Tin tức Afamily Kenh14 Autopro GenK GameK Xem bản thử nghiệm Magazine Hotline: 0943 113 999 Tìm kiếm

Ngoại hạng Anh

THỜI SỰ KINH DOANH QUỐC TẾ QUÂN SỰ THỂ THAO CƯ DÂN MẠNG GIẢI TRÍ PHÁP LUẬT SỐNG KHỎE INFOGRAPHIC ĐỜI SỐNG KHÁM PHÁ VIDEO

Kinh doanh Doanh nhân Bất động sản Tài chính - Đầu tư Thị trường Kinh tế quốc tế

Lời nói dối "niên đại 30 năm" của Khaisilk: Qua mặt hàng chục nghìn người suốt 3 thập kỷ thì quả là quá giỏi!

Lam Thiên | 26/10/2017 19:41

85 Thích 1,8K



Theo Blogger Nguyễn Ngọc Long, Khaisilk kiếm tiền nhờ bán niềm tin cho khách hàng, và việc ông này có thể qua mặt được hàng chục nghìn nhân viên, đối tác, khách hàng nhằm thực hiện trót lọt vụ lừa dối 30 năm là chuyện "không thể tưởng tượng nổi".

Bán khăn lụa "Made in China" nhưng quảng bá "Made in Vietnam", KhaiSilk vi phạm những quy định gì?

Khaisilk - "thần tượng" sụp đổ

Khaisilk đã nhập bao nhiêu khăn lụa Trung Quốc về gắn mác "Made in Vietnam"?

Doanh nhân Hoàng Khải - Khaisilk là một người xây dựng thương hiệu rất thành công trên mạng xã hội nhưng cũng vừa gặp phải một khủng hoảng lớn khi bán lụa Trung Quốc nhưng lại cắt dòng chữ Made in China để dán nhãn Việt Nam. Anh có nhận xét gì về cuộc khủng hoảng này?

Bản thân tôi không cho rằng Hoàng Khải đã xây dựng thương hiệu Khaisilk thành công trên mạng xã hội bởi cái tên Khaisilk đã được biết đến từ rất lâu, trước cả khi mạng xã hội xuất hiện ở Việt Nam. Là người nổi tiếng ở ngoài đời, ông Khải đã mang hình ảnh của mình lên mạng xã hội và tiếp tục đưa nó nổi tiếng trên thế giới ảo.

Nếu xét một cách công bằng, về tầm vóc, thương hiệu cá nhân Khaisilk trên mạng xã hội thì không thực sự xứng với những gì ông ấy đang có ở ngoài.

Chúng ta nên gọi thẳng tên cuộc khủng hoảng của Khaisilk là gian thương, buôn gian bán lận, chứ không nên lèo lái câu chữ như cách vị này đang làm. Sau khi đọc bài phỏng vấn về lời xin

lỗi của Khaisilk, là một người chuyên tư vấn xử lý khủng hoảng truyền thông, tôi đánh giá ông ấy đang không thẳng thắn, hay thực tế là đang dùng ngôn từ một cách lươn lẹo.



Cách thức ông Khải đối diện với khủng hoảng ban đầu là im lặng; sau đó khi có càng nhiều những thông tin bất lợi (bình luận của người làm việc cắt mác trên các sản phẩm của Khaisilk, những người tố cáo người nhà ông Khải đi mua hàng không đảm bảo chất lượng về bán) thì ông mới tiếng để xin lỗi, nhưng lại là một lời xin lỗi thiếu chân thành.

Đánh giá một cách thẳng thắn, điều này không cho thấy sự cầu thị mà chỉ là việc tìm cách để lấp liếm, trong tình huống biết mình không thể dập được những bằng chứng đã và sẽ xuất hiện.

Cuộc khủng hoảng này xảy ra là điều đương nhiên, giống như câu nói "cái kim trong bọc lâu ngày cũng lòi ra", nhưng cũng phải dành lời khen cho doanh nhân này vì đã "một tay che trời" trong suốt 30 năm qua. Rất nhiều bài phỏng vấn về bản thân được Hoàng Khải tô vẽ rất long lanh, ông này cũng thường nhắn nhủ doanh nhân, doanh nghiệp về chữ tín trong kinh doanh, phải là người tử tế nhưng chính mình lại làm nhiều việc đi ngược lại giá trị đạo đức trên thương trường.

