



BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

SỐ 28.2023



TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 Hà Nội: khởi nghiệp sáng tạo là động lực quan trọng của nền kinh tế
- 02 Lộ diện Top 10 gương mặt trẻ khởi nghiệp xuất sắc 2023
- 03 Hà Nội sắp tổ chức Ngày hội Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Vùng Thủ đô
- 04 Khởi động Chương trình Vietnam Impact-Up Summit 2023

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Selly - Sàn giao dịch bán hàng trực tuyến "3 Không"
- 06 Đầu tư cho khởi nghiệp ở khu vực châu Âu năm 2022

XU HƯỚNG CÔNG NGHỆ

- 07 Xu hướng sử dụng máy học của các nhà Marketing B2B



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: (024) 38262718

HÀ NỘI: KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO LÀ ĐỘNG LỰC QUAN TRỌNG CỦA NỀN KINH TẾ

Hà Nội xác định khởi nghiệp và khởi nghiệp sáng tạo là động lực quan trọng trong phát triển kinh tế. Thông qua việc đẩy mạnh phát triển thị trường khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, Hà Nội trở thành trung tâm đổi mới sáng tạo hàng đầu của cả nước.

Phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo

Thúc đẩy phát triển mạnh mẽ khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, trong đó có phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo là một trong những khâu đột phá được thành phố Hà Nội (TP.Hà Nội) xác định theo Nghị quyết Đại hội Đảng bộ thành phố lần thứ XVII. Bên cạnh đó, khởi nghiệp cũng là một chủ trương lớn được Đại hội Đảng lần thứ XIII khẳng định theo hướng đẩy mạnh chuyển đổi số quốc gia, phát triển kinh tế số trên nền tảng khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Cùng với cả nước, trong những năm qua, Hà Nội đã có nhiều chủ trương, chính sách hỗ trợ, phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp, thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo. Trong xu thế hội nhập và phát triển, thành phố xác định khởi nghiệp và khởi nghiệp sáng tạo là động lực quan trọng của nền kinh tế.

Với định hướng đến năm 2025, Hà Nội trở thành trung tâm khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo hàng đầu của cả nước, UBND thành phố đã phê duyệt "Đề án hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo trên địa bàn Hà Nội giai đoạn 2019-2025". Theo đó, Hà Nội phấn đấu đến năm 2025 sẽ hỗ trợ phát triển 500 dự án khởi nghiệp sáng tạo và 150 doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo thương mại hóa được sản phẩm. Trong đó, ít nhất có 20% doanh nghiệp gọi được vốn thành công từ các quỹ đầu tư mạo hiểm, thực hiện mua bán và sáp nhập với tổng giá trị ước tính khoảng 500 tỷ đồng...

Để thực hiện được mục tiêu này, cụ thể là để triển khai các nhiệm vụ của Đề án "Hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo trên địa bàn thành phố Hà Nội giai đoạn 2019-2025", trong giai đoạn 2021-2022, thành phố đã thực hiện các hoạt động phát triển nguồn nhân lực cho hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Cụ thể, Hà Nội đã hỗ trợ 5 đơn vị truyền thông về hệ sinh thái đổi mới sáng tạo; hỗ trợ 10 doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo nhận kinh phí thuê mặt bằng; hỗ trợ 2 vườn ươm, không gian làm việc chung nhận kinh phí sửa chữa, nâng cấp hạ tầng kỹ thuật; hỗ trợ 50% kinh phí tổ chức 4 khoá đào tạo cho 60 startup, 60 huấn luyện viên cho hệ sinh thái đổi mới sáng tạo; hỗ trợ 50% kinh phí tổ chức khoá huấn luyện, đào tạo cho 10 startup đi kết nối trao đổi kinh nghiệm tại Singapore; hoàn thành xây dựng báo cáo giữa kỳ về hệ sinh thái đổi mới sáng tạo của Hà Nội.

Tạo điều kiện tối đa cho các hoạt động khởi nghiệp sáng tạo

Tính đến hết năm 2022, Hà Nội có 16 quỹ đầu tư đổi mới sáng tạo được thành lập; tổ chức hơn 20 hội thảo, hội nghị, tọa đàm kết nối đầu tư, kết nối các thành phần hệ sinh thái, tạo mạng lưới liên kết từ chuyên gia, doanh nghiệp đến các startup. Từ các quỹ đầu tư đến các dự án khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, dự án đầu tư khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, 21 vườn ươm, tổ chức thúc đẩy kinh doanh, hỗ trợ khởi nghiệp được thành lập.

Trên toàn địa bàn thành phố có 16/36 (chiếm khoảng 40%) doanh nghiệp được cấp Giấy chứng

nhận doanh nghiệp KH&CN là doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo (chủ yếu hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin). Thành phố đã tạo điều kiện và nguồn lực tối đa cho các hoạt động khởi nghiệp sáng tạo và chuyển đổi số. Trong năm 2022, Hà Nội đã bố trí hơn 15 tỷ đồng để triển khai các nhiệm vụ của Đề án Hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo và Kế hoạch Hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số trên địa bàn.

Nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ cho hoạt động đổi mới sáng tạo, thành phố đã tổ chức 16 khóa đào tạo với 240 startup, 240 mentor; 25 chuyến đi thực tế tại Hà Nội, Quảng Ninh, thành phố Hồ Chí Minh, thành phố Đà Nẵng; 10 Demo days; thăm và kết nối 15 đơn vị hỗ trợ khởi nghiệp, 8 mạng lưới nhà đầu tư thiên thần... Sự hỗ trợ, ủng hộ của các Bộ, ngành, cơ quan trung ương và sự phối hợp tích cực của các tập đoàn, doanh nghiệp, tổ chức hỗ trợ trên địa bàn thành phố đã tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của Thủ đô.

Ngoài ra, Hà Nội cũng đã hỗ trợ 6 đề tài, 10 dự án sản xuất thử nghiệm do doanh nghiệp chủ trì thực hiện đang triển khai nhằm nghiên cứu, sáng tạo các giải pháp, công nghệ mới để ứng dụng trong

hoạt động sản xuất, kinh doanh, ứng dụng kết quả nghiên cứu khoa học và triển khai thực nghiệm để thử nghiệm các giải pháp, phương pháp mới, sản xuất thử ở quy mô nhỏ nhằm hoàn thiện công nghệ mới, sản phẩm mới tại doanh nghiệp. Kinh phí ngân sách nhà nước năm 2022 cho các đề tài, dự án do doanh nghiệp chủ trì là trên 10 tỷ đồng.

Giám đốc Sở Khoa học và Công nghệ Nguyễn Hồng Sơn chia sẻ: hoạt động của Quỹ Phát triển khoa học và công nghệ còn một số khó khăn do chưa đủ cơ sở pháp lý cho vay đối với các hoạt động đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp vì theo quy định hiện nay thì Quỹ phải bảo toàn vốn trong khi cho vay đầu tư khởi nghiệp lại có rủi ro. Do vậy, UBND thành phố đang dự thảo Luật Thủ đô xin ý kiến của chuyên gia, nhà khoa học, các Bộ, ngành để chuẩn bị trình Quốc hội trong đó có nội dung chính sách huy động liên quan đến huy động sử dụng phát huy tiềm lực đổi mới sáng tạo chuyển đổi số. Nếu được thông qua, Luật Thủ đô sẽ tháo gỡ được nội dung vướng mắc này, thực hiện thử nghiệm đầu tư mạo hiểm có kiểm soát và huy động các nguồn vốn khác để ươm tạo doanh nghiệp, đổi mới công nghệ trong lĩnh vực ưu tiên của thành phố.../.

Theo số liệu của Cục Sở hữu trí tuệ, năm 2021, số lượng đơn đăng ký sở hữu công nghiệp trên địa bàn Hà Nội là trên 16.000 (cả nước có trên 46.200 đơn, Hà Nội chiếm 34,5% và dẫn đầu cả nước) trong đó, trên 600 đơn sáng chế, trên 200 đơn giải pháp hữu ích, trên 600 đơn kiểu dáng công nghiệp, trên 14.700 đơn nhãn hiệu. Số lượng bằng/giấy chứng nhận sở hữu công nghiệp đã được cấp trong năm 2021 trên địa bàn thành phố là 8.700 (cả nước có 26.917 bằng, Hà Nội chiếm 32,5% và đứng thứ hai cả nước).

Năm 2022, số lượng đơn đăng ký sở hữu công nghiệp trên địa bàn thành phố Hà Nội là trên 13.660 (cả nước có 40.440 đơn, Hà Nội chiếm 33,8% và đứng đầu cả nước). Số lượng bằng/giấy chứng nhận sở hữu công nghiệp đã được cấp năm 2022 trên địa bàn Thành phố là trên 10.300 (Hà Nội chiếm 33,0% và đứng thứ hai cả nước).

