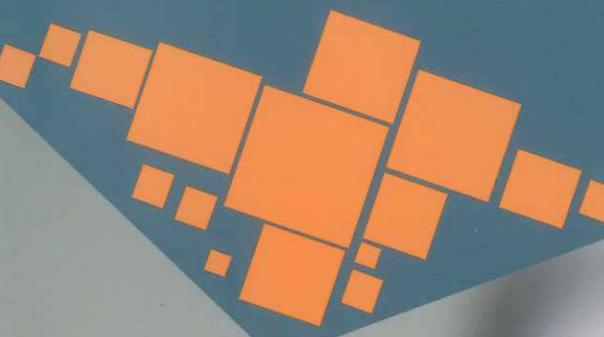


RA KHƠI

25
7.2016

FIRST 6
MONTHS OF
THE YEAR
SUBSIDIARIES
OF CEN GROUP
STRIVE TO
SPEED UP



CEN GROUP LAUNCHES CEN PARTNERSHIP CARDS TO
EXPRESS GRATITUDE TO 56,000 VALUED CUSTOMERS

BIỆT THỰ SONG LẬP COURTYARD HOMES - KĐT GAMUDA GARDENS

Biệt thự song lập giai đoạn II Courtyard Homes gồm 44 căn được thiết kế theo phong cách đương đại, sáng tạo đỉnh cao có sự thống nhất và giàu tính thẩm mỹ.

Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA - 137 Nguyễn Ngọc Vũ, Cầu Giấy, Hà Nội

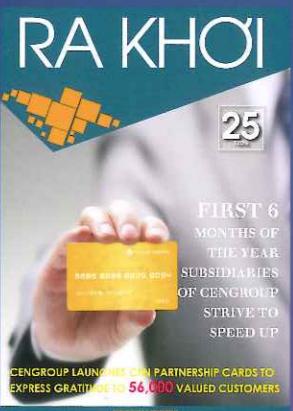
Hotline: 0917 763 166 - CSKH: 18006088

COPYRIGHT BY CEN GROUP

RA KHƠI

NGƯỜI THỰC HIỆN:
NHÓM BIÊN TẬP TẬP ĐOÀN

MỌI Ý KIẾN ĐÓNG GÓP XIN GỬI VỀ
ĐỊA CHỈ: ANHNTP@CENGROUP.VN



RA KHƠI - ĂN PHẨM LƯU HÀNH NỘI BỘ
THUỘC CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN THẾ KỶ

Website: cengroup.vn

TRỤ SỞ CHÍNH - GROUP OFFICE:
137 Nguyễn Ngọc Vũ, Cầu Giấy, Hà Nội.
ĐT: (04) 62636688 - Fax: (04) 62814195

CHI NHÁNH:
Tòa nhà Samco, số 326 Võ Văn Kiệt,
P. Cô Giang, Quận 1, TP.HCM
ĐT: (08) 392 56 975 - Fax: (08) 392 56 955

Mục lục

- | | |
|-------|--|
| Bìa 1 | |
| 2 | Mục lục / Table of contents |
| 3 | Lời ngỏ / Editorial message |
| 4-8 | Tin tức / News |
| 9-21 | Tiêu điểm / Focus

<i>6 tháng đầu năm: Thành viên nhà CEN ra sức “tăng tốc”</i>
<i>First 6 months of the year: Subsidiaries of CENGROUP strive to speed up</i> |
| 22-24 | Bất động sản nổi bật / Featured projects |
| 25-27 | Khám phá / Discover

<i>Nha Trang – Vùng đất của những ai yêu thiên nhiên và thích khám phá</i>
<i>Nha Trang - The land of those who love nature and exploring</i> |
| 28-33 | Members of CEN

<i>Hoa hậu Miss Bikini 2015 – Đỗ Thị Thành Hà</i>
<i>“Chiến thắng bản thân là điều quan trọng nhất sau cuộc thi”</i>
<i>Miss Bikini 2015 Dong Thi Thanh Ha</i>
<i>“Conquering yourself is the most important after competition”</i> |
| 34-41 | CEN OPEN |
| 42-44 | Thư viện CEN / CEN Library

<i>Đọc sách gì để vượt qua những cơn khủng hoảng tuổi 30</i>
<i>Must-Read Books to Survive Your Quarter-Life Crisis</i> |
| 44 | Tin cành gà |
| 45 | Ô chữ bí mật / Quiz |
| 46-47 | CEN photos |

BẠN NGHĨ THẾ NÀO VỀ CON SỐ 56.000?

56.000 chỉ là một con số bình thường trong dãy số tự nhiên, ta dễ dàng bỏ qua khi đọc lên như bao con số khác, nhưng với nhà CEN 56.000 là con số với bao ý nghĩa...

Đó là 56.000 khách hàng đã giao dịch thành công và hài lòng khi mua Bất động sản tại CEN.

56.000 khách hàng, và gấp đôi con số đó những giao dịch BDS thành công, là sự lựa chọn tin tưởng của khách hàng đối với CEN - đó cũng là thành công lớn nhất mà CEN nhận được trong suốt 14 năm xây dựng và phát triển.

Đó là mồ hôi, công sức, là bao nỗ lực hết mình của hàng ngàn người nhà CEN: Những nhân viên kinh doanh vất vả ngoài đường, trên công trường dự án; những cô tạp vụ, những anh kỹ thuật, lái xe, các bạn hành chính - lễ tân,... ngày ngày chuẩn bị vất vả để các bạn Sale có đầy đủ mọi điều kiện tốt nhất chăm sóc, phục vụ khách hàng.

Để đạt được những con số ý nghĩa ấy cũng là nhờ sự tin tưởng của hàng trăm chủ đầu tư trong nước, quốc tế ủy thác phân phối những sản phẩm BDS – những đứa con tinh thần tâm huyết của CĐT.

Kết thúc nửa chặng đường năm 2016, nhà CEN đã được những giải thưởng danh giá: Thương hiệu tiêu biểu, Doanh nghiệp BĐS có doanh thu cao, Sàn giao dịch BĐS tiêu biểu,... Và Giải thưởng danh giá nhất đó chính là Niềm tin mà 56.000 khách hàng đã gửi trao. Tri ân những khách hàng đã tin tưởng lựa chọn và chia sẻ, giới thiệu thêm nhiều khách hàng mới sử dụng dịch vụ BĐS tại CEN, nhà CEN đã chính thức phát hành thẻ CEN PARTNERSHIP. Sự ra đời của CEN PARTNERSHIP là một bước phát triển mới, một chặng đường mới tươi sáng, đầy hứa hẹn của nhà CEN!

Để nạp năng lượng cho chặng đường mới đầy hứng khởi, ACE nhà CEN đã có cuộc hẹn lớn tưng bừng tại thành phố biển Nha Trang.





+ NEWS

CEN SUMMER CUP 2016: "cuộc chơi" của đam mê và tinh thần đồng đội

Trong tháng 5.2016, CEN Miền Nam đã tổ chức thành công giải bóng CEN SUMMER CUP 2016 với sự hưởng ứng nhiệt tình của 6 đội bóng và đông đảo ACE CĐV. 6 đội bóng đến từ 6 siêu thị cùng các công ty thành viên thuộc CEN Miền Nam đã cống hiến cho khán giả những trận đấu đẹp mắt và hấp dẫn. Diễn ra vào đầu mùa mưa của Sài Gòn nên giải đấu cũng gặp nhiều bất lợi về thời tiết, nhưng với quyết tâm cao độ cùng sự cổ vũ nhiệt tình của đông đảo CĐV, giải đấu vẫn diễn ra đúng với kế hoạch và thành công rực rỡ. Kết quả chung cuộc, giải Nhất đã thuộc về đội bóng "tia chớp" S1, giải Nhì thuộc về "cơn lốc đỏ" S3, giải Ba thuộc về Liên minh TOHO. Ngoài 3 giải chính, giải phụ Vua phá lưới cũng được trao cho cầu thủ Nguyễn Văn Nhuận đội tuyển S1 và giải Đội Cổ động xuất sắc cũng được trao cho các CĐV của đội Liên minh TOHO.

SOUTH CENGROUP SUMMER CUP 2016: PASSION AND TEAM SPIRIT

In May 2016, South CENGROUP successfully held South CENGROUP SUMMER CUP 2016 with enthusiasm of 6 teams and fans. 6 teams from six supermarkets and member companies of South CENGROUP have devoted spectacles with wonderful games. At the beginning of the rainy season in Saigon, the tournament is at a disadvantage on the weather, but with high determination and enthusiastic cheers of fans, it goes on as planned and gain brilliant success. The first prize belongs to S1, the second prize is awarded to S3 and TOHO is ranked in the third position. In addition to three main prizes, Best Scorer is awarded to player Nguyen Van Nhuan from S1 and Most Cheerful Fans belong to TOHO.

STDA ra mắt hệ thống đại lý phân phối BDS TNR Holdings Việt Nam

Ngày 02.06.2016, Hệ thống Đại lý phân phối chuỗi BDS của TNR Holdings Việt Nam đã chính thức được thành lập. Trong đó, Hệ thống Siêu thi dự án Bất động sản STDA là Tổng Đại lý, đồng hành cùng chủ đầu tư, tư vấn cho chủ đầu tư chiến lược và chính sách bán hàng theo từng giai đoạn; chịu trách nhiệm trước chủ đầu tư về doanh số... Hai dự án đầu tiên tại Hà Nội trong chuỗi dự án BDS của TNR Holdings Việt Nam được phân phối theo mô hình này là Goldmark City (136 Hồ Tùng Mậu) và GoldSeason (47 Nguyễn Tuân).

STDA LAUNCHES THE AGENT SYSTEM TO SELL PROJECTS OF TNR HOLDINGS VIETNAM

On June 2 2016, the agency system to sell projects of TNR Holdings Vietnam is officially established. STDA is assigned to be the general sale agent and consultant for strategies and sales policy in stages; responsible for sales volume to the developer and etc. The first two projects in Hanoi of TNR Holdings Vietnam to be sold according to this model are Goldmark City (136 Ho.Tung Mau) and GoldSeason (47 Nguyen Tuan).



Hợp tác đầu tư phát triển dự án The Golden Palm

Sáng 09.06.2016, "Lễ ký kết Hợp tác đầu tư và phát triển dự án The Golden Palm" đã diễn ra tại Hà Nội, giữa đại diện Công ty cổ phần Phát triển Đầu tư Hà Nội Sunrise (HDIS) và Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển BDS Thế Kỷ (CENINVEST); HDIS và Tập đoàn Delta.

Theo thỏa thuận hợp tác, CENINVEST sẽ góp vốn đầu tư dự án cùng HDIS trong khi đó, Delta sẽ là tổng thầu.

The Golden Palm nằm trên trục đường Lê Văn Lương - tuyến đường nổi bật, phát triển, được quy hoạch và đầu tư xây dựng hạ tầng đồng bộ của Hà Nội. Dự án sẽ kiến tạo một tiêu chuẩn sống mới với những căn hộ cao cấp, có không gian sống yên bình và thư thái, nằm trong một "ốc đảo xanh" giữa những khu đô thị "bê tông" ồn ào và ngọt ngào khu vực Trung Hòa - Nhân Chính.

INVESTMENT AND COOPERATION TO DEVELOP THE GOLDEN PALM

On June 9, 2016, the signing ceremony of cooperation and investment to develop The Golden Palm between Hanoi Sunrise Investment Development Joint Stock Company (HDIS) and Century Real Estate Investment & Development Joint Stock Company (CENINVEST); HDIS and DELTA Group took place in Hanoi.

Under the cooperation agreement, CENINVEST along with HDIS shares capital to invest and develop The Golden Palm.

The Golden Palm is located on Le Van Luong extended road. From the project, residents can easily access facilities and available social services. With the desire to create a new standard of living with luxury apartments, The Golden Palm brings residents sweet feelings, leaving behind all hustle of modern life to enjoy peaceful moments with family and friends.

CENGROUP chính thức trở thành Tổng Đại lý phân phối các sản phẩm của dự án Gamuda Gardens

Ngày 11.06.2016 tại KĐT Gamuda Gardens (quận Hoàng Mai, Hà Nội), "Lễ ký kết Hệ thống Đại lý chiến lược và Ra mắt Biệt thự song lập giai đoạn II" dự án Gamuda Gardens đã chính thức được diễn ra giữa chủ đầu tư Gamuda Land Việt Nam và Công ty Cổ phần Tập đoàn Thế Kỷ (CENGROUP).

Theo thỏa thuận hợp tác, CENGROUP là Tổng Đại lý phân phối các dự án của Gamuda Gardens giai đoạn II. Với vai trò là Tổng Đại lý, CENGROUP cũng tiến hành ký kết hợp tác phân phối chiến lược với các đại lý thành viên: Hệ thống Siêu thi dự án Bất động sản STDA (STDA), Công ty Cổ phần Đầu tư và Xây dựng Đạt Phát (Đạt Phát), Công ty Tư vấn Bất động sản Tân Thịnh (Tân Thịnh), Công ty Cổ phần Đầu tư Thương mại và Dịch vụ MHomes Hà Nội (MHomes), Công ty Cổ phần Tư vấn Bất động sản Vincenland (Vincenland). Trong đó, STDA đóng vai trò là đơn vị chịu trách nhiệm chính về doanh số bán hàng, chiến lược và hiệu quả kinh doanh... với chủ đầu tư, hỗ trợ đắc lực cho chủ đầu tư từ giai đoạn trước khi sản phẩm BDS hình thành, đến giai đoạn bán hàng và cho tới khi khách hàng nhận nhà, xây dựng cuộc sống mới tại Khu đô thị.

Trong giai đoạn II, chủ đầu tư Gamuda Land Việt Nam tiếp tục cho ra mắt 44 căn Biệt thự song lập được thiết kế theo phong cách đương đại, sáng tạo đột phá gồm hai căn nhà biệt lập đối xứng, ghép lại tạo thành một thể kiến trúc thống nhất và giàu tính thẩm mỹ.

CENGROUP IS THE GENERAL SALE AGENT TO SELL PROJECTS OF GAMUDA GARDENS TOWNSHIP

On June 11, 2016 at Gamuda Gardens Township, "The signing ceremony of strategic agency system and launch ceremony of semi-detached houses – Phase 2 – Gamuda Gardens Township" occurred between Gamuda Land Vietnam and CENGROUP.

According to the cooperation agreement, CENGROUP is the general agent to sell projects of Gamuda Gardens project in phase II. As the main selling and marketing agency, CENGROUP also signs strategic cooperation agreement with other agencies: STDA, Dai Phat Land, Tan Thinh, Mhome and Vincenland. In which, STDA is responsible for sales, strategies and business performance with the developer. They will provide invaluable support to developers from pre-sale, sale to after-sale.

In phase II, the developer Gamuda Land Vietnam continues to launch 44 semi-detached houses which feature the distinctively contemporary design with two houses share one common wall. The unique design shows the consistency in the smart master planning and aesthetic features.

LỄ KÝ KẾT HỢP TÁC & RA MẮT HỆ THỐNG ĐẠI LÝ PHÂN PHỐI CÁC SẢN PHẨM GAMUDA GARDENS



Top 17 thí sinh sẽ tranh tài sắc tại Chung kết Miss Bikini 2016

Vượt qua hơn 30 thí sinh khác, top 17 được xướng tên trong đêm Bán kết Miss Bikini 2016 vừa diễn ra vào 19h00 ngày 18.06.2016 sẽ cùng nhau tranh tài sắc tại Chung kết (diễn ra tại resort Diamond Bay - TP Nha Trang vào ngày 09.07.2016).

Tại đêm Bán kết, sau khi trải qua hai phần thi là biểu diễn trang phục dạ hội và biểu diễn bikini cùng số lượng vote từ khán giả, 17 thí sinh sau đã lọt vào Chung kết: Đinh Thu Hà (CENINVEST), Nguyễn Thị Thúy (CENINVEST), Huỳnh Thị Diễm Mi (CEN Miền Nam), Nguyễn Cẩm Vân (STS9), Nguyễn Thị Hồng Nga (TOHO), Vũ Thị Bích Ngọc (STS9), Nguyễn Huyền Trang (STS2), Võ Thị Ánh Vân (CEN Miền Nam), Ngô Thị Hường (STS8), Nguyễn Thị Hiền (STS1), Nguyễn Đình Trâm Anh (CEN Miền Nam), Phạm Ngọc Lan (STS5), Nguyễn Thu Trang (STS1), Đinh Thị Tâm (TOHO), Nguyễn Huyền Trang (WSL1), Vương Thị Tuyết Anh (STS3) và Vũ Thị Thủy (STS6).

TOP 17 CONTESTANTS WILL COMPETE IN MISS BIKINI FINALS 2016

Overcoming more than 30 candidates, top 17 in Miss Bikini 2016 semi-final night were named at 19:00 on June 18 2016 to compete in the final at Diamond Bay - Nha Trang on July 9 2016.

In the semi-final night, after evening gown and bikini performances, 17 contestants entered the final including Dinh Thu Ha (CENINVEST), Nguyen Thi Thuy (CENINVEST), Huynh Thi Diem Mi (South CENGROUP), Nguyen Cam Van (S9), Nguyen Thi Hong Nga (TOHO), Vu Thi Bich Ngoc (S9), Nguyen Huyen Trang (S2), Vo Thi Anh Van (South CENGROUP), Ngo Thi Huong (S8), Nguyen Thi Hien (S1), Nguyen Dinh Tram Anh (South CENGROUP), Pham Ngoc Lan (S5), Nguyen Thu Trang (S1), Dinh Thi Tam (TOHO), Nguyen Huyen Trang (WSL1), Vuong Thi Tuyet Anh (S3) and Vu Thi Thuy (S6).



FLC Garden City mở hội tri ân khách hàng

Ngày 19.06.2016 chủ đầu tư FLC Group tổ chức chương trình "Tri ân khách hàng, chia sẻ thành công và kết nối cộng đồng FLC Garden City" với hàng trăm quà tặng có giá trị dành cho cư dân tại FLC Landmark - Lê Đức Thọ - Mỹ Đình.

Để gửi lời cảm ơn sâu sắc tới khách hàng đã tin tưởng "chọn mặt gửi vàng", vào ngày 19.06 vừa qua, tại tòa nhà FLC Landmark Tower chủ đầu tư FLC Group kết hợp với Worldstar Land tổ chức chương trình "Tri ân khách hàng, Chia sẻ thành công, Gắn kết cộng đồng FLC Garden City". Theo đại diện chủ đầu tư, đây là một sự kiện rất đặc biệt đối với cộng đồng cư dân tương lai của FLC Garden City. Bởi không những đây là dịp để chủ đầu tư tri ân, gặp gỡ, trao đổi với khách hàng đã mua căn hộ của mình, mà còn là cơ hội để cộng đồng cư dân tương lai gặp gỡ, làm quen, giao lưu với nhau trước khi chính thức về làm "hàng xóm" tại FLC Garden City. Tham dự chương trình, tất cả khách hàng đều nhận được quà tặng lưu niệm từ chủ đầu tư và có cơ hội nhận được voucher nghỉ dưỡng trị giá 4 triệu đồng. Ngoài ra, những khách hàng mới đặt cọc mua căn hộ mà do khách hàng cũ giới thiệu đã được tặng ngay Ipad Air trị giá 7 triệu đồng, đồng thời khách hàng cũ cũng được tặng ngay 2 triệu đồng. Khách hàng đặt cọc thành công còn được tham gia bốc thăm trúng thưởng chuyến du lịch tại Singapore, Tivi Samsung 43 inch... và rất nhiều phần quà có giá trị lớn lên tới 40 triệu đồng.

FLC GARDEN CITY EXPRESSES GRATITUDE TO CUSTOMERS

On June 19, 2016 the developer FLC Group organized "Gratitude to customers, successful stories and FLC Garden City community connection" with hundreds of valuable gifts for residents at FLC Landmark - Le Duc Tho - My Dinh.

To thank customers for choosing FLC Garden City, on June 19 at FLC Landmark Tower, the developer FLC Group along with Worldstar Land held the program "Gratitude to customers, successful stories and FLC Garden City community connection". According to representatives of the developer, this is a very special event for future residents of FLC Garden City. This is not the opportunity for the developer to express their gratitude, meet and talk to customers but also for future residents to communicate with one another before becoming "neighbors" at FLC Garden City. Attending the program, all customers will receive gifts from the developer and have the chance to get a resort voucher worth 4 million dong. In addition, new customers who are referred by old ones will be presented iPad Air worth 7 million dong while old customers get 2 million dong in cash. Customers with successful transactions are entitled to join the lucky draw program to get the travel voucher to Singapore, 43-inch Samsung TV and a lot of valuable gifts worth up to 40 million dong.

CENGROUP phát hành thẻ CEN Partnership tri ân 56.000 khách hàng thân thiết

Ngày 29.06.2016 tại khách sạn Daewoo Hà Nội, CENGROUP đã chính thức phát hành thẻ CEN Partnership nhằm tri ân sâu sắc hơn 56.000 khách hàng đã tin tưởng lựa chọn sử dụng dịch vụ và chia sẻ, giới thiệu dịch vụ của CENGROUP tới hàng ngàn khách hàng mới khác. Đây không chỉ là sự kiện tri ân đơn thuần, đây là cam kết, khẳng định của CENGROUP: một lần là khách hàng của CENGROUP sẽ mãi mãi được CENGROUP tri ân, mãi mãi là thành viên, đối tác của CEN Partnership.

56.000 khách hàng giao dịch BDS thành công tại CENGROUP là một con số không nhỏ, chứng tỏ sự quan tâm, ưu ái và niềm tin vững chắc của khách hàng trong suốt 14 năm hình thành và phát triển của CENGROUP.

Thẻ CEN Partnership chính là hành động tri ân thiết thực mà CENGROUP dành cho khách hàng thân thiết khi sử dụng dịch vụ, sản phẩm tại các công ty thành viên và đối tác của CENGROUP.

Khách hàng có thể đăng ký mở thẻ tại trung tâm chăm sóc khách hàng Cencare, trung tâm phát hành thẻ thông qua website <http://vip.cengroup.vn/> hoặc tại các lễ giới thiệu, mở bán dự án. Sau 10 ngày đăng ký thông tin, khách hàng sẽ được nhận thẻ CEN Partnership và sử dụng những ưu đãi mà thẻ mang lại.

