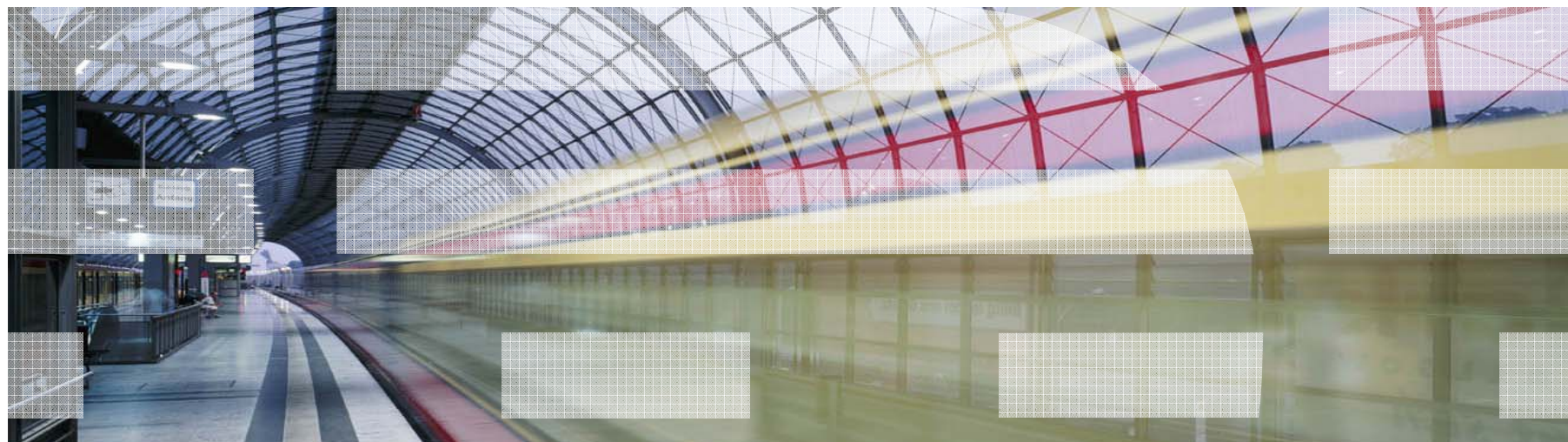


🕒 Click to add text

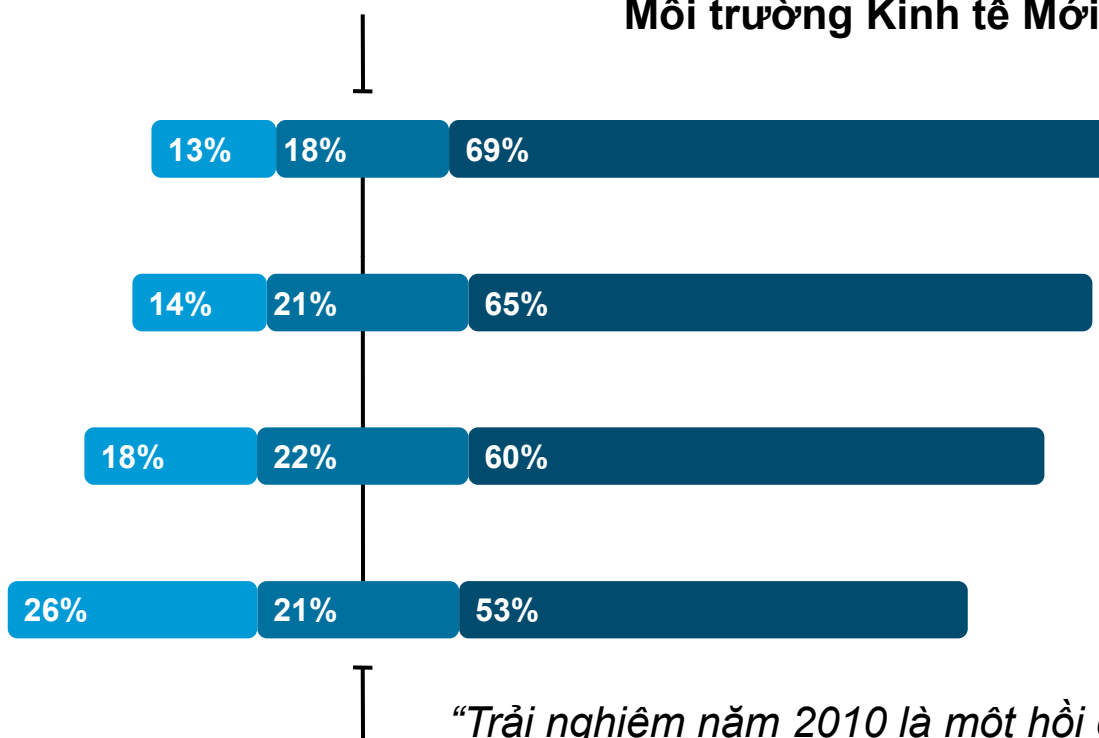


Khi nào nên đổi mới mô hình kinh doanh, và đổi mới như thế nào?



Theo Nghiên cứu CEO toàn cầu 2010 của IBM, phần lớn các CEO đều đánh giá môi trường kinh tế mới sẽ có rất nhiều biến động

Môi trường Kinh tế Mới



Nhiều biến động hơn

Các chu kỳ Sâu hơn/Nhanh hơn, rủi ro hơn

Mức độ bất ổn cao hơn

Khó dự báo hơn

Phức tạp hơn

Đa chiều, được liên kết

Khác biệt về cấu trúc

Thay đổi liên tục

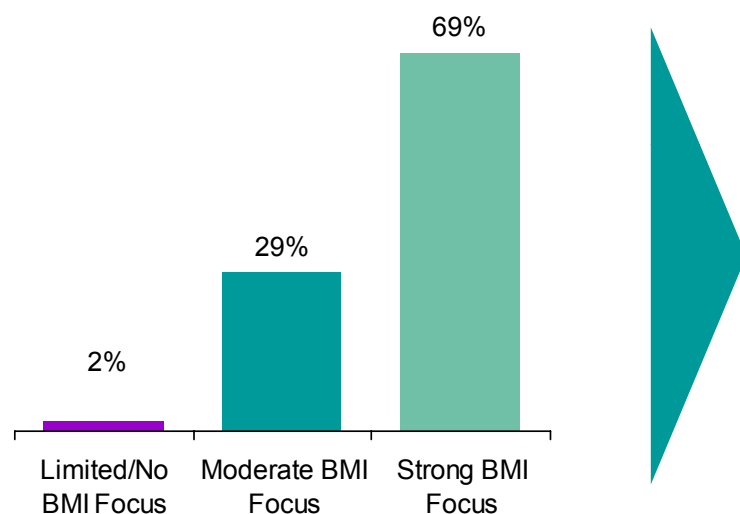
“Trải nghiệm năm 2010 là một hồi chuông cảnh tỉnh, giống như khi nhìn vào bóng tối mà không có một tia sáng nào le lói ở cuối đường hầm.”

Chủ tịch kiêm CEO,
một công ty SX hàng công nghiệp, Hà Lan

■ Không hề/Ở mức độ hạn chế
 ■ Ở mức độ nhất định
 ■ Ở mức độ lớn/rất lớn

Phần lớn các CEO đang điều chỉnh mô hình kinh doanh – 2/3 số này đang thực hiện các thay đổi trên diện rộng

Các doanh nghiệp tập trung vào đổi mới mô hình kinh doanh



Những yếu tố gì tạo nên mô hình kinh doanh?

Giá trị sẽ mang đến cho khách hàng

- Cách đề xuất giá trị
- Phân đoạn khách hàng
- “Những việc cần làm” cụ thể
- Sản phẩm/ dịch vụ đem bán và cách bán hàng

Cách tạo ra doanh thu

- Mô hình định giá
- Các hình thức tiền tệ hóa

Cách doanh nghiệp tự định vị trong ngành

- Vai trò và các mối quan hệ của doanh nghiệp trong chuỗi giá trị

Cách mang lại giá trị

- Các nguồn lực và quy trình nội bộ chủ yếu
- Các mối quan hệ đối tác bên ngoài

“Khi mô hình kinh doanh đã được đổi mới, chất lượng vận hành và sản phẩm sẽ tự động đổi mới theo”. Ronald de Jong, CEO Philips CL, Đức

