TOẠ ĐÀM

HRA

Lộ trình XÂY DỰNG VĂN HOÁ HỌC TẬP HƯỚNG TỚI HIỆU SUẤT CAO

08:30 - 12:00 THỨ BẢY
NGÀY 24/08/2024

VĂN PHÒNG TOPCV
TOÀ FS - GOLD SEASON, 47 NGUYỄN TUÂN

ÔNG PHAN PHƯƠNG ĐẠT

Cố vấn Ban TGĐ, FPT Software
Nguyên Trưởng ban Nhân sự, FPT

BÀ NGÔ THỊ DUY PHƯƠNG

Phó Ban L&D, HRA
Giám đốc đào tạo, Vinpearl

VỀ TỔ CHỨC HỌC TẬP

Một số chia sẻ từ kinh nghiệm cá nhân

Tọa đàm HRA

Hanoi, 24/8/2024

Phan Phương Đạt

Câu hỏi

Dựa trên kinh nghiệm và quan điểm cá nhân, các anh chị hãy đưa ra định nghĩa hoặc những đặc điểm của một Tổ chức Học tập (LO)?

Định nghĩa từ cảm nhận cá nhân

Một Tổ chức Học tập là một tổ chức mà,
nhằm mục đích liên tục cải tiến kết quả ngắn hạn và dài hạn,
tất cả hoặc đa số các thành viên của nó
có thói quen chủ động học tập
nhằm nâng cao và mở rộng tri thức
dưới đa dạng các hình thức học tập,
và được Tổ chức khuyến khích tạo điều kiện để làm việc đó.

1. Mục đích của tổ chức

2. Phạm vi

3. Văn hóa

4. Tri thức

5. Các hình thức

6. Hệ thống hỗ trợ

1. Mục đích

- **Business need**: tại sao tổ chức của bạn cần đến học tập?

- Cần vs muốn

- Ví dụ: làng

- **Personal need**

- Cá nhân nào có nhu cầu học và để làm gì?

- Nhân viên mới

- Nhân viên giỏi

- **Câu chuyện:** FPT Software

2. Phạm vi

Cỗ máy (Machine)	Chuyên môn (Prof.)	Khởi nghiệp (Entrep.)	Dự án (Project)
• Hiệu suất trên hết: tối đa hiệu quả đồng tiền. • Lập trình đến từng chi tiết • Dễ đào tạo NV, khó giữ. • Làm rất tốt việc được xác định trước	• Tài năng quan trọng hơn hiệu suất • Nhưng công việc lại lặp lại • Có vẻ làm việc nhóm nhưng thật ra độc lập • VD: Bác sỹ, kiểm toán, kỹ sư xây dựng	• Lãnh đạo quyền lực, ở trung tâm • Hiệu quả để vượt khủng hoảng • Tính tuân thủ cao, bảo nhảy là nhảy	• Tay nghề cao nhưng sản phẩm không định trước • Cần sáng tạo và hợp tác • Kết quả quan trọng hơn hiệu suất • VD: làm phim

