

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU NỘI BỘ THƯƠNG HIỆU HAWEE GROUP 2021

Đơn vị tư vấn: Mibrand Vietnam

NỘI DUNG CHÍNH

01 Thông tin nghiên cứu

02 Kết quả nghiên cứu


- 2.1 Về ngành hàng & đối thủ
- 2.2 Về khách hàng
- 2.3 Về chiến lược kinh doanh
- 2.4 Về chiến lược thương hiệu
- 2.5 Đặc trưng văn hóa doanh nghiệp

03 Tổng kết

A dark, blue-tinted background image showing several people in business attire leaning over a table, looking at documents and charts. The scene is dimly lit, focusing on the hands and papers.

01

THÔNG TIN NGHIÊN CỨU



Ban lãnh đạo & cấp quản lý


Nội dung nghiên cứu:

- Hiện trạng năng lực cạnh tranh của Hawee
- Định hướng chiến lược kinh doanh tương lai
- Hiện trạng Chiến lược thương hiệu Hawee
- Định hướng hoạt động Marketing – Truyền thông
- Hiện trạng Văn hóa doanh nghiệp

Phương pháp nghiên cứu: Phỏng vấn sâu 1-1

Tham gia phỏng vấn: Hawee & Mibrand

Thời gian: 27/09 – 15/10/2021



Cán bộ nhân viên

Nội dung nghiên cứu:

- Mức độ thấu hiểu thương hiệu Hawee Group
- Mức độ cạnh tranh của các công ty thành viên trên thị trường
- Văn hóa doanh nghiệp & môi trường làm việc tại Hawee
- Tinh thần của CBNV về việc thúc đẩy sự phát triển của Hawee

Phương pháp nghiên cứu:

○ Định tính: Phỏng vấn sâu 1-1

○ Định lượng: Khảo sát Online

Tham gia phỏng vấn: Hawee & Mibrand

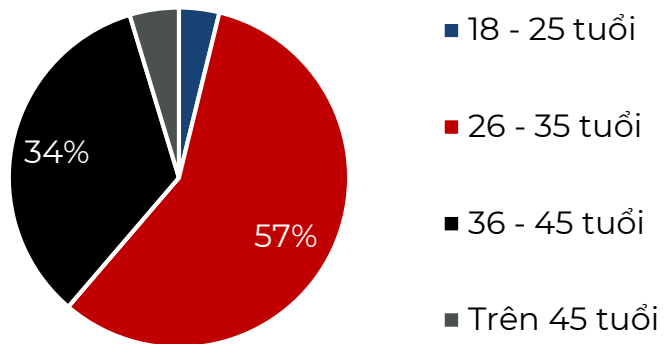
Thời gian: 31/08 – 07/09/2021

Báo cáo là kết quả nghiên cứu cuối cùng sau khi Khảo sát Online 235 CBNV Hawee kết hợp với các Key Findings chính từ phỏng vấn sâu 1-1 Ban lãnh đạo & cấp quản lý của Hawee

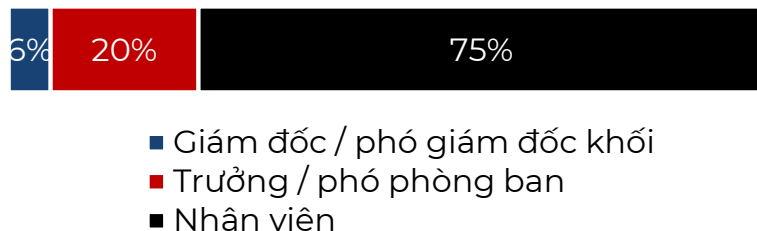
THỐNG KÊ CBNV THAM GIA KHẢO SÁT ONLINE



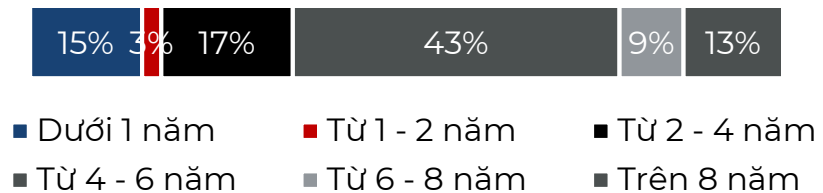
Độ tuổi



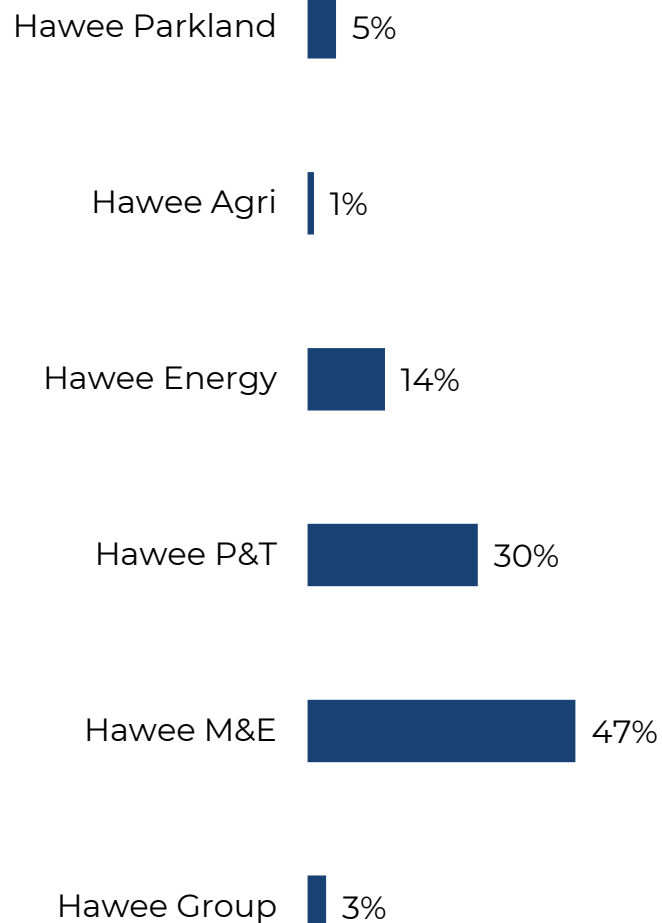
Cấp bậc



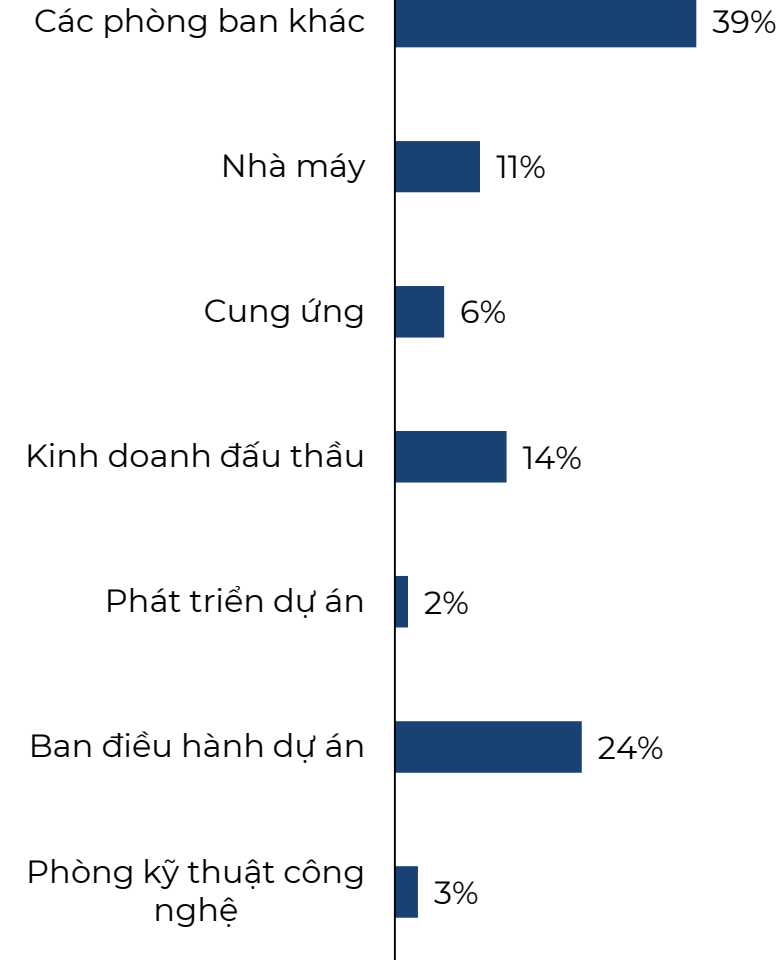
Năm làm việc tại Hawee



Công ty thành viên



Bộ phận



Truly your partner

02

KẾT QUẢ
NGHIÊN CỨU

2.1 Về ngành hàng & đối thủ

XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHUNG CỦA NGÀNH VÀ HAWEE

(Từ góc nhìn của Ban Lãnh Đạo)



Haweel Group tập trung phát triển đa ngành với các mảng mang tính lợi thế quốc gia

“Với chiến lược tập đoàn mới, Haweel mong muốn phủ rộng đa ngành, đặc biệt phát triển ngành mang tính lợi thế quốc gia, thiết yếu trong đời sống như năng lượng, nông nghiệp và du lịch/ bất động sản. Haweel có chiến lược trên nhằm giảm thiểu rủi ro về thị phần, năng lực chuyên sâu của nhân sự và sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Haweel cung cấp các giải pháp công nghệ tổng thể, tạo ra hình ảnh nhà thầu công nghệ khác biệt so với thị trường”



Haweel M&E còn nhiều cơ hội phát triển trong ngành cơ điện và công nghệ cao

“Luôn đặt tiêu chuẩn thiết bị và thi công lên hàng đầu, hiện nay Haweel M&E có thế mạnh chính trong mảng cơ điện dân dụng. Với thị trường còn lạc hậu; máy móc, công nghệ thiếu thốn, Haweel M&E có nhiều cơ hội phát triển trong ngành cơ điện nói chung và công nghệ cao (sân bay, đường sắt trên cao, tàu điện ngầm,..) nói riêng. Haweel M&E tập trung phát triển các giải pháp tổng thể, đưa ra những mức giá cạnh tranh và xây dựng mối quan hệ với chủ đầu tư; các bên liên quan”



Đối diện với thị trường cạnh tranh, P&T còn gặp nhiều hạn chế tại thị trường miền Nam

“Trong 10 năm đầu, Haweel P&T là một phần của M&E hoạt động trong lĩnh vực tủ điện và cáp điện. Tới nay Haweel P&T mở ra thêm cơ hội trong 3 mảng: cơ khí khuôn, tự động hóa, thi công và bán máy phát. Thị trường tủ điện có tính cạnh tranh gay gắt, Haweel P&T đối mặt với các đối thủ là đơn vị có thâm niên cao trong ngành, dịch vụ và giá thành vô cùng cạnh tranh. Hiện tại, các công tác truyền thông là vô cùng cấp thiết để quảng bá thương hiệu, đặc biệt là tại thị trường miền Nam (thị trường P&T còn gặp nhiều mặt hạn chế, khó khăn trong việc quản lý nhân sự, điều hành và nhận biết thương hiệu)”

Truly your partner

XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHUNG CỦA NGÀNH VÀ HAWEE

(Từ góc nhìn của Ban Lãnh Đạo)

Là thị trường mới tiềm năng, ngành năng lượng tái tạo có nhiều chính sách hỗ trợ từ chính phủ

“Xu thế thế giới đang chuyển dịch sử dụng năng lượng từ nguồn hữu hạn sang nguồn năng lượng tái tạo, năng lượng xanh, không gây ô nhiễm môi trường. Tại Việt Nam, chính phủ đã và đang tạo ra nhiều cơ chế để khuyến khích các nhà đầu tư trong và ngoài nước đầu tư vào lĩnh vực sản xuất điện. Trong những năm tới đây, ngành điện sẽ được phát triển theo mô hình thị trường cạnh tranh (phân phối và bán lẻ cạnh tranh) điển hình như DPPA, hay PPP và các mô hình hợp tác công tư khác tạo lợi thế phát triển cho Hawee Energy”

Là thương hiệu mới trên thị trường bất động sản, Hawee Parkland chú trọng phát triển thương hiệu dự án tại các tỉnh thành

“Hiện tại thị trường bất động sản Việt Nam có số ít các doanh nghiệp lớn (dưới 10) và đa số là doanh nghiệp nhỏ lẻ. Với kinh nghiệm và thâm niên trong ngành BĐS của đội ngũ lãnh đạo, Hawee Parkland tự tin sẽ xây dựng được bộ máy vững mạnh. Là thương hiệu mới thành lập của tập đoàn Hawee, Parkland hướng tới phát triển phân khúc khu dân cư, dự án nhỏ cần đầu tư xây dựng thương hiệu bài bản, chú trọng tới cam kết thương hiệu và những sản phẩm ra mắt đầu tiên”

Nhà nước có nhiều chính sách hỗ trợ, nâng cao sức cạnh tranh của ngành nông nghiệp

“Chủ trương của nhà nước Việt Nam là công nghiệp hóa, hiện đại hóa, phát triển bền vững và nâng cao sức cạnh tranh của ngành chăn nuôi. Đến năm 2030, sản xuất chăn nuôi nước ta sẽ thuộc nhóm các quốc gia tiên tiến trong khu vực. Sản phẩm chăn nuôi hàng hóa được sản xuất chủ yếu trong các trang trại, hộ chăn nuôi chuyên nghiệp bảo đảm an toàn sinh học, an toàn dịch bệnh, thân thiện với môi trường, đối xử nhân đạo với vật nuôi, đáp ứng yêu cầu chất lượng, an toàn thực phẩm cho tiêu dùng trong nước và tăng cường xuất khẩu”

Truly your partner

SO SÁNH TƯƠNG QUAN CÁC THƯƠNG HIỆU HÌNH MẪU CỦA HAWEE

(Từ góc nhìn của Ban Lãnh Đạo)



Hawee

Hawee
M&E

Hawee
P&T

Hawee
Energy

Hawee
Parkland

Hawee
Agri

Tập đoàn Hòa Phát
“Văn hóa phát triển bền vững, không tham nhũng”

“Chi phí thấp”

“Quản lý chất lượng đồng đều”

Masan
“Nghiên cứu nhu cầu thị trường tốt”

“Sản phẩm phù hợp thị trường”

REE
“Chọn lọc khách hàng, không giảm giá thành”

“Phát triển bền vững”

REE
“Chuyên nghiệp, chính chu khi đi phỏng vấn dự án”

“Chuyên môn nhân sự cao, kiến thức tốt”

Á Châu
“Giá thành thấp”

Hải Nam
“Tuân thủ quy trình tốt”
“Cách thức phát triển dự án có hệ thống”

Việt Star
“Quy trình, năng lực và nhân sự theo hệ thống của Nhật”

REE
“Chiến lược phát triển kinh doanh”

“Tổng thầu và nhà đầu tư – là mô hình Hawee đang muốn nhắm tới”

TTVN Group
BBG
T&T Group
Hà Đô
BCG
“Cách thức hợp tác đầu tư với các đối tác trong và ngoài nước”
“Phương pháp, giải pháp đầu tư tại nước ngoài”

Masterise
“Sản phẩm mới mẻ”
“Tạo sự đột biến, đột phá trên thị trường”

MIK Group
“Phương thức làm việc, khẳng định giá trị thương hiệu, sản phẩm trên thị trường tốt”

Tập đoàn Hòa Phát
“Chất lượng sản phẩm tốt”
“Phân khúc khá trở lên, giá thành hợp lý”
“Chiến lược quảng cáo rõ ràng, dài hạn”
“Nhiều hình thức quảng cáo đan xen, hỗ trợ các ngành nghề”

Truly your partner

SO SÁNH TƯƠNG QUAN CÁC THƯƠNG HIỆU HÌNH MẪU CỦA HAWEE

(Từ góc nhìn của Ban Lãnh Đạo)



Top 03 thương hiệu hình mẫu điển hình Hawee mong muốn được học hỏi:



Đặc điểm các thương hiệu hình mẫu của Hawee:

- Văn hóa phát triển bền vững
- Đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, có chuyên môn cao và kiến thức sâu về ngành
- Sản phẩm chất lượng đồng đều
- Đầu tư phát triển sản phẩm mới mẻ, đột phá trên thị trường
- Đề cao bước nghiên cứu thị trường đưa tới sản phẩm phù hợp với nhu cầu thị trường
- Tâm nhìn trở thành tổng thầu và nhà đầu tư lớn
- Chọn lọc tệp khách hàng và đối tác sử dụng dịch vụ (tệp khách hàng cao cấp, chuyên nghiệp)
- Chiến lược kinh doanh và truyền thông mang tầm nhìn dài hạn

Từ những hình mẫu thương hiệu kể trên, BLĐ Hawee mong muốn xây dựng thương hiệu Hawee với văn hóa doanh nghiệp bền vững, đề cao tính trung thực, quyết đoán và chắc chắn. Doanh nghiệp tạo lợi thế cạnh tranh qua các giải pháp mới, tối ưu giá thành sản phẩm những vẫn đảm bảo chất lượng sản phẩm tốt, đồng đều. Với tầm nhìn trở thành tập đoàn quốc tế, Hawee cần thể hiện sự chuyên nghiệp, nhạy bén trong các khâu lựa chọn đối tác, khách hàng.

