

FT INSIDER

TẠP CHÍ NỘI BỘ - SỐ 34 - THÁNG 1/2026

Khởi đầu mới NĂNG LƯỢNG MỚI

ROLL OUT VIKODA 2026

Khởi động hành trình mới

ĐỐI THOẠI

Trò chuyện cùng Tổng Thị Bích Hợp -
Giám đốc kênh ETC DCL

Khởi đầu một hành trình mới

Mỗi năm mới đến không chỉ để đánh dấu sự chuyển giao của thời gian, mà còn trao cho chúng ta một cơ hội quý giá: cơ hội bắt đầu lại với tinh thần mạnh mẽ hơn, niềm tin vững vàng hơn và khát vọng lớn hơn. Những gì đã qua trở thành hành trang, còn phía trước là một hành trình đang chờ được kiến tạo bằng chính nỗ lực của mỗi chúng ta.

Với F.I.T Group, “Khởi đầu mới” không nằm ở những tuyên ngôn lớn lao, mà bắt đầu từ những điều rất gần: Cách chúng ta bước vào ngày làm việc đầu tiên của năm mới với tâm thế chủ động, cách chúng ta nâng cao trách nhiệm trong từng vai trò, và cách chúng ta lựa chọn đồng hành cùng nhau – bền bỉ, tin tưởng và sẻ chia. Chính từ những chuyển động nhỏ ấy, sức mạnh tập thể được hình thành và lan tỏa.

Năm 2026 sẽ mang đến những yêu cầu cao hơn cùng rất nhiều thách thức. Nhưng cũng chính trong

những giai đoạn ấy, bản lĩnh, tinh thần đoàn kết và giá trị con người của F.I.T Group sẽ được khẳng định rõ nét nhất. Khi cùng nhìn về một hướng, cùng tin vào giá trị chung và cùng sẵn sàng bước ra khỏi vùng an toàn, mỗi khó khăn sẽ trở thành động lực để chúng ta trưởng thành và tiến xa hơn.

Bản tin nội bộ tháng 1 là lời khởi động cho hành trình ấy – nơi mỗi thành viên F.I.T Group được tiếp thêm năng lượng tích cực, được kết nối mạnh mẽ hơn và được truyền cảm hứng để tin rằng: một khởi đầu tốt đẹp luôn bắt nguồn từ sự đồng lòng và quyết tâm của con người F.I.T.

Chúc đại gia đình F.I.T Group một năm mới dồi dào năng lượng, vững tin hành động và bứt phá với thật nhiều khởi đầu ý nghĩa.

**Thân ái,
Ban Biên tập**

NỘI DUNG

số 34 có gì?

01 ĐIỂM TIN 360°

02 NHỊP SỐNG F.I.T GROUP

Nguyễn Thị Trang - Tổ RGB Vikoda: Gieo mầm cho sự tử tế

Giới thiệu sách: "Bạn đặt giá bao nhiêu?"

03 VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

Roll out Vikoda 2026: Khởi động hành trình mới

04 ĐỐI THOẠI

Tống Thị Bích Hợp - Giám đốc kinh doanh kênh ETC DCL: "Vững tâm để Bứt phá"



