

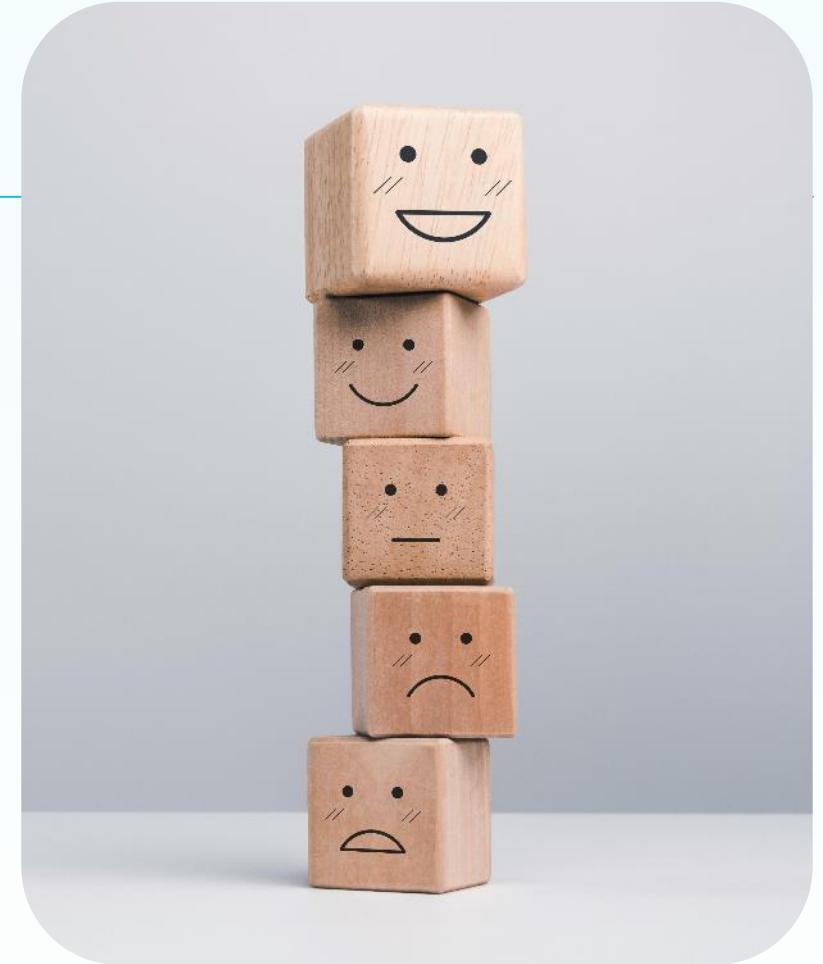
DỊCH VỤ TƯ VẤN

TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN



NỘI DUNG

- 01 **Trải nghiệm nhân viên là gì?**
- 02 **Phương pháp của Blue C**
- 03 **Quy trình triển khai**
- 04 **VỀ Blue C**



TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN

là gì?



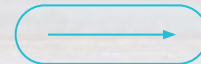
ĐỊNH NGHĨA



“Trải nghiệm nhân viên là tất cả những trải nghiệm, tương tác của một cá nhân trong suốt hành trình của mình tại doanh nghiệp, từ khi là ứng viên cho đến khi trở thành cựu nhân viên.”

Josh Bersin

Chủ tịch & sáng lập viên Bersin & Associates



Trải nghiệm nhân viên ngày càng được quan tâm

84%

Nhà lãnh đạo đánh giá trải nghiệm nhân viên là một yếu tố **vô cùng quan trọng** trong doanh nghiệp.

(Thống kê từ Khảo sát các nhà lãnh đạo và quản trị nhân sự toàn cầu của Deloitte)

Tuy nhiên, chỉ có

22%

cho rằng họ **hoàn toàn hiểu trải nghiệm nhân viên là gì** và phân biệt được chúng với các khái niệm đã phổ biến khác.





Trải nghiệm nhân viên KHÔNG PHẢI LÀ

✘ **Chỉ bao gồm nhân sự**, tuyển dụng, hội nhập, đánh giá công việc và các hoạt động liên quan đến nhân sự khác.