Truly your partner



2.2 Về khách hàng

Proprietary and confidential. Do not distribute.

Truly your partner

CHIẾN LƯỢC HỢP TÁC VÀ CÁC ĐỐI TƯỢNG CẦN NHẢM TỚI

(Từ góc nhìn của Ban Lãnh Đạo)



Haweel Group chọn lọc đối tượng khách hàng phân khúc cao cấp, trung cấp

“Chiến lược chung của Haweel nhắm vào tệp khách hàng cao cấp, trung cấp. Hiện nay Haweel chú trọng cách thức hợp tác và quá trình chọn lọc khách hàng. Lựa chọn hợp tác với những đơn vị uy tín trong ngành, các công ty FDI, nước ngoài và các doanh nghiệp có đóng góp cho công đồng. Là công ty có văn hóa gia đình, Haweel luôn đặt lợi ích của CB-CNV lên hàng đầu.”



Phát triển chiến lược xây dựng những dự án lớn, cốt lõi trong ngành

“Haweel M&E tập trung hợp tác với các đối tác chất lượng, chuyên nghiệp trên thị trường nhằm phát triển những dự án lớn, cốt lõi trong ngành. Đồng thời củng cố và xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp khi hợp tác cùng các doanh nghiệp lớn.”



Nâng cao nhận thức và thị phần lại thị trường miền Nam

“Haweel P&T tập trung tệp khách hàng cao cấp ngoài ra cần phát triển, nâng cao nhận thức và thị phần tại thị trường lớn miền Nam (Mục tiêu then chốt để tăng trưởng).”

Truly your partner

CHIẾN LƯỢC HỢP TÁC VÀ CÁC ĐỐI TƯỢNG CẦN NHẢM TỚI

(Từ góc nhìn của Ban Lãnh Đạo)



Hawee Energy phát triển chiến lược hợp tác với các doanh nghiệp uy tín, chất lượng trên thị trường

“Hawee Energy nhắm tới tệp khách hàng uy tín, mạnh về tài chính, có thị phần lớn trên thị trường có chủ trương hợp tác với các nhà thầu chất lượng cao. Ngoài các đối tượng trong ngành, Hawee Energy còn nhắm tới các tổ chức tài chính, truyền thông, cơ quan nhà nước, chuyên gia đánh giá về thương hiệu, cổ đông và các nhà đầu tư lớn. Là đơn vị uy tín Hawee thể hiện sự cam kết, tôn trọng và đề cao tính trung thực, chân thành, thẳng thắn”



Tập trung phát triển dự án tại các tỉnh thành, Hawee Parkland xây dựng uy tín đối với các địa phương, chính quyền và người dân tại khu vực

“Hawee Parkland tập trung phát triển dự án nhỏ phân lô, liền kề và biệt thự tại các tỉnh như Bắc Giang, Ninh Bình, Thái Bình, Quảng Trị. Là nhóm ngành mới, Hawee Parkland cần xây dựng lòng tin, cam kết và uy tín với đội ngũ nhân viên mới và các đối tác.”



Là thương hiệu mới trong ngành, Agri phát triển quan hệ với các hệ thống phân phối và đại lý

“Hawee Agri nhắm tới các hệ thống siêu thị uy tín, chuỗi cửa hàng thực phẩm sạch có thương hiệu. Là nhóm ngành mới phát triển của Hawee, Hawee Agri tập trung phát triển sản phẩm và quan hệ đối tác trong ngành.”

Truly your partner









2.3

Về chiến lược kinh doanh

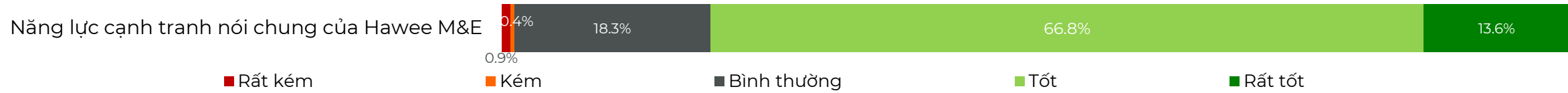
Proprietary and confidential. Do not distribute.

Truly your partner

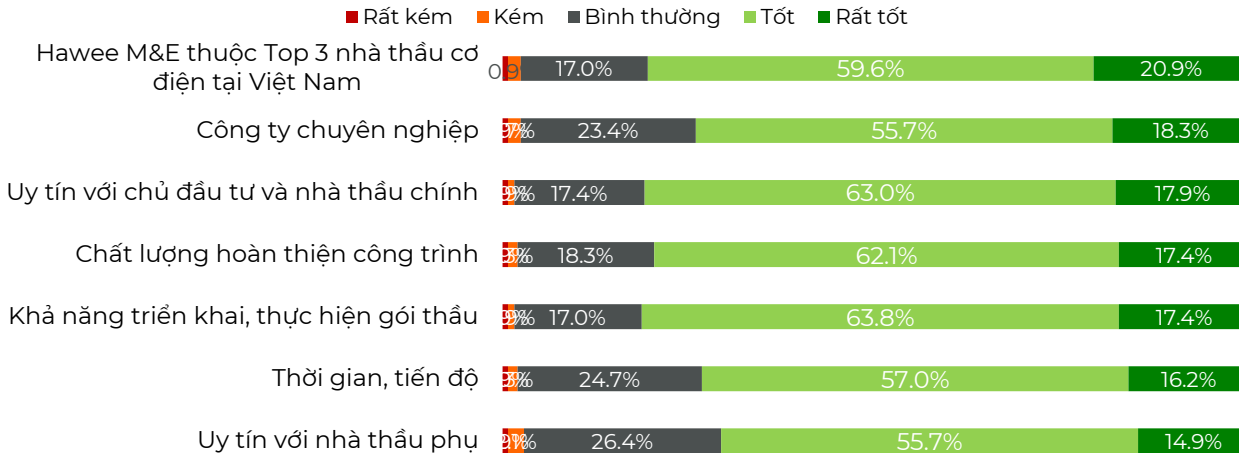
HIỆN TRẠNG NĂNG LỰC CỐT LÕI CỦA HAWEE GROUP (Từ góc nhìn của Ban Lãnh Đạo)

						
ĐIỂM MẠNH/ LỢI THẾ	<ul style="list-style-type: none"> Mô hình tổ chức (doanh nghiệp và nhân viên trẻ, nhiệt huyết). Văn hóa doanh nghiệp (tình cảm, thẳng thắn). Các công ty thành viên đều thuộc Top 5 thị trường. Hợp tác, chuyển giao công nghệ cùng nhiều đơn vị nước ngoài (Siemens, Schneider). Tập khách hàng truyền thống hợp tác cùng tập đoàn lâu năm. 	<ul style="list-style-type: none"> Top 3 nhà thầu cơ điện lớn nhất Việt Nam. Hawee M&E có mối quan hệ tốt với các ngân hàng, tạo được hạn mức lớn để triển khai các dự án tự thân. Tối ưu quy trình sản xuất và nguồn nhân lực nhờ hợp tác tốt với các công ty thành viên. 	<ul style="list-style-type: none"> Hợp tác chuyển giao công nghệ bởi Siemens và Schneider Electric. QC quản lý tốt chất lượng sản phẩm. Cam kết sử dụng sản phẩm chất lượng cao. 	<ul style="list-style-type: none"> Nhân sự trình độ cao, đưa ra các giải pháp tốt cho doanh nghiệp và vô cùng nhiệt huyết. Sản phẩm mang tiêu chuẩn quốc tế, giá cả cạnh tranh. Hawee Energy có năng lực tài chính tốt, chủ động trong mọi hoàn cảnh. 	<ul style="list-style-type: none"> Nhân sự có thâm niên lâu năm trong ngành, am hiểu thị trường. 	<ul style="list-style-type: none"> Hawee Agri sử dụng nguồn gen giống mới, chất lượng cho năng suất sinh sản cao. Chủ động tạo ra nguồn nhân lực và đào tạo kỹ thuật chăn nuôi theo quy chuẩn ngành. Hệ thống chăn nuôi khép kín xa dân cư bảo đảm môi trường, đáp ứng điều kiện sống tốt.
ĐIỂM YẾU/ THÁCH THỨC	<ul style="list-style-type: none"> Kỹ năng, tay nghề nhân sự còn cần cải thiện thêm Các chu kỳ và các thay đổi trên thị trường làm ảnh hưởng ít nhiều tới kết quả kinh doanh của doanh nghiệp 	<ul style="list-style-type: none"> Kỹ năng, tay nghề nhân sự còn cần cải thiện thêm Thị trường cơ điện dân dụng nhiều khó khăn, cạnh tranh cao nhưng là mảng tiềm năng giúp Hawee M&E phát triển 	<ul style="list-style-type: none"> Độ nhận diện thương hiệu tại thị trường miền Nam còn kém Thị trường trung thế và hạ thế có nhiều thách thức, cạnh tranh với đối thủ có thâm niên cao trong ngành tại 2 thị trường Bắc - Nam 	<ul style="list-style-type: none"> Hiện tại Hawee Group và Energy chưa có chiến lược cụ thể. Các hoạt động Marketing và PR còn yếu Chính sách nhà nước chưa có tính ổn định 	<ul style="list-style-type: none"> Hawee Parkland là đơn vị BĐS mới chưa có tên tuổi trên thị trường có sức cạnh tranh cao. 	<ul style="list-style-type: none"> Mảng kinh doanh mới của tập đoàn, gia nhập thị trường không lâu nên chưa có thương hiệu Data về khách hàng, kênh phân phối tự do và siêu thị còn hạn chế.

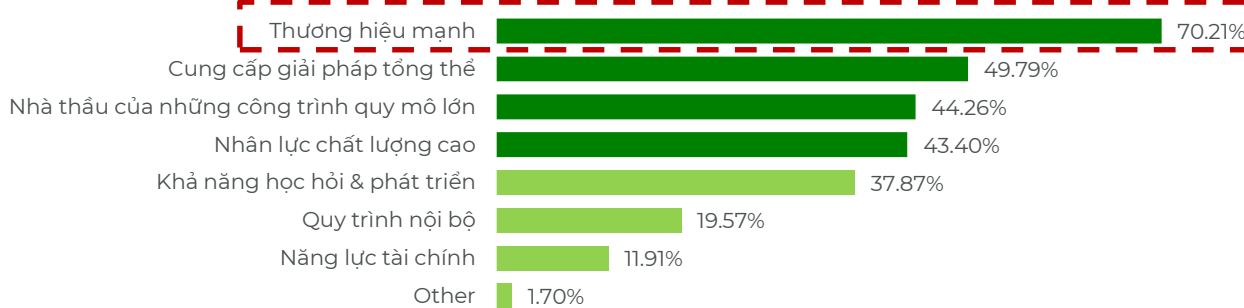
Đánh giá của CBNV về khả năng cạnh tranh nói chung của Hawee M&E



Đánh giá về sức mạnh của Hawee M&E

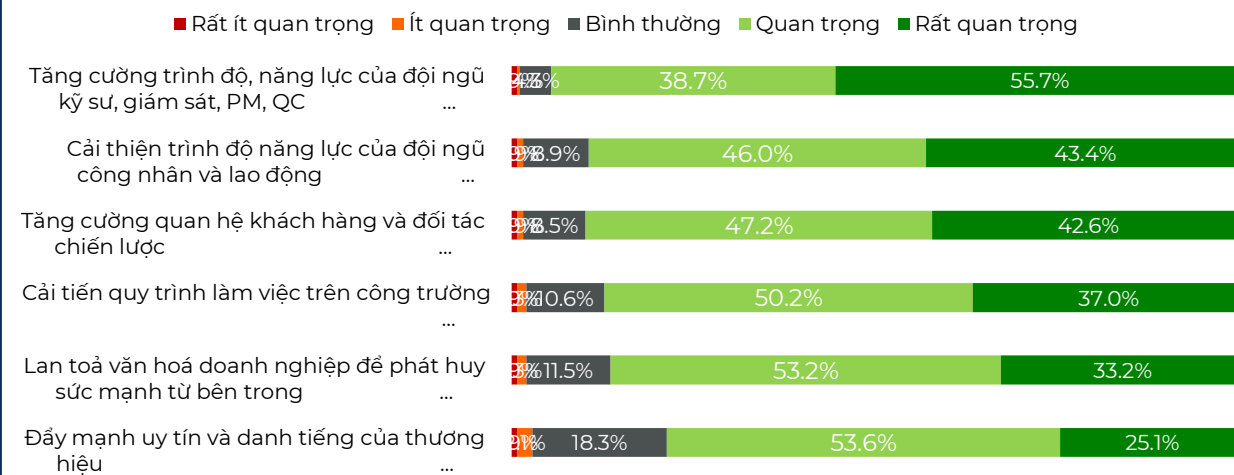


Điểm mạnh của Hawee M&E

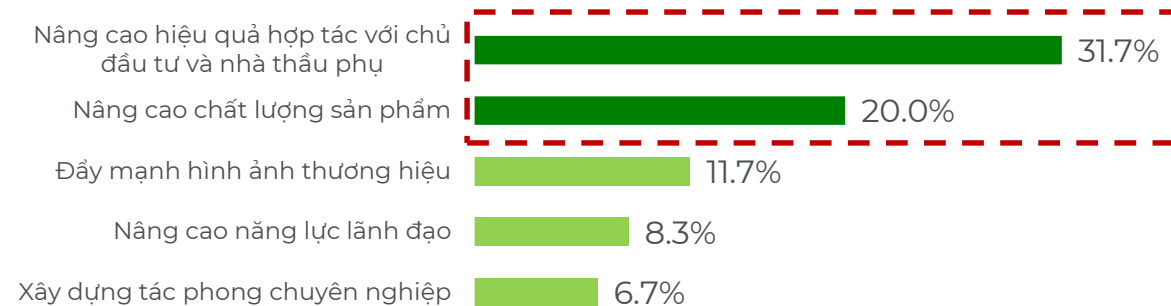


CBNV đánh giá Hawee M&E là **nhà thầu cơ điện dẫn đầu** tại Việt Nam với **thương hiệu mạnh, sản phẩm có giải pháp đồng bộ**

