



HỒ SƠ NĂNG LỰC BLUE C

2021

1. Về Blue C
2. Giải pháp của chúng tôi
3. Các dự án nổi bật



I. VỀ BLUE C



Ở Blue C, chúng tôi xác định sứ mệnh của mình là phát huy nội lực của doanh nghiệp thông qua các giải pháp văn hoá doanh nghiệp, trải nghiệm nhân viên và truyền thông nội bộ.

Chúng tôi tin rằng một doanh nghiệp với càng nhiều nội lực mạnh mẽ sẽ gặt hái được càng nhiều thành công trong kinh doanh. Để từ đó, những doanh nghiệp thành công sẽ cùng nhau dựng xây một Việt Nam hùng cường.

Một văn hoá mạnh mẽ và độc đáo, cải thiện và mang đến những trải nghiệm nhân viên tuyệt vời, gắn kết những nhân tài, tạo dựng một thương hiệu nhà tuyển dụng nổi bật hay phát huy sức mạnh của tiếng nói nhân viên trên mạng xã hội, Blue C luôn sẵn sàng đồng hành cùng doanh nghiệp trên mỗi hành trình.

Chúng tôi là thành viên của
tập đoàn Media Ventures Vietnam

Với mạng lưới 8 văn phòng tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, cùng với văn phòng quốc tế tại Singapore và Hoa Kỳ, Media Ventures Vietnam hội tụ gần 200 chuyên gia hàng đầu giàu kinh nghiệm và đam mê trong các lĩnh vực văn hoá doanh nghiệp, trải nghiệm nhân viên, đào tạo và huấn luyện, thương hiệu, marketing và truyền thông.





Chúng tôi tự hào mang đến cho khách hàng những giải pháp kết hợp mạnh mẽ giữa lý thuyết và thực tế, hài hoà giữa những xu thế quốc tế mới nhất với các hiểu biết và kinh nghiệm tại thị trường Việt Nam. Chúng tôi linh hoạt và sáng tạo để cung cấp những giải pháp được thiết kế dành riêng cho từng doanh nghiệp.



ĐỘI NGŨ CHUYÊN GIA





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.



Nguyễn Mai Phương – Phó Giám đốc

Là Phó Giám đốc Điều hành Blue C, Phương có nhiều kinh nghiệm và niềm đam mê mãnh liệt với các dự án truyền thông và văn hóa doanh nghiệp, trải nghiệm nhân viên và thương hiệu nhà tuyển dụng. Phương đã chủ trì nhiều dự án tư vấn và hợp tác với nhiều khách hàng uy tín như Vietlott, Viettel IDC, Viettel Digital, Viettel Group, TPBank, TC Motor, Vietbank, EMS, HUD, Esoft, Elipsport, SCIC, Everlearn...

Trước khi gia nhập Blue C, Phương đã có 8 năm kinh nghiệm phụ trách phát triển văn hóa và truyền thông nội bộ cho Công ty Hệ thống Thông tin FPT.

Cô cũng đã có những trải nghiệm tuyệt vời ở Washington DC. từ năm 2013 đến năm 2017 với tư cách là phu nhân ngoại giao. Cô đã tích cực tham gia nhiều dự án quảng bá văn hóa, du lịch và ẩm thực Việt Nam đến bạn bè quốc tế tại Hoa Kỳ. Cô tốt nghiệp xuất sắc Thạc sĩ Ngôn ngữ học Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐH Quốc gia Hà Nội.



Nguyễn Hiếu Nhi – Trưởng nhóm Nội dung

Với vai trò Trưởng nhóm Nội dung, Hiếu Nhi phụ trách triển khai các dự án truyền thông nội bộ và văn hóa doanh nghiệp cho các khách hàng của Blue C. Với hơn 10 năm kinh nghiệm báo chí và sáng tạo nội dung, luôn chuyên nghiệp và trách nhiệm cao, Nhi luôn được các khách hàng của Blue C như Vietnam Airlines, Mobifone, Viettel... tin tưởng và đánh giá cao.

Trước khi gia nhập Blue C, Nhi đã có những trải nghiệm quý giá trong lĩnh vực truyền thông với tư cách là Trưởng ban Truyền thông của Hệ thống Giáo dục Archimedes và Thư ký Tòa soạn Tạp chí Sức khỏe Gia đình. Cô tốt nghiệp Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Cô luôn là một thành viên năng động và thân thiện trong đội ngũ của chúng tôi. Cô yêu thiên nhiên, thích lối sống tối giản và các hoạt động mỹ thuật.



