

SẢN XUẤT TỪ TÂM

Nâng tầm sản phẩm

■ Lê Dũng

Đó là phương châm khởi nghiệp của Nguyễn Thị Hồng Thương - bà chủ trẻ sáng lập nên thương hiệu thực phẩm ủ muối Kyodo Foods. Với hệ thống gần 70 cửa hàng, đại lý trải khắp cả nước chỉ trong gần 2 năm ra đời, startup Hồng Thương đang ngày càng chứng minh được hướng đi đúng đắn của mình trong quá trình xây dựng và phát triển thương hiệu đặc sản xứ Nghệ.



Cơ duyên với món gà ủ muối

Cũng như bao bạn trẻ có nhiều hoài bão, sau khi tốt nghiệp Đại học ngành Quản trị Kinh doanh, Nguyễn Thị Hồng Thương ở lại thủ đô Hà Nội và xin làm việc ở phòng kinh doanh của một số công ty và tập đoàn lớn. Năm 2019, Thương trở về quê hương lập nghiệp và cũng gặt hái được một số thành công

nhất định ở mảng kinh doanh online hay dịch vụ marketing trên các nền tảng mạng xã hội. Sau hai năm đất nước trải qua đại dịch Covid, nền kinh tế ảnh hưởng nặng nề, bản thân công việc kinh doanh của Thương cũng không tránh khỏi khó khăn. Vì thế Thương luôn trăn trở kiếm tìm một hướng kinh doanh mới. Nhiều lần về quê và chứng kiến ngành sản xuất chăn nuôi của bà con đang gặp vấn đề về

đầu ra vì sức tiêu thụ giảm, Thương mong muốn tạo ra và phát triển một sản phẩm để có thể góp phần hỗ trợ bà con tiêu thụ các sản phẩm chăn nuôi, cũng như tạo thêm được công ăn việc làm cho người lao động.

Là một người đam mê với ẩm thực từ nhỏ, và trong một lần tình cờ, Thương được một người bạn đang là đầu bếp của một khách sạn 5 sao tại Đà Loan chia sẻ công thức về món gà ủ muối. Thương nhanh chóng bắt tay vào nghiên cứu gia vị cho món gà ủ muối. Vừa tìm tòi, vừa học hỏi, rồi kết hợp cùng một người em trai cùng quê có chung đam mê, Nguyễn Thị Hồng Thương đã mất 6 tháng để nghiên cứu ra công thức mới riêng biệt cho món gà ủ muối xứ Nghệ, phù hợp với khẩu vị của người Việt. Trải qua nhiều lần thất bại với nhiều lý do như gà chưa đạt độ chín, gia vị chưa trọn vẹn..., cuối cùng món gà ủ muối thơm, ngon, không dai và vẫn giữ được nguyên vị ngọt của gà đã được Thương nghiên cứu thành công. Nói về món gà ủ muối của mình, Hồng Thương chia sẻ: “Cũng phải trải qua nhiều lần thất bại nhưng mỗi lần như vậy em lại rút ra kinh nghiệm cho chính mình. Gà mà em dùng để ủ là gà thả đồi nên đảm bảo thịt chắc, ngon và rất ngọt. Đối với em, sản phẩm khi đưa đến tay người tiêu dùng phải đạt tiêu chuẩn, ngon, sạch”.

Có trong tay công cụ về dịch vụ marketing, đồng thời cũng đã nghiên cứu rất nhiều về lĩnh vực xây dựng và phát triển thương hiệu, ngay lập tức, Thương nghĩ đến việc xây dựng một thương hiệu thực phẩm mới trên quê hương Nam Đàn - Nghệ An, và từ đó Kyodo Foods được hình thành, ra đời và phát triển.