Thông tin chi tiết về CEN Partnership; các sản phẩm, dịch vụ của CENGROUP khách hàng vui lòng xem tại:

Website: <http://vip.cengroup.vn> - Hotline CSKH: 19006088

CENGROUP LAUNCHES CEN PARTNERSHIP CARDS TO EXPRESS GRATITUDE TO 56,000 VALUED CUSTOMERS

On June 29 2016 at Hanoi Daewoo Hotel, CENGROUP officially released CEN Partnership cards as a deeper appreciation to 56,000 customers who have trusted, used and referred the services of CENGROUP to thousands of new customers. This is not just a simple appreciation event but also commitment of CENGROUP. Using or buying CENGROUP's products and services once, customers are entitled to be a member as well as partner of CEN Partnership forever.

56,000 customers with successful transactions in CENGROUP is not a small figure, which demonstrates the attention, favor and firm belief of customers during 14-year establishment and development of CENGROUP.

CEN Partnership card is a practical action that CENGROUP wishes to show gratitude to valued customers when using services and products at CENGROUP's subsidiaries and associates.

Customers can sign up to open the card at Customer Care Center (CENCARE), via the website <http://vip.cengroup.vn/> or at the opens for sale. After 10 days of registration, customers will receive a CEN Partnership card and enjoy incentives.

For more detailed information about CEN Partnership, projects and services of CENGROUP please visit:

Website: <http://vip.cengroup.vn> - Customer Care Hotline: 19006088

CENGROUP PHÁT HÀNH THẺ CENPARTNERSHIP

TRI ÂN 56.000 KHÁCH HÀNG THÂN THIẾT



STDA Miền Nam và những hoạt động mở bán sôi nổi

Trong tháng 6 vừa qua, STDA Miền Nam đã tổ chức nhiều hoạt động mở bán sôi nổi tại các dự án đang phân phối là Dragon Hill Residence and Suites 2 và Celadon City. Nhân ngày Quốc tế thiếu nhi, ngoài các giải thưởng của chủ đầu tư, của STDA Miền Nam dành cho khách hàng đặt mua thành công và tham dự, còn có các quà tặng dành riêng cho các thành viên nhí của gia đình khách hàng như: học bổng tiếng Anh, đồ chơi,...

SOUTH STDA AND EXCITING OPENS FOR SALE

In June, South STDA has organized many exciting opens for sale such as Dragon Hill Residence & Suites 2 and Celadon City. On occasion of International Children's Day, in addition to the awards of the developer, South STDA gives customers meaningful presents for children such as English scholarship, toys and etc.

Eco – Green City: Chính thức mở bán tòa CT2 và tri ân khách hàng

Tiếp nối thành công của các tòa CT1, CT3, CT4, tòa CT2 – tòa nhà cuối cùng trong tổ hợp Eco – Green City đã được chủ đầu tư chính thức mở bán vào ngày 25.06 tại khách sạn Marriott, số 8 Đỗ Đức Dục, Hà Nội. Sự kiện đã thu hút hàng trăm khách hàng tới tham dự.

Nếu như ở các tòa trước đó, chủ đầu tư chú trọng trang bị nội thất thông minh, hiện đại để hướng tới phục vụ công dân toàn cầu thì ở tòa CT2 chủ đầu tư còn đầu tư nhiều hơn nữa những không gian tiện ích nhằm tạo điều kiện và chăm sóc những công dân toàn cầu một cách toàn diện nhất. Cũng trong ngày diễn ra Lễ Giới thiệu chính thức tòa căn hộ CT2 Eco – Green City, chủ đầu tư kết hợp tổ chức Lễ Tri ân như một lời cảm ơn sâu sắc tới những khách hàng đã tin tưởng, lựa chọn Eco – Green City là nơi an cư cho tổ ấm của mình. Tham dự Lễ Tri ân, tất cả khách hàng mua căn hộ tòa CT1, khách hàng mua CT3, CT4 và CT2 tính từ 07.06.2016 đến sáng ngày 25.06.2016 đã được tham dự bốc thăm trúng thưởng xe Vespa và nhiều quà tặng hấp dẫn với tổng giá trị quà tặng lên tới 200 triệu đồng.

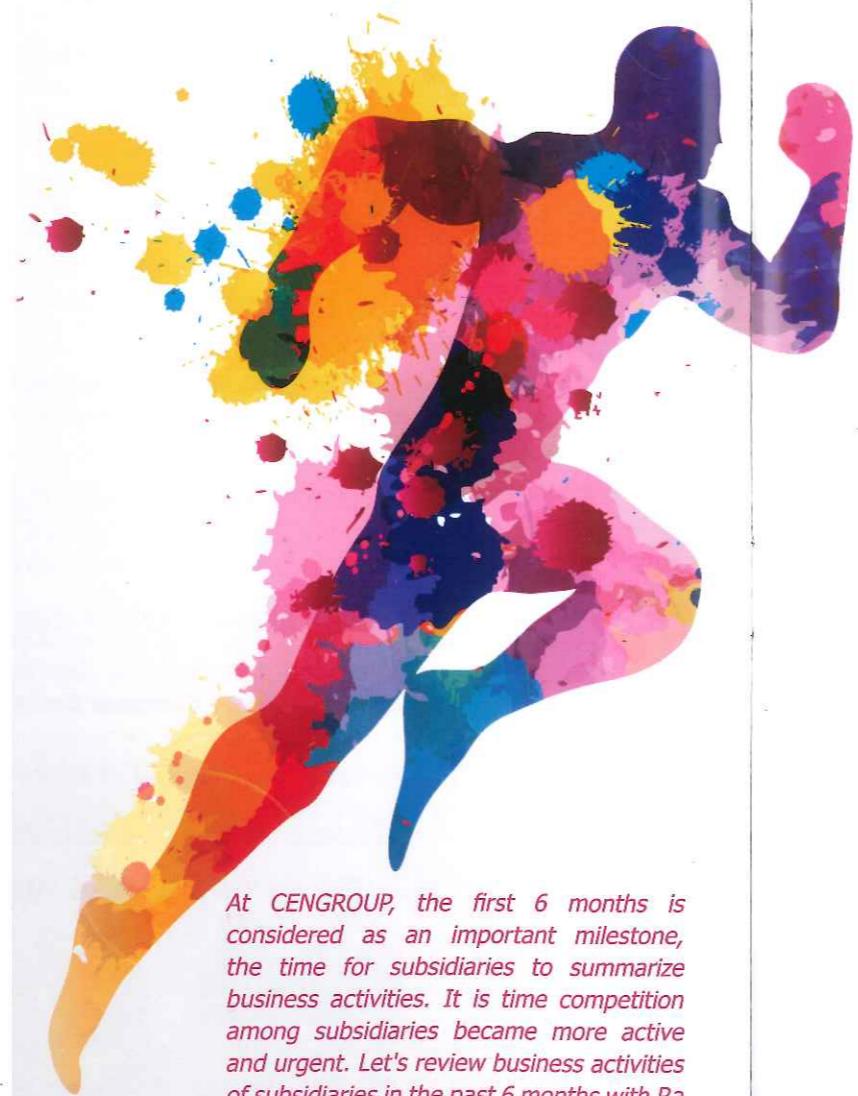
ECO-GREEN CITY: OFFICIAL OPEN FOR SALE OF CT2 AND CUSTOMER APPRECIATION

Following the success of CT1, CT3 and CT4, CT2 of Eco-Green City was officially opened for sale by the developer on June 25 at JW Marriot Hotel Hanoi, Do Duc Duc, Hanoi. The event attracted hundreds of customers to participate.

In the previous offering events, the developer focused on smart and modern furnishings to serve residents. In CT2, they invest in convenient facilities and meet various demands of residents. In the official launch ceremony of CT2 at Eco-Green City, the developer expresses their gratitude to customers who have trusted and chosen Eco-Green City apartments. Attending the gratitude ceremony, all customers buying CT1, CT2, CT3 and CT4 apartments from June 7 2016 till June 25 2016 will attend the lucky draw program to get Vespa motorcycle and many valuable gifts totaling up to 200 million dong.



FIRST 6 MONTHS OF THE YEAR SUBSIDIARIES OF CENGROUP STRIVE TO SPEED UP



Tại nhà CEN, 6 tháng đầu năm được coi là dấu mốc vô cùng quan trọng, là thời điểm để các đơn vị thành viên tự tổng kết lại quá trình hoạt động kinh doanh. Đây cũng là lúc, “cuộc đua” giữa các đơn vị thành viên nhà CEN trở nên sôi động và khẩn trương. Hãy cùng Ra Khoi điểm lại các hoạt động kinh doanh của các đơn vị thành viên trong 6 tháng vừa qua.

6 THÁNG ĐẦU NĂM: THÀNH VIÊN NHÀ CEN RA SỨC TĂNG TỐC



STDA: ONE OF LEADING AGENTS ON THE REAL ESTATE MARKET

STDA: Vị “soái ca” trên thị trường phân phối BDS

6 tháng đầu năm, STDA đã vươn mình phát triển mạnh mẽ, khẳng định vững chắc thương hiệu, uy tín thông qua sự ra đời của mô hình Hệ thống Đại lý và các sản phẩm phân phối. Để tìm hiểu kỹ hơn quá trình STDA trở thành “Soái ca” trên thị trường phân phối như thế nào, hãy cùng trò chuyện với anh Nguyễn Tho Tuyển – TGĐ Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA.

RK25: Thưa anh, anh đánh giá như thế nào về thị trường BDS 6 tháng đầu năm 2016?

Mr.Tuyennt: 6 tháng đầu năm, kinh tế vĩ mô ổn định đã kéo thị trường BDS phát triển theo. Nguồn cung căn hộ lớn, đặc biệt ở phân khúc trung – cao cấp, chiếm tới 70% sản phẩm trên thị trường nhưng nhu cầu thực chỉ chiếm 30%. Dự báo, phân khúc bình dân vẫn được nhiều người quan tâm, phân khúc trung và cao cấp vẫn đảm bảo chất lượng nhưng giá sẽ hợp lý hơn để phù hợp với nhu cầu thực của khách hàng mua để ở.

In the first 6 months, STDA has had strong growth, confirming its brand and prestige through the creation of the agent system. To learn more about STDA's achievements, let's talk to General Director of STDA Nguyen Tho Tuyen.

RK25: How do you evaluate the first 6 months the real estate market in 2016?

Mr.Tuyennt: In the first 6 months, macroeconomic stability has led to the real estate market development. Large supply of apartments, especially in the mid- and high-end segment accounts for 70% of the market, but demand is only 30%. It is forecast that affordable segment draws attention of many customers and, mid- and high-end segment ensures the quality but the price will be more reasonable to meet the real needs of homebuyers.

Về thị trường môi giới, đang diễn biến phức tạp. Khi chủ đầu tư (CĐT) có quá nhiều hàng hóa, ai cũng muốn sản phẩm của mình thanh khoản tốt, nhanh chóng mang lại hiệu quả cao. Tuy nhiên, muốn làm được điều đó, CĐT cần phải có nguồn lực tập trung để bán hàng, tìm kiếm được nhiều khách hàng, bán hàng nhanh nhất và tốt nhất. Xuất phát từ nhu cầu thực tế đó của CĐT, hàng loạt các sàn mới được thành lập.

Có thể thấy, thị trường BDS đang chứng kiến một cuộc cạnh tranh khốc liệt giữa các CĐT với các sản phẩm tung ra thị trường ngày càng nhiều, kèm theo đó là sự cạnh tranh gay gắt giữa các sàn phân phối để giành thị phần.

The brokerage market is becoming more and more complicated. When developers deploy too many projects, they want their projects to have good liquidity and quickly bring high efficiency. However, to do that, developers should have resources to sell and look for more customers. From that real need of developers, a series of new real estate trading floors is established.

Overall, the property market is witnessing a fierce competition among developers while more and more projects are opened for sale. Real estate trading floors compete with one another to gain market share.

RK25: Trong bối cảnh đa sắc của thị trường BDS, các hoạt động của STDA bị ảnh hưởng thế nào thưa anh? / In the context of the current real estate market, how are STDA's activities affected?

Mr.Tuyennnt: "Bức tranh" nhiều màu và không đồng nhất này ảnh hưởng nhiều nhất tới khách hàng. Họ bị bủa vây trong thông tin, khó có thể đưa ra được quyết định đúng đắn. Thị trường có quá nhiều môi giới cùng bán một sản phẩm và nhiều đơn vị phân phối nhỏ lẻ, tự phát sẵn sàng đưa ra các thông tin thiếu chính xác về sản phẩm, chính sách, thậm chí là dùng nhiều chiêu trò không chính đáng để bán hàng bằng mọi cách. Bởi vậy, khách hàng sẽ rụt rè trong quyết định và dần mất niềm tin vào thị trường.

Thị trường thực sự cần có các CĐT có tầm nhìn tốt và sản phẩm thực hướng tới quyền lợi của khách hàng. Cần có các đơn vị môi giới đủ lớn mạnh để nâng cao chất lượng dịch vụ. Trước thực tế này, STDA đã cho ra mắt mô hình Hệ thống Đại lý. Theo đó, một sàn giao dịch lớn đủ uy tín và năng lực được giao làm Tổng Đại lý và nắm vai trò điều tiết chính sách, giám sát thị trường, cùng chủ đầu tư kịp thời xử lý tình huống, đảm bảo thị trường ổn định, minh bạch, cạnh tranh lành mạnh.

Mr.Tuyennnt: *Customers are most affected by the context of the current real estate market. They are surrounded with information and difficult to come up with the right decision. The market has too many salespeople to sell a project. Many small real estate trading floors give inaccurate information about projects, policies and even use improper tactics to sell in any way. Therefore, customers will shy of making decisions and gradually lose confidence in the market.*

The market really needs developers with good vision and projects towards the interests of customers. Real estate trading floors must be strong enough to improve the quality of services. STDA has launched the agent system. Accordingly, a large trading floor with credibility and capacity will be assigned as the general agent and play the role of adjusting the policy, control the market and promptly handle the situation, ensuring market stability, transparency and fair competition.

RK25: Có thể nói mô hình này đã đánh dấu bước phát triển vượt bậc của STDA. Xin anh hãy chia sẻ sâu hơn về mô hình Hệ thống Đại lý chiến lược để ACE nhà CEN hiểu rõ hơn? / This model marks the boom of STDA. Could you please share more about the agent system?

Mr.Tuyennnt: Trong mô hình này, đơn vị được giao đóng vai trò Tổng Đại lý sẽ chịu trách nhiệm về doanh số bán hàng, chiến lược và hiệu quả kinh doanh với CĐT. Hỗ trợ đắc lực cho CĐT từ giai đoạn trước khi sản phẩm BDS hình thành, sang giai đoạn bán hàng và cho tới khi khách hàng nhận nhà, xây dựng cuộc sống tại dự án.

Đối với CĐT, mô hình này sẽ giúp đẩy nhanh tốc độ bán hàng, hiệu quả kinh doanh. Tổng Đại lý sẽ tư vấn cho các CĐT ở cả 3 giai đoạn trước - trong và sau bán hàng, cung cấp ra thị trường những sản phẩm chất lượng, đáp ứng đúng và trúng nhu cầu của người tiêu dùng với chất lượng sản phẩm, dịch vụ tốt.

Đối với khách hàng, mô hình phân phối mới này sẽ mang tới nhiều cơ hội lựa chọn các đơn vị phân phối khác nhau nhưng vẫn đảm bảo sản phẩm ưng ý, chính sách về giá và dịch vụ tốt nhất.

Và đây sẽ là cơ hội để các sàn, đặc biệt là các sàn mới có cơ hội phát triển, được tiếp cận với các CĐT uy tín, các dự án chất lượng. Thúc đẩy các sàn phải tự nâng cao chất lượng dịch vụ, sự chuyên nghiệp để thu hút khách hàng và được kiểm soát chặt chẽ bởi chủ đầu tư và chính khách hàng.

Trong 6 tháng đầu năm, STDA đạt gần 5.000 giao dịch thành công, đã làm Tổng Đại lý của hơn 10 dự án trong tổng số 40 dự án mà STDA đang phân phối.

Mr.Tuyennnt: *In this model, the general agent will be responsible for sales, strategy and business performance with developers. They will provide invaluable support throughout three stages: pre-sale, sale and after-sale.*

As for developers, this model will help accelerate sales and business efficiency. The general agent will advise developers in all three sale phases, providing the market with quality projects and meeting the needs of customers.

For customers, this new model will bring more chances to choose different agents in accordance with good projects, pricing policy and the best service.

And this will be an opportunity for real estate trading floor, especially new ones to develop and access to prestigious developers. They will be promoted to enhance quality of services as well as professionalism to attract customers and are tightly controlled by developers and customers.

In the first 6 months of the year, STDA has reached nearly 5,000 transactions and worked as the general agent of more than 10 projects out of 40 projects sold by STDA.

RK25: Vậy trong 6 tháng cuối năm, STDA dự định gì thưa anh? / In the last 6 months, what is STDA's proposed plan?

Mr.Tuyennnt: Với sự tin tưởng của các CĐT, STDA trở thành nhà phân phối hội tụ đầy đủ yếu tố, cung cấp dịch vụ về tư vấn chiến lược bán hàng, kế hoạch truyền thông, công tác bán hàng và chăm sóc bán hàng. Để phục vụ CĐT và tạo niềm tin với khách hàng, STDA sẽ tiếp tục nhân rộng mô hình Hệ thống Đại lý.

Ngoài nội lực sẵn có, STDA sẽ huy động cả ngoại lực sát cánh cùng STDA là hệ thống các đại lý, cộng tác viên, những người đã có quá trình cộng tác cùng STDA (Membership), các khách hàng thân thiết đã giao dịch thành công tại STDA (Partnership) cùng lan tỏa hình ảnh và thương hiệu STDA. STDA sẽ không dừng lại ở con số 3.000 nhân viên mà là hàng trăm các đại lý, cộng tác viên, hàng chục ngàn các Membership và Partnership tham gia giới thiệu sản phẩm trên thị trường, mang lại sự thành công trong việc phân phối các dự án, mang lại sự hài lòng cho khách hàng, làm cho thị trường môi giới được minh bạch, nuôi dưỡng những người môi giới có đam mê với nghề.

Trong 6 tháng cuối năm, STDA phấn đấu sẽ cán đích với trên 5.000 giao dịch thành công. Hiện STDA đã chuẩn bị xong kho hàng, các sản phẩm cần thiết, nguồn lực hùng mạnh, chất lượng để đem tới khách hàng những sản phẩm chất lượng.

Mr.Tuyennnt: *With confidence of developers, STDA becomes a strong agent, providing consulting services about sales strategy, media planning, sales activities and customer care. To serve developers and create trust with customers, STDA will continue to expand the agent system.*

In addition to available capabilities, STDA will mobilize external resources in terms of membership and partnership. STDA will not stop at the figure of 3,000 employees. Tens of thousands of membership and partnership introduce the projects on the market, which creates success in the sale of projects, makes customers satisfied as well as the brokerage market transparent.

In the last 6 months, STDA will strive finishing with over 5,000 successful transactions. STDA has well prepared to bring customers quality projects.

CEN Miền Nam: "Yếu tố thành công là quyết tâm kiên trì tới mục tiêu cuối cùng"



SOUTH CEN GROUP: "SUCCESS IS DETERMINED BY PURSUING THE GOAL"

6 tháng vừa qua là quãng thời gian nhiều thử thách nhưng cũng rất ý nghĩa đối với CEN Miền Nam. Hãy cùng Ra Khơi gặp gỡ anh Trần Minh Long – Giám đốc CEN Sài Gòn để nghe anh chia sẻ về chặng đường nửa năm 2016 của CEN Miền Nam nhé!

The past 6 months is challenging but very meaningful for South CEN GROUP employees. Let's CEO of South CEN GROUP Tran Minh Long know about its achievements in the first six months.

RK25: Anh có thể chia sẻ đôi nét về những công việc mà đội ngũ CEN Miền Nam đã thực hiện trong 6 tháng đầu năm 2016? / Can you share something about achievements that South CENGROUP has gained in the first 6 months 2016?

Mr. Longtm: Xin chào Ra Khơi! 6 tháng vừa qua là một quãng đường rất ý nghĩa nhưng cũng nhiều thử thách đối với tôi và toàn thể ACE CEN Miền Nam. Bởi vì thời gian qua, thị trường BDS TP.HCM gặp rất nhiều biến động, tuy nhiên, cũng chính từ những khó khăn đó mà CEN Miền Nam đã có được những bài học quý giá.

Đơn vị chủ lực STDA Miền Nam dù gặp phải sự cạnh tranh khốc liệt của thị trường như: biến động nhân sự, nguồn cung ô ạt... nhưng đến nay đã ổn định lại, bắt đầu có lợi nhuận. Không chỉ vậy, STDA Miền Nam cũng đã đi đúng mục tiêu đầu năm đề ra là tinh gọn bộ máy, chỉ tập trung chủ lực vào những chủ đầu tư chiến lược chứ không "đánh" dàn trải. Để đạt được kết quả này là nhờ có sự hỗ trợ, định hướng và quan tâm sâu sát từ BLĐ tập đoàn đối với CEN Miền Nam trong những thời điểm khó khăn.

Bên cạnh đó, CENVALUE Miền Nam là đơn vị luôn giữ được phong độ ổn định. Các bạn CENVALUE Miền Nam đã có 6 tháng nỗ lực không ngừng và hoàn thành tốt mục tiêu doanh số đề ra từ đầu năm.

"Em út" RSM Miền Nam cũng đã có những bước đi đầu tiên vững vàng khi được một số CĐT tin tưởng lựa chọn là đối tác cung cấp dịch vụ. Ngoài việc đi sâu triển khai cho STDA Miền Nam, RSM cũng khai thác các hợp đồng ngoài để dần hoàn thiện chức năng là một công ty truyền thông cung cấp giải pháp Marketing BDS.

Mr. Longtm: Hello Ra Khoi Editorial Board! Past 6 months is a very meaningful way, but challenging for me and South CENGROUP employees. In recent time, HCMC property market faces many changes and difficulties from which South CENGROUP has gained valuable lessons.

Although South STDA encounters fierce competition of the market such as human resource changes, massive supplies and etc, it has now stabilized and made profits. Moreover, South STDA pursues objectives set out early. To gain these achievements is thanks

to support, orientation and attention from the Group for South CENGROUP in times of difficulty.

