

DỊCH VỤ TƯ VẤN
VĂN HOÁ SỐ
HỖ TRỢ CHUYỂN ĐỔI SỐ

NỘI DUNG

01 . 02 . 03 . 04

Văn hóa số
là gì?

Phương pháp
của Blue C

Các dự án nổi bật

Về Blue C

1

VĂN HÓA SỐ

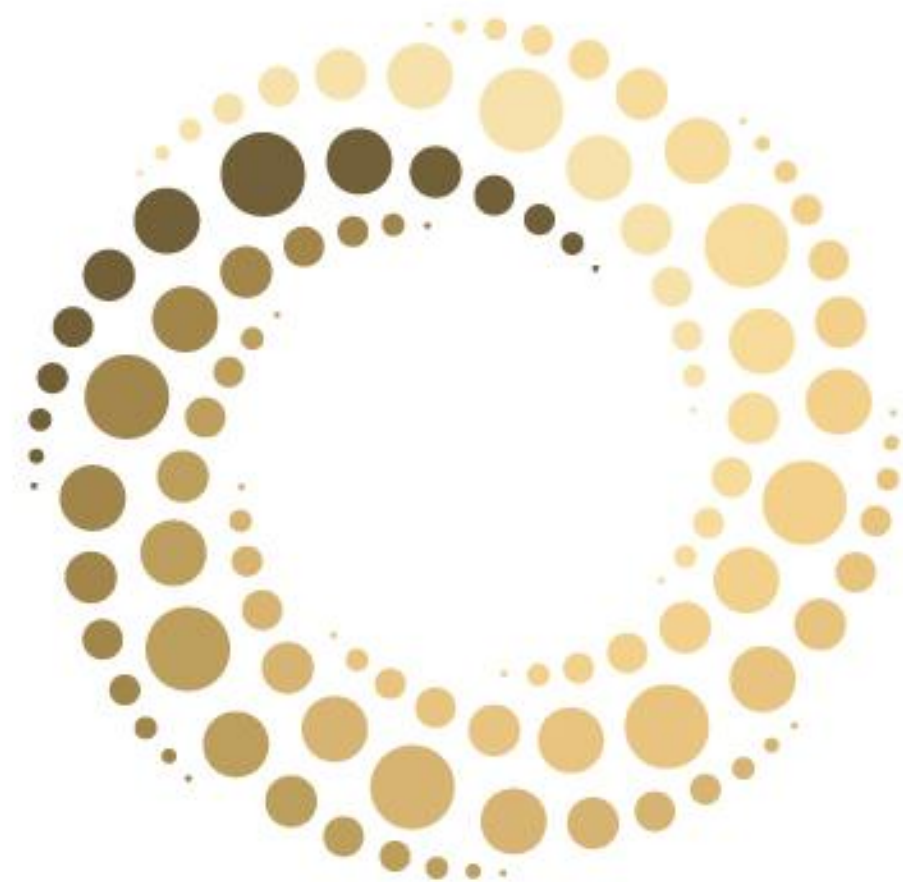
VĂN HÓA SỐ LÀ GÌ?

Văn hóa số là các quy tắc ứng xử, chuẩn mực đạo đức và sự hưởng thụ các giá trị văn hóa của con người trong môi trường số.

*Cẩm nang Chuyển đổi số
Bộ Thông tin và Truyền thông*

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

CẨM NANG CHUYỂN ĐỔI SỐ



NĂM 2020

VĂN HÓA SỐ LÀ GÌ?

Văn hóa số là văn hóa sử dụng các công cụ số và các insight dựa trên dữ liệu để ra quyết định và hướng đến khách hàng làm trung tâm trong khi liên tục thúc đẩy hợp tác và đổi mới bên trong tổ chức.

Theo World Economic Forum



TẠI SAO VĂN HOÁ SỐ CẦN THIẾT?



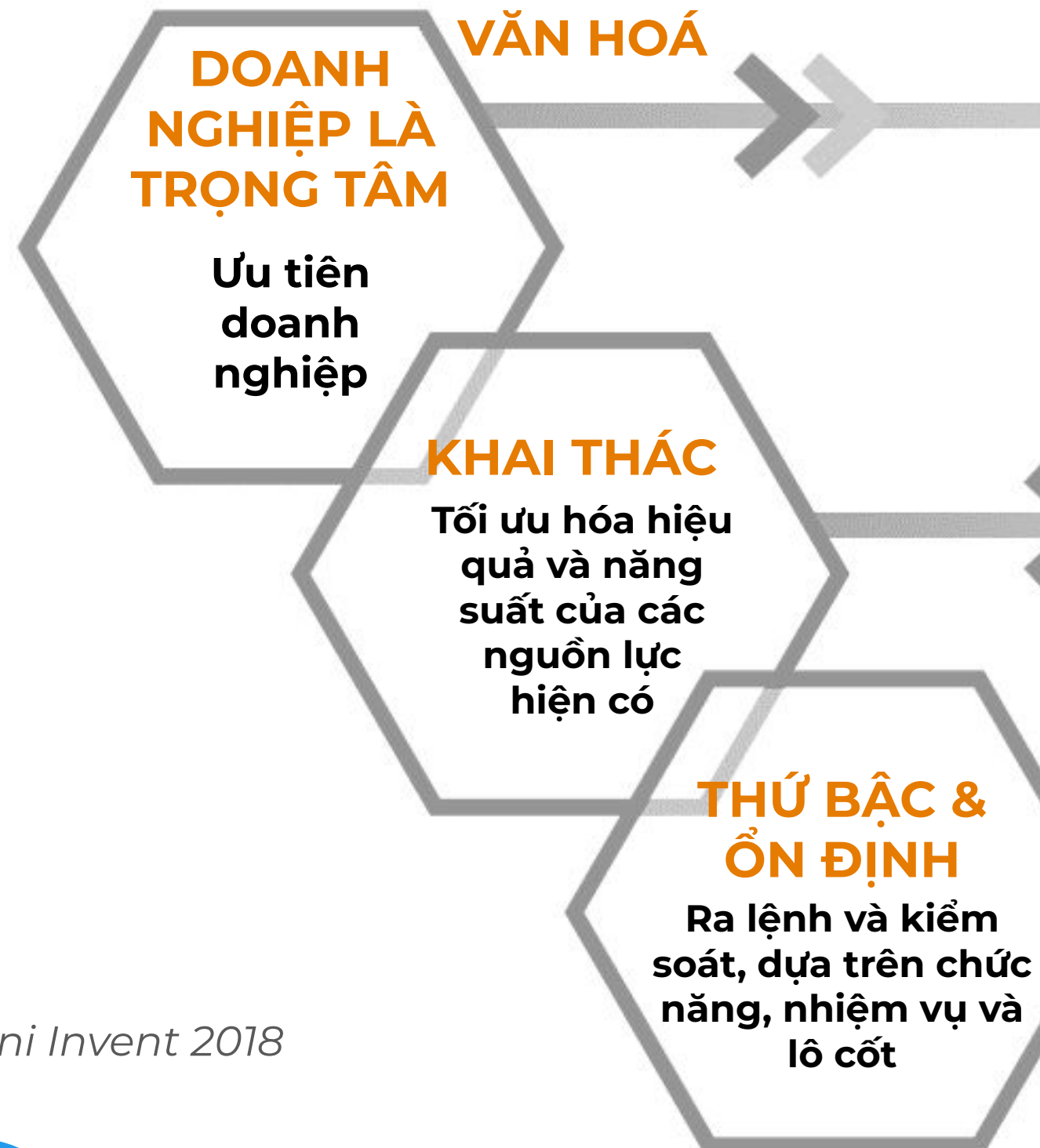
“Nếu bỏ qua văn hóa, tổ chức sẽ có nguy cơ thất bại trong việc chuyển đổi. Gần 80% các công ty duy trì được hiệu suất mạnh mẽ hoặc đột phá nhờ tập trung vào văn hóa.”



