

The Cyberk Way Handbook

Lời nói đầu: The Cyberk Way

Cuốn sách này, "The Cyberk Way", được viết ra để ghi lại hành trình, những bài học kinh nghiệm, và định hướng phát triển đã định hình nên Cyberk. Giống như Toyota có "Toyota Way", đây là cách chúng ta ghi dấu lại cách làm của mình, đảm bảo rằng những giá trị và phương pháp làm việc cốt lõi sẽ không bị lãng quên và dễ dàng được tiếp nối bởi các thành viên trong tương lai.

Mọi người có thể sẽ ngạc nhiên, vì vậy nó được viết để ai cũng có thể đọc trong vòng 5-10 phút. Lối viết sao cho đơn giản, dễ hiểu và không cần phải giải thích lại để làm rõ.

Mục tiêu của việc đọc sách này là cho mọi người nhanh chóng thích nghi với "Cyberk Way" - Tinh thần làm việc làm nên chúng ta.

Về Cuốn Cẩm Nang Nay

Chào mừng bạn đến với Cẩm nang Cyberk. Hãy xem đây là tài liệu nguồn cho mọi thông tin về cách chúng ta làm việc, hợp tác và phát triển cùng nhau. Nó là kim chỉ nam giúp bạn tìm thấy câu trả lời cho hầu hết các câu hỏi về văn hóa làm việc của chúng ta.

Tuy nhiên, cần nhớ rằng đây là một tài liệu sống, không phải là một văn bản tĩnh. Nó sẽ liên tục được cập nhật để phản ánh những bài học và sự tiến hóa trong cách chúng ta làm việc. Nó cũng không phải là một bộ quy tắc cứng nhắc để giới hạn sự sáng tạo của bạn, và chắc chắn không thể thay thế những cuộc trò chuyện trực tiếp giữa người với người. Hãy luôn ưu tiên đối thoại.

Câu Chuyện Cyberk - Lời Của Tác Giả

Câu chuyện bắt đầu vào năm 2012, khi tôi (Anderson) và Huy tình cờ được xếp chung phòng đại học.

chúng tôi đã cùng nhau làm một app game trên android đầu tiên - Một trò chơi đại loại như bắn tàu, chúng tôi kết nối 2 chiếc điện thoại qua Mạng Lan, sau đó chúng sẽ tự phát hiện ra nhau, nếu người dùng cùng bật app. Tôi Làm thiết kế và Huy code hầu hết mọi tính năng. Dù chẳng mang lại đồng nào, nhưng những dự án đó đánh dấu lần đầu tiên bọn tôi làm ra được một cái gì đó chạy được.

Năm 2014, Nhờ có app Android đó, chúng tôi có cơ hội làm việc tại FPT Software, tham gia phát triển ứng dụng cho Sony TV chạy hệ điều hành Android. Đây là lần đầu tiên chúng tôi được tiếp xúc với những quy trình làm việc chuyên nghiệp như Agile/Scrum và trải nghiệm cảm giác xây dựng một hệ thống phục vụ hàng triệu người dùng trên toàn cầu.

Năm 2018, chúng tôi dần thâm nhập vào những trải nghiệm mới: đi dạy lập trình. Chính trong giai đoạn này, chúng tôi học được một kỹ năng vô cùng quan trọng, đó là giải thích những khái niệm về công nghệ khó hiểu nhất cho một học sinh lớp 3. Kỹ năng này đã giúp ích không biết bao nhiêu cho tôi tới bây giờ khi cần trình bày với khách hàng.

Năm 2020, Tôi thành lập Skymore, một công ty nhỏ cung cấp giải pháp phần mềm cho trường học. Hoặc bất cứ ai thuê chúng tôi viết cái gì đó. Chúng tôi đã phải xoay sở để làm sao công ty có thể sống sót với hợp đồng dự án \$600. Nhưng lần đầu tiên tôi có đủ tiền để có một đội UX/UI thực tập trả lương bằng trà sữa và phụ cấp xăng xe. Một ông em sale bất động sản chuyển qua code back-end. và ngồi nhờ văn phòng của công ty cũ (Cảm ơn Mindx rất nhiều)

Tong một lần mò mẫm trên upwork vào những ngày cuối tháng 12, tôi thấy thu nhập 1 tháng của mình được viết trên mô tả của một Job 6 giờ làm việc smart-contract developer. Ngay lập tức chúng tôi đã lao đầu vào học. Vơ vét tất cả những gì có sẵn trên internet.

Giao thửa âm lịch năm 2021 chúng tôi có một Job đầu tiên, mồng 4 Tết chúng tôi realease dự án đầu tiên. Tôi đã giàn như làm việc xuyên qua tết nguyên đán năm đó. Nhưng ít nhất tôi vừa mở ra cơ hội xoá đói giảm nghèo và ít nhất mấy đứa em không chỉ có trà sữa và xăng nữa.

Tháng 8 năm 2021 tôi gặp bạn Jon, người mà mãi sau này tôi mới biết khi đó cậu ấy vẫn là sinh viên năm đại học năm thứ 3. Thật điên là khi đó tôi còn chưa thể chào hỏi bằng tiếng anh. Bằng lý do nào đó chúng tôi vẫn bắt đầu hợp đồng đầu tiên. Nó thành công và cậu ấy gọi được vốn.

Thành công này nhanh chóng biến Jon thành fan hâm mộ đầu tiên, Cậu ấy kết nối tôi với mọi bạn bè mà cậu có cùng lĩnh vực. Và từ đó trở đi, tôi chưa bao giờ có cơ hội để đi bán hàng nữa. Họ cứ liên tục tự tìm đến.

Ngày 1 Tháng 8 Năm 2022 Chúng tôi thành lập Cyberk và đóng cửa Skymore. Tôi muốn dành mọi sự tập trung mà tôi có để làm 1 việc: Chúng tôi sẽ là chuyên gia của blockchain

Cũng trong giai đoạn này, Huy chính thức tham gia toàn thời gian với vai trò CTO, trở thành người đặt nền móng cho năng lực công nghệ của công ty, cùng với cái gật đầu của Jon, một mảnh ghép quan trọng trong đội ngũ sáng lập.

Năm 2022 chúng tôi tập trung xây dựng một lối hứa với khách hàng, Cyberk sẽ luôn đảm bảo dự án của khách hàng thành công về mặt công nghệ.

Cuối năm 2025 The Cyberk Way

Đến hôm nay, Cyberk đã có cơ hội hợp tác với những đối tác hàng đầu trong ngành. Và vẫn như thường lệ họ đến với Cyberk vì có ai đó giới thiệu. Ai đó đã làm việc và nhìn thấy cái gì đó ở chúng tôi. Họ trở thành một fan, và họ giới thiệu cho bạn của họ.

Vì vậy tôi ngồi lại và viết ra cuốn sách này, để ghi lại cách làm để cho mọi người cùng rõ.

