

GIỚI THIỆU

DỊCH VỤ TƯ VẤN XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC THƯƠNG HIỆU TUYỂN DỤNG

blueC | 2024
A Media Ventures Vietnam Company

NHỮNG CON SỐ ĐÁNG CHÚ Ý

Các công ty có thương hiệu nhà tuyển dụng mạnh có tỷ lệ thôi việc thấp hơn

28%

so với các công ty có thương hiệu nhà tuyển dụng yếu hơn

80%

Nhà tuyển dụng tin rằng quản trị thương hiệu nhà tuyển dụng quan trọng trong việc thu hút những tài năng hàng đầu

>75%

Các ứng viên đều tìm kiếm thông tin của nhà tuyển dụng trên các trang mạng xã hội, website hoặc báo chí trước khi quyết định ứng tuyển và đến tham dự phỏng vấn

50%

Ứng viên sẽ từ chối công việc nếu thương hiệu công ty không đủ mạnh mẽ. Ngược lại, nhà tuyển dụng có thương hiệu tốt trên thị trường sẽ thu hút gấp đôi các ứng viên so với công ty đối thủ



Thương hiệu nhà tuyển dụng là thuật ngữ được sử dụng để mô tả danh tiếng nơi làm việc của một tổ chức và đề xuất giá trị của nó đối với nhân viên và các ứng viên tiềm năng.

Lợi ích của việc xây dựng thương hiệu Nhà tuyển dụng



**Giảm chi phí
tuyển dụng**



**Tăng chất lượng
ứng viên**



Tăng gắn kết



**Giảm tỷ lệ
nghỉ việc**



**Tăng độ hài lòng
của khách hàng**



**Tăng giá trị
thương hiệu chung**

GIẢI PHÁP & DỊCH VỤ BLUE C



QUY TRÌNH DỰ ÁN (4D)





Discover

Nghiên cứu & Đánh giá hiện trạng



Đánh giá hiện trạng thương hiệu tuyển dụng

Hạng mục đánh giá:

1

Đánh giá các giá trị hấp dẫn nhân viên & ứng viên hiện tại

2

Đánh giá hiện trạng hoạt động/sự kiện thương hiệu nhà tuyển dụng

3

Đánh giá hiện trạng kênh, nội dung thương hiệu nhà tuyển dụng

4

Nghiên cứu thị trường



Design

- Xây dựng chân dung nhân viên
- Xây dựng giá trị hấp dẫn ứng viên
- Xây dựng chiến lược thương hiệu nhà tuyển dụng



Xây dựng chân dung nhân viên

Mục đích:

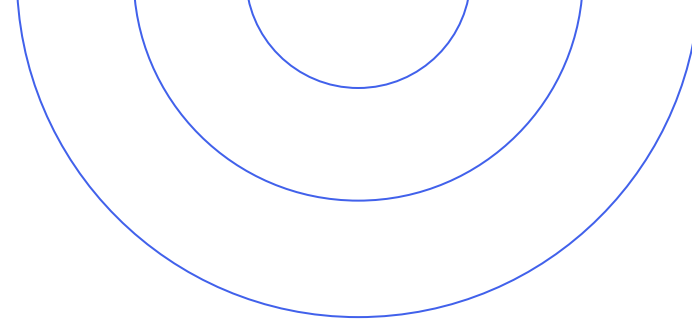
- Xác định động lực, mối quan tâm và lý do gắn kết của nhân viên
- Xác định mối quan tâm và những kỳ vọng, mong muốn của nhóm đối tượng ứng viên tiềm năng
- Nâng cao chất lượng nội dung tuyển dụng, xác định các kênh phù hợp để tiếp cận ứng viên

Cách thức:

- Nghiên cứu nội tại
- Nghiên cứu thị trường, khảo sát nhóm đối tượng ứng viên tiềm năng (Khảo sát Online & phỏng vấn)

