

Why not!

MARITIME
BANK



TẬP SAN NỘI BỘ 7

PHÁT HÀNH 2 THÁNG 1 SỐ / THÁNG 4 - 2011

[CHUYÊN ĐỀ]

**Đánh giá
nhân sự**

**Hành trình
cải tổ trong
mắt tôi**

**SME & Retail
Yes, we can!**

**Kinh tế Việt Nam
đang ở đâu, về đâu?**

TỔNG BIÊN TẬP
Trần Anh Tuấn

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN
Nguyễn Quốc Khánh

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP
Nguyễn Thanh Huyền

CHỊU TRÁCH NHIỆM NỘI DUNG
Đặng Thu Hương

BAN BIÊN TẬP
Bùi Thị Quỳnh Luyên
Phạm Thu Hương
Nguyễn Đức Quang
Nguyễn Thị Yên
Nguyễn Thị Thảo

THIẾT KẾ
Hà Huy Trường

MỌI THU TỪ BÀI VỞ XIN LIÊN HỆ:
Đặng Thu Hương
CV Phòng TT & QL thương hiệu
Email: huongdt1@msb.com.vn
Giấy phép xuất bản số: 09/GP-XBBT
In tại Công ty in SIGMA



Ảnh Bìa 1: Hoàng Ngọc Bích
Phòng TT & QLTH

TIN TỨC & SỰ KIỆN 4-7	Các sự kiện nổi bật của Maritime Bank	
CHUYÊN ĐỀ 8-11	Quản lý hiệu suất làm việc Vấn đề đánh giá nhân sự trong hành trình đổi mới	
SỰ KIỆN & BÌNH LUẬN 12-15	Lễ tân Giao dịch - Dễ mà khó	
DẤU ẤN 14 -25	SME & Retail Yes, We can! Yêu lắm, DSF! I'm 1 - Chiến dịch bán hàng...	Tăng trưởng số dư... Một ngày không như mọi ngày... Ngày hội tôn vinh...
THỜI TRANG & CUỘC SỐNG 26-27	Thời Trang & cuộc sống	
TẢN MẠN 28 - 33	Đề cương văn hoá nội bộ A - Z Nhân viên Quản lý Chất lượng dịch vụ - Bạn là ai? Hành trình cải tổ trong mắt tôi	
PHÂN TÍCH & NHẬN ĐỊNH 34-36	Kinh tế Việt Nam đang ở đâu, về đâu?	
HỎI NHANH ĐÁP GỌN 37	Tuyên truyền các quy định pháp luật	
TÁC PHẨM 38-39	Ngon đèn Yêu anh cán bộ ngân hàng Những bông hoa đỏ	Lời thì thâm 1, 2
GÓC ĐỜI SỐNG 40-41	Màu sắc trang phục nào phù hợp với buổi phỏng vấn Gỏi lá Kontum	
THƯ GIẢN 42-43	Ô chữ vui Đuổi hình bắt chữ Về thưởng tết	

Lời Ban Biên tập

Đắt trời đang vào độ cuối xuân đầu hạ nên có phần hơi "đông đánh", lúc bùng sáng với nắng hanh vàng rực rỡ, lại bất chợt có làn gió lạnh tràn về, rắc thêm những hạt mưa bụi nhỏ li ti. Giữa sắc vàng xốn xang của nắng và làn mưa bụi mỏng ấy, từng búp loa kèn trắng thoáng xanh ngọt chồi lên. Xua tan đi những bận rộn lo âu giữa phố phường, màu trắng tinh khôi của hoa loa kèn khiến lòng người bỗng dung dịu lại, bồi hồi.

Và chúng ta, mỗi thành viên trong đại gia đình Maritime Bank cũng bồi hồi nhớ lại, những ngày này cách đây tròn 1 năm, một mô hình kinh doanh mới với những đổi thay về thiết kế không gian, phương thức giao dịch hiện đại đã được triển khai thí điểm tại Chi nhánh Cầu Giấy. Hiện nay, mô hình mới đã trở nên quen thuộc hơn khi toàn hệ thống chính thức áp dụng và đạt được những kết quả khả quan.

Why not! 7 xin được điểm lại và ghi dấu những trải nghiệm, những xúc cảm cũng như những sáng kiến của các "phóng viên" không chuyên - những CBNV luôn một lòng vì một Maritime Bank mới - bền vững hơn, tin cậy hơn sau gần 20 năm xây dựng và phát triển: **Sôi động, nhiệt huyết cùng Ngân hàng Cá nhân trong Lễ phát động chiến dịch bán hàng I'm 1 tại hai miền Nam - Bắc; Suy ngẫm về vấn đề đánh giá nhân sự trong hành trình đổi mới hay bí quyết để quản lý hiệu suất làm việc; Hiểu rõ hơn công việc của một Lễ tân Giao dịch, một Nhân viên Quản lý Chất lượng Dịch vụ; Hay cùng Chi nhánh Hà Nội xây dựng Đề cương văn hóa nội bộ từ A đến Z...**

Và với tất cả tâm huyết, chúng tôi rất mong rằng, sau những giờ phút âu lo, căng thẳng trong công việc, Quý vị sẽ tìm đến Why not!
Và đây, Why not! 7, xin mời!

