

VƯỜN ĐẾN TẦM CAO

CULTURE PLAYBOOK



KONE

BẠN MUỐN LÀM VIỆC CHO MỘT CÔNG TY NHƯ THẾ NÀO?

CÁC ĐỒNG NGHIỆP CỦA CHÚNG TA ĐÃ NÓI LÊN SUY NGHĨ CỦA HỌ



TRANG 10

“Nơi mà tôi cảm thấy mình là một phần của tổ chức.”
– IRATXE,
Bộ phận Kinh doanh Dịch vụ

ẢNH BỞI IRATXE VICENTE



TRANG 17

“Nơi có những cuộc trò chuyện tuyệt vời cùng các đồng nghiệp và khách hàng.”
– ANDREW,
Bộ phận Tiếp thị và Truyền thông

ẢNH BỞI ANDREW TODD



TRANG 28

“Nơi có trách nhiệm với xã hội và hỗ trợ các hoạt động cộng đồng.”
– JULIE, Bộ phận Nhân sự

ẢNH BỞI JULIE HAMMOND



TRANG 34

“Trên hết, nơi nhân viên hạnh phúc sẽ làm cho khách hàng hài lòng.”
– LYDIA,
Bộ phận Đào tạo và Truyền thông

ẢNH BỞI LYDIA PRASAD



TRANG 13

“Một nơi làm việc tuyệt vời là nơi tôi cảm thấy an toàn và có thể chia sẻ ý tưởng một cách cởi mở, không giới hạn.”
– ASTRID, Bộ phận KONE Way

ẢNH BỞI ASTRID HUETING



TRANG 35

“Cùng nhau tạo nên những câu chuyện và hành trình mới”
– MANUEL, Bộ phận Cải tiến

ẢNH BỞI MANUEL JIMENEZ

Trên trang bìa là đồng nghiệp của chúng ta - Christina và Rami, hình ảnh được chụp tại thang máy kỹ thuật số KONE DX.

VƯỜN ĐẾN TẦM CAO

VẬY LÀ BẠN ĐÃ MỞ QUYỂN TẬP SAN VĂN HÓA CỦA CHÚNG TA RA RỒI ĐẤY. ĐÂY LÀ QUYỂN ÁN PHẨM CÓ ĐẦY ĐỦ NHỮNG TƯ TƯỞNG VÀ GỢI LÊN NHỮNG Ý TƯỞNG ĐỂ CHÚNG TA SUY NGẪM, CHIA SẺ VỚI ĐỒNG NGHIỆP, CÙNG NHAU THẢO LUẬN VÀ ÁP DỤNG VÀO THỰC TIỄN. ĐÂY LÀ LỜI MỜI ĐỂ CHÚNG TA CÙNG NHAU HỢP TÁC HIỆU QUẢ HƠN VỚI CÁCH THỨC LÀ MỘT ĐỘI NGŨ KONE.

Dù chỉ đọc lướt qua hay đọc từ đầu đến cuối mỗi trang, quyển tập san này sẽ bổ ích hơn khi bạn chia sẻ những suy nghĩ của mình với mọi người xung quanh. Mỗi sự quan sát và mỗi câu chuyện về văn hóa cho phép chúng ta suy ngẫm và cư xử khác biệt hơn.

Những bước chuyển này luôn diễn ra mọi lúc. Hãy nhớ lại khoảng thời gian của một thập kỷ đã qua hay thậm chí chỉ một vài năm về trước. Khi nhìn lại, chúng ta có thể dễ dàng thấy được thế giới đã thay đổi như thế nào, và cách thức làm việc của chúng ta đã cải tiến ra sao.

Văn hóa của chúng ta được tạo nên bởi mỗi người trong tổ chức, bởi mỗi hành động mà chúng ta làm, mỗi ngày, trên khắp thế giới. Đó là những việc chúng ta làm để mang đến nụ cười trên gương mặt của khách hàng và đồng nghiệp, những hành động truyền cảm hứng cho mọi người xung quanh và làm cho thế giới trở nên tốt đẹp hơn. Điều này được thể hiện trong cách chúng ta hợp tác, cách chúng ta nhìn nhận và phản ứng với thế giới xung quanh, và cách chúng ta mang những nguyên tắc và giá trị cốt lõi vào cuộc sống.

Đó chính là văn hóa – chẳng có gì hoa mỹ cả. Văn hóa là hành động thuần túy, là cách chúng ta làm việc và ứng xử mỗi ngày. Văn hóa cũng vô cùng mạnh mẽ. Mọi điều khác trong tổ chức có thể bị sao chép hoặc thay đổi, nhưng văn hóa thì không. Một nền văn hóa chỉ có thể được phát triển và hình thành, theo thời gian.

Quyển tập san này được tạo nên bởi chúng ta và dành cho chúng ta. Nó được xây dựng trên nền tảng văn hóa vốn đã vững mạnh và hướng đến một tầm nhìn chung về những gì mà chúng ta muốn trở thành.

Vì vậy, hãy tiếp tục. Lật mở từng trang và cùng nhau bắt đầu cuộc hành trình này.



MỘT THẾ GIỚI KHÔNG NGỪNG CHUYỂN ĐỘNG	4
ĐIỀU TUYỆT VỜI SẼ ĐẾN KHI CHÚNG TA THAM GIA	10
TƯ DUY LẤY KHÁCH HÀNG LÀM TRỌNG TÂM	16
CHỌN PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG MỖI NGÀY	24
ĐIỀU GÌ KHIẾN CÔNG VIỆC TRỞ NÊN Ý NGHĨA?	34

MỘT THẾ GIỚI KHÔNG NGỪNG CHUYỂN ĐỘNG

ĐÔ THỊ HÓA, PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG VÀ CÔNG NGHỆ LÀ NHỮNG XU HƯỚNG TOÀN CẦU ĐỊNH HƯỚNG VỀ THẾ GIỚI TƯƠNG LAI CỦA CHÚNG TA.

Những xu hướng toàn cầu này không chỉ tác động đến kinh tế, thương mại, xã hội mà còn định hình công việc hàng ngày và đời sống cá nhân của chúng ta.

Có hơn 200,000 người di chuyển đến các thành phố mỗi ngày, điều này khiến đô thị hóa trở thành một trong những xu hướng toàn cầu quan trọng nhất thúc đẩy sự phát triển của KONE.

Chúng ta có thể cải thiện chất lượng cuộc sống trong các đô thị bằng việc đưa sự phát triển bền vững vào mọi việc chúng ta làm. Bằng cách đi đầu trong các tiến bộ kỹ thuật số, chúng ta có thể là một phần trong việc tạo ra những giải pháp tốt nhất cho các đô thị.

Đô thị hóa luôn là động lực tăng trưởng quan trọng nhất đối với chúng ta. Thế giới sẽ liên tục đô thị hóa, nhưng môi trường tự nhiên và cơ hội bắt nguồn từ nó đang thay đổi. Cách chúng ta sống, làm việc và giao tiếp cũng sẽ không ngừng chuyển đổi.

Phát triển bền vững: đáp ứng được nhu cầu của thế hệ hiện tại mà không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng các nhu cầu đó của các thế hệ tương lai luôn là điều quan trọng tại KONE. Mỗi ngày, chúng ta làm việc chăm chỉ để hướng đến mục tiêu chiến lược là trở thành tập đoàn dẫn đầu về bền vững trong mọi phương diện – môi trường, xã hội và kinh tế.

Công nghệ: Sự phát triển công nghệ sẽ tăng tốc. Chúng ta có thể khai thác công nghệ để mang đến những giá trị và giải pháp mới cho khách hàng của KONE. Công nghệ cũng cho phép nhân viên KONE vận dụng các phương pháp làm việc thông minh hơn.

Hãy cùng tìm hiểu xem những xu hướng toàn cầu ảnh hưởng thế nào đến cách sống và làm việc ngày nay của chúng ta thông qua sự quan sát của các đồng nghiệp trong ảnh:



TRUNG QUỐC "Điều quan trọng đối với tôi là việc làm quen với công nghệ, không những trong cuộc sống hàng ngày mà còn trong công việc và quá trình hoàn thiện bản thân. Rất nhiều ý tưởng công nghệ mới dành cho công việc được truyền cảm hứng bởi các tình huống thực tế trong cuộc sống." *



MỸ "Sự đô thị hóa của khu vực Dallas-Fort Worth đang làm thay đổi cách sống và làm việc của người dân ở đây. Chúng tôi chứng kiến điều này mỗi ngày, trên con đường mới chúng tôi đi, những ngôi trường đang được xây dựng và các công ty đã được di dời. Sự tăng trưởng đã mang lại một ngành công nghiệp mới, đó là thu hút những nhân tài hàng đầu từ khắp nơi trên đất nước. Đô thị hóa cho phép mọi người sống, làm việc và giao lưu trong khu vực, mang lại nhiều lựa chọn hơn về cách sống." **

"Đô thị hóa cung cấp nhiều lựa chọn hơn về cách sống."