Điểm lớn cần cải thiện của Hawee M&E



Một số gợi ý bổ sung từ CBNV (n=60)

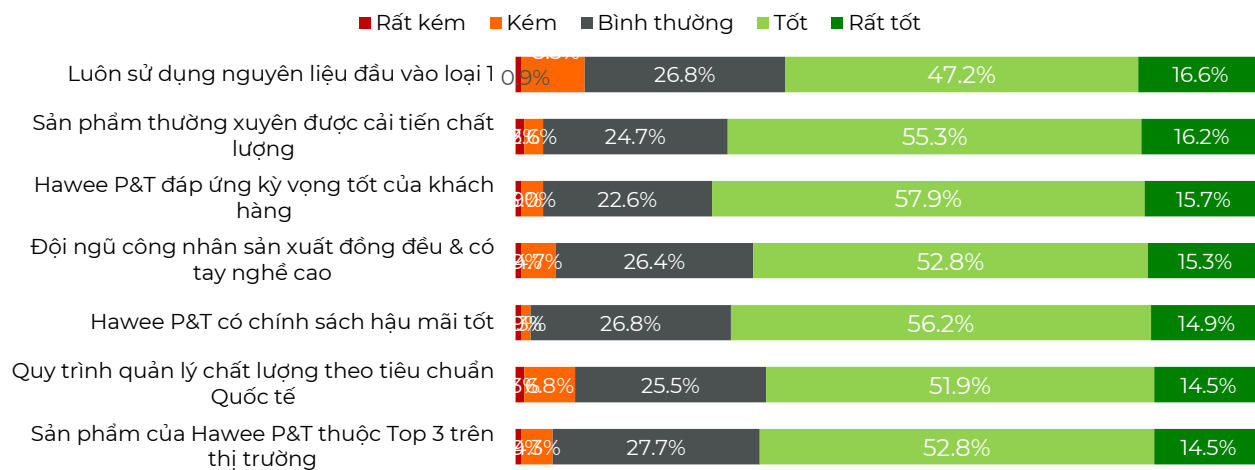


CBNV mong muốn được **cải thiện trình độ, năng lực**, cũng như nâng cao **hiệu quả hợp tác với chủ đầu tư, nhà thầu phụ** đồng thời với các đối tác mới nhằm mở rộng thị trường

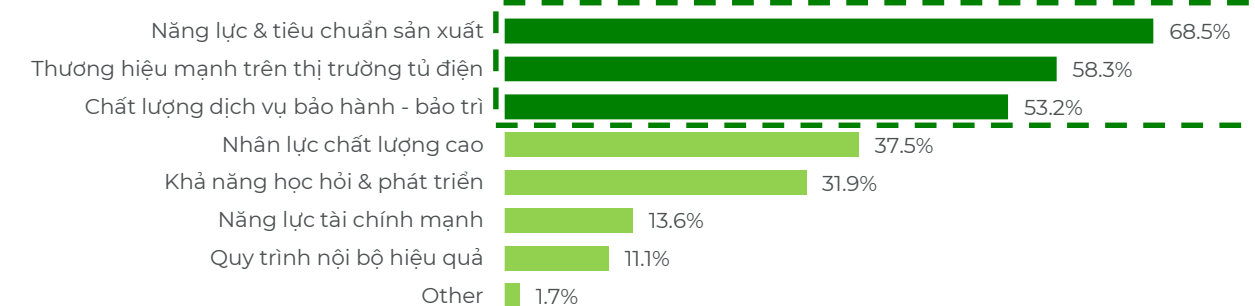
Đánh giá của CBNV về khả năng cạnh tranh nói chung của Hawee P&T



Đánh giá về sức mạnh của Hawee P&T

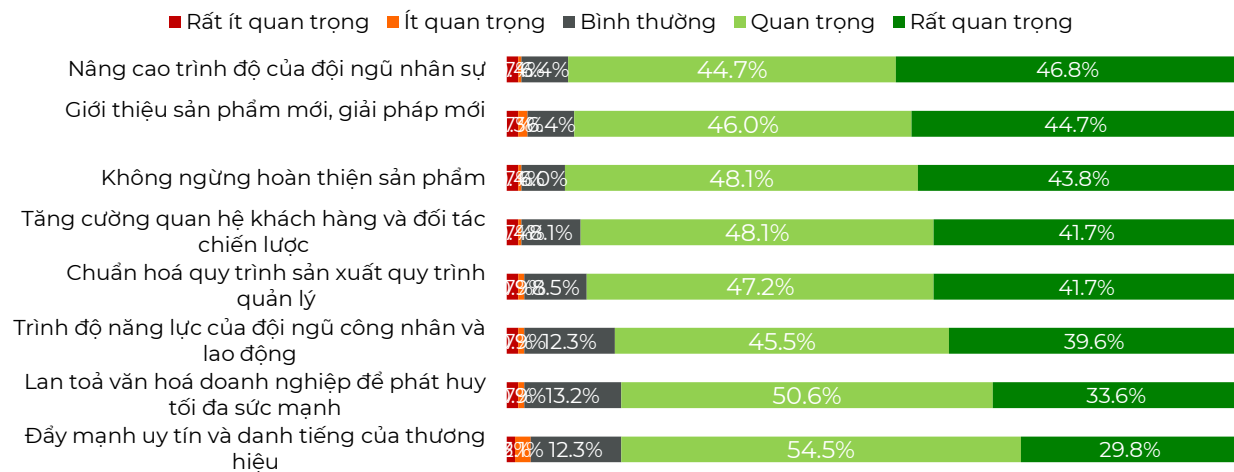


Điểm mạnh của Hawee P&T

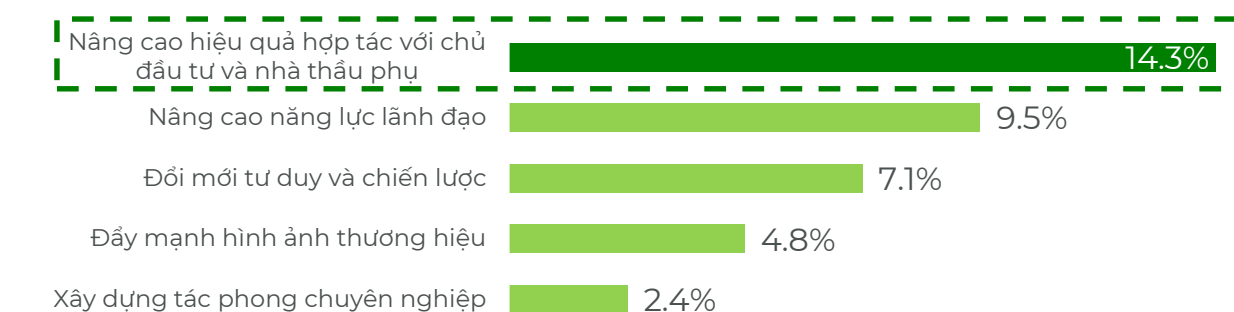


CBNV đánh giá cao Hawee P&T với những sản phẩm chất lượng, đáp ứng tốt kỳ vọng của khách hàng cùng đội ngũ đồng đều, tay nghề cao

Điểm lớn cần cải thiện của Hawee P&T

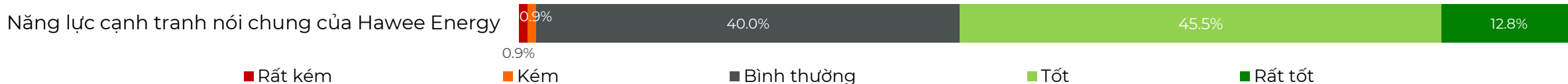


Một số gợi ý bổ sung từ CBNV (n=42)



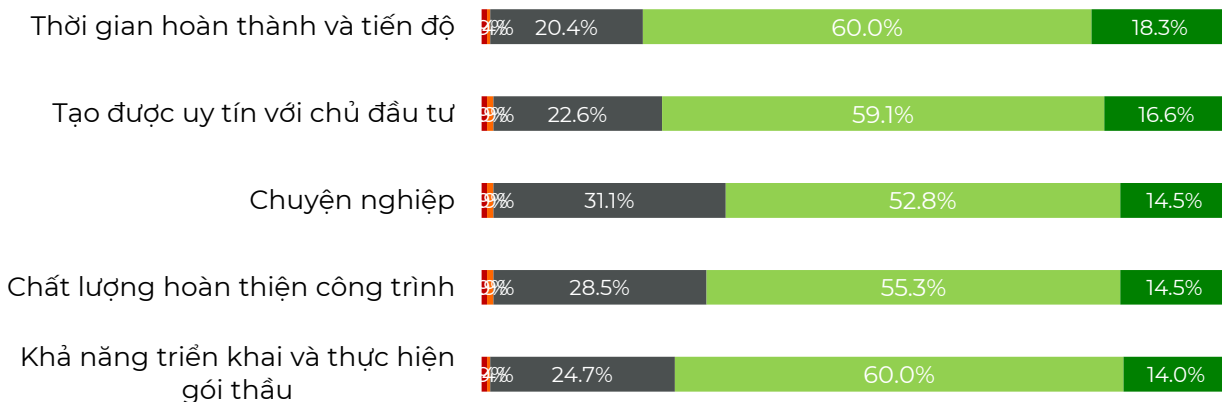
CBNV mong muốn được **cải thiện trình độ, giới thiệu nhiều sản phẩm mới**, cải thiện chất lượng các sản phẩm hiện hành cũng như **tăng cường quan hệ hợp tác với khách hàng và đối tác chiến lược**

Đánh giá của CBNV về khả năng cạnh tranh nói chung của Hawee Energy

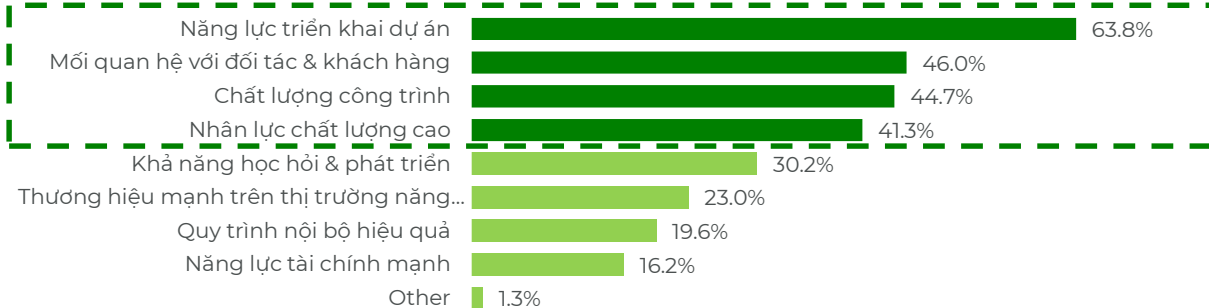


Đánh giá về sức mạnh của Hawee Energy

■ Rất kém ■ Kém ■ Bình thường ■ Tốt ■ Rất tốt



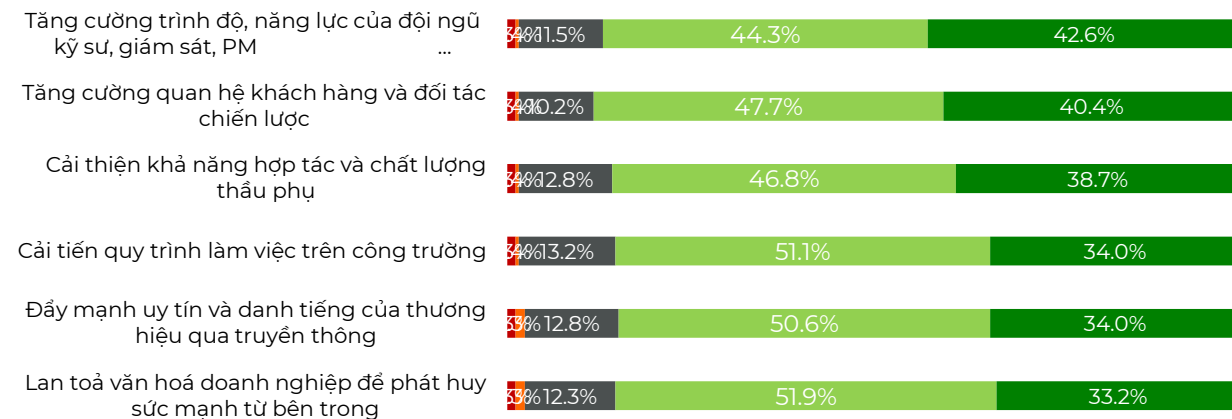
Điểm mạnh của Hawee Energy



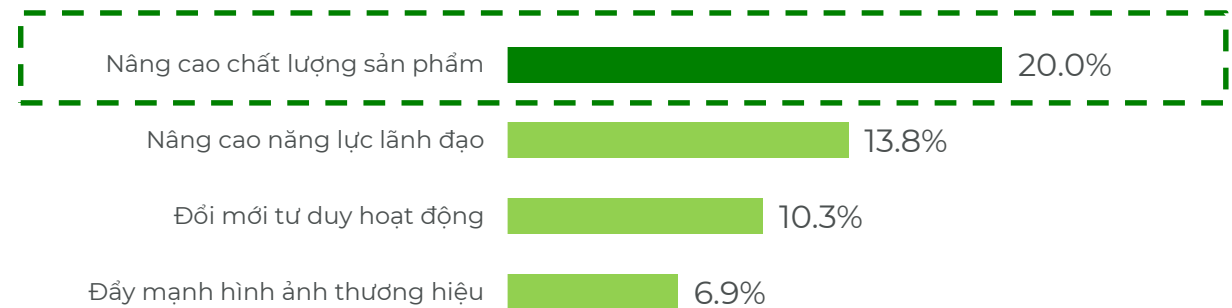
CBNV đánh giá Hawee Energy rất cao về **năng lực triển khai và hoàn thiện dự án**, cùng với **mối quan hệ với đối tác và chủ đầu tư**

