

08/03/2013

DoanhNhân | cuôituan

DoanhNhân | cuôituan

CƠ QUAN NGÔN LUẬN CỦA HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP TP. HỒ CHÍ MINH
SAIGON

NHỮNG GIỚI HẠN
CỦA CHÍNH SÁCH
TÝ GIÁ

"GAN ĐỨC
KHỎI TRONG"
MÙA LỄ HỘI

BÀ MELISA QUIJANO, CHỦ TỊCH ĐIỀU HÀNH
NU SKIN KHU VỰC ĐÔNG NAM Á
VÀ CHÂU Á THÁI BÌNH DƯƠNG:

**Chúng tôi theo đuổi
những giấc mơ
của bạn**

**DƯỚI
BẦU TRỜI
NAM PHI
BAO LA**

PGS.TS ĐỖ THỊ HẢO
- CHỦ TỊCH HỘI VĂN NGHỆ
DÂN GIAN HÀ NỘI:
"Thiệu kiến thức
Hán Nôm
là sự hút hồn
nền tảng về
văn hóa dân tộc"

GIÁ BÁO 18.700 ĐỒNG

BÀ MELISA QUIJANO, CHỦ TỊCH ĐIỀU HÀNH NU SKIN KHU VỰC ĐÔNG NAM Á
VÀ CHÂU Á THÁI BÌNH DƯƠNG:

Chúng tôi theo đuổi những giấc mơ của bạn

Công ty Nu Skin đã chính thức khai trương tại Việt Nam vào đầu tháng 3-2013. Nhân dịp này, chúng tôi đã có cuộc trao đổi với bà Melisa Quijano, Chủ tịch Điều hành Nu Skin khu vực Đông Nam Á và châu Á Thái Bình Dương để tìm hiểu về các kế hoạch sắp tới của công ty tại Việt Nam.

Bà có thể cho biết đôi nét về những bước phát triển của Nu Skin?

Được thành lập năm 1984, Nu Skin đặt ra sứ mệnh cho mình là nâng cao chất lượng cuộc sống con người bằng những sản phẩm chất lượng cao, nhưng có hồi kinh doanh hấp dẫn cũng như phát triển nền văn hóa tiên tiến. Từ đó đến nay, chúng tôi luôn thể hiện một khát vọng kinh doanh rất khác biệt. Mọi thứ bắt đầu tại Provo, bang Utah, Hoa Kỳ, từ một khát niệm sáng tạo về các sản phẩm chất lượng cao cùng với có hồi kinh doanh hấp dẫn trên toàn cầu. Từ bước khởi đầu này, Nu Skin đã phát triển thành một công ty bán hàng trực tiếp và phân phối hơn 200 sản phẩm chống lão hóa có chất lượng hàng đầu cả trong lĩnh vực chăm sóc cá nhân và thực phẩm bổ sung, tạo ra doanh thu hơn 2.17 tỷ USD trong năm 2012. Nu Skin hoạt động tại 53 thị trường ở châu Mỹ, châu Á - Thái Bình Dương, châu Âu, châu Phi và Trung Đông. Việt Nam chính là thị trường mới nhất của chúng tôi.

Tại sao Nu Skin quyết định chọn thời điểm này để chính thức khai trương hoạt động tại thị trường Việt Nam, thưa bà?

Hiện nay, tại châu Á, ngày càng có nhiều người quan tâm hơn tới chất lượng cuộc sống cá nhân. Và người tiêu dùng ở Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế này. Với mức thu nhập ngày càng cao và có nhiều lựa chọn hơn về các sản phẩm trên thị trường, người tiêu dùng Việt Nam ngày càng chú trọng hơn vào việc chăm sóc bản thân và lựa chọn những giải pháp thích hợp để phục vụ mục đích đó.

Chúng tôi coi đây là một thị trường vò



Bà Pakapun (Vicky) Leevutinun, Chủ tịch Điều hành Nu Skin Thái Lan và Việt Nam trao tặng số tiền 200 triệu đồng từ Quỹ Phẫu Thuật Tim Đánh Cho Trẻ Em Đông Nam Á

cùng tiềm năng. Với dân số gần 90 triệu người, thị trường Việt Nam hiện nay có nhu cầu lớn về các sản phẩm chống lão hóa cao cấp. Việc nâng cao chất lượng cuộc sống của mọi người bằng cách duy trì tuổi thanh xuân của họ để có được một cuộc sống khỏe mạnh và vui tươi hơn chính là những gì mà Nu Skin mong muốn thực hiện ngay từ ban đầu. Do vậy, việc Nu Skin đến Việt Nam vào thời điểm này thật sự là hoàn hảo.

**Chống lão hóa luôn là giấc mơ bao
đổi nay của con người. Các phương pháp
truyền thống tại Việt Nam là bổ sung
vitamin và các chất dinh dưỡng, sử dụng
các loại mỹ phẩm chăm sóc tóc và da,
v.v... Vậy, đâu là điều khác biệt mà công
nghệ của Nu Skin mang đến cho khách
hang Việt Nam?**

Khi có tuổi, người ta rất dễ bỏ qua những

thay đổi nhỏ trong cách thức cảm nhận của chính mình. Những thay đổi này tích lũy dần và đến một ngày nào đó, chúng ta chợt nhận ra là mình không còn có được cảm giác trắc trung khi trả lời và có thể không phối hợp với nhau một cách hài hòa nhất. Mất đi sức mạnh thể chất, suy giảm sự săn chắc trong tim, suy giảm sự mẫn cảm là một số biểu hiện chung của tuổi già - và cuối cùng diễn ra chứng ta vẫn thường gọi là không còn sức sống. Ở vào một số thời điểm trong cuộc đời, tất cả chúng ta có lẽ đều mong được hồi sinh lại sức trẻ.