NHỮNG NGÀY SÔI ĐỘNG QUA LĂNG KÍNH FIT INSIDER

ĐIỂM TIN 360⁰



DCL ĐỒNG HÀNH CÙNG HỘI NGHỊ KHOA HỌC KỸ THUẬT 2025 TẠI BỆNH VIỆN ĐA KHOA AN GIANG

Tại hội nghị năm nay, DCL tham gia với vai trò đơn vị đồng hành và trưng bày sản phẩm tại khu vực triển lãm. Gian hàng của DCL thu hút sự quan tâm của các đại biểu nhờ danh mục sản phẩm dược phẩm chủ lực do công ty sản xuất, thuộc nhiều nhóm điều trị thiết yếu được bệnh viện tuyến tỉnh và tuyến trung ương tin dùng. Việc hiện diện tại sự kiện không chỉ giúp DCL giới thiệu trực tiếp sản phẩm đến đội ngũ bác sĩ mà còn tạo điều kiện để công ty lắng nghe, cập nhật nhu cầu thực tế từ các cơ sở y tế. Sự xuất hiện của DCL thể hiện rõ cam kết đồng hành của công ty với hoạt động chuyên môn và định hướng nâng cao chất lượng chăm sóc sức khỏe tại địa phương. Sự tham gia của DCL tại Hội nghị Khoa học Kỹ thuật 2025 tiếp tục khẳng định vai trò của doanh nghiệp trong việc đồng hành cùng ngành y tế địa phương, hướng đến mục tiêu vì sức khỏe cộng đồng.

F.I.T CHAMPION QUÝ III.2025 DẤU ẤN “CHUYỂN MÌNH RỰC RỠ”

Ngày 26/12/2025, chương trình F.I.T Champion Quý III/2025 với chủ đề “Chuyển mình rực rỡ” đã được tổ chức trang trọng và thành công tại 4 điểm cầu: Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Khánh Hòa và Vĩnh Long. Sự kiện đã vinh danh 6 nhà vô địch xuất sắc, đồng thời thu hút sự theo dõi và cổ vũ của hàng trăm CBNV trên toàn Tập đoàn. Các nhà vô địch F.I.T Champion Quý III/2025 là những cá nhân đạt thành tích bán hàng vượt trội, với tỷ lệ hoàn thành doanh số trên 100%, nổi bật gồm: Chị Phạm Thị Oanh – Trình dược viên kênh ETC, CTCP Dược phẩm Cửu Long: 140%; Anh Lê Hoàng Việt – SS kênh GT và anh Đoàn Văn Hải – KAE kênh KA, CTCP Nước khoáng Khánh Hòa: lần lượt đạt 212% và 135%; Chị Phan Thị Phương Hảo, anh Trần Trung Hiếu, anh Nguyễn Tiến Mạnh – Nhân viên bán hàng kênh GT, CTCP FIT Cosmetics: đạt 121% – 133% – 121%, xuất sắc ghi danh F.I.T Champion Quý III/2025.





WESTFOOD TIẾP ĐÓN ĐOÀN CHUYÊN GIA HÀ LAN TRONG LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP & TÀI NGUYÊN

Ngày 20/01/2026, WestFood vinh dự đón tiếp đoàn công tác của Bộ Nông nghiệp, Thủy sản, An ninh Lương thực và Thiên nhiên Hà Lan đến thăm và làm việc. Đoàn gồm hơn 30 đại diện từ các công ty, trường đại học và tổ chức Hà Lan hoạt động trong các lĩnh vực giống cây trồng, quản lý nước, công nghệ nhà kính, phân tích đất, tài chính và học thuật. Trong khuôn khổ chuyến thăm, đoàn đã tìm hiểu về hoạt động sản xuất, danh mục sản phẩm cũng như các chương trình phát triển vùng nguyên liệu của WestFood. Hai bên đồng thời trao đổi sâu về những thách thức trong quản lý đất đai, cây trồng và nguồn nước mà nông dân khu vực Đồng bằng sông Cửu Long đang đối mặt. Chuyến làm việc không chỉ thể hiện sự quan tâm của các đối tác Hà Lan đối với lĩnh vực nông nghiệp bền vững tại Việt Nam, mà còn mở ra nhiều cơ hội chia sẻ tri thức, kết nối hợp tác và phát triển các giải pháp dài hạn trong tương lai.

