

Bản đồ nhiệt 30 ô

Tiêu chuẩn Doanh nghiệp 2030

Một trang để chủ doanh nghiệp nhìn 5 giây là biết chỗ nào đang nóng, chỗ nào đã chạy. 7 nhóm việc của người chủ, 30 ô, mỗi ô chấm từ 1 đến 5.

Case mẫu: LACA Dental

CHẤM NGÀY 16/10/2026 · CHU KỲ 12/10/2026 - 09/01/2027

Nhóm 0 Người chủ và chiến lược	0.1 Tầm nhìn, mục tiêu 2	0.2 Tư duy, kỷ luật, thời gian, học tập 3	0.3 Nhịp thực thi 2		
	1.1 Thị trường, khách hàng, định vị 3	1.2 Tạo khách tiềm năng 2	1.3 Bán hàng và chuyển đổi 3	1.4 Chăm sóc, giữ chân, giới thiệu 3	
	2.1 Danh mục sản phẩm 3	2.2 Offer, giá, mô hình doanh thu 2	2.3 Chất lượng, trải nghiệm, khác biệt 3		
Nhóm 1 Marketing và bán hàng					
Nhóm 2 Sản phẩm và giá trị					
Nhóm 3 Vận hành					
Nhóm 4 Quản lý tài chính					
Nhóm 5 Đầu tư					
Nhóm 6 Pháp lý					

1 2 3 4 5 Chưa đủ thông tin Chưa đến lúc Pháp lý: Ổn cần chỉnh rủi ro cao

Viên liền: ô chính, ô phụ · viên đứt: đánh trước

Bản đồ nhiệt 30 ô là gì?

Là gì?

Một trang chẩn đoán doanh nghiệp. 30 ô là 30 mảng việc người chủ phải lo, gom thành 7 nhóm: người chủ và chiến lược, marketing và bán hàng, sản phẩm, vận hành, tài chính, đầu tư, pháp lý. Mỗi ô chấm từ 1 đến 5 và tô màu: đỏ là đang nóng, xanh là đã chạy.

Vì sao cần?

Chủ doanh nghiệp hay sửa chỗ mình thích, hoặc chỗ đang ổn ào nhất, thay vì chỗ đang kéo lùi xuống. Bản đồ đặt 30 mảng lên cùng một trang, cùng một thang chấm, nên nhìn ra ngay ô nào đỏ, ô nào chưa có số. Nó cũng là ngôn ngữ chung để chủ, đội ngũ và người tư vấn nói về cùng một chuyện.

Dùng thế nào?

- 1. Tự chấm 30 ô bằng số thật, mất khoảng 45 phút.
- 2. Chấm 5 con đường tăng lợi nhuận.
- 3. Theo luật chọn ô, chọn 1 ô chính và 1 ô phụ cho 90 ngày; mở tài liệu của ô đó và làm theo checklist.
- 4. Chấm lại sau 90 ngày để thấy ô nào đã nguội.

3 ví dụ

LACA Dental: phòng khám đang ở G3, nóng nhất ở giá trị đơn và lợi nhuận, nên ô chính là 2.2 – gói chăm sóc định kỳ.

Ví dụ minh họa – cửa hàng điện thoại 2 chi nhánh: khách đông nhưng lãi mỏng; 4.1 và 4.3 chỉ ở mức 1. Việc đúng là đo tài chính trước, chưa mở chi nhánh thứ ba.

Ví dụ minh họa – trung tâm tiếng Anh: tuyển sinh tốt (1.2 mức 4) nhưng học viên bỏ giữa khoá (1.4 và 2.3 mức 2). Ô chính là 1.4 – giữ chân và giới thiệu.

