

SỐNG CÙNG GIÁ TRỊ CỐT LÕI



GIÁ TRỊ CỐT LÕI LÀ GÌ?





GIÁ TRỊ CỐT LÕI

Là một trong những **nền tảng** **ngầm định** **quan trọng nhất** của văn hóa doanh nghiệp.

Đó là các **nguyên tắc** và **niềm tin** thúc đẩy hành vi của tất cả các thành viên trong một tổ chức.

Giá trị cốt lõi **dẫn lối** cho các thành viên trong tổ chức cách hành động, tương tác với khách hàng, với nhau và với doanh nghiệp. Chúng **dẫn dắt nhiều quyết định**, cả lớn và nhỏ được đưa ra **mỗi ngày**.





Giá trị cốt lõi không phải là những thứ dễ dàng nhìn thấy từ bên ngoài, nó **thuộc về bản chất, tiềm ẩn bên trong** mỗi doanh nghiệp.

Giá trị cốt lõi không phải là thứ áp đặt từ những điều lãnh đạo mong muốn, nó là **những giá trị hiện hữu, tồn tại, đang có** trong con người của doanh nghiệp.

GIÁ TRỊ CỐT LÕI LÀ...

thứ **PHẢI CÓ**
(*MUST HAVE*)



thứ **THẬT TỐT ĐỂ CÓ**
(*NICE TO HAVE*)



không phải là

HÃY KIỂM TRA MỘT GIÁ TRỊ CỐT LÕI "CỐT LÕI" HAY KHÔNG?



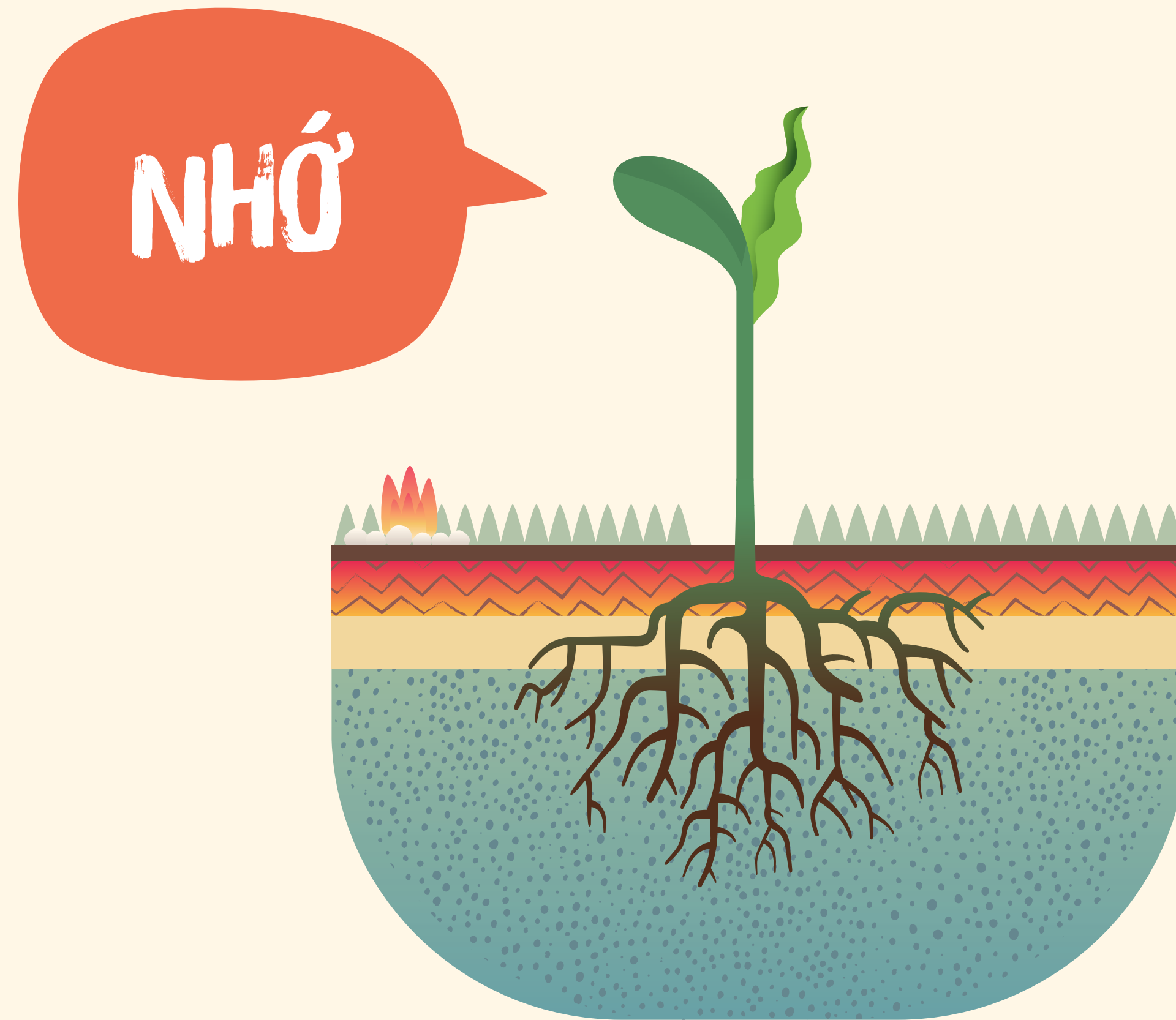
- Doanh nghiệp có sẵn sàng sa thải nhân viên nếu vi phạm giá trị cốt lõi này không, ngay cả khi đó là nhân viên xuất sắc?
- Giá trị này sẽ không đổi ngay cả khi doanh nghiệp thành công hơn, phát triển hơn?
- Nếu giá trị này khiến doanh nghiệp có thể bất lợi hơn với đối thủ, bạn có giữ lại giá trị đó không?
- Nhân viên vẫn sẽ cam kết thực hiện giá trị này ngay cả khi không được hỗ trợ hay trao thưởng?
- Doanh nghiệp sẵn sàng chấm điểm nhân viên trong công ty về mức độ thể hiện giá trị?
- Doanh nghiệp sẵn sàng đầu tư để nhân viên nhớ, hiểu và tự hào về các giá trị này?

LÀM THẾ NÀO ĐỂ SỐNG CÙNG GIÁ TRỊ CỐT LÕI?





Hãy để giá trị cốt lõi được **NHỚ**, được **HIỂU** và cuối cùng là được **YÊU**





Hãy để giá trị cốt lõi **xuất hiện trên tất cả các kênh truyền thông nội bộ** từ không gian văn phòng, những tấm poster trong thang máy, những ấn phẩm trên bàn làm việc cho đến bản tin nội bộ, mạng xã hội hay các cuộc họp trực tiếp... Đây là cách đơn giản nhất giúp mọi người có thể nhớ và biết đến giá trị cốt lõi của doanh nghiệp.



KHÔNG GIAN LÀM VIỆC

Giá trị cốt lõi của **Amazon** được gọi với tên “Các nguyên tắc lãnh đạo”.

Để giúp người Amazon thực hành mỗi ngày và luôn dễ dàng soi chiếu, ghi nhớ, Amazon ***in các giá trị này lên bức tường làm việc.***

14 giá trị nằm rải rác tại các vị trí khác nhau trên bức tường, với màu sắc nổi bật, khác biệt.

Đừng để bức tường, cánh cửa, thang máy hay bất kỳ bề mặt gì xung quanh chỉ là những vật vô tri. Hãy tận dụng chúng để mỗi khi nhân viên đi qua đều quay đầu ngoái lại nhìn.

