

GIFT SERIES • CHIA SẺ CUỐI NGÀY

TƯ DUY: TRÂN TRỌNG

“Điều được nâng niu sẽ luôn để lại giá trị lâu bền.”



01 · NHỮNG ĐIỀU GIẢN DỊ / The Beauty of Simple Things

Có những điều giản dị nhưng chưa bao giờ tầm thường.

Hoa nhài không phải loài hoa rực rỡ nhất.

Những bông hoa nhỏ, cánh trắng, hương thơm dịu nhẹ, lặng lẽ nở rồi lặng lẽ tỏa hương.

Nhưng cũng chính loài hoa giản dị ấy, từ hàng nghìn năm trước, đã xuất hiện trong những cung điện của vua chúa.

Người xưa kể rằng, để có một ấm trà nhài hảo hạng, người hầu phải thức từ rất sớm, khi mặt trời còn chưa lên, nhẹ nhàng hứng từng giọt sương còn đọng trên cánh hoa để pha trà dâng vua.

Không phải vì không có nước.

Mà vì người ta tin rằng, điều quý giá nhất luôn xứng đáng được **nâng niu bằng sự trân trọng lớn nhất**.

02 · MỌI LỰA CHỌN ĐỀU PHẢN ÁNH MỘT CHUẨN MỰC / Every Choice Reflects a Standard

“Sự sang trọng không nằm ở giá trị của một vật, mà nằm ở cách con người trân trọng nó.”

Những ngày đầu xây dựng khu C, Chairman cùng anh Thành (ME) đã đi đến tận vùng đồi núi cao ở Miền Bắc để lựa chọn từng gốc hoa nhài mang về trồng tại resort.

Nếu chỉ cần làm đẹp khuôn viên, sẽ có rất nhiều loài hoa đẹp hơn.

Nhưng Chairman không chọn loài hoa nổi bật nhất. Anh chọn loài hoa mang nhiều ý nghĩa nhất.

Bởi điều tạo nên một thương hiệu chưa bao giờ là những gì hào nhoáng, mà là những điều được lựa chọn bằng cả một **triết lý**.

“Mỗi lựa chọn của người lãnh đạo đều đang gieo một chuẩn mực cho tổ chức.”

03 · KHI CÂU CHUYỆN TRỞ THÀNH THÓI QUEN / When a Story Becomes a Habit

Một câu chuyện có thể thay đổi cả một hành vi.

Sau khi Chairman chia sẻ câu chuyện về hoa nhài, không có quy định nào được ban hành. Không có SOP nào được bổ sung.

Nhưng mỗi buổi sáng, các anh chị em từ nhà hàng, spa, cây xanh đều chủ động lựa những bông hoa nhài đẹp nhất, còn đọng sương mai, để đặt lên bàn khách.

“Gardens on the Table” không còn đơn thuần là một cách trang trí. Đó là cách mang cả khu vườn và sự trân trọng đến gần khách hơn.

Các chị Public Area, khi thấy một bông hoa rơi xuống lối đi, không còn xem đó là rác để quét đi. Các chị nhẹ nhàng nhặt lên, đặt lại vào nơi xứng đáng.

Không ai yêu cầu. Không ai kiểm tra. Không ai nhắc nhở. Mọi người chỉ đơn giản cảm thấy: một bông hoa đẹp thì không nên bị lãng quên.

“Khi một câu chuyện chạm đến trái tim, quy trình trở nên không còn cần thiết.”

04 · GIÁ TRỊ TRỞ THÀNH VĂN HÓA / When Values Become Culture

Đó không còn là một câu chuyện về hoa nhài. **Đó là cách một giá trị trở thành văn hóa.**

Văn hóa không được tạo nên bởi những khẩu hiệu. Văn hóa được tạo nên khi một câu chuyện trở thành một thói quen. Một thói quen trở thành một phản xạ. Và một phản xạ trở thành chuẩn mực.

Một người nâng niu một bông hoa. Một người lau lại chiếc ly thêm một lần nữa. Một người kiểm tra booking trước khi khách đến. Một người nhớ vị trà yêu thích của vị khách quay trở lại sau nhiều năm.

Tất cả đều là những việc rất nhỏ. Nhưng chính những điều nhỏ ấy lại **tạo nên điều lớn nhất.**

“Chuẩn mực cao nhất là khi điều đúng không còn cần được nhắc nhở.”

05 · EHG TRÒ CHUYỆN VỚI HỆ THỰC VẬT / In Dialogue with Nature

Ở EHG, cây cỏ hoa lá chưa bao giờ chỉ là cảnh quan. Chúng tôi xem đó là một hệ sinh thái đang sống cùng mình mỗi ngày.

Một khu vườn không phải để trang trí. **Nó là một sinh thể để lắng nghe.**

Một bông nhài nở lúc rạng sáng cũng có nhịp sống riêng: có hơi sương, có hương thơm, có cả một buổi sáng chỉ nở đúng một lần rồi thôi.

Khi ta biết trò chuyện với một khu vườn, biết lắng nghe cả những gì không thể lên tiếng, ta mới thật sự học được cách lắng nghe con người.

“Cách một nơi trò chuyện với cỏ cây đã nói rất nhiều về cách nơi ấy lắng nghe con người.”

06 · GÓC NHÌN CỦA THẾ GIỚI MARKETING / The World's Marketing, and Ours

Cả thế giới ngoài kia gần như đang kể cùng một câu chuyện về mình: khoe tiện nghi, khoe những gì lớn lao nhất, kỳ lục nhất. Người ta bỏ rất nhiều tiền để mua sự chú ý, thuê KOL, KOC, mượn những giọng nói khác để ngợi khen mình.

Chúng tôi chọn con đường ngược lại. Nâng niu.

Chỉ một chiếc mẹt hoa nhài buổi sớm, mà khách tự dừng lại, tự chụp ảnh, tự kể lại bằng chính giọng của họ. Đó mới là cách chúng tôi quan tâm: không phải nói hay về mình, mà để khách nhìn cách ta chăm một bông hoa, chăm cả một khu vườn, rồi tự trả lời câu hỏi ta không cần hỏi thành lời: ở đây con người có được chăm sóc không, cơ sở vật chất có tốt không.

“Nếu bạn đã thấy cách chúng tôi chăm một bông hoa, thì bạn đã có câu trả lời từ trước rồi.”

07 · SỰ TRÂN TRỌNG DÀNH CHO KHÁCH / *The Care We Give Our Guests*

Nếu một bông hoa còn được trân trọng đến thế, thì một vị khách hàng sẽ được nâng niu đến nhường nào, **ắt hẳn các bạn đã có câu trả lời.**

Khách có thể không nhớ trên bàn hôm ấy là hoa nhài hay một loài hoa khác. Nhưng họ sẽ nhớ cảm giác bước vào một không gian mà ở đó, mọi thứ đều được chăm chút bằng cả sự tinh tế.

Khách có thể quên rất nhanh những gì mắt nhìn thấy. Nhưng **trong tiềm thức, họ giữ lại rất lâu cảm giác mình đã được đối đãi ra sao.**

Bởi cuối cùng, điều còn lại sau một kỳ nghỉ không phải là căn phòng. Không phải là bữa sáng. Không phải là một bông hoa. Mà là cảm giác mình đã được trân trọng.



“Nếu chúng ta có thể dành sự trân trọng cho một bông hoa, thì chắc chắn chúng ta sẽ dành nhiều hơn thế cho một con người.”

31/07/2026 · Câu chuyện Hoa Nhài
FROM SALES & LA SIESTA HỘI AN WITH LOVE ♥
ELEGANCE HOSPITALITY GROUP