

CÔNG TY TNHH GCOOP

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM



Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 2607/2023/HT-GC

Hà Nội, ngày 26 tháng 07 năm 2023

TÀI LIỆU TRÌNH BÀY TẠI HỘI NGHỊ, HỘI THẢO, ĐÀO TẠO

Tên hội nghị, hội thảo: THAY ĐỔI NGUỒN NƯỚC, ĐỔI CUỘC ĐỜI

Thời gian: Từ 08:00 đến 12:00 ngày 18/08/2023

Địa điểm: Nhà văn hóa Phố Thề, Xã Lan Giới, Huyện Tân Yên, Tỉnh Bắc Giang

Số lượng người tham dự: 100 người

Bắt đầu	Kết thúc	Nội dung chương trình	Người trình bày
08:30	09:00	Đón tiếp các khách mời tham dự chương trình	
09:00	09:15	<ul style="list-style-type: none">Hoạt náo, khởi động chương trìnhGiới thiệu chương trình và khách mời	MC chương trình Vũ Văn Quảng
09:15	09:45	Giới thiệu về Công ty TNHH Gcoop Việt Nam	Nguyễn Thị Phương
09:45	10:30	Giới thiệu một số nội dung trong Kế hoạch trả thưởng của Công ty TNHH Gcoop Việt Nam	Nguyễn Thị Vân
10:30	11:00	Chia sẻ Tầm nhìn Công ty Gcoop Việt Nam	Nguyễn Thị Thúy
11:00	12:00	Giao lưu, kết thúc chương trình, tiễn khách	

NỘI DUNG TRÌNH BÀY – NGUYỄN THỊ PHƯƠNG

CÙNG GCOOP MỞ RA MỘT THẾ GIỚI XINH TƯƠI VÀ KHỎE MẠNH

Xin chào tất cả các Thành Viên GCOOP Việt Nam đã có mặt tại sự kiện vô cùng tuyệt vời này!

Thật tuyệt vời! Xin dành một tràng vỗ tay cho chúng ta, các anh chị thật năng lượng.

Tôi là một trong những Thành viên của GCOOP Việt Nam. Hôm nay, tôi sẽ giới thiệu đôi nét về GCOOP Co., LTd cũng như GCOOP Việt Nam.

GCOOP là một trong những công ty kinh doanh theo phương thức đa cấp, có trụ sở tại Hàn Quốc và hiện tại GCOOP đã có mặt tại Hoa Kỳ, Đài Loan, Nhật Bản và Việt Nam. Tại Việt Nam, Công ty TNHH GCOOP Việt Nam được chính thức thành lập vào tháng 06 năm 2019 và được cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp vào tháng 11 năm 2019. Với phương châm cùng mở ra một thế giới xinh tươi và khỏe mạnh, GCOOP Việt Nam mang đến các sản phẩm mỹ phẩm, thực phẩm và hàng tiêu dùng chất lượng cao được nhập khẩu từ Hàn Quốc. Các sản phẩm từ GCOOP cung cấp đến thị trường đều chứa tất cả sự chân thành của công ty và đặt sức khoẻ của người tiêu dùng lên hàng đầu thông qua những nghiên cứu và phát triển không ngừng. Phương hướng hợp tác phân phối của GCOOP trên thế giới và GCOOP Việt Nam là cung cấp những sản phẩm chất lượng và sự minh bạch, rõ ràng trong chính sách trả thưởng (đã đăng ký với Cục Cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng), đó chính là nền tảng kinh doanh của GCOOP.

Chúng tôi luôn cố gắng để có thể trở thành người bạn đồng hành vững chãi giúp bạn thành công hơn trong cuộc sống. Chúng tôi luôn nỗ lực hết sức mình để nâng cao giá trị thương hiệu Và tự hào mang đến cho bạn những sản phẩm tốt nhất từ thành phần nguyên liệu cho đến thành phẩm hoàn thiện và giá cả phải chăng.

Triết lý kinh doanh của GCOOP đó là sự kết hợp giữa 3 yếu tố: nâng cao giá trị xã hội – hiệu quả kinh tế và văn hóa kinh doanh lành mạnh. Chúng tôi hy vọng nâng cao Tự tôn và Niềm tự hào của Mạng lưới tiếp thị. Chúng tôi luôn cố gắng để có thể trở thành người bạn đồng hành vững chãi giúp bạn thành công hơn trong cuộc sống. Chúng tôi luôn nỗ lực hết sức mình để nâng cao giá trị thương hiệu Và tự hào mang đến cho bạn những sản phẩm tốt từ thành phần nguyên liệu cho đến thành phẩm hoàn thiện và giá cả phải chăng.