Lê Thùy Dương – Trưởng nhóm Sáng tạo

Dương là người có tâm hồn đổi mới, đam mê cái đẹp và sự sáng tạo. Cô tốt nghiệp Đại học Mỹ thuật Công nghiệp và từng dẫn dắt nhiều dự án sáng tạo. Cô đã có nhiều kinh nghiệm làm việc tại Tập đoàn FPT trước khi phụ trách nhóm thiết kế sáng tạo của Blue C.

Dương cũng thể hiện niềm đam mê và nhiệt huyết với những dự án sáng tạo. Kiến thức về thiết kế, mỹ thuật và truyền thông là nền tảng để Dương đề xuất và đưa ra các ý tưởng sáng tạo hấp dẫn và hiệu quả. Dương cũng có mối liên hệ chặt chẽ với các nghệ sĩ và chuyên gia nghệ thuật trong cộng đồng.

Dương yêu thơ, nhiếp ảnh và nấu ăn. Cô cũng tham gia nhiều hoạt động trách nhiệm xã hội cho trẻ em cùng những người bạn của mình.



Trần Hoài Linh - Trưởng nhóm Quản trị Khách hàng

Trước khi gia nhập Blue C, Linh đã có 4 năm làm việc trong ngành truyền thông tại Việt Nam với nhiều dự án sáng tạo. Cô tốt nghiệp xuất sắc tại Đại học Khoa học Ứng dụng Wittenborg (Hà Lan), Thạc sĩ Quản lý Sự kiện, năm 2020.

Linh là cô gái trẻ có nhiều động lực mạnh mẽ. Cô ấy luôn nỗ lực để đưa ra những ý tưởng làm hài lòng các khách hàng của Blue C. Một người biết lắng nghe, một người giao tiếp khéo léo và tự tin trong việc quản lý các dự án một cách hoàn hảo dưới áp lực cao.

Với vai trò Trưởng nhóm Quản trị Khách hàng Blue C, cô thể hiện nhiều dấu ấn cá nhân nổi bật trong các dự án như Xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng Viettel IDC, Văn hóa doanh nghiệp HUD, Truyền thông nội bộ Mobifone...



Lê Thị Hằng – Quản trị Dự án

Hằng là quản trị dự án tuyệt vời của Blue C. Trong hơn 5 năm gắn bó với Blue C, cô đã cùng các thành viên dự án tổ chức hệ thống kênh truyền thông nội bộ cho Vietnam Airlines từ thời điểm sơ khai nhất. Cho đến nay, Vietnam Airlines đã trở thành một trong những mô hình tiêu biểu về truyền thông nội bộ cho các doanh nghiệp quy mô lớn tại Việt Nam, với kho nội dung khổng lồ cho tạp chí, eNewsletter, cổng thông tin, kênh truyền hình và nhiều hoạt động nội bộ khác.

Hằng tốt nghiệp Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Thành phố Hồ Chí Minh. Với trí thông minh, khiếu hài hước và các kỹ năng xã hội, cô đã tổ chức mạng lưới hàng trăm cộng tác viên toàn cầu cho Vietnam Airlines, biến họ thành người kể chuyện và đại sứ thương hiệu trên mạng xã hội. Hằng cũng đã chia sẻ và áp dụng những kinh nghiệm đó cho các khách hàng quy mô lớn khác của Blue C.



Đỗ Huyền Thu - Trưởng nhóm Tài chính

Làm thế nào để các dự án được triển khai thuận lợi theo đúng tiến độ, tuân thủ các quy định của pháp luật và yêu cầu của khách hàng, với nguồn lực tối ưu và tốt nhất? Những kinh nghiệm tuyệt vời của Thu trong việc quản lý nguồn lực giúp Blue C khởi động và kết thúc các dự án một cách hiệu quả, giành được niềm tin của mọi khách hàng.

Thu tốt nghiệp loại ưu Học viện Tài chính. Cô là một trong những thành viên đã đồng hành cùng Blue C từ những ngày đầu tiên.

Trong công việc, cô ấy chính xác, khoa học, cẩn thận và có tác phong nhanh nhẹn. Trong cuộc sống, cô ấy quan tâm đến người khác một cách chu đáo và tuyệt vời.

Nguyễn Thanh Sơn là một doanh nhân, giảng viên, tác giả và chuyên gia truyền thông. Ông Sơn tích cực đầu tư vào truyền thông, giáo dục và chăm sóc sức khỏe. Ông là người sáng lập kiêm chủ tịch của T&A, công ty truyền thông lớn nhất tại Việt Nam; Sage, học viện tư vấn thương hiệu; GPA, công ty đào tạo tiếng Anh; MVV Academy, học viện đào tạo năng lực và quản trị kinh doanh; Blue Productions, công ty sản xuất phim; Forinco, chuỗi phòng khám điều trị ung thư; Amigo Pharma, một công ty dược phẩm và Sunny Vales, một công ty tiếp thị kỹ thuật số... Tổng cộng, ông Sơn thành lập hoặc đồng sáng lập 20 doanh nghiệp khác nhau.