ẤN ĐỘ "Môi trường học tập trực tuyến và đào tạo từ xa đã được mở ra. Chúng tôi có thể lựa chọn sử dụng thanh toán kỹ thuật số cho hầu hết mọi thứ, có thể là ứng dụng gọi xe hoặc chi trả cho bữa tối." *

TÂY BAN NHA "Mỗi quận của chúng tôi đều có một điểm thu gom nơi chúng tôi có thể lấy các loại đồ vật bị bỏ phí khác nhau bảy ngày một tuần. Bạn có thể quyên góp đồ nội thất, đồ chơi, sách và các vật dụng khác để bất kỳ ai cũng có thể tái sử dụng lại những đồ vật mà người khác không còn sử dụng nữa." *

HỎI-ĐÁP NHANH VỀ CÁC XU HƯỚNG TOÀN CẦU

1. Bao nhiêu phần trăm dân số toàn cầu sẽ sống trong các đô thị vào năm 2030?
2. Có bao nhiêu người sẽ sử dụng mạng xã hội vào năm 2025?
3. Tuổi trung bình của dân toàn cầu sẽ là bao nhiêu vào năm 2030?

*Bình luận của nhân viên KONE vào tháng 11 năm 2021

ĐÁP AN CỦA CẦU ĐỒ:
60% (nguồn: Bản báo cáo các thành phố của thế giới trong LHQ)
Gần 4,4 tỷ (nguồn: Statista)
33 tuổi (nguồn: Statista)

CHÀO MỪNG ĐẾN VỚI HÀNH TRÌNH VĂN HÓA

VĂN HÓA CỦA CHÚNG TA ĐƯỢC TẠO NÊN BỞI SỰ HÒA PHỐI CỦA NHIỀU YẾU TỐ, CHÚNG TA SẼ CÙNG CHIÊM NGŨNG BỨC TRANH TOÀN CẢNH ẤY NGAY TRONG TRANG NÀY!

Đây là lời tuyên ngôn về văn hóa của chúng ta

Chúng ta làm việc cùng nhau để tạo nên sự khác biệt - như một đội ngũ KONE

An toàn là ưu tiên hàng đầu của chúng ta

Chúng ta tạo ra các sản phẩm và quy trình để đạt được hiệu suất an toàn hàng đầu trong ngành. Chúng ta làm việc một cách an toàn, quan tâm đến người khác và khuyến khích các hành động an toàn.

Mỗi cá nhân đều đóng vai trò tạo nên chất lượng

Chúng ta suy nghĩ và chủ động hành động trong suốt hành trình của khách hàng và vòng đời của giải pháp. Văn hóa tinh gọn và không ngừng cải thiện giúp chúng ta trở thành sự lựa chọn của khách hàng và mang đến cho khách hàng trải nghiệm tuyệt vời nhất.

Chúng ta chọn phát triển bền vững mỗi ngày

Chúng ta công bằng và hòa nhập. Chúng ta cam kết trung hòa carbon. Chúng ta dẫn đầu với các giải pháp và dịch vụ phát triển bền vững nhất cho một xã hội tốt đẹp hơn.



QUAN TÂM



KHÁCH HÀNG



HỢP TÁC



CAN ĐẢM

Chúng ta quan tâm lẫn nhau

Bằng cách đón nhận sự đa dạng và hòa nhập

Bằng cách bày tỏ sự thấu hiểu

Bằng cách quan tâm đến các đô thị và môi trường sống

Chúng ta cam kết với thành công của khách hàng

Bằng cách luôn tò mò về thế giới xung quanh chúng ta

Bằng cách chú trọng vào trải nghiệm của người dùng cuối

Bằng cách làm việc với tư duy dịch vụ chuẩn mực

Chúng ta hợp tác như một đội ngũ

Bằng cách lắng nghe để học hỏi

Bằng cách cùng sáng tạo với khách hàng và đối tác

Bằng cách cùng nhau chúc mừng thành tựu đạt được

Chúng ta làm việc với lòng can đảm

Bằng cách không ngừng hướng đến mục tiêu cao hơn

Bằng cách luôn đáp ứng vượt trội cam kết với khách hàng, đối tác và đồng nghiệp

bằng cách đổi mới sáng tạo và thúc đẩy phát triển tăng trưởng của ngành

Văn hóa của chúng ta được xây dựng trên những nguyên tắc và giá trị cốt lõi, là nền tảng trong mọi việc chúng ta làm.

Sứ mệnh của chúng ta là cải thiện dòng lưu chuyển của cuộc sống đô thị, cũng chính là mục đích truyền cảm hứng cho mọi hoạt động của chúng ta.

ĐIỀU CỐT LỖI TRONG VAI TRÒ LÃNH ĐẠO CỦA CHÚNG TA LÀ GÌ?

CHÚNG TA DẪN DẮT KONE NHƯ THẾ NÀO?



THIẾT LẬP BỐI CẢNH CHO TƯƠNG LAI

Sau lịch trình làm việc bận rộn, chúng ta dành thời gian để phát triển bản thân và mọi người xung quanh. Chúng ta luôn nghĩ cách để học tập và cải thiện. Chúng ta đưa ra các câu hỏi mở và không bao giờ đặt giả định. Khi đưa ra quyết định, chúng ta nghĩ đến ảnh hưởng lâu dài của chúng.



TẠO CẢM GIÁC CÓ MỤC TIÊU VÀ THUỘC VỀ

Chúng ta tôn trọng sự đa dạng trong đội ngũ. Chúng ta khuyến khích môi trường đa dạng nơi mà ai cũng có thể là chính mình. Chúng ta luôn đảm bảo là nơi làm việc an toàn. Chúng ta chia sẻ, lắng nghe và thảo luận mọi ý tưởng một cách cởi mở



TRAO QUYỀN ĐỂ TẠO RA KẾT QUẢ

Chúng ta đặt tiêu chuẩn cao và tin tưởng đồng nghiệp của mình sẽ tiến xa hơn khi cần. Chúng ta không sợ hãi khi thừa nhận chúng ta không biết điều gì đó và chúng ta trao quyền để phát huy hết khả năng của đội ngũ. Chúng ta cùng nhau chúc mừng các thành tựu đạt được một cách cởi mở.

CAN YOU PUT A NUM83R ON IT?

KONE có hơn 60.000 nhân viên trên khắp thế giới đại diện cho khoảng 150 quốc gia. Hàng ngày, chúng tôi làm việc với khách hàng, là người xây dựng, chủ sở hữu tòa nhà, người quản lý cơ sở hạ tầng và nhà phát triển, cũng như kiến trúc sư, chính quyền và nhà tư vấn.

6,700,000,000

Ước tính dân số đô thị thế giới sẽ có khoảng 6,7 tỷ người vào năm 2050. Khi các thành phố phát triển, chúng ta góp phần cải thiện dòng lưu chuyển của cuộc sống đô thị với các giải pháp thông minh và bền vững.



Chúng ta có mặt tại hơn 60 quốc gia, phần lớn là khu vực Châu Á - Thái Bình Dương.

Để hình thành nên nền văn hóa mà chúng ta mong muốn, hơn 25.370 đồng nghiệp đã trả lời câu hỏi: Nền văn hóa, những giá trị và phương thức làm việc nào mà bạn muốn chúng ta cùng nhau xây dựng tại KONE? (năm 2020). Có hơn 65% câu trả lời đến từ bộ phận vận hành.

~ Gần 2.300 sáng kiến đã được nhân viên gửi đến công cụ KONE Idea Flow năm 2020.

Được giới thiệu với mục đích hỗ trợ nhân viên KONE trở thành những người đổi mới, công cụ này cung cấp cách thức để biến những ý tưởng xuất sắc trở thành hiện thực kinh doanh.

¹ năm 2021

² Liên Hợp Quốc 2018

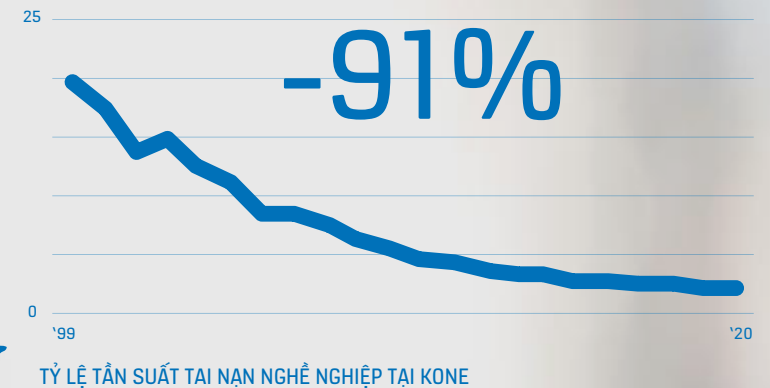
Trong một ngày bình thường, KONE làm việc với

>550,000 KHÁCH HÀNG

AN TOÀN LÀ ƯU TIÊN HÀNG ĐẦU CỦA CHÚNG TA.

Để nâng cao nhận thức và củng cố văn hóa an toàn hơn nữa, KONE đã tổ chức Tuần lễ An toàn toàn cầu thường niên kể từ năm 2012.

Số thương tật gây ra bởi tai nạn xảy ra trong mỗi một triệu giờ làm việc đã giảm đi rõ rệt trong năm qua.

