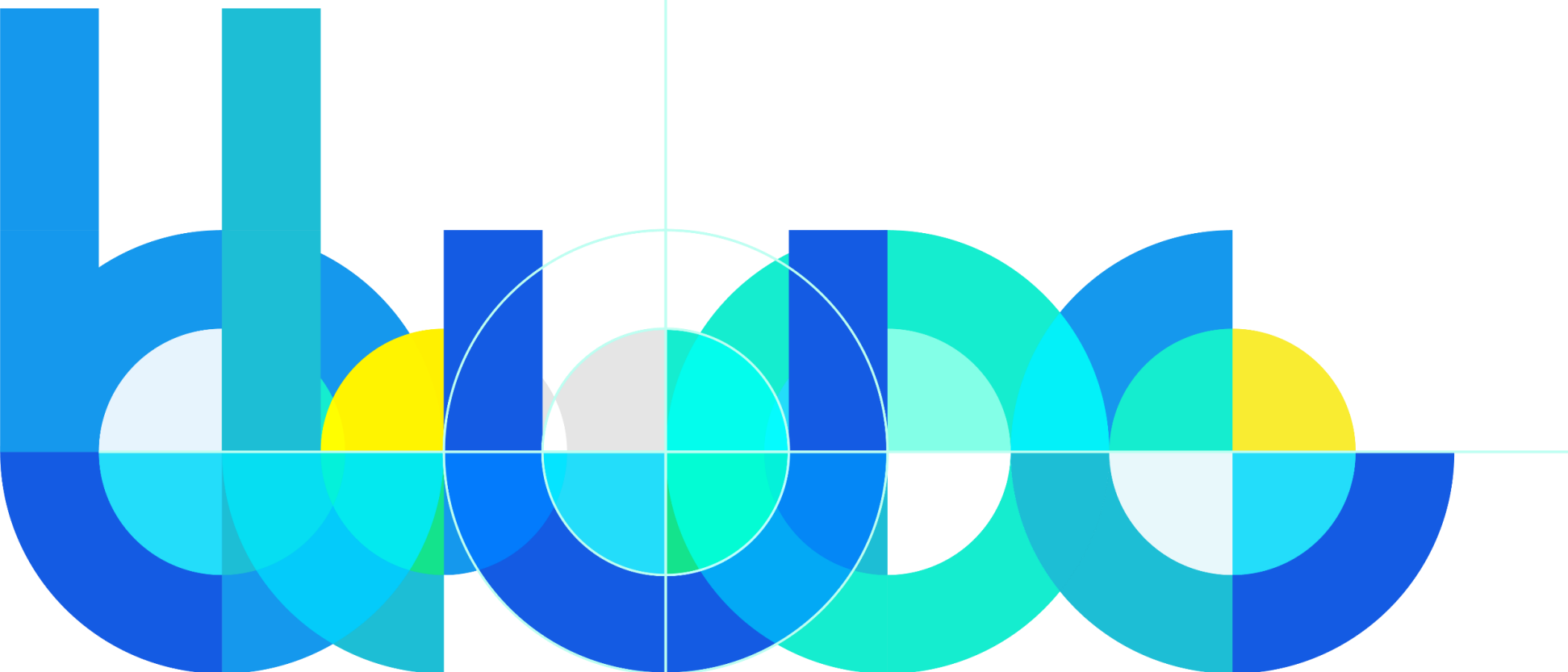


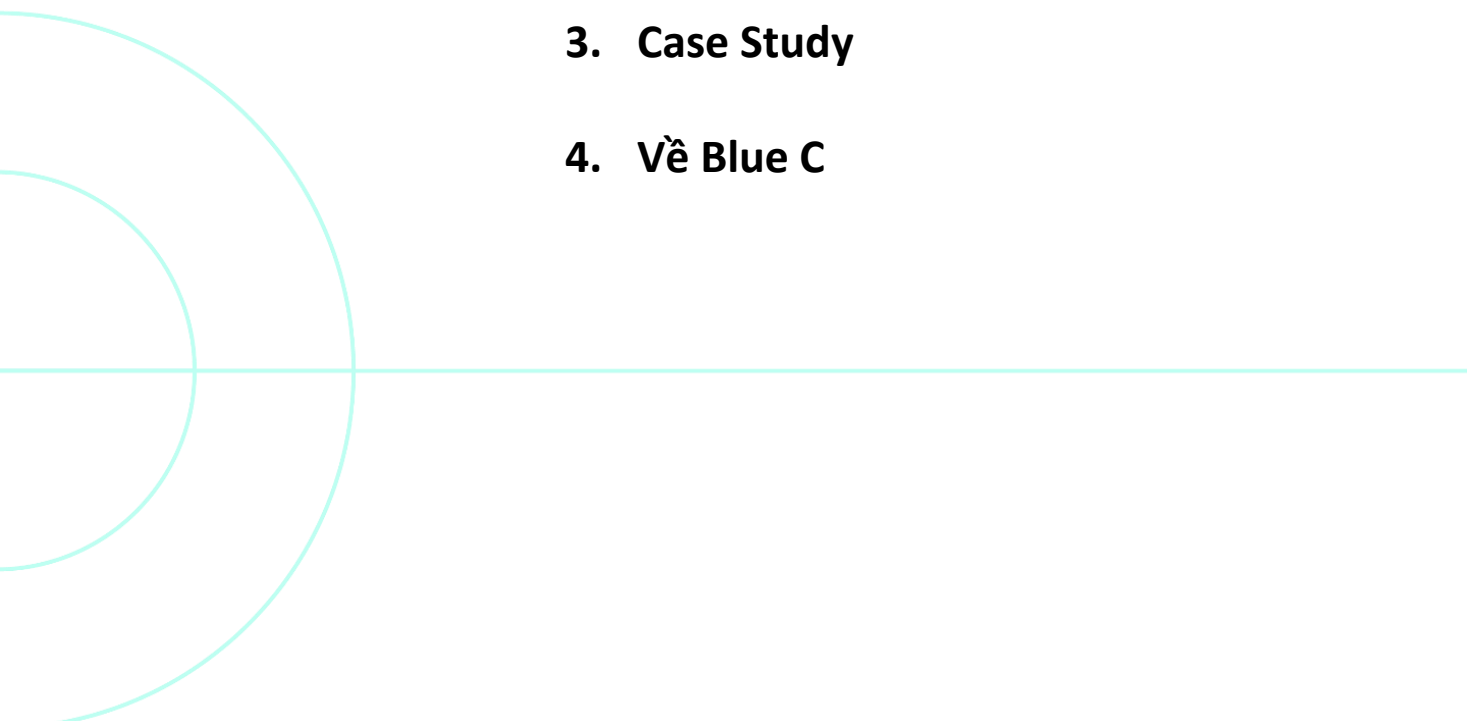


DỊCH VỤ ĐÀO TẠO
2022

VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP
TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN
& TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ



NỘI DUNG

1. Những thách thức về nguồn lực khi triển khai văn hóa doanh nghiệp
 2. Các chương trình huấn luyện của Blue C
 3. Case Study
 4. Về Blue C
- 
- 



The infographic features a central blue rounded rectangle containing the title. To the left of this rectangle is a black vertical bar. Surrounding the central area are ten circular icons, each containing a stylized illustration of a person. These icons are arranged in a circular pattern around the center. Each icon is partially overlaid by a semi-circle of a different color (blue, green, yellow, or grey). The background is a light blue color with a faint grid of white lines.