Trong đó, T&A Communications được mua lại bởi tập đoàn WPP, công ty truyền thông tiếp thị lớn nhất thế giới. Amigo Pharma được Cũ Long Pharma và Sunny Vales mua lại bởi Yahoo! SEA.

Trong 16 năm (1996-2012), ông Sơn làm Đại diện Thương mại cho Bộ Thương mại Oklahoma tại các nước ASEAN.

Là một người Hà Nội, ông tốt nghiệp Viện Quan hệ Quốc tế Mátxcova với bằng thạc sĩ Báo chí Quốc tế năm 1994. Ông là thành viên kinh doanh của USIS (Lớp năm 2002) và Rockefeller Fellow (Lớp 2005). Năm 2006, ông nhận được bằng Học vị lãnh đạo Châu Á có uy tín từ Chính phủ Nhật Bản và Quỹ Nhật Bản (ông là người trẻ nhất trong lịch sử của ALFP). Ông giảng dạy về truyền thông tại Đại học Quốc gia Hà Nội ở Việt Nam. Ông cũng là một nhà phê bình văn học nổi tiếng, nhà báo chuyên về nghệ thuật và điện ảnh.

Năm 2012, ông Sơn thành lập Công ty Global Shapers Thành phố Hồ Chí Minh, một Diễn đàn Kinh tế Thế giới cho các doanh nhân trẻ và các nhà lãnh đạo chính trị. Ông cũng là cố vấn cho Ban cố vấn khu vực của Liên minh truyền thông châu Á - Thái Bình Dương về Nhận thức xã hội - một ngành công nghiệp truyền thông và quảng cáo đã dẫn đầu xây dựng nhận thức của công chúng về các vấn đề phát triển xã hội và đã tạo ra sự thay đổi hành vi tích cực của xã hội.



NGUYỄN THANH SƠN
Cố vấn Đặc biệt
Chủ tịch MVV Group

**Tư vấn chiến lược
và triển khai**

II. GIẢI PHÁP CỦA CHÚNG TÔI

1. Văn hoá doanh nghiệp
2. Trải nghiệm nhân viên
3. Truyền thông nội bộ
4. Thương hiệu nhà tuyển dụng
5. Nhân viên làm đại sứ thương hiệu
6. Chiến lược nội dung
7. Đào tạo và huấn luyện



Blue C giúp khách hàng định hình văn hoá tổ chức của họ, hướng tới hiệu suất cao và đạt được những lợi thế cạnh tranh bền vững thông qua việc:

- Hoạch định văn hoá doanh nghiệp gắn với mục đích lớn
- Điều chỉnh các hành vi để thúc đẩy các mục tiêu chiến lược của tổ chức
- Thu hút và giữ chân các nhân tài hàng đầu trên thị trường tuyển dụng
- Trao quyền và truyền cảm hứng cho nhân viên, xây dựng môi trường cộng tác, đổi mới và nỗ lực vượt bậc

Chúng tôi mang đến hướng tiếp cận phù hợp, chỉ ra cách thức và lộ trình để kích hoạt các thay đổi văn hóa, áp dụng chúng vào tổ chức bằng các công cụ và chiến lược quản lý sự thay đổi.

1. Văn hoá doanh nghiệp

Dịch vụ của chúng tôi

ĐỊNH HÌNH

- Xác định hiện trạng VHDN và mô hình VHDN phù hợp trong bối cảnh mới
- Định hình các yếu tố nền tảng của văn hoá doanh nghiệp
- Hoạch định chiến lược chuyển đổi VHDN

CHUẨN HOÁ

- Xây dựng Sổ tay Văn hoá
- Xây dựng các tài liệu, quy trình VHDN
- Xây dựng bộ chuẩn hành vi và quy tắc ứng xử

LAN TOẢ

- Đào tạo, huấn luyện các chương trình nâng cao nhận thức và củng cố kỹ năng cho đội ngũ lãnh đạo và chuyên trách VHDN
- Xây dựng tài liệu đào tạo (nội dung Khung chương trình, kịch bản, hoạt động tương tác, học liệu) cho doanh nghiệp

DUY TRÌ

- Triển khai các chiến dịch truyền thông nội bộ để thay đổi nhận thức và hành vi theo VHDN mới



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.