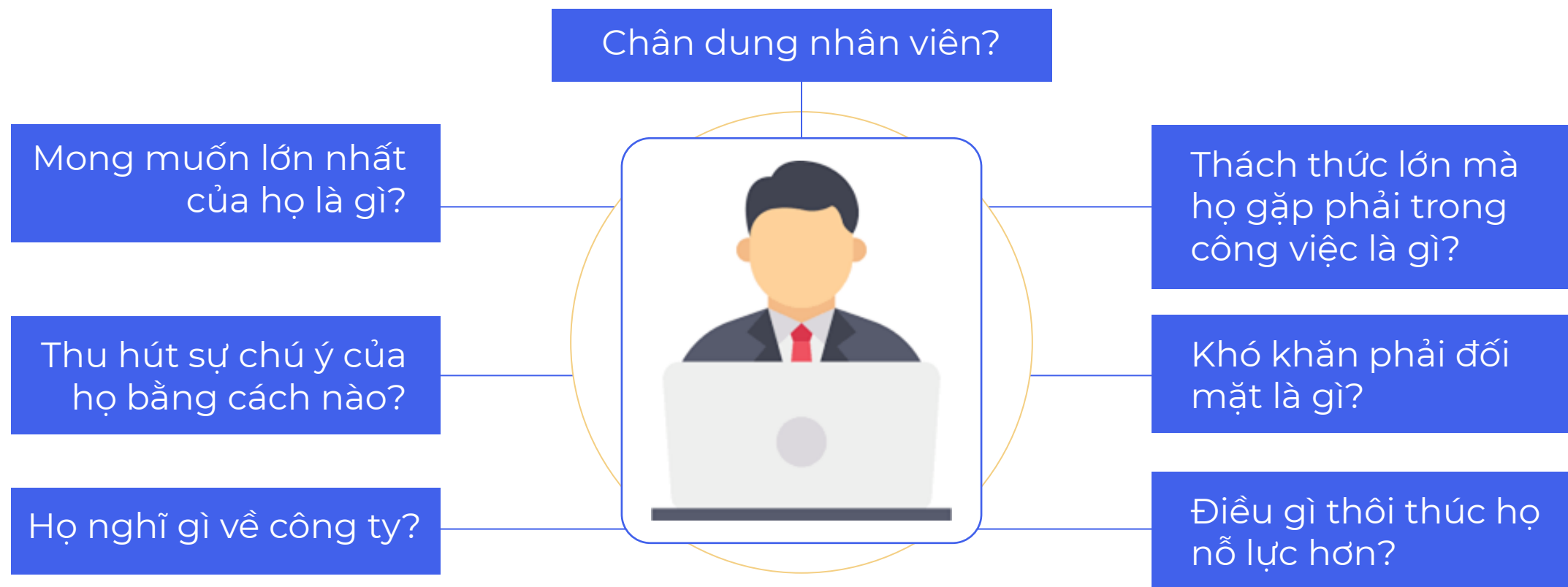
Kết quả:

- Xây dựng được chân dung nhân viên phù hợp với yêu cầu tuyển dụng và văn hóa



CÔNG CỤ THẤU HIỂU NHÂN VIÊN

BẢN ĐỒ THẤU CẢM



Xác định giá trị hấp dẫn ứng viên (EVP)

Mục đích:

- Xác định các giá trị hấp dẫn ứng viên

Cách thức

- Nghiên cứu nội tại
- Nghiên cứu thị trường, khảo sát nhóm đối tượng ứng viên tiềm năng (Khảo sát Online & phỏng vấn).