Phần 1: Chân dung khách hàng - Web3 Builder

Web3 Builder

Builder: Khách hàng của chúng ta, xuất thân họ là những nhà khởi nghiệp hoặc các doanh nhân đam mê về công nghệ, , Quỹ đầu tư mạo hiểm, Innovation-hub của một bigtech. Cái họ mong muốn là được làm ra một sản phẩm có thể thay đổi thế giới.

Họ hoặc là sợ hãi bị tụt hậu so với thế giới Vuca, họ lo lắng mình trở thành một NOKIA thứ 2. Một ngày một công ty khởi nghiệp với vài kỹ sư trẻ tuổi sẽ biến mô hình kinh doanh của họ trở nên lỗi thời. Họ cũng có thể nhìn thấy một cơ hội có 1 không 2, Khi mà họ tận dụng được, cơ hội này sẽ biến họ thành kỳ lân công nghệ trong một đêm.

Vì vậy họ sẽ không chọn các lĩnh vực cũ, vì ứng dụng trên các nền tảng công nghệ cũ đã có ai đó làm gì đó rồi. Và nếu một dự án không tồn tại, thì có lẽ ai đó đã thử nghiệm và đã thất bại. Vì vậy họ thường chọn các công nghệ mới nhất.

Tài chính của họ cũng không phải dư giả, hoặc quỹ của họ dành cho việc khởi nghiệp này cũng không lớn, vì tâm lý của họ vẫn là thử nghiệm, Nếu thất bại thì họ sẽ tiếp tục thử lại.

Vậy chiến lược của họ là sẽ làm thật nhỏ, gọn sao cho tới tay người dùng mục tiêu nhanh nhất có thể, sau đó họ sẽ tiến hành đánh giá, đo lường, kết luận. Sau đó họ sẽ quay lại với ý tưởng và đưa ra các thay đổi để sao cho phù hợp với nhu cầu của user. Vì thế họ thường có xu hướng thay đổi ý tưởng liên tục.

Phần 2: Giới thiệu về Cyberk

2.1. Sứ Mệnh: Cách Chúng Ta Làm

Mission: Kiến tạo đột phá: Làm cho việc khởi nghiệp công nghệ trở nên dễ dàng và đơn giản!

Vì vậy Chúng ta cần giúp họ tạo ra một sản phẩm tốt nhất trong một khoảng thời gian nhanh nhất để họ có thể sớm đưa tới tay người dùng. Từ đó tiết kiệm chi phí cơ hội, giảm chi phí vận hành, và cùng một lượng chi phí họ có được nhiều chu kỳ: **Thử nghiệm-Cải tiến** hơn. Tăng xác suất thành công lên cao hơn.

Nhưng sản phẩm phải luôn sẵn sàng trạng thái khi sản phẩm của họ được đón nhận nồng nhiệt, khi mà lượng người dùng có thể sẽ tăng từ 0 lên 100k user trong vài ngày. Để làm được việc này chúng ta cần luôn sẵn sàng cho các thay đổi ý tưởng từ phía khách hàng, và chúng ta cần hiểu rằng đó là một phần của quá trình phát triển sản phẩm. **ngay cả việc làm ra một tính năng, và chúng không bao giờ được sử dụng.**

Đảm bảo rằng hệ thống chạy tốt từ 0-100,000 người dùng trong vòng 24 giờ, vì vậy phần mềm chúng ta làm ra phải luôn đảm bảo tính "scalability" hay gần đây gọi là "Elastic" chi phí thấp khi ít người dùng, và sẵn sàng scale khi rất nhiều người dùng mà không có down-time.

Cuối cùng là ta luôn hiểu rõ các công nghệ mới nhất, để có thể cùng đón đầu với họ về ý tưởng của họ, để họ không mất thời gian giải thích với chúng ta, và chúng ta có thể đóng góp vào sản phẩm của họ ở góc độ kỹ thuật. Tập trung vào việc biến việc khởi nghiệp này trở nên dễ dàng, đơn giản, tiết kiệm. bằng cách giúp họ làm chủ các **công nghệ mới nhất**, và là những người đầu tiên hiểu và biết cách đưa chúng vào thực tế.

2.2. Giá Trị Cốt Lõi: La Bàn Cho Mọi Hành Động

Tại Cyberk, chúng ta không có một bộ quy tắc phức tạp. Thay vào đó, chúng ta có một chiếc la bàn với bốn giá trị cốt lõi. Đây là nền tảng để chúng ta ra quyết định, hành động và đối xử với nhau mỗi ngày.

Tâm: **Tận tâm với sản phẩm.** Ta biết rằng tâm ta ở đâu thì sự nghiệp ta ở đó. Khi ta đặt tâm vào sản phẩm ta tìm thấy lý do cho những đêm Overtime, Những trận tranh cãi này lửa với đồng nghiệp, và là nơi ta tìm thấy ý nghĩa của công việc.

Cầu thị: **Tinh Thần Đổi Mới.** Trong lĩnh vực công nghệ, đứng yên đồng nghĩa với việc bị bỏ lại phía sau. Vì vậy, Cầu thị là **kỷ luật bắt buộc** để giữ cho tay nghề của chúng ta luôn sắc bén.

Nghệ: **Tinh thần nghệ nhân.** "Nghệ" là kết tinh của "Tâm". Đó là sự tỉ mỉ trong từng chi tiết, là **niềm tự hào về tay nghề** của mình, và là đạo đức nghề nghiệp không cho phép mình tạo ra một sản phẩm cầu thả.

Tín: Là lý do khách hàng đến với ta, ở lại với ta, giới thiệu bạn bè của họ cho chúng ta. Nó được xây dựng bằng cam kết, kết quả, chất lượng sản phẩm.

2.3. Tổng quan về Cyberk

Chúng ta là một tổ chức tinh gọn với dưới 50 thành viên, được xây dựng dựa trên nguyên tắc "nghệ nhân làm việc với nghệ nhân". Đây là nơi chúng ta cùng nhau theo đuổi tinh thần nghệ nhân thực thụ: tỉ mỉ trong từng sản phẩm và tự hào về tay nghề của mình.

Mô hình phát triển của chúng ta dựa trên sự dìu dắt: người nhiều kinh nghiệm dạy cho người ít kinh nghiệm hơn, người anh chị đi trước hướng dẫn người em đi sau, người cũ chào đón và chỉ bảo người mới. Chúng ta tin rằng tất cả sẽ cùng nhau tiến bộ trên con đường này.

Chúng ta cũng nhận thức sâu sắc rằng mình đang sống trong một thời đại của sự cô đơn, nơi guồng quay của công việc 8 tiếng và bốn bức tường có thể làm con người xa cách. Vì thế, Cyberk không chỉ là một công ty. Chúng ta kiến tạo một cộng đồng, nơi những mối quan hệ anh chị em là một phần không thể thiếu của cuộc sống. Ở đây không chỉ có quan hệ đồng nghiệp, mà còn là tình bạn, là sự gắn kết giữa gia đình với gia đình.