Hiện tại, GCOOP Việt Nam đã được cấp xác nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp tại địa phương ở 63 tỉnh, thành phố. Chúng tôi đang phân phối hơn 100 sản phẩm các chủng loại mỹ phẩm, thực phẩm chức năng và hàng tiêu dùng. Với chính sách giá cả và kế hoạch trả thưởng minh bạch, dù ra đời muộn hơn các công ty khác trên thị trường đa cấp, trong thời gian tới, GCOOP Việt Nam sẽ cố gắng phát triển để nâng tầm công ty hơn nữa.

Đến với GCOOP Việt Nam, quý vị có thể trở thành thành viên để được sử dụng những sản phẩm với chất lượng và giá thành tốt nhất, bên cạnh đó còn có thể kiếm thêm thu nhập thông qua việc bán sản phẩm và phát triển hệ thống tuyến dưới của mình. GCOOP Việt Nam cam kết trả thưởng theo đúng kế hoạch đã đăng ký với Cơ quan có thẩm quyền và đúng thời điểm trả thưởng. Nếu quý vị còn đang lăn tăn về công việc kinh doanh tại GCOOP Việt Nam cũng như chất lượng sản phẩm, Quý vị có thể tham gia dưới dạng Khách Hàng Thành Viên” (Consumer) để được trải nghiệm sản phẩm với giá thành như giá của thành viên.

Tôi hi vọng rằng Quý vị sẽ có những trải nghiệm thật tốt tại GCOOP Việt Nam trong thời gian tới.

NỘI DUNG TRÌNH BÀY – NGUYỄN THỊ VÂN

MỘT SỐ NỘI DUNG TRONG KẾ HOẠCH TRẢ THƯỞNG

Slide 2: Công Ty TNHH GCOOP Việt Nam (sau đây gọi là "Công Ty") tiến hành trả thưởng công bằng thông qua kế hoạch trả thưởng hợp lý cho các hoạt động kinh doanh của người tham gia bán hàng đa cấp (sau đây gọi là "Thành Viên").

Trả thưởng tối đa tỷ lệ 38.5% Tổng doanh thu chưa bao gồm thuế. Áp dụng CAP điều chỉnh khi số tiền vượt quá.

Thu nhập được quyết định bởi sự hoạt động kinh doanh độc lập và tự nguyện của Thành Viên, Công Ty không cam kết, đảm bảo hay chịu trách nhiệm về nguồn thu nhập cố định của Thành Viên.

Slide 3:

Từ ngữ	Giải thích
BV	Được viết tắt "Bonus Volume" là giá trị bằng số quy định cho mỗi sản phẩm cụ thể. Một BV được quy đổi để trả thưởng tương ứng bằng 22,700 VNĐ (Hai mươi hai nghìn bảy trăm Việt Nam đồng).
Doanh số BV	Là doanh số mua hàng đã được quy đổi theo đơn vị BV được sử dụng để tính các khoản trả thưởng hoa hồng cho Thành Viên
Thành Viên	Là cá nhân giao kết hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp với Công Ty.
Người bảo trợ	Là người giới thiệu Thành Viên mới ký kết Hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp với Công Ty.

Slide 4: 5 ƯU THẾ CỦA KẾ HOẠCH TRẢ THƯỞNG

1. Doanh thu bán lẻ: >30%
2. Hoa hồng bảo trợ: 10% và 20%. Không yêu cầu nhiều nhánh, không năng động, không đồng cấp vượt cấp.
3. Hoa hồng nhóm: 12% BV nhóm nhỏ. Sơ đồ 2 nhóm ưu việt Thưởng tối đa 400 triệu/tuần. Bảo lưu BV nhóm lớn.

4. Hoa hồng cấp (Thu nhập của thu nhập): 15% HH hỗ trợ F1, 10% HH hỗ trợ F2, 5% HH hỗ trợ F3.

5. Hoa hồng Danh hiệu: 2,270,00 – 113,500,000 một lần duy nhất. Không tập trung Danh hiệu, hạn chế ôm hàng, bán phá giá.

Slide 5:

ĐĂNG KÝ THÀNH VIÊN	Tổng chi trả < 40% (Theo luật BHĐC)	1 BV = 22,700 VNĐ
--------------------	-------------------------------------	-------------------

1. DOANH THU BÁN LẺ: ~ 30% giá sản phẩm

Doanh thu bán lẻ = Giá tiêu dùng – Giá Thành Viên (Khoảng 30-45% tùy sản phẩm)

Ví dụ: Bạn 10,000,000 VNĐ. Thu nhập của BẠN nếu bán lẻ ~ 3,000,000 VNĐ (Hoặc tiết kiệm được nếu tiêu dùng).

