

A close-up, side-profile photograph of a man with short, dark, curly hair and a beard, wearing clear safety glasses. He is focused on operating a piece of industrial machinery, with his hands on the controls. The background is blurred, showing an industrial setting with various components and lights. A red semi-transparent box is overlaid on the left side of the image, containing white text.

# Bảy nguyên tắc Kiểm định và chứng nhận sản phẩm thành công

Cách các thương hiệu thông thái nhất  
thế giới tiếp cận hoạt động kiểm định và  
chứng nhận để quản lý khả năng hiện diện  
trên thị trường toàn cầu



Safety. Science. Transformation.™



## Giới thiệu

Chỉ biết những hoạt động kiểm định và chứng nhận cần thiết nghĩa là bạn mới chỉ nắm được một phần của bức tranh tổng thể mà thôi. Những yếu tố thường gây cản trở và trì hoãn hoạt động ra mắt sản phẩm lại nằm trong “điểm mù” của đội ngũ chịu trách nhiệm ra mắt sản phẩm. Nhiều yếu tố ảnh hưởng đến việc giới thiệu sản phẩm ra thị trường – đặc biệt là các quy định tại địa phương – có thể gây khó hiểu cho đội ngũ. Bạn cần hiểu những yếu tố gây cản trở. Do đó, chúng tôi khuyên bạn nên sớm hợp tác với các chuyên gia địa phương ngay từ đầu quy trình để hiểu rõ các quy định và yêu cầu có thể gây khó khăn cho hoạt động kinh doanh.

Ví dụ: Thông thường, một số quốc gia trong khu vực chỉ chấp nhận một Dấu chứng nhận duy nhất, chẳng hạn như Dấu chứng nhận CE ở Châu Âu và Dấu chứng nhận Vùng Vịnh (Dấu chứng nhận G) áp dụng với các nước thành viên của Hội đồng Hợp tác Vùng Vịnh, cho nên bạn có thể dễ dàng bỏ qua những thay đổi và khác biệt nhỏ trong quy định của từng quốc gia nếu bạn không hợp tác với một đội ngũ đảm bảo tuân thủ giàu kinh nghiệm ở nước sở tại. Để tránh được các nguy cơ này, bạn nên tìm hiểu về bối cảnh quy định và sớm xác định các “điểm mù” trong giai đoạn phát triển sản phẩm.



# 1

## Tìm hiểu thị trường khó hơn kiểm định



Nắm được kiến thức toàn diện về thị trường chính là chìa khóa giúp bản thân nhà sản xuất đưa sản phẩm vào thị trường thành công. Nhà sản xuất phải đưa hoạt động kiểm định và chứng nhận vào chiến lược tiếp cận thị trường để phục vụ mục tiêu ra mắt sản phẩm và cạnh tranh thành công. Do đó, đừng chỉ dừng lại ở mức tìm cách vượt qua các hoạt động kiểm định mà hãy tìm hiểu kỹ về bối cảnh thị trường của từng khu vực, đồng thời xem xét mức độ phù hợp của các yêu cầu kiểm định và chứng nhận đối với chiến lược dài hạn của doanh nghiệp. Để ra mắt sản phẩm thành công, doanh nghiệp cần có chiến lược bao gồm kiểm định theo các yêu cầu của thị trường mục tiêu và hợp tác với đội ngũ chuyên gia địa phương để được hỗ trợ tại chỗ.

### Nắm bắt thị trường

Xác định các yêu cầu kiểm định và chứng nhận của thị trường có vẻ đơn giản, nhưng để đáp ứng các yêu cầu và ra mắt sản phẩm thì lại gian nan hơn nhiều. Bạn cần biết về tất cả những bên liên quan đến quy định và tuân thủ, cũng như các đối tượng chính khác có thể tác động đến “số phận” của sản phẩm. Bạn cần cân nhắc tất cả những yếu tố này trong quá trình lập kế hoạch chiến lược kiểm định, đồng thời tích hợp triệt để những yếu tố đó vào chiến lược ra mắt sản phẩm.