- Xác định hiện trạng và đánh giá các yếu tố gắn kết (văn hóa, công nghệ và không gian vật lý)
- Xây dựng kế hoạch hành động cải tiến dài hạn với các thiết kế có mục đích
- Thiết kế những khoảnh khắc quan trọng và triển khai các chiến dịch thay đổi trong nội bộ doanh nghiệp

2. Trải nghiệm nhân viên

Dịch vụ của chúng tôi

THẤU HIỂU

- Đánh giá hiện trạng trải nghiệm nhân viên
- Đo lường mức độ trưởng thành trải nghiệm nhân viên
- Đánh giá hành trình trải nghiệm nhân viên
- Xây dựng chân dung nhân viên

XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC

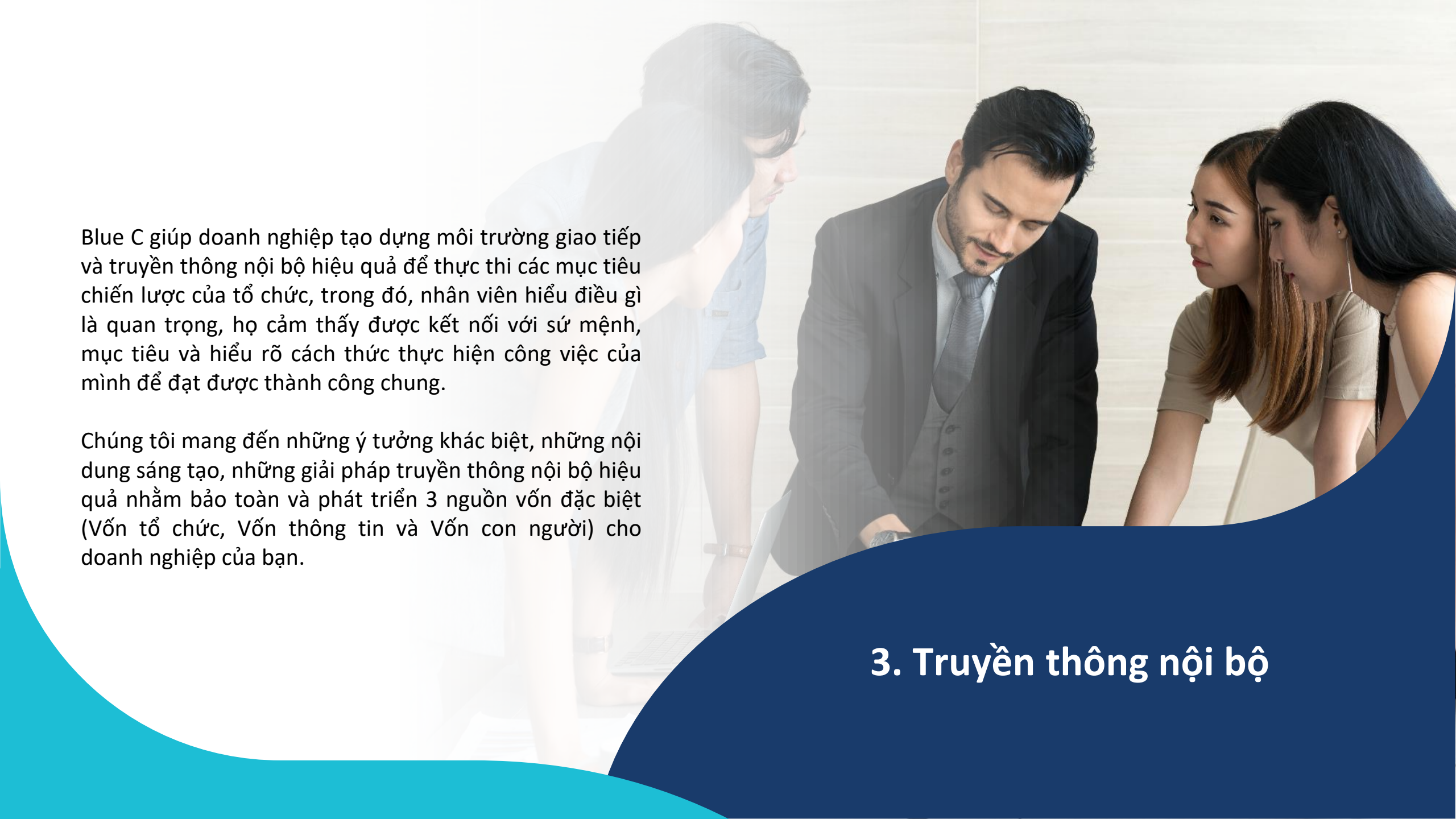
- Xác định hành trình trải nghiệm
- Xác định thời điểm quan trọng
- Xác định cơ hội đổi mới
- Đề xuất chiến lược trải nghiệm nhân viên

