

iCheck®

✦ SỞ HỮU

TOÀN BỘ DỮ LIỆU

KÊNH PHÂN PHỐI VÀ NGƯỜI DÙNG CUỐI



Tài sản chiến lược cho vận hành
liền mạch và tăng trưởng bền vững

— EBOOK —

MỤC LỤC

01	Tổng quan	02
02	Vai trò của hệ dữ liệu toàn diện trong doanh nghiệp sản xuất phân phối	04
03	Khoảng trống kiểm soát dữ liệu trong nội tại doanh nghiệp	08
04	Giải pháp công nghệ giúp làm chủ dữ liệu toàn tuyến phân phối	11
	4.1. Tư duy mới: quản trị dữ liệu thông qua sản phẩm	12
	4.2. QR code định danh - nền tảng mở khoá chuỗi dữ liệu phân phối	13
	4.3. Giải pháp thu thập dữ liệu kênh phân phối và người dùng cuối	15
	4.4. Chương trình loyalty cho nhà phân phối (sell-out/ sell-in)	18
	4.5. Chương trình loyalty cho người dùng cuối	22
	4.6. Lợi ích kiểm soát dữ liệu toàn trình	25
05	Hệ sinh thái số hoá sản phẩm toàn diện cho doanh nghiệp sản xuất và phân phối	27
06	Về iCheck	31
07	Sở hữu dữ liệu toàn trình - bước chuyển chiến lược trong vận hành và tăng trưởng	34
08	Liên hệ ngay	36

01/ TỔNG QUAN

Trong một thị trường chuyển động nhanh và cạnh tranh liên tục, dữ liệu đang trở thành lợi thế chiến lược giúp doanh nghiệp sản xuất - phân phối tối ưu vận hành và mở rộng thị trường một cách chủ động.

Không đơn thuần là công cụ hỗ trợ, dữ liệu đang đóng vai trò định hình cách doanh nghiệp ra quyết định: Từ hoạch định phân phối, quản trị và phát triển hệ thống kênh bán. Những doanh nghiệp sở hữu hệ sinh thái dữ liệu toàn diện đang từng bước tạo nên khoảng cách cạnh tranh rõ rệt và sức bật tăng trưởng vượt trội.

Tuy nhiên, thực tế cho thấy số lượng lớn doanh nghiệp hiện nay mất kiểm soát dữ liệu trong chuỗi cung ứng, đặc biệt là ở hai tầng then chốt: Dữ liệu kênh phân phối trung gian và người dùng cuối. Khoảng trống này khiến doanh nghiệp thiếu cái nhìn toàn diện, khó tối ưu nguồn lực và thường bỏ lỡ các thời điểm ra quyết định quan trọng.



THỰC TRẠNG KIỂM SOÁT CHUỖI CUNG ỨNG TẠI DOANH NGHIỆP TOÀN CẦU



02/ VAI TRÒ CỦA HỆ DỮ LIỆU TOÀN DIỆN

trong doanh nghiệp sản xuất phân phối



Không chỉ giúp vận hành hiệu quả, hai dòng dữ liệu này hỗ trợ doanh nghiệp chủ động giảm rủi ro, nắm bắt cơ hội nhanh hơn đối thủ và tăng tốc mở rộng thị trường trên nền tảng có định hướng.



Dữ liệu phản ánh quá trình luân chuyển hàng hóa qua các tầng phân phối trung gian từ nhà phân phối cấp 1 đến các đại lý, điểm bán cuối. Khi được thu thập đầy đủ, dữ liệu này giúp doanh nghiệp:

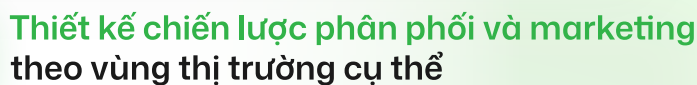


- 1 Theo dõi hiệu suất bán hàng từng kênh, từng vùng
- 2 Phát hiện sớm bất thường như tràn hàng, tồn kho ảo, đứt gãy nguồn cung
- 3 Điều phối hàng hóa linh hoạt và tối ưu chính sách phân phối



McKinsey Global Supply Chain Leader Survey (2024)

Dữ liệu về thói quen sử dụng, hành vi mua, mức độ hài lòng, tần suất mua lại và xu hướng dịch chuyển nhu cầu. Là căn cứ quan trọng để:



PwC - 28th Annual Global
CEO Survey (2025)



Các tổ chức vận hành
dựa trên dữ liệu có khả năng

THU HÚT KHÁCH HÀNG

GẤP 23 LẦN



GIỮ CHÂN KHÁCH HÀNG

GẤP 6 LẦN

TẠO RA LỢI NHUẬN

GẤP 19 LẦN



McKinsey / MGI – Data-Driven Organizations
Outperform Competitors

trong nội tại doanh nghiệp



Báo cáo Excel từ Nhà phân phối/Đại lý



Chỉ phản ánh tình trạng tại thời điểm khảo sát, tổn kém chi phí và khó triển khai liên tục trên quy mô toàn quốc.