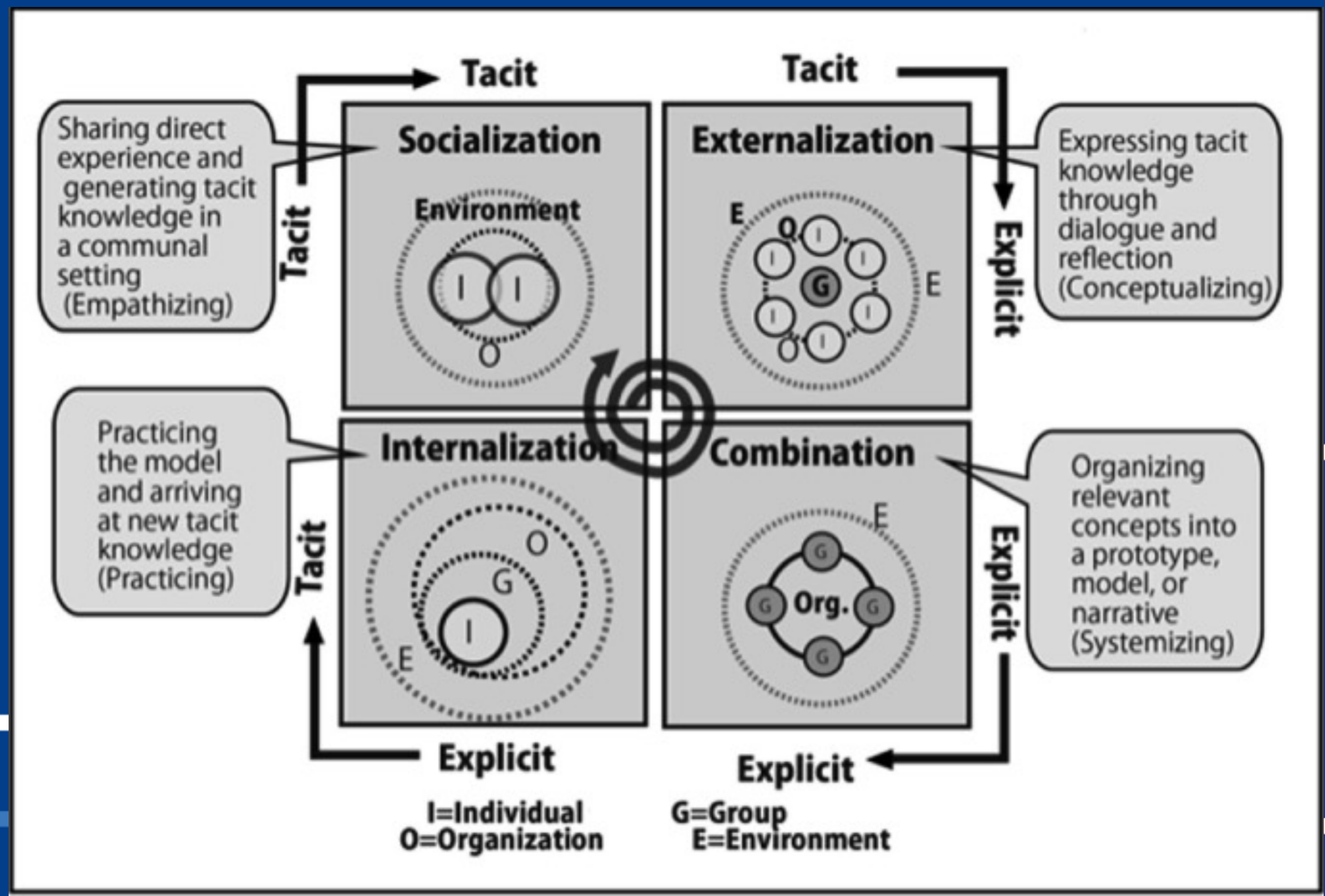
4 loại tổ chức (Mintzberg)