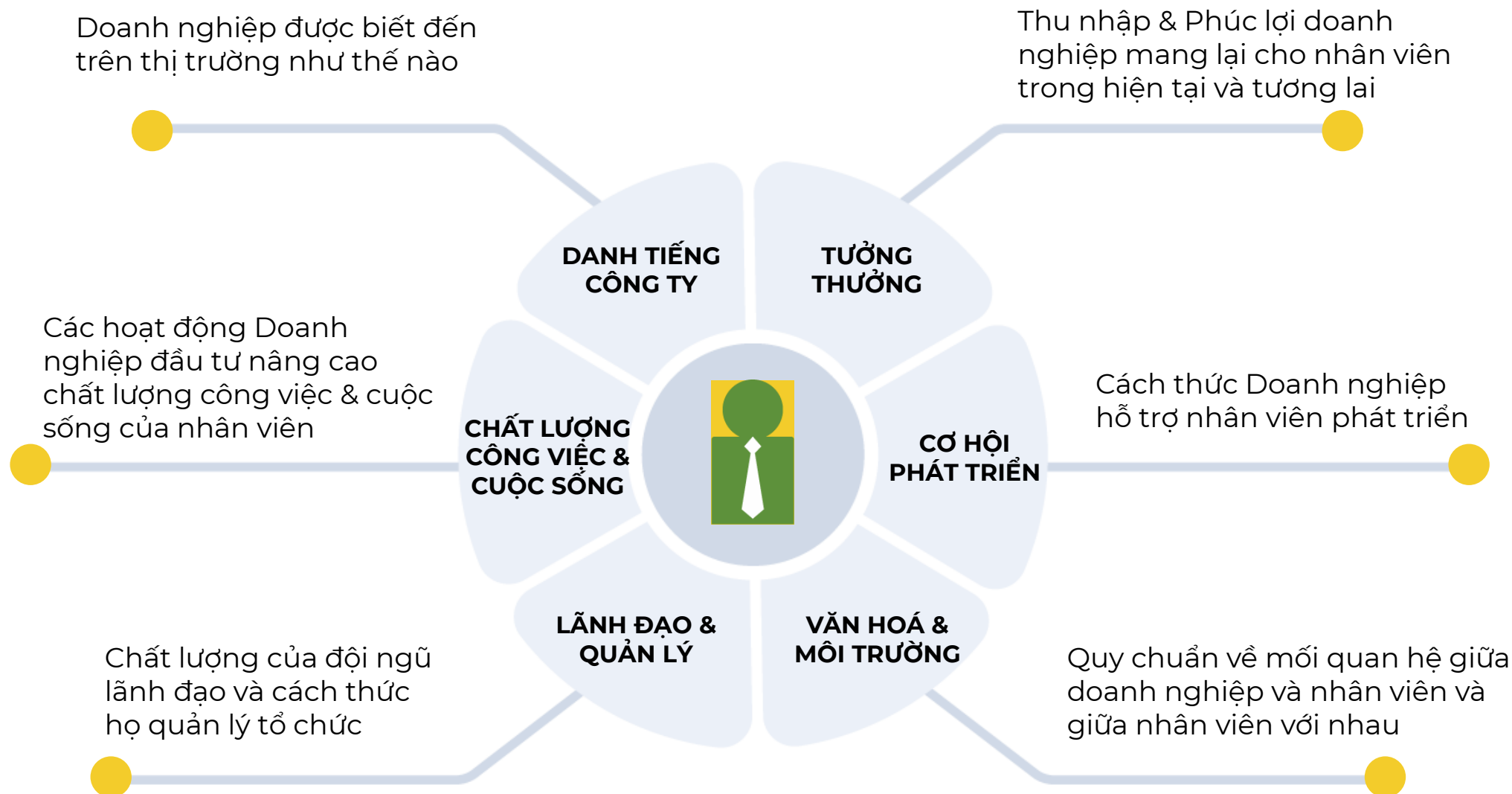
Kết quả:

Xây dựng các giá trị hấp dẫn ứng viên của và diễn giải chi tiết cho từng EVP bao gồm:

- Căn cứ đề xuất
- Phân tích trên mô hình 3 vùng
- Đề xuất Giá trị hấp dẫn ứng viên
- Mô tả các giá trị
- Định hướng truyền tải các giá trị (Content Pillar)

