

VIETNAM EXCELLENCE

Ngược Gió Vươn Cao



ĐƠN VỊ TỔ CHỨC

anphabe α
Connecting Opportunities!

ĐỐI TÁC CHIẾN LƯỢC

VCCI



ĐỐI TÁC CHUYÊN MÔN





01 GIỚI THIỆU

02 LÃNH ĐẠO XUẤT SẮC 2021

03 NHÂN SỰ XUẤT SẮC 2021



LỜI NGỎ

Kính gửi quý độc giả,

Sau một năm 2020 đầy biến động, cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam lại tiếp tục đối mặt với 'những cơn gió ngược' đầy thách thức trong năm 2021. Giai đoạn 'mùa gió ngược' kéo dài từ năm ngoái đến năm nay khiến nhiều doanh nghiệp kiệt quệ và dẫn tới những biến động chưa có tiền lệ trong thị trường nhân sự và nguồn nhân lực.

Tuy nhiên, giống như những con tàu không được đóng để nằm yên trong cảng mà phải giương buồm ra khơi và khi bão tố, chỉ những thủy thủ đoàn bản lĩnh mới đưa tàu cuồn sóng, vượt gió, cập bến thành công. Giữa biến động, những doanh nghiệp kiên cường đã NGƯỢC GIÓ VƯƠN CAO và tạo nên kỳ tích. Đó chính là những điển hình xuất sắc, xứng đáng được ghi nhận và vinh danh để tiếp sức cho cộng đồng doanh nghiệp.

Trên tinh thần đó, Chương trình Chứng nhận Xuất sắc Vietnam Excellence 2021 đã kết nối các doanh nghiệp và cá nhân xuất sắc, có những đóng góp quan trọng vào sự phát triển bền vững của tổ chức. Với vai trò là đơn vị tổ chức, Amphabe phối hợp cùng Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam – VCCI và ba hiệp hội doanh nghiệp nước ngoài lớn nhất tại Việt Nam là AmCham, EuroCham và AusCham để tìm kiếm và ghi nhận các lãnh đạo và tổ chức điển hình, đã có những thành tựu xuất sắc trong việc chuyển hóa kinh doanh thông qua phát triển con người và môi trường làm việc, với 2 giải thưởng lớn:

- **Nhân sự xuất sắc 2021:** Tôn vinh những chiến lược và hành động xuất sắc trong quản trị Nhân sự, bao gồm 07 hạng mục: Gắn kết Nhân viên; Thu hút Nhân tài; Văn hóa Doanh nghiệp; Đào tạo & Phát triển nhân viên; An sinh tại Môi trường làm việc; Đa dạng & Hòa hợp; Ứng dụng công nghệ & Đột phá nhân sự.
- **Lãnh đạo xuất sắc 2021:** Tôn vinh những lãnh đạo xuất sắc trong dẫn dắt nguồn nhân lực, bao gồm 03 hạng mục: Lãnh đạo truyền cảm hứng; Lãnh đạo phát triển con người; Lãnh đạo đột phá.

Sau thời gian bình xét nghiêm túc và chặt chẽ từ Hội đồng Cố vấn, đối chiếu kết quả khảo sát ý kiến từ chính nhân viên của các công ty, chương trình Chứng nhận Xuất sắc Vietnam Excellence 2021 đã tìm ra "những viên ngọc quý", với nhiều câu chuyện thực tiễn và ý nghĩa được tổng hợp trong tuyển tập này.

**Càng khó khăn, càng cần tăng cường gắn bó.
Càng thách thức, càng không nguôi hy vọng và quyết tâm.**

Thay mặt Amphabe, tôi xin chân thành cảm ơn các Lãnh đạo doanh nghiệp và Giám đốc Nhân sự của các doanh nghiệp tiên phong, đã đồng hành và chia sẻ những bài học thực tiễn cùng Amphabe. Đồng thời, tôi xin tri ân Hội đồng Cố vấn đã chung sức với Amphabe, lựa chọn ra những điển hình xuất sắc nhất năm 2021.

Thông qua những điển hình xuất sắc trong tuyển tập này, chúng tôi hy vọng sẽ cùng nối vòng tay lớn và lan tỏa giá trị, truyền cảm hứng đến cộng đồng doanh nghiệp vì một môi trường kinh doanh bền vững và nguồn nhân lực vững mạnh.

Thanh Nguyễn

Giám đốc Điều hành & Truyền cảm hứng Hạnh Phúc Amphabe

GIỚI THIỆU ANPHABE



Anphabe được hỗ trợ về tài chính & chiến lược từ Recruit Holdings - tập đoàn Giải pháp nhân sự hàng đầu thế giới với 362 chi nhánh thành viên và 40.152 nhân viên trên toàn cầu.

Anphabe là đơn vị tổ chức Khảo sát thường niên Nơi làm việc tốt nhất Việt Nam, đồng thời sở hữu Mạng cộng đồng nghề nghiệp cấp quản lý

lớn nhất Việt Nam Anphabe.com kết nối hơn 650.000 thành viên.

Tháng 8/2017, Bà Thanh Nguyễn – người sáng lập và Truyền cảm hứng Hạnh phúc của Anphabe đã vinh dự là người Việt Nam đầu tiên nhận được vinh danh “Đóng góp cho Cộng đồng Nhân sự”, giải thưởng do Asia HRD Congress trao tặng.

NGUỒN NHÂN LỰC HẠNH PHÚC

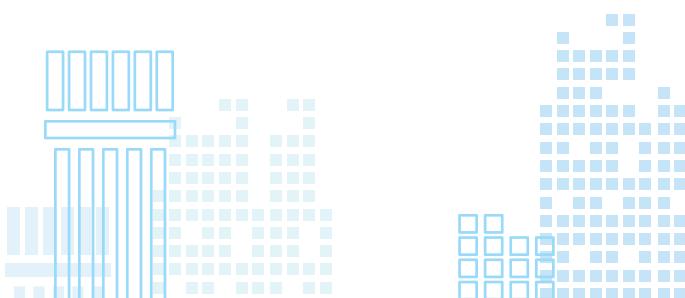
**GẮN KẾT &
GIÀU ĐỘNG LỰC**

TRUNG THÀNH

NỖ LỰC



Anphabe là đơn vị tư vấn tiên phong về các giải pháp Thương Hiệu Nhà Tuyển Dụng (THNTD) và Môi Trường Làm Việc. Chúng tôi tự hào là đối tác chiến lược của hàng trăm doanh nghiệp hàng đầu Việt Nam & khu vực.



GIẢI PHÁP TOÀN DIỆN TỪ CHIẾN LƯỢC ĐẾN THỰC THI

Thu hút, Tạo động lực và Giữ chân nhân tài

GẮN KẾT & GIÀU ĐỘNG LỰC

Anphabe cung cấp nhiều hình thức Khảo sát để kể câu chuyện doanh nghiệp bằng những con số biết nói, từ đó xác định những ưu tiên chiến lược.

- + Khảo sát xu hướng Ngành & Việt Nam.
- + Khảo sát Sức khỏe THNTD (Công ty & Đối thủ).
- + Khảo sát nhân viên - Nguồn Nhân lực Hạnh phúc.
- + Phòng vấn nhân viên & lãnh đạo theo yêu cầu.

TƯ VẤN CHIẾN LƯỢC THNTD & MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC

Với kinh nghiệm dày dặn & góc nhìn độc đáo dựa trên số liệu, Anphabe tư vấn hoạch định chiến lược nhân tài hiệu quả.

- + Định vị THNTD (EVP).
- + Chiến lược phát triển Nguồn nhân lực Hạnh phúc.
- + Chiến lược thu hút & cạnh tranh nhân tài.
- + Chiến lược quản trị Văn Hóa và Thay Đổi.

THIẾT KẾ & THỰC THI TRẢI NGHIỆM NHÂN TÀI

Anphabe tối ưu hóa chiến lược nhân tài thông qua các thông điệp sáng tạo và trải nghiệm đáng nhớ cho nhân viên & ứng viên.

- + Phát triển tư liệu truyền thông Môi trường làm việc: VDO, Poster, Booklet, ...
- + Tổ chức hoạt động gắn kết & truyền động lực ở tầm chiến lược: People Day, Leader Day, ...
- + Truyền thông sức hấp dẫn THNTD trên đa kênh đa phương tiện.

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC HẠNH PHÚC

Anphabe thúc đẩy những thay đổi tích cực trong nhận thức và hành động của cộng đồng lãnh đạo & người đi làm.

- + Hội nghị Lãnh đạo & Nhân sự thường niên cập nhật xu hướng & phương thức thực thi cấp tiến.
- + Workshop Lãnh đạo: Lãnh đạo Đích thực, Lãnh đạo Hạnh phúc ...
- + Workshop Nhân viên: Giải mã & truyền cảm hứng Hạnh Phúc trong công việc ...
- + Workshop Nhân sự: Xây dựng THNTD vững mạnh.

VIETNAM EXCELLENCE

Là nhà tổ chức của giải thưởng danh giá 100 Nơi Làm Việc Tốt Nhất Việt Nam trong 8 năm qua, Anphabe giới thiệu chương trình Chứng Nhận Vietnam Excellence để vinh danh các Lãnh Đạo & Tổ Chức đã có những thành tựu xuất sắc trong việc chuyển hóa kinh doanh thông qua phát triển con người & môi trường làm việc. Những lựa chọn ưu tú đạt giải cũng sẽ trở thành tấm gương truyền cảm hứng thay đổi cho cộng đồng doanh nghiệp.

CHỨNG NHẬN THÀNH TÍCH VƯỢT TRỘI, CHỨNG THỰC TỪ CHÍNH NHÂN VIÊN

Chương trình chứng nhận Vietnam Excellence sẽ khảo sát doanh nghiệp toàn diện và đặc biệt đề cao sự ghi nhận từ nhân viên - những người hiểu rõ công ty nhất, xoay quanh các yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hạnh phúc của người đi làm cũng như hiệu suất kinh doanh.

Chỉ khi các minh chứng thực tế và dữ liệu khảo sát đáp ứng khung tiêu chí khắt khe và có sự tán thành từ Ban Cố Vấn, Anphabe sẽ công bố các Tổ chức và Nhà lãnh đạo đạt giải.

QUY TRÌNH CHỨNG NHẬN CHUYÊN NGHIỆP & UY TÍN

ĐẦY ĐỦ SỐ LƯỢNG

Theo đặc thù của từng công ty, Anphabe yêu cầu khảo sát số lượng nhân viên đủ tính đại diện cho giai đoạn thẩm định cả về đánh giá và nhận xét cụ thể.

ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG

Áp dụng thêm góc nhìn chuyên sâu về xu hướng thị trường, Anphabe phân tích kỹ lưỡng các yếu tố quan trọng để quyết định người chiến thắng thực sự xuất sắc.

ĐỒNG BỘ ĐỘC ĐÁO

Đối với hồ sơ đã qua vòng loại, Anphabe kết hợp cả dữ liệu định tính & định lượng để chọn ra những doanh nghiệp có chiến lược độc đáo, hiệu quả, đồng thời đồng nhất với sự bình chọn của nhân viên.

* Anphabe cam kết bảo mật tuyệt đối mọi thông tin đề cử. Nếu Công ty hoặc CEO không được chọn cho các hạng mục, chúng tôi sẽ không tiết lộ thông tin này.

* Anphabe tuân thủ quy trình đánh giá nhất quán và bình đẳng với tất cả hồ sơ đề cử. Với sự trợ giúp của chuyên gia đánh giá độc lập và Ban cố vấn, bất kỳ nghi ngờ nào về dữ liệu hoặc đánh giá thiếu trung thực hay thiên vị đều có thể dẫn đến việc bị loại khỏi việc xem xét giải thưởng.





Tiến sĩ

VŨ TIẾN LỘC

Nguyên Chủ tịch Phòng Thương Mại & Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

Hơn bao giờ hết, các doanh nghiệp đang phải đối mặt với những thách thức chưa từng có. Song, một số cá nhân đã vượt qua trở ngại và đạt được thành quả đáng kinh ngạc. Họ xứng đáng được ghi nhận. Mang sứ mệnh công nhận những điển hình xuất sắc, Vietnam Excellence 2021 đã thực sự thành công.



Bà

THANH NGUYỄN

Giám đốc điều hành &
Truyền cảm hứng
Hạnh Phúc - Anphabe

Thông qua bài ứng cử từ doanh nghiệp, chúng tôi thực sự vinh hạnh vì học hỏi được các kinh nghiệm thực chiến và chia sẻ những kinh nghiệm quý báu từ các tổ chức xuất sắc nhất đến cộng đồng doanh nghiệp.



Ông

CHAD OVEL

Chủ tịch Hiệp hội Thương Mại Mỹ
tại Việt Nam
Tổng giám đốc Mekong Capital

Từ chương trình Vietnam Excellence 2021, chúng tôi đã chứng kiến các lãnh đạo và đội ngũ đã không ngừng ứng dụng những giải pháp đột phá cũng như khả năng lãnh đạo tài ba để dẫn dắt đội ngũ của họ vượt qua thách thức và vươn mình mạnh mẽ hơn.



Ông

SIMON FRASER

Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Úc
tại Việt Nam

Kết quả Chương trình Vietnam Excellence 2021 một lần nữa nhấn mạnh rằng còn những “viên ngọc tiềm ẩn” trong cộng đồng doanh nghiệp Việt. Chúng ta thực sự cần thêm nhiều hoạt động thiết thực như Vietnam Excellence để vinh danh, lan truyền cảm hứng và nhân rộng thêm nhiều điển hình xuất sắc như thế.



Bà

BÙI KIM THÙY

Đại diện Việt Nam tại Hội đồng
Kinh doanh Hoa Kỳ - ASEAN
Thành viên Hội đồng Cố vấn
Harvard - Asia Pacific

Chỉ có sự kiên trì và xuất chúng, các nhà lãnh đạo và các tổ chức mới có thể “vượt bão” trong giai đoạn nhiều bất định này. Và chúng tôi đã tìm thấy những câu chuyện điển hình xuất sắc như thế tại Vietnam Excellence 2021.



Ông

JOSHUA JAMES

Đồng Chủ tịch Ban Nguồn Nhân lực
và Đào Tạo Hiệp hội Doanh nghiệp
Châu Âu tại Việt Nam

Ngoài sự kiên cường, linh hoạt và mạnh dạn đối mặt với thử thách, các công ty xuất sắc nhất của Vietnam Excellence 2021 còn thể hiện sự thấu cảm và cam kết thực sự với đội ngũ nhân viên của mình.

VIETNAM
LEADER
EXCEL
— Employee C



ERSHIP

LENCE

Choice Award —





Lãnh đạo truyền cảm hứng

Lãnh đạo phát triển con người

Lãnh đạo đột phá



LÃNH ĐẠO TRUYỀN CẢM HỨNG

Giải thưởng này vinh danh Lãnh đạo/ Đội ngũ lãnh đạo thể hiện khả năng nổi trội trong việc truyền cảm hứng và thống nhất năng lượng toàn tổ chức hướng về mục tiêu chung. Sự dẫn dắt tài tình và cam kết theo đuổi tầm nhìn đã đặt ra của người lãnh đạo đã mang lại những bước nhảy vọt về hiệu quả kinh doanh và tính bền vững cho doanh nghiệp.