THỬ NGHIỆM

- Thử nghiệm và tạo mẫu

TRIỂN KHAI

- Triển khai các chương trình, hoạt động theo đề xuất chiến lược



Blue C giúp doanh nghiệp tạo dựng môi trường giao tiếp và truyền thông nội bộ hiệu quả để thực thi các mục tiêu chiến lược của tổ chức, trong đó, nhân viên hiểu điều gì là quan trọng, họ cảm thấy được kết nối với sứ mệnh, mục tiêu và hiểu rõ cách thức thực hiện công việc của mình để đạt được thành công chung.

Chúng tôi mang đến những ý tưởng khác biệt, những nội dung sáng tạo, những giải pháp truyền thông nội bộ hiệu quả nhằm bảo toàn và phát triển 3 nguồn vốn đặc biệt (Vốn tổ chức, Vốn thông tin và Vốn con người) cho doanh nghiệp của bạn.

3. Truyền thông nội bộ

Dịch vụ của chúng tôi

WHY

- Khám phá điểm mạnh, điểm yếu, thách thức và cơ hội để cải thiện cách thức giao tiếp và truyền thông nội bộ
- Đo lường và kiểm toán hệ thống truyền thông nội bộ thông qua các chương trình phỏng vấn và khảo sát

HOW

- Đề xuất chiến lược truyền thông nội bộ nhằm đáp ứng các mục tiêu chiến lược của tổ chức, phù hợp với văn hóa doanh nghiệp, nhằm gắn kết, tạo động lực và truyền cảm hứng cho đội ngũ

WHAT

- Triển khai các hoạt động nội bộ và các định hướng nội dung vào thực tế



Chúng tôi giúp doanh nghiệp xây dựng và triển khai chiến lược thương hiệu nhà tuyển dụng để thu hút, kết nối và gắn kết nhân tài hàng đầu thông qua phương pháp tiếp cận

- **Đề xuất EVP – Các giá trị hấp dẫn ứng viên**
 - Đánh giá hiện trạng thương hiệu nhà tuyển dụng bằng các cuộc khảo sát / phỏng vấn nội bộ và bên ngoài
 - Xác định điểm mạnh, điểm yếu và cơ hội cải thiện
 - Xác định các giá trị hấp dẫn ứng viên nhằm thu hút và giữ chân những nhân tài giỏi nhất
- **Chiến lược thương hiệu nhà tuyển dụng**
 - Thiết kế chân dung nhân viên
 - Xây dựng chiến lược thương hiệu nhà tuyển dụng dựa trên bộ EVP đã thiết kế
 - Xây dựng kế hoạch thực hiện với các mục tiêu và ưu tiên
- **Kế hoạch thực hiện**
 - Thực hiện các chiến dịch truyền thông để kích hoạt, lan toả và duy trì EVP

