

Trải nghiệm của nhân viên là nhận thức của người lao động về hành trình của họ thông qua tất cả các điểm tiếp xúc tại một công ty cụ thể, bắt đầu từ việc ứng cử cho đến khi rời khỏi công ty. Không gian làm việc thực tế, văn hóa và công nghệ của công ty là tất cả các thành phần quan trọng của trải nghiệm nhân viên, thường được viết tắt là EX.



Lợi ích của trải nghiệm nhân viên

Tăng cường trải nghiệm của nhân viên có rất nhiều lợi ích, tất cả đều liên quan đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên, dẫn đến lợi nhuận cao hơn và định vị thị trường tốt hơn. Chúng bao gồm những điều sau:

– *Nhân viên làm việc hiệu quả, gắn bó hơn.* Những nhân viên bị sa thải có thể khiến công ty mất hàng tỷ đồng mỗi năm do những hậu quả như năng suất, lợi nhuận thấp hơn. Ngược lại, những nhân viên gắn bó có năng suất cao hơn và mang lại những lợi thế khác như cải thiện tỷ lệ giữ chân và an toàn tại nơi làm việc.

– *Tỷ lệ vắng mặt thấp hơn.* Nhân viên không hài lòng có nhiều khả năng vắng mặt tại nơi làm việc, từ đó ảnh hưởng tiêu cực đến tinh thần, năng suất và tài chính. Nhân viên hạnh phúc có tỷ lệ vắng mặt thấp hơn.

– *Tăng chất lượng công việc.* Mức độ hạnh phúc ảnh hưởng đến sự thành công trong công việc nhiều hơn chỉ số IQ hoặc bộ kỹ năng. Theo nghiên cứu từ nhà tâm lý học và chuyên gia hạnh phúc của Đại học Harvard Shawn Achor và những người khác. Ví dụ: một bộ não “hạnh phúc” nhìn thấy nhiều khả năng hơn và sáng tạo hơn.

– *Cải thiện quan hệ khách hàng.* Trải nghiệm của nhân viên ảnh hưởng đến tất cả các lĩnh vực của doanh nghiệp, bao gồm cả trải nghiệm của khách hàng. Thật vậy, nhiều chuyên gia trong ngành tin rằng CX là kết quả trực tiếp của EX. Nhân viên hạnh phúc có nhiều khả năng truyền tải tâm trạng và cảm xúc tốt hơn trong khi tương tác với khách hàng. Họ cũng có xu hướng thể hiện sự cống hiến và hiểu biết nhiều hơn về các sản phẩm và dịch vụ, do đó, họ có thể hỗ trợ tốt hơn cho khách hàng.

Tại sao trải nghiệm của nhân viên lại quan trọng?

Những lợi ích từ trải nghiệm của nhân viên ở trên đã cho chúng ta thấy rất rõ tại sao sự hài lòng của nhân viên phải là một ưu tiên quan trọng như vậy. Đây là một cái nhìn chi tiết hơn về lý do tại sao.

– Các tổ chức thành công nhất thu hút và giữ chân nhân tài hàng đầu. Khi nền kinh tế tốt, sự cạnh tranh để tìm kiếm những tài năng hàng đầu có tính cạnh tranh cao và nhu cầu thu hút và giữ chân nhân tài hiệu quả ngày càng lớn. Trong những thời điểm khó khăn, chẳng hạn như đại dịch COVID-19 và suy thoái, việc chú ý đến trải nghiệm của nhân viên có thể giúp các công ty trở nên cạnh tranh hơn và ngăn ngừa những hậu quả tồi tệ nhất.

– Các công ty có trải nghiệm nhân viên tích cực, như được chỉ ra bởi các thước đo, chẳng hạn như điểm số cao trong các nghiên cứu và được đưa vào danh sách công việc hàng đầu, cũng có điểm số trải nghiệm khách hàng cao và tăng trưởng doanh thu tích cực. Nhiều nghiên cứu cho thấy mối liên hệ trực tiếp rất liên quan với nhau giữa trải nghiệm của nhân viên và trải nghiệm của khách hàng (EX & CX).