Theo dữ liệu của Cục Thông tin Khoa học và Công nghệ quốc gia, số công bố quốc tế của Hà Nội năm 2021 là 7.009/18.498 công bố quốc tế của cả nước (chiếm 37,9%). Số công bố quốc tế của Hà Nội năm 2022 là 7.528/18.303 công bố quốc tế của cả nước (chiếm 41,1%).

LỘ DIỆN TOP 10 GƯƠNG MẶT TRẺ KHỞI NGHIỆP XUẤT SẮC 2023

Tối 30/7, tại Hà Nội, Trung ương Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam, Trung ương Hội Doanh nhân trẻ Việt Nam đã tổ chức Lễ trao danh hiệu Doanh nhân trẻ khởi nghiệp xuất sắc 2023 cho 81 cá nhân cũng như công bố Top 10 gương mặt khởi nghiệp xuất sắc nhất. Đây là những cá nhân có thành tích khởi nghiệp xuất sắc, tạo phong trào thi đua trong lực lượng thanh niên, doanh nhân trẻ.



Ông Trần Tuấn Anh, Trưởng Ban Kinh tế Trung ương phát biểu tại lễ trao giải.

Trong bối cảnh nền kinh tế đang trên đà phục hồi, rất nhiều doanh nhân, đặc biệt là doanh nhân trẻ vẫn theo đuổi khát vọng khởi nghiệp. Theo Ban tổ chức, chương trình bình chọn và trao Danh hiệu Doanh nhân trẻ khởi nghiệp xuất sắc là một trong những hoạt động tiên phong của Hội Doanh nhân trẻ Việt Nam trong việc triển khai Chương trình Quốc gia khởi nghiệp do Chính phủ phát động. Do đó, việc bình chọn và tôn vinh doanh nhân trẻ khởi nghiệp xuất sắc 2023 lại càng có ý nghĩa quan trọng.

Phát biểu tại lễ trao giải, ông Trần Tuấn Anh, Ủy viên Bộ Chính trị, trưởng Ban Kinh tế Trung ương, đánh giá qua 7 lần triển khai, chương trình bình chọn và trao danh hiệu Doanh nhân trẻ khởi nghiệp xuất sắc đã góp phần khích lệ, động viên các doanh nhân trẻ Việt Nam có thành tích xuất sắc trong khởi nghiệp, tạo phong trào thi đua trong lực lượng thanh

niên, doanh nhân trẻ, thúc đẩy hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

Ông Trần Tuấn Anh đề nghị các tổ chức Đảng, chính quyền các địa phương và các ban, ngành liên quan quan tâm, ủng hộ, tạo điều kiện xây dựng, phát triển tổ chức, hoạt động Hội Doanh nhân trẻ các địa phương. Thông qua đó, các doanh nhân, doanh nghiệp có thể hướng tới hoạt động kinh doanh bền vững, nâng cao năng lực cạnh tranh, tham gia sâu vào mạng lưới sản xuất, chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu; lớn mạnh về số lượng, chất lượng, góp phần xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ, chủ động, tích cực hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, thực chất, hiệu quả. Bên cạnh đó, ông cũng bày tỏ tin tưởng các doanh nhân trẻ Việt Nam, điển hình là các doanh nhân trẻ xuất sắc được vinh danh dịp này sẽ không ngừng phấn đấu để xứng đáng với danh hiệu được trao tặng; góp phần nâng cao tinh thần đại đoàn kết dân tộc, đưa Việt Nam phát triển hùng cường, thịnh vượng và văn minh.

Vinh dự có mặt tại lễ trao giải, CEO Nghĩa Nguyễn của Nghĩa Thống Gia Group, một trong Top 10 Doanh nhân trẻ xuất sắc Việt Nam 2023, chia sẻ: "Tôi cảm thấy vô cùng tự hào khi thấy công sức, khát vọng và nỗ lực của mình được công nhận và đánh giá cao. Chúng tôi xem đây là động lực lớn để tiếp tục đồng hành cùng sự phát triển của doanh nghiệp và đất nước".

Doanh nghiệp của các doanh nhân trẻ khởi



TOP10

DOANH NHÂN TRẺ KHỞI NGHIỆP XUẤT SẮC 2023



Anh NGUYỄN HỮU NGHĨA
Giám đốc Công ty TNHH MTV Nghĩa Thống Gia
(TP. Đà Nẵng)



Anh NGUYỄN VĂN HOAN
Chủ tịch HĐQT - Tổng giám đốc
Công ty TNHH Thương mại Quốc tế ECO
(Đồng Nai)



Anh NGUYỄN XUÂN LỤC
Phó Chủ tịch HĐQT - Giám đốc điều hành
Công ty Cổ phần Tập đoàn WATA
(TP. Hồ Chí Minh)



Chị NGUYỄN THỊ HANH
Chủ tịch HĐQT - Tổng giám đốc
Công ty Cổ phần ZORO AYA
(Bắc Ninh)



Chị LÊ THỊ HỒNG
Giám đốc Công ty TNHH In Nhật Hàn
(TP. Hà Nội)



TOP10

DOANH NHÂN TRẺ KHỞI NGHIỆP XUẤT SẮC 2023



Anh VÕ XUÂN CƯỜNG
Giám đốc Công ty TNHH Hoàng Khánh Đăng
(Phụ Yên)



Chị TRƯƠNG THỊ DUNG
Giám đốc Công ty TNHH Đài Tín Việt Nam
(Vĩnh Phúc)



Anh NGUYỄN ĐỨC TOÀN
Giám đốc Công ty TNHH
Phát triển công nghệ Phong Vũ
(Nghệ An)



Anh NGUYỄN ĐĂNG THIÊN PHI LONG
Giám đốc Công ty Cổ phần FINOM
(Lâm Đồng)



Chị NGUYỄN THỊ NGỌC HƯƠNG
Giám đốc Công ty TNHH
Thương mại XNK Macca Sachi Thịnh Phát
(Đắk Nông)

nghiệp xuất sắc 2023 đã tạo ra doanh thu năm 2022 đạt 1.698 tỷ đồng, lợi nhuận đạt 104 tỷ đồng, nộp ngân sách 39 tỷ đồng.

Trong khuôn khổ các hoạt động của Lễ tôn vinh, cùng ngày đã diễn ra Tọa đàm với chủ đề “LEARN TO LEAD,” cùng sự tham gia của các diễn giả uy tín

trong cộng đồng doanh nhân, doanh nghiệp và khởi nghiệp. Tọa đàm là nơi các diễn giả và hơn 200 đại biểu trao đổi, chia sẻ những kinh nghiệm, bài học quý trong sản xuất, kinh doanh và chặng đường khởi nghiệp của bản thân, góp phần giúp mỗi doanh nhân trẻ luôn vững bước trên con đường khởi nghiệp./.

- Chương trình bình chọn và trao danh hiệu Doanh nhân trẻ khởi nghiệp xuất sắc được Trung ương Hội Liên hiệp thanh niên Việt Nam, Trung ương Hội Doanh nhân trẻ Việt Nam tổ chức từ năm 2015. Đối tượng tham gia là doanh nhân trẻ không quá 35 tuổi, đang quản lý, điều hành các doanh nghiệp hoạt động hiệu quả, tích cực tham gia công tác xã hội, phát triển cộng đồng.

- Triển khai từ tháng 4/2023, chương trình năm nay đã nhận được 119 hồ sơ từ 40 tỉnh, thành phố trên cả nước gửi về tham dự. Qua 3 vòng bình chọn khoa học, chặt chẽ tại Trung ương (sơ tuyển, thẩm định thực tế, chung tuyển), Hội đồng bình chọn chung tuyển đã họp và chọn ra 81 ứng viên tiêu biểu để trao danh hiệu Doanh nhân trẻ khởi nghiệp xuất sắc và bỏ phiếu kín bình chọn 10 ứng viên nổi bật nhất để trao danh hiệu Top 10.

- Qua 7 lần triển khai (2015-2023), Chương trình đã trao danh hiệu cho 557 doanh nhân trẻ và đã nhận được sự quan tâm, hưởng ứng tích cực của thanh niên và giới doanh nhân trẻ khởi nghiệp trong cả nước.

HÀ NỘI SẮP TỔ CHỨC NGÀY HỘI KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VÙNG THỦ ĐÔ

Ủy ban Nhân dân thành phố Hà Nội có kế hoạch tổ chức “Ngày hội Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Vùng Thủ đô-TECHFEST Hanoi 2023”. Dự kiến, sự kiện sẽ diễn ra từ ngày 5-7/10/2023, do Ủy ban Nhân dân thành phố Hà Nội chủ trì, phối hợp với Bộ Khoa học và Công nghệ tổ chức.

