Mô-đun 1: Khai thác sức mạnh của truyền thông xã hội & di động

Giao lưu xã hội trên phương tiện truyền thông xã hội	**Xây dựng thương hiệu trên mạng xã hội** Xây dựng thương hiệu là quá trình tạo bản sắc thương hiệu, áp dụng bản sắc thương hiệu của bạn vào các tài liệu marketing và bán hàng hoặc sử dụng các yếu tố và nguyên tắc thương hiệu của bạn trên phương tiện truyền thông xã hội để làm cho công ty của bạn nổi bật. Nó giúp doanh nghiệp của bạn ghi nhớ trong tâm trí của đối tượng mục tiêu của bạn. Sự hiện diện thương hiệu mạnh mẽ trên phương tiện truyền thông xã hội: ● Xuất hiện nhất quán ● Kể những câu chuyện hấp dẫn ● Có giọng văn độc đáo ● Nổi bật giữa đám đông **Nhận thức về thương hiệu trên phương tiện truyền thông xã hội** Nhận thức về thương hiệu là thước đo trên phương tiện truyền thông xã hội nắm bắt khả năng mọi người nhận thức được thương hiệu của bạn. Dưới đây là những cách để tăng nhận thức về thương hiệu trên phương tiện truyền thông xã hội: ● Hiểu khán giả của bạn ● Ưu tiên các nền tảng hoạt động tốt ● Tùy chỉnh nội dung truyền thông xã hội của bạn ● Tạo nội dung trực quan ● Cung cấp giá trị với nội dung ● Kết hợp chiến lược và hành động ● Tận dụng xu hướng truyền thông xã hội ● Tạo kết nối với người có ảnh hưởng ● Sử dụng tài khoản xã hội của bạn ● Theo dõi hiệu suất của bạn **Phương tiện truyền thông xã hội và đối tượng người dùng của nó** Có một số nền tảng truyền thông xã hội có thể được sử dụng để nâng cao nhận thức về thương hiệu, chẳng hạn như: ● Facebook ● Instagram ● Twitter ● LinkedIn ● Youtube
Phát triển cộng đồng trực tuyến của bạn	**Khía cạnh cần xem xét trong việc xây dựng một cộng đồng trực tuyến** ● Trong môi trường trực tuyến, hãy bắt đầu bằng những câu chuyện. Nó rất quan trọng, những câu chuyện nói lên những gì bạn đang làm trong công ty. Các nền tảng trực tuyến có thể rất hữu ích đối với câu chuyện của bạn. Sử dụng nền tảng miễn phí nơi chúng tôi có thể tận dụng nó bằng các câu chuyện, nội dung. ● Hiểu khái niệm về cho và nhận. Đăng những câu chuyện lên mạng và tặng chúng cho người khác, nghĩa là bạn trao cho ai đó một niềm hy vọng, một cảm xúc. Bạn cho đi càng nhiều, một ngày nào đó bạn có thể nhận nó dưới nhiều hình thức khác nhau. **Tầm quan trọng của việc phát triển cộng đồng trực tuyến đối với MSMEs** ● Điều quan trọng là phát triển một cộng đồng trực tuyến có thể giúp đạt được sứ mệnh. ● Thông qua kích hoạt số hoá và cộng tác với hoạt động trực tiếp để phát triển cộng đồng **Bí quyết phát triển cộng đồng trực tuyến** ● Để phát triển cộng đồng trực tuyến một cách tự nhiên, bạn phải luôn rất chân thành và chân thật bằng cách gia tăng giá trị cho người khác. ● Biết giá trị cốt lõi của bạn ● Hãy nghĩ về những người mà chúng tôi muốn tiếp cận, vạch ra những bên liên quan nào có thể giúp phát triển doanh nghiệp, không chỉ về mặt doanh thu mà còn tác động khôn ngoan. **Những cách để làm cho thương hiệu của bạn nổi bật giữa những đối thủ khác** Kể chuyện là chìa khóa để làm cho thương hiệu của bạn nổi bật giữa những đối thủ khác. Dưới đây là một vài điều sẽ giúp thương hiệu của bạn nổi bật: ● Lời dẫn tốt ● Chụp ảnh tốt ● Trình bày tốt ● Văn hóa giao tiếp Đây cũng là một số câu hỏi chính có thể giúp xây dựng thương hiệu của bạn: ● Câu chuyện của bạn là gì? ● Giá trị của bạn là gì?