– Nhận thức và trải nghiệm của nhân viên sẽ ảnh hưởng đến mọi khía cạnh khác trong quy trình của công ty. Những nhân viên hạnh phúc nhận thấy trải nghiệm của họ là tốt sẽ tham gia nhiều hơn và hoàn thành nhiệm vụ một cách hiệu quả và hiệu quả hơn.

– Trải nghiệm của nhân viên ảnh hưởng trực tiếp đến các khía cạnh cụ thể khác của nơi làm việc. Ví dụ, những nhân viên có trải nghiệm tích cực có nhiều khả năng cam kết và ở lại một tổ chức hơn những nhân viên có trải nghiệm tiêu cực. Họ cũng có nhiều khả năng quảng bá công ty là một nơi tuyệt vời để làm việc, dẫn đến nhiều giới thiệu hơn cho các vị trí mở và tăng tỷ lệ lấp đầy, vì hầu hết người tìm việc dễ bị ảnh hưởng bởi nhận thức của nhân viên về trải nghiệm làm việc và văn hóa công ty. Đây là một lý do tại sao các trang web đánh giá công ty chẳng hạn như Glassdoor đã trở nên phổ biến. Những đánh giá không tốt sẽ khiến ứng viên quay lưng với công ty, trong khi những đánh giá tốt sẽ thu hút họ. Trải nghiệm của nhân viên cũng ảnh hưởng đến sự gắn bó của nhân viên. Mức độ tương tác cao hơn cải thiện văn hóa công ty và tăng năng suất, cuối cùng tạo ra tác động tích cực đến doanh thu và lợi nhuận của công ty.

Trải nghiệm nhân viên so với Gắn kết nhân viên

– Là tổng thể và gói gọn mọi thứ mà một nhân viên nghĩ, cảm nhận và nhìn thấy. Ngược lại, sự tham gia của nhân viên đề cập đến mức độ tích cực của một nhân viên đối với công việc hoặc cam kết với công việc. Sự tham gia của nhân viên là một kết quả của trải nghiệm tổng thể và có xu hướng được liên kết cụ thể hơn nhiều với năng suất.

– Sự gắn kết của nhân viên so với trải nghiệm của nhân viên có xu hướng liên quan đến sự tập trung hẹp vào các công cụ công nghệ, đo lường hoặc các đặc quyền như bánh, trà, coffee... miễn phí. Những loại yếu tố này có thể là một phần của chiến lược trải nghiệm nhân viên,

nhưng chúng không thay thế một cách tiếp cận toàn diện và lâu dài để tạo ra những nhân viên hạnh phúc, trung thành và hiệu quả.

– Điều quan trọng cần lưu ý là có nhiều biến thể của định nghĩa về trải nghiệm của nhân viên, sự gắn kết nhân viên và những khác biệt liên quan. Các nhà cung cấp và những người theo dõi ngành đều có thể có định nghĩa cụ thể của riêng họ. Bất kể những biến thể này, sau hơn một thập kỷ thuật ngữ “Trải nghiệm của nhân viên” trở nên nổi bật và các công ty tập trung vào ý tưởng “Gắn kết nhân viên” (EE – Employee Engagement), nhiều nghiên cứu cho thấy phần lớn các công ty không đạt được tiến bộ và nhân viên không hài lòng trong công việc.

Cách tạo trải nghiệm tuyệt vời cho nhân viên

– Trải nghiệm của nhân viên không phải là triển vọng một sớm một chiều. Vì vậy, việc tạo ra trải nghiệm tích cực cho nhân viên được cho là còn quan trọng hơn với sự mở rộng đột ngột của công việc từ xa do đại dịch COVID-19.