Bà
**VƯU LỆ
QUYÊN**

Tổng Giám Đốc Công Ty TNHH
Sản Xuất Hàng Tiêu Dùng
Bình Tiên (Biti's)



COMPASSIONATE
LEADER

YOUNG & COURAGE



Nâng niu bàn chân Việt



TS. Vũ Tiến Lộc

Nguyên Chủ tịch Phòng Thương Mại
& Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

Chỉ trong hơn 2 năm, bà Vũ Lê Quyên đã đảm nhận thành công vị trí Tổng Giám đốc của Biti's và thổi một làn gió mới vào quan điểm kinh doanh cũng như góc nhìn của con người tại công ty. Bà hoàn toàn xứng đáng được trao danh hiệu Lãnh đạo truyền cảm hứng với tầm nhìn đổi mới và những sáng kiến đột phá, tập trung vào việc xây dựng Happy Biti's, góp phần thúc đẩy Biti's trở nên đồng điệu hơn với thế hệ trẻ và năng động hơn.

Trong thời đại xã hội có nhiều biến động, doanh nghiệp buộc phải thay đổi để thích ứng. Là một trong những doanh nghiệp lâu đời của Việt Nam, gần 40 năm tuổi, Biti's buộc phải chuyển mình để thay đổi. Biti's đã chọn lựa những chiến lược nào? Là một trong những CEO trẻ nhất với quy mô hơn 10.000 nhân sự, bà Vũ Lê Quyên đã lựa chọn cách thích ứng bằng việc thay đổi toàn diện doanh nghiệp: từ văn hoá, quy trình vận hành, sản phẩm và tầm nhìn tiếp thị.

Bà lựa chọn là một nhà lãnh đạo trắc ẩn, người đặt sự hạnh phúc và hiệu quả của cả cộng đồng lên hàng đầu. Dưới sự dẫn dắt của bà và sự đồng lòng của đồng sự, Biti's đã có sự chuyển mình một cách ngoạn mục đem lại nhiều thành quả, giá trị tích cực trong thời gian qua.



Ông

WARRICK CLEINE

Chủ Tịch kiêm Tổng Giám Đốc
KPMG tại Việt Nam và Campuchia

Ông Warrick Cleine là Chủ tịch kiêm Tổng Giám đốc KPMG tại Việt Nam và Campuchia. Ông là cố vấn tại Việt Nam trong hơn 20 năm và được công nhận là một trong những chuyên gia thuế hàng đầu của Việt Nam. Với kiến thức và kinh nghiệm sâu rộng tại Việt Nam về tư vấn và tuân thủ thuế, giải quyết tranh chấp thuế, cơ cấu và quản trị doanh nghiệp, ông đã góp mặt trong rất nhiều dự án tư vấn giao dịch thương mại của doanh nghiệp ở thị trường Việt Nam và Campuchia.

Warrick Cleine được cộng đồng doanh nghiệp tại Việt Nam biết đến và tôn trọng, ông có nhiều kinh nghiệm làm việc với chính quyền các cấp của Chính phủ. Ông là một nhà bình luận thường xuyên trên các phương tiện truyền thông Việt Nam về các vấn đề thuế, quản trị và kinh doanh.

Ngoài việc đảm nhận các vai trò quan trọng trên tại KPMG, ông Warrick Cleine còn là Chủ tịch Phòng Thương mại New Zealand tại Việt Nam (New Zealand Chamber of Commerce in Vietnam), Chủ tịch Hội đồng Vận động Doanh nghiệp Anh tại Việt Nam (British Corporate Advocacy Council in Vietnam) và Giáo sư kiêm nhiệm tại Trường Kinh doanh & Quản lý, Đại học RMIT Việt Nam.

EMPLOYEE
DEVELOPME



LEADING
ADVISOR



Ông Simon Fraser

Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Úc tại Việt Nam

Ông Warrick Cleine đã xây dựng tầm nhìn của mình qua các chiến lược đa dạng, từ kinh doanh đến phát triển nhân lực. Ngay từ những ngày đầu vào công ty, ông đã dẫn dắt doanh nghiệp đạt tăng trưởng kinh doanh và lợi nhuận đều đặn hàng năm, nhờ vào việc đặt mục tiêu rõ ràng và nhấn mạnh vai trò then chốt của các đối tác và lãnh đạo trong việc hoàn thành mục tiêu chiến lược và cam kết của mình.



INSPIRING
VISION

COMMUNITY
VALUES

Bà

NGUYỄN ĐỨC THẠCH DIỄM

Thành viên HĐQT kiêm CEO
Ngân hàng TMCP Sài Gòn
Thương Tín - Sacombank

PASSIONATE
LEADER
SUSTAINABLE
GROWTH

Sacombank



DECISIVE
PROBLEM SOLVER

Bắt đầu sự nghiệp tại Sacombank từ vị trí nhân viên tín dụng vào năm 2002 và trải qua nhiều vị trí công tác, CEO Nguyễn Đức Thạch Diễm đã có nhiều đóng góp quan trọng cho hoạt động của Sacombank trong 18 năm qua. Bà được biết đến là một nhà lãnh đạo quyết liệt và bản lĩnh với một cái đầu "lạnh" và một trái tim "nóng".

Điểm lại các cột mốc quan trọng trong sự nghiệp của bà Diễm tại Sacombank:

- Từ năm 2013 – 2016, bà nhận nhiệm vụ điều hành Khu vực Nam Trung Bộ & Tây Nguyên, vốn được xem là Khu vực đầy thử thách nhưng bà đã đưa Khu vực này dẫn đầu hệ thống Sacombank về hiệu quả kinh doanh.

- Tháng 5/2017, bà Diễm chính thức đảm nhiệm vai trò Tổng giám đốc.

- Tháng 4/2018, bà được bổ nhiệm giữ chức vụ Thành viên HĐQT kiêm TGĐ.

Với sự dẫn dắt của CEO Nguyễn Đức Thạch Diễm, các vấn đề sau M&A (chú trọng xử lý nợ xấu và tái cơ cấu mọi mặt hoạt động) của Sacombank đã được giải quyết nhanh chóng, hiệu quả; đưa Ngân hàng đi đúng hướng và duy trì tăng trưởng ổn định.



TS. Vũ Tiến Lộc

Nguyên Chủ tịch Phòng Thương Mại & Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

Bà Diễm đã tiếp nhận những thách thức ở Sacombank với một thái độ đầy hứng khởi và nhận được sự ủng hộ rõ rệt của toàn thể nhân viên, với tư cách là một nữ lãnh đạo trong lĩnh vực ngân hàng. Phong cách lãnh đạo cầu tiến, quyết đoán nhưng không thiếu sự cam kết và sẵn sàng lắng nghe của bà đã định hướng cho tổ chức lật ngược ván cờ đối với những thách thức trước đây, đồng thời là hình mẫu cho văn hóa công sở Sacombank.

LIFELONG
CONTRIBUTOR

Ông

NITIN KAPOOR

Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc
AstraZeneca Việt Nam

AstraZeneca



AstraZeneca



Dưới sự dẫn dắt của ông Nitin Kapoor, AstraZeneca Việt Nam đã xuất sắc chuyển biến hoạt động kinh doanh với kết quả vượt trội, vượt qua nhiều thách thức của thị trường với nền tảng văn hóa doanh nghiệp được củng cố vững mạnh. Công ty cũng đã và đang thắt chặt mối quan hệ hợp tác với Chính phủ Việt Nam cũng như các đối tác y tế trong nhiều chương trình ý nghĩa nhằm phòng chống các bệnh không lây nhiễm và thúc đẩy mục tiêu phát triển bền vững, cũng như đóng góp trong cuộc chiến chống lại COVID-19 của Việt Nam qua việc cung ứng vắc xin.

Với tôn chỉ đặt bệnh nhân làm trọng tâm, những nỗ lực của công ty đã được ghi nhận với hai Bằng khen của Bộ trưởng Bộ Y Tế vào năm 2019 và 2020 vì những đóng góp tích cực trong công tác phòng, chống ung thư và đại dịch COVID-19 tại Việt Nam, Kỷ niệm chương Vì thế hệ trẻ của Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, và giải thưởng Top 100 Nơi Làm Việc Tốt Nhất Việt Nam năm 2018 - 2020.



Ông Chad Ovel

Chủ tịch Hiệp hội Thương Mại Mỹ tại Việt Nam
Tổng giám đốc Mekong Capital

Ông Nitin Kapoor thực sự là một nhà lãnh đạo truyền cảm hứng. Ông đã tuyên bố về một tương lai dài hạn và táo bạo cho AstraZeneca tại Việt Nam, truyền cảm hứng cho những người khác bao gồm Chính phủ Việt Nam về tương lai đó và thúc đẩy đội ngũ của mình chung tay hành động tương xứng. Hơn nữa, bất cứ khi nào kế hoạch tăng trưởng doanh nghiệp bị ảnh hưởng bởi những thách thức không lường trước được, chẳng hạn như những thay đổi về quy định hoặc COVID-19, ông đều chủ động huy động đội ngũ của mình vượt qua thách thức và trở nên mạnh mẽ hơn.



EMPLOYEE
ENGAGEMENT

CULTURE
TRANSFORMATION

BUSINESS
ACCELERATION



VIETNAM

LEADERSHIP

EXCELLENCE

— Employee Choice Award —





LÃNH ĐẠO PHÁT TRIỂN CON NGƯỜI

Giải thưởng này tôn vinh Lãnh đạo/ Đội ngũ lãnh đạo đầy nhiệt huyết và có nhiều hoạt động cụ thể hỗ trợ tổ chức thu hút, phát triển và giữ chân đội ngũ nhân tài phù hợp. Họ khuyến khích và làm gương trong việc xây dựng một môi trường coi con người là trọng tâm, nhưng luôn có những thử thách mới để nhân viên liên tục gia tăng năng lực, thúc đẩy các cơ hội thăng tiến nội bộ và nuôi dưỡng được thế hệ lãnh đạo kế thừa.





Thành lập từ năm 2012, Lazada Việt Nam là nền tảng tiên phong và đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển và định hình ngành thương mại điện tử tại Việt Nam dưới sự điều hành của tập đoàn Lazada. Với "con người là giá trị cốt lõi", việc tiếp tục xây dựng đội ngũ nhân sự tại Việt Nam luôn là một trong những ưu tiên hàng đầu của Lazada.

Công ty tập trung tuyển đúng người, trao quyền và nuôi dưỡng nhân tài qua các chương trình phát triển năng lực, gắn kết nội bộ, trong môi trường văn hóa tôn trọng giá trị và kết quả. Nhờ vậy, Lazada Việt Nam tự hào là vườn ươm tài năng trong ngành.

VALUE-BASED
CULTURE

ECOMERCE
ECOSYSTEM

TALENT INCUBATOR



Lazada



Ông Joshua James

Đồng Chủ tịch Ban Nguồn Nhân lực và Đào Tạo
Hiệp hội Doanh nghiệp Châu Âu tại Việt Nam

Đội ngũ lãnh đạo của Lazada Việt Nam đã gây ấn tượng với ban giám khảo bằng sự tham gia tích cực vào các hoạt động thu hút và gắn kết nhân tài: từ đại sứ tuyển dụng đến hình mẫu trao quyền, cũng như khởi xướng "Làm vui vẻ, Sống nghiêm túc" trong toàn tổ chức. Kết quả khảo sát cho thấy sự đón nhận tích cực từ phía nhân viên.





Đại dịch Covid-19 đặt ra nhiều thử thách cho hoạt động của Sanofi cũng như kế hoạch quản trị con người. Trong bối cảnh đầy bất trắc như vậy, Sanofi cần phải có cách làm việc mới và áp dụng các chiến lược thích ứng để vận hành hiệu quả.

4 vị Tổng giám đốc ngay lập tức chung tay tạo ra những làn sóng thay đổi. Kết quả là Sanofi không chỉ đạt được sứ mệnh dẫn đầu thị trường dược phẩm mà các mối quan hệ nội bộ, hiệu quả công việc và chiến lược gắn kết thị trường cũng được nâng cao.



SANOFI



Ông Simon Fraser

Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Úc tại Việt Nam

4 vị Tổng giám đốc tại Sanofi Đông Dương đã chung tay hành động ngay lập tức để đối phó với làn sóng thay đổi. Trong quá trình này, họ không chỉ đạt được sứ mệnh kinh doanh dẫn đầu thị trường dược phẩm mà các mối quan hệ trong công ty, hiệu quả công việc và chiến lược gắn kết thị trường cũng được nâng cao. Bầu không khí ủng hộ mạnh mẽ bên trong tổ chức được thể hiện rõ ràng trước mắt chúng tôi (ban giám khảo) thông qua các tài liệu cũng như kết quả khảo sát.



ADAPTABILITY

WORK EFFICIENCY



Với mục tiêu lan tỏa sự sáng khoái và tạo nên sự khác biệt, con người đóng vai trò then chốt cho sự phát triển của Coca-Cola Việt Nam để mang lại tác động tích cực lớn lao cho xã hội, doanh nghiệp và cộng đồng. Đối mặt với vô vàn thách thức trong thời đại mới, đặc biệt trong quản lý và phát triển con người, Coca-Cola đã thay đổi phương thức lãnh đạo, làm việc và học hỏi để đẩy nhanh tốc độ phát triển.

Ban lãnh đạo Coca-Cola Việt Nam đã dẫn dắt và hiện thực hóa giải pháp chiến lược: Xây dựng văn hóa Tăng trưởng

cho Tổ chức Bền vững. Công ty tin rằng những xu hướng và cách thức đột phá trong hoạt động Đào tạo và Phát triển của mình sẽ giúp tổ chức đi đến thành công.

Coca-Cola Việt Nam đã tối ưu hóa trải nghiệm của nhân viên, xây dựng sự kết nối chặt chẽ, đồng thời xây dựng văn hóa hiệu suất cao và phát triển năng lực chuyên biệt cho nhân viên để Công ty dẫn đầu thị trường và khẳng định vị thế Nhà tuyển dụng hàng đầu.

PROGRESSIVE GROWTH

LEARNING
CULTURE

RESILIENCE ORGANIZA

Coca-Cola



PROFITABILITY
& SUSTAINABILITY



Ông Joshua James

Đồng Chủ tịch Ban Nguồn Nhân lực và Đào Tạo
Hiệp hội Doanh nghiệp Châu Âu tại Việt Nam

Những nỗ lực đáng chú ý của Coca-Cola Việt Nam để xây dựng một tổ chức học tập giúp các cá nhân đạt được đầy đủ tiềm năng của mình với nhiều hoạt động thú vị và sự tích cực từ các nhân viên đã nhận được sự chấp thuận cao từ đội ngũ cổ vấn, xứng đáng là tổ chức Phát triển con người.



Ông

NGUYỄN ĐỨC TÀI

Chủ Tịch HĐQT Công Ty
Cổ Phần Đầu Tư
Thế Giới Di Động



SUCCESSOR
DEVELOPMENT



thegioididong
.com

Suốt 17 năm qua, ông Đức Tài luôn là người thuyền trưởng hết lòng chăm lo quyền lợi, hạnh phúc và xây dựng niềm tự hào trong mỗi nhân viên Thế Giới Di Động. Ông dẫn dắt công ty đạt những thành tựu đáng kể với triết lý quản trị con người rõ ràng và cam kết phát triển nguồn lực từ nhân viên đến quản lý, ngay từ những năm đầu tiên.

Ông Tài và ban lãnh đạo đã tháo gỡ từng nút thắt trong phát triển nguồn nhân lực, động viên đội ngũ, kết nối hơn 60.000 nhân viên trong tổ chức. Ông khuyến khích và làm gương trong việc xây dựng môi trường làm việc lấy con người làm trung tâm, khuyến khích nhân viên nâng cao năng lực và kỹ năng, tạo điều kiện thăng tiến nội bộ và xây dựng thể hệ lãnh đạo kế thừa.