	• Công cụ của bạn là gì? **Kể chuyện và lợi ích của nó** Kể chuyện là một trong những điều mà thương hiệu của chúng ta nên xem xét. Chân thật với những gì chúng ta đăng bài, đó là cách bạn sẽ khác biệt với những người khác. **Những điều khác cần xem xét để xây dựng thương hiệu bên cạnh phương tiện truyền thông xã hội** Tập trung vào việc nâng cao nhận thức về những gì chúng ta làm và những gì chúng ta tin tưởng. Mục đích là để mọi người biết rõ hơn về tổ chức của chúng ta. **Phương tiện truyền thông xã hội để xây dựng thương hiệu** Phương tiện truyền thông xã hội có thể được sử dụng ở định dạng khác cho mục đích xây dựng thương hiệu, chẳng hạn như: • Bản tin • Video • Chương trình trực tuyến • Nội dung do người dùng tạo ra
Tương tác ưu tiên điện thoại	**Tương tác ưu tiên điện thoại là gì?** Tương tác ưu tiên điện thoại (Mobile-first) là thuật ngữ được sử dụng để mô tả chiến lược ưu tiên thiết kế và trải nghiệm người dùng của trang web hoặc ứng dụng cho thiết bị di động thay vì máy tính để bàn. **Tại sao lại áp dụng phương pháp tiếp cận Mobile-first?** • Việc sử dụng điện thoại di động đang gia tăng. • Người dùng di động có những nhu cầu khác nhau. • Mobile-first có thể cải thiện thứ hạng tìm kiếm. • Mobile-first có thể dẫn đến chuyển đổi tốt hơn. **Làm thế nào để sử dụng điện thoại di động để thu hút khách hàng?** • Xác định các nền tảng phù hợp cho đối tượng mục tiêu của bạn • Tạo trải nghiệm người dùng liền mạch cho khách hàng của bạn • Cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm **Làm cách nào để thu hút các doanh nghiệp địa phương hoặc trực tiếp qua điện thoại di động?** • Tối ưu hóa nội dung của bạn cho các tìm kiếm địa phương • Tránh tương tác một kênh • Cung cấp ứng dụng dành cho thiết bị di động khả dụng ngoại tuyến

Hoạt động

Phương tiện truyền thông xã hội là một công cụ mạnh mẽ để xây dựng nhận thức về thương hiệu và tiếp cận nhiều đối tượng hơn. Tuy nhiên, với rất nhiều nền tảng và chiến lược khác nhau để xem xét, việc biết nên tập trung nỗ lực của bạn vào đâu có thể là một thách thức. Danh mục này được thiết kế để giúp bạn đánh giá mức độ sẵn sàng của mình trong việc xây dựng nhận thức về thương hiệu trên mạng xã hội. Bằng cách làm theo các bước được nêu trong danh mục này, bạn có thể kiểm tra mức độ sẵn sàng của mình, để sau này bạn có thể xây dựng nhận thức về thương hiệu tốt hơn và phát triển doanh nghiệp của mình.

Cách thực hiện hoạt động:
Bước 1: Xem qua **Bảng danh mục nghiên cứu, Bảng danh mục xuất bản** và **Bảng danh mục phương pháp tương tác ưu tiên điện thoại**.
Đọc kỹ từng dòng, sau đó đánh dấu những dòng bạn đã hoàn thành với tư cách là một MSME.
Bước 3: Đếm xem bạn đã đánh dấu bao nhiêu mục trong mỗi phần và cộng điểm cho từng phần để có tổng điểm.
Bước 4: Nhìn vào **Bảng điểm Nhận thức về thương hiệu** để biết mức độ sẵn sàng của bạn trong việc xây dựng nhận thức về thương hiệu trên mạng xã hội.
Bước 5: Dựa trên phản ánh trên bảng điểm, hãy xem **Bảng hành động tiếp theo để nâng cao nhận thức về thương hiệu** để biết bạn nên làm gì tiếp theo để đưa doanh nghiệp của mình vươn tầm toàn cầu.

Bảng danh mục nghiên cứu

Hành động	Danh mục
Xác định các nền tảng truyền thông xã hội mà đối tượng mục tiêu sử dụng thường xuyên nhất	☐
Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh để xem những gì họ đang làm tốt trên phương tiện truyền thông xã hội	☐
Đã phân tích nội dung hoạt động tốt nhất trên từng nền tảng	☐
Điểm số	___/4

Bảng danh mục xuất bản

Hành động	Danh mục
Tạo lịch nội dung truyền thông xã hội để lên kế hoạch trước cho nội dung	☐
Đảm bảo nội dung hấp dẫn trực quan và thân thiện với thiết bị di động	☐
Đã sử dụng hashtag có liên quan để tăng khả năng hiển thị và mức độ tương tác	☐
Điểm số	___/4

Bảng danh mục phương pháp tương tác ưu tiên điện thoại

Hành động	Danh mục
Đã sử dụng các video dạng ngắn và nội dung thân thiện với thiết bị di động khác để thu hút sự chú ý	☐
Trả lời các bình luận và tin nhắn một cách kịp thời để thúc đẩy sự tham gia và tin tưởng	☐
Khuyến khích người theo dõi chia sẻ nội dung trên phương tiện truyền thông xã hội	☐
Điểm số	___/4

Điểm nhận thức về thương hiệu của tôi là _____.
*Đếm số hành động bạn đã chọn ở trên và chia cho tổng số câu hỏi. Nhân với 100 để có điểm về mức độ sẵn sàng của bạn.