4. Thương hiệu nhà tuyển dụng

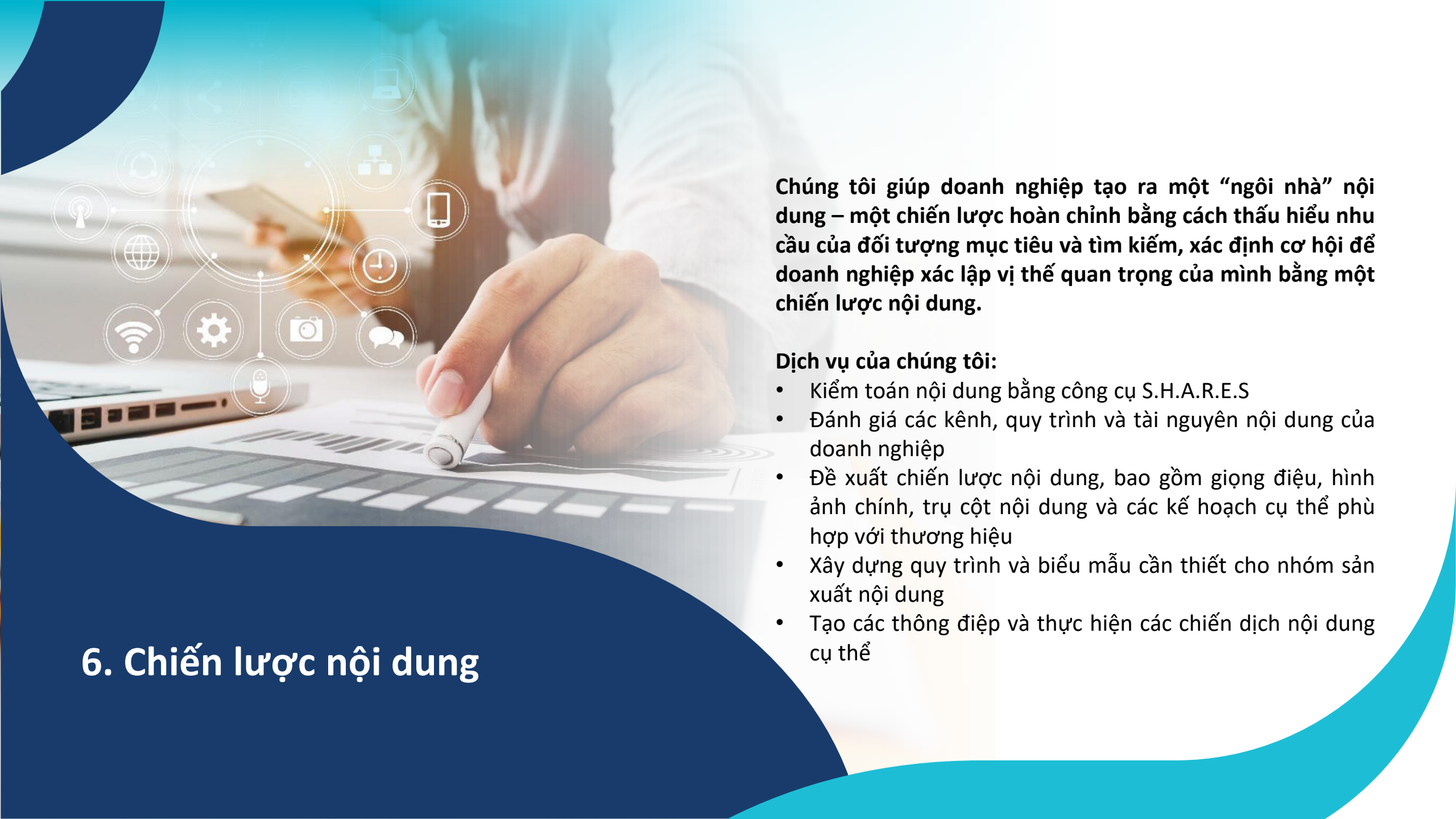
Chúng tôi giúp quảng bá và bảo vệ thương hiệu của doanh nghiệp trong môi trường số bằng cách tổ chức, đào tạo đội ngũ nhân viên của bạn, cung cấp tài nguyên nội dung, hướng dẫn và công cụ cần thiết để biến nhân viên thành đại sứ thương hiệu.

Dịch vụ của Blue C:

- Tổ chức các khóa đào tạo kỹ năng và nâng cao nhận thức cho nhân viên về mạng xã hội
- Xây dựng cẩm nang hướng dẫn về quy tắc ứng xử trên mạng xã hội cho nhân viên
- Đề xuất chiến lược biến nhân viên thành đại sứ thương hiệu trên mạng xã hội và kế hoạch thực hiện
- Xây dựng kho nội dung trên mạng xã hội cho doanh nghiệp



5. Chương trình Nhân viên làm đại sứ thương hiệu



6. Chiến lược nội dung

Chúng tôi giúp doanh nghiệp tạo ra một “ngôi nhà” nội dung – một chiến lược hoàn chỉnh bằng cách thấu hiểu nhu cầu của đối tượng mục tiêu và tìm kiếm, xác định cơ hội để doanh nghiệp xác lập vị thế quan trọng của mình bằng một chiến lược nội dung.

Dịch vụ của chúng tôi:

- Kiểm toán nội dung bằng công cụ S.H.A.R.E.S
- Đánh giá các kênh, quy trình và tài nguyên nội dung của doanh nghiệp
- Đề xuất chiến lược nội dung, bao gồm giọng điệu, hình ảnh chính, trụ cột nội dung và các kế hoạch cụ thể phù hợp với thương hiệu
- Xây dựng quy trình và biểu mẫu cần thiết cho nhóm sản xuất nội dung
- Tạo các thông điệp và thực hiện các chiến dịch nội dung cụ thể

Chúng tôi giúp xây dựng tổ chức học tập trong doanh nghiệp thông qua việc nâng cao kiến thức và kỹ năng truyền thông, văn hóa doanh nghiệp cho đội ngũ nhân viên.