Lý tưởng nhất là nhân viên hoặc đối tác kiểm định của bạn có kinh nghiệm về thị trường địa phương. Những khác biệt nhỏ trong yêu cầu và ngôn ngữ địa phương có thể ảnh hưởng nghiêm trọng tới khả năng ra mắt sản phẩm thành công. Hình 1 tóm lược các nhân tố có thể ảnh hưởng đến khả năng đưa sản phẩm ra thị trường thông qua các quy định và tiêu chuẩn.



### Tiêu chuẩn và bộ quy định

- Tổ chức phát triển tiêu chuẩn (SDO)
- Hội đồng kỹ thuật tiêu chuẩn (STP)
- Cơ quan quản lý có thẩm quyền (AHJ)
- Các quan chức đề ra bộ quy định



### Cơ quan đánh giá hợp quy (CAB)

- Chứng nhận
- Thanh tra
- Thử nghiệm
- Đánh giá
- Xác minh



### Yếu tố tác động tới kết quả đánh giá hợp quy của bên thứ ba

- **Đối tượng có tầm ảnh hưởng tới thị trường:** Cơ quan chính phủ và cơ quan hành chính
- **Đơn vị bán lẻ, đơn vị phân phối, hiệp hội** (thương mại, công nghiệp, người tiêu dùng)
- **Cơ quan chính phủ và cơ quan hành chính:** Hoa Kỳ (FCC, OSHA), Ủy ban Châu Âu, v.v.

Hình 1  
Những nhân tố tác động đến quy định và tuân thủ

## Vượt ra khỏi phạm vi thị trường hiện tại

Bạn đang hạn chế khả năng tiếp cận của mình khi chỉ tìm cách thực hiện một hoạt động kiểm định cho một thị trường. Trong quá trình xây dựng hoạt động kiểm định, hãy tự hỏi:

“

Chiến lược tiếp cận thị trường và khu vực đó là gì?

“

Tôi có muốn tiếp cận thị trường nào khác sau lần ra mắt sản phẩm ban đầu không?



Trong nhiều trường hợp, các nhà sản xuất quá tập trung vào hoạt động kiểm định và chứng nhận cho một thị trường, dẫn đến bỏ lỡ những cơ hội mở rộng quy mô và phát triển quan trọng.

Hiện tại, bạn có thể được chứng nhận cho một thị trường, nhưng chỉ cần thực hiện một thay đổi nhỏ trong kế hoạch kiểm định, bạn có thể sẵn sàng mở rộng sang các thị trường khác sau sáu hoặc 12 tháng. Bạn không những có thể áp dụng cùng một bộ dữ liệu kiểm định cho nhiều thị trường hơn, mà còn có thể thu nhận được những thông tin có giá trị giúp bạn chuẩn bị ra mắt sản phẩm ở quy mô lớn hơn. Trong nhiều trường hợp, những điều chỉnh nhỏ trong thiết kế ở đầu giai đoạn phát triển có thể giúp bạn gạt hái thành công lớn cho hoạt động phát triển thị trường trong tương lai. Chiến lược kiểm định sản phẩm phù hợp không những giúp bạn ra mắt sản phẩm thành công mà còn không ngừng mở rộng thị trường và gạt hái thành công.

## 2

## Những điều bạn không biết mới quan trọng

Chỉ biết những hoạt động kiểm định và chứng nhận cần thiết nghĩa là bạn mới chỉ nắm được một phần của bức tranh tổng thể mà thôi. Những yếu tố thường gây cản trở và trì hoãn hoạt động ra mắt sản phẩm lại nằm trong “điểm mù” của đội ngũ chịu trách nhiệm ra mắt sản phẩm. Nhiều yếu tố ảnh hưởng đến việc giới thiệu sản phẩm ra thị trường – đặc biệt là các quy định tại địa phương – có thể gây khó hiểu cho đội ngũ. Bạn cần hiểu những yếu tố gây cản trở. Do đó, chúng tôi khuyên bạn nên sớm hợp tác với các chuyên gia địa phương ngay từ đầu quy trình để hiểu rõ các quy định và yêu cầu có thể gây khó khăn cho hoạt động kinh doanh.