Bảng điểm Nhận thức về thương hiệu

Điểm số	Mô tả
90-100	Bạn có nền tảng vững chắc để xây dựng nhận thức về thương hiệu trên mạng xã hội và sẵn sàng thực hiện các bước tiếp theo để phát triển sự hiện diện của mình.
70-89	Bạn đã đạt được tiến bộ trong việc xây dựng nhận thức về thương hiệu trên mạng xã hội, nhưng có thể có một số lĩnh vực mà bạn cần cải thiện trước khi đạt được mục tiêu của mình.
50-69	Bạn có một số việc phải làm trước khi có thể xây dựng thành công nhận thức về thương hiệu trên mạng xã hội. Xem xét giải quyết các lĩnh vực mà bạn đang thiếu hướng dẫn, kinh nghiệm và thông tin.
0-49	Bạn có rất nhiều việc phải làm trước khi có thể xây dựng thành công nhận thức về thương hiệu trên mạng xã hội. Cân nhắc tìm kiếm sự trợ giúp của các chuyên gia trong lĩnh vực marketing truyền thông xã hội để hướng dẫn cho bạn.

Bảng hành động tiếp theo để nâng cao nhận thức về thương hiệu

Lĩnh vực cần cải tiến	Hành động tiếp theo
Nghiên cứu	Tiến hành nghiên cứu đối tượng mục tiêu và đối thủ cạnh tranh để hiểu rõ hơn và cải thiện chiến lược của bạn.
Sáng tạo nội dung	Tạo nội dung tương tác và hấp dẫn trực quan phù hợp với đối tượng mục tiêu của bạn.
Tối ưu hóa di động	Tối ưu hóa nội dung và các kênh truyền thông xã hội của bạn để xem và tương tác trên thiết bị di động.
Chiến lược tương tác	Phát triển một chiến lược tương tác để khuyến khích sự tương tác của người dùng và xây dựng ý thức cộng đồng.
Phân tích dữ liệu	Thường xuyên xem xét các phân tích và điều chỉnh chiến lược của bạn dựa trên dữ liệu để đảm bảo bạn đang đạt được các mục tiêu của mình.

"Thương hiệu của một công ty cũng giống như danh tiếng của một người. Bạn có được danh tiếng bằng cách cố gắng làm tốt những việc khó."

Jeff Bezos, Chủ tịch điều hành của Amazon

Mô-đun 2: Tính bền vững & Biến đổi khí hậu

Chương trình nghị sự bền vững toàn cầu và địa phương	**Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs) là gì?** SDGs là bản kế hoạch chi tiết bao gồm 17 mục tiêu được Liên Hợp Quốc ấn định và được các quốc gia thông qua vì một tương lai tốt đẹp và bền vững hơn cho tất cả mọi người vào năm 2030. **Làm thế nào bạn có thể đóng góp cho SDGs?** 1. Hiểu biết về SDGs. 2. Xác định các ưu tiên. 3. Thiết lập mục tiêu 4. Tích hợp tính bền vững vào hoạt động kinh doanh và quản trị cốt lõi, đồng thời thiết lập các mục tiêu vào tất cả các bộ phận 5. Báo cáo và truyền thông về tác động và tiến độ đạt được
Xu hướng quan tâm môi trường của người tiêu dùng	**Làm thế nào để thu hút người tiêu dùng có ý thức về môi trường?** ● Thực hiện các thông lệ bền vững. ● Sử dụng vật liệu thân thiện với môi trường. ● Hãy minh bạch. ● Hỗ trợ các mục tiêu vì môi trường. ● Giáo dục khách hàng của bạn. ● Sáng tạo. **Lợi ích cho MSMEs** ● Tăng lòng trung thành của khách hàng và kinh doanh lặp lại. ● Cải thiện hình ảnh công cộng và danh tiếng của bạn ● Thu hút khách hàng mới và có khả năng dẫn đến tăng doanh số bán hàng. ● Giúp các doanh nghiệp giảm chi phí và cải thiện lợi nhuận của họ. ● Tạo sự khác biệt cho bạn so với các đối thủ cạnh tranh và có khả năng đạt được lợi thế cạnh tranh.
Lợi ích cho MSME khi áp dụng các phương pháp tiếp cận bền vững	**Lợi ích khi áp dụng các phương pháp tiếp cận bền vững** ● Tiết kiệm chi phí ● Tăng hiệu quả ● Danh tiếng được cải thiện ● Tuân thủ các quy định ● Tiếp cận thị trường mới ● Thu hút và giữ chân nhân viên **Các bước ban đầu để đảm bảo MSMEs có chuyên môn tiên quyết để cung cấp dịch vụ bền vững** ● Xây dựng quan hệ đối tác ● Tích lũy kinh nghiệm ● Tìm kiếm thông tin ● Chính thức hóa cam kết **Lời khuyên dành cho MSMEs để tìm kiếm cơ hội và gặt hái lợi ích thông qua việc áp dụng tính bền vững của họ** ● Xác định các nguồn doanh thu tiềm năng mới ● Áp dụng cho các chương trình giúp bù đắp các chi phí để trở nên xanh ● Khám phá các cơ hội quốc tế hóa ● Thực hiện cả thông lệ bền vững số và ngoại tuyến ● Đặt mục tiêu có thể định lượng và số liệu rõ ràng cho tính bền vững

Hoạt động

Liên Hợp Quốc đã đặt ra 17 Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs) để giải quyết các thách thức kinh tế, môi trường và xã hội cấp bách nhất trên thế giới đến năm 2030. Trong hoạt động này, bạn sẽ đánh giá mức độ doanh nghiệp của mình phản ánh cách tiếp cận SDG bằng cách trả lời một loạt các câu hỏi dựa trên hành động. Điều này sẽ giúp bạn xác định các lĩnh vực mà bạn có thể điều chỉnh các hoạt động của mình cho phù hợp với SDGs và đóng góp cho một tương lai bền vững hơn.