Hàng trăm đại biểu đến từ Bộ Khoa học và Công nghệ, Sở Khoa học và Công nghệ 9 tỉnh trong Vùng Thủ đô (gồm Vĩnh Phúc, Thái Nguyên, Bắc Giang, Bắc Ninh, Hưng Yên, Hải Dương, Hà Nam, Hòa Bình, Phú Thọ); đại diện lãnh đạo một số Bộ, ngành Trung ương; lãnh đạo Thành ủy, Hội đồng Nhân dân, Ủy ban Nhân dân thành phố Hà Nội cùng lãnh đạo 9 tỉnh trong Vùng Thủ đô; các trường đại học, viện nghiên cứu trên địa bàn thành phố và các tỉnh trong Vùng Thủ đô... sẽ tham dự Ngày hội.

Ngày hội được tổ chức nhằm kiến tạo và thúc đẩy hệ sinh thái khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo Vùng Thủ đô, lấy Hà Nội làm trung tâm, tận dụng cơ hội, xu thế và sức mạnh liên kết vùng để phát triển kinh tế-xã hội.

Bên cạnh đó, sự kiện cũng góp phần quảng bá, kết nối người tiêu dùng, các nhà quản lý, nhà khoa học, cộng đồng doanh nghiệp, thúc đẩy phát triển, mở rộng thị trường, định hướng phát triển cho sản phẩm của doanh nghiệp trong thời gian tới.

Trong khuôn khổ Ngày hội, các buổi đối thoại chính sách giữa các chuyên gia, nhà quản lý với

cộng đồng khởi nghiệp, Cuộc thi Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Hà Nội năm 2023 sẽ được tổ chức nhằm khuyến khích và xây dựng tinh thần khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Vùng Thủ đô, tạo sự lan tỏa trong cộng đồng.



Một sản phẩm ứng dụng công nghệ.

Cũng tại sự kiện, nhiều hoạt động sẽ diễn ra như triển lãm giới thiệu các dự án, sản phẩm khởi nghiệp sáng tạo; trình diễn công nghệ và kết nối cung cầu với quy mô hàng trăm gian hàng trưng bày; giới thiệu sản phẩm OCOP đã được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, sản phẩm tiêu biểu khác của Hà Nội và các địa phương trong Vùng Thủ đô.../.

Ủy ban Nhân dân thành phố Hà Nội yêu cầu các ngành triển khai thực hiện hoạt động hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo năm 2023 phù hợp điều kiện, tình hình thực tiễn của các địa phương trong Vùng Thủ đô; đẩy mạnh truyền thông, tạo sự đồng bộ trong công tác phối hợp giữa cơ quan quản lý nhà nước và tổ chức xã hội; thu hút sự quan tâm tham gia của nhà khoa học, đơn vị hoạt động khoa học-công nghệ, doanh nghiệp, học sinh, sinh viên...

KHỞI ĐỘNG CHƯƠNG TRÌNH VIETNAM IMPACT-UP SUMMIT 2023

Quỹ đầu tư mạo hiểm VSV Capital (Top 2 quỹ đầu tư nhiều nhất vào startup Việt Nam) cùng Kyobo Life Insurance (Top 3 tập đoàn bảo hiểm nhân thọ lớn nhất tại Hàn Quốc) và Honghap Valley Foundation (tổ chức ươm tạo được Bộ Doanh nghiệp nhỏ và vừa và Doanh nghiệp khởi nghiệp Hàn Quốc chứng nhận) dự kiến sẽ phối hợp tổ chức Chương trình Vietnam Impact-Up Summit 2023 vào ngày 08/9/2023 tại Gem Center, thành phố Hồ Chí Minh.

Mục tiêu của Chương trình Vietnam Impact-Up Summit 2023 là nhằm tìm kiếm, tiếp cận và ươm tạo nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp, đặc biệt là các công ty triển vọng nhất tại Việt Nam để giới thiệu với các nhà đầu tư, lãnh đạo tập đoàn, đại diện chính phủ và giới truyền thông, từ đó, tạo tác động trong các lĩnh vực như sức khỏe, giáo dục, môi trường...

Đối tượng tham gia

Đối tượng tham gia chương trình bao gồm các startup ở tất cả các giai đoạn trong mọi lĩnh vực và ngành nghề (giáo dục, môi trường, y tế/sức khỏe...) muốn tăng sự hiện diện và mở rộng mạng lưới tại Việt Nam và Hàn Quốc.

Quy trình và thời hạn đăng ký

- Hạn nộp hồ sơ: ngày 11 tháng 8, 2023. Đăng

ký ngay tại <https://bit.ly/3q05xwB>

- Vòng Phỏng vấn online: diễn ra cùng lúc với vòng nộp hồ sơ cho đến ngày 23/8/2023.

- Giải thưởng dành cho các đội Top 5

- Giải nhất: 5.000 USD + tham gia Impact-Up Demo Day tại Seoul, Hàn Quốc vào tháng 10, với vé máy bay và chỗ ở được chi trả cho 2 người.

Giải nhì: 3.000 USD

Giải ba: 1.000 USD

Giải đặc biệt 1: 500 USD

Giải đặc biệt 2: 500 USD

Tìm hiểu thêm tại:

<https://www.vsvcapital.com.vn/impact-up>

Mọi thắc mắc, vui lòng liên hệ:

info@vsvcapital.com.vn



SELLY - SÀN GIAO DỊCH BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN “3 KHÔNG”

Thương mại điện tử (TMĐT) ghi nhận mức tăng trưởng cao trong những vài năm trở lại đây, đặc biệt thời điểm bối cảnh dịch COVID-19 phức tạp, thúc đẩy hành vi của người dùng trên nền tảng kỹ thuật số. Thống kê cho thấy, số danh mục hàng hóa mà người dùng Việt mua sắm trực tuyến tăng 50%. Số gian hàng online tăng 40%, kéo theo mức tăng 1,5 lần tổng chi tiêu bán lẻ trực tuyến trên cả nước. Người Việt Nam sử dụng Internet trung bình 7 tiếng đồng hồ mỗi ngày, chủ yếu thông qua smartphone. Mục đích sử dụng Internet chính của người Việt là để vào các mạng xã hội. Điều này dẫn tới việc mạng xã hội đang trở thành một trong những kênh bán hàng hiệu quả nhất hiện nay. Năm bắt xu thế này, một startup bán hàng công nghệ đã ra đời và nhanh chóng gây tiếng vang trong cộng đồng - mô hình thương mại điện tử ứng dụng tương tác cộng đồng (social commerce) mang tên Selly.

Vài nét về dự án

Selly là nền tảng công nghệ cung cấp nguồn hàng chất lượng với giá tốt nhất từ nhà sản xuất đến cộng tác viên bán hàng. Trong đó, đa phần họ là phụ nữ nội trợ và những người mất việc do COVID-19. Selly giúp họ có thể dễ dàng khởi sự kinh doanh, tạo thêm thu nhập cho mình và gia đình, với “3 Không”: Không cần bỏ vốn, Không yêu cầu lưu kho, và Không cần lo đến khâu vận hành. Mỗi cộng tác viên bán hàng chỉ cần lựa chọn sản phẩm mình muốn kinh doanh từ nguồn hàng phong phú trên nền tảng của Selly. Sau đó, họ có thể bắt đầu bán hàng, bằng việc chia sẻ thông tin sản phẩm tới cộng đồng, bè bạn trên mạng xã hội và cả người thân xung quanh. Khi có khách hàng muốn mua sản phẩm, cộng tác viên sẽ tạo đơn mua hàng trên ứng dụng của Selly. Với mỗi đơn hàng thành công, họ có thể được hưởng hoa hồng bán hàng trên Selly lên tới 30%. Thử làm phép tính đơn giản thế này, nếu mỗi ngày họ bán được 3 đơn hàng, giá trị trung bình mỗi đơn hàng là 370,000 đồng, họ có thể kiếm được thu nhập hằng tháng lên tới 10 triệu đồng, trong khi báo cáo về tình hình lao động việc làm của Tổng Cục Thống kê cho thấy thu nhập bình quân của lao động năm 2021 là 5,7 triệu đồng/tháng tại Việt Nam.

Selly không chỉ là giải pháp kết hợp hoàn hảo của hai yếu tố quan trọng trên, mà còn chú trọng vào yếu tố Niềm Tin - về chất lượng và giá thành sản phẩm, cũng như mong muốn của người mua hàng là được mua từ những người mình đã có kết nối và có sự tin tưởng. Đây chính là điểm sáng, giúp nền tảng này có thể hỗ trợ các cộng tác viên bán hàng thực sự hiệu quả. Thực tế, chỉ sau 10 tháng hoạt động, từ tháng 4/2021, Selly đã chứng minh được tiềm năng của mình với mức tăng trưởng kinh doanh gấp 300 lần. Selly hiện đồng hành với hơn 300.000 cộng tác viên bán hàng đăng kí sử dụng nền tảng, trong đó có khoảng 20.000 người có thu nhập thường xuyên, với hơn 7.000 sản phẩm giá sỉ đến từ hơn 300 nhà sản xuất và nhà cung cấp uy tín.

