

RA KHỎI

*AMY WEE - CEN'S NEW
STRATEGIST!*



RA KHƠI

NGƯỜI THỰC HIỆN:
NHÓM BIÊN TẬP TẬP ĐOÀN

MỌI Ý KIẾN ĐÓNG GÓP XIN GỬI VỀ
ĐỊA CHỈ: ANHNTP@CENGROUPVN



RA KHƠI - AN PHẨM LƯU HÀNH NỘI BỘ THUỘC
CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN THE KÝ

Website: cengroupvn

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** Doanh nghiệp địa phương, vươn tầm quốc tế
- 2** Mục lục
- 3** Lời ngỏ
- 4-5** Tin tức
- 6-0** Sự kiện:
- Lãnh đạo trẻ nhà CEN: Trẻ mà không "trẻ"
- Nhìn lại CEN qua 6 tháng đầu năm 2015
- 10-17** Nhân vật:
- Amy Wee - CEN's new strategist!
- Hơn 4000 nhân sự ở nhiều vị trí khác nhau và "bi quyết tuyển quân" tại nhà CEN
- 18-20** Giờ thứ 9:
Tháng 7 đi đâu, ăn gì, xem gì?
- 21-22** Ô chữ bí mật
- 23** Tin cánh gà
- 24-25** CEN 3 miền
- 26-27** Tư vấn CEN
- Sách hay nên đọc: "Sức mạnh niềm tin"
- Thư viện pháp luật: Hiến Luật để tạo sự tin tưởng khi bán hàng
- 28-29** Chia sẻ
- 30-31** Ống nhòm CEN
- 32** Dự án HOT: Imperia Garden

LỜI NGỎ

Theo tổng kết chưa đầy đủ từ Ban tài chính, 6 tháng đầu năm 2015, nhà CEN đạt doanh thu bằng tổng doanh thu cả năm 2014. Với kết quả này, toàn thể Cener chưa thực sự hài lòng, bởi 6 tháng qua, họ đã nỗ lực không ngừng, gặp nhiều lần sa vơi năm trước. Bao nhiêu tâm huyết, bao nhiêu kỳ vọng, thời gian, công sức, ... họ không hài lòng về kết quả do cùng là điều để hiểu!

Để tiếp tục đạt những thành quả xứng đáng hơn, chính phục khách hàng, chủ đầu tư, đối tác, ban hàng trong nước, quốc tế, nhà CEN đang bắt đầu triển khai những chiến lược phát triển mới, quốc tế hàng hóa (dịch vụ) là một trong những chiến lược phát triển trong thời gian sắp tới của nhà CEN. Để có thể làm được điều đó, việc đầu tiên nhà CEN làm đó là Quốc tế hóa bộ máy nhân sự, trẻ hóa đội ngũ lãnh đạo, mang hơi thở, linh hồn của sự tươi mới, trẻ trung, năng động, hiện đại và tiến bộ thâm nhập vào CEN. Dẫn thúc đẩy hình ảnh thương hiệu, dịch vụ, hàng hóa của nhà CEN không chỉ chiếm lĩnh thị trường bất động sản trong nước mà còn vươn tầm quốc tế. CEN sẽ là doanh nghiệp địa phương, đầu hiệu địa phương, chiếm lĩnh địa phương và chinh phục Quốc tế.

Hãy cùng đón đọc Ra Khơi số 13 để biết thêm chi tiết!

According to incomplete statistics of Financial Committee, in the first 6 months of 2015, CENGROUP achieved as much revenue as total revenue in the year 2014. However, this result doesn't meet their expectation because they spent a lot of time and effort working in hope of achieving much more accomplishments.

To continue to achieve more accomplishments as well as win the hearts of customers, developers, associates, clients in the country and world, CENGROUP is beginning to deploy new development strategies. Introduction of the products and services to other countries is one of the key development strategies in the near future of CENGROUP. In order to do that, the most vital thing is to recruit more domestic and international staff of a wide range employee qualification. Besides, CENGROUP also focuses on developing and creating favourable conditions for young human resources. All make CENGROUP become a youthful dynamic working environment. Gradually, the brand, services and products of CENGROUP dominate the real estate market not only in Vietnam but also internationally. CENGROUP will become a domestic business that dominate inbound and conquer outbound.

Let's discover Ra Khơi No. 13 for more details!



Chương trình tổng kết CEN AWARDS 6 tháng đầu năm tại Đà Nẵng

Đầu tháng 7 tới, cùng với không khí sôi nổi chuẩn bị cho chung kết cuộc thi Miss Bikini 2015, Lễ vinh danh CEN AWARDS 6 tháng đầu năm 2015 cũng sẽ được tổ chức tại thành phố biển Đà Nẵng. Dự kiến, chương trình sẽ diễn ra vào lúc 14h00, ngày 11.07.2015, tại Phòng Hội nghị, khách sạn 4 sao Eden Hotel, Đà Nẵng. CEN AWARDS 6 tháng đầu năm 2015 sẽ là nơi thưởng có nhân, tập thể xuất sắc được tôn vinh, với những giải thưởng danh giá Silent Warrior, Rain Maker... Dự kiến, chương trình sẽ được tổ chức hoành tráng với gần 3.000 Cener tới tham dự.

+ TIN TỨC

Bế mạc CENGAME SUMMER CUP 2015

Tối ngày 17.06.2015 tại Sân bóng cỏ nhân tạo mini Trung Sơn Him Lam, TP.HCM, CENGROUP miền Nam đã tổ chức lễ bế mạc Giải bóng đá CENGAME SUMMER CUP 2015. Sau hơn 2 tháng tranh tài, CENGAME SUMMER CUP 2015 đã tìm ra được những đội bóng, những cá nhân xuất sắc nhất của mùa giải. Bên giải đồng đội nhất, nhì, ba, lần lượt được trao cho các đội: TF2A (Củ), Liên minh Toho, TF4B (Củ), STDA 3A (Củ). Giải thưởng "Đội C6 đồng xuất sắc nhất" được trao cho ACE có đồng đội Liên minh Toho; giải thưởng Thủ môn xuất sắc nhất thuộc về anh Nguyễn Trần Công – đến từ TF4B, và cuối cùng, danh hiệu "Vua phá lưới" đã thuộc về cầu thủ Nguyễn Tuấn – đến từ Liên minh Toho, với kỷ lục làm thủng lưới đội bạn 23 lần.



Bế mạc "CENGAME SUMMER CUP 2015"

Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA "tung quân" vào miền Trung

Cuối tháng 6.2015, cùng với sự kiện trở thành đơn vị phân phối chính thức dự án KĐT An Cựu City (phường An Đông, TP. Huế) do Công ty Cổ phần Đầu tư IMG Huế làm chủ đầu tư, Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA đã chính thức "tung quân" vào miền Trung, đánh dấu một mốc mới. Mục tiêu đầu tiên của đội quân "Trung tiến" là "giải phóng các căn biệt thự vườn; nhà liền kề với thiết kế theo kiến trúc hiện đại, biệt thự phố vườn còn lại tại An Cựu City. Với tinh thần "quyết chiến, quyết thắng", chắc chắn đội quân "Trung tiến" sẽ thành công.

Hội thảo "Phát triển và Sử dụng nhân sự CEN miền Nam"

Ngày 26.06.2015 tại quán cà phê Molinar, Quận 1, TP.HCM, CENGROUP miền Nam đã tổ chức "Hội thảo Phát triển và Sử dụng nhân sự" nhằm đưa ra các giải pháp tối ưu để tìm kiếm các ứng viên tiềm năng đáp ứng cho nhu cầu phát triển và mở rộng chi nhánh. Ngoài các giám đốc, trưởng đại diện các phòng ban, Hội thảo còn có sự tham dự của chỉ Kiếu Thị Kim Hoàn - Chuyên gia nhân sự đến từ Viện Nghiên cứu PTL. Tại Hội thảo, chuyên gia nhân sự Kiếu Thị Kim Hoàn đã chia sẻ một số kinh nghiệm tuyển dụng nhân sự như: đưa vào nhóm tính cách của các cấp quản lý để tuyển dụng và giao nhiệm vụ cho nhân viên để đạt hiệu quả công việc cao nhất.

Tham gia Hội thảo, ACE đã được trau dồi thêm nhiều kiến thức, kinh nghiệm thực tế. Cũng từ Hội thảo lần này, các cấp quản lý được hiểu hơn về định hướng thu hút nhân sự, cách quản lý, bồi dưỡng chuyên môn cho nhân viên và chính sách trong dụng nhân tài của Tập đoàn.



Biệt đội STDA tham quan và tìm hiểu thị trường BĐS TP.HCM

Với mục đích giúp ACE STDA hiểu hơn về thị trường, văn hóa và hơn 70 nhà BĐS của khách hàng phía Nam, ngày 13 và 14.06.2015, hơn 70 ACE nhân viên kinh doanh STDA thuộc team bán dự án Imperia Garden đã có mặt tại TP.HCM để tham quan, tìm hiểu thị trường BĐS thành phố. Trong chuyến đi, ngoài các dự án được đầu tư xây dựng bởi Tập đoàn M.I.K, ACE STDA còn được tham quan nhiều dự án của chủ đầu tư Khang Điền, Novaland và có thời gian thưởng thức ẩm thực, tìm hiểu văn hóa vùng miền, cũng như hiểu hơn về văn hóa mua BĐS của người dân TP.HCM.



STDA miền Nam - khởi động chương trình "Công sự hoàn hảo"

Nhằm tạo cơ hội giúp ACE nhân viên kinh doanh gắn kết, giúp đỡ lẫn nhau và cùng thi đua bán hàng, từ ngày 1.07.2015 - 16.08.2015, Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA miền Nam chính thức tổ chức cuộc thi "Công sự hoàn hảo". Để tham gia chương trình, ACE nhân viên kinh doanh STDA phải tìm được "đôi tác" để kết thành cặp đôi, hỗ trợ và cùng nhau bán hàng. 8 cặp đôi có doanh số bán hàng cao nhất sẽ được vinh danh và trao giải tại Lễ tổng kết chương trình dự kiến diễn ra vào ngày 17.08.2015. Lần đầu tổ chức, "Công sự hoàn hảo" có cơ cấu giải thưởng hấp dẫn gồm: 01 giải Nhất (30 triệu đồng), 01 giải Nhì (20 triệu đồng), 01 giải Ba (10 triệu đồng) và 5 giải Khuyến khích (3 triệu đồng).



Đào tạo Hội nhập CEN - Khóa học dành cho Cener mới

Trong các sáng ngày 16, 17, 18 và 19.06.2015, tại 137 Nguyễn Ngọc Vũ (Cầu Giấy, Hà Nội) khóa đào tạo "Hội nhập CEN" dành cho các nhân viên mới đã chính thức diễn ra. Tham dự khóa học, các Cener được cung cấp những thông tin tổng quan và chi tiết về Tập đoàn. Bên cạnh đó, với lĩnh vực hoạt động chính về Bất động sản, các thành viên mới còn được phổ biến về quy định pháp lý kinh doanh liên quan đến BĐS; kỹ năng kinh doanh BĐS và phương pháp bán hàng cơ bản dành cho những nhân viên kinh doanh thuộc Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA. Dự kiến, "Hội nhập CEN" sẽ được phòng Nhân sự tổ chức thường xuyên vào mỗi tháng.

TIÊU ĐIỂM

LÃNH ĐẠO TRẺ NHÀ CEN: TRẺ MÀ KHÔNG "TRẺ".

ĐỐI VỚI MỘT DOANH NGHIỆP, ĐỂ CÓ ĐƯỢC THÀNH CÔNG RỰC RỠ NGOÀI ĐỜI NGŨ NHÂN LỰC TÀI NĂNG THÌ CÒN CẦN CƠ ĐỒI NGŨ LÃNH ĐẠO ĐỦ TÂM VÀ ĐỦ TÀI. TẠI CEN, LÃNH ĐẠO TRẺ MÀ KHÔNG "TRẺ", HỌ LÀ NÒNG CỐT ĐỂ CẤU THÀNH MỘT CEN VỮNG MẠNH, CHEO LÁI "CƠN TÀU" CENGROUP TIẾP TỤC LƯỢT SÔNG, VƯỢT QUA BÃO TỐ ĐỂ RA KHƠI CHINH PHỤC "BIỂN LỚN".

Giám đốc điều hành trẻ tuổi nhất: *Trần Minh Long* – Giám đốc CEN Sài Gòn (18.10.1988).

