

19/11/2013



Nu Skin trên hành trình “Tạo nên lịch sử”

(baodautu.vn) Đến Việt Nam sau khi tham dự Hội nghị Kinh doanh Toàn cầu của Nu Skin tại Mỹ, bà Pakapun (Vicky) Leevutinun, Chủ tịch Điều hành Nu Skin Thái Lan và Việt Nam đã chia sẻ với phóng viên Báo Đầu tư điện tử - baodautu.vn những điểm nhấn của Hội nghị này, thành công đã đạt được và dự đoán triển vọng phát triển trong tương lai của Nu Skin tại thị trường Việt Nam.

>>> Nuskin Enterprises sắp khai trương chi nhánh Hà Nội
>>> Nu Skin rầm rộ tiến ra thị trường phía Bắc

Xin cho biết mục đích công tác của bà tại Việt Nam lần này?

Mặc dù chuyến công tác lần này tới Việt Nam cũng như các chuyến đi thường xuyên của tôi đến Việt Nam từ trước đến giờ, song lần này tôi cảm thấy rất đặc biệt và hào hứng.



Bà Pakapun (Vicky) Leevutinun, Chủ tịch Điều hành Nu Skin Thái Lan và Việt Nam

Tôi rất mong muốn được chia sẻ với các nhà phân phối (NPP) ở Việt Nam những gì tôi đã thấy và trải nghiệm tại Hội nghị Kinh doanh Toàn cầu của Nu Skin, được tổ chức tại Salt Lake (bang Utah, Mỹ) diễn ra từ ngày 23 đến 26/10/2013 mà tôi đã tham dự.

Lần đầu tiên trong lịch sử của Hội nghị này, số lượng người tham gia lên tới trên 15.000 người, từ hơn 50 quốc gia, đông nhất từ trước đến nay. Chúng tôi đã thống nhất chọn chủ đề “Tạo nên lịch sử” cho Hội nghị năm nay và không có từ ngữ nào có ý nghĩa phù hợp hơn.

Hội nghị Kinh doanh Toàn cầu của Nu Skin diễn ra 2 năm một lần, dành cho các nhà kinh doanh và lãnh đạo thành công của

Nu Skin trên khắp thế giới. Đây là cơ hội cho những người tham gia có thể chia sẻ những câu chuyện thành công, niềm hạnh phúc của họ và hơn thế, nhận được cảm hứng từ các NPP lãnh đạo.

Sự kiện này còn là dịp để vinh danh và công nhận danh hiệu các nhà kinh doanh thành công cho những thành quả làm việc chăm chỉ mà họ đã đạt được.

Có bao nhiêu cá nhân, NPP của Nu Skin đã được vinh danh tại sự kiện này?

Một con số kỷ lục NPP Ruby và Blue Diamond đã được vinh danh trước sự chứng kiến của hơn 15.000 NPP của Nu Skin đến từ khắp nơi trên thế giới.

Tôi muốn nhấn mạnh, trong số này có 3 NPP Blue Diamond đến từ Việt Nam. Họ cũng là những người chiến thắng giải thưởng dành cho các NPP Blue Diamond, đây là một sự công nhận uy tín dành cho các NPP thành công của Nu Skin. Ở khu vực Đông Nam Á, chỉ một số NPP Blue Diamond được đại diện tham gia chuyến đi trong 7 ngày, được tổ chức mỗi 2 năm một lần này.

Ngay khi đặt chân đến trụ sở của Nu Skin, họ đã nhận được sự chào đón nồng nhiệt từ những nhà sáng lập, các giám đốc điều hành khu vực và toàn cầu của Nu Skin. Trong suốt thời gian diễn ra Hội nghị này, họ được tận mắt chứng kiến các trung tâm nghiên cứu đã tạo sức mạnh cho những sản phẩm mang tính đột phá của Nu Skin.

Họ được đặc quyền ngồi ở những vị trí hàng đầu và học hỏi từ các diễn giả đến từ khắp nơi trên thế giới. Sự giàu có về trí tuệ, kinh nghiệm và những câu chuyện về sự thành công của các diễn giả đã truyền cảm hứng mạnh mẽ cho họ.

Chuyến đi này của các NPP qua một số thành phố ở Mỹ không những là cơ hội đáng quý để chia sẻ những trải nghiệm, mở rộng tầm nhìn và trí tuệ với các NPP lãnh đạo hàng đầu của Nu Skin, mà còn là những trải nghiệm giải trí thú vị bổ ích.

Qua sự kiện lần này, tôi nhận thấy rằng, Nu Skin Việt Nam đang giúp ngày càng nhiều hơn các NPP phát huy được tiềm năng của họ, tạo điều kiện để họ trở thành những nhà lãnh đạo thành công nổi bật. Điều này đem lại cảm xúc rất đặc biệt cho tôi và đội ngũ nhân viên Nu Skin khi chứng kiến những thành công của họ.

Có thể nói rằng, đây là một trong những sự kiện lớn nhất trong lịch sử của Nu Skin. Bà có thông tin thú vị nào muốn chia sẻ với khách hàng và NPP tại Việt Nam?

Tại sự kiện này, Nu Skin đã chính thức khánh thành Trung tâm Sáng tạo mới nhất và mở rộng trụ sở tại Mỹ sau 2 năm xây dựng. Đây là minh chứng về cam kết của chúng tôi trong việc mở rộng cơ sở hạ tầng để hỗ trợ tăng trưởng, trong đó có sự đóng góp đặc biệt từ các thị trường khu vực châu Á - Thái Bình Dương và Đông Nam Á.