Thực sự để xây dựng được sản phẩm Product - Time - Market - Fit (Sản phẩm phù hợp với thời điểm của thị trường) được hàng trăm nghìn đối tác tin tưởng sử dụng trong một khoảng thời gian ngắn như vậy, không thể không kể đến yếu tố Founders - Market - Fit (Đội ngũ nhà sáng lập tâm huyết, có khả năng xây dựng sản phẩm phù hợp với thị trường). Đội ngũ Selly đã thuyết phục cộng đồng ở sức bền bỉ, sự chăm chỉ, quyết liệt, bản lĩnh thực thi, và tầm nhìn bền vững dài hạn.

Những người thấp sáng niềm tin



Anh Thống Lê Anh Tuấn - Co-founder & CEO của dự án.

Một trong những sáng lập viên của Selly là anh Thống Lê Anh Tuấn - Co-founder & CEO của dự án. Ấn tượng về Tuấn là một nhà sáng lập vô cùng nhiệt huyết, tưởng chừng như gần 10 năm gian khó với khởi nghiệp không thể làm nản lòng hay với đi nhiệt huyết đó. Tuấn từng dần thân với startup từ khi còn là sinh viên đại học đúng 10 năm về trước, với dự án OnYeap.com - một trang web giúp mọi người khám phá và đánh giá tất cả các nhà hàng địa phương, đã trở thành cộng đồng ẩm thực lớn nhất tại Đà Nẵng. Để rồi từ đó là bước đệm để Tuấn và chiến hữu của mình là anh Huỳnh Quý Nam - Co-founder & CTO, liên tiếp sáng lập nên Zody - trang web đánh giá F&B và cung cấp các giải pháp tiếp thị cho các nhà hàng vào năm 2016.

Và sau đó, cùng với sự gia nhập của Co-founder & CPO Nguyễn Văn Đăng Nguyên vào năm 2019, 3 người họ đã sáng lập ra Cashbag - nền tảng hoàn tiền hàng đầu tại Việt Nam phục vụ 300.000 đơn hàng hàng tháng từ thương mại điện tử. Có thể nói đây là cặp bài trùng về phát triển sản phẩm xuất sắc, có thể chạm đến hàng triệu người sử dụng. Thêm một mảnh ghép quan trọng nữa cho Selly, đó là sự tham gia của thêm một Co-founder & COO là anh Nguyễn Nam Hải. Anh Hải từng có kinh nghiệm hơn 3 năm làm Giám đốc mảng dịch vụ NOW của Foody,

với khả năng thực thi và am hiểu sâu sắc mảng vận hành và giao vận - đây cũng là yếu tố vô cùng quan trọng đối với sự phát triển của Selly hiện nay.

Dự án cho những người chủ động thời gian

Nói về Selly, anh Nguyễn Nam Hải, đồng sáng lập kiêm Giám đốc vận hành nền tảng này cho hay, ý tưởng ban đầu là xây dựng nền tảng bán hàng cho các mẹ bỉm sữa kiếm thêm thu nhập trong thời gian chăm con. Tuy nhiên, với tác động thúc đẩy từ COVID-19 và tiện ích nền tảng mang lại đã thu hút đông đảo cộng tác viên tham gia bán hàng. Ngoài chị em phụ nữ bỉm sữa, nền tảng còn thu hút những người bán hàng chuyên nghiệp, kể cả nam giới. Doanh số hàng hóa trong năm 2022 lên tới hơn 160 tỉ đồng, với hơn 1,7 triệu sản phẩm được bán ra.

“Trong thời gian dịch bệnh, nhiều người phải ở nhà, mất việc làm và có ý nghĩ tham gia kiếm tiền tại nhà. Trùng hợp là nền tảng của mình tung ra đúng thời điểm đó và được đón nhận mạnh mẽ. Người bán nghiệp dư có thể kiếm 2-3 triệu đồng/tháng, nhưng người bán chuyên nghiệp có thể kiếm 10-20 triệu đồng. Ngoài việc kiếm tiền, công việc bán hàng còn giúp mọi người giảm bớt căng thẳng trong cuộc sống” - anh Hải nói.

Theo anh, về bản chất Selly là nền tảng bán hàng trực tuyến nhưng có nhiều điểm khác biệt với những nền tảng khác. Tại đây, người bán hàng sẽ được kết nối trực tiếp tới các nhà cung cấp, nhận giá gốc để phân phối tới người mua. Hoạt động giao hàng, thanh toán được nền tảng hỗ trợ nên người bán không phải trực tiếp đi bán hàng. Anh cho biết định hướng phát triển của Selly là tăng chất lượng sản phẩm, tìm kiếm thêm nguồn hàng tốt với giá cạnh tranh. Đào tạo nâng cao năng lực bán hàng của đội ngũ cộng tác viên, từ đó nâng cao thu nhập cho người tham gia.

“Trước đây người kinh doanh nhỏ lẻ làm tất cả mọi thứ từ quảng cáo, bán hàng, ship hàng, chăm sóc khách hàng, giải quyết khiếu nại... Mô hình kinh



doanh như vậy tương đối khó khăn và Selly là giải pháp giải quyết vấn đề đó. Chúng tôi xây cầu nối giữa nhà cung cấp và cộng đồng bán hàng online. Nhà cung cấp cần bán được hàng, người bán hàng cần sản phẩm để bán, Selly đứng giữa làm trung gian kết nối hai nhóm đối tượng này. Giúp nhà cung cấp mở rộng kênh bán hàng và giúp cho cộng tác viên có việc làm, tăng thêm thu nhập. Đây là mô hình hoàn toàn khác biệt so với các mô hình thương mại điện tử khác tại Việt Nam hiện nay", - anh Hải cho biết.

Theo anh, nền tảng này hướng vào nguồn khách của từng người bán hàng bằng tập bạn bè của mỗi người trên các nền tảng mạng xã hội, mà thông thường nhà cung cấp không tiếp cận được.

Trả lời được 4 câu hỏi là bí quyết thành công

Anh Hải chia sẻ, một trong những bài học mà anh đã nghiệm ra trong quá trình khởi nghiệp với Selly là nguồn lực của mỗi dự án luôn có hạn, nếu cứ làm chỉ để làm thì nguồn lực sẽ nhanh chóng cạn kiệt nhưng dự án vẫn không đi đến đâu. Để tránh rơi vào tình trạng này, anh đặt ra cho bản thân 4 câu hỏi để tự tìm kiếm câu trả lời:

Câu hỏi đầu tiên là "Why?" - "Tại sao?", tại sao anh muốn xây dựng Selly, mục tiêu sau cùng của anh là gì. Một khi đã tự trả lời và đã khẳng định được mục tiêu của mình thì cứ vậy mà làm.

Câu hỏi thứ hai là "What?" - "Cái gì?", cần đặt câu hỏi cần làm cái gì, đó có phải là cái chưa từng có trên thị trường không, nó có tạo ra giá trị gì không, kích cỡ thị trường như thế nào. Anh Hải nói: "Có những cái mình nghĩ rất hay nhưng chỉ phục vụ một nhóm rất nhỏ, vậy nếu đặt lên bàn cân thì có đáng đầu tư nguồn lực để làm hay không? Đó cũng là một câu hỏi cần trả lời".

Câu hỏi thứ ba là "Who?" - "Ai?", startup không thể đi một mình, mà luôn cần có người đồng hành, họ là ai, ai sẽ hướng dẫn mình, ai sẽ thực hiện các nhiệm vụ hằng ngày, ai sẽ mua sản phẩm hay dịch vụ của mình...

Câu hỏi cuối cùng là "How?" - "Như thế nào?". Khi làm Selly, mình xác định sẽ phải "đốt thuyền", nghĩa là đặt cược hết mọi thứ vào dự án, không còn suy nghĩ đến cái gì khác. Nếu đã xác định được đâu là bờ và đã có hoa tiêu dẫn đường thì từ từ, thuyền sẽ cập bờ.