✘ **Có thể thay thế** cho khái niệm gắn kết nhân viên.

✘ Cách một nhân viên gắn bó với tổ chức **trong một thời điểm nhất định**.

✘ Chỉ bao gồm các khoản phúc lợi, **ngắn hạn**.

Trải nghiệm nhân viên LÀ

✔ **Bao gồm tất cả các điểm chạm mà** một nhân viên trải qua, từ môi trường làm việc, các hoạt động liên quan đến nhân sự, truyền thông nội bộ, văn hóa cho đến các cơ sở vật chất, trang thiết bị họ sử dụng.

✔ Trải nghiệm nhân viên là **yếu tố cần có để đem lại sự gắn kết** cho nhân viên. Gắn kết nhân viên là **mục tiêu và kết quả có thể đạt** được nếu doanh nghiệp đem lại cho nhân viên nhiều trải nghiệm nhân viên tích cực.

✔ Tổng hợp những tương tác của nhân viên **trong suốt vòng đời của nhân viên** (từ thời điểm họ nhận biết về tổ chức đến khi họ chia tay).

✔ Một cách tiếp cận chiến lược **dài hạn, gắn với văn hóa**, hành vi và quy trình.

VÌ SAO TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN NGÀY Càng QUAN TRỌNG HƠN?



Thị trường nhân sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt hơn

"Khách hàng không phải là ưu tiên số 1. Nhân viên mới là ưu tiên số 1. Nếu bạn chăm sóc nhân viên của mình, họ sẽ chăm sóc khách hàng của bạn"

Richard Branson



Sự chuyển dịch của lực lượng lao động nhanh hơn

Tỷ lệ cam kết của thế hệ Z thấp hơn so với cam kết của thế hệ Y và X.



Công việc gắn với ý nghĩa nhiều hơn

86 % thế hệ Y sẽ sẵn sàng nhận lương thấp hơn để làm việc cho một công ty có sứ mệnh và giá trị phù hợp với chính họ.

LỢI ÍCH KHI XÂY DỰNG TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN TÍCH CỰC



Lợi nhuận cao hơn gấp **4 lần**



Chỉ số khách hàng hài lòng **cao hơn**

Tăng **gấp đôi** sáng kiến và đổi mới

Thu hút và giữ chân **nhân tài** hàng đầu

(Báo cáo của MIT & Báo cáo Khảo sát toàn cầu IBM)

PHƯƠNG PHÁP CỦA BLUE C



MÔ HÌNH KIM TỰ THÁP TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN

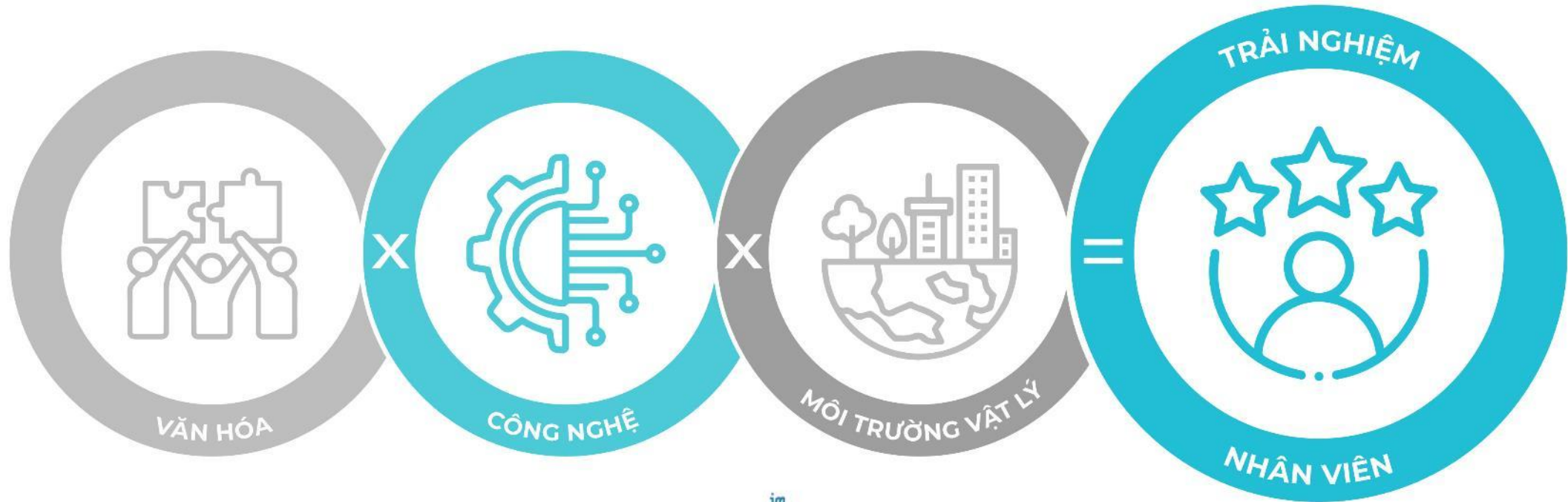
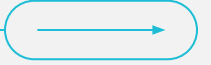
KHOẢNH KHẮC QUAN TRỌNG
(Cá nhân hoá)