2.4. Các Mô Hình Dịch Vụ

Để thực thi sứ mệnh của mình, chúng ta cung cấp hai mô hình dịch vụ linh hoạt, tùy thuộc vào giai đoạn và nhu cầu của khách hàng:

MVP Development: Từ Ý Tưởng Đến Sản Phẩm Hoàn Chỉnh

Đây là gói dịch vụ trọn gói giúp khách hàng biến một ý tưởng thành sản phẩm có thể sử dụng được trong một khung thời gian cố định.

- **Chúng ta làm gì:** Toàn bộ quy trình từ thiết kế, phát triển, kiểm thử cho đến hỗ trợ marketing ban đầu.
- **Dành cho ai:** Mô hình này phù hợp nhất với các dự án mà khách hàng đã có yêu cầu rõ ràng, mục tiêu và deadline cụ thể.

Tech-Lab: Đội Ngũ Công Nghệ Tích Hợp

Với mô hình này, chúng ta hoạt động như một bộ phận công nghệ nội bộ của khách hàng, cùng họ bàn bạc, nghiên cứu và phát triển sản phẩm với độ linh hoạt cao nhất.

- **Chúng ta làm gì:** Trở thành một phần trong đội ngũ của khách hàng, tham gia vào quá trình vận hành, bảo trì, hoặc phát triển các tính năng mới.
- **Dành cho ai:** Phù hợp với các dự án ở giai đoạn sau MVP (cần vận hành, bảo trì) hoặc các dự án mà yêu cầu chưa rõ ràng, cần sự linh hoạt và khám phá liên tục.

Triết Lý Cốt Lõi: Dù bạn ở bất kỳ vị trí nào, hãy luôn làm việc với một tâm thế duy nhất: **Chúng ta là chuyên gia công nghệ, là CTO của khách hàng.**

Điều này có nghĩa là chúng ta không chỉ nhận yêu cầu và làm theo. Trách nhiệm của chúng ta là đóng vai trò của một chuyên gia, thấu hiểu bài toán kinh doanh của họ và chủ động đưa ra giải pháp công nghệ tốt nhất. Chúng ta suy nghĩ thay cho khách hàng, dự đoán những rủi ro và tư vấn cho họ con đường hiệu quả nhất. Đây chính là giá trị lớn nhất mà chúng ta mang lại.

2.5. Cơ Cấu Tổ Chức Cyberk

Triết lý tổ chức của chúng ta

Tại Cyberk, chúng ta không xây dựng một hệ thống cấp bậc phức tạp. Thay vào đó, chúng ta kiến tạo một hệ sinh thái gồm các bộ phận chuyên môn cao, hoạt động như những người nghệ nhân, cùng nhau hợp tác để tạo ra sản phẩm tốt nhất cho khách hàng.

Cấu trúc của chúng ta được thiết kế để tối ưu hóa sự hợp tác, giảm thiểu các rào cản và đảm bảo mọi người đều hiểu rõ vai trò của mình trong bức tranh lớn. Dưới đây là các bộ phận chính tạo nên Cyberk.

Ban Lãnh Đạo - BOD

Ban Lãnh đạo là những người đặt ra tầm nhìn và định hướng chiến lược cho công ty.

- **Vai trò chính:** Chịu trách nhiệm về các quyết định chiến lược, quản trị rủi ro, và đảm bảo công ty phát triển bền vững.
- **Trách nhiệm:**
 - Xây dựng tầm nhìn, sứ mệnh và các giá trị cốt lõi.
 - Định hướng các mục tiêu kinh doanh dài hạn.
 - Kiến tạo một môi trường làm việc nơi mọi người có thể phát triển tốt nhất.

Bộ phận Marketing

Bộ phận BD là những người kể chuyện. Họ là cầu nối giữa kỹ thuật và thị trường, giúp khách hàng thấu hiểu giá trị mà sản phẩm của chúng ta mang lại.

- **Vai trò chính:** Tìm kiếm, kết nối và xây dựng mối quan hệ với khách hàng.
- **Trách nhiệm:**
 - Truyền tải câu chuyện về sản phẩm và cách chúng ta làm việc.
 - Đàm phán và ký kết hợp đồng.
 - Đàm bảo tiếng nói của khách hàng được lắng nghe trong toàn bộ tổ chức.

Bộ phận Development - Dev

Đây là những "nghệ nhân" trực tiếp tạo ra các sản phẩm công nghệ. Họ biến những ý tưởng thành hiện thực thông qua mã lệnh. Họ cũng là tiền tuyến, người đi giải quyết vấn đề trực tiếp cho khách hàng

- **Vai trò chính:** Giao tiếp với khách hàng, đảm bảo thông tin minh bạch. Chịu trách nhiệm phát triển và hoàn thiện các tính năng của sản phẩm.
- **Trách nhiệm:**
 - Viết mã nguồn chất lượng cao, dễ bảo trì.
 - Nghiên cứu và áp dụng các công nghệ mới.
 - Hợp tác chặt chẽ với các bộ phận khác để đảm bảo sản phẩm đáp ứng đúng nhu cầu.

Bootstrap Team

Bao gồm các kỹ sư hệ thống (System Engineer), làm việc ở cấp độ giải pháp (solution-level). Mục tiêu của họ là đưa ra giải pháp tối ưu cho bài toán của khách hàng.

- **Vai trò chính:** Chịu trách nhiệm phát triển Cyberk-framework, thiết lập nền tảng cho các dự án và xây dựng giải pháp kỹ thuật.
- **Trách nhiệm:**
 - Phát triển và duy trì Cyberk-framework.
 - Setup và cấu hình dự án ở giai đoạn ban đầu.
 - Xây dựng tài liệu kỹ thuật và giải pháp kiến trúc.
 - Soạn thảo proposal kỹ thuật cho khách hàng.

Bộ phận Design

Bộ phận Thiết kế thổi hồn vào sản phẩm. Họ đảm bảo sản phẩm không chỉ hoạt động tốt mà còn mang lại trải nghiệm thẩm mỹ và dễ sử dụng.

- **Vai trò chính:** Chịu trách nhiệm về mặt hình ảnh, trải nghiệm người dùng (UX) và giao diện người dùng (UI) của sản phẩm.
- **Trách nhiệm:**
 - Thiết kế giao diện và luồng tương tác của người dùng.
 - Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu cho sản phẩm và công ty.
 - Đảm bảo tính nhất quán về mặt nghệ thuật và thẩm mỹ trên mọi sản phẩm.

Bộ Phận QA

Bộ phận QA là những người bảo vệ cuối cùng cho chất lượng sản phẩm. Họ đảm bảo rằng mỗi sản phẩm đến tay khách hàng đều hoàn hảo và đáng tin cậy.

- **Vai trò chính:** Kiểm tra và đảm bảo chất lượng sản phẩm trước khi phát hành.
- **Trách nhiệm:**
 - Xây dựng và thực thi các kịch bản kiểm thử.
 - Phát hiện, ghi nhận và theo dõi các lỗi.
 - Phối hợp với bộ phận Dev để cải thiện chất lượng sản phẩm từ gốc.