BAN BIÊN TẬP

Ngân hàng TMCP Hàng Hải Việt Nam

88 Láng Hạ, Quận Đống Đa, Hà Nội
Tel: (84-4) 3771 8989 Fax: (84-4) 3771 8899 Call Center: (04) 39 44 55 66
Email: msb@msb.com.vn Website: www.msb.com.vn

Thành công từ Đại hội đồng Cổ đông lần thứ 19

Ngày 29/01/2011, tại Khách sạn Grand Plaza, Hà Nội, Maritime Bank đã tổ chức phiên họp Đại hội đồng Cổ đông thường niên lần thứ 19. Với 2 lần chia cổ tức, 10% vốn điều lệ 3000 tỷ ngày 09/07/2010 và 7% vốn điều lệ 5000 tỷ ngày 25/12/2010, tổng lợi tức cổ phần bằng tiền mặt chi cho các Cổ đông Maritime Bank năm 2010 là 19,7%/vốn điều lệ bình quân năm. So với mặt bằng chung ngành ngân hàng năm nay, tỷ lệ chia cổ tức này được đánh giá ở mức cao. Tại phiên họp, các cổ đông đã thảo luận, nhất trí thông qua Báo cáo của HĐQT về phương hướng nhiệm vụ kế hoạch năm 2011; thông qua Báo cáo của Ban Kiểm soát và biểu quyết nhiều vấn đề quan trọng khác liên quan đến mục tiêu phát triển Maritime Bank trong đó có những nội dung quan trọng như phương án phát hành cổ

phiếu ra công chúng nhằm tiếp tục tăng vốn điều lệ lên 8.000 tỷ đồng; ban hành Điều lệ Maritime Bank thay thế bản Điều lệ đã được NHNN phê duyệt trước đây. Cũng trong phiên họp này, công tác bầu bổ sung thành viên HĐQT đã được tiến hành, theo đó bà Vũ Thị Liên đã trúng cử chức danh Thành viên HĐQT độc lập và bà Nguyễn Thị Nguyệt Hường đã trúng cử chức danh Thành viên HĐQT với tỷ lệ phiếu bầu đạt trên 99%. Về định hướng hoạt động năm 2011, Đại hội đã thông qua các chỉ tiêu hoạt động kinh doanh như sau: Tổng tài sản 150.000 tỷ đồng; vốn huy động tại thị trường I và trái phiếu huy động vốn 99.178 tỷ đồng; lợi nhuận trước thuế 1.850 tỷ đồng; tỷ lệ nợ xấu dưới 2%; phát triển mạng lưới với số điểm giao dịch mở mới trong năm là 200 điểm.



CÙNG “TẬN HƯỞNG NHỮNG NƠI SỐ 1 TRÊN THẾ GIỚI”



Với mong muốn không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ, đồng thời như một lời tri ân gửi tới khách hàng đang và sẽ trở thành chủ nhân của bộ sản phẩm M1 Account, nhân dịp kỷ niệm một năm bộ sản phẩm ưu việt này ra mắt thị trường, từ ngày 28/03 đến ngày 07/05/2011, Maritime Bank triển khai chương trình khuyến mại “M1 - Number 1 - Tận hưởng những nơi số 1 trên thế giới”.

Đúng như tên gọi của Chương trình, ngoài những tính năng vượt trội của bộ sản phẩm, chủ sở hữu tài khoản M1 Account còn có cơ hội cào trúng thưởng 100% với những giải thưởng hấp dẫn như: 2 giải Nhất, mỗi giải là một chuyến du lịch Mỹ; 6 giải Nhì, mỗi giải là một chuyến du lịch Trung Quốc; 3.087 giải Ba, mỗi giải là một đĩa sứ hoặc cốc giữ nhiệt; 12.349 giải

Khuyến khích, mỗi giải là một cặp ly thủy tinh. Trong trường hợp các khách hàng trúng giải Nhất và giải Nhì không thể tham dự chuyến du lịch có thể nhận tiền mặt với giá trị tương đương 75% giá trị giải thưởng. Theo thể lệ, các khách hàng đang sở hữu hoặc mở mới tài khoản thanh toán M1Account nộp tối thiểu 20 triệu đồng vào tài khoản và cam kết duy trì số tiền đó trong vòng 14 ngày trở lên kể từ ngày nộp tiền sẽ nhận được 01 thẻ cào. Số lượng thẻ cào khách hàng nhận được là bội số của 20 triệu. Mỗi khách hàng được nhận tối đa 03 thẻ cào trong suốt chương trình. Ngoài ra với những khách hàng có số dư trung bình từ 1 tỷ trở lên duy trì trong suốt thời gian triển khai chương trình (06 tuần) sẽ được tặng thêm 01 phần quà tặng trị giá 400.000 đồng.

Thêm nhiều điểm giao dịch mới khai trương trong tháng 2 và 3



Từ sau Tết Nguyên đán đến nay, Maritime Bank đã khai trương và đưa vào hoạt động nhiều chi nhánh, phòng giao dịch mới tại nhiều địa phương trên cả nước, nhằm thực hiện thành công kế hoạch phát triển mạng lưới với số điểm giao dịch mở mới trong năm 2011 là 200 điểm. Cụ thể:

Sáng ngày 11/02/2011, Maritime Bank đã long trọng tổ chức lễ khai trương và chính thức đưa vào hoạt động Quý tiết kiệm Minh Khai. Tọa lạc tại địa chỉ 244 Minh Khai (Q.Hai Bà Trưng, Hà Nội) - quận trung tâm của thủ đô với dân cư tập trung đông, nhiều doanh nghiệp lớn, trung tâm thương mại, công ty chứng khoán, các nhà hàng và trung tâm vui chơi giải trí... Quý tiết kiệm Minh Khai có điều kiện triển khai tốt công tác kinh doanh và phát triển

các sản phẩm dịch vụ ngân hàng chất lượng dịch vụ cao, nhằm thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng trên địa bàn.