Giám đốc Kinh doanh trẻ tuổi nhất: *Nguyễn Văn Công* – Giám đốc Kinh doanh STDA 1B - 28.07.1989.

Trưởng phòng trẻ nhất: *Nguyễn Xuân Đức* – Trưởng phòng Kinh doanh STDA 3A: 28.12.1992

Top 3 đơn vị thuộc CEN có đội ngũ lãnh đạo trẻ tuổi nhất:

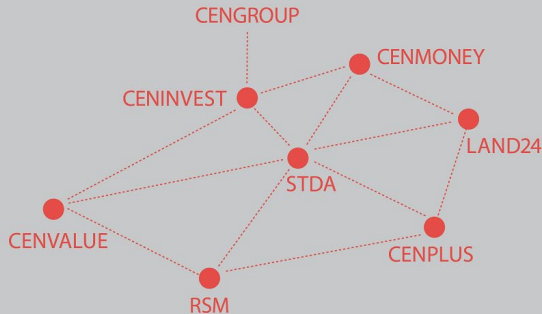
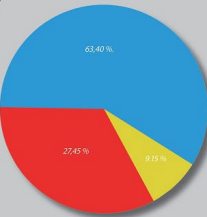
- + Thứ 1: Thẩm định HCM, Độ tuổi TB: 27
- + Thứ 2: CENPLUS TP.HCM, Độ tuổi TB: 29
- + Thứ 3: STDA HN: Độ tuổi TB: 29

Tại CEN Sài Gòn, tổng số lãnh đạo là 35 người. Trong đó:

- + Thế hệ 8X: 30 người, chiếm 85,72%.
- + Thế hệ 9X: 3 người, chiếm 8,57%.
- + Thế hệ 7X: 2 người, chiếm 5,71%.

Số lượng lãnh đạo của CENGROUP: 153 người.

Lãnh đạo ở độ tuổi 8X: 97 người
 Lãnh đạo ở độ tuổi 9X: 14 người
 Lãnh đạo ở độ tuổi còn lại:



ANH NGUYỄN TRUNG VŨ – CHỦ TỊCH HĐQT CENGROUP: "ANH MUỐN ĐẦU TƯ VÀO THẾ HỆ TRẺ"

Với anh, các lãnh đạo trẻ nhà CEN thật "đặc biệt". Họ không chỉ có tuổi trẻ, sức bền, sự nhanh nhẹn mà họ rất có tài, rất thông minh và hết mình vì sự phát triển của công ty. Đơn cử, trong lúc anh đi châu Âu, ở nhà đã xảy ra chuyện không hay. Khách hàng lớn nhất của chúng ta gửi công văn cá trong khuôn làm ngoài bắc, yêu cầu dừng lại hợp đồng phân phối. Điều này đồng nghĩa với việc quyền lợi, kinh tế và lại nhu cầu của các bạn bị ảnh hưởng nghiêm trọng, anh sợ các bạn sẽ hoảng mang, bị chi phối bởi "sự cố" này. Nhưng mọi lo lắng của anh đã "thưa". Anh rất ngạc nhiên khi biết được rằng, dù đã có "biến" như thế nhưng đội ngũ lãnh đạo vẫn "con ngoan", số lượng nhân viên kinh doanh nghỉ cũng không đáng kể. Anh rất trân trọng và cảm động vì điều này.

Theo thống kê của phòng Nhân sự, tại CENGROUP, lương cứng của nhân viên thấp hơn một chút so với mặt bằng ở một số công ty lớn nhưng về thực chất thu nhập thì lại cao hơn từ 2 – 7 lần. Hơn nữa, CENGROUP lại có một nền văn hóa vùng biển, có hơi "đầu tư" rất lớn. Chính điều này đã "giữ chân" nhân tài cho CEN.

Anh không quên trong lãnh đạo là người trẻ hay người nhiều tuổi, có ảnh hưởng là họ có thực lực hay không, sự nghiêm túc của họ không, thái độ làm việc đến đâu và tinh thần cầu thị như thế nào. Anh không thích cách dùng người theo kiểu "vết chanh bổ vôi", anh không cầu ne những cái tiểu tiết, khi dùng người, anh muốn trao toàn quyền cho họ. Anh rất tâm đắc câu nói của Steve Jobs: "Sự sáng

tao phân biệt giữa người đi đầu và kẻ theo sau". Đối với mỗi nhân viên của CEN nói chung và các lãnh đạo trẻ của CEN nói riêng, anh muốn khuyến khích tinh thần doanh nhân và khai thác triệt để sự sáng tạo của họ. Chính sự sáng tạo sẽ giúp CEN lớn mạnh.

Trong những cuốn sách anh đọc, trong những chuyến đi công tác ở nước ngoài, anh nhận ra một điều: Trên thế giới có rất nhiều đế chế lớn mạnh, họ chính phải khắp nơi, họ được được nhiều chiến thắng rực rỡ nhưng chưa có đế chế nào có thể tồn tại vĩnh viễn, đến một thời điểm nào đó nó cũng sẽ bị sụp đổ. Bởi vậy, anh có quan điểm, anh không muốn mình là một người lãnh đạo, anh muốn mình là một nhà đầu tư và đối tượng của anh là thế hệ trẻ. Khi thế hệ cũ đã cạn sự sáng tạo, chỉ có những người trẻ mới tiếp nối được điều đó và giúp cho công ty ngày càng lớn mạnh hơn.

Trong văn hóa của người châu Á, các bậc phụ huynh thường có sự hướng bảo bọc con quá kỹ, làm mọi việc cho con, vô hình chung đã "giết" chết tinh thần lập của con. Với anh, tuổi trẻ không bao giờ tránh khỏi những vấp ngã và khiếm khuyết, đó là chuyện thường tình, anh chấp nhận điều đó. Các lãnh đạo trẻ nhà CEN, sẽ có lúc họ không tránh khỏi thất bại, không sao cả. Quan trọng là sau mỗi lần vấp ngã như vậy, họ biết đứng lên, rút ra cho mình những bài học và không bao giờ chịu lùi bước. Anh nghĩ, việc đó tác lên họ rất ngọt ngào hợp đồng vô hình cũng không có gì qua to tát, có khi đây lại là may mắn, giúp chúng ta tỉnh tâm, nhìn lại những gì mình đã làm để bắt kịp mặt mình mà hơn.

ANH TRẦN MINH LONG – GIÁM ĐỐC CEN SÀI GÒN: “NGƯỜI TRẺ LUÔN CẦN CƠ HỘI ĐỂ THỂ HIỆN BẢN THÂN”

Theo mình, những tố chất mà lãnh đạo trẻ cần phải có đó là sự quyết đoán, bản lĩnh và không ngừng học hỏi; dám thất bại và luôn luôn thay đổi để có thể thích nghi với mọi hoàn cảnh. Họ cần phải có một trái tim nóng và một cái đầu lạnh để điều hành công việc, tinh thần để biết mình cần phải nỗ lực nhiều chứ không ngừng hay tự mãn trên hào quang mà mình tự vẽ ra.



Mình không dám tự nhận mình là người thành công, bởi trên thực tế có rất nhiều người trẻ tuổi hơn, đạt được những thành tích đáng ngưỡng mộ hơn mình. Mình may mắn là người được trao cơ hội và mình luôn nỗ lực hết sức để hiện thực nó. Có thể nói, CEN chính là “môi trường đầu”, sau khi ra trường mình đã quen, yêu và đến bây giờ là cuối lòng “còn chân dài xinh đẹp này”. Vì yêu nên mình đã công hiến bằng cả đam mê và nhiệt huyết của tuổi trẻ.

Với mình, may mắn không tự đến, hoặc có thì cũng ít. Mình luôn tự nhủ phải luôn cố gắng vượt qua chính mình, từng ngày một, hôm nay hơn hôm qua và cứ như thế. Tuổi trẻ, trái tim và khối óc luôn tràn trề nhiệt huyết, dám xông pha và thích khám phá. Tuổi trẻ cũng phải đôi mắt với sự thiếu trải nghiệm, thiếu chín chắn, nghĩ nhiều, nói nhiều và mơ mộng cũng nhiều nhưng hành động thì thường thối và yếu. Nhưng có thể gì, mình không sợ thất bại, cũng không ngại thử thách, nếu không có nó thì mình sẽ không biết bản thân có thể “bay” xa tới đâu?

Mình luôn có quan điểm làm việc trong người tài, luôn cố gắng tìm kiếm những công sự cũng chỉ hướng để đi vào CEN Sài Gòn trẻ càng đương đại. Mình thường dành thời gian ngồi cùng anh em để vạch ra con đường CEN Sài Gòn sẽ đi, giúp anh em thấy đây là sự tương lai của mình. Người trẻ luôn cần cơ hội để khẳng định bản thân, mà CEN Sài Gòn lại luôn sẵn sàng “trao” cơ hội cho bất cứ ai dám nắm bắt.

ANH NGUYỄN THANH PHONG – TRƯỞNG PHÒNG KINH DOANH STDA MIỀN NAM

Làm việc với lãnh đạo trẻ, nhất là những người ít tuổi hơn thường khiến mình cảm thấy bị “hấp dẫn (cười). Họ trẻ nhưng họ giỏi, họ thông minh và rất sáng tạo, họ quyết đoán và rất nhanh nhẹn, mình học hỏi được rất nhiều từ họ.



Lúc mới đầu làm việc cùng sếp trẻ, mình luôn tò mò về tuổi tác, kinh nghiệm, kỹ năng của họ và làm việc lâu thì bị thuyết phục hoàn toàn.

Làm việc với sếp ít tuổi hơn đồng nghĩa với việc mình phải học hỏi nhiều hơn nữa, hạ thấp cái tôi của mình xuống và nhận ra: vì mình chưa giỏi nên mình phải luôn nỗ lực, cố gắng để làm tốt được công việc của mình. Có thể nói, mình hài lòng với sếp trẻ bởi họ biết đánh giá đúng năng lực của mình, luôn tạo mọi điều kiện để mình phát triển và đánh cao mình những hậu mãi rất tốt.

ANH NGUYỄN VIỆT ANH – NHÂN VIÊN MARKETING RSM

Với mình, từ trước tới giờ mình không quan trọng về tuổi tác khi làm việc với cấp trên (hay con gái là Sếp).

Mình chỉ quan tâm tới kinh nghiệm làm việc cũng như khả năng lãnh đạo của sếp là như thế nào. Tuy nhiên, nếu sếp ít tuổi hơn mình thì sẽ khiến mình cảm thấy dễ phục và muốn học hỏi nhiều hơn nữa từ họ.

Sếp trẻ đồng nghĩa với cái nhìn, quan điểm làm việc cũng rất hiện đại, dám nghĩ và dám làm, sếp trẻ thì dễ chia sẻ mọi chuyện hơn, dù là công việc hay những câu chuyện cuộc sống; sẽ trẻ khiến mình có động lực để phấn đấu... thành sếp hơn. Đôi khi mình thấy, sếp trẻ vẫn còn thiếu kinh nghiệm, dù ra quyết định thường khá cảm tính, đôi khi cũng khá bảo thủ và khó thuyết phục (cười).



Với mình, CEN giống như một... “vườn ươm”, không riêng mình mà bất cứ ai có đam mê, nhiệt huyết với công việc đều muốn ngày nào đó được “tự mình” và phát triển. Mình cũng đang cố gắng không ngừng nghỉ để có thể trở thành “lãnh đạo trẻ”, tại sao không chứ? Bởi CEN luôn trao cơ hội cho mọi người. Đây chính là điểm khác biệt của CEN với các công ty khác mà mình đã từng làm việc.

NHÌN LẠI CEN QUA 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2015

6 tháng đầu năm 2015 đã qua, đại gia đình CEN đã và đang tiếp tục đồng lòng cùng nhau mở rộng thêm thị phần, chiến thắng ở nhiều “mặt trận”. Hàng loạt các sự kiện kinh doanh, hoạt động giá trị – thể thao đã diễn ra... Hãy cùng BBT RA khai nhìn lại chặng đường 6 tháng đầu năm 2015 của nhà CEN!

LÀM HẾT SỨC...

Năm 2015 được dự đoán là năm “bùng nổ” của nhà CEN. Trong 6 tháng đầu năm 2015 hàng loạt sự kiện kỷ kết giữa STDA và các chủ đầu tư (CBT) lớn đã diễn ra.