Điểm lớn cần cải thiện của Hawee Energy

■ Rất ít quan trọng ■ Ít quan trọng ■ Bình thường ■ Quan trọng ■ Rất quan trọng

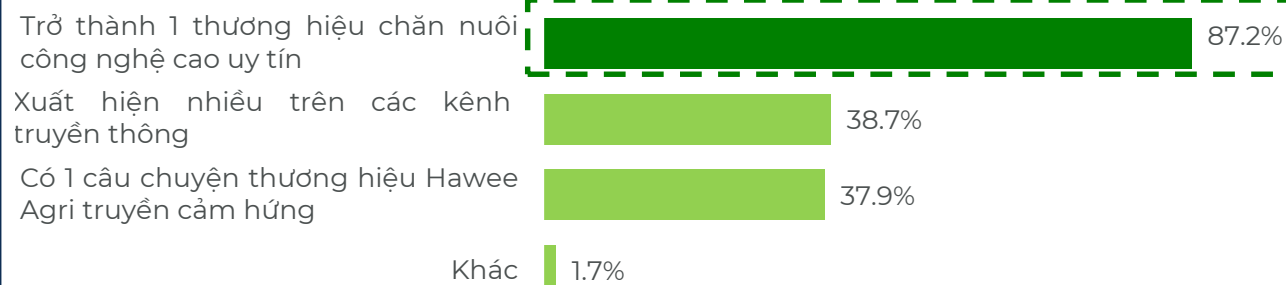


Một số gợi ý bổ sung từ CBNV (n=30)

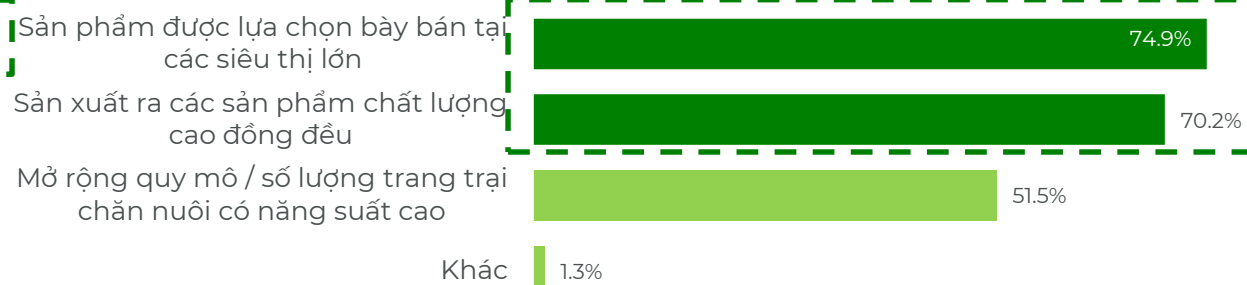


CBNV mong muốn được **cải thiện trình độ, năng lực**, nâng cao hiệu quả **hợp tác với khách hàng và đối tác chiến lược** và **không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm**

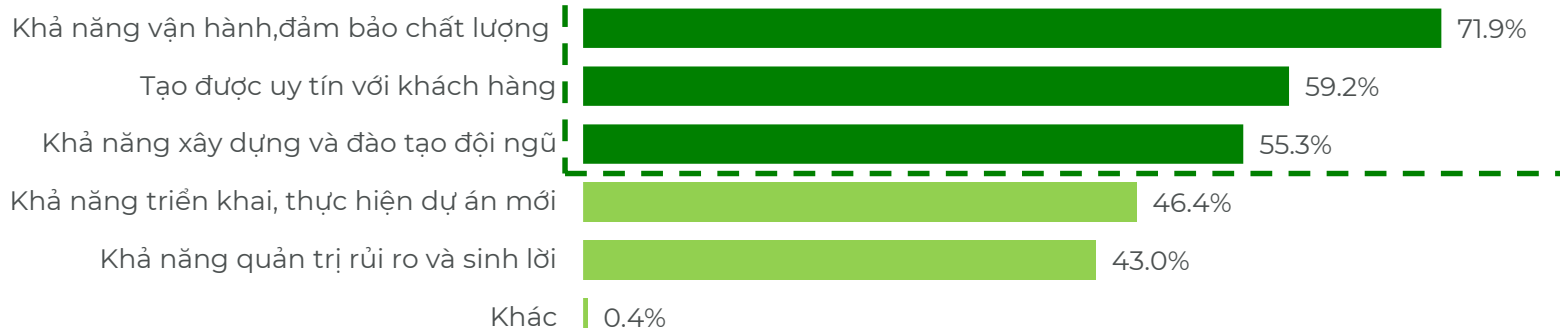
Kỳ vọng của thương hiệu Hawee Agri



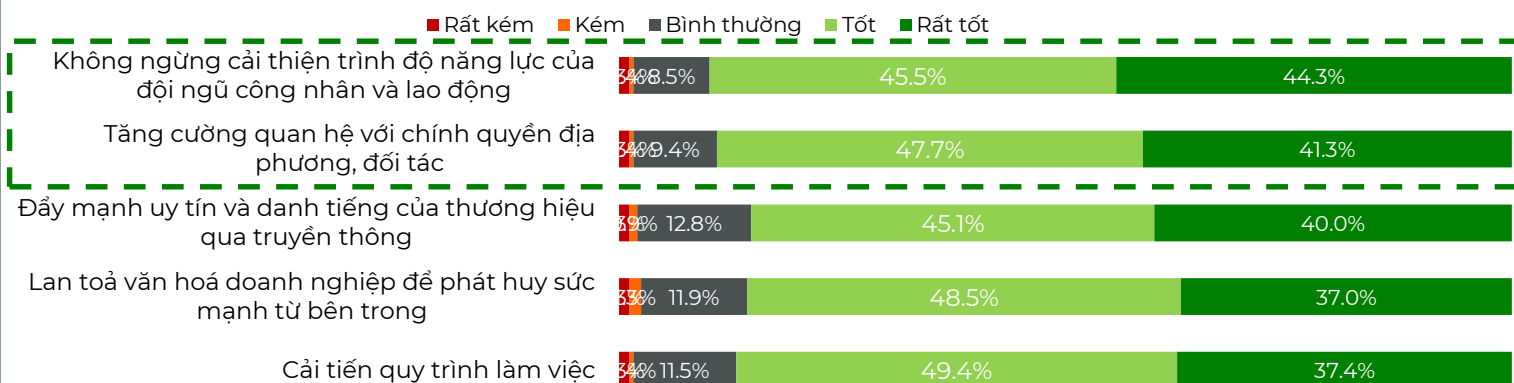
Kỳ vọng của sản phẩm của Hawee Agri



Kỳ vọng của năng lực nội tại của Hawee Agri

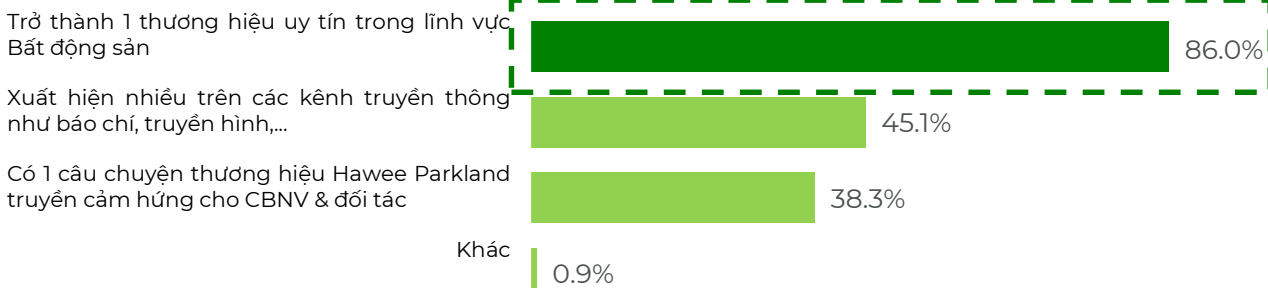


Hành động cần thiết của Hawee Agri

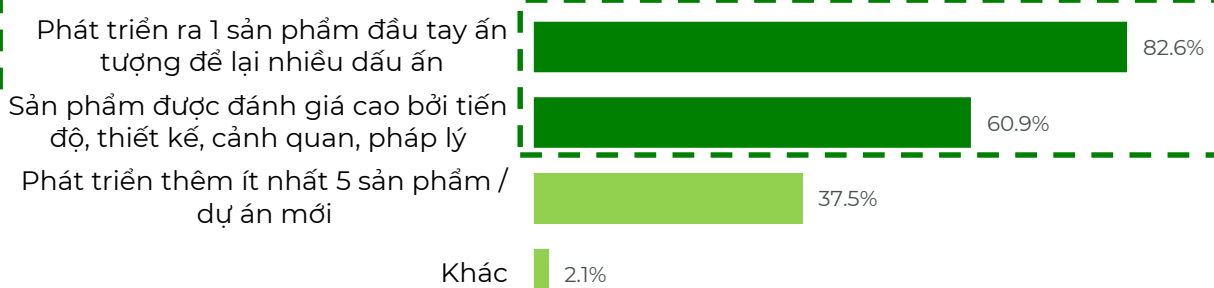


- CBNV hy vọng Hawee Agri sẽ trở thành **thương hiệu chăn nuôi công nghệ cao**, là **lựa chọn tin cậy và uy tín** của phần đông khách hàng với **chất lượng được đảm bảo**
- Để đạt được kỳ vọng đó, **năng lực của đội ngũ CBNV** và **quan hệ với chính quyền địa phương** là những nguồn lực cần được chú trọng.

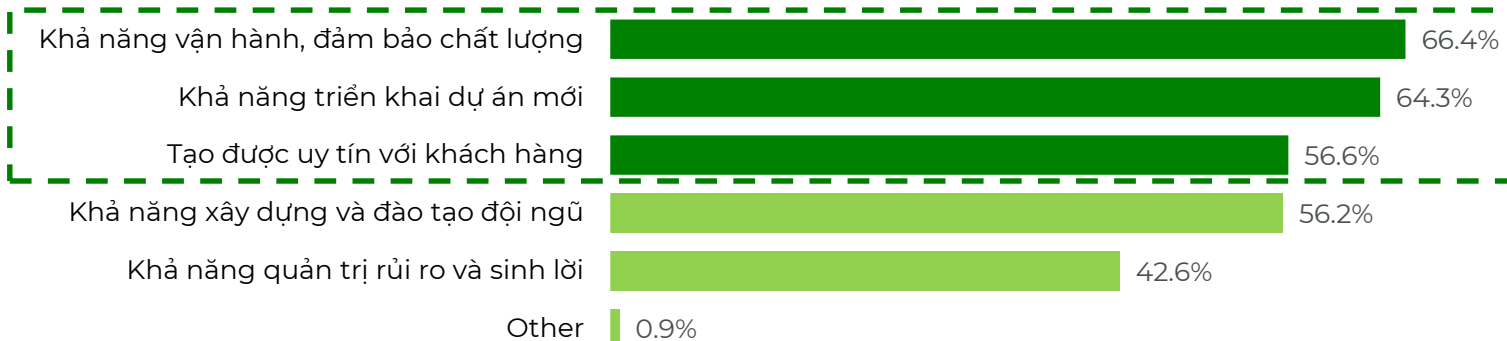
Kỳ vọng của thương hiệu Hawee Parkland



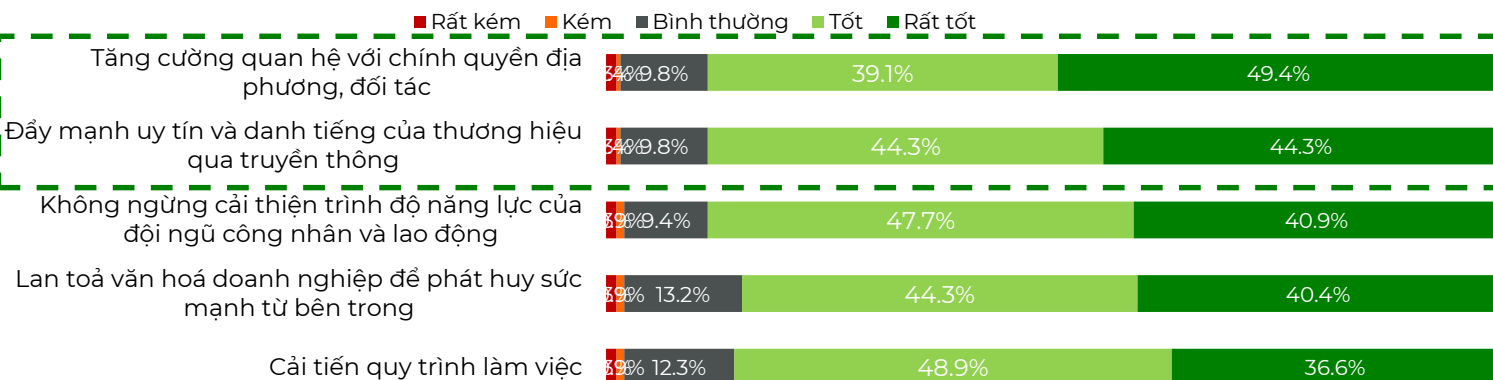
Kỳ vọng của sản phẩm của Hawee Parkland



Kỳ vọng của năng lực nội tại của Hawee Parkland



Hành động cần thiết của Hawee Parkland



- CBNV hy vọng Hawee Parkland sẽ trở thành **thương hiệu uy tín** trong lĩnh vực bất động sản với **sản phẩm đầu tay ấn tượng** để tạo dấu ấn trên thị trường.
- Để đạt được kỳ vọng đó, **quan hệ với chính quyền địa phương** và **đẩy mạnh uy tín thương hiệu** chính là những điểm cần được ưu tiên hàng đầu.

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA HAWEE GROUP

(Từ góc nhìn của Ban Lãnh Đạo)



1. Hawee Group

- ✓ Nâng cao năng lực đội ngũ CB-CNV
- ✓ 2030: Phủ rộng đa ngành, đặc biệt phát triển ngành mang tính lợi thế quốc gia

6. Hawee Agri

- ✓ Top 10 – 20 thị trường nông nghiệp công nghệ cao có sản phẩm chất lượng đồng đều và uy tín.
- ✓ 2022 phát triển thêm trại 2 có năng suất cao với giá vốn thấp.
- ✓ Truyền thông nhắm vào thị trường bán lẻ phân khúc chất lượng cao.

