

GIẢI PHÁP

TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN

BLUE C | 2020

VẤN ĐỀ

CỦA DOANH NGHIỆP



**Doanh nghiệp
phải trả giá
quá đắt cho
những nhân viên
thiếu gắn kết**



Các nhân viên thiếu gắn kết tiêu tốn cho các doanh nghiệp Mỹ từ 450-500 tỉ USD mỗi năm.

(Theo Gallup)



Chi phí tuyển dụng ngày càng đắt đỏ và tốn kém. 41% tin rằng họ tiêu tốn hơn 25.000 USD, trong khi 24% cho biết họ phải trả hơn 50.000 USD mỗi năm do tuyển dụng không phù hợp.

(Theo CareerBuilder)

Làm thế nào để có những nhân viên gắn kết và hạnh phúc hơn?



Nhân viên không hạnh phúc khiến **năng suất sụt giảm**. Họ nghỉ ốm nhiều hơn 15 ngày so với những nhân viên bình thường.

(Theo The Happiness Advantage)



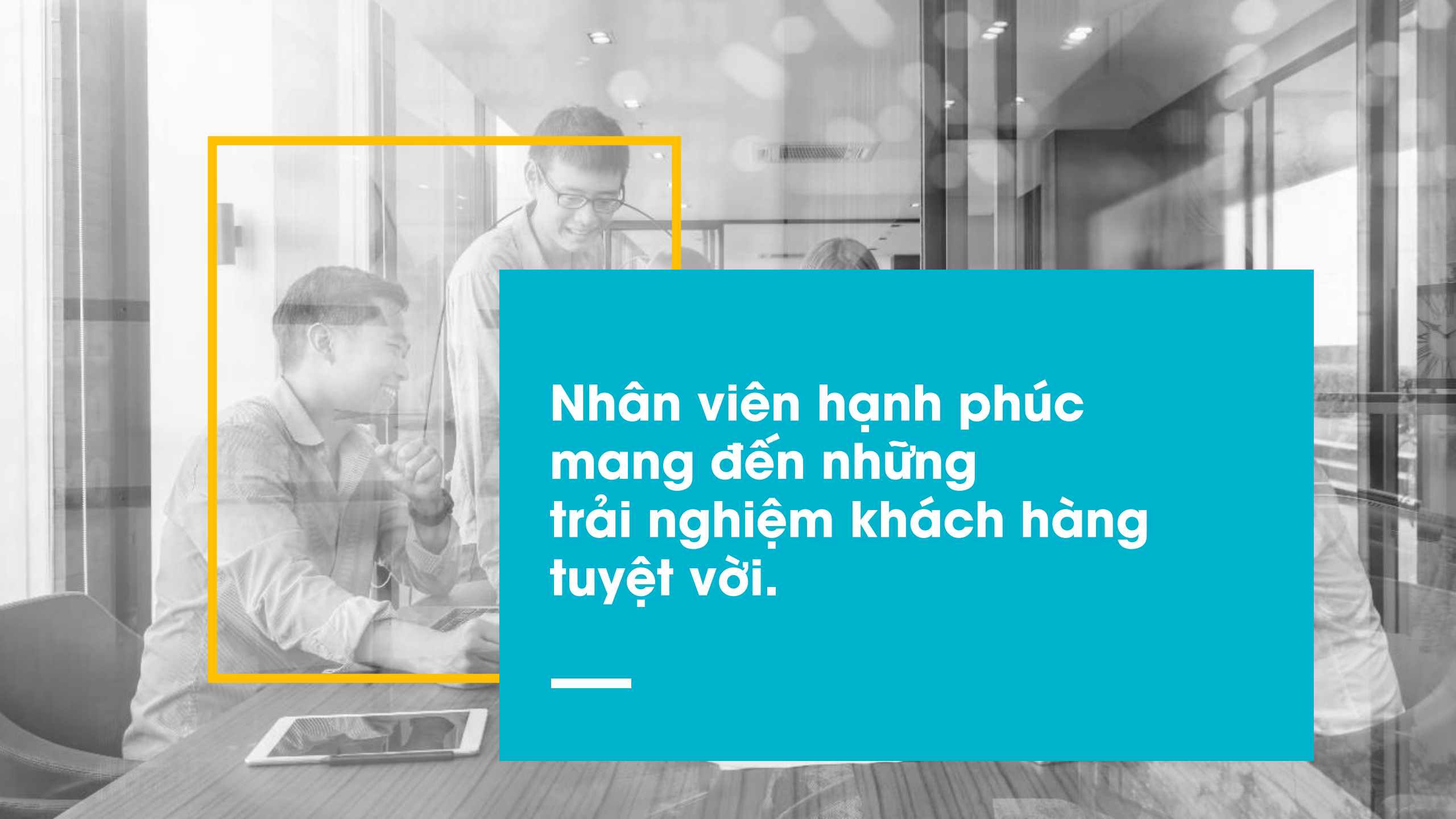
Nhân viên hạnh phúc có năng suất cao hơn **20%**.