NHỮNG THÁCH THỨC VỀ NGUỒN LỰC KHI TRIỂN KHAI VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP

VAI TRÒ CÁC NHÓM NGUỒN LỰC VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

Lãnh đạo cấp cao

- Định hướng phát triển văn hóa mong muốn, đảm bảo văn hóa phù hợp với các mục tiêu kinh doanh và đáp ứng nhu cầu của các bên liên quan
- Trau dồi văn hoá thông qua các hành động lãnh đạo bao gồm thiết lập mục tiêu, chiến lược và ưu tiên xây dựng văn hóa
- Thiết kế tổ chức và các quy trình hoạt động, nhằm hỗ trợ và thúc đẩy cho mục đích và giá trị cốt lõi của công ty

Bộ phận chuyên trách

- Phát triển các tài liệu văn hóa
- Ứng dụng văn hoá vào các quy trình đánh giá, tuyển dụng, khen thưởng, ghi nhận
- Thiết kế các trải nghiệm của nhân viên để giải thích và củng cố văn hóa mong muốn
- Thực hiện các chiến lược và chương trình cho phép các thành viên còn lại của tổ chức hoàn thành trách nhiệm văn hóa (đào tạo, kiểm tra...)
- Truyền thông nội bộ

Quản lý cấp trung

- Mang đến cho nhân viên những trải nghiệm văn hoá tổ chức thông qua việc giao tiếp hàng ngày
- Làm gương, hình mẫu về văn hoá
- Tham gia các hoạt động xây dựng văn hóa và nuôi dưỡng sự gắn kết của nhân viên với văn hóa

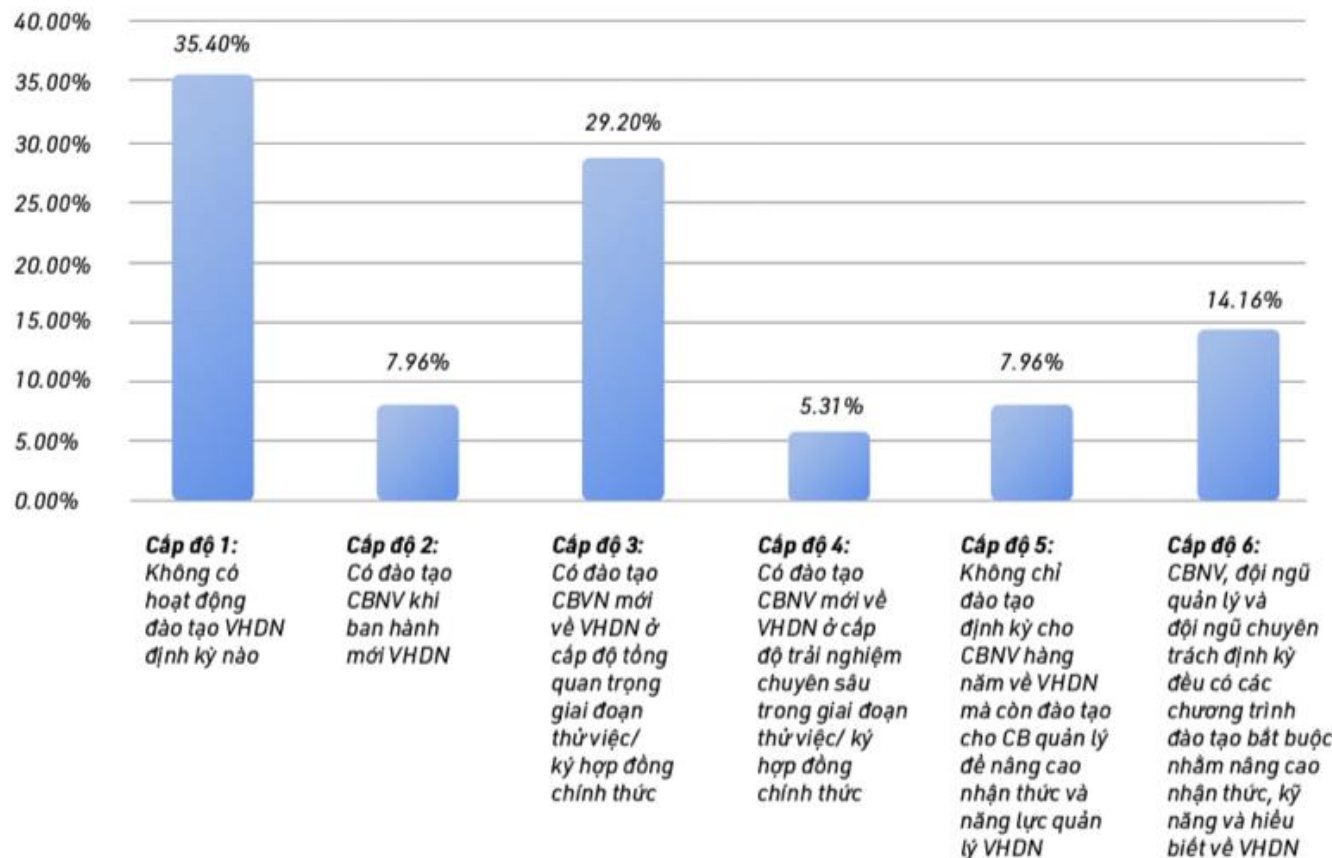
Nhân viên

- Cung cấp dữ liệu đầu vào về hiện trạng, nhu cầu và kỳ vọng đối với văn hóa mong muốn
- Đề xuất những ý tưởng mới
- Tạo ra, tuân thủ và thực thi các thói quen và quy tắc văn hoá; điều chỉnh thái độ và hành vi với VHDN
- Tham gia các hoạt động xây dựng văn hoá
- Lan toả văn hoá ra bên ngoài

NHỮNG THÁCH THỨC CỦA DOANH NGHIỆP

Đào tạo văn hoá

Điểm trung bình: 2.85 điểm



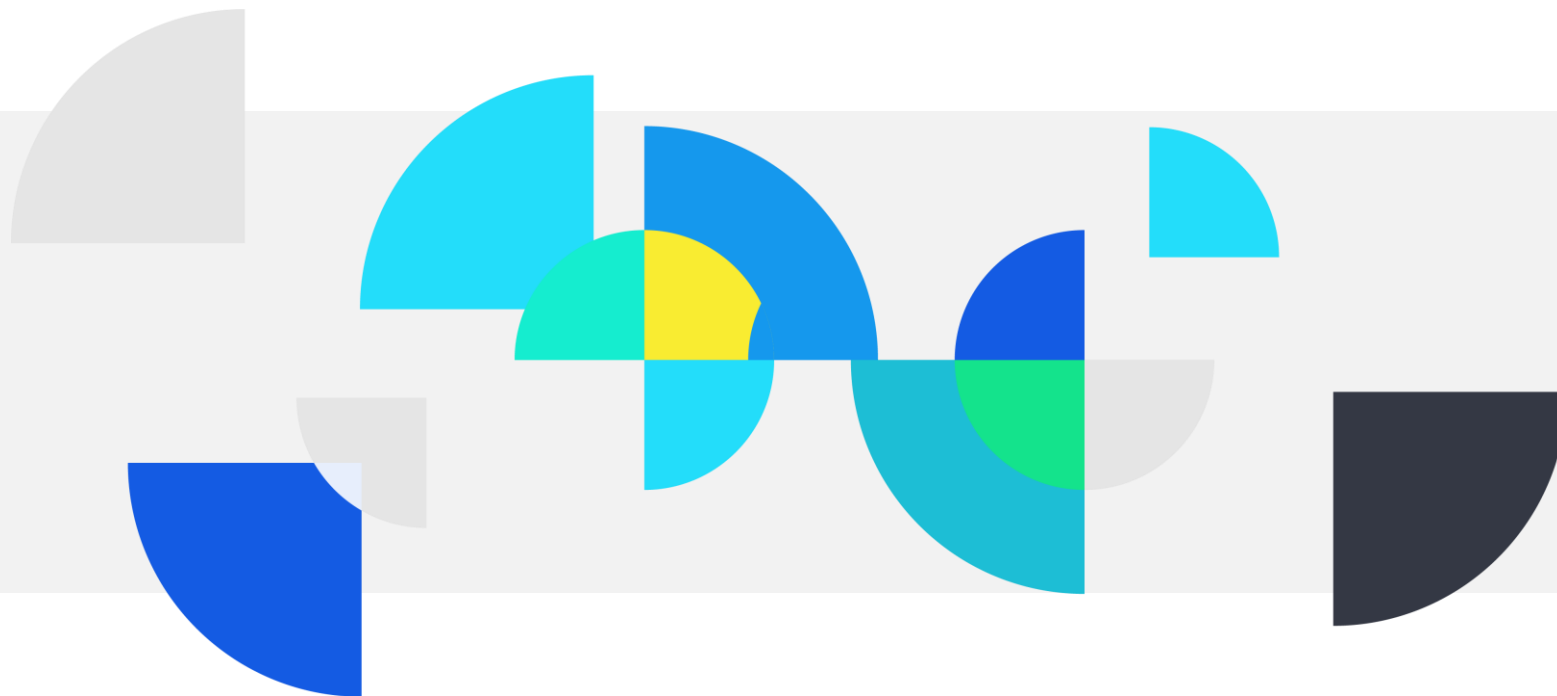
1

Thiếu sự quan tâm đến hoạt động đào tạo văn hoá doanh nghiệp là một trong những nguyên nhân khiến độ trưởng thành của VHDN hiện đang ở mức trung bình thấp.