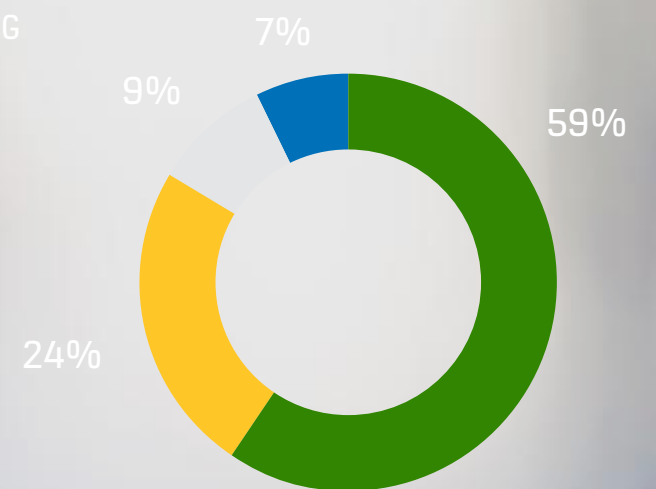


Chất lượng là một trong những lý do hàng đầu tại sao khách hàng lại chọn KONE làm đối tác.

HƠN MỘT NỬA ĐỒNG NGHIỆP CỦA CHÚNG TA LÀM VIỆC TẠI CÔNG TRÌNH MỖI NGÀY

Nhân viên theo nhóm công việc, 2020

- Bảo trì và Tân trang
- Thiết bị mới, kinh doanh và lắp đặt
- Hành chính, IT và Nghiên cứu & Phát triển
- Sản xuất



>35,000 bình luận của nhân viên KONE đã được tổng hợp từ các cuộc thảo luận trực tuyến và khảo sát nhân viên trên toàn cầu. Những ý kiến này được phân tích và cân nhắc để làm mới các giá trị của KONE trong năm 2020.

83%

Trong năm 2020, 83% ứng viên ngoài được tuyển chọn cho các vị trí lãnh đạo là ứng viên người bản địa.

ĐIỀU TUYỆT VỜI SẼ ĐẾN KHI CHÚNG TA GẮN KẾT VỚI NHAU

Nghiên cứu văn hóa của KONE đã khám phá ra rằng những thói quen và hành vi tạo nên ý thức gắn kết của nhân viên là sự cởi mở và tin tưởng, khuyến khích tính tự chủ và sự đổi mới của nhân viên. Làm thế nào để bạn có thể thực hành những hành vi này trong công việc hằng ngày của chính mình?

Đặt câu hỏi mở là điều chắc chắn và đơn giản để tìm kiếm phản hồi cũng như truyền cảm hứng cho đối phương để chia sẻ suy nghĩ và ý tưởng của họ. Bằng cách thể hiện sự mở lòng, chúng ta mời gọi người khác trở nên cởi mở và tin tưởng đáp lại.

Chúng ta có được sự tự tin để làm chủ bản thân và thể hiện sự chủ động khi biết rằng chúng ta được tạo động lực để làm như vậy. Để giúp đỡ người khác, chúng ta khuyến khích họ thử nghiệm và trải nghiệm những điều mới.

Những ý tưởng tuyệt vời trở thành hiện thực khi chúng ta nỗ lực gắn kết với nhau, chia sẻ phương pháp tiếp cận, thảo luận và học hỏi từ những sai lầm của mình.

↑ 35%
vào năm 2030

KONE đã cam kết sẽ tạo ra một bước ngoặt thay đổi tỷ lệ phụ nữ ở cấp giám đốc lên 35% vào năm 2030

→ Ở CHƯƠNG NÀY, CHÚNG TA HÃY CÙNG KHÁM PHÁ CÁCH THỨC TĂNG CƯỜNG THỰC HÀNH GIÚP CHÚNG TA LÀM VIỆC TỐT HƠN.

KHI BẠN CẢM THẤY ĐƯỢC GẮN KẾT

CƠ THỂ BẠN SẼ TIẾT RA ENDORPHINS

BẠN THOẢI MÁI. BIẾT RẰNG LUÔN CÓ NGƯỜI SẴN SÀNG HỖ TRỢ BẠN.

BẠN SẼ XEM MỌI KHÓ KHĂN, TRỞ NGẠI LÀ BÀI HỌC QUÝ

BẠN THẤY NHẸ NHÀNG VÀ NHANH NHẼN HƠN.



ẢNH BỞI DANITA VICENTE MAYORAL

SỰ KHÁC BIỆT LÀ THỂ MẠNH CỦA CHÚNG TA

Mỗi người trong chúng ta là bản thể duy nhất về cá tính, ngoại hình, kỹ năng, xuất thân và kinh nghiệm cùng với nhiều yếu tố khác - và đó chính xác là nên như vậy. Đó chính là những quan điểm đa dạng cho phép chúng ta thúc đẩy sự đổi mới tạo ra trải nghiệm lưu chuyển dòng người tốt nhất và xây dựng các thành phố tốt hơn, bền vững hơn.

→ Danita Vicente, Quản Trị & Đào tạo Nhân tài, KONE Châu Mỹ, kể lại kinh nghiệm của bản thân:

"Khi tôi lần đầu được mời tham dự các cuộc họp thiết kế cho một dự án toàn cầu ở Phần Lan, tôi đã đưa ra những ý tưởng định sẵn về cách chúng ta nên tổ chức hệ thống dựa trên kinh nghiệm của tôi. Tuy nhiên, sau khi tìm hiểu về những phức tạp mà hệ thống sẽ gây ra cho tổ chức của chúng tôi và lắng nghe quan điểm của những người khác, tôi đã thay đổi hoàn toàn quan điểm của mình. Việc tham dự cho phép tôi tự tin truyền đạt những lý do cho người khác và giúp họ hiểu tại sao những quyết định đó được đưa ra."

CHÚNG TA ĐỀU LÀ CHUYÊN GIA TRONG CÔNG VIỆC CỦA MÌNH

NHỮNG ĐỒNG NGHIỆP NÀY SẼ CHO CHÚNG TA BIẾT NHỮNG YẾU TỐ KHIẾN HỌ TRỞ THÀNH NHỮNG NGƯỜI ĐỘC NHẤT. VẬY KỸ NĂNG ĐẶC BIỆT CỦA BẠN LÀ GÌ?



ẢNH BỞI MATHILDA CHUA

"Tôi đối xử bình đẳng với tất cả mọi người và sẵn sàng đón nhận những nhận xét từ họ. Đây là một kỹ năng đặc biệt giúp tôi gắn kết với đồng nghiệp của mình, những người thường nói với tôi rằng tôi thực sự biết cách diễn đạt suy nghĩ của họ thành lời"

Mathilda, Singapore



ẢNH BỞI MOHAMMED AIYAZ

"Các đồng nghiệp của tôi tìm đến tôi để tìm kiếm giải pháp vì tôi thường tìm thấy mặt tích cực của mọi việc. Tôi dựa vào những kỹ năng và kinh nghiệm độc đáo của riêng mình để hỗ trợ họ và cùng nhau phát triển."

Mohammed,
Các Tiểu Vương Quốc Ả Rập



ẢNH BỞI ALJA LEPISTÖ

"Tôi nghĩ việc mang một nửa dòng máu Thụy Sĩ và một nửa Phần Lan đã khiến tôi tôn trọng những quan điểm khác nhau, đồng cảm và kiên cường. Tôi rất dễ tìm thấy cảm hứng và tôi không ngừng tìm cách cải thiện mọi thứ."

Alja, Phần Lan



"Đổi mới là một môn thể thao đồng đội - đó là việc mọi người làm việc cùng nhau. Đánh giá cao những ý tưởng mới cũng như thử nghiệm cùng nhau là nền tảng cho sự đổi mới. Nếu chúng ta không chấp nhận rủi ro và đôi khi còn thất bại, đổi mới vẫn sẽ là một ngoại lệ và không phải là quy luật. Hãy luôn tò mò, học hỏi từ những người khác và thường xuyên hỏi "tại sao" nhiều hơn là những hành động đơn giản mà tất cả chúng ta đều có thể thực hành - và có thể hướng đến những hành động lớn hơn!"

Maciej Kranz, EVP, Giám đốc Công nghệ tại KONE

MỆO HAY!
Hãy đam mê thực sự,
đừng mê đắm
nhất thời!

BẠN NGHĨ THẾ NÀO...
...khi đặt một câu hỏi mở?

Cách chúng ta đặt câu hỏi có thể tạo ra sự khác biệt thật sự đối với một cuộc hội thoại.

Nếu các câu hỏi đóng có thể hữu ích khi muốn kiểm tra sự thật, thì câu hỏi mở có thể giúp ích khi chúng ta muốn thu thập và chia sẻ thông tin.



CÁCH GẮN KẾT VỚI ĐỒNG NGHIỆP VÀ KẾT NỐI VỚI HỌ:

- "Hãy trung thực và tôn trọng khi thể hiện sự tò mò thực sự"
- "Chỉ đơn giản là lắng nghe"
- "Hỏi ý kiến người khác"
- "Đối thoại và thảo luận"
- "Thường xuyên cập nhật"

THẢO LUẬN TRỰC TUYẾN VỀ HÀNH TRÌNH VÀN HÓA KONE, THÁNG 11 2021

DƯỚI ĐÂY LÀ MỘT VÀI VÍ DỤ

Cuộc họp của bạn có tốt không?