5. Hawee Parkland

- ✓ Phát triển 4-5 sản phẩm tại các tỉnh thành trong vòng 5 năm
 - ✓ tập trung phát triển tốt sản phẩm đầu tay
- ✓ Trau dồi kỹ năng, đào tạo đội ngũ trẻ và mới tại doanh nghiệp

4. Hawee Energy

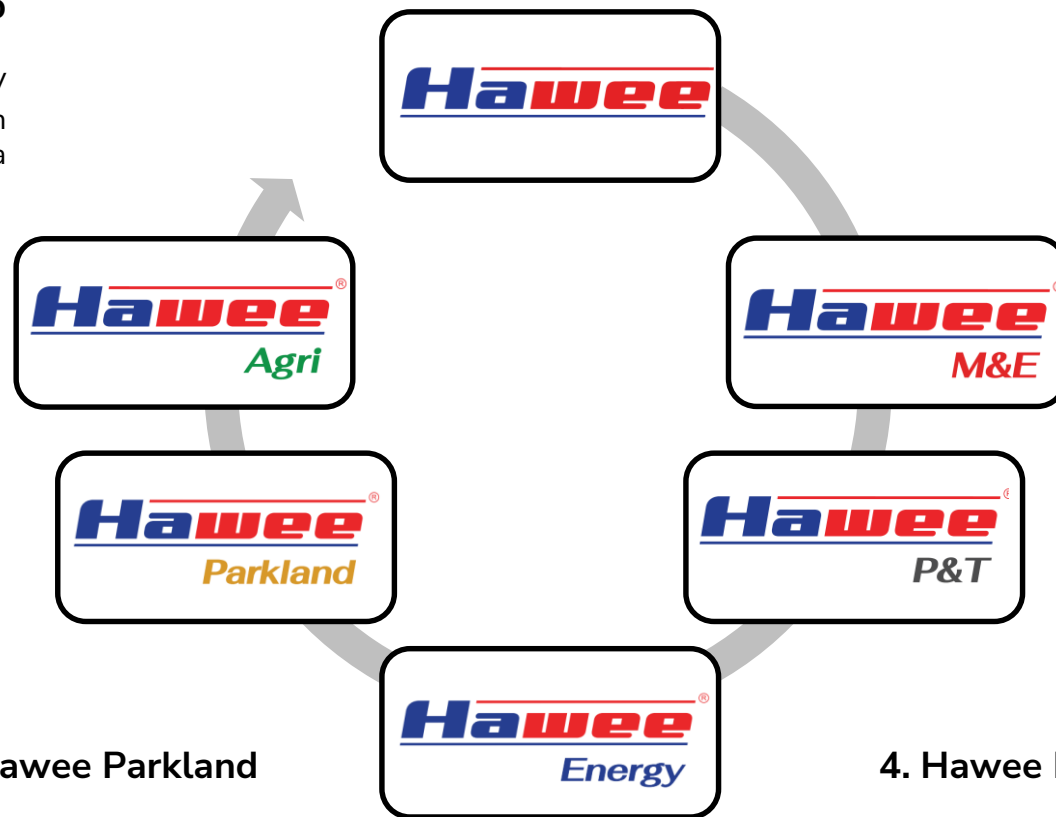
- ✓ Top 10 DN đầu tư trong ngành NLTT Vietnam
- ✓ Nhân sự cấp quản lý là người nước ngoài am hiểu thị trường nhằm phát triển kinh doanh toàn cầu

2. Hawee M&E

- ✓ Nâng cao, phát triển thêm trên thị trường miền Nam và Nước ngoài
- ✓ 2023-2025: Thâm nhập thị trường quốc tế, chuyển dịch dần sang thực hiện các dự án quốc tế, FDI tại Đông Nam Á
- ✓ 2026-2030: Tỉ trọng các dự án tại nước ngoài chiếm phần lớn tại doanh nghiệp.

3. Hawee P&T

- ✓ Mở thêm phân xưởng tại miền Nam
- ✓ Ứng dụng công nghệ như Tham quan công trình 3D, Kiểm định từ xa và xây dựng thêm các khu trưng bày sản phẩm tại văn phòng Sài Gòn



Truly your partner



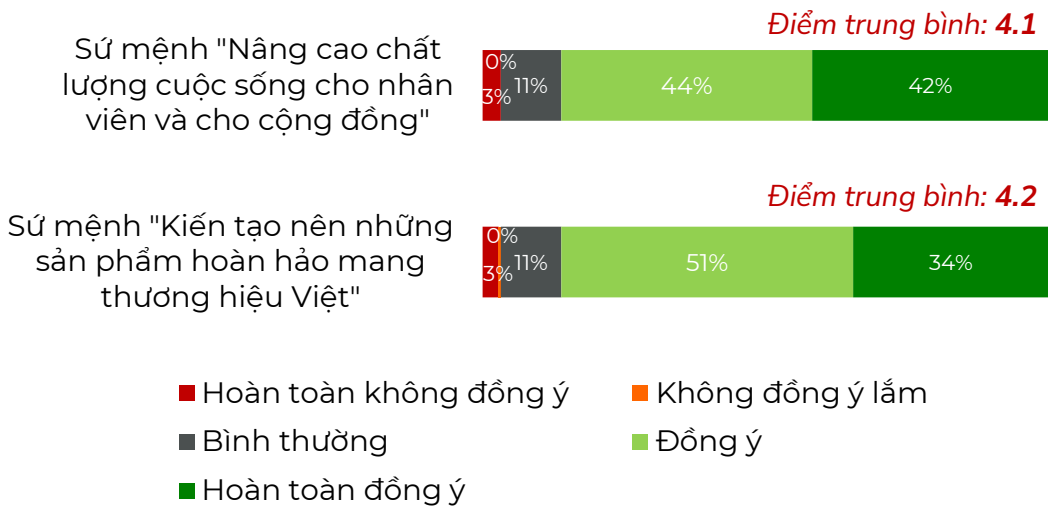
2.4

Về chiến lược thương hiệu

“Tạo nên những sản phẩm hoàn hảo mang thương hiệu Việt. Nâng cao chất lượng cuộc sống cho nhân viên và cho cộng đồng”



Mức độ thấu hiểu của CBNV về Sứ mệnh:



→ Điểm trung bình mức độ thấu hiểu Sứ mệnh của CBNV đạt mức cao: 4.1 – 4.2 / 5 điểm

Góc nhìn của Lãnh đạo về Sứ mệnh:

Chủ tịch & TGD

“Đưa tới sản phẩm **thương hiệu Việt chất lượng cao** được thế giới tôn trọng. Hawee cam kết quan tâm tới **giá trị, lợi ích cộng đồng, nhân viên**. Các dự án tại Hawee chỉ được triển khai khi các yếu tố trên được đáp ứng đầy đủ.”



“**Sản phẩm hoàn hảo** thể hiện qua giấy chứng nhận **đạt chuẩn quốc tế**, văn hóa quốc tế thể hiện qua sự **chuyên nghiệp**. Hawee ghi dấu ấn trên thị trường quốc tế với sản phẩm của mình”



“Đem lại một nguồn **năng lượng sạch**, tái tạo và đem lại **môi trường sống tốt hơn** cho cộng đồng nói chung và CBNV nói riêng. Góp phần giảm hiệu ứng nhà kính, giảm phát thải CO2, làm chậm lại sự nóng lên toàn cầu”.

→ Góc nhìn của lãnh đạo cty thành viên về Sứ mệnh nhìn chung đều hướng tới sản phẩm, nhân viên & cộng đồng theo đúng với Sứ mệnh của tập đoàn

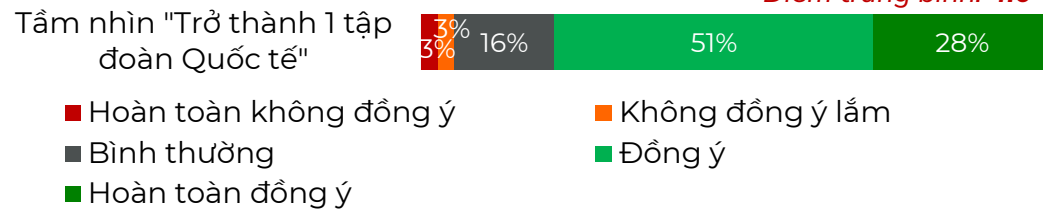
- Hầu hết các CBNV của Hawee đều đồng ý về sứ mệnh hiện tại của tập đoàn
- Lãnh đạo các công ty thành viên có sự thấu hiểu nhất định về Sứ mệnh của tập đoàn, tuy nhiên vẫn còn thiếu sự đồng nhất ở các cty thành viên

“Trở thành tập đoàn Quốc tế”

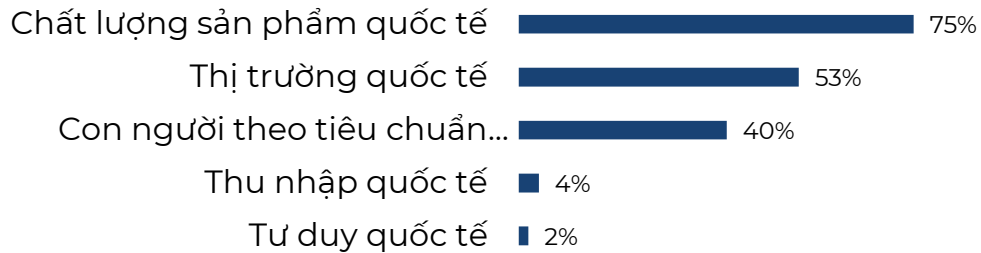


Mức độ thấu hiểu của CBNV về Tầm nhìn:

Điểm trung bình: 4.0



Để đạt được Tầm nhìn trên, Haweel có thể / cần quốc tế ở:



- 21 % CBNV không quá đồng ý với tầm nhìn “Trở thành 1 tập đoàn Quốc tế”
- Tuy nhiên, đa phần CBNV của Haweel đều đồng ý về tầm nhìn hiện tại của tập đoàn (79%)

Góc nhìn của Lãnh đạo về Tầm nhìn:



“Với bối cảnh là một công ty thành viên, Haweel P&T cần phải truyền tải sứ mệnh và tầm nhìn một cách **đồng bộ xuống các CBNV** & mỗi công ty thành viên cần có **Sứ mệnh, Tầm nhìn, Giá trị riêng** của mình để **dễ hiểu hơn**, đi kèm với 1 **câu chuyện giới thiệu.**”



“Haweel Energy đang từng bước tiến đến tầm nhìn **trở thành nhà đầu tư năng lượng tái tạo trong & ngoài nước**”



“**Tinh thần Teamwork** được đặt lên hàng đầu đối với CBNV. Mỗi cá nhân sẽ sẵn sàng phấn đấu vì 1 tập thể chung đưa ra **hiệu quả và sự thành công** cho doanh nghiệp”

- Mỗi công ty thành viên đang có **cách hiểu riêng về Tầm nhìn** theo công ty của mình & kỳ vọng **mỗi cty sẽ có một Tầm nhìn, Sứ mệnh, Giá trị riêng** trên định hướng chung của tập đoàn
- Tầm nhìn & Sứ mệnh nên được **truyền tải dưới dạng 1 câu chuyện thương hiệu** để dễ hiểu hơn đối với mọi người

- Hầu hết CBNV đều đồng ý về Tầm nhìn hiện tại của tập đoàn. Tuy nhiên ở mỗi công ty thành viên đều có cách hiểu riêng trên lĩnh vực riêng của mình dựa trên định hướng chung của tập đoàn nhưng chưa có sự thống nhất, đồng bộ rõ ràng & truyền tải một cách dễ hiểu

Góc nhìn từ Ban lãnh đạo

Chính trực

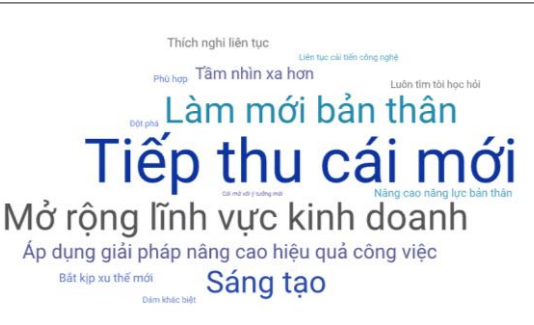
“Chính trực là trung thực, khiêm nhường và can đảm. Tại Hawee, lời nói luôn đi đôi với hành động”

Chủ tịch Trịnh Văn Hà

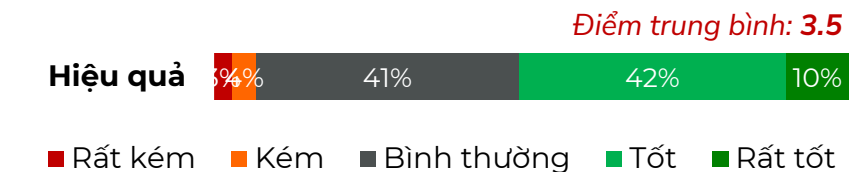
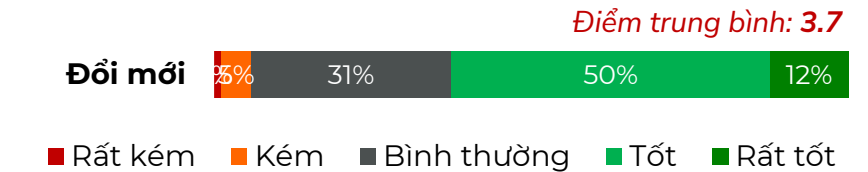
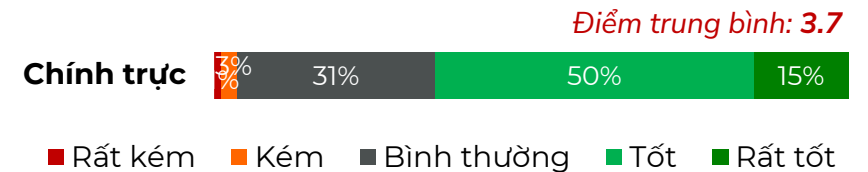
“Chính trực thể hiện ở việc nói và làm là đồng nhất đối với nội bộ doanh nghiệp cũng như với đối tác”



Góc nhìn từ CBNV



Khả năng hành động dựa trên cốt lõi



Đổi mới

“Đổi mới lĩnh vực kinh doanh, sản phẩm, năng xuất, mô hình quản lý (vĩ mô - vi mô) tiếp cận những cái mới cải thiện doanh nghiệp”

CEO Dương Xuân Đệ

“Đổi mới là một thách thức khi Hawee phải tìm giải pháp mới mỗi ngày”

Chủ tịch Trịnh Văn Hà

“Luôn tìm tòi, đào tạo nhân viên về giải pháp, về công nghệ”



Hiệu quả

“Tất cả các quyết định và hoạt động đều cần hướng tới hiệu quả”

Chủ tịch Trịnh Văn Hà

“Hiệu quả đem tới cam kết then chốt trong tất cả các hoạt động”



“Trong mọi quyết định đều hướng tới hiệu quả của mỗi quyết định”