Bất chấp một năm khó khăn do đại dịch toàn cầu, Thế Giới Di Động tiếp tục ghi nhận mức tăng trưởng doanh thu hơn 6%, đạt 108.546 tỷ đồng, LNST tăng hơn 2% với tổng mức 3.920 tỷ đồng năm 2020 và đảm bảo việc làm cho hơn 60.000 nhân viên.



TS. Vũ Tiến Lộc

Nguyên Chủ tịch Phòng Thương Mại
& Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

Ông Nguyễn Đức Tài là vị thuyền trưởng truyền cảm hứng và là hình mẫu cho 60.000 nhân viên của Thế Giới Di Động. Ông tin tưởng vào con người, tình thương, sự sẻ chia và mong muốn mang lại hạnh phúc, tài phú và niềm tự hào cho đội ngũ của mình, vì vậy chúng tôi tin rằng ông Tài xứng đáng với danh hiệu Lãnh đạo phát triển con người và nhận giải thưởng Lãnh đạo xuất sắc 2021.

Ông Tài đã khởi xướng các giá trị cốt lõi tại Thế Giới Di Động: Khách hàng là số một, nhưng nhân viên mới là những người làm nên thành quả này. Vì thế, Thế Giới Di Động đã xây dựng thành công rất nhiều chương trình cho nhân viên, bao gồm Đào tạo phát triển nội bộ, Chính sách thăng tiến tự động, Chiến lược chia sẻ... và gia tăng sự bền vững của tổ chức.

STRONG
PEOPLE
COMMITMENT



VIETNAM

LEADERSHIP

EXCELLENCE

— Employee Choice Award —





LÃNH ĐẠO ĐỘT PHÁ

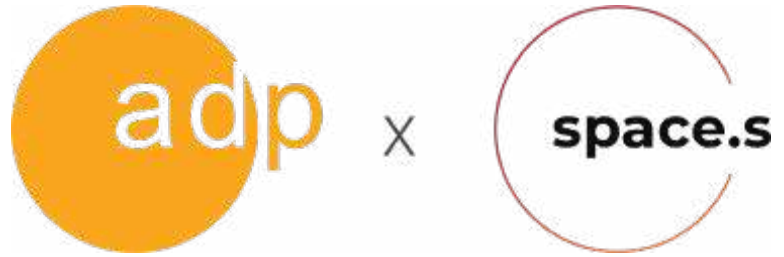
Giải thưởng này được trao cho các Lãnh đạo/Đội ngũ lãnh đạo đã định hình, ảnh hưởng và dẫn dắt thành công những thay đổi quy mô lớn trong tổ chức thông qua việc sử dụng các giải pháp cấp tiến như công nghệ tiên tiến, tái cơ cấu tổ chức hay chuyển đổi phương thức quản lý hiện đại,... Những chuyển động chiến lược này thúc đẩy mạnh mẽ sự đóng góp và năng suất trong toàn tổ chức, góp phần mang lại kết quả kinh doanh tốt đẹp cho doanh nghiệp.



Bà
**NGUYỄN THỊ
THU HÒA**

Tổng Giám Đốc ADP Group

BUSINESS TRANSFORMATION



Ông Joshua James

Đóng Chủ tịch Ban Nguồn Nhân lực và Đào Tạo
Hiệp hội Doanh nghiệp Châu Âu tại Việt Nam

Đây là một hồ sơ tham dự xuất sắc và tôi hoàn toàn ủng hộ để cử dành cho bà Hòa. Bà Hòa hoàn toàn xứng đáng được công nhận với những thành tích đạt được sau 8 năm dẫn dắt ADP Group.

Có thể thấy được bà Hòa là một lãnh đạo chuyển đổi và có khả năng truyền cảm hứng, đồng thời đủ dũng cảm để chia sẻ các điểm yếu của mình với đội ngũ để khơi dậy tinh thần trách nhiệm, học hỏi từ sai lầm và đặt ra các kỳ vọng cao hơn cho sự phát triển chung.

Gia nhập ADP từ 2013 với vị trí Giám đốc Kinh doanh & Tiếp thị, sau đó trở thành Giám đốc chi nhánh Hà Nội kiêm Phó Tổng Giám đốc năm 2015, bà Hòa là người chịu trách nhiệm chính cho Sự tăng trưởng Kinh doanh của ADP. Sau 8 năm, sự cống hiến hết mình của bà đã giúp doanh thu của ADP tăng từ 90 tỷ đồng năm 2013 lên 450 tỷ đồng năm 2020 và đón đầu thị trường văn phòng phân khúc khu công nghiệp bằng sự ra đời của công ty Space.s. Và sau 7 làm việc tại ADP Group, bà Hòa đã đồng hành cùng các nhà sáng lập với cương vị Tổng giám đốc giúp công ty tiếp tục phát triển mạnh mẽ và đương đầu với những thách thức trên hành trình kiến tạo các không gian làm việc tại Việt Nam

Với vai trò CEO, bà Hòa đã đẩy mạnh phát triển con người là trọng tâm chiến lược cho công ty. Cùng với khả năng lãnh đạo và truyền cảm hứng, bà đã giúp nhân viên công ty gắn kết hơn đặc biệt trong thời kì khó khăn do dịch Covid-19.

GROWTH DRIVER



Năm 2020, diễn biến phức tạp của đại dịch Covid-19 đã gây ra thử thách vô cùng to lớn đến hoạt động kinh doanh của mọi doanh nghiệp, trong đó có Grab Việt Nam. Trong bối cảnh đó, đội ngũ lãnh đạo của Grab đã lập tức xây dựng các kế hoạch và chiến lược hiệu quả để đưa Grab vượt qua khó khăn.

Ngoài việc củng cố mảng dịch vụ cốt lõi là di chuyển, đội ngũ lãnh đạo còn nhanh chóng đẩy mạnh dịch vụ giao nhận, ra mắt thêm nhiều dịch vụ và tính năng mới để kịp thời đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân, đồng thời hỗ trợ Chính phủ phòng chống dịch.

Bên cạnh đó, đội ngũ “lãnh đạo phục vụ” của Grab luôn truyền cảm hứng, xây dựng niềm tin với nhân viên, xây dựng văn hóa doanh nghiệp đoàn kết, sáng tạo. Nhờ đó, Grab Việt Nam đã từng bước vượt qua nhiều giai đoạn khó khăn của đại dịch, phục vụ cộng đồng xuyên suốt, tạo thêm cơ hội thu nhập cho đối tác cũng như đem lại dịch vụ an toàn cho người dùng trên nền tảng của mình.



AGILE
ORGANIZATION



Bà Bùi Kim Thùy

Đại diện Việt Nam tại Hội đồng Kinh doanh
Hoa Kỳ - ASEAN Thành viên Hội đồng Cố vấn
Harvard - Asia Pacific

Đội ngũ lãnh đạo Grab đã tận dụng thành công lợi thế công nghệ của công ty để triển khai các ý tưởng mới giàu cảm hứng và các sáng kiến nhằm đáp ứng tốt hơn các yêu cầu thay đổi do Covid-19 cho các công việc hàng ngày của lực lượng lao động của công ty (bao gồm cả nhân viên và các đối tác). Trên hết, sự thống nhất của ban lãnh đạo trong việc chung tay phá vỡ các hoạt động cứng nhắc cũng như cam kết về sự an toàn của cộng đồng đã nhận được sự ủng hộ hoàn toàn từ Hội đồng cố vấn trong hạng mục này.

TRANSFORMATIVE

BREAKTHROUGH STRATEGY

Yeah1 eDigital là một trong những công ty truyền thông tiên phong ở lĩnh vực kỹ thuật số với thế mạnh ứng dụng công nghệ hàng đầu tại Việt Nam. Suốt hơn 10 năm qua, công ty đã khẳng định được vị thế và sức mạnh cỗ máy truyền thông xuyên biên giới của mình.

Kế thừa và phát huy những ưu thế từ hệ sinh thái truyền thông “giàu có”, đội ngũ lãnh đạo trẻ của Yeah1 eDigital không ngừng đưa ra những chiến lược “đột phá” và dẫn dắt công ty qua một hành trình chuyển đổi mạnh mẽ cũng như nhiều tác động tích cực đến người dùng internet tại Việt Nam.



Điều này được minh chứng khi sức trẻ của khối Digital đã đưa Yeah1 duy trì vị thế dẫn đầu truyền thông tại Việt Nam và nằm ở vị trí Top 7 các công ty truyền thông kỹ thuật số hàng đầu của khu vực APAC, với hơn 3 tỷ lượt xem tạo ra hàng tháng và gần 200 triệu lượt người theo dõi trên các nền tảng mạng xã hội.

Chưa bao giờ dừng lại trên con đường kiến tạo xu thế truyền thông vươn tầm quốc tế, Yeah1 coi đây tiếp tục là mảng mũi nhọn đồng thời là công cụ tạo lợi thế vượt trội cho hệ sinh thái chuyển đổi sang những lĩnh vực mới đầy tiềm năng trong đó có xu hướng thương mại điện tử mạng xã hội trên thế giới.



Bà Bùi Kim Thùy

Đại diện Việt Nam tại Hội đồng Kinh doanh
Hoa Kỳ - ASEAN Thành viên Hội đồng Cố vấn
Harvard - Asia Pacific

Năm 2019 là "thời kỳ đen tối" đối với Yeah1, tuy nhiên, bằng việc hiện thực hóa và tận dụng các phân khúc thay thế khác, Đội ngũ lãnh đạo của Tập đoàn Yeah1 đã dẫn dắt công ty vượt qua một hành trình chuyển đổi đầy ý nghĩa.

MULTI MEDIA
ECOSYSTEM

MỞ TƯ DUY DÁM THỬ NGHIỆM

Từ một thương hiệu lâu đời và có phần truyền thống, Biti's chuyển mình mạnh mẽ trở thành thương hiệu giày “quốc dân” được giới trẻ ưa chuộng hiện nay. Thành công trên hành trình chuyển giao này không thể thiếu dấu ấn của nữ CEO trẻ tuổi Vũ Lệ Quyên và tinh thần mở tư duy, dám thử nghiệm được thấm nhuần trong toàn tổ chức. Cùng theo dõi câu chuyện truyền cảm hứng về hành trình mở tư duy và xây tinh thần dám thử nghiệm trong tập thể, để mang đến những bước chuyển mình mạnh mẽ tại Biti's thông qua phần Hỏi – Đáp nhanh với bà Vũ Lệ Quyên, Tổng giám đốc công ty TNHH Bình Tiên (Biti's) tại Hội nghị trực tuyến Vietnam Excellence 2021.

Khởi động nhanh, với mỗi câu hỏi, bà Vũ Lệ Quyên có 5 giây để suy nghĩ và trả lời

❓ Biti's có chính xác bao nhiêu nhân viên?

Biti's hiện tại có 9.357 nhân sự.

❓ Mỗi tuần chị ngồi ăn với nhân viên bao nhiêu lần?

Mình muốn hiện diện với thức ăn nên thường ăn trong tinh lặng.

❓ Phương châm sống của chị?

Đơn giản, hạnh phúc và hiệu quả.

❓ Khi gặp khó trong kinh doanh, chị tìm đến ai trước tiên?

Mình hỏi ý kiến ba mẹ.

❓ Tủ giày của chị hiện có bao nhiêu đôi Biti's?

10 đôi, 5 đôi mang thường xuyên, 5 đôi thử sản phẩm; mình thử giày rất nhiều. Mình chọn lối sống tối giản, nên chỉ cần đủ là được. (cười)

❓ Hãy kể tên từng nhãn hiệu con của Biti's!

Biti's, Biti's Hunter, Biti's Kids, Biti's Women, Biti's X, Gosto.

*Hành trình Mở tư duy -
Dám thử nghiệm*

❓ Chị trở thành CEO của Biti's năm bao nhiêu tuổi?

Năm 38 tuổi.

❓ Khó khăn lớn nhất với chị lúc đó là gì?

Sự bất ngờ và đột ngột trong quá trình chuyển giao. Ba mình chỉ cho mình hai tuần để bắt đầu, vì lúc đó ông nhận thấy mình đã đủ sẵn sàng cho công việc và quyết định bàn giao chỉ trong hai tuần.

❓ Vậy chị hay tự nói điều gì với mình để vượt qua khó khăn này?

Ngày mai trời lại sáng, việc của mình là làm tốt công việc ngày hôm nay.

❓ Đã có bất đồng, hay mâu thuẫn nào với gia đình trong giai đoạn chị tiếp quản Biti's?

Tư duy quản trị khác biệt là điều rất dễ gây mâu thuẫn.

❓ Đến khi nào thì những mâu thuẫn này được giải quyết?

Thật sự rất khó để dung hòa, tuy nhiên, mình nghĩ luôn có sự khác biệt giữa các tư duy và nó làm sẽ giàu góc nhìn. Tùy trường hợp mà mình sẽ cân nhắc và uốn chuyển để đưa ra lựa chọn tốt nhất.

❓ Vậy đâu là “cú hích” thực sự khiến Biti's chuyển mình thành công?

Thực sự Biti's bắt đầu chuyển mình là vào năm 2017 với chiến dịch Đi Để Trở Về và sự kết hợp với ca sĩ Sơn Tùng.

❓ Quyết định khó khăn nhất ở vị trí lãnh đạo mà chị phải đưa ra là gì?

Một quyết định khó khăn nhất là khi mình quyết định ngừng hợp tác với một lãnh đạo cấp cao của công ty, khi mà họ vi phạm các chuẩn mực đạo đức và giá trị cốt lõi của doanh nghiệp.

❓ Điều gì khiến chị và tập thể Biti's dám đổi mới và dám thử nghiệm?

Một trong những giá trị cốt lõi của Biti's là liên tục cải tiến, vì vậy bọn mình luôn cùng nhau đổi mới và thử nghiệm cái mới.

❓ Để thay đổi, cái giá mà Biti's và cá nhân chị phải trả là?

Là sự nỗ lực không ngừng nghỉ, có thể rất mệt nhưng lại rất vui.

❓ Nguyên tắc hành động khi chị bắt đầu những thử nghiệm mới?

Hãy bắt đầu thử nghiệm ở quy mô nhỏ, sau đó hãy nhân rộng ra.



Tiên phong mở cửa hạnh phúc cho nhân viên

❓ Hãy mô tả phong cách quản lý của chị bằng vài từ?
Đơn giản, hiệu quả, kết nối, hạnh phúc, phục vụ.

❓ Điểm khác biệt lớn nhất giữa cách lãnh đạo của chị và thế hệ lãnh đạo trước?

Mình có nhiều điều khác biệt với thế hệ lãnh đạo trước. Mình thích sự đơn giản, hiệu quả và kết nối vì vậy mô hình mới tại Biti's không còn nhiều cấp bậc quản lý, mọi người làm việc với nhau gắn kết theo từng đội nhóm. Mình tham gia nhiều hoạt động với đồng sự và đặc biệt rất thích học cùng với đồng sự. Ở Biti's bọn mình học cùng nhau rất nhiều. Nhờ đó, mình hiểu rõ năng lực của từng người, làm việc hiệu quả và tinh thần đồng đội cũng tốt hơn. Và nó mang lại cho mình rất nhiều niềm vui khi có sự kết nối sâu sắc với đồng nghiệp của mình.

❓ Vì sao chị theo đuổi dự án “Happy Biti's” và quyết tâm mang “hạnh phúc” đến tất cả nhân viên?

Thật ra đó là sứ mệnh cả đời của mình, mong muốn đem được nhiều giá trị và hạnh phúc đến tất cả mọi người, mọi loài. Vì vậy, mình chọn thực hiện với tổ chức, doanh nghiệp của mình trước đã.