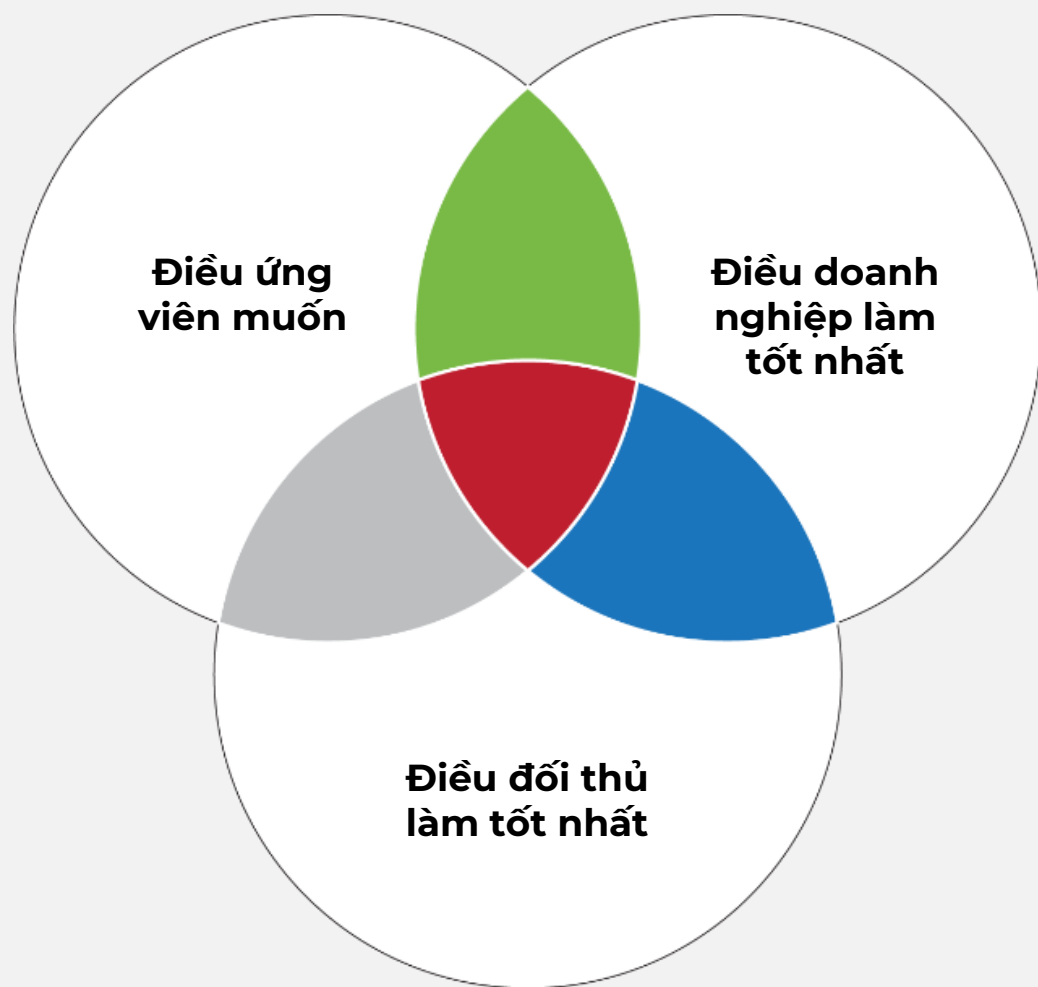
CÔNG CỤ XÁC ĐỊNH EVP

6 YẾU TỐ HẤP DẪN NHÂN VIÊN



CÔNG CỤ XÁC ĐỊNH EVP

SO SÁNH VỚI ĐỐI THỦ



Vùng chiến thắng

Vùng bạn nên đầu tư



Vùng đối đầu

Vùng bạn cần cẩn thận nếu muốn đánh bại đối thủ



Vùng vô nghĩa

Vùng bạn và đối thủ "đánh" nhau nhưng ứng viên không quan tâm



Vùng thất bại

Vùng đối thủ có thể đánh bại bạn

Xây dựng chiến lược thương hiệu tuyển dụng

Mục đích:

- Xây dựng chiến lược về thương hiệu tuyển dụng trên cơ sở EVP đề xuất
- Hỗ trợ giải quyết các vấn đề đang gặp phải trong quá trình xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng

Cách thức:

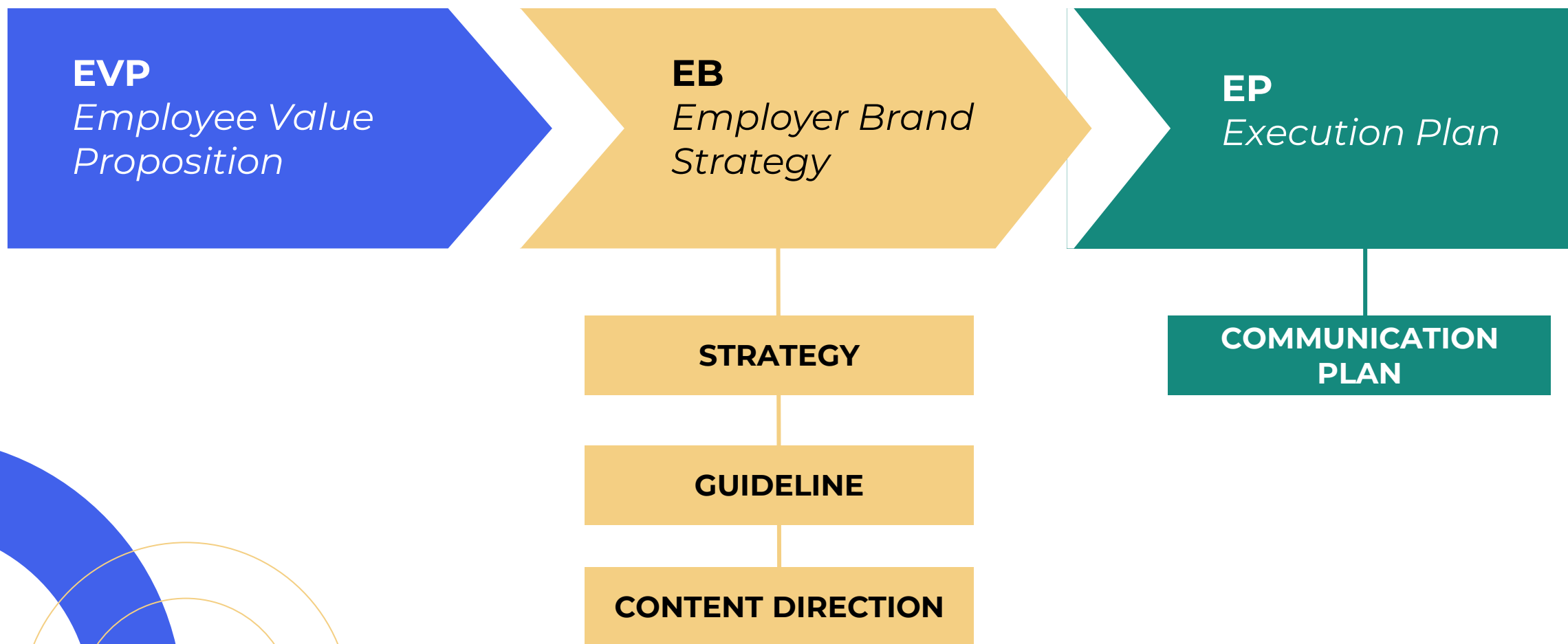
- Xây dựng chiến lược dựa trên EVP đề xuất