Điểm trung bình của hoạt động đào tạo là 2.85/6.00, theo báo cáo Đo lường Mức độ trưởng thành VHDN năm 2021 của Blue C.

Hơn 1/3 số doanh nghiệp không có bất kỳ hoạt động đào tạo định kỳ nào về VHDN.

NHỮNG THÁCH THỨC CỦA DOANH NGHIỆP



Triển khai VHDN thiếu hiệu quả do sự khác biệt trong nhận thức chung của đội ngũ về tầm quan trọng của VHDN và về cách thức và kỹ năng triển khai.

2

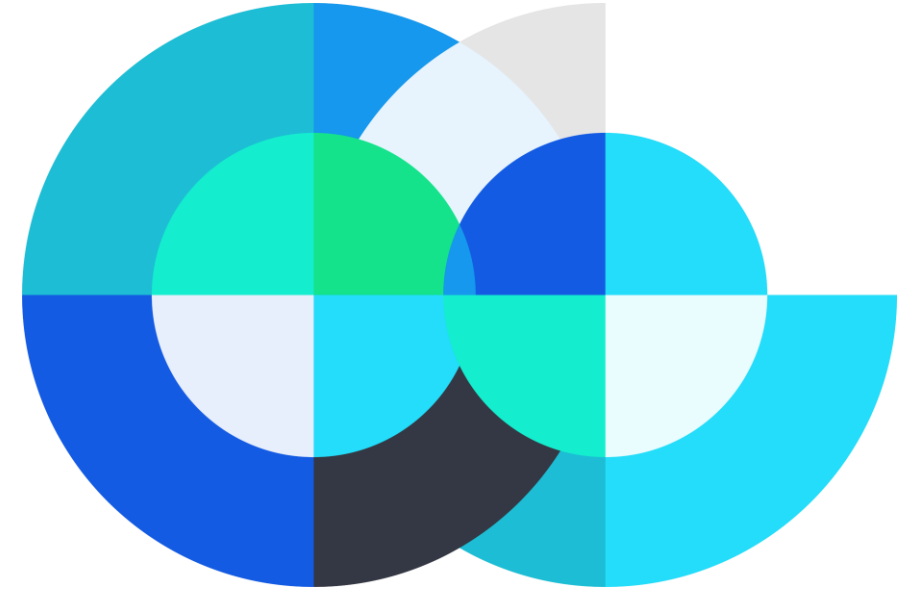
Hệ thống truyền thông nội bộ không đủ mạnh là nguyên nhân khiến việc phổ cập VHDN gặp nhiều trở ngại.

3



CÁC CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CỦA BLUE C GIÚP DOANH NGHIỆP

1. Có được nhận thức chung về tầm quan trọng của việc nâng cao sức mạnh nội lực cho doanh nghiệp thông qua hoạt động VHĐN, trải nghiệm nhân viên và truyền thông nội bộ
2. Cung cấp các kỹ năng cần thiết cho việc triển khai đối với từng nhóm đối tượng
3. Giúp doanh nghiệp triển khai hiệu quả và tiết kiệm chi phí nhờ nguồn lực nội bộ



- 1. VĂN HÓA DOANH NGHIỆP**
- 2. TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ**
- 3. TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN**
- 4. THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG**
- 5. SÁNG TẠO NỘI DUNG**
- 6. BIẾN NHÂN VIÊN THÀNH ĐẠI SỨ THƯƠNG HIỆU**



1. VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

Mục tiêu:

- ❖ Hiểu những khái niệm nền tảng của văn hóa doanh nghiệp và vai trò của văn hóa trong doanh nghiệp
- ❖ Nâng cao khả năng quan sát, đánh giá và tư duy một cách chiến lược về văn hóa doanh nghiệp
- ❖ Biết cách thức để thực thi văn hóa doanh nghiệp vào thực tiễn

1. TỔNG QUAN VỀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

- Định nghĩa VHDN
- Các thành tố của VHDN
- Vai trò của VHDN
- Đo lường và nhận diện các loại hình văn hóa doanh nghiệp
- VHDN từ trải nghiệm khách hàng đến trải nghiệm nhân viên
- Các công thức thực thi VHDN
- Mối quan hệ giữa VHDN và TTNB
- Những rào cản hạn chế sự phát triển VHDN

2. THỰC THI VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

- Công thức 4A
- Công thức SAM
- Xây dựng bộ giá trị cốt lõi
- Xây dựng bộ chuẩn hành vi
- Xây dựng các biểu tượng



2. TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ

Mục tiêu:

- ❖ Hiểu được vai trò và tầm quan trọng của truyền thông nội bộ đối với sự phát triển của doanh nghiệp
- ❖ Nâng cao nhận thức và các kỹ năng cần có của người làm truyền thông nội bộ
- ❖ Giúp đội ngũ quản lý, đội ngũ chuyên trách và cộng tác viên TTNB hiểu vai trò của mình trong việc thực thi chiến lược truyền thông nội bộ

1. TỔNG QUAN VỀ TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ

- Định nghĩa & Đặc tính của TTNB
- Bối cảnh mới của TTNB
- Vai trò của TTNB
- Xây dựng chiến lược TTNB
- Các Sản phẩm và Kênh TTNB
- Xây dựng mô hình và tổ chức nguồn lực TTNB
- Xu thế của TTNB

2. LẬP KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ

- Quy trình truyền thông
- Các cấu phần của kế hoạch TTNB
- Xây dựng kế hoạch TTNB
- Lưu ý khi triển khai kế hoạch

3. TỔ CHỨC SỰ KIỆN NỘI BỘ

- Phân loại sự kiện nội bộ
- Phân biệt Concept, Key Visual, Key Moment
- Quy trình tổ chức sự kiện nội bộ

4. KỸ NĂNG VIẾT

- Tư duy đề tài và phát triển mindmap
- Kỹ năng viết
- Xử lý thông tin và biên tập

5. KỂ CHUYỆN

- Các dạng câu chuyện trong doanh nghiệp
- Cấu trúc câu chuyện
- Bí quyết kể câu chuyện hấp dẫn



3. TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN

Mục tiêu:

- ❖ Trang bị kiến thức nền tảng về trải nghiệm nhân viên
- ❖ Xây dựng chiến lược trải nghiệm nhân viên
- ❖ Nắm bắt công cụ đo lường độ trưởng thành của trải nghiệm nhân viên

1. TỔNG QUAN VỀ TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN

- Trải nghiệm nhân viên (EX) là gì?
- Nhân tố thúc đẩy trải nghiệm nhân viên tích cực
- Tư duy thiết kế trải nghiệm

2. ĐO LƯỜNG TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN

- Công cụ đo lường EX Tool
- Các bước thực hiện

3. XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN

- Bước 1: Khảo sát
- Bước 2: Xây dựng hành trình nhân viên
- Bước 3: Xác định thời điểm quan trọng
- Bước 4: Xây dựng chân dung nhân viên
- Bước 5: Thiết kế trải nghiệm
- Bước 6: Thử nghiệm và tạo mẫu
- Bước 7: Xây dựng kế hoạch triển khai



4. ĐÀO TẠO THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG

Mục tiêu:

- ❖ Phân biệt Thương hiệu nhà tuyển dụng với những khái niệm dễ nhầm lẫn khác
- ❖ Tìm hiểu giá trị hấp dẫn ứng viên (EVP) và phương pháp xác định EVP
- ❖ Nắm vững cách thức lập kế hoạch triển khai EB

1. TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG

- Định nghĩa Thương hiệu nhà tuyển dụng
- Vai trò của Thương hiệu nhà tuyển dụng
- Chỉ số đo lường hiệu quả thương hiệu nhà tuyển dụng
- Quy trình xây dựng Thương hiệu nhà tuyển dụng

2. XÂY DỰNG GIÁ TRỊ HẤP DẪN ỨNG VIÊN (EVP)

- Xây dựng giá trị hấp dẫn ứng viên (EVP)
- Phương pháp xác định EVP

3. TRIỂN KHAI EVP - LỘ TRÌNH TRẢI NGHIỆM TỪ ỨNG VIÊN ĐẾN NHÂN VIÊN (EB)

- Triển khai EVP - Lộ trình trải nghiệm từ ứng viên đến nhân viên
- Lộ trình ứng viên – nhân viên
- Các hệ thống kênh truyền thông thương hiệu tuyển dụng

4. TRIỂN KHAI MỘT CHIẾN DỊCH THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG (EP)

- Kế hoạch triển khai một chiến dịch thương hiệu nhà tuyển dụng (EP)
- Các lưu ý khi triển khai



5. BIẾN NHÂN VIÊN THÀNH ĐẠI SỨ THƯƠNG HIỆU

Mục tiêu:

- ❖ Hiểu về vai trò của Social Employee trong sự phát triển chung của doanh nghiệp
- ❖ Xây dựng quy trình triển khai Social Employee
- ❖ Nắm bắt công thức để nhân viên lan tỏa thông điệp về doanh nghiệp hiệu quả trên mạng xã hội

1. TỔNG QUAN VỀ SOCIAL EMPLOYEE

- Định nghĩa Social Employee
- Bối cảnh của Social Employee
- Lợi ích của Social Employee

2. QUY TRÌNH TRIỂN KHAI SOCIAL EMPLOYEE

- Bước 1_Discovery
- Bước 2_Design
- Bước 3_Develop
- Bước 4_Deploy

3. CHIA SẺ CÁC NỘI DUNG TRÊN MXH HIỆU QUẢ

- Chia sẻ các nội dung trên MXH như thế nào?
- Các bước chia sẻ nội dung
- Cấu trúc của chia sẻ
- Công thức chia sẻ
- Phản hồi trên mạng xã hội
- 5 bước trở thành đại sứ trên mạng xã hội

4. ĐO LƯỜNG HIỆU QUẢ SOCIAL EMPLOYEE



6. SÁNG TẠO NỘI DUNG

Mục tiêu:

- ❖ Hiểu đúng bản chất của nội dung
- ❖ Nhận biết, làm quen các cách thức sáng tạo nội dung
- ❖ Tìm hiểu cách phân phối, đo lường hiệu quả nội dung phù hợp mục đích, doanh nghiệp

1. TỔNG QUAN VỀ NỘI DUNG

- Định nghĩa về nội dung
- Đặc tính của nội dung
- Các dạng của nội dung
- Xu thế của nội dung
- Những cái bẫy của nội dung

2. CHIẾN LƯỢC NỘI DUNG

- Vì sao cần có một chiến lược nội dung
- Phân biệt chiến lược nội dung và chiến lược tiếp thị nội dung
- Các bước xây dựng chiến lược nội dung

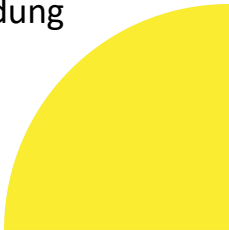
3. SẢN XUẤT NỘI DUNG

- Công thức PASTOR
- Kỹ thuật viết đoạn nội dung hiệu quả
- Kỹ thuật viết tiêu đề gây chú ý
- Kỹ thuật xây dựng nội dung tương tác
- Kể chuyện
- Hình ảnh hóa nội dung
- Game hóa nội dung
- Phát triển nội dung cho các nhóm cộng đồng

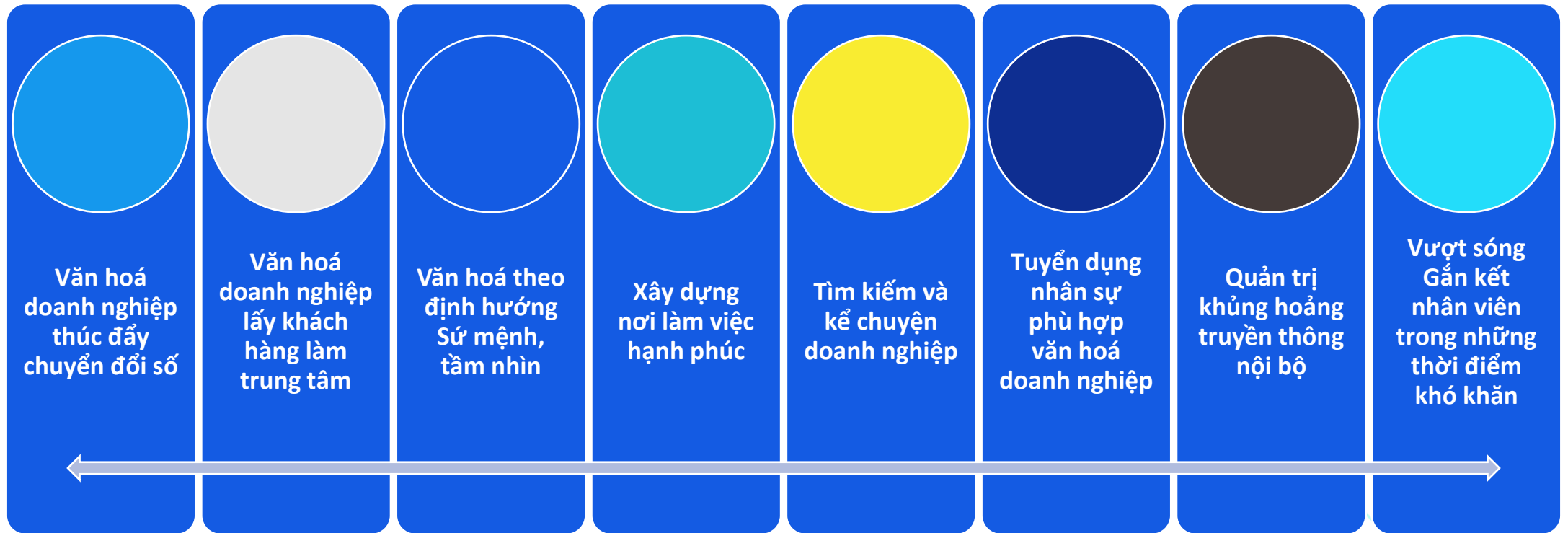
3. CURATE NỘI DUNG

- Curate nội dung là gì?
- Sáng tạo ngữ cảnh mới cho nội dung
- Chế và Nhại
- Biến khô thành ướt

5. PHÂN PHỐI VÀ ĐO LƯỜNG NỘI DUNG

- Mô hình COPE
 - Hiểu về nguồn nội dung chính
 - Hiểu về thời điểm và tần suất nội dung
 - Đo lường nội dung
- 

CÁC CHƯƠNG TRÌNH THIẾT KẾ RIÊNG THEO YÊU CẦU CỦA DOANH NGHIỆP



TOP 7

KHÓA HỌC TRỰC TUYẾN
ĐỘI NGŨ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP
& TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ
KHÔNG THỂ BỎ QUA



CHƯƠNG TRÌNH HUẤN LUYỆN TRỰC TUYẾN

Chương trình đào tạo trực tuyến với các thông tin nền tảng là “bước đệm” vững chắc giúp học viên định hình tư duy đúng đắn về bản chất, nắm bắt chính xác cách xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp hoàn chỉnh, từ đó có thể nhanh chóng áp dụng vào doanh nghiệp của mình.

Chi tiết về chương trình huấn luyện, xem tại [đây](#).

THÔNG TIN GIẢNG VIÊN

Ông Lê Quang Vũ - CEO



Ông Lê Quang Vũ đã sáng lập Blue C với tầm nhìn trở thành nhà tư vấn tiên phong trong lĩnh vực văn hoá doanh nghiệp, trải nghiệm nhân viên và truyền thông nội bộ tại Việt Nam.