SALES KICK-OFF 2026 – DCL: CHINH PHỤC MỤC TIÊU MỚI

DCL đã tổ chức thành công chương trình Sales Kick-off 2026 với sự tham gia của khoảng 80 đại biểu là Ban Quản lý, đội ngũ kinh doanh toàn quốc và đại diện các kênh bán hàng. Trong khuôn khổ chương trình, Ban Lãnh đạo DCL đã trình bày báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh năm 2025, đánh giá toàn diện những kết quả đạt được, đồng thời thẳng thắn nhìn nhận các điểm còn hạn chế, những bài học kinh nghiệm cần rút ra. Trọng tâm của buổi Sales Kick-off 2026 là phân chia sẻ định hướng chiến lược, mục tiêu và kế hoạch kinh doanh năm 2026. Ban Lãnh đạo đã nhấn mạnh các trụ cột chiến lược, những ưu tiên hành động và chỉ tiêu cụ thể cho từng giai đoạn, từng kênh bán hàng. Qua đó, toàn bộ hệ thống từ trụ sở đến các khu vực, thị trường được định hướng rõ ràng, thống nhất về mục tiêu và phương thức triển khai.





NHỮNG KHOẢNH KHẮC ĐẦY CẢM XÚC CỦA MỖI CHÚNG TA

NHỊP SỐNG TẠI **F.I.T**



NGUYỄN THỊ TRANG - TỔ RGB VIKODA

GIEO MẦM CHO

Sự Tử Tế

=

HÀNH TRÌNH GẮN BÓ VỚI QUÊ HƯƠNG

Sinh ngày 15/05/1971, chị Nguyễn Thị Trang hiện sinh sống tại thôn Phú Khánh Thượng, xã Diên Lạc, tỉnh Khánh Hòa – mảnh đất không chỉ là nơi chị sinh ra, mà còn là nơi chị lựa chọn gắn bó lâu dài bằng chính công việc và sự cống hiến bền bỉ của mình. Chị bước vào môi trường lao động với mong muốn giản dị: có một công việc ổn định, được làm việc nghiêm túc và góp phần tạo ra những giá trị thiết thực cho tập thể, cho địa phương.

Gắn bó với Công ty CP Nước khoáng Khánh Hòa ngay từ những giai đoạn đầu, chị Trang đã dành gần 29 năm để miệt mài làm việc trong vai trò công nhân sản xuất – Tổ RGB3. Đối với chị, mỗi ngày

làm việc không chỉ là trách nhiệm cá nhân, mà còn là cách để đóng góp sức mình cho sự phát triển chung của doanh nghiệp – đơn vị đã, đang và sẽ tiếp tục tạo công ăn việc làm, tạo những ảnh hưởng tích cực cho kinh tế và đời sống tại địa phương nơi chị sinh sống.

GÁ TRỊ CỐT LÕI CỦA MỘT NGƯỜI LAO ĐỘNG

Suốt hành trình gần ba thập kỷ ấy, chị Trang luôn giữ cho mình một quan niệm sống và làm việc rất rõ ràng: “Chăm chỉ, chân thành thì ở đâu cũng được quý.”

Với chị, thành công không đến từ những điều quá lớn lao, mà bắt đầu từ việc xác định rõ nhiệm vụ

hằng ngày, làm tốt phần việc của mình với tinh thần trách nhiệm cao. Chị luôn chủ động lắng nghe, học hỏi, sẵn sàng tiếp thu cái mới và phối hợp nhịp nhàng với đồng nghiệp để hoàn thành công việc chung.

Chính sự nghiêm túc và nhất quán trong thái độ làm việc ấy đã giúp chị Trang duy trì hiệu quả công việc ổn định trong suốt nhiều năm liền. Dù ở bất kỳ giai đoạn nào, chị vẫn giữ trọn tinh thần trách nhiệm, coi mỗi sản phẩm làm ra không chỉ là kết quả lao động, mà còn là uy tín của tập thể và của chính bản thân mình.

“CHỊ CẢ” CỦA TỔ RGB3

Trong môi trường sản xuất, nơi tính kỷ luật và sự phối hợp đóng vai trò quan trọng, chị Trang luôn là người tạo cảm giác gần gũi, tin cậy. Với kinh nghiệm lâu năm cùng tính cách vui vẻ, hòa nhã, chị trở thành điểm tựa tinh thần cho anh chị em trong tổ. Không ngẫu nhiên mà chị được mọi người gọi bằng biệt danh thân thương “Chị Cả” – người lớn tuổi nhất tổ, luôn quan tâm, sẻ chia và sẵn sàng hỗ trợ khi đồng nghiệp cần.