Kết quả:

- Lan tỏa EVP ra cả bên trong lẫn bên ngoài
- Tăng sự hài lòng của nhân viên và giữ chân nhân viên
- Giúp tân binh có trải nghiệm ấn tượng
- Cải thiện hiệu quả nội dung tuyển dụng
- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đặc biệt là nhóm cấp chuyên viên trở lên

CÔNG CỤ TƯ VẤN

MÔ HÌNH 3E TRIỂN KHAI DỰ ÁN



CHIẾN LƯỢC THƯƠNG HIỆU TUYỂN DỤNG

**Định hướng
Nội dung và
Hình ảnh
Kênh tuyển dụng**



**Đề xuất các
Hoạt động &
Chiến dịch lan tỏa
thương hiệu
tuyển dụng theo
EVP**



Develop

Đào tạo đội ngũ thực thi chiến lược



Khóa đào tạo: XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG

Thời lượng dự kiến: 1 ngày

Mục tiêu:

Hiểu phương pháp và cách thức xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng

Nội dung khóa học

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 CHIẾN LƯỢC THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG (EP)

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



Deploy

Triển khai các hoạt động cụ thể
thực thi chiến lược



NGUYÊN TẮC TRIỂN KHAI CÁC CHIẾN DỊCH THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG

Đảm bảo sự chân thật

- Đảm bảo thông tin chân thật
- Tập trung vào những giá trị khác biệt của doanh nghiệp
- Chia sẻ tin tức về doanh nghiệp thường xuyên
- Phản hồi những đánh giá từ nhân viên, ứng viên