CÂU HỎI ĐÓNG

với

Bạn học được những gì từ cuộc họp?

CÂU HỎI MỞ

NHỮNG KHOẢNH KHẮC QUAN TRỌNG

→ Suy nghĩ thật kỹ và suy ngẫm về một thời điểm khi bạn cảm thấy có giá trị và hiểu rõ trong công việc.

→ Bạn có thể nhớ lại một tình huống khi bạn đã có thể làm tốt hơn để giúp ai đó cảm thấy được gắn kết? Những điều bạn có thể làm để tạo động lực cho người khác là gì?

SAO KHÔNG THỬ...

...mời một đồng nghiệp từ nhóm khác hoặc từ bộ phận khác cùng bạn đi ăn trưa hoặc uống cà phê vào giờ giải lao? Bạn không bao giờ biết trước được những thông tin hữu ích có thể xuất hiện trong cuộc trò chuyện của hai bạn.

...đảm bảo rằng mọi người đều có cơ hội phát biểu? Hãy dành một chút thời gian để xem xét những quan điểm khác nhau mà mọi người chia sẻ trong cuộc họp và cố gắng tìm hiểu thêm

KHI CHÚNG TA HÒA NHẬP CÙNG NHAU, CHÚNG TA CHIẾN THẮNG

Khi gặp khách hàng, chúng ta luôn có sự chuẩn bị. Tuy nhiên, điều đó không có nghĩa là chúng ta bắt đầu quy trình làm việc của riêng mình ngay. Thực tế hoàn toàn ngược lại. Khi tham gia các cuộc họp, chúng ta không thể giả định bất cứ điều gì! Chúng ta có thể biết rõ về khách hàng của mình, nhưng những mục tiêu và vấn đề của họ vẫn có thể khiến chúng ta bất ngờ.

Đó là lý do tại sao chúng ta luôn bắt đầu bằng cách khuyến khích khách hàng cho chúng ta biết doanh nghiệp của họ đang hoạt động như thế nào cũng như các ưu tiên và mục tiêu của họ là gì. Hành động đơn giản này mang lại hai kết quả tuyệt vời.

Thứ nhất, nó giúp chúng ta xây dựng cầu nối giữa các ưu tiên của khách hàng và cách thức KONE hỗ trợ họ. Điều này không chỉ cho thấy chúng ta đã lắng nghe, mà việc đạt được các giải pháp tối ưu nhanh hơn cũng quan trọng không kém. Vì vậy, chúng ta phải chuẩn bị sẵn sàng, nhưng toàn bộ mấu chốt của cuộc trò chuyện là cùng nhau tìm ra các giải pháp phù hợp, không phải trình bày một ý tưởng và rồi biến mất.

Thứ hai, nó giúp gắn kết mọi người trong phòng lại với nhau như một nhóm tập trung vào việc giải quyết những thách thức đã chia sẻ và cùng khai thác các cơ hội có thể nắm bắt. Đây là cách chúng tôi xây dựng mối quan hệ với khách hàng hướng tới sự thành công bền vững.

Một thói quen phù hợp với cá nhân tôi trong các cuộc họp là ghi chép. Thay vì nghĩ xem sẽ nói gì tiếp theo, tôi tập trung vào việc lắng nghe.

Điều tuyệt vời của việc hợp tác chặt chẽ với khách hàng là bạn không bao giờ biết trước những gì bạn có thể đạt được cùng nhau!

Anna Tiri, Giám đốc Bộ Phận Bảo Trì, ➔

Thang máy Kone Phần Lan và Baltic

"Luôn bắt đầu bằng cách khuyến khích khách hàng chia sẻ tình hình kinh doanh của họ cũng như các ưu tiên và mục tiêu của họ là gì"



ẢNH BỞI ANNA TIRI

BẠN CÓ Ý TƯỞNG GÌ VỀ MỘT NƠI TUYỆT VỜI ĐỂ LÀM VIỆC?

VÀ BẠN THẤY VAI TRÒ CỦA BẠN TRONG VIỆC XÂY DỰNG NÓ NHƯ THẾ NÀO?



DƯỚI ĐÂY LÀ MỘT VÀI Ý TƯỞNG

"Là một nơi mọi người có thái độ sống tích cực, quan tâm và hỗ trợ lẫn nhau."

"Nơi những cá tính và phong cách làm việc khác nhau được chào đón."

"Nơi chúng tôi không còn làm việc đơn điệu và có thể làm các dự án dựa trên sở thích, kỹ năng và động lực của chúng ta."

"Nơi bạn được tự do đổi mới sáng tạo, học hỏi các kỹ năng mới và vượt qua những ranh giới."

THẢO LUẬN TRỰC TUYẾN
VỀ HÀNH TRÌNH VĂN HÓA
KONE, THÁNG 11 2021



TỰ DUY VÀ NHẬN ĐỊNH LẤY KHÁCH HÀNG LÀM TRỌNG TÂM

LẤY KHÁCH HÀNG LÀM TRỌNG TÂM LÀ MỘT PHẦN CẦN THIẾT TRONG VĂN HÓA CỦA CHÚNG TA. TUY NHIÊN, ĐỂ PHỤC VỤ TỐT NHẤT CHO KHÁCH HÀNG VÀ TẠO GIÁ TRỊ CHO NGƯỜI DÙNG CUỐI, HÃY CÓ MỘT GÓC NHÌN RỘNG MỞ HƠN.

Khách hàng của chúng ta đang là những đối tượng nào? Chắc chắn không chỉ là mối quan tâm của riêng chúng ta. Những gì bao quanh họ là môi trường đô thị đông đúc, lưu lượng giao thông, âm thanh và mùi hương; nhu cầu đa dạng của người dùng cuối và các cơ hội để phát triển nhanh hơn. Đây là một thế giới nơi các xu hướng, công nghệ và các dịch vụ luôn phát triển với tốc độ chóng mặt.

Tò mò về khách hàng và thế giới xung quanh họ là bản chất của tư duy lấy khách hàng làm trọng tâm. Thực hiện điều này cũng có nghĩa là áp dụng cách nhìn khách quan vào các sản phẩm và dịch vụ của chúng ta.

Khi chúng ta nhìn bản thân từ các khía cạnh rộng lớn hơn của thế giới xung quanh, chúng ta có bắt kịp với những gì đang diễn ra không? Quan trọng hơn, với tư cách là một công ty, mọi cái nhìn bao quát hơn sẽ mang đến những quan điểm thú vị nào cho chúng ta? Chúng ta có thể làm gì khác để cải thiện dòng lưu chuyển đô thị, để tiến xa hơn nữa?

Chúng ta chỉ có thể trả lời những câu hỏi này bằng cách tiếp cận thế giới với một tư duy mở, bằng cách thực sự lắng nghe và không bao giờ đưa ra giả định.

Tư duy lấy khách hàng làm trọng tâm là điều mà tất cả chúng ta đều làm được. Bằng cách nói chuyện với những người khác nhau, khám phá các khái niệm khác nhau và theo dõi các phương tiện truyền thông khác nhau, chúng ta sẽ có được những ý tưởng mà một mình chúng ta không thể nghĩ ra được.

LIỆU ĐỒNG CẢM CÓ THỂ TRỞ THÀNH LÀ NĂNG LỰC QUAN TRỌNG NHẤT TRONG TƯƠNG LAI?

TÌM HIỂU KHÁI NIỆM TƯ DUY THẤU ĐÁO



TRONG-RA-NGOÀI
INSIDE-OUT



NGOÀI-VÀO-TRONG
OUTSIDE-IN

VỚI

TRONG CHƯƠNG NÀY, HÃY KHÁM PHÁ MỘT SỐ HÀNH VI VÀ THỰC TIỄN CHO PHÉP CHÚNG TA MỞ RỘNG CÁC GÓC NHÌN VÀ TƯ DUY THẤU ĐÁO CỦA CHÚNG TA.



NGHỆ THUẬT LẮNG NGHE

Lắng nghe chủ động là lắng nghe những gì đang xảy ra xung quanh chúng ta, đòi hỏi trước tiên là chúng ta phải gạt những giả định của riêng mình sang một bên. Tất cả chúng ta đều có những thành kiến ảnh hưởng đến suy nghĩ của bản thân hàng ngày. Một số nghiên cứu cho rằng mỗi người có hơn 200 thành kiến khác nhau, những thành kiến này có thể làm mờ khả năng thấu hiểu và lắng nghe của chúng ta. Mặc dù những thành kiến này hỗ trợ chúng ta đưa ra quyết định nhanh chóng và tiết kiệm năng lượng, nhưng chúng cũng có thể cản trở chúng ta.

➔ Sự thật là, chúng ta không quan sát thực tế như nó vốn có, mà là chúng ta mặc định nó là như vậy.

Việc hiểu và chấp nhận rằng suy nghĩ của chúng ta luôn còn thiếu sót giúp truyền cảm hứng cho chúng ta đặt ra những câu hỏi cởi mở hơn và đưa đến những khám phá mới. Nó cũng có thể giúp chúng ta xem xét ý kiến của người khác và đưa ra quyết định tốt hơn. Khi chúng ta nhận thức rõ hơn về thành kiến của mình, chúng ta sẽ học được cách tư duy và nhận định khách quan hơn.