Tiếng nói “người trong cuộc”

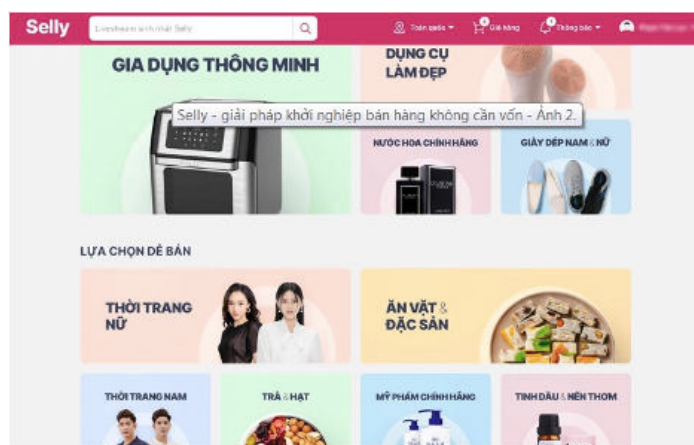
Quyết định nghỉ hẳn công việc văn phòng nhằm chán, anh Nguyễn Ngọc Đoàn (28 tuổi), ngụ quận 3, TP.HCM, chọn bán hàng online làm công việc toàn thời gian. Dù mới tham gia Selly từ cuối năm 2021 nhưng anh đã nhanh chóng vươn lên vị trí những người bán hàng có doanh số cao. Với nền tảng Selly, mỗi tháng anh nhận thu nhập khoảng 10 triệu đồng. Cùng với thu nhập từ các nền tảng bán hàng trực tuyến khác, tổng thu nhập của chàng trai này lên tới trên dưới 30 triệu đồng/tháng. Quan trọng hơn, công việc rất thoải mái, chủ động về thời gian.

Với Selly, Đoàn cho biết mức chiết khấu người bán nhận được tương đối cao nếu so với các sàn khác, có thể lên tới 20-25%/giá trị đơn hàng. Những sản phẩm anh bán thường là hàng gia dụng, hàng tiêu dùng như dầu gội, nước hoa, mỹ phẩm, giày dép... Đoàn đánh giá đa số sản phẩm trên sàn được quản lý chất lượng tốt, số lượng mặt hàng lớn, nhiều sản phẩm khách mua lại nhiều lần và đánh giá cao.

Với tư cách là một nhà sản xuất và cung cấp hàng hóa, ông Trần Ngọc Dũng - Giám đốc Công ty TNHH Seagull, TP. Phan Thiết, nhà cung cấp thương hiệu Nước mắt Tìn và Làng chài xưa - cho biết chỉ sau 1 năm tham gia Selly, nền tảng này đã chiếm hơn 30% doanh số kênh bán hàng trực tuyến của công ty ông.

Ông Dũng cho rằng, cái hay của Selly so với các sàn khác là thương hiệu và sản phẩm của doanh nghiệp được quảng bá rất tốt qua truyền miệng từ đội ngũ cộng tác viên bán hàng. Nhờ đó, doanh

nh nghiệp giảm bớt công sức làm truyền thông thương hiệu. Ngoài ra, được tương tác trực tiếp với người bán hàng, lắng nghe nhận xét về sản phẩm để có điều chỉnh nhanh chóng, phù hợp thị hiếu thị trường. Nền tảng còn có chương trình quảng bá cho người bán. Một số nhà bán hàng mạnh có thể nâng cấp lên nhà phân phối, đại lý lớn của khu vực.



Giao diện ứng dụng bán hàng Selly.

Chia sẻ về tầm nhìn của Selly, Thống Lê Anh Tuấn cho biết: “Selly tập trung nâng cao chất lượng cuộc sống cho mọi người dân Việt Nam, đặc biệt là những phụ nữ nội trợ và những người dễ chịu ảnh hưởng của biến động kinh tế. Với nguồn vốn mới, chúng tôi sẽ tiếp tục cải tiến sản phẩm để đem lại trải nghiệm tốt nhất cho đối tác bán hàng và nhà cung cấp, đồng thời đưa Selly tới nhiều tỉnh thành nhỏ lẻ của Việt Nam để người dân tại đó có cơ hội tạo thêm thu nhập bền vững”./.

Minh Phụng
(tổng hợp)

Selly - mô hình thương mại điện tử ứng dụng tương tác cộng đồng (social commerce) đã huy động được 2,6 triệu USD trong vòng gọi vốn Pre-Series A từ các quỹ đầu tư CyberAgent Capital, Do Ventures, Genesis Ventures, JAFCO Asia, và KVision.

Nền tảng thương mại điện tử vượt qua 253 đề cử, đạt giải hạng mục các sản phẩm, giải pháp khởi nghiệp số tại giải Sao Khuê 2023.

ĐẦU TƯ CHO KHỞI NGHIỆP Ở KHU VỰC CHÂU ÂU NĂM 2022

Bất chấp những khó khăn về kinh tế và căng thẳng địa chính trị, năm 2022 đã là năm lớn thứ hai về hoạt động đầu tư mạo hiểm (VC) tại châu Âu sau năm 2021, với số lượng và số tiền giao dịch vượt qua con số trước năm 2021. Năm 2022, số tiền đầu tư giai đoạn đầu tại châu Âu giảm 15% so với năm trước, nhưng số tiền giao dịch trung bình tại giai đoạn đầu tăng 7% do số lượng giao dịch giảm đáng kể, chỉ còn đạt 75% so với con số của năm 2021.

Những đặc điểm chính

Trong cùng khoảng thời gian đó, số lượng giao dịch thuộc vòng gọi vốn Series B+ giảm 11% và số tiền vốn huy động từ các giao dịch Series B+ giảm 29%, từ 67 triệu USD vào năm 2021 xuống còn 48 triệu USD vào năm 2022. Tuy nhiên, trong khoảng thời gian từ 2018-2022, Châu Âu đã ghi nhận mức tăng 18% về số lượng giao dịch thuộc vòng gọi vốn Series B+ và tăng 160% về số tiền vốn huy động từ các giao dịch Series B+. Châu Âu cũng ghi nhận mức tăng 56% về số tiền giao dịch tại giai đoạn đầu trong cùng khoảng thời gian, tất cả đều làm nổi bật sự tăng trưởng lâu dài trong đầu tư khởi nghiệp tại khu vực này.

Fintech đã trở thành một trong những phân ngành chủ chốt tại châu Âu khi việc áp dụng kỹ thuật số sau cuộc khủng hoảng tài chính đã làm đảo lộn ngành công nghiệp dịch vụ tài chính.. Checkout.com của Luân Đôn và Revolut là hai trong số những công

ty được đầu tư mạo hiểm có giá trị nhất ở châu Âu. Tuy nhiên, vào năm 2022, phân ngành này có xu hướng giảm đi, có thể do ảnh hưởng của triển vọng về các quy định sẽ được áp dụng về dữ liệu, bảo mật và ngành dịch vụ tài chính kết hợp với sự suy thoái chung của thị trường.

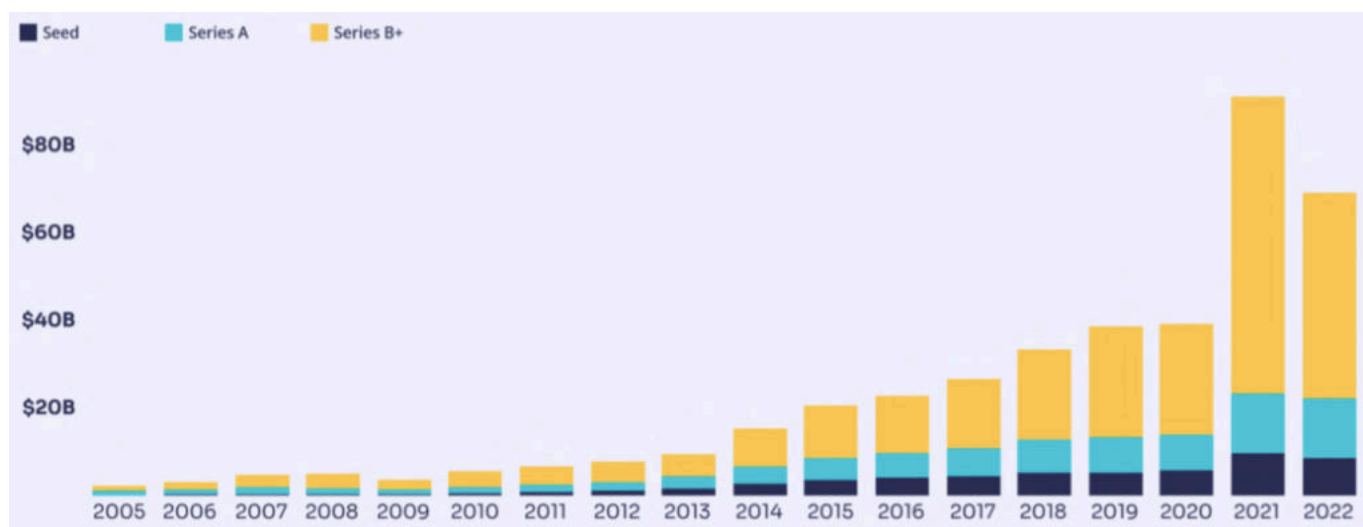
Nhiều quốc gia châu Âu đã triển khai chính sách nhằm thu hút và hỗ trợ các công ty khởi nghiệp vào năm 2022, trong đó cả Tây Ban Nha và Bồ Đào Nha đã thông qua "Luật về startup". Brussels đã thông qua hai dự luật quan trọng tăng cường quy định dành cho các công ty công nghệ cao. Một trong số đó là Luật Dịch vụ số (DSA), đặc biệt liên quan đến các công ty khởi nghiệp, vì nó tập trung vào tính minh bạch và tính kiểm duyệt. Ngoài ra, tất cả các công ty khởi nghiệp tại châu Âu sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) sẽ bị ảnh hưởng bởi các dự luật dự định nhằm siết chặt quy định để đảm bảo các sản phẩm AI trở nên an toàn và đáng tin cậy hơn.

