

# FROM CEO PROBLEM MAP TO LEADERSHIP DNA

Insights & Patterns of Vietnamese Management Thinking



## KEY INSIGHTS

### 1. Quảng cáo thất bại không nằm ở ngân sách, mà ở việc hiểu sai khách hàng

- Sai tệp khách hàng, sai thông điệp, sai kênh thì càng chi nhiều càng kém hiệu quả

### 2. Quảng cáo không chỉ là “chạy ads”, mà là bài toán tổng thể về định vị và chuyển đổi

- Phải nhìn đồng thời vào khách hàng mục tiêu, niềm tin thị trường và mô hình kinh doanh

### 3. Không có một công cụ truyền thông nào giải quyết được toàn bộ bài toán tăng trưởng

- Doanh nghiệp cần triển khai đa nền tảng, đa điểm chạm và đồng bộ hệ thống truyền thông

### 4. Sáng tạo ý tưởng là yếu tố cốt lõi tạo khác biệt trong quảng cáo

- Không thể tiếp tục lặp lại mô-típ cũ trong thị trường cạnh tranh ngày càng cao

### 5. Mô hình kinh doanh cũ đang dần mất dư địa tăng trưởng

- Khi thị trường thay đổi, quảng cáo chỉ giải quyết phần ngọn chứ không giải quyết gốc rễ

### 6. Founder là động lực tăng trưởng ban đầu nhưng sẽ trở thành điểm nghẽn khi doanh nghiệp mở rộng

- CEO cần chuyển từ “người làm tất cả” sang xây dựng hệ thống quản trị và đội ngũ

### 7. Tăng trưởng doanh nghiệp thực chất là bài toán của hệ thống

- Doanh thu tăng nhưng đội ngũ, vận hành và văn hóa không theo kịp sẽ dễ khủng hoảng

### 8. Mọi bài toán tăng trưởng cuối cùng đều quay về con người và tài chính

- Không có đội ngũ phù hợp và nguồn lực đủ mạnh thì khó scale bền vững



# FROM CEO PROBLEM MAP TO LEADERSHIP DNA

Insights & Patterns of Vietnamese Management Thinking



## KEY PATTERNS

### 1. Nhiều doanh nghiệp đang gặp “điểm nghẽn tăng trưởng” khi mô hình cũ giảm hiệu quả

- Chi phí tăng, tuyển dụng khó và thị trường thay đổi nhanh hơn trước
- Các doanh nghiệp đều phải tìm động lực tăng trưởng mới

### 2. Các vấn đề bề mặt thường xuất phát từ vấn đề quản trị bên trong

- Quảng cáo kém hiệu quả, sales yếu hay nhân sự nghỉ việc chỉ là biểu hiện
- Gốc rễ nằm ở chiến lược, hệ thống và cơ chế vận hành

### 3. Nhân sự là nút thắt lớn nhất khi doanh nghiệp scale nhanh

- Tuyển người khó hơn giữ tăng trưởng doanh thu
- Tốc độ tăng trưởng thường nhanh hơn tốc độ trưởng thành của đội ngũ

### 4. Doanh nghiệp đang vận hành theo tư duy “đi theo thị trường” nhiều hơn “dẫn dắt thị trường”

- Thiếu khác biệt và thiếu tầm nhìn dài hạn
- Chưa thực sự chủ động tạo xu hướng hoặc định vị cuộc chơi

### 5. Hệ thống quản trị ở nhiều doanh nghiệp vẫn phụ thuộc mạnh vào cá nhân

- Sales giữ khách hàng như “tài sản cá nhân”
- Doanh nghiệp dễ mất dữ liệu và mất kiểm soát khi nhân sự biến động



# FROM CEO PROBLEM MAP TO LEADERSHIP DNA

Insights & Patterns of Vietnamese Management Thinking



## KEY TAKEAWAYS

### 1. Quảng cáo hiệu quả phải bắt đầu từ chiến lược khách hàng và định vị thương hiệu

- Công cụ chỉ phát huy hiệu quả khi doanh nghiệp hiểu rõ khách hàng mục tiêu

### 2. Tăng trưởng bền vững đòi hỏi nâng cấp đồng thời mô hình kinh doanh và hệ thống quản trị

- Không thể scale bằng cách vận hành cũ trong thị trường mới

### 3. CEO phải chuyển vai trò từ “người làm” sang “người xây hệ thống”

- Quy trình, văn hóa và đội ngũ mới là nền tảng tăng trưởng dài hạn

### 4. Doanh nghiệp cần xây dựng văn hóa hiệu quả và văn hóa liêm chính

- KPI phải rõ ràng, đo được và gắn với trách nhiệm thực thi

### 5. Muốn tăng trưởng lớn phải chấp nhận đầu tư cho nhân sự chất lượng cao

- Không thể đạt mục tiêu lớn với đội ngũ chưa đủ năng lực

### 6. Khách hàng phải thuộc về hệ thống, không thuộc về cá nhân sales

- Nếu phụ thuộc cá nhân, doanh nghiệp càng lớn càng rủi ro

### 7. Tăng trưởng càng nhanh thì áp lực về vận hành, nhân sự và thương hiệu càng lớn

- Scale không làm doanh nghiệp “nhàn hơn” mà phức tạp hơn

### 8. Nếu muốn tăng trưởng thì doanh nghiệp phải chấp nhận thay đổi

- Giữ nguyên tư duy cũ đồng nghĩa với giới hạn tăng trưởng trong tương lai