Điển hình là sự kiện Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển Bất động sản Thế Kỷ (CENINVEST) tổ chức Lễ khởi công Tiểu khu Parkview Residence tại Cụm chung cư CT7, Hà Đông, Hà Nội vào tháng 3.2015. Sự kiện đầu đầu cột mốc quan trọng của CENINVEST và tầm nhìn chiến lược của lãnh đạo CENGROUP trong việc trở thành chủ đầu tư, cung cấp ra thị trường những sản phẩm bất động sản chất lượng cao.

Liên tiếp sau đó, Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA trở thành đơn vị phân phối của hàng loạt dự án “đỉnh” từ Bắc tới Nam như: Tiểu khu Botanic – Gamuda Gardens, The ONE Residence của Công ty TNHH Gamuda Land Việt Nam, The Crown – Mulberry Lane của chủ đầu tư Công ty TNHH Capitaland – Hoàng Thành; D’Le Pont D’or Hoàng Cầu của chủ đầu tư Tân Hoàng Minh; dự án “Vườn trong phố” Imperia Garden do Công ty cổ phần HBI; tòa The Sun Avenue SAVZ dự án The Sun Avenue, do Công ty Cổ phần Novaland đầu tư xây dựng; Mega Village của Khang Điền, The EverRich 2 của Phát Đạt...

Đặc biệt, trong tháng 5.2015 tại nhà CEN đã diễn ra chương trình “Truyền Làn Bất động sản Land24” do Kinh thành Tin Bất động sản Land24.vn phối hợp cùng Hệ thống Siêu thị dự án bất động sản STDA tổ chức với sự hội tụ của nhiều dự án lớn đến từ 3 miền Bắc – Trung – Nam.



Sự kiện đã thu hút đông đảo khách hàng tham gia và tạo được hiệu ứng lớn trên thị trường với mô hình bán hàng mới.

CENGROUP là doanh nghiệp luôn chú trọng đến việc phát triển nhân sự, mở rộng quy mô. Vì thế, tiếp nối thành công từ Hội thảo tuyển dụng "1.000 cơ hội làm giàu tại CENGROUP" (tháng 11.2014), ngày 15.03.2015 Hệ thống Siêu thị dự án Bất Động sản STDA đã tổ chức hội thảo tuyển dụng "Cùng STDA chinh phục biên giới", thu hút hàng nghìn ứng viên tham gia. Song song với các hoạt động kinh doanh là công việc đào tạo nhân lực, nhằm phát triển CEN ngày càng mạnh cả về lượng và chất. Điển hình là "Khóa đào tạo mới giới – định giá – quản lý sản Bất động sản": Khóa học được khai giảng vào ngày 10 hàng tháng và mang đến cho tất cả các đối tượng có mong muốn bổ trợ kiến thức, tìm hiểu và làm quen với BDS..., những kiến thức cần và đủ về lĩnh vực BDS. Đặc biệt, sau khi kết nghiệp, tất cả các học viên sẽ được cấp "Chứng chỉ bất động sản" do Sở Xây dựng Hà Nội cấp.

Hàng tháng phòng Nhân sự cũng tổ chức các Khóa đào tạo Hội nhập CEN, dành cho những Cener mới gia nhập để hiểu hơn về quy mô, cách thức hoạt động và văn hóa của nhà CEN.

CHOI HẾT MÌNH

Ở CENGROUP, kinh doanh và văn hóa luôn đi liền với nhau, phát triển song song cùng nhau. Bởi lãnh đạo CEN luôn xem trọng việc xây dựng và phát triển nền văn hóa mang những nét đặc trưng riêng cho Tập đoàn.

Chính vì thế, đó liên tục cuốn theo công việc những ACE vẫn không quên dành thời gian cho các hoạt động Ân – Cho – Nhận – Mía. Các hoạt động văn hóa, thể thao giải trí như: CEN CLOSE SUMMER CUP 2015; South CENGROUP & Friends Festival; STDA Records; CENGAME Summer Cup 2015; Miss Bikini 2015; ...

CEN CLOSE SUMMER CUP 2015 đã được khai mạc vào ngày 05.04.2015 tại sân bóng Thiên Trường (65 Hoàng Minh Giám, Hà Nội) với sự tham gia của 19 đội bóng tại sân.

Trải qua hơn 2 tháng thi đấu, các đội đã thể hiện khả năng và quyết tâm giành cup vô địch. Tuy nhiên, vượt qua nhiều đội bóng tài năng 2 đội bóng ST 1A2 và ST 2A2 đã trở thành đội thủ của nhau tại trận Chung kết. Với 5 bàn thắng được ghi cho ST 1A2 và 0 bàn thắng cho ST 2A2, ST 1A2 đã chiến thắng ngoạn mục, giành cup vô địch của CEN CLOSE SUMMER CUP 2015.

Tại TPHCM, cuối tháng 4.2015, South CENGROUP & Friends Festival đã chính thức diễn ra với sự tham gia của đông đảo ACE CEN miền Nam. South CENGROUP & Friends Festival được tổ chức nhân dịp sinh nhật tròn 1 tuổi của Hệ thống Siêu thị dự án Bất Động sản STDA miền Nam. Là dịp để ACE CEN miền Nam kỷ niệm những thời gian đầy gian khổ nhưng rất đáng tự hào của STDA miền Nam.

Tại Hà Nội, Lễ công bố Kỳ lục - STDA Records lần thứ 6 của Hệ thống Siêu thị dự án Bất Động sản STDA đã diễn ra vào ngày 02.06.2015. Tại STDA Records lần thứ 6 đã có 4 kỳ lục được xác lập mới gồm team có số lượng giao dịch kỳ lục (thuộc về team Phụng vũ) với 60 giao dịch; team có doanh số bán hàng kỳ lục (thuộc về team Đúc vũ) với 2 tỷ 451 triệu đồng); siêu thị dự án có lượng giao dịch kỳ lục (thuộc về STDA 2B với 169 giao dịch thành công) và siêu thị dự án có doanh số bán hàng kỳ lục (thuộc về STDA 2A với 7 tỷ 437 triệu đồng).

Trước đó vào tháng 5.2015, STDA miền Nam cũng đã tổ chức Lễ công bố Kỳ lục - STDA Records tháng 4 và xác lập 4 kỳ lục mới.

Được ACE Đón chào phát kế đến Miss Bikini 2015. Là chương trình đã trải qua 6 mùa rất thành công. Năm này – mùa thứ 7, Miss Bikini quy tụ hơn 60 thí sinh đến từ các đơn vị trực thuộc CEN. Ngày 20.06 vừa qua BTC đã tìm ra 15 thí sinh xuất sắc nhất đi tiếp vào chung kết để chọn ra Đệ Nhất và Đệ Nhị vào 11.07.2015.

CEN đã đi qua một nửa chặng đường của năm 2015 với kết quả khá quan. Đầu tháng 7 ACE nhà CEN sẽ công nhận nhân viên chuyển đổi lương từ nghiệp 5 ngày tại thành phố biển Đà Nẵng. Chuyển đổi lịch hóa học sẽ mang lại nhiều trải nghiệm thú vị cho ACE với 2 sự kiện lớn là CEN AWARDS 2015 và chung kết Miss Bikini 2015.



Chu Trần Thanh Hoa – Trưởng phòng Nhân sự CENGROUP cho biết: "Vào đại trưng của ngành BDS, và thực tế hiện nay ở Việt Nam chưa có một tổ chức giao dịch chính thức đào tạo chuyên ngành, BDS bởi bản, CENGROUP đạt tiêu chuẩn định dụng không quá năm đến kinh nghiệm mà sẽ chỉ trong hơn đến các kt năng mềm và niềm đam mê nghề bất động sản của các ace tăng lên. Vì vậy để đào tạo nhân sự sau khi tuyển dụng luôn được đề cao. Đào tạo nhân viên tốt sẽ giúp tạo sự dịch vụ tốt hơn các đối thủ cạnh tranh. Đây cũng là một trong những giá pháp lớn vì tôi đã xây dựng văn hóa doanh nghiệp, để nhân viên gắn bó hơn với doanh nghiệp".

HƠN 4000 NHÂN SỰ Ở NHIỀU VỊ TRÍ KHÁC NHAU VÀ "BÍ QUYẾT TUYỂN QUÂN" TẠI NHÀ CEN



Ngòi vai phải chịu cảnh "nóng - lạnh" theo độ lên xuống của thị trường, sự cạnh tranh nhân sự trong ngành BDS ngày càng cao. Nhân sự bất động sản (BDS) còn có mức độ dao thái khác nghiệt, lên đến 30% mỗi năm đã khiến vấn đề tuyển dụng và đào tạo trở thành "bí quyết" sống còn cho mọi doanh nghiệp, trong đó có CENGROUP.

Tại CEN, với mô hình "chiến lược – cơ chế - con người", Ban Lãnh đạo CENGROUP luôn nhân mạnh và chú trọng tuyển dụng ứng viên theo phương châm: không giới hạn nguồn lực, nâng cao hiệu quả và phát triển lành đạo; đưa ra đi ngờ hấp dẫn (vật chất và phi vật chất) và công bằng; tăng cường sự mạnh và mức độ gắn kết của nhân viên với công ty thông qua việc có sự trao đổi thường xuyên giữa Ban Lãnh đạo và các cấp nhân viên...

Hiện nay, nhân sự tại CENGROUP đang phát triển cả về số lượng và chất lượng. Với sự am nung trở lại của thị trường BDS, CEN có nhiều sự lựa chọn đối với các ứng viên hơn bởi nhiều người muốn tham gia vào lĩnh vực BDS. Tuy nhiên, với chiến lược tăng trưởng nhân sự, CEN cũng gặp phải một số khó khăn do các yếu tố ngoại cảnh như: hệ thống giáo dục, đào tạo và phát triển nhân lực trong nước không hoàn toàn phù hợp và chưa đáp ứng được nhu cầu doanh nghiệp; cung không đủ cầu.

Đổi diện với những khó khăn, thách thức này, CEN đã đưa ra nhiều giải pháp như: gắn chặt hơn nữa sự gắn bó giữa CENGROUP và các cơ sở đào tạo; xác định đúng nhu cầu nhân lực; tổ chức phát triển chiến lược đào tạo và phát triển nhân lực đáp ứng nhu cầu chiến lược của công ty; đào tạo cấp quản lý các nhân lực chiến lược để xây dựng Tâm nhân, Sự tận tâm, Văn hóa, và các chiến lược phát triển của doanh nghiệp; đào tạo các cấp quản lý, chú trọng vào tuyển nãng (talent management), khuyến khích Build Talent thay vì Buy Talent; mở các lớp đào tạo tạo chuyên nghiệp và gần gũi...

Với những định hướng trên, chỉ trong một thời gian ngắn, nhân sự tại CENGROUP đã tăng nhanh về số lượng và chất lượng. Đặc biệt với mục tiêu chuyên nghiệp hóa, mở rộng thị trường ra ngoài lãnh thổ Việt Nam, nhân sự tại CEN còn được nâng cao trình độ ngoại ngữ và thường xuyên được tham gia các lớp đào tạo, các buổi học ngoại khóa theo tour tại nhiều nước trong và ngoài khu vực.

Chắc chắn rằng, với định hướng đúng và đúng, để trở thành nhân viên của CENGROUP sẽ không chỉ đơn giản là may mắn, là niềm vui mà cao hơn, đó còn là niềm tự hào của bất cứ nhân sự nào đam mê BDS.

AMY WEE - CEN'S NEW STRATEGIST!



HI AMY, MANY EMPLOYEES OF CENGROUP WOULD LIKE TO KNOW MORE ABOUT YOU WHEN THEY ARE INFORMED THAT AN EXPERIENCED AND FRIENDLY SINGAPOREAN WOMAN IS GOING TO WORK AS A BRAND MARKETING MANAGER IN CENGROUP.