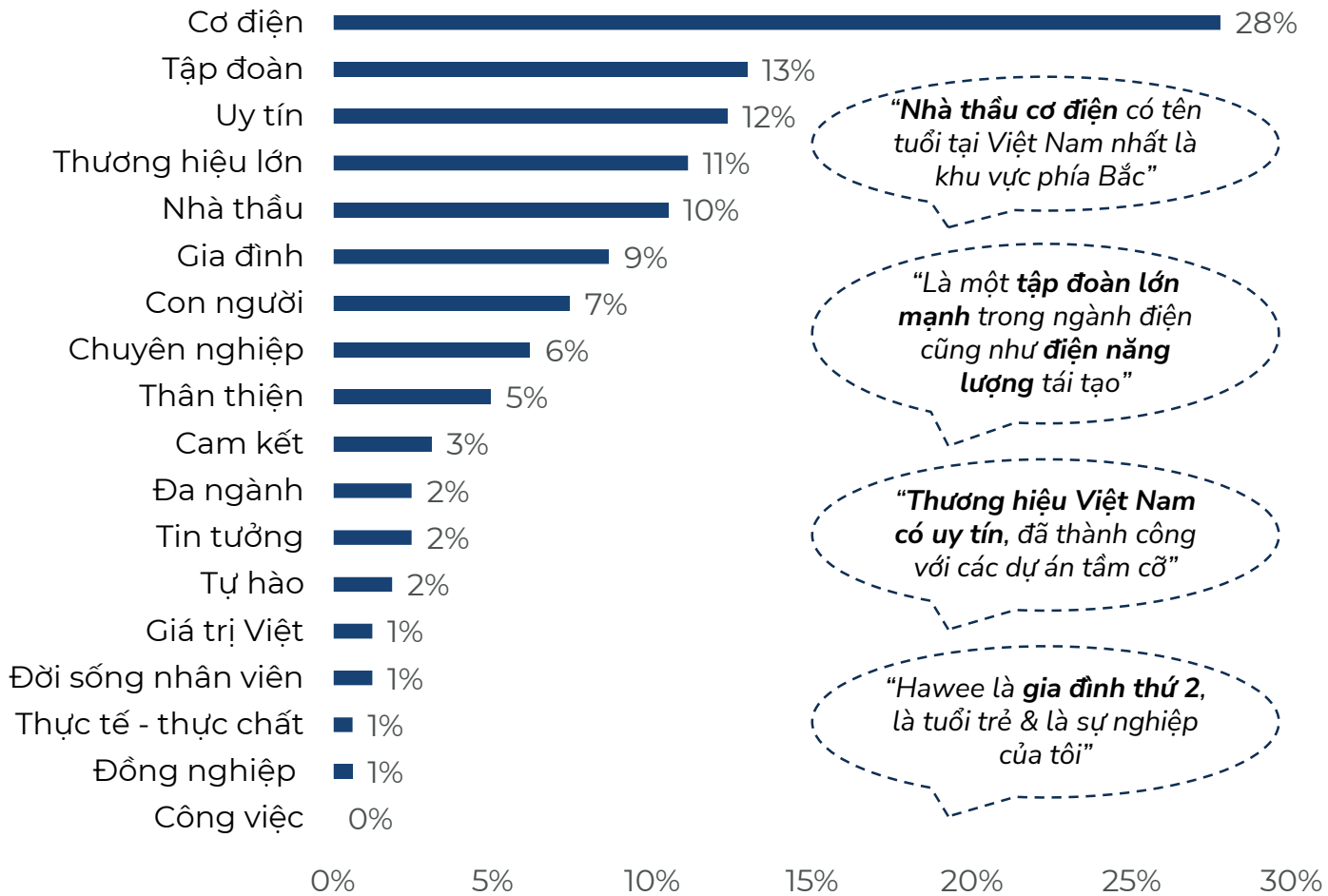


Sự thấu hiểu giá trị cốt lõi trong nội bộ Hawee khá đa dạng và hiện trạng mức độ hành động dựa trên các giá trị cốt lõi đang ở mức trung bình

LIÊN TƯỞNG & HÌNH ẢNH THƯƠNG HIỆU



Khi nhắc đến hai từ HAWEE, điều đầu tiên anh chị nghĩ tới là gì?



“Nhà thầu cơ điện có tên tuổi tại Việt Nam nhất là khu vực phía Bắc”

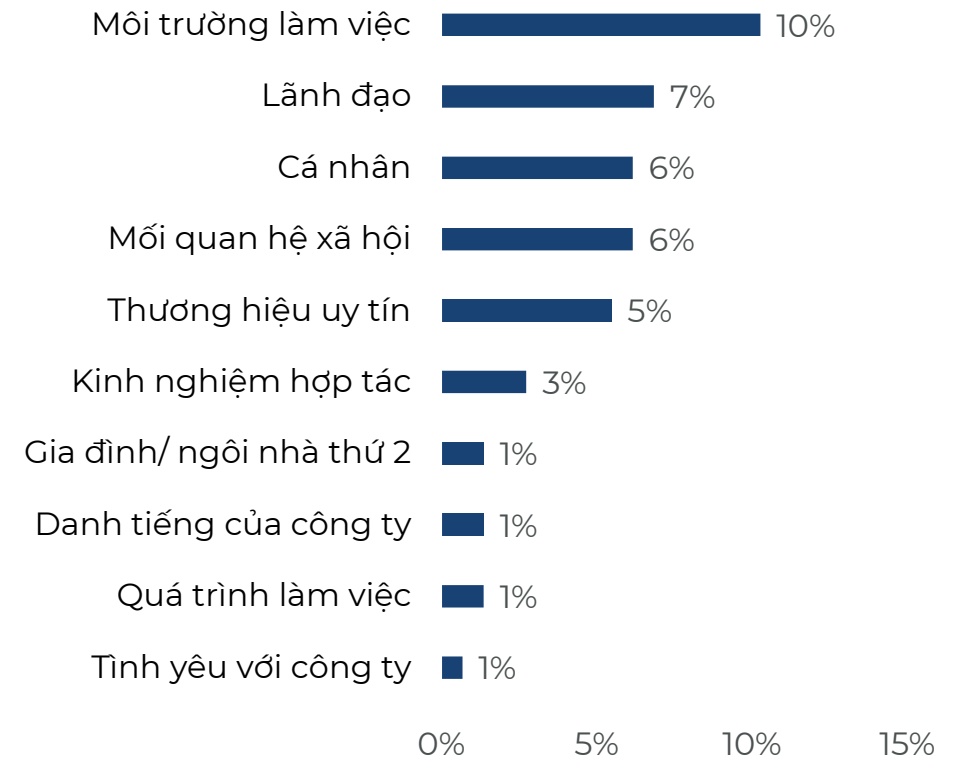
“Là một tập đoàn lớn mạnh trong ngành điện cũng như điện năng lượng tái tạo”

“Thương hiệu Việt Nam có uy tín, đã thành công với các dự án tầm cỡ”

“Haweelà gia đình thứ 2, là tuổi trẻ & là sự nghiệp của tôi”



Do đâu khi nói tới Hawee anh/chị nghĩ ngay đến những điều này?



- Haweelà được CBNV liên tưởng là một nhà thầu, tập đoàn về cơ điện có uy tín tại VN và có một môi trường làm việc tốt, lãnh đạo truyền cảm hứng

Truly your partner

TÍNH CÁCH/ LIÊN TƯƠNG THƯƠNG HIỆU (Từ góc nhìn của Ban Lãnh Đạo)



Đặc điểm và mô tả con người Hawee:



Có kỹ năng đồng đều

Chuyên nghiệp, uy tín

Là một nghệ nhân, tỉ mỉ và trau chuốt



Tuổi: 40 – chín chắn trưởng thành

Chính trực, hào sảng, cần cù

Gắn sự thành công của bản thân cùng tổ chức



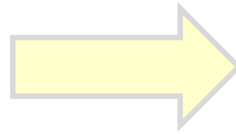
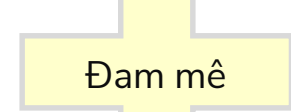
Tuổi: 32- 35 – độ tuổi phát triển và trưởng thành

Chính trực, quyết liệt

Gắn sự thành công của bản thân cùng tổ chức

Mong muốn sự thay đổi trong "con người" Hawee:

Tinh thần cam kết



Mỗi người đều là **đại sứ thương hiệu**

Lan tỏa tinh thần tích cực đến đối tác khách hàng



Nâng cao gắn kết các cá nhân

Mỗi thành viên thực sự trở thành một mắt xích

Các chuyên gia kỹ thuật có thêm kỹ năng PR và đầu tư

Hướng tới thành công chung!

Truly your partner

VẤN ĐỀ TỔN ĐƯƠNG CHÍNH TẠI HAWEE (Từ góc nhìn của Ban Lãnh Đạo)



Hawee

Hawee
M&E

Hawee
P&T

Hawee
Energy

Hawee
Parkland

Hawee
Agri

Với chiến lược chung của tập đoàn, Hawee gặp **nhều áp lực để đưa ra những giải pháp công nghệ, đột phá nhằm giảm chi phí nhưng không giảm chất lượng của sản phẩm.** Là doanh nghiệp đa ngành nghề, các công ty thành viên cũng cần phải thực hiện đúng với chiến lược chung này.

Hawee Group và Hawee M&E có sự thay đổi về định hướng, phát triển trong tương lai. Phát sinh những hoạt động riêng rẽ của các công ty con. **Với định hướng phát triển này, Hawee M&E có thể không còn là mảng chính và quan trọng tại Hawee Group nữa.**

Hoạt động chung lĩnh vực với M&E, hiện nay với cơ cấu phát triển thương hiệu độc lập **Hawee P&T mong muốn có nhận diện riêng biệt, tách mình khỏi M&E để có thể phát triển hơn nữa.** Hiện nay Logo và hệ thống nhận diện đang sử dụng chung gây hiểu lầm lớn cho khách hàng.

Chưa có chiến lược cụ thể phát triển thương hiệu. Theo định hướng mới của tập đoàn, Hawee Energy là một công ty độc lập và xây dựng theo định hướng chung của tập đoàn. Việc xây dựng tạo ra một nhận diện nhất quán và hệ thống với các công ty thành viên tuy nhiên việc thay đổi lớn tốn nhiều thời gian thích ứng và đưa vào sử dụng.

Là công ty mới thành lập với định hướng ra sản phẩm dần trải trên 4 tỉnh thành, **số lượng đầu ra sản phẩm của Hawee Parkland không lớn, khó gây hiệu ứng truyền thông.** Sản phẩm phân lô bán nền, phân khúc khu dân cư nên đóng góp thương hiệu trong ngắn hạn chưa lớn.

Hawee Agri **chưa có câu chuyện truyền cảm hứng** cho việc xây dựng và phát triển thương hiệu. Xây dựng thương hiệu theo với định hướng tập trung của tập đoàn, Hawee Agri là công ty độc lập có ngành nghề khác với ngành nghề cốt lõi, truyền thống của Hawee Group.

Truly your partner

CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU HAWEE

(Từ góc nhìn của Ban Lãnh Đạo)

- Chiến lược truyền thông cho thương hiệu tập đoàn
- Truyền tải được **thông điệp** của tập đoàn



- Phát triển chiến lược **quảng bá thương hiệu con**
- Truyền thông qua **tạp chí chuyên ngành, hội thảo...**



- Tập trung đẩy mạnh thương hiệu trong **thị trường B2B**
- Xây dựng nội dung theo **3 tôn chỉ hàng đầu** của Hawee

- Phát triển **kênh truyền thông sở hữu**
- Tập trung truyền thông trên **sản phẩm** (công trình xây dựng)



- Đẩy mạnh truyền thông **đa kênh**
- Mở rộng thị trường miền Nam
- Tập trung vào **hình ảnh nhận diện mới** của Hawee P&T

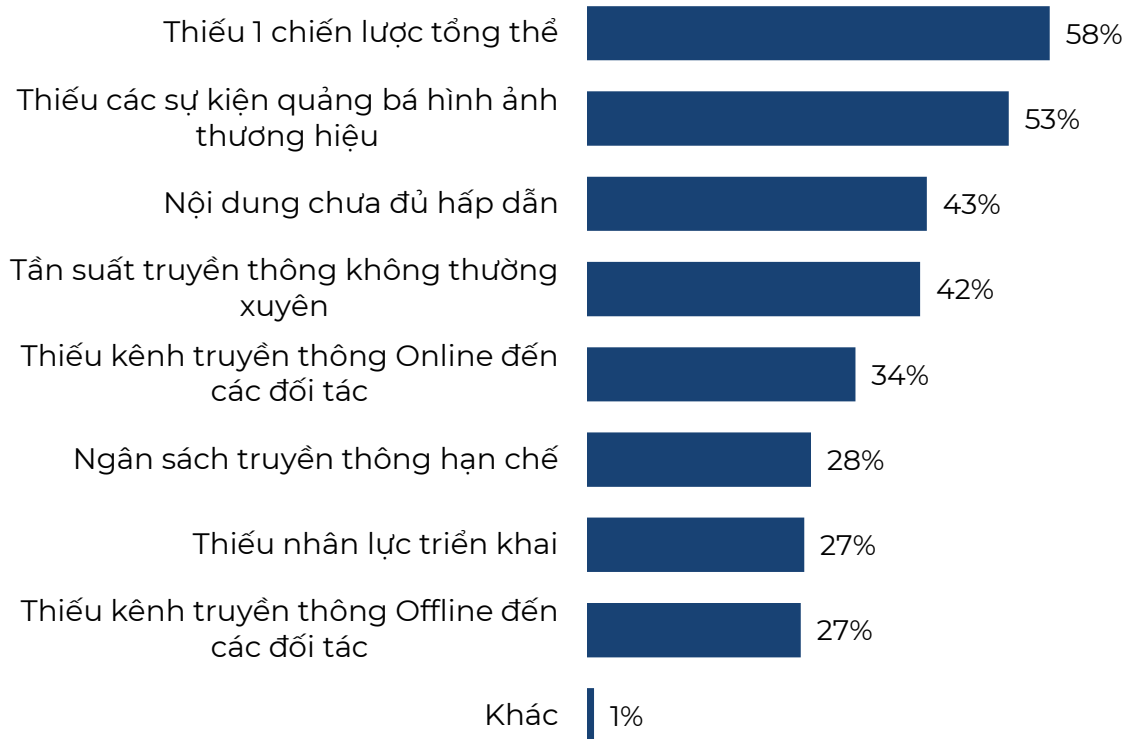


- Phát triển chiến lược **quảng bá thương hiệu con**
- Truyền thông qua **tạp chí chuyên ngành, hội thảo...**

Truly your partner

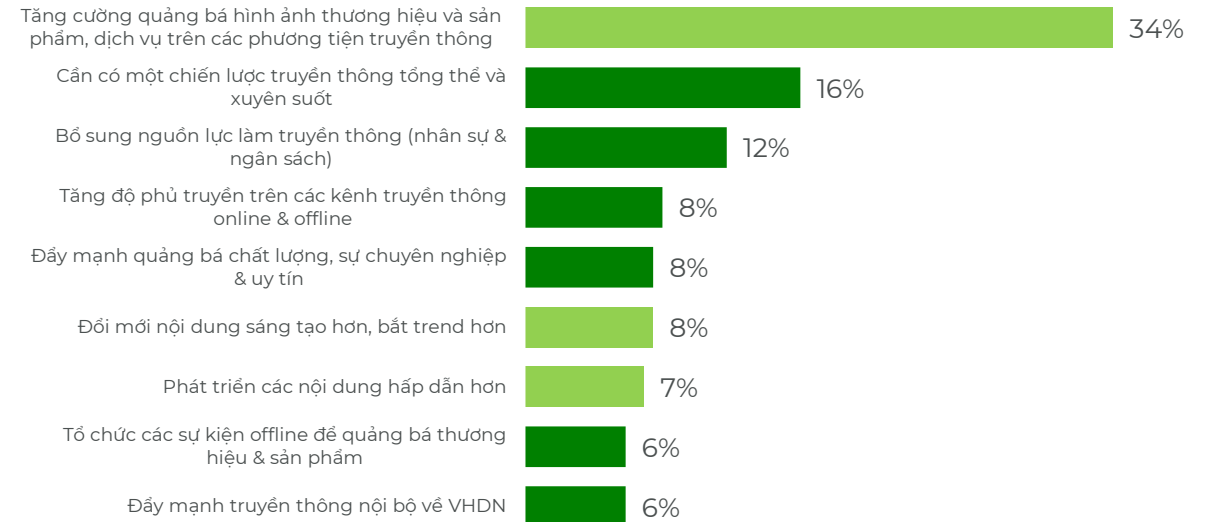
ĐÓNG GÓP VỀ TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU HAWEE CỦA CBNV

Đâu là thách thức / khó khăn chính khi triển khai truyền thông thương hiệu Hawee hiện nay?