Chỉ ghi nhận được dữ liệu sell-in, không theo dõi được hiệu suất tiêu thụ thực tế hoặc luồng hàng đến điểm bán cuối.



Chỉ thu được dữ liệu từ nhóm người tham gia, thiếu đại diện, không thể phản ánh toàn bộ hành vi người tiêu dùng.

“70% doanh nghiệp sản xuất còn thu thập dữ liệu thủ công. Điều này khiến dữ liệu kém chính xác, không cập nhật kịp thời, gây lỗ hổng lớn trong vận hành.”

“37% giám đốc điều hành chuỗi cung ứng cho biết dữ liệu rời rạc và phân tích thiếu khả năng hành động là thách thức chính của họ.”

37%

A diagram showing two white circular vertices connected by a single horizontal red line representing an edge.



A diagram of a simple graph consisting of two vertices (represented by circles) connected by a single edge (represented by a line segment).

A diagram of a simple graph consisting of two vertices (represented by red circles) connected by a single edge (represented by a red line segment).



A diagram showing a simple graph with two vertices (represented by circles) connected by a single edge (represented by a line segment).



Khó đưa ra quyết định
chủ động trong điều phối
và mở rộng hệ thống

20%

Theo McKinsey, các doanh nghiệp có khả năng kiểm soát dữ liệu phân phối vượt trội có thể tiết kiệm đến 20% chi phí vận hành chuỗi cung ứng.

McKinsey & Co. – 2023
Supply Chain Report

giúp làm chủ dữ liệu toàn tuyến phân phối



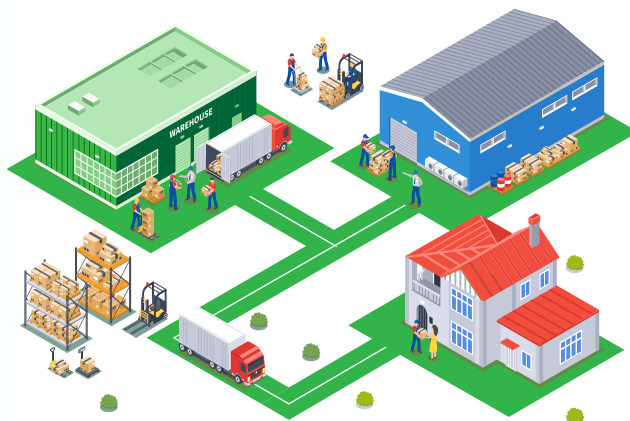
4.1. Tư duy mới: Quản trị dữ liệu thông qua sản phẩm

Trong bối cảnh tốc độ ra quyết định định hình lợi thế thị trường, nhiều doanh nghiệp tiên phong đang chuyển dịch sang Tư duy quản trị dữ liệu mới thông qua sản phẩm.



Khác với mô hình truyền thống vốn phụ thuộc vào báo cáo tổng hợp, phần mềm phân mảnh hay ghi nhận thủ công, cách tiếp cận này cho phép doanh nghiệp chủ động kiến tạo hệ dữ liệu liền mạch ngay từ khâu sản xuất bằng cách gắn mã định danh riêng (QR code) cho mỗi sản phẩm.

Nhờ đó, doanh nghiệp có thể kiểm soát chặt chẽ toàn bộ chuỗi vận hành và thiết lập kết nối liền mạch giữa các mắt xích: Nhà máy – Nhà phân phối – Đại lý – Người dùng cuối. Dữ liệu được thu thập tự động tại mọi điểm chạm, theo thời gian thực, trở thành nền tảng tin cậy hỗ trợ việc ra quyết định quản trị nhanh chóng, chính xác và tối ưu.



