

# FITINSIDER

Bản tin nội bộ ▶ No20 ▶ Tháng 11 năm 2024

## SỨC BẬT VƯƠN XA



# F.I.T NO.20 INSIDER Có gì?

01

Điểm tin 360°

04

02

Hiểu về OGSM

Strategies (Chiến lược) trong OGSM

07

03

Nhịp sống F.I.T Group

Người F.I.T làm gì?

Người F.I.T đọc gì?

Người F.I.T nghĩ gì?

Ngày hội mua hàng?

09

04

Đối thoại cùng F.I.T

Gặp gỡ Ms: Nguyễn Lê Trang-GĐ Điều hành FCO&TCC

15

# Thứ ngỏ

**Đại gia đình F.I.T Group thân mến!**

Mùa thu luôn khiến lòng người thốn thức không chỉ vì tiết trời mát mẻ, nắng dịu dàng mà còn gợi nhắc mỗi người F.I.T Group nhớ đến “mùa OGSM Roll out” - nét đặc trưng riêng có của F.I.T Group, sự kiện đánh dấu bước ngoặt giúp Tập đoàn chuyển mình vươn xa, trở thành một trong những Tập đoàn kinh tế Việt Nam đa ngành, thịnh vượng.

Không khí sôi sục, khẩn trương chuẩn bị cho sự kiện quan trọng nhất trong năm của Tập đoàn đã tràn ngập từ văn phòng đến nhà máy, chúng ta cùng phấn đấu vì một năm 2025 rực rỡ, với những “ước mơ thật sự lớn lao, mục tiêu đặt ra thật sự vĩ đại” như lời Chủ tịch Nguyễn Văn Sang đã nói.

Thân mến,

*Ban biên tập*





# **ĐIỂM TIN 360°**

30 ngày của chúng ta trôi qua vô cùng sôi động, hãy cùng FIT INSIDER nhìn lại hành trình đầy màu sắc thông qua các điểm tin nhanh 360

# CÁC SỰ KIỆN NỔI BẬT THÁNG VỪA QUA



## 01

Hội nghị OGSM 2025 F.I.T Group:  
Tối ưu nguồn lực tạo đột phá  
sản xuất kinh doanh

Từ ngày 22/10-29/10/2024, F.I.T Group đã tổ chức thành công Hội nghị OGSM 2025 với sự tham gia của Chủ tịch HĐQT, toàn thể Ban lãnh đạo cùng Ban Tổng giám đốc các CTTV, các Giám đốc ban để tổng kết lại kết quả hành động 9 tháng đầu năm 2024 và chiến lược hành động OGSM năm 2025, nhằm tiếp tục đưa Tập đoàn cất cánh vươn xa. Theo đó, nhằm đảm bảo F.I.T Group thích nghi với những thay đổi của thị trường, cất cánh vươn xa, phát triển bền vững, Hội nghị đã thông qua Objective 2025: Tối ưu nguồn lực tạo đột phá sản xuất kinh doanh.



## 02

Dược Cửu Long tích cực tham gia  
các hoạt động của Hiệp hội doanh  
nghiệp Dược Việt Nam

Từ những ngày đầu gia nhập Hiệp hội, Dược Cửu Long luôn tích cực tham gia mọi hoạt động, chung tay vì sự phát triển của Hiệp hội doanh nghiệp Dược Việt Nam. Mới đây, Dược Cửu Long tiếp tục khẳng định vai trò quan trọng của mình khi phối hợp cùng Hiệp hội bổ sung, tinh chỉnh nội dung, thiết kế, hoàn thiện sổ tay hội viên 2024, dự kiến Quý 4/2024 sẽ xuất bản. Sổ tay hội viên là ấn phẩm quan trọng phục vụ quảng bá hình ảnh doanh nghiệp, giúp các cá nhân, tổ chức trong và ngoài nước dễ dàng tra cứu thông tin liên hệ, hợp tác khi có nhu cầu tìm hiểu về doanh nghiệp dược Việt Nam.