“Những thiếu sót trong văn hóa tổ chức là một trong những rào cản chính đối với sự thành công của doanh nghiệp trong thời đại kỹ thuật số.”

“CHUYỂN ĐỔI SỐ ĐÒI HỎI MỘT VĂN HÓA MỚI PHÙ HỢP HƠN”

KỸ NGUYÊN CÔNG NGHIỆP



KỸ NGUYÊN SỐ

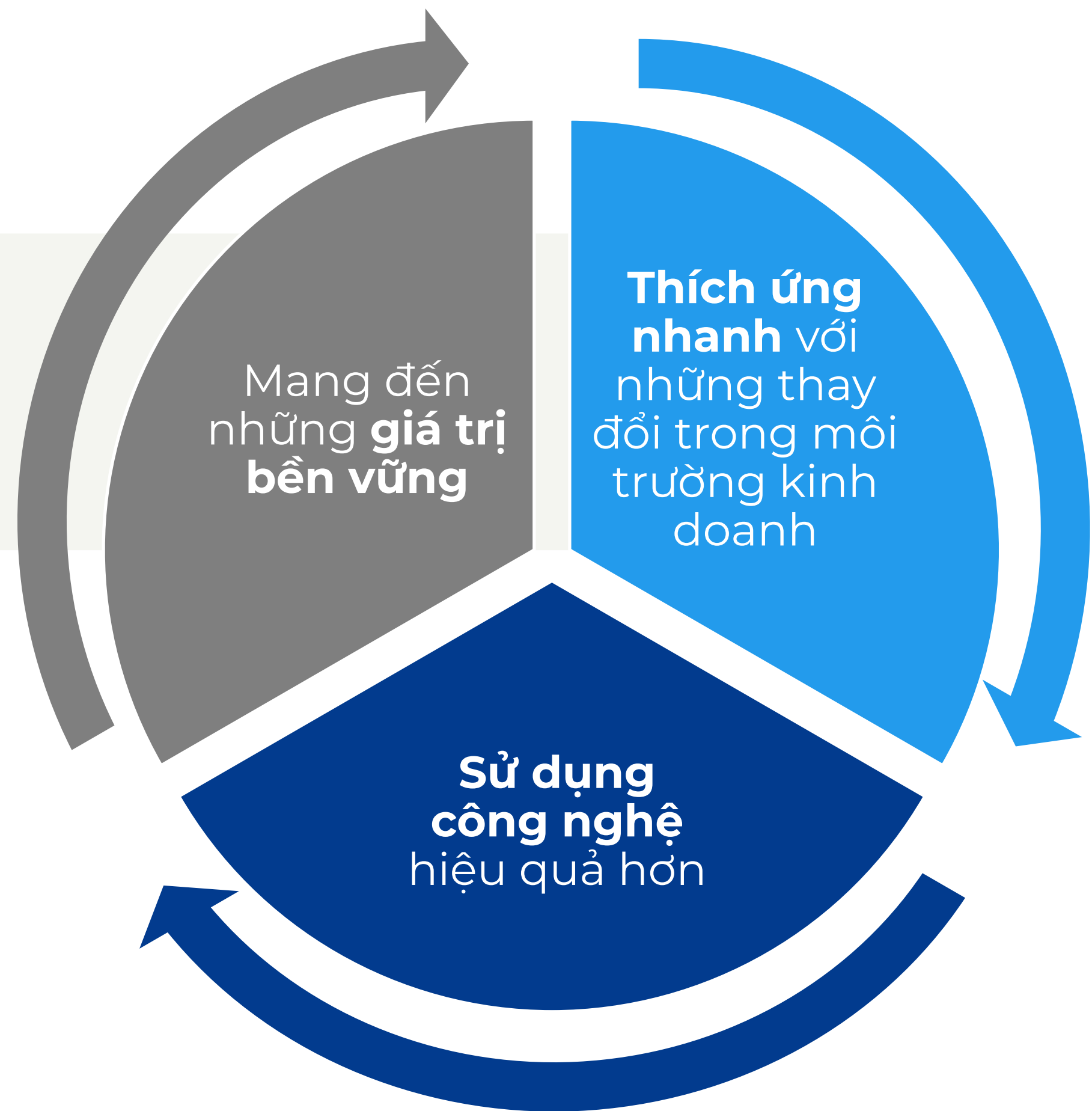


LỢI ÍCH VĂN HÓA SỐ

Nhanh hơn
Hiệu quả hơn
Bền vững hơn

Văn hóa số giúp cho tổ chức trở nên linh hoạt hơn và nguồn nhân lực có thể thích ứng nhanh hơn với những thách thức và thay đổi. Văn hóa số giúp doanh nghiệp duy trì lợi thế cạnh tranh bền vững:

@World Economic Forum



A background image showing a pair of hands stacking wooden blocks. The hands are positioned in the center, with one hand holding a block and the other placing it on top of a stack. The blocks are light-colored wood. The image is overlaid with a semi-transparent dark blue filter. At the bottom, there is a horizontal bar with a white segment on the left and a blue segment on the right.

2

PHƯƠNG PHÁP & CÔNG CỤ

4 TRỤ CỘT CỦA VĂN HOÁ SỐ

KHÁCH HÀNG LÀ TRUNG TÂM

Tạo ra những trải nghiệm tích cực cho khách hàng thông qua sản phẩm, dịch vụ và các mối quan hệ.

ĐỊNH HƯỚNG DỮ LIỆU

Sử dụng dữ liệu để ra quyết định với sự hỗ trợ của công nghệ.

ĐỔI MỚI

Xây dựng và liên tục cải tiến sản phẩm, quy trình; chấp nhận rủi ro và thử nghiệm các sáng kiến mới.

HỢP TÁC

Hợp tác liên phòng ban trong tổ chức và với các đối tác trong hệ sinh thái để cùng tạo ra các giải pháp đột phá.

MỤC TIÊU BỀN VỮNG

Văn hoá số giúp tạo dựng một môi trường làm việc tiến bộ, phù hợp với các tiêu chuẩn môi trường, xã hội và quản trị doanh nghiệp (ESG) theo xu thế hiện đại.

CÁC ĐẶC TÍNH VĂN HÓA SỐ (2022)



BỘ CÔNG CỤ ĐÁNH GIÁ MIỀN VĂN HÓA - MỨC ĐỘ CHUYỂN ĐỔI SỐ DOANH NGHIỆP (DBI)

01

GIÁ TRỊ DOANH NGHIỆP

- Đơn vị chức năng phải có kế hoạch hành động phù hợp với chiến lược chuyển đổi số của DN.
- Nhân viên nhận thức được sự ảnh hưởng của họ đối với việc chuyển đổi số của doanh nghiệp.
- Nhân viên được tham gia xây dựng chiến lược số;
- Tổ chức hình thành văn hoá và cơ chế thử sai;
- Tổ chức có văn hoá cộng tác ảo giữa các cá nhân, đơn vị;
- Môi trường làm việc của tổ chức hoà đồng, thân thiện.

