ hãi vô lý, không cần thiết với nỗi sợ hãi giúp con sinh tồn bằng cách phân tích tình huống, loại bỏ phần rủi ro, hậu quả. Từ đó, hướng dẫn con tiếp cận và vượt qua bằng phương pháp, kế hoạch phù hợp.

3 Trở thành tấm gương cho con
Nếu cha mẹ dễ sợ hãi, con cái cũng có khuynh hướng trở nên giống vậy. Trẻ em học rất nhiều từ người lớn. Do đó, cha mẹ nên cố gắng làm gương bằng cách tự mình khắc phục nỗi sợ hãi của bản thân. Thực tế, có thể bạn sẽ không hoàn toàn che giấu được sự sợ hãi với con nhưng cũng không nên có phản ứng quá mức, thay vào đó chính bạn cũng cần tự học cách tiết chế sự lo lắng và vượt qua. Từ đó, con của bạn sẽ học được rằng lo sợ là một điều bình thường ai cũng gặp trong cuộc sống, và quan trọng là học cách của mẹ chúng cũng đang vượt qua nỗi sợ của chính mình.

Cha mẹ không nên hứa dọa trẻ chỉ vì muốn chúng vâng lời, chẳng hạn nói: “Hãy đi về bên mẹ, nếu không ông sẽ bắt con.” Những câu như thế có thể gây nên nỗi sợ hãi không cần thiết nơi trẻ. Thay vào đó, hãy kể với con những câu chuyện về bản thân hay tấm gương có tình thần không sợ hãi, mạnh mẽ đối mặt và vượt qua khó khăn để đạt được thành công, hạnh phúc.

4 Yêu thương và sự hỗ trợ con khi cần
Cha mẹ không nên bỏ qua khi con thể hiện sự lo lắng về điều gì đó, cũng như không nên phản ứng thái quá. Bạn nên khuyến khích trẻ mở lòng và cùng thảo luận về suy nghĩ, cảm xúc của con. Hãy biểu hiện rằng bạn luôn sẵn sàng lắng nghe trẻ không lo những nỗi sợ trong lòng, cũng như sẽ không bao giờ mặc kệ con với nỗi sợ đó, miễn là chúng có gắng.

Hãy liên tục nhắc nhở rằng con luôn được yêu thương và không bao giờ đơn độc trên hành

trình chiến đấu với nỗi sợ. Hãy trở thành người có vẻ lớn nhất, giúp trẻ cảm thấy yên tâm vì biết rằng luôn có cha mẹ ở bên. Điều này sẽ giúp con phát triển tinh thần không sợ hãi và tự tin tiến bước. Ngoài ra, những lời khen, phần thưởng khi trẻ có tiến bộ cũng góp phần khích lệ trẻ khắc phục tình trạng này.

5 Giúp con định nghĩa giá trị của thất bại
Thật sai, sợ thất bại là điều thường gặp ở cả người lớn lẫn trẻ nhỏ. Nhưng thất bại là một phần quan trọng của cuộc sống. Hầu hết những phát minh vĩ đại nhất trong lịch sử đều là kết quả của một chuỗi nỗ lực thất bại trước khi đạt thành tựu. Thomas Edison đã thất bại hơn 10.000 lần trước khi phát minh ra bóng đèn, nhưng ông luôn xem chúng như những cơ hội để học hỏi.

Đừng để nỗi sợ thất bại kìm hãm khả năng phát triển của con bạn. Hãy dạy con tầm quan trọng của thất bại đối với thành công. Một vài lần làm sai không đồng nghĩa với việc con sẽ luôn thất bại trong cuộc sống. Hãy hướng dẫn chúng cách rút ra bài học kinh nghiệm sau sai lầm để làm tốt hơn ở những lần tiếp theo.

6 Khuyến khích con tự đưa ra quyết định
Nếu được cha mẹ báo hộ quá mức, trẻ sẽ có khuynh hướng cái gì cũng sợ. Đôi lúc, trẻ phải tự mình trải qua nỗi sợ hãi để biết cách khắc phục chúng. Cha mẹ hãy khuyến khích con tự tin đón nhận thử thách và đưa ra quyết định cho các vấn đề của mình. Bạn hãy phân tích cho trẻ những khía cạnh tích cực của vấn đề và nhắc về những lần con sợ hãi nhưng vẫn vượt qua được và đã cảm thấy hưng phấn thế nào. Cách này sẽ giúp con tự tin vào khả năng của chúng trước thử thách cuộc sống. Hãy cho con thấy rằng chúng có đủ năng lực đạt được nhiều ước mơ mà không cần cần thấy sợ hãi.

Hãy để con thoải mái thể hiện quan điểm cũng như cách lựa chọn, giải quyết vấn đề chứ đừng ép buộc. Bên cạnh đó, đón nhận thử thách mới sẽ thúc đẩy trẻ thoát khỏi vùng an toàn và tạo cơ hội cho chúng học hỏi, thích ứng lần phát triển nhanh chóng. Bạn có thể tạo cơ hội cho trẻ tiếp xúc với các thử thách phù hợp độ tuổi và sở thích rồi nâng cao dần. Việc đối mặt với những thách thức mới mà em và từng bước thực hiện được sẽ giúp bạn tạo nỗi sợ hãi và tạo cho trẻ nhiều năng lượng tích cực hơn. ■



Học sinh APU đã đăng đi thẳng vào các trường đại học danh giá hàng đầu tại Mỹ, Canada, Úc... không cần chứng minh IELTS, TOEFL, SAT...

Hơn 20 triệu USD học bổng dành cho học sinh trường APU

Đã có hơn 500 suất học bổng, với trị giá lên đến hơn 20 triệu USD từ các trường Đại học danh giá thế giới được dành tặng cho các học sinh trường Quốc tế Hoa Kỳ APU tốt nghiệp trong năm 2021.

Với tiêu chí luôn tạo điều kiện tốt nhất cho các học sinh của mình, Bang giám hiệu trường Quốc Tế Hoa Kỳ APU, dẫn đầu bởi TS.Trần Nguyễn Thy Bình đã làm việc với các trường Đại học danh giá tại Hoa Kỳ và thế giới để đem về những suất học bổng giá trị cao dành cho tất cả các học sinh APU tốt nghiệp niên khóa 2021. Danh sách các trường chấp nhận và trao học bổng cho học sinh APU năm nay có thể kể đến: Arizona State University, Boston University, UC Berkeley, UC Davis, University of Missouri-Kansas City, Florida Institute of Technology, Wentworth Institute of Technology, The American University in Vietnam, Central Michigan University, Virginia Commonwealth University, Creighton University, University of South Florida, Westminster University, University of Nebraska - Lincoln, San Francisco State University, University of Washington; Hàn Quốc: Yonsei University, Chung-Ang University, Sungkyunkwan University; Canada: University of British Columbia, Simon Fraser University; Úc: The University of Sydney, The Australian National University, University of Melbourne...

Kết quả ấn tượng

Đã có hơn 500 suất học bổng, với trị giá lên đến hơn 20 triệu USD từ các trường Đại học danh tiếng thế giới được tặng cho các bạn học sinh APU tốt nghiệp riêng trong năm học 2020-2021. Danh sách này đủ khiến bạn nghĩ rằng khi nhiều em vẫn đang chờ kết quả của các trường danh giá khác khắp thế giới. Rất nhiều học sinh của trường được ít nhất 6 trường mời nhập học với mức hỗ trợ học phí lên đến 383.000 USD tổng giá trị. Số lượng học bổng ấn tượng và giá trị cao này một lần nữa khẳng định chất lượng đầu ra tại APU cũng như sự thể vững chắc của trường trong

lĩnh vực giáo dục tại Việt Nam và khu vực. Ngoài ra, các học bổng này cũng giúp các em học sinh APU để đăng đi thẳng vào các trường đại học danh giá hàng đầu tại Mỹ, Canada, Úc... không cần chứng minh IELTS, TOEFL, SAT...

APU - Cầu nối đến các đại học danh giá thế giới

Không những thế, trường Quốc Tế Hoa Kỳ APU vừa nhận được kiểm định chất lượng và chứng nhận thành viên từ Tổ chức kiểm định Giáo dục lớn nhất thế giới Cognia™. Được biết, Cognia là tổ chức kiểm định giáo dục hàng đầu thế giới với lịch sử hoạt động hơn 125 năm, đánh giá và kiểm định hơn 30.000 trường học công lập và tư thục trên khắp nước Mỹ và tại hơn 70 quốc gia và vùng lãnh thổ nơi đào tạo học



Tiến sĩ Trần Nguyễn Thy Bình làm việc và ký kết với đại diện các trường Đại học danh giá của Mỹ và thế giới về việc công nhận và chuyển tiếp lẫn nhau



TS. Trần Nguyễn Thy Bình cùng Ban lãnh đạo các trường Đại học danh giá tại Hoa Kỳ và các giới kỳ vọng cho các trường Đại học tạo toàn diện, công nhận bằng cấp và chương trình đào tạo lần đầu trong buổi lễ khai giảng của trường Đại học Mỹ tại Việt Nam - AUV.

16 triệu học sinh. Chúng nhân thành viên từ Cognia cũng nổi danh sách các tổ chức giáo dục được cấp hàng đầu mà APU đang học tập và là thành viên như College Board - Đơn vị khảo thí số hữu các bài kiểm tra như SAT, AP, MAP, WIDA - Tổ chức thiết kế và đánh giá giảng dạy hàng đầu Hoa Kỳ, và các chương trình, tổ chức giáo dục uy tín khác như Common Core, NWEA, Next Generation Science Standards (NGSS)... APU là trường Quốc tế đầu tiên và duy nhất được Bộ GD & ĐT Việt Nam và cơ quan giáo dục Hoa Kỳ cấp phép giảng dạy chương trình giáo dục Hoa Kỳ cho học sinh người Việt Nam và học sinh người nước ngoài sinh sống tại Việt Nam. Học sinh tại APU, ngoài việc học các chương trình AP mà APU là trung tâm khảo thí trực thuộc tổ chức College Board thì các em được khuyến khích theo học chương trình Cầu nối đại học (College Bridge Program - APU liên kết với những trường đại học danh giá Mỹ), duy nhất tại APU. Chương trình này mang lại lợi ích tối đa cho học sinh APU, giúp các em nhận được những bằng chứng trong đó có tín chỉ bậc đại học từ các đại học danh giá tại Hoa Kỳ khi đang còn học để hoàn tất bậc trung học tại APU, qua đó rút ngắn thời gian học đại học ở Hoa Kỳ lên đến 2 năm và dễ dàng nhận được học bổng từ các trường đại học danh giá hàng đầu của Hoa Kỳ, Canada cũng như trên toàn thế giới. Đây là lý do đặc biệt chi danh riêng cho học sinh APU vì nếu là học sinh của những trường trung học trong điểm danh APU muốn theo học chương trình này phải có kết quả điểm thi SAT trên 90%, một đại đủ điều kiện.

Nơi uơm mầm tài năng trẻ

Hàng năm, hơn 90% học sinh tốt nghiệp tại APU được nhận học bổng đi thẳng vào các trường đại học uy tín thế giới với tổng giá trị học bổng mỗi năm lên tới hơn 3 triệu USD mà không cần phải chứng minh điểm TOEFL, IELTS hoặc SAT. Rất nhiều cựu học sinh của APU đã tốt nghiệp tại các trường Đại học danh giá trên toàn thế giới và làm việc tại những vị trí quan trọng ở các công ty, tổ đoàn lớn hàng đầu thế giới. Nổi bật trong số đó có thể kể đến Đinh Khang Hy - cựu học sinh APU khóa 2009-2010, giành được giải nhất trong Cuộc thi Thiết kế ACRP 2015 do FAA tài trợ và dự án Hệ thống tham diện chuyển đổi năng

"Mặc dù chúng ta đang đối mặt với một năm có rất nhiều thử thách bởi đại dịch Covid-19 gây ảnh hưởng đến kế hoạch tập của các em học sinh, APU vẫn cam kết sẽ đồng hành cùng phụ huynh và học sinh trên hành trình theo đuổi ước mơ của các em. Ngay cả khi các em đã tốt nghiệp, đang chinh phục giấc mơ tri thức và thành danh khắp nơi trên thế giới thì các em vẫn luôn nhận được sự giúp đỡ và hỗ trợ từ mái nhà APU khi cần."