Đồng nghiệp nhận xét về chị bằng sự trân trọng: “Chị Trang là người luôn lan tỏa năng lượng tích cực, góp phần tạo nên sự gắn kết và không khí làm

việc thoải mái trong tập thể.” Với chị, làm việc không chỉ là hoàn thành nhiệm vụ cá nhân, mà còn là cùng nhau xây dựng một môi trường đoàn kết, nơi mọi người hỗ trợ lẫn nhau để cùng tiến bộ.

Gần ba mươi năm đồng hành, chị Trang luôn giữ trong mình mong muốn giản dị nhưng đầy trách nhiệm: tiếp tục được gắn bó, cống hiến và cùng Công ty phát triển bền vững, vươn xa hơn nữa. Từ trải nghiệm thực tế, chị cũng đề xuất Công ty có thể tổ chức thêm những hoạt động vui nhỏ, gần gũi, tạo thêm nhiều không gian giao lưu, gắn kết cho người lao động.

Ngoài công việc, chị Trang tìm thấy niềm vui trong những điều rất đời thường như làm thơ và nấu ăn – những khoảng lặng giúp chị cân bằng cảm xúc, giữ tinh thần tích cực và tiếp thêm năng lượng cho hành trình làm việc dài lâu.

Không cần giới thiệu hào nhoáng, chân dung Nguyễn Thị Trang hiện lên bằng chính sự bền bỉ, chăm chỉ và chân thành. Gần ba thập kỷ lao động không chỉ là hành trình gắn bó với Công ty, mà còn là sự đóng góp thầm lặng nhưng bền vững cho nơi chị sinh ra và lựa chọn gắn bó. Chính những con người như chị đã và đang tạo nên nền tảng vững chắc cho sự phát triển lâu dài của doanh nghiệp và địa phương.