2.

Slide 6: 2.1 HOA HỒNG BẢO TRỢ: 10% BV cho đơn hàng =<499.9BV

Bạn → A

Ví dụ: A mua 1 đơn hàng 450BV

Thu nhập của bạn = 10% x 450BV x 22,700 VNĐ

$$= 1,021,500 VNĐ$$

Không cần nhiều nhánh. Không đồng cấp vượt cấp

Slide 7: 2.2 HOA HỒNG BẢO TRỢ: 20% BV cho đơn hàng >= 500BV

Ví dụ: A mua 1 đơn hàng 1,000 BV

Thu nhập của bạn = 20% x 1,000 BV x 22,700 VNĐ

$$= 4,540,000 VNĐ$$

Không cần nhiều nhánh. Không đồng cấp vượt cấp

Slide 8: 3. HOA HỒNG NHÓM: 12% BV nhánh nhỏ

Thu nhập của BẠN:

$$= 12% x 5,000BV x 22,700 VNĐ$$

$$= 13,620,000 VNĐ/Chu kỳ$$

Thu nhập của BẠN

= 12% x 6,000BV x 22,700 VNĐ

= 16,344,000 VNĐ/Chu kỳ

400,000,000 VNĐ/tuần ~ 1,6 tỷ/tháng. Tối đa chi trả.

Thu nhập thụ động. Hỗ trợ lẫn nhau.

Năng động (Doanh số của BV bản thân) = 20BV/4 Chu kỳ (dành cho cấp bậc GBO)

Slide 9: 4. HOA HỒNG CẶP (MATCHING): 15% (F1), 10% (F2), 5% (F3)

Giúp 1 người F1 maxout -> Thu nhập của BẠN: 15% x 400,000,000 đ = 60,000,000 đ/ tuần -> 240,000,000 đ/4 tuần x số lượng

Giúp 1 người F2 maxout -> Thu nhập của BẠN: 10% x 400,000,000 đ = 40,000,000 đ/ tuần -> 160,000,000 đ/4 tuần x số lượng

Giúp 1 người F3 maxout -> Thu nhập của BẠN: 5% x 400,000,000 đ = 20,000,000 đ/ tuần -> 80,000,000 đ/4 tuần x số lượng

Thu nhập không giới hạn.

Slide 10: 5. HOA HỒNG DANH HIỆU

Danh hiệu		4 chu kỳ gần nhất Trái: Phải (BV)	Biểu đồ bảo trợ thế hệ 1 ~ thế hệ 3	Hoa hồng tháng Danh hiệu VNĐ
Bronze	BR	1,000 : 1,000		2,270,000
Silver (Bạc)	SV	3,000 : 3,000		6,810,000
Gold (Vàng)	GD	6,000 : 6,000		13,620,000
Sapphire (Lam ngọc)	SP	12,000 : 12,000		27,240,000
Ruby (Hồng ngọc)	RB	24,000 : 24,000	SV : SV	56,750,000
Diamond (Kim cương)	DM	50,000 : 50,000	GD : GD	113,500,000

Blue Diamond (Kim cương xanh)	BD	100,000 : 100,000	SP : SP	
Red Diamond (Kim cương đỏ)	RD	200,000: 200,000	RB : RB	
Crown (Vương miện)	CW	400,000 : 400,000	DM : DM	
Royal Crown (Vương miện hoàng gia)	RC	600,000 : 600,000	BD : BD	

Không tập trung; Danh hiệu; Hạn chế ôm hàng, phá giá

Y/C
P
AM
P.H

NỘI DUNG TRÌNH BÀY – NGUYỄN THỊ THÚY

TẦM NHÌN CÔNG TY GCOOP VIỆT NAM

Slide 2: Chúng ta là những Gcoopers. We are GCoopers!

Slide 3: Năm 2023 của Gcoop đã bắt đầu. Hãy thử hết mình một năm thôi.

Slide 4: Triết lý của Công ty: Giải quyết vấn đề còn thiếu của xã hội. Luôn tạo giá trị và lãnh đạo của sự đổi mới.

Slide 5: SỨ MỆNH CỦA GCOOP

Tạo việc làm cho người khó khăn trong xã hội

Slide 6:

GMP là gì?

Good Manufacturing Practice: Là chứng nhận về sản xuất và quản lý chất lượng tốt đối với Thực phẩm chức năng.

CGMP là gì?