Ví dụ: Thông thường, một số quốc gia trong khu vực chỉ chấp nhận một Dấu chứng nhận duy nhất, chẳng hạn như Dấu chứng nhận CE ở Châu Âu và Dấu chứng nhận Vùng Vịnh (Dấu chứng nhận G) áp dụng với các nước thành viên của Hội đồng Hợp tác Vùng Vịnh, cho nên bạn có thể dễ dàng bỏ qua những thay đổi và khác biệt nhỏ trong quy định của từng quốc gia nếu bạn không hợp tác với một đội ngũ đảm bảo tuân thủ giàu kinh nghiệm ở nước sở tại. Để tránh được các nguy cơ này, bạn nên tìm hiểu về bối cảnh quy định và sớm xác định các “điểm mù” trong giai đoạn phát triển sản phẩm.



### Đừng chỉ quan tâm đến quy định

Trong quá trình lên kế hoạch ra mắt sản phẩm, các nhà sản xuất luôn quan tâm đến yếu tố quan trọng nhất là xin được các chứng nhận phù hợp, nhưng lại thường bỏ qua các thông tin chi tiết của tài liệu, điều này có thể dễ dàng làm ảnh hưởng đến tiến độ ra mắt sản phẩm. Hãy đảm bảo rằng bạn biết mình cần những tài liệu nào, cách thức ban hành tài liệu và quy trình phê duyệt tài liệu. Bạn cũng nên nắm rõ những thông tin tương tự đối với các yêu cầu về nhãn mác và bao bì sản phẩm.

Đó là lúc kiến thức chuyên sâu về thị trường và mối quan hệ tốt đẹp với đội ngũ chuyên gia địa phương phát huy tác dụng, giúp bạn tránh những sự cố trì hoãn tốn kém và tiến hành ra mắt sản phẩm kịp thời, thành công. Đối tác kiểm định phù hợp sẽ xem xét tình hình, giúp bạn xác định những lĩnh vực mà đội ngũ của bạn còn thiếu chuyên môn hoặc không đủ thời gian thực hiện. Nhờ đó, bạn có thể lường trước các thách thức và tìm cách khắc phục.



### Bạn có đang triển khai hoạt động kiểm định phù hợp không?

Trong hoạt động thiết kế các sản phẩm điện tử, nhiều đội ngũ chỉ tập trung vào các yêu cầu hoặc tiêu chuẩn cơ bản. Chắc chắn, bạn có thể dễ dàng hoàn thành hoạt động kiểm định Khả năng tương thích điện từ (EMC) ở bất kỳ khu vực nào. Tuy nhiên, khi áp lực đổi mới ngày càng gia tăng và xu hướng thay đổi môi trường quy định toàn cầu ngày càng phổ biến, nguy cơ không thể lập kế hoạch đáp ứng đúng yêu cầu kiểm định cũng tăng theo.

Sản phẩm mới thường có những nhu cầu kiểm định không thể dự đoán trước. Bạn có chắc chắn rằng mình có thể kiểm định sản phẩm đúng thời điểm không? Các thị trường bạn tiếp cận đánh giá ra sao về những công nghệ bạn đang triển khai? Có những thay đổi gì sẽ diễn ra trong quá trình bạn ra mắt sản phẩm?