Cách thực hiện hoạt động:
Bước 1: Xem xét từng hành động trong **Danh mục Đánh giá mức độ phù hợp của doanh nghiệp bạn với SDGs** và cho biết doanh nghiệp của bạn đã triển khai, đang thực hiện hay chưa bắt đầu.
Bước 2: Khi bạn đã hoàn thành danh mục, hãy tính **Điểm số phù hợp với SDG** của bạn bằng cách cộng số lượng hành động mà doanh nghiệp của bạn đã triển khai hoặc đang thực hiện.
Bước 3: Sử dụng **Bảng điểm phù hợp với SDG** để diễn giải điểm số của bạn và xác định các lĩnh vực mà bạn có thể cải thiện sự điều chỉnh của mình theo cách tiếp cận SDGs.

Danh mục Đánh giá mức độ phù hợp của doanh nghiệp bạn với SDGs

SDGs	Hành động	Danh mục
	Doanh nghiệp của bạn có chiến lược xoá nghèo rõ ràng không?	☐
	Bạn có đảm bảo bồi thường công bằng cho nhân viên và nhà cung cấp của mình để xoá nghèo không?	☐
	Bạn có bất kỳ sáng kiến nào để giảm lãng phí thực phẩm hoặc hỗ trợ sản xuất thực phẩm địa phương không?	☐
	Bạn có bất kỳ chương trình nào để cung cấp viện trợ hoặc hỗ trợ lương thực cho các cộng đồng có nhu cầu không?	☐
	Bạn có chính sách về sức khỏe và an toàn cho nhân viên và khách hàng của mình không?	☐
	Bạn có cung cấp bất kỳ lợi ích hoặc hỗ trợ cho sức khỏe tinh thần và cuộc sống không?	☐
	Bạn có cung cấp bất kỳ chương trình đào tạo hoặc giáo dục nào cho nhân viên của mình không?	☐
	Bạn có ủng hộ các sáng kiến giáo dục trong cộng đồng của mình không?	☐
	Bạn có thiết lập chính sách bình đẳng giới không?	☐
	Bạn có đảm bảo trả lương công bằng và cơ hội bình đẳng cho mọi giới tính trong doanh nghiệp của mình không?	☐
	Bạn có sáng kiến nào để giảm tiêu thụ nước hoặc cải thiện chất lượng nước không?	☐
	Bạn có cung cấp các cơ sở sạch sẽ và dễ tiếp cận cho nhân viên và khách hàng của mình không?	☐
	Bạn có bất kỳ sáng kiến nào để giảm mức tiêu thụ năng lượng hoặc chuyển sang các nguồn năng lượng sạch không?	☐
	Bạn có cung cấp bất kỳ ưu đãi hoặc hỗ trợ nào cho nhân viên và khách hàng của mình sử dụng năng lượng sạch không?	☐

	Bạn có trả lương và thiết lập điều kiện làm việc công bằng cho nhân viên của bạn?	☐
	Bạn có hỗ trợ tăng trưởng kinh tế địa phương và cơ hội việc làm trong cộng đồng của bạn không?	☐
	Bạn có bất kỳ sáng kiến nào để giảm thiểu chất thải và thúc đẩy các phương pháp sản xuất bền vững không?	☐
	Bạn có hỗ trợ đổi mới địa phương và phát triển cơ sở hạ tầng trong cộng đồng của mình không?	☐
	Bạn có chính sách để ngăn chặn phân biệt đối xử và thúc đẩy hòa nhập trong doanh nghiệp của bạn không?	☐
	Bạn có cung cấp bất kỳ hỗ trợ hoặc dịch vụ nào cho các cộng đồng khó khăn hoặc thiệt thòi không?	☐
	Bạn có bất kỳ sáng kiến nào để giảm tác động môi trường của doanh nghiệp đối với cộng đồng địa phương không?	☐
	Bạn có hỗ trợ phát triển đô thị bền vững và các sáng kiến cộng đồng trong khu vực của bạn không?	☐
	Bạn có xây dựng một chính sách bền vững cho doanh nghiệp của bạn?	☐
	Bạn có bất kỳ sáng kiến nào để giảm thiểu chất thải hoặc thúc đẩy các phương pháp sản xuất bền vững không?	☐
	Bạn có bất kỳ sáng kiến nào để giảm lượng khí thải carbon hoặc khí thải nhà kính của doanh nghiệp mình không?	☐
	Bạn có hỗ trợ các sáng kiến hành động về khí hậu tại địa phương hoặc các nỗ lực bảo vệ môi trường không?	☐
	Bạn có bất kỳ sáng kiến nào để giảm tác động của doanh nghiệp đối với sinh vật biển và hệ sinh thái nước không?	☐
	Bạn có hỗ trợ các nỗ lực bảo tồn và bảo vệ biển địa phương không?	☐
	Bạn có bất kỳ sáng kiến nào để giảm tác động của doanh nghiệp đối với hệ sinh thái đất và động vật hoang dã không?	☐
	Bạn có hỗ trợ các nỗ lực bảo tồn và bảo vệ đất đai địa phương không?	☐