TS. TRẦN NGUYỄN THY BÌNH,
CHỦ TỊCH TRƯỜNG QUỐC TẾ HOA KỲ APU

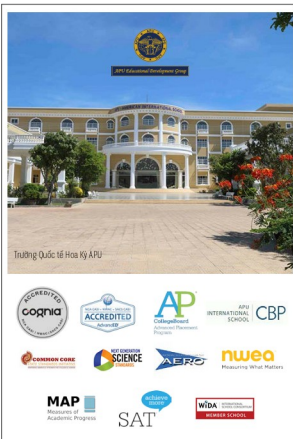


Khi học tập tại APU, ngoài việc học các chương trình AP mà APU là trường khảo thí trực thuộc tổ chức College Board thì học sinh được khuyến khích theo học chương trình Cầu nối đại học (College Bridge Program - APU liên kết với những trường đại học danh giá Mỹ), duy nhất tại APU.

lượng. Hy cũng được trao Huy Chương Danh Dự của Chủ tịch RWU cho công trình nghiên cứu toán học ứng dụng của Hy với giáo sư hướng dẫn. Khang Hy tốt nghiệp với bằng cử nhân xuất sắc cùng Luận án Đại học loại Xuất sắc, đã hoàn tất văn bằng Tiến sĩ Khoa học và đang giảng dạy tại đại học Tufts. Hồ Hoàng Đức - thủ khoa năm 2014, hiện sắp hoàn thành văn bằng Tiến sĩ về Tri thức Nhân tạo (AI) và đang giảng dạy tại Đại học UMKC. Trương Bửu Văn, cựu học sinh APU khóa 2010, tốt nghiệp Thủ khoa Cử nhân Khoa học tại University of Texas at Austin, sau đó Văn tiếp tục nhận bằng Thạc sĩ Khoa học tại Northwestern University và hiện đang giữ chức Quản lý Điều hành cao cấp tại AbbVie - một trong những công ty dược phẩm lớn nhất thế giới (trước đó thuộc Abbott). Nguyễn Bàng Thanh - Trưởng nhóm Dự án "Standard Work" và thành viên Đội "Value Stream Team Core Industrial Engineering" tại hãng máy bay thương mại Boeing 787. Phạm Ngọc Bách, tốt nghiệp APU năm 2009, hiện đang nắm giữ vị trí Chuyên viên phân tích chuỗi cung ứng tại hãng máy bay Boeing.

Nguyễn Hải Tùng, cựu học sinh khóa 2007 hiện đang thành công với công ty JobHop, công ty duy nhất sử dụng công nghệ AI để giúp mọi người tìm kiếm cơ hội việc làm. Hồ Hoàng Phúc - thủ khoa năm 2013 đang bận rộn với dự án công tính toán thần tốc tại Công ty Lean Start Lab tại Mỹ. Đặng Kim Thi, cựu học sinh APU khóa 2012 hiện nay là Tiến sĩ Dược (Doctor of Pharmacy) trong số trên 20 cựu học sinh APU đã đạt bằng Tiến sĩ được tại Hoa Kỳ; Trần Thiên Hồng Anh, tốt nghiệp niên khóa 2013 và hiện là bác sĩ nha khoa đang thực tập tại Oregon Health & Science University; Lê Thị Hải An, cựu học sinh APU khóa 2013 hiện tại là Thạc sĩ Chính trị (MBA) và là cố vấn tài chính chuyên nghiệp được chứng nhận theo CPA (Certified Public Accountant); Huỳnh Thanh Huy, cựu học sinh khóa 2011 hiện cũng đã là Thạc sĩ Tài chính; Lê Thị Hải Anh và Huỳnh Thanh Huy đều hiện đang làm việc tại các công ty Big & về tài chính thế giới.

Nguyễn Ngọc Huyền Trân, cựu học sinh khóa 2008, tốt nghiệp Stanford University - một trong những trường đại học danh giá tốt nhất thế giới nhiều năm liền, đang đảm nhiệm vị trí Chuyên viên phân tích dữ liệu cao cấp tại tập đoàn công nghệ lớn nhất thế giới Microsoft; Lê Ngọc Truyền, tốt nghiệp năm 2012, đã xuất sắc hoàn thành bằng Thạc sĩ Khoa học tại trường University of California, Berkeley (xếp hạng 9 trong bảng xếp hạng cơ sở giáo dục đại học danh tiếng thế giới và đang công tác tại tập đoàn đa quốc gia Lygos, và rất nhiều gương mặt sáng giá nữa xuất phát từ APU và AUV. Với những thành công đạt được, APU đã và đang là nơi uơm mầm cho rất nhiều thế hệ học sinh - sinh viên tài năng, giúp các em tự tin và vững bước trên hành trình vươn ra và chinh phục thành công ở khắp mọi nơi trên thế giới. ■





“Dù có sinh ra ở vạch đích hay không, khi một người thất bại, họ cũng không tránh khỏi cảm giác đau đớn.”



Chiến thắng nào khi không sinh ra ở vạch đích?

Tìm ra sự cân bằng giữa việc có quá ít và quá nhiều vốn không hề là một nhiệm vụ dễ dàng. Chúng ta vẫn nghe nhiều về câu nói “sinh ra ở vạch đích”, nhưng câu hỏi mà bạn thường bỏ qua là: Liệu những người mà thường được nhận xét như thế có thực sự hạnh phúc hơn phần còn lại?

Không ai muốn thua khi ở vạch xuất phát, nhưng thực tế là chúng ta phải đối diện với câu chuyện có những người vốn “đi nhanh” hơn ta ngay từ khi mới sinh ra. Thế giới này công bằng, nhưng đôi khi cũng bất công. Có người sinh ra đã nắm thìa vàng, một số người lại phải làm việc chăm chỉ để chạy thật nhanh đến vạch đích của mình. Nhưng tất cả mọi người đều có một bộ não, hai bàn tay và thời gian 24 tiếng một ngày để trải nghiệm mọi đắng cay ngọt bùi. Một cuộc đời, là sự công bằng duy nhất với tất cả chúng ta.

Điểm đến của mỗi người không có giới hạn

Vấn đề không phải là bạn có nhiều tiền hơn, mà vấn đề là bạn có đang làm tốt hơn hay không. Mục tiêu luôn thay đổi khi chúng ta tích góp được nhiều thành quả hơn về sự giàu có để chạm đến ngưỡng hài lòng do chính mình đặt ra. Có những gia đình giàu có xu hướng nuông chiều con cái và những đứa trẻ thuộc các gia đình trung bình hay nghèo hơn phải vật lộn cả đời để tiến lên, đều có thể hạnh phúc cho dù thuộc hoàn cảnh nào. Hạnh phúc vốn không nên được đánh đồng với việc bạn có tiền hoặc có cha mẹ giàu có. Nếu có đủ tình yêu thương, một lối giáo dục xứng đáng, đứa trẻ ấy vẫn có thể có một môi trường đủ tốt để trưởng thành và tìm thấy vạch đích của mình.

Sự khác biệt giữa một người xuất thân bình thường và giới tinh hoa vốn không nằm ở việc ai có xe sang, nhà lớn hay nhiều tài sản hơn, mà nằm ở cách giáo dục thế hệ tương lai. Cốt lõi của việc giáo dục thành công có thể không nằm ở việc bạn trở thành người thành đạt, mà là bạn có thể tìm thấy đam mê của mình như thế nào và sống đúng với niềm đam mê ấy. Bạn có biết, có bao nhiêu người trẻ đang sinh ra trong gia đình giàu có đang cảm thấy bất lực hơn bao giờ hết vì không thể tìm thấy sở thích của mình. Họ mòng lung trong chính cơ ngơi ấy, nơi họ dường như có tất cả, nhưng cũng vốn chẳng có gì. Người sinh ra ở vạch đích, cũng có những nỗi khổ. Vì vậy, người giàu có thể sẽ xuất phát từ một gia đình giàu có hơn người khác, nhưng người hạnh phúc, vốn là người biết mình muốn gì và sẽ đấu tranh để đạt được dù điều kiện có như thế nào. May mắn, đôi khi cũng là một cảm giác mà người ta đổ lỗi cho ai đó. Bạn may mắn xinh đẹp hơn tôi, bạn may mắn có công việc tốt hơn tôi, bạn may mắn khi sinh ra trong gia đình giàu có hơn tôi, bạn may mắn khi không phải cố gắng quá nhiều. Nhưng ở phía ngược lại, bạn có biết họ đôi khi cũng cảm thấy những người khác may mắn hơn họ. Bạn may mắn khi được dành nhiều thời gian với ba mẹ hơn tôi, bạn may mắn được làm mọi điều mình muốn trong khi tôi phải giữ gìn thanh thế gia tộc, bạn may mắn khi được quyết định con đường phát triển cá nhân trong khi tôi phải nắm trong trách nhiệm lái sự nghiệp gia đình, bạn may mắn khi mọi người đối xử với bạn không vụ lợi thay vì tôi phải cảnh giác và đề phòng. Trong mỗi hoàn cảnh khác nhau, bạn sẽ không thể biết được sự sướng khổ ẩn giấu chỉ qua đánh giá biểu hiện bên ngoài.

Dù bạn sinh ra ở vạch đích hay không, khi bạn thất bại, bạn cũng không tránh khỏi cảm giác đau đớn. Sẽ có những người đến, hỏi bạn bạn, lắng nghe trải nghiệm thất bại của bạn rồi thì có người đồng cảm, nhưng cũng có người há hê rồi đi. Rõ ràng đó là thất bại của bạn, nhưng điều bạn quan tâm hơn

“Vạch đích của người này cũng có thể không phải đích đến của người kia.”

đôi khi là cách mà người khác quan tâm đến thất bại đó. Nhưng, người càng mạnh mẽ, thì càng có khả năng đứng vững trước khó khăn.

Đừng ghen tỵ với người khác, cũng đừng cười nhạo ai đó. Từng có một câu chuyện truyền cảm hứng, trong đó nói rằng:

“Có người làm CEO ở tuổi 25, rồi chết ở tuổi 50, có người chỉ trở thành Giám đốc Điều hành khi ở tuổi 50, rồi họ sống đến 90 tuổi;

AI đó đã kết hôn, nhưng ai đó vẫn độc thân;

Obama nghỉ hưu ở tuổi 55, nhưng Trump làm Tổng thống ở tuổi 70;

Trong thế giới này,

mỗi người đều có múi giờ của riêng mình;

Một số người dường như đang đi trước bạn, nhưng một số đang đổi theo bước chân của bạn từ phía sau; Không có bước nào là quá sớm, không có bước nào là quá muộn;

Điểm bắt đầu của mỗi người khác nhau, vì vậy ĐIỂM KẾT THÚC cũng nên khác.”

Đúng vậy, điểm bắt đầu thế nào, chưa chắc kết thúc sẽ như thế. Bạn vốn không thể kiểm soát việc mình sinh ra trong gia đình thế nào và không thể lựa chọn cha mẹ cho mình, nhưng bạn có quyền quyết định cuộc đời của bạn sẽ kết thúc như thế nào. Xuất phát điểm thấp không có nghĩa là bạn sẽ thua kém người khác. Có tất cả ở vạch xuất phát, cũng không có nghĩa bạn là cá nhân ưu tú nhất. AI cũng cần tiếp tục sống trong thời gian của riêng mình, không gian của riêng mình, chạy và chiến đấu ở nơi nào đó để trở thành người giỏi nhất. Dù bạn là ai, điểm đến của bạn vốn không bao giờ có giới hạn. Hãy tin trong thế giới này, những điều tốt đẹp vẫn hiện hữu dành cho những cá nhân không ngừng phấn đấu. Việc chúng ta cần làm, là cho phép bản thân chậm rãi lao động, tận hưởng thành quả và trải nghiệm những niềm cảm hứng khác nhau trong thế giới của chính mình.

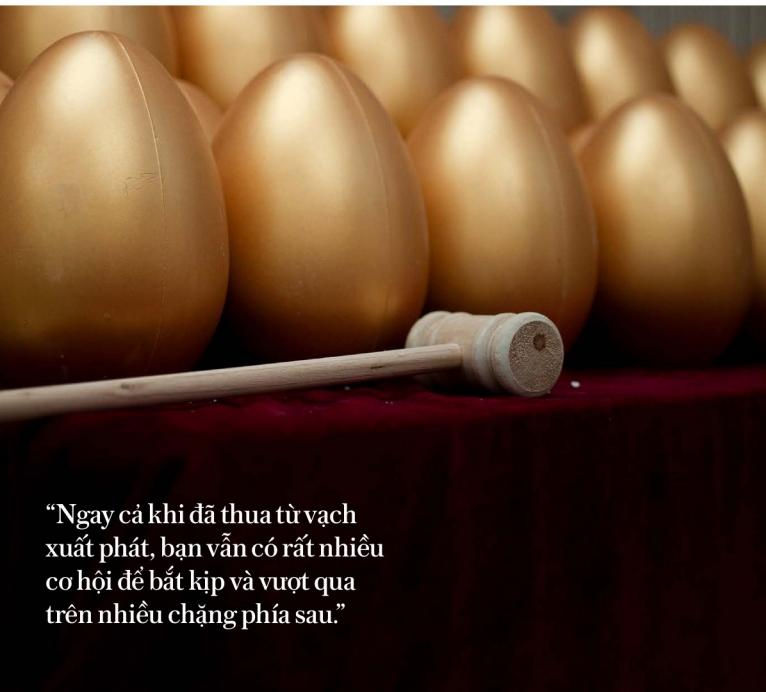
Mọi thứ vốn đều có sự “sắp xếp” riêng

Mọi đứa trẻ bình thường khi sinh ra đều nếu để những điều kiện vật chất sang một bên, có thể xem như chúng cũng có một cách thức xuất phát giống nhau và đều cần phải nỗ lực rất nhiều trên đường chạy tương lai của chính mình. Có người sinh ra trong những ngôi nhà bình thường, trong khi người khác lại sinh trưởng trong những gia đình giàu có. Thế nhưng, tất cả chúng ta đều sống dưới một bầu trời và tận hưởng không khí như nhau, và tất cả đều có quyền được tiếp nhận kiến thức và được hưởng một nền giáo dục. Nếu như tất cả mọi người cùng “chạy” từ những ngày đầu ấu, thử trong tầm mắt, chính là vạch đích đang ở phía trước và chúng ta cần nhìn thấy hướng đi một cách vững chắc nhất mới có thể trở thành người thắng cuộc. Cố gắng hết sức để rút ngắn khoảng cách với người chạy trước, để sánh bằng rồi vượt lên. Chính trên hành trình trưởng thành này, tính cách của mỗi người sẽ định hình qua từng cột mốc đi đến vạch đích. Mục tiêu của cuộc đời có lẽ đầu chỉ là những khát khao đạt được, mà còn là thứ sức mạnh phục hồi chúng ta đã có khi trải qua vô vàn những thử thách và bài học. Vạch đích vốn là sự ước lượng, nhưng chính cuộc hành trình chúng ta trải qua mới là nơi tôn tại toàn bộ vinh quang của đời ta.