Qua nhiều dự án xuất sắc với các doanh nghiệp hàng đầu Việt Nam như Vietnam Airlines, Viettel, MobiFone, EMS... ông Vũ đã trở thành nhà tư vấn chiến lược nổi tiếng và uy tín cao. Ông cũng được đánh giá là một chuyên gia đào tạo và huấn luyện tâm huyết, tài năng với hàng trăm khóa học về văn hóa doanh nghiệp và truyền thông nội bộ. Và là diễn giả uy tín tại nhiều sự kiện và diễn đàn lớn trong nước. Ông đã thực hiện nhiều chương trình đào tạo về văn hoá doanh nghiệp, trải nghiệm nhân viên và truyền thông nội bộ đến đông đảo công chúng trên MVV Uni - nền tảng giáo dục trực tuyến tại Việt Nam.

Khởi nghiệp là phóng viên, sau đó là Thư ký Toà soạn của tạp chí uy tín Thời báo Kinh tế Việt Nam, ông Vũ được biết đến với chuyên môn xuất sắc trong truyền thông, nội dung, xây dựng hình ảnh lãnh đạo. Ông đã tư vấn và định hướng nội dung cho gần 20 tạp chí và báo địa phương trong suốt những năm 2000.

Ông sinh năm 1972, tốt nghiệp khoa Báo chí tại Học viện Quan hệ Quốc tế Moscow (Nga) vào năm 1996. Tại đây, ông nhận bằng Thạc sĩ chuyên ngành Quan hệ Công chúng.

Ông Vũ là người suy nghĩ tích cực, có khiếu hài hước, yêu thơ ca và ngưỡng mộ cuốn sách “Hoàng tử bé” của Saint Exupery.

HÌNH THỨC ĐÀO TẠO



ĐÀO TẠO TẬP TRUNG/TỪ XA



ĐÀO TẠO TRÊN NỀN TẢNG TRỰC TUYẾN



ĐÀO TẠO HYBRID

- Nội dung đào tạo được thiết kế riêng phù hợp với nhu cầu doanh nghiệp
- Hướng dẫn trực tiếp bởi giảng viên dày dặn kinh nghiệm
- Xen kẽ phần thảo luận, thực hành gắn với thực tế doanh nghiệp
- Kết hợp các case study giúp học viên hiểu, dễ áp dụng thực tế
- Hoạt động game trên các nền tảng online như Quizziz, Sli.do... tăng tính tương tác
- Bài tập cuối khóa giúp hệ thống lại kiến thức rõ ràng

- Học trực tuyến trên nền tảng website/app MVV Everlearn, MVV Uni, dễ dàng quản lý thời gian với lịch học
- Bài giảng được thiết kế đa định dạng: video, powerpoint, ảnh, doc
- Kết hợp các tính năng tương tác hấp dẫn
- Cấp chứng chỉ ngay sau khi hoàn thành khóa học

- Kết hợp đào tạo tập trung và đào tạo trực tuyến, tiết kiệm thời gian và mang lại hiệu quả cao
- Phần đào tạo trực tuyến là những kiến thức lý thuyết nền tảng
- Phần đào tạo tập trung được chất lọc, ôn tập lại những nội dung lý thuyết chính và tập trung sâu hơn vào thực hành

QUY TRÌNH TRIỂN KHAI

BLUE C NHẬN
YÊU CẦU VÀ
GỬI ĐỀ XUẤT
NỘI DUNG
KHÓA HỌC

SẢN XUẤT HỌC
LIỆU

(Bài giảng, tài liệu in ấn,
bài kiểm tra/khảo sát...)

BÁO CÁO LỚP HỌC

1

2

3

4

5

KÝ HỢP ĐỒNG
ĐÀO TẠO

GIẢNG DẠY
& TRỢ GIẢNG





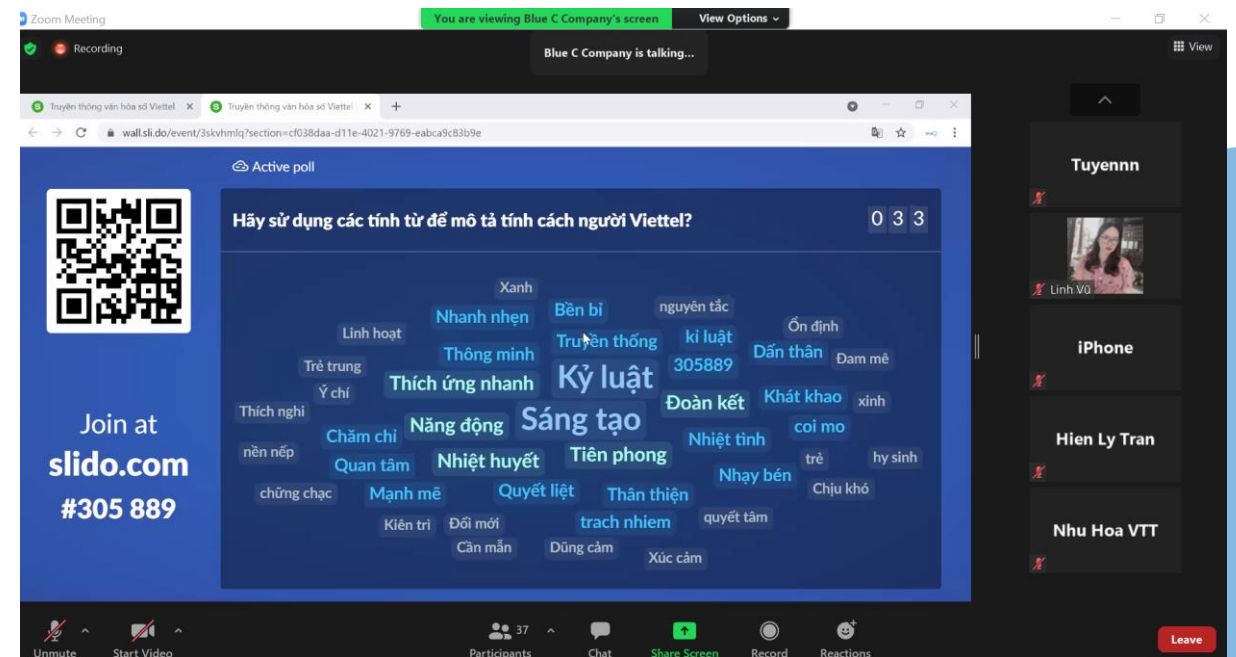
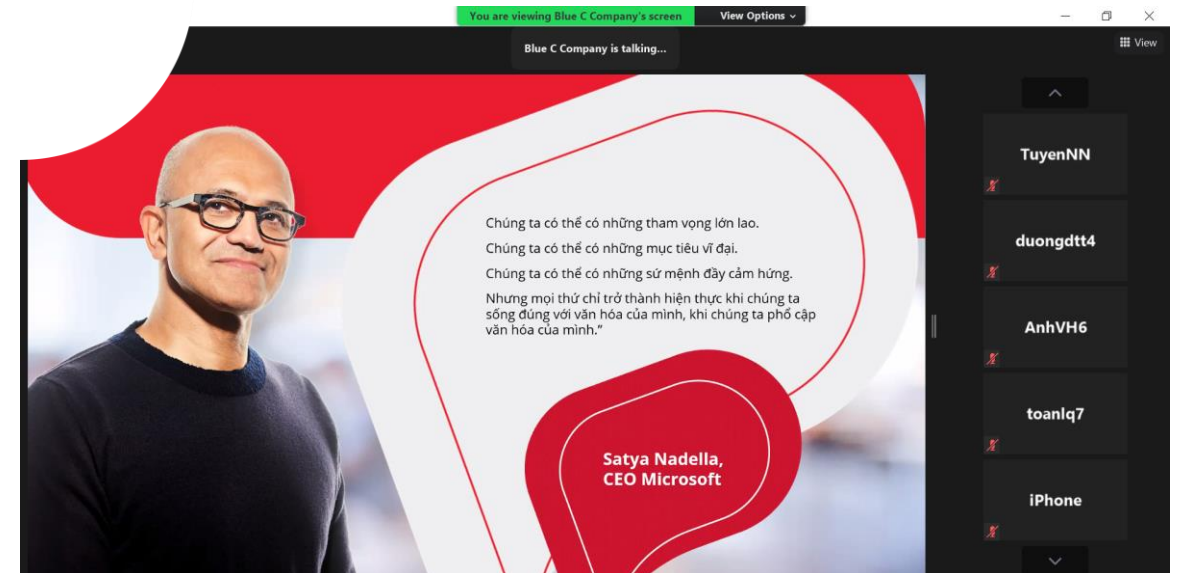
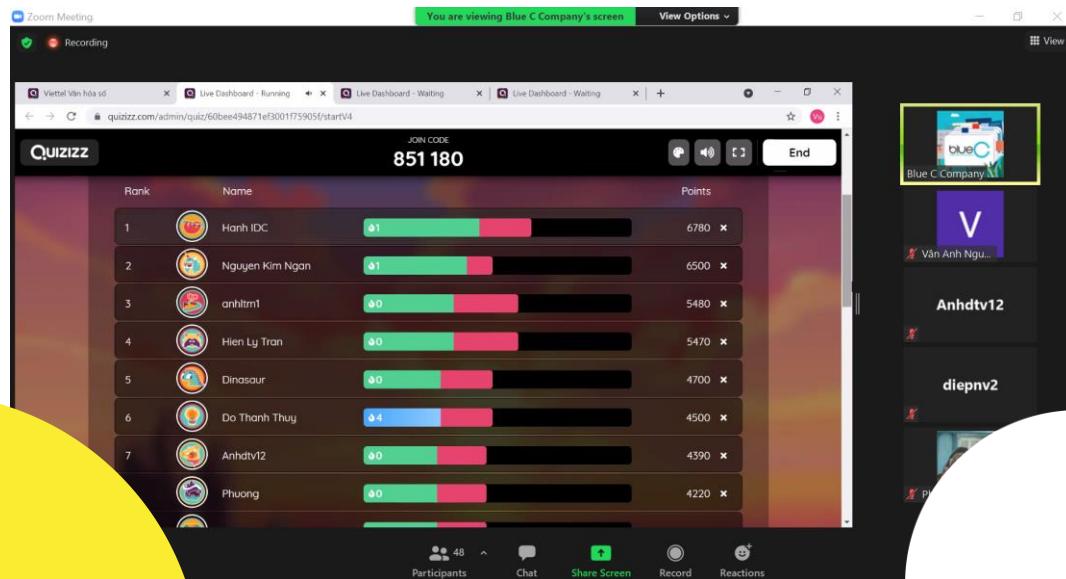
VIETNAM AIRLINES