Ngày 08/03/2011, Maritime Bank chính thức khai trương và đưa vào hoạt động Quý tiết kiệm Vĩnh Phước tại số 36KA đường 2/4, phường Vĩnh Thọ, TP. Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa. Đây là điểm giao dịch thứ 4 của Maritime Bank tại Nha Trang.

Nhằm đáp ứng nhu cầu giao dịch ngày càng gia tăng cũng như đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ cung cấp cho nhà đầu tư khu vực miền Trung, ngày 15/03/2011 Maritime Bank đã chính thức khai trương Chi nhánh Bình Định tại địa chỉ số 70 Lê Duẩn - TP. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định.

Nhận thấy Thừa Thiên Huế là một tỉnh đóng vai trò cầu nối giữa hai miền Bắc - Nam, được xác định là một trong bốn tỉnh thuộc vùng kinh tế trọng điểm miền Trung, sáng ngày 18/03/2011, Maritime Bank đã chính thức khai trương và đưa vào hoạt động điểm giao dịch đầu tiên tại tỉnh Thừa Thiên Huế. Với trụ sở khang trang được thiết kế theo mô hình hiện đại, tọa lạc trên vị trí địa lý thuận lợi tại địa chỉ số 40 Lê Lợi, phường Phú Hội, TP. Huế, Maritime Bank chắc chắn sẽ góp phần đẩy mạnh hơn nữa công cuộc phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Maritime Bank trong toàn hệ thống.

Sau một thời gian chuẩn bị chu đáo về mọi mặt, ngày 24/03/2011, Maritime Bank

Hà Nam chính thức được nâng cấp lên thành Chi nhánh và khai trương tại địa chỉ 104 Trần Phú, phường Quang Trung, TP. Phủ Lý, Hà Nam. Cùng ngày, tại địa điểm số 34 đường Biên Hòa, phường Minh Khai, Phòng giao dịch Phủ Lý cũng chính thức được khai trương và đi vào hoạt động để đáp ứng tối đa nhu cầu về tài chính của các khách hàng trên địa bàn TP. Phủ Lý.

Năm trong kế hoạch phát triển mạng lưới năm 2011, sáng ngày 25/03/2011, Maritime Bank đã chính thức khai trương và đưa vào hoạt động Phòng Giao dịch Trảng Tiễn tại địa chỉ 75B Đinh Tiên Hoàng, phường Trảng Tiễn, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội. Đây là điểm giao dịch thứ 144 của Maritime Bank trên toàn hệ thống.

Đón “Lộc xuân như ý, Phú quý cả năm” cùng Maritime Bank

Nhân dịp xuân Tân Mão 2011, từ ngày 14/01/2011 đến 14/04/2011 Maritime Bank triển khai chương trình khuyến mại đặc biệt “Lộc xuân như ý, Phú quý cả năm” thay cho lời chúc năm mới gửi đến các khách hàng trên cả nước với tổng giá trị giải thưởng lên tới 3,7 tỷ đồng.

Ngoài thẻ cào may mắn trúng thưởng với những quà tặng hấp dẫn, thiết thực và hơn 16.000 bao lì xì may mắn đầu năm, trong suốt Chương trình (hoặc đến khi hết kho phiếu quay số trúng thưởng), tất cả các khách hàng gửi tiết kiệm sẽ được nhận thêm 1 phiếu dự thưởng với cơ hội trúng nhiều giải thưởng có giá trị khác nhau như: xe ô tô Civic 1.8AT, thẻ tiết kiệm 3 tháng trị giá 68 triệu đồng, tài khoản M1Account với số dư 6,8 triệu đồng và tài khoản M-Money có số dư 680.000 VND qua 2 lần quay số trúng thưởng.

Dự kiến, Ngân hàng sẽ tổ chức quay số xác định giải thưởng vào các ngày 25/04/2011, 29/04/2011 và công bố kết quả trên website www.msb.com.vn, tại các điểm giao dịch của Maritime Bank đồng thời đăng tải trên các phương tiện thông tin đại chúng.





Maritime Bank liên tiếp nhận giải thưởng

Ngày 1/3/2011, Maritime Bank đã vinh dự đón nhận giải thưởng STP Award do Bank of New York (BNY Mellon) trao tặng. BNY Mellon là tổ chức quản lý tài sản và dịch vụ chứng khoán hàng đầu trên thế giới, có trụ sở chính tại New York với tổng tài sản 25 nghìn tỷ USD. Giải thưởng STP Award được trao dựa trên tỷ lệ công điện đạt chuẩn (Straight-Through Processing), là một trong những tiêu chí quan trọng để đánh giá chất lượng thanh toán tự động của các ngân hàng.