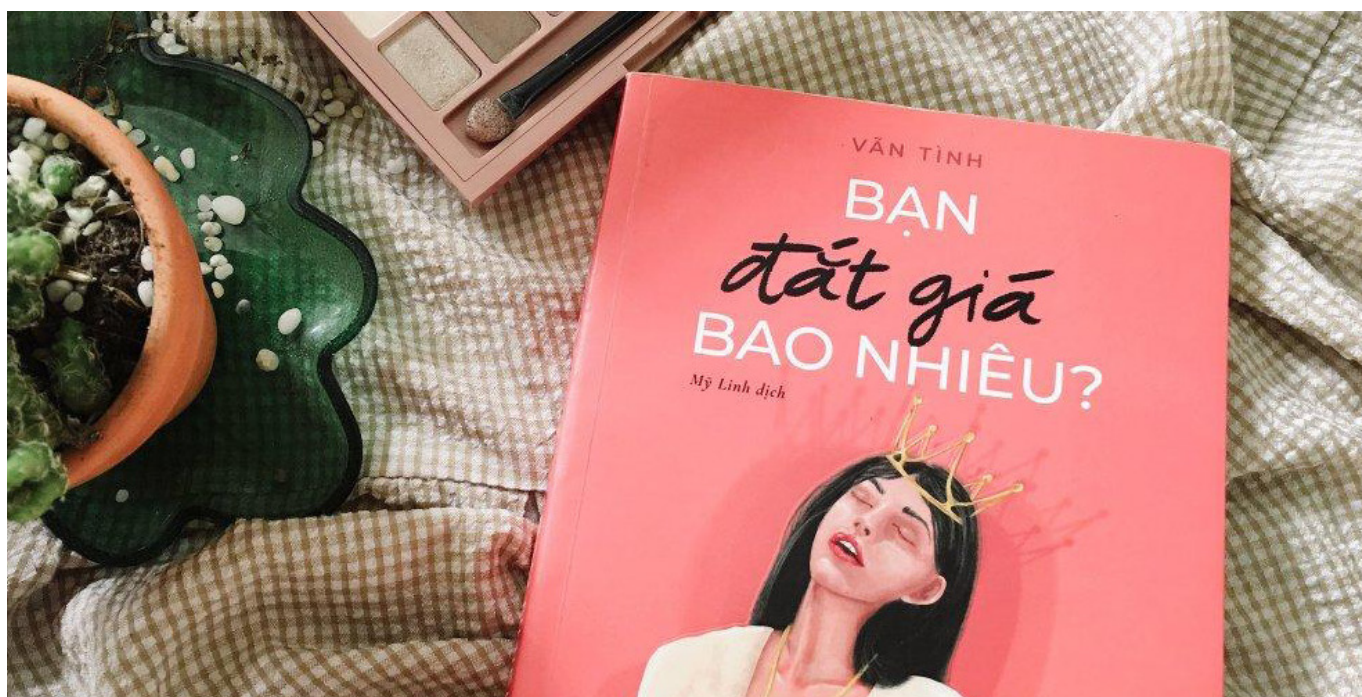


CUỐN SÁCH “BẠN ĐẶT GIÁ BAO NHIÊU?”

Khi giá trị bản thân là

khoản đầu tư không bao giờ lỗ

Không đo bằng vị trí hay ánh nhìn của người khác, giá trị của mỗi người được tạo nên từ cách ta lựa chọn sống, làm việc và tôn trọng chính mình. Bạn đặt giá bao nhiêu? là lời nhắc nhẹ nhàng nhưng thẳng thắn: Chỉ khi không đánh mất bản thân, ta mới thật sự sở hữu một cuộc đời đáng giá.



“*Bạn đặt giá bao nhiêu?*” của Văn Tình không chỉ là một tác phẩm dành riêng cho phụ nữ, mà còn là lời nhắc sâu sắc cho bất kỳ ai đang tìm kiếm giá trị thật sự của bản thân giữa những định kiến, kỳ vọng và áp lực xã hội. Cuốn sách được xây dựng từ hơn 40 câu chuyện đời thường – từ hôn nhân, tình yêu đến công việc và những quyết định trưởng thành – với cách kể rất đời, gần gũi nhưng không hề nhẹ nhàng sáo rỗng.

Một trong những thông điệp cốt lõi mà tác giả gửi gắm là đừng thỏa hiệp quá sớm với cuộc sống và mối quan hệ mà khiến bạn đánh mất chính mình. Thỏa hiệp không phải lúc nào cũng dẫn đến hạnh phúc; đôi khi nó chỉ tạo ra những bức tường vô hình ngăn cách bạn với niềm vui thực sự.

Cuốn sách cũng khám phá khái niệm độc lập – không chỉ là tự do tài chính mà còn là tự do trong tinh thần và cảm xúc. Qua những câu chuyện về phụ nữ từ bỏ ràng buộc, sống đúng với giá trị cá nhân và đòi hỏi sự tôn trọng xứng đáng, độc giả được khơi gợi suy ngẫm về bản ngã và hướng đi của chính mình.

Điểm mạnh của tác phẩm nằm ở việc biến những trải nghiệm cụ thể thành những bài học tổng thể về tự tin, giá trị bản thân và kỹ năng lựa chọn trong đời sống. Đọc *Bạn đặt giá bao nhiêu?* là dịp để mỗi người tự hỏi: “Mình đang sống vì ai và vì điều gì?” – và từ đó tìm ra cách sống trọn vẹn hơn, đúng với giá trị riêng.