Bộ phận Đời sống

Đây là bộ phận chăm sóc "trái tim" của công ty. Họ tạo ra một môi trường làm việc tích cực, nơi mọi người cảm thấy được quan tâm và gắn kết.

- **Vai trò chính:** Chăm lo các hoạt động văn hóa, tinh thần và đời sống hàng ngày của các thành viên.
- **Trách nhiệm:**

- Tổ chức các hoạt động nội bộ, team building.
- Hỗ trợ các vấn đề hành chính, nhân sự.
- Lắng nghe và cải thiện môi trường làm việc để mọi người luôn cảm thấy vui vẻ và được truyền cảm hứng.

Phần 3: Bí quyết Cyberk

3.1. Bí Quyết 1: Chăm hay không bằng tay quen

"Tôi không sợ người luyện tập 10,000 cú đá chỉ một lần, mà sợ người luyện tập một cú đá 10,000 lần." - Lý Tiểu Long

Câu nói của huyền thoại Lý Tiểu Long chính là kim chỉ nam cho một trong những bí quyết quan trọng nhất của Cyberk. Trong một thế giới công nghệ luôn biến động với vô vàn lựa chọn, chúng ta chọn một con đường khác: **Chăm hay không bằng tay quen.**

Tại sao chúng ta chọn con đường này?

Chúng ta tin rằng năng suất và giá trị vượt trội không đến từ việc biết nhiều thứ một cách hời hợt, mà đến từ việc **làm chủ sâu sắc một lĩnh vực**. Thay vì chạy theo mọi công nghệ mới, chúng ta tập trung toàn bộ nguồn lực vào một stack công nghệ duy nhất và luyện tập nó cho đến khi đạt đến mức độ "thượng thừa".

Việc này đòi hỏi một sự đánh đổi lớn:

- **Chúng ta phải nói "không"**: Chúng ta chấp nhận từ chối nhiều khách hàng tiềm năng không thuộc lĩnh vực chuyên môn của mình.
- **Chúng ta chấp nhận quy mô nhỏ**: Chúng ta không theo đuổi sự phát triển dàn trải, mà tập trung vào việc xây dựng một đội ngũ tinh nhuệ.

Đổi lại, chúng ta nhận được một lợi thế cạnh tranh không thể bị sao chép: **năng lực thực thi vượt trội trong lĩnh vực web3 và blockchain**.

- **Chúng ta làm chủ công nghệ**: Chúng ta hiểu rõ mọi khái niệm, từ cơ bản đến nâng cao.
- **Chúng ta làm chủ hệ sinh thái**: Chúng ta biết rõ các case-study thành công, các dự án xuất sắc, và những người đang dẫn đầu trong ngành.
- **Chúng ta làm chủ giới hạn**: Chúng ta hiểu rõ những giới hạn của công nghệ mình đang dùng, biết cách khắc phục nhược điểm của nó và liên tục tìm cách để trở thành người sử dụng nó tốt nhất.

Bằng cách đào sâu và làm chủ cuộc chơi của chính mình, chúng ta tạo ra một hiệu suất và giá trị vượt trội. Đây chính là thế mạnh mà không ai có thể đánh bại, là nền tảng để chúng ta xây dựng lòng tin với khách hàng và kiến tạo những sản phẩm thực sự có giá trị.

3.2. Bí quyết 2: Dĩ bất biến, ứng vạn biến

Trong thế giới web3 muôn hình vạn trạng, mỗi dự án của khách hàng là một bài toán độc nhất ("vạn biến"). Tuy nhiên, nếu nhìn sâu hơn, chúng ta sẽ thấy có những quy luật và thành phần cốt lõi gần như không bao giờ thay đổi ("bất biến"). Đó là kiến trúc cơ sở dữ liệu, tính năng đăng nhập, các mẫu hợp đồng thông minh, bộ công nghệ (tech-stack) hay cấu trúc hạ tầng (infrastructure).

Triết lý của chúng ta là nắm vững cái "bất biến" để linh hoạt đáp ứng cái "vạn biến". Chúng ta tập hợp tất cả những thành phần "bất biến" này lại và liên tục bồi đắp, tối ưu chúng sau mỗi dự án để tạo thành một nền tảng vững chắc mang tên **Cyberk-framework**.

Lợi thế này càng trở nên to lớn hơn khi chúng ta áp dụng "Bí quyết 1" - tập trung chuyên sâu vào công nghệ blockchain.

Việc thu hẹp phạm vi giúp chúng ta xác định được một vùng "bất biến" lớn hơn rất nhiều so với các đối thủ khác. Đây chính là tài sản trí tuệ cốt lõi, là nền tảng cho phép chúng ta xây dựng nhanh hơn, tốt hơn và thông minh hơn. Hãy hình dung thay

vì xây dựng một sàn giao dịch phi tập trung (DEX) từ con số không cho mỗi khách hàng, chúng ta đã có sẵn một bộ khung DEX hoàn chỉnh, bao gồm:

- **Smart Contracts:** Các hợp đồng thông minh cho việc swap, cung cấp thanh khoản đã được kiểm toán (audit) và tối ưu gas. Các ABI.
- **Backend & Indexing:** Hệ thống backend và dịch vụ index dữ liệu on-chain đã được cấu hình sẵn.
- **Hạ tầng triển khai tự động:** Mỗi trường gần như đã sẵn sàng, các dịch vụ và kiến trúc đã sẵn sàng cho một hệ thống phát triển từ 0-100,000 user trong 1 đêm.
- **Frontend:** Giao diện kết nối ví, hiển thị biểu đồ, và các thành phần UI phổ biến. Các best-practice mà chỉ trong web3 mới có. Và hơn hết chúng đã được tích hợp với Back-end, contract, hạ tầng.
- **Documents:** Các tài liệu cần thiết cho một dự án, Như hướng dẫn cài đặt, Architecture design, ERC...etc

Khi khách hàng đến với một ý tưởng DEX độc đáo, chúng ta không bắt đầu từ giấy trắng. Chúng ta triển khai bộ khung này trong 1 cú click chuột, sau đó tập trung 100% nguồn lực vào việc xây dựng những tính năng đặc thù tạo nên sự khác biệt cho họ.

Cách tiếp cận này mang lại những lợi thế vượt trội:

- **Tốc độ không tưởng:** Thay vì mất cả tháng trời cho các tính năng cơ bản lặp lại. Chúng ta có thể ra mắt sản phẩm trong một khoảng thời gian cực ngắn vì phần lớn công việc nền tảng đã được hoàn thành và kiểm chứng.
- **Chất lượng đỉnh cao:** Nền tảng của chúng ta là kết tinh của vô số kinh nghiệm thực chiến.
 - **Code-base:** Được sàng lọc, tái cấu trúc và kiểm thử qua nhiều dự án, đảm bảo sự ổn định và dễ bảo trì.
 - **Kiến trúc:** Đã được chứng minh là có thể chịu tải và mở rộng, sẵn sàng cho kịch bản tăng trưởng từ 0 lên 100,000 người dùng chỉ sau một đêm.
 - **Infrastructure:** Quy trình triển khai và hạ tầng đã được tự động hóa và tối ưu hóa, đảm bảo tính an toàn và hiệu suất cao.