3

Tốc độ tiếp cận thị trường rất quan trọng – đánh giá tác động của những yếu tố chưa xác định



Khả năng tiếp cận thị trường một cách nhanh chóng chính là chìa khóa tạo nên thành công cho sản phẩm. Điều này cực kỳ đúng trong bối cảnh liên tục đổi mới, khi lợi thế cạnh tranh không tồn tại lâu. Công ty tư vấn quản lý OakStone Partners ước tính rằng chậm trễ có thể khiến công ty thất thoát từ 15 đến 35% giá trị hiện tại ròng của sản phẩm (NPV) (tức là sự chênh lệch giữa giá trị hiện tại của dòng tiền tương lai từ một khoản đầu tư so với số tiền đầu tư). Thay vì coi quá trình kiểm định chỉ là hoạt động kiểm tra chất lượng sản phẩm, các nhà sản xuất nên coi đây là cơ hội để xác định và giảm thiểu rủi ro đối với lịch trình ra mắt sản phẩm.

### **Kế hoạch kiểm định của bạn có đáp ứng được những thay đổi về khung thời gian không?**

Do hầu hết các lịch trình ra mắt sản phẩm đều được lên kế hoạch trong nhiều năm dài nên có thể gặp áp lực đến từ nhiều tình huống. Mặc dù lịch trình này chắc chắn đề cập đến hoạt động kiểm định, nhưng câu hỏi lớn đặt ra là liệu kế hoạch kiểm định có khả năng đáp ứng những áp lực không thể lường trước này không. Các giải pháp kiểm định của bạn có đủ khả năng mở rộng và đủ linh hoạt để đáp ứng những rào cản và sự chậm trễ không thể tránh khỏi sẽ xảy ra không?

Gần đây, UL Solutions đã hỗ trợ một đơn vị sản xuất dụng cụ lớn trên toàn cầu tiết kiệm 30 triệu USD thông qua các giải pháp kiểm định tùy chỉnh và linh hoạt. Công ty này đang trong quá trình ra mắt một nền tảng không dây mới, nhưng sự cố trì hoãn hoạt động phát triển đã khiến họ chậm tiến độ vài tuần, đe dọa ảnh hưởng đến ngày ra mắt sản phẩm. Nhờ có mối quan hệ đối tác với UL Solutions từ những giai đoạn đầu của quy trình thiết kế sản phẩm, nên công ty được UL Solutions hỗ trợ nhanh chóng triển khai các chương trình kiểm định cấp tốc bù lại khoảng thời gian đã mất và ra mắt sản phẩm đúng ngày. Đáng lẽ, sự cố chậm trễ đó có thể khiến họ tổn thất gần 30 triệu USD doanh thu.

Tốc độ tiếp cận thị trường không phải tự nhiên mà có. Chính việc tích hợp các tài nguyên kiểm định vào kế hoạch ra mắt sản phẩm đã giúp các công ty đạt được tốc độ này. Quan hệ đối tác kiểm định chiến lược có thể là một nhân tố quan trọng giúp doanh nghiệp đáp ứng các thách thức của tiến trình phát triển sản phẩm.



## 4

# Quản lý danh mục sản phẩm thay vì các sản phẩm đơn lẻ

Để thực hiện phương pháp tiếp cận chiến lược với hoạt động kiểm định, bạn cần quản lý các yêu cầu tuân thủ đối với toàn bộ danh mục sản phẩm chứ không phải trên phạm vi từng sản phẩm một. Các nhà sản xuất thành công trên toàn cầu không chỉ lập kế hoạch ra mắt các thương hiệu đơn lẻ, mà họ còn quản lý khả năng hiện diện lâu dài trên tất cả các thị trường họ đang hoạt động.

