

Vũ Thị Thái An - nhà sáng lập Tubudd



Tubudd

CÂU CHUYỆN KHỞI NGHIỆP CỦA CÔ GÁI NGHỆ

■ Ngọc Minh (Tổng hợp)

Tubudd là nền tảng công nghệ giúp kết nối người đi du lịch với những người bạn bản địa. Nhà sáng lập của Tubudd là cô gái xứ Nghệ Vũ Thị Thái An (Annie Vũ, sinh năm 1991, đến từ thành phố Vinh, tỉnh Nghệ An). 31 tuổi, 2 bằng cấp (một bằng đại học và một bằng thạc sĩ), một cuốn sách tự viết, 21 đất nước đã đặt chân đến nhưng một startup mới là cách Vũ Thị Thái An tự giới thiệu về mình.

Ý tưởng khởi nghiệp của An ra đời tại Anh năm 2017 và chính thức hoạt động tại Việt Nam từ giữa năm 2018. Với mô hình kết nối du khách nước ngoài và hướng dẫn viên bản địa, hiện Tubudd đã có 900 bạn bản địa tại 40 thành phố, 18 quốc gia trên toàn thế giới với 700 buddy tại Việt Nam; là đối tác phát triển của các startup về du lịch như Tripbtoz, dichungtaxi.com, ADDI Global...; đồng thời đạt được nhiều giải thưởng về khởi nghiệp như Top 10 Techfest 2018; Top 10 Vietnam Startup Wheel 2019; giải ba VietChallenge 2019; giải Nhì cuộc thi "Doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo ứng dụng công nghệ thông tin phát triển du lịch" 2019 (Tổng cục Du lịch Việt Nam tổ chức)...

Người bạn đồng hành của mọi nhà

Vũ Thị Thái An trước đây học về lĩnh vực sự kiện và từng có thời gian học Thạc sĩ tại Anh. Trong thời gian đó, An đã trải nghiệm công việc về Sales và Marketing, giúp An có được những bài học quý giá về khách hàng, kinh doanh..., đồng thời nhen nhóm

khát vọng khởi nghiệp. Và ý tưởng phát triển Tubudd đã đến với Vũ Thị Thái An như một cơ duyên. An vốn rất thích du lịch và đã từng có những chuyến đi cùng những người bạn nước ngoài đến thăm những địa điểm du lịch nổi tiếng của Việt Nam. Trong những

chuyến đi đó, An thường dành nhiều thời gian để chia sẻ với các bạn về vẻ đẹp của đất nước, con người Việt Nam, những nét độc đáo, khác biệt về văn hóa... Thường trực trong An là suy nghĩ làm thế nào để tạo ra cầu nối giữa người Việt Nam và người nước ngoài, để họ cảm nhận được những nét đẹp của đất nước và con người Việt Nam. Trong những chuyến du lịch tới Pháp, Italia, Thụy Sĩ..., bản thân An cũng đã may mắn gặp gỡ những người bạn bản địa và giao lưu, kết bạn, được họ giới thiệu các điểm du lịch, ẩm thực độc đáo, đặc trưng, từ đó có cái nhìn chân thật nhất về con người, văn hóa của những nơi đặt chân tới. Từ những trải nghiệm đó, ý tưởng về Tubudd ra đời, với mong muốn xây dựng một nền tảng du lịch kết nối khách hàng và hướng dẫn viên bản địa, giúp cá nhân hóa chuyến đi theo nhu cầu và đem đến những trải nghiệm đậm chất địa phương cho du khách.

Tháng 7/2017, Vũ Thị Thái An cùng 2 thành viên đồng sáng lập thành lập Tubudd tại Manchester (Anh). Đội ngũ sáng lập và phát triển của Tubudd gồm 3 thành viên: Annie Vũ - CEO & Co-founder - người vận hành Tubudd và đảm nhiệm vai trò kết nối với các đối tác, cũng như gọi vốn; Anthony Cruickshank - COO & Co-founder - phụ trách chính sách, sales và dịch vụ khách hàng; Ethan Đặng - CTO & Co-founder - nhà phát triển công nghệ chính của công ty, trực tiếp vận hành nền tảng công nghệ website và ứng dụng Tubudd.