MÔI TRƯỜNG TRẢI NGHIỆM
(Vật lý, Công nghệ và Văn hóa)

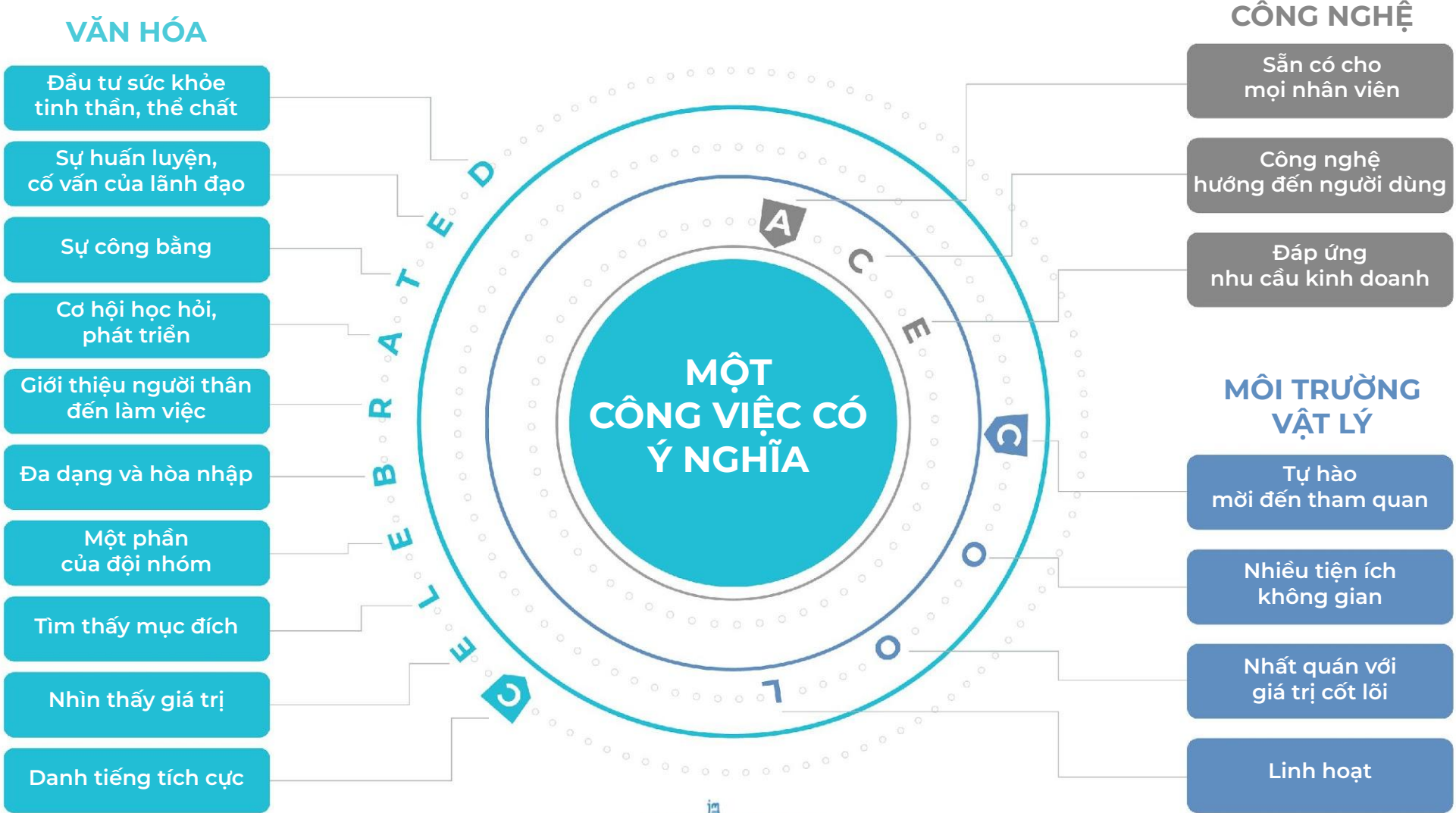
LÝ DO TỒN TẠI
(Kết nối nhân viên với sứ mệnh, lý tưởng và các tác động có ý nghĩa)