3. Văn hóa

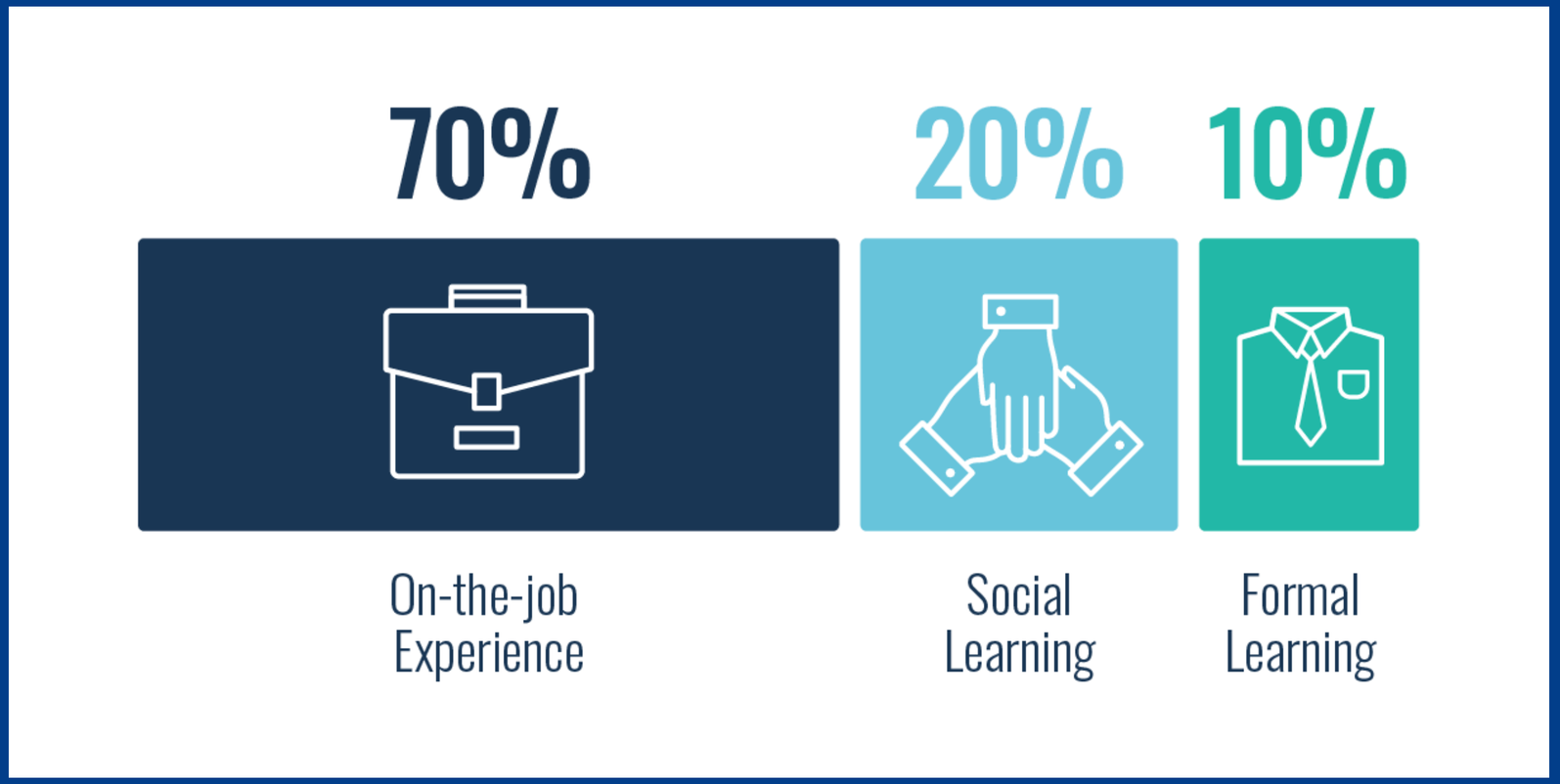
- Văn hóa vs. Phong trào
- Văn hóa phải phục vụ sự tồn vong của tổ chức
- Các cơ chế gieo cấy và truyền bá văn hóa

4. Tri thức

- Hai loại tri thức: ẩn và hiện
- Vòng tuần hoàn SECI (Nonaka)



5. Các hình thức



6. Hình thức hỗ trợ

- Khuyến khích kết quả học tập
- Khuyến khích từ kết quả kinh doanh
- Ví dụ FPT

Discussion

VinWonders

Hành trình kiến tạo

VĂN HÓA DỊCH VỤ VINWONDERS

MỤC TIÊU

VinWonders
REAL-LIFE WONDERS
Đời thực diệu kỳ
Định vị
"Khám phá những điều diệu kỳ của cuộc sống cùng VinWonders"
Sub-headline
Celebrate the Wonders of Life
VinWonders
Tuyệt hơn mơ - Vui bất ngờ
Slogan
17

DNA VINWONDERS

WOW	Nơi mang đến những khoảnh khắc **ngạc nhiên** thú vị
OUTSTANDING	Nơi hội tụ của đội ngũ tinh hoa và sản phẩm **vượt trội**
NO-BOUNDARY	Nơi tôn trọng sự khác biệt và mang đến cơ hội **vượt qua giới hạn** bản thân cho mọi người
DISCOVERY	Nơi truyền cảm hứng **học hỏi** và **khám phá**
EXPERIENCE	Nơi kiến tạo **hành trình trải nghiệm xuất sắc**
ROLE-PLAYING	Nơi đánh thức thế giới văn hóa, **nghệ thuật** kỳ diệu và sống động trong mỗi người
SAFETY	Nơi sự **an tâm**, **an toàn** cho mọi người trở thành tôn chỉ

PHẠM VI

Toàn chuỗi VinWonders – 7 cơ sở

Tất cả các bộ phận – DVKH, Games, CVN, F&B, …

CÁCH TRIỂN KHAI

→ Phân tích hành trình trải nghiệm KH để xác định pain point hoặc mong đợi

→ Kết nối với DNA VinWonders từ đó xác định tiêu chuẩn dịch vụ chung (7C) và tiêu chuẩn dịch vụ cho từng vị trí/ bộ phận