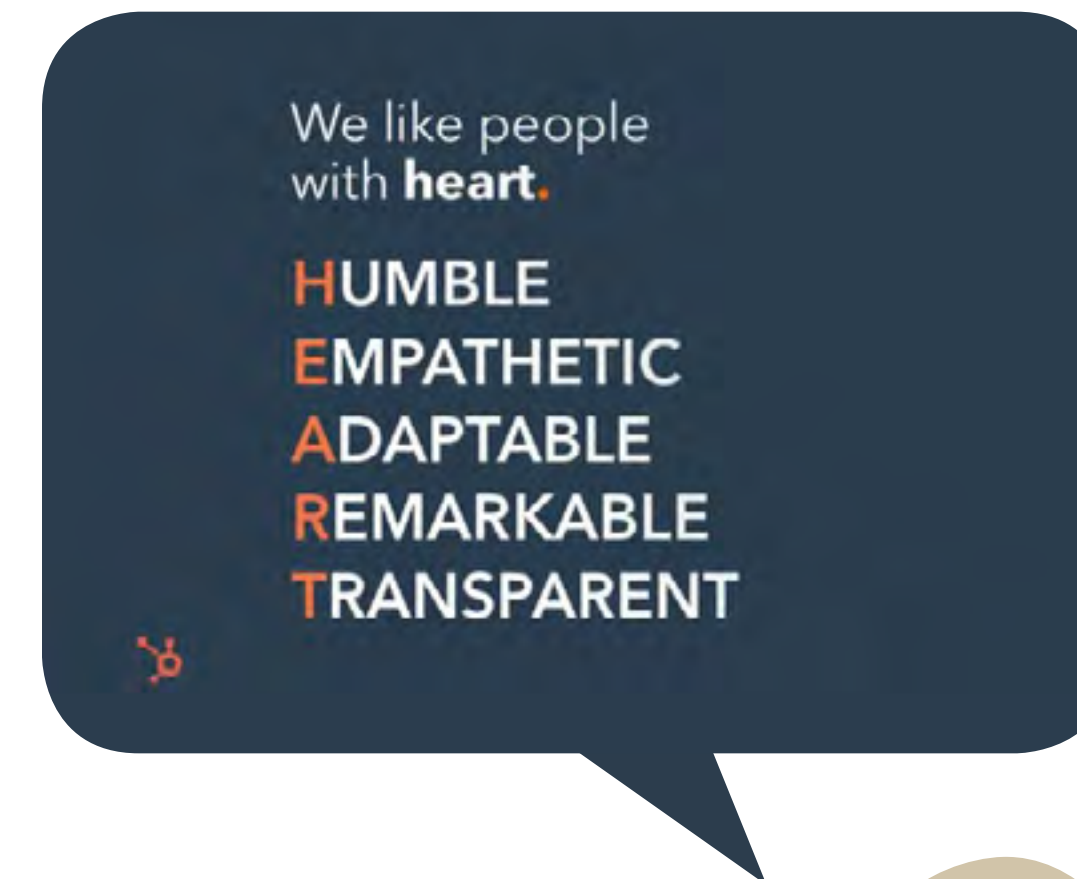


CÁCH ĐẶT TÊN

Với nhiều người, HEART đơn giản là trái tim.

Nhưng với người **Hubspot**, **HEART là cách gọi dễ nhớ cho 5 giá trị cốt lõi** của doanh nghiệp này.

Hubspot muốn mọi nhân viên đều ghi nhớ mỗi giá trị đều là một mảnh ghép của trái tim và trái tim sẽ không hoàn thiện nếu thiếu đi bất kỳ giá trị nào.



Giá trị cốt lõi không cần diễn tả bằng những ngôn từ khó hiểu, dài dòng.
Chú ý xem giá trị cốt lõi của bạn bắt đầu bằng chữ cái gì và thử sắp xếp để tạo thành từ có nghĩa.



TRANH VẼ

30 bức tranh đen trắng do chính đội ngũ thiết kế thực hiện thể hiện cho 10 giá trị là cách **Zappos** muốn nhân viên ghi nhớ theo cách đơn giản và vui vẻ nhất.

Zappos khuyến khích nhân viên tô màu lên chúng như một cách thức vừa dễ nhớ, vừa dễ xả stress. Zappos cũng cho mọi người in ra thật nhiều bản và phân phát cho người thân, bạn bè, thậm chí là người lạ trong lúc ngồi trên xe khi tắc đường.



Đôi khi, tư duy như trẻ con lại là cách hữu hiệu để giá trị cốt lõi được biết đến nhiều hơn. Cũng đừng bỏ qua năng lực của nhân viên nhé! Hãy để họ đồng hành trong hành trình đem giá trị cốt lõi đến gần mọi người theo cách đơn giản nhất.





LỊCH ĐỂ BÀN

Trong dịp Tết 2019, **Framgia Inc.** đã dành tặng cho chính nhân viên của mình món quà là ***lịch để bàn chứa đựng nhiều thông điệp*** và tính năng tiện lợi.

Nổi bật trên từng trang lịch là những câu chuyện, hình ảnh minh họa cho 7 giá trị cốt lõi của công ty.

Đừng coi thường sức mạnh của những thứ trên mặt bàn của nhân viên!
Thứ gần nhất chính là thứ được nhìn thấy nhiều nhất, và đương nhiên là dễ ghi nhớ nhất rồi!



SỰ KIỆN RA MẮT

Chorus - một doanh nghiệp viễn thông chọn việc ra mắt bộ giá trị cốt lõi qua một **sự kiện với những điểm nhấn nhiều màu sắc**.

Một buổi ăn mừng đã diễn ra trong suốt một tuần với mỗi ngày sẽ được dành ra để tập trung vào một giá trị, kèm theo các hoạt động liên quan đến giá trị đó.



Đừng nghĩ rằng sự kiện ra mắt giá trị cốt lõi phải là một hoạt động gì quá nghiêm túc. Hãy tổ chức thật nhiều hoạt động vui vẻ để nhân viên tham gia và mỗi dấu ấn khó quên trong sự kiện đó sẽ giúp họ ghi nhớ các giá trị cốt lõi này lâu hơn!



Phiên bản rap của sổ tay



BÀI HÁT CHỦ ĐỀ

Trong sự kiện ra mắt giá trị cốt lõi, **Vinamilk** đã giới thiệu về các giá trị của mình thông qua ca khúc vui nhộn, dễ nhớ.

Đó là **phiên bản rap của cuốn sổ tay Hải trình Vinamilk**, kèm theo đó là video hoạt hình minh họa hết sức vui nhộn. Giai điệu bắt tai với phần lời đơn giản giúp nhân viên dễ dàng ghi nhớ các giá trị cốt lõi của công ty.

Giá trị cốt lõi không cần diễn tả bằng những ngôn từ khó hiểu, dài dòng.
Chú ý xem giá trị cốt lõi của bạn bắt đầu bằng chữ cái gì và thử sắp xếp để tạo thành từ có nghĩa.