Cosmetics Good Manufacturing Practice: Là chứng nhận về sản xuất và quản lý chất lượng tốt đối với mỹ phẩm.

Slide 7,8: GCOOP

- Giải quyết vấn đề còn thiếu của xã hội và Hy vọng cao về lòng tự tôn, sự tích cực của ngành Kinh Doanh bán hàng trực tiếp.
- Phải có Ai đó bắt đầu vì một nền văn hóa Kinh Doanh Net Work lành mạnh, mang lại hiệu quả kinh tế và tạo nên giá trị xã hội.
- Gcoop chia sẻ, phân phối một cách công bằng. Đang mở ra một thế giới tươi đẹp với những nước láng giềng.

Slide 9: SỨ MỆNH CỦA GCOOP

- Chia sẻ sức ảnh hưởng tích cực của các nhà lãnh đạo
- Truyền bá văn hóa lưu thông đa cấp chân chính
- Sáng tạo giá trị mang tính xã hội và thành quả kinh tế.
- Tạo nên văn hóa lưu thông đa cấp lành mạnh, trong sạch
- Khơi dậy lòng tự hào, tự tôn của các cá nhân bán hàng
- Tìm kiếm hoạt động kinh tế giải quyết đói nghèo và các vấn đề xã hội, khơi dậy lòng tự hào, tự tôn.

Slide 10: TẦM NHÌN CỦA GCOOP

- Thế giới tốt đẹp nơi mọi người cùng chung sống: Chúng tôi xin dốc sức vì một văn hóa lưu thông chân chính dựa trên cơ sở sáng tạo giá trị hạnh phúc và một thế giới tốt đẹp cùng chung sống.

- Đẩy mạnh năng lực trọng tâm của doanh nghiệp: Đẩy mạnh năng lực trọng tâm của doanh nghiệp nhằm nâng cao giá trị thương hiệu với nền tảng là kỹ thuật và bí quyết có thể cạnh tranh với các doanh nghiệp toàn cầu.

Slide 11: - Doanh nghiệp liên doanh IT

- Top 10 Hàn Quốc
- Doanh nghiệp kinh doanh mạng lưới marketing
- Vận hành hệ thống toàn cầu
- Vận hành trung tâm toàn cầu
- Doanh nghiệp loại A

Slide 12: Đúng sản phẩm. Đúng hướng

Slide 13: Gcooper hoạt động đoàn xe ở Namwon valley

Slide 14: Gcooper Valley Chuncheon Phòng hội thảo và chỗ ở

Slide 15: - Social Platform: NỀN TẢNG XÃ HỘI. Người tiêu dùng là bạn có thể thay đổi thế giới.

Slide 16-17: - GCOOPER Niềm tin: Nền tảng và sứ mệnh của Thành Viên Gcoop Phát triển một doanh nghiệp tốt.

Slide 18: Quá trình Tiêu chuẩn hóa sản phẩm không sử dụng hóa chất gia dụng:

- Sản phẩm hóa học gia dụng; Sản xuất kinh tế xã hội; Quy trình tiêu chuẩn hóa → Tư vấn quy trình.

- Thông qua quá trình quản lý; Cải thiện hiệu suất và chất lượng sản phẩm; Công nhận kinh tế xã hội; Cải thiện môi trường làm việc → Kinh tế xã hội an toàn bền vững.

Slide 19,20: GCOOP VIỆT NAM: Doanh nghiệp đầu tiên của Hàn Quốc được phép hoạt động theo phương thức bán hàng đa cấp tại Việt Nam theo Nghị định 40/2018/NĐ-CP.

Hình ảnh giấy phép trên trang của Cục Cạnh tranh và Bảo vệ Người tiêu dùng

Slide 21: GCOOP LÀ GCOOP! GCOOP ĐANG DẦN ĐƯỢC BIẾT ĐẾN. CHÚNG TA CÓ KINH NGHIỆM GCOOP.

Slide 22: VĂN HÓA CỦA GCOOP



Kinh doanh bán hàng trực tiếp công bằng tính chuyên nghiệp. Giá trị (phẩm chất) sự hấp dẫn.

Slide 23: ƯỚC MƠ CỦA GCOOP

Năm 2040 mạng lưới GCOOP sẽ có chi nhánh tại 70 quốc gia.

Slide 24: SỨ MỆNH & NHIỆM VỤ

Slide 25: Ông trời trao cho tôi một sứ mệnh

Slide 26-27: CHÚNG TA LÀ GCOOP

TÔI LÀ GCOOPER!

TẠO NÊN GIÁ TRỊ XÃ HỘI

THÔNG QUA VIỆC KINH DOANH CỦA TÔI