➔ Những người khác áp dụng lăng kính nào khi nhìn thế giới? Điều gì là quan trọng đối với họ?

Tư duy lấy khách hàng làm trọng tâm và lắng nghe cởi mở sẽ giúp chúng ta khám phá ra điểm chung - và cuối cùng dẫn đến kết quả tốt hơn.

Trước khi bạn gặp ai đó, hãy viết những giả định của bạn ra giấy. Sau đó, hãy thử loại bỏ những giả định đó và thực sự lắng nghe. Bạn có thể sẽ ngạc nhiên đấy.

KHÁM PHÁ NHIỀU CƠ HỘI DÀNH CHO CHÚNG TA ĐỂ TẠO SỰ KHÁC BIỆT



Nhà thiết kế chiếu sáng Jukka Korpihete nói rằng: "Khả năng lắng nghe là một trong những phẩm chất quan trọng nhất và rất cần thiết trong công việc của tôi,"

"Chúng tôi có các nhóm liên tục thực hiện các cuộc phỏng vấn để tìm hiểu những gì người dùng muốn và cần. Bạn phải giữ cho đôi mắt và trái tim của bạn luôn rộng mở và luôn sẵn sàng để học những điều mới,"



Jesus González,, một kỹ thuật viên dịch vụ đến từ Tây Ban Nha, chia sẻ cách anh ấy giải thích về các Dịch vụ được kết nối 24/7 của KONE cho khách hàng: "Tôi là người chăm sóc dịch vụ hàng tháng theo các cuộc gọi, nhưng không ngừng theo dõi hệ thống thang máy không ngừng và chạy các phân tích, đảm bảo rằng nó hoạt động chính xác cả ngày lẫn đêm. Ngày nay, có thể phân tích dữ liệu từ hơn 200 thông số. Hệ thống có thể giám sát các hành động như hành vi mở và đóng cửa, vị trí và chuyển động trong trục thang máy, thống kê sử dụng, độ chính xác dừng, quãng đường và thời gian lái xe."



Miguel Falcao Fernandes, một kiến trúc sư tại Aedas ở Singapore, giải thích cách các công cụ kỹ thuật số như Công cụ lập kế hoạch thang máy KONE giúp các chuyên gia thiết kế lập kế hoạch giải pháp lưu chuyển dòng người tốt nhất có thể với nỗ lực tối thiểu: "Với các công cụ lập kế hoạch của KONE, chúng tôi có một tầm nhìn rõ ràng ở giai đoạn sớm hơn. Chúng tôi chỉ cần cung cấp các thông số và truy cập ngay vào dữ liệu có giá trị trong giai đoạn khái niệm ban đầu".



Ilkka Pirttima, Giám đốc điều hành của MIPSsoft, là công ty đứng sau BlindSquare, một ứng dụng điều hướng dành cho những người mù hoặc mất một phần thị lực, cho biết: "Thang máy đã có chữ nổi Braille bên cạnh các nút, nhưng rất ít người mù đọc chữ nổi Braille," Nhưng đối với những người bị mất thị lực, ứng dụng là một thứ thay đổi cuộc sống của họ. Pirttima nói: "Ứng dụng tự ghi âm cho phép người dùng gọi thang máy và đi thẳng đến tầng của họ thông qua lời nhắc hướng dẫn."

Đọc thêm về tất cả những câu chuyện này trên www.kone.com

LẮNG NGHE VÀ HỌC HỎI

Hãy đăng ký và nghe podcast của KONE "Dòng lưu chuyển cuộc sống đô thị" để khám phá việc đô thị hóa và số hóa đang thay đổi cách chúng ta sống, làm việc và di chuyển trong các thành phố như thế nào.

Truy cập KONE.com và theo dõi KONE trên phương tiện truyền thông xã hội để tìm cảm hứng và tham gia các cuộc trò chuyện về nhiều chủ đề - từ các tòa nhà thông minh và sự hợp tác đến năng suất và sức khỏe toàn diện của con người.



Để biết các hoạt động gần đây trong khu vực của bạn, hãy cân nhắc theo dõi các thông cáo báo chí và bài báo ở nơi của bạn hoặc cộng đồng địa phương trên phương tiện truyền thông xã hội.

Ngoài ra, hãy tìm hiểu xem thành phố quê nhà của bạn đã đặt ra những kế hoạch và mục tiêu nào mang tính bền vững.

MỘT CÁCH THẤU ĐÁO ĐẶT MÌNH VÀO VỊ TRÍ CỦA NGƯỜI KHÁC

– THỰC HÀNH NÀO

ĐỂ CÓ THỂ TẠO RA GIÁ TRỊ CHO KHÁCH HÀNG, CHÚNG TA CẦN THẤU HIỂU ĐIỀU GÌ QUAN TRỌNG VỚI HỌ.

Tại KONE, chúng ta làm việc với rất nhiều khách hàng mà yêu cầu và kì vọng của họ vô cùng đa dạng.

Chúng ta luôn luôn phải xem xét đến sự an toàn, chất lượng và sự bền vững cũng như làm việc cùng với khách hàng, đối tác để đảm bảo các khía cạnh này.

Khách hàng của chúng ta còn quan tâm đến những điều gì khác?

Dưới đây là một bài tập nhỏ giúp bạn kiểm tra mức độ thấu hiểu của bản thân đối với các tệp khách hàng khác nhau của chúng ta.

Hãy nối tám nhóm khách hàng khác nhau này với nhu cầu và kì vọng của họ.

Điền vào các ô ghi chú màu vàng các chữ cái tương ứng với tập hợp nhu cầu của nhóm khách hàng đó.

Bạn sẽ tìm thấy câu trả lời phổ biến nhất ở cuối trang

KHÁCH THUÊ VÀ NGƯỜI SỬ DỤNG

ĐƠN VỊ QUẢN LÝ VÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ NHÀ Ở

QUẢN LÝ TÒA NHÀ

CHỦ SỞ HỮU

ĐƠN VỊ XÂY DỰNG

ĐƠN VỊ TƯ VẤN

ĐƠN VỊ PHÁT TRIỂN

ĐƠN VỊ THIẾT KẾ

- A**
- Tạo khác biệt, cải thiện dòng lưu chuyển con người và trải nghiệm người dùng
 - Vốn đầu tư và tạo giá trị (giá trị trọn đời)
 - Tối ưu hóa chi phí và quản lý rủi ro
 - Giảm thiểu tác động xấu đến môi trường

- E**
- Độ tin cậy và khả năng cập nhật các luồng thông tin
 - Dễ dàng tiếp cận và trải nghiệm người dùng

- F**
- Kinh phí vận hành
 - Dịch vụ bảo trì và tân trang đáng tin cậy
 - Khả năng dự đoán hoạt động của thiết bị
 - Cải thiện quy trình làm việc

- B**
- Danh tiếng tốt và mức độ hài lòng của khách hàng cao
 - Tùy chọn các giải pháp và thông tin kỹ thuật chi tiết
 - Tối ưu hóa chi phí và cung cấp giá trị trọn đời
 - Hiểu biết sâu sắc về pháp luật, sự an toàn, sự bền vững và thao tác bảo trì

- G**
- Giải pháp đáp ứng nhu cầu và giải quyết được mục tiêu dự án
 - Quản lý rủi ro
 - Tối ưu hóa chi phí
 - Quy trình lắp đặt trơn tru

- C**
- Nâng cao đẳng cấp của tòa nhà
 - Nâng cao giá trị trọn đời của bất động sản
 - Cải thiện dòng lưu chuyển con người
 - Trải nghiệm người dùng

- H**
- Tinh linh hoạt và mức độ dễ hiểu trong quy trình thiết kế
 - Tòa nhà thiết kế độc đáo, chức năng đa dạng
 - Giảm thiểu tác động xấu đến môi trường
 - Cải thiện dòng lưu chuyển con người
 - Cải thiện khả năng truy cập và trải nghiệm người dùng

- D**
- Dịch vụ bảo trì và vận hành đáng tin cậy
 - Trải nghiệm người dùng
 - Nâng cao đẳng cấp và giá trị trọn đời của tòa nhà
 - Nâng cao giá trị trọn đời của bất động sản

ĐÁP ÁN:
 KHÁCH THUÊ VÀ NGƯỜI SỬ DỤNG = E
 ĐƠN VỊ QUẢN LÝ VÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ NHÀ Ở = F
 QUẢN LÝ TÒA NHÀ = A
 CHỦ SỞ HỮU = C
 ĐƠN VỊ XÂY DỰNG = G
 ĐƠN VỊ TƯ VẤN = B
 ĐƠN VỊ PHÁT TRIỂN = D
 ĐƠN VỊ THIẾT KẾ = H
 ĐƠN VỊ CỐ VẤN VÀ NGƯỜI SỬA DỮNG = E

NHÌN NHẬN THẾ GIỚI BAO QUÁT NHẤT

ĐỂ ĐÁP ỨNG VƯỢT TRỘI MONG ĐỢI CỦA KHÁCH HÀNG

DƯỚI ĐÂY LÀ CÁC VÍ DỤ VỀ TƯ DUY LẤY KHÁCH HÀNG LÀM TRỌNG TÂM CÓ Ý NGHĨA NHƯ THẾ NÀO ĐỐI VỚI CÁC ĐỒNG NGHIỆP KONE TRÊN TOÀN CẦU:

"Đó là suy nghĩ từ các quan điểm khác nhau - không chỉ của khách hàng mà còn của đối tác, đồng nghiệp và các hệ sinh thái mà chúng tôi đang tham gia."
- Maelle, Pháp



MAELLE PERNELLE

"Học hỏi từ môi trường xung quanh bạn - thị trường đang đổi mới ra sao và nhu cầu khách hàng cũng thay đổi như thế nào theo từng giờ."
- V Premkumar, Ấn Độ



V PREMKUMAR

"Xem xét các ý kiến bên ngoài công ty, lắng nghe và tiếp thu."
- Aleksandar, Serbia



ALEKSANDAR KNEŽEVIĆ

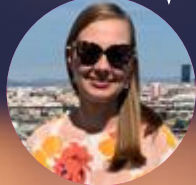
"Liên tục kết nối với các tổ chức bên ngoài để học hỏi, và không ngừng nâng cao kỹ năng thông qua các khóa huấn luyện bên ngoài, đọc sách và lắng nghe."
- Maria, Phần Lan

Bạn thì sao? Quan điểm của bạn về tư duy lấy khách hàng làm trọng tâm là gì? Tư duy này có ảnh hưởng như thế nào đến cách bạn làm việc?