→ Thiết kế Chương trình đào tạo & môi trường thực hành

→ Tổ chức triển khai

→ Ghi nhận đánh giá

Wonderful Journey

I. Woo
Trước khi tới VinWonders

I.1 Tôi cần một kỳ nghỉ hoặc chuyến đi

I.2 Tôi tìm kiếm thông tin và chọn nơi sẽ tới

I.3 Tôi lên kế hoạch và lịch trình cho chuyến đi

II. Wow
Trải nghiệm VinWonders

II.1 Tôi di chuyển tới địa điểm đã chọn

II.2 Tôi thấy/ nhận diện nơi định tới

II.3 Tôi mua vé (tại cổng ra vào...)

II.4 Tôi lựa chọn điểm đến đầu tiên trong hành trình

II.5 Tôi hào hứng vì âm nhạc tại nơi này

II.6 Tôi chiêm ngưỡng cảnh quan và ghi lại kỉ niệm

II.7 Tôi khám những trải nghiệm kỳ thú

II.8 Tôi tiếp thêm năng lượng cho hành trình

II.9 Tôi hoà vào hoạt động sự kiện, lễ hội

II.10 Tôi chiêm ngưỡng các show diễn

II.11 Tôi ghé thăm cửa hàng lưu niệm và mua một món đồ cho mình

II.12 Tôi rời khỏi khu VCGT

II.13 Tôi di chuyển tới điểm đến tiếp theo

III. Won
Sau khi rời khỏi VinWonders

III.1 Tôi chia sẻ trải nghiệm của mình

III.2 Tôi bất ngờ vì nhận được ưu đãi từ vì lần ghé thăm trước đó

III.3 Tôi xúc động vì những hoạt động nhân văn và ý nghĩa

III.4 Tôi mong chờ quay trở lại hoặc gợi ý cho người thân

Kết thúc hành trình
Wonderful Journey
(20 điểm chạm)

Thấu hiểu hành trình thông thường hiện tại của khách hàng
Để xây dựng trải nghiệm thú vị chỉ có tại VinWonders

BỘ 7 HÀNH VI DỊCH VỤ - 7 *habits*

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU VINWONDERS

HÀNH TRÌNH TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG

BỘ TIÊU CHUẨN DỊCH VỤ

BỘ 7 HÀNH VI DỊCH VỤ - 7 HABITS

DANH MỤC HÀNH VI DỊCH VỤ

HÀNH TRÌNH PHÁT TRIỂN ĐẠI SỨ VINWONDERS

WONDERS MAKER

01 Wonders Orientation
Định hướng

02 Wonders Look
Diện mạo

03 Wonders Style
Tác phong

04 Wonders Communication
Giao tiếp

05 Wonders Safety
An toàn

06 Wonders Guide
Giới thiệu

07 Wonders Storytelling
Kể chuyện

08 Wonders Care
Chăm sóc

09 Celebrate the Wonders of Life

Biết

Hiểu

Cam Kết

Thực hành

Thói quen

Thập diện Mai Phục
Ngọa Hổ Tàng Long
Thiên La Địa Võng
Muôn hình Vạn Trạng
Dưới đánh lên, Trên đánh xuống, Trong đánh ra, Ngoài đánh vào

Đảm bảo không thành công cũng thành ...công

CÁCH THỨC ĐÀO TẠO

CÁN BỘ LÃNH ĐẠO

Mindset DVKHXS – Chuyên gia CX đầu tiên tại VN Nguyễn Dương	Hành trình phát triển đại sứ VinWonders – Wonder Maker	Cách thức kiểm soát, sử dụng các bộ công cụ	Cách xây dựng môi trường thúc đẩy thực hành

CÁCH THỨC ĐÀO TẠO

MỤC ĐÍCH

Phổ cập kiến thức, hình thành tư duy và hành vi cơ bản.

CÁCH LÀM

- 2h/ chủ đề/ nhóm chủ đề
- 120 – 150 người/ lớp
- 10 người/ nhóm
- 1 trợ giảng/ nhóm

Tháng 9 - tháng 12/2022

MỤC ĐÍCH

- Đào tạo nhắc lại
- Đào tạo nâng cao hướng tới hành vi cấp độ diệu kỳ.