AMY WEE – QUÂN SƯ MỚI CỦA CENGROUP

Tên (Name): Amy LF Wee

Ngày sinh (Date of Birth): June 3rd, 1968

Chức vụ (Position): Giám đốc Marketing & Phát triển thương hiệu

Director, Brand Marketing @ CENGROUP

Quốc tịch (Nationality): Singaporean

Kinh nghiệm (Experience):

Lên chiến lược marketing đặc biệt cho các dịch vụ và sản phẩm tiêu dùng và xây dựng hệ thống siêu thị

Strategic marketing especially for consumer services and products and building supermarkets

Liên hệ (Email): amywee@cengroup.vn

CHỊ LÀ THÀNH VIÊN MỚI CỦA CENGROUP, ĐẾN TỪ ĐẢO QUỐC SINGAPORE XINH ĐẸP. THEO NHIỀU NGƯỜI NHẬN XÉT, CHỊ LÀ NGƯỜI THẮNG THẦN, THÂN THIÊN VÀ GÂN GÙI, CẢ NHÀ CEN ĐANG RẤT HẢO HỨC MUỐN BIẾT NHIỀU HƠN VỀ CHỊ. CHÚNG TA CÙNG TRÒ CHUYỆN CÙNG CHỊ NHÉ!

NHÂN VẬT THÁNG 7?

Chị từng làm việc tại Việt Nam 8 năm, và hiện tại vẫn tiếp tục chọn Việt Nam, vậy hẳn là có điều gì đó níu giữ chị, vậy đó là điều gì, thưa chị?

Tôi được Bộ Công thương mời đến đào tạo cho tất cả các giám đốc và cán bộ quản lý của các siêu thị tại Việt Nam vào năm 2007. Tôi đã giảng dạy cho họ về hình ảnh siêu thị và của hàng tạp hóa, trưng bày sản phẩm, thủ mua và chiến lược. Sau đó, vào tháng 11 năm 2007, tôi được Fivimart mời đến hợp tác các hệ thống siêu thị. Đến năm 2008, tôi làm việc tại HAPRO với cương vị Giám đốc Marketing. Qua những trải nghiệm đó, tôi đánh giá cao người dân Việt Nam và vẻ đẹp của vùng đất có nhiều di tích lịch sử, kích thích trí tò mò của tôi về một quê hương và những gì khiến Việt Nam có vẻ thế thu hút như thế.

Người Việt Nam rất thân thiện và luôn giúp đỡ mọi người, và điều này làm cho thời gian khi tôi mới đến đây sống khá thoải mái. Rồi quốc gia Singapore xinh đẹp, tôi đến Việt Nam và có nhiều trải nghiệm tuyệt vời.

Chị có định gắn bó lâu dài với Việt Nam?

Điều khiến tôi quyết định ở lại Việt Nam lâu dài là sức khỏe của cha mẹ tôi và những cơ hội việc làm ở Việt Nam. Cha mẹ tôi đã già, nhưng họ vẫn rất khỏe mạnh. Đó quả là một điều may mắn và nhờ đó tôi có thể tập trung vào công việc và cuộc sống trong khi rời xa Singapore. Anh trai tôi Eric Wee là người con có hiệu quả nhất của mẹ và là người anh tuyệt vời đối với tôi. Eric chăm sóc cha mẹ rất tốt. Gia đình hạnh phúc và khỏe mạnh là ưu tiên hàng đầu của tôi. Nhưng tin nhắn, nếu có cơ hội việc làm tốt ở Việt Nam thì tôi sẽ đi lại.

Chị có thể chia sẻ sở thích, đam mê của chị được không?

Tôi thích các bảo tàng, và tôi thích đọc sách. Tôi rất may mắn khi tôi đi (mỗi chi 2-3 tuần) cha mẹ tôi đã cho anh trai và tôi đặt chân đến khắp mọi nơi trên thế giới (như Hawaii, New York, London, Colorado, Hong Kong, Seoul, Bangkok, nhiều nơi ở Malaysia, Đài Loan, Na Uy, ...). Những chuyến du lịch đã giúp tôi được mở rộng hiểu biết về nhiều nền văn hóa khác nhau và lối sống của mỗi dân tộc khác nhau. Qua đó, tôi có cơ hội mở rộng kiến thức và khả năng thích nghi với môi trường mới. Đam mê của tôi chính là đi du lịch với bạn thân, đến những nơi có thể đi bộ trong rừng và tìm kiếm trên các bãi biển nổi tiếng thế giới (như Miami, bãi biển Waikiki, Maui Nē...). Tôi cũng thích đi chơi game trên du thuyền, đi cá qua đêm, thưởng thức rượu vang Pháp hoặc Úc, ăn phở ngon và trải trải cây!

Các chuyên gia, CEO nước ngoài đi công tác Châu Á, Việt Nam là lựa chọn cuối cùng, chị có đồng ý? Tại sao chị không chọn Sài Gòn sôi động mà chọn Hà Nội có kinh?

Giữa Hà Nội với bao Doanh nghiệp lớn mạnh, tôi sao chị chọn CHN?

Tại sao tôi chọn Hà Nội mà không phải là thành phố Hồ Chí Minh? Tôi bắt đầu làm việc tại Hà Nội và tất cả các cơ hội việc làm của tôi đều ở Hà Nội! Và khi tôi dành nhiều thời gian ở Hà Nội, tôi thích những người nói nguyên sơ rỗng rỗng, nhiều hệ thống tốt cả những về đẹp tự nhiên mang tôi đến gần gũi hơn với thiên nhiên.

14 RA KHOI THÁNG 7

Amy has worked in Vietnam for 8 years, and now you continue to choose this S-shape country. There must have been something to attract you here, so what's that?

I was invited by Ministry of Industry and Trades in 2007 to train all directors and management staff of supermarkets in Vietnam. I taught them on supermarkets and convenience stores set-up, products displays, purchasing and strategies. Then in Nov 2007, I was invited by FIVIMART to set up the Marketing Director. It was these opportunities that allowed me to appreciate the people of Vietnam, and the beauty of the land that holds many historical sites that satisfy my curiosity of the past; and what brings the past to the present Vietnam.

Vietnamese are very friendly and helpful, and this makes my transition from the comfort of my home environment in Singapore to the diversity of experiences in Vietnam, very easy.

In the future, do you have intention to live and work in Vietnam for a long time?

What will decide my length of stay in Vietnam, is the well being of my parents and the opportunities of jobs in Vietnam. My parents are aging, and though they may be getting older; they are still very healthy. I count this (my parents well being) as a blessing as it gives me comfort to focus on my job and my life while living away from Singapore. And also, my brother Eric Wee who is a very good son to my parents and a fantastic brother to me; takes care of my parents extremely well. The well being of my family, is the top of my priority. But of course, with good job opportunities in Vietnam, I will stay on.

Can you share with us more about your interests and passions?

I like museums, and I like to read. I am a very lucky person from young (2-3 years old) because my parents brought my brother and I to almost everywhere in the world (Hawaii, New York, London, Colorado, Hong Kong, Seoul, Bangkok, many parts of Malaysia, Taiwan, Norway etc) and these travels expose my mind to different culture and understanding the lifestyle of each nationality. It is such an exposure which builds my knowledge and my ability to adapt to most environment. My key passion is to travel with my closest friends to places that we can trek in the wild forest and sun tan on world famous beaches (maybe Miami Beach, Waikiki Beach, Maui Nē...). I also love to spend time on board a yacht and do fishing overnight, with good French or Australian wine and lots of blue cheese, and fruits!

Like experts and CEO traveling to Asia in their business trips, you "fall in love" with Vietnam. Why would you rather work in Hanoi than in Hồ Chí Minh City? Among many large businesses in Hanoi, why did you choose CEN GROUP?

Why I choose Hanoi and not HCMC? I started to work in Hanoi and all my job opportunities are in Hanoi! But as I spend more and more time in Hanoi, I fall in love with the vast rare mountains, the many lakes and all the natural beauties of the land which brings me closer to nature.



Còn tình phố Hồ Chí Minh giống như Singapore, đâu đâu cũng thấy các tòa nhà.

Cách đây vài tháng, tôi có một vai cơ hội việc làm khác tại Việt Nam, tuy nhiên, tôi đã chọn CENGROUP vì điều ấn tượng tôi nhất là khả năng nói tiếng Anh trôi chảy của sếp Vũ và sếp Hùng. Cũng giống như bất kỳ nhà tư vấn nước ngoài khác, yếu tố rất quan trọng với tôi có thể trình bày ý tưởng và ý kiến của mình một cách dễ dàng đối với những người ra quyết định và người đánh giá khả năng của tôi, xác định được thời gian gắn bó với công ty. Khi gặp tiếp sếp Vũ sẽ rất được hiệu quả trong công việc. Do khả năng nói tiếng Anh, những người nước ngoài lo lắng nhất là khi ý tưởng và ý kiến của họ bị hiểu sai. Vì có thể hiểu nhau lý do và các định nghĩa của họ đánh giá là họ theo hiểu không tốt. Và sau 3 tuần làm việc ở CENGROUP, tôi chắc chắn mình đã có quyết định đúng đắn khi tôi nhận một phần của đội ngũ năng động này.

Sau nhiều năm sống và làm việc tại Việt Nam, từng tham gia vào các khu vực công việc từ vấn trình các tổ chức khác nhau, tôi phải nói rằng tôi khá ngạc nhiên khi đam mê làm việc (ở CENGROUP) ngày càng mạnh mẽ hơn. Công việc của tôi không chỉ là công việc đơn thuần mà đã trở thành đam mê bùng cháy. Công việc là một gia đình lớn, nơi mọi người có thể tự do bày tỏ suy nghĩ nên chúng ta sẽ có cơ hội phát triển mà không bị hạn chế bởi bất kỳ điều gì. Đây chính là "văn hóa CEN" và cũng là lý do tại sao chỉ trong thời gian tương đối ngắn nhưng CENGROUP có thể trở thành tập đoàn bất động sản hàng đầu ở miền Bắc Việt Nam.

Dù mới chỉ làm việc được 3 tuần tại CENGROUP, tôi đã có thể thấy định hướng chiến lược của CENGROUP; và với sự đoàn kết của đại gia đình nhà CEN, tôi tin chắc, những chiến lược đề ra sẽ đạt được trong thời gian ngắn.

HCMC is too much a cosmopolitan city, which is similar to Singapore; buildings, buildings and more buildings.

There are some job opportunities in Vietnam for me over the last few months but I chose CENGROUP because I was impressed (1st, with the ability of the bosses (Mr Vũ and Mr Hùng) to speak fluent English; and just like all foreign consultant, this factor is so important to me as expressing my ideas and my opinions across easily to people who make decisions and who judge my ability; can determine my length of employment in the company. When communication is smooth, work efficiency can be achieved. Foreigners are most worried if our ideas and opinions are misinterpreted as it can affect the minds of the management and the colleagues to be judging us negatively. And after my 3rd week of work in CENGROUP, I am very sure I have made a right decision to be a part of this dynamic team. After spending so many years in Vietnam and having been involved in quite a number of consultancy jobs in various organizations, I must say that I am rather surprised that my passion to go to work in CENGROUP each and every day, grows stronger and stronger; that my job is no more a "work" but a burning passion; that my personality is one big happy family; often allowing us to express our thoughts autonomously thus giving us a chance to grow without restrictions. This is the "CENTRICAL culture" which probably is the reason why within a short number of years, CENGROUP can achieve to be Number 1 real estate organization in North Vietnam.

With just a short 3rd week into CENGROUP, I already can see the strategic direction of CENGROUP; and with the cohesiveness of this big family, I am very sure that this "strategic future" is achievable within a short period.

15 RA KHOI THÁNG 7

Được biết chi đất và mức tiêu phát triển CEN từ thành Doanh nghiệp vừa và nhỏ địa phương, vừa có những cách làm việc quốc tế, chuyên nghiệp, nâng tầm CEN lên tầng cấp Quốc tế. Chi có thể nói rõ hơn về điều này? Và chi sẽ làm thế nào để đạt được mục tiêu đó?

Tại Việt Nam, CENGROUP được biết đến là một tập đoàn Bất động sản ty tin trong lĩnh vực Bất động sản. Theo điều chỉnh Luật kinh doanh Bất động sản có hiệu lực từ ngày 1 tháng 7 năm 2015, chính phủ cho phép người nước ngoài sở hữu bất động sản ở Việt Nam và tôi có nhiệm vụ giúp CENGROUP tiến ra thị trường nước ngoài. Cùng với Ban Lãnh đạo CENGROUP, chúng tôi tư vấn cho các nhà đầu tư trong nước mà CENGROUP đang hợp tác (trong đó 80% số dự án nằm ở miền Bắc Việt Nam) về xây dựng dự án để đáp ứng nhu cầu sở hữu nhà cho người nước ngoài, và người Việt giàu có đi khắp thế giới - những người thường đánh giá cao sản phẩm chủ trong thị trường cách sống. Tôi đã bắt đầu tư vấn cho một số dự án về cơ sở vật chất và các cấu trúc xây dựng, và tất nhiên sẽ xuất cả lên cho dự án.