"Đó là sự cam kết, thấu hiểu và điều chỉnh công việc kinh doanh của chúng tôi dựa trên các yếu tố khách quan."
- Tom, Vương quốc Anh



TOM WAVRE



MARIA SUORSA



RITA MALLIUS

"Đó là sự thấu hiểu rằng chúng ta cần mạng lưới quan hệ với các đối tác xung quanh."
- Rita, Singapore

TƯ DUY VƯỢT GIỚI HẠN
Bạn hợp tác với ai để khiến các thành phố trở nên đáng sống hơn?
Chúng ta cần hợp tác như thế nào trong tương lai để kiến tạo những thành phố tốt đẹp hơn - và hợp tác với ai?

ĐỪNG QUÊN KHÁM PHÁ CÁC NỀN TẢNG HỌC TẬP CÓ SẴN CHO NHÂN VIÊN KONE TRÊN MẠNG NỘI BỘ CỦA CHÚNG TA.



MẸO HAY
Các trường đại học mở trên toàn cầu cung cấp hàng chục ngàn khóa học miễn phí mỗi năm, đào tạo linh hoạt và trực tuyến.

BẠN LÀM THẾ NÀO ĐỂ TÌM CẢM HỨNG VÀ CHIA SẺ CÙNG CÁC ĐỒNG NGHIỆP?

LỰA CHỌN PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG MỖI NGÀY

THAM VỌNG CỦA CHÚNG TA LÀ TRỞ THÀNH TẬP ĐOÀN DẪN ĐẦU VỀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TRONG MỌI PHƯƠNG DIỆN.

Chọn phát triển bền vững trở thành một trong những nguyên tắc văn hóa cốt lõi nghĩa là chúng ta luôn ý thức đưa ra những lựa chọn bảo vệ môi trường, có tính đa dạng và hòa nhập, lựa chọn có đạo đức và tuân thủ trong mỗi hoạt động chúng ta làm. Những lựa chọn này sẽ cho phép chúng ta chuyển đổi sang một xã hội xanh, bền vững hơn và có lượng carbon trung tính hơn.

Chúng ta đã luôn cố gắng hết mình để tạo ra môi trường đô thị tốt hơn dành cho mọi người, và cam kết với các khách hàng, nhà cung cấp và đối tác trong các hoạt động bảo vệ khí hậu và môi trường.

Đa dạng và hòa nhập luôn nằm trong văn hóa và giá trị của chúng ta. Chúng ta tin rằng các ý tưởng đổi mới sáng tạo sẽ dồi dào hơn và một môi trường làm việc sẽ phát triển không ngừng khi chúng ta trân trọng mỗi người vì chính bản thân họ. Đây là lý do tại sao trong chúng ta luôn đứng lên vì sự công bằng và cơ hội bình đẳng.

Chúng ta tự hào trong việc dẫn dắt công việc kinh doanh một cách trách nhiệm và làm điều đúng đắn.

Chúng ta luôn có thể đóng góp vào sự phát triển bền vững thông qua các hành động hằng ngày – ví dụ, nâng cao nhận thức về vấn đề môi trường, cẩn thận hơn về các nhận định chủ quan, và làm quen với Bộ Quy Tắc Ứng Xử của KONE.*

Bạn có thể đóng góp vào những nỗ lực phát triển bền vững theo các cách nào?

➔ CÙNG KHÁM PHÁ CÁC HÀNH ĐỘNG GIÚP CHÚNG TA THÚC ĐẨY SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

* Đọc thêm ở trang 29.



ƯU TIÊN TOÀN CẦU

Đó là điều bình thường nếu bạn thấy thất vọng khi thế giới này quá chậm chạp trong công cuộc giải quyết các vấn nạn xã hội và biến đổi khí hậu. Chúng ta đều cảm thấy như vậy. Dầu vậy, sự thay đổi đang đi đúng với lộ trình của nó. Khi các khuôn khổ về chính trị và quy định pháp lý về phát triển bền vững được đặt ra, các tổ chức tài chính lớn cũng bắt đầu vào cuộc. Nói cách khác, các quy tắc của nền kinh tế và câu chuyện ai sẽ kinh doanh với ai đã được viết lại. Việc có thể đưa ra các chỉ số xanh, chỉ số nhận thức về môi trường và xã hội, thì trở nên quan trọng hơn bao giờ hết.

➔ Rất đổi bình thường khi có những doanh nghiệp không bền vững.

Là công ty dẫn đầu ngành, chúng tôi lựa chọn đi xa hơn và đóng vai trò thúc đẩy sự chuyển đổi thay vì chỉ đơn giản là hoàn thành nghĩa vụ. Cách chúng ta đối xử với người khác, quan tâm đến môi trường và dẫn dắt công việc kinh doanh liên quan rõ rệt đến việc kinh doanh của khách hàng và người dùng. Như một số người nói, nếu sự phát triển bền vững là trò chơi ghép hình, thì hãy chắc chắn chúng ta là mảnh ghép phù hợp nhất có thể.

GIÚP CÁC THÀNH PHỐ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

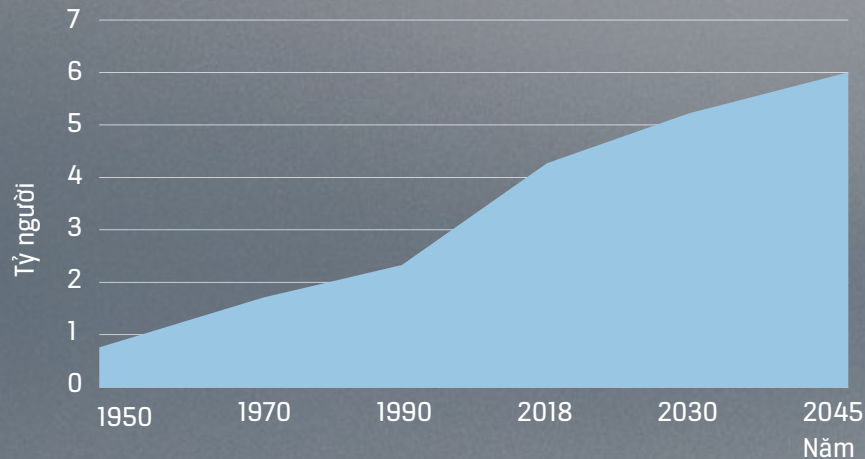
Tại KONE, mục tiêu của chúng ta là dẫn đầu ngành hoặc hơn thế nữa về phát triển bền vững. Để cải thiện môi trường ở các đô thị, chúng ta hợp tác với khách hàng trong suốt vòng đời sử dụng của tòa nhà. Bằng cách này, chúng ta có thể hỗ trợ khách hàng đạt được những mục tiêu bền vững.

Khi nhiệt độ toàn cầu tăng cao, gây ra một chuỗi các tác động tiêu cực, thì chúng ta càng phải nhận thức được rằng làm thế nào để các đô thị có thể là một phần của giải pháp, giảm thiểu và thích nghi với những thay đổi trong tương lai.

Bạn có biết rằng cam kết thay đổi khí hậu của KONE trong năm 2020 có tham vọng cao nhất trong ngành?

6 TỶ[?]

Vào năm 2045, số lượng cư dân sống ở thành phố ước tính đạt ngưỡng 6 tỷ người.