Tên gọi Tubudd là một cách biến thể của Tour Buddy - "chuyến đi của những người bạn". Tubudd hiện có mặt tại 18 quốc gia và hơn 40 thành phố trên thế giới, đặc biệt là ở Đông Nam Á và trước hết là Việt Nam. Với gần 900 bạn bè địa phương, hiện nay Tubudd là giải pháp cho du khách trải nghiệm góc nhìn của người địa phương và đến gần hơn với văn hóa bản địa nhờ chính những người bản địa mang đến. Nhiều du khách trên thế giới cảm thấy những chuyến đi của họ không mang đến trải nghiệm đích

thực mà họ mong muốn. Những cuốn sách hay các trang web đặt tour trực tuyến có xu hướng tập trung vào các khu vực, điểm du lịch hấp dẫn hơn, và những người du lịch đến nước ngoài có thể sẽ bỏ lỡ những trải nghiệm, địa điểm mà người dân địa phương thích. Khách du lịch đã chán ngán với cách tổ chức du lịch cũ, nơi họ không thể trải nghiệm văn hóa địa phương, khám phá các điểm đến theo một cách khác biệt, gặp gỡ những người bạn bản địa và học ngôn ngữ của họ. Và để chuẩn bị cho một chuyến đi, mỗi người thường dành thời gian nhất định để tìm hiểu thông tin qua nhiều kênh, đọc/nghe/xem tất cả những nhận xét, bình luận về địa điểm đó. Tuy nhiên, những ý kiến đó đa phần đến từ khách du lịch, nên sự trải nghiệm không nhiều. Mỗi du khách thường có những mối quan tâm khác nhau khi đến một vùng đất mới. Vì vậy, Tubudd sẽ kết nối họ với các buddy có sự am hiểu về lĩnh vực mà khách muốn khám phá tại địa phương đó. Với Tubudd, khách hàng sẽ không bị bó buộc vào các điểm du lịch quen thuộc, phổ biến mà ai cũng sẽ đến. Tubudd sẽ mang đến những trải nghiệm mới, từ góc nhìn của người bản địa bằng cách đặt lịch hẹn với các buddy đến bất cứ địa điểm nào. Nếu du khách đã có sẵn lịch trình, buddy sẽ sắp xếp cho phù hợp; nếu chưa có, buddy có thể thiết kế chuyến đi theo ý muốn của khách hàng, với chi phí hợp lý. Mỗi chuyến đi sẽ được thiết kế dành riêng cho chính họ, gia đình, bạn bè của họ.

Nền tảng Tubudd được vận hành rất đơn giản. Chỉ cần truy cập website www.tubudd.com hoặc ứng dụng Tubudd trên điện thoại thông minh và lựa chọn điểm đến, những hướng dẫn viên bản địa với đầy đủ thông tin cá nhân đã ở sẵn trên đó để du

khách lựa chọn. “Đặt hàng” một buddy, du khách sẽ có một người bạn đồng hành am hiểu nơi mình sẽ đến trong suốt chuyến đi. Khách hàng cũng có thể liên hệ với hệ thống để được tư vấn trực tiếp. Các hướng dẫn viên “không chuyên” nhưng họ đã được đào tạo cơ bản và có hiểu biết sâu sắc về nơi họ đang sống. Nền tảng công nghệ du lịch này mang đến cho du khách những trải nghiệm với góc nhìn của người địa phương và có thể đến gần hơn với văn hóa bản địa.