Besides, South CENVALUE consistently maintains a stable level. South CENVALUE employees have 6 months of continuous efforts and complete the sales target set earlier this year.

South RSM also has the first solid steps when some developers assign as their service provider. In addition to supporting South STDA, South RSM carries out extra contracts to gradually perfect its functions as a media company to provide real estate marketing solutions.

RK25: Theo anh, yếu tố nào đã giúp CEN Miền Nam đạt được những kết quả đáng ghi nhận như vậy? / In your opinion, what factors helped South CENGROUP achieve remarkable success?

Mr. Longtm: Đối với tôi, yếu tố quan trọng nhất vẫn là quyết tâm kiên trì tới mục tiêu cuối cùng.

Như tôi đã trả lời ở trên, thị trường BDS 6 tháng đầu năm tại TP.HCM có nhiều biến động, STDA Miền Nam đã có thời điểm gặp khó khăn lớn, mất phương hướng. Nhưng nhờ BLĐ định hướng lại kịp thời, tôi đã giữ vững niềm tin để cùng anh em tiến lên phía trước. Sắp tới, STDA Miền Nam sẽ đi theo định hướng chung của Tập đoàn, đó là đưa Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA trở thành Tổng Đại lý của các dự án mà STDA Miền Nam triển khai. Đầu tiên sẽ bắt đầu bằng dự án Melosa Garden của CĐT Khang Điền.

Đối với các đơn vị thành viên khác như CENVALUE và RSM Miền Nam thì yếu tố quan trọng là đội ngũ chuyên môn đã cứng cáp hơn trước, song song đó là đội ngũ quản lý cấp trung trẻ tuổi, nhiệt huyết.

Mr. Longtm: For me, the most important factor is pursuing the goal.

As I said above, the real estate market in the city the first 6 months in Ho Chi Minh City is more volatile, South STDA has the time of great difficulty and disorientation. But thanks to timely reorientation of BOD, I have kept the faith to move forward. In the upcoming time, South STDA will follow the general direction of the Group, which is making STDA become the general agent in the southern region.

The first project which will be applied this new model is Melosa Garden of Khang Dien.

For other subsidiaries such as South CENVALUE and South RSM, the important factor is more experienced team and enthusiastic & young staff.

RK25: Trong 6 tháng tiếp theo, CEN Miền Nam có định hướng và kế hoạch gì trong công việc thưa anh? / In the next 6 months, does South CENGROUP have any orientation and plans?

Mr. Longtm: Trong 6 tháng cuối năm, CEN Miền Nam vẫn sẽ đi theo định hướng chung của Tập đoàn và tập trung phát triển chiều sâu đối với các bộ phận: STDA Miền Nam thực hiện tốt chiến lược trở thành Tổng đại lý. Nhưng trước mắt mục tiêu gần là quay trở lại làm tốt ở thị trường khu Đông, chứng minh được khả năng đối với CĐT chiến lược Khang Điền.

Đối với CENVALUE Miền Nam sẽ duy trì và phát huy thành tích đạt được, đồng thời triển khai mạnh mẽ "Định giá online". Còn với RSM Miền Nam tiếp tục phát huy về chuyên môn để khai thác thêm các hợp đồng MKT cho các CĐT.

Và cuối cùng, điều tôi mong muốn nhất đối với CEN Miền Nam là sự phát triển nhân sự có chiều sâu ở tất cả các bộ phận, từ đó có bước đi mạnh mẽ trong 6 tháng cuối năm. Vì vấn đề nhân sự luôn là bài toán khó và quan trọng đối với các nhà lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp.

Mr. Longtm: In the last 6 months, South CENGROUP will still follow general direction of the Group and focus on developing the depth of departments: South STDA becomes the general agent. Above all, South STDA need return to dominate the eastern area, proving capability for the strategic developer Khang Dien.

South CENVALUE will maintain and promote achievements as well as deployment of "online valuation". South RSM continues to promote the expertise to sign further marketing contracts for developers.

And finally, I wish South CENGROUP would develop in all departments, from which we will achieve more success in the last 6 months. Human resource is always a difficult and important matter for leaders and managers.



South RSM: “Sustainable development rather than rapid development!”

RSM PHÁT TRIỂN CÓ CHIỀU SÂU CHỨ KHÔNG PHÁT TRIỂN “NÓNG”

Trong 6 tháng đầu năm 2016, RSM cả hai miền Bắc - Nam đều có sự đổi mới và chuyển mình mạnh mẽ, trở thành đối tác chiến lược của STDA và các đối tác ngoài. Hãy cùng lắng nghe chị Đinh Ngọc Hương - Phó Giám đốc Kinh doanh RSM và chị Phan Quỳnh Hoa - Trưởng phòng MKT RSM Miền Nam chia sẻ về “bước chuyển mình” này nhé!



Ms. Hươngdn: Bên cạnh các hoạt động kinh doanh, RSM đã chào đón thêm “thành viên” mới Creative (Sáng tạo). Đây không phải là một bộ phận đặc biệt và mới mẻ bởi trước đây, những Maketer, Designer cũng đang làm công việc liên quan tới sáng tạo. Nhưng vì yếu tố thời gian và tiến độ công việc, những bộ phận này chưa thực sự tập trung, dành nhiều thời gian cho sự sáng tạo mà bị phân tán bởi những công việc triển khai khác.

In the first 6 months of 2016, RSM in both the South and North have experienced remarkable development through strategic cooperation with STDA and other partners. Let's learn about this development with shares of Deputy Sales Director of RSM Dinh Ngoc Huong and Marketing Manager of South RSM Phan Quynh Hoa.

Trong bối cảnh nhiều dự án, nhiều chủ đầu tư và nhiều đơn vị cần làm Marketing tốt, RSM cũng tự thấy cần phải trang bị cho mình một bộ phận Sáng tạo chuyên biệt, có khả năng biến ý tưởng thành sản phẩm hữu hình; những suy nghĩ ngẫu hứng lại có thể là

một concept hay cho thương hiệu; làm việc có nguyên tắc nhưng lại không gò bó trong khuôn khổ để dễ dàng bứt phá. Vì vậy, bộ phận Creative được ra đời góp phần hoàn thiện hơn cỗ máy sáng tạo của cả RSM, hiện thực hóa chiến lược trở thành "Đơn vị tư vấn chiến lược Marketing cho Bất động sản hàng đầu Việt Nam".

Ms. Huongdn: Besides business activities, RSM created a new department named Creative Department. Actually, tasks of this department is not new because they are regularly done by Marketing and Design Department. But because of limited time as well as task progress, these departments can not spend much time on these tasks.

In context of many projects, developers and many partners who have demand of professional marketing services, RSM recognizes that Creative Department is very essential. This team will turn ideas to tangible products; spontaneous thoughts to good ideas for a brand.

Therefore, Creative Department is established to perfect marketing services of RSM, contributing to make RSM become the leading marketing consulting firm of Vietnam in real estate.



Ms. Hoapq: Trong 6 tháng đầu năm, tập thể RSM Miền Nam đã cùng nhau triển khai các hoạt động Marketing cho những dự án mà STDA Miền Nam phân phối.

Ngoài ra, RSM Miền Nam cũng bước đầu được đối tác ngoài (không do STDA phân phối sản phẩm) tin tưởng lựa chọn là đơn vị cung cấp dịch vụ Marketing, truyền thông và tổ chức sự kiện. Việc này đã giúp RSM Miền Nam được va chạm nhiều hơn, cứng cáp hơn.

Bên cạnh đó, RSM Miền Nam đã chung tay kêu gọi những tấm lòng nhân ái, tổ chức chương trình từ thiện "Xuân ấm áp, trao yêu thương". Chương trình nhận được sự hưởng ứng lớn từ ACE tập thể CEN Sài Gòn và BLD Tập đoàn, với số tiền quyên góp lên tới gần 50 triệu đồng. Số tiền này đã được trao tận tay cho 50 hộ gia đình có nạn nhân nhiễm chất độc màu da cam tại Hóc Môn.

Ms. Hoapq: In the first 6 months of 2016, South RSM has done marketing for real estate products which are sold by South STDA.

Especially, South RSM has been trusted to supply marketing services and event organization for products of other partners which aren't sold by STDA. Thanks to supplying marketing services for other partners, South RSM employees have more chance to develop and enhance services to meet their higher demand and trust.

Besides, South RSM called for charity program "Spring Love" and received enthusiastic responses from all staff of South CENGROUP and Board of Directors. With a 50-million-dong donation, South RSM presented to 50 households who are victims of Agent Orange in Hoc Mon Province.

RK25: Có thể thấy, RSM cả hai miền đã có bước trưởng thành rõ rệt và vượt bậc. Theo hai chị, đó là nhờ yếu tố nào? / According to your assessment, what factors helped RSM in two regions achieve this breakthrough?

Ms. Hươngđn: Bản thân RSM luôn duy trì sự phát triển song song giữa hoạt động kinh doanh và văn hóa. Đẩy mạnh hoạt động kinh doanh, tư vấn nhưng không quên cùng Tập đoàn phát triển văn hóa, duy trì giá trị cốt lõi, hướng đến sự phát triển bền vững, dài lâu.

Ngoài tích cực tham gia các hoạt động chung của Tập đoàn, RSM cũng chú trọng đến việc tạo nét cá tính riêng, hình thành một phong cách sự kiện. Việc này đã giúp RSM Miền Nam được va chạm nhiều hơn, cứng cáp hơn.

Để hiện thực hóa điều này, mỗi quý RSM lại tổ chức những buổi liên hoan thân mật, vừa tổng kết hoạt động trong quý, vừa là dịp để ACE gắn kết thêm mối liên hệ lẫn nhau và gắn kết hơn cùng RSM. Đặc biệt, mỗi tháng, RSM cũng tổ chức một buổi sinh nhật ấm áp cho những thành viên trong tháng. Việc này đã trở thành văn hóa riêng và được duy trì từ khi thành lập đến nay.

Ms. Huongdn: RSM always maintains development of business activities and culture activities.

Regardless of joining culture activities of the Group, RSM usually organizes team building activities to get members of RSM closer together such as business party or birthday party, etc.

Ms. Hoapq: Nếu nói là "vượt bậc" e là có phần hơi quá vì RSM Miền Nam vẫn đang trong quá trình xây dựng và hoàn thiện bộ máy. Con đường phía trước còn rất dài khi định hướng của RSM nói chung và RSM Miền Nam nói riêng là trở thành công ty cung cấp dịch vụ tư vấn giải pháp và chiến lược Marketing, truyền thông BDS hàng đầu Việt Nam.

Những gì mà RSM Miền Nam làm được đến nay là nhờ vào sự nỗ lực, đoàn kết của cả một tập thể. Ngoài ra tính quyết liệt, nhiệt huyết và tinh

thần trách nhiệm đối với công việc là một trong những "đặc sản" của nhân sự RSM Miền Nam. Vì thực sự, nếu không có những yếu tố đó thì nhân sự cũng khó lòng phù hợp được với công việc tại RSM.

Ms. Hoapq: Actually, it is not a breakthrough, because South RSM currently is in the process of developing and perfecting the apparatus of the company. The road ahead is still very long because orientation of RSM in general and South RSM in particular to be one of the leading marketing consulting firms in Vietnam.

Achievements which South RSM reached until now are thanks to great attempt and solidarity of all members. Moreover, determination and responsibility for the job are also outstanding advantage of South RSM's staff. Because, without this character, the staff hardly suit the job in South RSM.

RK25: Vậy trong 6 tháng tiếp theo, RSM cả hai miền có định hướng và kế hoạch gì trong công việc, thưa chị? / Could you share business plan of South RSM in the second half of 2016?

Ms. Hươngđn: RSM sẽ đồng hành cùng STDA trong những lần tiếp xúc với hàng loạt chủ đầu tư lớn nhỏ khắp cả nước. RSM muốn khẳng định mình chính là "gia vị đặc biệt" tạo ra sự kết hợp chặt chẽ giữa kế hoạch bán hàng và chiến lược Marketing để mỗi bước đi của CĐT và dự án được vững chắc và mạnh mẽ hơn.

Ms. Huongdn: RSM will continue to cooperate with STDA to work with many prestigious developers across the country. RSM wants to attempt to confirm its own specific position in sale and marketing consulting process. Thanks to this, developers can have more quality projects as well as take more profit.

Ms. Hoapq: RSM Miền Nam vẫn sẽ tiếp tục đầu tư phát triển chuyên sâu cho các bộ phận đồng thời khai thác thêm các hợp đồng ngoài để gia tăng doanh số. Hiện tại mỗi bộ phận của RSM Miền Nam (Marketing, PR,

Digital, Design, Mua hàng...) đều đang dành nhiều thời gian để tự hoàn thiện chuyên môn. Ngoài ra, sắp tới mỗi tuần sẽ có lịch training đa dạng các kỹ năng do chính nhân sự trong các bộ phận phụ trách. Mục đích của việc này vừa để các bộ phận thấu hiểu rõ công việc của nhau vừa giúp nhân sự học hỏi, tích lũy kiến thức mới.

Ms. Hoapq: In next time, South RSM will go on to put training in specialized skills in top and focus on increase in volume. Currently, each department of South RSM including Marketing, PR, Digital, Design, Sales Department, etc. is spending time on training in specialized skills. In addition, training in specialized skills will be held every week and trained by the personnel of RSM's departments. With this training program, managers of South RSM hope each member of the company more understand the job of each other and from that, enhances and accumulates new knowledge.

RK25: Hai chị có kỳ vọng gì vào RSM trong thời gian tới? / What do you expect from RSM in next time?

Ms. Hươngđn và Ms. Hoapq: Phát triển có chiều sâu và bền vững chứ không phát triển nóng! Chúng tôi mong muốn đội ngũ nhân sự của RSM cả hai miền sẽ càng ngày càng chuyên nghiệp hơn, có chiều sâu hơn và đủ bản lĩnh để thử thách những cơ hội lớn vì thị trường BDS Hà Nội và BDS TP.HCM đang phát triển bùng nổ hơn bao giờ hết. Chậm lớn ngày nào là sẽ mất cơ hội ngày đó.

Ms. Huongdn and Ms. Hoapq: Sustainable development rather than rapid development! We want the staff of RSM in two regions will work more and more professionally to have enough power to overcome any challenges of real estate market in Hanoi and HCMC. Because this market is developing strongly, slow development means loss of chance.



CENVALUE AND DEDICATION IN THE FIRST 6 MONTHS OF 2016

CENVALUE và hành trình cống hiến trong 6 tháng đầu năm 2016

Không "bùng nổ" mạnh mẽ như STDA, không "đại gia" như CENINVEST hay không "sắc màu" như CENPLUS, Công ty Cổ phần Thẩm định giá Thế Kỷ (CENVALUE) cứ âm thầm, cần mẫn làm tốt công việc của mình. Tất cả ACE tại CENVALUE, trên dưới đồng lòng "bảo ban" nhau cố gắng hoàn thành tốt các chỉ tiêu mà Ban Lãnh đạo Tập đoàn đã tin tưởng giao phó.

Hãy cùng tìm hiểu về hành trình cống hiến và nỗ lực không ngừng nghỉ của các ACE CENVALUE trong 6 tháng qua và "khám phá" xem trong 6 tháng tiếp theo, CENVALUE sẽ có những chiến lược gì để mang tới "mật ngọt" qua phần trò chuyện cùng chi Nguyễn Hồng Thanh - Phó Tổng Giám đốc CENVALUE.

Not creating breakthrough like STDA, not having huge capital like CENINVEST or not popularizing the brand like CENPLUS, Century Valuation Joint Stock Company (CENVALUE) chooses working and attempting in silence to well complete entrusted tasks.

Let's listen to Deputy Director of CENVALUE Nguyen Hong Thanh share of dedication and hard relentless working process of CENVALUE' employees.

RK25: Chào chị Hồng Thanh! Nhìn lại chặng đường 6 tháng đầu năm, chị có nhận định như thế nào về hoạt động kinh doanh của CENVALUE? / Hi Hong Thanh! Looking back to development of CENVALUE in the first 6 months of 2016, how do you assess?

Ms. Thanhnh: 6 tháng đầu năm 2016, hoạt động kinh doanh của CENVALUE không thật sự suôn sẻ như cùng kỳ năm 2015. Tuy nhiên, theo kinh nghiệm nhiều năm trong nghề thẩm định giá, từ tháng 9 sẽ là giai đoạn tăng tốc để CENVALUE có thể hiện thực hóa các kế hoạch đã đề ra.

Năm 2016 được đánh giá là một năm khá khó khăn cho nghề thẩm định giá khi các chính sách hạn chế chi tiêu công được áp dụng triệt để. Chúng tôi sẽ cố gắng vượt qua những thách thức này bằng việc nâng cao tỷ trọng doanh thu theo hướng kết hợp với các Ngân hàng và mở rộng cơ cấu tổ chức theo diện rộng để phát huy thế mạnh của những nhân tố mới.

Ms. Thanhnh: In the first half of 2016, business performance of CENVALUE didn't go as smoothly as the same period of 2015. However, with long-time experience in valuation business, according to my assessment, from September 2016, CENVALUE will realize the proposed plan.

2016 is widely considered as a difficult year of valuation business with strict application of reduction policy of public expenditure. We will try to overcome this challenge by increase in return on sales rate based on collaboration with banks and extending business network to promote new advantages.

RK25: 6 tháng đầu năm là mốc thời gian quan trọng đối với tất cả các đơn vị thành viên nhà CEN, là thời điểm mà mọi người tăng tốc thi đua để "cán đích". Vậy CENVALUE đã "tăng tốc" như thế nào thưa chị? / The first 6 months of the year 2016 is an important milestone for all subsidiaries of CENGROUP to speed up and reach business goals. Could you share how CENVALUE attempts?

Ms. Thanhnh: Hòa cùng không khí chạy nước rút của các đơn vị thành viên, toàn thể lãnh đạo và nhân viên CENVALUE đang hết sức nỗ lực để có mức doanh thu đạt khoảng 96% so với kế hoạch đề ra trong 6 tháng đầu

năm 2016.

Ms. Thanhnh: In context of all subsidiaries in CENGROUP attempting to achieve business plans, CENVALUE has reached about 96% of the proposed plan in the first 6 months of 2016.

RK25: Không "bùng nổ" mạnh mẽ như STDA, không "đại gia" như CENINVEST hay không "sắc màu" như CENPLUS, CENVALUE đã tạo nên bản sắc riêng như thế nào trong suốt hành trình của mình, thưa chị? / Not creating breakthrough like STDA, not having huge capital like CENINVEST or not popularizing the brand like CENPLUS, what did CENVALUE do to express its own specific features?

Ms. Thanhnh: CENVALUE luôn được nhìn nhận như một "ốc đảo" riêng với những con người gắn bó với nhau nhiều năm. Chúng tôi sống và làm việc như một gia đình và cũng thường xuyên cùng nhau khám phá những vùng đất riêng, cùng nhau xả stress trong những chuyến dã ngoại không quá hoành tráng mà rất đầm ấm, thân thiện. Tôi nghĩ, đây chính là "bản sắc" riêng chỉ có ở CENVALUE.

Ms. Thanhnh: CENVALUE is always considered as an "isolated land" with people who have worked for a long time. We live and work together like a family to overcome all challenges to have unforgettable achievements. I think it is a CENVALUE's specific feature.

RK25: Cùng với sự phát triển của BDS, nhu cầu định giá đất đai, bất động sản đang ngày càng trở nên cấp thiết. Tuy nhiên, hiện nay có rất nhiều doanh nghiệp thẩm định được thành lập. Vậy CENVALUE đã có chiến lược như thế nào để khẳng định được chỗ đứng riêng của mình, thưa chị? / Along with development of real estate market, demand of property valuation is more and more essential. However, currently, more and more valuation firms are established. So how would CENVALUE do to confirm its position in the market?

Ms. Thanhnh: Slogan của chúng tôi là "Mang giá trị đích thực - Cho lợi ích tối đa". Chúng tôi luôn đặt chất lượng dịch vụ là yếu tố cạnh tranh số 1 trong suốt hành trình hoạt động của mình.

Chất lượng được thể hiện bởi sự nhiệt tình hỗ trợ khách hàng, bởi sự bảo đảm kết quả định giá phù hợp và thời gian luôn đáp ứng theo mong muốn của khách hàng.

Ms. Thanhnh: Slogan of CENVALUE is "Real value - Maximal profit". We always put service quality as No.1 competition factor in business. Quality is showcased by enthusiastic support to customers to ensure excellent result of valuation and time as customer's demand.

RK25: "Cuộc chiến" 6 tháng đầu năm vừa kết thúc cũng là lúc các ACE CEVALUE tiếp tục bước vào "cuộc chiến" 6 tháng cuối năm. Vậy CENVALUE nói chung và cá nhân chị nói riêng có những kì vọng gì, thưa chị? / End of "competition" of the first half of 2016 is also the beginning of "competition" of the rest half of this year, so what did CENVALUE in general and as for you in particular expect?

Ms. Thanhnh: 6 tháng cuối năm chúng tôi sẽ phải nỗ lực rất nhiều để có thể cán đích. Anh chị em CENVALUE mong muốn với những nỗ lực của mình, chúng tôi sẽ ngoạn mục vượt qua những con số đầy thách thức mà những người quản lý chúng tôi đã nhận với BLĐ Tập đoàn.

Tôi mong các ACE CENVALUE "Hãy mỉm cười với thử thách chông gai. Hãy vươn lên theo kịp ánh ban mai". Chúng ta có niềm tin thì chắc chắn mọi mục đích đều có thể đạt được. Tất cả anh em CENVALUE sẽ cùng chung sức chinh phục những chỉ tiêu đã đề ra.

Xin cảm ơn những chia sẻ của chị! BBT Ra Khơi xin chúc chị và tập thể CENVALUE sức khỏe và thành công trên con đường thẩm định giá!

Ms. Thanhnh: In the next 6 months of 2016, we have to more attempt to achieve the business goal. All members of CENVALUE hope that we will overcome successfully this entrusted goal.

I hope all people of CENVALUE are always happy to conquer challenges. Only with hope, we can reach every goal. And of course, in order to do that, solidarity is very important.

Thank you for your sharing! Ra Khoi Editorial Board wishes you and all members of CENVALUE health and success in valuation business!