	Bạn có quy tắc ứng xử và chính sách đạo đức cho doanh nghiệp của mình không?	☐
	Bạn có ủng hộ các sáng kiến cải cách thể chế và tư pháp địa phương trong cộng đồng của mình không?	☐
	Bạn có hợp tác với các doanh nghiệp, tổ chức hoặc cơ quan chính phủ khác để thúc đẩy các mục tiêu phát triển bền vững không?	☐
	Bạn có ủng hộ các sáng kiến và quan hệ đối tác của cộng đồng địa phương phù hợp với các mục tiêu phát triển bền vững không?	☐
Điểm số		_____/17

Điểm số phù hợp với SDG của bạn là _____.

*Đếm số hành động bạn đã chọn ở trên và chia cho tổng số câu hỏi. Nhân với 100 để có điểm số của bạn.

Bảng điểm phù hợp với SDG

Điểm số	Mô tả
90-100	Doanh nghiệp của bạn đang nỗ lực đáng kể để thúc đẩy các mục tiêu phát triển bền vững và phù hợp tốt với phương pháp SDG.
70-89	Doanh nghiệp của bạn đang đi đúng hướng, nhưng có những lĩnh vực mà bạn có thể cải thiện để phù hợp hơn với phương pháp SDG.
50-69	Doanh nghiệp của bạn có một số việc phải làm trước khi hoàn toàn phù hợp với phương pháp SDG. Xem xét để giải quyết các lĩnh vực mà bạn thiếu hướng dẫn, kinh nghiệm và thông tin.
0-49	Doanh nghiệp của bạn còn một chặng đường dài phía trước

Tính bền vững không phải là một mục tiêu cần đạt được mà là một cách suy nghĩ, một cách sống, một nguyên tắc mà chúng ta phải tuân theo."

Giulio Bonazzi, Chủ tịch Tập đoàn Aquafil

Mô-đun 3: Ứng dụng Fintech & Cách mạng công nghiệp 4.0 trong thực tế

Định hướng trong công nghiệp 4.0 cho các doanh nghiệp MSME	**Tại sao MSMEs nên thích ứng với Công nghiệp 4.0?** • Cải thiện hiệu quả và độ chính xác • Tăng khả năng cạnh tranh • Dòng doanh thu mới • Tuân thủ các tiêu chuẩn ngành **Các bước để tham gia công nghiệp 4.0** • Cập nhật tin tức • Đánh giá nhu cầu của bạn • Tìm kiếm tài nguyên • Đầu tư vào đào tạo **Bốn khía cạnh của số hóa cần lưu ý** • Mô hình kinh doanh • Sản phẩm • Quá trình • Tổ chức
Đổi mới chuỗi cung ứng	**Đổi mới trong quản lý chuỗi cung ứng là gì?** Những cải tiến trong cách thức hoạt động của chuỗi cung ứng, và cụ thể hơn, theo cách mà các sản phẩm, thông tin, công việc và dòng tiền (và được lưu trữ tạm thời) xuyên suốt chuỗi cung ứng, và cuối cùng là đáp ứng các yêu cầu về kinh tế, môi trường và xã hội trong tương lai, tức là theo định hướng “con người , hành tinh, lợi nhuận”. **Năm yếu tố chính của quản lý chuỗi cung ứng** • Lập kế hoạch • Tìm nguồn cung ứng • Sản xuất • Giao hàng • Trả hàng **Các loại đổi mới chuỗi cung ứng** • Lập kế hoạch: phần mềm lập kế hoạch và lập lịch trình nâng cao (APS) như SAP IBP và Phần mềm JDA • Tìm nguồn cung ứng: Các phần mềm ERP như SAP Business One và Amazon Web Services • Sản xuất: Phần mềm Hệ thống điều hành và quản lý sản xuất (MES) như IQMS và Dassault Systèmes DELMIA. • Giao hàng: Hệ thống quản lý hậu cần hiệu quả, như SAP Logistics Execution, được trang bị các kênh phân phối mạnh mẽ. • Trả hàng: Phần mềm quản lý trả hàng, chẳng hạn như SAP Return Management và Oracle Reverse Logistics. **Lợi ích mà MSMEs có thể nhận ra thông qua đổi mới chuỗi cung ứng** • Tối ưu hóa luồng hàng hóa và nguyên vật liệu thông qua chuỗi cung ứng • Việc triển khai các công nghệ và quy trình mới có thể hợp lý hóa các hoạt động và nâng cao hiệu quả. • Chuỗi cung ứng được quản lý tốt có thể giúp doanh nghiệp cung cấp sản phẩm và dịch vụ cho khách hàng nhanh hơn và đáng tin cậy hơn, dẫn đến sự hài lòng của khách hàng được cải thiện. • Bằng cách áp dụng những đổi mới trong chuỗi cung ứng, các doanh nghiệp có thể tạo sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh và có khả năng đạt được lợi thế cạnh tranh.
Công cụ và ứng dụng Fintech cho MSMEs	**Làm thế nào fintech giúp SME phát triển mạnh về khả năng phục hồi?** • Tiếp cận tài trợ • xử lý thanh toán • Kế toán và hóa đơn • Insight thời gian thực • Bảo mật • Tự động hóa **Các cách sử dụng fintech để giúp doanh nghiệp của bạn phát triển, mở rộng quy mô và trở nên thịnh vượng.** • Cho vay doanh nghiệp nhỏ • Nhiều cách để thanh toán • Quản lý tài khoản • Hóa đơn từ mọi nơi, mọi lúc **Các yếu tố quan trọng nhất bạn cần xem xét khi lựa chọn một fintech cho doanh nghiệp của mình** • Gói dịch vụ