(Theo [SME](#))



Doanh nghiệp có nhân viên gắn kết cao có hiệu quả vượt trội **147%** lợi nhuận trên mỗi cổ phiếu so với đối thủ.

(Theo Gallup)



**Nhân viên hạnh phúc
mang đến những
trải nghiệm khách hàng
tuyệt vời.**

LỢI ÍCH CỦA DOANH NGHIỆP KHI XÂY DỰNG TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN TÍCH CỰC

Lợi nhuận cao hơn gấp **4 lần**



Chỉ số khách hàng **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 năm 2016)

Giải pháp của Blue C giúp doanh nghiệp xây dựng chiến lược trải nghiệm nhân viên phù hợp, hướng đến môi trường làm việc hạnh phúc, hiệu suất cao, nơi những nhân tài đều khao khát cống hiến và thành công cùng doanh nghiệp.



QUY TRÌNH XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN



KHẢO SÁT

- Đánh giá hiện trạng với EX Tool
- Xây dựng chân dung nhân viên
- Đo lường trải nghiệm nhân viên



THIẾT KẾ TRẢI NGHIỆM

- Xác định hành trình trải nghiệm
- Xác định thời điểm quan trọng
- Xác định cơ hội đổi mới



THỬ NGHIỆM

- Thử nghiệm và tạo mẫu



TRIỂN KHAI

- Xây dựng kế hoạch triển khai



KHẢO SÁT

Phương pháp khảo sát

- **Định lượng:** Khảo sát bảng hỏi online
- **Định tính:** Phỏng vấn chuyên sâu, phỏng vấn nhóm