Nếu ông Khải không quá nổi tiếng trên mạng xã hội thì anh có nghĩ cuộc khủng hoảng này sẽ không rộng đến mức như vậy?

Phải phân biệt rõ rằng đây là khủng hoảng do thương hiệu Khaisilk quá nổi tiếng chứ không liên quan đến việc bản thân doanh nhân này nổi tiếng ra sao trên mạng xã hội. Đó là kết quả của sự phụ bạc lòng tin được thực hiện trót lọt trong thời gian quá dài.

Cho đến giờ Khaisilk đã trở thành một công ty đa ngành và lụa chỉ là một mảng kinh doanh rất nhỏ, liệu thương hiệu lụa có ảnh hưởng lớn các ngành nghề khác hay không khi mà lụa không

liên quan gì đến bất động sản hay ngành ăn uống…?

Tất nhiên là ảnh hưởng vì đây không phải chỉ là câu chuyện của lụa.

Lấy một ví dụ đơn giản, nếu bây giờ công ty của Khaisilk có scandal do việc tự sản xuất khăn lụa gây ra các sản phẩm lỗi, thì sai sót này nếu đủ lớn để tạo thành khủng hoảng thì chỉ là việc liên quan đến sản phẩm.

Nhưng câu chuyện về chiếc khăn lụa ở đây lại không phải chuyện liên quan đến sản phẩm một cách đơn giản như thế. Hoàng Khải đang bán sản phẩm bằng thương hiệu, trong khi thương hiệu đó lấy tiền của khách nhờ điều gì? Là niềm tin! Chính vì có niềm tin, khách hàng mới sẵn lòng bỏ ra một số tiền rất lớn để mua sản phẩm của Hoàng Khải.

Niềm tin đối với một doanh nghiệp có ở mọi thứ liên quan đến hoạt động của nó. Tức là khách hàng có quyền nghi ngờ mọi sản phẩm khác của Khaisilk, chỉ có điều người ta sẽ nghi ngờ đến mức nào thôi. Đó là một chuỗi khủng hoảng không chỉ ảnh hưởng tới thương hiệu, khách hàng, mà còn là cả đối tác, nhà đầu tư, nhà phân phối.