02

QUẢN LÝ TÀI NĂNG

- Tổ chức có cơ chế thưởng cho các sáng kiến chuyển đổi số;
- Tổ chức xây dựng khung năng lực và quy hoạch các kỹ năng số cho cán bộ nhân viên của mình;
- Tổ chức có hoạt động phát triển tài năng để đạt được các mục tiêu của chiến lược chuyển đổi số (thu hút nhân tài, phát triển nhân sự trong tổ chức, đào tạo trực tuyến)
- Tổ chức đo lường mức độ gắn kết của cán bộ nhân viên.

03

HỖ TRỢ NƠI LÀM VIỆC

- Môi trường làm việc hỗ trợ thúc đẩy năng suất và đổi mới sáng tạo (có đầy đủ chính sách, quy trình, công cụ)
- Tri thức được nắm bắt và chia sẻ hiệu quả trong toàn Tổ chức.



ĐÁNH GIÁ HIỆN TRẠNG VĂN HÓA SỐ (A.B.C)

C

CORE VALUES (NỀN TẢNG)

1. Đặc tính văn hóa số phản ánh trong tổ chức
2. Niềm tin và các ngầm định văn hóa tác động đến chuyển đổi số
3. Mức độ phù hợp của nền tảng VHDN hiện tại với các đặc trưng văn hóa số

B

BEHAVIORS (HÀNH VI)

1. Hành vi lãnh đạo và nhân viên phù hợp với CĐS
2. Quản trị nguồn nhân lực thúc đẩy CĐS (tuyển dụng, thu hút, đào tạo, tri thức, đãi ngộ, gắn kết)
3. Môi trường, công cụ, chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo
4. Môi trường, công cụ chính sách thúc đẩy tăng năng suất

A

ARTIFACTS (TẠO TÁC)

1. Các câu chuyện cổ vũ cho thành công của CĐS
2. Không gian vật lý và không gian trực tuyến phù hợp các đặc tính của VHS
3. Các chương trình, hoạt động truyền thông văn hóa số

3

QUY TRÌNH TRIỂN KHAI

HÀNH TRÌNH CHUYỂN ĐỔI VĂN HOÁ SỐ



1. Đánh giá hiện trạng

- Đánh giá hiện trạng VHS dựa trên khung ABC

2. Nghiên cứu VHDN và đặc trưng nhân sự

3. Xây dựng báo cáo hiện trạng VHS

- Phân tích và chỉ ra các khoảng gap về VHDN

1. Xây dựng nền tảng văn hóa số.

- Tuyên bố/ Cẩm nang/ Sổ tay Văn hóa số
- Tài liệu đào tạo văn hóa số

2. Xây dựng kế hoạch chuyển đổi văn hoá số hỗ trợ chuyển đổi số

1. Các hoạt động kích hoạt VHS

2. Xây dựng đội ngũ đại sứ VHS

3. Đào tạo văn hóa số

- Đào tạo nhận thức lãnh đạo
- Đào tạo kỹ năng thực thi Văn hóa
- Workshop quản lý cấp trung

4. Các chương trình chuyển đổi văn hóa số

1. Đo lường định kỳ

ASSESS

ĐÁNH GIÁ HIỆN TRẠNG VĂN HÓA SỐ

MỤC TIÊU

- Đo lường văn hoá số của doanh nghiệp dựa trên các đặc tính về Văn hoá số
- Nghiên cứu chiến lược chuyển đổi số của doanh nghiệp
- Nghiên cứu VHDN, xác định mối liên hệ với văn hóa số
- Xác định hiện trạng thực thi văn hoá số tại DN
- Nghiên cứu đối tượng nhân sự

PHẠM VI CÔNG VIỆC

- Phỏng vấn: chuyên sâu, nhóm
- Khảo sát nhân viên
- Đánh giá các đặc trưng Văn hóa số trong tổ chức (Khách hàng là trung tâm, Đổi mới, Định hướng Dữ liệu, Hợp tác và các mục tiêu quản trị bền vững)

SẢN PHẨM BÀN GIAO

- 01 Báo cáo Hiện trạng Văn hóa số
- Bộ câu hỏi phỏng vấn (file word)
- Cuộc phỏng vấn với chuyên gia (file ghi âm)
- Biên bản tổng hợp (file word)

CÁCH THỨC THỰC HIỆN

- Blue C xây dựng bộ câu hỏi khảo sát và cung cấp nền tảng khảo sát
- DN truyền thông cho CBNV thực hiện khảo sát bảng hỏi

DEFINE

XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC

MỤC TIÊU

- Xây dựng chiến lược Văn hóa số phù hợp với hiện trạng, nguồn lực và chiến lược phát triển chung của doanh nghiệp.

NỘI DUNG ĐỀ XUẤT CHIẾN LƯỢC

- Căn cứ xây dựng Chiến lược Văn hóa số của DN.
- Hiện trạng Văn hóa doanh nghiệp trong môi trường số của DN.
- Quan điểm, định hướng, mục tiêu tổng quát, mục tiêu cụ thể.
- Các giải pháp cụ thể để hiện thực hóa các mục tiêu.
- Lộ trình triển khai các giải pháp

SẢN PHẨM BÀN GIAO

- 01 Đề xuất Chiến lược Văn hóa số
- 01 Kế hoạch hoạt động năm (đồng bộ với chiến lược)
- 01 Tuyên bố/Cảm nang Văn hóa số
- 01 Bộ tài liệu đào tạo Văn hóa số

CÁCH THỨC THỰC HIỆN

- Blue C xây dựng chiến lược và các sản phẩm liên quan
- Blue C trình bày trực tiếp, đề xuất với ban lãnh đạo DN và hiệu chỉnh đề xuất

ACTION

TRIỂN KHAI VĂN HÓA SỐ

MỤC TIÊU

- Cung cấp những kiến thức về văn hóa số, hiểu rõ được tầm quan trọng của văn hóa số
- Phổ cập nền tảng văn hóa số trong doanh nghiệp
- Thực thi các hoạt động kích hoạt VHS

NỘI DUNG THỰC HIỆN

- Các hoạt động kích hoạt văn hóa số
- Xây dựng đội ngũ đại sứ văn hoá số
- Đào tạo văn hóa số
- Các chương trình chuyển đổi văn hóa số

SẢN PHẨM BÀN GIAO

- Hướng dẫn triển khai đội ngũ Đại sứ văn hóa số
- Các chương trình đào tạo trực tiếp cho các đối tượng (lãnh đạo – quản lý, đội ngũ thực thi, CBNV)
- Các bài giảng và học liệu để DN đào tạo nhân viên
- Tuyển nội dung truyền thông (bài viết)
- Gói sản phẩm thiết kế (poster, banner, standee...)