Ba loại hình đổi mới mô hình kinh doanh

Đổi mới mô hình kinh doanh

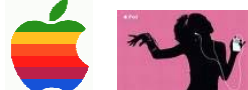
Đổi mới mô hình ngành nghề

Thay đổi cách ngành kinh doanh đang hoạt động, hoặc thay đổi chuỗi giá trị

- Định nghĩa lại các ngành kinh doanh

IKEA®

- Dịch chuyển sang các ngành mới



- Tạo ra các ngành mới hoàn toàn



* Nguồn: Viện Giá trị Kinh doanh IBM

Đổi mới mô hình doanh thu

Thay đổi cách mang lại giá trị cho khách hàng, hoặc cách định giá sản phẩm/ dịch vụ

- Thay đổi cách mang lại giá trị - thay đổi cơ cấu sản phẩm/dịch vụ/ giá trị

CIRQUE DU SOLEIL



- Cơ cấu và mô hình giá/tính thuế mới

Gillette®

Đổi mới mô hình doanh nghiệp

Thay đổi cách làm và đối tượng hợp tác

- Làm càng nhiều càng tốt trong nội bộ tổ chức

ZARA **ebay®**

- Chuyên môn hóa bằng cách tập trung vào các hoạt động tạo sự khác biệt

CISCO

- Hợp tác sâu với các đối tác bên ngoài

CHINA SUPPLIERS
Direct Member of Made-in-China.com

P&G

Khi nào nên đổi mới mô hình kinh doanh?

Mỗi tổ chức cần xác định thời điểm phù hợp để đổi mới mô hình kinh doanh, dựa trên 3 nhân tố sau