40% ↓

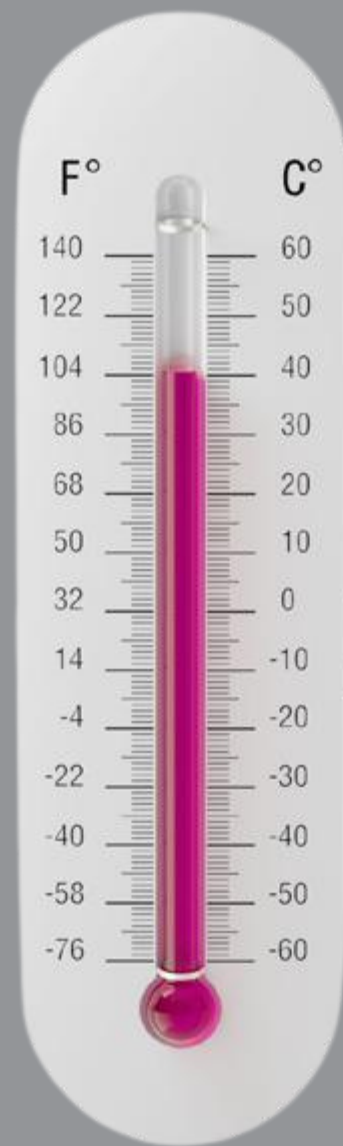
CHÚNG TA CAM KẾT VỚI CÁC SÁNG KIẾN MỤC TIÊU DỰA TRÊN CƠ SỞ KHOA HỌC (SBTI)¹:

Một trong những mục tiêu trọng điểm của chúng ta trong năm 2030 là giảm thiểu khí thải từ sản phẩm thiết bị xuống 40% từ mức cơ sở năm 2018. Những hành động của chúng ta để đạt được mục tiêu này đồng thời sẽ giúp khách hàng giảm lượng dấu chân carbon và đóng góp vào chuỗi cung ứng bền vững hơn. Một mục tiêu khác là cắt giảm hoàn toàn chất thải từ các hoạt động vận hành của chúng ta xuống 50% từ 2018 đến 2030.

CHÚNG TA CAM KẾT THỰC HIỆN NHỮNG HOẠT ĐỘNG TRUNG HÒA LƯỢNG CARBON TRONG NĂM 2030.

¹ Các Sáng kiến Mục tiêu dựa trên cơ sở khoa học giúp doanh nghiệp định hướng lộ trình rõ ràng trong việc cắt giảm chất thải, nhất quán với Thỏa thuận chung của Paris. Rất nhiều doanh nghiệp khắp thế giới hiện đã và đang làm việc cùng các Sáng kiến Mục tiêu dựa trên cơ sở khoa học (SBTi). Đọc thêm tại <https://sciencebasedtargets.org/>

Để minh họa cho các giải pháp của chúng ta có tác động tích cực đến môi trường, chúng ta đã công bố Chứng chỉ Tuyên bố sản phẩm môi trường (EPD). Ngoài ra, chúng ta cũng công bố Chứng chỉ Tuyên bố sản phẩm sức khỏe (HPD) để truyền đạt thông tin vật liệu và sự ảnh hưởng của chúng đến sức khỏe, đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về môi trường sống lành mạnh hơn. Đọc thêm tại <https://www.kone.com/en/products-and-services/green-building/lifecycle-impact-assessments/>



LÀ MỘT ĐẠI GIA ĐÌNH KONE, CHÚNG TA TẠO NÊN SỰ KHÁC BIỆT TRONG VIỆC KIẾN TẠO CÁC THÀNH PHỐ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

BẰNG CÁCH CUNG CẤP CÁC GIẢI PHÁP BỀN VỮNG NHẤT.

Bạn có biết rằng KONE hỗ trợ xây dựng các tòa nhà xanh bằng các giải pháp cải tiến, tiết kiệm năng lượng, cùng những vật liệu chất lượng tốt, hữu dụng và bền vững không? Chúng ta đồng thời cung cấp các tài liệu minh bạch về tác động môi trường của sản phẩm.

BẰNG CÁCH ĐÓNG GÓP VÀO MỘT TƯƠNG LAI PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG HƠN

Bạn đã đọc về cách chúng ta phấn đấu cho các hoạt động trung hòa carbon chưa?

BẰNG CÁCH TRAO QUYỀN CHO NHÂN VIÊN VÀ THU HÚT NHÂN TÀI

Bạn có biết rằng KONE áp dụng quy trình tuyển dụng công bằng và hỗ trợ lộ trình thăng tiến cụ thể thông qua chính sách linh hoạt trong công việc và sự cân bằng giữa cuộc sống - công việc không?

BẰNG CÁCH GIÚP ĐỐI TÁC VÀ XÃ HỘI TRỞ NÊN THỊNH VƯỢNG

Bạn có biết rằng chúng ta làm việc với khoảng 30.000 nhà cung cấp và luôn cam kết tạo ra các tác động tích cực xuyên suốt chuỗi giá trị của chúng ta?

Tìm hiểu xem KONE đang đóng góp cho sự phát triển kinh tế tại hơn 60 quốc gia nơi chúng ta vận hành việc kinh doanh

ĐỌC THÊM TRONG BÁO CÁO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG MỚI NHẤT CỦA CHÚNG TA TẠI [KONE.COM/SUSTAINABILITY](https://www.kone.com/sustainability)

XÂY DỰNG TƯƠNG LAI PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CHO TẤT CẢ

KHI CHÚNG TA NÂNG CAO THAM VỌNG TRONG MỤC TIÊU BỀN VỮNG VÀ ÁP DỤNG RỘNG RÃI TRONG TẤT CẢ CÁC KHÍA CẠNH CÔNG VIỆC, THÌ ĐÂY LÀ Ý KIẾN CỦA ĐỒNG NGHIỆP KHẮP CÁC CHÂU LỤC VỀ CHỦ ĐỀ NÀY.

"Sự phát triển bền vững thực sự là một trong những thử thách quan trọng nhất mà xã hội chúng ta phải đối mặt. Tôi tự hào khi làm việc cho một công ty nhận ra điều đó".



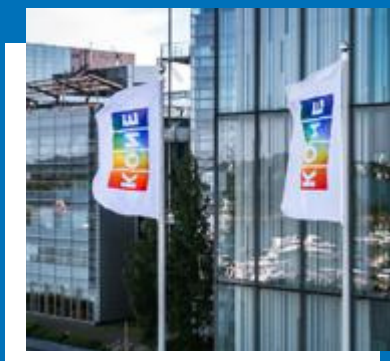
"KONE có thể chia sẻ cách thức giảng dạy, tác động và tạo động lực cho mọi người, không chỉ riêng ngành công nghiệp này, để cùng nâng cao sự phát triển bền vững."



"Nếu tất cả chúng ta đều làm những việc nhỏ hướng tới sự bền vững, thì thế giới này sẽ trở nên tốt đẹp hơn, trong một khoảng thời gian dài hơn."



"Mặc dù ngay cả khi KONE đã đặt rất nhiều tâm huyết vào việc phát triển các giải pháp và cách thức làm việc khác nhau, thì chúng ta không thể đơn độc giải quyết khủng hoảng khí hậu và tổn thất tự nhiên. Chúng ta muốn mời gọi khách hàng, đối tác, nhà cung cấp và đối tác của họ tham gia cùng chúng ta".



"Hãy tiếp tục đón nhận những thay đổi tích cực cùng nhau với tư cách là đại gia đình KONE, vì sự thịnh vượng của công ty và vì chiến lược thành công bền vững cùng khách hàng".

MỘT KONE ĐA DẠNG, BÌNH ĐẲNG VÀ HÒA NHẬP HƠN SẼ TRÔNG NHƯ THỂ NÀO?

Tôn trọng sự khác biệt của nhau là chìa khóa mở ra tiềm năng của sự sáng tạo và cải tiến. Sự hòa nhập là vô cùng cần thiết trong việc trao quyền cho nhân viên để họ cống hiến trong công việc, để cởi mở và tự tin hơn khi chia sẻ ý tưởng và chủ đề mới. Chỉ khi chúng ta nuôi dưỡng một môi trường hòa nhập thì sự đa dạng mới có thể phát triển và khi đó ta mới có thể đạt được bình đẳng thực sự.

"KONE đã có những bước tiến lớn trong công cuộc phát triển sự đa dạng, bình đẳng và hòa nhập. Chủ đề này thực sự là một niềm khao khát của tôi và tôi tự hào khi chúng ta đã có thể nâng cao nhận thức tại KONE. Tất cả chúng ta có thể làm nhiều hơn nữa để gia tăng sự đa dạng và thúc đẩy môi trường hòa nhập và bình đẳng bằng cách liên tục thách thức giới hạn bản thân và liên tục đổi mới, chăm sóc lẫn nhau, lên tiếng và liên tục học hỏi."



MATHEW HARRIS
Chuyên gia Đa dạng & Hòa hợp toàn cầu

MATHEW HARRIS VÀ CON TRAI, EZRA



CÓ NHIỀU ĐIỀU ĐÚNG ĐẮN ĐỂ LÀM, HƠN LÀ CHỈ TUÂN THEO LUẬT LỆ. TẤT CẢ CHỈ XOAY QUANH VIỆC CHÚNG TA CAM KẾT VỚI SỰ TRUNG THỰC, LIÊM CHÍNH VÀ CÔNG BẰNG.

Xem thêm tại đây về Bộ Quy tắc Ứng xử và các chính sách, hướng dẫn quan trọng của Công ty.



**DỪNG LẠI VÀ NGHĨ XEM
BẠN CÓ RA QUYẾT ĐỊNH ĐẠO
ĐỨC NÀO HÔM NAY KHÔNG?**

PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Phát triển để đáp ứng nhu cầu hiện tại mà không ảnh hưởng đến khả năng đáp ứng nhu cầu của thế hệ tương lai.