Tôi làm việc rất chặt chẽ với Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA (CENGROUP) về các chiến lược bán hàng cho từng dự án. Bên cạnh đó, tôi cũng Ban Giám đốc tạo dựng quan hệ hợp tác với các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Cụ thể, nhiệm vụ chính của tôi là phát triển một nhóm "xây dựng thương hiệu chiến lược", bắt đầu với việc phải có khả năng giao tiếp lưu loát với người nước ngoài, tự duy hiệu quả và nhanh chóng trong mọi tình huống. Tôi đã bắt đầu xác định một số "tương" và sẽ giúp công ty đạt được định hướng chiến lược.

Chi có thể dự đoán 1 năm, 2 năm, 5 năm, CEN sẽ phát triển thế nào a?

Một vấn đề lớn ở hầu hết các công ty Việt Nam là, giao thông đường công việc cho nhân viên. Mọi người muốn đạt được thành công trong cuộc sống, và hầu hết mô ước tìm được công việc phù hợp nhất, nhưng họ thường thất vọng sau khi có được công việc đó. Điều này là bởi vì nhân viên thường được yêu cầu làm các công việc vì "một người nào đó cần công việc được làm ngay lập tức". Dẫn đến họ thất vọng và mất đi đam mê trong công việc. CENGROUP, giống như nhiều công ty lớn, cũng phải đối mặt với vấn đề như vậy. Nhưng tôi cũng biết rằng CENGROUP gần kết như một gia đình lớn, khuyến khích nhau làm việc và đạt được nhiều thành tựu. Văn phòng tràn ngập tiếng cười mỗi ngày, giúp dễ dàng kết nối tất cả mọi người, và từ đó hình thành tinh thần giữa các đồng nghiệp và học hỏi lẫn nhau từ những nhiệm vụ. Tôi phải nói rằng, tôi chưa bao giờ tham gia các cuộc họp giao ban hàng tuần nào mà Chủ tịch thường trực cười cợt tất cả mọi người và không khi "dè dặt"; cho đến khi tôi tham gia các cuộc họp tại CENGROUP. Ở đây, sếp Vũ và sếp Hùng tạo nên một môi trường hợp khác hẳn. Ở nơi khác, các cuộc họp thường căng thẳng, nhưng ở CENGROUP thì hoàn toàn khác. Nhờ có môi trường làm việc như vậy, việc đạt được bất kỳ mục tiêu chiến lược là rất có thể trong tương lai gần.

It is reported that Amy is going to help CENGROUP to become a professional and locally experienced business in international standards. Can you tell us more about this? And what will you do to achieve that goal?

CENGROUP is already known in Vietnam, as the trusted real estate expert in this industry. It is also announced recently by the government that foreigners are permitted to own private properties in Vietnam by 1st July 2015; and it is obvious by now that my position in CENGROUP is to propel CENGROUP into the foreign market, and advising the local developers (whom CENGROUP works with, which is 80% of the total land projects of North Vietnam) on building their projects to make these projects suitable for foreigners, and also for the affluent Vietnamese who have traveled the world and hence appreciate lifestyle products. I have already started to advise some projects on the facilities and structures to build within the land, and of course proposing names to the projects. I work closely with STDA (CENGROUP sales department) on the strategic marketing/sales techniques of each project, and I work with the bosses on general partnerships with local and foreign developers. Internally, my biggest task is to groom a group of key people to "think strategic branding"; starting with "a must" to be able to communicate fluently with foreigners and is effective and quick thinking in situational environment. I have already started to identify some key "army generals" and these generals will help the company to achieve the strategic directions.

Can you predict about how CENGROUP will develop in the next 1 year, 2 years and 5 years?

A major problem in most Vietnamese companies is putting people in the wrong job. I am not sure if anyone agrees with me. People want to achieve in life, and must have a beautiful dream of finding the most suited job; but they are often disappointed after they get into the job. This is because employees are often asked to do jobs as "someone needs the job done immediately". Gradually these employees get frustrated and lose the interest to achieve. CENGROUP like many major companies, also face with such a problem. But I also know that CENGROUP being very cohesive as one big family, can help to groom and encourage each other to perform and achieve. The laughter which often fills the office every moment of every day, helps a lot to connect everyone; and thus friendship is built easily amongst colleagues and learning from each other becomes a joy. And I must say, I have never been to any weekly general meeting with the Chairman often laughs light heartedly with everyone and the atmosphere is healthy; till I join CENGROUP meeting where Chairman Vu and Mr Handsome Vice Chairman Hung bring very positive vibes to the meeting environment. Meetings are often stressful elsewhere, but never stressful in CENGROUP! And because of such CentralRail happy working environment, achieving any strategic aims is very possible at any near future.



THÁNG 7 ĐI ĐẦU

ĐÀ NẰNG LÀ MỘT THÀNH PHỐ BIỂN VỚI ĐƯỜNG BỜ BIỂN DÀI HƠN 60 KM, CÁT TRẮNG MỀM MỎNG VÀ TRẢI DÀI THOAI THOẠI. BIỂN ĐÀ NẰNG ĐƯỢC TẠP CHÍ FOSBES CỦA MỸ BÌNH CHON LÀ 1 TRONG 6 BÀI BIỂN QUÊN TRUNG NHẤT HÀNH THÌ. ĐẾN NƠI ĐÂY, ACE NGUP LÊN RỪNG NƯỚC BIẾC, NỒ ĐUA VỚI SÔNG VÀ NÀM DẢI TÂM NANG TRÊN BÀI CÁT TRẮNG MỊN MANG. LẠI CẢM GIÁC THƯ GIẢN SAU NHỮNG GIỜ LÀM VIỆC, XUA TAY MÔI CĂNG THANG CỦA CUỘC SỐNG. CHUẨN BỊ CHO TUẦN NGHỈ LÉ DÀI TẠI ĐÀ NẰNG, ACE ĐÀ CHUẨN BỊ NHỮNG GI ĐI KHAM PHÁ "SAPA MIỀN TRUNG CHƯA"? HÃY CÙNG RA KHỎI CHUẨN BỊ HÀNH TRANG CHO CHUYẾN ĐI KỸ THƯ SÁP TÔI.

Tiền và các giấy tờ cần thiết:

Chung minh thư, hộ chiếu, bằng lái xe là những giấy tờ không thể thiếu nếu ACE đi du lịch. Bên cạnh đó, ACE cũng đừng quên bản sao giấy đăng ký kết hôn nếu vợ có hoặc chồng là người nước ngoài, bản sao giấy khai sinh nếu các bé cũng đi nhé.

Tiền mặt - chắc chắn là thứ không thể thiếu trong mỗi chuyến du lịch, tuy nhiên bạn cũng đừng mang quá nhiều tiền mặt bên người. Để thuận tiện hãy mang theo thẻ ATM để rút tiền mặt hoặc trợ giúp của người thân, bạn bè trong trường hợp bất tiện.



Vật dụng cá nhân, y tế

Mặc dù ở khách sạn đều có phục vụ các vật dụng vệ sinh cá nhân nhưng để chủ động ACE nên mang theo bàn chải, kem đánh răng, dung dịch súc miệng, lược, khăn mặt, đầu gối, sữa tắm. Ngoài ra các loại mỹ phẩm như kem chống nắng, sữa rửa mặt cũng đừng bỏ quên nhé. Thuốc say tàu xe, thuốc cảm cúm hoặc thuốc trị côn trùng cắn, dầu gió... cũng là những thứ cần thiết để bạn có một chuyến đi an toàn và tiện lợi.



Trang phục

Khí ACE đi du lịch vào tháng 7, đây là thời điểm nóng nhất trong năm, ACE hãy mang theo những bộ đồ gọn nhẹ, thấm mồ hôi và có chống nắng.

Những bộ trang phục như áo phông và quần cộc, hay những chiếc váy hoa văn tươi tắn, chất liệu nhẹ nhàng, thoáng mát sẽ khiến các chị em trở nên đẹp hơn khi đi trên bãi biển vào buổi sáng sớm hay buổi chiều tà tại Đà Nẵng. Nắng ở Đà Nẵng khi gát ACE đừng quên kem chống nắng, chuẩn bị kính râm, mũ hoặc áo khoác để bảo vệ da và mắt khi đi du lịch nhé.

Khi đi du lịch ACE phải thường xuyên đi chuyển và đi bộ khá nhiều, vì thế hãy chuẩn bị giày, dép để mềm, không thấm nước để thuận tiện và thoải mái đi chuyển. Sandal, dép xô ngón hay những đôi giày đế bệt là sự lựa chọn tuyệt vời cho du khách khi đi biển Đà Nẵng.



1. Nguyên liệu

- Caramen: 100gr đường kính (khoảng 4 thìa đường to), 1 chút nước, ít quả chanh vắt để ra 1 đĩa nhỏ, bỏ hạt.

- Phần bánh flan:
+ 8 quả trứng gà ta: lấy 6 quả + 2 lòng đỏ.

+ 100g đường cát hoặc sữa đặc (lượng tương đương)

+ 600ml sữa tươi không đường

+ 100ml nước

+ 200ml whipping cream (không có cũng không sao, có thì bánh sẽ ngon hơn, có thể thay bằng sữa tươi)

+ 5ml vanilla extract hoặc 1 ống 5mg vani bột (có thì bánh sẽ thơm hơn, không có cũng dc).



TRONG SỐ 13 NÀY, BBT RA KHƠI SẼ GỢI THỜI VỚI CÁC BẠN CÔNG THỨC ĐƠN GIẢN LÀM BÁNH FLAN HAY CÒN GỌI LÀ KEM CARAMEN. CHÚC CÁC BẠN THÀNH CÔNG VÀ CÓ NHỮNG MẸ CARAMEN ĐỂ TẶNG HƯỜNG HOẶC ĐÀI BẠN BÈ!

2. CÁCH LÀM:

- Phần caramen: cho đường vào 1 nồi nhỏ, đổ nước sấp mặt đường (bản nào của quen cần màu đường thì nên dùng một inox nhìn sẽ dễ hơn khi sủi bọt), cho lên bếp để lửa vừa, thì thường là 10c, ko cần khuấy. Đun đến khi thấy đường sánh lại chuyển sang màu vàng nâu (đừng để đến khi đường chuyển thành màu cánh gián sẽ bị cháy, tắt bếp, đổ phần nước chanh vào, lấy thìa khuấy đều (chanh có tác dụng tạo màu vàng đẹp và caramen ko bị đóng nhánh). Nhanh tay đổ nước đường ra các khay chuẩn bị sẵn, lúc này khuôn cần đều, đổ đồng lại cũng ko sao, quả trình hấp sẽ làm nước đường tan đều. Nếu trong lúc đang đổ, nước đường trong nồi bị đóng lại thì đặt lên bếp và khuấy, nước sẽ tan ra.

- Phần bánh flan:

+ Đổ sữa tươi vào nồi, để lửa nhỏ vừa, đun đến khi sôi già (khoảng 80 độ), sữa nổi bọt kim là được (để người qua thì sẽ bị tanh mùi trứng, sôi quá thì mất chất)

+ Trong lúc chờ sữa sôi, đổ trứng (hoặc sữa đặc), vani, whipping cream (nếu có) vào bát to khuấy đều theo một chiều nhẹ tay để các chất hòa tan với nhau (sấy mạnh tạo bọt khí, bánh sẽ bị rỗ).

+ Đổ từ từ hỗn hợp trên vào nồi sữa tươi vừa đun, vừa đổ vừa khuấy đều, nhẹ và theo một chiều, khuấy đến khi hỗn hợp hòa tan vào nhau.

+ Lọc hỗn hợp qua rây nhỏ (bình cho mịn và đổ vào các khuôn có sẵn caramen) nếu còn bọt khí nào trong lúc đổ dùng tăm chấm cho hết bọt.

3. CÁCH HẤP

Chuẩn bị 2 cái khăn mặt sạch, 1 cái lót dưới đáy nồi hấp (nếu không có khăn lót đáy nồi thì lấy giấy báo lót đáy nồi), cho nước vào nồi (nước ngập nửa nồi bánh), đun sôi.

Đổ nước vào các khay đã cho hỗn hợp vào, đậy nắp (nếu không có nắp thì lấy khăn ướt phủ kín miệng nồi), đặt khay bánh vào nồi hấp, đun sôi khoảng 30 phút.