Tiếp đó, chiều ngày 28/03/2011, Maritime Bank đã vinh dự nhận được giải thưởng Global Payments and Cash Management 2010 (Thanh toán quốc tế và quản lý tiền mặt tốt nhất 2010) từ ông Hersel Mehani – đại diện HSBC Bank USA. Đây là năm thứ 3 liên tiếp Maritime Bank nhận được giải thưởng này. Điều đó đã khẳng định chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế cũng như vị trí của Maritime Bank trong hệ thống các ngân hàng thương mại Việt Nam và là động lực giúp Maritime Bank phấn đấu không ngừng để đem lại cho khách hàng những sản phẩm, dịch vụ tài chính tốt nhất.

Đồng hành cùng doanh nghiệp

Ngày 29/3/2011, Maritime Bank phối hợp với Báo Doanh nhân Sài Gòn thực hiện chương trình “Maritime Bank – Đồng hành cùng doanh nghiệp” tại TP. HCM với sự hỗ trợ của các chuyên gia tài chính, kinh tế thương mại nhằm giải đáp những thắc mắc của doanh nghiệp xoay quanh vấn đề liên quan về vốn. Đồng thời, BTC chương trình cũng phối hợp cùng đối tác tổ chức các hội thảo, khảo sát, thống kê nhằm đưa ra các tư vấn chính xác và cụ thể đối với từng doanh nghiệp.

Ông Nguyễn Đình Tùng - Phó Tổng Giám đốc Maritime Bank cho biết: “Đây là một chương trình dài hạn nhằm đưa ra những gói hỗ trợ thích hợp cho doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ giải bài toán về vốn, tiếp cận ngân hàng, cũng như những khó khăn trong quản lý tài chính, doanh nghiệp. Qua chương trình này, chúng tôi sẽ nắm bắt chính xác nhu cầu của doanh nghiệp, đồng thời có những dịch vụ ngân hàng hiệu quả nhằm giúp doanh nghiệp vượt qua khó khăn, tăng trưởng bền vững”.



Ưu đãi cho khách hàng doanh nghiệp

M BUSINESS +2% Lãi suất thưởng
Miễn phí chuyển khoản đến 05/05/2011
 Call center: (04) 39.44.55.66 / 1800.599.599
 Chỉ tiết kiệm tại Website: www.msb.com.vn

Từ ngày 05/03/2011 đến ngày 05/04/2011, Maritime Bank triển khai chương trình ưu đãi dành riêng cho bộ tài khoản tiền gửi thanh toán doanh nghiệp M-Business. Chương trình này sẽ đem lại nhiều quyền lợi thiết thực cho các khách hàng doanh nghiệp đang tin tưởng, sử dụng sản phẩm của Ngân hàng. Cụ thể, đối với khách hàng mới mở M-Business Classic từ ngày 05/03/2011 đến ngày 05/05/2011 Maritime Bank sẽ miễn hoàn toàn phí chuyển khoản tại quầy giao dịch và qua Internet Banking; cùng thời gian này các khách hàng dùng tài khoản M-Business Classic hiện

tại sẽ được miễn hoàn toàn phí chuyển khoản qua Internet Banking. Khách hàng sử dụng sản phẩm M-Business Gold sẽ được miễn phí duy trì tài khoản trong tháng 3 và tháng 4/2011. Đặc biệt, Maritime Bank cộng thưởng 2% cho tất cả các bậc lãi suất của tài khoản M-Business từ ngày 05/03/2011 đến ngày 05/04/2011 đưa lãi suất tài khoản thanh toán lên 10 % cao nhất thị trường hiện nay. Bên cạnh đó, Maritime Bank cũng cam kết hỗ trợ nguồn ngoại tệ và lãi suất cho vay đối với khách hàng sử dụng gói sản phẩm này.



Chung tay quyên góp ủng hộ Nhật Bản

Hưởng ứng lời kêu gọi của Mặt trận Tổ quốc, Hội Chữ thập đỏ Hà Nội, với tinh thần "thương người như thể thương thân", chiều ngày 23/03/2011, tại Khu công nghiệp Quang Minh (Mê Linh, Hà Nội) Maritime Bank và VID Group đã tổ chức Lễ quyên góp ủng hộ nhân dân Nhật Bản khắc phục hậu quả động đất và sóng thần. Tham dự buổi Lễ quyên góp có Chủ tịch Hội Chữ thập đỏ Hà Nội - ông Ngô Tiến Dụ, Ban quản lý các Khu công nghiệp, Khu chế xuất ở Hà Nội, đại diện Hội Doanh nghiệp

Nhật Bản tại Khu công nghiệp Quang Minh cùng đại diện Ban lãnh đạo, tập thể CBNV đang công tác tại VID Group và Maritime Bank. Tại Lễ quyên góp, bà Nguyễn Thị Nguyệt Hương - Chủ tịch HĐQT, Tổng Giám đốc VID Group, Phó Chủ tịch thứ nhất HĐQT Maritime Bank đã bày tỏ sự cảm thông đối với những tổn thất nghiêm trọng mà người dân Nhật Bản đang hứng chịu, đồng thời gửi lời chia buồn sâu sắc đến gia đình của người bị nạn. Tổng số tiền quyên góp ủng hộ tại buổi lễ lên tới gần 1 tỷ đồng.