**DCL**  
Dược Cửu Long

*tích cực tham gia* các hoạt động  
của HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP DƯỢC VIỆT NAM

# 03

Vikoda & Đánh Thạnh khởi động chuỗi livestream đặc sắc cùng dàn Hoa hậu trên Tiktok

Ngày 22/10/2024, Vikoda và Đánh Thạnh khởi động chuỗi livestream cùng các nàng Hậu trên TikTok với phiên phát sóng đặc biệt "Mega Cosmo Live: Đường Deal Vô Cực," dẫn dắt bởi Miss Cosmo – Hoa hậu Hoàn vũ Việt Nam 2022 Ngọc Châu. Phiên livestream của Vikoda và Đánh Thạnh vào ngày 22/10/2024 đạt đỉnh điểm 2,1K lượt xem và hơn 600K lượt yêu thích từ khán giả cả nước. Qua sự dẫn dắt chuyên nghiệp của Miss Cosmo Ngọc Châu, người xem có cơ hội tìm hiểu sâu về các dòng sản phẩm nước khoáng kiềm thiền nhiên Vikoda và Đánh Thạnh, đồng thời nhận được những lời khuyên bổ ích về chăm sóc sức khỏe toàn diện.



# 04

"Sống xanh" cùng dòng sản phẩm Tero sinh học của FIT Cosmetics

Sử dụng các sản phẩm "xanh", thân thiện với môi trường đang trở thành xu hướng của phần lớn người tiêu dùng hiện nay. Nắm bắt được xu hướng này, FIT Cosmetics đã nghiên cứu và cho ra thị trường dòng sản phẩm Tero sinh học, ứng dụng công nghệ từ enzyme. Đây là bước tiến vượt bậc, mang lại giải pháp làm sạch không chỉ hiệu quả mà còn an toàn và thân thiện với môi trường. Enzyme ứng dụng trong dòng sản phẩm Tero sinh học không chỉ giúp loại bỏ hoàn toàn các vết bẩn cứng đầu mà còn không gây kích ứng da, không tạo ra các chất gây hại sau khi sử dụng, không gây ô nhiễm nguồn nước, góp phần giảm thiểu tác động tiêu cực lên môi trường. Nhờ những ưu điểm vượt trội, dòng sản phẩm Tero sinh học được đông đảo người tiêu dùng tin tưởng, lựa chọn cho gia đình để bảo vệ làn da nhạy cảm cho con trẻ nhỏ và người lớn tuổi.



# HIỂU VỀ OGSM

# STRATEGIES (CHIẾN LƯỢC) TRONG OGSM

**S** là chiến lược nhằm phác thảo các kế hoạch, phương hướng thực hiện kế hoạch đó để đạt được các đích nhắm (Goals) và góp phần vào việc thực hiện mục tiêu chung (Objectives).

S là tập hợp những chiến lược được lựa chọn toàn diện thể hiện một quá trình phân tích đánh giá kỹ lưỡng của Ban lãnh đạo, để lựa chọn ra những sân chơi, những giải pháp thực thi để hoàn thành mục tiêu. Chiến lược phải mang tính khác biệt, nghĩa là phải biết cách lựa chọn một chuỗi các hoạt động có khả năng mang lại những giá trị đặc biệt.

Chiến lược là tạo ra một sự định vị độc đáo và có giá trị, liên quan tới một chuỗi các hoạt động khác nhau. Việc xác định chiến lược rõ ràng có thể giúp công ty tập trung nguồn lực vào trọng tâm. Một doanh nghiệp sẽ tăng trưởng nhanh hơn và thu được lợi nhuận nhiều hơn thông qua việc thâm nhập tốt hơn vào nhu cầu tiêu dùng mà họ có sự khác biệt rõ ràng, thay vì lao ra các đấu trường có tiềm năng tăng trưởng cao hơn mà không có một vũ khí độc đáo trong tay.