Cạnh tranh bằng chất lượng sản phẩm

Trong tất cả mọi ngành, đặc biệt là ngành thực phẩm, vấn đề nguyên liệu đầu vào là vấn

đề quan trọng nhất. Với Kyodo Foods cũng vậy. Khác với một số chủ cơ sở kinh doanh lấy việc hạ giá thành để cạnh tranh thì Hồng Thương lại tập trung vào chất lượng của sản phẩm. Cũng chính điều này đã tạo nên sự khác biệt cho thương hiệu của cô. Nguyễn Thị Hồng Thương tâm niệm rằng một người kinh doanh phải đặt cái tâm và sự uy tín lên đầu tiên. Hiện tại Kyodo foods có 1 trang trại gà tại Nam Đàn quy mô 2ha, tuy nhiên sản lượng chưa đủ cho hệ thống tiêu thụ hàng ngày, phải thu mua từ các nông trại khác trên cơ sở phải đảm bảo các yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm dịch. Và để đáp ứng nhu cầu của thị trường, Hồng Thương đã xây dựng xưởng sản xuất gà ủ muối tại thị trấn Nam Đàn, với máy móc, cơ sở vật chất hiện đại đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Xưởng được hoàn thành và đưa vào hoạt động từ tháng 5/2023. Trung bình mỗi ngày xưởng sản xuất khoảng 800 con gà ủ muối, dịp lễ tết có thể tăng gấp 3 lần.

Tại Kyodo Foods, gà sử dụng để ủ muối sẽ là những con gà đồi được chăm sóc, nuôi thả tự nhiên ở các vùng quê xứ Nghệ, được chọn lọc kỹ càng về cân nặng và hơn hết là nguồn gốc rõ ràng. Sau khi làm sạch, gà được ủ, ướp với hương vị độc quyền không giống với bất kỳ loại gà ủ muối nào trên thị trường. Là món ăn làm sẵn nhưng những món ủ muối Kyodo Food nhanh chóng chinh phục được thực khách bởi sự đậm đà, tiện lợi nhưng vẫn giữ được vị ngon, ngọt của nguyên liệu. Những con gà ủ muối Kyodo có da giòn sật sật, thịt thơm và dai, hòa quyện cùng nước chấm được pha chế theo công thức riêng. Với những khách hàng ngại ăn nhiều muối, công thức của Kyodo rất chuẩn, hàm lượng muối rất ít, khi thưởng thức các món ăn của Kyodo sẽ không cảm nhận vị mặn mà sẽ cảm nhận được vị thơm của nghệ và vị ngọt của thịt gà tươi được giữ trọn vị.

Món gà ủ muối của Kyodo Foods luôn phải trải qua các khâu kiểm nghiệm đầy đủ và đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm. Sản phẩm không chất bảo quản, được chế biến theo quy trình khép kín, hấp chín

ở nhiệt độ cao, tiệt trùng và đóng gói hút chân không, được bảo quản lạnh ở nhiệt độ -20 độ, trước khi sử dụng được làm mát ở nhiệt độ 5-7°C. Kyodo Foods xây dựng một quy trình khép kín đạt tiêu chuẩn ISO 2000-2018. Hiện tại Kyodo Foods đã được cấp giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả số 1582/2022/QTG do Bộ văn hóa, thể thao và du lịch - Cục bản quyền tác giả cấp ngày 15/02/2022.

Nỗ lực tạo nên thành công

Quá trình xây dựng thương hiệu không hề dễ dàng với cô gái trẻ Nguyễn Thị Hồng Thương, khi mà các sản phẩm gà ủ muối cạnh tranh ngoài thị trường rất nhiều. “Khó khăn là khi mới bắt đầu ngoài thị trường có rất nhiều loại gà, giá cả rẻ có cao, có làm người dân hoang mang, nhiều gà kém chất lượng người ta ăn 1 lần xong từ bỏ luôn món gà ủ muối”, Thương chia sẻ.

Trong khâu tiêu thụ, làm sao để bán được nhiều, được người tiêu dùng biết đến, cũng là một vấn đề. Hệ thống tiêu thụ đầu tiên Thương nghĩ đến là chuỗi siêu thị. Tuy nhiên, sau khi chào hàng 3 siêu thị lớn ở Vinh đều bị từ chối, Thương hiểu sản phẩm tốt chưa đủ, do thương hiệu quá mới, cần thời gian, Thương quyết định tập trung xây dựng hệ thống bán lẻ của chính mình.

Với kinh nghiệm 4 năm làm marketing online, tiếp xúc với nhiều nền tảng như facebook, shopee, tiktok... và nhận thấy ngành thực phẩm này rất thích hợp phát

triển trên facebook và tiktok, Thương đã chọn 2 nền tảng này. “Sản phẩm là cái cốt lõi để thành công và marketing là cái giúp thành công nhanh, đặc biệt mô hình Kyodo Foods đang áp dụng là vốn ít, lợi nhuận tốt, nhân bản nhanh và vận hành dễ dàng” - Thương chia sẻ.