7 nhóm, 30 ô MỖI Ô TRẢ LỜI MỘT CÂU HỎI

Ô	TÊN Ô	CÂU HỎI CỦA Ô	LACA DENTAL
Nhóm 0 · Người chủ và chiến lược			
0.1	Tầm nhìn, mục tiêu	Doanh nghiệp muốn đi tới đâu, bằng con số nào, trước ngày nào, và con số đó có khớp với hiện tại không?	mức 2
0.2	Tư duy, kỷ luật, thời gian, học tập	Người chủ có dành thời gian cố định để làm việc trên doanh nghiệp, giữ kỷ luật và học từ số liệu không?	mức 3
0.3	Nhịp thực thi	Kế hoạch có biến thành việc mỗi ngày, bảng điểm mỗi tuần và cuộc họp ngắn để giữ nhịp không?	mức 2
Nhóm 1 · Marketing và bán hàng			
1.1	Thị trường, khách hàng, định vị	Mình bán cho ai, họ đang lo gì, và vì sao họ nên chọn mình thay vì chỗ bên cạnh?	mức 3
1.2	Tạo khách tiềm năng	Mỗi tháng có bao nhiêu người mới hỏi, đặt lịch, đến từ kênh nào, và mỗi người tốn bao nhiêu tiền?	mức 2
1.3	Bán hàng và chuyển đổi	Trong 10 người đã đến hỏi hoặc đến khám, bao nhiêu người đồng ý mua, và vì sao những người còn lại chưa mua?	mức 3

Ô	TÊN Ô	CÂU HỎI CỦA Ô	LACA DENTAL
1.4	Chăm sóc, giữ chân, giới thiệu	Khách đã mua có quay lại không, có đến đúng hẹn không, và có giới thiệu người quen đến không?	mức 3
Nhóm 2 · Sản phẩm và giá trị			
2.1	Danh mục sản phẩm	Mình đang bán những gì, mỗi món giữ vai trò gì: món nào kéo khách, món nào nuôi lãi, món nào nên bỏ?	mức 3
2.2	Offer, giá, mô hình doanh thu	Chào khách cái gì, giá bao nhiêu, thu tiền cách nào để mỗi khách mang lại nhiều lãi hơn mà vẫn đúng giá trị?	mức 2 · Ô chính
2.3	Chất lượng, trải nghiệm, khác biệt	Khách có nhận đúng điều mình hứa, lần nào cũng vậy, ai phục vụ cũng vậy, và có lý do rõ để chọn mình không?	mức 3
Nhóm 3 · Vận hành			
3.1	Sản xuất, cung ứng, giao hàng	Mình có làm ra và giao đúng thứ đã bán, đúng hạn, đúng chất lượng, và đủ sức khi khách tăng gấp đôi không?	chưa đủ TT
3.2	Con người	Mình có đủ người đúng việc, rõ ai làm gì, được huấn luyện và giữ chân, để doanh nghiệp chạy khi chủ vắng không?	chưa đủ TT
3.3	Quy trình, hệ thống hoá	Những việc lặp lại mỗi ngày đã được viết ra, ai làm cũng giống nhau, và chạy được khi chủ không đứng đó chưa?	mức 2 · Ô phụ
3.4	Dữ liệu, công nghệ	Mỗi tuần chủ có thấy những con số quan trọng nhất, đúng và có người chịu trách nhiệm, để quyết bằng số không?	mức 3 · Đánh trước
Nhóm 4 · Quản lý tài chính			
4.1	Lãi lỗ, biên lợi nhuận	Tháng trước lãi hay lỗ bao nhiêu, món nào để ra lãi, và bán bao nhiêu mới hoà vốn?	chưa đủ TT · Đánh trước
4.2	Dòng tiền, công nợ	Hôm nay có bao nhiêu tiền thật, tiền nào là của khách gửi trước, và 13 tuần tới có thiếu tiền không?	chưa đủ TT
4.3	Chi phí, ngân sách	Mỗi đồng chi ra có được lên kế hoạch trước, có giới hạn, và có đem lại lợi ích đo được không?	chưa đủ TT
4.4	Kế toán, báo cáo	Sổ sách có đúng, đủ, đúng hạn, và chủ có một bảng báo cáo đọc được để ra quyết định không?	chưa đủ TT
4.5	Vốn vay, nợ	Doanh nghiệp đang nợ bao nhiêu, có trả nổi từ dòng tiền thật không, và khi nào mới nên vay hay gọi vốn?	chưa đủ TT
Nhóm 5 · Đầu tư			
5.1	Mở rộng doanh nghiệp	Doanh nghiệp đã đủ điều kiện bằng số để mở thêm cơ sở, kênh hay thị trường chưa, và nên mở theo cách nào?	mức 1
5.2	Đầu tư sang doanh nghiệp khác	Khi có lãi dư, có quy tắc rõ để rút tiền sang doanh nghiệp khác mà không làm yếu doanh nghiệp chính không?	chưa đến lúc
5.3	Đầu tư cho người khác vận hành	Anh chị có thể bỏ vốn để người khác điều hành mà vẫn kiểm soát được kết quả không?	chưa đến lúc