	• Giá cả • Hỗ trợ khách hàng • Nhiều loại tiền tệ • Quyền lực pháp lý • Thủ tục giấy tờ • Bảo mật và bảo vệ dữ liệu

Hoạt động

Hoạt động này được thiết kế nhằm giúp bạn đánh giá mức độ sẵn sàng áp dụng các giải pháp Fintech và Công nghiệp 4.0 thiết thực vào doanh nghiệp của mình. Bằng cách hoàn thành danh mục này, bạn sẽ có thể xác định các lĩnh vực mà bạn có thể cần cải thiện và thực hiện hành động để nâng cao hiệu quả kinh doanh của mình. Hoạt động này bao gồm ba lĩnh vực: ứng dụng Fintech thực tế, đổi mới chuỗi cung ứng và định hướng Công nghiệp 4.0. Thực hiện theo các hướng dẫn và hoàn thành danh mục để xem doanh nghiệp của bạn đang ở đâu và bạn có thể thực hiện những bước nào để tiến lên phía trước.

Cách thực hiện hoạt động:
Bước 1: Xem qua **Danh mục Hướng dẫn áp dụng Fintech và Công nghiệp 4.0 của MSMEs** và đánh dấu từng mục mà MSME của bạn đã triển khai.
Bước 2: Đếm các hộp kiểm đã chọn, sau đó chia cho 10 và nhân với 100 để có được **Điểm áp dụng Fintech** của bạn.
Bước 3: Sử dụng **Bảng điểm áp dụng Fintech** để đánh giá mức độ sẵn sàng của MSMEs của bạn để áp dụng các ứng dụng fintech và Cách mạng Công nghiệp 4.0 thực tế, cũng như đổi mới chuỗi cung ứng và định hướng trong Công nghiệp 4.0.
Bước 4: Xác định các lĩnh vực cần cải thiện và phát triển một kế hoạch hành động để giải quyết chúng.

Danh mục Hướng dẫn áp dụng Fintech và Công nghiệp 4.0 của MSMEs

Hoạt động	Có
Bạn có phát triển một trang web và đảm bảo rằng nó tương thích với thiết bị di động không?	☐
Bạn có triển khai các tùy chọn thanh toán số cho khách hàng không?	☐
Bạn có sử dụng fintech để giúp doanh nghiệp của mình phát triển, mở rộng quy mô và trở nên thịnh vượng không?	☐
Bạn có đào tạo nhân viên về cách sử dụng công nghệ hiệu quả đối với vị trí công việc của họ không?	☐
Bạn có triển khai các biện pháp an ninh mạng để bảo vệ dữ liệu của doanh nghiệp và khách hàng không?	☐
Bạn có khám phá và triển khai các công nghệ mới nổi có thể nâng cao hoạt động kinh doanh và trải nghiệm của khách hàng, chẳng hạn như AI, IoT hoặc blockchain không?	☐
Bạn có triển khai hệ thống quản lý chuỗi cung ứng số để theo dõi hàng tồn kho, hợp lý hóa quy trình và giảm chi phí không?	☐
Bạn có sử dụng phân tích dữ liệu lớn để tối ưu hóa quy trình sản xuất và cải thiện việc ra quyết định không?	☐
Bạn có thực hiện các hoạt động bền vững trong chuỗi cung ứng để giảm tác động đến môi trường và nâng cao trách nhiệm xã hội không?	☐
Bạn có khám phá và triển khai các công nghệ mới nổi có thể nâng cao hoạt động kinh doanh và trải nghiệm của khách hàng, chẳng hạn như AI, IoT hoặc blockchain không?	☐
Điểm số	___/10

Điểm áp dụng Fintech của tôi là _____.
*Đếm số câu trả lời CÓ mà bạn đã đánh dấu ở trên và chia cho tổng số câu hỏi. Nhân với 100 để có được số điểm của bạn.