Giao tình yêu với đất nước Việt Nam

“Khi thành lập Tubudd tại Anh, mục tiêu ban đầu là thu hút những người du lịch từ châu Á sang Anh. Nhưng sau đó, chúng mình cũng nhìn thấy cơ hội để phát triển tại Việt Nam. Việt Nam có nhiều điểm du lịch hấp dẫn, nhiều nét văn hóa đặc sắc, nhưng du lịch nước ta vẫn chưa khai thác được tiềm năng. Người dân Việt Nam vốn thân thiện, hiếu khách, nhiều bạn trẻ năng động, sẵn sàng trở thành người đồng hành giúp du khách khám phá, cảm nhận nét đẹp và “chất” của những vùng đất, con người nơi đây. Mình muốn Tubudd sẽ là nơi kết nối” - Vũ Thị Thái An chia sẻ. Đó là lí do mà sau một thời gian nghiên cứu thị trường Việt Nam, tháng 6/2018, Tubudd chuyển về Việt Nam hoạt động. Theo An, Việt Nam là thị trường du lịch rất tiềm năng và đang phát triển tốt. Những năm gần đây, số lượng khách du lịch ở Việt Nam tăng 20-30% mỗi năm, lượng khách du lịch nước ngoài đến Việt Nam không theo tour cũng tăng 15-

30%/năm. Việc gia tăng uy tín và vị thế trên trường quốc tế khiến Việt Nam ngày càng trở nên hấp dẫn đối với các nhà đầu tư và khách du lịch quốc tế. Nhưng bằng cách nào để duy trì tín hiệu tốt đó? Chỉ khi biết quay trở lại giá trị cốt lõi, khám phá thật, trải nghiệm thật. Trong thời gian khá dài, các doanh nghiệp du lịch đang tập trung vào những tour công nghệ. Tuy nhiên, các bạn trẻ Tây đi du lịch bụi luôn khao khát đi tìm cảm giác được hết mình và phóng khoáng, sự ham thú với những chuyến đi, niềm vui khi trải nghiệm những điều cuộc đời chưa từng có. Họ coi trọng trải nghiệm trên từng cung đường, muốn học hỏi những nền văn hóa mới, trải nghiệm thực tế và quan sát kỹ trên đường đi. Thì với mô hình Tubudd, rõ ràng đáp ứng được nhu cầu thị hiếu của rất nhiều khách du lịch. Tubudd cho phép khách du lịch tạo và thay đổi lịch trình theo mong muốn của chính họ. Tubudd vừa mở ra cơ hội cho các “hướng dẫn viên bản địa” cải thiện ngoại ngữ, giao lưu văn hoá với các nước trên thế giới. Đồng thời chính họ, mỗi người là một đại diện nhân rộng tình yêu Việt Nam đến cho tất cả mọi người.



Tubudd là giải pháp cho du khách trải nghiệm góc nhìn của người địa phương và đến gần hơn với văn hóa bản địa

Ngay trong năm đầu tiên trở lại Việt Nam, Tubudd đã nhận được sự hỗ trợ từ quỹ đầu tư VSV Capital.

Thông qua ứng dụng, khách du lịch sẽ có cơ hội khám phá Việt Nam theo sở thích của mình mà các hình thức du lịch truyền thống khó có thể mang đến. Họ sẽ được trải nghiệm những điều đặc biệt nhất ở vùng đất mới chứ không đơn thuần là dạo loanh quanh. Bởi chủ đích của Tubudd là chia sẻ trải nghiệm, nên du khách có thể ở kí túc xá, hay khách sạn 5 sao, ăn đường phố hay nhà hàng sang trọng, mỗi vị khách sẽ cảm nhận chân thật và gần gũi nhất những nơi mà họ đến.