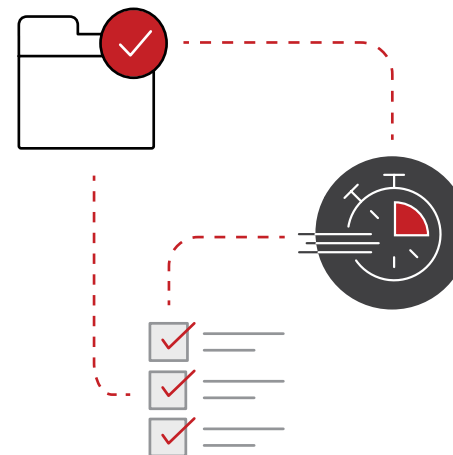
Các công ty có quy mô lớn và vừa cần quản lý nhiều chứng nhận. Đối với họ, một hoạt động trong quy trình quản lý danh mục đầu tư sẽ giúp họ giảm thiểu rủi ro trên toàn doanh nghiệp, đảm bảo rằng toàn bộ các dòng sản phẩm luôn duy trì tính tuân thủ trên toàn cầu. Các cán bộ lãnh đạo về sản phẩm và tuân thủ của các công ty thành công nhất trên thế giới luôn không ngừng dự đoán những yếu tố gián đoạn tiềm ẩn đối với quy trình chứng nhận bằng cách triển khai và quản lý quy trình đánh giá quy định liên tục. Xây dựng chương trình kiểm định tích hợp với đối tác toàn cầu chính là yếu tố thiết yếu trong quy trình này.

Bạn không những cần đảm bảo rằng sản phẩm của mình luôn tuân thủ, mà còn phải tìm kiếm những cơ hội mới và đảm bảo khả năng tận dụng những cơ hội đó. Kiểm định và chứng nhận phải được tích hợp trong chiến lược tiếp thị sản phẩm của bạn. Bạn có thể mở rộng sang những thị trường nào khác? Liệu những quy định thay đổi có mở ra cơ hội mới cho sản phẩm của bạn hay không? Những thông tin bạn thu được trong quá trình kiểm định và chứng nhận sản phẩm có thể giúp bạn xác định các rủi ro (và cơ hội) ảnh hưởng đến kế hoạch tiếp cận thị trường lớn hơn cũng như lộ trình tiếp thị dài hạn.



## 5

Lường trước những thay đổi – môi trường quy định luôn thay đổi



Thay đổi là định luật tất yếu đối với quy định về công nghệ. Trên khắp toàn cầu, tốc độ đổi mới nhanh chóng, cùng với thay đổi về bối cảnh chính trị và luật pháp đã tạo nên môi trường pháp lý vô cùng biến động.

Trong quá trình đánh giá các thay đổi về quy định trong khoảng thời gian 18 tháng (từ tháng 1 năm 2020 đến tháng 6 năm 2021), UL Solutions đã theo dõi được hơn 1.300 thay đổi ảnh hưởng đến sản phẩm và cơ chế đánh giá tính hợp quy – tương đương gần 2,5 thay đổi về quy định mỗi ngày. Những thay đổi này có thể dễ dàng tác động đến kế hoạch ra mắt sản phẩm ngắn hạn và dài hạn.

Hình 2 trình bày ví dụ mẫu về các thay đổi trong quy định được xác định trong ba ngày tại UL GO, một dịch vụ đăng ký trực tuyến hỗ trợ khách hàng dễ dàng tiếp nhận thông tin cập nhật về các yêu cầu quy định.



Đội ngũ tuân thủ và các đối tác kiểm định của bạn cần phải theo dõi chặt chẽ các quy định thay đổi, không chỉ để nắm được những thay đổi mà còn để dự đoán những lĩnh vực có thể xảy ra thay đổi. Những thay đổi này diễn ra theo nhiều hình thức – từ tiêu chuẩn mới phát triển cho các công nghệ mới ra mắt, chẳng hạn như 5G, cho đến các yêu cầu dán nhãn mới, đến việc một số quốc gia bắt buộc phải tiến hành kiểm định trong nước đối với một số công nghệ nhất định (quy định phổ biến ở Trung Quốc).

Chắc chắn bạn sẽ không muốn dành nhiều năm để thiết kế sản phẩm dựa trên một bộ yêu cầu có khả năng trở nên vô hiệu vào thời điểm sản phẩm sẵn sàng ra mắt thị trường.