CÁCH LÀM

- 2h/ chủ đề/ tháng
- 30 - 50 người/ lớp
- Giảng viên nội bộ nhận chuyển giao

Tháng 1 - tháng 07/2023

ĐÀO TẠO CÁN BỘ NHÂN VIÊN

MÔI TRƯỜNG THÚC ĐẨY THỰC HÀNH

CHÍNH SÁCH

TRUYỀN THÔNG

THỰC HÀNH HÀNG NGÀY

HOẠT ĐỘNG BỔ TRỢ

HOẠT ĐỘNG HƯỚNG TỚI KHÁCH HÀNG

KIỂM TRA GIÁM SÁT

GHI NHẬN KHEN THƯỞNG

VinWonders

THÁNG WONDERS LOOK

WONDERS *Tháng* LOOK

Diện mạo mới
CƠ SỞ VẬT CHẤT

- Wonders Wall - Bức tường Diệu kỳ
- Văn phòng mới sức sống mới

Diện mạo mới
CÁN BỘ NHÂN VIÊN

- Làm mới đồng phục
- Gương mặt VinWonders
- Xây dựng hình ảnh cá nhân

Thực hành - Truyền thông
KHEN THƯỞNG

- "Soi gương" và viết Nhật ký thực hành mỗi ngày
- Đào tạo nhắc lại mọi lúc mọi nơi
- Tặng sao đổi quà