4.2. QR Code định danh - Nền tảng mở khóa chuỗi dữ liệu phân phối

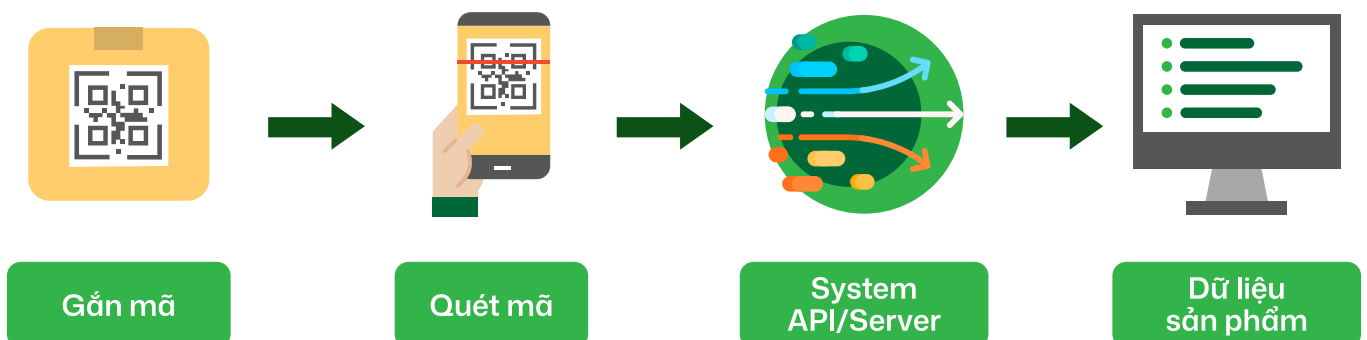
Mã định danh QR code là một dạng mã hóa dữ liệu hai chiều, được sử dụng để định danh duy nhất từng sản phẩm, lô hàng hoặc đơn vị vận hành trong chuỗi cung ứng. Thay vì chỉ là một mã chứa thông tin tĩnh như đường dẫn website, QR định danh mang theo một chuỗi mã hoá độc nhất (Unique Identifier) có thể được liên kết đến một cơ sở dữ liệu lớn để theo dõi và phân tích dữ liệu thời gian thực.



Cơ chế hoạt động

Khi mã QR định danh được in lên bao bì hoặc gắn vào sản phẩm:

- ✓ Thiết bị quét sẽ đọc mã QR này.
- ✓ Thông tin được mã hóa bên trong QR sẽ dẫn đến một trang đích (URL hoặc API endpoint) hoặc gọi về hệ thống cơ sở dữ liệu trung tâm.
- ✓ Hệ thống sẽ truy xuất dữ liệu liên quan đến mã QR đã được doanh nghiệp lưu thông tin cụ thể như: Mã sản phẩm, lô sản xuất, ngày sản xuất, đơn vị sản xuất, thời gian phân phối, ...



- ✓ Thời gian quét (timestamp)
- ✓ Địa điểm quét (qua GPS hoặc IP device)
- ✓ Loại thiết bị sử dụng (smartphone, máy quét)
- ✓ Tần suất và số lượt quét (giúp phân tích lưu thông hàng hóa hoặc hành vi người tiêu dùng)
- ✓ Người dùng quét (nếu có gắn tài khoản, app...)

Định danh sản phẩm bằng QR Code là mắt xích quan trọng giúp doanh nghiệp thiết lập chuỗi dữ liệu xuyên suốt từ hệ thống phân phối trung gian đến người dùng cuối, với độ tin cậy và tính minh bạch cao.



- ☒ Theo dõi hành trình, vị trí và trạng thái của từng đơn vị hàng hóa theo thời gian thực
- ☒ Quản lý từng sản phẩm cụ thể, từ kho đến điểm bán giúp giảm thiểu rủi ro gian lận, thất thoát
- ☒ Thu thập dữ liệu theo từng điểm chạm, phản ánh sát với thực tế vận hành

4.3. Giải pháp thu thập dữ liệu kênh phân phối và người dùng cuối

Thách thức thu thập dữ liệu thực tế thông qua mã QR định danh

Trong bối cảnh doanh nghiệp hiện đại, việc ứng dụng công nghệ QR Code để thu thập dữ liệu không còn là điều mới lạ. Tuy nhiên, câu hỏi quan trọng mà nhiều lãnh đạo doanh nghiệp đang phải đối mặt không phải là **"Có nên sử dụng QR Code không?"** mà là **"Làm thế nào để nhà phân phối và người tiêu dùng chủ động quét mã QR của chúng tôi?"**



Vấn đề cốt lõi: QR Code chỉ là công cụ, chứ không phải giải pháp

QR Code về bản chất chỉ là một phương tiện kỹ thuật, nó có thể chứa đựng thông tin, nhưng không thể tự động tạo ra động lực để mọi người sử dụng. Thực tế cho thấy, phần lớn các mã QR được dán trên sản phẩm mà không có cơ chế khuyến khích sẽ trở thành "vật trang trí", được bỏ qua hoàn toàn bởi cả nhà phân phối lẫn người tiêu dùng cuối. Kết quả là doanh nghiệp đầu tư công nghệ nhưng không thu được dữ liệu.

Nguyên lý hành vi học: Hiểu tâm lý con người để tạo hành động

Theo mô hình BJ Fogg nổi tiếng của Đại học Stanford, mọi hành động của con người đều được thúc đẩy bởi một trong ba yếu tố: **Động lực (Motivation)**, **Khả năng thực hiện (Ability)**, **Trigger (Kích hoạt)**. Và để một hành vi xảy ra, cả ba yếu tố này phải xuất hiện cùng lúc.