Các khóa học của chúng tôi:

- Văn hóa doanh nghiệp
- Trải nghiệm nhân viên
- Truyền thông nội bộ
- Biến nhân viên thành đại sứ thương hiệu
- Thương hiệu nhà tuyển dụng
- Vua Content

Hình thức đào tạo:

- Blended: Kết hợp đào tạo trực tuyến (tập trung đào tạo kiến thức chuyên sâu) và offline (tập trung thực hành thông qua các bài tập trò chơi tương tác, dự án)
- Cố vấn: Hướng dẫn và tư vấn định kỳ theo yêu cầu
- Huấn luyện: Đào tạo thực tế theo yêu cầu

7. Đào tạo và Huấn luyện



III. CÁC DỰ ÁN NỔI BẬT

Tư vấn chiến lược truyền thông nội bộ



❖ Bối cảnh

- Năm 2016, Vietnam Airlines cần thiết lập hệ thống truyền thông nội bộ để tăng cường nội lực và đạt được các mục tiêu chiến lược của tổ chức.

❖ Giải pháp

- Tiến hành đánh giá toàn diện hiện trạng truyền thông nội bộ của VNA thông qua khảo sát trực tuyến (+ 5000 nhân viên), hơn 30 cuộc phỏng vấn sâu và phỏng vấn nhóm (2016)
- Xây dựng chiến lược truyền thông nội bộ hàng năm, từ 2016 đến nay
- Phát triển mạng lưới các kênh truyền thông nội bộ bao gồm: Tạp chí Spirit (tạp chí in hàng tháng), Spirit Website, Spirit Channel (bản tin video hàng ngày), Spirit eNewsletter (bản tin điện tử hàng tuần), Sách và các ấn phẩm khác (từ 2016 đến nay)
- Thiết lập một tòa soạn đầy đủ nhân lực, trang thiết bị và một studio để sản xuất nội dung cho tất cả các kênh
- Cung cấp phóng viên tại chỗ để điều phối và sản xuất tin tức (từ năm 2018 đến nay)
- Đào tạo, huấn luyện kỹ năng truyền thông nội bộ cho đội ngũ cộng tác viên nội dung của VNA toàn cầu

❖ Kết quả đạt được

- VNA đã xây dựng được một lực lượng lao động gắn kết mạnh mẽ, tự hào với sứ mệnh thương hiệu
- VNA đã thiết lập được một đội ngũ truyền thông mạnh dựa trên những nhân tố tình nguyện đóng góp nội dung tích cực để chia sẻ các thông tin của VNA trên toàn hệ thống
- VNA đã xây dựng mạng lưới truyền thông nội bộ hiệu quả, sản xuất nội dung ở mọi định dạng, giúp tiết kiệm nguồn ngân sách lớn cho truyền thông đối ngoại nhờ khai thác nội dung sẵn có từ nội bộ



❖ Bối cảnh

- EMS là công ty tiên phong trong dịch vụ chuyển phát nhanh tại Việt Nam. Năm 2021, EMS đặt ra tầm nhìn dẫn đầu thị trường dịch vụ chuyển phát nhanh, thương mại điện tử và logistics tại Việt Nam.
- Để đáp ứng các mục tiêu phát triển mới và vượt qua thách thức từ các đối thủ cạnh tranh, đồng thời giữ lại những yếu tố then chốt thành công nhất trong lịch sử 15 năm, EMS cần định hình lại văn hóa doanh nghiệp, tập trung nhiều hơn vào đổi mới và công nghệ.

❖ Giải pháp

- Xác định hiện trạng văn hóa doanh nghiệp của EMS thông qua phỏng vấn sâu, phỏng vấn nhóm và khảo sát trực tuyến cũng như đo lường mức độ trưởng thành trong văn hóa của EMS
- Xác định lại các nền tảng cốt lõi của văn hóa doanh nghiệp EMS (Tầm nhìn, Sứ mệnh, Giá trị cốt lõi, Bộ chuẩn hành vi, Bộ quy tắc ứng xử)
- Đề xuất chiến lược phát triển văn hóa doanh nghiệp EMS trong bối cảnh mới với kế hoạch triển khai chi tiết
- Xây dựng Sổ tay Văn hóa EMS
- Chuẩn hoá quy trình văn hóa doanh nghiệp EMS, từ tuyển dụng, đào tạo đến đánh giá, khen thưởng theo các tiêu chuẩn VHDN
- Đào tạo và huấn luyện cho đội ngũ triển khai văn hóa doanh nghiệp của EMS

