

## Lợi thế giúp Grab Việt Nam tăng trưởng cao nhất 10 năm

Ông Alejandro Osorio, CEO Grab Việt Nam phân tích, năm qua đơn vị không chỉ phát triển vững mạnh tại hai thị trường chính là TP HCM và Hà Nội, mà các thị trường mở rộng cũng đạt mức tăng trưởng 63% so với 2023. Để làm rõ hơn về chiến lược tạo ra sự tăng trưởng này cùng những bước đi trong thời gian tới, ông Alejandro Osorio có buổi trò chuyện cùng VnExpress , sau khi có thông báo điều chuyển sang đảm nhiệm vị trí Giám đốc điều hành Grab Singapore vào đầu tháng 7. Ông Alejandro Osorio nhận định Việt Nam là thị trường trọng điểm đối với Grab với tiềm năng tăng trưởng lớn. Ảnh: Quỳnh Trần Đoàn

bầy cho mức tăng trưởng kỷ lục - Ông đánh giá thế nào về tốc độ phát triển của thị trường Việt Nam nói chung và thị trường gọi xe nói riêng, lợi thế cạnh tranh của Grab tại Việt Nam là gì? - Việt Nam là thị trường trọng điểm đối với Grab với tiềm năng tăng trưởng lớn. Quốc gia này có nền kinh tế phát triển nhanh nhất Đông Nam Á, với tầng lớp trung lưu đang mở rộng, lực lượng lao động trẻ, sức tiêu dùng tăng và tinh thần khởi nghiệp rất cao. Những yếu tố này tạo điều kiện thuận lợi để Grab tiếp tục mở rộng và phát triển các dịch vụ. Lợi thế của Grab tổng hòa ở 4 nhóm. Đầu tiên là quy mô hoạt động rộng khắp, hiệu quả vận hành nền tảng tối ưu, kết hợp khối lượng giao dịch và số lượng người dùng lớn. Những yếu tố này giúp chúng tôi thật sự thấu hiểu xu hướng trên thị trường, thị hiếu của người dùng, tăng năng suất hoạt động cho đối tác. Nhờ đó chúng tôi có thể tối ưu chi phí để chuyển hóa thành hỗ trợ cho người dùng và đối tác, mang đến những giá trị cộng thêm cùng nhiều tiện ích độc đáo khác. Thứ hai là hệ sinh thái toàn diện. Nhiều người đã quá quen thuộc với các dịch vụ như GrabBike, GrabCar nên luôn gắn Grab với "thị trường gọi xe", nhưng từ lâu chúng tôi đã mở rộng và tăng trưởng ở nhiều lĩnh vực khác. Với nền tảng đa dịch vụ, người dùng có thể sử dụng Grab cả ngày để đi lại, ăn uống, mua sắm... Đây là nhu cầu thực tế, không chỉ do khuyến mại. Hiện 31% người dùng của chúng tôi sử dụng ít nhất một dịch vụ Grab, 25% trong số đó dùng ít nhất ba dịch vụ. Dữ liệu này cho thấy người dùng thực sự tin chọn