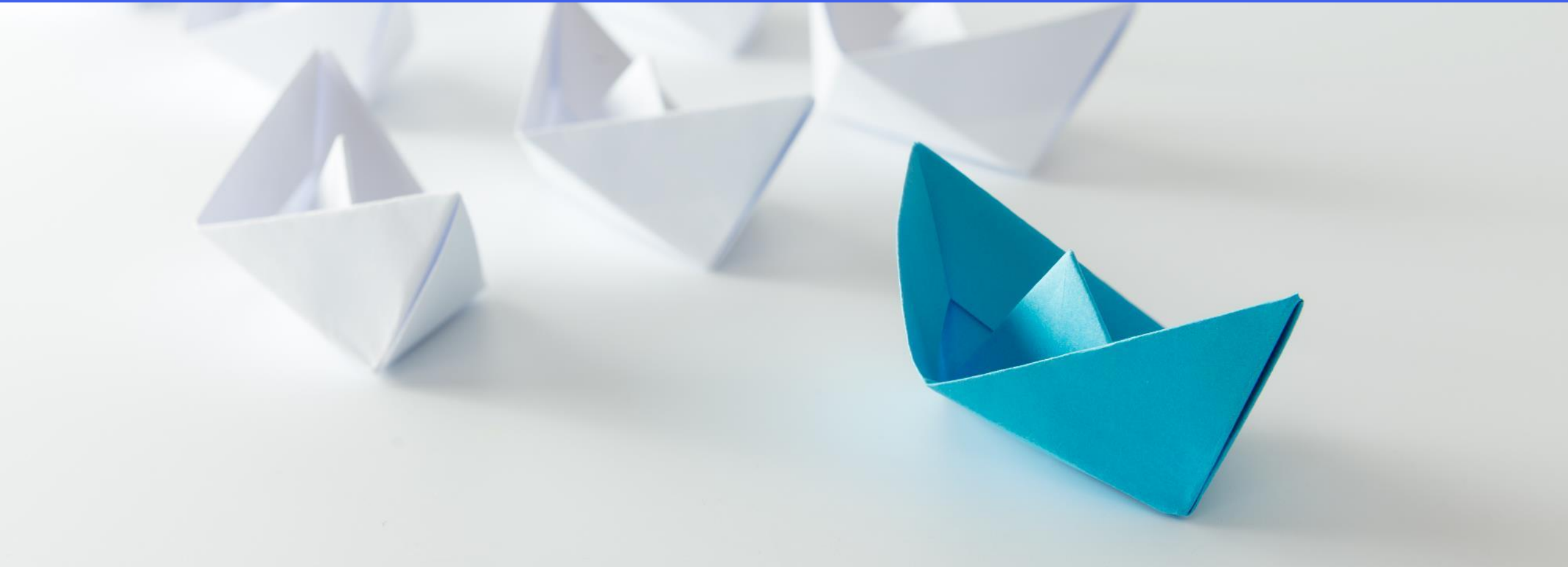
Dùng nhân viên làm đại sứ thương hiệu

- Khuyến khích nhân viên tích cực chia sẻ câu chuyện của chính họ và trở thành đại sứ thương hiệu của doanh nghiệp
- Kêu gọi nhân viên tham gia các hoạt động

Ưu tiên Visual Content

- Ưu tiên các hình ảnh, video, định dạng hiện đại, mới mẻ

CASE STUDY



DỰ ÁN THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG VIETTEL IDC





BỐI CẢNH:

Viettel IDC chuyển đổi chiến lược kinh doanh từ một nhà cung cấp dịch vụ đơn thuần sang nhà cung cấp giải pháp toàn trình, tiên phong dẫn dắt hạ tầng chuyển đổi số quốc gia.

VẤN ĐỀ:

- Nguồn nhân sự hiện tại không đáp ứng đúng và đủ với tốc độ phát triển của Viettel IDC
- Được kế thừa từ thương hiệu tuyển dụng của Tập đoàn nhưng Viettel IDC lại chưa thể khẳng định được thương hiệu riêng của mình trên thị trường tuyển dụng trong lĩnh vực Cloud & DC

GIẢI PHÁP CỦA BLUE C:

- Khảo sát và đánh giá hiện trạng Thương hiệu Tuyển dụng Viettel IDC
- Xác định EVP
- Chuẩn hóa kênh và thông điệp tuyển dụng
- Đề xuất chiến dịch “Lead the change – Dẫn dắt sự thay đổi cùng Viettel IDC” và chuỗi hoạt động giúp phá bỏ định kiến bên ngoài về Viettel, lan tỏa EVP của thương hiệu tuyển dụng Viettel IDC, cải thiện trải nghiệm nhân viên để thu hút và giữ chân nhân tài

THỰC HIỆN

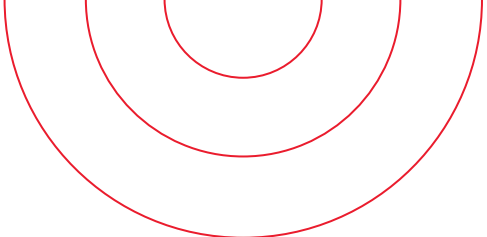


BLUE C ĐÃ THỰC HIỆN:

- 02 cuộc phỏng vấn lãnh đạo cấp cao
- 03 cuộc phỏng vấn nhóm
- 15 cuộc phỏng vấn cá nhân
- 02 Khảo sát bảng hỏi online

VIETTEL IDC ĐÃ NHẬN ĐƯỢC:

- Báo cáo hiện trạng Thương hiệu tuyển dụng Viettel IDC
- Đề xuất chiến lược Thương hiệu nhà tuyển dụng dựa trên chân dung ứng viên và EVP của Viettel IDC bao gồm:
 - Bộ EVP kèm theo diễn giải chi tiết
 - Chân dung ứng viên/nhân viên và Bản đồ hành trình trải nghiệm nhân viên
 - Đề xuất chuỗi hoạt động để cải thiện các trải nghiệm ứng viên trên hành trình đó
 - Định hướng nội dung và hình ảnh trên các kênh tuyển dụng
 - Đề xuất chuỗi hoạt động truyền thông giúp phá bỏ định kiến và lan tỏa EVP của Viettel IDC từ bên trong ra bên ngoài



EVP ĐỀ XUẤT

DẪN DẮT SỰ THAY ĐỔI CÙNG VIETTEL IDC

(Lead the change with Viettel IDC)

Hơn cả một công việc, Viettel IDC mang đến cho bạn cơ hội phụng sự, kiến tạo và dẫn dắt hạ tầng chuyển đổi số quốc gia.