TỪ GIÁ TRỊ CỐT LÕI ĐẾN HÀNH ĐỘNG CỦA CHÚNG TA

VĂN HÓA DOANH NGHIỆP



VIKODA ROLL OUT OGSM 2026

KHỞI ĐỘNG HÀNH TRÌNH MỚI

Roll Out OGSM 2026 với chủ đề: “Kiên định gieo trồng - Vươn mình bút phá - Vinh quang ngọc trong đá” chính thức được khởi động, mở ra một chương mới trong hành trình 36 năm hình thành và phát triển của Công ty CP Nước khoáng Khánh Hòa. Sự kiện không chỉ đánh dấu cột mốc đáng tự hào của thương hiệu nước khoáng kiềm thiên nhiên, mà còn là lời khẳng định mạnh mẽ về sự kiên định với giá trị nguyên bản đã được chắt chiu qua nhiều thế hệ. Từ dấu mốc 36 năm ấy, Vikoda sẵn sàng gieo trồng những nền tảng vững chắc hơn, để tiếp tục vươn mình đồng hành cùng sức khỏe cộng đồng Việt trong chặng đường phía trước.

Sự kiện Roll Out OGSM 2026 quy tụ toàn thể ban lãnh đạo và hàng trăm CBNV của Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa (Vikoda). Đây là cơ hội để đội ngũ của Vikoda cùng nhau nhìn lại chặng đường đã qua và hướng tới một năm mới với những

kế hoạch và chiến lược nổi bật khẳng định tinh thần “Vinh quang Ngọc trong Đá”. Bên cạnh màn phát biểu của CEO và Ban lãnh đạo công ty về OGSM tổng thể và OGSM của từng phòng ban, chương trình còn bao gồm những hoạt động kết nối thú vị, giúp gia tăng đoàn kết và sự thấu hiểu giữa các thành viên trong ngôi nhà chung Vikoda.

Trải qua 36 năm phát triển, Vikoda đã và đang khẳng định vị thế của mình như một trong những thương hiệu nước khoáng thiên nhiên gắn bó bền chặt với đời sống người Việt. Từ những ngày đầu khai thác nguồn khoáng quý giá tại Diên Khánh, Khánh Hòa. Vikoda đã lựa chọn một con đường không dễ dàng: kiên định với giá trị nguyên bản, chắt chiu từng giọt tinh túy từ thiên nhiên, đặt chất lượng và sức khỏe người tiêu dùng làm kim chỉ nam.

Trong suốt hành trình ấy, Vikoda từng bước xây

dựng hình ảnh thương hiệu nước khoáng kiềm thiên nhiên hội tụ 5 giá trị “Tốt” được người tiêu dùng và giới chuyên gia ghi nhận.

Trong bối cảnh thị trường ngày càng cạnh tranh, chính sự kiên định với những giá trị mà Vikoda theo đuổi đã trở thành bản sắc giúp thương hiệu đứng vững. Thay vì chạy theo những xu hướng ngắn hạn, Vikoda tập trung đầu tư bài bản vào công nghệ khai thác, sản xuất và hệ thống kiểm soát chất lượng, nhằm đảm bảo mỗi sản phẩm đến tay người tiêu dùng đều giữ trọn tinh hoa nguyên bản từ thiên nhiên. 36 năm vì thế không chỉ là một cột mốc thời gian, mà là minh chứng cho một hành trình phát triển nghiêm túc, bền bỉ và đầy trách nhiệm với cộng đồng.

Năm 2025 đánh dấu giai đoạn nhiều chuyển biến quan trọng của Vikoda. Trước xu hướng người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến sức khỏe và chất lượng sống, Vikoda chủ động tái định vị chiến lược phát triển trên nhiều phương diện – từ sản phẩm, hệ thống vận hành cho đến cách thức tiếp cận thị trường. Những nỗ lực đổi mới không chỉ dừng lại ở việc nâng cao chất lượng sản phẩm, mà còn mở

rộng sang tối ưu quy trình nội bộ, nâng cao hiệu quả quản trị và xây dựng đội ngũ nhân sự vững mạnh.