Bạn bắt buộc phải thực hiện bước đi đầu tiên, không phải để về đích mà là để tồn tại và vận động chính mình. Trong thực tế xã hội, khoảng cách về nền tảng vật chất của mỗi người luôn tồn tại, vì thế đôi khi ganh tỵ là không thể tránh khỏi, nhưng nếu không được “sinh ra ở vạch đích”, điều bạn cần làm là đừng phàn nàn, mà hãy nỗ lực nhiều hơn nữa để thu hẹp khoảng cách đó.

Bạn chắc chắn sẽ thua ở vạch đích cho dù chạy đua cùng với bất kỳ ai nếu bạn không nỗ lực chăm chỉ để chạy, bởi ngay cả khi bạn cho rằng mình đã thua ngay từ vạch xuất phát cuộc đời, bạn vẫn có rất nhiều cơ hội để bắt kịp mọi





“Ngay cả khi đã thua từ vạch xuất phát, bạn vẫn có rất nhiều cơ hội để bắt kịp và vượt qua trên nhiều chặng phía sau.”

người trên nhiều chặng đua dài phía sau. Vạch đích, cho dù là vật chất, là tinh thần hay là thứ gì khác, mỗi người sẽ có những định nghĩa riêng cho mình. Mọi thứ đến với bạn, vốn là sự sắp xếp cho riêng cuộc đời bạn. Dù bạn sinh ra với một đích đến xa hay gần, bạn hãy giữ cho mình một nhịp tim thật ổn định, bình tĩnh đón nhận mục tiêu, rồi tôi luyện bản thân với tất cả sự nhiệt thành và từ tế của mình, bạn sẽ được đền đáp một cách xứng đáng.

Ngay cả khi bạn không phải là thiên tài, bạn không thể cải thiện đáng kể năng lực

trong suốt cuộc hành trình, hãy đi bộ trên con đường đến đích đó. Mỗi người đều đang đi trên con đường hoàn thiện cuộc đời của riêng mình. Nhịp nhanh hay chậm, vội vã hay từ tốn phải do chính bạn có thể kiểm soát. Vạch đích của người này cũng có thể không phải đích đến của người kia. Điều bạn cần chỉ là mỗi bước bạn đã chạy phải là những bước thật chắc chắn, vững chãi, mạnh mẽ và tự tin nhất có thể. Chỉ có nỗ lực như thế mới giúp bạn chạy nhanh, chạy bền, chạm được đến vạch đích cuối cùng của cuộc đời với nụ cười luôn nở trên môi. ■

“Vạch đích vốn là sự ước lượng, nhưng chính cuộc hành trình chúng ta trải qua mới là nơi tồn tại toàn bộ vinh quang của chúng ta.”



Không xem khách hàng là bệnh nhân, sự tinh tế trong cung cách phục vụ của đội ngũ bác sĩ đã giúp xóa tan tâm lý sợ hãi của khách hàng khi tìm đến phòng khám

Khám tổng quát: KHOẢN ĐẦU TƯ “HỒI” CHO SỨC KHỎE BỀN VỮNG

Đi khám tổng quát trước nay thường được xem là “khám cho có” và việc đi đến bệnh viện chờ đợi thường khiến cho nhiều người ngại ngao. Nhưng đã có những tiêu chuẩn khám tổng quát quốc tế được áp dụng tại Việt Nam để đem đến cho bạn sự dễ chịu và thuận tiện nhất. Mời bạn cùng đi với Tập chí Nữ Doanh Nhân trải nghiệm quy trình khám tổng quát tại một phòng khám quốc tế để cảm nhận niềm tin lạc quan từ chính nơi chúng ta thường bước vào với nỗi lo lắng.

Khi tình hình xã hội ngày càng có nhiều rủi ro về sức khỏe, việc khám tổng quát đường như đang trở thành một nhu cầu cấp thiết với tất cả mọi người. Nếu như ngày trước, bạn chỉ đi khám khi cảm thấy cơ thể không khỏe, nhưng kể từ khi dịch bệnh Covid-19 bùng phát, ý thức về việc chủ động chăm sóc sức khỏe đã hoàn toàn thay đổi. Mọi người, đặc biệt là những người trẻ tuổi vốn thường chú quan về sức khỏe, hơn bao giờ hết đang nâng cao ý thức giữ gìn và kiểm tra sức khỏe thường xuyên. Gần như tất cả đều hiểu rằng, việc chủ động kiểm tra, tầm soát để phòng bệnh mang đến vô cùng nhiều lợi ích, giúp chúng ta thay đổi lối sống không lành mạnh và học cách lắng nghe những cảnh báo mầm bệnh của cơ thể. Và có thể nói, một trong những hình thức khám chúng ta không thể thờ ơ, đó là khám tổng quát định kỳ.

Nhưng đi khám tổng quát ở đâu để được cung cấp dịch vụ chuẩn quốc tế, để cảm thấy thoải mái và không bị lo lắng, đặc biệt là nữ giới được chăm sóc một cách riêng biệt và tinh tế? Những thắc mắc này đã đưa chúng tôi tìm đến Hệ thống Phòng khám Quốc tế **CarePlus** chi nhánh Quận 1 để tìm hiểu và được tư vấn về quy trình của một buổi khám tổng quát đạt tiêu chuẩn hiện nay.

AI CẦN KHÁM TỔNG QUÁT?

Bất kỳ ai, dù khỏe mạnh nhất cũng cần khám sức khỏe tổng quát định kỳ. Nhiều quan sát đã chỉ ra rằng những



Cùng đội chuẩn Tập chí Nữ Doanh Nhân trải nghiệm quy trình khám tổng quát tại phòng khám quốc tế

người trong độ tuổi lao động ở thành thị có nguy cơ cao mắc các bệnh do ảnh hưởng bởi lối sống như mỡ máu, tiểu đường, tim mạch, loãng xương... Vì vậy, việc khám tổng quát bao gồm nhiều xét nghiệm giúp phát hiện sớm các loại bệnh này có thể nói là một khoản đầu tư khá “hời” giúp bạn tiết kiệm tiền chi cho sức khỏe về lâu dài. Lựa chọn đến phòng khám **CarePlus** vào một buổi sáng



Quá trình tư vấn được các nhân viên là tín hỗ trợ tận tâm và nhanh chóng

giữa tuần, chúng tôi khá bất ngờ vì sự nhộn nhịp tại quầy lễ tân với nhiều khách hàng tập nập ra vào. Nhưng thay vì sự hỗn loạn và chò chờ lâu, mọi nhu cầu thường thấy khi đến nhiều bệnh viện, chúng tôi chỉ mất vài phút làm thủ tục và được nhân viên lễ tân hướng dẫn bắt đầu quy trình khám ngay sau đó.

Chúng tôi đi chuyển đến tầng khám được thiết kế riêng tư chỉ dành cho phụ nữ. Tại đây, chúng tôi được các điều dưỡng tiếp nhận hồ sơ để xác nhận lịch sử sức khỏe và hướng dẫn thay đổi tại phòng riêng để sẵn sàng bước vào buổi khám. Đồng phục cho khách hàng đến thăm khám là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng tâm lý người đi khám, cũng là tiêu chí đánh giá sự tinh tế và tôn trọng khách hàng của phòng khám. Với thiết kế đơn giản, kín đáo nhưng lại rất thuận tiện cho hoạt động khám dành cho nữ, đặc biệt là không vướng mùi và đảm bảo được khử trùng theo chuẩn quốc tế, **CarePlus** cho thấy sự quan tâm đến cảm nhận của khách hàng, đặc biệt là những khách hàng nữ khi sử dụng màu xanh nhẹ nhàng cho trang phục đem lại cảm giác xoa dịu tinh thần. Bên cạnh đó, **CarePlus** đã và cùng tâm lý khi tạo

ra mô hình phòng khám với các khu vực khám bệnh riêng dành cho nam, nữ và trẻ em, nhằm giúp mỗi người đều cảm thấy thoải mái khi bước vào khám bệnh cùng các bác sĩ và điều dưỡng. Đặc biệt nếu là phụ nữ, việc phân khu là một ý tưởng tuyệt vời khi bạn có thể lựa chọn bác sĩ nữ để giảm thiểu sự e ngại, yên tâm chia sẻ về tình trạng cơ thể, cũng như tiếp nhận các xét nghiệm chuyên sâu và những tư vấn đặc thù dành cho nữ.

KHÁM TỔNG QUÁT CÓ LỢI GÌ?

Trước khi đến với **CarePlus**, chúng tôi cho rằng một buổi khám tổng quát sẽ mất nhiều thời gian, tuy nhiên, các quy trình từ xét nghiệm, chụp X-quang, siêu âm... đến lúc tư vấn đều diễn ra nhanh chóng và riêng tư dưới sự hướng dẫn nhẹ nhàng và tâm lý của các nữ bác sĩ và điều dưỡng. Ngoài thiết bị X-quang tiên tiến, điện tâm đồ, máy siêu âm màu thế hệ mới cùng phòng xét nghiệm tự động hiện đại..., khu vực dành cho nữ còn có máy X-quang sàng lọc Ung thư vú (chụp nhũ ảnh), máy đo loãng xương toàn thân, cũng có thiết bị kiểm tra chuyên sâu như máy Holter ECG ghi nhận dữ liệu nhịp tim lên đến 7 ngày

EDITOR'S PICK:

VÌ SAO PHỤ NỮ NÊN CHỌN PHÒNG KHÁM CAREPLUS?

Nữ giới thường quan tâm đến sức khỏe nhiều hơn và có nhu cầu chăm sóc sức khỏe khác biệt. **CarePlus** lại là một trong số ít những phòng khám quốc tế cao cấp có khu thăm khám dành riêng cho phụ nữ dựa trên sự thấu hiểu về thói quen, tâm lý và mối quan tâm của nữ giới trong việc khám chữa bệnh. Bên cạnh đó, với vị trí của các chi nhánh tập trung ở những quận trung tâm của TP.HCM, việc di chuyển thuận tiện cũng là một ưu điểm phù hợp với nhu cầu khám chữa bệnh của nữ giới vào phòng.

Thiết kế thông thoáng và không vướng mùi "hồ trướng" đặc trưng giúp mọi người không cảm giác căng thẳng, lo lắng



► NHỮNG GÓI KHÁM PHỤ NỮ KHÔNG THỂ BỎ QUA TẠI CAREPLUS:

- Các gói khám tiêu chuẩn/ nâng cao/ chuyên sâu
- Gói khám tiền hôn nhân/ tiến mang thai
- Gói khám Phụ khoa/ Xét nghiệm nội tiết tố
- Gói tầm soát sức khỏe tiền mãn kinh
- Gói tầm soát Ung thư toàn diện/ Tầm soát Ung thư Vú, Tuyến giáp, Cổ tử cung, Buồng trứng...
- Gói khám cho người chuẩn bị detox

vỏ cùng nhỏ gọn, máy siêu âm đo độ đàn hồi và xơ hóa gan, máy siêu âm tuyến giáp... Sau quy trình xét nghiệm từ những trang thiết bị tân tiến, bạn có thể ngồi thư giãn và dùng cà phê tại các máy pha tự động trước khi gặp bác sĩ để được tư vấn về kết quả.

Có phải việc gặp bác sĩ luôn khiến bạn e dè khi cho rằng khó kết nối và có một buổi trao đổi đôi mồm? Tuy nhiên, các bác sĩ **CarePlus** không chỉ sở hữu kinh nghiệm và chuyên môn cao mà còn vô cùng tâm lý khi thường pha trò, tận tình tư vấn cho người đến khám tựa như một người bạn. Với cách đối đãi vô cùng đặc biệt này, bạn sẽ có thể bỏ xuống tâm lý e dè phòng và không còn cho mình là một "bệnh nhân" khi bước vào phòng khám nữa. Từ đó, khi bạn tin tưởng bác sĩ tại đây, bạn sẽ có thể chia sẻ về những trăn trở và mối bận tâm của mình rồi sẵn sàng lắng nghe bác sĩ cho biết đâu là điều tốt nhất bạn nên cho sức khỏe.

NHỮNG GÓI KHÁM NÊN ƯU TIÊN THỰC HIỆN?