Ô	TÊN Ô	CÂU HỎI CỦA Ô	LACA DENTAL
5.4	Thoái vốn, xây để bán	Doanh nghiệp có giá trị khi không còn anh chị không, và anh chị đã có lối ra rõ ràng chưa?	chưa đến lúc
Nhóm 6 · Pháp lý			
6.1	Thành lập, cấu trúc	Ai đứng tên doanh nghiệp, dưới hình thức nào, và cấu trúc đó có chịu nổi bước mở rộng tiếp theo không?	chưa đủ TT
6.2	Thuế, hoá đơn	Mỗi đồng thu, đồng chi của anh chị có hoá đơn, chứng từ đúng và được khai thuế đúng hạn không?	chưa đủ TT
6.3	Nhãn hiệu	Cái tên anh chị đang bỏ tiền xây dựng đã thật sự thuộc về anh chị theo luật chưa?	Cần chỉnh
6.4	Hợp đồng	Những thoả thuận mang nhiều tiền và rủi ro nhất của anh chị đã viết đủ rõ để không ai phải cãi nhau chưa?	Cần chỉnh
6.5	Quảng cáo, người tiêu dùng	Lời quảng cáo, nội dung mạng xã hội và cách anh chị dùng dữ liệu khách có đúng sự thật, đúng luật không?	Cần chỉnh
6.6	Lao động	Mỗi người làm cho anh chị có hợp đồng đúng loại, đóng bảo hiểm đúng, và quyền – trách nhiệm được viết rõ chưa?	chưa đủ TT
6.7	Ngành có điều kiện	Ngành của anh chị cần giấy phép gì – và từng điểm bán, từng người hành nghề đã đủ chưa?	Cần chỉnh

Cách chấm và cách đọc

Thang 1–5 dùng chung

1 Chưa có Chưa làm, hoặc nhớ ra mới làm. Không ai chịu trách nhiệm.	2 Nằm trong đầu chủ Có làm nhưng tùy hứng. Chỉ chủ biết cách, chưa viết ra, chưa đo.	3 Viết ra, làm đều Có quy trình, làm theo nhịp. Chủ vẫn phải kèm và nhắc.	4 Đo được, đội tự chạy Có chỉ số và người chịu trách nhiệm. Chủ chỉ xem số mỗi tuần.	5 Chạy không cần chủ Tự cải tiến theo số, nhân bản được sang người khác, cơ sở khác.
---	--	---	--	--

Mỗi ô có thang riêng, cụ thể hơn, trong tài liệu của ô đó. Phân vân giữa hai mức thì chọn mức thấp hơn.