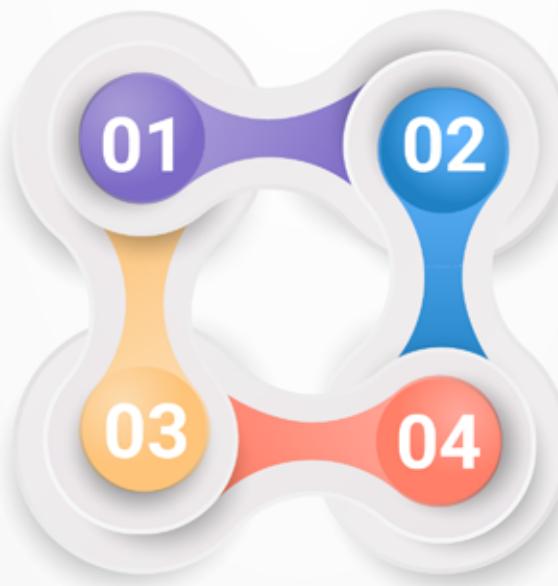
## TỔNG QUÁT

Strategies phải cung cấp một hướng dẫn tổng quát về cách tổ chức hoặc nhóm sẽ tiếp cận và đạt được các mục tiêu. Nó phải chỉ ra các khía cạnh chính của kế hoạch hành động

## TÍCH HỢP

Strategies phải xem xét các khía cạnh khác nhau của tổ chức hoặc nhóm và tích hợp các hoạt động, tài nguyên và nỗ lực của các bên liên quan để đạt được mục tiêu.

## CÁC ĐẶC TÍNH CHÍNH CỦA STRATEGIES



## LIÊN QUAN ĐẾN GOALS

Strategies phải liên quan mật thiết đến mục tiêu cụ thể đã được xác định (Goals). Nó nên hỗ trợ và đóng góp vào việc đạt được mục tiêu đó.

## THÍCH ỨNG

Strategies phải linh hoạt và có khả năng thích nghi với các tình huống và điều kiện biến đổi. Nó có thể được điều chỉnh hoặc thay đổi để đảm bảo sự phù hợp và hiệu quả trong thực hiện

# NHỊP SỐNG **F.I.T**



## F.I.T Group trân trọng yêu thương phái đẹp

Vừa qua, F.I.T Group đã tổ chức thành công chương trình "Ngày yêu thương" nhân dịp kỷ niệm 94 năm Ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10. Bất ngờ, xúc động, đinh nóc, kịch trần, bay pháp phói - những từ ngữ này chắc cũng chưa thể diễn tả hết cảm xúc của phái đẹp F.I.T Group khi nhận được những món quà ý nghĩa từ Tập đoàn ngày hôm đó.

"Ngày yêu thương" là lời gửi gắm những tình cảm, sự quan tâm ngọt ngào của "cánh mày râu" F.I.T Group dành tặng tới chị em, từ đó gia tăng sự gắn kết, thấu hiểu nhau hơn giữa các cán bộ nhân viên cả trong công việc lẫn trong cuộc sống hàng ngày. Với chuỗi sự kiện đa dạng từ minigame tới tận hưởng trải nghiệm màn ảnh rộng tại rạp chiếu phim, hy vọng rằng, chương trình đã để lại dấu ấn không thể nào phai trong lòng phái đẹp.



“ Minh rất bất ngờ và xúc động khi được tham dự sự kiện 20/10 năm nay. Cám ơn công ty đã chu đáo, tận tâm từ việc chọn thiệp, chọn quà, tổ chức xem phim cho chị em chúng mình. Với mình, F.I.T Group đúng là ngôi nhà thứ hai ”