Các nhân tố vĩ mô: Kinh tế vĩ mô, quy định, luật lệ, môi trường

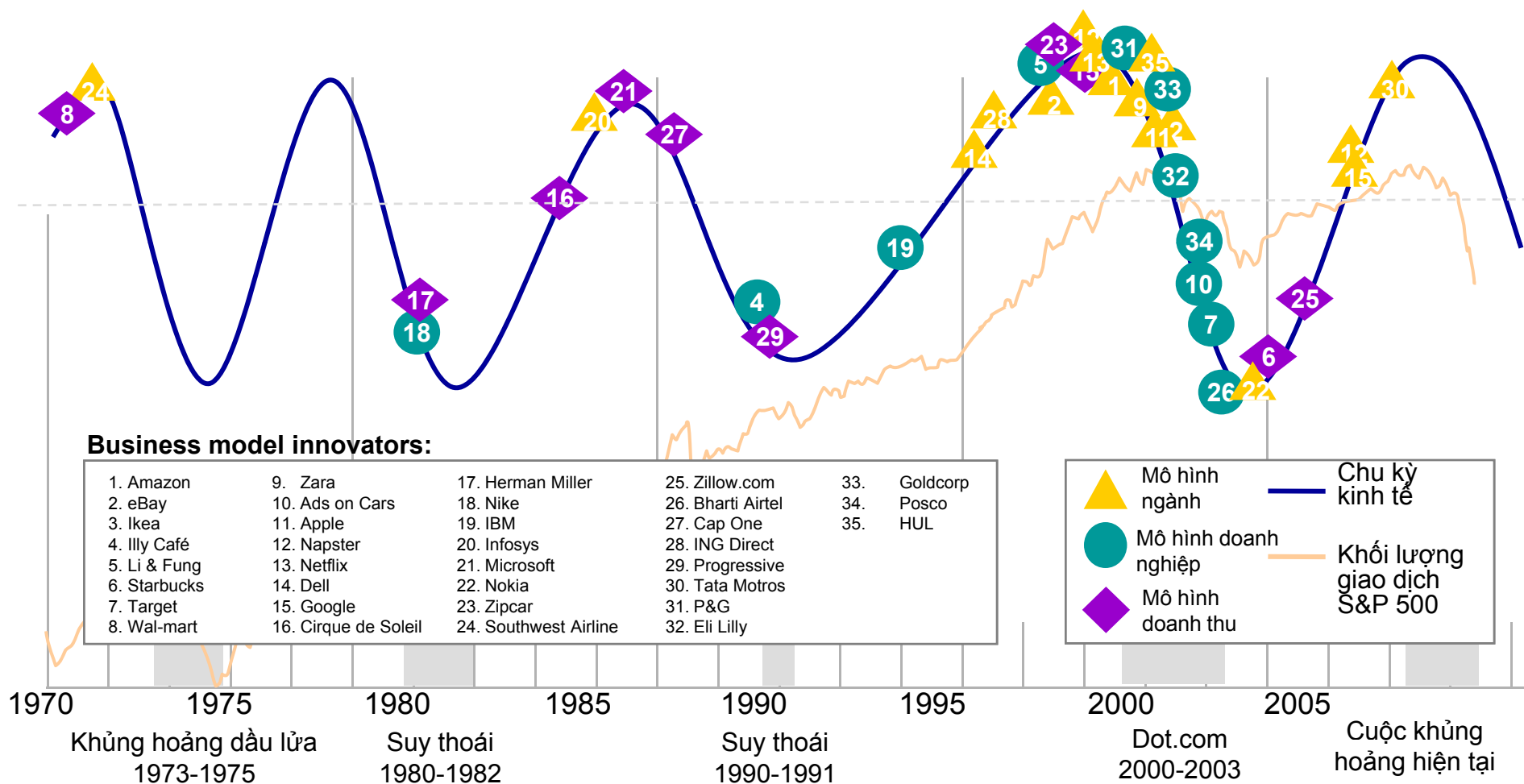


Các nhân tố ngành nghề/ thị trường: thay đổi chuỗi giá trị, đối thủ mới gia nhập thị trường, thay đổi về sở thích của khách hàng, thay đổi về phân đoạn khách hàng, công nghệ mới, v.v.



Các nhân tố nội tại: đổi mới sản phẩm, dịch vụ, các vấn đề về vận hành, mức độ sẵn có của các nguồn lực, v.v

Ví dụ về những thời điểm các công ty đổi mới mô hình kinh doanh khác nhau



Đổi mới mô hình kinh doanh như thế nào?

	Đổi mới mô hình ngành	Đổi mới mô hình doanh thu	Đổi mới mô hình doanh nghiệp	
Đáp ứng	Giá trị mang lại cho khách hàng <ul style="list-style-type: none"> • Đáp ứng với các mô hình ngành nghề, doanh thu (bao gồm cách đem lại giá trị cho khách hàng) và doanh nghiệp • Đáp ứng với môi trường bên ngoài, hoặc các mô hình kinh doanh “mở” • Khả năng tận dụng các nguồn lực và năng lực hiện có 			
Phân tích	Trí tuệ & Mức độ thấu hiểu <ul style="list-style-type: none"> • Tầm nhìn chiến lược/ Dự báo các kịch bản trong tương lai • Mô hình tài chính • Các thước đo mức độ hiệu quả 			
Thích nghi	Lãnh đạo & Thay đổi <ul style="list-style-type: none"> • Khả năng lãnh đạo mang tầm nhìn/ tính sáng tạo • Các quyết định hiệu quả để hỗ trợ những thay đổi mang tính đột phá • Điều chỉnh hướng đi một cách năng động 			
	Mô hình vận hành <ul style="list-style-type: none"> • Các quy trình minh bạch • Công nghệ linh hoạt và dễ dàng mở rộng theo quy mô • Các hoạt động vận hành được tối ưu hóa ở mức độ toàn cầu • Tính linh hoạt về chi phí và nguồn lực 			

Những doanh nghiệp đổi mới mô hình kinh doanh thành công là những doanh nghiệp thể hiện năng lực mạnh ở cả 3 phương diện

1 = không thể hiện năng lực
 2 = thể hiện năng lực vừa phải
 3 = thể hiện năng lực mạnh

	Đổi mới mô hình kinh doanh thành công	Đổi mới mô hình kinh doanh không thành công
Đáp ứng	2.67	1.3
Phân tích	2.4	1.13
Thích nghi	2.4	1.2
	2.5 (/3)	1.2 (/3)

Vai trò của công nghệ số đối với đổi mới mô hình kinh doanh

Đổi mới công nghệ số

Đổi mới mô hình kinh doanh

“Thay đổi cuộc chơi”

Tạo ra các giá trị và năng lực mới để tạo ra các nguồn doanh thu mới

Đổi mới trải nghiệm khách hàng

“Lôi cuốn sự tham gia của khách hàng”

Mở rộng các năng lực trên mạng để tối ưu hóa kinh nghiệm khách hàng và khai thác web 2.0 (cá nhân hóa, mạng xã hội, quản lý danh tính, v.v.)