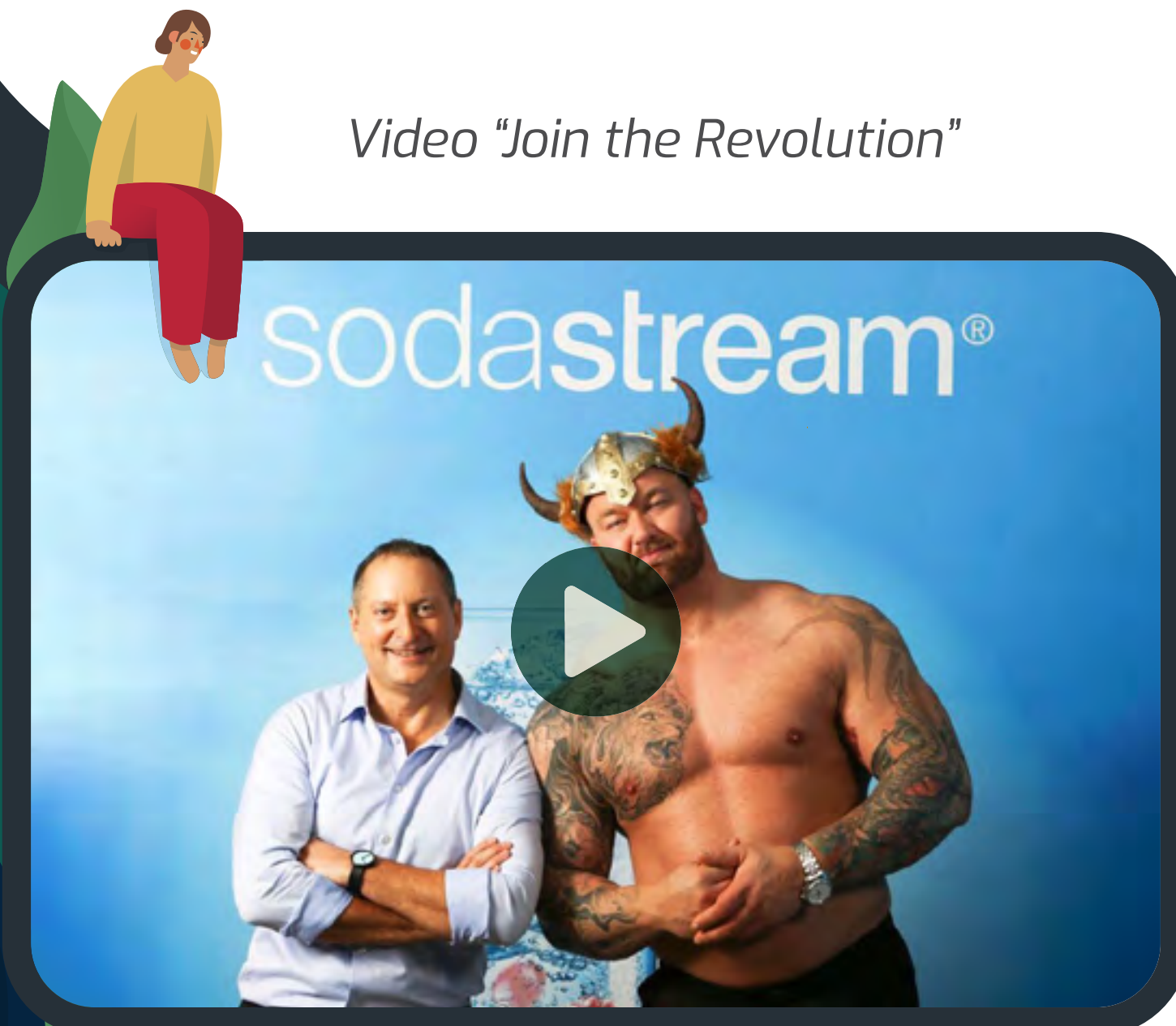
TRÒ CHƠI

Bobby Arbert, một công ty tư vấn chiến lược, đã ra mắt bộ giá trị cốt lõi “G.I.V.E.R.S” thông qua **trò chơi “Chiếc nón Giá trị”** mô phỏng từ Chiếc nón Kì diệu trong ngày truyền thống QIC DAY của mình. Trò chơi yêu cầu người chơi đoán từng chữ xuất hiện trong mỗi ô để tìm từ khóa chính. Cụm từ để mọi người giải đáp là các nội dung liên quan đến giá trị cốt lõi. CEO công ty là người chia sẻ về từng cụm từ và lí do vì sao giá trị đó quan trọng.



Có rất nhiều trò chơi vừa giải trí, vừa dễ thực hiện có thể thực hiện để lồng ghép các giá trị cốt lõi và giúp nhân viên dễ ghi nhớ. Đuổi hình bắt chữ, Tam sao thất bản, Vượt chướng ngại vật, Nhanh như chớp là một số format trò chơi bạn có thể tham khảo.





Video "Join the Revolution"

VIDEO TUYỂN DỤNG

SodaStream đã sử dụng chính giá trị cốt lõi của doanh nghiệp để tạo ra một thông điệp hấp dẫn dành cho các ứng viên thông qua **video tuyển dụng hài hước "Join the Revolution"**.

Video với cốt truyện hài hước, ngắn gọn, dễ hiểu và đặc biệt cách dẫn dắt tự nhiên đã giúp ứng viên và nhân viên dễ dàng ghi nhớ hơn các giá trị cốt lõi của công ty.

Những video vui nhộn, do chính nhân viên đóng sẽ hút người xem hơn. Lồng ghép những video đó trong quá trình tuyển dụng là lựa chọn đúng đắn nếu muốn truyền thông các giá trị cốt lõi tới nhiều đối tượng hơn.



EMOJI

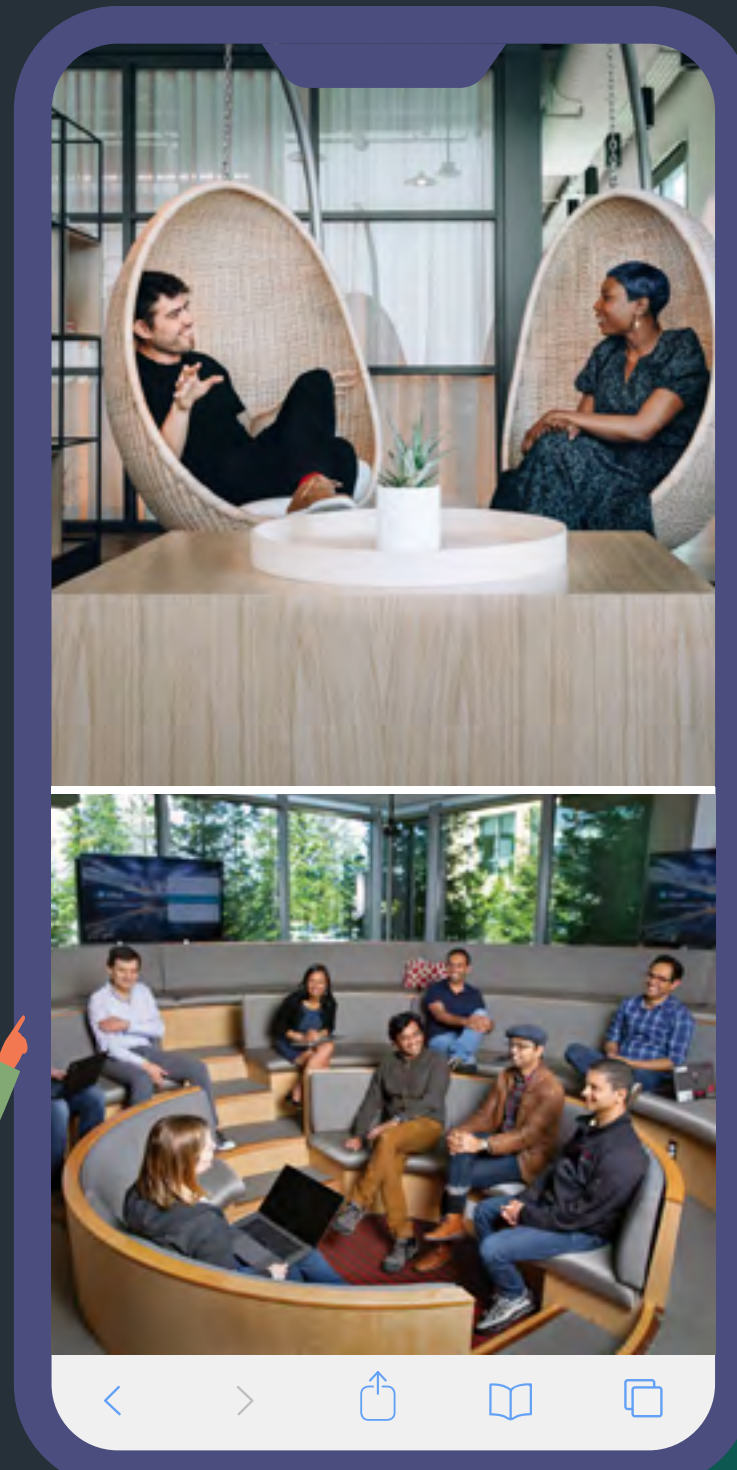
Slack dùng **emoji** để minh họa cho 6 giá trị cốt lõi của mình. Và đây là 6 giá trị cốt lõi của doanh nghiệp này:

- ❤️ Đồng cảm
- 👩 Lịch sự
- 🌻 Phát triển toàn diện
- 👩 Vui vẻ
- 🔨 Khéo léo
- 🙌 Đoàn kết



Những dòng chữ dài sẽ khó ghi nhớ hơn. Nhưng nếu thay những dòng chữ đó bằng hình ảnh (như emoji chẳng hạn) thì người đọc sẽ dễ tưởng tượng và khắc sâu vào trong tâm trí mình hơn.