Chị Phạm Ngọc Anh chia sẻ

# NGƯỜI F.I.T NGHĨ GÌ?

*Động lực nào giúp bạn*  
**“Bật giới hạn,  
chạm đỉnh vinh quang”?**



**Dương Quốc Việt:** Động lực giúp tôi vượt qua giới hạn và chạm đến đỉnh vinh quang chính là niềm đam mê không ngừng với công việc và khao khát hoàn thiện bản thân mỗi ngày. Sự ủng hộ từ gia đình và đồng nghiệp tiếp thêm sức mạnh cho tôi trong những lúc khó khăn. Bên cạnh đó, việc nhìn thấy những kết quả tích cực từ nỗ lực của mình là động lực lớn giúp tôi không ngừng phấn đấu. Chính những động lực này đã trở thành nền tảng để tôi vươn xa và đạt được những thành công mới.



**Nguyễn Thị Kiều Nga:** Để bật giới hạn và chạm đến đỉnh vinh quang, động lực lớn nhất của tôi chính là bản thân luôn có được trong mình “Khát khao chiến thắng” và tinh thần “Cải tiến liên tục”. Khát khao chiến thắng không chỉ là mong muốn vượt qua người khác mà còn là khát vọng vượt qua chính mình, không ngừng nỗ lực để tiến bộ từng ngày. Đồng thời, tinh thần cải tiến liên tục giúp tôi luôn nhín nhận, học hỏi từ những thất bại, không ngừng cải thiện và hoàn thiện bản thân để sẵn sàng đón nhận mọi thử thách trên hành trình chinh phục mục tiêu.



## Dốc hết Trái tim

Những người luôn nói "Không" chẳng bao giờ xây được một doanh nghiệp lớn

**Dốc hết trái tim** - cuốn "bách thư" của ông chủ lớn và cũng là người sáng lập ra cà phê Starbucks, Howard Schultz. Tác giả tiết lộ không giấu diếm những bí quyết đã đưa Starbucks từ một cửa hàng cà phê nhỏ tại Seattle trở thành một trong những công ty kinh doanh khổng lồ của thế giới như hiện nay. Hãy cùng tôi nhâm nhi một ly café Starbucks và nghiên ngâm cuốn "Dốc hết trái tim".

*\_Hoài Nam\_*

"Dốc hết trái tim" không phải một cuốn sách kinh doanh bình thường. Mục đích của quyển sách không phải là để kể về cuộc đời của ông chủ Howard Schultz, cũng không phải để đưa ra lời khuyên nên làm gì khi

công ty đang gặp vấn đề, hay để dùng tư liệu minh chứng cho lịch sử công ty Starbucks. Quyển sách không có những đoạn tổng kết giáo điều, không có những gạch đầu dòng công việc, không có các khuôn khổ lý thuyết phân tích nguyên nhân một số doanh nghiệp thành công còn những doanh nghiệp khác lại thất bại. Quyển sách là câu chuyện về đội ngũ xây dựng một doanh nghiệp thành công dựa trên những giá trị và nguyên tắc điều hành hiếm thấy ở xã hội kinh doanh Hoa Kỳ.

Dốc hết trái tim là một quyển sách truyền cảm hứng, nâng tinh thần cho những ai có niềm đam mê, lòng nhiệt huyết và đang theo đuổi những ước mơ của mình. Quyển sách không nói về cà phê mà về lãnh đạo, niềm đam mê, sự kiên nhẫn, cam kết và tình yêu đối với mọi thứ mà chúng ta làm trong khi những người khác đã từng nghĩ là không thể. "Nếu bạn dốc hết trái tim vào từng việc mình làm, hoặc vào bất cứ một doanh nghiệp nào thích đáng, bạn có thể đạt được những ước mơ mà người khác cho rằng không thể. Đó là điều viết nên câu chuyện cuộc sống với một kết thúc có hậu."

Starbucks và câu chuyện thành công của Starbucks là nguồn cảm hứng mạnh mẽ cho các tác giả viết sách và các doanh nhân trên thế giới, được đề cập và trích dẫn rất nhiều trong các sách về kinh doanh và thương hiệu trên thế giới cũng như ở Việt Nam.