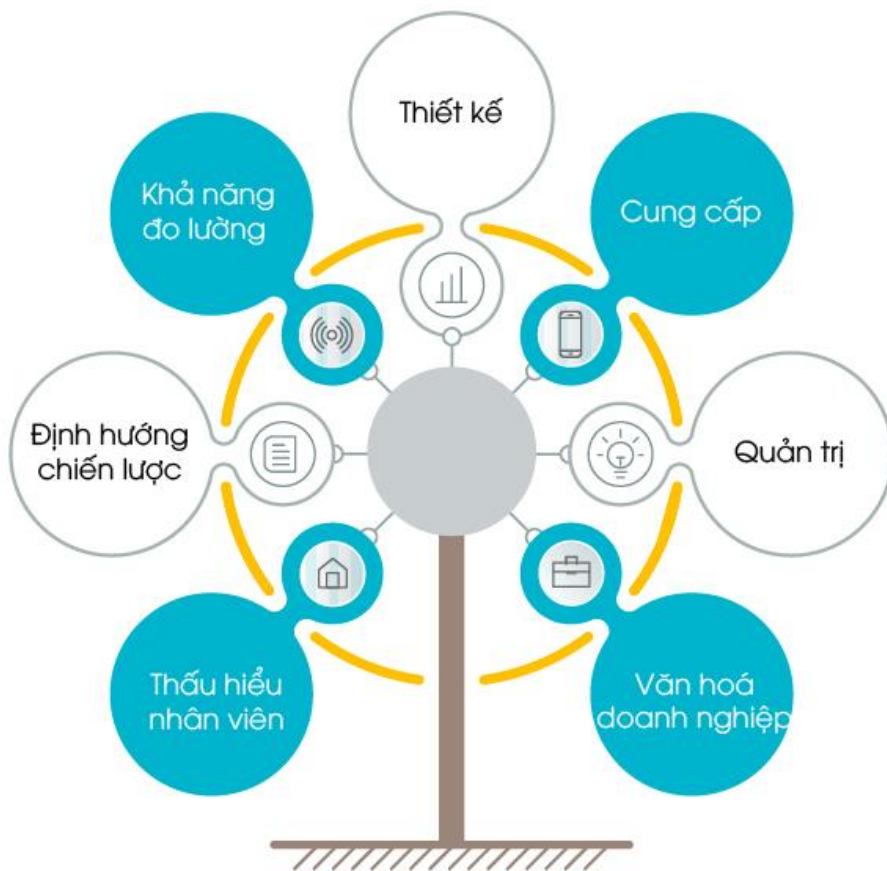




KHẢO SÁT

ĐÁNH GIÁ HIỆN TRẠNG VỚI EX TOOL

Tiêu chí đo lường



Mức độ trưởng thành của doanh nghiệp đối với trải nghiệm nhân viên

Rất yếu: Doanh nghiệp gần như không quan tâm đến trải nghiệm, không hiểu và không có hành động để tăng cường trải nghiệm nhân viên

Yếu: Trải nghiệm nhân viên ở mức độ rất thấp hoặc chỉ được chú trọng ở một vài bộ phận, phòng ban hoặc một vài giai đoạn trong hành trình nhân viên.

Trung bình: Trải nghiệm nhân viên được xác định ở hầu hết các bước trong hành trình trải nghiệm và ở các bộ phận, có sự ưu tiên của lãnh đạo và có nền tảng sẵn sàng để phát triển.

Mạnh: Trải nghiệm nhân viên được thiết kế ở các bước khác nhau trong hành trình và được lưu tâm bởi mọi phòng ban, được coi là yếu tố quan trọng với thành công của tổ chức, tạo ra những khác biệt trong nội bộ, có khả năng trở thành ưu thế khác biệt trong thương hiệu tuyển dụng của doanh nghiệp

Rất mạnh: TNNV thật sự làm cho công ty khác biệt, trở thành một mã "gene" của doanh nghiệp.



KHẢO SÁT

QUY TRÌNH

Đánh giá

- Đánh giá qua phỏng vấn lãnh đạo
- Đánh giá độc lập của tư vấn
- Đánh giá của nhóm HR và nhân viên (Mẫu đại diện)

Phân tích

- Từ kết quả đánh giá, phân tích theo 7 tiêu chí
- Hiện thị điểm theo đồ thị mạng nhện. Từ đồ thị này, nhìn ra những điểm nào cần khắc phục trong hành trình trải nghiệm nhân viên

Xác định hành động theo ưu tiên

- Hành động giải quyết các yếu tố được chấm điểm thấp nhất
- Hành động có thể tạo ảnh hưởng lớn nhất với nguồn lực ít nhất
- Hành động giúp tạo ra các chiến thắng nhanh (quick win) để tạo đà
- Hành động có thể kết hợp chiến thuật ngắn hạn với chiến lược dài hạn