Khất khe trong quy trình chọn lựa nguyên liệu cho đến quy trình sản xuất, sản phẩm ủ muối của Kyodo Foods đã nhanh chóng được đông đảo người dân đón nhận. Chỉ trong ít tháng ra mắt những con gà ủ muối đầu tiên, Kyodo đã có mặt tại nhiều tỉnh thành như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Huế, Đà Nẵng, Hội An, Thanh Hóa và phủ sóng khắp các huyện tại Nghệ An, Hà Tĩnh. Sau gần 2 năm, các sản phẩm ủ muối của Kyodo Foods đã chinh phục được thực khách toàn quốc với gần 70 cửa hàng, đại lý trải dài trên 3 miền Bắc, Trung, Nam. Bên cạnh món gà ủ muối, Thương tiếp tục đưa ra thị trường các sản phẩm bắp giò ủ muối, chân gà, cánh gà ủ muối, xúc xích gà và được người tiêu dùng đón nhận. Kyodo





Foods là chuỗi thực phẩm ủ muối đầu tiên ở Việt Nam có quy trình sản xuất khép kín, đảm bảo vô trùng và đạt đầy đủ các chứng chỉ vệ sinh an toàn thực phẩm.

Bên cạnh việc tạo ra một sản phẩm mới, thơm ngon, an toàn và rất tiện lợi phục vụ thị trường, Kyodo Foods còn góp phần giúp bà con chăn nuôi tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp. Nhà máy sản xuất cũng đã tạo thêm nhiều công ăn việc làm cho nhân công tại địa phương, giúp bà con có một nguồn thu nhập tốt và ổn định để trang trải cuộc sống.

Song song với đó, Kyodo Foods còn tạo ra một cơ hội khởi nghiệp, lập nghiệp cho rất nhiều bạn trẻ có đam mê kinh doanh, những người nội trợ với mong muốn có thu nhập thêm để trang trải cuộc sống, cho đến những bạn có mong muốn được tạo nên một sự nghiệp nghiêm túc, thu nhập cao, tập trung toàn bộ thời gian, năng lượng và sự nhiệt huyết. Cho đến nay, rất nhiều đại lý của Kyodo Foods đã khởi nghiệp thành công, xây dựng được hệ thống đại lý bán hàng của riêng mình, và có nguồn thu nhập cao, đồng thời có nhiều tiềm năng để phát triển mạnh hơn nữa. Kyodo Foods qua đó cũng đã đóng góp được một phần nhỏ vào sự phát triển kinh tế chung của địa phương và của cả nước.

Với phương châm “Sản xuất từ tâm - Nâng tầm sản phẩm”, đội ngũ của Thương luôn cố gắng, nỗ lực tạo ra những sản phẩm Sạch - Chất lượng - Tiện lợi tới tận tay người tiêu dùng. Nhờ vậy, sau một thời gian ngắn, thương hiệu Kyodo của Nguyễn Thị Hồng Thương đã nhận được nhiều sự quan tâm và trở thành thương hiệu gà ủ muối đáng tin cậy tại thị trường Nghệ An và nhiều tỉnh thành trong cả nước, được công nhận top 10 thương hiệu - nhãn hiệu nổi tiếng quốc gia năm 2022. Và tháng 10 vừa qua, Kyodo Foods vừa đạt giải Nhì Cuộc thi Tìm kiếm tài năng khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo tỉnh Nghệ An mở rộng năm 2023.

Bà chủ Kyodo Foods mong muốn trong tương lai gần sẽ đưa sản phẩm của mình tới toàn bộ các tỉnh và thành phố trên cả nước, trở thành một sản phẩm đặc trưng tiêu biểu của quê hương Nam Đàn - Nghệ An. Trong tương lai xa hơn, Hồng Thương mong muốn mang sản phẩm đi ra ngoài phạm vi lãnh thổ Việt Nam, qua đó có thể đóng góp một phần về phát triển kinh tế ở quê hương, đồng thời có thể giới thiệu được hình ảnh và các sản phẩm của đất nước, con người quê hương ra với bạn bè thế giới./.