

# BÍ MẬT CỦA SẢN XUẤT SẢN PHẨM NHẤT QUÁN:



**THỰC HIỆN BỞI:**  
**COURTNEY OKEEFE**  
NHÀ SÁNG LẬP CỦA  
COURTNEY OKEEFE

Một khách hàng thỏa mãn sẽ quay trở lại. Làm sao các bạn đảm bảo sản phẩm của mình sẽ nhất quán qua thời gian và không gian?

## VẤN ĐỀ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

Cô ấy ưa thích một nhãn hàng và một phong cách cổ điển, mà cô ấy tin tưởng như một người đồng hành. Đáng buồn thay, sản phẩm cô đang dùng đã hỏng và cô sẽ phải thay sản phẩm đã mang lại sự thoải mái và thỏa mãn cho cô qua nhiều năm bằng một sản phẩm mới.

Cô ấy bắt đầu tìm kiếm những lựa chọn thay thế và nghĩ rằng nó sẽ dễ dàng. Cô ấy quyết định mua hàng qua mạng trước. Cô ấy nhận món hàng nhưng nó lại không đúng. Cô thấy rằng món đồ này có cùng kiểu dáng, thương hiệu, màu sắc, nhưng khi nhận được thì nó lại không giống. Cô ấy chưa thể ngay lập tức hiểu được lý do tại sao.

Cô ấy suy nghĩ kỹ về những chi tiết mà cô lưu ý khi mua sản phẩm này lần đầu. Cô quay lại cửa hàng để tìm một cái bàn có để một đồng quần áo tương tự nhau, nhưng thứ gì đó vẫn không đúng. Điều gì đã xảy ra với sản phẩm ưa thích của cô? Cảm giác thật lạ. Hình dạng rất khác. Có một vài điều chỉnh được thêm vào mà cô thấy không có giá trị gì.

Cô nhìn vào nhãn trên sản phẩm và thấy rằng một sản phẩm được sản xuất từ nhiều quốc gia khác nhau. Cô dành thời gian tự hỏi rằng chất lượng giữa các quốc gia sản xuất có khác nhau không. Cô bắt đầu tự suy diễn một số lý thuyết về việc tại sao một số quốc gia có chất lượng tốt hơn các quốc gia khác, và cho rằng cô có thể dùng nhãn xuất xứ để giải đáp thắc mắc của mình.

Cô tự hỏi tại sao một nhãn hàng lại mua sản phẩm từ nhiều nơi khác nhau? Cô tự hỏi tại sao các nhãn hàng mà cô ưa thích có quá nhiều vấn đề phức tạp? Cô không muốn thay đổi nhãn hàng mà cô ưa chuộng bởi vì họ đã tạo ra phong cách mà cô ưa thích từ ban đầu. Trước đây họ đã hiểu cô muốn gì. Nhưng tại sao họ lại làm cô thất vọng như vậy? Tất cả những gì cô quan tâm là tìm một sản phẩm khác phù hợp với những gì mà cô ưa thích.

Cô bắt đầu quan tâm đến những bản tin và suy nghĩ về những bất ổn ở những quốc gia đang sản xuất các sản phẩm mà cô ưa thích. Cô đọc về những thông tin thuế quan tại một quốc gia, bạo động ở quốc gia khác, và tình hình thời tiết bất lợi tại một nơi nào đó.

Cô bắt đầu tự hỏi những nhãn hàng ưa thích của cô làm thế nào để quản lý cả chuỗi cung ứng phức tạp này để có thể mang đến sản phẩm mà cô ưa chuộng.

Cô tự hỏi tại sao cô không thể tự tạo ra bản sao của sản phẩm mà cô thích, làm cho nó trở nên độc nhất. Tại sao công nghệ hiện tại lại không thể làm được việc này?

Cô muốn tìm được câu trả lời.

Cô không từ bỏ. Cô đề cập vấn đề của mình với các bạn. Bạn của cô cũng có những vấn đề tương

tự và bắt đầu giúp cô tìm thêm nhiều đầu mối.

Họ nhanh chóng nhận ra rằng xuất xứ trên nhãn sản phẩm chỉ là quốc gia mà sản phẩm được may. Nó chẳng có liên quan gì đến nguồn gốc nguyên liệu.

Cô tìm hiểu về những đặc tính trên mẫu sản phẩm cô ưa chuộng và các quốc gia có những đặc tính tương tự như thế.

Cô lại tự hỏi tại sao chúng lại không giống nhau hơn?