Vì vậy Chúng ta cần không ngừng cập nhật xu hướng thị trường để thấu hiểu các builders cần gì, trước cả khi họ nhận ra. Xây dựng chúng từ trước thêm chúng vào **cyberk-framework**, Chúng ta xây dựng một triết lý nhất quán về kiến trúc, hạ tầng và quy trình làm phần mềm. Quan trọng nhất, chúng ta **xây dựng một đội ngũ làm chủ sâu sắc những triết lý và công cụ này**.

Vì thế, khi khách hàng đến với Cyberk, họ không chỉ mua dịch vụ. Họ đang hợp tác với một đội ngũ đã chuẩn bị trước nhiều tháng trời cho chính ý tưởng của họ. Đây là một lợi thế chiến lược mà không một đối thủ nào có thể dễ dàng sao chép được.

3.3. Bí quyết 3: Trăm nghe không bằng một thấy

Ở Cyberk, chúng ta sống với triết lý "Trăm nghe không bằng một thấy". Thay vì trình bày, chúng ta mang sản phẩm cho khách hàng dùng thử mỗi ngày. Thay vì tốn thời gian mô tả lỗi, chúng ta ngồi lại cùng nhau để "bắt bugs" trực tiếp. Chúng ta tin rằng việc trải nghiệm sản phẩm một cách hữu hình là con đường ngắn nhất và hiệu quả nhất để biến ý tưởng thành giá trị.

Daily Demo: Lấy sản phẩm làm trung tâm Mỗi ngày, chúng ta đều demo sản phẩm trực tiếp cho khách hàng. Đây không phải là một buổi báo cáo thông thường, mà là một buổi trải nghiệm sản phẩm sớm.

- **Báo cáo bằng hiện vật:** Chúng ta không nói "sắp xong rồi", chúng ta cho khách hàng thấy sản phẩm chạy được. Điều này triệt tiêu mọi hiểu lầm và đảm bảo chúng ta không bao giờ đi sai hướng quá một ngày.
- **Tìm ra 80/20:** Bằng việc thảo luận trực tiếp trên sản phẩm, chúng ta cùng khách hàng tìm ra 20% những tính năng cốt lõi mang lại 80% giá trị. Nỗ lực của team được tập trung vào nơi quan trọng nhất, tạo ra năng suất vượt trội.

Daily Meeting: Chất lượng đến từ người làm ra Chất lượng không phải là trách nhiệm của riêng bộ phận QA. Tại Cyberk, chất lượng được xây dựng hàng ngày.

- **Dùng thử liên tục:** Trong các buổi họp nội bộ hàng ngày, cả team cùng ngồi lại, đặt mình vào vị trí người dùng và trải nghiệm sản phẩm.

- **Phát hiện vấn đề từ gốc:** Thay vì chờ đợi đến cuối quy trình, các vấn đề được phát hiện và sửa ngay từ khi chúng mới manh nha. Mỗi tính năng trước khi đến tay khách hàng đã được chính chúng ta sử dụng đi dùng lại hàng chục lần.

Sức mạnh của sự linh hoạt Năng lực thích ứng và tốc độ của chúng ta không đến từ sự may mắn. Nó được xây dựng trên hai nền tảng vững chắc:

1. **Gần gũi khách hàng:** Chúng ta luôn ở ngay cạnh khách hàng, thấu hiểu sâu sắc điều gì là quan trọng nhất đối với họ tại mỗi thời điểm.
2. **Tay nghề thượng thừa:** "Bí quyết 1" cho chúng ta khả năng thực thi nhanh chóng, gọn gàng và chính xác.

Sự kết hợp này cho phép chúng ta **làm việc thông minh hơn, không phải vất vả hơn (Work smart, not hard)**. Chúng ta không chỉ xây dựng sản phẩm, chúng ta xây dựng đúng sản phẩm, một cách hiệu quả nhất.

Phần 4: Quy trình làm việc tại Cyberk

4.1. Quy trình tổng quan

Phần này mô tả chi tiết về quy trình làm việc chuẩn tại Cyberk, từ các nguyên tắc nền tảng đến các bước thực thi cụ thể trong dự án.

Hành trình trải nghiệm khách hàng (Customer Journey)

Đây là vòng lặp phát triển sản phẩm của chúng tôi cùng với khách hàng:

1. **Thấu hiểu & Thống nhất:** Khách hàng đặt vấn đề, Cyberk cung cấp giải pháp. Chúng ta cùng nhau thống nhất về cách làm, chi phí, và thời hạn. Sự rõ ràng và minh bạch là nguyên tắc hàng đầu.
2. **Đồng hành & Xây dựng:** Khách hàng tham gia các cuộc họp hàng ngày cùng đội ngũ phát triển, trực tiếp trải nghiệm sản phẩm được hoàn thiện mỗi ngày và cùng nhau ăn mừng những thành công nhỏ (small success).
3. **Vận hành & Cải tiến:** Sản phẩm được ra mắt và có người dùng cuối. Đội ngũ Cyberk cùng khách hàng chăm sóc sản phẩm, thu thập phản hồi và phát hiện các vấn đề mới.
4. **Lặp lại:** Quay về bước 1 để bắt đầu một chu kỳ phát triển mới, liên tục cải tiến và nâng cấp sản phẩm.

Các nguyên tắc cốt lõi

Đây là những triết lý nền tảng, là kim chỉ nam cho mọi hoạt động phát triển phần mềm tại Cyberk.

- **Luôn sẵn sàng bàn giao:** Đảm bảo môi trường (dev-test-prod) và tài liệu luôn được cài đặt và sẵn sàng từ ngày đầu tiên.
- **Bàn giao liên tục cho khách hàng:** Trình bày và demo sản phẩm hàng ngày với khách hàng để nhận được phản hồi càng sớm càng tốt.
- **Chất lượng đến từ người làm ra:** Tập trung phát hiện lỗi sớm, hướng tới một sản phẩm không cần tester.

Quy trình 6 bước

Đây là quy trình làm việc chuẩn, giúp mọi thành viên, đặc biệt là nhân viên mới, nhanh chóng nắm bắt và đóng góp hiệu quả vào dự án.