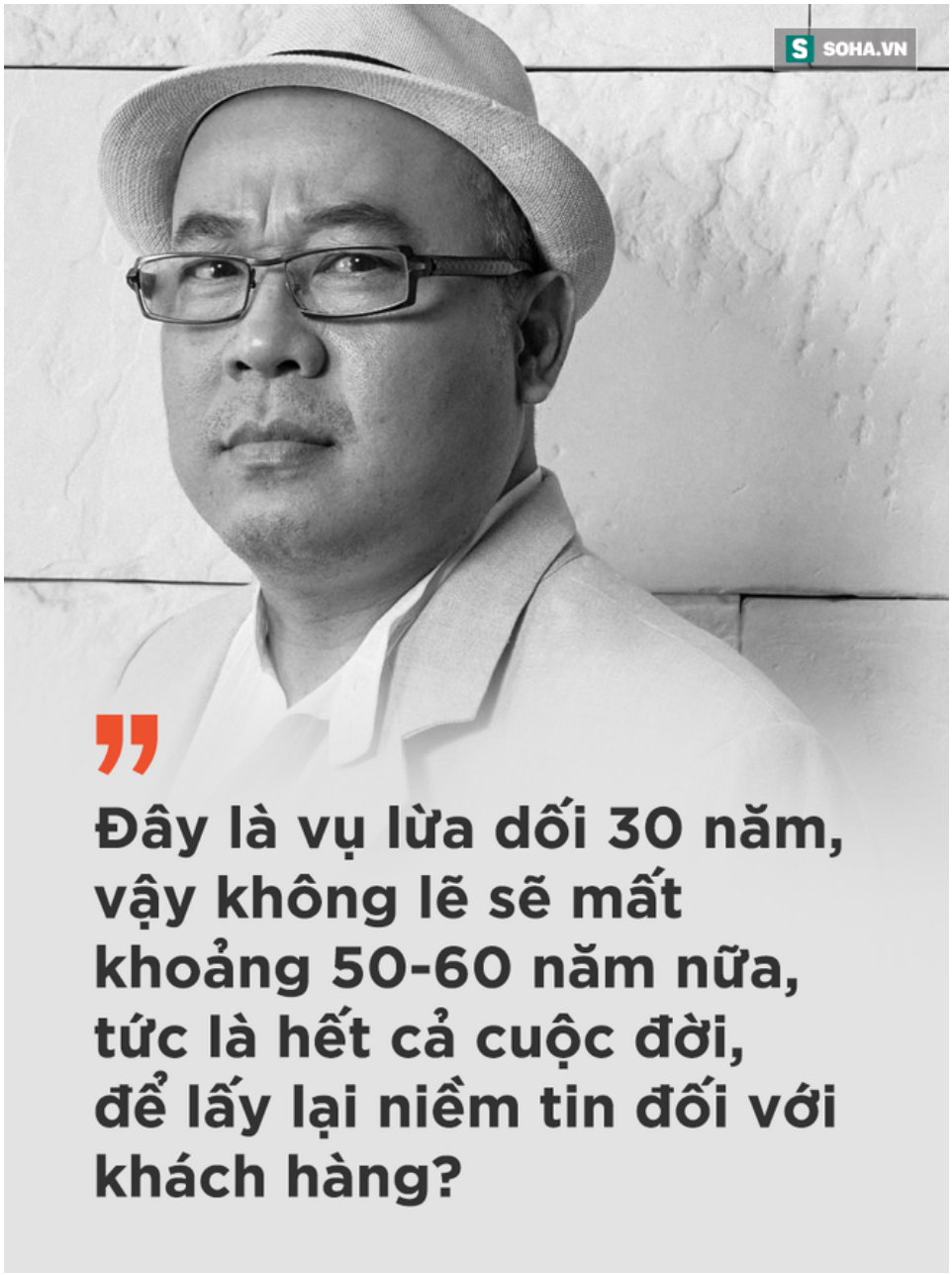
Xây dựng thương hiệu và thành công bắt đầu từ lụa nhưng rồi giờ gặp khủng hoảng lớn cũng với lụa, anh có bình luận gì về sự trùng hợp đó?

Chuyện với lụa chỉ là một sự trùng hợp đơn thuần. Tấm khăn lụa đó chỉ là một thứ hiện hữu, mang bộ mặt của scandal, còn bản chất của scandal đó nằm trong chính tính cách của người chủ doanh nghiệp.

Có một điểm lạ là trong 30 năm, Khaisilk đã phải bán hàng triệu sản phẩm, hợp tác với hàng nghìn người (từ nhân viên, đến đối tác) và tương tác với hàng nghìn người khác là những khách hàng của ông ấy mà Hoàng Khải có thể bưng bít được thì quả là quá giỏi.

Cảm giác của tôi có lẽ cùng trùng với cảm giác của nhiều khách hàng đang cân nhắc thử sử dụng và sử dụng tiếp dịch vụ, sản phẩm của Khaisilk bởi tôi không tin mình sẽ nhận được một thứ đàng hoàng từ công ty này.

Bạn sao dám ăn một tô phở khi vẫn lo lắng không biết mình có thể ăn phải thứ gì trong tô phở đó, nhất là khi người phục vụ món ăn cho bạn đã có kinh nghiệm 30 năm lừa dối những khách hàng của mình? Mọi chuyện có thể sẽ chỉ được phát hiện sau vài chục năm nữa, và ai sẽ dám đánh cược?



Ông Hoàng Khải đã chính thức lên tiếng xin lỗi và cam kết hoàn tiền cho tất cả các khách hàng đã mua nhầm khăn Trung Quốc, vậy điều này theo anh đã đủ giải quyết cuộc khủng hoảng hay chưa?

Nguyên tắc của xử lý khủng hoảng truyền thông là cháy ở đâu thì dập ở đấy, và đầu tiên phải xác định được tâm đám cháy. Tôi nghĩ là anh Khải đã xác định sai tâm đám cháy.

Vấn đề không phải là tiền, khách hàng không bức xúc vì "mua một chiếc khăn 30.000 đồng với giá 2 triệu" mà là họ thấy mình bị phản bội niềm tin. Đền bù là vấn đề đương nhiên, thậm chí còn liên quan đến luật pháp, nhưng đó không phải cách để xử lý khủng hoảng truyền thông, bởi tôi không tin rằng những thiệt hại của khách hàng trong 30 năm đó anh Khải có thể đền được hết.