Thời gian hấp: 30 - 40 phút
+ Các nhân biết bánh chín là "kính bám" bên ngoài bánh, bánh ko dính vào tấm lọc, chín.

+ Bánh để người đưa vào tủ lạnh tầm 2 tiếng.

CHÚC CÁC BẠN THÀNH CÔNG!



THÁNG 7 XEM GÌ

Jurassic World

Bộ điện ảnh *Din Terroror*

Kịch bản: Rick Jaffa, Amanda Silver (scriptwriter)

Đạo diễn chính: Chris Pratt, Bryce Dallas Howard, Ty Simpkins

Điểm IMDb: 7,4



Cách đây 22 năm, đạo diễn Steven Spielberg tạo ra một cơn thịnh nộ lịch sử điện ảnh khi tái sinh loài khủng long trong "Jurassic Park", tác phẩm điện ảnh đạt doanh thu hơn 1 tỷ USD.

Song, hai phần tiếp theo, "The Lost World":

"Jurassic Park (1997)" và "Jurassic Park III (2001)" không còn sở hữu sự mau nhấm như tập đầu tiên. Nhiều loài quái vật cũng liên tục công phá màn ảnh, nơi mà đây nhất là "Pacific Rim (2013)" và "Godzilla (2014)", khiến những chú khủng long dường như rơi vào quên lãng. "Jurassic World" có nhiệm vụ tái sinh thương hiệu phim bom tấn sau 14 năm vắng bóng.

Để hồi sinh thương hiệu phim khủng long, nhà sản xuất Steven Spielberg cùng đạo diễn Colin Trevorrow bắt tay thực hiện "Jurassic World", sau khi họ cho rằng mình đã tạo ra được một câu chuyện thuyết phục, có thể làm nức lòng lớp khán giả cũ, đồng thời thu hút thêm lượng người xem mới trong mùa hè 2015.

Bộ phim lấy bối cảnh câu chuyện xảy ra tại hòn đảo Isla Nublar, tức bối cảnh của chính phần một. Lúc này, giấc mơ về một công viên khủng long của nhà tỷ phú John Hammond năm xưa đã trở thành hiện thực. Sau khi ông qua đời, tập đoàn Masrani Global tiếp quản Ingen và điều hành khu giải trí. Đó gọi là thành công vang dội, nhưng lượng khách tham quan bắt đầu có dấu hiệu sụt giảm. Nhằm thay đổi tình thế, các khoa học gia tại Masrani Global tạo ra loài khủng long lai Indominus Rex. Nhưng chưa kịp trình làng sinh vật mới, nó đã thoát ra ngoài và gieo rắc nỗi kinh hoàng cho hàng ngàn con người trên đảo.



130 phút của "Jurassic World" vẫn là một trải nghiệm giải trí đáng nhớ nhờ sự xuất hiện của những chú khủng long vốn là thành quả từ kỹ xảo máy tính tân tiến. Cốt truyện cũng giúp các Velociraptor sẵn và trở mới, sau khi từng khiến biết bao thế hệ khán giả kinh hoàng với lần xuất hiện trong nhà bếp ở "Jurassic Park". "Jurassic World" có thể không tạo ra được một cuộc cách mạng như "Jurassic Park" cách đây 22 năm, khi khán giả ngày nay đã quá no nê với những kỹ xảo điện ảnh hay phim quái vật. Nhưng với mục đích hồi sinh thương hiệu, có thể nói bộ đôi Colin Trevorrow - Steven Spielberg đã phần nào thành công.



Cùng với Owen Grady, Claire Dearing phải mau chóng tìm ra hai người cháu trai trước khi quá muộn. Sự vụ xảy ra đúng lúc hai cháu trai của nhân viên điều hành Claire Dearing (Bryce Dallas Howard), Zach (Nick Robinson) và Gray (Ty Simpkins) có dịp tới công viên Thế giới Khủng long. Có buộc phải nhờ cậy Owen Grady (Chris Pratt), người chuyên huấn luyện loài khủng long ăn thịt Velociraptor trong cuộc tìm kiếm người thân trước khi quá muộn. Trong một cuộc phỏng vấn, đạo diễn Colin Trevorrow không ngần ngại phát biểu "Jurassic World" là phiên bản hiện đại của Jurassic Park năm xưa. Bởi vậy, bom tấn mới mang rất nhiều chi tiết, tình huống gợi nhớ đến bộ phim ăn khách cách đây hai thập kỷ. Có một chút đáng tiếc khi "Jurassic World" nhắm tới đối tượng gia đình. Thế nên, những cảnh bạo lực, máu me khi sinh vật Indominus Rex ra tay điên ra có phần thoáng qua, chưa tạo được cảm giác mạnh.

Ồ CHỮ BÍ MẬT

KẾT QUẢ SỐ TRƯỚC :

1.					M	E	G	A	V	I	L	L	A	G	E
2.				S	I	N	G	A	P	O	R	E			
3.	K	H	A	O	S	A	T								
4.				G	S	T	A	A	D						
5.					B	A	N	G	C	O	C				
6.				H	I	E	U	L	U	C					
7.					K	M	A	N	H	T	H	A	N	H	
8.					V	I	T	R	I						
9.					M	O	N	A	C	O					
10.					F	D	I								

Trong số trước, BBT Ra Khe đã nhận được email giải đáp Ồ chữ bí mật từ nhiều ACE như: bạn Phạm Mỹ Linh (STDA3A), Nguyễn Nhật Trường (CEN 5G), Lê Văn STDA, Phạm Trọng Quý (STDA 1A), Nguyễn Thị Hòa (STDA 4A),...

BBT Ra Khe chân thành cảm ơn ACE đã quan tâm và ủng hộ Ồ chữ bí mật. Cùng với đó, BBT Ra Khe cũng xin chúc mừng hai bạn đã có kết quả chính xác và sớm nhất:

- Tại Miền Bắc: chị Nguyễn Thị Hòa - STDA 4A
- Tại Miền Nam: anh Nguyễn Nhật Trường (CEN 5G)

ACE vui lòng liên hệ phòng BT để biết thêm thông tin về cách nhận giải.

Trong số Ra Khe 13, ACE hãy nhanh tay giải Ồ chữ để tiếp tục nhận những phần quà hấp dẫn từ Lazada nhé.

Ô CHỮ SỐ NÀY :

1.																				
2.																				
3.																				
4.																				
5.																				
6.																				
7.																				
8.																				
9.																				

Ô hàng ngang:

- Tên của một địa danh là một trong 2 khu vực hành chính đặc biệt của Trung Quốc, từng là thuộc địa của Bồ Đào Nha, phát triển mạnh nhờ vào sông bạc và du lịch.
 - Tên một đơn vị thuộc CENGROUP chuyên cung ứng các dịch vụ gia tăng giá trị BĐS chuyên nghiệp tại Việt Nam.
 - Tên một trường học viện hàng đầu của Singapore chuyên đào tạo kinh tế, kỹ thuật và marketing.
 - Tên một đơn vị trực thuộc CENGROUP vinh dự được UBND quận Đống Đa trao tặng danh hiệu Doanh nghiệp kinh doanh có thành tích xuất sắc tốt nhất sạch pháp luật thuế năm 2014.
 - Tên một tỷ phú người Anh, sở hữu khối bất động sản lớn ở Mỹ và là chủ của khu đô thị vịnh tại Lake Nona, gần Orlando, Mỹ.
 - Ông là chủ tịch, kiêm Giám đốc điều hành của Trump Organization – một công ty phát triển bất động sản đặt trụ sở tại Mỹ.
 - Tên một trường đại học tư thục tại thành phố Cambridge thuộc bang Massachusetts – Mỹ, là một trong những trường đại học hàng đầu trên thế giới.
 - Đây là cụm từ dùng để chỉ một tập hợp các công việc, được thực hiện bởi một tập thể, nhằm đạt được một kết quả dự kiến trong một thời gian dự kiến, với một kinh phí dự kiến.
 - Tên của ông trùm địa ốc người Hồng Kông, ông là người giàu nhất châu Á và là 1 trong 20 người giàu nhất thế giới với tài sản lên tới 34 tỷ USD.
- Ô chữ hàng dọc:** Tên một sự kiện quan trọng của nhà CEN sắp diễn ra, nhằm tôn vinh những cá nhân, đơn vị có thành tích làm việc xuất sắc.

TÌNH ĐÀU

CEN thân!

Hai tháng, khoảng thời gian không dài – không ngắn được trải nghiệm, thử sức, gần gũi với CEN, thật nhiều cảm xúc trong một mẻ hồn đẹp của một nhân viên "Đi Zsa!". Được vào CEN với một trạng thái đầy bộ ngổ và lo lắng, dần dần cũng những cảm xúc khởi đầu, lãng lãng vì một môi trường mới rộng lớn hơn, ấm cơ hơn. Nhưng ở CEN, mình không chỉ được học hỏi, được đức kết nhiều kỹ năng, kinh nghiệm mà còn có cơ hội cảm nhận được tình người đầy ắp, được hòa mình, được chia sẻ, được cống hiến. Ở CEN, dù bạn làm ở vị trí nào thì mọi cố gắng, nỗ lực cho dù là nhỏ đều được trân trọng và trân trọng xứng đáng. Bạn sẽ được thể hiện, được làm việc bằng tất cả đam mê và nhiệt huyết, được "bua", được chày hết mình cùng đam mê, được giải trí, được vui chơi, và được rất rất nhiều thứ khác nữa...

(Nguyễn Thành Trung – Phòng Thiết kế, CEN Sài Gòn)

TIN "CÁNH GÀ"

Vòng sơ loại Miss Bikini và những điều không tưởng!

Không khí "so hot, so sexy" trên "chào lùa" sơ loại Miss Bikini CENGROUP Season 7 với 31 màn biểu diễn bikini bốc lửa, rực rỡ sắc màu đã bao phủ toàn bộ cảm xúc của thân dân nhà CEN. Những tiếng gào thét, huýt sáo, vỗ tay tán thưởng dường như vẫn chưa thể hiện hết được sự hâm mộ của các CEN men dành cho các Miss. Theo thống kê của đơn vị tổ chức, số lượng khán giả được tiêu thụ trong tới 20.6 quanh khu vực sơ loại tăng đột biến. Cùng với đó, khung cảnh "cuộ ống nhòm" diễn ra dưới sân khấu cũng không khác gì trong phim hành động. Các X – nhân viên đơn đẹp sau buổi diễn cho biết, với số lượng lớn khán giả thái ra tới sơ loại cũng dù thu về 1 số tiền "khổng lồ" từ bán đồng nát. Trong đêm Chung kết sắp diễn ra tại Ô là là ni Ri sọc, BTC đã lên ý tưởng kinh doanh táo bạo đối với hai mặt hàng này.



Dân CEN "Trung tiến, Nam tiến"

Sau phong trào Nam tiến và Bắc tiến, nhà CEN đã tiếp tục cố đội quân "quần sooc áo hoa" lên đường chinh phục miền Trung đầy nắng và gió. Địa điểm đầu tiên là xứ Huế mộng mơ, với cây cầu Trường Tiền nền thơ mới doi bờ sông Hương xinh đẹp và những cô gái Huế dịu dàng. Được biết, đội quân của chúng ta đang trong quá trình "tim hình", "chính phục" những cần biết thu, nói thêm kết siêu đẹp, siêu sang. Chúng ta cũng chúc cho đội quân "quần sooc áo hoa" sẽ dành được thành công rực rỡ trong công cuộc chinh phục "người đẹp".



Giải "diệt ruồi mở rộng" trên nhà CEN

Đại dịch "ruồi" hoành hành tại nhà CEN trong thời gian qua đã tác động không nhỏ đến các tình thần làm việc của ACE. Nhận định được vấn đề nghiêm trọng này, một tổ chức đã kêu gọi toàn CEN lên "kế hoạch diệt ruồi" mở rộng. Đây có thể coi là một trong những hoạt động có ích nhất trong năm, đặc biệt, đại diện tổ chức còn cho biết thêm sẽ khen tặng danh hiệu "anh hùng diệt ruồi" và thưởng nóng 10K/con cho những ai có kết giết chết những con ruồi ngay trên thân.