– Các công ty được biết đến với những phẩm chất như cam kết với nhân viên và chiến lược kinh doanh tập trung vào các giá trị, sứ mệnh và mục đích cao hơn có xu hướng mang lại trải nghiệm tốt hơn cho nhân viên. Những ví dụ mẫu về trải nghiệm của nhân viên cũng cung cấp chế độ đãi ngộ và lợi ích lớn, đồng thời tạo ra một môi trường tin tưởng và tôn trọng giữa người lao động và lãnh đạo của họ, nơi khuyến khích những phản hồi tiêu cực. Điều này thúc đẩy phản hồi trung thực hơn từ nhân viên mà sau đó bộ phận nhân sự và lãnh đạo doanh nghiệp có thể sử dụng để cải tiến.

– Không gian làm việc thể chất, văn hóa và tinh cảm, và công nghệ đều đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra trải nghiệm tuyệt vời cho nhân viên, các nhà lãnh đạo doanh nghiệp và nhân sự cần chú ý đến cả ba lĩnh vực này: (i) Không gian làm việc hỗ trợ năng suất; (ii) Đầu tư vào văn hóa và cân bằng giữa công việc và cuộc sống rõ ràng; (iii) Công nghệ vừa hiệu quả vừa thân thiện với người dùng.



Quản lý hiệu suất bằng cách nâng cao năng lực lãnh đạo cấp quản lý

Các nhà quản lý thành công hiểu rằng điều này vượt xa phần mềm quản lý hiệu suất. Vì lý do này, phát triển **NĂNG LỰC LÃNH ĐẠO** là một thành phần quan trọng để cải thiện trải nghiệm của nhân viên. Dưới đây là ba yếu tố để quản lý hiệu suất thành công:

– Các nhà lãnh đạo và quản lý tập trung vào việc đồng bộ hóa các mục tiêu và giá trị cá nhân và nghề nghiệp của nhân viên với mục đích, giá trị và sứ mệnh của doanh nghiệp. Ý thức về mục đích là một yếu tố quan trọng trong trải nghiệm tích cực của nhân viên.

– Các nhà lãnh đạo và quản lý cung cấp các cách để nhân viên được khai phóng / phát triển niềm đam mê thông qua công việc của họ để tạo ra cảm giác thỏa mãn và trở nên hiệu quả hơn.

– Các nhà lãnh đạo và quản lý bồi dưỡng cho nhân viên khả năng đạt được những kỹ năng và kiến thức mới cần thiết để họ không chỉ hoàn thành công việc mà còn thể hiện xuất sắc và đóng góp nhiều hơn cho công ty.

Sự công nhận của nhân viên cũng có tác động đến trải nghiệm của nhân viên

Các nhà quản lý nên ăn mừng nhân viên khi họ đạt được các chỉ số hiệu suất chính (KPI) hoặc mục tiêu bán hàng. Thừa nhận công việc khó khăn giúp nhân viên cảm thấy họ là một phần có giá trị, thiết yếu của công ty và những gì họ đang làm rất quan trọng.

Phản hồi của nhân viên cũng rất quan trọng.

Cơ hội thu thập thông tin phản hồi bắt đầu với những người nộp đơn và ứng viên đang làm việc trải qua quá trình tuyển dụng để thoát khỏi các cuộc phỏng vấn. Thu thập thông tin phản hồi liên tục của nhân viên mang lại thông tin quan trọng, chẳng hạn như sau:

- Thời điểm mà các ứng viên quyết định làm việc cho một công ty
- Hiệu quả của các quy trình giới thiệu
- Những thay đổi trong trải nghiệm của nhân viên khi công ty phát triển
- Ý tưởng cải tiến của nhân viên
- Cách mà Ban điều hành có thể kết nối với nhân viên.

Khung trải nghiệm nhân viên

Về cơ bản, là một cấu trúc hoặc chiến lược để cải thiện EX.