Link sách:



# SỰ KIỆN ĐẶC BIỆT KHÔNG THỂ BỎ LỠ

QUAY GIẢI  
THÁNG 11/2024

⌚ 15h Ngày 29/11/2024

📍 Tại 03 điểm cầu

## DANH SÁCH TRÚNG GIẢI QUAY SỐ MAY MẮN THÁNG 10/2024

Ban tổ chức chương trình Ngày hội mua hàng Người F.I.T dùng hàng F.I.T trân trọng thông báo danh sách trúng giải thưởng quay số may mắn Tháng 10/2024 như sau:

### GIẢI NHẤT

**3.000.000đ**

FIT 68 Ngô Thu Trang

### GIẢI NHÌ

**2.000.000đ**

FIT 42 Nguyễn Thị  
Phương Thảo

FIT 25 Mai Tùng

### GIẢI BA

**1.000.000đ**

FIT 75 Dương Thúy Hằng

FIT 35 Phan Tấn Huy

FIT 19 Mai Tùng

Các FITERs trúng giải vui lòng liên hệ với  
bạn **Nguyễn Linh Chi - 0705116634**,  
cung cấp STK ngân hàng để BTC tiến hành  
các thủ tục thanh toán và nhận giải thưởng.  
Chương trình Ngày hội mua hàng vẫn còn  
tiếp diễn với nhiều giải thưởng hấp dẫn.  
Xin chào và hẹn gặp lại các bạn vào kỳ quay  
số Tháng 11 diễn ra vào 29/11/2024.





CÙNG  
**ĐỐI THOẠI**  
**F.I.T**

**NIỀM ĐAM MÊ VỚI NGÀNH**

# HÓA MỸ PHẨM

**LÀ CƠ DUYÊN ĐƯA TÔI  
ĐẾN VỚI FCO**

**Đối thoại cùng khách mời**



**Ms: Nguyễn Lê Trang  
GD Điều hành FCO&TCC**

Trong tiết trời thu ấm áp, FIT Insider mời bạn cùng gặp gỡ với nữ chiến binh mang trong mình "dòng máu sales rất mạnh" - chị Nguyễn Lê Trang, Giám đốc Điều hành FCO&TCC. Cơ duyên nào đã đưa chị đến với FCO? Những kế hoạch nào được chị ấp úng để đưa FCO có sức bật vươn xa?  
Hãy cùng đón đọc nhé!

**Hành trình sự nghiệp của chị bắt đầu như thế nào? Và cơ duyên nào đã đưa chị đến với vai trò Giám đốc điều hành tại FCO?**

Tôi có 20 năm kinh nghiệm đi làm nhưng tính ra thì chắc sự nghiệp của tôi phải được 24 năm rồi, bắt đầu từ ngày tôi còn là sinh viên, gốc của tôi là Salesman bởi dòng máu làm sales trong tôi rất mạnh. Tôi từng trả qua các vị trí từ nhân viên đến ASM và sau đó rẽ sang ngã rẽ làm Head về Nhân sự của các doanh nghiệp nước ngoài và trong nước. Cơ duyên đưa tôi đến với vai trò Giám đốc điều hành tại FCO&TCC có lẽ bắt nguồn từ niềm đam mê đặc biệt với ngành hóa mỹ phẩm. Năm 2015, tôi thành lập công ty riêng về mảng Hoá mỹ phẩm, nước tẩy rửa với trải nghiệm 5 năm đầu là R&D và test thị trường, đến năm thứ 6 công ty đã có doanh số đều. Vậy nên, Chủ tịch Nguyễn Văn Sang đã mời tôi về để đóng góp kinh nghiệm, cũng như đam mê của mình cùng với FCO.