Maritime Bank và Prudential Việt Nam tiếp tục mở rộng hợp tác bancassurance

Ngày 24/02/2011 tại Hà Nội, Công ty Bảo hiểm nhân thọ Prudential Việt Nam (Prudential Việt Nam) và Ngân hàng TMCP Hàng Hải Việt Nam (Maritime Bank) đã ký kết thỏa thuận hợp tác.

Theo lộ trình hợp tác, trong năm 2011 sẽ có hàng nghìn nhân viên Maritime Bank được Prudential Việt Nam đào tạo và sẽ làm việc tại hàng chục chi nhánh của Maritime Bank tại các thành phố lớn như Hà Nội, TP.HCM, Hải Phòng... để giới thiệu 4 sản phẩm bảo hiểm bao gồm Phú An Gia Thành Tài, Phú An Khang Hưu Trí, Phú Hưng Phúc Định Kỳ, Phú An Bình và nhóm các sản phẩm bổ trợ. Đây là thỏa thuận hợp tác thứ hai được ký kết giữa Maritime Bank và Prudential Việt Nam đánh dấu sự hợp tác thành công trong năm 2010, hướng tới quan hệ hợp tác lâu dài và hiệu quả giữa hai bên trong tương lai.



Công ty chứng khoán Maritime Bank khai trương Chi nhánh Vũng Tàu

Sáng ngày 30/03/2011, Công ty Cổ phần Chứng khoán Maritime Bank (MSBS) chính thức khai trương Chi nhánh Vũng Tàu tại địa chỉ 130 Lê Hồng Phong, phường 7, TP. Vũng Tàu, tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu. Với vốn điều lệ 300 tỷ đồng, MSBS được sự hậu thuẫn mạnh mẽ từ cổ đông lớn là Ngân hàng TMCP Hàng Hải Việt Nam (Maritime Bank), Tổng công ty Cổ phần Đầu tư Phát triển Xây dựng (DIC Corp).

Với đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, đặc biệt là các chuyên gia tư vấn, phân tích chuyên biệt được đào tạo bài bản trong và ngoài nước, có nhiều kinh nghiệm tham gia thị trường, sau khi chính thức khai trương và đi vào hoạt động, MSBS sẽ cung cấp các giải pháp sản phẩm và dịch vụ hoàn hảo, nhằm tối ưu giá trị đầu tư của khách hàng như: môi giới, tư vấn (đầu tư, cổ phần hóa, niêm yết, IPO...), ủy thác đầu giá, quản lý cổ đông, lưu ký chứng khoán, bảo lãnh phát hành, mua bán và sáp nhập doanh nghiệp (M&A), định giá doanh nghiệp, dự báo tài chính... Trong năm 2011, MSBS đặt mục tiêu doanh thu 119 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế đạt 56,8 tỷ đồng.

Tại lễ khai trương này, MSBS cũng đã ký Thỏa thuận hợp tác toàn diện với Tổng Công ty Cổ phần Đầu tư Phát triển xây dựng (DIC Corp), Công ty Cổ phần Đầu tư Phát triển xây dựng số 2 (DIC2), Công ty Cổ phần Đầu tư phát triển xây dựng Thanh Bình (DIC Thanh Bình).

Bí quyết thành công

Trong nền kinh tế năng động đầy những thách thức lẫn thời cơ, hiệu suất làm việc của doanh nghiệp là một vấn đề cốt yếu để giúp doanh nghiệp thành công.

Không phải ngoại lệ, trên con đường hướng tới mục tiêu đầy tham vọng, trở thành một trong 5 ngân hàng hàng đầu Việt Nam, với Maritime Bank, đánh giá hiệu suất làm việc càng được đề cao hơn nữa.

Hiện nay, một số đơn vị trực thuộc Ngân hàng Cá nhân và Ngân hàng Doanh nghiệp như: Trung tâm Bán hàng Trực tiếp, Trung tâm Khách hàng Cá nhân, Trung tâm Khách hàng Doanh nghiệp đã triển khai thí điểm quản lý hiệu suất làm việc thông qua các chỉ số hiệu suất cốt yếu (KPI). Trong cơ cấu tổ chức mới được chính thức vận hành ngày 01/10/2010, Phòng Quản lý Nhân sự thuộc Khối Quản lý Nhân tài Maritime Bank được thành lập với chức năng chính là quản lý hiệu suất làm việc.

Và với bài viết nhỏ này, Phòng Quản lý Nhân sự mong muốn được chia sẻ một số thông tin cơ bản để chúng ta có thể hiểu rõ hơn về công tác quản lý hiệu suất làm việc cũng như vai trò của mỗi cá nhân trong vấn đề này.

Tổng quan về quản lý hiệu suất

Trên thực tế, rất nhiều người nhầm lẫn và coi hai khái niệm: quản lý hiệu suất làm việc và đánh giá hiệu suất làm việc là một.

Thực ra đánh giá hiệu suất làm việc chỉ là một phần nhỏ của việc quản lý hiệu suất làm việc và được coi là phần ít quan trọng nhất. Để cải thiện kết quả làm việc và tạo ra một không khí làm việc thoải mái hơn, chúng ta cần quản lý hiệu suất, chứ không chỉ đánh giá nó.