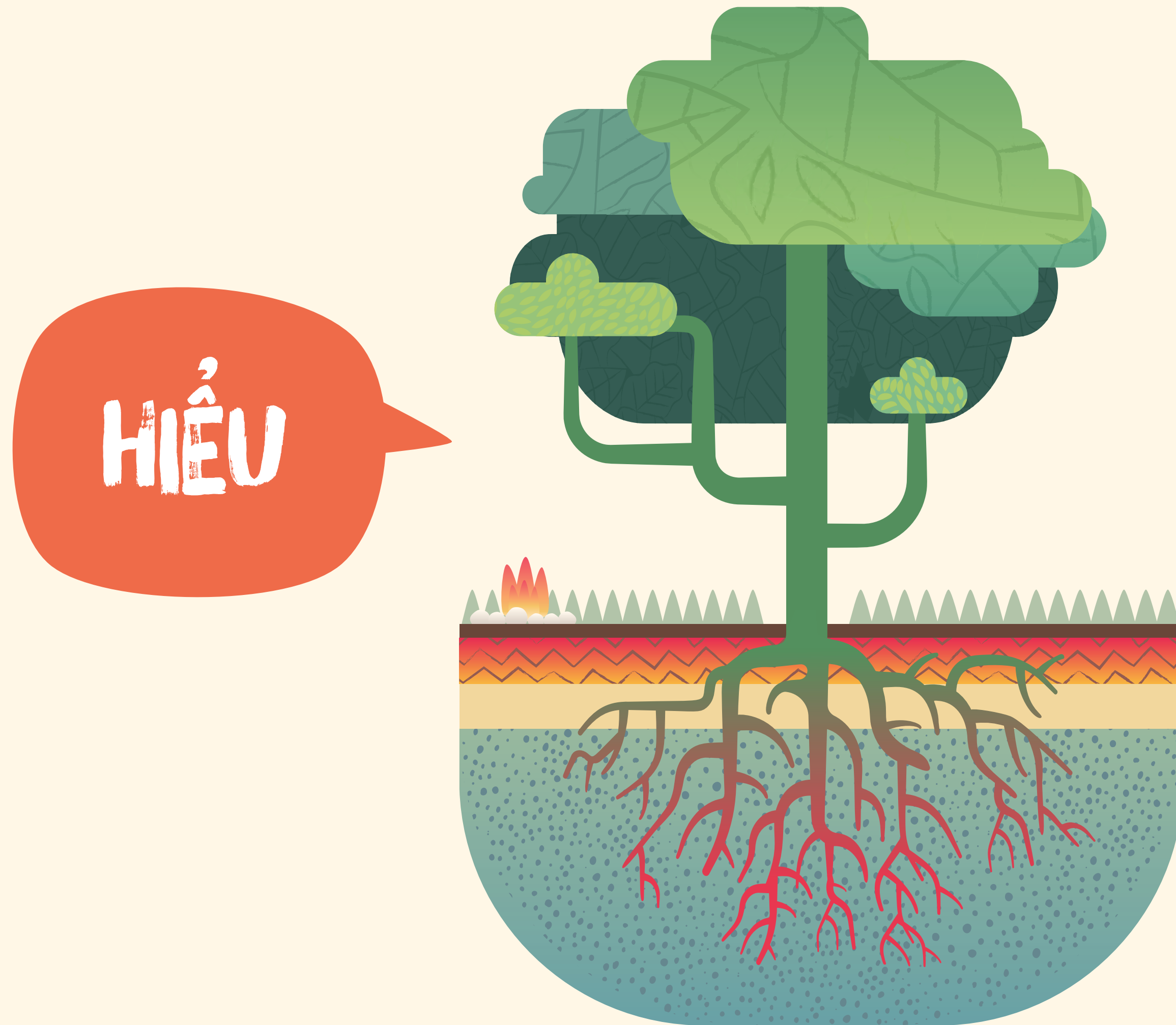
WEBSITE

9 giá trị cốt lõi của **Netflix** là những cụm từ khá khó nhớ, ví dụ như Judgement (Quyết định), Curiosity (Tò mò), Courage (Can đảm).

Do vậy, Netflix đã sử dụng **website tuyển dụng** để giới thiệu về các giá trị cốt lõi theo cách dễ hiểu nhất. Dưới mỗi giá trị, Netflix đưa ra những hành vi, kỹ năng cụ thể được đánh giá là phù hợp với giá trị đó. Nhờ đó, nhân viên sẽ biết những việc mình làm có phù hợp với 9 giá trị này hay không. Càng nhiều đặc điểm tương đồng thì nhân viên càng trở nên phù hợp với tổ chức.

Đừng nghĩ website chỉ là để giới thiệu sản phẩm - dịch vụ của công ty. Nếu biết tận dụng, website còn là một cuốn "từ điển" để giải nghĩa mọi giá trị cốt lõi vốn khô khan và khó hiểu cho ứng viên và nhân viên đấy.







Giá trị cốt lõi phải **đi vào nhận thức, hành động** của mỗi người, thể hiện qua chuẩn hành vi. Giá trị cốt lõi cần phải được nhân viên hiểu đúng nghĩa và thể hiện bản chất thực sự của mỗi người. Đây là những cách làm để giúp giá trị cốt lõi dễ “ngấm” hơn với nhân viên.



Video "Năm bắt sự mơ hồ"



KỊCH TỰ DIỄN

Tại **IDEO**, giá trị cốt lõi quyết định năng lực làm việc của mỗi cá nhân. Do vậy, đội ngũ thiết kế của IDEO đã cùng nhau đưa các giá trị cốt lõi vào nền tảng phát triển sự nghiệp. Một trong số đó là **chuỗi các video** thể hiện cách IDEO đưa các giá trị cốt lõi vào cuộc sống.

Ví dụ để mô tả cho giá trị cốt lõi "Năm bắt sự mơ hồ", họ dựng một video với một nhóm nhân viên ngồi trên con thuyền vượt qua cơn bão để đến vùng đất chưa được khám phá bằng tinh thần đồng đội và sự lạc quan.

Nhân viên có thể trở thành những diễn viên tài ba. Tại sao không cùng họ "xấn tay" vào thực hiện những sản phẩm truyền thông, vừa giúp họ hiểu hơn về những giá trị cốt lõi đó, vừa dễ dàng chia sẻ đến những đồng nghiệp của họ?



PHIM HOẠT HÌNH

Không phải những video hô hào, hứa hẹn hay những lời tuyên bố hoành tráng với ngôn ngữ “đao to búa lớn, **Mekong Capital** đã truyền tải những cốt lõi của công ty tới những ứng viên tiềm năng chỉ với một **bộ phim hoạt hình** nhẹ nhàng, dí dỏm.