Nguồn: Liên Hợp Quốc

MỌI HÀNH ĐỘNG ĐỀU QUAN TRỌNG!

ĐỒNG NGHIỆP CỦA CHÚNG TA ĐƯA RA Ý TƯỞNG VỀ CÁC BƯỚC MÀ MỖI CÁ NHÂN CÓ THỂ THỰC HIỆN ĐỂ XÂY DỰNG MỘT TƯƠNG LAI BỀN VỮNG HƠN



NICOLE KÖSTER

"Thảo luận nhóm về cách kết hợp sự phát triển bền vững vào công việc hàng ngày, bao gồm trong các sự kiện, quảng cáo, cách chúng ta đi làm hoặc trong các giao dịch với nhau."

NICOLE, ĐỨC



ẢNH BỞI DANIELE CAPRA

"Hãy bắt đầu với những điều nhỏ nhất; tối ưu hóa hành trình lái xe, dùng ít giấy hơn và tắt đèn khi không cần thiết."

DANIELE, Ý



JAMIE HICKS

"Chủ động đưa tính bền vững vào tư duy và nhận định của chúng ta. Dành thời gian để hiểu mục tiêu của khách hàng và tìm hiểu cách chúng ta có thể hỗ trợ họ."

JAMIE, VƯƠNG QUỐC ANH



NGOC ANH TRAN

"Lựa chọn lắng nghe để đa dạng hóa các quan điểm khác với bản thân và ngừng phán xét để thực sự thấu hiểu điều đối phương muốn nói."

NGOC ANH, SINGAPORE



NHỮNG THÓI QUEN BỀN VỮNG CỦA BẠN LÀ GÌ? BẠN CÓ THỂ NGHĨ RA MỘT VÀI ĐIỀU BẠN CÓ THỂ LÀM ĐỂ BẮT ĐẦU XÂY DỰNG THÓI QUEN BỀN VỮNG KHÔNG?



Chúng ta cam kết thực hiện trung hòa lượng carbon. Một trong những hành động then chốt mà chúng ta đang thực hiện là chuyển sang một đội xe phát thải thấp.



SVEN HULT

KHÁM PHÁ CÁC CƠ HỘI NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG VÀ AN TOÀN

"Chúng tôi thực hành phương pháp Gemba* "đi và xem" ở các nhà máy, văn phòng, công trình và tất cả các nơi tạo ra giá trị cho khách hàng. Phương pháp này giúp chúng tôi quan sát và tìm hiểu thực tế, khám phá các cơ hội để liên tục cải tiến, và tìm những cách làm việc nhóm mới. Phương pháp này phụ thuộc nhiều vào giao tiếp cởi mở và sự hợp tác. Mở ra cơ hội thực sự để nâng cao không chỉ chất lượng và an toàn, mà còn cả việc xây dựng mối quan hệ và sự hợp tác như một đội ngũ KONE."

SVEN HULT,
Trưởng phòng Chất lượng, Hiện đại hóa,
Phần Lan

*GEMBA,
nghĩa là "nơi thực tế" trong tiếng Nhật, được sử dụng rộng rãi trong các phương pháp thực hành tinh gọn.

Cho đến nay, chúng ta đã tìm ra được các yếu tố quan trọng hình thành nền văn hóa cho phép chúng ta...

...CẢI THIỆN DÒNG LƯU CHUYỂN CỦA CUỘC SỐNG ĐÔ THỊ.

Nhưng vẫn còn
một câu hỏi
quan trọng khác



ĐIỀU GÌ KHIẾN CÔNG VIỆC CÓ Ý NGHĨA?

Chúng ta đều tìm kiếm mục đích của cuộc sống. Chỉ cần đồng tâm hiệp lực, chúng ta có thể tạo nên sự khác biệt.

Nghiên cứu cho thấy khi chúng ta giúp đỡ nhau càng nhiều, thì công việc ta làm sẽ càng ý nghĩa. Điều này sẽ giúp tác động tích cực đến năng suất, sự gắn kết và cả sức khỏe toàn diện của chúng ta. Thực tế thì, chỉ cần một hành động hợp tác đơn giản và bày tỏ lòng biết ơn với đồng nghiệp, là đủ để nâng cao sự tự tin và ý thức về giá trị bản thân của họ.

Vậy thì, trong vai trò của mình bạn đang làm việc với ai? Bạn tìm đến lời nhận xét và sự hướng dẫn của đồng nghiệp bằng cách nào? Bạn cởi mở như thế nào với ý kiến và phản hồi của họ? Bạn tỏ ra biết ơn thế nào với lời khuyên bạn nhận được? Bạn có ghi nhận và chia sẻ kinh nghiệm của mình không?

Chúng ta đều có thể tác động đến cảm nhận về ý nghĩa công việc của nhau. Bắt đầu đơn giản bằng cách ghi nhận sự hỗ trợ mà bạn nhận được và bằng cách nói lời cảm ơn.

1

BẠN CÓ CẢM THẤY GẮN BÓ VỚI CÔNG VIỆC KHÔNG? BẠN CÓ HOÀN TOÀN ĐỂ ĐỒNG NGHIỆP THAM GIA CÙNG BẠN KHÔNG?

- Có
- Đôi khi
- Không

2

BẠN CÓ TƯ DUY LẤY KHÁCH HÀNG LÀM TRỌNG TÂM KHÔNG? BẠN CÓ KHUYẾN KHÍCH MỌI NGƯỜI LÀM TƯƠNG TỰ KHÔNG?

- Có
- Đôi khi
- Không

3

BẠN CÓ ĐƯA RA NHỮNG QUYẾT ĐỊNH BỀN VỮNG MỖI NGÀY HAY KHÔNG? BẠN CÓ ỦNG HỘ NGƯỜI KHÁC XÂY DỰNG CÁC THÓI QUEN BỀN VỮNG KHÔNG?

- Có
- Đôi khi
- Không

4

CÔNG VIỆC CÓ TẠO ĐỘNG LỰC CHO BẠN VÀ NHỮNG NGƯỜI XUNG QUANH KHÔNG?

- Có
- Đôi khi
- Không

THỬ TƯỞNG TƯỞNG VIỆC ĐẠT MỤC TIÊU CAO HƠN

Nếu không ai nói rằng chúng ta đang mơ quá lý tưởng, thì có lẽ chúng ta mơ không đủ lớn.

Văn hóa là điều không phải ai cũng dễ dàng thay đổi được. Đó là một giấc mơ đang được hiện thực hóa qua những hành động chúng ta làm hàng ngày.

Vậy thì, hãy tưởng tượng xem sẽ khác biệt như thế nào nếu chúng ta đều khuyến khích nhau cùng đạt được tiềm năng tối đa của bản thân.

Hãy tưởng tượng nếu ta có thể tập hợp được toàn bộ trí sáng tạo, sự tò mò của chúng ta, cũng như kiến thức về những gì đang diễn ra trên thế giới. Tưởng tượng xem ngành công nghiệp này sẽ bứt phá như thế nào, và những lợi thế ta có thể tạo ra cùng với khách hàng của mình.

Hãy tưởng tượng về những lợi ích cho thế giới và cho thế hệ tương lai nếu từng hành động của ta luôn gắn liền với sự thúc đẩy thành công bền vững, đẩy mạnh công cuộc bảo vệ khí hậu, thúc đẩy sự đa dạng và hòa nhập - cùng nhau cải thiện dòng lưu chuyển của cuộc sống đô thị.

Mơ mộng viễn vông? Có thể. Xứng đáng để hướng đến? 100% Chắc chắn là có.

CÙNG NHAU,
CHÚNG TA
TAO NÊN
SỰ KHÁC BIỆT.

Xuyên suốt lịch sử của chúng ta, thành công của KONE được tạo nên từ nền văn hóa công ty và những chuỗi giá trị mạnh mẽ. Cùng nhau vượt qua thử thách luôn là cách để chúng ta vững mạnh hơn. Khi KONE tiếp tục phát triển, mỗi một thành viên đều đóng vai trò phát triển công ty và thúc đẩy văn hóa. Nhờ vào tinh thần đồng đội tuyệt vời, trong hành trình phát triển chúng ta đã chứng kiến sự đổi mới trong việc xây dựng mối quan hệ khách hàng mới và giải quyết vấn đề thay đổi môi trường thị trường. Điều đó cho chúng ta thấy con đường phía trước: bằng cách đồng tâm hiệp lực, chúng ta sẽ thành công!



HENRIK EHRNRÖÖTH,
CEO và Chủ tịch tập đoàn KONE



01 / 2022

Ấn phẩm này chỉ dành cho mục đích thông tin chung và chúng tôi có quyền thay đổi nội dung bất kỳ lúc nào. Ấn phẩm này không chứa bất kỳ phát biểu nào mang tính bảo đảm hay điều kiện, rõ ràng hay ngụ ý, đối với bất kỳ sản phẩm nào, tính phù hợp của nó cho bất kỳ mục đích cụ thể nào, khả năng bán được, chất lượng hay đại diện cho các điều khoản của bất kỳ điều khoản thỏa thuận mua hàng nào. Bản quyền © 2022 KONE Corporation.