## 6 Không kiểm định đơn lẻ



Để triển khai một chương trình kiểm định chiến lược, bạn cần hợp tác với một đối tác có thể cung cấp đa dạng dịch vụ kiểm định và chứng nhận. Thông thường, bạn có thể sử dụng cùng một bộ dữ liệu kiểm định để đáp ứng nhiều hơn một yêu cầu, từ đó giúp bạn lên kế hoạch ra mắt thị trường hiệu quả và đảm bảo lợi thế cạnh tranh tiềm năng. Ví dụ: Mặc dù mọi danh mục sản phẩm ở tất cả các quốc gia đều yêu cầu kiểm định EMC, nhưng bạn nên đồng thời thực hiện hoạt động kiểm định rộng hơn để đảm bảo tính an toàn và chất lượng sản phẩm cũng như xác định các rủi ro và cơ hội tiếp cận thị trường.

Bạn có thể đơn giản hóa yêu cầu tuân thủ tại tất cả các thị trường đồng thời tiết kiệm thời gian, tiền bạc và tránh quy trình phức tạp bằng cách kết hợp các hoạt động kiểm định và chứng nhận sản phẩm để đáp ứng tất cả các tiêu chuẩn thị trường của quốc gia và khu vực có liên quan. Các yêu cầu kiểm định chính bạn cần cân nhắc bao gồm:



## EMC

Kiểm định khả năng tương thích điện từ (EMC) phân tích khả năng hoạt động của thiết bị điện tử khi ở gần các thiết bị điện tử khác hoặc trong môi trường có phát xạ điện từ. Đây là hoạt động kiểm định cơ bản nhất, bắt buộc phải thực hiện ở hầu hết mọi quốc gia đối với mọi sản phẩm điện tử.



## Kiểm định năng lực không dây

Kiểm định năng lực không dây đánh giá hiệu suất và chức năng thực tế của các sản phẩm tích hợp công nghệ không dây, chẳng hạn như Bluetooth, Wi-Fi và kết nối di động. Các công nghệ không dây, đặc biệt là kết nối di động, phải đáp ứng các yêu cầu pháp lý phức tạp ở các quốc gia khác nhau. Trong bối cảnh nhiều đơn vị trên thế giới đang chạy đua để triển khai công nghệ 5G, chỉ có một số phòng thí nghiệm trên thế giới đạt chứng nhận được phép tiến hành hoạt động kiểm định 5G. Rất ít nhà sản xuất từng xin chứng nhận 5G, do đó họ nên tìm kiếm sự hỗ trợ từ một đối tác tin cậy.



## Thử nghiệm khả năng tương tác

Kiểm định khả năng tương kết (còn gọi là kiểm định khả năng kết hợp của các sản phẩm) giúp đảm bảo rằng các sản phẩm hoạt động bình thường khi kết hợp với các thiết bị thường gặp trong tình huống sử dụng thực tế.



## An toàn

Người tiêu dùng chủ yếu quan tâm đến tính an toàn của sản phẩm. Theo một nghiên cứu do *Consumer Reports* thực hiện vào tháng 7 năm 2020, 97% người tiêu dùng tại Mỹ mong muốn các nhà sản xuất tiến hành kiểm định tính an toàn của sản phẩm trước khi tung ra thị trường. Khi chủ động thực hiện các biện pháp đánh giá mức độ an toàn thông qua mối quan hệ hợp tác với một tổ chức chứng nhận đáng tin cậy như UL Solutions, các công ty sẽ có cơ hội nâng cao danh tiếng thương hiệu và tạo dựng lòng tin với người tiêu dùng.