Dẫn đầu về công nghệ

“Tối ưu hóa cơ sở hạ tầng”

Áp dụng một kiến trúc tiêu chuẩn, có thể sử dụng được nhiều lần, sử dụng các thành phần mã nguồn mở

Tại sao cần đổi mới theo hướng công nghệ số?

Công nghệ là một trong những động lực “bên ngoài” quan trọng nhất trong vòng 3 năm tới

56%

Các nhân tố thị trường

39%

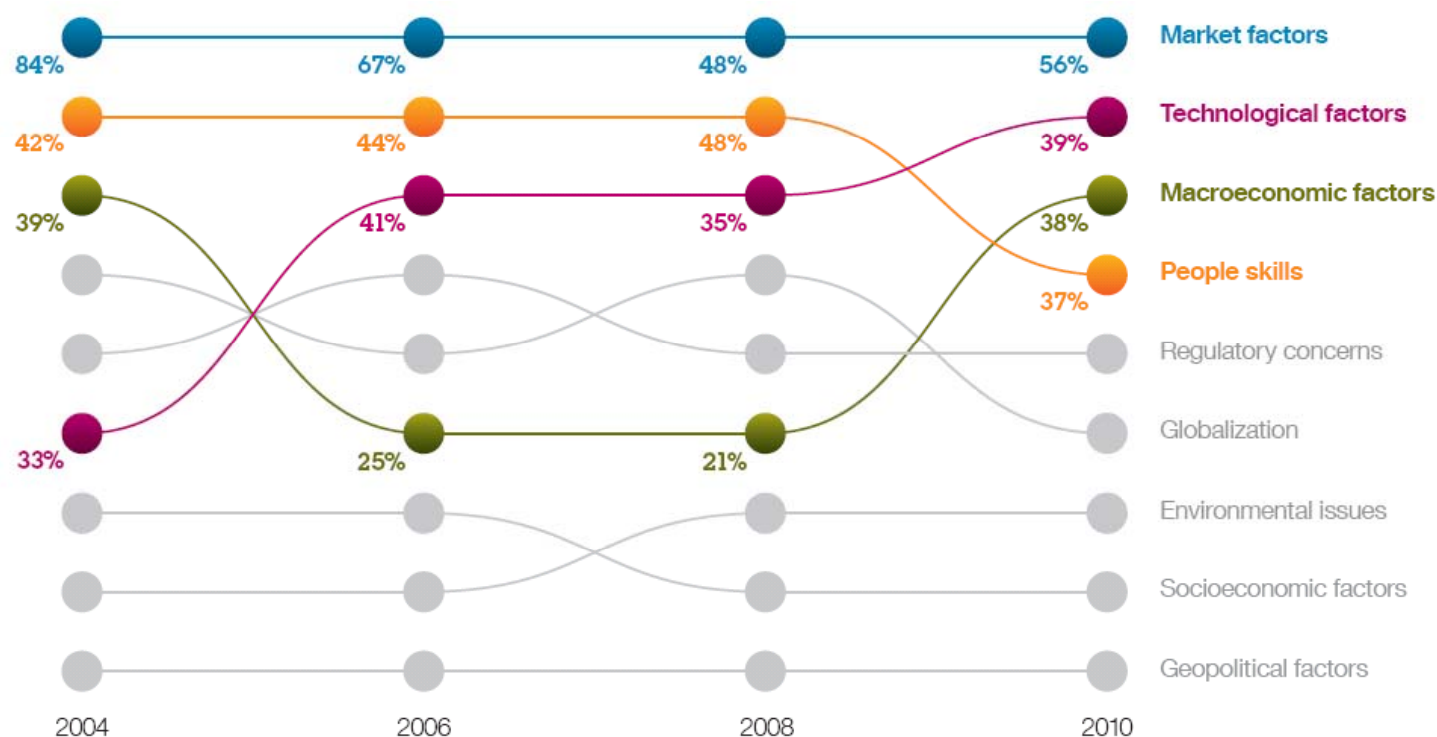
Các nhân tố CNTT

38%

Các nhân tố kinh tế vĩ mô

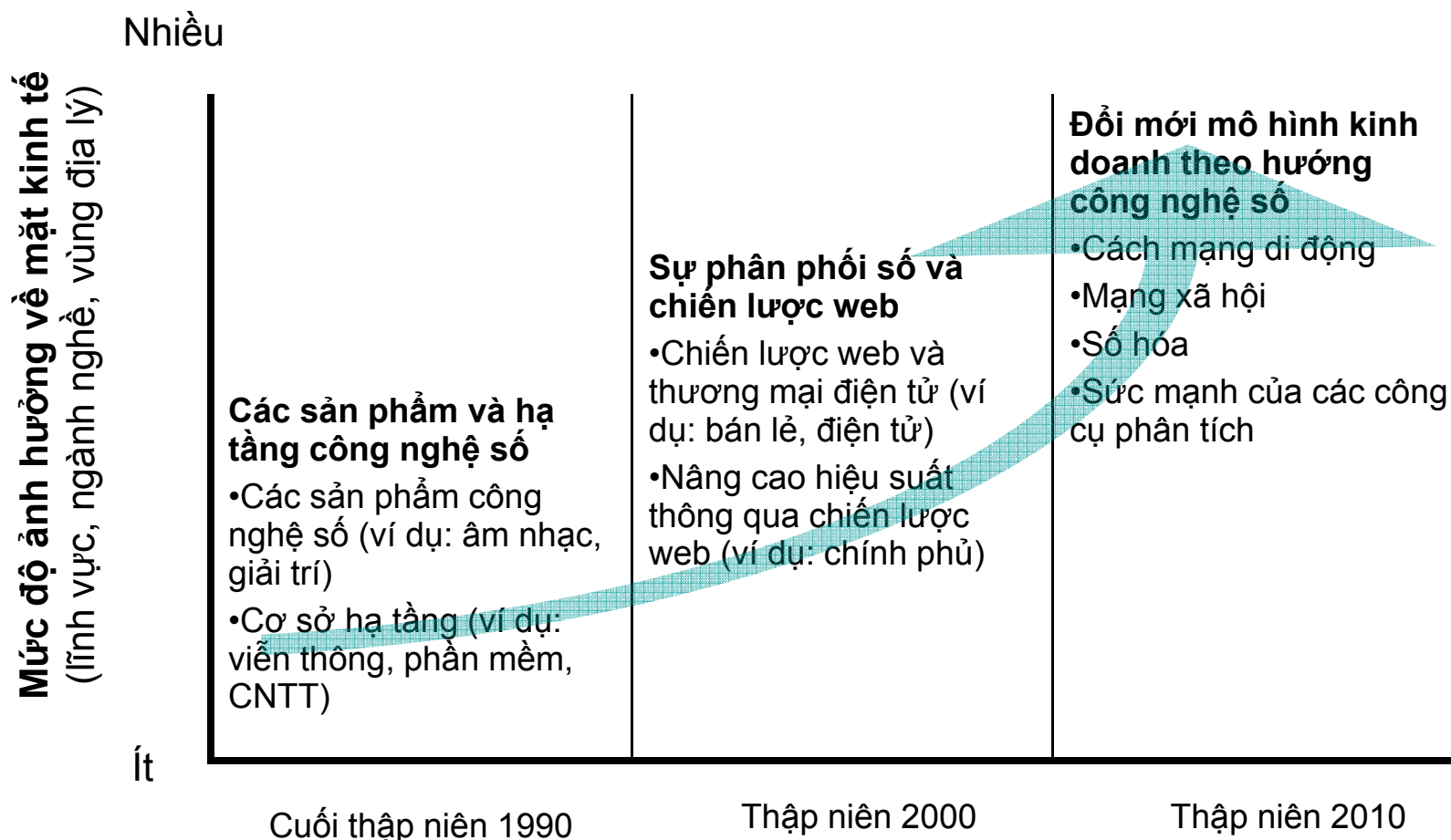
37%