Hoạt động hướng tới
KHÁCH HÀNG

- Cơ sở chủ động đề xuất triển khai

VinWonders

DIỆN MẠO MỚI
CƠ SỞ VẬT CHẤT

DIỆN MẠO MỚI CƠ SỞ VẬT CHẤT

Wonders Looks

ĐIỀU KỲ DIỆU MỖI NGÀY

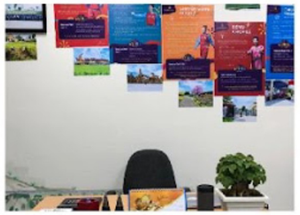
Wonders Wall

Bức tường diệu kỳ

Wonders

Diện mạo mới
Cơ sở vật chất

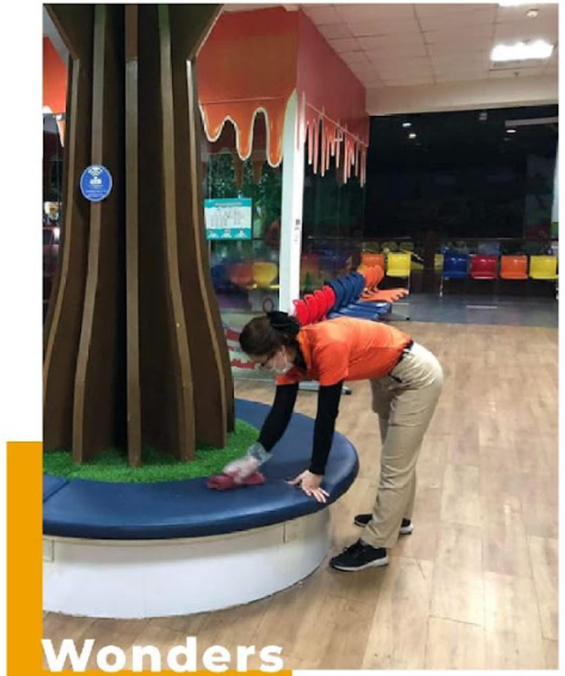
BỨC TƯỜNG DIỆU KỲ



văn phòng mới

sức sống mới

VĂN PHÒNG MỚI SỨC SỐNG MỚI



wonder look

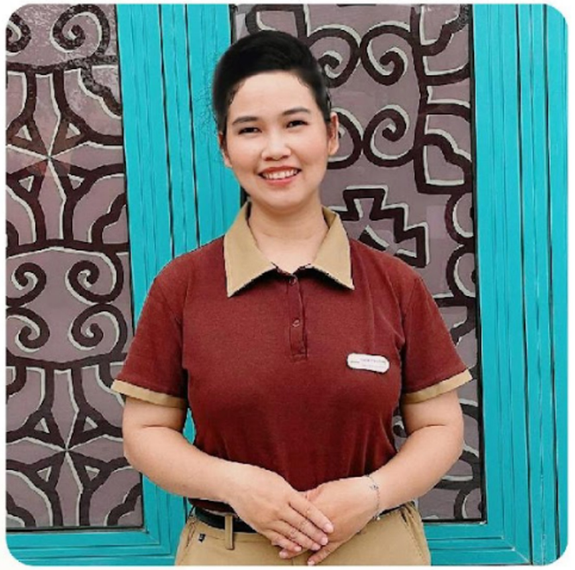
rà soát cơ sở vật chất

CHIẾN DỊCH RÀ SOÁT TOÀN BỘ CSVC CỦA CƠ SỞ

VinWonders

DIỆN MẠO MỚI
CÁN BỘ NHÂN VIÊN

DIỆN MẠO MỚI CÁN BỘ NHÂN VIÊN



GƯƠNG MẶT VINWONDERS

XÂY DỰNG HÌNH ẢNH CÁ NHÂN

VinWonders

ĐÀO TẠO NHẮC LẠI

THỰC HÀNH LAN TỎA

ĐÀO TẠO NHẮC LẠI THỰC HÀNH LAN TỎA

Đầu ca – đào tạo nhắc lại thông qua:

- Briefing đầu ca của TT/ TBP
- Bộ tiêu chuẩn được đặt tại những chỗ dễ nhìn;
- Buddy – chia cặp sửa lỗi.

Cuối ca viết nhật ký:

- Nhật ký thực hành – CBNV;
- Nhật ký kiểm soát thực hành – CBLĐ;
- Hàng tuần cập nhật Báo cáo sự tiến bộ

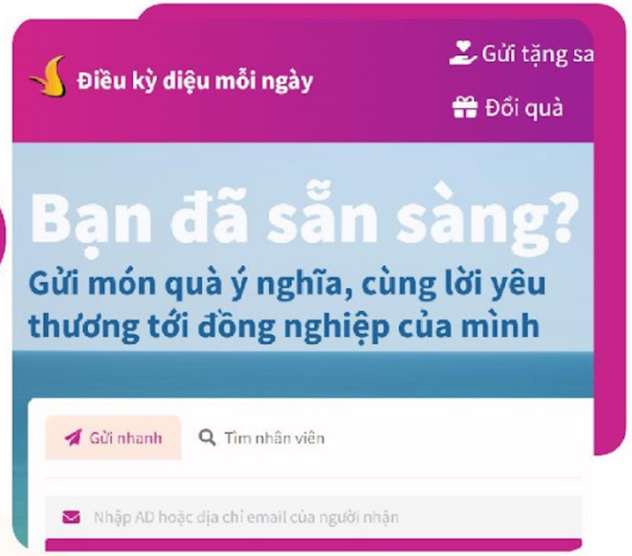
VinWonders

GHI NHẬN
KHEN THƯỞNG

GHI NHẬN KHEN THƯỞNG

https://dieukydieumoingay.vinwonders.com/

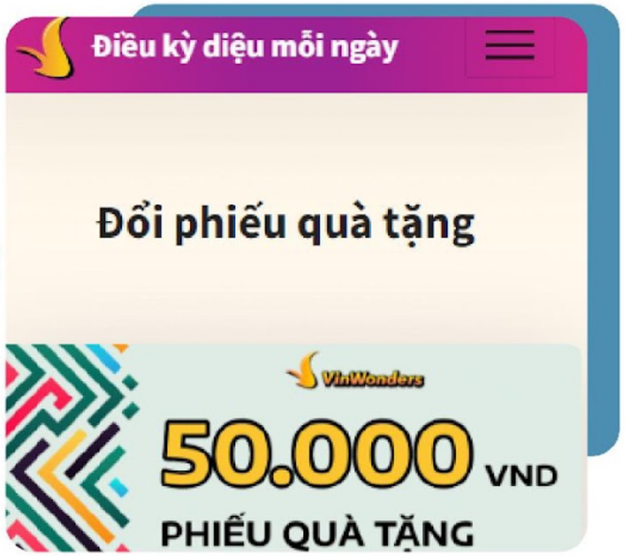
01



TẶNG SAO

CBLĐ tìm kiếm người muốn tặng sao để thực hiện thao tác tặng sao trên hệ thống.