❖ Kết quả

- EMS tiếp thêm một luồng sinh khí mới với văn hóa doanh nghiệp thực sự của riêng mình, truyền cảm hứng cho nhân viên gắn bó với tầm nhìn và sứ mệnh của EMS thông qua các công việc hàng ngày của họ.
- Xây dựng một đội ngũ kết nối, hợp tác, hỗ trợ lẫn nhau và sống các giá trị cốt lõi của họ một cách tự nhiên
- Nâng cao niềm tự hào về thương hiệu EMS trong nhân viên

Xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng



❖ Bối cảnh

- Viettel IDC là đơn vị thành viên của Tập đoàn Viettel, hoạt động trên lĩnh vực trung tâm dữ liệu và điện toán đám mây.
- Năm 2021, Viettel IDC chuyển mình với chiến lược trở thành nhà cung cấp giải pháp dịch vụ trọn gói, đi đầu trong hạ tầng chuyển đổi số quốc gia.
- Đồng hành với những mục tiêu vô cùng thách thức, Viettel IDC mong muốn tạo dựng một môi trường làm việc gắn kết, thu hút và chinh phục những nhân tài hàng đầu trong lĩnh vực Điện toán đám mây & Trung tâm dữ liệu

❖ Giải pháp

- Khảo sát và đánh giá hiện trạng Thương hiệu Nhà tuyển dụng Viettel IDC
- Đề xuất các giá trị hấp dẫn ứng viên (EVP) mới cho Viettel IDC
- Đề xuất các đổi mới về hoạt động và kênh tuyển dụng, điều chỉnh thông điệp, hình ảnh và định hướng nội dung cho các kênh ưu tiên
- Xây dựng chiến dịch “Dẫn dắt sự thay đổi cùng Viettel IDC” với chuỗi hoạt động xây dựng thương hiệu Nhà tuyển dụng Viettel IDC trong 12 tháng
- Cải thiện những khoảnh khắc quan trọng trong lộ trình trải nghiệm nhân viên của Viettel IDC

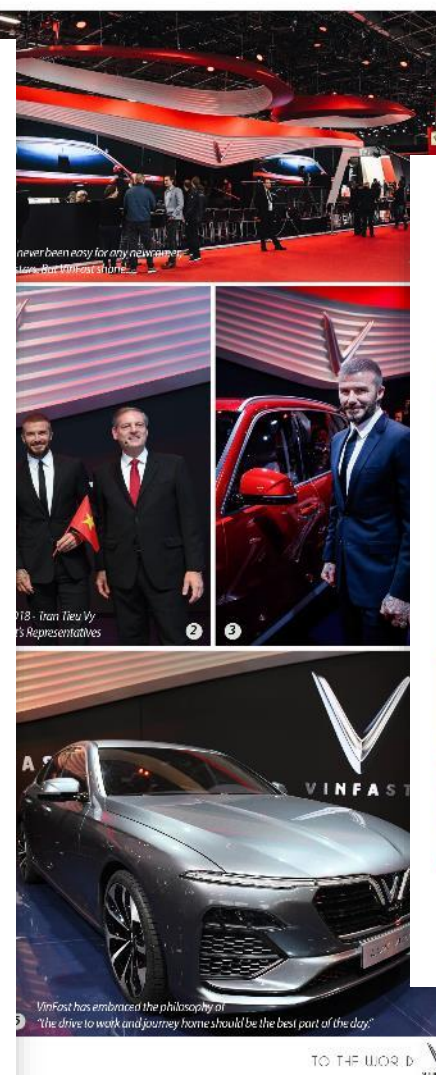
❖ Kết quả

- Viettel IDC nắm rõ SWOT của mình khi so sánh với các đối thủ trên thị trường tuyển dụng
- Bộ EVP mới giúp Viettel IDC thu hút được những nhân sự phù hợp với chi phí thấp hơn và tốc độ nhanh hơn
- Nội dung và kênh thương hiệu tuyển dụng của Viettel IDC được cải thiện mạnh mẽ với cách tiếp cận chuyên nghiệp
- Trải nghiệm nhân viên tại Viettel IDC được nâng cao thông qua nhiều hoạt động và sáng kiến nhân sự mới





- Xuất bản các bản tin nhằm tới các đối tác toàn cầu, các nhà cung cấp và đội ngũ nhân viên đa quốc gia của VinFast, nhằm xây dựng một hệ sinh thái VinFast mạnh mẽ, đa dạng và kết nối
- Bản tin được xuất bản hàng tháng bằng tiếng Anh, phát hành qua email, định dạng PDF
- Chuyên mục: CEO Message, What's On, News, Humans of VinFast, Fast facts, Picture Perfect, Figure of the month



Sổ tay Văn hoá ESOFT

❖ 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





THANK YOU!

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

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

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

Email: info@bluec.vn

Website: www.bluec.vn