CENPLUS VÀ HÀNH TRÌNH VỚI "THUYỀN TRƯỞNG" MỚI

CENPLUS

AND JOURNEY WITH NEW CEO



RK25: BBT Ra Khơi và bạn đọc vô cùng tò mò muốn biết về vị "thuyền trưởng" mới của CENPLUS, xin anh hãy giới thiệu đôi nét về mình? / Ra Khoi Editorial Board and readers are extremely curious about the new CEO of CENPLUS. Will you please briefly introduce yourself?

Mr. Trunglq: Xin chào tất cả anh chị em nhà CEN, tôi là Lê Quang Trung, tân "thuyền trưởng" của CENPLUS. Lần đầu tiên xuất hiện trên Ra Khơi của CEN, tôi rất vui và vinh dự chia sẻ những suy nghĩ và dự định tương lai đối với sứ mệnh mà hiện nay tôi đang đảm đương.

Khởi điểm từ NVKD của STDA, sau một thời gian miệt mài làm việc và cống hiến, được sự tin tưởng của BLĐ Tập đoàn giờ đây tôi đã trở thành vị thuyền trưởng mới của CENPLUS. Nhận một trọng trách cao hơn, áp lực không hề nhỏ. Tôi đang nỗ lực đưa đội ngũ nhân viên ngày càng chuyên nghiệp, có tinh thần và trách nhiệm cao để cùng chiến đấu các dự án lớn nhỏ của Tập đoàn.

Mr. Trunglq: Hello to all of CENGROUP employees, I am Le Quang Trung, the new CEO of CENPLUS. I am very pleased and honored to share about my thoughts and future plans.

Starting from STDA sales executive, after

a period of hard work and dedication, I have won confidence of the Group's BOD and become the new CEO of CENPLUS. In charge of a higher responsibility, pressure is not small. I'm attempting to make my staff more professional with high spirit and responsibility to carry out large and small projects of the Group.

RK25: Được biết thương hiệu KleverHome từng được kỳ vọng sẽ trở thành mũi nhọn của CENPLUS. Tuy nhiên, đến thời điểm hiện tại đã có sự thay đổi. Anh hãy chia sẻ cho độc giả được biết về sự thay đổi này? / KleverHome is expected to become the spearhead of CENPLUS. However, at the present time, there has been a change. Can you please share about this change?



CENPLUS is currently being run by a new CEO. Before the summary event of the first 6 months, let's get familiar with this CEO!

Mr. Trunglq: Sản phẩm KleverHome là một dòng hàng cao cấp và chất lượng tốt. Hầu hết khách hàng đến trải nghiệm sản phẩm và thiết kế đều yêu thích bởi việc thiết kế nhanh chóng, sản phẩm được làm ra bằng dây truyền công nghệ máy móc hiện đại nên từng đường nét góc cạnh đẹp, tỷ mẩn đến từng chi tiết nên hầu như không có những lỗi kỹ thuật cơ bản như sản phẩm truyền thống, đặc biệt sản phẩm KleverHome còn mang đến cho người tiêu dùng sự tiện ích và khả năng tối ưu hóa không gian.

WSL

HAS BEEN SPEEDING UP
TO FINISH GOALS FOR
THE FIRST 6 MONTHS

Tuy nhiên, giá thành sản phẩm hiện nay khá cao chỉ nhắm vào phân khúc khách hàng cao cấp và sản phẩm được sản xuất và nhập khẩu từ nước ngoài nên thời gian hàng về tay người tiêu dùng tương đối mất nhiều thời gian. Vậy nên, để khai thác tối đa các dự án và nguồn hàng mà Tập đoàn đang phân phối, tôi ưu tiên đưa ra các sản phẩm nội thất trong nước với giá thành phù hợp, thi công và lắp đặt nhanh. Mục đích tạo sự tin tưởng, sự quan tâm yêu mến của khách hàng.

Sau khi đã tạo được niềm tin cũng như sự tin tưởng của khách hàng, CENPLUS sẽ đầu tư xây dựng nhà máy sản xuất đồ nội thất với dây chuyền công nghệ hiện đại tạo ra những sản phẩm có chất lượng.

Mr. Trunglq: KleverHome is a line of luxury and good quality furnishings. Most customers are impressed by the rapid design and product line with modern technology, especially KleverHome furnishings also give consumers convenience and ability to optimize space.

However, prices are relatively high and target customers are high-end ones. Besides, furnishings are manufactured and imported from abroad, so it is time consuming to be delivered to customers. To take the most advantages of projects the Group is selling, I prioritize making domestic furniture with reasonable prices and fast installation. The aim is to create the trust, love and interest of customers.

After having created trust and confidence of customers, CENPLUS will build a furniture factory with modern technological lines.

RK25: Tính tới thời điểm này, CENPLUS đã hoàn thành được những mục tiêu nào chưa anh? / Up to now, what goals has CENPLUS accomplished?

Mr. Trunglq: Do có sự thay đổi trong chiến lược kinh doanh cũng như

nhân sự nên CENPLUS vắng cơ bản là không có gì để "khoe" cả (cười). Trong 6 tháng cuối năm 2016, mục tiêu của CENPLUS là đạt được 15 tỷ doanh thu với mức thu nhập bình quân của nhân viên phải hơn 10 triệu/người và cam kết năm 2016 CENPLUS sẽ... thoát lỗ (cười).

Mr. Trunglq: Due to changes in business strategy as well as human resource, CENPLUS basically has nothing to "show off" (laughs). In the last 6 months of 2016, CENPLUS aims at achieving revenue of 15 billion dong with an average income of more than 10 million/person. Especially, we commit that in 2016, there is no money loss.

RK25: Là "thuyền trưởng" mới của CENPLUS anh có những nhận định như thế nào về thời cơ và thách thức của CENPLUS trong tương lai? / As the new CEO of CENPLUS, what do you think about opportunities and challenges of CENPLUS in the future?

Mr. Trunglq: Thị trường bất động sản càng phát triển thì nhu cầu nội thất của người tiêu dùng càng cao dẫn đến cơ hội phát triển cho CENPLUS là rất lớn. Tôi sẽ cố gắng hết mình để đưa CENPLUS lên một tầm cao mới, sức ảnh hưởng mới và giá trị mới.

Mr. Trunglq: As the real estate market develops, that interior needs of consumers increase leads to higher growth opportunities for CENPLUS. I will try my best to bring to CENPLUS a new level, new influence and new values.

Cảm ơn anh đã chia sẻ và chúc anh cùng ACE CENPLUS sẽ sớm hoàn thành được mục tiêu đã đề ra!

Thank you for your sharing and wish CENPLUS to fulfill objectives soon!



Vậy nên, dẫu ngoài trời nắng nóng 40 độ, các chiến binh WSL vẫn "bám chốt" tại dự án, vẫn mải miết đi phát tờ rơi, vẫn chẳng nề hà khi đi treo phướn, vẫn đêm ngày kiên trì telesales... Trong khi đó, tại văn phòng, các cuộc họp liên tục được diễn ra, các buổi traning liên tục được tổ chức... Tất cả như đang chạy đua với thời gian, với target để mong muôn cỗ gắng đạt kết quả tốt nhất trong 6 tháng đầu năm 2016.

Nhìn lại những tháng đầu năm 2016, với đường lối sáng suốt của đội ngũ Lãnh đạo cùng sự nỗ lực không ngừng của hàng trăm nhân viên, WSL đã gặt hái được nhiều "trái ngọt". Những "trái ngọt" đó chính là những buổi mở bán thành công với đông đảo lượng khách hàng tham dự, là những con số chốt deal lên tới vài chục căn mỗi buổi mở bán, là uy tín của Công ty ngày càng được khẳng định và tin tưởng...

Vị "thuyền trưởng" của WSL – anh Lê Xuân Nga cho biết: "Slogan của công ty là "sinh ra để làm những chiến binh" nên tất cả những chiến binh của WSL luôn luôn "chiến đấu" với tinh thần hết mình, hăng say và không ngại khó khăn vất vả. Có được điều đó là vì các anh chị em sales rất yêu sản phẩm. Họ có thể ăn tại dự án, ngủ tại dự án và đêm cũng mơ về dự án".

Niềm đam mê, sự nhiệt huyết và lòng quyết tâm càng mãnh liệt hơn khi deadline cho 6 tháng đầu năm đã cận kề. Ai ai cũng hối hả, bận rộn để hi vọng thực hiện được đúng cam kết với cấp trên, đồng thời cũng mong muốn góp phần đưa team của mình trở thành team có giao dịch tốt nhất 6 tháng đầu năm. Thậm chí, có những sales còn thể hiện sự quyết tâm của mình cùng các thành viên trong đội trên facebook bằng status: "Chạy đua với doanh số... hay là chết?".

Chắc có quả ngọt nào tự nhiên mà có, chắc có thành công nào không bắt nguồn từ mồ hôi, sự nỗ lực hết mình. Hiểu rõ điều này nên các chiến binh WSL đã và đang nỗ lực làm việc không ngừng nghỉ để hi vọng đem lại trái ngọt cho mình, cho Công ty và cho cả Tập đoàn.

WSL ĐÃ,
ĐANG TĂNG
TỐC CÁN
ĐÍCH 6
THÁNG ĐẦU
NĂM NHU
THẾ...

Những ngày tháng 6 oi ả, Hà Nội trở thành chiếc "chảo lửa" khổng lồ. Nhưng thời tiết có "cực đoan" như thế nào thì cũng chẳng thể làm ảnh hưởng tới tinh thần của các chiến binh nhà WSL.

In June, the weather in Hanoi is hotter than ever. But it does not affect the spirit of WSL employees at all.

Despite 40-degree outdoor temperature, WSL salespeople regularly turn up in the projects, deliver flyers, do not mind hanging banners or making telesales from morning till night. At the office, meetings and training courses are taking place constantly. All are racing against time and the target to strive for the best results in the first 6 months 2016.

Looking back on the early months of 2016, thanks to wise direction of the BOD and continuous efforts of hundreds of employees, WSL has gained many achievements. Those are successful opens for sale with a large number of attending customers, the transaction volume of several tens of units, increasing prestige of the company and etc.

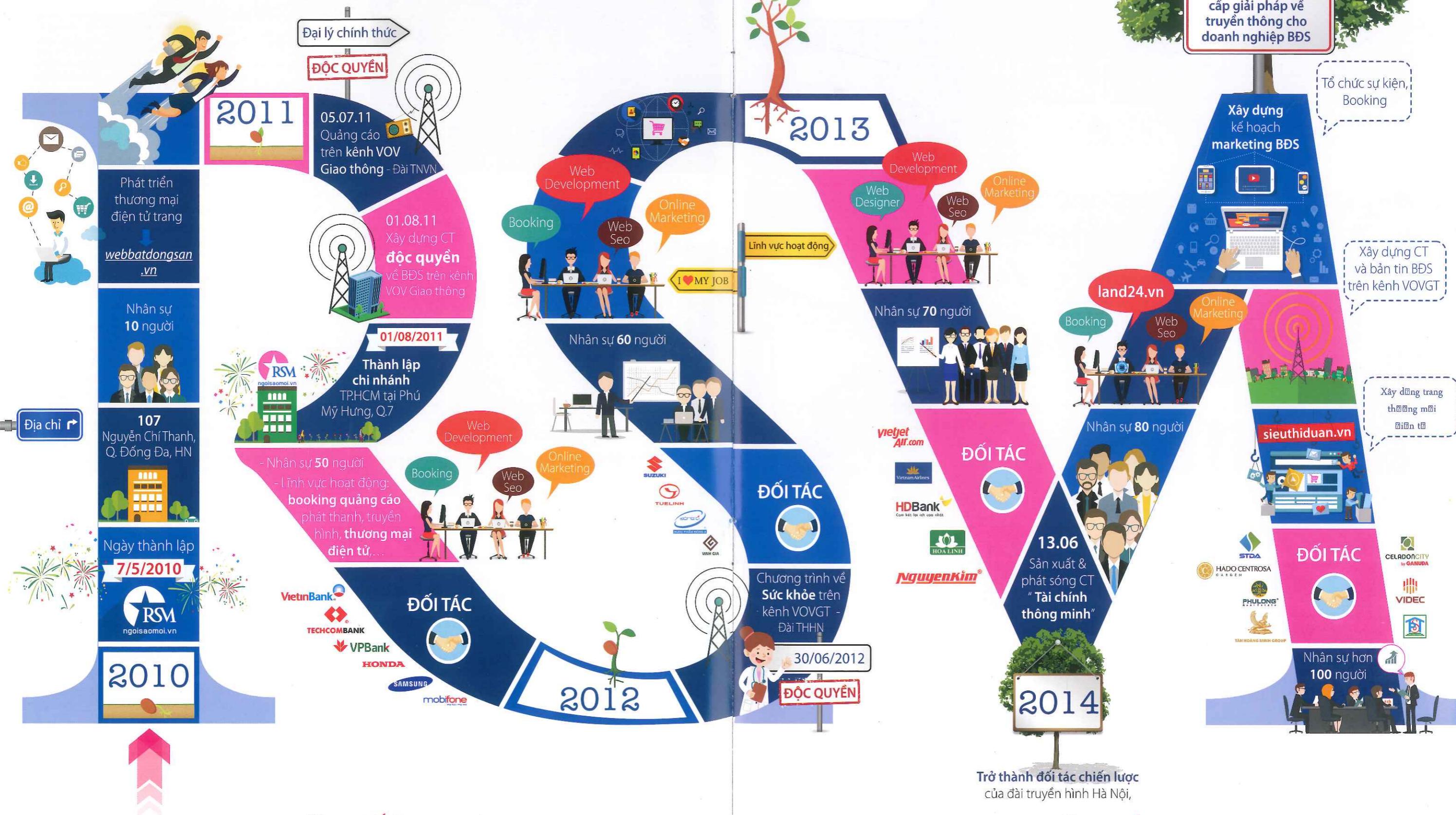
General Director of WSL Le Xuan Nga said: "The company's slogan is "born to be warriors", so all warriors of WSL always "fight" with all their spirit, enthusiasm and are not afraid of difficulties. Because all of them love the projects, they can eat in the project, and sleep at night and dream about the projects every night."

Their passion, enthusiasm and determination is becoming greater and greater before the deadline for the first 6 months. Everyone is hurried and busy to hopefully accomplish the commitment in time and contribute to make their team become the team with the most deals in the first 6 months. Many salespeople also showed their determination with team members on Facebook with status: "Run with sales ... or die?". Only by great efforts do salespeople achieve their objectives. Understanding this, WSL warriors are working hard to get success for the Company as well as the Group.

NGÔI SAO MỚI

CHĂNG ĐƯỜNG 6 NĂM PHÁT TRIỂN

“ Sau hơn **6 năm** hình thành và phát triển, **Công ty cổ phần Truyền thông và Giải trí Ngôi sao mới** (RSM) đã và đang dần trở thành **đơn vị dẫn đầu** trong lĩnh vực truyền thông BDS, **sự lựa chọn đáng tin cậy** của nhiều CĐT, doanh nghiệp BDS. Hãy cùng xem trong giai đoạn 2010-2015, RSM đã có những bước tiến như thế nào? »



BIỆT THỰ SONG LẬP COURTYARD HOMES

Biệt thự song lập giai đoạn II Courtyard Homes gồm 44 căn được thiết kế theo phong cách đương đại, sáng tạo đỉnh cao có sự thống nhất và giàu tính thẩm mỹ.



Courtyard Homes semi-detached houses (Phase 2) - Gamuda Gardens Township

Courtyard Homes semi-detached house in the second phase, consisting of 44 units, feature the distinctively contemporary design. The unique design shows the consistency in the smart master planning and aesthetic features

VỊ TRÍ "ĐẮC ĐỊA"

Tọa lạc tại một trong những vị trí đắc địa thuộc Tiểu khu Tropical – KĐT Gamuda Gardens, cư dân tại Biệt thự Song lập Courtyard Homes chỉ mất khoảng 15 phút lái xe trên những tuyến đường chính kết nối với quận trung tâm như: đường Vành đai 3 trên cao, đường Pháp Vân, quốc lộ 1A, 1B; tuyến đường Tam Trinh huyết mạch kết nối khu đô thị với nội đô chỉ 15 phút chạy xe. Mới đây là tuyến đường đê sông Hồng dẫn đến KĐT Gamuda Gardens, có chiều dài 2.600m, rộng 40m.

THIẾT KẾ ĐỈNH CAO, TINH TẾ

Mỗi căn Courtyard Homes cao 3 tầng được xây dựng trên diện tích đất từ 188 - 429m², với tổng diện tích sàn xây dựng 256 m². Mỗi căn Courtyard Homes đều có 3 mặt thoáng cùng hệ thống cửa sổ kính lớn giúp không gian sống của gia chủ được rộng mở, đón trọn những nguồn ánh sáng và luồng gió tự nhiên vào từng góc

PRIME LOCATION

Strategically located Tropical Precinct - Gamuda Gardens Township, residents of Courtyard Homes semi-detached houses feel easy to get access to the township in just 15-minute drive away on the main road such as Ring Road 3, Giai Phong Street, Highway 1A and 1B. It only takes 15 minutes on the critical Tam Trinh road to the township. Recently, the Hanoi's People Committee agreed to build a direct Red River's dyke road to straightly go to the township, which is 2,600-metre long and 40m-wide.

CONTEMPORARY AND INNOVATIVE DESIGN

Each Courtyard Homes is built up to three floors on the land area from 188-429 square metres, with the total ground floor area of 256sq.m. Surrounded by front yard and side-back gardens, Courtyard Homes has three open sides heading to the greenery space of the house and the township. Each room has big and transparent glass windows to capitalize on the natural light and air into the house. Each level is well-designed to have a common room such as a living room, reading or learning room, meanwhile privacy is also highly remained such as main and small bedrooms.

As it is named, Courtyard Homes are diligently designed with the courtyard built in the middle of the house which still highly appreciates the living space. The courtyard not only serves the aesthetic feature but also secures the harmonious ventilation and brings full energy into the house. The courtyard also helps the owner to enlarge the house in the future.

HOLISTIC AND MODERN FACILITY SYSTEM

Residents at Courtyard Homes also benefit from the healthy living of

phòng. Mỗi tầng đều có những khoảng không gian chung của gia đình như phòng khách, phòng đọc sách hay phòng học, trong khi vẫn đảm bảo được không gian riêng rộng mở như phòng ngủ lớn và nhỏ được thiết kế hài hòa.

Không những thế, mỗi căn Biệt thự song lập giai đoạn II được thiết kế giếng trời giữa ngôi nhà tạo điểm nhấn tinh tế. Thiết kế này đảm bảo sự lưu chuyển nguồn năng lượng và hơi thở của thiên nhiên hòa quyện với không gian sống, đồng thời giúp gia chủ dễ dàng mở rộng diện tích sinh hoạt khi có nhu cầu.

THÙA HƯỞNG HỆ THỐNG TIỆN ÍCH ĐỒNG BỘ, HIỆN ĐẠI

Nằm trong KĐT Gamuda Gardens, cư dân tại Courtyard Homes còn được tận hưởng bầu không khí trong lành cùng hệ thống cây xanh, đường dạo, công viên đều được chăm sóc tỉ mỉ, kỹ lưỡng. Câu lạc bộ Gamuda Gardens với đầy đủ trang thiết bị tối tân phục vụ nhu cầu thư giãn, giải trí gồm bể bơi tiêu chuẩn Olympic, phòng tập gym, phòng xông hơi, sân tennis, phòng hội thảo, nhà hàng...

Dãy nhà phố thương mại đang đi vào hoạt động với đa dạng các loại hình kinh doanh như cửa hàng café, siêu thị, đồ nội thất, đồ gia dụng... Hệ thống giáo dục đạt chuẩn quốc tế với mô hình trường Liên cấp quốc tế Singapore (SIS) tại Gamuda Gardens, trường mẫu giáo IQ Montessori. Trạm cung ứng nhiên liệu & trung tâm thương mại dịch vụ Sông Hồng tại Gamuda Gardens sẽ là trạm trung chuyển tấp nập trong thời gian tới. Trung tâm chăm sóc sức khỏe 3 Sơn với đầy đủ các thiết bị tối tân nhằm mang đến dịch vụ khám chữa bệnh chuẩn quốc tế.

Cư dân tại đây còn được tận hưởng bầu không khí trong lành và không gian xanh mát với đầy đủ các công trình vui chơi công cộng ngoài trời tại Công viên Yên Sở, rộng nhất miền Bắc. Cư dân còn có thêm nhiều cơ hội trải nghiệm mua sắm với những thương hiệu nổi tiếng thế giới tại Trung tâm thương mại & bán lẻ LePARC by Gamuda, ngay tại Công viên Yên Sở.