Kỹ năng của con người

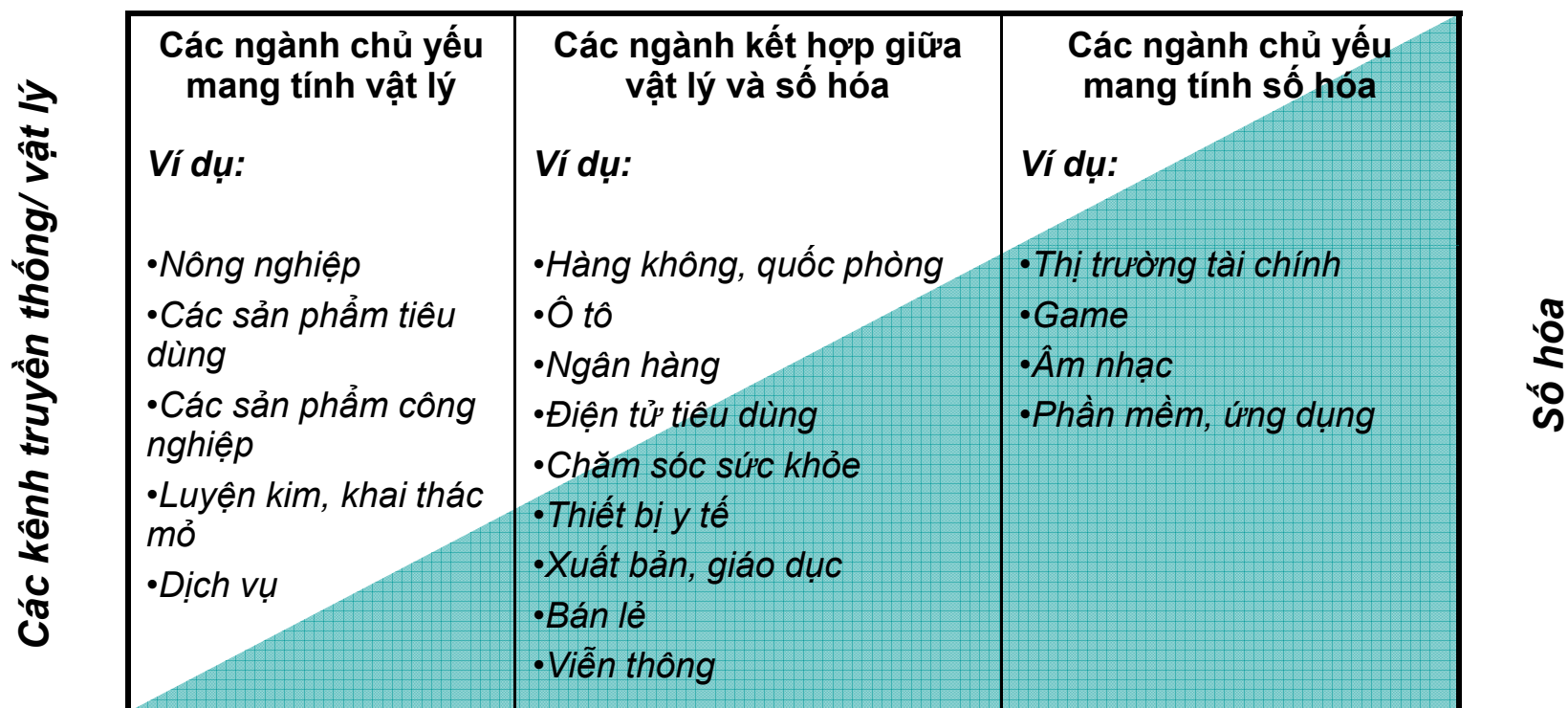


Nguồn: Nghiên cứu CEO Toàn cầu năm 2010 của IBM

Đổi mới theo hướng công nghệ số đang trở thành một xu thế tất yếu trong tất cả các lĩnh vực, ngành nghề, vùng địa lý