MEASURE

ĐO LƯỜNG ĐỊNH KỲ

MỤC TIÊU

- Xác định mức độ nhận biết và hành động theo văn hóa số, đảm bảo việc thực thi chiến lược có hiệu quả

ĐO LƯỜNG ĐỊNH KỲ

- Duy trì và phát triển văn hóa số
- Kiểm tra nhận thức văn hóa số
- Đo lường, đánh giá định kỳ

SẢN PHẨM BÀN GIAO

- 01 bộ câu hỏi kiểm tra mức độ nhận biết văn hóa số
- 01 chương trình khảo sát, đo lường văn hóa số
- Thư viện hoạt động văn hóa số

4

CÁC DỰ ÁN NỔI BẬT



HÀNH TRÌNH VĂN HOÁ SỐ VIETTEL

Sau 3 năm triển khai, văn hóa số - ICADO của Viettel đã có góp phần giúp thay đổi nhận thức của lãnh đạo và CBNV từng bước hiện thực hóa sứ mệnh “Tiên phong, chủ lực kiến tạo xã hội số” của Tập đoàn.



Với Viettel, nền tảng văn hóa với 8 giá trị cốt lõi, bộ tiêu chuẩn người Viettel và quy tắc ứng xử được phát triển, bồi đắp qua nhiều năm. Việc đưa các giá trị văn hóa số vào phải có được sự liên kết, tính kế thừa với 8 giá trị cốt lõi Viettel để không gây ra sự hiểu lầm khi thực hành văn hóa phục vụ mục tiêu chuyển đổi số.

Sau khi nghiên cứu nội hàm của các đặc tính văn hóa số theo chuẩn thế giới, bộ giá trị văn hóa số Viettel được xây dựng gồm 5 thành tố **ICADO: Đổi mới (Innovative), Hướng tới khách hàng (Customer centric), Linh hoạt (Agile), Quyết định dựa trên dữ liệu và ưu tiên số (Data-first mindset), Văn hoá mở và hợp tác (Open).**



Ngày 1/6/2020, Tập đoàn tổ chức sự kiện “Tuyên bố Văn hóa số” chào đón sự ra đời của ICADO - Văn hóa số Viettel nhân dịp sinh nhật lần thứ 31.

Sự kiện được người Viettel nhiệt liệt hưởng ứng với gần 10.000 CBNV cam kết thực hành văn hóa số. Lãnh đạo Tập đoàn và đơn vị thành viên là những người kiên trì “làm gương” thông qua việc tiên phong trải nghiệm các ứng dụng số, đưa ra các định hướng lộ trình chuyển đổi số cho đơn vị của mình.



Cuộc thi Ngân hà số Viettel đóng vai trò không gian kiến tạo văn hóa số ở phạm vi toàn Tập đoàn, phản ánh không khí chuyển đổi số của đơn vị, như một hành tinh số đang vận động trong dải ngân hà số Viettel.

Các đội thi lần lượt chủ trì xây dựng Bản tin Văn hóa số của đơn vị mình gồm 5 chuyên mục tương ứng 5 thành tố ICADO của văn hóa số Viettel.



Đào tạo năng lực thực thi văn hóa số

Triển khai 04 lớp đào tạo, nâng cao kiến thức về văn hóa số cho đội ngũ truyền thông các đơn vị. Cung cấp các khóa học giúp nhận thức đúng về văn hóa số và nắm bắt các kỹ năng sáng tạo văn hóa số với hình ảnh, trò chơi và nghệ thuật kể chuyện.

Năm 2023, Viettel tiến hành điều chỉnh nền tảng VHDN, với nội hàm mới:

- Kế thừa và gìn giữ những giá trị cốt lõi là bộ gen của “người Viettel”.
- Bổ sung nội hàm cho phù hợp với mục tiêu phát triển của Tập đoàn.
- Giữ nguyên số lượng và cách phát biểu 8 giá trị cốt lõi.



1. Thực tiễn là tiêu chuẩn kiểm nghiệm chân lý
2. Trưởng thành qua những thách thức và thất bại
3. Thích ứng nhanh là sức mạnh cạnh tranh
4. Sáng tạo là sức sống
5. Tư duy hệ thống
6. Kết hợp Đông - Tây
7. Truyền thống và cách làm người lính
8. Viettel là ngôi nhà chung

Lý do cần phát triển văn hóa Viettel

BÊN TRONG

📌 **Viettel bước sang giai đoạn thứ 4, mục tiêu phát triển trở thành Tập đoàn công nghệ kinh doanh toàn cầu với sứ mệnh Tiên phong, chủ lực kiến tạo xã hội số.** Với mong muốn phổ cập dịch vụ số, Viettel chuyển dịch từ một nhà khai thác viễn thông thành nhà cung cấp dịch vụ số.

Yêu cầu văn hóa Viettel thúc đẩy hơn nữa tinh thần Sáng tạo và Cộng hưởng để phù hợp với thời đại mới của xã hội, mục tiêu chiến lược mới của Tập đoàn.

📌 **Tập đoàn thay đổi về quy mô kinh doanh, thị trường hoạt động**

- Mở rộng thêm các ngành sản xuất kinh doanh: từ kinh doanh viễn thông, bưu chính, bán lẻ thiết bị công nghệ... nay đã bổ sung thêm Nghiên cứu sản xuất (NCSX) quốc phòng công nghệ cao, NCSX thiết bị viễn thông; An ninh mạng; Giải pháp số ...

- Mở rộng quy mô đơn vị: từ 8 đơn vị thành viên năm 2006 đến 22 đơn vị thành viên (8 Tổng Công ty và 14 Công ty/ Trung tâm/ Học viện, 10 thị trường) năm 2023.

- Mở rộng đầu tư quốc tế: từ 1 quốc gia (Campuchia) lên 10 quốc gia ở 3 Châu lục, 1 Văn phòng Đại diện tại Mỹ với sự đa dạng về văn hóa, ngôn ngữ, sắc tộc.

- Quy mô nhân sự tăng gấp hơn 8 lần (từ 6.000 nhân viên năm 2006 lên gần 50.000 nhân viên năm 2023) với ngành nghề đa dạng hơn.

- Một số đơn vị có xu hướng chỉ sử dụng một số ít khía cạnh của bộ giá trị hoặc tự ánh xạ theo đặc điểm và ngành nghề riêng.

Yêu cầu văn hoá Viettel tiếp tục duy trì sự xuyên suốt và được quản trị nhất quán.

BÊN NGOÀI

📌 **Khách hàng:** khảo sát thương hiệu hàng năm cho thấy khách hàng kỳ vọng Viettel thể hiện vai trò dẫn dắt, sức sáng tạo và cộng hưởng ở mức độ cao hơn.

Yêu cầu văn hóa Viettel thúc đẩy hơn nữa tinh thần Sáng tạo và Cộng hưởng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

📌 **Kinh tế:** khủng hoảng kinh tế, tỷ lệ lạm phát cao, biến động về quan hệ kinh tế, chính trị, đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu...

Yêu cầu các doanh nghiệp phải trở nên linh hoạt hơn, do đó văn hoá Viettel cần điều chỉnh thích ứng với bối cảnh.

📌 **Công nghệ:** Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã tạo ra nhiều đột phá về công nghệ mới trong các lĩnh vực như sản xuất, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, chế tạo robot, công nghệ in 3D..., tạo ra nhiều thách thức với người lao động.

Yêu cầu văn hoá thúc đẩy nhân sự trang bị kỹ năng giúp thích ứng nhanh, sáng tạo, linh hoạt, hợp tác, học hỏi để bắt kịp với sự thay đổi của môi trường kinh doanh và xã hội.

Nguyên tắc phát triển bộ giá trị cốt lõi

📌 Kế thừa và gìn giữ những giá trị cốt lõi là bộ gen của “người Viettel”.