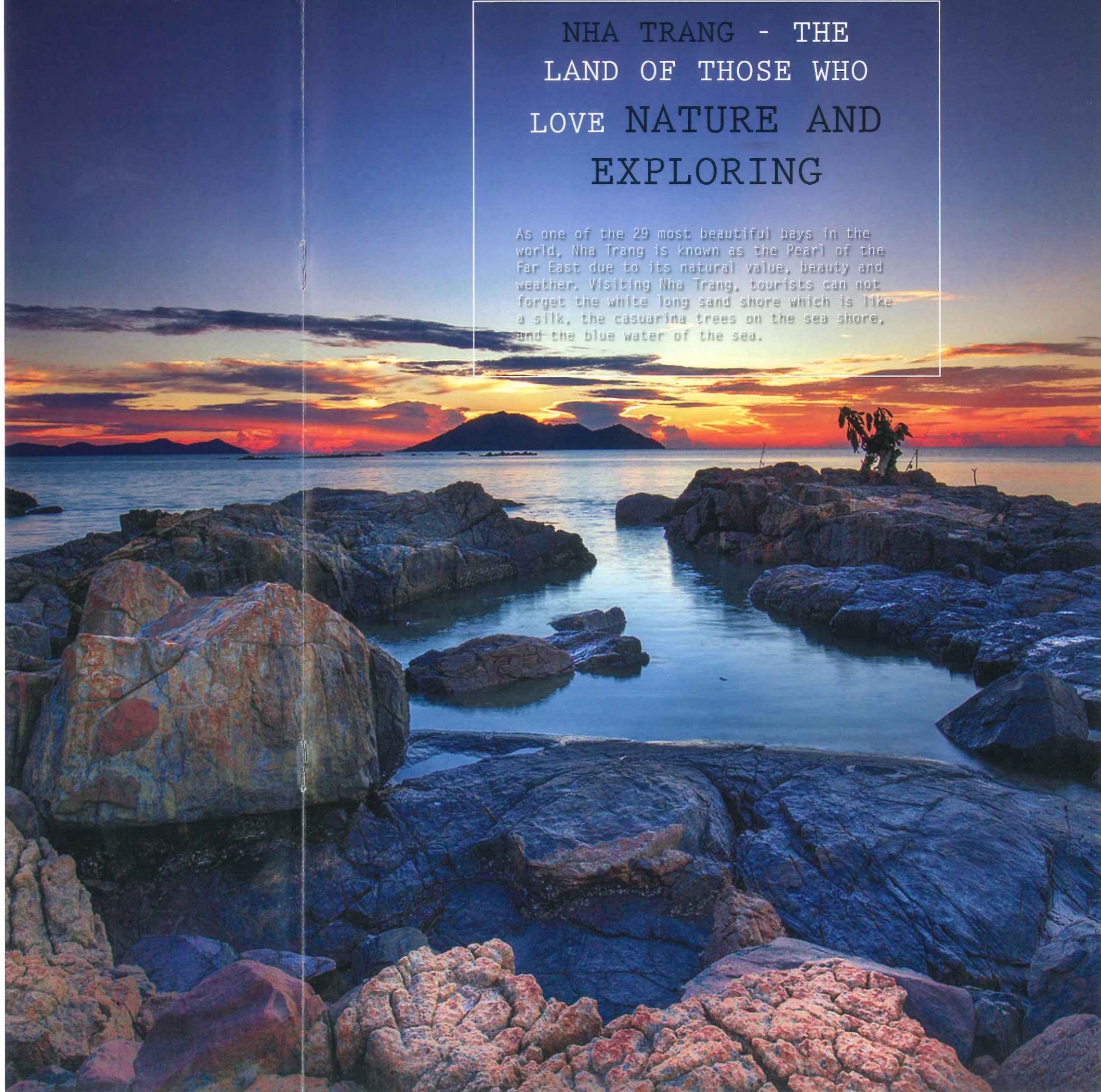
the best residential township in Hanoi, Gamuda Gardens. Tree-lined roads, parks and garden are well taken care which help residents feel easy and safe to live here. State-of-the-art facilities and amenities are fully operational such as Gamuda Gardens Club with an Olympic-sized swimming pool, a gym, a sauna, a tennis course, a conference room and a restaurant which serve the residents' demands of recreational and relaxing purposes.

An array of vibrant shop houses are also fully swung in operation such as café shops, a mini-market, interior design, home appliances and etc. International education system is also offered to residents including Singapore International School (SIS) at Gamuda Gardens, IQ Montessori kindergarten. Red River petrol station and retail, service center at Gamuda Gardens will be the hot spot and transit place of all transportation through Ring Road 3. An international health check-up, 3 Son clinic center will offer the best health service at the southern gateway of Hanoi.

Residents also benefit the lush greenery space, healthy environment and public recreational establishments in Yen So Park – the largest park of its kind in the North. Residents have a chance to go shopping at well-known brand shops at LePARC by Gamuda, adjacent to Yen So Park.

NHA TRANG - THE LAND OF THOSE WHO LOVE NATURE AND EXPLORING

As one of the 29 most beautiful bays in the world, Nha Trang is known as the Pearl of the Far East due to its natural value, beauty and weather. Visiting Nha Trang, tourists can not forget the white long sand shore which is like a silk, the casuarina trees on the sea shore, and the blue water of the sea.





NHA TRANG - VÙNG ĐẤT CỦA NHỮNG AI YÊU THIÊN NHIÊN VÀ THÍCH KHÁM PHÁ

Là một trong 29 vịnh biển đẹp nhất thế giới, Nha Trang được ví như "hòn ngọc của viễn đông", "viên ngọc xanh" bởi cảnh sắc thiên nhiên tuyệt đẹp, khí hậu ôn hòa. Nhờ về Nha Trang, người ta nhớ về những bãi cát trắng mịn trải dài dưới cái nắng vàng, nhớ về miền biển xanh dưới những hàng dừa vi vu trong gió lộng.

HÒN NGỌC CỦA VIỄN ĐÔNG

Nha Trang là thành phố ven biển và là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa, du lịch, là "trái tim" của tỉnh Khánh Hòa. Vịnh Nha Trang rộng 507km², cùng 19 hòn đảo lớn nhỏ, trong đó lớn nhất là đảo Hòn Tre có diện tích 3.250ha, nhỏ nhất là đảo Hòn Nóc có diện tích khoảng 4ha.

Nhìn từ trên cao, bãi biển Nha Trang uốn cong như hình lưỡi liềm ôm lấy vịnh biển xanh như ngọc với những bãi cát trắng trải dài. Vịnh Nha Trang hội tụ khá đầy đủ các yếu tố: núi, sông biển, đầm phá, hải đảo, đồng ruộng, xóm làng... tạo nên sự phong phú và đặc sắc về phong cảnh. Đây cũng là hình mẫu tự nhiên hiếm có của các hệ thống vịnh, vũng trên thế giới với sự đa dạng sinh học, có hầu hết các hệ sinh thái điển hình của vùng biển nhiệt đới.

Không chỉ đẹp về mặt cảnh sắc tự nhiên, biển Nha Trang còn hấp dẫn du khách bởi khí hậu nơi đây ẩm áp quanh năm, tràn ngập ánh nắng. Tới Nha Trang, du khách có thể khám phá vẻ đẹp của rất nhiều bãi biển nổi tiếng như: biển Đại Lãnh, bãi biển Sơn Đừng, bãi biển Dốc Lết, Bãi Trũ, Hòn Tằm, Bãi Dài (Vân Phong), Hòn Chồng... Bên cạnh đó, ẩm thực tại Nha Trang cũng rất độc đáo với những món ngon mang đậm hương vị của miền biển cho du khách khám phá.

PEARL OF THE FAR EAST

Nha Trang city is the center of politics, economy, culture, science and technology and tourism in the province of Khanh Hoa. Nha Trang Bay is 507 km² wide with 19 small and big islands. Of those, the biggest island is Hon Tre with the compass of 3,250 ha and the smallest one is Hon Noc island with the compass of 14 ha.

From a height looking down, Nha Trang beach is winding as a hook hugging the green pearl bay. This land is a combination of full factors of the ground: mountains, river, sea, sea island, and etc. Nha Trang Bay is also one of those rare patterns of natural systems in bays of the world because it is the most typical ecosystems, rare tropical waters.

Not only own a beautiful natural scenery, Nha Trang Beach also attracted by the warm climate and sunny all year round. In Nha Trang, tourists can discover the beauty of many famous beaches such as Dai Lanh, Son Dung, Doc Let, Bai Tru, Hon Tam, Long Beach (Van Phong), Hon Chong and etc. Besides, cuisine in Nha Trang offers the delicious flavors of this beautiful coastal region.

THE PROMISING LAND

Endowed with many beautiful bays, natural sceneries, friendly people and the pleasant weather, Nha Trang always leads the nation in tourism - services. Khanh Hoa Province is expected to continue to grow strongly in the next years and forecast to reach 7.2 million tourists by 2020. According to statistics, the number of tourists to Khanh Hoa continuously rises over a year. Alone in 2015, the total number of tourists to Nha Trang is over

MIỀN ĐẤT HÚA

Được thiên nhiên ban tặng với nhiều vịnh biển đẹp, khung cảnh hữu tình, con người thân thiện và nhất là thời tiết quanh năm vô cùng dễ chịu để có thể kinh doanh du lịch 4 mùa nên không có gì khó hiểu khi Nha Trang luôn dẫn đầu cả nước về du lịch - dịch vụ. Tỉnh Khánh Hòa được dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ trong những năm tiếp theo được dự báo sẽ đạt 7,2 triệu khách vào năm 2020. Theo thống kê, lượng khách đến Khánh Hòa tăng liên tục qua mỗi năm, tính riêng năm 2015, tổng lượng khách du lịch đến Nha Trang đạt hơn 4 triệu du khách.

Ngoài ra, nền kinh tế phục hồi tốt nên nhu cầu du lịch - nghỉ dưỡng của người dân ngày càng tăng, trong khi cơ sở hạ tầng phục vụ cho khách du lịch lại chưa hoàn toàn đáp ứng được nhu cầu khắt khe hơn của du khách. Điều này đã kéo theo sự phát triển của bất động sản nghỉ dưỡng tại Nha Trang.

Trong giai đoạn 2016 - 2018, Nha Trang sẽ có khoảng 25.000 sản phẩm bất động sản sẽ cung cấp ra thị trường. Trong đó, khoảng 7.000 sản phẩm bất động sản sẽ được tung ra trong năm 2016 (70% là sản phẩm căn hộ nghỉ dưỡng và gần 30% sản phẩm đất nền và biệt thự). Dòng tiền từ khắp nơi trong cả nước đang đổ mạnh mẽ vào Nha Trang. Các nhà đầu tư đến Nha Trang ráo riết săn tìm cơ hội để sở hữu bất động sản ở những vị trí đẹp, giá tốt và có tính thanh khoản cao.

Giao dịch căn hộ nghỉ dưỡng đang diễn ra sôi động và tăng trưởng, dẫn đầu trong phân khúc thị trường bất động sản du lịch. Đặc biệt, người dân tại phố biển Nha Trang đang có cơ hội tiếp cận rất nhiều dự án bất động sản tốt, dễ sở hữu trong tầm tay, từ căn hộ view biển, view sông, đến đất nền dự án tại các vị trí trọng điểm và thuận lợi.

Với những ưu điểm vượt trội về tự nhiên, văn hóa và con người, Nha Trang đang trở thành điểm đến mới cho những ai yêu thích khám phá, yêu thích đầu tư. Nha Trang vẫn đang ngày càng phát triển hơn, hoàn thiện hơn và ACE hãy tự mình kiểm chứng với chuyến du lịch hè tuyệt vời trong tháng 7 tới nhé!

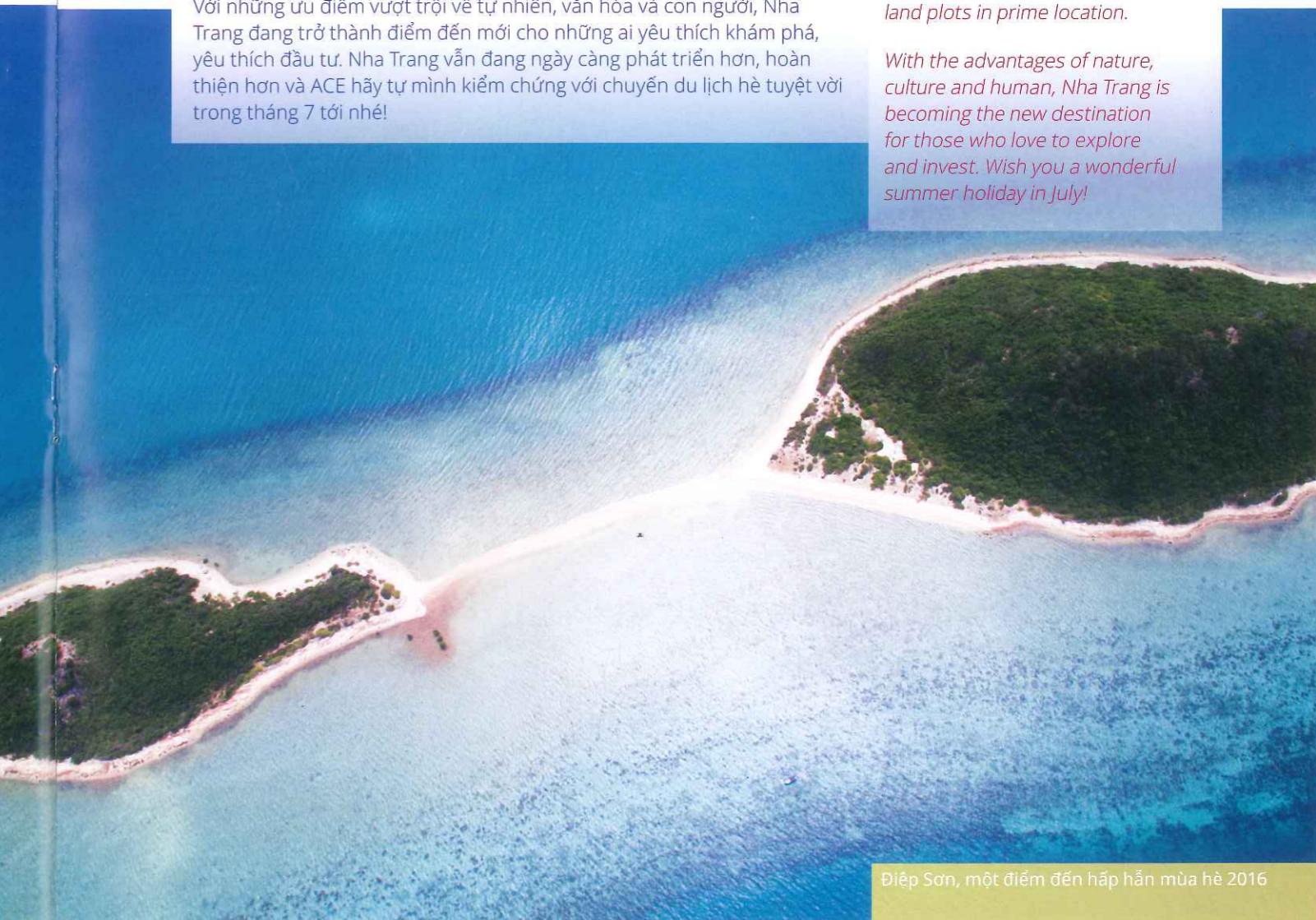
4 million tourists.

In addition, because the economy recovers well, needs for travel increase. However, infrastructure to serve tourists does not fully meet their demand. This has led to the development of real estate in the resort segment of Nha Trang.

In the period of 2016 - 2018, Nha Trang will have approximately 25,000 real estate products launched into the market. Of these, about 7,000 real estate products will be offered in 2016 (70% are condotels & nearly 30% are land plots and villas). Cash flow from all over the country is pouring heavily in Nha Trang. Investors are looking for opportunities to own real estate in the beautiful location with good prices and high liquidity.

Condotel transactions are vibrant and growing, taking the lead in the real estate market. In particular, people in the coastal city of Nha Trang have the opportunity to get access to a lot of good projects and own sea view condotels as well as land plots in prime location.

With the advantages of nature, culture and human, Nha Trang is becoming the new destination for those who love to explore and invest. Wish you a wonderful summer holiday in July!



Điệp Sơn, một điểm đến hấp dẫn mùa hè 2016

MISS BIKINI 2015 DONG THI THANH HA

"CONQUERING YOURSELF IS THE MOST IMPORTANT AFTER COMPETITION"

**"HOA HẬU MISS BIKINI 2015 - ĐỒNG THỊ THANH HÀ"
"CHIẾN THẮNG BẢN THÂN LÀ ĐIỀU QUAN TRỌNG NHẤT SAU CUỘC THI"**



AFTER A YEAR
CROWNED MISS
BIKINI 2015, THE
MOST NOTICEABLE
THING ABOUT
DONG THI THANH
HA IS MORE
BEAUTIFUL, MATURE
AND CONFIDENT. !

Sau một năm đăng quang Hoa hậu Miss Bikini 2015, điều dễ nhận thấy nhất ở Đồng Thị Thanh Hà là xinh đẹp, trưởng thành và tự tin hơn.

After a year crowned Miss Bikini 2015, the most noticeable thing about Dong Thi Thanh Ha is more beautiful, mature and confident.

"HÃY THAM GIA ĐỂ ĐÁNH THỨC KHẢ NĂNG CỦA BẢN THÂN"

Trước ngày thi Miss, Hà chưa từng đi giày cao gót, chưa bao giờ mặc váy, trang điểm, diện bikini và chưa bao giờ nghĩ sẽ đứng trước đám đông giới thiệu về mình. Ban đầu, Hà không hề có ý định sẽ thử sức mình, sẽ thể hiện mình tại cuộc thi Miss Bikini. Nhưng rồi, mọi thứ cứ đến bằng cách tự nhiên nhất.

Ngày ra mắt thí sinh Miss, Hà nghĩ đã "đâm lao phải theo lao". Để không phụ sự kỳ vọng của anh chị em trong siêu thị, Hà bắt đầu tập quen dần với makeup, với làm đẹp,... Và đó là khi bắt đầu những dấu ấn trong đời không thể nào quên...

"LET'S BECOME CONTESTANT OF MISS BIKINI PAGEANT"

Before Miss Bikini 2015 pageant, Ha never wears heels, dresses, bikini, make up and thinks about introducing herself before the crowd. Initially, Ha had no intention to challenge or express herself to Miss Bikini. But then, it took place in a coincidence.

On launch day of Miss Bikini 2015, Ha thought of a quote "We have gone too far to draw back". In order to not to confound the expectation of members in my team, Ha has got familiar with makeup, etc. That is the start of unforgettable memories in her life...

Thanh Hà cho biết: "Khi bản thân bạn có vẻ đẹp mà bạn không biết đánh thức nó thì người khác sẽ không bao giờ biết đến bạn, bạn không bao giờ phát huy được vẻ xinh đẹp của mình. Và cuộc thi Miss Bikini 2015 đã làm việc ấy đánh thức những khả năng tiềm ẩn trong bản thân mình".

Trước đây, Hà không quá nổi bật. Nhưng hôm ra mắt Miss bikini 2015, chị Quỳnh (Trưởng BTC cuộc thi) hỏi: "Em ở siêu thị nào đấy?". Đó là lúc Hà biết, bản thân mình có sự thay đổi, đã nhận được sự chú ý của người khác.

Bí quyết của Hoa hậu Miss Bikini 2015: Tự tin, bản lĩnh và tỏa sáng

"Một khi đã lên sân khấu, bạn phải luôn ghim trong đầu rằng mình đẹp, mình có khả năng và mình cần tỏa sáng"

Hà tin rằng, mỗi thí sinh tham gia cuộc thi đều có một nét rất riêng, lợi thế riêng. Hãy thể hiện theo cách riêng của mình. Điều đó sẽ giúp bạn không bị trộn lẫn với bất cứ ai. "Xinh đẹp là một chuyện nhưng kỹ năng thì mới có thể đưa mình đến thành công", Hà cho biết.

Trong khuôn khổ Miss Bikini của CENGROUP, theo Hà phần thi giới thiệu bản thân và ứng xử rất quan trọng. Thế nên, ngoài xinh đẹp, các thí sinh Miss nên nghiên cứu một số kỹ năng khác như: kỹ năng ứng xử, giao tiếp, bản lĩnh và tỏa sáng trên sân khấu.

Bên cạnh đó, các bạn Miss cũng cần chú ý tới trang phục biểu diễn dạ hội. Dựa vào lợi thế của bản thân, hãy lựa chọn trang phục sao cho phù hợp, tôn sắc vóc nhưng phải luôn tạo sự thoải mái. Có thoải mái thì mới tự tin để sải bước trên sân khấu.

Miss Bikini là cuộc thi về sắc đẹp duy nhất tại nhà CEN, hội tụ rất nhiều nhan sắc đến từ các đơn vị, bộ phận của CEN. Vì thế, nếu chỉ mang nhan sắc đến cuộc thi, khả năng đi xa của bạn sẽ không cao. Suốt cả chặng đường đi của Đồng Thị Thanh Hà ở mùa Miss Bikini năm ngoái là cả những nỗ lực, quyết tâm lớn. Ngoài tập luyện catwalk, lựa chọn trang phục kỹ càng, khi vào đến Chung kết, Hà gần như phải "vật vã" để chuẩn bị cho phần thi tài năng.

Từ nhỏ, Hà không có nhiều hoạt động thiên về văn - thể - mỹ, do đó, để chuẩn bị cho phần thi tài năng, Hà bắt đầu từ con số 0. Sau hơn một tuần tập luyện cấp tốc, Hà đã có phần thi tài năng với màn nhảy vô cùng ấn tượng.

Trong đêm Chung kết, Hà cho rằng, các thí sinh cần nghe kỹ câu hỏi của BGK trong phần thi ứng xử, phản xạ nhanh và bình tĩnh. Nếu không sẽ trả lời sai trọng tâm câu hỏi. Cũng chính nhờ bí quyết này mà trước câu hỏi đặt ra của BGK: "Nếu bắt buộc phải nhận nuôi một đứa trẻ mồ côi hoặc một đứa trẻ khuyết tật, em sẽ nhận nuôi ai?",

Thanh Ha said that "If you are beautiful, but you don't know and cosset your beauty, you will never promote them. And Miss Bikini 2015 awakened my potential."

Previously, I don't stand out. But on launch day of Miss Bikini 2015, Chief Organizer Quynh asked me: "Which supermarket do you work for?" From that, I recognized I had changed and drew attention of others.

Secret of Miss Bikini 2015: Self-confidence, bravery and shine

"Once on stage, you always remember that you are beautiful, smart and you need to fight for the crown".

Ha believes that each contestant has their own specific advantages and characteristics. Let's express it in your own way to make a difference. "Besides your beauty, you need to practice your special ability to be crowned." Ha said.

Under framework of Miss Bikini competition of CENGROUP, according to Ha, introduction yourself and Q&A sections are very important. Therefore, aside from the beauty, candidates should enhance other skill such as communication, self-confident skill on the stage, etc.

Moreover, people aspiring to become the winner of Miss Bikini should pay attention to performance evening dresses to choose the best one suitable for you.

Miss Bikini is the unique beauty competition of CENGROUP. Joining the pageant, there are many contestants from different departments with outstanding beauty and talent. Therefore, to be crowned Miss Bikini 2016, you have to put more effort into choosing costumes, catwalk show, etc. In Miss Bikini 2015, she had to attempt and fight for the question responses in the final night.

From the young age, she hadn't joined any artistic activities. Therefore, she had to prepare for the talent round from the beginning. After over 1 week of intensive training, finally, she performed an impressive dance.