Những cuộc kiểm tra sức khỏe có thể giúp đánh giá tình trạng của bạn và chẩn đoán bất kỳ vấn đề tiềm ẩn nào có thể sắp xảy ra. Nhưng khi mới tìm hiểu, có lẽ bạn sẽ mất nhiều thời gian để tìm kiếm một phòng khám uy tín sở hữu gói khám mình mong muốn. Cấu trúc được tâm lý của những khách hàng bận rộn và cần đơn giản hóa mọi thứ, phòng khám **CarePlus** có dịp ghé thăm kỹ này còn giúp cho việc thăm khám trở nên dễ dàng hơn với nhiều gói khám đa dạng, đáp ứng mọi nhu cầu từ tầm soát đến điều trị chuyên sâu, dành cho trẻ em và người lớn. Có thể nhận định rằng, **CarePlus** là một trong những phòng khám y tế sở hữu nhiều dịch vụ khám chữa bệnh nhất với hơn 50 gói khám và hàng trăm dịch vụ y tế riêng lẻ. Bên cạnh việc khám tổng quát cho các cá nhân và gia đình, các doanh nghiệp cũng có thể gia tăng phúc



Quá trình lấy máu xét nghiệm "am ái" và "những nhằng" hơn chúng tôi nghĩ



Máy đo loãng xương được rất nhiều phụ nữ quan tâm cũng có mặt tại phòng khám cao cấp này



Tại tầng khám dành riêng cho nữ, khách hàng sẽ trở nên thoải mái và thoải mái chưa hề bởi đội ngũ bác sĩ và điều dưỡng nữ có thể thấu hiểu mọi vấn đề của họ



CarePlus sở hữu trang thiết bị chẩn đoán vô cùng tân tiến và kỹ lưỡng cho mọi gói khám tổng quát

Những lý do để không còn sợ hãi khi "đi khám bệnh":

- Phát hiện sớm và giảm nguy cơ mắc bệnh
- Tăng tuổi thọ và cải thiện sức khỏe
- Giảm chi phí chăm sóc sức khỏe
- Có cơ hội được tư vấn bởi các chuyên gia y tế
- Tiếp cận những công nghệ y tế tân tiến mới nhất
- Ý thức hơn để duy trì lối sống lành mạnh

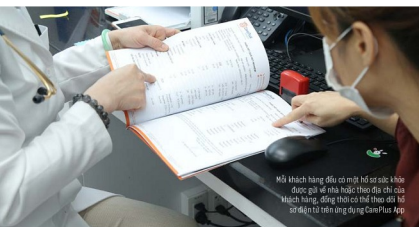
“Ngoài chuyện thay đổi thói quen sinh hoạt, điều quan trọng nhất là kiểm tra sức khỏe định kỳ ngay cả khi bạn nghĩ mình không mắc bệnh.” -

Bác sĩ

PHÙNG THI PHƯƠNG CHI
(Chuyên khoa II – Khoa Ung bướu
Phòng khám CarePlus)



Tại đây, bác sĩ sẽ sẵn sàng giải đáp mọi thắc mắc của bạn và đổi khi cần thiết... sự hài hước để làm giảm bớt cảm giác nặng nề và làm ty-phải đi khám bệnh”



Mỗi khách hàng đều có một hồ sơ sức khỏe được giữ về nhà hoặc theo dõi chỉ của khách hàng, đồng thời cả thể theo dõi hồ sơ sức khỏe từ trên ứng dụng CarePlus App

loại cho nhân viên khi cần cung cấp cho họ những gói khám đặc biệt chuẩn quốc tế này hay gửi tặng đến cho các khách hàng đối tác như một hoạt động quan tâm nhiều ý nghĩa thiết thực.

Cũng tại buổi trải nghiệm, chúng tôi đã có cơ hội trò chuyện cùng Thạc sĩ - Bác sĩ Vương Mỹ Ngọc (Khoa Nội tổng quát, Phòng khám **CarePlus**, Quận 1) và lắng nghe ý kiến bác sĩ về nhu cầu khám sức khỏe đang phổ biến trong giai đoạn hiện nay: “Đối với dân văn phòng, việc thừa cân béo phì, hay mắc sỏi thận, viêm gan siêu vi ngày càng gia tăng nên việc chọn các gói khám tổng quát từ tăng cao đến chuyên sâu có thể giúp đánh giá tình trạng sức khỏe hiện tại và thay đổi lối sống để có những chế độ dinh dưỡng và sinh hoạt phù hợp.”

Sau buổi khám, **CarePlus** sẽ hẹn gọi hỗ sơ sức khỏe về tận nhà theo địa chỉ khách hàng cung cấp, đồng thời khách hàng cũng có thể theo dõi hồ sơ sức khỏe điện tử được cung cấp trên ứng dụng CarePlus App.

Bên cạnh hình thức thanh toán trực tiếp, **CarePlus** còn mở rộng dịch vụ thanh toán qua các công ty bảo hiểm trong nước và quốc tế, qua ví điện tử, thanh toán trả góp và nhiều hình thức khác. Trong thời kỳ giãn cách xã hội, bạn cũng có thể đăng kí khám tư vấn trực tuyến với dịch vụ rất nhanh chóng, bác sĩ tư vấn chuyên sâu và chuyên nghiệp của phòng khám **CarePlus**.

Là thành viên của Singapore Medical Group (SMG) - nhà cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe hàng đầu tại Singapore, hệ thống phòng khám quốc tế **CarePlus** đã thay đổi suy nghĩ của chúng tôi về một buổi khám tổng quát bởi luôn chứa đựng tinh thần vui, sự tận tâm và thân thiện để vượt qua những nỗi lo ngại khi đi khám bệnh.

Phòng ngừa bao giờ cũng tốt hơn chữa bệnh! Hãy quan tâm đến sức khỏe của chính mình cũng như gia đình và theo đuổi lối sống tiêu chuẩn để có thể tận hưởng trong mùa dịch, bạn nhé! ■

ALERT! NHỮNG CON SỐ TỪ BÁC SĨ:

- Tỷ lệ ung thư ngày càng gia tăng, đặc biệt ở các thành phố lớn như TP.HCM hoặc Hà Nội
- Ung thư vú vẫn đứng hàng đầu trong các bệnh lý ung thư phụ nữ thường mắc phải, tiếp đến là ung thư cổ tử cung
- Ung thư gan, phổi, dạ dày hay đại trực tràng ngày càng xuất hiện phổ biến ở nam giới
- 90% là tỷ lệ chữa khỏi ung thư vú trên 5 năm cho phụ nữ nếu phát hiện và điều trị sớm

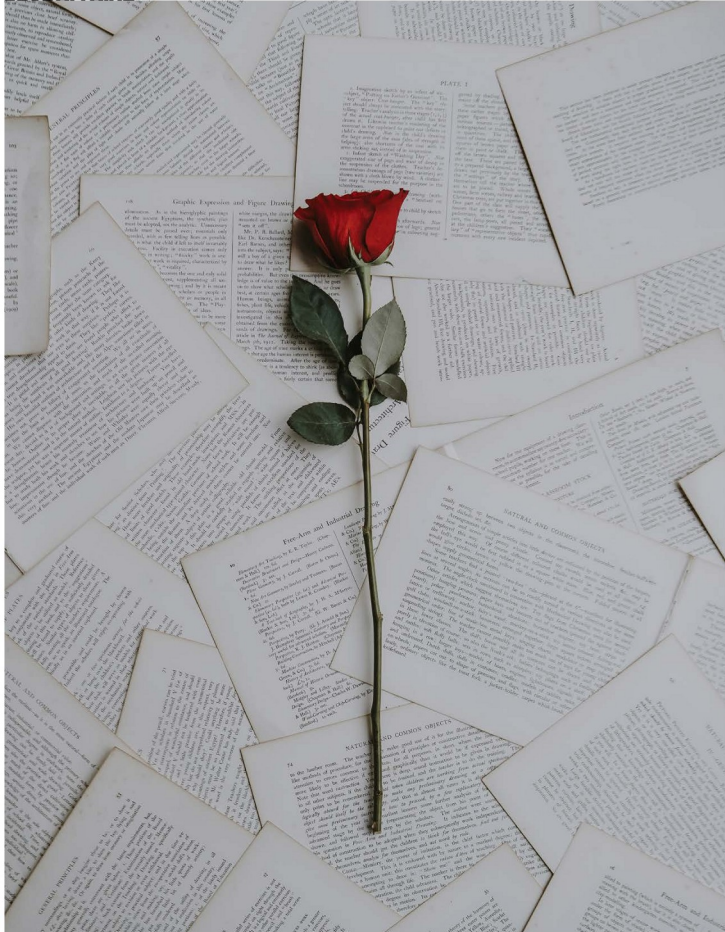
(Theo Bác sĩ - CKII Phùng Thi Phương Chi -
Khoa Ung bướu Phòng khám CarePlus)



CarePlus là phòng khám đầu tiên đã xây dựng hơn 50 gói khám theo từng nhu cầu và hàng trăm dịch vụ y tế dành cho mọi đối tượng



Trong lúc chờ đợi gặp bác sĩ khám khám tư vấn, bạn có thể thư giãn với một tách cà phê hay cà cao nóng tại các máy pha tự động



VƯỢT ĐỊNH KIẾN, YÊU KIẾN ĐỊNH

Xã hội đã tiến bộ về thái độ đối với các mối quan hệ. Nhưng liệu điều này có nghĩa là các mối quan hệ không theo đúng khuôn mẫu thông thường sẽ được chấp nhận?

Dinh kiến vốn là vấn đề cố hữu xuất hiện trong mọi khía cạnh của cuộc sống, và không ngoại trừ tình yêu. Tình yêu khiến con người thăng hoa, nhưng cũng dễ đẩy họ vào "tội lỗi" nếu chẳng may đó là kiểu tình yêu "không được xã hội chấp nhận". Chúng ta vẫn thầm ngưỡng mộ tình yêu của ông Darcy dành cho Elizabeth trong tiểu thuyết Kiêu Hãnh Và Định Kiến khi ông dám gạt bỏ niềm kiêu hãnh của mình sang một bên và bỏ qua sự khác biệt giai cấp để yêu Darcy. Nhưng trong đời thực, tự hỏi xem, bạn có đang chấp nhận vượt qua mọi định kiến chỉ vì rung động với ai đó? Đó là lý do tại sao tỷ lệ ly hôn ngày nay rất cao, bởi khi kết hôn với ai đó, người ta còn đang song song giữ danh tiếng của mình. Và độ tinh khiết trong tình yêu mà chúng ta từng ao ước tìm thấy ở Darcy hay Elizabeth ngày càng không thể tìm thấy trong xã hội hiện đại.

Tình yêu là vô định kiến, nếu chúng ta vì danh giá ai đó trước khi cho phép bản thân thực sự hiểu họ, thì có thể chúng ta đã bỏ lỡ một điều tuyệt vời nào đó thì sao. Ai cũng có cơ hội để trải nghiệm sự lãng mạn trong tình yêu và yêu một cách vô hạn, nhưng việc đó liệu có khó khăn khi sự phán xét vẫn hiện hữu ngoài kia?

Với một "tiêu chuẩn chung", sao có thể đánh tráo khái niệm hạnh phúc?

Ngày nay khi mọi thứ có nhiều lựa chọn hơn, con người lại trở nên kén chọn hơn. Và khi tìm kiếm người bạn đời, chúng ta lại quan tâm nhiều đến những gì người khác nghĩ và vô hình trung áp đặt những tiêu chuẩn cho chính mình. Chúng ta không thể phủ nhận việc ánh mắt thường hay nhìn ngắm một cách tò mò những cặp đôi có sự chênh lệch nào đó. Một cô gái đang độ tuổi thanh xuân lại nắm tay một người đàn ông đã trạc ngũ tuần, hay một người đàn ông mặc vest lịch lãm lại dành ánh nhìn triu mến cho cô gái có phần cứng cỏi và giản dị. Tất cả những sự chênh lệch ấy đều phải chịu đựng sự dòm ngó của những người xa lạ và cả thân quen. Sự phát triển của thời đại đã thay đổi rất nhiều khía cạnh trong cuộc sống của chúng ta, nhất là những nhận định của người khác về mình. Hiện tại, chúng ta dễ tổn thương hơn, giữ an toàn hơn và khó chấp nhận những điều vượt ngoài khuôn khổ.

Nhưng hạnh phúc của mỗi người sẽ không dựa trên những đánh giá của người khác, cuộc sống là một phúc lành nếu chúng ta tìm thấy những người mà ta yêu thương, may mắn họ cũng yêu ta và cùng chia sẻ những niềm vui lớn nhất trong cuộc sống.

Năm 2014, cả thế giới đã bất ngờ khi tài tử lừng danh George Clooney, khi đó đã 52 tuổi, tuyên bố đính hôn với nàng luật sư nhân quyền xinh đẹp là Amal Alamuddin, khi đó 35 tuổi.

Sau hai tháng hẹn hò, Hoa hậu Thế giới Priyanka Chopra đính hôn và kết hôn cuối năm 2018 cùng giọng ca Nick Jonas, người chồng nhỏ hơn mình 11 tuổi.

Diễn giả nổi tiếng thế giới Nick Vujicic, người mắc hội chứng tetra-amelia bẩm sinh đang có một cuộc hôn nhân hạnh phúc bên cạnh người vợ xinh đẹp của mình khiến nhiều người ngưỡng mộ.

Nhà thiết kế lừng danh Tom Ford vẫn đang hạnh phúc bên cạnh người bạn đời đồng giới Richard Buckley (cựu Tổng biên tập Tạp chí Vogue Homme) sau hơn 3 thập kỷ gắn bó.

Hay không thể không nhắc đến một tình gay nhiều tranh cãi giữa Tổng Thống Pháp Emmanuel Macron và cô giáo dạy kịch Brigitte Trogneux lớn hơn hẳn... 2 con giáp.

Và còn nhiều cặp đôi chênh lệch khác từ người nổi tiếng đến bình thường vẫn đang tồn tại trong thế giới này.