📌 Bổ sung nội hàm cho phù hợp với mục tiêu phát triển của Tập đoàn.

📌 Giữ nguyên số lượng và cách phát biểu 8 giá trị cốt lõi.

📌 Cấu trúc gồm: Tên giá trị, Nhận thức, Hành vi.

✓ Tên giá trị: giữ nguyên.

✓ Nội dung: Gồm nhận thức và hành vi được bổ sung, sắp xếp lại để phù hợp với thực tế và với số đông CBNV.



HÀNH TRÌNH VĂN HÓA SỐ VIETNAM AIRLINES

Bối cảnh: Vietnam Airlines (VNA) đã hoàn tất việc xây dựng chiến lược chuyển đổi số và đặt mục tiêu trở thành hãng hàng không số vào năm 2025. Thành lập Ban chỉ đạo số và bước đầu triển khai một số hoạt động chuyển đổi số. Đồng thời xác định văn hóa số là 1 trong 3 trụ cột quan trọng thúc đẩy quá trình chuyển đổi số tại VNA.

Vấn đề: Tư duy về chuyển đổi số của người VNA chưa đồng bộ; Thiếu các quy định, cơ chế để thúc đẩy các hành vi văn hóa số (động viên khen thưởng cho các ý tưởng sáng tạo, đổi mới; cho phép thử và sai). Chưa truyền thông đủ mạnh về hành trình chuyển đổi số và vai trò của nhân viên trong hành trình đó.

Giải pháp: Khảo sát đánh giá hiện trạng VHDN và Văn hóa số VNA; Xây dựng, chuẩn hóa các tài liệu để đồng bộ và thống nhất cách hiểu về văn hóa số tại VNA. Xây dựng chiến lược phát triển văn hóa số tại VNA. Đồng thời đề xuất các chương trình, nội dung truyền thông, các chương trình đào tạo, bài kiểm tra đánh giá để lan tỏa Văn hóa số đến toàn bộ CBNV.

LỘ TRÌNH TRIỂN KHAI

2023

NỀN TẢNG

2024

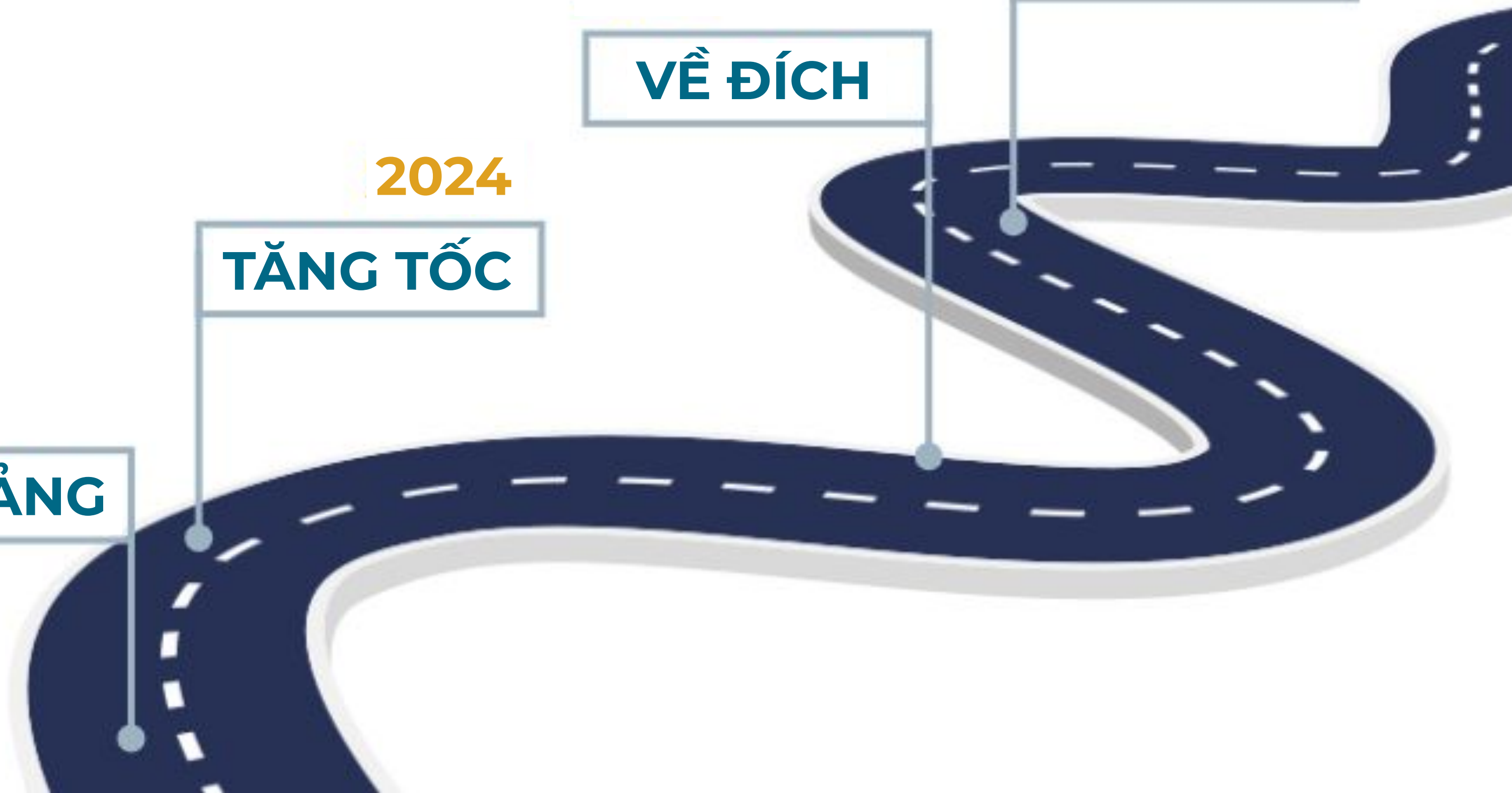
TĂNG TỐC

2025

VỀ ĐÍCH

2026

VƯƠN TẦM



NĂM 2023

Khảo sát hiện trạng thực thi Văn hoá số tại VNA

- Phỏng vấn lãnh đạo (4 cuộc)
- Khảo sát diện rộng (4824 CBCNV)
- Đo lường mức độ trưởng thành VHDN

9/2023

8/2023

Xây dựng báo cáo đánh giá mức độ trưởng thành Văn hóa số của VNA

Xây dựng Chiến lược Văn hóa số VNA giai đoạn 2023 - 2026

Xây dựng Sổ tay Sức mạnh Văn hóa số VNA & Tuyên bố Văn hóa số 2023

10-11/2023

10/10/2023

Ngày chuyển đổi số quốc gia

Đào tạo nhận thức về Văn hoá số (4 buổi)
Hội thảo Văn hóa số với chuyển đổi số (3 buổi)
Workshop Văn hóa số Đoàn thanh niên và minigame

10-12/2023

2/2023

Kiểm tra nhận thức về Chuyển đổi số tại VNA

Truyền thông về Văn hóa số giai đoạn 2023

TUYÊN BỐ VĂN HÓA SỐ 2023

Blue C xây dựng, hoàn thiện nội dung bản tuyên bố Văn hoá số dựa trên nền tảng tư tưởng VNA để thống nhất cách hiểu và thực thi Văn hóa số tại VNA.