- Trải nghiệm của nhân viên vay mượn và dựa trên lĩnh vực quản lý trải nghiệm khách hàng (CX). Vì cơ sở đó, việc tạo khung EX nói chung sử dụng các chiến lược tư duy thiết kế để tối ưu hóa môi trường làm việc, văn hóa, dịch vụ nhân sự và sự kiện của công ty. Cũng giống như các nhà tiếp thị đã làm việc để hiểu được toàn bộ trải nghiệm của khách hàng tại các điểm tiếp xúc trong toàn bộ hành trình của khách hàng, các nhà lãnh đạo doanh nghiệp và nhân sự có thể tạo bản đồ hành trình của nhân viên, là bản đồ họa về con đường tổ chức của nhân viên, có thể phù hợp với vòng đời của nhân viên. Bản đồ hành trình của nhân viên thường tập trung vào “những khoảnh khắc quan trọng”, những khoảnh khắc ảnh hưởng sâu sắc nhất đến trải nghiệm. Họ cũng có thể tập trung vào một kiểu nhân viên cụ thể hoặc một phần cụ thể của hành trình. Những bản đồ này là chìa khóa để xây dựng một khuôn khổ thành công.
- Hành trình này thường bắt đầu với quy trình tuyển dụng và phỏng vấn, sau đó tiến tới các điểm tiếp xúc như thư mời làm việc và tháng đầu tiên của nhân viên trong công ty. Kết quả là, một quá trình tích cực và dễ dàng hòa nhập vào môi trường làm việc là điều cần thiết để tạo ra một khuôn khổ trải nghiệm nhân viên vững chắc. Các điểm tiếp xúc chính khác ảnh hưởng đến khuôn khổ bao gồm đánh giá năm đầu tiên, phát triển tài năng của nhân viên và các cơ hội phát triển nghề nghiệp và thăng chức.
- Ngoài ra, cách một công ty phản ứng với các mốc quan trọng cá nhân của nhân viên, chẳng hạn như kết hôn và sinh con, cần được xem xét khi thiết kế khung trải nghiệm của nhân viên. Không chỉ nên xem xét các kế hoạch và đề xuất về thời gian nghỉ mà còn phải thực hiện các quy trình để dễ dàng chuyển đổi trở lại nơi làm việc sau một thời gian dài.
- Các cuộc khảo sát, phân tích con người và trò chuyện với nhân viên trực tiếp hoặc theo nhóm nhỏ có thể nâng cao độ chính xác và hiệu quả của bản đồ trải nghiệm nhân viên của công ty. Người sử dụng lao động không nên đưa ra giả định về những gì người lao động của họ có thể muốn hoặc cần, và nên trực tiếp nghe ý kiến của người lao động. Những người duy nhất rõ ràng sẽ biết cách nâng cao trải nghiệm của nhân viên là chính nhân viên đó.
- Tiếng nói của Ban lãnh đạo là một yếu tố thiết yếu của khung trải nghiệm của nhân viên. Các nhà lãnh đạo, chẳng hạn như giám đốc điều hành và quản lý, chịu trách nhiệm tạo ra văn hóa công ty và xác nhận các giá trị kinh doanh. Nhân viên phải có thể liên hệ với các nhà lãnh đạo của họ. Giám đốc điều hành nên cung cấp cho người quản lý các hướng dẫn rõ ràng về những gì họ mong đợi, đồng thời cung cấp các kỹ năng liên quan và thông tin cần thiết để thực hiện hành động tích cực và củng cố trải nghiệm của nhân viên.

TÌM HIỂU THÊM TẠI: <https://fifa4.net/>

Bài viết [Employee Experience – Trải nghiệm nhân viên là gì?](#) đã xuất hiện đầu tiên vào ngày [FIFA ONLINE 4](#).

Nguồn: FIFA ONLINE 4

<https://fifa4.net/employee-experience-trai-nghiem-nhan-vien-la-gi/>

Xem thêm tại:

https://drive.google.com/drive/folders/1-0bVOVvGLHaDfWs3B_LKIlgWNYqgo9pF