Vượt “bão” Covid-19

Dịch Covid-19 đến nhanh và bất ngờ, khiến ngành du lịch lâm vào khủng hoảng “con bão” này, và Tubudd - một startup du lịch đương nhiên không thể tránh khỏi. Nếu cuối năm 2019, Tubudd còn tham gia rất nhiều chương trình tại Hàn Quốc, có rất nhiều đối tác lên kế hoạch kết hợp và kì vọng có sự thay đổi lớn trên thị trường thì vào tháng 3/2020, dịch Covid-19 bùng phát trên toàn thế giới, các hoạt động gần như ngưng trệ. Trong những cuộc họp đội ngũ của Tubudd khi đó là những trăn trở về việc có nên tiếp tục đi con đường này hay không. Startup này cũng phải đối diện với việc cắt giảm nhân sự ở tất cả các bộ phận và việc đảm bảo nguồn tài chính để duy trì hoạt động. Thế nhưng, cũng chính trong thời điểm dịch Covid-19 bùng phát, Tubudd mới nhận ra tầm ảnh hưởng của thương hiệu với khách hàng và tận dụng để khai thác. Trong thời điểm tháng 3-4/2020, rất nhiều người tìm đến giải pháp của Tubudd. Trước đây, nếu Tubudd giúp đỡ người nước ngoài đi du lịch và trải nghiệm tại Việt Nam, thì giờ đây, khi họ bị mắc kẹt lại do dịch Covid-19, Tubudd lại có thể giúp họ tìm được các sản phẩm, dịch vụ, phương tiện... hỗ trợ cuộc sống của họ khi ở lại Việt Nam. Điều này mở ra khối lượng khách hàng lớn trong mùa dịch mà trước đây Tubudd không hề nghĩ rằng nó có thể diễn ra.

Cơ hội tiếp theo là về nhân sự. Dịch Covid-19 cũng là dịp để startup này chọn được những người đồng hành với mình lâu dài. Vì vậy, dù nhân sự từ 15 người giảm

xuống còn 7 người và cũng nhiều lần bị xáo trộn bởi việc thay đổi nhân sự, nhưng An tin rằng những người ở lại và gắn bó với Tubudd trong những thời điểm khó khăn là những người phù hợp nhất. Để có nguồn tài chính ổn định, đảm bảo cho việc duy trì hoạt động, Tubudd cũng phải xoay sang bán các hàng hóa thiết yếu như khẩu trang, đồ dùng thiết yếu cho những người đang đi du lịch. Ngoài việc đa dạng hóa loại hình sản phẩm, dịch vụ, Tubudd tập trung chăm sóc khách hàng để nuôi dưỡng nguồn khách hàng hiện có và xây dựng thương hiệu, tiếp cận với nguồn khách hàng mới. Startup này nhanh chóng tận dụng sự phổ biến của các mạng xã hội như Facebook, Instagram, Linkedin ... để giúp thương hiệu phủ sóng ra cộng đồng quốc tế. Khác với việc quảng bá trên website hay các trang báo, kênh mạng xã hội giúp Tubudd xây dựng hình ảnh cá tính hơn, phong cách và gần gũi hơn với người dùng. Đây là những nơi Tubudd xem là nơi tâm sự, truyền đi những lời thì thầm với khách hàng, như đưa ra các thông tin nhanh nhạy, kịp thời, các thông điệp để khách hàng nắm được tình hình dịch bệnh tại Việt Nam như thế nào, nếu đi du lịch sẽ ra sao... Những công cụ mà Tubudd sử dụng trên các trang mạng xã hội là các video, bài đăng, tin nhắn, thông tin khách hàng, lời đánh giá, hình ảnh của khách hàng... để tạo thêm các kênh bán hàng, tiếp cận khách hàng mới.

“Trong nguy, mọi người đừng chọn cách ngủ đông mà ngừng lại tất cả hoạt

động, vì khi bắt tay làm nhiều việc, sẽ có thêm nhiều cách nhìn mới về các vấn đề trong xã hội. Hoặc khi mình làm việc với nhiều đối tác, startup mới, mình học được cách làm việc, vượt qua đại dịch của họ. Khi mọi người cùng chung tay thì thách thức từ đại dịch sẽ nhỏ đi rất nhiều” - An chia sẻ. Vì vậy, giữa đại dịch Covid-19, nhiều startup nhanh chóng bị đánh bật khỏi thị trường, nhưng bằng khả năng thích ứng và xoay chuyển nhanh nhạy, Tubudd vẫn tiếp tục duy trì hoạt động và đẩy mạnh quảng bá thương hiệu.