Chỉ có bạn mới có thể trả lời cho việc điều gì là tốt nhất với mình và điều đó buộc bạn phải học hỏi từ những lựa chọn của bản thân. Khi yêu ai

đó, thứ duy nhất bạn cần quan tâm là chịu hoàn toàn trách nhiệm về lựa chọn ấy, và nếu bạn có thất bại, ít nhất bạn cũng đã từng trải qua những giây phút cuồng nhiệt trong tình yêu và rồi nên học hỏi thay vì đổ lỗi cho người khác. Chúng ta chỉ có một cuộc đời để sống. Khi bạn có may mắn có một tâm lòng với ai đó, thì hầu hết về quan điểm sống của nhau đó cách tiếp cận cuộc sống của cả hai có sự khác biệt, tại sao bạn lại dành nó để lo lắng về định kiến của người khác. Trái tim là thứ quan trọng nhất, bạn có yêu người ấy không, trái tim sẽ nhận ra, vì vậy đôi mắt với những khác biệt, một trái tim là đủ để đánh bại và lấn át tất cả.

Hãy chiến thắng trái tim của đối phương, thay vì cố gắng chiến thắng thế giới này

Dù bạn có thừa nhận hay không, từ khi xuất hiện các giai tầng trong xã hội, việc chúng ta đương nhiên chọn "đúng người" chính là cách ta thể hiện quyền lợi và sự lựa chọn của mình. Trong cuộc sống này, những người có cùng tầng lớp sẽ lựa chọn nhau một cách tự nhiên vì có thể thấy hiểu và đồng cảm cho nhau. Mọi sự lựa chọn của con người đều cần một nền tảng nhất định, nếu một người giàu yêu một người nghèo, điều đáng tin cậy nhất để nói rằng họ thực sự yêu nhau là vì họ có chung sở thích, năng lực và giá trị tương đồng nhau. Nhưng nếu lòng kiêu hãnh và phẩm giá bị phân xét, nó có thể mất rất nhiều thời gian để phục hồi.

Hạnh phúc thực sự đến từ tình yêu chứ không từ sự thỏa mãn về đời sống vật chất hay những lời tán tụng xung quanh. Dù cuộc sống của bạn có hào nhoáng đến đâu, chỉ cần bạn cảm thấy cô đơn về mặt tinh cảm, thì bạn cũng đã bắt hạnh rồi. Tại sao phải quá bận tâm đến nhiều thứ khác, trên đời vốn dĩ có nhiều điều không công bằng lắm. Nhưng nếu ai đó chỉ để được người khác công nhận, không yêu họ phân đôi, bạn hãy hành động để chứng minh tình yêu của mình là đúng đắn và cách ứng xử của hai người trong cuộc đời là tiêu chuẩn đánh giá của họ.

"Giao tiếp" chính là chìa khóa của mọi tình yêu, dù bạn và người ấy đến từ quốc gia khác nhau, nói thì ngôn ngữ khác nhau, nhưng chỉ cần cả hai rung động và từng bước tiến đến gần nhau, không có gì đâu là không thể. Thật ra, tình yêu đích thực là sự đồng điệu trong tâm hồn, chứ không phải được đánh giá qua vẻ ngoài xứng đôi hay món đồ hạng độ. Tình yêu rất khó có được,

cũng dễ dàng nảy nở. Nhưng ở độ tuổi nào, ở hoàn cảnh nào, và sở hữu những đặc trưng nào đó, miễn là bạn yêu người ấy và người ấy yêu bạn, hãy cứ yêu đi. Tình yêu sẽ vượt lên trên tất cả, cho dù phần còn lại của thế giới có không chấp nhận bạn đi chăng nữa. Chỉ cần sự gần gũi của hai nhịp đập, chắc rằng bạn có thể tìm thấy điều gì đó phù hợp trong cuộc sống của chính mình mà không phải là cuộc sống do ai đó mong muốn bạn trở thành.

"Quyền gõ cửa" thực sự không liên quan gì đến tuổi tác, ranh giới, khoảng cách, địa vị hay nền tảng gia đình. Trong cùng một thời gian và không gian, khi hai con người hoàn toàn khác biệt nhau về tuổi tác, địa vị hay quốc tịch, lý do khiến họ có thể nhận ra nhau là vì họ có thể giao tiếp - thứ gọi là "tiếng nói chung".

Định kiến khó lật đổ, nhưng thứ kiên cố hơn chính là giá trị bản thân

Con người là sinh vật có tính xã hội cao. Bộ não của chúng ta đã phát triển để cho phép chúng ta tồn tại và phát triển trong môi trường xã hội phức tạp. Theo đó, nếu một hành vi hay cảm xúc nào đó không được có định trong mạng lưới mà ta nhận thức, ta dễ dàng phản đối nó. Hầu hết chúng ta đều sống và đánh giá người khác một cách có ý thức và vô thức dựa trên lời nói của họ, hành động của họ, trải nghiệm của họ, sự lựa chọn của họ. Chúng ta hầu như đánh giá mọi thứ. Bản chất của con người là muốn được yêu thích và chấp nhận. Tuy nhiên, điều này thường dẫn đến việc lo lắng quá nhiều về những gì người khác nghĩ về mình, và điều này làm ảnh hưởng đến những quyết định quan trọng, đặc biệt là tình yêu.

Khi chúng ta yêu ai đó, chúng ta hãy sẵn sàng yêu người đó như bản chất của họ. Chúng ta hãy sẵn sàng chấp nhận những khác biệt, thậm chí cả những thói quen không phù hợp với ta, bởi họ là người ta yêu. Khi ai đó đến và khiến bạn khó cứng trong trái tim ta trở nên mềm mại, đó là loại niềm tin mang tên tình yêu mà điều kiện khi dám trao nơi mềm mại ấy cho một người không quan tâm đến kết quả. Người người cuộc có quyền nghĩ bất cứ điều gì họ muốn, cũng như bạn có thể yêu bất cứ ai mình muốn. Những gì người khác nghĩ về bạn không thể thay đổi con người bạn hay giá trị của bạn, trừ khi bạn cho phép họ. Vào cuối ngày, người cùng bạn cười và khóc không phải ai đó mà chính là người bạn

yêu và yêu bạn vì chấp nhận mọi mặt của nhau. Bộ não của mỗi người rất khác nhau, và cảm xúc còn hơn vậy. Khi yêu ai đó vô điều kiện, chúng ta sẽ chỉ quan tâm người kia có hạnh phúc hay không, và yêu họ như chính bản thân họ đã đến với ta vào ngày đầu tiên.

Mọi thứ trong cuộc sống đều phụ thuộc vào chúng ta. Ban có thể sống một cuộc sống mới mỗi ngày xung quanh, nhưng lại mất niềm tin khi bạn bè than thở về tình trạng bất ổn với nửa kia của họ. Nhưng một thế giới chấp nhận riêng của nó. Họ có nhịp điệu của họ, bạn có của riêng bạn, vì vậy khi quyết định yêu ai đó, hãy để giá trị bản thân quyết định. Ngay cả khi giá trị của những gì bạn tin tưởng trong tình yêu không được tán thành, hãy cố gắng để không phải nói những điều hối tiếc và thất vọng ở mỗi bước đi. Nếu đã yêu, hãy học cách quyết định, điều quan trọng là không để ai làm gián đoạn nhịp điệu của bạn. Mọi điều ý nghĩa đều hình thành sau khi bạn học được cách chấp nhận thất bại và tha thứ cho lỗi lầm, nhưng đã yêu ai thì hãy nhất định phải nói cho người ấy biết. Chỉ cần trên đời này vẫn có con người yêu bạn, tức là họ đang chấp nhận những giá trị bản thân mà bạn đã đặt ra.

Tình yêu cho phép chúng ta thu thập kinh nghiệm sống và từ đó chấp nhận sự khác biệt của hai cá thể riêng rẽ. Vì vậy, hãy khoan dung. Rất khó để ai đó mở lòng với một người quá khác biệt về mọi thứ, nhưng nếu chúng ta có khả năng chấp nhận sự không hoàn hảo của mình, chúng ta cũng sẽ học được cách chấp nhận sự khác biệt của người khác vô điều kiện. Đừng ông tử không chỉ nhìn phụ nữ ở bên ngoài, mà ở phẩm chất và cốt cách bên trong. Cũng như phụ nữ từ chối yêu, họ chỉ cần trong một phút giây cho mình là đủ.

Tình yêu trở nên hoàn hảo khi những người không hoàn hảo tin thấy nhau, yêu nhau rồi cố gắng che chở vì nhau và giúp đỡ nhau trong tránh cạm bẫy những điều xấu xa từ tất cả thế. Để rồi khi thế giới trong mắt cả hai trở nên xinh đẹp, có điều gì là khó chấp nhận đâu!

Luôn có những chương ngại vật khác nhau trên con đường theo đuổi tình yêu của một ai đó. Dù chúng ta chưa yêu hay đã thất bại trong tình yêu nhưng nếu bắt đầu một tình yêu nào đó, hãy dùng cảm xúc, đó chính là thái độ chân thành nhất mà ta nên để con tim con đường tìm kiếm hạnh phúc cho chính mình. ■

A still life photograph with a romantic and vintage aesthetic. In the center-right, a white ceramic cup filled with a golden-yellow liquid, likely tea, sits on a matching saucer. The saucer has a dark blue or navy border. This set is placed on a square, textured brown placemat. To the left of the cup, a dark brown, worn book with ornate metal clasps lies diagonally. The entire scene is set against a light-colored tablecloth with a delicate floral pattern. Scattered around the central elements are several fresh flowers: large pink roses, smaller white and pink roses, and large, multi-petaled pink dahlias. Green leaves are interspersed among the flowers. The lighting is soft and even, creating a gentle and intimate atmosphere.

“Tình yêu trở
nên hoàn hảo
khi những người
không hoàn hảo
tìm thấy nhau.”



ISUZU ALL NEW D-MAX - UY MÃNH VÀ CUỐN HÚT

Sau chuỗi ra mắt thành công vang dội tại các nước, **Isuzu Việt Nam** đã ra mắt dòng xe Isuzu All New D-MAX tại thị trường Việt Nam. Phiên bản bán tải Isuzu All New D-MAX với ngoại hình uy mãnh và đầy cuốn hút đem đến trải nghiệm hoàn toàn khác biệt bởi sự kết hợp hoàn hảo giữa phong cách hiện đại và thiết kế đặc trưng đã đóng dấu chuẩn thương hiệu ISUZU, nhà sản xuất xe tải và động cơ Diesel hàng đầu thế giới.



ASUS EXPERTBOOK B9400 - LAPTOP DOANH NHÂN THẾ HỆ MỚI

Thông qua sự kiện Tech-Talk online chia sẻ về các giải pháp cho doanh nghiệp vừa và nhỏ trong giai đoạn mới của năm Covid-19 thứ hai, **Asus** cũng kết hợp giới thiệu thế hệ laptop doanh nhân - doanh nghiệp mới mang tên ExpertBook B9400. Máy có trọng lượng 1,005gr nhờ vào khung hợp kim magie-lithium được chế tác tinh xảo với công nghệ CNC. Viên mãn hình của máy siêu mỏng cho phép kích thước màn hình 14 inch với vỏ khung máy 13inch. Ngoài thời lượng pin ấn tượng, máy còn sở hữu hiệu suất vượt trội so với thế hệ trước và nhiều tính năng tiên tiến cho xu hướng làm việc linh hoạt mới của các doanh nghiệp.



RA MẮT LOA THÔNG MINH OLLI MAIKA

Olli Technology, doanh nghiệp "startup" trong lĩnh vực công nghệ tại Việt Nam vừa chính thức ra mắt dòng loa thông minh Olli Maika và trợ lý ảo tiếng Việt Maika. Đây là dòng loa đầu tiên trong hệ sinh thái các thiết bị thông minh được vận hành trên nền tảng trợ lý ảo Maika do đội ngũ kỹ sư của Olli Technology trực tiếp nghiên cứu và phát triển toàn diện từ phần mềm đến phần cứng, từ nền tảng trí tuệ nhân tạo đến giải pháp nội dung. Sản phẩm dành riêng cho người Việt, sử dụng hoàn toàn tiếng Việt, cung cấp các nội dung phù hợp với lối sống, văn hóa, thói quen của người Việt Nam.

CHIẾC XE ĐIỆN JAGUAR I-PACE ĐẦU TIÊN ĐƯỢC BÀN GIAO

Phủ Thái Mobility, nhà nhập khẩu và phân phối chính thức duy nhất của thương hiệu **Jaguar** tại Việt Nam đã chính thức bàn giao mẫu xe điện Jaguar I-Pace đầu tiên tại Việt Nam cho Đại sứ quán Anh. Xe có khả năng tăng tốc từ 0-100km/giờ trong 4,8 giây và tốc độ tối đa 200km/giờ. Bên cạnh đó, xe sở hữu kết cấu khung nhôm và trọng tâm thấp đem đến sự cân bằng cao về hiệu suất. Đặc biệt, xe cung cấp khả năng ion hóa không khí trong nội thất tích hợp tính năng lọc PM2.5, để giữ các hạt siêu mịn và chất gây dị ứng nhằm đảm bảo sức khỏe cho người dùng.