Ability (Khả năng)

Hầu hết mọi người đều có smartphone và biết cách quét QR



Trigger (Kích hoạt)

QR Code trên sản phẩm chính là trigger



Motivation (Động lực)

Đây chính là mắt xích còn thiếu!



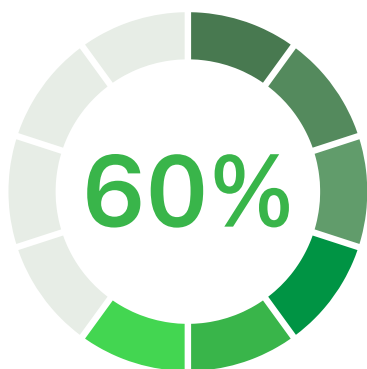
Không có lý do thuyết phục, người ta sẽ không bao giờ dành thời gian và công sức để thực hiện một hành động, dù hành động đó có đơn giản đến mức nào. Đây chính là lý do tại sao các mã QR "trần trụi" không mang lại hiệu quả mà chúng ta cần các ***cơ chế tương tác có chủ đích để thu thập dữ liệu.***





Cơ chế tương tác có chủ đích thu thập dữ liệu

Cơ chế tương tác có chủ đích là việc tạo ra một hệ sinh thái khuyến khích được thiết kế có chủ ý, trong đó mỗi lần tương tác với QR Code đều mang lại giá trị cụ thể và tức thời cho người thực hiện.



“

“Theo Khris Digital, 60% người tiêu dùng ưu tiên quét QR khi có phần thưởng đi kèm – minh chứng cho hiệu quả của động lực trong hành vi số.”

Khris Digital

"

Xuất phát từ đó, iCheck xây dựng chiến lược thu thập dữ liệu được thiết kế riêng biệt theo từng đối tượng mục tiêu:

Giải pháp QR Code Loyalty cho hệ thống phân phối (Sell-in/Sell-out)

Khuyến khích nhà phân phối và đại lý, nhà bán lẻ quét mã khi nhập/xuất hàng để ghi nhận dữ liệu vận hành thực tế.

Giải pháp QR Code Loyalty cho người tiêu dùng

Tạo động lực để khách hàng cuối chủ động quét mã sau khi mua hàng thông qua cơ chế quà tặng, tích điểm hoặc mini game, từ đó thu thập dữ liệu hành vi sử dụng thực tế.



4.4. Giải pháp QR Code Loyalty cho hệ thống phân phối (Sell-in/Sell-out)

Giải pháp Sell-in/Sell-out là gì?

Trong mô hình phân phối nhiều tầng, dữ liệu thường “đứt gãy” sau khâu sell-in, khiến doanh nghiệp không thể nắm được thực tế hàng hóa có thực sự được tiêu thụ ra thị trường hay không.



“Chỉ 15% doanh nghiệp có khả năng nhìn thấy dữ liệu vượt quá nhà cung cấp cấp 1, theo khảo sát của Deloitte về chuỗi cung ứng nhiều tầng”

Deloitte



Giải pháp Sell-in/Sell-out giúp doanh nghiệp vượt qua "điểm mù" này bằng cách thiết lập cơ chế khuyến khích nhà phân phối, đại lý chủ động quét mã khi xuất hoặc nhập hàng cho điểm bán, nhà phân phối nhận được lợi ích trực tiếp (điểm thưởng, chiết khấu, quà tặng) còn doanh nghiệp ghi nhận và kiểm soát được thông tin hoạt động của từng đại lý cấp dưới.

Hệ thống hoạt động theo logic "hành động - tích điểm - đổi thưởng", trong đó mỗi giao dịch của nhà phân phối đều tạo ra lợi ích trực tiếp cho họ và dữ liệu quan trọng cho doanh nghiệp.



Theo thời gian: Thường khuyến khích trong các giai đoạn cụ thể



- Đổi quà tặng từ kho quà của doanh nghiệp
- Nhận chiết khấu cho đơn hàng tiếp theo
- Tham gia các chương trình ưu đãi đặc biệt
- Nâng cấp level để nhận thêm quyền lợi