Hai vị giám đốc khu vực trẻ tuổi và khát vọng về “để chế chỉ có STDA tại thị trường TP.HCM”

Trước sự phát triển không ngừng về số lượng dự án cũng như biến động của thị trường BĐS, đầu tháng 6.2015, CENGROUP miền Nam chính thức công bố bổ nhiệm 2 giám đốc khu vực là anh Mai Quý Lịch – GD khu vực 1 (khu Đông Sài Gòn) và anh Huỳnh Ngọc Châu – GD khu vực 2 (khu Nam Sài Gòn).

Đây là chức vụ khá mới mẻ đối với công ty và cũng là nhiệm vụ hoàn toàn mới đối với 2 giám đốc trẻ. Hai tân giám đốc khu vực sẽ có nhiệm vụ điều hành kinh doanh theo khu vực mình phụ trách và chịu trách nhiệm trực tiếp với Ban Giám đốc về chỉ tiêu doanh số và nhân sự. Có thể nói, quản lý theo khu vực sẽ tạo ra nhiều thuận lợi cho các giám đốc giúp họ có thể am hiểu chuyên sâu về thị trường hơn. Đây vừa là cơ hội phát triển sự nghiệp, cũng là trách nhiệm lớn lao, đầy thử thách của 2 vị giám đốc trẻ.

Hãy cùng BBT *Ra Khoi* trò chuyện với hai vị giám đốc trẻ tuổi của CEN miền Nam để hiểu

hơn về nhiệm vụ mới này.

Ra Khoi (RK): Xin chào anh Mai Quý Lịch và anh Huỳnh Ngọc Châu. Hai anh hãy giới thiệu một chút về bản thân và công việc các anh đã trải qua?

Anh Mai Quý Lịch (Lịchmq): Tôi về Sài Gòn lập nghiệp năm 2007. Đã lập gia đình và có 2 nhóc. Lúc đầu tôi làm bên du lịch gần 4 năm, sau đó chuyển qua BDS thì nay được 5 năm rồi và đã trải qua rất nhiều công ty. Thậm chí, tôi từng mở công ty riêng nhưng do nhiều

Tên đầy đủ: Mai Quý Lịch, sinh ngày 22.05.1982, nguyên quán tỉnh Thái Bình, gia nhập CEN ngày 29.10.2014. Trước khi làm giám đốc khu vực anh là giám đốc Siêu thị dự án 3.

Tên đầy đủ: Huỳnh Ngọc Châu, sinh ngày 15.05.1988, nguyên quán tỉnh Lâm Đồng, gia nhập CEN ngày 04.05.2015.

lý do nên thất bại. Trước khi gia nhập CEN, tôi làm nhà lẻ và trước đó nữa là phụ trách mảng cần hộ cho CDT Tân Phước.

Anh Huỳnh Ngọc Châu (Châuh): Năm 2009, tôi bắt đầu được vào môi trường kinh doanh BĐS và trải qua những vị trí từ những ngày đầu làm nhân viên sale và sau đó công nhận vị trí giám đốc sản tại 3 công ty khác nhau.

Ra Khoi (RK): Vậy cái duyên

nào đưa các anh đến với CEN miền Nam?

Anh Lịchmq: Rất tình cờ thôi, nhưng hình như tôi rất có duyên với CEN. Trước đây tôi cũng đã tìm hiểu và cũng quen biết rất nhiều công ty BĐS tại TP.HCM nhưng chưa hề thấy CEN và CEN lúc ấy cũng chưa có tên tuổi gì ở Sài Gòn. Nhưng một lần tôi lên mạng thấy bên công ty tuyên dụng vị trí Trưởng phòng Kinh doanh, tôi ứng tuyển. Qua quá trình tìm hiểu về cơ chế, chính sách cũng như sản phẩm nên quyết định làm tại đây và rõ mảy anh em bên ngoài về làm chung.

Anh Châuh: Đối với tôi thì tôi chỉ làm nhiệm vụ một điều: khi bước chân vào CEN nhìn thấy được định hướng của công ty là đúng lĩnh thì tôi muốn từng bước nên mình muốn chọn lấy 1 khu vực để làm bản doanh và từ từ chiếm lĩnh.

Ra Khoi (RK): Các anh cho biết về cam kết của mình khi làm việc tại CEN cũng như nhiệm vụ mới là Giám đốc khu vực của STDA miền Nam?

Anh Châuh: Tại CEN tôi luôn cảm thấy thật vui, nhưng càng làm càng thấy mình cần phải cố gắng nhiều hơn nữa trong vị trí đảm nhận.

Anh Lịchmq: Thực ra từ với tôi, tình yêu với CEN cứ từ từ lớn lên thôi. Lần đầu tiên nghe qua tên công ty tôi không ấn tượng lắm nhưng càng làm thì càng càng gần gũi hơn. Và thực sự cho tôi một niềm vui mặc dù còn vấp số khó khăn, gian nan nhưng trong lòng thì thật sự an và thoải mái như trong chính nhà mình.

Ra Khoi (RK): Bước đầu, các anh có gặp phải khó khăn gì trong công việc không?

Anh Lịchmq: Thực sự ban đầu, khó khăn với tôi cũng như cá siêu thị của tôi phụ trách là vô cùng nhiều. Tuy việc phải tự tìm hiểu sản phẩm, cách thức bán hàng, về văn hóa CEN, hay phải chuyển chỗ làm, không có chỗ ở định... Tình sự sơ, chi chưa đầy và tháng nhưng ACE siêu thị tôi phụ trách đã phải chuyển chỗ tới 8 lần. Nhưng về sự đồng đội và đặc biệt là sự hỗ trợ của Ban Giám đốc thì đến bây giờ mới chuyển đổi đã ổn và dần đi vào quỹ đạo.

Anh Châuh: Tất nhiên, những bước chân đầu tiên không bao giờ là dễ dàng. Vô hạn những khó khăn như phải định hướng lại nhân sự, cơ cấu lại bộ máy học đồng, định hướng công việc... nhưng tôi cũng đã có phương án để hoàn thành công việc.

Ra Khoi (RK): Vậy các anh đã làm gì để để kiểm soát công việc và đạt kết quả như mong đợi?

Anh Lịchmq: Rất đơn giản thôi, tôi đưa ra kế hoạch kinh doanh, phân công công việc cho anh em. Rồi hòa mình vào làm cùng anh em nhân viên, họ trợ anh em hết mình trong công việc. Cái chính và cốt lõi nhất là tôi muốn tạo được tinh thần đoàn kết, nhiệt huyết, thân ái, giúp đỡ nhau trong công việc.

Anh Châuh: Với tôi thì giải pháp tốt nhất chính là hệ thống lại tất cả các công việc, thời gian và phân công cụ thể và chắc chắn kết quả sẽ đạt được.

Ra Khoi (RK): Nhân định của các anh về tình hình thị trường BĐS khu vực mình phụ trách cũng như khả năng tiềm lực của STDA sẽ chính phục thị trường như thế nào?

Anh Châuh: Với tôi thì khu Nam chắc chắn sẽ có một bước chuyển mình rất lớn và STDA đã và đang đi đúng hướng và sẽ chính phục sớm thị trường này.

Anh Lịchmq: Tôi đang phụ trách hai khu vực chính là: khu Đông Sài Gòn và khu Tây Sài Gòn. Cả 2 khu vực theo đánh giá của tôi là rất tiềm năng. Nếu thì trường khu Tây đi vào ổn định thì khu Đông lại cực kỳ tiềm năng.

Ra Khoi (RK): Các anh đánh giá gì về đội quân của mình?

Anh Châuh: Riêng về các đội đang chiến đấu, tôi thấy được sự đam mê và nhiệt huyết trong từng cá nhân cũng như cả đội, nên chắc chắn các đội sẽ có những kết quả tốt và vượt cả mong đợi.

Anh Lịchmq: Tôi tin chắc là nhân sự khu vực 1 sẽ ổn định và đi vào quỹ đạo trong thời gian tới một cách nhanh nhất.

Ra Khoi (RK): Mục tiêu hướng đến của các anh khi giữ nhiệm vụ giám đốc khu vực?

Anh Lịchmq: Bản thân nhiều sản phẩm, chiếm lĩnh thị trường TP.HCM và đưa thương hiệu CEN cũng như STDA lên tầm cao mới.

Anh Châuh: Với vai trò giám đốc mình đang nắm giữ trong thời gian ngắn nhất. Và biến ước mơ với một giấc mơ “toàn STDA” trở thành sự thực.

HIỂU LUẬT ĐỂ TẠO SỰ TIN TƯỞNG KHÍ BÁN HÀNG



"Cả nhân người nước ngoài không những được mua bất động sản ở mà còn được phép kinh doanh".

Luật nhà ở và Kinh doanh Bất động sản sửa đổi đã chính thức có hiệu lực vào ngày 01.07.2015, được kỳ vọng mang đến những tác động tích cực đối với thị trường BĐS. Trong đó, đáng chú ý là Điều 159 quy định người nước ngoài được mua và sở hữu nhà ở tại Việt Nam. Đây được kỳ vọng sẽ là hoạt động "xuất khẩu BĐS tại chỗ" cho thị trường.

Để nắm bắt rõ Luật hơn và cung cấp những điểm lưu ý khi tư vấn, giao dịch BĐS với người nước ngoài cho ACE nhân viên kinh doanh (NVKD), doanh nghiệp BĐS, BBT Ra khơi đã có cuộc trò chuyện cùng anh Nguyễn Quốc Tuấn - Trưởng ban Pháp chế Tập đoàn.

Ra khơi (RK): Thưa anh, Luật nhà ở sửa đổi có những điểm mới nào trong việc quy định quyền mua và sở hữu nhà ở cho người nước ngoài tại Việt Nam?

Anh Nguyễn Quốc Tuấn (Anh Tuấn): Có 5 sự thay đổi lớn đáng chú ý như sau:

Đổi tương được sở hữu: Các nhân nước ngoài được phép nhập cảnh vào Việt Nam; Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp nước ngoài, quỹ đầu tư nước ngoài và chi nhánh ngân hàng nước ngoài đang hoạt động tại Việt Nam. Điểm thay đổi lớn ở đây đó là "cả nhân nước ngoài chi căn nhà cạnh vào Việt Nam", trong khi trước đây là phải cư trú ở Việt Nam từ 1 năm trở lên.

Loại hình nhà ở: Tất cả loại hình bao gồm căn hộ chung cư và nhà ở riêng lẻ gắn liền với đất như biệt

thự hay nhà liền kề (trước đây quy định này chỉ được áp dụng với căn hộ chung cư).

Số lượng: Không giới hạn về số lượng nhưng tại 1 tòa chung cư tổng số người nước ngoài có thể được cho 30% lượng căn hộ. Nếu là biệt thự, liên kế thì ở 1 khu vực tương đương số dân 1 phường thì người nước ngoài chỉ được sở hữu không quá 250 căn. Trước đây, một người nước ngoài chỉ được mua 1 căn hộ chung cư tại Việt Nam.

Mục đích sử dụng: Bất động sản thuộc quyền sở hữu của cá nhân người nước ngoài có thể được cho thuê lại, mua bán, thừa kế hoặc thế chấp, được đăng, người nước ngoài chỉ được mua nhà với mục đích đúng để ở.

Thời hạn sở hữu: 50 năm và có thể được gia hạn với các điều kiện tương tự được quy định trước đó.

Vũ khí mạnh nhất mà con người có được là gì? Liệu có phải là súng đạn, xe tăng, máy bay chiến đấu, hay bom nguyên tử. Không! Vũ khí tối thượng của con người đó là trí tuệ, mà thứ có sức mạnh không kém nhất là niềm tin.

Trên sân khấu cuộc đời luôn có kẻ thắng người thua, nhưng đôi lần niềm say khác biệt ở một con người có thể được tốt tất bằng một tư duy nhất: Niềm tin. Dich giả, nhà văn Claude M. Bristol hiểu rõ rằng, bản thân mỗi con người có thể trở thành bất cứ ai mà bản thân họ muốn. Như như mọi thành tựu vĩ đại nhất của loài người đều không do một cá nhân tài giỏi nào tạo ra mà bởi những con người sẵn sàng đi một với những rủi ro và thách thức lớn, họ đã vượt lên trên chúng. Điều này chỉ có thể xảy ra khi họ có niềm tin.

Cuốn sách "Sức mạnh niềm tin" của Claude M. Bristol được xuất bản năm 1948 ở Hoa Kỳ, gồm 9 chương. Mỗi chương là một cảnh của dân đất bạn tại thời kỳ đầu của thế kỷ 20. Cuốn sách không chỉ đơn thuần là một bộ sưu tập các bài quyết tạo nguồn cảm hứng để thành công mà các bài quyết đó phục vụ và hỗ trợ cho sự xuất hiện sức mạnh của niềm tin.

