

Thứ Hai, 05/09/2016 02:50

[DN Bùi Thị Mỹ Cảnh: Khao khát cái đẹp, tự tạo hạnh phúc](#) **[1]**



Đôi khi giữa vòng xoay của công việc, bà Bùi Thị Mỹ Cảnh, Tổng giám đốc Công ty CP Ngọc trai Long Beach Pearl, thậm chí không có thời gian để chăm sóc bản thân. Tuy vậy bà vẫn luôn nhắc mình phấn đấu cho sự nghiệp và ý thức trách nhiệm cao trong công việc là tốt, nhưng không có nghĩa vì thế mà phải hy sinh hạnh phúc riêng...

Gặp bà Bùi Thị Mỹ Cảnh, ít người nghĩ bóng hồng tạo dựng và điều hành thương hiệu ngọc trai Phú Quốc với gần 20 trung tâm và cửa hàng ở nhiều tỉnh - thành đã là bà mẹ của bốn đứa con trai. Cặp song sinh đầu lòng "Cún Anh", "Cún Em" giờ đã có thể tự lo cho bản thân, nhưng hai em nhỏ vẫn cần nhiều chăm sóc từ mẹ. "Tụi nhỏ thông minh và khỏe mạnh", bà khoe ngẩn ngơ về con mình như thế rồi không nói thêm, dù vẫn bên con, lắng nghe và chia sẻ với con hằng ngày.

* Cơ duyên mang bà đến với kinh doanh bắt nguồn từ Phú Quốc, một mảnh đất giàu tiềm năng, như du lịch chẳng hạn. Nhưng vì sao lại là ngọc trai mà không phải là sản phẩm nào khác?

- Phú Quốc là nơi dừng chân lý tưởng với du khách, nổi tiếng với khung cảnh thơ mộng và sở hữu nhiều loại đặc sản quý hiếm, đặc biệt là ngọc trai.

Có một thời gian tôi và ông xã về Phú Quốc làm việc. Hai vợ chồng nhận thấy ngọc trai là thị trường

rất mới mẻ và nhiều tiềm năng. Tại thời điểm bấy giờ, ngọc trai Phú Quốc vẫn chưa được nhiều du khách nước ngoài biết đến, thị trường lúc đó còn hỗn loạn do ngọc trai thật giả lẫn lộn.

Nhiều người tiêu dùng vẫn còn hoang mang khi mua ngọc trai vì thiếu thông tin. Tôi và chồng đã quyết định đầu tư vào lĩnh vực này vì nghĩ trong bối cảnh "tranh tối tranh sáng", chỉ cần mình minh bạch thông tin và kinh doanh sòng phẳng thì khách hàng sẽ tin tưởng. Họ sẽ biết để lựa mua được loại ngọc trai đẹp và chất lượng tốt nhất, còn mình sẽ sống được bằng nguồn tiền khách hàng bỏ ra.

* Tiềm năng thị trường ngọc trai hẳn là lớn?

- Thị trường ngọc trai tại Việt Nam còn mới mẻ và chưa được khai thác xứng với tiềm lực. Dân trong nghề chúng tôi gọi kinh doanh ngọc trai là một cuộc đua săn ngọc. Khi đã bước chân vào cuộc đua này, doanh nhân phải xem đây là đầu tư lâu dài về tiền bạc, chất xám và tâm huyết thì mới mong tồn tại được.

Đó cũng là lý do gần 10 năm qua, Long Beach Pearl dồn lực để xây dựng gần 20 cửa hàng tại các địa điểm du lịch nổi tiếng như Phú Quốc, Mũi Né, Nha Trang, Đà Nẵng, Huế, Hà Nội, TP.HCM... Đồng thời, chúng tôi luôn nỗ lực để ngày càng hoàn thiện chính sách bảo hành nhằm đáp ứng tốt hơn nữa các yêu cầu ngày càng khắt khe từ khách hàng và thị trường trang sức ngọc trai.

* Những ngày đầu, chiến lược bà dành cho Long Beach Pearl là gì?

- Từ những ngày đầu thành lập, Long Beach Pearl đã chọn chiến lược minh bạch thông tin. Còn kinh doanh thì giá cả phải tương xứng với chất lượng. Để làm được điều đó, chúng tôi hợp tác về mặt kỹ thuật nuôi cấy, cung cấp con giống, chuyển giao công nghệ và trao đổi nguyên liệu thô với các đối tác tên tuổi từ Hồng Kông, Nhật Bản... để đảm bảo nguồn cung nguyên liệu chất lượng cao.