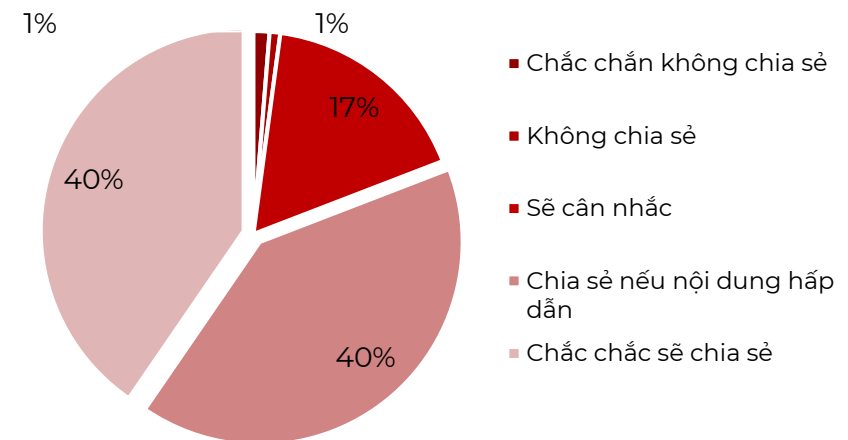


- Khó khăn đối với truyền thông thương hiệu của Hawee đến từ thiếu chiến lược tổng thể và thiếu đa dạng trong quảng bá hình ảnh thương hiệu (thông qua sự kiện và các phương tiện truyền thông).
- Tăng cường quảng bá hình ảnh thương hiệu trên đa nền tảng và một chiến lược tổng thể là những điều kiện hứa hẹn đem lại hiệu quả truyền thông cao hơn

Góp ý của CBNV về truyền thông của Hawee và các thương hiệu thành viên trong tương lai:



Độ sẵn sàng chia sẻ nếu nội dung truyền thông đa dạng và hấp dẫn hơn:





2.5

Đặc trưng văn hóa doanh nghiệp

VĂN HÓA DOANH NGHIỆP HIỆN TẠI CỦA HAWEE LÀ “GIA ĐÌNH”



Linh hoạt & tự do



Gia đình

- Môi trường thân thiện, chia sẻ
- Tinh thần đồng đội, hợp tác
- Gắn kết bằng lòng trung thành, truyền thống
- Chiến lược dựa vào phát triển đội ngũ bền vững

Sáng tạo

Thứ bậc

Thị trường

Ổn định & kiểm soát

Chú trọng nội bộ & phối hợp

Hướng ngoại & khác biệt

Văn hóa doanh nghiệp hiện tại của Hawee Group là văn hóa “Gia đình” (Clan)

Điểm trung bình: 3.9



■ Rất không đồng tình ■ Không đồng tình ■ Bình thường ■ Đồng tình ■ Rất đồng tình

Văn hóa “Gia đình” của Hawee được thể hiện qua 03 yếu tố chính:

1 Chia sẻ

Haweel thể hiện VHDN qua cách chia sẻ niềm tin và lợi ích. Con người Hawee luôn hết mình vì công việc, sẵn sàng vượt qua giới hạn để bứt phá, hỗ trợ, chia sẻ công việc để đạt được kết quả tốt nhất

2 Tôn trọng

Mọi quyết định đưa ra phải được dựa trên lợi ích & sự phát triển của doanh nghiệp. Con người Hawee chính trực, truyền cảm hứng và sẵn sàng trao quyền, tạo dựng niềm tin lớn từ CBNV tới Lãnh đạo vào tổ chức.

3 Gắn gũi

Mối quan hệ trong công ty thân thiết như trong gia đình. Con người Hawee luôn thẳng thắn đưa ra ý kiến, bảo vệ quan điểm

Mức độ đóng góp đến sự phát triển của Hawee hiện nay

Điểm trung bình: 3.7



■ Đóng góp rất ít ■ Đóng góp ít ■ Bình thường ■ Đóng góp nhiều ■ Đóng góp rất nhiều

Kết luận: Hawee Group coi trọng sự gắn gũi trong mối quan hệ giữa người với người, trên cơ sở sự tôn trọng với từng CBNV trong công ty.

Truly your partner

NHÌN NHẬN CỦA CÁC CÔNG TY THÀNH VIÊN VỀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP HAWEE

Những điểm khác biệt của Hawee với thương hiệu khác

Hawee

Nhiệt huyết, thẳng thắn và minh bạch

“Hawee là một doanh nghiệp trẻ, nhiệt huyết, thẳng thắn với văn hóa gia đình. Đối với khách hàng và đối tác, Hawee thể hiện sự cam kết với sản phẩm toàn diện và minh bạch.”

Hawee

Parkland

Đào tạo và học hỏi cao

“Tại Hawee, hoạt động đào tạo được phát triển mạnh mẽ trong nhiều năm, nâng cao tinh thần học hỏi của đội ngũ nhân viên và ban lãnh đạo”

Hawee

Tập thể, gia đình

“Cam kết đem tới sản phẩm toàn diện, hệ thống vận hành Hawee không phụ thuộc vào cá nhân mà là cả một tập thể vững mạnh”

Hawee
Energy

Luôn giữ chữ tín và vô cùng bền bỉ

“Đặt chữ tín lên hàng đầu, Hawee cam kết đem tới sản phẩm tiêu chuẩn quốc tế, giá cả cạnh tranh, tiến độ thi công nhanh. Đội ngũ nhân sự mạnh về trình độ, giỏi về giải pháp, bền bỉ về khả năng chiến đấu”

Hawee
Agri

Tin tưởng và sẻ chia

“Văn hóa của Hawee chưa đựng niềm tin nơi CB-CNV và BLĐ trao quyền và chia sẻ thành quả.”

Truly your partner

MONG MUỐN TƯƠNG LAI: BỔ SUNG VHDN ĐỂ PHÙ HỢP HƠN VỚI ĐỊNH HƯỚNG TẬP ĐOÀN

Linh hoạt & tự do

Hawe



Hawe

Gia đình

- Môi trường thân thiện, chia sẻ
- Tinh thần đồng đội, hợp tác
- Gắn kết bằng lòng trung thành, truyền thống
- Chiến lược dựa vào phát triển đội ngũ bền vững

Sáng tạo

- Môi trường tự do, năng động
- Luôn đổi mới dám nghĩ dám làm
- Gắn kết bằng sự tự do đổi mới, sáng tạo, trải nghiệm
- Chiến lược tập trung vào sự đổi mới, tiên phong

Thứ bậc

Thị trường

Ổn định & kiểm soát

Chú trọng nội bộ & phối hợp

Hướng ngoại & khác biệt

BLĐ và CB-CNV các công ty thành viên mong muốn sự thay đổi trong các nguyên tắc và biểu hiện hành vi:

Hawe
M&E

“Những yếu tố của văn hóa gia đình không tạo được lợi thế cạnh tranh cho Hawee. Trong thời gian tới Hawee cần làm nổi bật, rõ ràng văn hóa doanh nghiệp để CB-CNV được noi theo”

Hawe
P&T

“Hawe cần xây dựng lại hình ảnh doanh nghiệp trau chuốt, tập trung nổi bật văn hóa doanh nghiệp Hawee”

Ms. Trang, phòng đào tạo

“Sau khi trao đổi với ban lãnh đạo, Hawee có mong muốn dịch chuyển sang văn hóa sáng tạo phù hợp hơn trong bối cảnh tương lai khi công ty thành viên phát triển các thế mạnh riêng”

Mr. Trường, QC P&T

“Tại Hawee văn hóa làm việc vô cùng nhiệt huyết và tương tác thẳng thắn, tự do, không ngại va chạm trong mỗi phòng ban”

Kết luận: Trong tương lai, CB-CNV và BLĐ Hawee có mong muốn phát triển văn hóa sáng tạo (Adhocracy) trong doanh nghiệp nhằm tạo môi trường cởi mở, năng động phát huy thế mạnh của tập đoàn và phù hợp với định hướng phát triển mới.

Truly your partner

CẢM NHẬN CHUNG CỦA CBNV VỀ HAWEE



❑ Phần lớn nhân viên tại Hawee đều hài lòng & cảm thấy tự hào về công ty:

- 78% sẵn sàng chia sẻ thông tin tuyển dụng với bạn bè người thân để họ có thể ứng tuyển vào công ty
- 83% thấy Hawee tạo cho họ cảm hứng làm việc, mỗi ngày đều luôn nỗ lực làm tốt nhất công việc của mình
- 89% cảm thấy luôn vui và tự hào khi chia sẻ với bạn bè, người thân về công việc của mình tại Hawee

❑ Mức độ yêu thích Hawee của CBNV:

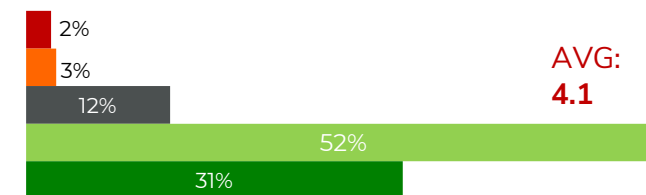


- Hoàn toàn không thích
- Không thích lắm
- Bình thường
- Thích
- Cực kỳ thích

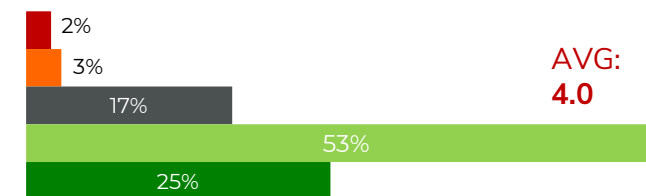
- Mức độ yêu thích Hawee của CBNV ở mức 3.9/5 điểm, trong đó có 77% nhân viên yêu thích Hawee, 20% nhân viên cảm thấy bình thường, chỉ có một số ít cảm thấy không thích

Hãy cho biết cảm nhận của anh / chị về Hawee?

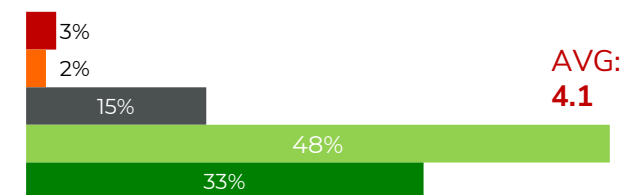
Khi công ty có nhu cầu tuyển dụng, tôi luôn chia sẻ thông tin đó với bạn bè người thân để họ có thể ứng tuyển vào công ty



Hawee tạo cho tôi cảm hứng làm việc, mỗi ngày tôi đều luôn nỗ lực làm tốt nhất công việc của mình



Tôi luôn thấy vui và tự hào khi nói với bạn bè, người thân về công việc của mình tại Hawee



- Hoàn toàn không đồng ý
- Không đồng ý lắm
- Bình thường
- Đồng ý
- Hoàn toàn đồng ý

Kết luận: Hawee Group được đa số CBNV đánh giá cao, cảm thấy hạnh phúc và tự hào khi làm việc tại Hawee. Họ cũng dành sự tin tưởng nhất định cho tập đoàn khi sẵn sàng giới thiệu người thân làm việc tại đây.

Truly your partner

ĐIỂM YÊU THÍCH KHI LÀM VIỆC TẠI HAWEE



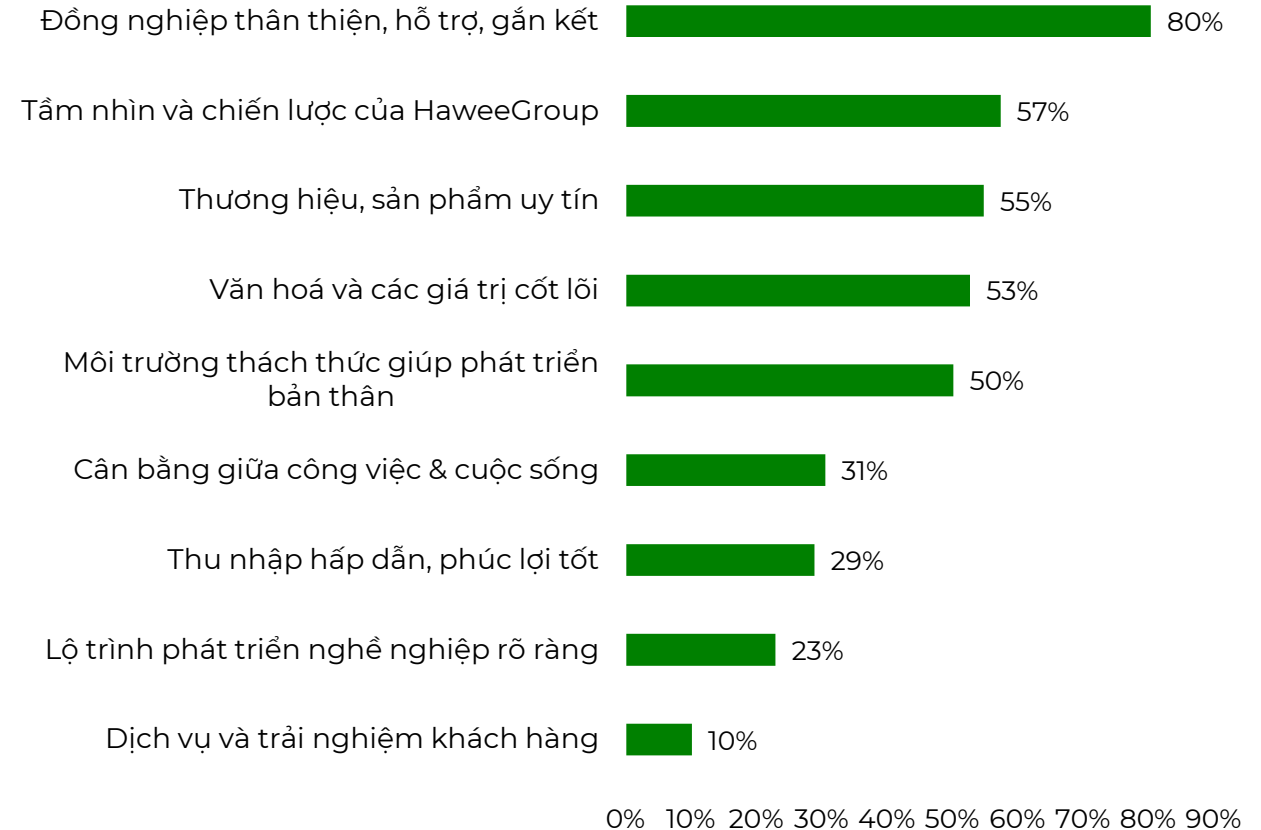
05 điều thích nhất khi làm việc ở Hawee:

- Đồng nghiệp thân thiện, hỗ trợ, gắn kết
- Tầm nhìn và chiến lược của Hawee Group
- Thương hiệu, sản phẩm uy tín
- Văn hóa và các giá trị cốt lõi
- Môi trường thách thức giúp phát triển bản thân

04 điều CBNV không đánh giá quá cao:

- Cân bằng giữa công việc & cuộc sống
- Thu nhập hấp dẫn, phúc lợi tốt
- Lộ trình phát triển nghề nghiệp rõ ràng
- Dịch vụ và trải nghiệm khách hàng

Anh/chị thích những điều gì khi làm việc tại Hawee?