Trụ sở công ty tại Mỹ được mở rộng với hơn 300.000 bộ vuông, bao gồm 5 phòng thí nghiệm nghiên cứu, một trung tâm dữ liệu hiện đại, thiết kế thân thiện với môi trường, khu văn phòng và phòng họp hiện đại.

Điểm nhấn của Trung tâm Sáng tạo là Trung tâm Nghiên cứu chống lão hóa của Nu Skin. Đây sẽ là trung tâm sáng tạo và khám phá khoa học toàn cầu của Nu Skin. Hơn 100 triệu USD đã được đầu tư vào khu phức hợp tiên tiến này.

Đặc biệt, cơ sở vật chất ở đây phản ánh sự cống hiến của toàn thể gia đình Nu Skin và tầm nhìn của chúng tôi trở thành công ty bán hàng trực tiếp hàng đầu thế giới.

Điều này cho thấy, Nu Skin đánh giá cao việc nghiên cứu và phát triển công nghệ tiên tiến như một nền tảng cơ bản để tạo sức mạnh thúc đẩy kinh doanh?

Đúng vậy. Công nghệ là một trụ cột rất quan trọng đem đến sự thành công của Nu Skin. Với ageLOC, phát minh mang tính đột phá giúp khách hàng duy trì chất lượng cuộc sống tốt nhất có thể.

Một điểm nổi bật thú vị khác tại Hội nghị là sự thành công của đợt bán hàng giới thiệu ageLOC TR90 trước khi chính thức tung ra thị trường toàn cầu. Đây là hệ thống kiểm soát cân nặng một cách toàn diện sử dụng công nghệ ageLOC, TR90 có tất cả các điều kiện để mang lại thành công lớn tiếp theo cho Nu Skin.

Nu Skin đã vào Việt Nam được hơn 1 năm, nhưng đã có sự hiện diện chính thức cả ở TP.HCM và Hà Nội. Bà có thể cho chúng tôi biết những kết quả mà Nu Skin đã đạt được?

Chúng tôi rất tự hào về thành tích tuyệt vời này và tôi phải nói rằng, các NPP của chúng tôi chính là người tạo ra thành công và cống hiến vào sự phát triển của Nu Skin. Chúng tôi sẽ không đạt được thành quả như hiện nay nếu như thiếu sự quyết tâm, đam mê và sự lãnh đạo giỏi của họ trong việc mở rộng mạng lưới của Nu Skin. Vì vậy, tại Nu Skin, chúng tôi có truyền thống là luôn vinh danh các NPP ở những sự kiện của công ty, đương nhiên là bao gồm cả Hội nghị Kinh doanh toàn cầu.

Ngoài ra, sự nỗ lực của toàn thể đội ngũ nhân viên Nu Skin, những người đã làm việc hết lòng vì khách hàng và vì lợi ích cao nhất cho các NPP Việt Nam. Chúng tôi xem sự hài lòng của khách hàng và thành công của NPP chính là sự thành công của chính mình. Không có phần thưởng nào xứng đáng hơn cho chúng tôi là ngày càng nhiều doanh nhân Việt Nam đạt được ước mơ của họ với cơ hội kinh doanh do Nu Skin đem đến. Và tại Nu Skin, chúng tôi luôn tạo cơ hội cho các NPP lãnh đạo tạo các mối quan hệ và chia sẻ những câu chuyện của họ.

Bà có thể cho biết kỳ vọng của Nu Skin tại thị trường Việt Nam trong thời gian tới?

Một cột mốc khác của Nu Skin là việc ra mắt Nu Skin 3.0. Đây là tầm nhìn mới giúp Công ty đạt được 10 tỷ USD doanh thu và 4 tỷ USD cho việc chi trả hoa hồng vào năm 2020.

Chúng tôi hy vọng rằng, nhiều NPP sẽ học hỏi được từ các NPP lãnh đạo Việt Nam thành công vừa trở về từ Hội nghị.

Mục tiêu của chúng tôi là, đẩy mạnh sự tiếp cận với cơ hội kinh doanh độc đáo của Nu Skin. Bên cạnh việc tiếp tục tạo ra những sản phẩm tiên tiến, chúng tôi sẽ làm việc hết mình để giúp nhiều người Việt Nam có được cuộc sống khỏe mạnh và đem đến những cơ hội giúp họ hiện thực hóa ước mơ. Chúng tôi mong đợi sẽ có nhiều NPP đạt được nhiều thành quả hơn trong năm tới.

Nền tảng quan trọng để xây dựng và duy trì nền văn hóa của Nu Skin là gì?

Ngoài việc mang đến cơ hội kinh doanh hấp dẫn cho các NPP trên toàn cầu, Nu Skin luôn mong muốn thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

Một điểm đáng nhắc đến từ Hội nghị vừa qua là Đêm gây quỹ cho Quỹ Force For Good. Nu Skin đã quyên góp được 2,2 triệu USD cho Quỹ này. Công ty cũng chúc mừng sự kiện quyên góp được 300 triệu bữa ăn Vitameal cho Tổ chức Nuôi dưỡng trẻ em như một nỗ lực lâu dài trong việc chống suy dinh dưỡng ở trẻ em.