Từ nền tảng đó, Vikoda bước vào năm 2026 với tâm thế chủ động và sẵn sàng cho những bước tiến xa hơn. Roll Out OGSM 2026 ra đời không chỉ như một kế hoạch kinh doanh, mà còn là kim chỉ nam định hướng toàn bộ hệ thống trong hành trình mới. Đây là nơi hội tụ tinh thần kiên định với giá trị nguyên bản đã làm nên thương hiệu, đồng thời thể hiện khát vọng đổi mới, bứt phá để thích ứng với bối cảnh mới.

Roll Out OGSM 2026 cũng chính là hành trình “gieo trồng” bền bỉ từ nền tảng cốt lõi, để Vikoda từng bước “vươn mình” chinh phục những mục tiêu lớn hơn trong tương lai, qua đó khẳng định triết lý “Ngọc trong đá” – giá trị được tôi luyện qua thời gian.

Một năm mới đang mở ra với nhiều cơ hội và thách thức phía trước. Với nền tảng 36 năm phát triển cùng tầm nhìn: “Tự hào là công ty hàng đầu cung cấp các sản phẩm, dịch vụ chăm sóc sức khỏe vượt trội và là nơi hội tụ nhân tài, được xã hội tôn vinh”, Vikoda đã sẵn sàng cho hành trình tiếp theo: tiếp tục đồng hành cùng sức khỏe cộng đồng Việt bằng sự chân thành, bền bỉ và tinh hoa nguyên bản từ thiên nhiên.





CHÚNG TA TRAO ĐỔI - CHÚNG TA HIỂU NHAU HƠN

ĐỔI THOẠI

TỔNG THỊ BÍCH HỢP - GIÁM ĐỐC KINH DOANH ETC DCL

VỮNG TÂM ĐỂ BỨT PHÁ

Trước những biến động khó lường của bức tranh kinh tế năm 2026, khối Kinh doanh ETC được kỳ vọng tiếp tục giữ vai trò trụ cột trong chiến lược phát triển của Công ty. Chia sẻ cùng FIT INSIDER, Giám đốc Kinh doanh ETC Toàn quốc đã mang đến góc nhìn rõ nét về tâm thế, cơ hội và con người – những yếu tố then chốt để tạo nên sự bền vững và bứt phá trong chặng đường phía trước

THU HÀ

Nhìn lại hành trình công tác tại DCL, chị đánh giá năm 2026 sẽ mang đến những điều gì mới cho bản thân và đội ngũ ETC?

Năm 2026 được dự báo là một năm nhiều biến động, khi bức tranh kinh tế chung chưa có nhiều điểm sáng và ngành dược phẩm cũng không nằm ngoài những tác động đó. Tuy nhiên, thuốc là sản phẩm thiết yếu, gắn trực tiếp với nhu cầu chăm sóc sức khỏe và tính mạng con người, nên nhu cầu sử dụng gần như không thể thay thế hay cắt giảm. Chính điều này tạo nên nền tảng vững chắc cho ngành dược nói chung và DCL nói riêng.

Bên cạnh đó, với định hướng chiến lược đã được Chủ tịch và Ban Giám đốc hoạch định từ hơn hai năm trước, kênh ETC tập trung vào các sản phẩm nhập khẩu, tiêu chuẩn cao, phục vụ điều trị chuyên sâu cho các bệnh lý đặc thù. Năm 2026 sẽ là giai đoạn những sản phẩm này chính thức tiếp cận thị trường Việt Nam, mở ra dư địa tăng trưởng rõ nét cho toàn đội ngũ.

Ở vai trò Giám đốc Kinh doanh ETC Toàn quốc, đâu là thay đổi lớn nhất trong tư duy và cách tiếp cận công việc của chị cho giai đoạn mới?