MÔI TRƯỜNG TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN



17 NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN MÔI TRƯỜNG TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN



ĐO LƯỜNG CẤP ĐỘ TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN

TỔNG ĐIỂM	PHÂN LOẠI TỔ CHỨC	VĂN HÓA	CÔNG NGHỆ	VẬT LÝ
THIẾU TRẢI NGHIỆM < 60%	Thiếu trải nghiệm <i>Văn hóa, công nghệ và môi trường làm việc còn hạn chế</i>	Chưa tốt	Chưa tốt	Chưa tốt
MỚI PHÁT TRIỂN 60% – 70%	Mới phát triển công nghệ <i>Mạnh về công nghệ, hạn chế về văn hóa và môi trường làm việc</i>	Chưa tốt	Tốt	Chưa tốt
	Mới phát triển môi trường vật lý <i>Cơ sở vật chất tốt, hạn chế về văn hóa và công nghệ</i>	Chưa tốt	Chưa tốt	Tốt
	Mới phát triển về văn hóa <i>Mạnh về văn hóa, hạn chế về cơ sở vật chất và công nghệ</i>	Tốt	Chưa tốt	Chưa tốt
TIỆM CẬN 70% – 80%	Kích hoạt <i>Mạnh về vật chất và công nghệ, hạn chế về văn hóa</i>	Chưa tốt	Tốt	Tốt
	Trao quyền <i>Mạnh về văn hóa và công nghệ, hạn chế về cơ sở vật chất</i>	Tốt	Tốt	Chưa tốt
	Gắn kết <i>Mạnh về văn hóa và cơ sở vật chất hạn chế về công nghệ</i>	Tốt	Chưa tốt	Tốt
	Tiệm cận trải nghiệm <i>Xuất sắc về văn hóa, tốt về công nghệ và cơ sở vật chất</i>	Xuất sắc	Tốt	Tốt
TRẢI NGHIỆM >= 80%	Trải nghiệm <i>Mạnh về văn hóa, công nghệ và cơ sở vật chất</i>	Xuất sắc	Xuất sắc	Xuất sắc



THẤU HIỂU CHÂN DUNG NHÂN VIÊN (DEMO)



Chân dung Nhân viên

Mai Anh - Người Học Hỏi

Động lực (Motivation)

- Lương thưởng
- Thăng tiến
- Cân bằng công việc và cuộc sống
- Học tập và phát triển

Trích dẫn: "Mỗi ngày làm việc là một cơ hội để tôi học hỏi và phát triển hơn nữa."

Tổng quan (Overview)

- Tên:** Mai Anh
- Tuổi:** 26
- Vị trí:** Nhân viên Marketing (Individual Contributor)
- Thời gian làm việc tại công ty:** 1.5 năm
- Phòng ban:** Marketing & Truyền thông

Mai Anh là một nhân viên trẻ đầy nhiệt huyết, yêu thích học hỏi và thử thách bản thân trong các lĩnh vực mới. Với nền tảng học vấn ngành truyền thông, cô luôn tìm kiếm cơ hội phát triển bản thân thông qua các khóa học, dự án đa dạng và công việc nhóm.