❓ Làm sao chị truyền tải một khái niệm trừu tượng như hạnh phúc đến mọi nhân viên?

Thực sự lúc đầu mình nghĩ hạnh phúc khá là trừu tượng, nhưng mà khi nghiên cứu sâu hơn, mình nhận thấy rằng hạnh phúc là một môn khoa học, với rất nhiều cuộc nghiên cứu về chủ đề này trên toàn thế giới. Ở Biti's, một nhân sự hạnh phúc là khi họ có kết nối sâu với bản thân, với người khác và với môi trường, thiên nhiên xung quanh.

❓ Vậy Covid-19 đã ảnh hưởng thế nào đến quá trình xây dựng môi trường làm việc hạnh phúc tại Biti's?

Thực ra đại dịch Covid-19 đẩy nhanh quá trình xây dựng môi trường làm việc hạnh phúc tại Biti's rất nhiều lần. Vì trong bối cảnh rối ren, nhiều đau thương như hiện tại, thì sự bình yên trong tâm hồn, sức khoẻ thể chất và tinh thần được đưa lên hàng đầu. Nhờ Happy Biti's mà đội ngũ Biti's đã thật sự có được nhiều sức mạnh tinh thần để vượt qua đại dịch. Mình rất tự hào về cộng đồng Biti's trong thời gian qua, bởi vì mọi người thực tập rất nghiêm túc, đặc biệt là ở cấp quản lý, lãnh đạo.

❓ Giải pháp để Biti's cân bằng giữa sứ mệnh với người tiêu dùng “nâng niu bàn chân Việt” và sứ mệnh “nâng niu hạnh phúc cho nhân viên”?

Thực ra, hai sứ mệnh này là một. Nếu Biti's nâng niu hạnh phúc cho nhân viên thì đồng nghĩa cũng nâng niu hạnh phúc cho người Việt. Và giá trị của sự phục vụ luôn là một trong những giá trị cốt lõi Biti's đang theo đuổi.

❓ Chị và Biti's nâng niu những giá trị gì cho cộng đồng?

Bọn mình làm được rất nhiều việc cho cộng đồng. Và không phải chỉ mình CEO làm, mà là các đồng sự của mình luôn đồng hành. Ngoài các dự án nước sạch, hỗ trợ người yếu thế, dự án hỗ trợ giáo dục, trao học bổng, trong thời gian giãn cách vừa qua, mặc dù Biti's rất khó khăn nhưng mình cũng quyên góp trao được hơn 50.000 suất ăn cho người nghèo khó tại Sài Gòn, và tài trợ các máy trợ thở, máy móc thiết bị y tế cho các bệnh viện tại miền Nam. Và sắp tới mình có thêm dự án hỗ trợ sức khỏe tinh thần cho trẻ mồ côi trong mùa dịch, đó là những dự án Biti's đã và đang thực hiện để có thể đóng góp cho cộng đồng.

❓ Giữa Kinh doanh – Nhân viên và Cộng đồng, chị chọn gì?

Mình luôn cố gắng cân bằng ba yếu tố này trong các quyết định lớn, nhỏ được đưa ra. Vì vậy rất cần sự tập trung và tinh thần khi đưa ra các quyết định. Và những quyết định lớn, mình sẽ tổ chức các cuộc họp để lắng nghe nhiều góc nhìn của đồng sự. Mình luôn trân trọng sự đóng góp của họ và tin tưởng vào trí tuệ tập thể khi thực hiện mục tiêu, sứ mệnh của doanh nghiệp.

❓ Tinh thần mở tư duy, dám thử nghiệm được áp dụng thế nào trong các dự án cộng đồng của Biti's?

Trong khó khăn, bọn mình luôn lắng nghe, tìm hiểu những nhu cầu thực tế từ cộng đồng. Lắng nghe ý kiến các chuyên gia hoạt động xã hội và đồng hành cùng họ thực hiện.

❓ Dự án cộng đồng mà chị tâm đắc nhất là?

Dự án nước sạch cho đồng bào dân tộc thiểu số Tây Nguyên đồng hành cùng tổ chức Joy. Bọn mình đã tiến hành được 5 năm. Hơn 30.000 người dân đã hưởng lợi. Điều thú vị là mỗi dự án đều có sự đồng hành của các đồng nghiệp mình. Mỗi năm mình có một hoặc hai chuyến đi đến Tây Nguyên để tổ chức các hoạt động vui chơi, trao quà, khám sức khoẻ và trao hệ thống nước sạch. Các đồng sự của mình được đi trải nghiệm và học tập rất nhiều sau mỗi chuyến đi. Nhận thấy chúng ta cần nỗ lực nhiều hơn để xây dựng một Việt Nam hùng cường và hạnh phúc.

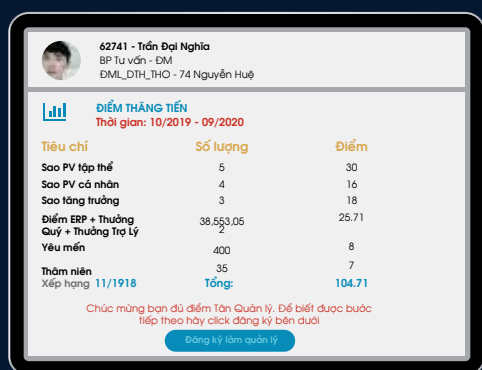
❓ Lời nhắn nhủ của CEO Vũ Lê Quyền về tinh thần MỞ TƯ DUY - DÁM THỬ NGHIỆM?

Hãy luôn tin tưởng vào tiếng gọi của con tim mình, mở tư duy và SAY YES dám thử nghiệm. Con đường không người đi nhưng không phải là không đi được. Và hãy mạnh dạn là người tiên phong mở đường vì hạnh phúc, thành công của tất cả mọi người.



Trong thời buổi đầy biến động, các giải pháp công nghệ luôn được nghĩ đến khi giải quyết những bài toán vĩ mô. Thế Giới Di Động làm thế nào để vận dụng công nghệ vào công tác lãnh đạo, quản lý con người nhằm đảm bảo tính công bằng, khách quan mà vẫn giữ vững niềm tin và trái tim người nhân viên? Chia sẻ tại Hội nghị trực tuyến Vietnam Excellence 2021, ông Nguyễn Đức Tài – Chủ Tịch HĐQT của Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Thế Giới Di Động hé lộ về chính sách “Thăng tiến tự động” được áp dụng thành công tại doanh nghiệp này.

THĂNG TIẾN TỰ ĐỘNG



Tương lai của nhân viên do nhân viên quyết định

Đúng như tên gọi, chương trình “thăng tiến tự động” tại Thế Giới Di Động được vận hành hoàn toàn thông qua công nghệ và dữ liệu. Mỗi nhân sự sẽ nhận về một số điểm nhất định dựa trên sự thể hiện của bản thân, sau đó nếu đủ điểm mà công ty yêu cầu cho công việc quản lý, họ sẽ được tự động đề bạt. Như vậy, sự thăng tiến của mỗi nhân viên dựa hoàn toàn vào năng lực và sự nỗ lực của mỗi người và không bị can thiệp bởi sếp trực tiếp và các yếu tố cảm tính bên ngoài. Cụ thể, điểm thăng tiến của mỗi người sẽ được tích hợp dựa trên 3 yếu tố:

- Thứ nhất: có năng lực tạo ra kết quả, tức nhân viên đã đóng góp vào sự tăng trưởng chung của cửa hàng, được tích lũy qua SAO tăng trưởng và điểm ERP (thưởng).
- Thứ hai: có tâm phục vụ khách hàng, được ghi nhận thông qua SAO phục vụ tập thể và phục vụ cá nhân.
- Thứ ba: tương tác giữa con người và con người thông qua đánh giá từ đồng nghiệp và thâm niên gắn bó.

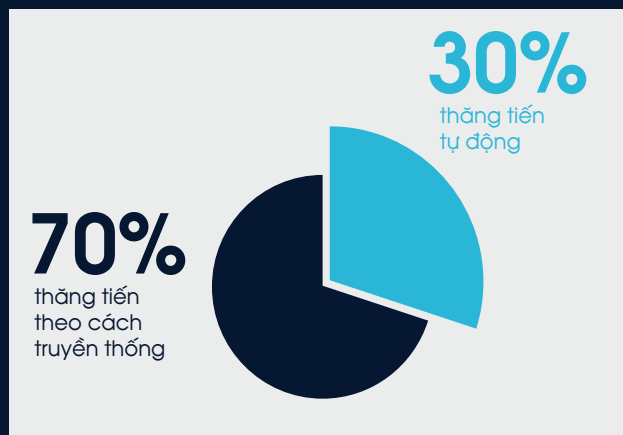
So với cách làm truyền thống mất nhiều thời gian và công sức (quản lý ở cửa hàng giới thiệu nhân viên của mình sau đó phỏng vấn nhân sự và quản lý cấp cao hơn thẩm định) chính sách “Thăng tiến tự động” giúp đảm bảo tính công bằng, khách quan trong toàn tổ chức. Nhờ đó, Tập đoàn Thế Giới Di Động chấm dứt tình trạng email nặc danh, khiếu nại kiểu “tại sao tôi rất giỏi mà công ty không thăng chức cho tôi?”. Bên cạnh đó, nhân viên có thêm động lực để phấn đấu, tự quyết định thay đổi để thăng tiến bằng sự nỗ lực chính mình.

Kết quả từ chương trình “Thăng tiến tự động”

Sau một năm áp dụng hệ thống “Thăng tiến tự động”, trải qua 5 kỳ tổ chức chỉ với một Chuyên Viên phụ trách, Tập đoàn Thế Giới Di Động có 1.939 tân quản lý đủ điểm thăng tiến. Có 1.381 quản lý đã được bố trí tại các cửa hàng khắp cả nước, chiếm 30% nhân sự ở cấp quản lý trong công ty. 70% quản lý còn lại được công ty gầy dựng bằng cách thăng tiến truyền thống trong 16 năm qua. Với tốc độ phát triển nhanh chóng và chính xác, chỉ khoảng vài năm nữa, hệ thống “Thăng tiến tự động” mới này có thể cung cấp 100% số lượng quản lý cho Thế Giới Di Động – đặc biệt ở cấp trung.

Cũng theo ông Nguyễn Đức Tài, quản lý được thăng tiến theo chính sách tự động tạo ra kết quả kinh doanh tốt hơn so với quản lý phỏng vấn, tuy vậy, cần thêm thời gian và kinh nghiệm trăn mạc để gia tăng năng lực kỹ năng quản lý. Đồng thời, hệ thống “Thăng tiến tự động” sẽ còn liên tục cải tiến để những con số phản ánh minh bạch và công bằng trong thăng tiến, nhưng vẫn phải phù hợp với tình hình thực tế tại từng khu vực để giúp nhân viên được thăng tiến phù hợp với năng lực và sở trường của mình.

Xuất phát từ niềm tin đội ngũ: “Nhân viên dù ở bất kỳ vị trí nào đều muốn làm thật ăn thật”, Tập đoàn Thế Giới Di Động đã vận dụng công nghệ vào công tác quản trị Nhân sự và xây dựng thành công chính sách “Thăng tiến tự động” trong tổ chức với sự hưởng ứng nhiệt tình từ phía nhân viên. Nhờ đó, không chỉ loại bỏ sự can thiệp của con người và các yếu tố cảm xúc trong quá trình thăng tiến, đây còn là động lực để mỗi nhân viên nghiêm túc hơn trong việc vạch ra mục tiêu sự nghiệp tương lai và phấn đấu phát triển cùng tổ chức lâu dài.





POST-COVID-19

VẮC-XIN GẮN KẾT NHÂN VIÊN THỜI KHÓ

Những thách thức kinh tế, xã hội tác động không nhỏ đến tâm lý và sự đóng góp của người đi làm. Doanh nghiệp nên làm thế nào để đảm bảo an toàn, tạo sự an tâm và truyền lửa cho nhân viên cũng như sẵn sàng ứng biến trước mọi thay đổi? Chia sẻ từ tọa đàm: “Vắc-xin gắn kết nhân viên thời khó” với sự tham gia của 03 nữ giám đốc Nhân sự đến từ Sanofi Việt Nam, Lazada Việt Nam, Schneider Electric Việt Nam trong Hội nghị trực tuyến Vietnam Excellence 2021 đem đến nhiều bài học thực tiễn.

Truyền lửa nhân viên mùa khó, ló những bài học hay

Đại dịch Covid-19 vào cuối quý II/2021 đặt ra bài toán hóc búa cho doanh nghiệp trong nhiệm vụ gắn kết và tạo động lực cho toàn đội ngũ, bởi hai nỗi lo lớn nhất của người đi làm hiện nay là Sinh mạng và Sinh kế. Do đó, bên cạnh linh hoạt thay đổi để thích ứng với tình hình mới, doanh nghiệp cũng cần có chiến lược bài bản để đảm bảo sự an toàn và an tâm cho người đi làm. Đặc biệt, truyền thông nội bộ rõ ràng minh bạch, dựa trên sự chân thành kết hợp tận dụng sức mạnh công nghệ là chìa khóa để tạo nên mối nối bền chặt giữa nhân viên với nhân viên, nhân viên với quản lý và công ty.

“Càng khó khăn, càng cần gắn bó, nguyên tắc gắn kết đầu tiên của Sanofi Việt Nam chính là sự chân thành và thấu hiểu trong cả lời nói lẫn hành động.” – Bà Lê Thị Hồng Ánh - Giám đốc Nhân sự, Sanofi Đông Dương chia sẻ. Để thực hiện được điều đó, Sanofi Việt Nam thường xuyên tổ chức các cuộc khảo sát nội bộ để kịp thời lắng nghe tâm tư, nguyện vọng của nhân viên, từ đó điều chỉnh các chính sách, hoạt động phù hợp hơn.

Còn tại Schneider Electric Việt Nam, công ty chủ động gia tăng sự hiện diện của lãnh đạo và kết nối với nhân viên thường xuyên hơn. “Thay vì chỉ khen ngợi và vinh danh thành tựu hàng quý, trong suốt mùa dịch, công ty thường xuyên tổ chức các buổi ghi nhận, khen thưởng và khích lệ những nhân viên đã đồng hành và có đóng góp vào sự phát triển của tổ chức.” – Bà Cát Thị Minh Trang - Giám đốc Nhân sự, Việt Nam & Campuchia kiêm Giám đốc Nhân sự Vùng Đông Á & Nhật Bản, Mảng An Toàn Năng Lượng tại Schneider Electric cho biết.

Ngoài ra, để nắm bắt được nhu cầu và những biến chuyển trong tâm lý của người đi làm, công ty cần kết nối thường xuyên, liên tục với nhân viên thông qua nhiều hình thức và hoạt động đa dạng. “Trước hết, hãy bắt đầu từ sự đồng cảm, để nhân viên cảm thấy được an tâm, an toàn và được chăm sóc trong tình hình kinh doanh thay đổi liên tục.” – Bà Văn Thị Hồng Hạnh, Giám đốc Nhân sự Lazada Việt Nam cho biết.