Theo tôi, điều quan trọng nhất là chủ động thay đổi tư duy, loại bỏ lối mòn và sự chậm chạp. Chúng ta cần nhìn thẳng vào nội tại, vào thử thách để phản ứng linh hoạt hơn trước biến động thị trường. Việc



khuyến khích thử nghiệm, chuẩn bị phương án dự phòng và xử lý tình huống nhanh nhạy đã được áp dụng trong các kế hoạch ra mắt sản phẩm thời gian qua và mang lại kết quả tích cực. Tôi tin rằng, khi có chiến lược rõ ràng và cách triển khai linh hoạt, thành công sẽ đến.

Theo chị, đâu là những cơ hội nổi bật của kênh ETC trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt?

Cạnh tranh buộc doanh nghiệp phải thay đổi toàn diện, từ chuyển đổi số, nâng cao chất lượng dịch vụ, chiến lược sản phẩm đến tối ưu hóa chuỗi cung ứng. Với kênh ETC, cơ hội nằm ở việc tạo ra sự khác biệt không chỉ bằng giá, mà bằng uy tín thương hiệu, chất

lượng sản phẩm, sự tuân thủ định hướng của Nhà nước và khả năng dự báo thị trường. Việc theo dõi sát đối thủ, chủ động phân tích các dòng sản phẩm mới và chuẩn bị kịch bản ứng phó sẽ giúp ETC nắm bắt lợi thế dài hạn.

Trong hành trình dẫn dắt đội ngũ ETC toàn quốc, ưu tiên lớn nhất của chị là gì?

Tôi đặt trọng tâm vào việc xây dựng văn hóa kinh doanh minh bạch, đề cao đạo đức nghề nghiệp và niềm tin vào mục tiêu chung. Sự đồng lòng được tạo nên khi mỗi cá nhân hiểu rõ vai trò của mình, được làm việc trong môi trường cạnh tranh lành mạnh, an toàn và chuyên nghiệp. Song song đó, đầu tư cho đào tạo và phát triển đội ngũ nhân sự chất lượng cao chính là chìa khóa để tạo nên những bước bứt phá bền vững.

Theo chị, yếu tố con người đóng vai trò như thế nào trong việc hiện thực hóa mục tiêu kinh doanh ETC?

Con người không chỉ vận hành quy trình, mà còn tạo ra giá trị, xây dựng niềm tin và thúc đẩy sáng tạo. Nhân sự chính là những người biến chiến lược thành hiện thực. Trong bất kỳ giai đoạn nào, không nhất

thiết phải là người giỏi nhất, mà quan trọng nhất là người phù hợp với định hướng và văn hóa của doanh nghiệp.

Nhìn về 1–3 năm tới, chị kỳ vọng điều gì cho bức tranh kinh doanh ETC?

Tôi tin kênh ETC sẽ có những bước phát triển rất nổi bật trong 3 năm tới, nhờ các sản phẩm mới từ đội ngũ Business Development – những sản phẩm đáp ứng nhu cầu điều trị chuyên môn cao và có tỷ lệ bao phủ bảo hiểm y tế tốt hơn cho người bệnh.

Thông điệp chị muốn gửi đến đội ngũ ETC toàn quốc là gì?

Sự đồng hành của các bạn chính là yếu tố then chốt để tạo nên dấu ấn cho giai đoạn phát triển tiếp theo. Tôi mong mỗi người không ngừng nâng cao năng lực, giữ vững kỷ luật, tinh thần chuyên nghiệp và xem mỗi công việc hằng ngày như một “dự án” để chinh phục mục tiêu cao hơn. Sự gắn kết, niềm tin và nỗ lực bền bỉ của từng cá nhân sẽ là chìa khóa cho thành công chung của đội ngũ.

Trân trọng cảm ơn chị về cuộc trò chuyện này. Chúc chị và team ETC một hành trình mới 2026 thành công rực rỡ.





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

CHỊU TRÁCH NHIỆM NỘI DUNG

Hồ Thị Vinh Trang

BIÊN TẬP

Đinh Thu Hà

Nguyễn Linh Chi

Trần Minh Nhật

Dương Thị Minh Nguyệt

Lý Thiện Thanh

Phan Hoài Nam