Chúng tôi cũng mời những chuyên gia về thiết kế trang sức từ Hồng Kông hỗ trợ đào tạo tay nghề và giám sát chế tác ngọc theo tiêu chuẩn quốc tế cũng như liên tục cập nhật xu hướng thế giới.

Tôi vẫn nghĩ, khách hàng chọn ngọc của chúng tôi không đơn thuần vì đẹp, giá tốt mà còn vì niềm tin của họ dành cho thương hiệu Long Beach Pearl.

Chúng tôi luôn muốn tạo ra những giá trị cốt lõi dựa trên chất lượng sản phẩm. Chính vì thế, khi khách hàng đến với các cửa hàng của Long Beach Pearl sẽ ngay lập tức cảm nhận được sự quan tâm từ những nhân viên. Phân loại sản phẩm trên các quầy trưng bày cũng là yếu tố chúng tôi chú trọng. Tôi muốn bằng sự rõ ràng trong cách sắp xếp, khách hàng sẽ dễ dàng chọn được mẫu trang sức yêu thích và thông qua đó sẽ cảm nhận được tính nghiêm túc, cầu toàn mà Công ty muốn truyền tải.

* Long Beach Pearl nghiên cứu và nuôi cấy ngọc trai Akoya tại Phú Quốc trong khi thị trường Việt Nam, Akoya khá phổ biến. Vì sao bà không thử sức ở các loại ngọc trai khác?

- Nuôi cấy từng loại ngọc có đặc thù khác nhau. Ví dụ ngọc trai South Sea thường được nuôi ở khu vực biển Nam Thái Bình Dương như Philippines, Indonesia, Úc... Còn ngọc trai đen Tahiti quý giá được nuôi nhiều ở đảo Tahiti thuộc quần đảo Polynesia (Pháp). Ở Phú Quốc, đa số nuôi ngọc trai Akoya vì loài trai này phù hợp với điều kiện tự nhiên tại đây.

Điểm khác biệt của ngọc trai Akoya chính là độ sáng bóng của lớp xà cừ, được xem là có độ lấp lánh ngũ sắc nhiều nhất trong các loại ngọc trai. Ngọc trai Akoya thường có kích thước nhỏ, 6 - 8mm, nên những viên ngọc Akoya có kích thước 10mm thuộc loại hiếm, có giá trị rất cao.

Ngọc trai Akoya sinh trưởng chậm hơn các loài ngọc trai khác, phải mất ít nhất 2 năm nuôi cấy nên giá trị tương đối cao.

Một điểm khác biệt nữa của dòng ngọc trai này chính là màu sắc. Phổ biến nhất là màu trắng ánh hồng nhạt. Ngọc trai Akoya còn có màu xám bạc và vàng. Màu vàng thì cực kỳ hiếm.

* "Ngọc bất trắc bất thành quý". Vậy khâu chế tác ở Long Beach Pearl có nét gì khác biệt?

- Long Beach Pearl đã phối hợp với một công ty chế tác của Hồng Kông để thiết kế những mẫu trang sức riêng. Vương miện Hoa hậu Việt Nam 2016 do công ty chúng tôi chế tác với đội ngũ hơn 40 nghệ nhân, thực hiện trong 3 tháng.

Chúng tôi sẽ tiếp tục duy trì và tăng đội ngũ chuyên gia thiết kế tay nghề cao, đồng thời phối hợp chuyển giao công nghệ với các quốc gia có trình độ điều luyện về chế tác trang sức. Sự hợp tác với các đối tác nước ngoài là nét khác biệt lớn nhất của Long Beach Pearl.

Nỗ lực của Công ty đã gặt hái được nhiều thành công. Trong đó, thành công lớn nhất là thương hiệu Long Beach Pearl đã tạo ấn tượng mạnh với người dùng.

* Trong bối cảnh khá nhiều thương hiệu ngọc trai đang kinh doanh và rầm rộ quảng bá như hiện nay, áp lực cạnh tranh đối với Long Beach Pearl có quá lớn?

- Áp lực cạnh tranh trong kinh doanh là yếu tố thúc đẩy chúng tôi luôn cố gắng. "Hữu xạ tự nhiên hương", Long Beach Pearl tự hào khi thấy nhiều quý bà, quý cô đeo trang sức tinh tế do mình làm nên. Còn khi gặp khó khăn, tôi và đồng nghiệp bình tĩnh ngồi lại để cùng nhau tìm ra căn nguyên của vấn đề, từ đó tìm phương hướng giải quyết tốt nhất.