Cụ thể, hiểu được ưu tiên hàng đầu của nhân viên hiện nay là vấn đề sức khỏe thể chất và tinh thần, Lazada Việt Nam thường xuyên tổ chức các hoạt động gắn kết toàn diện thông qua nhiều chương trình lắng nghe, tư vấn sức khỏe cho nhân viên. Mỗi sáng thứ 4 giữa tuần, công ty còn áp dụng chính sách không họp hành, không điện

thoại, tin nhắn, để nhân viên có khoảng nghỉ tinh thần để cân bằng công việc tốt hơn. Bên cạnh đó, để tối ưu hóa hiệu quả gắn kết nhân viên trong mùa khó, việc ứng dụng công nghệ vào vận hành và quản trị nhân sự là cực kỳ cần thiết. Lazada Việt Nam, ứng dụng công nghệ livestream trong truyền thông nội bộ giúp công ty kết nối toàn diện và thấu hiểu nhân viên hơn, từ đó, có thêm nhiều hoạt động chăm sóc sức khỏe thể chất và tinh thần tốt hơn.

Tận dụng cơ hội bứt phá giữa thách thức

Bên cạnh gia tăng gắn kết nhân viên mùa khó bằng cách làm khác biệt và hiệu quả hơn, đây cũng là thời cơ để doanh nghiệp xem xét lại nội lực của tổ chức, cũng như tái tạo & nâng cấp nguồn nhân lực. Để thực hiện được điều đó, doanh nghiệp cần có chiến lược dài hơi, với các hoạt động phù hợp trong tình hình mới. Trong đó, việc tận dụng nguồn lực nội bộ và online sẽ giúp tiết kiệm chi phí và hiệu quả đáng kể.

Cụ thể, dù phải làm việc từ xa, Sanofi Việt Nam vẫn thường xuyên tổ chức các khóa học online nằm trong chương trình Never stop learning, để tất cả các nhân viên cùng tham gia học tập. Với Lazada Việt Nam, tinh thần dám học hỏi, dám quên những kiến thức cũ và tiếp nhận kiến thức mới được lan tỏa trong toàn tổ chức. Cứ 6 tháng 1 lần, công ty tổ chức các lễ hội học tập với nhiều chương trình cập nhật kiến thức cho toàn bộ nhân viên. Còn tại Schneider Electric Việt Nam, công ty tranh thủ đào tạo các kỹ năng mới cho nhân viên, chẳng hạn như kỹ năng bán hàng trực tuyến giúp nhân viên kinh doanh sẵn sàng đón đầu cơ hội trong bình thường mới. Bên cạnh đó, công ty còn triển khai nhiều workshop về nghề nghiệp, để nhân viên hiểu và chủ động tham gia trang bị kỹ năng cần thiết cho sự nghiệp.

Tương lai phía trước chắc chắn sẽ còn nhiều bất định và biến động, để tổ chức vững vàng trước mọi thay đổi, người làm nhân sự và nhà quản lý doanh nghiệp cần nghĩ khác, làm khác và làm vượt trội hơn nữa. Trong đó, cần mang đến loại vắc-xin gắn kết để nhân viên cảm thấy an toàn, an tâm, đồng thời cung cấp những kiến thức và kỹ năng mới để xây dựng được “hệ miễn dịch khỏe mạnh” giúp tổ chức có kháng thể mạnh mẽ để ngược gió vươn cao và sẵn sàng tiến về phía trước.



Đa dạng & Hòa hợp

Văn hóa doanh nghiệp

Thu hút nhân tài

Gắn kết nhân viên

Ứng dụng công nghệ & Đột phá nhân sự

An sinh tại môi trường làm việc

Đào tạo & Phát triển nhân viên



ĐA DẠNG & HÒA HỢP

Hạng mục này vinh danh doanh nghiệp có chiến lược xuất sắc trong xây dựng và phát triển lực lượng lao động đa dạng, qua đó thúc đẩy văn hóa hòa nhập, cởi mở, nơi nhân viên cảm thấy được là chính mình, được tôn trọng, thể hiện bản thân và đóng góp tốt nhất.





Ông Simon Fraser

Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Úc tại Việt Nam

KPMG cam kết mang đến một tương lai toàn diện cho tất cả mọi người. Thông điệp này đã được thể hiện trong giá trị cốt lõi và xuyên suốt trong các hoạt động của công ty: bắt đầu từ tuyển dụng, phát triển con người đến gắn kết, giữ chân nhân viên. Công ty đã tích cực hỗ trợ các cộng đồng khác nhau cả trong và ngoài tổ chức để xây dựng một nền tảng trong các cộng đồng mà họ phục vụ, điển hình như các hoạt động LGBT+. Ban cố vấn cũng rất ấn tượng với các phép đo riêng biệt của công ty trong việc tiếp nhận phản hồi về con người và chất lượng dịch vụ.



Tại KPMG, Sự đa dạng và hòa nhập là trung tâm của các giá trị cốt lõi của công ty, và được thể hiện rõ nét thông qua các chương trình đào tạo và các sự kiện gắn kết nhân viên. Sự đa dạng và hòa nhập này là dành cho cho tất cả mọi người, bất kể giới tính, nền tảng văn hóa, tuổi tác hoặc bất kỳ đặc điểm khác biệt nào.

Đối với KPMG, cách tiếp cận cho sự hòa nhập cũng chính là tạo điều kiện cho mọi nhân viên được tiếp cận với những cơ hội như nhau để phát triển, để trở thành phiên bản tốt nhất của họ và giúp nhân viên cảm thấy đủ tự tin để cống hiến hết mình trong công việc. Năm 2021, KPMG đã hợp tác với Các lãnh sự quán của Úc, Anh, Hoa Kỳ, cùng với tổ chức ICS và tổ chức Đối thoại Lãnh đạo Úc (Australian Leadership Dialogue) cùng khởi động Mạng lưới Pride dành cho các Doanh nghiệp tại Việt Nam (Vietnam Corporate Pride Network) nhằm thúc đẩy sự hòa nhập cho nhân viên LGBT và các cộng đồng của họ.

GENDER PARITY



TALENT DIVERSITY

PEOPLE DEVELOPMENT

Deloitte.

Tạo dựng những giá trị lâu bền và hoạt động hướng tới sự phát triển bền vững luôn là sứ mệnh của Deloitte Việt Nam trong suốt ba thập kỷ kiến tạo ảnh hưởng tích cực tới Khách hàng, Nhân viên và Cộng đồng.



Bà Bùi Kim Thùy

Đại diện Việt Nam tại Hội đồng Kinh doanh
Hoa Kỳ - ASEAN Thành viên Hội đồng Cố vấn
Harvard - Asia Pacific

Không chỉ hướng tới giải quyết vấn đề bình đẳng giới tính đang nổi bật, các hoạt động và Đa dạng & hòa hợp của Deloitte đã mở rộng đến các đối tượng yếu thế trong xã hội, thực sự thể hiện tinh thần "ghi nhận mỗi cá nhân vì thế mạnh, giá trị và triển vọng của chính họ, và là nơi mỗi người đều có thể tự do chia sẻ ý kiến". Kết quả tích cực của chiến lược này sẽ là ví dụ dẫn dắt cho các môi trường làm việc ở tất cả các ngành để hướng tới các thay đổi tốt hơn.

INCLUSIVE
BEHAVIOR
CONFIDENCE,
INSPIRATION
& EMPOWERMENT
& RESPECT



Mercedes-Benz



Đối mặt với những thay đổi liên tục và thách thức khôn lường từ công nghệ và xã hội, Mercedes-Benz Việt Nam xác định rõ chiến lược nhân sự xuất sắc sẽ giúp họ giải các bài toán hóc búa này, tạo ra những chiếc xe và dịch vụ tốt nhất trong tương lai, đồng thời giữ vững vị trí số 1 trên thị trường ô tô cao cấp tại Việt Nam.



Ông Simon Fraser

Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Úc tại Việt Nam

Mercedes-Benz Việt Nam đã có cách tiếp cận tuyệt vời và có tính chiến lược trong việc hướng đến sự đa dạng, thành tựu mạnh mẽ, tập trung vào sức khỏe và an sinh của nhân viên trong mối liên kết chặt chẽ với các hoạt động kinh doanh hàng ngày của công ty. Kết quả khảo sát nhân viên cũng minh chứng cho mức độ gắn bó cao cùng với sự ghi nhận rõ ràng của nhân viên về những nỗ lực của Mercedes-Benz Việt Nam và đội ngũ lãnh đạo trong việc thúc đẩy quyền con người.



EQUAL
OPPORTUNITIES

Hơn 30.000 doanh nghiệp cấp tiến ĐÃ SỬ DỤNG WORKPLACE

Còn doanh nghiệp BẠN thì sao?

Liên hệ Anphabe ngay để được tư vấn!

Điện thoại: (+84 28) 6268 2222
Email: huong.ha@anphabe.com

CHUẨN BỊ

Trang bị kiến thức nền tảng và cách thức triển khai, giúp doanh nghiệp của bạn sẵn sàng sử dụng Workplace

TRIỂN KHAI

Đồng hành xuyên suốt quá trình triển khai Workplace để tổ chức vận hành nhanh chóng và hiệu quả

THEO DÕI VÀ CẢI THIỆN LIÊN TỤC

Đảm bảo vận hành Workplace hiệu quả và gia tăng lợi ích trong tổ chức với các dịch vụ và giải pháp phù hợp nhất





VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

Hạng mục này vinh danh các tổ chức đã định hình, phát triển văn hóa doanh nghiệp theo sát với sứ mệnh chung và liên tục cải thiện để tạo dựng, nuôi dưỡng một môi trường tích cực, khuyến khích nhân viên cống hiến, phát triển và gắn bó lâu dài.



oppo

BENFEN

GOAL ORIENTED



Vượt qua khó khăn buổi ban đầu, OPPO Việt Nam đã đạt được những kết quả đột phá nhờ chiến lược tổ chức dựa trên văn hóa.

Tích cực định hình văn hóa công ty, nâng cao nhận thức, hiểu biết và thực hành qua nhiều hoạt động cụ thể, OPPO Việt Nam đã xây dựng được môi trường làm việc hạnh phúc cho nhân viên, duy trì nguồn nhân lực bền vững với chỉ số hạnh phúc tăng dần đều mỗi năm.

AIM FOR
PERFECTION



Ông Joshua James

Đổng Chủ tịch Ban Nguồn Nhân Lực và Đào Tạo
Hiệp hội Doanh nghiệp Châu Âu tại Việt Nam

Oppo thật sự đã làm rất tốt. Chiến lược tổ chức với văn hóa cầu tiến đã mang đến những thành tựu đột phá cho OPPO Việt Nam bất chấp những khó khăn lúc bắt đầu. OPPO Việt Nam đã đạt được sự phát triển và mở rộng mạnh mẽ với sự hỗ trợ vững chắc từ ban lãnh đạo và nhân viên. Bên cạnh đó, OPPO đã và đang theo dõi tác động từ chiến lược văn hóa của họ trong các năm với kết quả tích cực, đảm bảo những cải tiến kịp thời và sự hài lòng của toàn bộ lực lượng lao động.



USER LEAD

AstraZeneca

LIFELONG LEARNING & DEVELOPMENT



Nối tiếp hành trình 27 năm thành công tại Việt Nam, AstraZeneca đang bước vào một chương phát triển mới với mục tiêu vươn lên hàng đầu trong ngành, vừa tiếp tục đóng góp toàn diện cho ngành y tế nhờ việc đẩy mạnh đầu tư cho nghiên cứu & phát triển, cam kết đóng góp cho phát triển bền vững và nâng cao năng lực chăm sóc sức khỏe. Việc thực hiện mục tiêu đột phá này đòi hỏi một động lực và khát vọng mạnh mẽ từ tập thể AstraZeneca.

Với chiến lược củng cố và thực thi xuất sắc sức mạnh văn hóa doanh nghiệp, AstraZeneca Việt Nam đã không chỉ thực hiện được mục tiêu tăng trưởng đầy ấn tượng mà còn vững chãi phát triển trước những thách thức trong ngành và khó khăn đến từ đại dịch Covid-19. Một yếu tố quan trọng giúp AstraZeneca Việt Nam thành công chính là sự chuyển mình, phát triển và nuôi dưỡng văn hóa doanh nghiệp có tính hợp tác cao, trao quyền cho nhân viên và cởi mở với các ý tưởng mới. Văn hóa này đã xây dựng nên một tập thể đầy tham vọng và gắn kết, nhưng đồng thời vẫn linh hoạt và sẵn sàng đáp ứng với mọi thay đổi để dẫn đầu.

AstraZeneca Việt Nam đã xây dựng được tên tuổi doanh nghiệp như một nơi làm việc lý tưởng cho các tài năng trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe.



Ông Chad Ovel

Chủ tịch Hiệp hội Thương Mại Mỹ tại Việt Nam
Tổng giám đốc Mekong Capital

Bên cạnh điểm số tương tác của nhân viên rất cao tại AstraZeneca Việt Nam, điều nổi bật đối với tôi là sự chú trọng của Chủ tịch kiêm Tổng Giám Đốc trong việc thúc đẩy văn hóa Nói Thẳng. Việc xây dựng hành vi này là rất phù hợp với giá trị cốt lõi của một tổ chức với tinh thần tự chủ.



PURPOSE-DRIVEN
CULTURE

TRANSPARENT COMMUNICATIONS

THE GRAB WAY



Sự phát triển của nền tảng số trong kỷ nguyên "bình thường mới" đã đặt ra nhiều thách thức trong việc xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp.

Với Grab, đội ngũ nhân sự là trái tim của công ty và một công ty thành công được tạo nên từ những con người hạnh phúc! Do đó, Grab tạo ra môi trường làm việc lý tưởng đảm bảo sức khỏe tinh thần và thể chất cho Grabbers, trao quyền để Grabbers có thể phát huy năng lực tối đa. Đặc biệt trong bối cảnh Covid, Grab tin rằng các hoạt động gắn kết nhân viên đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy hợp tác giữa các phòng ban cũng như các thành viên trong nhóm.

Tại Grab, văn hóa doanh nghiệp được coi là ADN của Grabbers, cùng với nguyên tắc 4H (Heart-Hunger-Honor-Humility) thấm nhuần trong từng cá nhân, đội nhóm và là kim chỉ nam trong mọi quyết định về nhân sự và vận hành của doanh nghiệp. Grabbers luôn hướng về cộng đồng, cùng nhau đưa Việt Nam và Đông Nam Á tiến về phía trước như sứ mệnh mà công ty đề ra.



Bà Bùi Kim Thùy

Đại diện Việt Nam tại Hội đồng Kinh doanh Hoa Kỳ - ASEAN Thành viên Hội đồng Cố vấn Harvard - Asia Pacific

Trong tình hình ảnh hưởng bởi đại dịch bùng phát cùng với đó công ty chưa được công nhận là đủ trưởng thành và có một nền văn hóa mạnh mẽ. Grab đã nhanh chóng tập trung vào truyền thông để nâng cao văn hóa công ty và kết nối lực lượng lao động của họ như "Một trái tim". Đội ngũ nhân sự đồng thời cũng đã xây dựng một mạng lưới huấn luyện và cố vấn nhằm tăng cường sự tự tin của nhân viên và các đối tác để cùng nhau vượt qua đại dịch.



GRAB FOR GOOD

**Nash
Tech.**

Trong 21 năm qua, NashTech tự hào là một trong những doanh nghiệp góp phần thúc đẩy vị thế của Việt Nam trên bản đồ công nghệ thế giới.

Đặc biệt, doanh nghiệp luôn quan tâm đến khía cạnh con người của NashTech, bởi đây là yếu tố đem lại giá trị và thành công đến với khách hàng. Thông qua ba nền tảng cốt lõi:

1. Văn hóa tưởng thưởng
2. Văn hóa học tập không ngừng
3. NashTech - Ngôi nhà thứ hai của bạn.

NashTech tham vọng nhiều dự định nhằm mang đến cơ hội phát triển nghề nghiệp tốt nhất cho những nhân tài công nghệ.