Hình 1. Luân Đôn là nước dẫn đầu châu Âu về giá trị hệ sinh thái và giá trị thoái vốn



Nguồn: Startup Genome, 2023

Hình 2. Đầu tư vốn mạo hiểm ở châu Âu năm 2022 giảm tổng thể 24% so với năm 2021.
(Giá trị đầu tư vốn mạo hiểm của châu Âu theo giai đoạn - tỷ USD)



Nguồn: Startup Genome, 2023

Xếp hạng các hệ sinh thái khởi nghiệp ở châu Âu

Trong giai đoạn 2018-2022, Châu Âu đã ghi nhận mức tăng 18% về số lượng giao dịch thuộc vòng gọi vốn Series B+ và tăng 160% về số tiền vốn huy động từ các giao dịch Series B+.

- Luân Đôn vẫn giữ vị trí số 1 tại Châu Âu và có số lượng công ty có giá trị trên 1 tỷ USD nhiều nhất trong khu vực. Có tổng cộng 83 giao dịch thoái vốn với giá trị trên 50 triệu USD trong hệ sinh thái, bao gồm Wise, với giá trị định giá là 12,2 tỷ USD, và Deliveroo với giá trị 10.5 tỷ USD. Revolut, một trong những công ty Fintech Kỳ Lân lớn nhất tại châu Âu, được định giá 33 tỷ USD.

- Berlin đã tiến tới vị trí thứ 13 toàn cầu và thứ 2 tại châu Âu. Thủ đô Đức đã tạo ra 05 Kỳ Lân mới vào năm 2022, nâng tổng số từ 14 lên thành 19. CoachHub là công ty có giá trị cao nhất, ước tính lên tới 1,5 tỷ USD. Số lượng giao dịch thoái vốn trên 50 triệu USD đã tăng 40% so với thời điểm nghiên cứu của Báo cáo Hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu năm 2022 của Startup Genome (GSER 2022), với AUTO1-Group là công ty có giá trị cao nhất trong

một đợt IPO trị giá 9,2 tỷ USD.

- Amsterdam duy trì vị trí thứ 14 trên toàn cầu và thứ 3 tại châu Âu, nhờ sự tăng số lượng giao dịch thoái vốn trên 50 triệu USD, số lượng giao dịch giai đoạn đầu và số lượng Kỳ Lân (các công ty khởi nghiệp có giá trị hơn 1 tỷ USD). Nền tảng ngân hàng Backbase là thành viên mới nhất, được định giá 2,7 tỷ USD.

- Paris đã giảm ba bậc xuống vị trí thứ 18 toàn cầu, nhưng vẫn duy trì vị trí thứ 4 châu Âu. Thủ đô của nước Pháp đã tăng số lượng Kỳ Lân từ 14 lên 30, trong đó, Back Market được định giá cao nhất với 5,7 tỷ USD.

- Zurich đã tiến lên 10 bậc để đứng thứ 36, lần đầu tiên nằm trong nhóm top 30+. Sự tăng trưởng này được thúc đẩy bởi số lượng giao dịch thoái vốn trên 50 triệu USD tăng 300% so với nghiên cứu GSER 2022. Giao dịch thoái vốn có giá trị cao nhất trong hệ sinh thái là đợt IPO của Sportradar vào năm 2021 trị giá 8 tỷ USD.

- Estonia đã tăng 28 bậc kể từ GSER 2022, đạt vị trí thứ 10 trong bảng xếp hạng Hệ sinh thái mới nổi. Nước này cũng ghi nhận một sự gia tăng về số

lượng vòng gọi vốn giai đoạn đầu, và tăng 100% về số lượng giao dịch thoái vốn trên 50 triệu USD. Nếu xem xét dài hạn, Estonia đã trải qua mức tăng đáng kể lên tới 439% về số tiền giao dịch giai đoạn đầu từ năm 2018 đến năm 2022 và tăng 50% về số lượng giao dịch giai đoạn đầu trong cùng kỳ.

Một số hệ sinh thái khởi nghiệp hàng đầu ở châu Âu

Berlin, Đức

Berlin được xem là thành phố của sự đổi lập. Đây là một thành phố có bề dày lịch sử, nghệ thuật và âm nhạc techno. Tuy vậy, thành phố này cũng tạo ra các công ty khởi nghiệp công nghệ hàng đầu thế giới, thu hút các nhà đầu tư mạo hiểm hàng đầu và duy trì một sự pha trộn ngành công nghiệp không đối thủ. Có thể thấy rằng, mọi thứ đều có thể xảy ra ở Berlin.

#13 Xếp hạng toàn cầu

#11 Xếp hạng công nghệ nông nghiệp

#38 Xếp hạng công nghệ tài chính

Berlin là thủ đô khởi nghiệp của Đức, với số lượng công ty khởi nghiệp được thành lập trong năm 2022 nhiều gấp đôi so với bất kỳ thành phố nào khác trên cả nước. Trong năm đó, các công ty khởi nghiệp của thành phố đã giành được 390 vòng gọi vốn, chiếm 39% tổng số vòng gọi vốn trên cả nước. Tuy nhiên, Đức cũng không tránh khỏi sự suy thoái kinh tế chung và những sự kiện toàn cầu đang diễn ra với số lượng các công ty khởi nghiệp được thành lập tại Đức đã giảm 18% so với năm 2021, theo báo cáo của Hiệp hội Khởi nghiệp Đức và Hiệp hội Phát hiện Startups.

Các sáng kiến nhằm củng cố vị trí của quốc gia bao gồm chiến lược khởi nghiệp mới của Chính phủ Đức, được ra mắt vào tháng 7 năm 2022 gồm 10 điểm để củng cố vị trí của đất nước như một trung tâm khởi nghiệp. Chiến lược nhằm mục tiêu cải thiện khả năng tiếp cận vốn mạo hiểm, giải quyết vấn đề thiếu nhân công chuyên nghiệp và loại bỏ

các rào cản về thủ tục hành chính. Lộ trình chính sách sẽ khơi thông 30 tỷ Euro vốn đầu tư vào năm 2030. Tháng 9 năm 2022, Thủ tướng Đức Olaf Scholz đã khai trương Nhà máy Học tập Công nghiệp 4.0 tại công ty ABB ở Berlin. Chương trình học nghề mới nhằm chuyển đổi cơ hội đào tạo cho các công ty công nghệ. Trong năm học 2023-2024, dự kiến sẽ có 205 sinh viên học việc tham gia chương trình tại Berlin.

BlueYard Capital đã gọi vốn thành công cho quỹ thứ ba, tổng cộng 185 triệu USD (172 triệu Euro) vào tháng 6 năm 2022 để đầu tư vào các công ty đang ở giai đoạn hạt giống. Công ty vận tải và giao nhận hàng hóa số hóa Forto đã huy động thành công 250 triệu USD trong vòng gọi vốn Series D vào tháng 3 năm 2022. Công ty đã huy động được 593.4 triệu USD qua sáu vòng gọi vốn. Hội nghị Công nghệ hàng năm hub.berlin tập hợp các nhà đổi mới trong nước và quốc tế vào mỗi mùa hè.

Luân Đôn, Anh

Luân Đôn không chỉ là một hệ sinh thái thành phố mà còn là trung tâm đầu tư công nghệ hàng đầu thế giới, đại diện cho toàn bộ ngành công nghệ của Vương quốc Anh. Mặc dù các thành phố khác của Vương quốc Anh đang theo đuổi những con đường riêng để phát triển hệ sinh thái của họ, Luân Đôn vẫn luôn là trung tâm ưu tú quan trọng.

