

BriefAsia Viết Về EHG

Tài liệu tham khảo dành cho các Trưởng bộ phận (HODs)

01 · BRIEFASIA LÀ AI?

Who Is BriefAsia?

BriefAsia là một tòa soạn độc lập có trụ sở tại Singapore, thuộc **Asia Press Centre Group**, mạng lưới truyền thông uy tín hàng đầu khu vực trong các lĩnh vực kinh doanh, tài chính, công nghệ, bất động sản, du lịch và lối sống.

Độc giả của BriefAsia là các nhà điều hành, nhà đầu tư và nhà sáng lập doanh nghiệp trên khắp châu Á, những người đặt ra tiêu chuẩn rất cao cho thông tin họ đọc mỗi ngày, bởi quyết định kinh doanh của họ phụ thuộc vào đó. **Đây không phải một trang tin đại chúng, mà là kênh thông tin dành cho giới ra quyết định.**

12 THỊ TRƯỜNG ĐƯA TIN	8 BÀN CHUYÊN ĐỀ	24/5 NHỊP TOÀ SOẠN	SG TRỤ SỞ CHÍNH
--------------------------	--------------------	-----------------------	--------------------

02 · VÌ SAO ĐÂY LÀ NIỀM TỰ HÀO CỦA DU LỊCH VIỆT NAM?

Why This Matters

BriefAsia không viết bài theo đặt hàng hay quảng cáo. Tòa soạn chỉ đăng khi câu chuyện đủ tầm vóc và đủ giá trị tham khảo cho độc giả là giới điều hành, nhà đầu tư trên toàn châu Á, một tiêu chuẩn biên tập rất khắt khe mà không phải doanh nghiệp nào ngó lơ cũng có được.

Để có bài viết này, phóng viên của BriefAsia đã trực tiếp đến tận nơi, làm việc cùng Chủ tịch, quan sát thực tế vận hành tại khách sạn trong nhiều giờ, chứ không dựa trên thông cáo báo chí hay phỏng vấn từ xa. Đó là cách làm báo theo chuẩn quốc tế: **chỉ viết về những gì đã được kiểm chứng tận mắt.**

Một tòa soạn tầm khu vực dành hẳn một bài phóng sự dài, đặt cạnh những tin tức lớn về kinh tế và tài chính châu Á, để viết riêng về một doanh nghiệp Việt Nam. Đó là điều rất hiếm doanh nghiệp trong ngành khách sạn, kể cả các tập đoàn quốc tế, từng đạt được. Nó cho thấy văn hoá dịch vụ và con người EHG không chỉ là câu chuyện của một công ty, mà đã được nhìn nhận là chuẩn mực đáng học hỏi cho cả ngành, mang lại niềm tự hào cho ngành du lịch Việt Nam trên bản đồ khu vực.

03 · TÓM TẮT BÀI VIẾT, DÙNG ĐỂ NÓI CHUYỆN VỚI NHÂN VIÊN

The Article In Brief

“The One-Way Ticket and the Standard No One Can Copy”

Bài viết mở đầu bằng một chi tiết rất nhỏ: một ly cold brew mà Chủ tịch để riêng cho những vị khách không quen uống cà phê đậm. Từ chi tiết nhỏ đó, phóng viên đi vào phân tích cả một triết lý vận hành hai mươi năm của EHG. **Ba điểm nổi bật nhất trong bài:**

01 Một

A Ranking No One Can Buy

Bây khách sạn của La Siesta liên tục lọt vào danh sách khách sạn tốt nhất thế giới trên TripAdvisor suốt một thập kỷ, một bảng xếp hạng đến từ đánh giá thật của khách, **thứ mà không tập đoàn nào, dù có bao nhiêu tiền, có thể mua lại được.**

02 Hai

The One-Way Ticket

Triết lý đề bạt của Chủ tịch: không vội thăng chức khi năng lực nhân sự chưa theo kịp, vì điều đó vô tình đẩy nhân viên vào một **“tấm vé một chiều”** rời khỏi công ty.

03 Ba

Feedback As A Gift

Cách EHG góp ý cho nhân viên ngay tại thời điểm phục vụ, xem mỗi lần góp ý là **một món quà**, và đo lường văn hóa dịch vụ thật sự bằng chính hành vi của nhân viên khi không có camera hay ai giám sát.

Đây không phải bài báo ca ngợi riêng Chủ tịch. Đây là bài báo ghi nhận chính những con người đang làm việc mỗi ngày, những anh chị nhân viên phục vụ, lễ tân, buồng phòng, những người tạo ra từng khoảnh khắc nhỏ mà một tờ báo quốc tế phải dành nguyên một buổi sáng để quan sát và ghi nhận.

Thành tựu này là của cả tập thể.

ELEGANCE HOSPITALITY GROUP