Bộ phim mô phỏng lại cuộc chiến của những em bé thế hệ F2 tại Mekong Capital đã dùng chính sức mạnh có được từ giá trị cốt lõi chiến đấu với thế lực xấu xa.

Phim hoạt hình



Thử họp với nhóm của bạn để nghĩ ra những ý tưởng “out of the box” và bạn có thể “đóng gói” những giá trị cốt lõi trở thành một sản phẩm dễ thương, sáng tạo như phim hoạt hình trên thì sao?





ĐÀO TẠO HỘI NHẬP

Tại **Intel**, mỗi nhân viên khi mới gia nhập tổ chức sẽ tham gia vào **7 buổi chia sẻ chuyên đề** trong suốt năm đầu làm việc. Nội dung các buổi chia sẻ tập trung vào các giá trị cốt lõi của công ty, văn hoá, kinh doanh và chỉ ra những hành vi của nhân viên được coi là sống cùng các giá trị cốt lõi.

Đào tạo hội nhập là thời điểm thích hợp để tân binh làm quen và hiểu hơn về văn hóa công ty. Hãy để tân binh có thời gian tìm hiểu kĩ càng các giá trị cốt lõi và giải đáp mọi thắc mắc của họ nhé.





HỌC HỎI VÀ CHIA SẺ VỚI ĐỒNG NGHIỆP

Trong quá trình hội nhập, mỗi thành viên của **E3** phải **học và chia sẻ về giá trị cốt lõi với bất kỳ ai tại văn phòng** trong 3 tuần đầu làm việc. Tuần tiếp theo, họ cần thuộc lòng các giá trị đó.

Họ cần tham gia các cuộc họp với các thành viên khác để hiểu nhau hơn và có cơ hội trao đổi kỹ hơn về các giá trị cốt lõi. Nhân viên phải trả lời thật nhanh những câu hỏi liên quan và mỗi một E3er sẽ hỏi Tiffany - Chủ tịch công ty - một câu hỏi về giá trị cốt lõi.

Đôi khi, những cách làm đơn giản như học thuộc lòng, hỏi người xung quanh lại hiệu quả một cách bất ngờ. Đây cũng là cách để họ tương tác, thảo luận, đóng góp quan điểm của mình cho những giá trị đó - Tại sao không?



CÂU CHUYỆN

Giản dị, ngắn gọn và súc tích là những từ miêu tả về cuốn sách **Đồng đội** - một **cuốn sách về giá trị đời sống văn hoá tinh thần và phong cách sống** của người **FPT**.

Cuốn sách giúp nhân viên hiểu hơn về sứ mệnh, tầm nhìn, giá trị cốt lõi Tôn-Đổi-Đồng-Chí-Gương-Sáng và nhiều bài học lịch sử, văn hóa của nhà F.



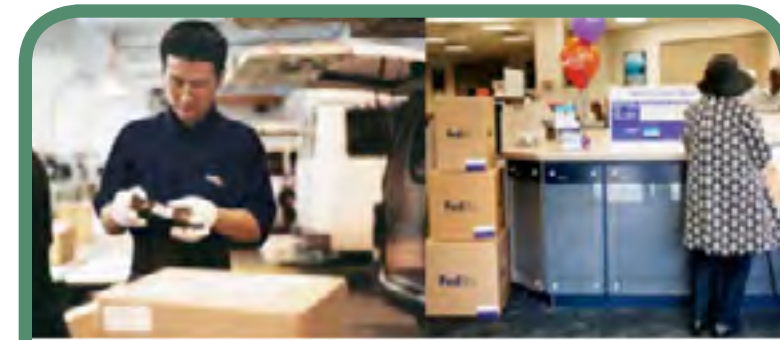
Nếu doanh nghiệp bạn có bề dày lịch sử, văn hóa, hãy cân nhắc đến việc dùng cách kể chuyện (storytelling) để truyền tải những giá trị cốt lõi của mình theo cách chân thực và sâu sắc nhất.





The Purple Promise:

"I will make every FedEx experience out standing."



We make The Purple Promise real when we...



LỜI HỨA CÔNG VIỆC

Một trong 6 giá trị cốt lõi của **FedEx** là Dịch vụ (Service). Doanh nghiệp này hướng đến việc đem lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng và sẵn sàng phục vụ để đáp ứng nhu cầu của họ.

Để nhân viên thấu hiểu giá trị này, **The Purple Promise (Lời hứa Màu tím)** ra đời. Đây là cam kết của FedEx trong việc không ngừng đem lại những trải nghiệm hoàn hảo nhất cho khách hàng. Mỗi nhân viên đều hiểu và tin vào lời hứa này. Họ cũng biết họ được trao quyền để thực hiện lời hứa đó và đem chúng vào từng tương tác với khách hàng.

Thử nghĩ xem, giá trị cốt lõi mà là lời hứa thì sẽ như thế nào nhỉ? Một điều chắc chắn đó là nhân viên sẽ luôn ghi nhớ, thấm nhuần và có nghĩa vụ giữ cam kết, thực hiện theo lời hứa này như một đại sứ gương mẫu cho doanh nghiệp bạn.



SỔ TAY VĂN HÓA

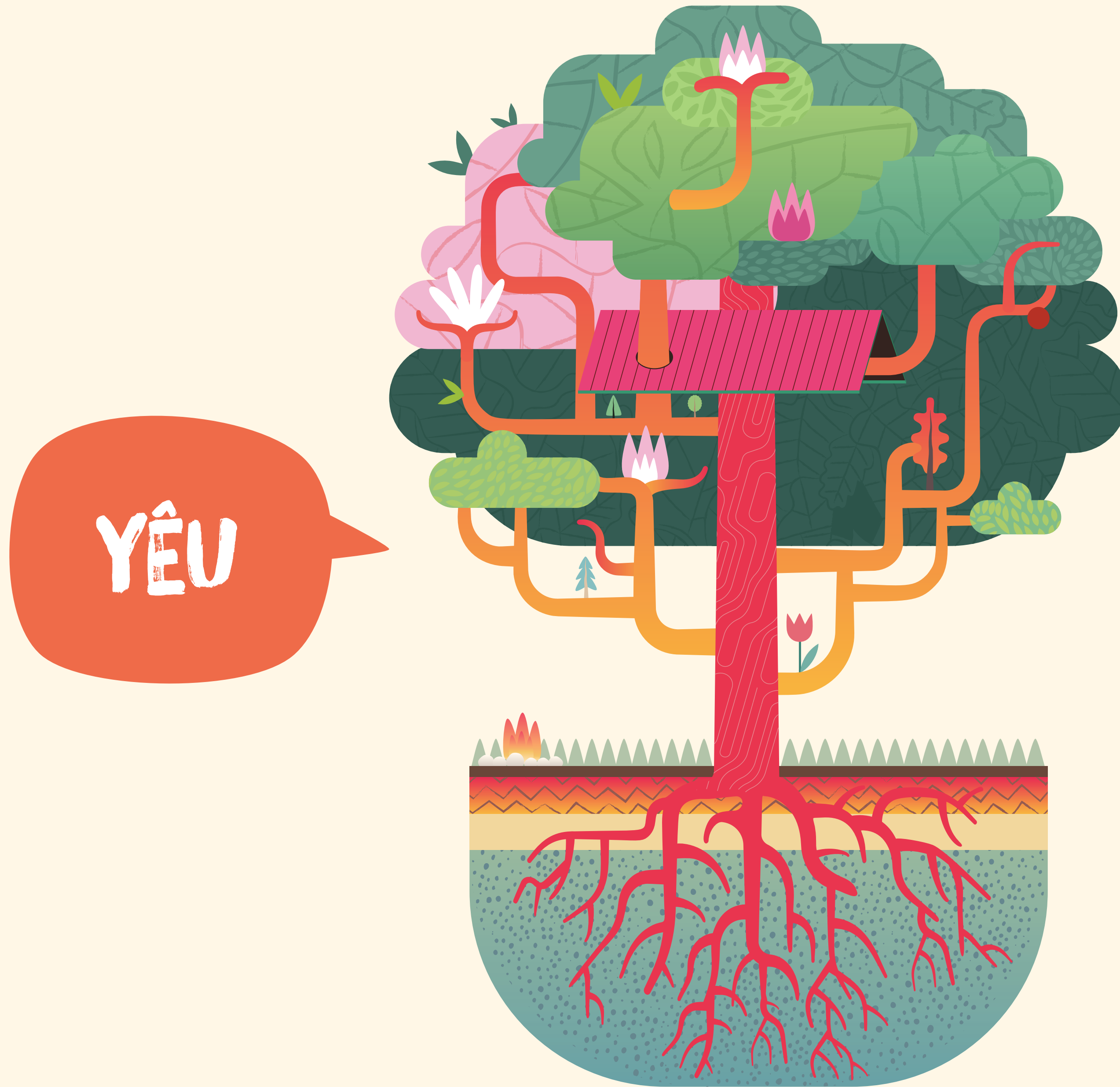
Để tạo bất ngờ cho nhân viên sau sự kiện cán mốc 1 tỷ người dùng, **Facebook** tặng mỗi nhân viên một **cuốn sổ tay có tên “Sách đỏ của Facebook”**.