In final night, Ha said that contestants should listen carefully questions of the judge, calm down and have an answer intelligently. In Miss Bikini 2015, Ha answered smartly when asked "If you have to choose one of two children including an orphan and a child with disability to adopt, who would you choose?"

Đông Thị Thanh Hà đã trở thành thí sinh có câu trả lời ứng xử thông minh, xúc động và chiếm trọn tình cảm của BGK, ACE nhà CEN: "Trong cuộc sống có rất nhiều mảnh đời bất hạnh, có thể là người ta tàn tật, mồ côi hoặc gặp bất trắc trong cuộc sống. Nhưng những người khuyết tật, bằng cố gắng, nỗ lực họ sẽ đạt được ước mơ. Như Nick Vujicic, mọi thứ đều có thể có được nếu quyết tâm. Nhưng trẻ em mồ côi cái thiếu là tình thương, là mái ấm gia đình. Em nghĩ em có thể mang đến mái ấm đầy tình thương, cảm giác gia đình cho những đứa trẻ đấy. Em hi vọng rằng, tất cả những đứa trẻ sinh ra đều có cha mẹ yêu thương".

CHIẾN THẮNG BẢN THÂN LÀ ĐIỀU QUAN TRỌNG NHẤT SAU CUỘC THI

Hà cho biết, sau một năm đăng quang Hoa hậu, Hà trở nên "bạo dạn" hơn và cuộc thi cũng giúp Hà trưởng thành, xinh đẹp, nhìn mọi thứ theo hướng tích cực hơn. Bởi "Cách duy nhất để vượt qua khó khăn là đi xuyên qua nó". Chính điều này đã giúp ích rất nhiều cho công việc là nhân viên kinh doanh của Hà. Giờ đây, Hà vô cùng tự tin khi đứng trước đám đông, tự tin khi gặp gỡ những khách hàng giàu có, có học thức, địa vị. Hà cho biết, lợi thế ngoại hình giúp Hà dễ tạo thiện cảm với khách ngay từ lần gặp đầu và tăng độ tin tưởng về bản thân cũng như sản phẩm của Công ty.

Trước thềm chung kết Miss Bikini 2016, Hà cũng nhắn nhủ đến những bạn thí sinh rằng: "Việc của các bạn là tỏa sáng vì đãng sau các bạn có ekip rất chuyên nghiệp, hỗ trợ từ catwalk, makeup đến tư vấn biểu diễn tài năng. Hơn nữa, các bạn sẽ có những kỷ niệm tuyệt vời tại resort Diamond Bay của TP Nha Trang. Hãy tự hào về chính mình và chỉ việc thể hiện bản thân. Chúc các thí sinh Miss Bikini 2016 sẽ có những màn trình diễn xuất sắc".

Ha had response which persuaded all people: "In our life, many people have an unhappy life. But handicapped people can make their dreams come true with their enthusiasm and effort. A typical example is Nick Vujicic, but spiritual life of orphans forever can be compensated. Therefore, I think I want to bring them warmth of family life. And I hope, all children in the world will have parents."

CONQUERING YOURSELF IS THE MOST IMPORTANT TARGET THROUGH THE COMPETITION

Ha said that after one year crowned Miss Bikini 2015, she became more self-confident. This contest has helped her more mature and have positive thinking. Now she understands that unique way to overcome difficulty is facing directly to that. That thinking helps her so much in her career, especially in business. Currently, Ha is always confident before the crowd, especially wealthy customers who are well-educated and have high social status. Ha said that thanks to advantage of appearance, she could easily get sympathy of customers from the first time of meeting and create customers' trust in myself and products of the company.

Before the final competition of Miss Bikini 2016 takes place, Ha also reminded contestants "You have to shine because you have a professional crew supporting you in sections such as catwalk, makeup or talent. Moreover, you will enjoy unforgettable memories at Diamond Bay in Nha Trang. Be proud of yourself and express yourself. Wishing all of you who have the final placements to have excellent performances."



"6 THÁNG ĐẦU NĂM VÀ "LỜI CHÀO" SIÊU ẤN TƯỢNG CỦA TEAM LUONGPG"



Team Luongpg thành lập tháng 12.2015 với slogan "làm hết sức, chơi hết mình", với khách hàng tư vấn trung thực, mang lại giá trị thực.

Team Luongpg xin gửi lời chào tất cả anh em nhà CEN!

Team Luongpg thành lập tháng 12.2015 với slogan "làm hết sức, chơi hết mình", với khách hàng tư vấn trung thực, mang lại giá trị thực.

Với cam kết trước các sếp khi bảo vệ kế hoạch kinh doanh 6 tháng đầu năm 2016, team Luongpg luôn cố gắng hết sức mình, anh em đồng lòng gắng sức, không ngại khó ngai khổ. Những hôm trời giá rét, mưa phùn gió bắc hay những hôm nắng "cháy da cháy thịt" của mùa hè, các anh em đều xuống đường để thực hiện quyết tâm "Chạm tay vào khách" – như anh NgaLX đã căn dặn. Tất cả anh chị em cùng cố gắng làm việc vì chính bản thân, vì Team, vì World và vì lời hứa đầu năm với sếp Trang (GĐKD), sếp Nga, sếp Vũ.

Giai đoạn nước rút của cuộc chạy đua doanh số 6 tháng đầu năm diễn ra gay go với nhiều sự nỗ lực đến từ tất cả bộ phận nhà WSL. Team Luongpg cũng hòa cùng không khí ấy với sự chuẩn bị đầy đủ.

Số lượng nhân sự đã chuẩn bị đông đủ với 25 nhân sự, các kế hoạch bán hàng được triển khai và đưa đến anh em hàng tuần. Tác phong công sở đang được cải thiện để tăng tính chuyên nghiệp, các hoạt động ăn chơi nhảy múa xa Hà Nội được diễn ra đều đặn 1 tháng/lần. Tất cả anh em Luongpg đang cố gắng chạy hết mình, đem lại kết quả tốt nhất.

Qua đây, thay mặt Team, Luongpg cũng gửi lời chúc đến tất cả các anh em nhà WSL nói riêng và nhà CEN nói chung, chúc các bộ phận hoàn thành và vượt kế hoạch đề ra. Chúc cả nhà sức khoẻ dồi dào, thắng lợi vẻ vang.

HÈ VỀ! ACE NHÀ CEN ĐANG “ẤP Ủ” ĐIỀU GÌ?

Hè đến! Cái nắng như đổ lửa, không khí oi bức và nóng nực dễ khiến cho tâm trạng của chúng ta trở nên mệt mỏi và uể oải. Thế nhưng, hè cũng là dịp để chúng ta được xả hơi sau những ngày dài làm việc mệt mỏi, là lúc ta nghĩ tới những chuyến du hí cùng bạn bè, người thân. Hãy cùng Ra Khơi 25 khám phá xem, hè này ACE nhà CEN sẽ “ấp ủ” điều gì nhé!

Trương Linh Huyền Trinh (BTV – RSM Miền Nam):

Hè này nhất định mình sẽ về quê thăm gia đình và nghỉ ngơi vài ngày. Tuy không có gì đặc biệt nhưng với mình đó sẽ là một kỳ nghỉ thú vị giúp mình lấy lại “năng lượng” và tiếp tục phấn đấu và làm việc tại RSM Miền Nam.

Nguyễn Thị Thùy Dương (Nhân viên Thiết kế - RSM Miền Nam):

Mình làm việc tại CEN Miền Nam được hơn 1 năm và năm nay sẽ là lần đầu tiên mình đi du lịch cùng công ty. Có thể nói đây là kế hoạch lớn nhất trong hè này của mình. Tất cả mọi thứ đều đã được chuẩn bị khá sẵn sàng chỉ chờ ngày “xách ba lô lên và đi”. Bật mí nhỏ là mình sẽ cùng “người thương” tham gia chuyến du lịch lần này đây!

Nguyễn Đình Trâm Anh (Nhân viên Hành chính – CEN Miền Nam):

Mỗi năm thì mình sẽ về quê để tận hưởng không khí hè, nhưng năm nay đi làm nên không cần được như vậy nữa. Kế hoạch lớn nhất của mình năm nay là sẽ tham dự chung kết cuộc thi Miss Bikini 2016. Các bạn nhớ ủng hộ nhiệt tình cho mình nha!



Nguyễn Hoài Ân (Nhân viên ACNM - CEN Miền Nam):

Hè này mình dự định đưa mẹ đi du lịch ở Phan Thiết. Rất lâu rồi mình với mẹ chưa đi chơi cùng nhau. Ngay từ bây giờ, mình đã bắt đầu tìm hiểu về các điểm du lịch ở Phan Thiết, tiết kiệm tiền... Hy vọng, mẹ con mình sẽ có một chuyến du lịch thật vui.

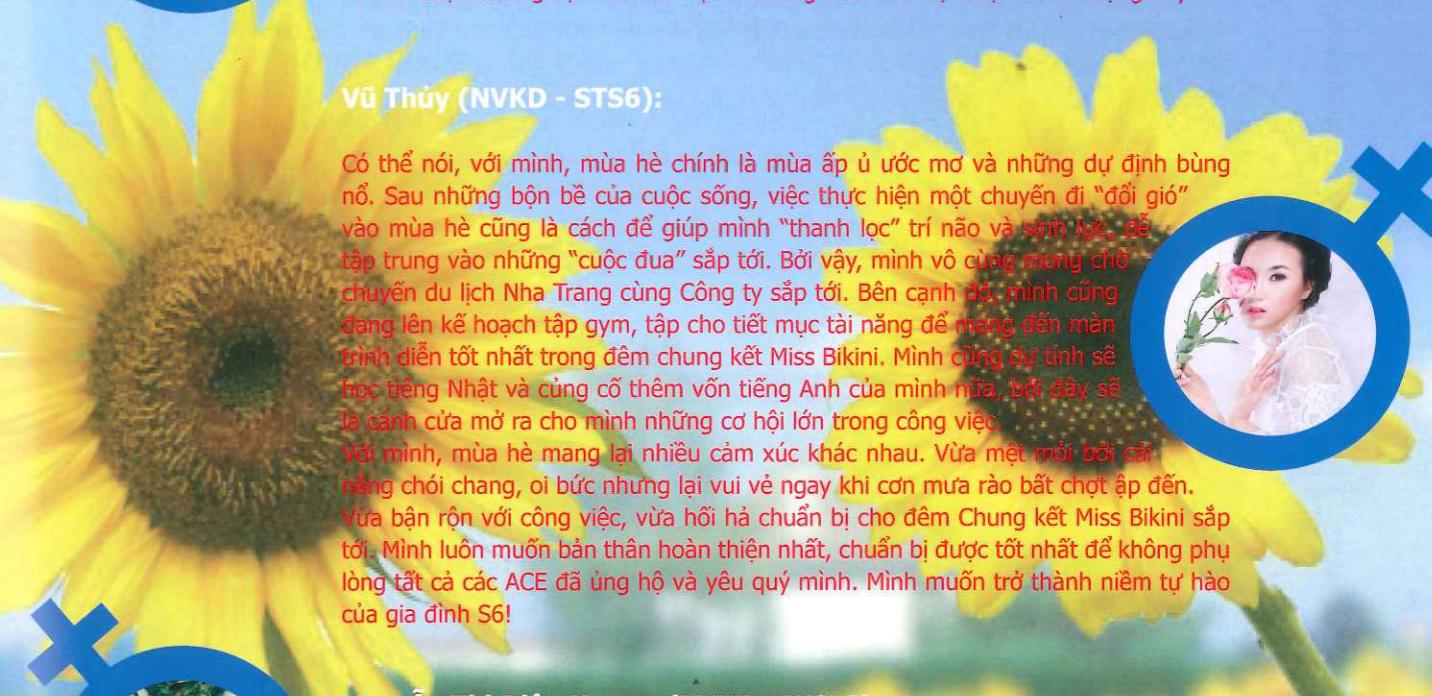
Lê Thị Oanh Kiều (Nhân viên CENVALUE Miền Nam):

Hè này mình định đi du lịch Campuchia và hiện tại thì đang “ra sức” chuẩn bị cho chuyến đi này. Công việc khá nhiều, nên phải cố gắng sắp xếp, hoàn thành công việc để thoải mái “du hí” vào chuyến đi sắp tới. Hiện tại, mình cũng rất hứng thú chờ đón chuyến du lịch Nha Trang của Tập đoàn.



Nguyễn Huyền Trang (NVKD team Quanta - STS2):

Mùa hè của cái nắng, cái gió và sự chờ đợi những cơn mưa rào mùa hạ. Với mình cũng như bao bạn trẻ của thế hệ 9x, mùa hè gắn liền với việc xách ba lô lên và đi, tận hưởng những kì nghỉ sau quãng thời gian làm việc và học tập vất vả. Đặc biệt mùa hè năm nay càng ấn tượng hơn khi mình được vinh dự tham gia cuộc thi truyền thống của Tập đoàn - Miss Bikini 2016, vinh dự hơn nữa khi mình được lọt vào top 15 tham dự đêm chung kết diễn ra tại thành phố biển Nha Trang. Bản thân mình rất hồi hộp, chờ đợi từng phút từng giây đến đêm chung kết để được trải nghiệm và thể hiện tài năng của mình tại cuộc thi sôi động này.



Vũ Thùy (NVKD - STS6):

Có thể nói, với mình, mùa hè chính là mùa ấp ủ ước mơ và những dự định bùng nổ. Sau những bộn bề của cuộc sống, việc thực hiện một chuyến đi “đổi gió” vào mùa hè cũng là cách để giúp mình “thanh lọc” trí não và sinh lực, để tập trung vào những “cuộc đua” sắp tới. Bởi vậy, mình vô cùng mong chờ chuyến du lịch Nha Trang cùng Công ty sắp tới. Bên cạnh đó, mình cũng đang lên kế hoạch tập gym, tập cho mục tiêu tăng cân để mang đến màn trình diễn tốt nhất trong đêm chung kết Miss Bikini. Mình cũng dự tính sẽ học tiếng Nhật và cũng cố thêm vốn tiếng Anh của mình nữa, bởi đây sẽ là cánh cửa mở ra cho mình những cơ hội lớn trong công việc. Với mình, mùa hè mang lại nhiều cảm xúc khác nhau. Vừa mê mẩn bởi cái nắng chói chang, oi bức nhưng lại vui vẻ ngay khi cơn mưa rào bất chợt ập đến. Vừa bận rộn với công việc, vừa hồi hộp chuẩn bị cho đêm Chung kết Miss Bikini sắp tới. Mình luôn muốn bản thân hoàn thiện nhất, chuẩn bị được tốt nhất để không phụ lòng tất cả các ACE đã ủng hộ và yêu quý mình. Mình muốn trở thành niềm tự hào của gia đình S6!



Nguyễn Thị Diệu Hương (NVKD - WSL2):

Chẳng hiểu sao, mình thích mùa hè khung khiếp ấy, mặc cho nhiều người ghét nó, khó chịu với nó. Nhưng với mình, mùa hè có một nét đẹp riêng biệt, một nét gì đó nhiệt huyết hơn tất cả các mùa khác. Hơn hết, mùa hè được đi du lịch, đi tắm biển hòa mình vào làn nước xanh trong vắt, và được ăn rất nhiều các loại hoa quả mình thích nữa.

SỐNG KHỎE VỚI BÍ QUYẾT “YÊU THỂ DỤC, THÍCH THỂ THAO” CỦA CƯ DÂN CEN

Bạn có biết vì sao tất cả các cư dân nhà CEN dù làm việc với hiệu suất lên tới 150 - 200% sức lực nhưng nhìn họ lúc nào cũng vui tươi, khỏe khoắn và ngập tràn sức sống? Đâu là bí quyết của họ? Hãy cùng *Ra Khơi số 25*, cùng tìm hiểu bí quyết “yêu thể dục, thích thể thao” của cư dân CEN các bạn nhé!

Lê Đình Toàn – Trưởng phòng kinh doanh S2:

Thực ra trước đây, mình cũng lười thể dục lắm và luôn có những lý do cho sự lười biếng này, chẳng hạn như “mình không có đủ thời gian”, “mình không có đủ sức khỏe”, “mình chẳng thấy có kết quả”... Và các bạn biết đấy, tất cả chỉ là biện hộ cho sự lười biếng của mình thôi. Kinh nghiệm của mình là, chúng ta nên vượt qua giai đoạn đó và dành thời gian cho việc luyện tập thể thao và coi đó giống như một bữa ăn trong thực đơn của bạn. Môn thể thao yêu thích của mình là tennis và chạy bộ. Mình chọn hai bộ môn này vì nó giúp mình khỏe hơn, xả stress và có cơ hội để giao lưu và chia sẻ với đồng nghiệp một cách vui vẻ và thoải mái nhất.



Vũ Đình Hoàng - PGĐ Kinh doanh WSL2:

Bí quyết “sống vui, sống khỏe, sống lành mạnh” của mình là chăm thể thao để rèn luyện sức khỏe. Bởi có sức khỏe là có tất cả và thể thao không chỉ giúp bạn có sức khỏe dẻo dai mà còn có cơ hội giao lưu kết bạn với mọi người. Thể thao cũng là môi trường thư giãn tốt nhất sau những giờ làm việc căng thẳng. Với mình, bóng đá là môn thể thao yêu thích nhất vì đây là môn thể thao đòi hỏi tinh thần tập thể, đoàn kết cũng như độ bền bỉ, dẻo dai của người chơi. Chính vì thế mình thường dành từ 1 - 2 buổi/tuần để ra sân và nâng cao sức khỏe của mình.

Nguyễn Thị Ngọc Thúy – CTV1 bộ phận WSL1

Môn thể thao yêu thích của mình là gym. Lý do mình “nghiện” tập gym vì mình muốn có một thân hình đẹp và khỏe mạnh. Thực ra trước đó, tình trạng sức khỏe của mình không được tốt lắm vì mình hay bị ốm vặt nhưng từ ngày tập gym, mình thấy khỏe hơn rất nhiều, tinh thần cũng sảng khoái hơn và đặc biệt là nhìn mình trẻ hơn trông thấy (cười).

Hàng ngày, mình vẫn dành khoảng 45 phút – 1 giờ để luyện tập, nếu hôm nào buộc phải nghỉ tập, mình thực sự thấy rất nhớ. Nếu bạn chưa chọn được môn thể thao nào phù hợp, hãy thử tập gym xem, biết đâu bạn sẽ “nghiện” nó giống mình đây.



Nguyễn Thanh Tú – WSL3

Mình tập thể theo để có sức khỏe tốt, có sức khỏe tốt thì mới CHỐT được nhiều (cười). Môn thể thao mình đang chơi là bóng đá. Mình thích xem bóng đá và có sở thích đá bóng từ bé, mình thích được chặn tiền đạo đối phương nên mình yêu thích vị trí hậu vệ. Ngoài ra còn một lý do làm mình “kết” môn thể thao vua này là vì “gẫu” của mình rất thích xem mình chơi bóng đá (cười).

Mình thấy bóng đá không chỉ rèn luyện sức khỏe dẻo dai, khả năng quan sát nhạy bén và tạo lập tinh thần đồng đội gắn kết. Làm sales như mình giờ giấc khá thất thường do nhiều khi khách hẹn gặp tối hoặc đi triển khai direct cùng nhóm nên mỗi tuần mình thường chỉ tập được 1 - 2 trận bóng. Kết thúc mỗi trận, mình đều thấy rất sảng khoái và có nhiều năng lượng hơn.



Phạm Văn Sinh – STS8

Có thể vì nhiều lý do khiến bạn lười thể dục thể thao nhưng mình muốn nhắn nhủ với các bạn đó là: Cái quý giá nhất của con người là sức khỏe và trí tuệ. Hãy cố gắng dành một chút thời gian luyện tập thể dục thể thao các bạn sẽ thấy điều tuyệt vời mà thể thao mang lại. Giống như nhiều bạn nam khác, mình yêu bóng đá vì đó là môn thể thao cần sự nỗ lực cá nhân và có tinh thần đồng đội cao, ngoài việc tăng cường sức khỏe, đá bóng còn giúp mình sống cùng mọi cảm xúc cùng nó: tiếc nuối, sung sướng, hạnh phúc... Thực sự để trả lời vì sao mình yêu bóng đá thì rất khó vì tất cả những cung bậc cảm xúc đó dường như đã ngấm vào máu mình rồi, giống như tình yêu của mình dành cho dự án Gamuda Gardens vậy.

Đinh Văn Hiệp – STS3

Một vị khách hàng đáng kính có nói với tôi rằng "Các con còn trẻ còn khỏe nên hay phung phí sức lực, đến lúc lớn tuổi như bác sẽ thấy nuối tiếc. Vì thế hãy tích cóp sức khỏe để phòng khi về già nó cũng giống như việc mỗi ngày con bỏ 500 đồng vào con lợn đất vậy". Minh rất tâm đắc câu nói này của bác và mình coi việc tập thể thao hàng ngày cũng giống như việc tích cóp sức khỏe khi về già.

Môn thể thao yêu thích của mình là đạp xe. Đây là môn thể thao khá dễ và phù hợp với nhiều người. Bạn có thể đạp xe bất cứ ở đâu vào bất kỳ thời điểm nào trong ngày mà không cần phải dành một khoản đầu tư lớn. Rất nhiều người đã phải từ bỏ môn thể thao yêu thích của mình bởi độ khó của nó, hay không có đủ thời gian để tập luyện sau những giờ làm việc căng thẳng. Việc tập xe đạp cũng khá đơn giản và bạn cũng khó có thể quên ngay cả khi bỏ một thời gian dài. Tất cả những gì bạn cần là một chiếc xe đạp, khoảng nửa giờ khi bạn rảnh rỗi, cộng thêm sự kiên trì và quyết tâm để có sức khỏe tốt.

Ngoài ra, đi xe đạp là một cách tốt để xây dựng khả năng chịu đựng. Bởi vì mọi người thích đi xe đạp và họ sẽ không nhận ra rằng càng ngày họ càng có thể đi được xa hơn.



Đặc biệt, đạp xe còn giúp bạn giảm căng thẳng bởi hoạt động thể chất như đi xe đạp hàng ngày có thể là một liều thuốc làm giảm căng thẳng, tạo ra sự thư giãn và cân bằng bên trong cơ thể tạo ra tinh thần thoải mái, thư giãn tâm trạng.