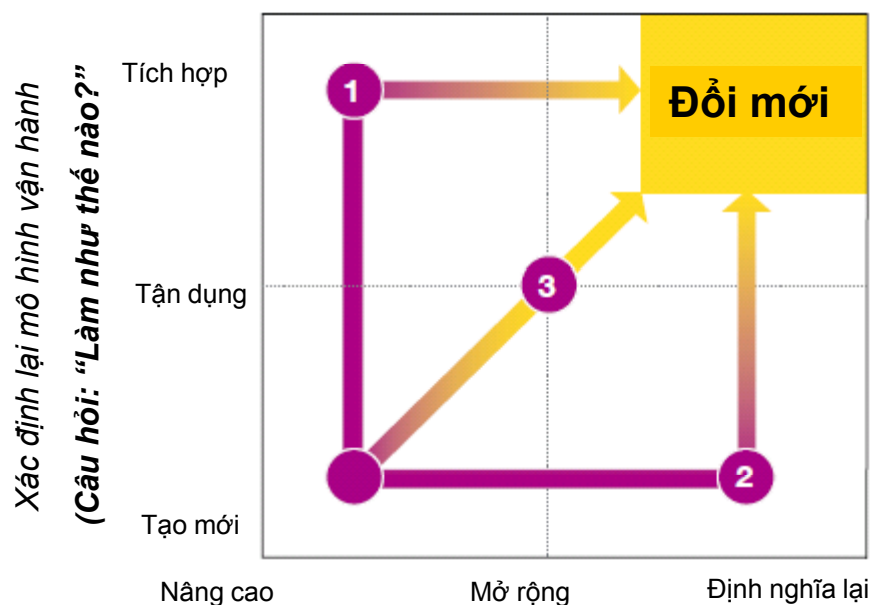


Các động lực đổi mới theo hướng công nghệ số đang thúc đẩy các ngành theo hướng vật lý – số hóa



Các động lực đổi mới theo hướng công nghệ số

Các con đường dẫn tới đổi mới theo hướng số hóa



Xác định lại cách đề xuất giá trị với khách hàng

(Câu hỏi: "Làm gì?")

1 Con đường số 1

Tạo ra và tích hợp các hoạt động số hóa. Sau đó hướng các hoạt động này vào việc đưa ra đề xuất giá trị để đổi mới toàn diện.

2 Con đường số 2

Nâng cao, mở rộng hoặc định nghĩa lại cách đề xuất giá trị dựa trên các nội dung số, các thông tin chiến lược. Sau đó tập trung vào tích hợp các hoạt động số hóa.

3 Con đường số 3

Xây dựng các năng lực mới xung quanh cách đề xuất giá trị với khách hàng đã được đổi mới, kết hợp với thay đổi mô hình hoạt động

Các năng lực cần thiết để đổi mới mô hình kinh doanh theo hướng số hóa

Đổi mới mô hình kinh doanh	Xây dựng giá trị khách hàng làm năng lực cốt lõi trong các mô hình ngành, doanh thu và doanh nghiệp
Cộng tác với khách hàng và cộng đồng	Lấy khách hàng làm trung tâm – đưa quan điểm này vào mỗi bộ phận của doanh nghiệp và sử dụng các công cụ và các năng lực mạng xã hội để kết nối với khách hàng
Tích hợp giữa các kênh	Tích hợp tất cả các điểm tiếp xúc với khách hàng trên các kênh vật lý và kênh số hóa
Tìm hiểu các thông tin chiến lược bằng các công cụ phân tích	Tích hợp thông tin từ tất cả các nguồn (nội bộ, bên ngoài) và tận dụng năng lực dự báo của các công cụ phân tích tiên tiến
Chuỗi cung ứng được số hóa	Tối ưu hóa các yếu tố trong chuỗi cung ứng, tích hợp hiệu quả trong nội bộ doanh nghiệp
Lực lượng lao động kết nối với nhau	Phát triển các kỹ năng phù hợp để đáp ứng các cơ hội kinh doanh phù hợp

Doanh nghiệp bạn đã sẵn sàng để đổi mới theo hướng công nghệ số?

- *Doanh nghiệp bạn đã xác định lại cách đề xuất giá trị với khách hàng?*
- *Doanh nghiệp bạn đã tối ưu hóa các hoạt động?*