1. **Proposal (Đề xuất):** Team BOD cung cấp báo giá, đề xuất và ước tính cho dự án. Bước này sẽ thống nhất về cách làm, công nghệ sử dụng, phạm vi công việc (Scope of Work) và loại dịch vụ.
2. **Bootstrap (Khởi tạo):** Team bootstrap sẽ tiến hành cài đặt sản phẩm bằng cách lấy ra từ Cyberk framework, tinh chỉnh cho phù hợp, triển khai tất cả các thành phần quan trọng trên các môi trường dev, production, như Indexer, Frontend, Backend, Contract-sample. Họ cũng xây dựng các entity, API và các tài liệu cần thiết như, thiết kế kiến trúc (architecture design), ERC và tài liệu bàn giao (Hangover document), chuẩn bị sẵn sàng để cuối dự án không bị động.
3. **Planning Meeting:** Đội ngũ họp nội bộ để lên kế hoạch chi tiết.

4. **Kick-off Meeting:** Họp với khách hàng để trình bày kế hoạch đã thống nhất ở bước 3.
5. **Project Development:** Team tập trung phát triển các thành phần quan trọng của dự án, họp với khách hàng hằng ngày và tự demo sản phẩm để tìm ra vấn đề. Ở đây team sẽ thực hiện 3 cuộc họp quan trọng
 - Daily Meeting
 - Daily Demo
 - Retrospective
6. **Quality Audit (Kiểm định chất lượng):** Team QA sẽ gửi một báo cáo "Quality Audit" để đánh giá chất lượng cuối cùng của dự án. Họ sẽ giúp tìm ra các lỗi khó phát hiện, các luồng ẩn, và đánh giá chất lượng tổng quan để team có thể sắp xếp kế hoạch hành động và cải tiến. Các báo cáo Audit này sẽ được gửi định kỳ, bắt đầu từ khi dự án ra mắt chức năng đầu tiên.
7. **Launch (Ra mắt sản phẩm):** Quan sát sản phẩm được sử dụng, tìm ra vấn đề và sửa ngay khi phát hiện.

Khi có yêu cầu mới, quy trình sẽ lặp lại từ bước 1.

4.2. Các cuộc họp quan trọng

1. Planning Meeting

Đã bao giờ bạn cảm thấy mơ hồ khi bắt đầu một dự án mới, không chắc mình cần làm gì và mục tiêu cuối cùng là gì chưa? Sự thiếu rõ ràng này chính là một trong những rủi ro lớn nhất, dẫn đến việc làm lại, trễ tiến độ và làm giảm động lực của cả đội.

Chính để giải quyết vấn đề này, **Planning Meeting (Internal Kick-off)** được tổ chức. Đây không phải là một buổi họp mang tính hình thức, mà là công cụ thiết yếu để biến sự mơ hồ thành một lộ trình rõ ràng. Nó là cơ hội để tất cả các thành viên cùng nhau phân tích yêu cầu, thống nhất về mục tiêu, và xác định vai trò của từng người. Một buổi kick-off thành công sẽ đảm bảo cả đội cùng đứng trên một con thuyền, nhìn về cùng một hướng!

Internal Kickoff Meeting là buổi họp khởi động nội bộ, diễn ra **trước khi bắt tay vào phát triển**. Mục tiêu chính bao gồm:

- **Cả team hiểu rõ yêu cầu:** Toàn bộ thành viên hiểu đúng và thống nhất về PRD, phạm vi và yêu cầu tính năng. **Hiểu sản phẩm:** Cả team nắm được sản phẩm là gì, giải quyết vấn đề nào cho ai.
- **Hoàn thành được Planning Report :** Thảo luận và điền vào Planning Template – phân rõ task, deadline, và người phụ trách.
- **Đồng bộ kỳ vọng:** Mọi người cùng hiểu mục tiêu, cách phối hợp, timeline, và trách nhiệm từng vai trò. Kỳ vọng của công ty, Kỳ vọng của khách hàng. Và cách triển khai dự án.

Những yếu tố tạo nên một buổi kick-off thành công:

- Leader chuẩn bị kỹ: Có overview sản phẩm rõ ràng, nắm vững yêu cầu và dẫn dắt buổi họp mạch lạc.
- Team tham gia đầy đủ và chủ động: Mọi người đọc trước PRD, sẵn sàng đặt câu hỏi và góp ý vào plan.
- Đảm bảo Key-member bắt buộc phải tham gia
- Thảo luận tập trung – kết luận rõ ràng: Không lan man, mỗi phần đều có chốt cuối cùng (ai làm, khi nào xong).
- **Hoàn thành được Planning Report** ngay sau buổi họp: Kế hoạch có thể gửi khách hàng/Anderson ngay trong ngày.
- Xác định sớm rủi ro và điểm chưa rõ để follow-up với khách hàng kịp thời.

Những điều cần tránh trong buổi kickoff meeting

1. **Không có người dẫn dắt (facilitator)** → buổi họp sẽ dễ loãng, không rõ mục tiêu, không có quyết định cuối cùng.
2. **Chưa đọc trước PRD** → mất thời gian giải thích lại từ đầu, không có chiều sâu trong thảo luận.
3. **Không ghi chú – không phân công rõ** → sau họp không ai biết mình làm gì, dễ trễ tiến độ ngay từ đầu.
4. **Chưa xác định rõ rủi ro** → dễ bị động khi có vấn đề xảy ra trong quá trình dev.
5. **Không gửi kế hoạch cho khách hàng sau họp** → khách hàng không nắm được tiến độ, gây hiểu nhầm sau này.

2. Kick-off Meeting

Ngay sau buổi **Planning Meeting** và cả đội đã thống nhất về kế hoạch, Dev-lead sẽ có một buổi họp riêng với khách hàng. Đây là bước đi chiến lược để xây dựng nền tảng cho sự hợp tác hiệu quả, giảm thiểu rủi ro hiểu sai ý nhau.

Mục đích chính:

- **Trình bày kế hoạch:** Dev-lead trình bày kế hoạch, timeline, và cách tiếp cận dự án đã được thống nhất nội bộ để đảm bảo hai bên có chung một tầm nhìn.
- **Kêu gọi sự hợp tác:** Mời khách hàng tham gia vào quy trình **Daily Demo**. Chúng ta nhấn mạnh rằng sự phản hồi sớm của họ là yếu tố then chốt để xây dựng sản phẩm đúng mong muốn, giúp chúng ta tránh lãng phí công sức.
- **Xây dựng quan hệ:** Là cơ hội để team và khách hàng làm quen, tạo dựng sự tin tưởng và một kênh giao tiếp cởi mở.

[!NOTE] Buổi họp này chính là điểm chạm đầu tiên của đội ngũ phát triển với khách hàng. Hãy đầu tư về mặt hình thức, slide và thể hiện sự chuyên nghiệp để gây được ấn tượng tốt. Một khởi đầu thuận lợi sẽ giúp việc hợp tác sau này dễ dàng hơn rất nhiều.

Buổi họp này, tương tự như Daily Demo, chỉ cần sự tham gia của **Dev-lead và khách hàng** để đảm bảo sự tập trung và hiệu quả.