Dẫn dắt ngành dữ liệu và điện toán đám mây

- Chào đón bạn đóng góp tài năng, phát triển sự nghiệp, làm chủ công nghệ dữ liệu và nền tảng Cloud của người Việt cùng Viettel IDC. Tầm nhìn xa, chiến lược và công nghệ dẫn đầu, Viettel IDC sẵn sàng cùng bạn kiến tạo tương lai!

Khám phá giá trị của chính bạn

- Viettel IDC mang đến cơ hội trải nghiệm, học hỏi, khai phá tiềm năng và giá trị của chính bạn thông qua việc trao quyền, cung cấp nguồn lực để triển khai những dự án đầy thách thức, giúp bạn vượt qua giới hạn và phát triển hơn mỗi ngày.

Tương thưởng xứng đáng cho những nỗ lực xứng tầm

- Viettel IDC ghi nhận vai trò và tiếng nói của bạn, mang đến thu nhập cạnh tranh, phúc lợi hấp dẫn xứng đáng với những nỗ lực không ngừng của bạn trong hành trình phụng sự quốc gia.

Cộng hưởng sức mạnh đội nhóm

- Ở Viettel IDC, hơn cả đồng nghiệp, đó là sự hỗ trợ để kết nối, chia sẻ tri thức, cộng hưởng tích cực, giúp bạn thành công và vươn tầm hơn.

viettel
IDC

Giữ chân nhân tài thông qua **văn hoá**

- Viettel IDC trong Viettel
- Đề cao **Sứ mệnh Phụng sự**
- Tinh thần **Dẫn dắt sự thay đổi**

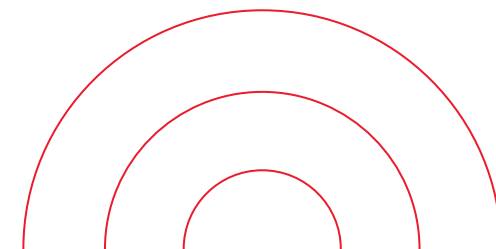




Cởi mở với bên ngoài

Xây dựng môi trường khuyến khích lãnh đạo và chuyên gia chia sẻ với cộng đồng bên ngoài

- Chú trọng Thought Leadership thông qua các hoạt động và sự kiện bên trong và bên ngoài
- Lãnh đạo chia sẻ về văn hóa doanh nghiệp trên báo chí





Truyền thông phá vỡ định kiến

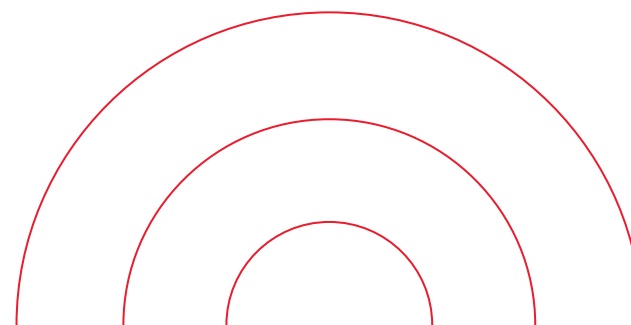
- Hóa giải các định kiến “Áp lực, kỷ luật” bằng “Tinh thần phụng sự”
- Chuyển đổi từ “Cứng nhắc, Quân đội” bằng “Sáng tạo vì khách hàng”
- Tạo luồng gió “Cởi mở, đổi mới” bằng “Tư duy cầu tiến”
- Đổi mới không gian làm việc: hiện đại, sáng tạo, cởi mở, trẻ trung





Kết quả đạt được

- Khẳng định vị thế dẫn dắt của Viettel IDC
- Nâng cao chất lượng nhân sự của đội ngũ chuyên gia
- Gắn kết mọi người thông qua niềm tự hào với sứ mệnh Phụng sự, tìm thấy ý nghĩa lớn lao trong công việc của mỗi người
- Thu hút ứng viên giỏi, trẻ, tài năng



DỰ ÁN ESOFT



HÀNH TRÌNH CỦA ĐAM MÊ



❖ Bối cảnh

- Esoft Vietnam là công ty 100% vốn Đan Mạch được thành lập tại Việt Nam từ năm 2007, là một trong những Công ty hàng đầu thế giới trong lĩnh vực xử lý ảnh
- Esoft có gần 700 nhân viên làm việc tại Hà Nội, cung cấp các giải pháp xử lý ảnh cho các đại lý bất động sản trên toàn cầu.