* Điều hành cùng lúc gần 20 cửa hàng ngọc trai, bí quyết của bà trong quản lý, nhất là về con người?

- Quan niệm của tôi khi điều hành là phải luôn gần gũi, lắng nghe nguyện vọng của nhân viên, nhưng vẫn nghiêm khắc khi cần thiết. Tôi luôn nhắc nhân viên "cửa văn phòng luôn mở", nghĩa là lúc nào tôi cũng có thể dành thời gian để lắng nghe họ. Tôi tin rằng chiến lược từ trái tim đến trái tim sẽ giúp tăng sự thấu hiểu giữa lãnh đạo và nhân viên, từ đó mọi người làm việc thoải mái và năng suất hơn.

* Mở rộng chuỗi cửa hàng có phải là giải pháp tốt nhất để khách hàng biết đến Long Beach Pearl nhiều hơn?

- Long Beach Pearl sẽ tiếp tục mở showroom nhằm giúp du khách và khách hàng địa phương có thể chọn được trang sức đúng cam kết về chất lượng và nguồn gốc. Đồng thời việc mở rộng chuỗi cũng góp phần tận dụng tối đa nguồn lực của địa phương cũng như hỗ trợ chính quyền tạo ra việc làm ổn định cho người dân.

Chúng tôi vừa đưa vào hoạt động trung tâm giải trí phức hợp Long Beach Center tại Phú Quốc với đầy đủ các dịch vụ phục vụ khách du lịch như trưng bày trang sức ngọc trai, nhà hàng hải sản, khu giải trí, dịch vụ spa. Trung tâm này cũng là trung tâm mua sắm trang sức ngọc trai lớn nhất Long Beach Pearl. Trong những năm sắp tới, chúng tôi sẽ phát triển thêm điểm bán, trước mắt sẽ mở từ 3 - 5 cửa hàng.

* Dù gì việc kinh doanh vẫn sẽ chiếm nhiều thời gian chăm sóc gia đình của bà. Bà bù đắp cho những người thân thế nào?

- Giống như nhiều phụ nữ bận rộn khác, tôi không có nhiều thời gian cho gia đình. Nhưng dù công việc bận bịu thế nào, mỗi ngày tôi đều dành quỹ thời gian nhất định để ở bên cạnh những người thân, như việc cùng cả nhà dùng bữa tối. Đây là khoảng thời gian tôi trân quý nhất. Vào dịp cuối tuần, chúng tôi thường đi dã ngoại để "hâm nóng" tình cảm gia đình.

* Người ta vẫn sợ được cái này mất cái kia. Công việc thuận lợi, gia đình hạnh phúc, cái bà mất là gì?

- Để thành công trong kinh doanh không dễ dàng, đặc biệt với phái nữ, bởi vừa phải dành thời gian cho công việc, vừa phải chăm lo gia đình. Tuy nhiên, tôi quan niệm hạnh phúc là do chính mình tạo ra. Với tôi, công việc là niềm đam mê, không bao giờ cảm nhận đang làm việc mà là tận hưởng cuộc sống, tạo hứng khởi mỗi ngày. Vì vậy, tôi không nghĩ là mình đang mất gì cả.

* Còn với tiền bạc thì sao?

- Tôi có rất nhiều tham vọng nhưng chắc chắn không có tham vọng nào lớn hơn gia đình. Tiền bạc rất cần thiết nhưng không phải là yếu tố quyết định để có hạnh phúc. Tôi làm việc là để tạo ra giá trị cho bản thân và gia đình. Đồng thời, tôi khao khát mang cái đẹp đến với khách hàng. Phái đẹp xứng đáng được yêu thương, và ngọc trai là một trong những món quà xứng đáng dành tặng phụ nữ!

* Cảm ơn bà!

QUÝ YÊN

Nguồn: Báo Doanh Nhân Sài Gòn

Kinh Doanh: [Doanh Nhân](#) [2]

Source URL: <http://www.thuongmai.vn/dn-bui-thi-my-can-ke-khao-khat-cai-dep-tu-cao-hanh-phuc.html>

Links:

[1] <http://www.thuongmai.vn/dn-bui-thi-my-can-ke-khao-khat-cai-dep-tu-cao-hanh-phuc.html>

[2] <http://www.thuongmai.vn/tin-tuc/kinh-doanh/doanh-nhan.html>