Chưa đủ thông tin	Chưa có dữ liệu để chấm. Việc đầu tiên là đi lấy số.
Chưa đến lúc	Ô chưa hợp với giai đoạn hiện tại. Để dành, không ép làm.
Pháp lý – Ổn	Đủ giấy tờ, đúng quy định, có người theo dõi hạn.
Pháp lý – Cần chỉnh	Có thiếu sót, sửa được trong 90 ngày, chưa bị xử phạt.
Pháp lý – Rủi ro cao	Có thể bị phạt, bị đình chỉ hoặc mất tài sản (tên, tiền). Xử lý trước mọi việc khác.

5 giai đoạn doanh nghiệp

61 Túp lều Existence Chủ làm hết. Câu hỏi sống còn: có đủ khách để tồn tại không?	62 Sống sót Survival Đã có khách đều. Câu hỏi: thu có đủ bù chi, có tiền tái đầu tư không?	63 Ổn định Success Chạy đều, có lãi. Câu hỏi: giữ nguyên hay dùng nền này để lớn lên?	64 Tăng tốc Take-off Mở rộng nhanh. Câu hỏi: tăng trưởng thế nào mà không vỡ tiền, vỡ chất lượng?	65 Nhân rộng Resource maturity Hệ thống, đội ngũ, vốn đủ mạnh. Doanh nghiệp chạy không cần chủ đứng máy.
--	---	--	--	---

5 con đường tăng lợi nhuận

Lợi nhuận = ① Khách tiềm năng × ② Tỷ lệ chuyển đổi × ③ Giá trị đơn × ④ Số lần mua lặp lại × ⑤ Tỷ lệ lợi nhuận

1	Khách tiềm năng	Bao nhiêu người quan tâm và để lại liên hệ.
2	Tỷ lệ chuyển đổi	Trong số đó, bao nhiêu phần trăm thành khách mua.
3	Giá trị đơn	Mỗi lần mua, khách trả trung bình bao nhiêu.
4	Số lần mua lặp lại	Một khách quay lại mua bao nhiêu lần một năm.
5	Tỷ lệ lợi nhuận	Mỗi đồng doanh thu còn lại bao nhiêu đồng lãi.

Ví dụ tính: 1.000 khách tiềm năng × 20% = 200 khách × 2 lần mua mỗi năm × 1.500.000đ = 600 triệu doanh thu × 25% = 150 triệu lãi.

Tăng mỗi con đường 10%: 1.100 × 22% = 242 khách × 2,2 lần × 1.650.000đ ≈ 878 triệu doanh thu × 27,5% ≈ 242 triệu lãi.

Mỗi con đường chỉ nhích 10% mà lãi tăng khoảng 61%. Vì là phép nhân, con đường yếu nhất kéo cả kết quả xuống. Số trong ví dụ là minh họa.

Luật chọn ô cho 90 ngày

- 1 Ô pháp lý đi trước**
Ô nào ở mức rủi ro cao thì xử lý trước tiên. Mất tên, bị phạt hay bị đình chỉ thì mọi kế hoạch khác vô nghĩa.
- 2 Chưa có số thì đi đo**
Ô tài chính và dữ liệu mà chưa có số thật thì đánh dấu ĐÁNH TRƯỚC: đo trong 2-3 tuần đầu, không tốn tiền, rồi mới chốt kế hoạch.
- 3 Tìm con đường yếu nhất**
Chấm 5 con đường từ 1 đến 5. Con đường thấp nhất là chỗ lãi đang bị kéo xuống.
- 4 Chọn 1 ô chính, 1 ô phụ**
Nếu hai con đường cùng thấp, chọn con đường khai thác khách đang có và ra tiền nhanh hơn làm ô chính. Con đường còn lại thành ô phụ. Không chọn quá hai ô.
- 5 Viết 1 mục tiêu 90 ngày**
Viết theo dạng "từ X lên Y trước ngày Z". Kèm 3 mốc kiểm tra ở ngày 30, 60, 90.

Case mẫu: LACA Dental

Phòng khám nha khoa đang chạy (cơ sở thứ nhất) và kế hoạch chuỗi 30 cơ sở tại TP.HCM mở rộng đến 2030. Chấm ngày 16/10/2026 · chu kỳ 12/10/2026 – 09/01/2027.