02



ĐỔI VOUCHER

CBNV tích lũy số sao được nhận và đổi thành voucher.

03

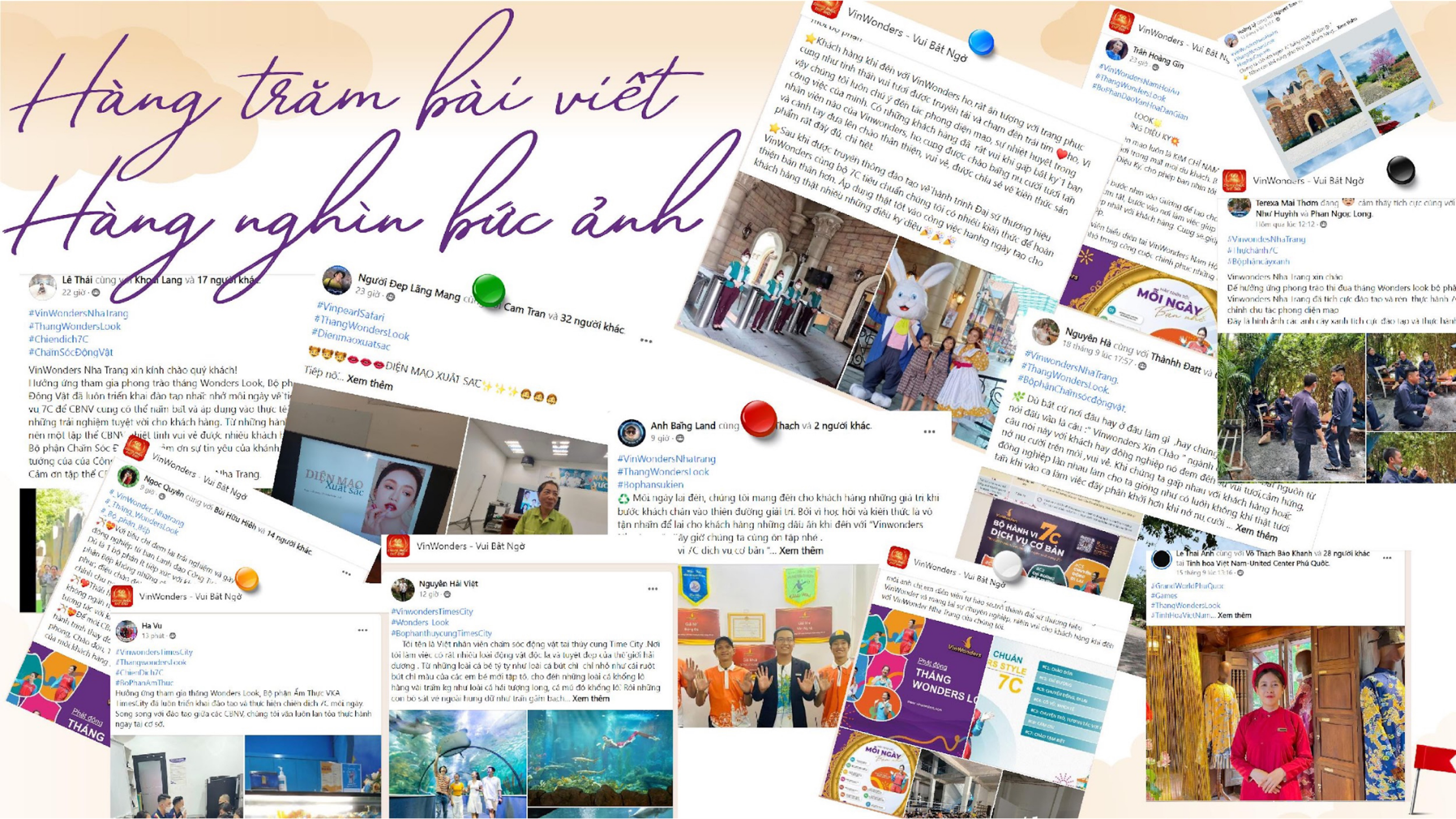
ĐỔI QUÀ

CBNV thao tác đổi sao để lấy voucher trên hệ thống. Và sử dụng voucher mua quà tại các gian hàng của VinWonders.