#2 Xếp hạng toàn cầu

#3 Xếp hạng công nghệ nông nghiệp

#3 Xếp hạng công nghệ tài chính

Mặc dù chịu tác động liên tục của Brexit, hậu quả của cuộc chiến ở Ukraine và một bầu không khí kinh tế khó khăn, Luân Đôn vẫn tiếp tục duy trì là trung tâm hệ sinh thái công nghệ hàng đầu của châu Âu. Giá trị của các công ty công nghệ tại Vương quốc Anh đã đạt hơn 1 nghìn tỷ USD vào năm 2022. Hoa Kỳ và Trung Quốc là hai quốc gia duy nhất khác đã đạt được cột mốc này. Các công ty công nghệ tại Luân Đôn đã thu hút 19,8 tỷ USD vốn từ các nhà



đầu tư trong năm 2022. Con số này gấp đôi số tiền đầu tư được huy động ở bất kỳ thành phố châu Âu nào khác và là số tiền lớn thứ 4 trên toàn cầu. Theo chỉ số Startups 100, các startup ở Luân Đôn nhận được trung bình 15 triệu bảng Anh vốn đầu tư giai đoạn đầu, gấp khoảng 8 lần so với mức trung bình của Vương quốc Anh.

Luân Đôn là nơi có gần 70% số nhà đầu tư vốn riêng tư và nhà đầu tư vốn rủi ro của Vương quốc Anh. Các quỹ mới thành lập tại Luân Đôn gần đây bao gồm một quỹ trị giá 1 tỷ USD từ Northzone, một quỹ trị giá 650 triệu USD từ Atomico, và một quỹ trị giá 500 triệu USD từ Phoenix Court. Sequoia Capital, Lightspeed Ventures và General Catalyst gần đây đã mở rộng sự hiện diện của họ tại Luân Đôn. Dell Technologies Women Entrepreneur Cities Index 2023 đã xếp Luân Đôn là thành phố tốt nhất trên thế giới cho các nữ doanh nhân.

Vào tháng 5 năm 2022, Zinc - một tổ chức xã hội hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp - đã thông báo hoàn thành giai đoạn đầu tiên của quỹ trị giá 33 triệu bảng Anh để hỗ trợ các doanh nhân khởi nghiệp. Ra mắt vào tháng 1 năm 2023, 100x Impact Accelerator

hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp xã hội tiềm năng. UK-India Startup Launchpad tạo điều kiện cho sự hợp tác chặt chẽ hơn giữa các cộng đồng khởi nghiệp của hai quốc gia. Luân Đôn đã tiến hành thực hiện lộ trình liên tục “Smarter London Together” nhằm biến thủ đô của Anh trở thành thành phố thông minh nhất thế giới. Ngoài ra, Tuần lễ Công nghệ Luân Đôn (London Tech Week) - một sự kiện quan trọng về công nghệ và khởi nghiệp được tổ chức thường niên tại Vương quốc Anh cũng là một sự kiện công nghệ toàn cầu không thể bỏ lỡ.

Paris, Pháp

Paris là trung tâm của sự đổi mới, thu hút cá nhân và các startup nhiệt huyết muốn đối đầu với những thách thức phức tạp cũng như hình thành một tương lai tốt đẹp hơn. Trong hệ sinh thái sôi động này, các startup có thể tận dụng sự kết hợp độc đáo giữa cơ hội thị trường, nguồn vốn, cơ sở hạ tầng và nhân tài hàng đầu để thử nghiệm và thúc đẩy ý tưởng của họ. Điều này khiến Paris trở thành lựa chọn lý tưởng cho những người muốn tạo ra ảnh hưởng tích cực và thúc đẩy sự thay đổi ý nghĩa tại điểm giao nhau của sự biến đổi xã hội, môi trường,



kinh tế và số hóa.

#18 Xếp hạng toàn cầu

#15 Xếp hạng công nghệ nông nghiệp

#10 Xếp hạng công nghệ tài chính

Paris chiếm ưu thế trong bối cảnh khởi nghiệp tại Pháp và là một nhà lãnh đạo châu Âu kiên định. Thủ đô Paris là nơi có hơn 8.000 startup và là trung tâm khởi nghiệp lớn nhất thế giới, Station F. Khuôn viên Paris-Saclay, một trung tâm nghiên cứu và phát triển hàng đầu, là nơi tập trung số lượng các nhà nghiên cứu lớn nhất lục địa. Ra mắt vào năm 2019, chương trình French Tech Next40/120 nhằm hỗ trợ các startup Pháp trong khuôn khổ các chính sách và quyết định Chính phủ.

Các startups Pháp đã huy động 11,9 tỷ Euro trong năm 2022, với tổng cộng 358 startup huy động vốn với mức trung bình là 33 triệu Euro mỗi công ty. Vào tháng 1 năm 2022, Pháp đã hoàn thành mục tiêu hướng tới 25 công ty Kỳ Lân vào năm 2025, trước 3 năm so với kế hoạch ban đầu. Trong giai đoạn 2020-2022, Pháp có số lượng nhà sáng lập và lãnh đạo tài năng tăng gấp 2,2 lần.

Resonance, một quỹ đầu tư mạo hiểm trị giá 150

triệu Euro, được ra mắt vào năm 2022. IRIS Capital đã đạt được mức gọi vốn lần đầu là 110 triệu Euro cho quỹ mới trị giá 150 triệu Euro của mình. Vào năm 2022, Sista, một tổ chức hoạt động với mục tiêu tăng cường quỹ vốn cho các nữ doanh nhân, đã công bố việc đạt được mức gọi vốn lần đầu là 30 triệu Euro - với mục tiêu cuối cùng là 100 triệu Euro. Công ty đầu tư mạo hiểm có trụ sở tại Paris, Quantonation, là quỹ đầu tiên tập trung vào lĩnh vực cơ học lượng tử tại châu Âu. Hội nghị thượng đỉnh Thế giới quỹ đầu tư mạo hiểm Quý 1 năm 2023 tại Paris đã thu hút một cộng đồng toàn cầu các nhà đầu tư và các doanh nghiệp được đầu tư (investee) vào tháng 2 năm 2023. Diễn đàn Quỹ đầu tư mạo hiểm đã được tổ chức tại Paris vào tháng 10 năm 2022. VivaTech được tổ chức tại Paris hằng năm, thu hút những nhà sáng tạo và lãnh đạo công nghệ đến từ khắp nơi trên thế giới. Hội nghị Women in Tech Global Summit được tổ chức vào tháng 5 năm 2023./.

Khánh Linh

(theo Startup Genome 2023)



XU HƯỚNG SỬ DỤNG MÁY HỌC CỦA CÁC NHÀ MARKETING B2B

Rất nhiều doanh nghiệp điện tử B2B (giao dịch trực tiếp giữa các doanh nghiệp) đều cho rằng phân tích dữ liệu có thể giúp họ hiểu và tiếp cận khách hàng của họ tốt hơn rất nhiều. Càng trải nghiệm nhiều lợi ích, họ lại càng khám phá ra rất nhiều tiềm năng của lĩnh vực này.

Các doanh nghiệp điện tử B2C (doanh nghiệp giao dịch với khách hàng) đều coi tích hợp máy học (ML) vào các hoạt động đối mặt với khách hàng là một ưu tiên hàng đầu và đang nỗ lực tích hợp máy học vào các dịch vụ như bán hàng và tiếp thị. Tuy vậy, đối với các công ty điện tử theo mô hình B2B, chuyển hóa dữ liệu thành các chiến lược marketing khả thi lại có thể là một phương thức khó thực hiện hơn. Bán hàng cho các doanh nghiệp luôn là một hành trình dài và phức tạp, đồng thời hành trình này cũng có giá trị cao hơn nhiều so với lĩnh vực tiêu dùng. Với nguồn vốn kinh doanh lớn, đầu tư tiếp thị

sai lầm có thể dẫn đến những tổn thất tài chính khó khắc phục được.

Theo Laura Beaudin của công ty Bain & Co, đối với các công ty B2B, mức độ khả dụng của dữ liệu và tầm quan trọng của việc dồn trọng tâm vào khách hàng gần đây mới được quan tâm. Mặc dù vậy, các công ty marketing trong lĩnh vực dịch vụ chuyên nghiệp hiện đang nỗ lực làm chủ công nghệ máy học và nhiều công cụ khác để thúc đẩy các chiến dịch sử dụng dữ liệu và nâng cao nhận thức. Trong cuộc khảo sát 1.419 giám đốc marketing được thực hiện gần đây bởi MIT Technology Review Insights

kết hợp với Google, lĩnh vực dịch vụ chuyên nghiệp, bao gồm các nhà tích hợp hệ thống, tư vấn bên thứ ba và cố vấn công nghệ, được đánh giá nằm trong số ít các ngành công nghiệp hàng đầu áp dụng và ứng dụng ML và phân tích dữ liệu.