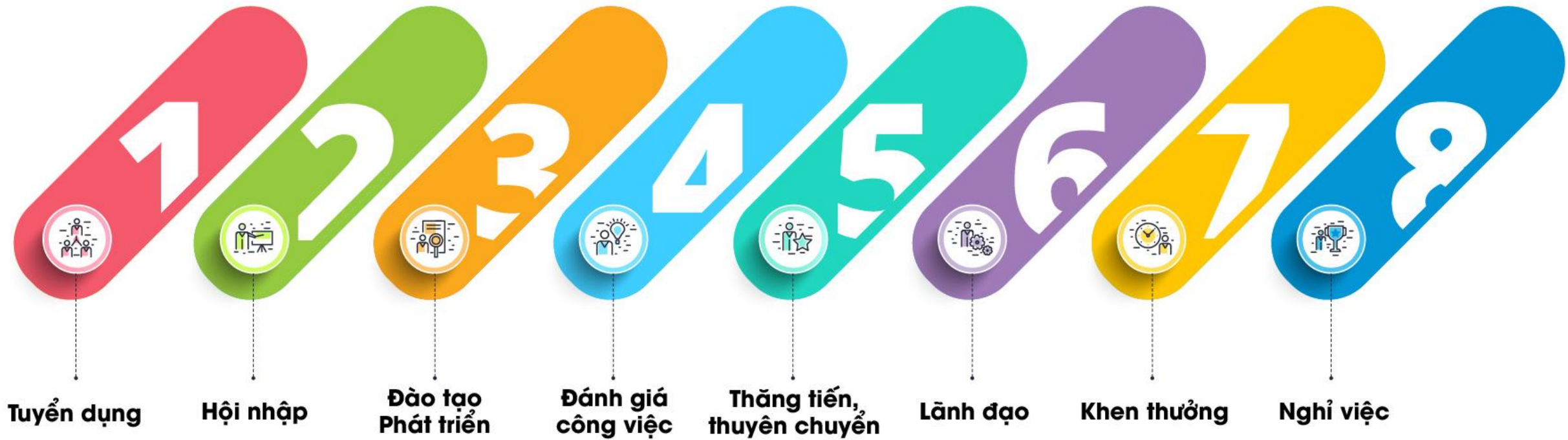
ĐÁNH GIÁ HIỆN TRẠNG VỚI EX TOOL





KHẢO SÁT

ĐO LƯỜNG TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN



Đo lường trải nghiệm nhân viên tại các chặng của hành trình



KHẢO SÁT

XÂY DỰNG CHÂN DUNG NHÂN VIÊN



**Đối tượng
mục tiêu**



**Thông tin
nhân khẩu**



**Thông tin nền
của nhân viên**



**Mục tiêu của
nhân viên**



**Động lực,
vấn đề và
mong muốn**



**Xác định các
thông tin
cần thiết khác**



KHẢO SÁT

THIẾT KẾ TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN

- Xác định nhu cầu của ứng viên, nhân viên tại mỗi chặng
- Xác định điểm chạm giữa ứng viên, nhân viên với tổ chức
- Xác định cảm xúc tích cực và tiêu cực
- Xác định thời điểm quan trọng
- Xác định cách thức đo lường
- Xác định cơ hội đổi mới





THIẾT KẾ



NGUYÊN TẮC THIẾT KẾ TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN

- **Effective - Hiệu quả:** Mang lại những lợi ích nhiều hơn cho nhân viên
- **Easy – Dễ dàng:** Khiến công việc của nhân viên dễ dàng, thuận tiện hơn
- **Emotional – Cảm xúc:** Đem lại những cảm xúc tích cực cho nhân viên



THIẾT KẾ

NGUYÊN TẮC ĐỔI MỚI TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN

				
Công việc có ý nghĩa	Môi trường làm việc tích cực	Sự hỗ trợ của quản lý	Cơ hội phát triển cá nhân	Lãnh đạo với sự tin cậy
Tự động hóa	Mục tiêu rõ ràng, minh bạch	Môi trường linh động	Đào tạo, hỗ trợ công việc	Sứ mệnh, mục đích
Lựa chọn phù hợp	Huấn luyện	Nhân văn	Có sự hỗ trợ nhân tài	Đầu tư phát triển con người
Nhóm nhỏ, được trao quyền	Đầu tư vào phát triển đội ngũ quản lý	Ghi nhận	Học tập tự định hướng, năng động	Chân thực, minh bạch
Thời gian nghỉ ngơi	Quản lý hiệu suất linh hoạt	Công bằng, bình đẳng, đa dạng, hòa nhập	Văn hóa học tập ảnh hưởng lớn	Truyền cảm hứng



THỬ NGHIỆM

Thử nghiệm và tạo mẫu

- Ứng dụng các trải nghiệm đã tạo vào một số bộ phận trong tổ chức để thử nghiệm
- Xem xét tính hiệu quả và điều chỉnh
- Lắng nghe phản hồi sau khi thử nghiệm



KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI

- Đề xuất các kế hoạch triển khai chi tiết dựa trên các chương trình hành động đổi mới
- Kế hoạch triển khai gồm có: Ý tưởng, Thông điệp, Format chương trình, Định hướng nội dung/hoạt động, Thời gian

THANK YOU!

THÔNG TIN LIÊN HỆ:

Công ty cổ phần Phát triển Nội dung Blue C

Prima Building, 22 Mai Anh Tuấn, Ô Chợ Dừa, Đống Đa, Hà Nội

Phone: (+84)24 7303 2388

Website: <http://bluec.vn>

Email: info@bluec.vn