những dịch vụ an toàn, chất lượng của chúng tôi và xem chúng là một phần quen thuộc trong cuộc sống hàng ngày. Công nghệ tiên tiến là nền tảng cho mọi đổi mới sáng tạo ở Grab, trong đó trung tâm R&D đặt tại TP HCM đóng vai trò rất lớn. Bên cạnh công nghệ, chúng tôi có một đội ngũ nhân sự rất xuất sắc, nhiệt huyết và thực sự thấu hiểu thị trường địa phương. Chúng tôi thường xuyên đi thực địa để trực tiếp lắng nghe, tìm hiểu cách người dùng và đối tác sử dụng dịch vụ, từ đó xây dựng những giải pháp, dịch vụ bám sát thực tế tiêu dùng, thay vì áp dụng một mô hình chung. Nhờ những thế mạnh này, chúng tôi ghi nhận mức tăng trưởng vượt bậc trong năm 2024. Không chỉ phát triển vững mạnh tại hai thị trường chính là TP HCM và Hà Nội, các thị trường mở rộng của Grab cũng đạt mức tăng trưởng 63% so với năm trước, chứng tỏ sự phổ biến và thâm nhập sâu rộng của các dịch vụ Grab trên khắp cả nước. Nhiều công ty nghiên cứu uy tín quốc tế như Kantar và Momentum Works công nhận Grab là thương hiệu số 1 trong lĩnh vực gọi xe công nghệ và giao đồ ăn tại Việt Nam. - Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng cao, theo ông đâu là thách thức lớn nhất mà Grab đang phải đối mặt? - Theo tôi, Grab đối mặt với hai thách thức chính. Thứ nhất là làm thế nào để dịch vụ Grab ngày càng dễ tiếp cận hơn nữa, vì tiềm năng trên thị trường vẫn còn rất lớn. Dù đã đạt độ phủ sâu rộng, chúng tôi vẫn cần tiếp tục tiếp cận nhiều nhóm người dùng hơn, đáp ứng những phân khúc giá và nhu cầu đa dạng. Điều này không chỉ giúp phổ biến dịch vụ số đến với người dân mà còn tạo ra cơ hội thu nhập cho nhiều người. Thứ hai là bối cảnh kinh tế toàn cầu, Grab càng phải tăng cường khả năng thích nghi và bền bỉ. Trong giai đoạn đại dịch Covid-19, chính sự linh hoạt, kiên cường và đổi mới kịp thời đã giúp chúng tôi trụ vững và tăng trưởng mạnh mẽ. Đó là những kinh nghiệm quan trọng để chúng tôi tiếp tục duy trì vị thế dẫn đầu thị trường. Ông Alejandro Osorio nói rằng một trong những thách thức của Grab là làm thế nào để dịch vụ ngày càng dễ tiếp cận hơn với người dùng. Ảnh: Quỳnh Trần Thị trường Việt còn rất nhiều tiềm năng chưa được khai phá - Đâu là điều ông nhớ nhất suốt gần ba năm trong vai trò CEO Grab Việt Nam và ông tự hào nhất điều gì? - Grab Việt Nam là một trong những chương quan trọng

nhất trong sự nghiệp của tôi. Tôi tự hào được làm việc với những cộng sự rất tài năng, đầy tinh thần cống hiến. Tôi cũng biết ơn sự hỗ trợ của các đối tác và người dùng. Họ là những người đồng hành cùng tôi trong hành trình phát triển tại một thị trường năng động bậc nhất khu vực. Điều khiến tôi xúc động nhất là những câu chuyện thay đổi cuộc sống của đối tác Grab. Tôi vẫn nhớ mãi một tài xế ở TP HCM đã bật khóc khi kể rằng nhờ có Grab, anh có thể cho con trai theo học ngành y và giúp gia đình vươn lên, có một tương lai tốt hơn. Ông Alejandro (giữa) và các đối tác tài xế tại Ngày hội tài xế công nghệ năm 2024 ở TP HCM. Ảnh: Quang Huy

Điều khiến tôi tự hào nhất chính là việc giờ đây, Grab không chỉ là một ứng dụng mà đã trở thành một phong cách sống. Nhiều người sử dụng tên thương hiệu như một động từ. Đó là sự ghi nhận rất đặc biệt và tôi cảm thấy vô cùng vinh dự khi được là một phần của hành trình ấy. - Ông sẽ để lại những "di sản" gì để Grab Việt Nam tiếp tục phát triển ở giai đoạn tiếp theo? - Tôi chưa bao giờ nghĩ đó là "di sản" của tôi. Những gì Grab đạt được hôm nay là thành quả của toàn bộ đội ngũ nhân viên Grab, nhờ có sự tin tưởng và ủng hộ của người dùng, đối tác khắp cả nước. Góp phần thúc đẩy chuyển đổi số, giúp ngày càng nhiều người Việt tiếp cận với lợi ích của nền kinh tế số là điều vô cùng ý nghĩa đối với tôi. Ông Alejandro Osorio nhận định Việt Nam là một thị trường đầy tiềm năng và cũng rất độc đáo. Ảnh: Quỳnh Trần

Ông muốn nhấn nhủ gì đến tân CEO và đội ngũ Grab Việt Nam? - Việt Nam là một thị trường đầy tiềm năng và cũng rất độc đáo. Mỗi tỉnh thành đều có đặc thù riêng. Tôi tin tưởng vào anh Mã Tuấn Trọng, tân CEO của Grab Việt Nam, người đã đồng hành và tạo nên thành công của Grab suốt 7 năm qua. Tôi tin anh ấy sẽ thổi thêm nhiệt huyết, sáng tạo và năng lượng để kết nối Grab với cộng đồng theo cách mới. Anh sẽ phát triển Grab với dấu ấn riêng, dựa trên nền tảng đã có và dẫn dắt đội ngũ đi xa hơn nữa. Hoàng Đan - Bảo Trân