Nội dung bao gồm những nội dung liên quan đến văn hoá doanh nghiệp, giá trị cốt lõi tại Facebook, được diễn tả bằng lối viết ngắn gọn, nhiều hình ảnh vui nhộn, màu sắc.



Không có gì dễ hiểu và chính thống hơn một cuốn sổ tay văn hóa. Bạn có thể diễn đạt sáng tạo hơn bằng hình ảnh, những câu thơ, lời bài hát hay thậm chí là một câu quote “chất” của ai đó trong công ty chẳng hạn.







Chúng ta không thể áp dụng giá trị cốt lõi lên những ai không sẵn sàng chia sẻ. Nhân viên sẽ sẵn sàng chia sẻ và thêm yêu, tự hào với tổ chức chỉ khi họ cảm thấy giá trị của họ phù hợp với giá trị cốt lõi.

Hãy chú ý cách bạn đưa các giá trị cốt lõi vào đời sống. Thay vì chú trọng vào ngôn từ thể hiện, giá trị cốt lõi cần **ngấm vào tự nhiên** thông qua việc trở thành một phần không thể thiếu trong các hoạt động nội bộ, chính sách, quy trình, phúc lợi, khen thưởng - kỷ luật, là một phần không thể thiếu bên trong mỗi người.

SỰ KIỆN NỘI BỘ

Tại **Blue C**, “tư duy tích cực” là một trong ba giá trị cốt lõi mà tất cả mọi người cùng tuân thủ và không quên áp dụng vào các hoạt động nội bộ.

Trong thời điểm Covid-19 bùng nổ, Blue C tổ chức **sự kiện 8/3 theo concept “Ngày lây lan hạnh phúc”** để đem lại nhiều năng lượng tích cực cho nhân viên. Trong sự kiện này, mỗi cá nhân được gọi là một chủng vi-rút với điểm mạnh khác biệt.



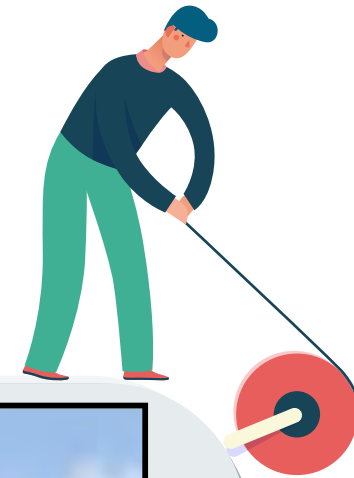
Nếu chưa nghĩ ra chủ đề cho sự kiện nội bộ, hãy nghĩ ngay đến các giá trị cốt lõi nhé! Truyền thông giá trị cốt lõi qua sự kiện là cơ hội để nhân viên thực hành các giá trị cốt lõi đó và khiến giá trị đó trở nên gần gũi hơn với mọi người.



QUY TRÌNH TUYỂN DỤNG

Thay vì chỉ nhìn vào các kỹ năng và kinh nghiệm liên quan đến công việc, **IKEA** lại tập trung **tuyển dụng những người phù hợp với văn hóa.**

Doanh nghiệp này cho rằng, kỹ năng sẽ dễ phát triển hơn tính cách, thái độ và giá trị của ứng viên. Bởi vậy, trong bảng câu hỏi khi tuyển dụng, IKEA thường hỏi về giá trị họ theo đuổi. Nhận xét của ứng viên về giá trị cốt lõi sẽ là yếu tố công ty cân nhắc hồ sơ để có hướng phỏng vấn, đào tạo phù hợp.



Nhân viên chỉ thực sự “đổ gục” trước công ty nếu họ cảm thấy giá trị cốt lõi thực sự phù hợp với giá trị của họ, và ngược lại!



GIẢI THƯỞNG

Dŵr Cymru Welsh Water

(DCWW) truyền thông cho bộ giá trị cốt lõi mới của công ty bằng cách tổ chức Giải thưởng **Diolch Awards** (trong tiếng xứ Wales, “diolch” nghĩa là cảm ơn).

Giải thưởng được thiết kế để ghi nhận những người đã nỗ lực vượt bậc để thể hiện những giá trị cốt lõi của công ty.



Nếu muốn nhân viên thực hành giá trị cốt lõi, hãy dành tặng họ những phần thưởng xứng đáng để họ có động lực nhiều hơn và trân trọng các giá trị của công ty hơn.



HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ CHO Ý TƯỞNG

Để khuyến khích nhân viên thực hành sự đổi mới - một trong bốn giá trị cốt lõi của mình, **Adobe** trao cho những ai đang mong muốn được đổi mới một hộp màu đỏ với nhiều văn phòng phẩm, đồ ăn nhẹ vào thẻ tín dụng trả trước trị giá 1.000\$ để họ khai phá ý tưởng của mình mà không có bất kỳ sự thắc mắc nào.

Nhờ cách làm này, khoảng 1.000 nhân viên đã chấp nhận thử thách và có 23 ý tưởng đã được hỗ trợ thêm khoản đầu tư sau đó.

Đừng ngại bỏ một khoản tiền để khuyến khích nhân viên thực hành giá trị cốt lõi của công ty. Bạn sẽ không thấy lãng phí nếu kết quả sau đó là một lực lượng nòng cốt hiểu rất rõ và tuân thủ nghiêm túc các giá trị cốt lõi đó đâu!



PHÚC LỢI

Để truyền thông cho giá trị cốt lõi “cho đi nhiều hơn”, **Vmware** khuyến khích nhân viên bằng cách cho họ **40 giờ nghỉ phép hàng năm** để làm các công việc thiện nguyện.

Nhân viên được “sống” cùng các giá trị cốt lõi này, họ tham gia hợp tác với các tổ chức phi lợi nhuận, cung cấp các tài nguyên công nghệ miễn phí cũng như hỗ trợ những người đang cần trợ giúp.