01/ Nhà phân phối

Nhập/Xuất hàng



02/ Quét mã QR trên sản phẩm xác nhận xuất/nhập hàng

Tư động tích điểm



Nhà phân phối đổi thưởng

04/ Tài khoản app Seller của nhà phân phối



**Ghi nhận thông tin xuất/nhập
của nhà phân phối**

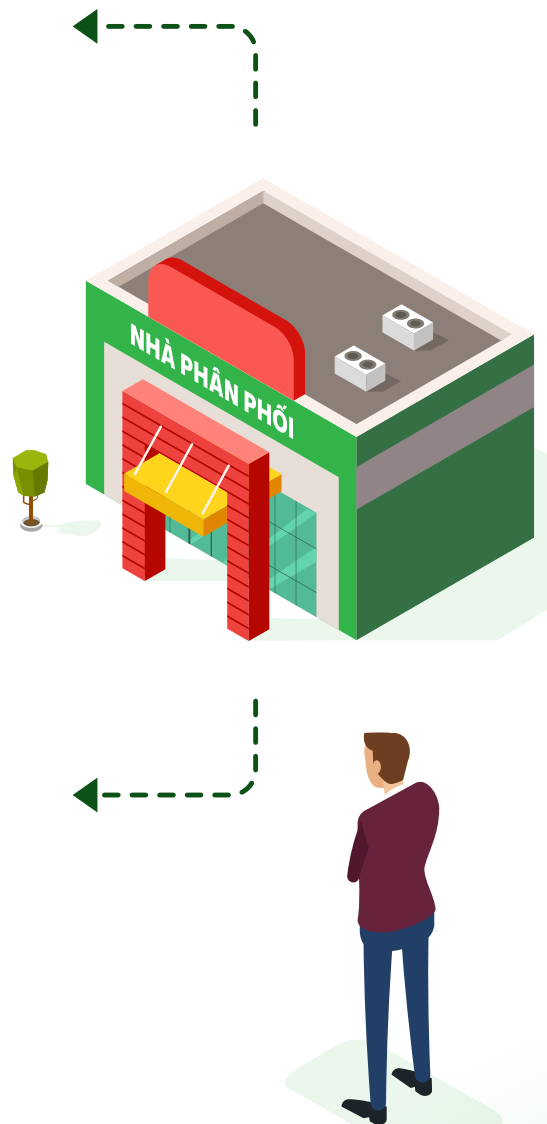
03/ Hệ thống quản lý doanh nghiệp



Với giải pháp Sell-in/Sell-out, thông qua mỗi lượt quét, doanh nghiệp có thể ghi nhận chính xác điểm xuất nhập hàng, thời gian giao dịch, loại sản phẩm, số lượng, hành vi nhập hàng, bán hàng và luân chuyển tồn kho. Điều này cho phép doanh nghiệp xây dựng bức tranh dữ liệu thực tế về thị trường phân phối – không phụ thuộc vào báo cáo thủ công hay ước lượng cảm tính.

- ☑ Thời gian (đến từng giây), mã SKU, batch, hạn sử dụng sản phẩm
- ☑ Số lượng, giá trị giao dịch, loại giao dịch (nhập, xuất, trả, đổi)

- ☒ Tuân thủ vùng phân phối, giá bán, tham gia khuyến mại
- ☒ Mức độ phản hồi & hợp tác với doanh nghiệp



So với cách theo dõi bán hàng truyền thống, giải pháp Sell-in/Sell-out bằng QR định danh của iCheck giúp doanh nghiệp vừa thu thập dữ liệu minh bạch, vừa nâng cấp hệ thống phân phối theo hướng hiện đại – chủ động – hiệu quả hơn.



Dữ liệu được ghi nhận tự động qua từng lần quét mã, loại bỏ thao tác thủ công và rủi ro gian lận.



Cập nhật theo
thời gian thực
thay vì phải chờ
báo cáo tổng hợp
theo tuần
hoặc tháng.



Không cần đầu tư
hạ tầng phức tạp,
dễ triển khai chỉ
bằng QR code
gắn trên
sản phẩm.



Linh hoạt triển khai trên quy mô lớn, không bị giới hạn bởi vùng địa lý hay mô hình phân phối.



Với những ưu thế này, chương trình Sell-in/Sell-out không chỉ là công cụ thu thập dữ liệu mà còn là cầu nối chiến lược giúp doanh nghiệp chuyển từ "quản lý theo cảm tính" sang "điều hành dựa trên dữ liệu", từ "phản ứng thụ động" sang "chủ động dự báo và tối ưu".

4.5. Giải pháp Loyalty cho người dùng cuối



Giải pháp Loyalty của iCheck là gì?

Giải pháp QR Code Loyalty do iCheck phát triển là công cụ giúp doanh nghiệp thu thập dữ liệu thực tế từ người tiêu dùng cuối một cách tự nhiên và hiệu quả thông qua các chương trình khuyến khích sau mua được triển khai bằng mã QR như: tích điểm đổi quà, quay số trúng thưởng, nhận mã ưu đãi, chơi mini game hoặc phản hồi khảo sát, từ đó ghi nhận được những dữ liệu hành vi có giá trị của người dùng cuối.

- ✓ Thu thập dữ liệu trực tiếp từ sản phẩm, không phụ thuộc vào điểm bán hay hệ thống POS.
- ✓ Ghi nhận hành vi thực tế thay vì chỉ dừng ở dữ liệu đăng ký hoặc giao dịch.
- ✓ Không cần hạ tầng bán lẻ phức tạp, chỉ cần mã QR trên bao bì là có thể triển khai diện rộng.
- ✓ Cá nhân hóa tương tác với từng người dùng nhờ mã QR định danh duy nhất.
- ✓ Dễ dàng đo lường hiệu quả, theo dõi dữ liệu theo thời gian thực để tối ưu chiến dịch liên tục.