Nguyễn Phương Thảo – Thiết kế RSM

Với mình, một cơ thể khỏe mạnh và một thân hình cân đối sẽ giúp bạn tự tin hơn trong cả công việc và cuộc sống, đặc biệt là với phụ nữ đã có gia đình. Mỗi người cần lựa chọn một môn thể thao yêu thích và phù hợp với tình hình sức khỏe của mình. Và mình chọn yoga. Mặc dù có con nhỏ và công việc khá bận nhưng mình vẫn tranh thủ tập vào các buổi trưa tại công ty. Dù thời gian khá cập rập nhưng mình vẫn thu xếp để tập vì sau mỗi buổi tập mình thấy cơ thể mềm mại hơn, tinh thần phấn chấn hơn. Đặc biệt, với mục tiêu có một thân hình đẹp và vòng eo thon, mình nhất định sẽ tiếp tục duy trì việc tập luyện này.



Vũ Thị Bích Ngọc - STS9

Môn thể thao yêu thích của mình là võ thuật và tính đến thời điểm hiện tại, mình đã theo đuổi môn thể thao này được 5 năm rồi. Mọi người thường nghĩ, võ thuật là môn thể thao dành cho nam giới nhưng mình lại thấy nó rất hợp với mình. Lý do mình học võ là để tự vệ, rèn luyện sức khỏe và có thể giúp đỡ người yếu hơn (cười). Hiện tại, mỗi ngày mình vẫn dành khoảng

1 - 2 giờ để tập luyện và sau mỗi buổi tập mình thấy khỏe hơn và tinh thần rất sảng khoái. Theo mình, để có một cơ thể khỏe mạnh và tràn đầy năng lượng, bạn cần làm "nóng" cơ thể hàng ngày, vì thế hãy lựa chọn một môn thể thao yêu thích để tập luyện bạn nhé!



Xin cảm ơn và chúc các cư dân nhà CEN sẽ tiếp tục phát huy tinh thần "yêu thể dục, thích thể thao" này để luôn khỏe mạnh, vui tươi và tràn đầy năng lượng!

ĐỊNH GIÁ BDS TRỰC TUYẾN VÀ CƠ HỘI PHÁT TRIỂN

ONLINE REAL ESTATE VALUATION AND GROWTH OPPORTUNITIES



Trong thời gian tới, website <http://dinhgiatructuyen.vn/> của CEN Miền Nam sẽ chính thức ra mắt thị trường để phục vụ cho các khách hàng có nhu cầu định giá BDS trực tuyến. Đây là công cụ lần đầu tiên xuất hiện trên thị trường, mở ra tiềm năng phát triển dịch vụ này.

Trước hết, <http://dinhgiatructuyen.vn/> của CEN Miền Nam là một website ứng dụng tra cứu đơn giá đất, định giá đất, nhà phố, biệt thự tại 19 quận TP.HCM. Ứng dụng này giúp cho khách hàng xác định giá trị bất động sản phục vụ mua bán, chuyển nhượng, vay vốn ngân hàng, chứng minh tài chính du lịch và du học. Dự án đang chuẩn bị ra mắt thị trường.

Thời gian qua, bộ phận dữ liệu cũng như bộ phận công nghệ CEN Miền Nam cùng nhau phối hợp cập nhật dữ liệu khảo sát mới, cập nhật giá cho cơ sở dữ liệu thị trường theo từng khu vực của TP.HCM. Về cơ bản dự án này đã gần hoàn chỉnh. Theo định hướng mới của Ban Giám đốc, dự án <http://dinhgiatructuyen.vn/> sẽ do CENVALUE Miền Nam tiếp nhận và điều hành. Hiện tại dự án đang được gấp rút tiến hành, tiếp tục cập nhật dữ liệu từ bộ phận dữ liệu chuyển sang và bổ sung thêm các tính năng mới và sẽ ra mắt thị trường trong thời gian sớm nhất.

Xu hướng start-up ngành công nghệ hiện nay tại Việt Nam đang phát triển rất mạnh. Tuy nhiên, đa phần các start-up đang nghiêng về các lĩnh vực như giáo dục, y tế, thương mại điện tử... Còn mảng start-up bất động sản và fintech chưa được tập trung và khai thác chuyên sâu. Có thể nói định giá trực tuyến là dịch vụ tiên phong đầu tiên tại Việt Nam, giúp khách hàng định giá trực tuyến một cách nhanh chóng và tiện dụng nhất trên smartphone, website.

Thông thường khi cần xác định giá trị của bất động sản để phục vụ cho việc mua bán, người dùng phải liên hệ các công ty thẩm định giá để định giá tài sản của họ. Việc này rất mất thời gian, thường từ 2 - 3 ngày và mất một khoảng phí dịch vụ theo giá trị tài sản, thường ít nhất từ 2 triệu đồng cho một tài sản. Với định giá trực tuyến thì chỉ cần ba thao tác trên điện thoại hoặc máy tính, tại bất cứ đâu, bất cứ khi nào, khách hàng sẽ nhanh chóng biết được giá trị tài sản của mình với chi phí cực kỳ hợp lý với khoản phí 15.000 đồng/lần định giá. Khi khách hàng cần nhận chứng thư để vay vốn, chứng minh tài chính, <http://dinhgiatructuyen.vn/> sẽ phối hợp với CENVALUE phát hành chứng thư cho khách hàng trong thời gian nhanh nhất.

Nguyễn Đường Hữu Thế - Bộ phận Công nghệ CEN Miền Nam

In the upcoming time, website <http://dinhgiatructuyen.vn/> of South CENGROUP will officially be launched to cater to customers' needs related to online real estate valuation. This tool appears on the market for the first time, opening up the potential development of this service.

First, <http://dinhgiatructuyen.vn/> of South CENGROUP is a website to look up land prices and real estate valuation in 19 districts in HCMC. This application helps customers determine the value of real estate for sale, transference, bank loans or financial proof. The project is about to be offered in the market.

Data and Technology Department of South CENGROUP jointly update survey data and price database for the market in each area of Ho Chi Minh City. Basically, this project is nearly complete. According to new orientation of BOD, the project <http://dinhgiatructuyen.vn/> will be operated by South CENVALUE. Currently, the project is urgently being carried out, updated data, added new features and will hit the market in the shortest time.

Start-up trend of current technology industry in Vietnam is growing very strongly. However, most of these start-ups are leaning on areas such as education, healthcare, ecommerce and etc. Property and fintech start-ups have not been focused and explored intensively. It can be said that online valuation service is first pioneered in Vietnam, helping customers value online quickly on smartphone.

As usual, to determine the value of the property, customers must contact valuation companies. This is very time-consuming, from 2-3 days and takes a service charge on the value of assets, at least 2 million dong for a property. Thanks to online valuation service, only three steps on your phone or computer, customers will quickly know the value of their assets with extremely reasonable cost of 15,000 dong/time at any time and any place. When customers need to receive a valuation certificate, <http://dinhgiatructuyen.vn/> will coordinate with South CENVALUE to issue the valuation certificate to customers in the shortest possible time.

CENGROUP CHO TÔI KHÔNG CHỈ MỘT CÔNG VIỆC!

Những ngày đầu hè, cảm giác rất ư mệt mỏi. Việc nhà, việc công ty, việc của bản thân, việc trên trời dưới biển... tất cả khiến đôi vai tôi có lúc thực sự quá tải.

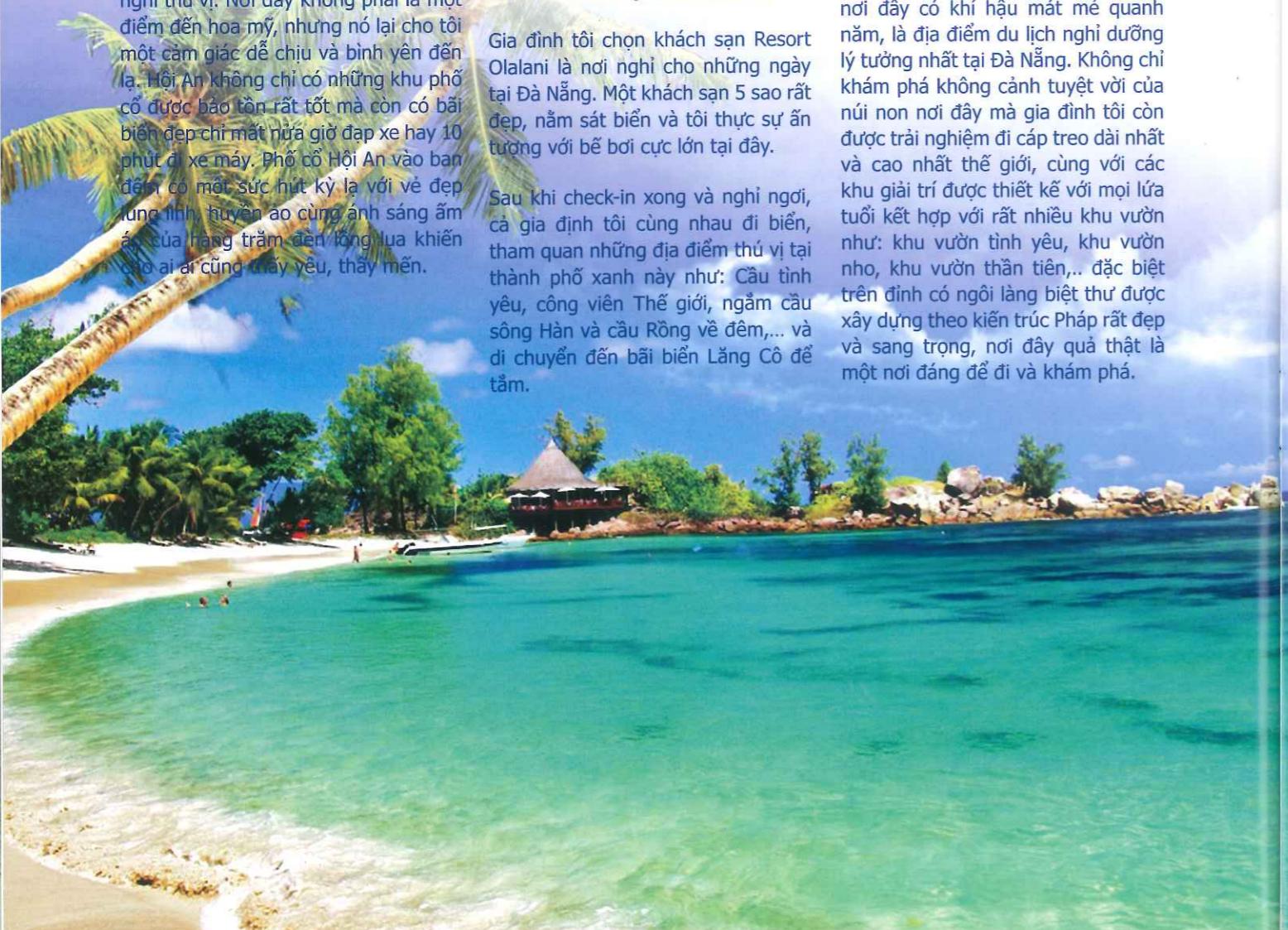
Tôi muốn đi đâu đó, tới một nơi khác, bỏ qua sự xô bồ và ngột ngạt của phố thị, được hít thật sâu những làn không khí trong lành và cảm nhận được sự yên bình.

Rồi tôi bàn với ông xã "vác ba lô lên và đi"...

Gia đình tôi chọn Đà Nẵng – Hội An để dừng chân, nơi có núi, có biển và những nụ cười thật dễ mến.

NGÀY THỨ NHẤT CỦA CUỘC HÀNH TRÌNH...

Gia đình tôi lựa chọn Hội An là điểm dừng chân đầu tiên để tận hưởng kỳ nghỉ thú vị. Nơi đây không phải là một điểm đến hoa mỹ, nhưng nó lại cho tôi một cảm giác dễ chịu và bình yên đến lạ. Hội An không chỉ có những khu phố cổ được bảo tồn rất tốt mà còn có bãi biển đẹp chỉ mất nửa giờ đạp xe hay 10 phút di xe máy. Phố cổ Hội An vào ban đêm có một sức hút kỳ lạ với vẻ đẹp lung linh huyền ảo cùng ánh sáng ấm áp của hàng trăm đèn lồng lấp lánh khiến ai ai cũng say yêu, say mến.



Ẩm thực tại Hội An cũng rất đa dạng và phong phú. Nào mì Quảng, bánh mì nướng, bánh ướt... tất cả đều có mùi vị rất riêng và hấp dẫn. Đặc biệt là món Cao Lầu – món ăn nổi tiếng nhất nơi đây. Vừa ăn, vừa nghe cô bán hàng giới thiệu về lịch sử của món ăn, thực sự rất thú vị. Cô bán hàng nói với giọng nói nhẹ nhàng, dễ nghe: "Cao Lầu thật ra là một loại mì, sợi mì được làm từ bột gạo, nhưng do ngày xưa các thương nhân xây dựng nên Hội An thường ăn món mì này trên "lầu cao" để vừa ăn vừa quan sát hàng của mình dưới đường nên từ đấy món mì này được tặng cho cái tên Cao Lầu".

Mặc dù nơi đây cách trung tâm thành phố khá xa, tầm 30km, nhưng biển Lăng Cô rất tự nhiên và đẹp khi nằm giữa một nhánh rẽ của dãy Trường Sơn. Nước biển trong xanh, những cồn cát trắng, hòa với màu xanh của núi rừng. Đến Lăng Cô cả gia đình tôi thực sự tận hưởng bầu không khí trong lành, giữ sạch những ồn ào nơi phố thị. Tôi và gia đình cũng được trải nghiệm những thú vui như câu cá, lặn biển, thăm một số cảnh đẹp như Chân Mây, làng chài Lăng Cô gần bãi biển thật không gì sánh khoái bằng.

NGÀY THỨ 3: BÀ NÀ HILL - ĐƯỜNG LÊN TIỀN CẢNH

Trước khi chưa lập gia đình, tôi cũng đã từng có cơ hội được đến Đà Nẵng và tham quan Bà Nà Hill, nhưng giờ đây quay trở lại tôi thực sự ngạc nhiên bởi sự thay đổi của nơi đây. Được mệnh danh là "đường lên tiên cảnh", Bà Nà hill "đốn tim" của tất cả mọi khách du lịch bởi vẻ đẹp mơ mộng, đầy xúc cảm. Là khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng kết hợp khu vui chơi giải trí với trang thiết bị hiện đại, nơi đây có khí hậu mát mẻ quanh năm, là địa điểm du lịch nghỉ dưỡng lý tưởng nhất tại Đà Nẵng. Không chỉ khám phá không cảnh tuyệt vời của núi non nơi đây mà gia đình tôi còn được trải nghiệm đi cáp treo dài nhất và cao nhất thế giới, cùng với các khu giải trí được thiết kế với mọi lứa tuổi kết hợp với rất nhiều khu vườn như: khu vườn tình yêu, khu vườn nho, khu vườn thần tiên,... đặc biệt trên đỉnh có ngôi làng biệt thự được xây dựng theo kiến trúc Pháp rất đẹp và sang trọng, nơi đây quả thật là một nơi đáng để đi và khám phá.

KẾT THÚC CUỘC HÀNH TRÌNH VỚI NHỮNG MÓN QUÀ LẠ TẠI CHỢ HÀN

Trước khi kết thúc cuộc hành trình 3 ngày 4 đêm tại Đà Nẵng – Hội An, tôi và cả gia đình đã có cơ hội ghé thăm chợ Hàn, một ngôi chợ lớn và lâu đời nhất tại Đà Nẵng. Nơi đây nổi tiếng với các thực phẩm hải sản tươi sống, trái cây tươi và các đặc sản của Đà Nẵng như những gian hàng mắm, hàng khô... Lựa chọn cho bố mẹ những gói trà Cung đình nổi tiếng, chọn cho ACE đồng nghiệp vài túi mực khô, gia đình tôi còn mua thêm rất nhiều các loại bánh vẽ làm quà như: bánh dừa khô, bánh khô mè...

Trở về Hà Nội lúc 6 giờ tối, tôi và cả gia đình nghỉ ngơi và chuẩn bị cho tuần làm việc mới với nguồn năng lượng tràn trề. Thực sự Đà Nẵng đã khiến gia đình tôi lưu luyến thật nhiều. Trước khi nhắm mắt và chìm vào giấc ngủ sâu sau một ngày di chuyển liên tục, tôi mỉm cười và cảm ơn CENGROUP – ngôi nhà thứ hai và cũng là "người" tặng cho tôi và gia đình chuyến du lịch Đà Nẵng – Hội An đầy thú vị này.

Yêu lắm CENGROUP ơi!



CENRADIO: "MÓN ĂN" TINH THẦN MỚI LẠ CỦA ACE CEN MIỀN NAM

CENRADIO: NEW SPIRITUAL FOOD FOR SPIRITUAL STRENGTH OF SOUTH CENGROUP



Ra mắt từ đầu tháng 4.2016, CENRADIO đã trở thành món ăn tinh thần không thể thiếu của đồng đảo ACE CEN Miền Nam. Định kỳ, thứ 3 và thứ 5 hàng tuần CENRADIO lại lên sóng và cung cấp cho ACE nhiều thông tin thú vị về thị trường BDS, các hoạt động ACNM nhà CEN cùng những món quà âm nhạc thú vị.

Chương trình "cây nhà lá vườn"

Xuất phát từ mong muốn hình thành một chương trình hấp dẫn thường xuyên cập nhật những thông tin nổi bật về thị trường BDS, hoạt động ACNM của Tập đoàn, BLD CEN Miền Nam phối hợp cùng bộ phận ACNM để phát triển chương trình CENRADIO.

Công tác chuẩn bị cho CENRADIO được đồng đảo ACE cố gắng và nỗ lực hoàn thành. Hệ thống loa được trang bị khắp các văn phòng, phần mềm quản lý và phát trực tuyến được bộ phận kỹ thuật nhanh chóng hoàn thành, format chương trình được xây dựng dựa trên ý kiến của đồng đảo ACE và công tác tìm kiếm MC cũng được ráo riết thực hiện. Chỉ sau 2 tháng chuẩn bị, số đầu tiên của chương trình CENRADIO đã chính thức phát sóng. Ở các khắp tất cả các văn phòng, ACE nhân viên háo hức đón chờ một chương trình mới hấp dẫn và thú vị.

Rất nhiều khó khăn và thách thức cho những người làm chương trình khi thiết bị kỹ thuật hạn chế, không có phòng thu cố định mà phải sử dụng "nhờ" phòng họp, hệ thống loa đôi lúc hoạt động không ổn định... Nhưng bằng "tình yêu" và đam mê đội ngũ thực hiện chương trình đã cố gắng khắc phục và ngày càng nâng cao chất lượng chương trình. Các vị khách mời cũng nhiệt tình "hỗ trợ" mặc dù thiết bị thu còn rất nhiều hạn chế.

CENRADIO – từ niềm đam mê đến "trái ngọt"

Thách thức lớn nhất mà CENRADIO gặp phải là nội dung chương trình. Câu hỏi sẽ phát thông tin gì? Nội dung ra sao?... Tưởng chừng như khá đơn giản nhưng khi bắt tay vào thực hiện team Biên tập RSM – team chính phụ trách nội dung mới cảm thấy đau đầu và lo lắng. Được phát định kỳ vào thứ 3 và thứ 5 hàng tuần với 3 bản tin sáng, trưa và chiều nên việc đổi mới nội dung không phải là dễ. Các tin tức BDS, hoạt động ACNM nổi bật, nhân vật tiêu biểu hay góc kỹ năng, quà tặng âm nhạc... đều được thử nghiệm và đều dựa trên góp ý và phản hồi của ACE. Dần dần, CENRADIO đã trở thành "tiếng nói" và nơi chia sẻ tinh cảm của toàn bộ ACE CEN Miền Nam. Bắt cứ công việc nào cũng có khó khăn và thách thức, và đối với MC của chương trình là Hoài Ân (bộ phận ACNM) và Huyền

Trinh (Biên tập – RSM Miền Nam) cũng vậy. Trước khi đến với CENRADIO, cả hai đều không có kinh nghiệm nhiều trong việc biểu đạt cảm xúc thông qua ngôn ngữ, phát âm chưa thật sự tròn vành rõ chữ, tương tác và giao tiếp với khách mời... nhưng tất cả đều được cải thiện rõ nét qua từng số. Đã có những buổi tập duyệt trước khi lên sóng, đã từng mất rất nhiều thời gian để thu hoàn chỉnh một số nhưng cả hai đều không nản chí mà tiếp tục cố gắng – cố gắng phát triển chương trình vì đam mê và tinh thần trách nhiệm trong công việc.

Hiện tại, CENRADIO đã bắt đầu hoạt động ổn định, nhưng team thực hiện chương trình vẫn không ngừng tìm tòi và phát triển để CENRADIO mãi là "điểm đến" quen thuộc của tất cả ACE CEN Miền Nam.

Unveiled in April 2016, CENRADIO becomes indispensable spiritual food of members in South CENGROUP. On every Tuesday and Thursday, information about real estate market, recreation activities, music, etc. will be aired on CENRADIO.

CENRADIO: "Home grown, home made"

Inspired from desire for an attractive project which regularly updates the latest news of property market, entertainment activities, etc. Board of Directors of South CENGROUP in cooperation with Department of Administration develops CENRADIO project.

In order to prepare for CENRADIO project, all members of South CENGROUP attempt to implement. Speaker system is equipped throughout offices; management software and online broadcast technology are well-prepared for the first operation. After 2-month preparation, the first broadcast show has been officially aired. In all offices, CEN staff are eager for an interesting and attractive program.

In spite of facing many difficulties and challenges of limited technology, unstable studio, speakers with unstable operation, etc. but with enthusiasm, those who implement the program tried to overcome and enhance program quality. Moreover, guests are enthusiastic about supporting despite limited technology.

CENRADIO – Passion creates sweet success

The biggest challenge producers of CENRADIO face is content of program. This task seems easy, actually, we recognize it is quite difficult. Editorial Department will directly implement this section. Because the program will be aired every morning, noon and afternoon of Tuesday and Thursday, it is difficult to supply new information. All news including real estate market, entertainment activities, typical character, etc. is being tested according to demand of the staff. After then, CENRADIO gradually draws attention and love of all members of South CENGROUP.