Quản lý hiệu suất làm việc là một quá trình liên tục, giao tiếp luôn tiếp diễn, được thực hiện trong mối quan hệ tương tác giữa nhân viên với cấp trên



Vậy, chúng ta còn chần chừ gì nữa? Hãy cùng chúng tôi triển khai hệ thống quản lý hiệu suất tại Maritime Bank để xây dựng thành công hiện tại và tương lai cho Maritime Bank

trực tiếp liên quan đến việc thiết lập những kỳ vọng và hiểu biết rõ ràng về những điểm sau:

- Chức năng, nhiệm vụ cốt lõi trong công việc của nhân viên.
- Công việc của nhân viên đóng góp như thế nào vào mục tiêu chung của doanh nghiệp.
- Làm thế nào thì được xem là làm tốt công việc này, với những tiêu chí xác định thật cụ thể.
- Hiệu quả làm việc sẽ được đo lường như thế nào.
- Có những cản trở gì ảnh hưởng đến hiệu quả làm việc và làm thế nào để giảm thiểu hoặc loại bỏ những cản trở đó.
- Cách thức để nhân viên hợp tác với cấp trên nhằm cải thiện hiệu quả làm việc.

Với bản chất như vậy, vấn đề đặt ra là: quản lý hiệu suất làm việc phải như thế nào và không nên như thế nào. Quản lý hiệu suất làm việc không phải là cách răn đe, dụ khị hay hù dọa khiến nhân viên làm việc tốt hơn; không phải là cách đổ lỗi hay bới móc những khuyết điểm của nhân viên và cũng không phải là cách để tấn công tính cách hay thái độ của nhân viên cấp dưới.

Quản lý hiệu suất phải là một hệ thống các công cụ nhằm tối ưu hóa thành công của mỗi nhân viên, mỗi đơn vị công tác, mỗi nhà quản lý và mỗi cơ quan.

Mục đích quan trọng nhất của hệ thống quản lý hiệu suất công việc là nhằm liên tục cải thiện kết quả thực

hiện công việc của nhân viên và đơn vị, tức là xây dựng thành công ở hiện tại và tương lai chứ không phải quản lý bằng cách nhìn về quá khứ (quản lý kiểu lái xe qua gương chiếu hậu). Quản lý hiệu suất tức là chúng ta phải luôn hướng về phía trước.

Chu trình quản lý hiệu suất

Một chu trình quản lý hiệu suất chuyên nghiệp thường được xây dựng và triển khai theo năm bước chính sau:

- Thiết lập mục tiêu công việc
- Theo dõi, chấn chỉnh
- Kèm cặp, hướng dẫn
- Đánh giá hiệu quả
- Khen thưởng và kế hoạch phát triển nghề nghiệp.

Với một chu trình quản lý hiệu suất làm việc khoa học như trên, doanh nghiệp không phải cứ bỏ mặc nhân viên làm việc và chỉ đánh giá để biết kết quả cuối cùng rồi thưởng, phạt, mà phải thực sự đồng hành cùng nhân viên trong việc cải thiện kết quả và nâng cao năng lực làm việc. Doanh nghiệp còn đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng nghề nghiệp cho nhân viên và hỗ trợ nhân viên thực hiện mục tiêu nghề nghiệp cho mình.

Vai trò của chúng ta trong quá trình quản lý hiệu suất

Đối với cán bộ quản lý

- Trang bị và truyền đạt rõ ràng những mục tiêu của doanh nghiệp cho các nhân viên.
- Thống nhất các mục tiêu công việc với nhân viên.
- Theo dõi, chấn chỉnh, huấn luyện, hỗ trợ nhân viên thực hiện mục tiêu.
- Đánh giá hiệu suất nhân viên.
- Hỗ trợ nhân viên phát triển nghề nghiệp

Đối với nhân viên

- Đề xuất và thống nhất mục tiêu công việc với cán bộ quản lý;
- Xác định nhu cầu đào tạo cho bản thân;
- Lưu trữ thông tin và ghi chú những thành tựu đạt được thể hiện việc thực thi công việc theo mục tiêu

đã xác định.

- Nhìn nhận sự phát triển của bản thân và xác định mục tiêu nghề nghiệp;

Phòng Quản lý Nhân sự

- Hướng dẫn, tư vấn và hỗ trợ các đơn vị vận hành hệ thống quản lý hiệu suất;

- Truyền đạt rõ ràng mục tiêu chiến lược, kế hoạch hành động cho các đơn vị;

- Đảm bảo quá trình quản lý hiệu suất tại các đơn vị tuân thủ đúng quy trình và thủ tục;

- Đề xuất áp dụng các chính sách nhân sự cho từng đơn vị và cá nhân

căn cứ kết quả đánh giá hiệu suất: khen thưởng, đào tạo, phát triển, nhắc nhở, kỷ luật, điều chuyển công việc;

- Đề xuất các biện pháp cải thiện hiệu suất làm việc, tạo động lực cho CBNV;

- Tổ chức khảo sát và cải tiến hệ thống quản lý hiệu suất.

Lợi ích của quản lý hiệu suất công việc

Với doanh nghiệp

- Đảm bảo mục tiêu của các cá nhân và đơn vị phù hợp với mục tiêu chiến

lược của tổ chức;

- Tăng trưởng kết quả kinh doanh.