Bảng điểm áp dụng Fintech

Điểm số	Mô tả
90-100	Doanh nghiệp của bạn đã sẵn sàng để tận dụng các ứng dụng fintech và Công nghiệp 4.0 để cải thiện hoạt động và duy trì tính cạnh tranh.
70-89	Doanh nghiệp của bạn đang đi đúng hướng, nhưng có thể có một số lĩnh vực bạn cần cải thiện để tận dụng triệt để các ứng dụng fintech và Công nghiệp 4.0.
50-69	Doanh nghiệp của bạn có một số việc phải làm trước khi có thể tận dụng triệt để các ứng dụng fintech và Công nghiệp 4.0. Xem xét giải quyết các lĩnh vực mà bạn thiếu hướng dẫn, kinh nghiệm và thông tin.
0-49	Doanh nghiệp của bạn còn rất nhiều việc phải làm trước khi có thể tận dụng triệt để các ứng dụng fintech và Công nghiệp 4.0. Cân nhắc tìm kiếm sự giúp đỡ của các chuyên gia để hướng dẫn cho bạn.

"Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư không chỉ là về công nghệ hay kinh doanh. Đó là về xã hội."
Joe Kaeser, Chủ tịch kiêm Giám đốc điều hành của Siemens AG

Mô-đun 4: Chiến lược kinh doanh trong thế kỷ 21

Đa dạng và Hòa nhập	**Một công ty đa dạng và đội ngũ hoà nhập** Tính đa dạng và hòa nhập dựa trên góc độ đổi mới, đặc biệt là đối với sản phẩm chức năng và sáng tạo hơn, có thể thực hiện bằng cách tập trung vào: ● Kế sinh nhai cho phụ nữ ● Cung cấp việc làm cho tất cả các đội nhóm nữ ● Sử dụng các thành viên nhóm bị thiệt thòi **Lợi thế của việc có một công ty đa dạng và đội ngũ hòa nhập trong bối cảnh tăng trưởng và hiệu quả kinh doanh** ● Bối cảnh và quan điểm khác nhau ● Tương tác với khách hàng theo một cách khác, các giải pháp và nhu cầu khác nhau hàng ngày **Những thách thức khi là chủ doanh nghiệp** ● Phân biệt đối xử với những người có nhu cầu đặc biệt ● Chấp nhận khó khăn và coi đó là cơ hội học hỏi ● Tập trung vào những điều được yêu thích, không phải những điều không được yêu thích ● Tập trung vào khả năng, không phải khiếm khuyết **Chiến lược về cách tạo ra văn hóa làm việc bình đẳng giới** ● Bình đẳng về giới tính ● Sắp xếp công việc linh hoạt ● Đảm bảo trả lương bình đẳng ● Phát triển sự nghiệp ● Thúc đẩy giao tiếp cởi mở **Các chiến lược tạo ra sự đa dạng và hòa nhập** ● Hiểu về khả năng của đội nhóm của bạn ● Giúp nhau cảm thấy rằng kinh nghiệm của họ là hợp lệ và có giá trị ● Dạy, đẩy mạnh và trao quyền cho các kinh nghiệm
Thu hút và giữ chân nhân tài thông qua kết nối giá trị thương hiệu	**Các thông lệ mà người sử dụng lao động trong các MSME ASEAN có thể thực hiện để thu hút và giữ chân nhân tài hàng đầu** ● Lương thưởng và phúc lợi cạnh tranh ● Đào tạo và phát triển nhân viên ● Sắp xếp công việc linh hoạt ● Sự gắn kết và công nhận của nhân viên ● Văn hóa đa dạng và hòa nhập ● Chương trình giữ chân nhân viên ● Chương trình giới thiệu nhân viên ● Sử dụng công nghệ **Các phương pháp chính mà các thương hiệu hàng đầu ASEAN có thể sử dụng để xây dựng thương hiệu nội bộ và thương hiệu doanh nghiệp của họ** ● Thông điệp mạnh mẽ và nhất quán ● Sự tham gia của người lao động ● Lãnh đạo mạnh mẽ ● Hoạt động CSR ● Uy tín quản lý ● Phù hợp với các giá trị của công ty ● Đổi mới và khả năng thích ứng **Chiến lược để MSMEs thành công trong việc thu hút nhân tài** ● Phát triển thương hiệu nhà tuyển dụng mạnh ● Đầu tư phát triển nhân viên ● Nuôi dưỡng văn hóa làm việc tích cực ● Phát triển bản sắc thương hiệu mạnh ● Tạo dựng danh tiếng xuất sắc ● Công nghệ tiên tiến ● Tận dụng dữ liệu và phân tích
Tận dụng ESG	**ESG là gì?**

để tăng cường khả năng tiếp cận tài chính	• Chữ E trong ESG là viết tắt của tiêu chí môi trường, bao gồm năng lượng mà công ty của bạn sử dụng và chất thải mà công ty thải ra, chẳng hạn như mức tiêu thụ năng lượng mặt trời và lượng khí thải carbon, các nguồn tài nguyên mà công ty cần cũng như hậu quả của việc tiêu thụ và phát thải đối với khí hậu. • S, là tiêu chí xã hội, giải quyết các mối quan hệ mà công ty của bạn có và danh tiếng mà công ty tạo dựng được với mọi người và cộng đồng, dưới hình thức quan hệ lao động, sự đa dạng hoặc hòa nhập. • G, viết tắt của quản trị, là hệ thống thực hành, kiểm soát và thủ tục nội bộ mà công ty của bạn áp dụng để tự quản lý, đưa ra các quyết định hiệu quả, tuân thủ luật pháp và đáp ứng nhu cầu của các bên liên quan bên ngoài. **ESG mạnh = Hấp dẫn hơn** • Tạo điều kiện tăng trưởng hàng đầu • Giảm chi phí • Giảm thiểu can thiệp theo quy định và pháp lý • Nâng cao năng suất • Tối ưu hóa đầu tư và chi tiêu vốn **ESG mạnh = Tiếp cận nhiều hơn với nguồn tài chính** • Thu hút các nhà đầu tư có trách nhiệm với xã hội • Cải thiện xếp hạng tín dụng • Tiếp cận các sản phẩm và thị trường tài chính mới