Cách thức hoạt động của chương trình Loyalty

Chương trình Loyalty hoạt động dựa trên nguyên tắc đơn giản: khách hàng thực hiện hành động mong muốn (quét QR code trên sản phẩm) và nhận được phần thưởng tương ứng, doanh nghiệp thu thập data khách hàng quét mã nhờ biểu mẫu. Quy trình cụ thể như sau:

Trả thưởng cho khách hàng theo cơ chế đã thiết lập



01/ Khách hàng cuối



Quét mã QR trên sản phẩm tham gia Loyalty của DN

02/ Hệ thống xác thực và ghi nhận thông tin khách hàng



03/ Doanh nghiệp



Doanh nghiệp thu thập dữ liệu về khách hàng & hành vi mua sắm

Thông qua chương trình Loyalty, doanh nghiệp có thể thu thập đầy đủ thông tin cá nhân của khách hàng từ các thông tin cơ bản như tên, số điện thoại, email, địa chỉ, .. cho tới các thông tin chuyên sâu về hành vi mua hàng như tần suất mua hàng (dựa vào tần suất quét mã), tần suất tương tác với doanh nghiệp.



Họ tên đầy đủ
Số điện thoại
Địa chỉ email
Địa chỉ cư trú chi tiết
Ngày tháng năm sinh

Tần suất quét mã QR (bao
nhiều lần/tuần, tháng)

Thời gian quét mã (giờ,
ngày trong tuần)

Địa điểm quét mã (thông
qua GPS)

Số lượt tham gia các hoạt động khuyến mãi
Lịch sử trúng thưởng và nhận quà
Thời gian tham gia chương trình (từ khi nào)

Điểm đánh giá sản phẩm

Nhận xét và góp ý

Mức độ hài lòng với chương trình

Ý kiến về sản phẩm mới



Chương trình Loyalty cho người dùng cuối không chỉ là công cụ marketing mà còn là cầu nối quan trọng giúp doanh nghiệp hiểu rõ khách hàng của mình. Thông qua việc tạo ra động lực để khách hàng chủ động tương tác với thương hiệu, doanh nghiệp có thể thu thập dữ liệu có giá trị, từ đó đưa ra các quyết định kinh doanh chính xác và phát triển bền vững.



Ra quyết định chuẩn xác, phù hợp từng giai đoạn doanh nghiệp

để sai lệch,



HBS

“

Dữ liệu toàn trình không chỉ hỗ trợ phản ứng nhanh khi thị trường biến động, mà còn là nền tảng để dự báo nhu cầu, điều chỉnh tồn kho, phân bổ nhân sự và lập kế hoạch tài chính sát với thực tế vận hành.

QR định danh cho phép theo dõi hành trình từng sản phẩm – từ nhà máy đến tay người dùng. Hệ thống tự động cảnh báo khi phát hiện tràn hàng, sai lệch tồn kho hoặc bán phá giá, giúp duy trì lợi nhuận và bảo vệ vùng phân phối.

“

OMP



05/ HỆ SINH THÁI SỐ HÓA SẢN PHẨM TOÀN DIỆN

dành cho doanh nghiệp sản xuất & phân phối



Khởi đầu từ việc gắn mã QR định danh lên từng đơn vị sản phẩm, doanh nghiệp không chỉ có thể xác lập danh tính cho hàng hóa mà còn có thể mở rộng khả năng kiểm soát cả một hệ sinh thái phân phối: từ nhà máy, qua các đại lý, các điểm bán lẻ, cho đến người tiêu dùng cuối cùng.