"Sức mạnh niềm tin" chứa đựng một bài quyết đã được lịch sử chứng minh việc xác lập và đạt mục tiêu, mang lại sự khích lệ và có thể biến mọi năng lực tiềm tàng trở thành hiện thực. Nó chỉ ra một cách hết sức đơn giản nhưng đầy thuyết phục rằng phép ẩn dụ luân lưu có thể được sử dụng để cải thiện hiệu quả của bất kỳ công việc nào. Nó giải phóng mọi tiềm năng và giúp chúng ta tin ở chính mình, đó cũng là một loại trí tuệ đầy hiệu quả để phát triển và nuôi dưỡng niềm tin này.

Hãy sẵn sàng khám phá khả năng tiềm ẩn của sức mạnh tinh thần của bạn. Hãy chuẩn bị đón nhận một sự thật khó tin về sức mạnh của niềm tin. Tất cả chúng ta đều có niềm tin, nhưng chỉ một vài người biết phải xây dựng nó như thế nào. Bạn có thể là một con người độc nhất vô nhị đúng như con người mà bạn muốn trở thành, nhưng điều đó chỉ xảy ra khi bạn biết cách gặp nó bằng hình ảnh mà người khác đặt sẵn cho bạn. Nó chỉ xảy ra khi bạn biết ước mơ... và có niềm tin. Cũng tin vào chính mình, bạn cũng đạt nhiều thành tựu to lớn hơn. Đó chính là điều mà "Sức mạnh niềm tin" sẽ mang đến cho bạn.

Đặc biệt, tác giả còn dành cả chương 8 để nói đến sức mạnh niềm tin của người phụ nữ. Ông cho rằng, nữ giới sử dụng sức mạnh niềm tin còn hay hơn cả nam giới. Đúng đó nó chỉ để bạn hiểu được người khác mà hãy đó nó vì bạn muốn áp dụng sức mạnh của niềm tin vào cuộc sống cá nhân và nghề nghiệp của bạn.

Đúng đó nó chỉ để bạn hiểu được người khác mà hãy đó nó vì bạn muốn áp dụng sức mạnh của niềm tin vào cuộc sống cá nhân và nghề nghiệp của bạn.

Trường hợp cá nhân nước ngoài kết hôn với công dân Việt Nam thì được sở hữu nhà ở ổn định, lâu dài được người Việt.

RK: Việc thay đổi này có ý nghĩa như thế nào với thị trường BĐS nói chung và doanh nghiệp bất động sản nói riêng?

Anh Tuấn: Đây là một trong những thay đổi lớn trong chính sách cho phép người nước ngoài mua và sở hữu bất động sản tại Việt Nam. Chính sách này sẽ loại bỏ nhiều rào buộc trước đó áp dụng với khách hàng nước ngoài khi mua nhà tại Việt Nam.

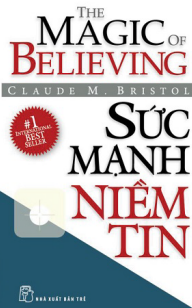
RK: Theo anh NVKD BDS nói chung và chuyên viên mới giới của STDA nói riêng cần phải lưu ý những điều gì khi tư vấn cho khách hàng là người nước ngoài giao dịch nhà ở tại Việt Nam?

Anh Tuấn: Số lượng người nước ngoài sinh sống tại Việt Nam

hiện khoảng 100.000 người, trong đó Hà Nội chiếm khoảng 40%. Nhưng những năm vừa qua tình hình chung cả nước nói chung đang có sự gia tăng người nước ngoài được tiếp cận với nhà ở tại Việt Nam. Đặc biệt hơn, Luật cũng quy định, cá nhân người nước ngoài không những được mua bất động sản cá nhân mà còn được phép kinh doanh. Họ có thể vừa sở hữu và cho thuê, vừa có thể bán lại khi đã hết hạn cầu. Vì thế đây là đối tượng khách hàng rất tiềm năng, là cơ hội lớn để "xuất khẩu BĐS tại chỗ".

Theo tôi, điều quan trọng nhất là NVKD phải hiểu rõ pháp luật để tư vấn cho người nước ngoài hiệu quả và điều kiện đã thay đổi, việc sử dụng để đăng báo rất nhiều.

Tầm lý chung của người nước ngoài rất ngại làm thủ tục với các cơ quan hành chính của Việt Nam. Vì thế NVKD cần hỗ trợ họ liệt cả những thủ



tục mua nhà. Cũng cần lưu ý đến pháp lý của dự án bởi người nước ngoài có trình độ nên rất khắt khe trong vấn đề minh bạch pháp lý.

RK: Đồng thời, doanh nghiệp BĐS nói chung và Hệ thống Sản phẩm Bất động sản STDA nói riêng cần lưu ý những điểm gì để đón đầu cơ hội này, thưa anh?

Anh Tuấn: Tôi nghĩ, các doanh nghiệp cần đào tạo chuyên sâu cho nhân viên về kỹ năng mới giới khách hàng nước ngoài, đồng thời có những chính sách riêng dành cho người nước ngoài, có thể về phí hoặc thủ tục. Ví dụ mình có thể tạo toàn bộ thủ tục từ A - Z cho khách hàng nước ngoài, chỉ cần họ có nhu cầu cao.

Tôi...cứ đi và lấp đầy những khoảng trống!

Giọng vẫn thuần túy, mang nặng tình yêu vào núi, vào con người, vào chuyến đi khó nói nên lời... của một nhiếp ảnh gia thích "phượt"; thích đây đó trên "con ngựa sắt" của mình cùng hội bạn tri kỷ. Hòa mình vào dòng cảm xúc đấy, bạn sẽ bắt gặp một thiếu nữ tên Chi Cú, một "người chủ tốt bụng" sống trên Pha Luông, và 1 anh chàng người Kinh cứ gặp người lạ là "è then".



Pha Luông 2015.

"Thế giới thanh mát, nhẹ nhàng tựa như cảm giác sau khi đã được thanh lọc bởi một cơn mưa rào..."

...Những chuyến đi không còn khiến tôi nhớ nhiều, sau vài ngày trở về ... tôi thấy một khoảng trống. Pha Luông 2015, một chuyến đi tình cờ, giống như bài hát *Duyên* của Tạ Quang Thắng "nói thế thôi, em đứng cười..."

Tôi quen Chi Cú** vào một chuyến đi Pha Luông gần 1 năm trước, và giờ thì quen ca với những người bạn của cô ấy. Một chuyến đi thật tuyệt, tôi đã cười rất nhiều, hòa mình và không giấu diếm. Chúng tôi do có những câu chuyện phiếm vui vẻ, cách xưng hô, những cứ chỉ,... Chúng tôi ngủ lại nhà một người quen cũ của tôi, tôi thấy bối rối và cảm giác then thưng có lỗi với chủ**, bởi sự tốt bụng và nhiệt tình, còn tôi ngoài việc nhận lấy thì chẳng có một sự cảm kích hay đền đáp nào ngoài những lời cảm ơn.

Gần 1 năm gặp lại, chủ vẫn vui vẻ. Biết tôi đến, chủ vội hỏi và gọi tôi

vào uống với chủ vài chén, đứa con trai lớn của chủ vẫn nhớ ra tôi, tôi uống với chủ mấy chén rượu nếp cẩm, ngồi nghe chủ kể chuyện. Chủ kể, tháng lớn nhà chủ tháng sau sẽ cưới vợ, căn nhà sàn 2 tầng được dựng lên bởi chính bàn tay chủ ngày càng lớn hơn, đẹp hơn.

Mọi thứ dường như vẫn giống như lần đầu tôi gặp chủ, một buổi tối, bầu trời có rất nhiều sao, cây xanh trước cửa căn nhà mộc, quả rừng đầy khắp sân... tôi lấy chiếc xe đạp của tháng lớn trả chủ, đạp một vòng quanh sân. Chúng tôi ngồi ngoài sân, xem lại đoạn ảnh trong điện thoại, cười đùa, chơi trò "đớp hạt"... nhấp một ngụm cà phê đắng đắng, huyền thuyên trong bầu không khí trong lành hiếm hoi.

Đêm ngủ, chúng tôi nằm nghe tiếng quả xanh rơi lộp bộp, tiếng pốp máy của máy chiếc xe Min chạy đêm, tiếng ngáy ngủ của ai đó, tiếng ho nhẹ của Chi Cú... tôi thì ngủ ngon lành tới gần 4 giờ sáng. Tôi và Chi Cú tỉnh dậy, bước ra ngoài, thấy hơi lạnh thì lại quay trở vào trong, còn Chi Cú vẫn ngồi trước cửa nhà, trong cái ánh sáng sớm, nghe nhạc hay làm gì đó với chiếc điện thoại.

Trời gần sáng, mọi người tỉnh dậy ăn sáng, Kem có vẻ vẫn còn giận dỗi tôi, không ăn sáng mà bỏ ra ngoài sân đạp xe.

5h30 chúng tôi chào cô chủ rồi chạy vào Pha Luông

...

Pha Luông mùa này nhiều hoa dại, những bông hoa màu tím nhỏ li ti. Đường vào Pha Luông vẫn vậy, dốc khúc khuỷu, may mắn vẫn còn sót lại mấy cây đào mèo còn đang nở hoa. Mấy con chó ở đồn biên phòng giờ đã hiền lành hơn trước, chắc hẳn là vì Pha Luông giờ đã đông người leo hơn, không còn vắng vẻ như xưa, những dấu đường mòn cũng rõ hơn, nhiều rác hơn...

Chiều muộn chúng tôi trở ra, quay lại nhà chủ lấy đồ, cảm ơn cô chủ và trở về Hà Nội. Thời tiết chuyển gió mùa, sương mù phủ đặc quanh đường về. Chậm chạp lần theo ánh đèn pha soi vào vạch kẻ với trắng bên đường để tìm hướng đi, cái kính cận gặp hơi sương mờ mịt, tôi suýt nữa đã đâm vào cột mốc.

Gần 12 giờ đêm chúng tôi chạy tới Hòa Bình, qua đèo Thung Khe, đèo Đá Trắng mới thoát khỏi sương mù. Xe gần hết xăng, nhưng các cây xăng đều đóng cửa. Cả lũ nằm sống dãi trước cửa một cây xăng, nhắm mắt một chút để lấy sức. May mắn có một chiếc ô tô đỗ vào đỗ xăng, gã bán xăng thúc đẩy đồ xăng cho chiếc ô tô và cho chúng tôi. Kem ngồi ngủ quạ trên lưng, và tôi ngheu gạo hát một mình, cố quên cơn thèm ngủ trong mưa phùn. 2h30 sáng chúng tôi về đến Hà Nội.

***Chi Cú nhận làm chủ chung của tôi :))*

**Một người dân sinh sống trên Pha Luông*





Check in team tại Sài Gòn



Vào Sài Gòn được tiếp dẫn đi đi tham quan nào



Người làm việc gần nhà CEN còn lòng lầy không kèm ngôi sao thế giới nhé



Miss Bikini 2015 - Đà Nẵng



Miss Bikini 2009



Miss Bikini 2009



Miss Bikini 2010



Miss Bikini 2010



Miss Bikini 2012 - Đà Nẵng



Miss Bikini 2012 - Đà Nẵng



Miss Bikini 2014 - Nha Trang



Miss Bikini 2014 - Nha Trang



Miss Bikini 2010



Miss Bikini 2015 - Đà Nẵng

DỰ ÁN HOT

IMPERIA GARDEN

Toạ lạc tại vị trí "đất vàng" 70/3 Nguyễn Huy Tưởng và 14/3 Nguyễn Trãi, Thành phố Hà Nội, Imperia Garden được mệnh danh là dự án "vườn trong phố" ngay tại nội đô Hà Nội với hơn 10.000 m² dành cho phòng gym, cảnh quan và hạ tầng giáo dục. Sau khi hoàn thiện và bàn giao nhà cho khách hàng dự kiến vào quý I năm 2017, Imperia Garden được kỳ vọng sẽ trở thành một khu đô thị kiểu mẫu tại Thủ đô với đầy đủ tiện ích và hoàn thiện các tiện ích ngoại thất trong khu vực.

Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA
Địa chỉ: 137 Nguyễn Ngọc Vũ, Cầu Giấy, Hà Nội
Hotline: 0903.449.266