TUYÊN BỐ VĂN HÓA SỐ VIETNAM AIRLINES

KHƠI NGUỒN SỨC MẠNH VĂN HOÁ SỐ

*Căn cứ vào nền tảng Văn hoá doanh nghiệp của Tổng công ty Hàng không Việt Nam,
Căn cứ vào Chiến lược Chuyển đổi số Vietnam Airlines giai đoạn 2022 - 2026,
Căn cứ vào bối cảnh phát triển của Vietnam Airlines*

Ban lãnh đạo Vietnam Airlines tuyên bố:

- Xác định văn hóa số là **tư duy và hành động trọng yếu** để hiện thực hóa mục tiêu chuyển đổi số ở Vietnam Airlines.
- Quyết tâm phát triển văn hoá số thành **sức mạnh cạnh tranh** mới của Vietnam Airlines trong kỷ nguyên số.
- Toàn bộ CBNV Vietnam Airlines **cam kết chủ động thực thi văn hoá số** trong công việc hàng ngày.

Nhận thức về văn hóa số Vietnam Airlines:

- Văn hóa số là **một trụ cột** văn hóa doanh nghiệp Vietnam Airlines.
- Văn hóa số Vietnam Airlines là những **giá trị, nhận thức và hành vi** hỗ trợ cho tiến trình trở thành hãng Hàng không số của Vietnam Airlines.
- Văn hóa số Vietnam Airlines đặt **trải nghiệm khách hàng** ở trung tâm, khai thác sức mạnh của **dữ liệu và công nghệ số** để thấu hiểu sâu sắc và ra quyết định nhanh chóng, thúc đẩy **đổi mới sáng tạo** liên tục, đề cao sự **linh hoạt thích ứng**, với tầm nhìn và tư duy **quản trị số** hiện đại để thúc đẩy Vietnam Airlines phát triển.

Mô hình văn hóa số:

Hành trình văn hoá số của Vietnam Airlines là hành trình của một bông sen số giữa dòng chảy của sự chuyển đổi đang diễn ra liên tục, mạnh mẽ không ngừng.

Bông sen trưởng thành trong môi trường truyền thống và nở rộ, tỏa sáng trong không gian số nhờ hấp thụ năm nguồn dưỡng chất đặc biệt: Trải nghiệm khách hàng, Dữ liệu và Công nghệ số, Đổi mới sáng tạo, Linh hoạt thích ứng và Quản trị số.

Trải nghiệm khách hàng là mạch nguồn quan trọng nhất, ở vị trí trung tâm của bông sen. Nhu cầu của khách hàng là điểm bắt đầu của mọi chuyển đổi và Vietnam Airlines nỗ lực để lắng nghe, thấu hiểu để đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng trên môi trường số, nâng tầm trải nghiệm khách hàng nhờ công nghệ.

Dữ liệu và Công nghệ số là mạch nguồn giúp cho Vietnam Airlines ra quyết định một cách thông minh, nhanh chóng và có tư duy giải quyết mọi vấn đề bằng số hoá và công nghệ.

Đổi mới sáng tạo là mạch nguồn giúp cho Vietnam Airlines luôn giữ được sức sống mới và sự đột phá nhờ tinh thần dám thử nghiệm, cải tiến không ngừng, tiên phong tìm kiếm những cách làm mới.

Linh hoạt thích ứng là mạch nguồn giúp cho Vietnam Airlines có khả năng biến đổi liên tục, thích nghi một cách nhanh chóng với những tác động từ bên ngoài, trên môi trường số.

Quản trị số là mạch nguồn giúp cho Vietnam Airlines nuôi dưỡng niềm tin trên hành trình chuyển đổi số, giúp cho môi trường cộng tác nội bộ và hợp tác bên ngoài mạnh mẽ hơn, từ đó biến những mục tiêu thành hiện thực.

Bông sen số tạo nên khí chất mới cho Vietnam Airlines, tượng trưng cho tinh thần tiên phong, mạnh mẽ chuyển đổi số của Vietnam Airlines, dẫn dắt, định hướng nhận thức và hành vi cho toàn thể cán bộ nhân viên trên hành trình đưa Vietnam Airlines trở thành hãng hàng không số.



Cam kết thực thi văn hoá số của Ban lãnh đạo Vietnam Airlines

- Xác định văn hóa số là **sức mạnh chuyển đổi** số của Vietnam Airlines.
- Làm gương thực thi văn hóa số trong công việc của mình.
- Tạo môi trường thúc đẩy văn hóa số phát triển ở Vietnam Airlines.
- Kêu gọi mọi nhân viên biết, hiểu và thực thi văn hóa số Vietnam Airlines.
- Mỗi người Vietnam Airlines có trách nhiệm biến nhận thức thành hành động, để văn hoá số thành nguồn năng lượng giúp Vietnam Airlines cất cánh bay xa.

SỔ TAY SỨC MẠNH VĂN HÓA SỐ VNA

MỤC TIÊU:

Educate người VNA về Văn hoá số

NỘI DUNG:

Bao gồm các câu hỏi, kiến thức liên quan đến văn hóa số VNA



SỨC MẠNH VĂN HÓA SỐ



TUYÊN BỐ VĂN HÓA SỐ VIETNAM AIRLINES

VĂN HÓA SỐ VIETNAM AIRLINES

Văn hóa số Vietnam Airlines là những **niềm tin, giá trị, thái độ và hành vi** của người Vietnam Airlines, được thiết kế và truyền đạt liên tục, nhất quán để hỗ trợ cho tiến trình đưa Vietnam Airlines trở thành hãng hàng không số.

Văn hóa số Vietnam Airlines **đặt trải nghiệm khách hàng** ở trung tâm, khai thác sức mạnh của **dữ liệu và công nghệ số** để thấu hiểu sâu sắc và ra quyết định nhanh chóng, thúc đẩy **đổi mới sáng tạo** liên tục, để tạo sự **linh hoạt** thích ứng với tâm nhìn và tư duy **quản trị số** hiện đại để thúc đẩy Vietnam Airlines phát triển.

Văn hóa số trở thành **một phần không thể thiếu** trong văn hóa doanh nghiệp Vietnam Airlines. Văn hóa số tạo môi trường giúp Tổng công ty Hàng không Việt Nam duy trì tính cạnh tranh và sự phù hợp trong thời đại kỹ thuật số nhờ việc linh hoạt thích ứng với những thay đổi liên tục trên thị trường; sử dụng công nghệ, dữ liệu một cách hiệu quả và phát triển bền vững trong tương lai.