Mong muốn (Wants)

- Tham gia các chương trình đào tạo chuyên sâu về Marketing kỹ thuật số và sáng tạo nội dung.
- Cơ hội làm việc trong các dự án lớn để trau dồi kỹ năng chiến lược.
- Nhận phản hồi thường xuyên từ quản lý để cải thiện và hoàn thiện công việc.

Khó khăn (Frustrations)

- Thiếu hướng dẫn chi tiết từ quản lý trong các nhiệm vụ phức tạp.
- Cảm thấy giới hạn trong việc đưa ra ý tưởng sáng tạo vì các quy trình cứng nhắc.
- Áp lực từ việc phải đạt KPI nhưng không có đủ nguồn lực hỗ trợ.

Sở thích học tập (Learning Preferences)

- Học qua thực hành và làm việc nhóm trong các dự án thực tế.
- Tham gia hội thảo hoặc workshop có chuyên gia dẫn dắt.
- Xem video hướng dẫn và các khóa học trực tuyến để nắm bắt kỹ năng nhanh chóng.

Mục tiêu (Goals)

- Trong 2 năm tới, trở thành chuyên viên Marketing kỹ thuật số với khả năng phân tích chiến dịch mạnh mẽ.
- Đóng góp ít nhất 3 ý tưởng sáng tạo giúp tăng trưởng doanh số hoặc nhận diện thương hiệu cho công ty.
- Hoàn thành chứng chỉ Facebook Blueprint và Google Ads để nâng cao chuyên môn.

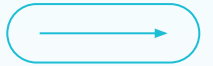
Kỹ năng (Skills)

- Viết nội dung quảng cáo hấp dẫn.
- Sử dụng thành thạo các công cụ Marketing kỹ thuật số như Google Analytics, Facebook Ads Manager.
- Kỹ năng thuyết trình và truyền đạt ý tưởng một cách thuyết phục.

Giá trị (Values)

- Đề cao việc học hỏi và không ngừng phát triển bản thân.
- Tin tưởng vào sự hợp tác và chia sẻ kiến thức trong đội nhóm.
- Tôn trọng sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống cá nhân.

HÀNH TRÌNH TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN



02. Hội nhập

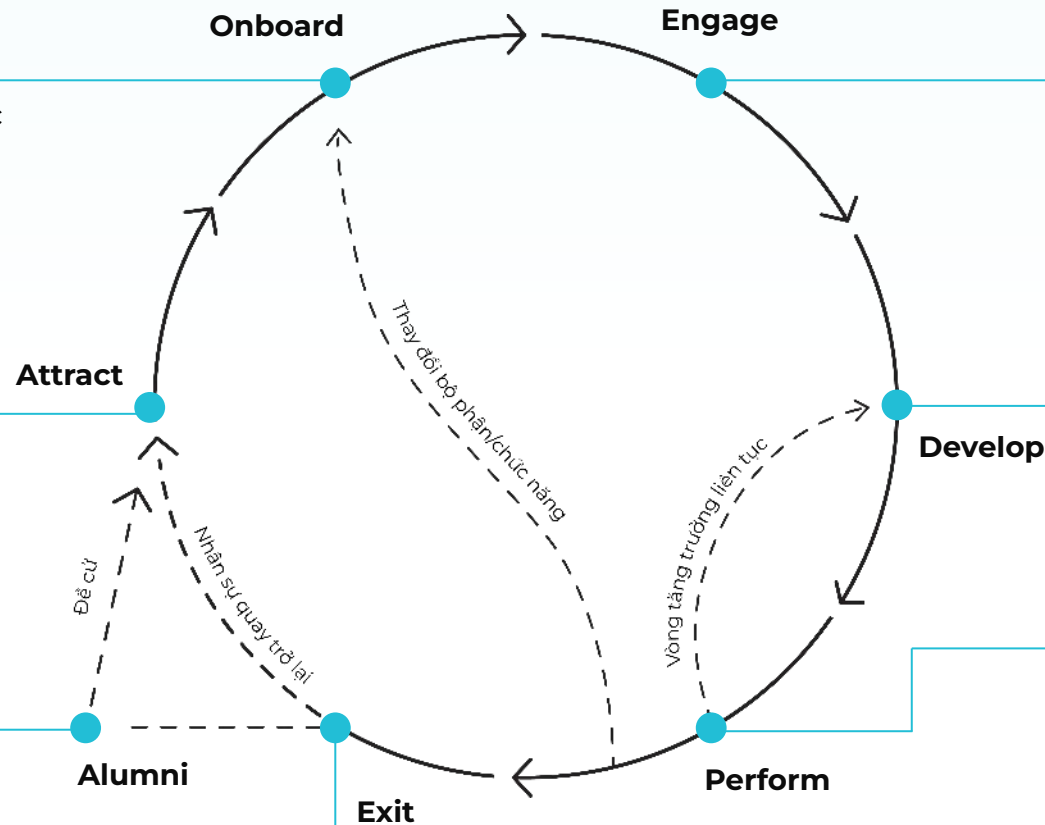
Nhân viên được đào tạo và cung cấp kiến thức cần thiết để ổn định trong vai trò của mình.