Giai đoạn G3 – Ổn định

Phòng khám chạy đều nhiều năm, nhiều dịch vụ, khách tăng; có phần mềm quản lý và chuỗi gọi hỏi thăm sau điều trị. Còn thiếu số tiền và quy trình viết ra, cách tư vấn hay nhất vẫn nằm ở bác sĩ. Muốn sang G4 và mở cơ sở thứ hai thì cơ sở thứ nhất phải đo được và viết ra được.

5 con đường của LACA Dental

CON ĐƯỜNG	ĐIỂM	VÌ SAO
1 · Khách tiềm năng	3/5	Khách mới tăng ở nhiều dịch vụ: khách nhí từ 70 lên 159 bé, nha chu từ 62 lên 119 người. Cứ 4 khách mới có 1 người đến sau 6 giờ tối. Chưa biết mỗi kênh mang về bao nhiêu khách.
2 · Tỷ lệ chuyển đổi	3/5	Hơn một nửa ca phục hồi lớn bắt đầu chỉ từ một buổi khám, chụp phim. Gần nửa người chữa tủy quay lại phục hồi răng đó. Chưa đo tỷ lệ khám xong đồng ý kế hoạch điều trị.
3 · Giá trị đơn	2/5	Phòng khám có giá thật, nhưng kế hoạch đang dùng bảng giá giả định. Các gói như Smile Care, Gia Đình mới là ý tưởng, chưa bán.
4 · Số lần mua lặp lại	4/5	627 khách đã đến từ 6 buổi trở lên; có chuỗi gọi hỏi thăm theo mốc và hẹn tái khám 4–6 tháng. Chưa đo tỷ lệ đến đúng lịch và số khách từ giới thiệu.
5 · Tỷ lệ lợi nhuận	2/5	Chưa có doanh thu, chi phí, lãi của phòng khám. Lãi gộp trong kế hoạch là số mẫu. Mục tiêu 25 tỷ lãi chỉ bằng khoảng 4,6% của 540 tỷ doanh thu, trong khi kế hoạch lấy biên 11,2%.

Trọng tâm 90 ngày

Ô CHÍNH

2.2 · Offer, giá, mô hình doanh thu

Gói chăm sóc định kỳ trả trước cho khách đang lấy vôi và tái khám, gói gia đình cho khách nhí và bố mẹ; giá tính từ chi phí thật thay cho giá giả định.

Ô PHỤ

3.3 · Quy trình, hệ thống hoá

Viết cách tư vấn và cách chăm sóc của cơ sở thứ nhất thành quy trình; ghi rõ điều kiện để mở cơ sở thứ hai.

ĐÁNH TRƯỚC

4.1 Lãi lỗ · 3.4 Dữ liệu

Chưa có doanh thu, lãi, số dư tài khoản; giá và chi phí đều là số giả định. Phần mềm quản lý đã cho số khách rất tốt, giờ dùng nó cho số tiền. Đo trong 3 tuần đầu rồi mới chốt gói và giá.

Vì sao chọn như vậy: Không có ô pháp lý đỏ. Bốn ô pháp lý vàng xử lý song song: nhãn hiệu LACA/LAKA chưa chốt, hợp đồng gói trả trước, quảng cáo và dữ liệu bệnh nhân, ngành y tế có điều kiện. Tài chính chưa có số nên đo trước. Hai con đường cùng thấp là ③ giá trị đơn và ⑤ lợi nhuận; ③ khai thác ngay 814 khách đang lấy vôi nên làm ô chính 2.2, ⑤ đi qua quy trình nên 3.3 là ô phụ.