- Chương trình đào tạo: Truyền thông thương hiệu
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan về hoạt động truyền thông
 - Kỹ năng truyền thông
 - Hệ thống truyền thông thương hiệu Vietnam Airlines
- Đối tượng tham gia: 100 cán bộ liên quan đến hệ thống truyền thông thương hiệu từ các cơ quan đơn vị trong nước và hơn 30 chi nhánh nước ngoài
- Hình thức: Đào tạo tập trung
- Thông tin thêm [tại đây](#)



VIETTEL

- Chương trình đào tạo: Truyền thông văn hóa số Viettel
- Nội dung đào tạo:
 - Văn hoá số thế giới - Văn hoá số Viettel
 - Tư duy đề tài văn hoá số Viettel
 - Sáng tạo nội dung
 - Kể chuyện văn hoá số
- Đối tượng tham gia: Gần 50 cán bộ truyền thông các đơn vị trực thuộc Tập đoàn Viettel
- Hình thức: Đào tạo từ xa



VINGROUP

- Chương trình đào tạo: Truyền thông nội bộ
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan về Truyền thông, Marketing & Ứng dụng trong Quản trị Thương hiệu
 - Vai trò của Lãnh đạo cơ sở trong Truyền thông Nội bộ
 - Quy trình Truyền thông Nội bộ
- Đối tượng tham gia: Gần 1000 cán bộ lãnh đạo cấp P1 – P2 thuộc các khối
- Hình thức: Đào tạo tập trung



VIETTEL DIGITAL SERVICES

- Chương trình đào tạo: Truyền thông nội bộ
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan Truyền thông Nội bộ
 - Chiến lược TTNB VDS 2021
 - Xây dựng chân dung
 - Các kỹ năng TTNB
- Đối tượng tham gia: 100 cán bộ quản lý, chuyên trách và cộng tác viên truyền thông nội bộ
- Hình thức: Đào tạo tập trung và trực tuyến trên hệ thống MVV Everlearn
- Thông tin thêm [tại đây](#)



AGRIBANK

- Chương trình đào tạo: Tiếp thị và Truyền thông
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan về Truyền thông Nội bộ
 - Vai trò của quản lý cấp trung trong TTNB
 - Quản trị khủng hoảng truyền thông
 - Cách thức triển khai Social Employee
- Đối tượng tham gia: Hơn 320 cán bộ quản lý, chuyên trách về truyền thông, marketing trên toàn hệ thống
- Hình thức: Đào tạo tập trung
- Thông tin thêm [tại đây](#)



VNPT

- Chương trình đào tạo: Truyền thông nội bộ dành cho đội ngũ chuyên trách
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan về truyền thông nội bộ
 - Thực hành truyền thông nội bộ
 - Quản trị khủng hoảng truyền thông và TTNB
 - Social Employee
- Đối tượng tham gia: Gần 150 cán bộ chuyên trách và cán bộ kiêm nhiệm là đầu mối truyền thông nội bộ tại các địa phương
- Hình thức: Đào tạo tập trung
- Thông tin thêm [tại đây](#)



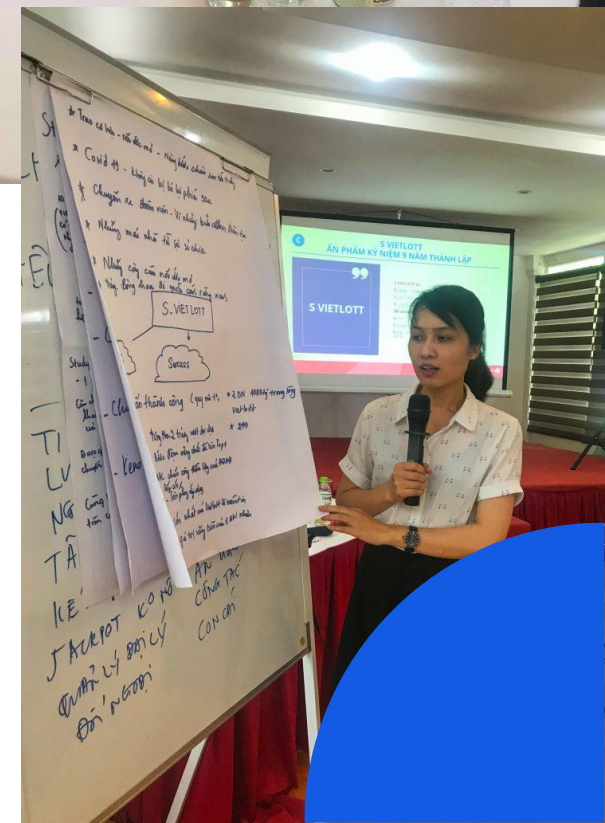
SCIC

- Chương trình đào tạo: Văn hóa doanh nghiệp
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan Văn hoá doanh nghiệp
 - Triển khai Văn hoá doanh nghiệp tại SCIC
- Đối tượng tham gia: Hơn 200 cán bộ nhân viên của Tổng công ty
- Hình thức: Đào tạo tập trung
- Thông tin thêm [tại đây](#)



VIETLOTT

- Chương trình đào tạo: Truyền thông nội bộ
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan Truyền thông Nội bộ
 - Lập kế hoạch Truyền thông Nội bộ
 - Tổ chức nguồn lực Truyền thông Nội bộ
 - Kỹ năng viết
 - Kể chuyện
 - Tổ chức sự kiện
- Đối tượng tham gia: 17 cán bộ chuyên trách, kiêm nhiệm về truyền thông nội bộ từ các chi nhánh trên cả nước
- Hình thức: Đào tạo tập trung
- Thông tin thêm [tại đây](#)