Hoạt động

Trong bối cảnh kinh doanh thay đổi nhanh chóng ngày nay, điều quan trọng là các tổ chức phải theo kịp các chiến lược mới nhất để duy trì tính cạnh tranh. Hoạt động này được thiết kế để giúp bạn đánh giá mức độ sẵn sàng của tổ chức trong ba lĩnh vực chính: tính đa dạng và hoà nhập, thu hút và giữ chân nhân tài cũng như tận dụng ESG để nâng cao khả năng tiếp cận tài chính. Đối với mỗi lĩnh vực, bạn sẽ được yêu cầu xếp hạng mức độ khó khăn mà tổ chức của bạn gặp phải khi triển khai các chiến lược có liên quan.

Cách thực hiện hoạt động:
Bước 1: Xem lại danh mục cho từng lĩnh vực trong số ba lĩnh vực chính: **tính đa dạng và hoà nhập, thu hút và giữ chân nhân tài** cũng như **tăng cường khả năng tiếp cận tài chính qua ESG.**
Bước 2: Đối với mỗi mục trong danh mục, hãy đánh giá mức độ khó khăn mà tổ chức của bạn gặp phải khi triển khai chiến lược bằng **Bảng điểm ESG**.

Lĩnh vực chính 1: Đa dạng và Hòa nhập

Thách thức	Mức độ khó				
	1	2	3	4	5
Xây dựng chính sách đa dạng và hòa nhập					
Cung cấp đào tạo về đa dạng và hòa nhập cho nhân viên					
Đặt mục tiêu đa dạng để tuyển dụng và giữ chân nhân viên					
Tạo ra một nền văn hóa công ty đa dạng và hoà nhập					
Thúc đẩy một môi trường làm việc hoà nhập, nơi mọi người cảm thấy có giá trị và được tôn trọng					

Lĩnh vực chính 2: Thu hút và giữ chân nhân tài thông qua kết nối giá trị thương hiệu

Thách thức	Mức độ khó				
	1	2	3	4	5
Xác định giá trị công ty và thương hiệu của bạn					
Đánh giá nhu cầu nhân tài của công ty bạn					
Thu hút và giữ chân nhân tài bằng cách gắn kết các giá trị và thương hiệu của công ty bạn với các giá trị của nhân viên					
Xây dựng và thực hiện kế hoạch giữ chân nhân viên toàn diện					
Thường xuyên đánh giá và xem xét các chiến lược thu hút và giữ chân nhân tài của bạn					

Lĩnh vực chính 3: Tăng cường khả năng tiếp cận tài chính qua ESG

Thách thức	Mức độ khó				
	1	2	3	4	5
Xác định các vấn đề ESG chính liên quan đến doanh nghiệp của bạn					
Phát triển chiến lược ESG phù hợp với mục tiêu kinh doanh của bạn					
Thực hiện các hoạt động kinh doanh bền vững phù hợp với chiến lược ESG của bạn					
Báo cáo về hiệu suất ESG của bạn cho các bên liên quan chính					
Sử dụng kết quả ESG để tăng cường khả năng tiếp cận tài chính					

Bảng điểm ESG

Cấp độ	Mô tả
Cấp độ 1	Yêu cầu kiến thức hoặc kỹ năng cơ bản, các nhiệm vụ tương đối đơn giản và chỉ yêu cầu kiến thức hoặc kỹ năng cơ bản.
Cấp độ 2	Yêu cầu một số kinh nghiệm hoặc kỹ năng, các nhiệm vụ phức tạp hơn và yêu cầu một số kinh nghiệm hoặc kỹ năng để hoàn thành.
Cấp độ 3	Yêu cầu kiến thức hoặc kỹ năng trung cấp, các nhiệm vụ khó khăn hơn và đòi hỏi trình độ kiến thức hoặc kỹ năng cao hơn để hoàn thành.
Cấp độ 4	Yêu cầu kiến thức hoặc kỹ năng nâng cao, các nhiệm vụ rất khó khăn và đòi hỏi kiến thức hoặc kỹ năng ở mức độ cao để hoàn thành.
Cấp độ 5	Yêu cầu kiến thức hoặc kỹ năng chuyên môn, các nhiệm vụ cực kỳ khó khăn và đòi hỏi trình độ kiến thức hoặc kỹ năng chuyên môn để hoàn thành.

"Chiến lược là việc đưa ra các lựa chọn, sự đánh đổi, đó là việc cố ý chọn trở nên khác biệt."
Michael Porter, Học giả Mỹ