**Điều gì làm Satori trở nên khác biệt**

**September 2018**

Được định hình là công ty sản xuất và kinh doanh các sản phẩm nước uống tốt cho sức khỏe, Satori không lấy lợi ích doanh nghiệp làm gốc, mà đặt sự hài lòng của người tiêu dùng làm yếu tố then chốt cho sự thành công của chính mình. Luôn nỗ lực để thực hiện sứ mệnh ấy, ban giám đốc công ty đã đề ra hướng đi thật sự khác biệt với phương châm mỗi sản phẩm đến tay người tiêu dùng là một nguồn cảm hứng cho cuộc sống tốt đẹp hơn.



**Khác biệt từ định hướng phát triển doanh nghiệp**

Quan niệm rằng mỗi doanh nghiệp trong ngành nước giải khát đều nỗ lực đem đến những sản phẩm chất lượng cho người tiêu dùng, Satori hiểu và trân trọng những giá trị mà họ mang lại, cùng học hỏi, cùng cộng hưởng cải tiến để phát triển ngành hàng nước nói chung tại thị trường Việt Nam.

Bên cạnh đó, trên con đường hoạt động kinh doanh của mình, Satori xác định rằng phải mang đến người tiêu dùng những sản phẩm không chỉ để giải khát mà còn phải thật sự tốt cho sức khỏe. Vì vậy mà không ngừng cải tiến chất lượng và mở rộng danh mục sản phẩm “tốt cho sức khỏe” là kim chỉ nam cho định hướng phát triển của doanh nghiệp.

**Khác biệt từ định hướng phát triển sản phẩm**

****

Với tâm thế “Tất cả vì người tiêu dùng”, dòng sản phẩm đầu tiên – nước tinh khiết với công nghệ hoàn lưu khoáng ra đời chính là minh chứng cho sự khác biệt trong mỗi sản phẩm. Với Satori, một sản phẩm nước vừa tinh khiết, vừa cung cấp một phần hàm lượng khoáng vừa đủ, tốt cho sức khỏe là điều mà người tiêu dùng cần cho cuộc sống mỗi ngày. Và giải pháp cho sản phẩm đầu tiên ấy chính là công nghệ sRO được áp dụng đầu tiên tại Việt Nam, giúp giữ lại một hàm lượng khoáng cao nhất có sẵn trong nguồn nước ngầm tự nhiên, mà không làm mất đi hoàn toàn khoáng chất so với những công nghệ xử lý nước tinh khiết thông thường khác trên thị trường. Nhờ đó, nước được giữ lại một phần vừa phải các khoáng chất tự nhiên, tạo nên sự cân bằng giữa yếu tố tốt cho sức khoẻ và vị nước thanh ngọt, dễ uống.

­

**Khác biệt từ định hướng phát triển mô hình nhà máy mở**

Trong ngành giải khát, việc các doanh nghiệp minh bạch thông tin về sản phẩm hay công bố dây chuyền sản xuất đang là điều “mơ hồ” trong niềm tin của người tiêu dùng. Nhưng tại Satori, chúng tôi hiểu rằng người tiêu dùng có quyền được biết về những sản phẩm họ đang dùng thường xuyên trong cuộc sống hằng ngày. Vì thế, Satori quyết định áp dụng mô hình nhà máy mở và triển khai thường xuyên các chương trình tham quan nhà máy nhằm mang lại những trải nghiệm chân thực nhất cho người tiêu dùng. Đối với Satori, việc khuyến khích người tiêu dùng đến tận nơi sản xuất để quan sát, tìm hiểu về quy trình sản xuất ra sản phẩm và trao đổi về những vấn đề mà họ đang quan tâm là một hoạt động cần thiết. Thông qua mô hình nhà máy mở, Satori hy vọng rằng người tiêu dùng sẽ an tâm, tin tưởng hơn về tính an toàn và chất lượng của các sản phẩm, cũng như có thể cập nhật thêm những kiến thức sau chuyến trải nghiệm thực tế tại nhà máy.

**Khác biệt để mang lại những giá trị thật sự cho người tiêu dùng**

Với chiến lược khác biệt từ triết lí kinh doanh đến định hướng phát triển doanh nghiệp sản phẩm và mô hình nhà máy mở, Satori hứa hẹn sẽ tạo nên dấu ấn trong thị trường nước giải khát nói chung và nước đóng chai nói riêng, giúp chinh phục trái tim người tiêu dùng Á Đông.

**Huy Trọng**