**Năm 2025, chị có kế hoạch như thế nào để FCO có "Sức bật vươn xa"?**

Năm 2025, kế hoạch tăng trưởng là 100% so với 2024. Nhiều năm nay, FCO đã lỗ và không có nhiều cải tiến về sản phẩm. Thị trường của FCO ngày càng bị thu hẹp với tốc độ ra sản phẩm mới của các đối thủ cạnh tranh hiện nay. Vậy để đạt được mục tiêu tăng trưởng doanh số đạt gấp đôi năm ngoái, tôi cùng đội ngũ cũng đã có những chiến lược mới, tập trung vào phát triển 2 thương hiệu hay còn gọi là 2 con nhím là Tero Sinh học và Golden Life Sinh học.

## Theo chị, thử thách lớn nhất mà FCO gặp phải trong quá trình phát triển là gì, và FCO đã vượt qua như thế nào?

FCO gặp ít nhất 3 vấn đề lớn. Thứ nhất, sản phẩm không có ưu thế nổi bật, giá cao khó cạnh tranh; Thứ hai, không có đầu tư vào MKT; Thứ ba, sản phẩm không phù hợp với thị trường thương mại điện tử đang bùng nổ do nặng và không có deal giảm giá tốt. Đứng trước những khó khăn này, FCO cần biến thử

thách thành lợi thế. Đầu tiên, cần tạo ra sản phẩm khác biệt là dòng sinh học và bán ở phân khúc giá cao để phục vụ thị trường ngày càng nâng cấp về chất lượng sống và xu hướng sử dụng các sản phẩm tiêu dùng xanh, sạch, thân thiện môi trường. Tiếp theo, cần phát triển MKT online hiện tại qua các nền tảng được yêu thích là Tiktok. Cuối cùng, cần tạo ra các dòng sản phẩm mới phù hợp với thị trường và xây dựng combo kết hợp để tạo ra deal giá tốt.



Tero sinh học - Một trong những nhãn hiệu nổi bật của FCO

## Trong bối cảnh thị trường cạnh tranh gay gắt, đâu là các yếu tố giúp FCO tạo được sức bật và sự khác biệt trên thị trường?

Theo tôi, đó là yếu tố sản phẩm và chiến lược tiếp cận khách hàng. Về sản phẩm cần chất lượng tối ưu, khác biệt với dòng sản phẩm sinh học, sử dụng enzyme nhập khẩu hoặc những sản phẩm ECO. Về chiến lược tiếp cận khách hàng, cần phát triển kênh mới là kênh Ecom và B2B, thực hiện affiliate với các KOL, KOC, livestreamers

## Chị đặt kỳ vọng FCO sẽ đạt được những thành tựu gì trong lĩnh vực chăm sóc cá nhân và nhà cửa?

Tôi có nhiều kỳ vọng cho FCO. Nhưng trước mắt, tôi kỳ vọng FCO sẽ tạo dựng được Brand về lĩnh vực chăm sóc cá nhân và nhà cửa dòng sinh học đạt Top of mind của người tiêu dùng.

## Tầm nhìn 5 năm tới của FCO là gì?

Tầm nhìn 5 năm, FCO sẽ hướng tới những định hướng táo bạo. Chúng tôi sẽ phát triển dòng sản phẩm Home Care Sinh học, đa dạng hóa thêm danh mục sản phẩm. Dòng Personal Care và Cosmetics sẽ phát triển phục vụ phân khúc giá tốt cho tất cả người dân Việt được dùng hàng mỹ phẩm lượng và giá hợp lý. Về xuất khẩu, FCO sẽ tiến ra thị trường nước ngoài, xuất khẩu các sản phẩm 100% organic.



# FITINSIDER

## ẤN PHẨM LƯU HÀNH NỘI BỘ TẬP ĐOÀN F.I.T

### CHỊU TRÁCH NHIỆM NỘI DUNG

Hồ Vinh Trang

### BIÊN TẬP

Đinh Thu Hà

Nguyễn Linh Chi

Nguyễn Thu Hà

Nguyễn Ngọc Hân

Trần Minh Nhật

Dương Thị Minh Nguyệt

Lý Thiện Thanh

Phan Hoài Nam