Bàn đến việc làm thế nào để Khaisilk có thể lấy lại được niềm tin của người tiêu dùng là chuyện rất khó, bởi nguyên nhân lớn nhất lại nằm ở việc thương hiệu của anh quá nổi tiếng nhưng lại xây dựng trên một lời nói dối có "niên đại" 30 năm. Tôi chỉ là người ngoài mà đã thấy choáng váng, nếu là bản thân anh Khải, chắc sẽ rất khó để nghĩ mất bao lâu và sẽ phải làm gì lúc này để lấy lại những gì đã mất.

Một thương hiệu mất 4 năm để lấy được niềm tin của khách hàng, nếu xảy ra khủng hoảng, có thể sẽ mất 5-6 năm mới được chấp nhận lại. Trong khi đó, đây là vụ lừa dối 30 năm, vậy không lẽ sẽ mất khoảng 50-60 năm nữa, tức là hết cả cuộc đời, để lấy lại niềm tin đối với khách hàng?



Bloger Nguyễn Ngọc Long của Truyền thông Trăng Đen (Blackmoon).



Ông trùm Khaisilk tai tiếng và những phát ngôn "sốc"

Ông chủ Khaisilk: Cơn địa chấn lụa "Tàu" nhấn chìm đế chế nghìn tỷ hơn 30 năm dựng xây

theo Nhịp sống kinh tế

85 Thích 1,8K

Đọc tin tức, xem tin kinh tế mới nhất tại Soha.

Bạn đọc có thể báo tin, gửi bài viết, clip, ảnh về email kinhdoanh@ttvn.vn để nhận nhuận bút cao trong vòng 24h.

Đường dây nóng: 0943 113 999

Soha
Thích 382K

Tags

xây dựng thương hiệu | xử lý khủng hoảng truyền thông | Khăn lụa Khaisilk | Khaisilk bán khăn lụa tàu | Khăn lụa Khaisilk Trung Quốc | Khaisilk bán lụa Trung Quốc | Hoàng Khải | Khải Silk | KhaiSilk | mạng xã hội | tin nóng trong ngày | Khaisilk made in chin

CÙNG CHUYÊN MỤC

Xem theo ngày 10 Tháng 6 2018 XEM



Cường Đô La bất ngờ xuất hiện cùng McLaren 720S

Nổi bật



TS Lê Đăng Doanh: Lùi thời gian thông qua Luật Đặc khu là "lắng nghe những ý kiến chân thành" Nổi bật



Dân buôn "xoay như chong chóng" trước tin mua được bản quyền World Cup 2018

1 ngày trước



Không có mặt trong 32 đội ở vòng chung kết nhưng đây là cách Trung Quốc "có mặt" tại mọi trận đấu và hưởng lợi từ World Cup năm nay

23 giờ trước



Chủ quán bún chả Obama: "Tôi rất bàng hoàng và xót thương khi biết ông Anthony Bourdain qua đời"

1 ngày trước



Sự nghiệp của triệu phú Anthony Bourdain - đầu bếp từng ăn bún chả cùng ông Obama vừa qua đời do tự tử

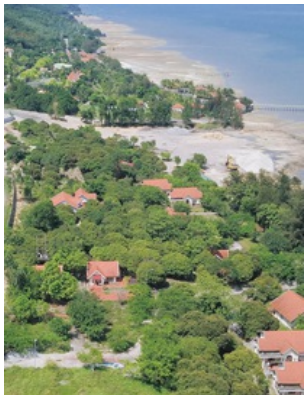
1 ngày trước

TIN NỔI BẬT SOHA



ST: Thủ tướng Lý Hiển Long chuẩn bị gặp ông Kim Jong Un và ông Trump

Thủ tướng Singapore Lý Hiển Long sẽ gặp riêng Tổng thống Mỹ Donald Trump và nhà lãnh đạo Triều Tiên Kim Jong Un trước khi hai vị lãnh đạo này gặp nhau vào ngày 12/6.



Đặc khu kinh tế Vân Đồn: Phía sau viễn cảnh màu hồng