- Những điều nhân viên yêu thích nhất chủ yếu là những yếu tố liên quan đến công ty, không phải là những điều mang lại lợi ích cho riêng bản thân họ. Về ngắn hạn, điều này sẽ góp phần thúc đẩy sự phát triển chung của tổ chức nhưng về lâu dài sẽ ảnh hưởng đến nhiệt huyết của đội ngũ cán bộ nhân viên.

Truly your partner

KHÓ KHĂN KHI LÀM VIỆC TẠI HAWEE



03 điểm khó khăn nhất khi làm việc ở Hawee:

- Điều gây nhiều khó khăn cho nhân viên nhất khi làm việc ở Hawee là thu nhập chưa cạnh tranh (45%) và Quy trình, thủ tục rườm rà (34%)
- Đối với việc thiếu công cụ hỗ trợ công việc (Bộ phận gặp khó khăn này nhất là Phát triển dự án – 75%, Kỹ thuật công nghệ - 57%)
- Ngoài ra, CB-CNV có những rào cản khác trong công việc như công việc quá áp lực, căng thẳng (21%) hay việc đào tạo chưa được phân bổ đồng đều và đáp ứng đúng yêu cầu công việc (9%)

Các khó khăn khác (9%):



“Bộ phận Kỹ thuật & Kho dự án thiếu nhân sự”

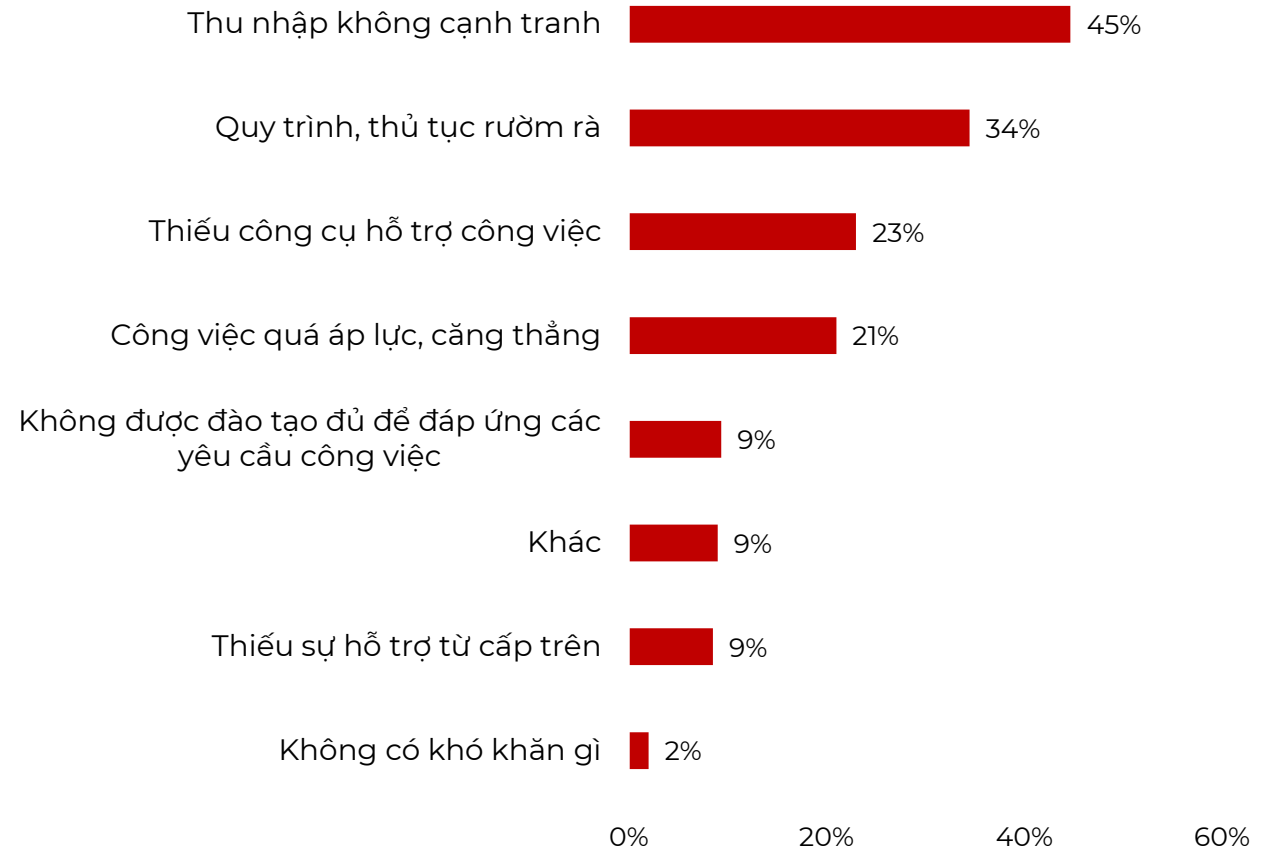
“Quy trình thủ tục đôi khi máy móc & khá nhiều giai đoạn dẫn đến việc vật tư đặt hàng về công trường chậm cho việc thi công”



“Lộ trình phát triển nghề nghiệp không rõ ràng, không thấy cơ hội phát triển. Cấp trên ôm quá nhiều việc, nên chia sẻ bớt các công việc khác và tạo điều kiện phát triển cho nhân viên”

- Khó khăn chính khi làm việc tại Hawee chủ yếu đến từ mức thu nhập và hệ thống quy trình xử lý
- Ngoài ra, CBNV cũng cảm thấy công việc tại Hawee khá áp lực, thiếu công cụ hỗ trợ & chưa được đào tạo đủ về kỹ năng chuyên môn

Khó khăn của anh/chị khi làm việc tại Hawee là gì?



TINH THẦN CỦA ĐỘI NGŨ CBNV VỀ SỰ PHÁT TRIỂN CHUNG CỦA TẬP ĐOÀN

	1 Hoàn toàn không đồng ý	2 Không đồng ý	3 Bình thường	4 Đồng ý	5 Hoàn toàn đồng ý	Điểm trung bình
Tôi sẵn sàng làm việc thêm giờ để hoàn thành nhiệm vụ	1%	3%	11%	54%	30%	4.1
Tôi sẵn sàng làm những việc mới chưa từng làm trước đây	1%	0%	7%	57%	35%	4.2
Tôi sẵn sàng học hỏi để hoàn thiện thêm kỹ năng và kiến thức	1%	0%	2%	54%	43%	4.4
Tôi sẵn sàng thay đổi cách thức làm việc nếu được yêu cầu	1%	0%	7%	59%	33%	4.2
Tôi thấy cần được đào tạo tốt hơn về kiến thức và kỹ năng	1%	1%	8%	54%	35%	4.2
Tôi thấy chúng ta cần cải tiến sản phẩm để tốt hơn	1%	0%	7%	53%	39%	4.3
Tôi thấy chúng ta cần cải tiến quy trình để tốt hơn	1%	0%	11%	51%	37%	4.2
Tôi sẵn sàng tham gia các hoạt động để góp phần xây dựng thương hiệu Hawee	1%	0%	6%	54%	37%	4.3
Những gì tôi đang làm đã là tốt nhất trong khả năng của tôi rồi	2%	5%	25%	49%	19%	3.8
Tôi sẵn sàng gắn bó với Hawee trong vòng 5 năm tới	3%	1%	16%	49%	31%	4.1
ĐIỂM TINH THẦN CHUNG	1%	10%	53%	34%	1%	4.2

A dark, blue-tinted background image showing several people in business attire leaning over a table, looking at documents and charts. The scene is dimly lit, focusing on the hands and papers.

03

TỔNG KẾT






Tổng kết góc đánh giá về thương hiệu *(Từ góc nhìn của CBNV)*



❑ Điểm chung đánh giá về thương hiệu Hawee:

- Các công ty thành viên hiện tại **thấu hiểu tốt các tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi thương hiệu tập đoàn.**
- Tuy nhiên, vẫn **thiếu các hành động theo đúng các giá trị cốt lõi trên**, đặc biệt là khả năng hành động dựa trên giá trị **“Hiệu quả”** được đánh giá kém nhất trong 3 giá trị cốt lõi.
- Các công ty thành viên mong muốn **phát triển sứ mệnh và tầm nhìn riêng** dựa trên tầm nhìn và chiến lược chung của tập đoàn & **mong muốn có định hướng truyền thông thương hiệu rõ ràng** dành cho từng công ty thành viên từ bên trong nội bộ và truyền thông bên ngoài.

❑ Điểm riêng đánh giá về thương hiệu Hawee:

				
<ul style="list-style-type: none">• Mức thu nhập không hấp dẫn (53%)• Quy trình rườm rà (44%)• HÀi lòng với môi trường làm việc và tiềm năng phát triển.	<ul style="list-style-type: none">• Một số nhỏ chưa HÀi lòng với văn hóa gia đình cần ưu tiên sự chuyên nghiệp, rõ ràng• Mức thu nhập không hấp dẫn (50%),	<ul style="list-style-type: none">• Mong muốn Haweel Agri sẽ trở thành câu chuyện truyền cảm hứng về một công ty chăn nuôi công nghệ cao	<ul style="list-style-type: none">• Quy trình thủ tục rườm rà (48%)• Thu nhập không hấp dẫn (33%)	<ul style="list-style-type: none">• Mức thu nhập không hấp dẫn (50%)



Strengths

Phân tích sức mạnh Thương hiệu Tập đoàn Hawee

1. Sức mạnh về nội lực doanh nghiệp

Hawee là thương hiệu phát triển nhờ phát huy nội lực doanh nghiệp, lấy sức mạnh và ý chí quyết tâm của cán bộ nhân viên làm nền tảng. Những thành tựu quan trọng mà Hawee đã đạt được trong thời gian qua: Phát triển bứt phá vượt trội về quy mô, số lượng công trình, doanh số. Mang lại thu nhập cao và ổn định cho đội ngũ cán bộ công nhân viên Hawee. Hoàn thành tốt chất lượng và tiến độ các công trình được giao. Tạo được sự tin tưởng của chủ đầu tư và tổng thầu.

2. Sức mạnh về sự linh hoạt trong phát triển ngành nghề

Với chiến lược tập đoàn mới, Hawee phát triển phủ rộng đa ngành, nắm bắt các xu thế và các ngành cốt lõi tại Việt Nam. Chiến lược này giúp Hawee phát triển nhanh và mạnh, giảm thiểu rủi ro về thị phần, năng lực chuyên sâu của nhân sự và sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

3. Sức mạnh về phát triển giải pháp và sản phẩm đột phá

Hoạt động đúng với tôn chỉ doanh nghiệp, Hawee cam kết quan tâm tới chất lượng sản phẩm, giá trị, lợi ích cộng đồng. Hawee cung cấp các giải pháp công nghệ tổng thể, tạo ra hình ảnh nhà thầu công nghệ khác biệt so với thị trường.

Weaknesses

Phân tích yếu điểm Thương hiệu Tập đoàn Hawee

1. Yếu điểm về truyền thông Thương hiệu

Hiện tại Hawee Group và các công ty thành viên chưa có chiến lược cụ thể. Trước đây Hawee đã có các công tác truyền thông, báo chí (Clip phát trên VTV1 năm 1 bài, bài PR trên báo) thời lượng ít, không để lại dấu ấn. Do đặc thù văn hoá gia đình và chưa trú trọng hoạt động quảng bá ra bên ngoài nên phần lớn hoạt động và thông điệp truyền thông là dành cho nội bộ. Định vị thương hiệu và thông điệp truyền thông ra bên ngoài chưa được xác định rõ ràng.

2. Yếu điểm về tay nghề nhân sự

Hiện nay, CB-CNV tại Hawee được đánh giá năng lực không đồng đều, chưa thể so sánh được với năng lực của các đối thủ tại thị trường nước ngoài. Đối với các ngành mới phát triển trong hệ thống tập đoàn, Hawee xây dựng bộ máy mới, CB-CNV chưa hiểu sâu về văn hóa doanh nghiệp và quy trình hoạt động nên cần thời gian để đào tạo.

3. Yếu điểm về quan hệ đối ngoại

Với đặc thù các sản phẩm mang tính hợp tác lâu dài của Hawee, việc duy trì mối quan hệ tốt đẹp cũng quan trọng không kém tìm kiếm các đối tác mới. Hiện nay, mối quan hệ với chủ đầu tư hay những đối tác chiến lược (nguyên/vật liệu) đang gặp một vài khó khăn nhất định. Đặc biệt với các lĩnh vực mới, Hawee cần chú trọng hơn về quan hệ đối ngoại (cơ quan nhà nước, các đối tác chiến lược/nhà cung cấp...)



Opportunity

Phân tích cơ hội Thương hiệu Tập đoàn Hawee

1. Cơ hội phát triển trong nhóm ngành lợi thế quốc gia

Cập nhật những lợi thế phát triển chung tại thị trường Việt Nam và thế giới, Hawee đặc biệt phát triển các nhóm ngành mang tính lợi thế quốc gia, thiết yếu trong đời sống như năng lượng, nông nghiệp và du lịch/ bất động sản. Chiến lược phát triển song song các ngành trên không những giảm thiểu rủi ro cho doanh nghiệp mà còn đưa cho Hawee những lợi thế, cơ hội để trở thành một tập đoàn lớn mạnh, vươn tầm quốc tế.

2. Cơ hội về quản trị & phát triển Thương hiệu Hawee Group và công ty thành viên

Đây được coi là cơ hội dành cho Hawee Group và các công ty thành viên khi bắt đầu có sự nhìn nhận đúng và tiến hành đầu tư chiến lược về quản trị và phát triển Thương hiệu. Điều này đem lại nhiều khả năng gia tăng giá trị Thương hiệu doanh nghiệp bền vững và chuẩn bị cho giai đoạn đẩy mạnh mở rộng lĩnh vực kinh doanh trong tương lai.



Threats

Phân tích thách thức Thương hiệu Tập đoàn Hawee

1. Thách thức về thể hiện định vị và truyền thông thương hiệu tới khách hàng mục tiêu

Do đặc thù văn hoá gia đình và chưa trú trọng hoạt động quảng bá ra bên ngoài nên phần lớn hoạt động và thông điệp truyền thông là dành cho nội bộ. Định vị thương hiệu và thông điệp truyền thông ra bên ngoài chưa được xác định rõ ràng. Hawee cần xây dựng chiến lược truyền thông, định vị thương hiệu với thông điệp rõ ràng cho tập đoàn, chuyên biệt cho các công ty thành viên.

2. Thách thức về xây dựng Văn hóa doanh nghiệp

Là doanh nghiệp phát triển với văn hóa gia đình lâu năm, yếu tố “gần gũi”, “gia đình” cũng thể hiện một vài yếu điểm như: Văn hóa phê bình/ chỉ ra khuyết điểm chưa được đón nhận. Trong thời gian tới, Hawee có bước chuyển dịch sang văn hóa sáng tạo (Adhocracy). Bước thay đổi này cần được thống nhất với các công ty thành viên vốn có các ngành nghề khác nhau và được truyền tải một cách đồng bộ tới CB-CNV trong các phòng ban.

3. Thách thức về xây dựng giải pháp mới trong ngành

Là một điểm mạnh trong doanh nghiệp, Hawee cũng đối mặt với thách thức và áp lực để đưa ra những giải pháp công nghệ đột phá nhằm giảm chi phí nhưng không giảm chất lượng của sản phẩm.

**Thank you
For listening!**