Từ 0 lên ít nhất 80 khách đăng ký gói chăm sóc định kỳ trả trước một năm trước ngày 09/01/2027, giá tính từ chi phí thật của từng quyền lợi.
80 khách ≈ 10% trong 814 người lấy vôi, vệ sinh 9 tháng đầu 2026. Con số chốt lại ở ngày 30, khi đã có giá và chi phí thật.

Mục tiêu phụ: 5 quy trình chính (tiếp đón, khám lần đầu, tư vấn kế hoạch điều trị, chăm sóc sau điều trị, nhắc tái khám) được viết ra và dùng hằng ngày; có một trang điều kiện mở cơ sở thứ hai viết bằng số lãi thật.

3 mốc kiểm tra

10/11/2026

Ngày 30

Có số thu, chi, lãi thật của quý III và số dư cuối mỗi tháng; lãi góp thật của 6 dịch vụ chính; đã đo tỷ lệ khám xong đồng ý điều trị và tỷ lệ đến đúng lịch.

10/12/2026

Ngày 60

Gói chăm sóc định kỳ có tên, giá, hợp đồng, điều khoản hoàn và huỷ; đã mời hết khách lấy vôi đến hẹn; có gói gia đình; quy trình tư vấn bán đầu tiên.

09/01/2027

Ngày 90

Ít nhất 80 khách gói; 5 quy trình được dùng mỗi ngày; người mới làm theo quy trình sau 2 tuần; một trang điều kiện mở cơ sở thứ hai.

Nhịp 13 tuần

Chặng 1 · Tuần 1-4 · 12/10 - 08/11

Số thật và nhịp điều hành

- Tách sổ thu, sổ chi; tính lãi gộp từng dịch vụ và điểm hoà vốn
- Chọn 5 con số theo dõi hằng tuần, giao người đo, người kiểm
- Chốt mục tiêu 90 ngày, dựng bảng điểm, họp tuần 20 phút
- Chia nhóm khách trong phần mềm; thiết kế gói từ chi phí thật
- Tra cứu nhãn hiệu, chuẩn bị nộp đơn (nộp trước 20/11); rà lời quảng cáo trước khi đăng

Chặng 2 · Tuần 5-9 · 09/11 - 13/12

Bán gói, viết cách làm

- Giới thiệu gói và ghi danh từ 09/11; ký hợp đồng, thu tiền khi mẫu hợp đồng đã được luật sư duyệt; chào 3 mức giá
- Gọi lại khách im lặng quá 90 ngày; đo NPS sau điều trị
- Mã giới thiệu riêng; Google Business Profile và xin đánh giá thật
- Viết quy trình tư vấn từ ghi âm buổi khám (có đồng ý)
- Checklist từng vị trí; đào tạo bằng bộ câu hỏi thường gặp

Chặng 3 · Tuần 10-13 · 14/12 - 09/01

Đủ khách gói, điều kiện mở rộng

- Tối ưu lãi của cơ sở thứ nhất
- Tính lại giá gói theo tỷ lệ dùng quyền lợi thật
- Viết một trang điều kiện mở cơ sở thứ hai
- Tổng kết 90 ngày, chọn ô cho chu kỳ tiếp theo

Bảng điểm tuần

TUẦN	KHÁCH GÓI CHĂM SÓC ĐỊNH KỲ	TỶ LỆ KHÁM XONG ĐỒNG Ý ĐIỀU TRỊ	TỶ LỆ ĐẾN ĐÚNG LỊCH TÁI KHÁM	KHÁCH MỚI TỪ GIỚI THIỆU	QUY TRÌNH ĐANG DÙNG	THU, CHI, SƠ DƯ TUẦN	ĐÈN
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							

Đèn xanh khi làm được từ 80% việc dẫn dắt đã cam kết trong tuần, vàng 50-80%, đỏ dưới 50%. Bảng dán ở chỗ cả đội nhìn thấy.