ĐỊNH HÌNH VĂN HOÁ SỐ

Là tư duy và hành động trong yếu, được triển khai thường xuyên, liên tục nhằm hiện thực hóa mục tiêu chuyển đổi số ở Tổng công ty Hàng không Việt Nam

Kế thừa bản sắc văn hóa doanh nghiệp Vietnam Airlines

Để hiểu, phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế

Được xây dựng và triển khai dựa trên kết quả phỏng vấn khảo sát cán bộ nhân viên Tổng công ty Hàng không Việt Nam và các nghiên cứu hiện trạng

Chuyển hóa thành những hành động thực tiễn

Phổ cập, đào tạo và huấn luyện cán bộ nhân viên nâng cao nhận thức về văn hóa số

Trở thành 1 trong 5 trụ cột quan trọng làm nên văn hóa doanh nghiệp Vietnam Airlines (cùng với Văn hóa An toàn - Văn hóa Dịch vụ nâng tầm - Văn hóa Chính trực và Văn hóa Học tập)

Tạo dựng, duy trì và phát triển môi trường số trên toàn Tổng công ty Hàng không Việt Nam



TẦM NHÌN VÀ MỤC TIÊU

TẦM NHÌN VÀ MỤC TIÊU

của Chiến lược Chuyển đổi số giai đoạn 2022 – 2026

"Chiến lược Chuyển đổi số của Tổng công ty Hàng không Việt Nam được xây dựng nhằm xác định tầm nhìn, mục tiêu và những định hướng nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu để các đơn vị trực thuộc xác định và triển khai kế hoạch chuyển đổi số cụ thể của mình"

Chiến lược Chuyển đổi số của Tổng công ty Hàng không Việt Nam giai đoạn 2022 – 2026



Tầm nhìn

Vietnam Airlines trở thành hãng hàng không số vào năm 2025, giữ vững vai trò tiên phong trong ngành vận tải hàng không Việt Nam, đồng thời nằm trong nhóm dẫn đầu về chuyển đổi số của ngành hàng không ASEAN.

Mục tiêu tổng quát

Thực hiện chuyển đổi số toàn diện trên toàn Tổng công ty Hàng không Việt Nam nhằm: (1) Nâng cao trải nghiệm khách hàng và người lao động, tiếp cận được nhiều khách hàng hơn, qua đó tăng doanh thu; (2) Nâng cao hiệu quả hoạt động, giảm chi phí vận hành; (3) Lãnh đạo ra quyết định nhanh chóng và chính xác nhờ hệ thống báo cáo thông suốt kịp thời.



Phá bỏ các ốc đảo (silos) và ma sát giữa các cơ quan đơn vị, giữa các hệ thống và ứng dụng.

Mở rộng và khai thác các giá trị từ hệ sinh thái và sản phẩm dịch vụ số được vận hành trên nền tảng và dữ liệu số.

TUYÊN BỐ VĂN HÓA SỐ VIETNAM AIRLINES

Mô hình Văn hóa số

Hành trình văn hóa số của Vietnam Airlines là hành trình luôn giữ được sức sống mới và sự đột phá nhờ tinh thần dám thử nghiệm, cải tiến không ngừng, tiên phong tìm kiếm những cách làm mới.

Bằng sen trưởng thành trong môi trường truyền thống và nở rộ, tỏa sáng trong không gian số nhờ hấp thu năm nguồn dưỡng chất đặc biệt: **Trải nghiệm khách hàng**, **Dữ liệu và Công nghệ số**, **Đổi mới sáng tạo**, **Linh hoạt thích ứng** và **Quản trị số**.

Trải nghiệm khách hàng là mạch nguồn quan trọng nhất, ở vị trí trung tâm của bông sen. Nhu cầu của khách hàng là điểm bắt đầu của mọi chuyển đổi và Vietnam Airlines nỗ lực để lắng nghe, thấu hiểu để đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng trên môi trường số, nâng tầm trải nghiệm khách hàng nhờ công nghệ.

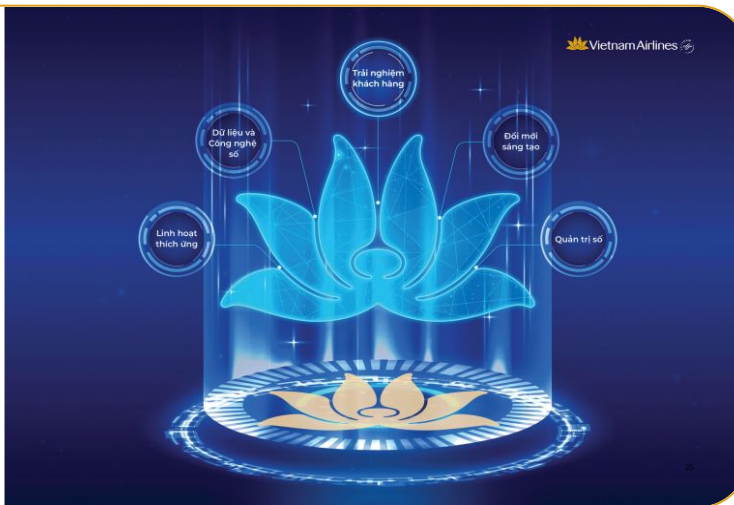
Dữ liệu và Công nghệ số là mạch nguồn giúp cho Vietnam Airlines ra quyết định một cách thông minh, nhanh chóng và có tư duy giải quyết mọi vấn đề bằng số hoá và công nghệ.

Đổi mới sáng tạo là mạch nguồn giúp cho Vietnam Airlines luôn giữ được sức sống mới và sự đột phá nhờ tinh thần dám thử nghiệm, cải tiến không ngừng, tiên phong tìm kiếm những cách làm mới.

Linh hoạt thích ứng là mạch nguồn giúp cho Vietnam Airlines có khả năng biến đổi liên tục, thích nghi một cách nhanh chóng với những tác động từ bên ngoài, trên môi trường số.

Quản trị số là mạch nguồn giúp Vietnam Airlines nâng cao tư duy lãnh đạo, nâng lực quản lý trên nền tảng số. Đồng thời tạo môi trường công tác nội bộ và hợp tác bên ngoài mạnh mẽ, biến những mục tiêu thành hiện thực.

Bằng sen số tạo nên khí chất mới cho Vietnam Airlines, tương trưng cho tinh thần tiên phong, mạnh mẽ chuyển đổi số của Vietnam Airlines, dẫn dắt, định hướng nhận thức và hành vi cho toàn thể cán bộ nhân viên trên hành trình đưa Vietnam Airlines trở thành hãng hàng không số.