Với năng lực công nghệ và nguồn nhân lực dồi dào, NashTech đã sẵn sàng để bước vào tương lai đầy hứa hẹn phía trước với một tâm trí vững vàng và tự tin.



LEARNING CULTURE



Ông Joshua James

Đồng Chủ tịch Ban Nguồn Nhân lực và Đào Tạo
Hiệp hội Doanh nghiệp Châu Âu tại Việt Nam

Có hai điều gây ấn tượng với ban cố vấn. Trước hết, gần 75% lực lượng lao động đã tham gia khảo sát, điều này cho thấy dữ liệu là đáng tin cậy. Thứ hai, mức độ nhận thức của nhân viên đối với các chương trình là đáng kể và thể hiện tốt sự gắn kết của nhân viên.

EMPLOYEES'
SECOND HOME



With more than 706 million members, LinkedIn is the largest professional network in the world and a popular choice among business professionals looking to advance their careers.

Use LinkedIn to find top talent and advertise your open jobs.



Hire

LinkedIn Recruiter

Find the best candidates and send them a message



Use 40+ filters to find the right hire



Know who is open to new jobs or more likely to respond



Integrate with other LinkedIn products to get data & save time

LinkedIn Jobs

Build a pipeline of candidates with Job Slots



Show your jobs to the most relevant candidates



Get higher quality hires faster



Use "Easy Apply" to allow candidates to easily apply for your jobs

Career Pages

Improve your employer brand



Show candidates content based on their skills & experience



Make employees your brand ambassadors



Improve your brand engagement

LinkedIn TALENT SOLUTIONS

Learn more at: <https://business.linkedin.com/talent-solutions>

anphabe^α
Connecting Opportunities!

IN PARTNERSHIP WITH



XÂY VĂN HÓA, GIỮ NHÂN TÀI

CÁCH NASHTECH GIẢI BÀI
TOÁN NHÂN LỰC
NGÀNH IT VIỆT NAM

NASHTECH - NGÔI NHÀ LÝ TƯỞNG CỦA NHỮNG NHÂN TÀI CÔNG NGHỆ

Âm nhạc vang lên, MC nhẹ nhàng cập nhật nhanh các tin tức nổi bật về công ty qua kênh radio quen thuộc, xen kẽ là các minigame giải trí vui nhộn hòa cùng tiếng đồng nghiệp nói cười rôm rả,... không gian làm việc chiều thứ Tư bỗng sôi động hẳn vì có NashTech Radio New Generation – một đặc sản văn hoá NashTech do chính Nasher (Cách NashTech gọi các thành viên trong công ty) sáng tạo nên.

Không chỉ có chương trình Radio giải trí hàng tuần, xuyên suốt trong năm, các Nasher luôn được trải nghiệm môi trường làm việc lý tưởng khi có sự cân bằng giữa khối lượng công việc và chế độ chăm sóc sức khỏe thể chất & tinh thần chu đáo. Điển hình như khi dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, 100% nhân viên NashTech được áp dụng chế độ làm việc tại nhà (WFH). Trong suốt 6 tháng triển khai WFH, NashTech liên tục tổ chức những hoạt động gắn kết dưới hình thức online như: mini game đồ vui hàng tuần, cuộc thi vẽ tranh dành cho con em Nasher, liên tục thực hiện những buổi chia sẻ về kỹ năng mềm, well-being workshop nhằm giúp nhân viên xóa bỏ áp lực trước tình hình dịch bệnh và xã hội có nhiều biến động.

Theo lời chia sẻ đến từ một Nasher trên trang Facebook cá nhân của anh “Môi trường tốt không tự nhiên mà có, môi trường tốt đến từ chúng ta. Khi đối xử với nhau như một gia đình, thì tự nhiên nơi đó sẽ có tình yêu thương”. NashTech trở thành điểm tựa tinh thần, ngôi nhà lý tưởng của hơn 2.000 nhân tài công nghệ trải đều khắp Bắc – Trung – Nam, bất chấp khó khăn do đại dịch Covid-19 kéo dài.



Giữ vững cam kết lấy con người làm trọng tâm phát triển của tổ chức, chúng tôi luôn hướng đến đảm bảo an toàn về thể chất lẫn tinh thần cho tất cả nhân viên. Trong bối cảnh khó khăn vì đại dịch, công ty luôn đảm bảo cung cấp thông tin liên lạc 2 chiều, duy trì các hoạt động tương tác trực tuyến để đảm bảo không nhân viên nào bị bỏ lại phía sau. Bên cạnh đó, chúng tôi tập trung xem xét lại các chính sách và ngân sách để đảm bảo những lợi ích chính đáng cho từng đối tượng nhân viên.

Ông Nguyễn Thuận Thành
APAC HR Director, NashTech



Bên cạnh các hoạt động chăm sóc toàn diện cho Nasher, NashTech còn một lần nữa nhấn mạnh nét văn hóa nhân văn với tinh thần “We care-We share” từ NashTech đến với mỗi nhân viên, từ mỗi nhân viên đến xã hội được xây đắp qua hơn 21 năm hình thành và phát triển, thông qua những hành động chung sức đồng lòng trong việc đóng góp và lan tỏa những giá trị, hành động tốt đẹp đến cộng đồng cùng sự tham gia của 100% nhân viên. Các hoạt động cộng đồng như: Ủng hộ trang thiết bị y tế cho lực lượng tuyến đầu chống dịch; Cung cấp bữa ăn miễn phí cho người có hoàn cảnh khó khăn; Trao nhiều gói học bổng, đồ ăn cho những trẻ em thiếu may mắn tại vùng núi phía Bắc,... luôn được ban lãnh đạo và toàn thể Nasher chung sức tham gia và duy trì.



Tinh thần “We care-We share” tại NashTech được lan tỏa rộng rãi thông qua nhiều hoạt động cộng đồng ý nghĩa.

Với sự sâu sát toàn diện, NashTech tạo nên điểm nhấn khác biệt trong văn hóa doanh nghiệp, giúp thu hút, giữ chân nhân tài công nghệ gắn bó lâu dài cùng tổ chức.

VĂN HÓA HỌC TẬP - SỨ MỆNH ĐÓNG GÓP

NashTech tự hào là đơn vị nuôi dưỡng và phát triển 3 trên 5 MVP (Most Valuable Person) của Microsoft tại Việt Nam, những nhân sự này hiện đang là những kỹ sư xuất sắc của Công ty. Với bề dày lịch sử hơn 20 năm, giải thưởng MVP là sự công nhận danh giá dành cho những "thủ lĩnh cộng đồng" xuất sắc, những người tích cực chia sẻ niềm đam mê, kiến thức và kinh nghiệm cho cộng đồng công nghệ.

Đặc biệt, NashTech còn ghi dấu ấn trong cộng đồng IT, doanh nghiệp Việt Nam bởi triết lý lấy con người làm trọng tâm phát triển, phục vụ; dùng sức mạnh công nghệ để cải thiện cuộc sống, thực hiện các trách nhiệm xã hội vì mục đích nhân văn. NashTech, với bề dày kinh nghiệm, kiến thức công nghệ cùng thế mạnh trong việc đào tạo, từ năm 2020, Công ty tiên phong triển khai chương trình The Rookies - Chương trình tuyển chọn và đào tạo kỹ thuật chuyên sâu dành cho các sinh viên hoàn toàn miễn phí. The Rookies đã củng cố năng lực và sứ mệnh "Đóng góp lại cho xã hội" của NashTech khi mạnh dạn dùng chính nguồn lực nội bộ của Công ty, đào tạo nên những lớp kỹ sư công nghệ trẻ, chất lượng; bổ sung vào nguồn nhân sự có chuyên môn cho xã hội.

NashTech tự hào khi đã xây dựng thành công văn hóa học hỏi, chia sẻ. Hàng trăm khóa đào tạo nội bộ với trung bình hơn 250 giờ học/năm cho nhân viên được triển khai thành công, số lượng trainer (người hướng dẫn) tăng lên sau mỗi quý là minh chứng rõ ràng cho tinh thần ham học hỏi, luôn sẵn lòng chia sẻ tại NashTech.

Đã có hàng nghìn các kỹ sư, nhà quản lý đi lên từ cái nôi NashTech đang lan tỏa và đóng góp giá trị không chỉ tại NashTech mà còn trong nhiều công ty khác tại Việt Nam cũng như trên thế giới.

Ông Nguyễn Hùng Cường
Giám đốc NashTech tại Việt Nam



TRÂN TRỌNG NỖ LỰC - GHI NHẬN XỨNG ĐÁNG

NashTech luôn hướng đến xây dựng môi trường giúp nhân viên phát triển toàn diện, nơi mỗi cá nhân cố gắng ghi dấu thành công bằng chính những năng lực và tâm huyết của mình thông qua kết quả làm việc mỗi ngày. Tại đây, mỗi Nasher luôn được khuyến khích phát triển tài năng thông qua niềm tin và được trao quyền để hết mình say công việc, vui cuộc sống. NashTech khuyến khích mọi người bứt phá giới hạn của chính mình, tạo ra những cột mốc chiến thắng cho chính bản thân trên con đường sự nghiệp cũng như đóng góp vào thành tựu chung của Công ty. Mỗi hoạt động ghi nhận, tưởng thưởng tại NashTech dành cho nhân viên luôn được bắt nguồn từ sự trân trọng nhân tài và tri ân những giá trị mà Nasher cống hiến.



Công ty đầu tư tổ chức lễ Vinh danh "Best Employee of the year" trong tiệc Year End Party hàng năm nhằm ghi nhận đóng góp của các nhân sự xuất sắc cho tổ chức.



Ban Giám Đốc trao giải Service Award tại tận bàn làm việc của nhân viên.



Những cá nhân/dự án có thành tích xuất sắc thường xuyên được vinh danh qua kênh truyền thông nội bộ của công ty.

Thuộc tập đoàn Harvey Nash - Vương quốc Anh, NashTech là công ty công nghệ toàn cầu, mang đến dịch vụ tư vấn, phát triển, cung cấp những giải pháp phần mềm cho các doanh nghiệp trên toàn thế giới. Với gần 2000 chuyên gia công nghệ hàng đầu tại Việt Nam, NashTech tự tin với nguồn nhân lực dồi dào, nguồn tri thức cùng khả năng chiếm lĩnh công nghệ, mang đến những giải pháp sáng tạo, tối ưu đáp ứng một cách tốt nhất yêu cầu của khách hàng.

Xem thêm thông tin về NashTech tại:

Website: <https://careers.nashtechglobal.com/>

Facebook: <https://www.facebook.com/NashTechCareer>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/nashtech-global>

Với nền tảng văn hóa doanh nghiệp vững chắc, NashTech tạo dựng một môi trường làm việc lý tưởng và hạnh phúc với nhiều cơ hội phát triển toàn diện, thăng tiến nhanh và tương thưởng hấp dẫn cho tất cả nhân viên. Nhờ đó, công ty cũng chủ động "trị" được căn bệnh trầm kha của thị trường nhân lực trong ngành: thiếu nhân lực chất lượng cao và cạnh tranh nhân tài thiếu bền vững, càng củng cố thêm trách nhiệm xây dựng năng lực cho nhân tài ngành công nghệ mà NashTech đã và đang hướng đến.



THU HÚT NHÂN TÀI

Hạng mục này tôn vinh sự xuất sắc và đột phá trong chiến lược tuyển dụng & xây dựng Thương hiệu Nhà tuyển dụng (THNTD), phục vụ hiệu quả mục tiêu phát triển. Doanh nghiệp cần chứng minh được tính hiệu quả của việc Lập kế hoạch nguồn nhân lực, Định vị THNTD hoặc chiến lược tuyển dụng, v.v với các kết quả được đo lường rõ ràng.





2020 là một năm hưng thịnh của OCB, khi Ban Giám Đốc và toàn thể nhân viên chung tay giải quyết các vấn đề về thương hiệu nhà tuyển dụng và những tác động của Covid-19, cải thiện quy trình Nhân sự và nâng cao chất lượng tuyển dụng.

Nhờ vậy, bất chấp đại dịch, OCB vẫn đạt được những thành tựu kinh doanh ấn tượng và ứng dụng thành công công nghệ vào quy trình nhân sự, kéo giảm tỷ lệ nghỉ việc và lan tỏa thương hiệu nhà tuyển dụng tới các thế hệ nhân tài tiềm năng.



EMPLOYER BRANDING
RIGHT PEOPLE RIGHT JOBS
DIGITIZING HR PROCESSES



TS. Vũ Tiến Lộc

Nguyên Chủ tịch Phòng Thương Mại & Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

OCB đã thu hút sự chú ý của chúng tôi với việc đầu tư sáng tạo vào việc số hóa quy trình nhân sự, từ đó cải thiện thành tích thu hút nhân tài của họ, mang lại cho các nhà quản lý tuyển dụng và ứng viên sự hài lòng trong quá trình trải nghiệm cũng như kết quả mà họ mong muốn.



CANDIDATE
EXPERIENCE

viettel

Theo cách của bạn

EMPLOYEE
EXPERIENCE



EMPLOYER
BRANDING



DIGITAL
COMMUNICATION

Với nhu cầu cực lớn về nhân tài chất lượng cao để mở rộng quy mô, Viettel đã chọn lối đi khác biệt và tập trung vào quy hoạch nguồn nhân lực bền vững. Bắt đầu từ việc xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng đẳng cấp thế giới, tận dụng các sáng kiến thu hút nhân tài, nuôi dưỡng nhân tài và 'săn' chuyên gia.

Trong suốt 30 năm qua Viettel đã khẳng định vị thế là một trong những công ty viễn thông phát triển nhanh nhất tại Việt Nam, và mới đây Viettel đã công bố sứ mệnh mới "Tiên phong kiến tạo xã hội số". Cuối năm 2020, Viettel đã hình thành 06 nền tảng chủ đạo của một xã hội số gồm hạ tầng số, giải pháp số, nội dung số, tài chính số, an ninh mạng và Nghiên cứu sản xuất công nghệ công nghệ cao. Viettel đã làm tốt trong quá khứ, tuy nhiên, tất cả chỉ là sự khởi đầu, Viettel sẽ thu hút những ứng viên tài năng và tiến bộ nhất thông qua việc củng cố thương hiệu tuyển dụng của Tập đoàn.



Ông Chad Ovel

Chủ tịch Hiệp hội Thương mại Mỹ tại Việt Nam
Tổng giám đốc Mekong Capital

Viettel đã khắc phục được hình ảnh thương hiệu nhà tuyển dụng kém hấp dẫn trước đây như "kỷ luật quân đội" và "doanh nghiệp nhà nước" để thu hút những nhân tài hàng đầu trong lĩnh vực dữ liệu lớn, giải pháp kỹ thuật số bằng cách quyết tâm tái định vị thương hiệu nhà tuyển dụng, trở nên cởi mở, tự chủ và toàn diện. Rất ấn tượng, họ đã tận dụng sức mạnh của mạng xã hội để tái tạo hình ảnh của mình một cách hài hòa và phong phú về nội dung.

DIGITAL WORKPLACE

DIGITAL COLLABORATION

DIGITAL WORK

TRẢI NGHIỆM
SỰ **Tinh tế**
Đẳng cấp

Chỉ từ

800.000đ





GẮN KẾT NHÂN VIÊN

Hạng mục này trao cho các doanh nghiệp có chiến lược toàn diện, kết nối được sự gắn kết của nhân viên với hiệu quả kinh doanh và giữ chân nhân tài. Doanh nghiệp cần chứng minh được các định hướng và sáng kiến cụ thể giúp thúc đẩy nỗ lực tự nguyện & cam kết gắn bó dài hạn của nhân viên.