Chưa làm trong 90 ngày này

- Tìm mặt bằng hay gặp nhà đầu tư cho cơ sở thứ hai khi chưa có 6 tháng lãi thật của cơ sở thứ nhất.
- Làm biển hiệu, in ấn số lượng lớn khi tên chưa nộp đơn bảo hộ.
- Chạy quảng cáo trả tiền khi chưa biết một khách mới đáng giá bao nhiêu.
- Dùng bảng giá giả định để bán hay để tính lãi.
- Đăng ảnh trước-sau, video, lời bệnh nhân khi chưa có đồng ý bằng văn bản.

Tự chấm doanh nghiệp của anh chị

Làm trên giấy với bảng ở trang sau, hoặc bấm "Tự chấm doanh nghiệp của tôi" trên cas.letandao.com.

1 Gom người

Chủ và 1–2 người nắm việc nhất ngồi chung 45 phút. Mở sổ sách, phần mềm, điện thoại để có số thật.

2 Chấm từng ô

Mở từng ô, đọc thang 1–5, chọn mức đúng với hôm nay. Phân vân giữa hai mức thì chọn mức thấp hơn.

3 Đánh dấu ô chưa có số

Ô nào không có dữ liệu để chấm thì để xám "chưa đủ thông tin". Ô chưa hợp giai đoạn thì để "chưa đến lúc".

4 Chấm 5 con đường

Cho điểm 1–5 từng con đường bằng số thật. Đây là chỗ chọn ô chính.

5 Chọn ô theo luật

Pháp lý đồ → ô cần đo trước → ô chính → ô phụ. Viết mục tiêu 90 ngày và 3 mốc.

6 Chấm lại sau 90 ngày

Cùng nhóm người, cùng cách chấm. So hai bản đồ để thấy ô nào đã nguội.

Phiếu tự chấm

Ô	TÊN Ô	HÔM NAY	SAU 90 NGÀY	GHI CHÚ
0.1	Tầm nhìn, mục tiêu			
0.2	Tư duy, kỷ luật, thời gian, học tập			
0.3	Nhịp thực thi			
1.1	Thị trường, khách hàng, định vị			
1.2	Tạo khách tiềm năng			
1.3	Bán hàng và chuyển đổi			
1.4	Chăm sóc, giữ chân, giới thiệu			
2.1	Danh mục sản phẩm			
2.2	Offer, giá, mô hình doanh thu			
2.3	Chất lượng, trải nghiệm, khác biệt			
3.1	Sản xuất, cung ứng, giao hàng			
3.2	Con người			
3.3	Quy trình, hệ thống hoá			
3.4	Dữ liệu, công nghệ			
4.1	Lãi lỗ, biên lợi nhuận			
4.2	Dòng tiền, công nợ			
4.3	Chi phí, ngân sách			
4.4	Kế toán, báo cáo			
4.5	Vốn vay, nợ			
5.1	Mở rộng doanh nghiệp			
5.2	Đầu tư sang doanh nghiệp khác			
5.3	Đầu tư cho người khác vận hành			
5.4	Thoái vốn, xây để bán			
6.1	Thành lập, cấu trúc			
6.2	Thuế, hoá đơn			
6.3	Nhãn hiệu			
6.4	Hợp đồng			
6.5	Quảng cáo, người tiêu dùng			
6.6	Lao động			
6.7	Ngành có điều kiện			

Khái niệm gốc

Theo nguyên tắc Khái niệm gốc của CAS Automation, mỗi khái niệm được truy về người nghiên cứu và tác phẩm nguyên bản. Từng ô có bảng khái niệm gốc riêng ở cuối tài liệu của ô đó.