❖ Vấn đề

- Trong quá trình tăng trưởng nóng, Esoft gặp vấn đề với tỉ lệ nghỉ việc cao sau giai đoạn đào tạo của nhân viên mới. Những người trẻ này chưa nhận thức được hành vi nào là quan trọng và được khuyến khích ở đây, đồng thời công ty cũng chưa tạo ra đủ trải nghiệm để họ kịp hiểu và tự hào về văn hoá doanh nghiệp của mình.

❖ Giải pháp

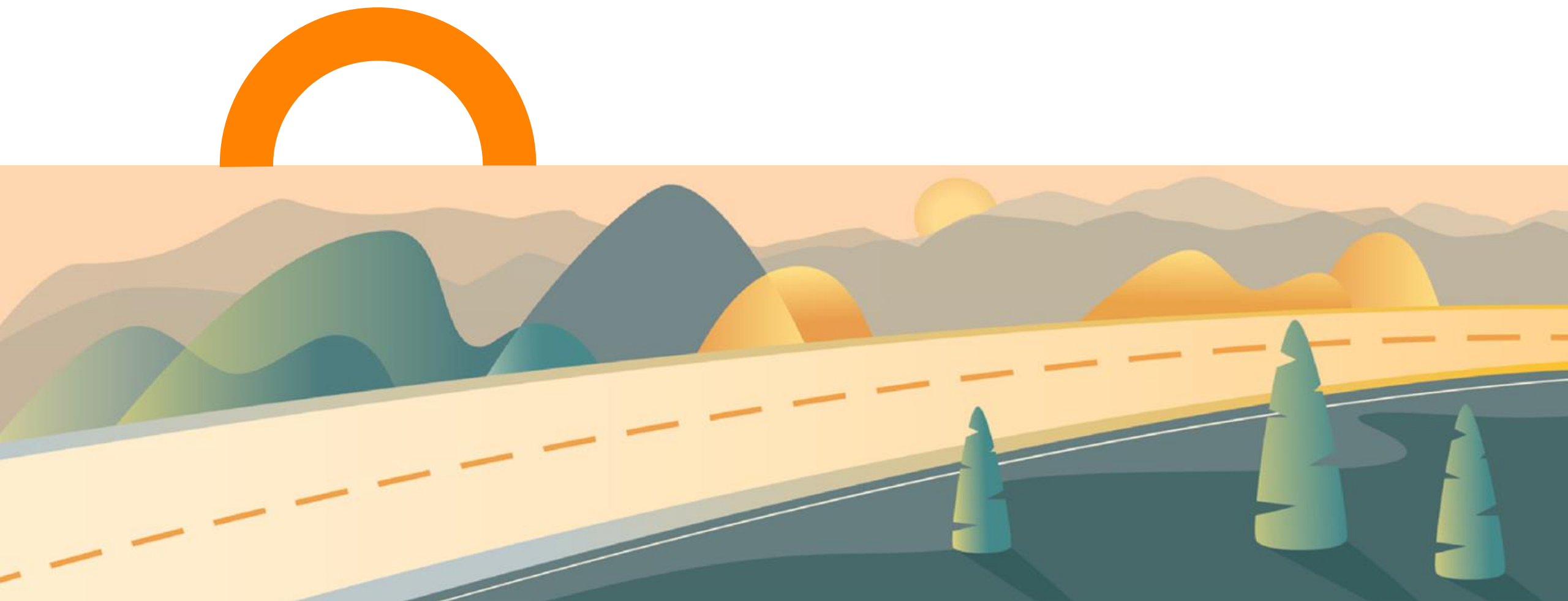
- Định hình và chuẩn hoá VHDN Esoft với bộ chuẩn hành vi phù hợp với các giá trị cốt lõi
- Tìm kiếm những câu chuyện làm nổi bật các hành vi
- Truyền thông đến đối tượng nhân viên mới với cách thức sáng tạo, trẻ trung.
- Hướng tiếp cận chiến lược và kế hoạch triển khai VHDN để giải quyết vấn đề mà Esoft gặp phải

BLUE C ĐÃ THỰC HIỆN:

- 03 Phỏng vấn lãnh đạo cấp cao
- 02 Thảo luận nhóm cấp quản lý
- 02 cuộc phỏng vấn nhóm hạt nhân văn hóa

ESOFT ĐÃ NHẬN ĐƯỢC:

- Hướng tiếp cận chiến lược và kế hoạch triển khai VHDN để giải quyết vấn đề mà Esoft gặp phải
- Xác định các giá trị cốt lõi của Esoft
- Xác định bộ chuẩn hành vi của Esoft



- Tìm kiếm các câu chuyện thể hiện các giá trị cốt lõi

- Xây dựng nội dung Sổ tay Văn hóa với hình thức minh họa bằng truyện tranh.





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