As for any task, there has difficulty and for Hoai An (Department of Administration) and Huyen Trinh (Editor of South RSM), CENRADIO also leads to some challenges. Before CENRADIO, both of them have no special ability to communicate with audiences on radio. But this capacity is improved considerably. Previously, they have rehearsals before the program goes on air. Although taking a lot of time, they are not discouraged and keen on to try to offer more attractive programs.

Currently, CENRADIO is broadcast stably and producer team continue to try their best to develop CENRADIO to become a loved program of all members of South CEN

ĐỌC SÁCH GÌ ĐỂ VƯỢT QUA NHỮNG CƠN KHỦNG HOẢNG TUỔI U30?



“MUST-READ BOOKS TO SURVIVE YOUR QUARTER- LIFE CRISIS”

Công việc tẻ nhạt, làm việc 8 tiếng mỗi ngày (thậm chí nhiều hơn) nhưng lại không được nhận lương xứng đáng so với những gì đã làm. Đã bao giờ tự than vãn rằng: “Đây không phải là những thứ mà tuổi 22 của mình đáng được nhận!”?

Bạn cảm thấy rằng, như đa số phụ nữ hiện đại ngày nay cuộc sống giống như là chuyến hành trình trên con tàu siêu tốc với chuyến đi rất giống nhau: tìm việc và vài lần thay đổi công việc, tìm kiếm đối tượng và hẹn hò, cố gắng duy trì liên lạc với vài người bạn, kết hôn và sinh con...

Bạn cảm thấy rằng – nhiều người trong số chúng ta đã bị “đẩy” vào tuổi trưởng thành mà không có một kế hoạch chi tiết cụ thể; đột nhiên tỉnh dậy và nhận ra rằng: tất cả những gì bạn đã từng học trong nhà trường đều không đúng so với “thế giới thực” mà bạn sắp phải đối mặt.

Sự khủng hoảng này thường xuất hiện ở giai đoạn 22 - 30 tuổi, đó là khoảng thời gian với hàng tá câu hỏi và sự nghi ngờ về chính bản thân. Nếu bạn đang phải vật lộn với những suy nghĩ đó, thì những cuốn sách dưới đây sẽ kéo bạn ra khỏi đống suy nghĩ hỗn độn về tương lai, giúp bạn tìm ra mục đích hay những ý tưởng cho giai đoạn cuộc sống sắp tới của bạn.

1. The Defining Decade (Thập kỷ định hình) – Meg Jay

Nếu bạn cảm thấy đã sử dụng quãng thời gian từ 20 cho đến hiện tại vô cùng lãng phí thì “Thập kỷ định hình” chính là dành cho bạn.

In between 8-hour workdays at a low-paying, soul-sucking job, have you ever come up for air and bemoaned.

Being a twenty-something woman today can feel like a roller coaster at times: an up and down, overwhelming adventure in finding your dream job, navigating the dating scene, and attempting to maintain friendships in the face of cross-country moves, marriages, and babies.

You might feel — as many of us do — that you've been thrust into adulthood without a blueprint, suddenly waking up to the realization that all of your education and upbringing actually left you woefully unprepared for the "real world".

The quarter-life crisis, usually ranging from college to our early thirties, is a stressful period filled with questioning and rampant self-doubt. If you're grappling with uncertainty about what you want to do with your life, your purpose, and your identity, here's a few poignant reads that will pull you out of your twenty-something funk and cure your expectation hangover.

1. The Defining Decade - Meg Jay

If you feel like your twenties have thus far been a waste of time, "The Defining Decade" is for you.

Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng: Vài năm sau khi tốt nghiệp chính là khoảng thời gian quan trọng cho sự phát triển cá nhân (công việc, tình yêu,...). Meg Jay nói về sự thờ ơ của giới trẻ sau giai đoạn tốt nghiệp, đưa ra lời khuyên để sử dụng thời gian một cách khôn ngoan, hữu ích và cung cấp một lộ trình để giúp bạn.

“Lứa tuổi 20, lứa tuổi không cảm thấy lo lắng và bất tài trong công việc, thường là quá tự tin hoặc không sử dụng hết năng lực vốn có.”

2. 20 Something 20 Everything: A Quarter-life Woman's Guide to Balance and Direction (Cách cân bằng và định hướng cuộc sống của người phụ nữ trẻ) - Christine Hassler

Nhiều phụ nữ trẻ cảm thấy bất an, lo lắng và điều đó được Christine Hassler gọi là “Tam giác tuổi đôi mươi”: Tôi là ai? Tôi muốn gì? và “Làm thế nào để có được điều tôi muốn?”.

Cuốn sách này khiến bạn nhận ra bạn không phải là người duy nhất bị khủng hoảng trong giai đoạn này. Christine khuyến khích bạn phải chịu trách nhiệm cho những sự lựa chọn trong cuộc sống và chia sẻ những suy nghĩ đó cho mọi người xung quanh, một biện pháp thực tế để giải phóng bạn khỏi những nghi ngờ.

3. Life After College: The Complete Guide to Getting What You Want (Cuộc sống sau tốt nghiệp: Bản hướng dẫn hoàn hảo để đạt được những gì bạn muốn) - Jenny Blake

Những khát vọng của tuổi trẻ dễ dàng bị lãng quên đi, thay vào đó là công việc thực tế cần làm hàng ngày để giúp bạn tồn tại sau khi ra trường.

Nhưng cho dù bạn đã ổn định với công việc hiện tại, hay chỉ mới ra trường, thì “Life After College” vẫn là một cuốn sách tuyệt đối cần thiết, sẽ truyền cảm hứng cho những ước mơ (và giúp bạn biến nó trở thành sự thật), hướng dẫn bạn cách để không bị chi phối bởi những vấn đề tiểu tiết khác trong cuộc sống.

Đó sẽ là một series các bài luyện tập cho các vấn đề xung quanh cuộc sống hàng ngày, trong công việc.

4. Body of Work: Finding the Thread That Ties Your Story Together - Pam Slim

Nếu bạn đang tìm kiếm một vị “tiền bối”, một huấn luyện viên chuyên nghiệp thì Pam Slim sẽ sự lựa chọn vô cùng khôn ngoan và sáng suốt.

“Cơ chế làm việc” sẽ hướng dẫn cách bạn làm việc trong môi trường công việc phức tạp, tẻ nhạt hiện nay và sẽ giúp bạn cách để giữ được những đam mê của chính bản thân.

5. Nice Girls Don't Get the Corner Office: Unconscious Mistakes Women Make That Sabotage Their Careers - Lois P. Frankel

A great deal of research now points to the post-grad years as some of the most crucial in personal development (work, love, and etc). Meg Jay helps put the kibosh on your post-grad apathy, rekindling a sense of urgency to use your time more wisely and providing a roadmap for making the most of your twenties.

“Twentysomethings who don't feel anxious and incompetent at work are usually overconfident or underemployed.”

2. 20 Something 20 Everything: A Quarter-life Woman's Guide to Balance and Direction - Christine Hassler

Many women in their twenties (and thirties) feel unsettled and struggle to reassess their positions on what Christine Hassler calls the "Twenties Triangle:" Who am I? What do I want? How do I get it?

This book is the first that causes you to realize you are not alone in your quarter-life crisis. Christine encourages you to take responsibility for your life choices and shares down-to-earth, practical direction for liberating yourself from doubt.

3. Life After College: The Complete Guide to Getting What You Want - Jenny Blake

It's easy to forget about your aspirations and lofty plans amidst the realities of working to pay rent and making it through the work week.

Whether you're just graduating, fresh out of college, or have been in the workforce for a few years now, "Life After College" is an indispensable, inspirational guide for dreaming (and achieving) big, without letting the little details drag you down.

It includes excellent coaching exercises that address every domain of life from work and money to home and organization.

4. Body of Work: Finding the Thread That Ties Your Story Together - Pam Slim

If you are looking for a "mentor", a professional coach, Pam Slim is a wise choice.

"Body of Work" will guide you how to work in complex and boring environments and teach you how to develop passion.

5. Nice Girls Don't Get the Corner Office: Unconscious Mistakes Women Make That Sabotage Their Careers - Lois P. Frankel

For most twenty-something women, establishing themselves in the workplace is a top priority, and unfortunately, being a nice girl doesn't always translate to success. In this uber practical book, Lois shows you how to command respect, navigate office politics, negotiate for yourself, and walk the fine line of being assertive without coming off as a pushover or alienating yourself as the office bully.

TIN CÁNH GÀ

Với 20 cái nhất của phụ nữ, thể hiện bản thân ở nơi công tác là ưu tiên hàng đầu, nhưng thật không may khi là một cô gái ngoan không phải lúc nào cũng thành công. Trong quyển sách này, Lois sẽ cho bạn thấy làm thế nào để nhận biết được thời gian mà bạn mắc phải những lỗi sai vô hình, dễ làm hỏng sự nghiệp của mình.

6. I Will Teach You to Be Rich (Tôi sẽ dạy bạn làm thế nào để trở nên giàu có) - Ramit Sethi

Quản lý tài chính cá nhân là một trong những môn học bị bỏ qua đáng tiếc nhất trong hầu hết các chương trình giáo dục hiện nay.

Nếu bạn là tôi, bạn sẽ bước vào thế giới tài chính chỉ với một chút ít kiến thức về việc quản lý tiền, đúng vào giai đoạn cực kỳ quan trọng: Bạn có thể sử dụng các chính sách vay vốn ưu đãi dành cho sinh viên rồi kiếm được một khoản tiền từ đó.

Ngoài ra, bạn đang là phải đối mặt với các từ mới như "401k" và "IRA." Cuốn sách này được Ramit viết cho những ai sử dụng điện thoại thông minh, hiểu biết về công nghệ, và không sành sảng hy sinh mọi thứ yêu thích chỉ để tiết kiệm một khoản nhỏ.

"Nhờ Ramit, tôi đã mở chiếc thẻ tín dụng đầu tiên, lập một tài khoản hưu trí, tự động thanh toán các khoản vay sinh viên của tôi, và cuối cùng làm tôi cảm thấy tự tin hơn về khả năng kiểm soát tài chính của mình."

6. I Will Teach You to Be Rich - Ramit Sethi Learning personal finance is one skill that's glaringly missing from most education curricula.

If you're like me, you entered the professional world with little understanding for how to manage your money, precisely at a life stage when it's critically important: student loans are kicking in, it's the time to be building credit.

Moreover, you're being confronted with new words like "401k" and "IRA". Ramit's book is written for someone in your shoes – smart, tech savvy, and not willing to sacrifice things you love just to save a few bucks.

"Thanks to Ramit, I got my first credit card, set up a retirement account, automated my student loan payments, and finally felt more confident and in control of my finances."

Điều này vô cùng khó

Một gia đình đang cùng nhau đi dạo mát bằng ô tô thì bỗng một con cốc nhảy ra chắn đường. Ông chồng vội vàng thăng xe, bước xuống và mang con cốc đặt sang vệ đường. Con cốc bỗng cất tiếng nói: "Ông thật tốt bụng. Cảm ơn ông đã giúp đỡ. Tôi sẽ cho ông một điều ước". Người đàn ông vội vàng nói: "Vậy hãy làm cho con chó của tôi thắng cuộc đua hôm nay". Nói tới đó, ông ta vội lôi con chó ra. Khi thấy con chó chỉ có ba chân, con cốc buồn rầu nói: "Khó lắm. Ông xin điều khác đi". Người đàn ông ngập ngừng một lát rồi lại nói: "Vậy xin hãy làm cho vợ tôi trở thành hoa hậu của cuộc thi năm nay". Sau đó người đàn ông dẫn người vợ đến trước mặt cốc, cốc nói: "Thôi. Ông mang con chó lại đây cho tôi xem lại lần nữa nào".

Nếu không giỏi và thông thạo công việc mình làm, bạn có thể sẽ đánh mất cơ hội tốt.

Một vị linh mục cho một bà sơ quá giang. Bà sơ bước vào xe và vô tình làm rách áo choàng do bất cẩn bị vướng vào cửa xe, để lộ phần chân trắng nõn nà. Vị linh mục gần như mất kiểm soát tay lái, sau khi trấn tĩnh, ông lén lút đặt tay lên đùi bà sơ. Bà sơ phản ứng lại: "Cha à, cha hãy nhớ đoạn Psalm 129 trong Kinh Thánh". Nghe vậy, vị linh mục bèn rút tay lại. Một lát sau, vị linh mục lại để tay lên đùi bà sơ một lần nữa. Bà sơ lại nhắc nhở: "Thưa cha. Xin cha hãy nhớ đoạn Psalm 129 trong Kinh Thánh". Vị linh mục nghe vậy vội phán trần: "Xin lỗi sơ, thân xác thật là yếu đuối". Về đến tu viện, bà sơ xuống xe và vị linh mục vội vàng lật dở cuốn Kinh Thánh để tìm câu Psalm 129 và thấy có nội dung như sau: "Đi tới và tìm kiếm, tiến sâu hơn, con sẽ thấy vinh quang".

Hãy luôn để sếp bạn lên tiếng trước

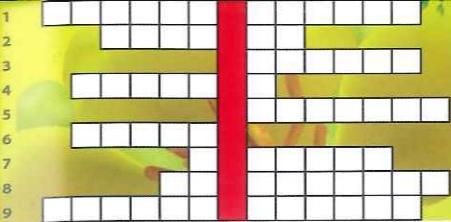
Một nhân viên bán hàng, một thư ký và một giám đốc cùng nhau ra ngoài ăn trưa. Họ bất ngờ phát hiện ra chiếc đèn dầu cổ và cùng nhau lau chùi bụi bám trên đèn. Bất ngờ, Thần đèn hiện ra và nói: "Ta sẽ tặng các con mỗi người một điều ước. Ai sẽ nói trước nào?". Cô thư ký vội vàng lên tiếng: "Hãy để con nói trước. Con ước được lướt sóng ở Bali và tận hưởng hanh hạ, không phải lo lắng tới bất cứ điều gì trên đời này". Bùm... vừa dứt lời ước, cô thư ký biến mất.

"Là con, con sẽ ước tiếp". Anh nhân viên bán hàng vội vàng nói. "Con ước được nằm dài trên bãi biển Hawaii, có nhân viên mát xa riêng, uống thỏa thích cocktail và tận hưởng kì nghỉ tuyệt vời bên người yêu của con". Bùm... anh nhân viên cũng biến mất.

"Vậy còn ông? Ông ước điều gì?", Thần đèn hỏi vị giám đốc. Ông này thủng thẳng nói: "Con ước hai người vừa nãy sẽ quay lại phòng làm việc sau giờ nghỉ trưa".

Đừng để những thứ phù phiếm bên ngoài dụ dỗ, nhằm mắt lại, nắm bắt được thứ con tim mong muốn mới có thể thành công được. Còn về ý kiến của bạn bè, bạn có thể tham khảo, có thể không, nhưng từ đó có thể nhận ra ai mới thực sự là người bạn cùng chung chí hướng.

Thấy người bạn thân đi BMW đến, chàng trai ngạc nhiên hỏi: "Này, xe đẹp đấy. Lấy đâu ra thế?". Người bạn thân thật thà trả lời: "Tôi qua đi bar quen một em, em ấy lái xe lôi mình lên núi hóng gió, rồi em ấy cởi quần áo ra bảo mình có thể chiếm lấy bất cứ thứ gì mình muốn, nên mình lái xe của em ấy đi". Chàng trai gật gù đáp: "Cũng phải, quần áo của cô ấy sao cậu mặc vừa được".



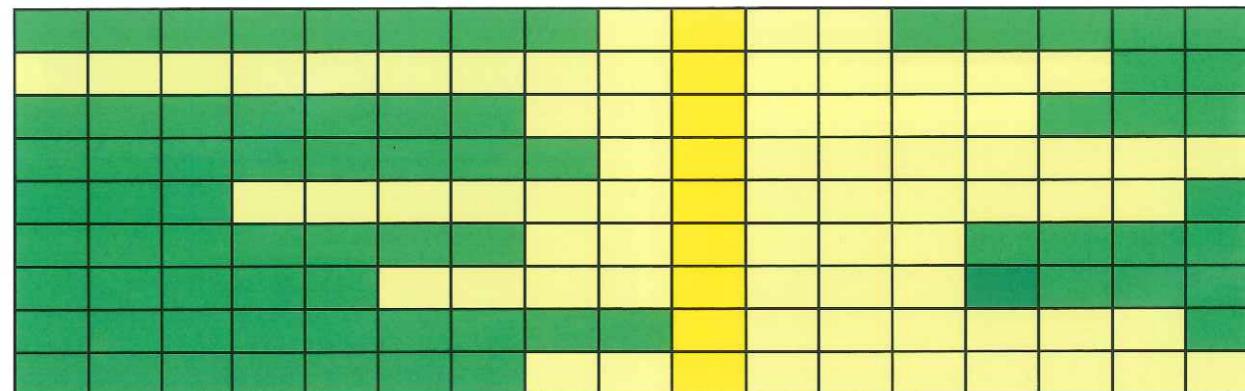
Ô CHỮ BÍ MẬT

HOME

PROFILE

PICTURE

Ô CHỮ BÍ MẬT RA KHÓI 25: GỒM 9 HÀNG NGANG VÀ 17 CỘT DỌC



Ô CHỮ HÀNG NGANG

1. Đây là tên viết tắt của một bộ phận "nổi tiếng" của nhà CEN, đóng vai trò "chủ xị" trong các hoạt động văn - thể - mỹ dành cho các ACE trong Tập đoàn. Từ bộ phận này, các ý tưởng giải trí, vui chơi độc đáo, hấp dẫn đã được ra đời, đóng góp quan trọng trong việc hình thành nền văn hóa đặc trưng của nhà CEN.

2. Đây là tên một giải thưởng được trao cho những cá nhân gia nhập CEN chưa lâu nhưng có những đóng góp đáng kể và là những nhân tố mới đóng góp vào sự phát triển chung của nhà CEN.

3. Tại nhà CEN, mỗi cá nhân hay tập thể có đóng góp lớn lao đối với sự phát triển chung của Tập đoàn sẽ nhận được sự... trong Lễ Tuyên dương, khen thưởng mỗi năm.

4. Tên một danh hiệu dành riêng cho những nhân viên kinh doanh xuất sắc, luôn đạt được doanh số cao và ổn định trong nhiều tháng. Danh hiệu này có 3 hạng: Silver, Gold và Diamond.

5. Danh hiệu này được dành tặng cho "những chiến binh thầm lặng" từ hành chính, hỗ trợ,... là những người hỗ trợ đắc lực cho ACE kinh doanh xông pha "chiến trận".

6. Đây là danh hiệu cao quý nhất được Ban Lãnh đạo Tập đoàn và các ACE tin tưởng, trao tặng cho người có đóng góp lớn cho CEN trong năm, đóng góp đó mang đến cho CEN những bước tiến quan trọng. Danh hiệu này chỉ trao duy nhất cho một người trong năm.

7. Năm nay, các ACE nhà CEN sẽ được tận hưởng một mùa hè tuyệt vời với nắng vàng và biển xanh, không khí trong lành tại thành phố này. Đây cũng sẽ là nơi diễn ra các hoạt động văn hóa, giải trí cực hấp dẫn và ấn tượng không thể quên của các ACE.

8. Bất cứ ACE nhà CEN đều mong muốn được tôn vinh ở hạng mục cao nhất này trong tất cả các giải thưởng. Trong tiếng Anh, hạng mục này có nghĩa là "kim cương" và nó gắn liền với các quyền lợi vô cùng hấp dẫn mà Ban Lãnh đạo Tập đoàn dành cho các ACE.

9. Một hoạt động văn hóa được trông đợi nhất trong năm. Nơi mà nhan sắc rực rỡ, căng tràn, nồng bồng của các chị em nhà CEN được tôn vinh và tỏa sáng. Hoạt động này sẽ diễn ra vào tháng 7 hàng năm.

Ô CHỮ HÀNG DỌC

Được coi là sự kiện quan trọng, tổ chức thường niên 2 lần trong 1 năm vào khoảng thời gian 6 tháng đầu năm và 6 tháng cuối năm, sự kiện này ra đời với mục đích giúp đại gia đình CEN nhìn lại chặng đường đã đi qua, đồng thời là dịp ghi nhận nỗ lực không ngừng nghỉ của các ACE trong sự phát triển của nhà CEN. Năm nay, sự kiện sẽ diễn ra vào ngày 09.07.2016 tại thành phố biển Nha Trang xinh đẹp.

6 THÁNG SÔI ĐỘNG CỦA NHÀ CEN

6 tháng đầu năm, nhà CEN đã có rất nhiều các hoạt động sôi nổi. Mỗi tấm hình là một khoảnh khắc, đánh dấu những bước đi vững chắc của CEN và tinh thần đoàn kết của ACE. Hãy cùng BBT Ra Khơi nhìn lại chặng đường đầy sôi động ấy...



Gặp mặt đầu xuân các Rainmaker xuất sắc.



Sôi động tại ngày hội tuyển dụng của STDA.



Nhà CEN vui mừng chào đón BCH Công đoàn Tập đoàn CENGROUP.



Ra mắt chi bộ Công ty Cổ phần Bất động sản Thế Kỷ.



WSL2 ghi tên mình khi trở thành đương kim vô địch tại CEN GROUP - Tranh cup mùa hè 2016.



Mô hình Hệ thống Đại lý chiến lược của STDA được nhân rộng tại miền Trung.



Các sản phẩm của TNR và Gamuda cũng được phân phối theo mô hình Hệ thống Đại lý.



Bán kết đã lồng lẩy thế này, Chung kết chắc khói anh “chảy máu mũi”.



Dẫn chương trình và việc của chú, độ “nguy hiểm” cứ để anh.



Victoria Secret có là xá gì :D



Một rừng Miss ACE ơi.



Phải làm sao khi cô ấy cứ tươi thế này.

MISS NHÀ CEN RỰC RỠ ĐÊM BÁN KẾT



Đi ngắm Miss vẫn không quên nhiệm vụ truyền thông dự án thế này.



Em là ai? Cô gái hay nàng tiên? Không phải Miss nhà CEN đâu, cô ấy là sao Hàn Quốc đấy.



Em là ai? Cô gái hay nàng tiên?



Nếu nhìn lâu hơn 3 giây, bạn sẽ “chết chìm” trong mắt cô ấy.