KHÁI NIỆM	NGUỒN GỐC	CAS DÙNG THỂ NÀO	NHÃN
Chia việc của doanh nghiệp thành các nhóm chức năng	Henri Fayol – "Administration industrielle et générale" – 1916 (6 nhóm hoạt động: kỹ thuật, thương mại, tài chính, an ninh, kế toán, quản trị)	Gốc của cách chia 30 ô thành 7 nhóm việc của người chủ: chiến lược, marketing – bán hàng, sản phẩm, vận hành, tài chính, đầu tư, pháp lý.	CÓ NGUỒN
Các hoạt động tạo giá trị liên kết thành chuỗi	Michael E. Porter – "Competitive Advantage" (chuỗi giá trị) – 1985	Cơ sở để đặt nhóm Marketing – bán hàng, Sản phẩm và Vận hành cạnh nhau: một mắt xích yếu làm giảm giá trị cả chuỗi.	CÓ NGUỒN
5 giai đoạn phát triển doanh nghiệp (G1–G5)	Neil C. Churchill & Virginia L. Lewis – "The Five Stages of Small Business Growth", Harvard Business Review – 1983	G1 Túp lều, G2 Sống sót, G3 Ổn định, G4 Tăng tốc, G5 Nhân rộng là cách CAS gọi tên Việt cho Existence, Survival, Success, Take-off, Resource maturity.	CÓ NGUỒN
Thang trưởng thành 5 mức	Mark C. Paulk và cộng sự (SEI, Carnegie Mellon) – "Capability Maturity Model for Software, Version 1.1" – 1993	5 mức Initial, Repeatable, Defined, Managed, Optimizing được CAS chuyển thành thang 1–5 cho từng ô: chưa có → nằm trong đầu chủ → viết ra → đo được → chạy không cần chủ.	CÓ NGUỒN
Công thức 5 con đường tăng lợi nhuận	Brad Sugars (ActionCOACH) – "Business Chassis": khách tiềm năng × tỷ lệ chuyển đổi × số lần mua × giá trị đơn × biên lợi nhuận	Dùng để chấm 5 con đường và tìm con đường yếu nhất.	CÓ NGUỒN
Tập trung vào mắt xích yếu nhất	Eliyahu M. Goldratt – "The Goal" (Lý thuyết điểm nghẽn) – 1984	Cơ sở cho luật "chọn con đường yếu nhất làm ô chính".	CÓ NGUỒN
Mục tiêu quan trọng nhất (WIG), chỉ số dẫn dắt, bảng điểm, hộp giải trình	Chris McChesney, Sean Covey, Jim Huling – "The 4 Disciplines of Execution" – 2012	Mục tiêu 90 ngày dạng "từ X lên Y trước ngày Z", bảng điểm tuần và hộp 20 phút.	CÓ NGUỒN
Làm "trên" doanh nghiệp, hệ thống hoá để không phụ thuộc chủ	Michael E. Gerber – "The E-Myth Revisited" – 1995	Mức 5 của mọi ô là "chạy không cần chủ".	CÓ NGUỒN
Bản đồ 7 nhóm – 30 ô, thang chấm riêng từng ô, đèn pháp lý, luật chọn ô 90 ngày	CAS · Lê Tấn Đào – 2026	Quy ước của bộ tài liệu này, tổng hợp từ các nguồn trên.	QUY ƯỚC CAS

CÓ NGUỒN đã kiểm chứng tác giả, tác phẩm, năm. QUY ƯỚC CAS cách làm do CAS đặt ra. CẦN KIỂM CHỨNG chưa truy được gốc, dùng thận trọng.

Bản đồ do CAS tổng hợp và biên soạn mới từ các khung quản trị nguyên bản liệt kê ở trên, theo nguyên tắc Khái niệm gốc của CAS Automation. LACA Dental là tên thương hiệu mẫu do CAS đề xuất; điểm chấm và số liệu của case lấy từ một bản chẩn đoán phòng khám thực tế ngày 16/10/2026.

Tài liệu là gợi ý quản trị, không phải tư vấn pháp lý, thuế hay y khoa. Số liệu minh họa đã được ghi rõ. Trước khi áp dụng các nội dung về pháp lý, thuế, quảng cáo dịch vụ y tế, hãy đối chiếu văn bản hiện hành và hỏi luật sư, kế toán.