Cô nghĩ về công thức nấu ăn của cô, và bắt đầu hiểu ra. Cô có thể cẩn thận làm theo công thức, nhưng chất lượng nguyên liệu có thể có ảnh hưởng rất đáng kể đến mùi vị cuối cùng của món ăn.

Cô tự hỏi những nguyên liệu cấu thành sản phẩm mà cô ưa thích đến từ đâu. Nhưng cô lại không tìm được. Cô viết thư cho phòng dịch vụ khách hàng của nhãn hàng, họ nói rằng họ không thể giúp được cô. Thông tin không có sẵn. Tại sao thông tin lại không có sẵn được?

Cô đọc lại nhãn trên sản phẩm mà cô ưa chuộng một lần nữa, và nó thể hiện một nguyên liệu: 100% bông. Tại sao nó lại phức tạp? Chẳng phải tất cả bông đều giống nhau sao?

## **GIẢI PHÁP CỦA NHÃN HÀNG THÔNG MINH**

Nếu cô hỏi chuyên viên thu mua tại một nhãn hàng thông minh, cô sẽ biết được “bí mật rất đơn giản”.

Những nhãn hàng thông minh tập trung vào nguyên liệu thượng hạng nhất, được sử dụng nhiều nhất trong các dòng phẩm, chuẩn hóa nó, và đảm bảo nó có thể truy xuất được.

Những nhãn hàng tốt nhất sẽ biết được nguồn gốc và chất lượng nguyên liệu của họ. Họ nhận thấy rằng chất lượng có chênh lệch. Họ cũng nhận thấy rằng mặc dù cũng là 100% bông, nhưng quy cách trồng bông tại từng quốc gia lại khác nhau.

Vải chiếm 60-70% giá trị của sản phẩm. Đó là nơi cần được đầu tư thời gian và công sức nhằm chuẩn hóa sản phẩm. Đây là yếu tố quan trọng nhất để đảm bảo sự nhất quán. Giảm biến số trong khâu này có thể làm giảm mạnh những biến số trong sản phẩm cuối cùng.

Đối tác tốt nhất để đảm bảo sự nhất quán của sản phẩm là nhà máy tích hợp kéo sợi, dệt, nhuộm và hoàn tất vải và có thể xuất khẩu trên toàn thế giới. Họ sẽ có những công cụ quản lý độ nhất quán nội bộ mà có thể được sao chép và lưu trữ, bao gồm cả nguồn gốc của nguyên liệu mà họ sử dụng.

Nhiều nhà máy dùng bông Mỹ. Họ cảm nhận rằng bông Mỹ được trồng với tiêu chuẩn cao cấp nhất sử dụng nông nghiệp chính xác cao. Bộ Nông Nghiệp Hoa Kỳ USDA cũng có hệ thống phân loại chất lượng tiên tiến nhất cho bông được trồng tại từng cánh đồng. Đó là hệ thống mà họ có thể tin tưởng.

Bắt đầu với bông Mỹ và đối tác sản xuất vải tích hợp kéo sợi, dệt và nhuộm sử dụng cùng một loại máy, cùng nguyên liệu đầu vào giúp cho các nhãn hàng thông minh có thể đưa hàng đến nhiều nhà máy may ở nhiều quốc gia. Khả năng kiểm soát này đảm bảo rằng các sản phẩm được trưng bày trong cửa hàng, mặc dù được may tại đâu, cũng sẽ có cùng ngoại quan, cảm giác tay và bền y hệt như sản phẩm cô đã ưa chuộng.

Câu chuyện phía trên được viết dựa trên một trải nghiệm thực tế.

## **GIỚI THIỆU TÁC GIẢ:**

Courtney OKeefe, nhà sáng lập của Courtney OKeefe Consulting, là một cựu chuyên viên của ngành dệt may, hỗ trợ Global Lifestyles Brands với chuyên môn về Quản Lý Sản Phẩm, Hoạt Động Thu Mua và Chuỗi Cung Ứng Toàn Cầu. Phạm vi chuyên môn của cô bao gồm tất cả các dòng sản phẩm may mặc, với phạm vi thu mua tại hơn 45 quốc gia. Courtney đã làm việc với hơn 20 nhãn hàng quốc tế, trực tiếp lẫn qua tư vấn. Các bạn có thể tìm hiểu thêm thông tin về Courtney Okeefe tại <https://www.courtneyokeefeconsulting.com>.