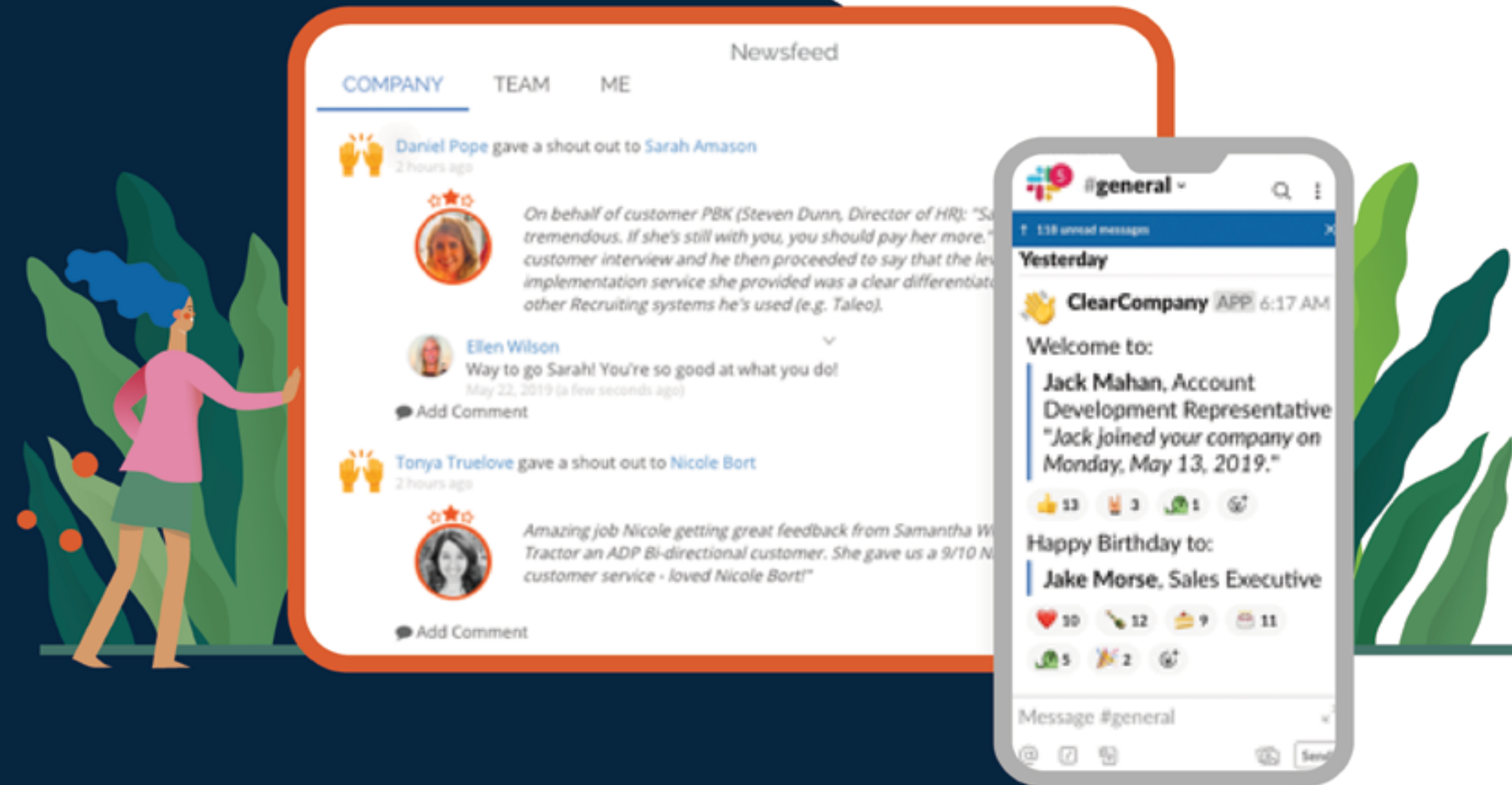
Phúc lợi không chỉ là những lợi ích hỗ trợ nhân viên mà còn thể hiện cách một doanh nghiệp truyền tải những giá trị cốt lõi họ tin tưởng tới đội ngũ của mình.



HOẠT ĐỘNG TÔN VINH

Một cách mà **ClearCompany** đưa giá trị cốt lõi vào đời sống đó là việc doanh nghiệp này **tôn vinh những cá nhân điển hình** trong việc thể hiện giá trị cốt lõi trên trang web của công ty.

Họ được lựa chọn là “nhân viên của tháng” và được tôn vinh trên nhiều “mặt trận” khác như bản tin nội bộ, blog...



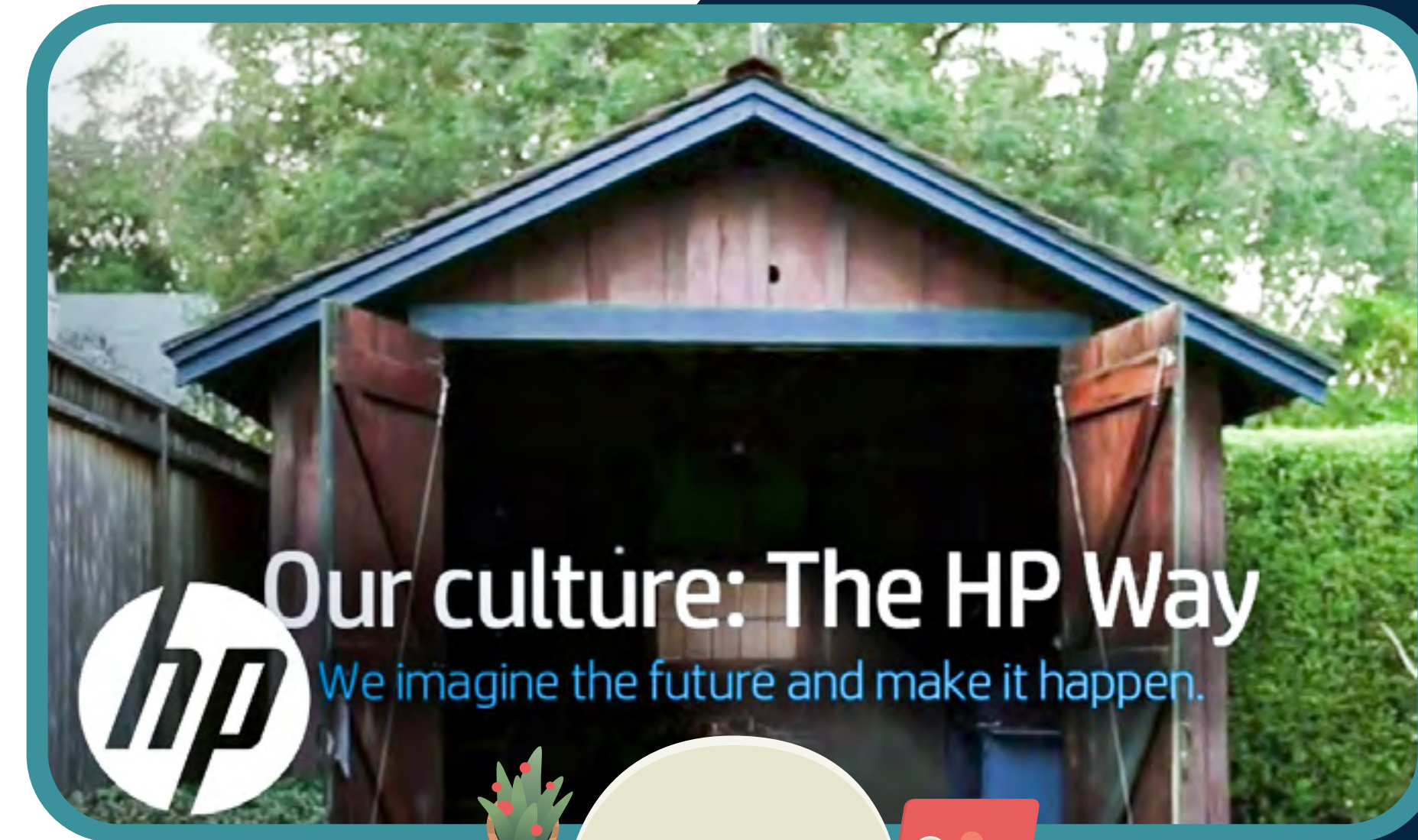
Tôn vinh những nhân viên “sống” và thực hành giá trị cốt lõi là cách để ghi nhận những nỗ lực âm thầm của họ, đồng thời tạo gương cho các nhân viên khác cùng noi theo.