EMPLOYER BRAND & EMPLOYEE VALUE PROPOSITION



Nhằm xây dựng nền tảng vững chắc cho mục tiêu chung National Champion, ITL tập trung vào chiến lược xây dựng và phát triển đội ngũ, đào tạo nhân tài linh hoạt và gắn kết với công ty, bằng cách nỗ lực tạo ra môi trường làm việc chuyên nghiệp, sáng tạo và thúc đẩy các hoạt động GẮN KẾT NHÂN VIÊN với các động lực chính: Một công việc ý nghĩa là yếu tố gắn kết chủ đạo; Xây dựng Thương hiệu Nhà tuyển dụng (THNTD) và định vị THNTD uy tín; Tiếp tục củng cố sức mạnh tập thể bằng DNA "No Pain - No Gain" & đặt Nhân Viên Là Trọng Tâm trong mọi hoạt động; Xây dựng sự đoàn kết, gắn bó của đội ngũ vào mục tiêu chung và sẵn sàng cho những cấp độ phát triển tiếp theo của ITL. Với những nỗ lực của mình, ITL đã thành công trong việc đáp ứng những kì vọng của các thế hệ nhân viên, tạo ra mối liên hệ gắn kết, tin tưởng giữa đội ngũ với công ty, từ đó tạo ra nhiều giá trị hơn nữa cho khách hàng và thị trường.



TS. Vũ Tiến Lộc

Nguyên Chủ tịch Phòng Thương Mại & Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

Về ITL, với chiến lược nhân sự lấy nhân viên làm trung tâm và việc thực hiện hướng tới kế hoạch trở thành Nhà vô địch quốc gia vào năm 2024, họ thực sự là một ví dụ điển hình về Nhân sự xuất sắc.



"NO PAIN - NO GAIN" DNA

EMPLOYEE CENTRICITY

MEANINGFUL JOB



Generali Việt Nam chú trọng mang đến trải nghiệm đa dạng cho đội ngũ nhân viên – các Gentizen, thông qua các hình thức truyền thông và gắn kết đa dạng.

Tất cả nỗ lực đều nhằm tạo ra một nơi làm việc giúp nhân viên có thể HỌC HỎI, PHÁT TRIỂN, VUI SỐNG và TỰ HÀO thông qua các trải nghiệm, đồng thời cảm nhận được sự quan tâm từ những điều nhỏ nhất.



Ông Chad Ovel

Chủ tịch Hiệp hội Thương Mại Mỹ tại Việt Nam
Tổng giám đốc Mekong Capital

Với sự quan tâm và chú ý đem đến yếu tố vui vẻ trong từng hoạt động nội bộ, đội ngũ nhân sự tại Generali Việt Nam đã chuyển đổi những hoạt động được coi là tiêu chuẩn của ngành hoặc các hoạt động gắn kết nhân viên điển hình và đưa lên một tầm cao mới.



DIVERSIFIED EXPERIENCE



EMPOWERED CULTURE

Chiến lược Gắn kết Nhân viên nhằm tái gắn kết, tái tạo năng lượng và sắp xếp lại tổ chức cho tương lai đã tạo nền tảng và đảm bảo quá trình chuyển đổi thành công tại BAT Việt Nam. Tính đến tháng 12/2020, BAT đạt 90% tỷ lệ giữ chân nhân tài, bất chấp khó khăn.

Bắt đầu hoạt động tại Việt Nam năm 1994, BAT hiện là một trong những công ty đa quốc gia hàng đầu ngành FMCG trong 23 năm qua.



STRONG EMPLOYER BRAND



Ông Joshua James

Đồng Chủ tịch Ban Nguồn Nhân Lực và Đào Tạo
Hiệp hội Doanh nghiệp Châu Âu tại Việt Nam

BAT đã phát triển một chiến lược gắn kết nhân sự toàn diện nhằm đảm bảo sự gắn kết thông qua Văn hóa, Phát triển nghề nghiệp và Thương hiệu nhà tuyển dụng. Với thời gian lâu dài và phạm vi áp dụng trên toàn cầu, chiến lược gắn kết đã thực sự thu hút được sự quan tâm và hưởng ứng của đội ngũ nhân viên BAT, cũng như sự tham gia và hài lòng từ các cấp lãnh đạo đã được phản ánh trực tiếp qua kết quả khảo sát và kinh doanh của doanh nghiệp.



CAREER DEVELOPMENT



ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ & ĐỘT PHÁ NHÂN SỰ

Khi công nghệ ngày càng được ứng dụng sâu rộng trong quản trị nhân sự, hạng mục này ghi nhận các tổ chức đã có những cách làm đột phá và ứng dụng thành công kỹ thuật, công nghệ, phân tích dữ liệu... vào việc phát triển và quản lý nguồn nhân lực. Doanh nghiệp cần chứng minh được tính hiệu quả của việc nâng cao trải nghiệm của nhân viên và cải thiện các hoạt động nhân sự.



INNOVATION CULTURE



Ông Chad Ovel

Chủ tịch Hiệp hội Thương Mại Mỹ tại Việt Nam
Tổng giám đốc Mekong Capital

Thay vì áp dụng những thứ có sẵn trên thị trường, Đội ngũ Nhân sự tại Generali Việt Nam đã rất thông minh khi tận dụng đội ngũ công nghệ nội bộ của công ty để phát triển một giải pháp kỹ thuật số ghi nhận và tưởng thưởng cụ thể tới từng nhân viên, cũng như xây dựng bằng lộ trình phát triển nghề nghiệp cá nhân hóa cho mỗi nhân viên.



Bên cạnh thực hiện tốt nhất công việc về con người, bộ phận Nhân sự của Generali Việt Nam còn tập trung nhiều vào định hướng lấy nhân viên làm trung tâm, áp dụng tư duy "đột phá" để mang lại sự đổi mới và chuyển đổi số, giúp nhân viên tiếp cận các "dịch vụ Nhân sự" thuận lợi hơn, góp phần gia tăng giá trị cho nhân viên.



DISRUPTIVE MINDSET

DIGITALIZATION



OPEN TALENT
MARKET (OTM)

HR TECHNOLOGY SHIFT



EMPLOYEE LIFE CYCLE

Sứ mệnh của Schneider là trao quyền để mọi người tối ưu hóa năng lượng và nguồn lực, hướng tới một tương lai tiến bộ và bền vững hơn cho tất cả. Tại Schneider, chúng tôi gọi đó là Cuộc sống Thăng hoa. Chúng tôi tin rằng tiếp cận năng lượng và giải pháp kỹ thuật số là quyền cơ bản của con người. Chúng tôi cung cấp các giải pháp kỹ thuật số tự động hóa và năng lượng để mang đến hiệu quả sử dụng năng lượng và phát triển bền vững.

Tại Schneider, chúng tôi mang đến trải nghiệm kỹ thuật số đẳng cấp cho nhân viên giống như cách chúng tôi phục vụ khách hàng. Với sức mạnh của tự động hóa, quy trình tinh gọn và các hệ thống lấy con người làm trung tâm dựa trên nền tảng AI, chúng tôi luôn hướng tới việc đảm bảo mọi nhân viên đều được hòa nhập, trao quyền và không ngừng học hỏi và làm chủ sự nghiệp theo cách riêng của chính mình.



Ông Chad Ovel

Chủ tịch Hiệp hội Thương Mại Mỹ tại Việt Nam
Tổng giám đốc Mekong Capital

Schneider đã giải quyết được mục tiêu của mọi người là đặt việc thăng tiến nội bộ lên trên tuyển dụng bên ngoài bằng cách xây dựng một giải pháp công nghệ sáng tạo cho phép tuyển dụng nội bộ bằng cách ghép nguyện vọng cá nhân của nhân viên với dự án và cơ hội việc làm phù hợp.

Tôi đã được truyền cảm hứng rất nhiều từ tầm nhìn và thành tích của họ trong việc tận dụng lực lượng lao động nội bộ, đặc biệt là từ góc nhìn về việc họ đã làm rất tốt khi bổ sung vào nội dung phù hợp với Việt Nam.

EMPLOYEE
EXPERIENCE

viettel

Theo cách của bạn



DIGITIZING
WORKPLACE



Trong hành trình 30 năm phát triển và mở rộng, Viettel đã trở thành doanh nghiệp quốc tế tầm cỡ & thương hiệu giá trị nhất Việt Nam (theo Brand Finance). Ngoài Viễn thông, Viettel còn hoạt động trong lĩnh vực Nghiên cứu Sản xuất công nghệ cao, Dịch vụ số, Dịch vụ Bưu chính, Xây lắp công trình, Thương mại, XNK, IDC và nhiều lĩnh vực khác.

Bất chấp khó khăn về bản chất công ty & những biến động thị trường, Viettel đã chuyển đổi và tái cơ cấu thành công, trong đó số hóa nơi làm việc chính là điểm nhấn ấn tượng giúp thúc đẩy sự hợp tác và hiệu quả tại Viettel.

TRANSFORMING
& RESTRUCTURING



Ông Chad Ovel

Chủ tịch Hiệp hội Thương Mại Mỹ tại Việt Nam
Tổng giám đốc Mekong Capital

Điều thực sự đáng chú ý trong quá trình chuyển đổi kỹ thuật số nhân sự tại Viettel là cách đội ngũ nhân sự làm việc đa chức năng với tất cả các bên liên quan chính, từ Kinh doanh, Vận hành cho đến Tài chính để đảm bảo các công cụ làm việc kỹ thuật số không chỉ cải thiện hiệu suất mà còn tập trung nhiều vào việc nâng cao trải nghiệm nhân viên. Họ rõ ràng đặt nhân viên lên hàng đầu, điều hiếm thấy trong quá trình chuyển đổi kỹ thuật số.

IMPROVING COLLABORATION & EFFICIENCY



AN SINH TẠI MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC

Hạng mục này tôn vinh các doanh nghiệp coi hạnh phúc toàn diện của nhân viên là trung tâm. Doanh nghiệp đạt giải cần có chiến lược xuất sắc để đảm bảo an sinh sức khỏe - dù là tinh thần, thể chất, tình cảm, tài chính - cho lực lượng lao động, góp phần cải thiện sự gắn kết và hiệu quả kinh doanh của nhân viên.





Thấu hiểu và thể hiện sự chăm sóc đến từng nhân viên và gia đình của họ, Saint-Gobain Việt Nam luôn cải tiến và đổi mới các hoạt động phúc lợi nhằm xây dựng một môi trường làm việc cởi mở, an toàn và hạnh phúc cho nhân viên. Nhiều chính sách và sáng kiến được đưa ra trong bối cảnh tác động của đại dịch Covid-19 nhằm đảm bảo sức khỏe của nhân viên, đối tác và duy trì các hoạt động kinh doanh trong điều kiện an toàn. Đây luôn là ưu tiên hàng đầu trong tất cả các hoạt động của Saint-Gobain Việt Nam; giúp xây dựng và thúc đẩy mạnh mẽ văn hóa CARE trong công ty.

Kết quả là, 46% nhân viên tuyển dụng mới trong năm 2020 là do nhân viên đang làm việc tại Saint-Gobain Việt Nam giới thiệu. Đồng thời, công ty còn cải thiện mức độ hạnh phúc của nhân viên và đạt được kết quả kinh doanh vượt trội.

CARING CULTURE



HAPPY WORKPLACE

QUICK RESPONSE



Ông Simon Fraser

Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Úc tại Việt Nam

Bên cạnh việc nâng cao kỹ năng nội bộ, đội ngũ Nhân sự của Saint-Gobain đã nhanh chóng xây dựng và đảm bảo các điều kiện làm việc an toàn cho nhân viên (tại khu vực sản xuất và tại nhà). Nhân viên cũng được khuyến khích để lan tỏa sự quan tâm được chia sẻ nội bộ đến từng khách hàng và đối tác. Họ đã đạt được kết quả kinh doanh khá khả quan cũng như nhận được sự ủng hộ từ nhân viên, với rất nhiều ý tưởng mới được hình thành vào năm 2020.

EMPLOYEE HEALTH & SAFETY



- Phấn đấu xây dựng VPBank trở thành "Miền đất Nhân tài" và là Nơi làm việc Hạnh phúc nhất Việt Nam, VPBank tập trung vào chiến lược nhân sự tối đa hóa an sinh cho nhân viên, cam kết xây dựng môi trường làm việc hợp tác đa dạng, tôn trọng và gắn kết để tạo ra kết quả xuất sắc.

- Nhiều sáng kiến & chương trình trong hai lĩnh vực chính Tài chính và Phi Tài chính đã được triển khai, nhất quán theo phương châm: "Vì sự thịnh vượng của mỗi nhân viên" (Tài chính, Thể chất và Tinh thần).

FOR THE PROSPERITY OF EACH EMPLOYEE



Ông Simon Fraser

Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Úc tại Việt Nam

Hồ sơ của VPBank đã gây ấn tượng tốt với hội đồng cổ vấn, với sự cam kết chân thành về An sinh và Phát triển của nhân viên, đảm bảo kết quả kinh doanh của ngân hàng. VPBank đã áp dụng chiến lược toàn diện bao trùm nhiều mặt, tập trung vào hành trình cải thiện An sinh tại môi trường làm việc. Đặc biệt trong tình hình dịch Covid-19, chiến lược này của VPBank đã đảm bảo cả các khía cạnh Tài chính và phi Tài chính cho nhân viên.



WORKPLACE



RESPECTIVE &
ENGAGED WORKPLAC



Good Food, Good Life



SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Covid-19 mang đến những thách thức mới và nhiều thay đổi hành vi của người tiêu dùng. Cùng với sự đa dạng hóa về lực lượng lao động bên trong tổ chức, Ban lãnh đạo Nestlé không ngừng lắng nghe để thấu hiểu nhân viên nhằm đưa ra những chiến lược an sinh phù hợp, không chỉ đáp ứng những mong đợi ở thời điểm hiện tại, nhưng còn có thể linh động chuyển hóa cho những nhu cầu trong tương lai, để cùng hướng đến mục đích chung là "tối ưu hóa vai trò của thực phẩm để nâng cao chất lượng cuộc sống của người Việt Nam hôm nay và cho cả những thế hệ mai sau".



Bà Bùi Kim Thùy

Đại diện Việt Nam tại Hội đồng Kinh doanh Hoa Kỳ - ASEAN Thành viên Hội đồng Cố vấn Harvard - Asia Pacific

Hội đồng cố vấn đánh giá cao thiết kế và phương pháp thực hiện chu đáo trong chiến lược của Nestlé. Trong đó mỗi quan tâm hàng đầu của nhân viên được đặt làm cốt lõi, đặc biệt là dưới ảnh hưởng của Covid-19. Hơn hết, những cách thức sáng tạo để ghi nhận nỗ lực và các hoạt động gắn kết của Nestlé cũng đã thổi một luồng gió mới cho lực lượng lao động nội bộ, đạt được kết quả kinh doanh mong muốn và tỷ lệ nghỉ việc thấp.

BỐN CHỮ

TAO NÊN SỰ KHÁC BIỆT VỀ AN SINH TẠI NESTLÉ VIỆT NAM



TP.HCM, vài ngày trước khi chính thức giãn cách toàn diện theo chỉ thị 16, đường phố bỗng đông đúc trở lại. Người dân tranh thủ mua hàng hóa dự trữ trước “giờ G”. Tại các siêu thị, cuộc đua cung ứng sản phẩm thiết yếu “nóng” lên từng giờ.