01. Thu hút

Ứng viên tìm hiểu về công ty, vai trò công việc và quyết định liệu đây có phải là sự lựa chọn phù hợp hay không.

07. Cựu nhân viên

Nhân viên tiếp tục ủng hộ công ty từ bên ngoài và giới thiệu người khác đến làm việc tại tổ chức.



03. Gắn kết

Nhân viên tìm hiểu thêm về công ty và các giá trị mà công ty đại diện, từ đó gia tăng động lực, cam kết và sự kết nối.

04. Phát triển

Nhân viên nhận phản hồi về cách họ đang làm việc, cùng với các công cụ và kỹ năng cần thiết để phát triển.

05. Thể hiện

Nhân viên được đánh giá về hiệu suất làm việc và được công nhận cho những thành tích đạt được.

06. Rời khỏi

Nhân viên rời tổ chức và bước sang chương tiếp theo trong sự nghiệp của mình.



KHOẢNH KHẮC QUAN TRỌNG

Trong mỗi giai đoạn, có những khoảnh khắc quan trọng hơn những khoảnh khắc khác.

Những khoảnh khắc này là những điều nhân viên sẽ nhớ nhất khi trải nghiệm tại nơi làm việc. Đây là một số khoảnh khắc quan trọng điển hình:

02. Hội nhập

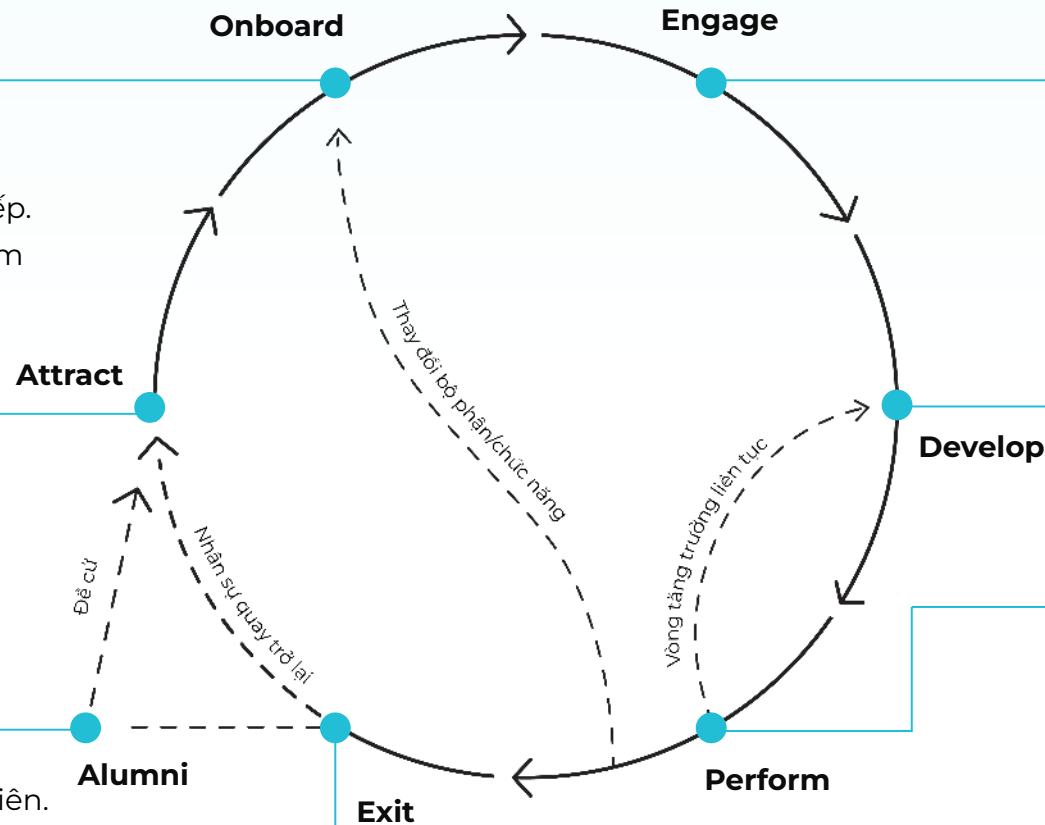
- Trải nghiệm trong ngày đầu tiên làm việc.
- Gặp đội nhóm lần đầu.
- Buổi gặp mặt 1-1 đầu tiên với quản lý trực tiếp.
- Trở lại sau một kỳ nghỉ dài hoặc thời gian làm việc bên ngoài văn phòng.