VIETTEL IDC

- Chương trình đào tạo: Văn hóa doanh nghiệp
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan về văn hóa doanh nghiệp
 - Văn hóa Viettel IDC
 - Thực hành VHDN Viettel IDC
 - Phát triển VHDN IDC
- Đối tượng tham gia: 20 cán bộ lãnh đạo, quản lý của Viettel IDC
- Hình thức: Đào tạo tập trung
- Thông tin thêm [tại đây](#)



VIETTEL IDC

- Chương trình đào tạo: Truyền thông nội bộ
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan về TTNB
 - Thực hành TTNB (Kỹ năng viết, tư duy đề tài, viết tin, kể chuyện)
- Đối tượng tham gia: 10 cán bộ chuyên trách và cộng tác viên truyền thông nội bộ
- Hình thức: Đào tạo trực tuyến trên hệ thống MVV Everlearn và đào tạo từ xa

Ý TƯỞNG ĐẾN TỪ ĐÂU

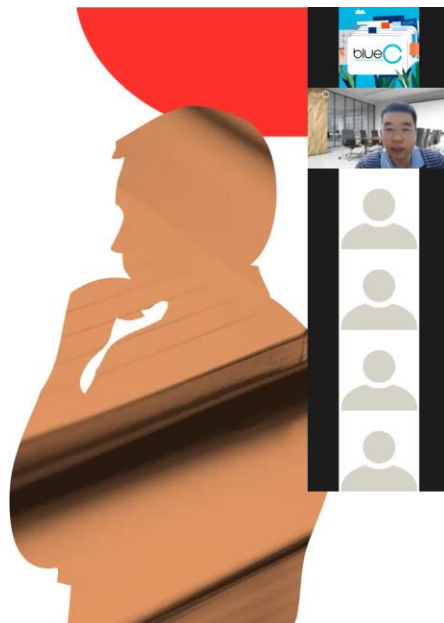
Bạn có thể mang đến điều gì

Mới

cho câu chuyện?

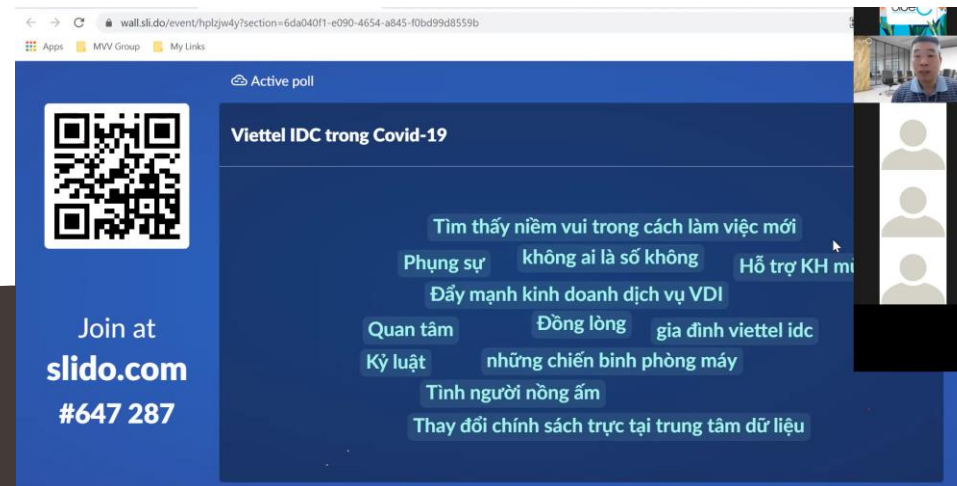
Công thức

Bài = Thông tin mới + Thông tin nền



Nhân viên **TRƯỚC**,
khách hàng **SAU**

Elon Musk



HỮU NGHỊ FOOD

- Chương trình đào tạo: Văn hóa doanh nghiệp
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan về văn hóa doanh nghiệp
 - Khám phá VHDN Hữu Nghị Food
 - Thực thi VHDN
- Đối tượng tham gia: Gần 40 cán bộ quản lý cấp trung
- Hình thức: Đào tạo tập trung và từ xa
- Thông tin thêm [tại đây](#)



ELIPSPORT

- Chương trình đào tạo: Văn hóa doanh nghiệp và Truyền thông nội bộ
- Nội dung đào tạo:
 - Tầm quan trọng của văn hóa doanh nghiệp & truyền thông nội bộ
 - Triển khai văn hóa doanh nghiệp hiệu quả
 - Thực hành văn hóa doanh nghiệp Elipsport
 - Tổng quan truyền thông nội bộ
 - Kỹ năng truyền thông nội bộ
- Đối tượng tham gia: Gần 70 cán bộ quản lý, teamleader của Elipsport
- Hình thức: Đào tạo tập trung
- Thông tin thêm [tại đây](#)



PVOIL

- Chương trình đào tạo: Biến nhân viên thành Đại sứ Thương hiệu và Truyền thông nội bộ
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan TTNB
 - Cách thức xây dựng chiến lược TTNB
 - Tổng quan về Social Employee
 - Vai trò của lãnh đạo để doanh nghiệp phát triển Social Employee
 - Các kỹ năng của Social Employee
- Đối tượng tham gia: Gần 60 cán bộ cấp quản lý các đơn vị trực thuộc, đơn vị thành viên của PVOil
- Hình thức: Đào tạo tập trung
- Thông tin thêm [tại đây](#)



VINATEX

- Chương trình đào tạo: Truyền thông
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan về Truyền thông và Tạp chí
 - Tổ chức tòa soạn và quy trình thông tin
 - Tư duy đề tài và tổ chức nội dung theo tuyến đề tài
 - Khai thác xử lý thông tin và Biên tập
 - Thiết kế và Xử lý hình ảnh
 - Dàn trang theo nhóm
 - Thuyết trình ý tưởng
- Đối tượng tham gia: 40 cán bộ nhân viên truyền thông của Tập đoàn ở ba miền
- Hình thức: Đào tạo tập trung
- Thông tin thêm [tại đây](#)



SONADEZI

- Chương trình đào tạo: Truyền thông nội bộ - Gắn kết đội ngũ
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan truyền thông nội bộ
 - Xây dựng chiến lược truyền thông nội bộ
 - Tư duy đề tài và kể chuyện
 - Vai trò quản lý cấp trung
 - Quản trị khủng hoảng
- Đối tượng tham gia: Ban Giám đốc các công ty thành viên & Tổng Công ty Sonadezi
- Hình thức: Đào tạo tập trung
- Thông tin thêm [tại đây](#)