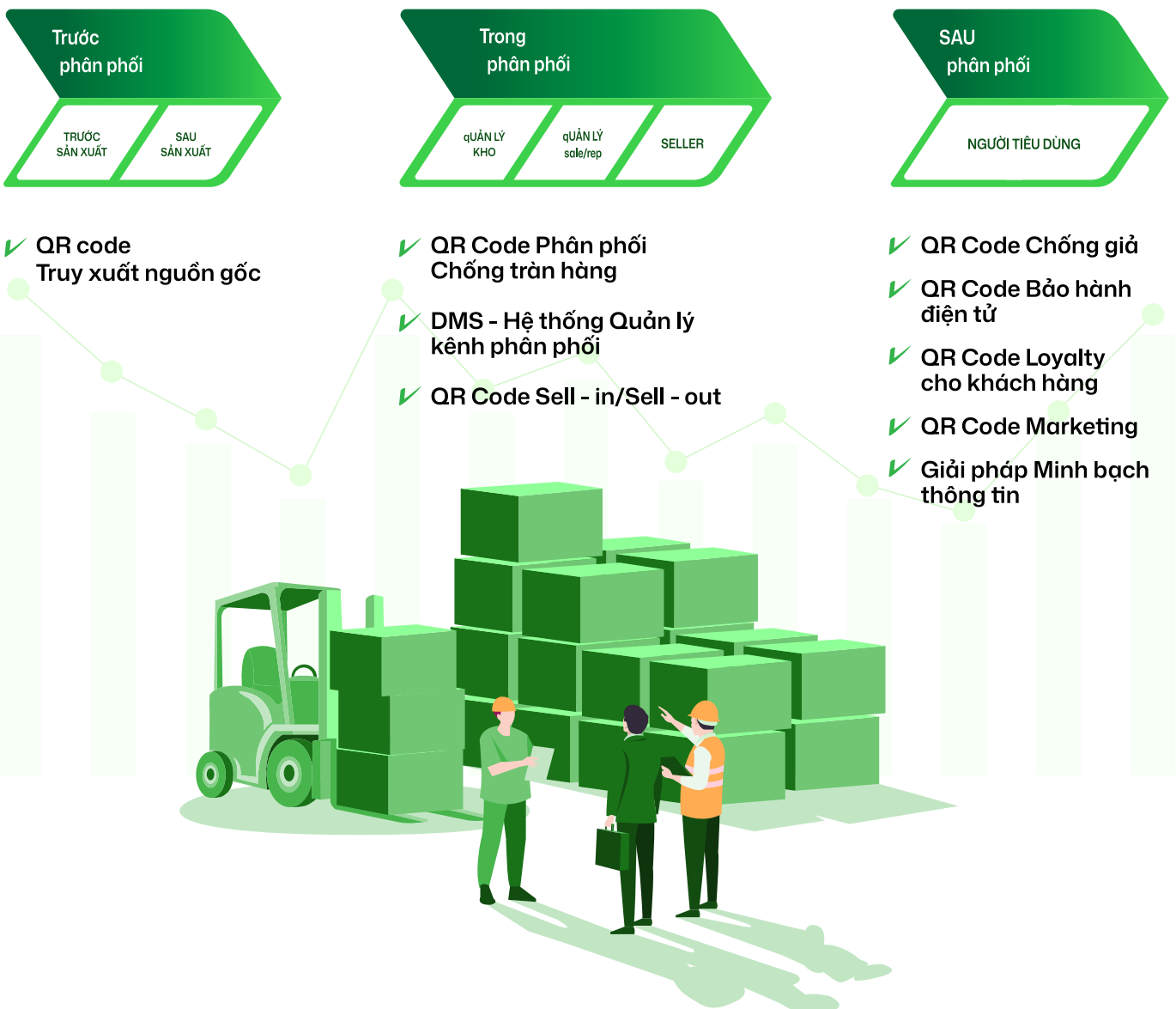
Cùng một mã QR, doanh nghiệp còn có thể triển khai hàng loạt giải pháp vận hành số hóa như: QR Code Chống giả, QR Code Bảo hành điện tử, QR Code Phân phối DMS, QR Code Chống tràn hàng, QR Code Marketing, QR Code Loyalty cho người tiêu dùng, QR Code Loyalty cho hệ thống phân phối (Sell in/Sell-out), và QR Code Truy xuất nguồn gốc.



Mỗi lượt quét mã không chỉ là hành vi tương tác với sản phẩm, mà còn là một dòng dữ liệu trực tiếp chảy về hệ thống, giúp doanh nghiệp ghi nhận thông tin cần thiết để giám sát hành trình phân phối và chủ động ứng phó với mọi biến động thị trường.

Với iCheck, tất cả những giải pháp ấy được kết nối liền mạch trong một hệ sinh thái số hoá sản phẩm toàn diện và được triển khai thống nhất chỉ qua một điểm chạm duy nhất: Mã QR định danh.

HỆ SINH THÁI ICHECK CUNG CẤP GIẢI PHÁP HOÀN CHỈNH CHO CHUỖI CUNG ỨNG



Lợi ích vượt trội doanh nghiệp nhận được:

Tối ưu vận hành từ nhà máy đến điểm bán

Doanh nghiệp có thể kiểm soát toàn bộ chuỗi phân phối - từ nhà máy, kho hàng đến đại lý và điểm bán lẻ, một cách chủ động và minh bạch. Việc loại bỏ báo cáo thủ công giúp phát hiện sớm tình trạng tràn hàng, sai lệch vùng giá và xử lý kịp thời mọi bất thường.