Có nhiều công ty ra sức tìm kiếm những giải pháp nhằm chống lại các dấu hiệu lão hóa bằng cách cho ra đời nhiều loại sản phẩm. Tại Nu Skin, chúng tôi đưa khoa học chống lão hóa lên một tầm cao mới thông qua việc nghiên cứu các căn nguyên lão hóa chuyên sâu - được tìm thấy trong cấu trúc基因 của con người. Khuyễn hướng sáng tạo này là kết quả của nhiều năm nghiên cứu về khoa học liên quan đến da và dinh dưỡng của chúng tôi, do sự hợp tác với những nhà khoa học hàng đầu trong cộng đồng khoa học thế giới.

Công nghệ tiên phong mà chúng tôi tin tưởng sẽ giúp cả nam và nữ giới già lại được về thanh xuân bên ngoài và cảm nhận sự trẻ trung lâu hơn.

**Bà cho rằng điều gì đã làm nên thành
công vang danh của Nu Skin trên 53 quốc
gia mà công ty hiện diện?**

Sự tăng trưởng cao và liên tục của Nu Skin trong những năm qua nhờ vào một số nhân tố, bao gồm các sản phẩm đặc đáo và tiên tiến, văn hóa của sự chờ đợi và có hồi kinh doanh hàng đầu. Natürlich, tôi nghĩ rằng điều khác biệt lớn nhất chính là con người của công ty.

Chúng tôi là một đội ngũ hoạt động với sự minh bạch và rõ ràng, mang đến cho người tiêu dùng một cảm giác tin cậy và sự hỗ trợ cần thiết.

**Lợi ích như thế nào cho các doanh
nhân tại Việt Nam?**

Nu Skin cam kết gắn bó với sự minh bạch và rõ ràng, mang đến cho người tiêu dùng một cảm giác tin cậy và sự hỗ trợ cần thiết.

**Vì sao là kế hoạch và định hướng kinh
doanh của Nu Skin tại Việt Nam?**

Sự hiện diện của Nu Skin tại Việt Nam chính là sự cam kết của chúng tôi đối với các Nhà Phản Phối và khách hàng trong nước, mang đến cho người tiêu dùng một cảm giác tin cậy và sự hỗ trợ cần thiết.

Cảm ơn bà. ■ —THI ANH thực hiện



Bà Melisa Quijano, Chủ tịch Điều hành Nu Skin khu vực Đông Nam Á và châu Á Thái Bình Dương

**Lợi ích như thế nào cho các doanh
nhân tại Việt Nam?**

Nu Skin cam kết gắn bó với sự minh bạch và rõ ràng, mang đến cho người tiêu dùng một cảm giác tin cậy và sự hỗ trợ cần thiết.

**Vì sao là kế hoạch và định hướng kinh
doanh của Nu Skin tại Việt Nam?**

Sự hiện diện của Nu Skin tại Việt Nam chính là sự cam kết của chúng tôi đối với các Nhà Phản Phối và khách hàng trong nước, mang đến cho người tiêu dùng một cảm giác tin cậy và sự hỗ trợ cần thiết.

Cảm ơn bà. ■ —THI ANH thực hiện

Ngày 2-3-2013, Nu Skin Enterprises, Inc. chính thức công bố sự kiện diễn ra của mình tại Việt Nam - thi trường số 53 trên thế giới của công ty. Sự kiện này được đánh dấu bởi Lễ khai trương tại TP. Hồ Chí Minh, nơi các khách mời được giới thiệu về các sản phẩm chăm sóc cá nhân và thực phẩm bổ sung của Nu Skin.

Nhân dịp này, công ty đã đóng góp vào Quỹ từ thiện Đồng Tái Hồi Ngũ Lộ số tiền 200 triệu đồng trích từ Quỹ Đội Ngũ Lãm Vĩ Nhứng Điều Tốt Đẹp của Nu Skin (Nu Skin Force for Good Foundation). Khoản quyên góp này sẽ được dùng trực tiếp cho việc trợ giúp các trẻ em Việt Nam bị bệnh tim bẩm sinh.

"Sự đóng góp này thể hiện sứ mệnh của Nu Skin là trở thành một đội ngũ hoạt động với những điều tốt đẹp trên khắp thế giới", bà Melisa Quijano, Chủ tịch Điều hành Nu Skin khu vực Đông Nam Á và châu Á Thái Bình Dương cho biết.

"Tại Đông Nam Á, những chương trình hoạt động nhân đạo tại địa phương của chúng tôi đã và đang tập trung hỗ trợ cho trẻ em mắc phải căn bệnh tim bẩm sinh. Kể từ khi thành lập năm 2003, Quỹ Phẫu Thuật Tim Đánh Cho Trẻ Em Đông Nam Á đã cưu mang được hơn 4.500 trẻ em và chúng tôi rất vui mừng khi mở rộng chương trình này giúp thêm nhiều hơn cho trẻ em Việt Nam".



Ban Lãnh Đạo Nu Skin cung
với các Nhà Phản Phối tại
Lễ khai trương Nu Skin
Enterprises tại Việt Nam