VinWonders

SỰ HƯỞNG ỨNG CỦA CÁN BỘ NHÂN VIÊN

Hàng trăm bài viết
Hàng nghìn bức ảnh



CẢM XÚC TRONG TÔI LÀ...

VinWonders - Vui Bất Ngờ

Tuấn Tuấn cùng với **Trần Thảo** và **13 người khác**.
16 tháng 9 lúc 13:10 ·

#VinWondersPhuQuoc
#Bộphậnkỹthuật
#ThangWondersLook

HÀNH TRÌNH HỌC HỎI ĐẾN PHÁT HUY

Thật ra, sau mỗi chuyến hành trình mà anh em chúng tôi đi qua, anh em chúng tôi đều cảm nhận được những bài học, những kiến thức mà công ty muốn truyền tải. Đặc biệt là về hành trình Đại sứ thương hiệu VinWonders - Wonders Maker, Look - Style - Communication đã và đang dần đi vào từng ngóc ngách, từng hành vi, từng cử chỉ của mỗi CBNV tại Vinwonders Phú Quốc.

Và anh em kỹ thuật chúng tôi cũng không ngoại lệ.

Ngoài việc phải đảm bảo được cơ sở vật chất và các trang thiết bị hoạt động tốt để đưa vào vận hành, nhưng thật sâu bên trong đó, anh em chúng tôi muốn mang lại những điều tuyệt vời đến khách hàng, những trải nghiệm tuyệt vời ấy, những nụ cười ấy là món quà vô giá để anh em kỹ thuật có động lực hơn trong chính hành trình làm nghề của mình

VinWonders - Vui Bất Ngờ

Chiếc mũ Vinwonders PQ đang đội và đôi giày mũi thép đế thép bảo hộ đang mang, quần áo kỹ thuật mà anh em chúng tôi đang mặc. Một diện mạo tự tin mà anh em kỹ thuật đang thể hiện cũng chứng minh được phần nào mà hành trình Đại sứ thương hiệu VinWonders - Wonders Maker, Look - Style - Communication đã và đang rất thành công

Thanks everyone

Thanh Tuấn

CẢM XÚC TRONG TÔI LÀ...

CẢM XÚC TRONG TÔI LÀ...

VinWonders - Vui Bất Ngờ

Đoàn Vĩnh Phú cùng với **Nam Thành Võ** và **29 người khác**.
· 18 giờ ·

#VinpearlSafari
#Dịchvukhachhang
#ThangWondersLook

😊😊WONDERS LOOK THAY ĐỔI TỪ ĐIỀU NHỎ NHẤT😉😉

Những ngày gần đây nhà VinWonders chúng ta vô cùng náo nhiệt và tự hào với những chương trình đào tạo. Lần đầu tiên chúng ta có những bộ mã riêng thể hiện rõ ràng sứ mệnh và tầm nhìn, bộ hành vi dịch vụ để chúng ta hiện thực hoá công việc và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Và nhất là tháng WondersLook thì không thể nào không kể đến những chiếc gương kỳ diệu giúp chúng ta cải thiện chính bản thân mỗi ngày.

Nói về ngày trước tôi thường nghĩ "vẻ ngoài quan trọng đến thế sao?". Đó là cái nghĩ của cá nhân tôi trước đấy. Còn tại thời điểm này tôi tự tin khẳng định vẻ ngoài của sự chỉnh chu kèm theo nụ cười từ trái tim thực sự rất quan trọng.

Trong 1 cuộc giao tiếp chúng ta thường bị thu hút và ấn tượng với đối phương ở 3 giấy đầu tiên. Cũng chính ngoại hình Wonders Look đã giúp tôi cải thiện và thúc đẩy được thành công tạo ấn tượng khách hàng mang lại trải nghiệm kỳ diệu.

VinWonders - Vui Bất Ngờ

Từ vẻ ngoài WondersLook tôi đã chạm đến trái tim khách hàng và mang đến những điều kỳ diệu. Nhân tháng WondersLook chúng ta hãy cùng thay đổi và cùng tuyệt vời hơn nhé...

67 24

CẢM XÚC TRONG TÔI LÀ...

THANK YOU!

QnA

Feedback

THANK YOU

FOR YOUR ATTENTION

Visit Our Social Media:

https://hravn.net/

https://www.facebook.com/hiephoinhansu.hra

https://www.linkedin.com/company/hiep-hoi-nhan-su-hra/