NHỮNG NGƯỜI THẦM LẶNG BẢO TOÀN DÒNG CHẢY HỆ THỐNG

Thay vì ở nhà tránh dịch, các nhân viên bán hàng vẫn tất bật sắp xếp sản phẩm để đảm bảo nhu yếu phẩm của Nestlé đầy đủ trên kệ hàng. Cùng lúc đó, tại nhà riêng anh Võ Văn Lực, bộ phận cung ứng, không ngớt cuộc gọi với nhà kho và tài xế giao hàng để cập nhật hàng hóa, đảm bảo sản phẩm được giao nhận đúng nơi, kịp lắp đầy quầy trước giờ siêu thị mở cửa.



Anh **VÕ VĂN LỰC**
Bộ phận cung ứng, Nestlé Việt Nam



Bộ phận bán hàng tất bật sắp xếp sản phẩm để đảm bảo nhu yếu phẩm của Nestlé đầy đủ trên kệ hàng



Không chỉ những nhân viên bán hàng hay phòng cung ứng, cả lực lượng “tiền tuyến” của Nestlé “vào guồng” nhanh hơn bao giờ hết. Ngày thường đã bận rộn, những ngày đại dịch, ai nấy như trên đường đua để đưa sản phẩm đến các kênh phân phối, phục vụ hàng triệu gia đình Việt.

Để dòng chảy cung ứng của Nestlé kết nối liền mạch, không thể thiếu sự hỗ trợ của những người làm sản xuất. Trong suốt 2 tháng liền, gần 1.200 nhân viên tại 4/6 nhà máy của Nestlé vẫn bám trụ sản xuất.

Ở nhà máy Trị An, mọi không gian được tận dụng làm nơi lưu trú, đầy đủ tiện nghi để nhân viên được đảm bảo sức khỏe và ổn định tinh thần làm việc. Còn với chị Đặng Hoài Bảo Trân, nhân viên bộ phận Phát triển sản phẩm tại nhà máy Trị An, nhìn lại thời gian làm việc “3 tại chỗ”, chị chia sẻ: “Ban đầu cũng lo, nhưng đi vào rồi, có anh em cùng làm, có quy trình an toàn nghiêm ngặt, mình an tâm và không sợ cô đơn.”



Gần 1.200 nhân viên tại 4/6 nhà máy của Nestlé vẫn bám trụ sản xuất để đảm bảo dòng chảy cung ứng vẫn kết nối liền mạch.

“Chúng tôi tập trung vào các chính sách giúp nhân viên làm việc 3 tại chỗ, cũng như làm việc từ xa hiệu quả, đồng thời ưu tiên hỗ trợ y tế cho nhân viên và gia đình của họ. Đảm bảo để nhân viên an toàn, mạnh khỏe và được kết nối là ưu tiên hàng đầu của công ty.

Bà **TRƯƠNG BÍCH ĐÀO**
Giám đốc Nhân sự Nestlé Việt Nam

ĐẦU TƯ VÀO AN SINH TẠI NƠI LÀM VIỆC GIÚP KHƠI THÔNG SỨC MẠNH TẬP THỂ

Bí quyết để Nestlé tập hợp sức mạnh tập thể và duy trì sự phối hợp nhịp nhàng giữa “tiền tuyến” và “hậu phương” đến từ nền tảng an sinh tại nơi làm việc, bao gồm đảm bảo sức khỏe thể chất và tinh thần của nhân viên. Các hoạt động ghi nhận và tưởng thưởng được thực hiện kịp thời qua hình thức trực tuyến, vẫn đảm bảo các quyền lợi cơ bản và giúp củng cố tinh thần nhân viên trong mùa dịch.

“Đội mình vẫn duy trì sản xuất, quyền lợi được đảm bảo đầy đủ, lại còn được công ty hỗ trợ tức thì, khi dịch lan rộng.” – Anh Mai Trần Thế Sơn – Nhân viên Kỹ thuật nhà máy Bình An, chia sẻ.



Nền tảng này càng vững chắc hơn khi có sự cam kết đồng hành từ ban lãnh đạo công ty thông qua các quyết định nhanh chóng và hành động thiết thực. Khi thấy nhân viên nhà thầu trong căn-tin mệt sau tiêm vắc-xin, bà Imelda Mayasari - Giám đốc nhà máy Đồng Nai cùng ban lãnh đạo xắn tay áo, tự mình vào bếp chuẩn bị bữa ăn cho hơn 400 nhân viên tại đây.



Nestlé Việt Nam còn tổ chức giao lưu trực tuyến toàn công ty, mời các chuyên gia cập nhật thông tin và kiến thức về chăm sóc sức khỏe cho nhân viên. Các hoạt động gắn kết nội bộ, từ Thử thách ảo “Stay Healthy” với nhóm nhân viên làm việc tại nhà, cho đến tập thể dục buổi sáng cùng nhau, xem phim cuối tuần (Movie & Chill), tổ chức thánh lễ trực tuyến tại nhà máy được tổ chức phù hợp với thực tế ở từng địa điểm. Tất cả nhằm tăng cường sợi dây kết nối giữa nhân viên với nhau và với công ty.



Nhà máy Trị An bố trí không gian trang nghiêm để tổ chức thánh lễ trực tuyến cho nhân viên thực hiện 3 tại chỗ tham gia.

Trong tất cả hoạt động, chúng tôi đều hướng đến mục tiêu gia tăng sức khỏe thể chất và tinh thần của nhân viên. Để đạt mục tiêu đó, có bốn khía cạnh đặc biệt mà chúng tôi luôn cam kết, đó là **Tài chính - Tinh thần - Tình cảm - Thể chất**.

Bà **TRƯƠNG BÍCH ĐÀO** chia sẻ

TÀI CHÍNH

Lương thưởng cạnh tranh, dựa trên hiệu suất. Nestlé Việt Nam tin đây là điều quan trọng để bắt đầu cuộc sống tốt cho nhân viên và người thân của họ.

TÌNH CẢM

Cống hiến hết mình, không thiếu niềm vui. Nestlé Việt Nam xây dựng văn hóa minh bạch và tin cậy với tinh thần “một tập thể - một mục tiêu” và thái độ “phản biện tích cực - thống nhất nhanh chóng - đồng lòng thực hiện”.

TINH THẦN

Môi trường đa dạng và hòa nhập, khuyến khích nhân viên tự tin đồng hành cùng đội ngũ lãnh đạo hướng về kết quả chung và đóng góp ý nghĩa cho xã hội.

THỂ CHẤT

Tất cả nhân viên Nestlé Việt Nam được trang bị kiến thức để mỗi người trở thành một đại sứ cho lối sống lành mạnh.

Đây cũng là minh chứng cho môi trường làm việc của Nestlé Việt Nam – nơi mà mỗi nhân viên có thể #SparkYourWay - phát huy tối đa tiềm năng của bản thân, tự hào khi được sát cánh với một đội ngũ xuất sắc, với những lãnh đạo tận tâm và những thành viên không ngừng vươn lên, để chung tay cùng Nestlé nỗ lực từng ngày nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống và góp phần vào một tương lai khỏe mạnh, hạnh phúc hơn cho người Việt Nam.

Với nhiều tổ chức lớn, trong những lúc nhiều biến động và thách thức, các mối liên kết trong hệ thống dễ bị đứt gãy. Nhưng Nestlé Việt Nam vẫn trụ vững trong khó khăn, duy trì sợi dây gắn kết nội bộ và đảm bảo an toàn cho đội ngũ. Hơn thế, nhân viên Nestlé Việt Nam đã và đang chung tay đưa sản phẩm đến hàng triệu người dân Việt Nam và đóng góp tích cực cho sự phát triển bền vững của các cộng đồng địa phương.

Trực thuộc tập đoàn Nestlé, tập đoàn hàng đầu thế giới về dinh dưỡng, sức khỏe và sống vui khỏe có trụ sở tại Vevey – Thụy Sĩ và có mặt trên 190 quốc gia trên thế giới, công ty Nestlé Việt Nam được thành lập từ năm 1995 đã liên tục mở rộng đầu tư, đa dạng hóa các sản phẩm phục vụ nhu cầu thực phẩm, dinh dưỡng với mục tiêu tối ưu hóa vai trò của thực phẩm để nâng cao chất lượng cuộc sống của mọi người, hôm nay và những thế hệ mai sau.

Công ty Nestlé Việt Nam đã được Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội trao tặng bằng khen “Doanh nghiệp Tiêu biểu vì Người Lao động”. Công ty cũng liên tục nhận được các giải thưởng từ năm 2015 của các tổ chức uy tín hàng đầu trong lĩnh vực giải pháp nhân sự.

Thông tin thêm tại:

www.nestle.com.vn

<https://www.linkedin.com/company/nestle-s-a->



ĐÀO TẠO & PHÁT TRIỂN NHÂN VIÊN

Hạng mục này ghi nhận sự xuất sắc trong việc thiết kế và thực thi chiến lược đào tạo & phát triển đội ngũ nhân lực tiên tiến, giúp gia tăng kỹ năng, kiến thức cũng như nâng tầm tư duy của nhân viên để không ngừng thích nghi và đáp ứng những thay đổi liên tục của môi trường kinh doanh.

Deloitte.

SAINT-GOBAIN

Sacombank

VPBank

Deloitte.

LONG-TERM INVESTMENT

EMPLOYEES GROWTH



Tạo dựng những giá trị lâu bền và hoạt động hướng tới sự phát triển bền vững luôn luôn là sứ mệnh của Deloitte Việt Nam trong suốt ba thập kỷ kiến tạo ảnh hưởng tích cực tới Khách hàng, Nhân viên và Cộng đồng.

HOLISTIC DEVELOPMENT



Bà Bùi Kim Thùy

Đại diện Việt Nam tại Hội đồng Kinh doanh
Hoa Kỳ - ASEAN Thành viên Hội đồng Cố
vấn Harvard - Asia Pacific

Là một doanh nghiệp với tài sản lớn nhất là con người, Deloitte đã cho thấy sự nghiêm túc trong việc đầu tư cho phát triển nhân tài, qua việc ứng dụng các nền tảng học tập AI có khả năng công nghệ, trường đại học thực sự cho các chuyên gia Deloitte, trải nghiệm nâng cao cơ hội tập trung vào quản lý hiệu suất tiến bộ và phát triển các nhà lãnh đạo tương lai. Chúng tôi tiếp tục mong đợi được nhìn thấy ngày càng nhiều nhà lãnh đạo Việt Nam tốt nghiệp từ các chương trình của Deloitte trong tương lai.





Dù phải đối mặt với nhiều thách thức cả bên trong lẫn bên ngoài nhưng Saint-Gobain Việt Nam vẫn thực thi xuất sắc chiến lược học hỏi linh hoạt và phát triển nhân viên trong tổ chức: thông qua các hoạt động như xây dựng tâm thế mở & thái độ đón chào những điều mới; đồng nhất khung năng lực và đánh giá kết quả hoạt động giữa các đơn vị kinh doanh; phản ứng nhanh với những thay đổi trên thị trường.

Mỗi nhân viên được khuyến khích sử dụng nhiều phương thức để học tập, chia sẻ và đưa ra phản hồi xây dựng; và thúc đẩy mạnh mẽ hoạt động học tập trực tuyến trên các nền tảng khác nhau; với tổng số 19.452 giờ đào tạo đã được thực hiện. Từ đó, nhân viên cảm thấy tự hào về công ty và tin tưởng về tương lai của Saint-Gobain.



AGILE LEARNING

STANDARDIZE
CAPACITY FRAMEWORK



Bà Bùi Kim Thùy

Đại diện Việt Nam tại Hội đồng Kinh doanh
Hoa Kỳ - ASEAN Thành viên Hội đồng Cố vấn
Harvard - Asia Pacific

Saint-Gobain đã ghi điểm cao với ban giám khảo khi tập trung vào chi tiết đổi mới chiến lược Đào tạo & Phát triển, trong bối cảnh đầy thử thách khi hợp nhất các doanh nghiệp đã mua lại với các đội ngũ lao động với văn hóa khác nhau. Đội ngũ nhân sự đã thiết kế một quy trình phù hợp cho các chương trình đào tạo & phát triển để cải thiện kỹ năng của nhân viên từng phòng ban, đồng thời tận dụng các cơ hội đó để giảm thiểu SILO (giữa các phòng ban) thông qua những buổi chia sẻ kinh nghiệm và phản hồi. Họ đã đạt được kết quả kinh doanh khá khả quan cũng như nhận được sự ủng hộ từ nhân viên, với rất nhiều ý tưởng mới được hình thành vào năm 2020.

OPEN & GROW MINDSET

Sacombank

L&D INVESTMENT

Sacombank xác định chuyển đổi số là chiến lược phát triển quan trọng của ngân hàng trong giai đoạn 2021 – 2030. Chuyển đổi số là điều bắt buộc để Sacombank ứng phó kịp thời với thị trường ngày càng cạnh tranh, nhiều đột phá công nghệ và lắm biến động, đồng thời, phải đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về phương thức đào tạo hiện đại & linh hoạt hơn của lực lượng lao động trẻ.

Nhờ vào hoạt động triển khai thống nhất và xuyên suốt các chương trình đào tạo và phát triển CBNV trong toàn tổ chức, Sacombank đã biến khoản đầu tư vào Đào tạo và Phát triển (L&D) thành hiệu quả kinh doanh cụ thể và bền vững.



TECHNOLOGY DEVELOPMENT



TS. Vũ Tiến Lộc

Nguyên Chủ tịch Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

Trong năm qua, Sacombank cũng đã dành nguồn lực của mình để cung cấp nhiều chương trình đào tạo có hệ thống hơn nhằm xây dựng nên một ADN và quy tắc ứng xử của Sacombank thật nhất quán. Bên cạnh đó, việc áp dụng cả công nghệ mới trong Đào tạo & Phát triển (thực tế ảo) và trải nghiệm thực hành (chương trình đào tạo tại hiện trường...) đã mang lại trải nghiệm mới cho nhân viên và nuôi dưỡng nỗ lực của họ cho các chương trình thăng tiến nội bộ.



EXPERIENCE IMPROVEMENT



DIGITIZE & PROMOTE E-LEARNING

VPBank tham vọng đến năm 2022 trở thành ngân hàng thân thiện với người dùng thông qua công nghệ và là điểm đến hấp dẫn với nhân tài trong ngành. Với chiến lược trở thành "Miền đất Nhân tài", VPBank đặt trọng tâm vào Đào tạo & Phát triển thông qua:

1. Xây dựng tổ chức học tập và phát triển văn hóa học tập
2. Số hóa việc học
3. Nâng cao hành trình học tập của nhân viên & Xây dựng lộ trình đào tạo để phát triển cá nhân và chuyên môn.

"HOME OF TALENTS" STRATEGY



BUILD LEARNING CULTURE



Ông Simon Fraser

Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Úc tại Việt Nam

Cùng với đó, với tinh thần xây dựng "Miền đất nhân tài", VPBank đã tích cực thực hiện các chuyển đổi công nghệ trong chiến lược Học hỏi & phát triển, cung cấp các cơ hội và thúc đẩy nỗ lực của nhân viên để cùng xây dựng ngân hàng công nghệ thân thiện nhất với khách hàng.



IMPROVE EMPLOYEE LEARNING JOURNEY & ROADMAPS



Công ty cổ phần Anphabe

Lầu 6, tòa nhà Packsimex
52 Đông Du, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM
TEL: (84 28) 6268 2222 - Fax: (84 28) 6268 2666
Email: clientsolution@anphabe.com
Website: <https://vietnamexcellence.vn/>