Theo cuộc khảo sát, số lượng các nhà marketing trong lĩnh vực dịch vụ chuyên nghiệp cho rằng dự đoán ý định khách hàng sẽ mang lại kết quả tiếp thị tốt hơn, nhiều hơn so với các nhà marketing trong các lĩnh vực khác, ví dụ như bán lẻ, dịch vụ tài chính và du lịch (nhiều hơn 16%). Mặc dù các nhà marketing dịch vụ chuyên nghiệp có thể phải đối mặt với nhiều thách thức hơn, do dữ liệu B2B thường không dồi dào hoặc có thể dễ truy cập như dữ liệu B2C, nhưng họ không để những trở ngại ban đầu như vậy làm giảm bớt tham vọng của họ. Đối với việc áp dụng công nghệ để thu hút và dự đoán khách hàng theo những cách hoàn toàn khác biệt, những nhà marketing này đang xem xét lại các ưu tiên chiến lược, trang bị lại năng lực và tái xuất hiện như những đối thủ cạnh tranh hiểu biết.

Tìm ra điểm khác biệt trong dữ liệu

Phần lớn các nhà marketing B2B đều nhận ra tác động tiềm năng của marketing theo hướng dữ liệu sẽ cải thiện vị thế cạnh tranh của họ. Trong cuộc khảo sát, 58% các nhà marketing của lĩnh vực dịch vụ chuyên nghiệp đồng ý rằng cách các công ty áp dụng dữ liệu sẽ giữ một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển khả năng của họ.

Được dẫn dắt bởi những thuật toán ML tiên tiến, các doanh nghiệp B2B có cơ hội sử dụng thông tin mà họ thu thập và phân tích để hiểu rõ hơn về những gì thúc đẩy hành vi của khách hàng. Khi công nghệ ML tiếp tục tinh chỉnh quy trình phân tích của nó, “học” nhiều hơn về khách hàng do nó tự làm quen với dữ liệu, thì công nghệ này sẽ giúp cho các nhà marketing sản xuất nội dung marketing ngày càng hiệu quả trong thời gian thực.

Các nhà marketing phải bắt đầu quy trình bằng

cách tạo ra một khung dữ liệu để hỗ trợ cho sự đổi mới này. Điều đó có nghĩa là chuẩn hóa và thống nhất tất cả dữ liệu mà họ đã và đang lưu trữ, giúp việc truy cập và khai thác dễ dàng hơn. Jay Bowden, Giám đốc ngành công nghệ B2B của Google cho biết, 10 năm trước nếu các nhà marketing biết rằng sẽ có lúc họ cần sử dụng tất cả dữ liệu mà họ vô tình thu thập, thì chắc chắn họ sẽ lưu trữ nó ở một nơi. Nhiệm vụ này càng trở nên khó khăn hơn đối với các công ty phát triển một cách thiếu cơ bản, phát sinh theo các doanh nghiệp khác, các hệ thống quản lý quan hệ đa khách hàng (CRM) và những bộ phận khép kín khác. Bowden cho rằng cần phải tìm một nơi chung để lưu trữ dữ liệu từ các bộ phận khép kín trước khi tìm cách sử dụng các dữ liệu. Sau đó, có thể áp dụng máy học nhìn vào nó và tìm ra những điểm tương đồng.

Ứng dụng công nghệ đám mây đã tạo ra một kho dữ liệu trên quy mô cần thiết. Công nghệ này cung cấp một nền tảng cho các thuật toán ML để xử lý thông tin mà không ảnh hưởng đến bảo mật.

Tất nhiên, dữ liệu không tự động đổ về một vị trí trung tâm, mà cần phải thuyết phục những người canh giữ các luồng dữ liệu, thường là con người, để cho các luồng thông tin được lưu thông. Beaudin cho rằng ngay cả khi bộ phận marketing có quyền quản lý với dữ liệu của họ, họ vẫn cần phải có một quá trình đàm phán nội bộ để khiến các phòng ban khác chấp nhận giao dữ liệu. Các nhóm nhân viên hoạt động chéo cần phải trở thành “những người sử dụng dữ liệu tốt hơn” - áp dụng kiến thức có được từ dữ liệu để duy trì được những lượng khách hàng tiềm năng chất lượng cao hơn và tăng tỷ lệ chuyển đổi từ khách hàng tiềm năng sang khách mua hàng.

Những bài học ban đầu về máy học

Dù tích hợp công nghệ ở vị trí nào, các nhà marketing dịch vụ chuyên nghiệp đều biết có bao nhiêu hoạt động marketing có thể được hưởng lợi từ ML. Trong cuộc khảo sát, gần hai phần ba các nhà

marketing (64%) từ ngành dịch vụ chuyên nghiệp tin rằng việc sử dụng ML sẽ cho phép các công ty của họ đạt được lợi thế cạnh tranh. Công nghệ có thể cải thiện hiệu suất của hoạt động marketing bằng cách tự động hóa quy trình. Bowden cho rằng nơi bắt đầu nên là "tự động hóa một số hoạt động marketing đầu tiên, chẳng hạn như đặt giá thầu" cũng như sử dụng ML để thử nghiệm những nỗ lực sáng tạo, viết quảng cáo và áp dụng công nghệ để tối ưu hóa chúng.

Bằng cách sử dụng ML làm rõ những lợi ích trong nội bộ, marketing còn có thể giúp đảm bảo đạt được chỉ số chuyển đổi cao góp phần thu được thêm những nguồn lực bổ sung từ quản lý. Bowden cho biết "Thông thường, các khách hàng tiềm năng mà nhóm marketing chuyển giao không phải là khách hàng tiềm năng có chất lượng cao nhất", có nghĩa là họ không phải là khách hàng tiềm năng có thể nhanh chóng chuyển đổi sang khách mua hàng. Nhưng khi chất lượng khách hàng tiềm năng được cải thiện, hoạt động bán hàng sẽ trở nên gắn kết hơn với các nỗ lực tiếp thị kỹ thuật số. Bowden lấy ví dụ một khách hàng phần mềm dịch vụ (SaaS) muốn có một cách tiếp cận hiệu quả hơn để dự đoán loại khách hàng tiềm năng nào sẽ dễ chuyển đổi từ khách dùng "bản thử miễn phí" sang khách hàng trả tiền. Bằng cách tăng chi tiêu tiếp thị của mình từ 1USD cho mỗi cú nhấp chuột lên 1,25 USD, công ty đã có thể khoanh vùng ra "một nhóm khách hàng hoàn toàn mới." Sự khác biệt là gì? Đó chính là khả năng "đầu tư vào việc dự đoán giá trị vòng đời của khách hàng bằng mô hình dự đoán".

Được kỳ vọng thúc đẩy

Trong số những người trả lời khảo sát, số lượng các nhà marketing ở các dịch vụ chuyên nghiệp tin rằng cần dự đoán ý định của khách hàng để giành được khách hàng có giá trị, trung thành cũng cao hơn so với những người nhà marketing ở các lĩnh vực khác (nhiều hơn 17%). Khả năng dự đoán chính

xác ý định và giá trị vòng đời đều có vai trò quan trọng đối với tất cả các sáng kiến tiếp thị, chẳng hạn như ưu đãi về giá cả và quảng cáo về sản phẩm hay tính hữu dụng của dịch vụ.

Theo Sarah Travis, Giám đốc công nghiệp về các thị trường kinh doanh và công nghiệp tại Google, cho tới nay mới chỉ có một vài công ty trong lĩnh vực B2B đang cố gắng dự đoán các đơn đặt hàng trong một năm của một khách hàng sẽ như thế nào dựa trên những giao dịch đầu tiên của người đó. Việc này cho phép họ tiếp cận và thu hút khách hàng tốt hơn từ đó thúc đẩy khách hàng tiềm năng đó trở thành khách hàng có giá trị cao.

Rõ ràng, việc không sẵn sàng áp dụng công nghệ ML trong lĩnh vực B2B đều không phải phản ánh mối nghi ngờ về khả năng ML có thể giúp các công ty này trở thành những nhà marketing sắc sảo và hiệu quả. Mà có thể là do các nhà marketing trong lĩnh vực này quan tâm đến độ thành thực và phức tạp của công nghệ và liệu họ có thể tiếp cận tới các kỹ năng cần thiết để tối đa hóa việc sử dụng nó hay không. Từng có kinh nghiệm hợp tác với một số công ty B2B, Travis cho rằng, quy trình chuyển đổi càng phức tạp, thì càng khó hiểu được ý định của khách hàng nếu chỉ thông qua tiếp xúc của con người. Rõ ràng, thế giới B2B có thể thu được nhiều lợi ích từ việc sử dụng công nghệ máy học hơn bất kỳ ngành công nghiệp nào khác.

Theo khảo sát cho thấy, các nhà marketing B2B dành sự quan tâm đặc biệt tới cho công nghệ chuyển đổi, không chỉ vì những gì máy học có khả năng thực hiện, mà còn vì những cách mà công nghệ này sẽ giúp họ cải thiện hiệu suất của riêng họ. Thật vậy, ML mở ra một không gian nơi những nhà marketing này có thể thực hiện những hoạt động tiếp thị của họ và tiếp cận khách hàng theo những cách mà họ chưa bao giờ tưởng tượng đến trước đây./.

Phuong Anh

(Theo Technologyreview)