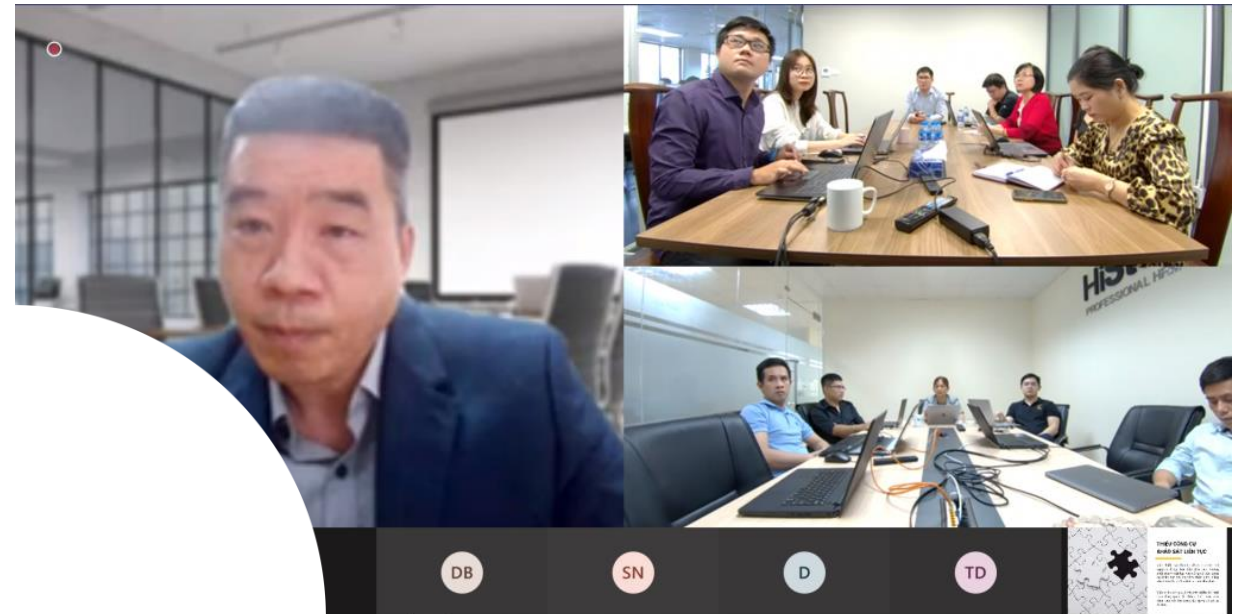
BATDONGSAN.COM.VN

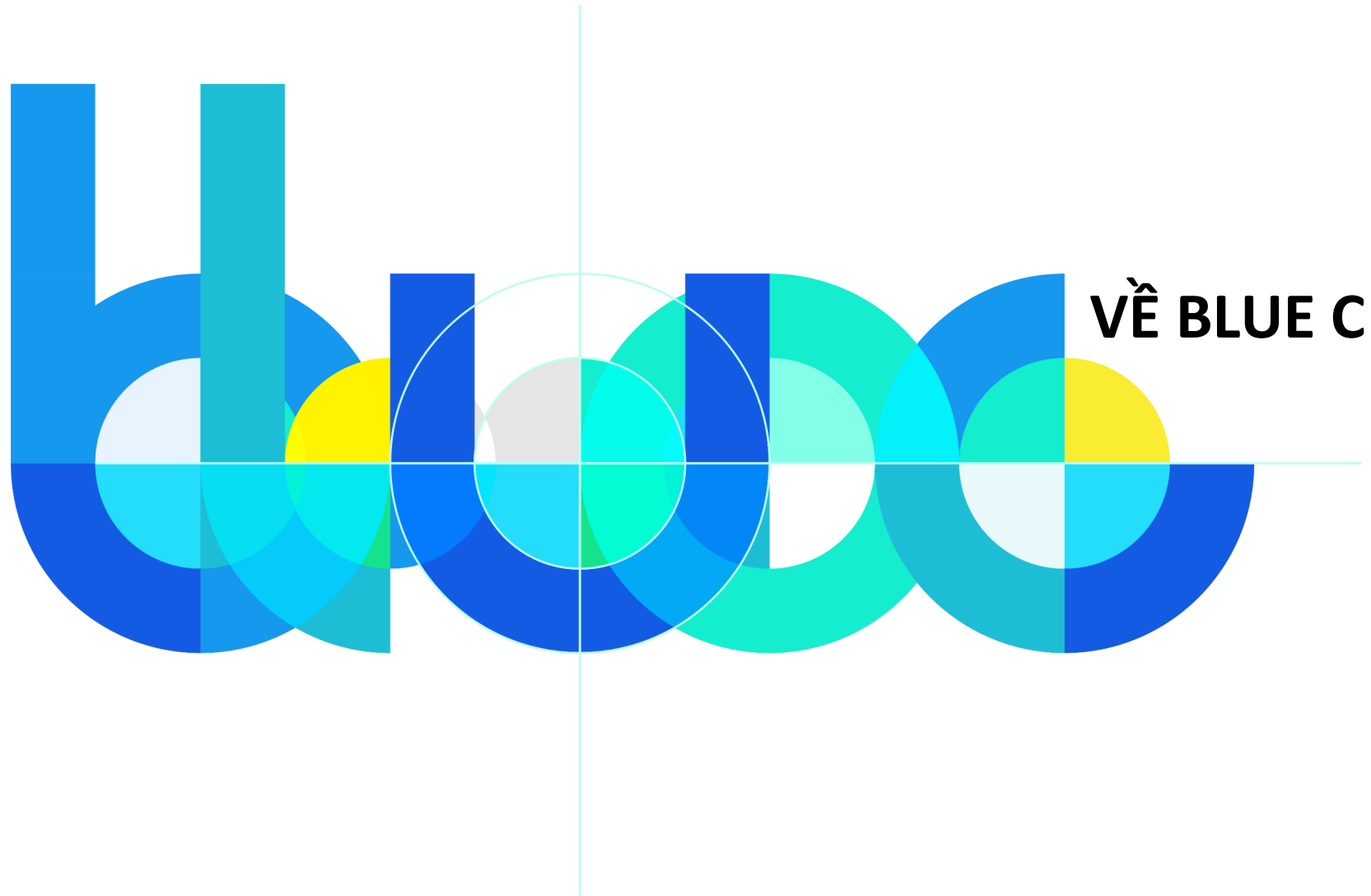
- Chương trình đào tạo: Sáng tạo nội dung
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan nội dung (Định nghĩa về nội dung, Đặc tính của nội dung, Các dạng của nội dung, Những cái bắt của nội dung, Hướng tiếp cận nội dung, Xu thế của nội dung)
 - Ngôi nhà và chiến lược nội dung (Hình mẫu thương hiệu, Pillar nội dung, Chiến lược nội dung)
 - Sáng tạo nội dung (Quy trình truyền thông, Viết nội dung hiệu quả, Kể chuyện)
- Đối tượng tham gia: Hơn 20 cán bộ chuyên trách branding, marketing của Batdongsan.com.vn
- Hình thức: Đào tạo tập trung
- Thông tin thêm [tại đây](#)



TINH VÂN CONSULTING

- Chương trình đào tạo: Trải nghiệm nhân viên
- Nội dung đào tạo:
 - Tổng quan về trải nghiệm nhân viên
 - Xây dựng chiến lược trải nghiệm nhân viên
 - Đo lường độ trưởng thành trải nghiệm nhân viên
- Đối tượng tham gia: 12 quản lý cấp trung
- Hình thức: Đào tạo từ xa
- Thông tin thêm [tại đây](#)





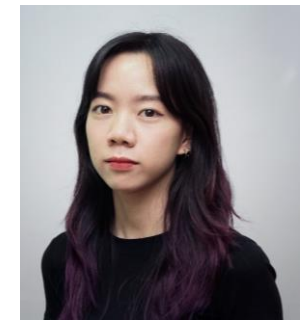
VỀ BLUE C

BLUE C LÀ THÀNH VIÊN CỦA TẬP ĐOÀN MVV GROUP

MVV Group có **10 văn phòng** tại Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh, hoạt động chuyên sâu trong các ngành truyền thông, quảng cáo, xây dựng thương hiệu, phát triển nguồn lực, truyền thông số, xây dựng chiến lược nội dung, truyền thông nội bộ và văn hóa doanh nghiệp.

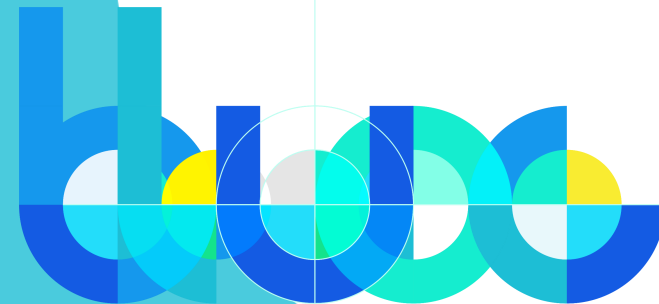


- **Đội ngũ chuyên gia mạnh, được hậu thuẫn bởi các công ty thành viên trong tập đoàn và các đối tác hàng đầu thế giới**
- **Tư vấn toàn trình, từ đánh giá đo lường, xây dựng chiến lược, đào tạo, triển khai**
- **Linh hoạt và sáng tạo với các giải pháp phù hợp theo từng yêu cầu đặc thù**
- **Có khả năng cung cấp các dịch vụ nội dung chuyên biệt về Văn hoá Doanh nghiệp, Trải nghiệm Nhân viên, Truyền thông Nội bộ**





Khách hàng của chúng tôi



THANK YOU!

TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN - VĂN HÓA DOANH NGHIỆP - TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ

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