3. Daily Meeting

"Daily Meeting" chính là nhịp đập hàng ngày của dự án. Đây không phải là một buổi họp "đứng" để kể lể các công việc đã làm cho có lệ. Nó là một nghi thức vào đầu ngày để cả đội lấy lại sự tập trung, đảm bảo mọi người cùng nhìn về một hướng và cùng nhau bảo vệ chất lượng sản phẩm.

Mục tiêu chính của Daily Meeting bao gồm:

- **Đồng bộ để minh bạch:** Mọi người chia sẻ những việc đã hoàn thành, các vấn đề đang gặp phải, và nêu ra những điều còn thiếu sót. Mục tiêu là để cả nhóm có một bức tranh chung, rõ ràng về tiến độ và các rủi ro tiềm ẩn.
- **"Săn bug" cùng nhau:** Thay vì quy trình test-log-fix-test tốn thời gian, chúng ta dành thời gian soi kỹ vào sản phẩm ngay trong buổi họp. Khi cả nhóm cùng nhìn vào một chỗ, những lỗi sai sẽ được phát hiện nhanh hơn rất nhiều. Khi cả đội đều đã nắm rõ về "bug", các quy trình ghi nhận phức tạp trở nên không cần thiết.
- **Lên lại kế hoạch trong ngày:** Dựa trên kết quả đã có và những vấn đề vừa phát hiện, cả nhóm cùng nhau điều chỉnh và sắp xếp lại các ưu tiên cho ngày làm việc mới.

Những điều cần tránh trong Daily Meeting:

- **Sa đà vào giải quyết vấn đề kỹ thuật:** Đây là một cái bẫy phổ biến làm lãng phí thời gian của cả nhóm. Nếu có một vấn đề kỹ thuật phức tạp, hãy ghi nhận và thảo luận riêng với dev-lead hoặc người có chuyên môn ngay sau buổi họp. Đừng để cả nhóm phải ngồi "bàn" về một vấn đề không liên quan đến họ.
- **Báo cáo cho có:** Buổi họp nên tập trung vào sản phẩm: tính năng nào đã hoàn thành, cái nào đã sẵn sàng cho người dùng, và bức tranh tổng thể của dự án đang ra sao. Nó không phải là nơi để liệt kê một danh sách dài các "task" đã làm.
- **Kéo dài lê thê:** Thời gian là vàng. Buổi họp này cần nhanh, gọn và hiệu quả, lý tưởng nhất là **dưới 30 phút** nhưng cũng không nên ngắn hơn 10 phút để đảm bảo mọi người có đủ thời gian chia sẻ và "săn bug".

4. Daily Demo

Chúng ta tin vào "chủ nghĩa hiện vật" - báo cáo bằng hiện vật là cách báo cáo tốt nhất: đơn giản, trực quan và không tốn thời gian chuẩn bị. Buổi **Daily Demo** chính là nơi để thực thi triết lý đó. Đây là cuộc họp giữa Dev-lead và khách hàng, nơi chúng ta "show hàng" và biến khách hàng thành một phần của đội ngũ phát triển.

Mục tiêu của cuộc họp này là tạo ra sự minh bạch tuyệt đối về sản phẩm. Tiến độ nhanh hay chậm, sản phẩm tốt hay dở, tất cả sẽ được thể hiện qua chính "hiện vật". Chỉ trong 10-15 phút, khách hàng có thể thấy, chạm và cho phản hồi ngay lập tức.

Đây cũng là cơ hội để chúng ta cùng trải qua khó khăn với khách hàng, cùng bàn bạc giải quyết vấn đề, cùng cố gắng quan hệ đối tác và biến hai bên trở thành một đội.

Quy trình của một buổi Daily Demo hiệu quả:

- **Trình bày "hiện vật":** Dev-lead bật sản phẩm lên và trình bày các tính năng đã hoàn thành. Hãy cho khách hàng thấy sản phẩm đang hoạt động.
- **Thảo luận các vấn đề:** Nêu rõ các giới hạn (limitation) mới phát hiện và các vấn đề cần thảo luận để cùng khách hàng thảo luận. Hãy coi họ như một Product Owner, người ra quyết định cuối cùng.
- **Ghi nhận yêu cầu mới:** Lắng nghe các phản hồi. Tuy nhiên, nếu có các yêu cầu nằm ngoài phạm vi công việc đã thống nhất (scope of work), hãy ghi nhận và báo cáo lại cho Ban Lãnh đạo (BOD) để xử lý, tránh việc tự ý đồng ý.

Những điều cần tránh trong Daily Demo:

- **Báo cáo dài dòng:** Đừng nói không ngừng. Hãy để sản phẩm tự nói lên.
- **Kéo dài thời gian:** Cuộc họp này không nên kéo dài quá 30 phút. Nhanh, gọn và tập trung vào sản phẩm.

5. Retrospective Meeting

Retrospective là cuộc họp hàng tuần, Mục đích của nó là để cả team ngồi lại với nhau và cùng nhìn lại về quá trình đã làm của dự án để tìm ra cơ hội cải tiến.

Đã bao giờ bạn ngồi trong một cuộc họp, có ý tưởng nhưng lại ngần ngại không nói ra vì sợ mình "khác biệt", sợ ý kiến của mình sẽ bị gạt đi? Tình trạng đó được gọi là "tư duy tập thể" (groupthink), và nó chính là rào cản lớn nhất của sự cải tiến. Khi mọi người chọn im lặng để giữ hòa khí, chúng ta đã vô tình chấp nhận những quy trình chưa tốt, những vấn đề tiềm ẩn và đánh mất cơ hội để trở nên tốt hơn.

Chính để phá vỡ rào cản này, **Retrospective Meeting** được sinh ra. Đây không phải là một buổi họp để leader ngồi phê bình hay để báo cáo thành tích. Đây là cuộc họp **của chính các thành viên**, là cơ hội tốt nhất để mỗi người chúng ta tự tay cải tiến lại trải nghiệm làm việc của mình. Là nơi mà mọi quan điểm đều được lắng nghe, mọi trăn trở đều được tôn trọng.

Nếu bạn giữ những khúc mắc ở trong lòng, chúng sẽ dần biến thành sự bất mãn âm ỉ, trong khi không một ai biết rằng bạn đang cảm thấy không ổn. Nó giống như một cô gái tuổi teen khi yêu, giận hờn nhưng nhất quyết không chịu nói ra. Sự im lặng đó không giải quyết được vấn đề, mà chỉ làm cho mối quan hệ tệ đi. Tương tự, một đội ngũ không dám nói thẳng, nói thật sẽ không thể nào phát triển bền vững.

Retrospective là nơi chúng ta đối thoại với các vấn đề một cách trưởng thành. Thay vì đổ lỗi, chúng ta cùng nhau nhìn vào hệ thống để tìm ra gốc rễ: quy trình nào đang làm khó anh em, thói quen nào đang kéo cả team đi xuống? Từ đó, cả team cùng nhau đưa ra những hành động cải tiến cụ thể cho tuần làm việc tiếp theo.