Tăng trưởng doanh thu, tiết kiệm ngân sách

Dữ liệu thực tế từ hệ thống phân phối và người tiêu dùng cuối giúp doanh nghiệp dự báo chính xác nhu cầu thị trường, phân bổ ngân sách hiệu quả, tối ưu chi phí cho marketing và trade marketing, đồng thời nâng cao hiệu suất bán hàng.

Nâng cao uy tín và vị thế thương hiệu

Người tiêu dùng yên tâm sử dụng khi sản phẩm có truy xuất rõ ràng, dễ dàng tương tác và có chính sách hậu mãi minh bạch. Đồng thời, hệ thống vận hành có minh chứng bằng dữ liệu sẽ gia tăng độ tin nhiệm từ phía đối tác và nhà phân phối, góp phần nâng cao vị thế trên thị trường.



**Sở hữu dữ liệu toàn trình - gia tăng năng lực
ra quyết định chuẩn xác**

Khi dữ liệu không còn bị đứt gãy, doanh nghiệp có khả năng hoạch định dài hạn: từ phát triển sản phẩm mới, mở rộng vùng phân phối, đến chuyển đổi mô hình kinh doanh theo xu hướng thị trường.

This 3D isometric illustration depicts a smart logistics system. At the center is a green cube featuring a barcode and a QR code. This central hub is connected to several key components: a server rack on the left, a warehouse building at the bottom left, a laptop on the right displaying various charts, a green truck at the bottom right, a person standing next to the central cube, and a document labeled 'Content1' and 'Content2' at the top. The entire scene is set against a light green grid background, emphasizing the interconnected nature of the system.

Những dấu mốc nổi bật



iCheck - Đối tác công nghệ đồng hành cùng doanh nghiệp sản xuất - phân phối kiến tạo hệ sinh thái dữ liệu toàn trình.

Từ những thách thức trong việc kiểm soát dữ liệu phân phối và người tiêu dùng, đến nhu cầu cấp thiết phải chuyển đổi mô hình vận hành sang nền tảng số hóa - iCheck không chỉ mang đến một bộ công cụ, mà là một hệ giải pháp toàn diện giúp doanh nghiệp làm chủ dữ liệu, tối ưu vận hành và tăng trưởng bền vững.

Với hơn 10 năm đồng hành cùng 200.000+ nhãn hàng, iCheck hiểu rõ đặc thù phân phối nhiều tầng tại Việt Nam, cũng như những rào cản về hạ tầng, thói quen quản trị và tính phân mảnh dữ liệu.

Chúng tôi phát triển một hệ sinh thái số hóa sản phẩm toàn diện, giúp doanh nghiệp không chỉ định danh từng đơn vị hàng hóa bằng QR code, mà còn tích hợp các giải pháp chiến lược như:

- ✓ Thu thập dữ liệu kênh phân phối và người tiêu dùng
- ✓ Quản lý bán hàng theo thời gian thực
- ✓ Kích hoạt loyalty - chăm sóc sau mua
- ✓ Bảo hành điện tử, chống giả, và phân phối an toàn

Toàn bộ được triển khai liền mạch trên một điểm chạm duy nhất: mã QR định danh, giúp doanh nghiệp rút ngắn hành trình chuyển đổi số, tiếp cận dữ liệu thực và biến dữ liệu thành năng lực vận hành cốt lõi.

Song song với hệ thống giải pháp, iCheck còn cung cấp các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp như: in tem nhãn, đăng ký mã số mã vạch, tư vấn pháp lý, bao bì sản phẩm và thiết bị tự động hóa.



- Và iCheck chính là nền tảng đồng hành, giúp doanh nghiệp hiện thực hóa tầm nhìn này một cách nhanh chóng, linh hoạt và tối ưu chi phí.

The infographic features a central QR code with a green checkmark, indicating a successful scan. Radiating from this center are eight icons, each representing a different use case for QR codes. Each icon is a green square with a white symbol, set against a background of a light green grid. The use cases are:

- QR Code Truy xuất nguồn gốc** (QR Code for Source Tracking)
- QR Code Minh bạch thông tin** (QR Code for Information Transparency)
- QR Code Chống giả** (QR Code for Anti-Fake)
- QR Code Bảo hành** (QR Code for Warranty)
- QR Code chống trộm hàng** (QR Code for Anti-Theft)
- QR Code Loyalty**
- DMS** (Digital Marketing System)
- QR Code Marketing**

✦ **LIÊN HỆ NGAY**

Trụ sở Hà Nội

📍 Tầng 12 tòa nhà Diamond Flower, số 48 Lê Văn Lương, khu đô thị mới N1, Phường Yên Hòa, Thành phố Hà Nội

☎ 0902 195 488

Văn phòng Hồ Chí Minh

📍 Số 8 đường số 20, Khu Dân cư Him Lam, phường Tân Hưng, TP. Hồ Chí Minh

☎ 0974 195 488

Kết nối với chúng tôi

✉ cskh@icheck.com.vn