## 7 Bảo vệ thương hiệu



Trong một nghiên cứu được công bố vào tháng 6 năm 2019, Edelman phát hiện ra rằng

# 81%

**NGƯỜI TIÊU DÙNG**  
nói rằng họ mua hàng dựa trên  
**LÒNG TIN VÀO THƯƠNG HIỆU.**

Đối với một nhà sản xuất sản phẩm, không gì quý giá hơn thương hiệu. Bạn không nên mạo hiểm với tài sản có giá trị nhất của tổ chức mình. Bạn có thể “mềm lòng” trước những cám dỗ như đốt cháy giai đoạn và lén lút sử dụng các giải pháp kiểm định giá rẻ, nhưng hành động này gây ra mối nguy cơ khôn lường cho thương hiệu của bạn. Các nhà sản xuất thiết bị điện tử hàng đầu thế giới đã xây dựng giá trị thương hiệu bằng cách đảm bảo rằng sản phẩm của họ đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn nghiêm ngặt nhất và người mua có thể hoàn toàn tin tưởng họ. Họ tích hợp hoạt động kiểm định vào mọi giai đoạn của kế hoạch tiếp cận thị trường. Đối với họ, hoạt động kiểm định và tuân thủ không chỉ là kiểm tra chất lượng sản phẩm.

Để trở thành thương hiệu hàng đầu thế giới, bạn phải nắm được các điều kiện thị trường trên toàn cầu và không ngừng cung cấp các sản phẩm an toàn và tuân thủ, đồng thời luôn thực hiện đúng lịch trình ra mắt sản phẩm cạnh tranh, bất chấp những khó khăn về quy định. Một trong những phương pháp để các thương hiệu thành công tạo ra và duy trì lợi thế cạnh tranh chính là luôn cam kết thực hiện chiến lược kiểm định sản phẩm toàn diện.



# Tóm tắt



Trong bối cảnh thị trường công nghệ không ngừng biến động, hoạt động kiểm định sản phẩm là một phần quan trọng trong kế hoạch chiến lược sản phẩm và tiếp cận thị trường của mọi doanh nghiệp. Nếu không coi trọng các chiến lược kiểm định và chuyên môn, bạn không những tạo rủi ro cho thương hiệu và thị phần của mình, mà còn bỏ lỡ các cơ hội tiềm năng.

Các công ty thông thái nhất thế giới không coi hoạt động kiểm định là yếu tố phụ trong quy trình phát triển sản phẩm mà là giá trị cốt lõi trong lộ trình phát triển. Họ xây dựng mối quan hệ hợp tác thân thiết, liên tục với các đối tác kiểm định giúp họ trang bị kiến thức và chuyên môn trên toàn thế giới.

Bạn nên đưa mục tiêu tạo dựng quan hệ đối tác kiểm định và tiếp cận thị trường với một đơn vị hàng đầu thế giới có khả năng giúp bạn đảm bảo ra mắt sản phẩm thành công, kịp thời, cũng như giúp bạn bảo vệ và phát triển thương hiệu của mình vào chiến lược phát triển.



## Tiếp nhận hỗ trợ từ UL Solutions

Hành trình tiếp cận thị trường toàn cầu luôn đầy rẫy những thách thức, nhưng lộ trình mở rộng ra các thị trường mới không hẳn quá khó khăn. Thông qua hoạt động xác định mục tiêu trong thời gian sớm nhất có thể và hợp tác với những đơn vị có kinh nghiệm xác định phương hướng của thị trường toàn cầu, bạn hoàn toàn có thể bắt đầu mở rộng phạm vi tiếp cận và gặt hái thành công tại những khu vực mới đầy hứa hẹn.

Hãy truy cập trang  
[UL.com/GMA](https://www.ul.com/GMA) để tìm hiểu  
cách UL Solutions hỗ trợ bạn  
đáp ứng những quy định phức  
tạp và tăng tốc độ tiếp cận các  
thị trường mới.



**[UL.com/Solutions](https://UL.com/Solutions)**

© 2022 UL LLC. Bảo lưu mọi quyền.