XE ĐẠP ĐIỆN RIESE & MÜLLER CHÍNH THỨC CÓ MẶT TẠI VIỆT NAM

First Move Group (FMG) vừa giới thiệu dự án "VBROS E-Bike: Giải pháp lành mạnh cho việc di chuyển trong đô thị" và dòng xe đạp điện thông minh Riese & Müller của Đức. Đây là thương hiệu E-Bike cao cấp hàng đầu thế giới được trang bị động cơ Bosch E-Bike của Đức cùng pin Bosch Lithium-Ion đạt tiêu chuẩn an toàn tuyệt đối. Xe có tuổi thọ cao, thiết kế nhỏ gọn, có thể tháo rời để sạc với thao tác đơn giản. Về tốc độ, xe cho phép di chuyển với hiệu suất vượt bậc từ 500Wh, 625Wh, 1.000Wh đến 1.250Wh. Được biết, xe được lắp ráp thủ công tại Đức và nhập khẩu nguyên chiếc về Việt Nam.



NỮ DOANH NHÂN

English Articles

There is always HOPE

*How do you define
"success" as a
businesswoman?*

Success is being able to
find the competence to
do what you love, the
passion to carry on with
it, the companions to join
you in your future plans,
and the joy in helping
those around you.

"I believe that
someone who
was born at the
finish line might
need to try even
harder."

THÂN THỰC QUYÊN

The “intermediary” for spiritual values

AN IDEAL JOB BY COINCIDENCE

Greetings Ms. Thục Quyên, with over 10 years in the hotel business, what kind of impression has this “hospitality” industry left upon you?

A rather distinctive trait of the hotel business, which has made a strong impression on me since the early days, is the fact that the hotel environment is a miniature replicate of the society itself. With a huge body of staff and numerous departments that work in cooperation with each other in a constant effort, the hotel “society” consists of virtually every fundamental line of work and is a host of interpersonal relationships. Running a hotel, therefore, feels like governing a very special form of society, in which my responsibility is to come up with the optimal model for its development and bring about happiness to every member of it. Although this was not my starting point, its diverse and ever-evolving environment has allowed me to hone my skills and vision as a manager, a professional “hotelier”, and encouraged me to pursue this career so far.

Lacking the training or background in the hotel industry, what did you bear in mind when first entering this field of business? And how did you acquire the knowledge specific to it?

My education background is in commerce, but my passion is for diplomatics. That said, the fact that I took over as manager of my family’s first Sanouva Hotel was a mere coincidence when the previous hotelier suddenly withdrew from the position just 2 days prior to the grand opening. Despite my concerns and lack of experience, I had to step up for it and ensure that the opening ceremony goes smoothly, but only as a temporary manager. After a few unsatisfying interviews for the GM position as the candidates couldn’t find a common voice with me, I began to embark on this journey myself and kept moving on up until today. What a rough start, right? (laughs)

Those are the days I will never forget. I was under a lot of pressure, being the head of such a huge business while barely having any professional knowledge about it. I still remember some of the interviews with senior position candidates when I could only inquire about their general skills and failed to measure their field specialty, for I

myself was just a novice and was not competent enough to recognize their potentials. Despite gaining some early achievements and constantly striving for more knowledge, there were times when I was uncertain of my decisions and felt that I hadn’t learnt enough. After some serious thoughts on whether or not I should continue to pursue this career, I came up with an answer. “Yes”, and that was when I decided to hit the pause button, applied for a position in a 5-star hotel and signed up for an online hotel management course, which took me a year to become fully equipped and well-prepared for the journey ahead. I had to work 12, 13 hours nearly every day while trying to absorb as much knowledge as possible until I was confident enough to say, I have learnt everything I needed to learn: how to run a hotel. After 10 years of struggle and hardship, I just want to say: I’m grateful to life for giving me this ideal job.

Why did you choose the 3-star hotel market section in the beginning? With a rather large pool of competitors, how do you plan to make your hotel stand out?

When the Sanouva Sai Gon hotel first came out, the boutique hotel model in Vietnam was not as common, and we saw it as an opportunity to aim for this new but highly potential market niche. It’s true that I opted for the 3-star hotel section, but with the boutique style, I hoped to bring about an optimized experience and higher quality services than people normally would think of such a hotel. The plan didn’t sound convincing enough for my parents as first, but I was determined to give it a try. You’ll never know if you never try, right? And the results, within 4 months under my command, Sanouva went through some major shifts, including a new procedure, adjusted room pricing and the introduction of several special-feature additional services, all of which helped us score the highest rating in many online booking platforms, as compared to other hotels in the same market section. This also helped me earn the trust of my parents and bolstered my passion for this career.

What goals did you set out to achieve in those early days? And how far have you gotten on this rather unexpected journey?

As the complicated developments of the Covid-19 pandemic unfold, the BusinessWoman Magazine is pleased to exchange conversation with a true female “hotelier” – whose field of work is one of the most heavily struck by the recent waves of crisis. Fierce as they are, it seems that they fail to douse the fire of passion within this young businesswoman – Thân Thục Quyên, who firmly believes that every experience, no matter how terrible, gives her the strength to grow up, head on and do something for the community.

To be honest, my initial goal was to simply... prove myself to my parents (laughs). The young me was yearning for a challenge, a "wall" to hit my head upon. But with the results I got, I started to want more, to spread my wings and soar higher with bigger goals.

While continuing to develop the Sanouva Hotel chain in HCMC and Danang, I stepped over to the 5-star resort section with the opening of Fusion Maia Resort and Spa in Danang in 2010. I can proudly say that this is the first resort in Vietnam to include a spa package in room service and allow guests to have breakfast whenever and wherever they want. The idea is based on my personal experience and preference from many other resorts I have stayed. The Fusion Maia Danang has recently undergone a massive overhaul and is now rebranded as TIA Wellness Resort, continuing to deliver a comprehensive spa package that promotes a healthier life by incorporating special restorative therapies into the stay experience, with an aim to help its guests boost their creativity and adopt a new perspective for their goals in life.

The domestic success of resort and spa model encouraged me to go international. And that is how the Bhutanese Spirit Sanctuary came to be, a peaceful resort located in the lovely country of happiness, Bhutan. For me, the hotel business is the bridge for cultural access and exchange between nations, where service providers such as myself can create products that does not only cater for our guests' physical needs, but also enriches their spiritual experience. To establish a hotel in this particularly spiritually rich country, I had to spend a great deal of time learning about their history and culture. Along with the co-founders, I decided to build a resort that reflects the spiritual essence of the land it is located on, combining the Bhutanese cultural beliefs with an abundance of indigenous herbs from the Himalayans to offer a unique "comprehensive spa" service that enhances your well-being, both physically and mentally.

THE PURSUIT OF SPIRITUAL VALUES AND THE COMMUNITY MINDSET

It is obvious that you put quite an emphasis on the spiritual aspect of your business operation, don't you?

I always believe that the mind decides everything that is human. Through my work, I've come to know many women, including my staff and others, who put on a display of strength and competence, being an all-round achiever. But sometimes they forget the most important thing: taking the time to take care of yourself.

That is why, in 2017, I became co-founder of a social business called She Will Be Strong, with an aim to empower women, both physically and mentally. Our main activities include self-defense courses, dance, and Yoga classes for female office workers. In addition, we also commit to donate 51% of our business profits to support single-mom shelters, sexual assault and domestic violence victims, and fight for a lower abortion rate in Vietnam. In every business project that I'm currently running, building and developing the community's spiritual values will always be a common goal that we strive to achieve.

Considering the long-standing business tradition in your family, is there a philosophy that you pursue? And under the shadow of your family's reputation, how do you make the name "Than Thuc Quyen" be heard?

Inheriting the family's business tradition, I have learnt a lot from my father's stories throughout my childhood. This knowledge has been imprinted on my mind and become the basis for my strategic thinking and business acuity. One fundamental and essential element in building a business strategy and acquiring leadership skills that our family remind each other from time to time: always observe the business ethics. This is the philosophy that I pursue and uphold when I started running my own business.

For me, inheritance means evolution, not replacement. As an heir to the family tradition, I yearn to further extend the definition of "ethics", adding more practical values to it and displaying a community mindset through my every project. For this reason, although I expected great challenges ahead, I insisted on the investment in Bhutan and in the social business idea. Turning an idea into reality is not an easy feat, even impossible at times. But through all the pressure and risk of failure, I found the resilience to keep moving forward, while holding on to the belief that it will reward me with valuable lessons.

The past two years of Covid-19 has been rather challenging, if not devastating, for the hotel industry. Have you ever found your determination wavered? And what business strategy have you adopted to thrive in this new circumstance?

When the pandemic first hit, it did not really shake my grounds, as I believed that it would be controlled and dealt with soon. But as the situation became more serious and Vietnam had to apply social distancing, I became nervous and concerned. Now realizing that this would be a long-drawn-out battle, I knew that I needed to act immediately if the business was to survive. More than ever, this is the time for every business owner to prove their adaptability

to any challenge that the market may throw at their face.

My adjusting strategies during this period were applied on a daily or weekly basis, and not quarterly or yearly anyway. The goal is to flexibly adapt to the pandemic's unpredictable developments and diversify our revenues. Closing the hotel is an easy decision but keeping it open post-social-distancing is a challenging one. To do this, we shifted our target section to domestic visitors, while looking into introducing a number of "takeaway" service packages like hotel-standard house cleaning service, food and afternoon tea catering at the customer's location... to maximize the hotel's available human resources and ensure minimum wages for my staff.

What are the key principles that you set out for yourself as a manager to ensure a smooth business operation?

My first principle is "dedication", a must-have for any head of business. Dedication is needed to put my heart and soul into what I do, discover my passion, and eventually deliver, with the help of my associates, products and services of highest quality to our customers. Next up, a manager must never lack a "fighting spirit". For the last 10 years, I have never turned off my phone, and have bravely fought with every hardship even when I least expected them. Finally, there's "gratitude". A business manager, more than anyone, must be grateful, to life, to their customers, and to their staff. With gratitude guiding my way, I wake up every morning with a renewed excitement for life. Besides these three principles, I also highly appreciate "creativity". In this ever evolving and harshly competitive field, I myself have to be creative in coming up with new products, in managing my staff and also in treating the surrounding others.

Being both the "owner" and "manager" of your business, how do you keep these roles apart from each other?

This is indeed an issue worthy of consideration for every business owner. In the early days, I also went through the difficulty of explaining to my staff that they are working with me as a manager, not as an owner who merely invests in the business. I had to prove to them my ability to be the captain of the corporate ship, setting up standard protocols and procedures and establishing an impartial and professional set of principles. In my work, I have always been a dedicated manager who walks with her staff through every thick and thin. Most of my boutique hotels started out as a family business, but I want it to be a professional one, where there is no place for sentimental behavior or biased favor. One of my duties as a manager is to keep an updated

analysis of the strengths and weaknesses of the business and find a way to improve them, with an ultimate goal of a professional and standardized working environment.

BEING BORN AT THE FINISH LINE MEANS YOU HAVE TO TRY EVEN HARDER

Stepping into the hotel industry before you even find a passion for it, how did you discover and nurture that passion?

As I mentioned before, I thought that diplomacy was dream until I realized that it was the service industry that suits me best. The feeling of passion did not come too quickly, but at the right time and with the right amount. The more challenges I faced, the more attracted I became to this career and the more certain I was of my decision. Passion, however, was not the only reason that kept me on this journey. After, isn't there a saying that goes "a hungry belly has no ears"? Each of my business is always encouraged to come up with business ideas that are inspired by personal interest and preference, but they must always ensure a productive operation, that is, securing financial stability for both themselves and their employee. People always say they're willing to work for passion, but for me, passion and success have to come hand in hand with each other. Passion without success is simply a hobby. But if passion can lead to success, I'm certain that it will only become stronger and stronger.

What are your "losses" and "gains" when becoming a businesswoman? If you could choose again, would you still make the same choice?

For me, the gains far outweigh the losses. This job has taught me many things that no school can teach. I have also established a network of relationships, friends, and partners. I have learnt the lessons of failure in management and in life. As for the losses, perhaps it is the sacrifice of my personal time and the struggle in my early days, trying to improve my professional knowledge. With this in mind, if I could choose again, I would choose to walk down this path in the very first place, gathering knowledge and making the best preparations so that I could tread on more steadily, and go faster and further than I am now. "Ambition" is necessary in business, but too much of it can become "greed". Do you fear the latter?

Surely there are times in business when you are torn between being and not being greedy. If I ever find myself in this situation, I will remain in control by looking to the family's business guiding principles, "Morality and Ethics". When making a business decision, you must always take into account how negatively that decision affects those



QUICK QUESTIONS:

3 words to describe yourself?

Decisive - Straightforward - Persistent

What kind of a boss are you in your work?

With an aim for a professional business model right from the beginning, I can be quite strict and rigid. At times I may even have to suffer to uphold my core principles. Apart from work, however, I am rather sensitive, thoughtful, and caring to others.

What do you have in mind for your retirement?

I will retire when I can no longer contribute to the society. I hope to continue working as a consultant for businesses, especially in favor of female start-ups, helping them to minimize the risks in business and strive towards a sustainable development.

who are involved, from your business partners, clientele to your staff. My go-to is always a win-win decision. With business ethics at your top priority, you will always find the anchor of kindness amidst the alluring temptation of greed, which keeps your mind clear and sharp in order to find the most appropriate solution.

There's a rather trendy term among the youth nowadays: "Being born at the finish line" to refer to those born in well-off families. As someone who has also enjoyed abundant support from her family, what is your take on it?