- Xây dựng văn hóa quản lý hiệu suất công việc;

Với cán bộ quản lý

- Giúp cán bộ quản lý phân công và ủy thác công việc hiệu quả hơn;

- Giúp cán bộ quản lý có cơ hội tự đánh giá và cải tiến hiệu quả của chính mình thông qua các phản hồi của nhân viên;

- Giúp cán bộ quản lý xây dựng chương trình phát triển nhân viên hiệu quả hơn.

Với nhân viên

- Tạo điều kiện cho nhân viên hiểu kỳ vọng của tổ chức đối với từng vị trí và có định hướng công việc rõ ràng để đáp ứng kỳ vọng đó;

- Giúp nhân viên thấy rõ được hiệu quả làm việc của mình, hiểu được những điểm mạnh để phát huy, điểm yếu để cải thiện, nhằm nâng cao kết quả thực hiện công việc;

- Giúp nhân viên có được sự hỗ trợ kịp thời của lãnh đạo khi cần thiết, được đào tạo và huấn luyện để hoàn thiện năng lực cá nhân.

Với những lợi ích mà hệ thống quản lý hiệu suất đem lại, bất kỳ một doanh nghiệp nào cũng không thể bỏ qua việc xem xét và triển khai nó.

Đối với Maritime Bank, việc triển khai hệ thống quản lý hiệu suất hiện nay là một cơ hội để vươn lên trong môi trường kinh doanh ngày càng cạnh tranh gay gắt. Đặc biệt, Maritime Bank đang có những thuận lợi mà các doanh nghiệp khác không dễ gì mà có được, đó là sự ủng hộ mạnh mẽ của Ban Lãnh đạo, sự tư vấn của các chuyên gia hàng đầu trên thế giới McKinsey, Vtalent..., đội ngũ cán bộ nhân viên năng động, nhiệt tình, ham học hỏi...

Vậy, chúng ta còn chần chừ gì nữa? Hãy cùng chúng tôi triển khai hệ thống quản lý hiệu suất tại Maritime Bank để xây dựng thành công hiện tại và tương lai cho Maritime Bank.

Vấn đề đánh giá nhân sự trong hành trình đổi mới

Để Maritime Bank trở thành “Ngân hàng số Một” thì còn rất nhiều việc cần phải làm. Trong những việc đó, việc xây dựng hệ thống đánh giá nhân viên là một trong những trọng điểm trong hệ thống quản trị nhân sự



Năm 2010, Maritime Bank chính thức ra mắt bộ nhận diện thương hiệu mới và sau đó là việc thay đổi toàn diện mô hình kinh doanh. Đằng sau những chiến dịch quảng bá rầm rộ, có một sự thay đổi tất yếu để phù hợp với mô hình mới, đó là tái thiết cơ cấu tổ chức nhân sự. Giống như một đế chế, bộ máy và con người là hai nhân tố quan trọng nhất và gắn kết nhất. Maritime Bank cũng thế! Chúng ta có một mô hình đầy sức cạnh tranh, tiên tiến và năng động. Vậy để cho bộ máy đó hoạt động trơn tru, hiệu quả, cần phải có những con người vững về

chuyên môn, nghiệp vụ, giỏi về quản lý, hành động cương quyết trong ngắn hạn và định hướng phát triển bản thân và tổ chức trong dài hạn; Cần có những lãnh đạo biết xây dựng đơn vị mình thành những hạt nhân quan trọng, kết dính nội bộ và gắn kết với hệ thống xương sống của ngân hàng...

Nói về vấn đề con người và nhân sự trong ngân hàng, có rất nhiều khía cạnh cần phải bàn tới, nhưng trong bài viết này, tôi chỉ đề cập đến vấn đề đánh giá nhân sự (performance appraisal). Mục tiêu của hệ thống đánh giá là đánh giá năng suất lao động của nhân viên trong quá khứ và hiện tại, lên kế hoạch đào tạo, phát triển định hướng nghề nghiệp,

đánh giá khả năng và tiềm năng của nhân viên... Hệ thống đánh giá nhân viên bao gồm các yếu tố là các tiêu chuẩn đánh giá, các tiêu chí đánh giá, phương pháp đánh giá, người đánh giá, chu trình đánh giá và phỏng vấn.

Đối với Maritime Bank, việc xây dựng cho được hệ thống đánh giá quy chuẩn phù hợp với thực tế của Ngân hàng, phù hợp với mục tiêu phát triển của Ban Lãnh đạo và mong muốn của nhân viên là điều thực sự cần thiết. Một vài đề xuất để xây dựng một hệ thống đánh giá quy chuẩn cho Maritime Bank bao gồm:

Xây dựng hệ thống đánh giá dựa trên năng lực cốt lõi (core competency) cho phép toàn bộ nhân viên được đánh giá dựa trên kỹ năng, năng lực, kiến thức, khả năng và động lực làm việc. Điều này cho phép việc đánh giá nhân viên không chỉ



dựa trên năng suất lao động trong quá khứ, mà còn đánh giá trên tiềm năng phát triển trong tương lai.

Hệ thống đánh giá phải cho phép toàn bộ những người liên quan tới người lao động được đánh giá, bao gồm giám đốc điều hành, quản lý, người đồng cấp, khách hàng hay đối tác... Sử dụng phương pháp đánh giá này cho phép loại trừ toàn bộ các yếu tố chủ quan, sai lệch, tình cảm.