01. Thu hút

- Cuộc trò chuyện đầu tiên với nhà tuyển dụng hoặc nhân viên công ty.
- Buổi phỏng vấn đầu tiên với người quản lý tương lai.
- Nhận được thư mời làm việc.

07. Cựu nhân viên

- Được chào mừng vào mạng lưới cựu nhân viên.
- Nhận thư giới thiệu hoặc khuyến nghị từ đồng nghiệp cũ.
- Thông báo về công việc mới và phản ứng từ đồng nghiệp cũ.



03. Gắn kết

- Nghỉ phép dài hạn.
- Đối mặt với nỗi đau cá nhân.
- Kỷ niệm ngày làm việc hoặc sinh nhật (được tổ chức hoặc không).

04. Phát triển

Dự án + việc thay đổi và cách những thay đổi đó được truyền đạt.

05. Thể hiện

- Bắt đầu chu kỳ đánh giá hiệu suất.
- Buổi trao đổi đánh giá hiệu suất.
- Thông báo thăng chức (hoặc không được thăng chức).

06. Rời khỏi

- Buổi trao đổi về việc từ chức hoặc chấm dứt hợp đồng.
- Phỏng vấn nghỉ việc.
- Thông báo về việc rời khỏi công ty.

QUY TRÌNH TRIỂN KHAI



QUY TRÌNH TRIỂN KHAI

Khảo sát

- Đánh giá hiện trạng trải nghiệm nhân viên
- Đánh giá hành trình trải nghiệm nhân viên
- Xây dựng chân dung nhân viên

Chiến lược

- Xác định hành trình trải nghiệm
- Xác định thời điểm quan trọng
- Xác định cơ hội đổi mới
- Đề xuất sáng kiến

Triển khai

- Triển khai theo kế hoạch

Đo lường

- Đo lường sau triển khai



PURPOSE

WELL-BEING

blueC
A Media Vietnam Vietnam Company

VỀ BLUE C






Blue C là thành viên của

MEDIA VENTURES VIETNAM

Hệ sinh thái các công ty tư vấn và cung cấp các giải pháp doanh nghiệp với đội ngũ hơn 200 chuyên gia giàu kinh nghiệm và sáng tạo.

 19 Võ Văn Tần
Quận 3, HCM

 22 Mai Anh Tuấn
Đống Đa, Hà Nội



KHÁCH HÀNG CỦA CHÚNG TÔI

Ngân hàng - Tài chính - Bảo hiểm



Vận tải - Logistics



Công nghệ - Viễn thông



Sản xuất - Năng lượng



Xây dựng - Bất động sản - Đa ngành



Thank you

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