From my understanding, the term literally means being born with everything at the ready and not

having to make any effort. However, looking deeper into its meaning, I believe that someone who was born at the finish line might need to try even harder. They are fortunate because they don't have to struggle much in life, but this privilege comes with an invisible duty that compels them to exert an even greater effort to uphold the values that their predecessors have passed on to them. In my case, I learned to be independent at a very young age because my parents were almost always away on business trips. Therefore, I strive for independence in life and do not want people to think that I have to rely on my family. Just because you already have everything does not mean you don't have to do anything, because as society and people move forward, doing nothing is going backward. So, instead of finding out what I already have, I am more concerned with what I can contribute to the society and make an effort to help those around me find their own "finish line". ■

If "life is a gift", every business owner will hope to receive a rewarding gift on their career journey. And businessman Dane Fort – CEO of FLG Việt Nam, always believes that, in return for his contributory efforts, he will receive the greatest gift as every person in Vietnam enjoys physical fitness from a healthy lifestyle.

CEO,
FLG Việt
Nam

Dane Fort

A DESIRE FOR
HIGHER LIVING
STANDARDS OF
VIETNAMESE
PEOPLE

CONSTANT INNOVATION IN THE FACE OF HARDSHIP MAKES THE DIFFERENCE

Greetings Mr. Dane Fort, after a year of running the business under the impact of the Covid-19 pandemic, how did you and the leadership team steer the corporate ship through such turbulent times?

In the face of the pandemic, we have developed an internal set of principles that every member of the staff abides by - KALL Kindness, Authenticity, Love, and Integrity. Of these principles, integrity and kindness have proven most useful to us during this time. Whenever there is a tough decision to make, everyone in the company, including me, has to consider the ultimate goal that we set out for and keep it in mind. I highly encourage an open and honest communication among the team in everything we do, as well as kindness towards our customers. We always tell the truth when it is needed to solve a problem. And in order to so, I always try to empower my staff and have faith in their decisions. It is their collective effort that has given me strength and inspiration to get through this turbulent time.

In the past year, we have noticed that FLG has deployed several community-oriented activities in order to raise public health awareness. Have these activities lived up to your company's expectations in terms of financial returns?

Each and every one of our activities is an essential part of a large-scale investment plan. In doing so, our mission aims to make changes in the lives of nearly 100 million people in Vietnam by 2025. Why? Because at the moment, the majority of the population do not have access to preventative healthcare, that is, disease prevention measures, which has led to an increasing fatality rate due to chronic diseases over the past decade.

The community activities are based on our services, so naturally, providing them comes with a financial gain. How big that gain is, however, depends on service quality and brand coverage. Therefore, our focus in the meantime is to maintain a leading position and introduce fitness and preventative healthcare to much of the population. Although this may lead to revenue deficit in the short term, I believe that the financial results in the long term (not to mention the societal gains) will be massive. From our attempt at a Guinness World Record, to the limitless digital content offered by California Fitness & Yoga on various social

network platforms and the LivWell app to get people more physically active, we are constantly creating opportunities to gain access to fitness services in the easiest way possible.

How would you describe the future that FLG envisions for the health, fitness, and lifestyle industry in Vietnam? Does this anticipation make you more optimistic or cautious in running the business?

My philosophy of life and of running businesses are somewhat similar, that is, one should run a business with a mentality of abundance, just as one should live. I believe that there is an equal chance for everyone, including those in this industry. Seizing the opportunity, however, would require hard work, tremendous effort, and extreme focus.

We are on the way to a wellness revolution, and the Covid-19 pandemic last 2020 has served to accelerate it. People have become more aware of the importance of health and fitness as the pandemic spreads. In an effort to make fitness more accessible to the mass population, California Fitness & Yoga is collaborating with several key partners to expand its range of fitness services, with a goal to cater for every age category and preference.

I believe that when combined, these key elements will amplify each other and make for an exciting future for the health and fitness industry. Therefore, while staying aware of the circumstances, we manage our business with financial integrity, while looking at prospects and making the bold moves that we believe will help California Fitness & Yoga reach the lives of nearly 100 million people in Vietnam.

So, what do you consider to be the prerequisites for a business's resilience in the face of hardships?

A fascinating question, especially in the current situation. I can tell you the two indispensable qualities of a business owner: vision and operating principles. A business also needs a team with a well-ingrained ownership mentality, especially when facing difficulties, who exert themselves not only to maximize their potentials and values, but also for the overall development of the company. And finally, the business innovative spirit. It does not matter if you are a leading company or not, only through continuous innovation can you stand firm in the face of hardships and avoid being overtaken by your competitors.

How exactly has FLG and the California Fitness & Yoga brand adjusted its business strategy to fit in this new period?

We have made some quick changes and continue to adjust ourselves day by day to adapt to the current situation. To list a

few outstanding new directions, we are collaborating with several partners to enhance interaction with our members and customers. At the same time, we continue to develop our core business by providing added values for over 250,000 members, including international standard staff service and state-of-the-art facility and equipment. For example, we have recently published a series of fitness instruction videos called CALxHOME to encourage our members to remain active even when staying at home; the LivWell app provides advanced exercises while promoting interaction among our members; the TiNiFit program, in cooperation with TiNiWorld, inspires young children to exercise and helps change the entire family's attitude towards physical fitness; there's also a nutrition counseling program for our members, since nutrition plays a crucial role in staying in shape and building a good health. It is obvious that, through all these innovative strategies, many of the services we are providing are through strategic partnerships. This is perhaps our biggest shift ever since the pandemic broke out. In particular, our main operation at the moment is offering free digital services to everyone, which we would never have thought of just 2 years ago. The circumstances are changing fast, forcing businesses to react and adapt in a timely manner. It is the continuous innovation mindset that has kept California Fitness & Yoga alive and well. Despite intermittent periods of social distancing, we always reopen to a record number of both revenues and member "check-ins" at the gym.

GIVING FRONT-LINE STAFF THE RESPECT AND POWER THEY DESERVE

What was the biggest pressure you had to face as CEO over these years? How did you manage to overcome it?

Perhaps the biggest challenge for me as CEO is to find out what I really want to do for the company and for the health industry, recognize what has taken us this far, what we need to change to continue growing while balancing out our vision and principles with shareholders' needs through every stage. Maintaining balance, per se, is a complicated and rigid problem that almost every CEO has to ace. To overcome this pressure, I have learnt to make myself comfortable when the situation is not. I have also built a leadership team around me who share my philosophy and direction. This means that every hour I spend working them is worth

30 – 60 days of smoothly executed operation that I do not need to be directly involved in. This is indeed an extremely helpful method.

Is your leadership philosophy inspired by anyone? What are your top principles in management?

I cannot say for sure who or what has inspired my leadership style, which may very well come from my personal experience. To sum up, there are 3 management principles that have proven most useful to me over all these years. First is the inverted pyramid method, which means that the front-line staff, who work in direct contact with our customers, will be the ones deciding our direction, what we need to do. The leadership team then act as supporters whose job is to make sure resources are properly distributed to achieve those goals.

Second in priority are the serendipitous collisions, that is, random conversations and exchanges. I and my associates always try to do this as much as possible, because these laid-back exchanges will get everyone closer to each other and help us focus on the common goal. In order to achieve this, we build our office as an open space without partitions and cubicles. We host team parties right in the office and organize meet-ups to let the higher-ups blend in with the file and rank, perhaps even getting to know a fellow colleague who is not in the same line of work or in the same branch.

Lastly, a positive mindset among the board of leaders. We currently have over 3,000 direct leading positions, whose responsibility is to help our staff think and work on the basis of empowerment, engagement and collaboration. It is the job of a leader to make people feel motivated and that they are a part of the company's mission and goals.

What policies have you implemented to win staff commitment, especially talented ones, in the challenging situation that the market is facing at the moment?

Richard Branson once said: "Train your people so they can become your competitor but treat them so nice they never will." I am quite a fan of this saying and has been trying to apply it. We maintain a promotion policy for staff with an ownership mentality and give praise to those who come up with brilliant initiatives. Breakthrough encouragement and reward are the basics of personnel management. We are always on the look-out for new ideas and have never fired or criticized anyone for trying their new ideas and failing. In fact, people often leave the company because there is nothing new for them to try rather than the opposite.

"NO MATTER IF YOU ARE A LEADING COMPANY OR NOT, ONLY THROUGH CONTINUOUS INNOVATION CAN YOU STAND FIRM IN THE FACE OF HARDSHIPS AND AVOID BEING OVERTAKEN BY YOUR COMPETITORS."

Open information sharing and incentive policies are not to be overlooked, especially the market hits the low notes. During the first 7 months of 2020, despite the impact from Covid-19, we paid a total of over \$7 million bonus to those with outstanding performance. If the company is on the way up, everyone will benefit from it. Similarly, when there is an adjustment or a new policy to implement, we always make sure that it is clearly and openly communicated to everyone, be it our staff, suppliers, or stakeholders. This creates a sense of belonging for everyone, and they will support us and help us through any difficulty.

What are the standards that FLG applies to determine staff promotion and appreciation?

As I mentioned in the beginning, anyone working at FLG is familiar with the KALI behaviors. This is the foundation for our conduct towards colleagues, partners, members, and customers in our every business model, from fitness clubs to beauty clinics. In addition, a prospective staff must be one who believes in the mission we are pursuing. I want to work with people who have a strong faith in our wellness mission and what we are doing to improve the living standards of Vietnamese people.

VIETNAMESE WOMEN ARE ICONIC BUSINESS FIGURES

After over 14 years running the business, what do you think are the greatest benefits you have enjoyed when working in this industry?

Speaking of the benefits I have enjoyed over these years, I'd like to tell you about my weight loss journey. I use the same services that my company provides and look at the results I have got today. I feel healthier, both physically and mentally, and enjoy a real life.

We want to reach people to help them live a longer, better, and more meaningful life in every second of it. I feel most satisfied to meet

with club members and listen to how California Fitness & Yoga has changed their lives. I still bump into those who used to be a California Fitness & Yoga member 14 years ago and hear they story of how exercising has changed them as professionals, as parents or as friends. ***You must have come across a lot of Vietnamese businessmen in your field of work, what impression do you have of them? As far as physical fitness is concerned, do you think that they have a sense of a healthy lifestyle?***

It is not my right to judge what women need and do not need. There is no gender difference at California Fitness & Yoga. From a personal viewpoint, I see Vietnamese women as iconic business and leadership figures with many cases in point. There can be a few reasons for this, but I believe it is mostly cultural. Vietnamese women are quite smart, and they are gaining more and more access to higher education, while having powerful drive and a particular concern for health. Most of their decisions are based on long-term implications rather than short-term gains.

In our company, these are also the aspects that we look into to pick out the best female leaders, and also to provide the best service to our female customers and allow them to achieve what they want. At the moment, nearly 50% of our leadership positions are filled by women, the trend has accelerated over the past 5 years and surely in the future as well. Meanwhile, over 60% of our current members are women aged 18 - 70. Our end goal is to be there for them, no matter what they need or where they are headed to.

In the urban pace of life, plus the pressure from the pandemic, what would you give as an advice to women to keep their lifestyle in check? What are the first 3 things they should do to begin a new and positive lifestyle?

My advice is probably the same as what I usually tell my staff at FLG Vietnam. There was a time when I weighed over 150kg, and I made it a priority to change my life because I did not want to fall behind my children as a parent or my team as a manager (especially during quarantine). To keep your lifestyle in check, you must try and make 3 major changes, be more physically active, adopt a consistent diet and routine, and finally, keep stimulating your mind. The modern life can put a lot of pressure on us, but I do not find any reason not to invest time in ourselves, which in turn gives us even more time. I have become a better father, a better professional, and an overall better person since I found courage to change my life in this way. ■



QUICK QUESTIONS:

● **3 keywords to describe yourself?**

Kind - Authentic - Positive.

● **What makes you most proud of in your current work?**

I am proud to become one of the leading advocates of mental health in Vietnam – an area in dire need of attention.

● **How do you introduce a healthy lifestyle into your family or loved ones?**

Be the change you want to see in the world, especially with your family.

HOW DO YOU DEFINE SUCCESS?

We spend most of our time working, so what matters most is finding a job that allows you to make powerful impacts on every aspect of the society. I do not think that salary or money truly shows the importance of one's job, but what they add to the society and how people recognize their achievements.

"THE JOB OF A LEADER IS TO MAKE STAFF FEEL MOTIVATED AND BEING A PART OF THE COMPANY'S MISSION AND GOALS."

CEO & FOUNDER, HAPPY SKIN VIETNAM

EMMI
HOÀNG

A STORY OF
JOY & PASSION

Text: JENNIVÔ, HỒNG DĂNG - Creative Director: HIEPLEDUC - Photo: THẠCH TRƯỜNG GIANG

Joy can only be spread if it reaches the right people in the right way. In that spirit, businesswoman Emmi Hoàng is a vivid example of using one's own joy to bring happiness to the surrounding others, as is the way she named her start-up business: Happy Skin.

A PASSION-DRIVEN START-UP WITH A GOAL OF SHARING

Greetings Mrs. Emmi Hoàng. As far as I am concerned, you had been quite a reputable beauty blogger in the community before deciding to open your own beauty business. So, may I ask what was the reason for such a decision, driving your career down the business path?

Being a natural sharer with a particular passion for skincare, I started Happy Skin not initially as a cosmetic brand or beauty service. What I wanted was to share my beauty-making knowledge with everyone, especially women, giving them access to several methods of refining their outer appearance and becoming a better version of themselves, all of which came from my personal experience. For this very goal, within a year and a half after resigning from the cosmetic brand manager position at an FMCG corporation, I focused on building my image as a beauty blogger, as well as participating in various courses on beauty-making while working as an instructor myself for other aspiring young people. Happy Skin was then founded as a professional continuation of my contribution to the community, allowing me to introduce not only beauty-making knowledge at a higher level, but also a wide range of skincare products that incorporate cutting-edge technology to enhance their therapeutic effect.