Với những nỗ lực đó, ngay khi Việt Nam mở cửa trở lại và phục hồi kinh tế hậu Covid-19, Tubudd đã gọi vốn thành công và nhận khoản đầu tư vòng seed từ quỹ TheVentures đến từ Hàn Quốc (*TheVentures là quỹ đầu tư có trụ sở tại Seoul, Singapore, thành phố Hồ Chí Minh dành cho các công ty khởi nghiệp giai đoạn đầu tập trung vào Công nghệ, Cộng đồng và Tác động, được thành lập vào năm 2014 và đã đầu tư vào hơn 150 công ty khởi nghiệp trên khắp thế giới*). Với khoản đầu tư này, Tubudd quyết định tái định vị thương hiệu với mục tiêu và sứ mệnh mới. Ngày 14/7/2022 vừa qua, Tubudd đã tổ chức sự kiện mang tên “New Strategy Announcement Ceremony - Adventuring with Tubudd” để công bố các thông tin về hành trình mới, ký kết với nhà đầu tư TheVentures, các đối tác mới như đối tác phát triển cộng đồng GapoWork, đối tác cung cấp không gian làm việc cao cấp HiLink.

Trong năm 2022, với khoản đầu tư từ TheVentures, Tubudd tái định vị thương hiệu với mục tiêu và sứ mệnh mới dựa trên giá trị cốt lõi là một nền tảng kết nối khách du lịch quốc tế (travellers) với những người bạn bản địa (buddy). Tubudd phiên bản mới dành hơn 40% nguồn lực để tạo ra các kết nối minh bạch hơn, an toàn hơn cho các doanh nhân quốc tế đến Việt Nam tìm kiếm cơ hội đầu tư, mở rộng thị trường với những trợ lý hành trình người Việt có ngoại ngữ xuất sắc, thấu hiểu nghiệp vụ. 60% nguồn lực sẽ được tiếp tục dành cho các hoạt động du lịch.

Tubudd luôn được định hướng phát triển dựa trên

năng lực của người Việt. Vì thế, ở phiên bản mới này, Tubudd cũng xác định rõ ràng hơn sứ mệnh trở thành nơi quy tụ lại những người Việt trẻ tài năng, giúp các bạn có môi trường và cơ hội việc làm để “tự kinh doanh” những năng lực của bản thân, làm chủ cuộc đời. Tubudd có những kế hoạch để phân nhóm định danh, đào tạo và chuẩn hóa các tiêu chuẩn cho nghề nghiệp mới mẻ này: The Adventure Buddy: Bạn bản địa trong những chuyến phiêu lưu; The Lifestyle Buddy: Bạn bản địa cùng khám phá cuộc sống bản địa; The Art Buddy: Bạn bản địa thưởng thức nghệ thuật; The History & Culture Buddy: Bạn bản địa tìm hiểu lịch sử, văn hóa; The Business Buddy: Trợ lý bản địa; The Medical & Beauty Buddy: Người hỗ trợ, chăm sóc sức khỏe bản địa. Từ sứ mệnh này, Tubudd khuyến khích các bạn trẻ trau dồi ngoại ngữ, học hiểu về địa phương, nâng cao năng lực xử lý vấn đề, đặt mục tiêu trở thành một buddy có chuyên môn trong tương lai.

Dự định sắp tới, Tubudd sẽ phát triển tại tất cả các tỉnh, thành phố tại Việt Nam và một số nước Đông Nam Á, châu Á phát triển tốt về du lịch, không chỉ phục vụ khách du lịch quốc tế đến Việt Nam, mà còn cả du khách Việt Nam có nhu cầu đi du lịch nước ngoài. Hy vọng tương lai không xa, Tubudd sẽ là một nền tảng không thể thiếu cho những người đi du lịch. Để mỗi khi có ai hỏi “Tìm hướng dẫn viên bản địa ở đâu?”, Tubudd sẽ là câu trả lời được nhiều người đề xuất nhất cho câu hỏi đó./.