Phần 5: Hướng đến một tổ chức có giá trị

Xây dựng tổ chức có giá trị

Câu chuyện của Cyberk bắt đầu từ năm 2020, giữa bối cảnh đại dịch. Khi đó, chúng ta là một đội ngũ còn rất trẻ, đã cùng nhau ăn, ngủ và làm sản phẩm với một tinh thần không biết mệt mỏi.

Thế giới đã thay đổi, công nghệ thay đổi từng ngày, và những thành viên trẻ tuổi nhiệt huyết năm nào giờ đã trở thành những người nhiều kinh nghiệm. Chúng ta không còn chỉ dựa vào "sức trẻ" để "work-hard", mà đã chuyển mình sang "work-smart" bằng "kinh nghiệm".

Nhưng những kinh nghiệm này không tự nhiên mà có. Nó đến từ việc chúng ta đã phải liên tục làm mới mình để sống sót: tự học công nghệ mới, ăn ngủ với những vấn đề chưa có lời giải. Cả đội đã cùng nhau lên Udemy, Coursera để tự trang bị những kỹ năng cần thiết cho dự án.

Chưa dừng lại ở đó, chúng ta còn chủ động tìm kiếm tri thức từ bên ngoài lĩnh vực chuyên môn của mình. Lập trình viên không ngoại đi học về marketing, quản trị, hay luật.

Đây chính là "văn hoá" đã có ngay từ ngày đầu thành lập: văn hoá liên tục học hỏi và làm mới mình. Đây là con đường chúng ta xây dựng một tổ chức có giá trị từ chính nội tại.

Con đường học tập tại Cyberk

Học có hướng dẫn: Khởi đầu từ "Nhận thức", Tổ chức sẽ bắt đầu bằng việc hướng dẫn. Tri thức nền tảng sẽ được chia sẻ qua:

- **Các lớp Seminar:** Nơi các thành viên có kinh nghiệm hướng dẫn lại cho những người đi sau.
- **Các buổi trình bày:** Về công nghệ mới, về những dự án nổi bật trên thị trường để chúng ta cùng học hỏi từ các case-study thành công, làm giàu vốn tư vấn cho khách hàng.

Tự học: Con đường rèn nên "Kỹ năng" Nếu các lớp học cho chúng ta "nhận thức", thì chính việc tự học mới biến kiến thức đó thành "kỹ năng" thực thụ. Chúng ta tin rằng: **Văn phòng là lớp học, dự án là nơi thực hành.**

Mỗi một dự án là một cơ hội để chúng ta học thêm một điều mới, bổ sung vào bộ sưu tập năng lực của chính mình. Như cách Bác Hồ đã dạy: "Học đi đôi với hành". Đây là lúc chúng ta thực sự mà giũa tay nghề để trở thành những người nghệ nhân. Bằng cách này, sự trưởng thành của mỗi cá nhân sẽ trở thành tài sản quý giá nhất của cả tập thể.

Động cơ của sự phát triển

Áp lực để sống sót cũng chính là áp lực để tiến bộ. Văn hoá tự học, tự trau dồi kiến thức không chỉ là một chiến lược, mà đã trở thành DNA của chúng ta. Nó là thứ đã giúp chúng ta đi từ những ngày đầu gian khổ đến ngày hôm nay.

Chừng nào ngọn lửa ham học hỏi này còn cháy trong mỗi thành viên, chừng nào chúng ta còn xem mỗi thử thách là một bài học, thì chừng đó Cyberk vẫn sẽ tiếp tục tiến về phía trước. Sự phát triển của tổ chức không nằm ở đâu khác, mà nằm ở chính sự trưởng thành của mỗi chúng ta.

Mục lục

Lời nói đầu: The Cyberk Way

Về Cuốn Cẩm Nang Nay

Câu Chuyện Cyberk - Lời Của Tác Giả

Web3 Builder

2.1. Sứ Mệnh: Cách Chúng Ta Làm

2.2. Giá Trị Cốt Lõi: La Bàn Cho Mọi Hành Động

2.3. Tổng quan về Cyberk

2.4. Các Mô Hình Dịch Vụ

2.5. Cơ Cấu Tổ Chức Cyberk

3.1. Bí Quyết 1: Chăm hay không bằng tay quen

3.2. Bí quyết 2: Dĩ bất biến, ứng vạn biến

3.3. Bí quyết 3: Trăm nghe không bằng một thấy

4.1. Quy trình tổng quan

4.2. Các cuộc họp quan trọng

Xây dựng tổ chức có giá trị

Mục lục

- [Lời nói đầu: The Cyberk Way](#)
- [Về Cuốn Cẩm Nang Này](#)
- [Câu Chuyện Cyberk - Lời Của Tác Giả](#)
- [Phần 1: Chân dung khách hàng - Web3 Builder](#)
 - [Web3 Builder](#)
- [Phần 2: Giới thiệu về Cyberk](#)
 - [2.1. Sứ Mệnh: Cách Chúng Ta Làm](#)
 - [2.2. Giá Trị Cốt Lõi: La Bàn Cho Mọi Hành Động](#)
 - [2.3. Tổng quan về Cyberk](#)
 - [2.4. Các Mô Hình Dịch Vụ](#)
 - [2.5. Cơ Cấu Tổ Chức Cyberk](#)
- [Phần 3: Bí quyết Cyberk](#)
 - [3.1. Bí Quyết 1: Chăm hay không bằng tay quen](#)
 - [3.2. Bí quyết 2: Dĩ bất biến, ứng vạn biến](#)
 - [3.3. Bí quyết 3: Trăm nghe không bằng một thấy](#)
- [Phần 4: Quy trình làm việc tại Cyberk](#)
 - [4.1. Quy trình tổng quan](#)
 - [4.2. Các cuộc họp quan trọng](#)
- [Phần 5: Hướng đến một tổ chức có giá trị](#)
 - [Xây dựng tổ chức có giá trị](#)
- [Mục lục](#)
 - [Lời nói đầu: The Cyberk Way](#)
 - [Về Cuốn Cẩm Nang Này](#)
 - [Câu Chuyện Cyberk - Lời Của Tác Giả](#)
 - [Web3 Builder](#)
 - [2.1. Sứ Mệnh: Cách Chúng Ta Làm](#)
 - [2.2. Giá Trị Cốt Lõi: La Bàn Cho Mọi Hành Động](#)
 - [2.3. Tổng quan về Cyberk](#)
 - [2.4. Các Mô Hình Dịch Vụ](#)
 - [2.5. Cơ Cấu Tổ Chức Cyberk](#)
 - [3.1. Bí Quyết 1: Chăm hay không bằng tay quen](#)
 - [3.2. Bí quyết 2: Dĩ bất biến, ứng vạn biến](#)
 - [3.3. Bí quyết 3: Trăm nghe không bằng một thấy](#)
 - [4.1. Quy trình tổng quan](#)
 - [4.2. Các cuộc họp quan trọng](#)
 - [Xây dựng tổ chức có giá trị](#)