Becoming an inspirational beauty blogger has been a mentally "enriching" experience, extending my relationship circles as well as asserting the scope of my influence. But that was still not enough for me to advance further in my career. I want to make a statement in the field of business, the big league where a person's intellect, personality, financial capacity, and even luck are put to the ultimate challenge, and where I will emerge with a better self and an even greater career.

So, what kind of experience and strengths did you find useful when firing up the business?

With my previous experience at a multinational corporation, I was familiar with the standards and procedures in the modern retail industry. Compared to other beauty bloggers who are also running a business, I do have a strategic edge in the management mindset, with a more systematic and all-round perspective of what "doing business" is about, from marketing, finance, to even logistics. On the other hand, my reputation as a beauty blogger also provides me a distinct advantage over any normal business owner in the beauty industry. In the role of a beauty blogger, I was able to find those, among my audience, who were



trusting and devoted to me. Not only did they become my very first customers, but they also gave me a basic idea of my target client and their needs.

High-tech cosmetics could be seen as a niche market, with a general lack of domestic brands when your business first came out. What has given you the confidence to boost your business operation even higher?

Before Happy Skin came out 6 years ago, I had already recognized the tremendous potential of pharmaceutical cosmetics and high-tech beauty equipment, seeing their fundamental lack of consumer's awareness and demand, that is, they are still strange to most consumers. For such a specific line of product to thrive, there is no other way but to enhance its media coverage and share advanced, scientific knowledge to consumers, so that they may understand the importance of investing in these specialized skincare products. Although there are still not many brands, this strategy has been employed by industry "giants" for several years, and I have been fortunate

enough to be standing on their shoulders, benefiting from their media promotion activities. In addition, the audience community on Happy Skin's original media channels, who are more than familiar with the specialized knowledge from my skincare classes, was quite receptive of this new approach. You may say that this is an initial advantage that has helped us spread our knowledge in a more practical way, to a larger crowd of potential customers.

Reality has proven that despite being a niche market that requires significant investments due to the strict and precise standards in product manufacturing, this is one of the fastest growing product lines not only in Vietnam, but also in other countries in the region. Happy Skin has now exceeded 200% growth, and this is a very optimistic sign.

Recently, Vietnamese consumers have been gaining interest in the skincare process, coming to appreciate, and placing their trust in specialized cosmetic products that employ advanced technology. That being said, they still have an inherent skincare habit of seeking treatment only when a problem develops. I, however, consider this an opportunity to offer more values to my customers, extending my service to the unexploited areas. And then there's the combination of several factors like the young population and the high urbanization rate... which created such an abundant market as it is. I believe that I picked the right time to begin and thus was able to catch up with the rapid growth in this industry and stay on top of the trend.

What are you most proud of regarding your brand's current position and achievements?

After spending 6 years building up both the community and the business itself, I'd still refer to Happy Skin as a start-up business. As such, I will always maintain a learner's perspective, seeking experts who, with their experience, could provide me with the most objective pieces of advice. Many have been dismissive of Happy Skin's business model, but it was those critical comments that gave me a pragmatic point of view and had sufficient time to make adjustments and ensure that my business goal is no longer to survive, but to thrive and take the lead. What am I most proud of, you ask? First of all, the fact that I have constructed a business model that I never thought I could. Second is the level of inheritance that I have established, particularly in operation and personnel management. At the moment of speaking, I am no longer haunted by the "nightmare" of employees leaving their job. Happy Skin's internal staff is 90% complete and showing potential for expansion, while maintaining a high level of connection among senior staff now that they have found a common voice and shared the same vision with the organization. Every member of the management board clearly understands the professionalism and responsibility expected from them, their rights to contribute to the company's decision-making process, as well as the achievements we are reaching for and the inevitable challenges that come along.

Then is it true to say that you have turned a personal passion into a business idea? And how did you, along with your business, grow throughout this journey?

It is not wrong to say that my starting point for this cosmetics business was my own passion for beauty and sharing. I have realized, however, that not every passion can turn into a business idea, and desires, no matter how strong, can never make an amazing story if not combined with thorough thoughts. And the story behind Happy Skin's success does not lack shame and failure. Business can never be driven by passion alone, but by meticulous calculation for its survival at first and its direction in the long run.

I believe I'm not too different from any other start-up, who grow alongside their business. A business owner must always be ahead of any other in the company every step along the way. Between now and the early days, I recognize a significant change in my management style. The more insightful I am of the business' inner issues, the more receptive, open-minded and sympathetic I become, and I've also grown to be willing to protect an employee's rights instead of merely putting the company's benefit on top of everything.

PERFECTING ONE'S SELF FROM THE "SCARS"

Opening a business under the reputation of a beauty blogger, you must have received many customers who came to you because of their trust in your personal brand. Does this pose any pressure on you?

It definitely does. During the early stage, my personal brand motivated me to develop a cosmetic brand, but as the middle stage started to set in, it became a pressure. At one point, I encountered a rather serious skin irritation due to the body reactions to some of the technology and products in testing. As a beauty blogger and business owner, I was haunted by it for a while. I started to constantly question myself, that if

Business
can never
be driven
by passion alone,
but by meticulous
calculation for its
survival at first and
its direction in the
long run.

I could not solve my own skin problem, how could I have the confidence to consult others for their beauty. I was afraid to meet other people for a long time, doubting whether or not I should keep on with a beauty brand of my own?

The more people know of you, the higher their expectation for both yourself and what you do. Therefore, anything that has your name on it will be an easy target for criticism, and the feeling of pressure is inevitable. However, once you have overcome this pressure, things will become easier. After the accident, I was ever more empathetic with those who ever went through a skin problem, becoming more determined to share my knowledge with them and carry on with this journey. These stages in a business career are crucial, just as the

scars on our body, because they are the imperfections that remind us to become better.

How have you managed to integrate your personal and business brand together?

In my opinion, if a founder has already established a personal brand before establishing the business brand, it is an advantage. Personally, however, I would use them to complement each other, preventing any dependence between one and the other. During the hiatus following the aforementioned incident, I had a small test where I let the business develop on its own, without my personal brand's involvement. Fortunately, it continued to be welcomed and no longer necessarily required my constant promotion.

A lesson I have learned after years of being a start-up, if a business or brand is to escape from the shadow of an individual, it has to grow faster than ever. Once a business has grown to a certain scope, the question of its founder is no longer a matter of importance for its customers, and it will be considered an independent brand. The story of an influential founder may become an inspirational, but no longer a decisive one. Therefore, my strategy in this stage is to speed up. We are focusing on extending the spa network and creating new products in order to increase our coverage while reinforcing the brand's position, with an ultimate goal that customers choose the product for the product itself, not because it is from Emmi Hoang.

Having been a business and self-betterment journey for many years, how are you defining yourself as a businesswoman?

I have been a big fan of this saying that no woman is more charming than a woman speaking about her passion. Nurturing and realizing one's passion are the core values that I am building or myself. When participating in any community activity or appearing as a business owner, I always try to express the image of a woman persistent to her dreams, who knows what she needs to do to keep that passion alive and aflame. In addition, as an independent and aspiring woman, I would like to pursue the image of a businesswoman supported by a happy family. Though not everyone would need it, I consider myself lucky to have a loving and supportive family, who always encourage me to conquer my dreams in life.

THE JOY IN WORK COMES FROM THE JOY IN LIFE

Your brand, Happy Skin, has the word "happy" in it to refer to joyful things, but have you actually had more "joys" than

What is your take on “success” for a woman?

Success is perhaps when we are no longer too occupied with problems that can be solved by money.

However, leading a luxurious life is not enough, and I believe that the proof of success lies in the ability to bring about positivity to the community and society.

“sorrows” over the first few years as a businesswoman?

The scale may be tipping towards “joys” at the moment, but only just, and that’s considering the past 6 years of being a start-up altogether (Grinning). Before striking such a high note at this point, I and my crew had to go through several low notes in the past. Those were unforgettable times, dragging both my self-esteem and emotion to the bottom, but they have also slapped me into reality and driven me to become better.

People always say, find joy in your work and you will feel no pressure, but it is easier said than done. Do you agree?

For me, the daily joy does not necessarily come from work, it can come from any place. Try to find it to light up your mood and perform your best in your work. There will be times when you stumble upon unpredictable obstacles, and my solution to compensate for the unpleasant experience is to “borrow” the joy from other things, for example exercising, for a healthy body will get you through anything with ease. “Joy” in business management is quite hard to define. How can we be both care-free and concerned for the business? That is why recently when we were redefining the company’s corporate culture, my mind was flooded with thoughts. I wish to create a working environment where everyone finds inspiration and bonding. Each manager at Happy Skin has to adopt a warrior spirit, exerting their best effort and feeling worthy and appreciative towards collective accomplishments. For the moment, that is my definition of the joy in one’s work.

Businesswomen tend to pursue perfection in their work, but what if they also apply that mentality in their life? Are you a perfectionist in your personal life?

I am, by nature, a perfectionist, not because my work demands so. I realize that it can be self-torturing sometimes, urging me to move

forward, making me toss and turn about things that are not good enough, even if they are already at an 8 or 9 out of 10. Truth be told, I still support the notion “everything is possible, and you can always do it better” in both work and life. The perfect 10 is within your reach if you truly want it. On a positive point of view, setting high expectations for one’s self helps elevate the quality of their work and life, but as time went by, I’ve also come to terms with the fact that there are things that you just have to let others do for you and believe that they will do a good job at it. I have learned to share my power with those around me, and even if they might not live up to my expectation, by doing the best they can, they have already helped me lighten the load and have enough time to concentrate on many other tasks. ■



QUICK QUESTIONS:

3 words to describe your personality?

Strength - Tenacity - Sincerity

How did you feel when your first product line was launched?

Extremely nervous. I get this feeling every time I start doing something new, but the more I do it, the more confident I am, actively making adjustments for a better outcome.

How do you steer clear from negative relationships?

Energy can be spread from one person to another, but it does not mean that being around positive people will make you positive. It might not be best for those who possess too much negative energy to be around those who are filled with energy on the other end of the spectrum. The key here is to determine your current energy level, then find a way to convert it to the positive side. If you are already on the positive end, share it with others. Sometimes, giving is better than receiving.

CHANEL FACTORY 5



**TÔN VINH
LÀN HƯƠNG THẾ KỶ**

Đánh dấu sự kiện 100 năm ngày chai nước hoa No.5 đầu tiên được ra đời, Chanel đã phát triển và ra mắt bộ sưu tập mỹ phẩm giới hạn mang tên Chanel Factory 5 với những thiết kế hoàn toàn mới. Bộ sưu tập mang tính cách mạng gồm 17 sản phẩm chăm sóc cơ thể lấy cảm hứng từ những vật dụng quen thuộc như lõi nhún rửa răng việc sở hữu chúng sẽ giúp bạn tái tạo bản thân mỗi ngày. Tất cả đều mang mùi hương Chanel No.5 huyền thoại sang trọng và độc nhất vô nhị, dĩ nhiên thiết kế bao bì tối giản và hạn chế nhựa như một sự tôn vinh bền vững mà thương hiệu lừng danh này hướng đến. ■



MỘT THẾ GIỚI **TINH TẾ,** **NĂNG ĐỘNG & HOÀN HẢO**

Also
available in
ENGLISH



Đọc online tại
website
www.nudoanhnhan.net

SINCE 2008

www.nudoanhnhan.net | facebook.com/nudoanhnhan | Hotline: 090 845 0854

JAGUAR XF MỚI MẪU SEDAN THỂ THAO NỔI BẬT NHẤT PHẦN KHÚC



Jaguar XF mới là một sự kết hợp tuyệt vời giữa hiệu suất và thiết kế. Ngoại thất mới với cản trước mang tính khí động học nâng cao đi kèm với bộ lưới tản nhiệt hình chớp, đèn pha hình chữ "J" kép nổi bật. Được trang bị các công nghệ an toàn và kết nối tiên tiến với hệ thống thông tin giải trí mọi lúc, mọi nơi. Các chi tiết nội thất sang trọng được hoàn thiện bởi trình độ thủ công tinh xảo khiến cho Jaguar XF xứng đáng là mẫu xe có ngoại hình nổi bật nhất phân khúc.



Hệ thống đại lý mới phân phối chính hãng và duy nhất

Phụ Thái Mobility TP.HCM:

Địa chỉ: Tầng trệt, TTTM Crescent Mall, 101 Tôn Dật Tiên, P. Tân Phú, Q.7, TP.HCM.
Hotline: 086 201 5068

Phụ Thái Mobility Hà Nội:

Địa chỉ: 166 Khuất Duy Tiến, P.Nhân Chính, Q.Thanh Xuân, TP. Hà Nội.
Hotline: 098 121 1919
Website: Jaguar-vn.com

Các thông tin, thông số kỹ thuật, động cơ và màu sắc có thể khác tùy theo thị trường và có thể thay đổi mà không cần báo trước. Một số xe hiển thị với các trang bị tùy chọn có thể không có trên một số thị trường. Vui lòng liên hệ đại lý để biết thêm thông tin về tình trạng phân phối và giá.
*Hình ảnh đang thể hiện xe Jaguar XF mới với màu sơn Bluefire.