CƠ CHẾ QUẢN LÝ CÔNG VIỆC

Đội ngũ lãnh đạo của **HP** luôn muốn truyền tải văn hóa này không chỉ qua việc giúp nhân viên nhớ và hiểu mà còn phải đưa chúng vào đời sống.

Bởi vậy, các giá trị cốt lõi của HP đã được xem xét như những **tiêu chí cho việc quản lý**. Chúng được dùng làm căn cứ để các quyết định hằng ngày được đưa ra.



Việc để giá trị cốt lõi trở thành một phần trong cơ chế quản lý sẽ là thước đo cho mỗi nhân viên để họ luôn điều chỉnh thái độ, hành vi của mình trước khi họ thực hiện bất kỳ công việc nào.





HAY ĐƠN GIẢN, LÀ MỘT CUỐN TRUYỆN TRANH

Tại **Esoft** Việt Nam, văn hoá đội/phòng phát triển và đôi lúc lấn át văn hoá của công ty.

Để giúp hơn 700 nhân viên hiểu văn hoá công ty mong muốn xây dựng, đội ngũ văn hóa doanh nghiệp đã xây dựng một **cuốn sổ tay văn hoá bằng truyện tranh** với những câu chuyện nhỏ, có thật kèm thông điệp phía sau mỗi câu chuyện chính là các giá trị cốt lõi của công ty.

Truyện tranh là một cách truyền thông vừa dễ hiểu, vừa vui nhộn và dễ chia sẻ. Bạn có thể khai thác những câu chuyện tiêu biểu diễn ra trong doanh nghiệp mình và “thổi hồn” vào từng nét vẽ, hình ảnh minh họa để câu chuyện gần gũi hơn.





Quá trình truyền thông giá trị cốt lõi là một hành trình dài, và để thay đổi nhận thức của nhân viên, biến nhận thức thành hành động, cần **luôn theo dõi quá trình này và thể hiện xuyên suốt qua mọi biểu hiện** hữu hình, vô hình, qua mọi tương tác mà nhân viên trải nghiệm trong quá trình làm việc.



Để có những cách truyền thông giá trị cốt lõi sáng tạo, hãy cố gắng tập thói quen **tư duy khác biệt**, và **tìm cảm hứng, ý tưởng từ nhiều nguồn**. Đó có thể qua cách làm của các doanh nghiệp trên thế giới, qua những sự vật, sự việc xung quanh hoặc qua việc thảo luận cùng đội ngũ nhân viên. Dành sức lực, thời gian, tâm trí, nguồn lực cho việc này, kết quả đem lại sẽ vô cùng khả quan.

**"THAY VÌ PHẢI
SUY NGHĨ
BÊN NGOÀI CÁI HỘP,**

**HÃY VỨT LUÔN
CÁI HỘP."**

- Deepak Chopra -



TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Shane Green, 2018. Văn hóa doanh nghiệp trong thời đại công nghệ số, Nhà xuất bản Lao động, Hà Nội.
2. Jonathon Colman, 2013. *Sine Qua Non: Core Values and Content Strategy*
3. *Our Leadership Principles*
4. Dharmesh Shah, 2018. *The HubSpot Culture Code: Creating a Company We Love*
5. Trish Christoffersen, 2018. *30 Core Value Coloring Pages To Download For Free*
6. Nhóm Facebook ICC: *CLB Truyền thông nội bộ và Văn hóa doanh nghiệp*
7. Lisa Curry, 2020. *Launching our Company Values*
8. Kênh Youtube *Kênh tin tức nội bộ Vinamilk*
9. *How to Roll Out Your Core Values to Your Entire Company*
10. *Join The Revolution*
11. *Trang web tuyển dụng Slack*
12. *Trang web tuyển dụng Netflix*
13. *Nurturing a Creative Culture*
14. Lucy England, 2015. *See inside the little red book that is placed on the desk of every Facebook employee*
15. Kênh Youtube *Mekong Capital*
16. Patrick M. Lencioni, 2002. *Make Your Values Mean Something*
17. Maggie Campbell, 2018. *Bringing Core Values to Life: A Look at "Stay Curious"*
18. *Đồng đội - báu sách FPT*
19. *I've seen the power of Purple*
20. *IKEA: Hiring on Values As Well as Skills*
21. *Dŵr Cymru Welsh Water*
22. *Insights into Adobe's Award Winning Company Culture*
23. Andre Lavoie, 2017. *4 Ways to Bring Your Organizational Values to Life*
24. Christopher Meyer, 1998. Relentless Growth: How Silicon Valley Innovation Strategies Can Work in Your Business, Free Press, New York.

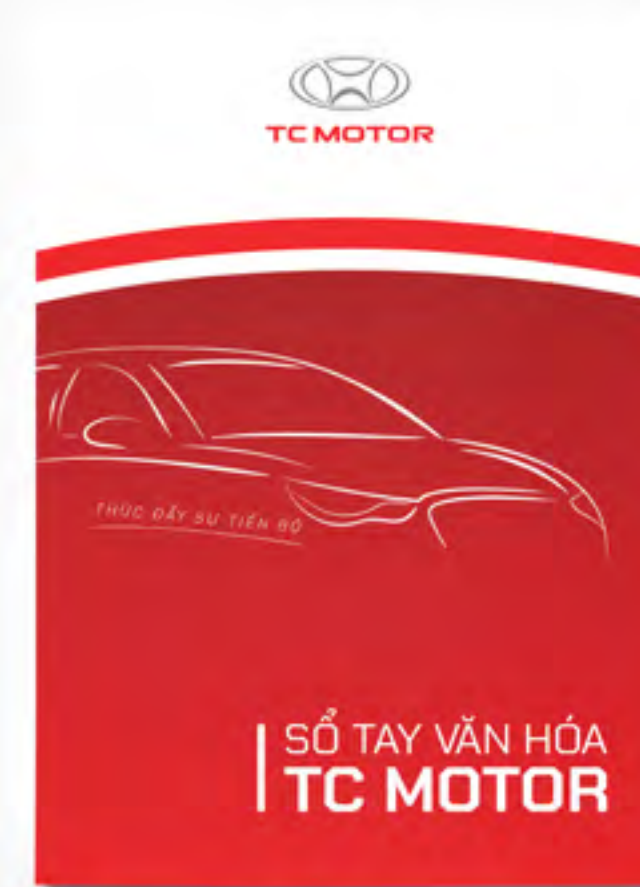


Tại **Blue C**, chúng tôi chuẩn hóa giá trị cốt lõi và các yếu tố ngầm định khác của văn hóa doanh nghiệp dưới hình thức những cuốn sổ tay văn hóa độc đáo, mới lạ.

Những cuốn sổ tay Blue C đã đồng hành thực hiện cùng doanh nghiệp



ĐƯỜNG CHÚNG TA ĐI
ESOFT



SỔ TAY VĂN HÓA TC MOTOR
TC MOTOR



Những cuốn sổ tay Blue C đã đồng hành thực hiện cùng doanh nghiệp

SỔ TAY VĂN HÓA SCIC



TÔI LÀ NGƯỜI HSC HSC



Văn hóa

TƯ VẤN PHÁT TRIỂN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

ĐO LƯỜNG
VHDN

ĐÀO TẠO
VHDN

ĐỊNH HÌNH
VHDN

TRUYỀN THÔNG
VHDN





THÔNG TIN LIÊN HỆ

Blue C - Prima Building | Tầng 5, 22 Mai Anh Tuấn, Ô Chợ Dừa, Đống Đa, Hà Nội

Phone: (+84)24 7303 2388/ (84) 368 780 068

Email: info@bluec.vn

Website: www.bluec.vn