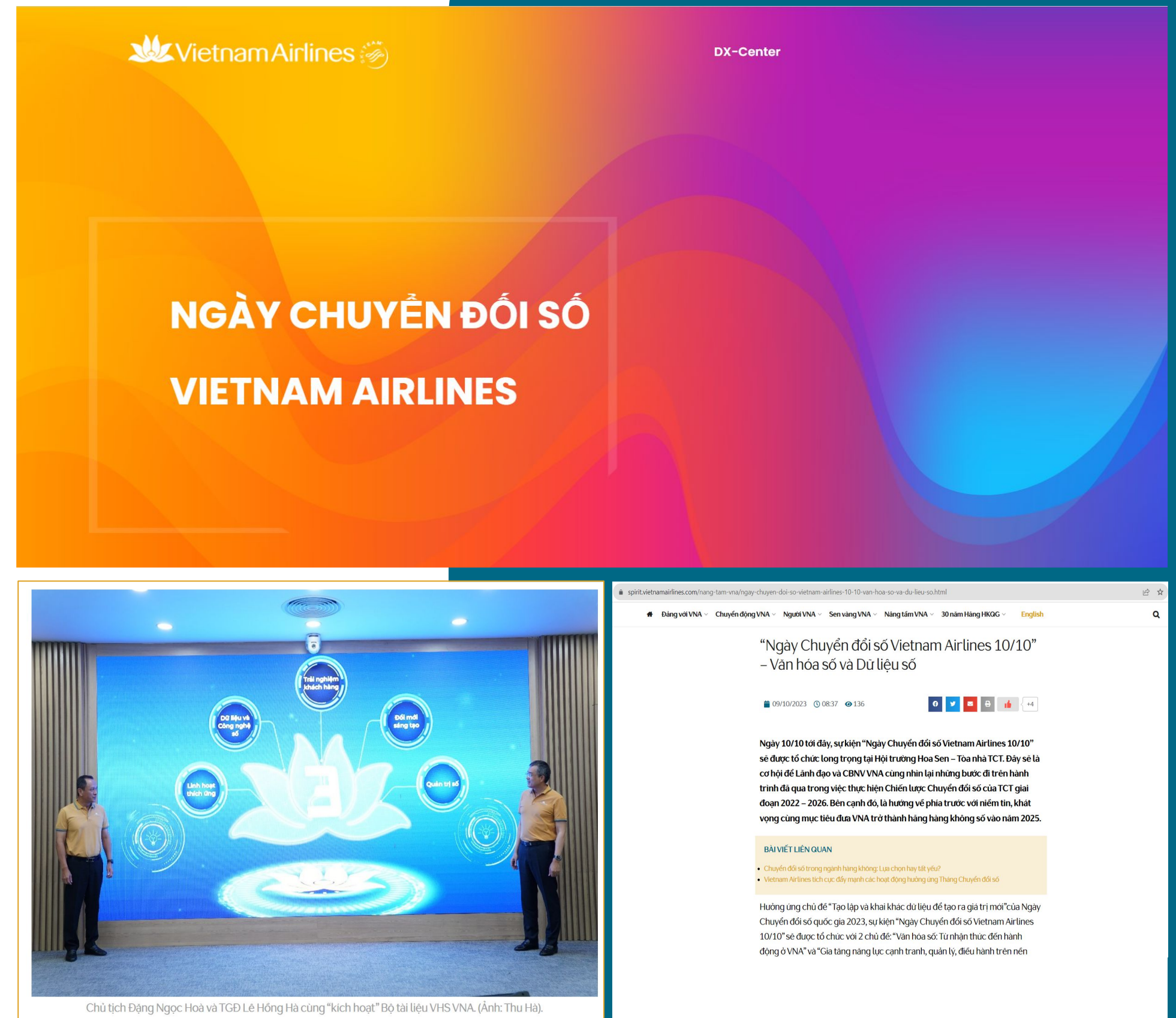
TRUYỀN THÔNG VỀ VĂN HÓA SỐ GIAI ĐOẠN 2023

THỰC HIỆN:

Sản xuất nội dung chuyên sâu về văn hóa số đăng tải trên chuyên trang Văn hóa số kênh Spirit portal của VNA. Các nội dung bao gồm:

- Tuyển nội dung giới thiệu về tầm nhìn chuyển đổi số, văn hóa số và những giá trị của VNA
- Tuyển nội dung về công tác của Đoàn thanh niên VNA trong hoạt động phát triển văn hoá số
- Tuyển nội dung về Agile và hợp tác xuyên team
- Tuyển nội dung về Productive

THỜI GIAN: 8-12/2023



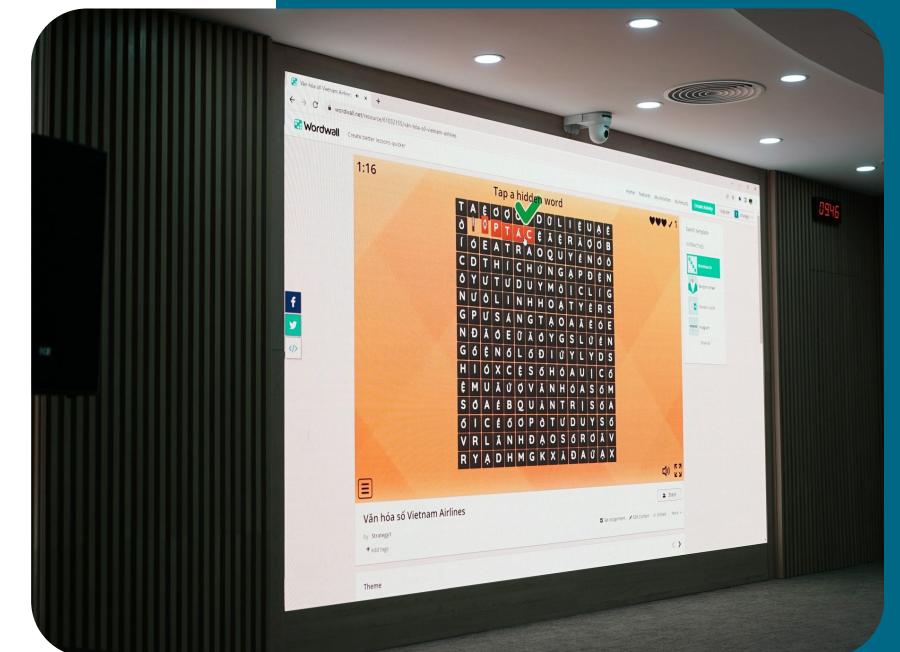
ĐÀO TẠO NHẬN THỨC VỀ VĂN HOÁ SỐ

MỤC TIÊU:

- Cung cấp những kiến thức tổng quan về văn hóa số, hiểu rõ được tầm quan trọng của văn hóa số. Từ đó, học viên có thể quan sát, đánh giá và tư duy một cách chiến lược về văn hóa số của tổ chức mình, biết các cách thức để thực thi văn hóa số vào thực tiễn hiệu quả nhất

THỰC HIỆN:

- Địa điểm: 2 lớp tại Trụ sở VNA, 1 lớp tại Đà Nẵng, 1 lớp tại Sài Gòn
- Đối tượng: Đại diện Ban lãnh đạo, cán bộ quản lý và NLĐ tại các CQ, ĐV, Công ty con của VNA



ĐÀO TẠO VỀ VĂN HOÁ SỐ CHO LÃNH ĐẠO VIETCOMBANK

Chương trình đào tạo:

Xây dựng Văn hóa số phục vụ khách hàng

Nội dung đào tạo:

- Tổng quan về chuyển đổi số và văn hóa doanh nghiệp
- Văn hoá số
- Biểu hiện của văn hoá số
- Cách thức triển khai văn hóa thúc đẩy chuyển đổi số

Đối tượng tham gia:

Đại diện lãnh đạo các Phòng/Ban/Trung tâm Trụ sở chính, thành viên Ban Giám đốc, đại diện lãnh đạo Phòng chức năng phụ trách công tác truyền thông và cán bộ đầu mối công tác truyền thông tại các Chi nhánh trong toàn hệ thống Vietcombank

Hình thức:

Đào tạo tập trung





5

VỀ BLUE c

blueC
A Media Ventures Vietnam Company



MIBRAND



Blue
Productions



BOND

MEDIA VENTURES VIETNAM

Blue C là thành viên của tập đoàn cung cấp các giải pháp kinh doanh thông qua tư vấn chuyên gia, gồm nhiều công ty thành viên, với đội ngũ hơn 200 chuyên gia giàu kinh nghiệm và sáng tạo.



19 Võ Văn Tần
Q3, HCM

*MVV SnP, MVV Academy, Blue
Productions*



22 Mai Anh Tuấn
Hà Nội

*MVV SnP, DigiMed, MiBrand, Blue C,
Bond*



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

Email: info@bluec.vn

Website: www.bluec.vn