Việc xây dựng một hệ thống đánh giá duy nhất cho tất cả mọi người, tại mọi vị trí, với khả năng, năng lực, kỹ năng khác nhau là không hợp lý. Thế nên cần thiết phải xây dựng hệ thống đánh giá riêng, đặc biệt cho đội ngũ quản lý (middle manager). Đội ngũ này là bộ xương sống kết nối giữa lãnh đạo ngân hàng và nhân viên, kết nối giữa chiến lược, tầm nhìn và hoạt động hàng ngày.

**“
Đối với Maritime Bank, việc xây dựng cho được hệ thống đánh giá quy chuẩn phù hợp với thực tế của ngân hàng, phù hợp với mục tiêu phát triển của Ban Lãnh đạo và mong muốn của nhân viên là điều thực sự cần thiết.”**



Bước tiếp theo sau khi xây dựng được hệ thống đánh giá là xây dựng hệ thống bậc lương và thưởng phản ánh đúng năng suất và chất lượng lao động. Một hệ thống lương thưởng tốt sẽ giúp nhân viên có động lực lao động hơn, giúp cho họ gắn bó với Maritime Bank hơn và hơn nữa giúp nâng suất lao động của họ tăng lên.

Xây dựng các chương trình đào tạo cho toàn bộ các nhân viên. Bằng cách xây dựng các chương trình đào tạo về năng lực quản lý, chuyên môn, về định hướng, tổ chức các buổi hội

thảo để chia sẻ kinh nghiệm, tổ chức các chương trình đào tạo để bổ sung kiến thức cần thiết, chia sẻ kinh nghiệm quản lý và điều hành.

Như vậy, để Maritime Bank trở thành “Ngân hàng số Một” thì còn rất nhiều việc cần phải làm. Trong những việc đó, việc xây dựng hệ thống đánh giá nhân viên là một trong những trọng điểm trong hệ thống quản trị nhân sự. Vì muốn là số Một, thì nhân sự phải là số Một và nhân sự đánh giá Ngân hàng đúng là số Một.

LÊ TUẤN ANH
Ngân hàng Cá nhân

Lễ tân Giao dịch Dễ mà khó

“Lễ tân Giao dịch” là cách chúng tôi tạm gọi những CB làm vị trí lễ tân tại các chi nhánh và phòng giao dịch trên toàn hệ thống. Thực tế, vị trí này chỉ được áp dụng kể từ khi triển khai mô hình kinh doanh mới. Có thể chức danh “lễ tân” luôn khiến mọi người liên tưởng tới một kiểu công việc nhàn hạ, mang tính hành chính và không thực sự quan trọng. Tuy nhiên, đối với một Lễ tân Giao dịch, điều đó có hoàn toàn đúng?



Không ngờ, nụ cười và sự hài lòng của khách hàng là một niềm vui lớn như vậy!

Nguyễn Thị Phương Nam - Maritime Bank Đô Thành

Làm lễ tân, đôi khi mình gặp phải khách hàng khó tính, nếu không khéo léo tiếp cận và hiểu được ý khách hàng rất dễ làm họ phật lòng. Tôi nhớ rõ lần ấy có một chú khách hàng lớn tuổi bước vào Ngân hàng. Theo phép xã giao lịch sự, cùng với nụ cười trên môi tôi tiến đến ân cần chào hỏi “Chú ơi con có thể giúp gì được cho chú không ạ?”. Đáp lại lời tôi là một một thái độ hết sức lạnh lùng “Tôi còn khoẻ, không

cần cô giúp, cô này lạ nhỉ?”. Tôi ngần người một lúc vì chưa gặp ai có thái độ bất hợp tác như thế bao giờ, tôi nói tiếp “Dạ, con là lễ tân mới của Ngân hàng. Có phải hôm nay sổ tiết kiệm của chú tới hạn không ạ?”. Chú ấy liền nói “Khỏi cần, tôi tự làm được, cô này dai thế nhỉ?”. Tôi vẫn không nản lòng “Chú ơi, Ngân hàng con có vị trí lễ tân là để hướng dẫn khách hàng, tránh làm mất thời gian của khách hàng đấy ạ”. Lúc ấy người khách mới tươi cười

và nói “Lễ tân mới hả, hay quá? Ngân hàng này khác với các ngân hàng tôi đã từng đến đấy? Chu đáo thật! Cháu cho chú đáo hạn sổ tiết kiệm này nhé”. Sau đó tôi đã đưa chú đến quầy giao dịch, rót nước mời chú uống. Khi về, chú khách hàng không quên chào tôi bằng một nụ cười hài lòng, thân thiện. Lúc đó tôi vui lắm, không ngờ, nụ cười và sự hài lòng của khách hàng lại là một niềm hạnh phúc lớn như vậy!

Tôi đánh giá cao!

Nguyễn Việt Trường - Ủy viên HĐQT, Phó TGD Công ty CP ĐTXD Hà Nội

Thực ra tôi đã giao dịch với Maritime Bank Long Biên từ tháng 8/2009 và hài lòng với dịch vụ của Ngân hàng chứ không phải đợi tới khi Ngân hàng áp dụng mô hình mới. Tuy nhiên, tôi cũng nhận thấy rất rõ rằng việc triển khai chiến lược kinh doanh mới của Maritime Bank đã mang lại những ấn tượng này với ngày càng nhiều khách hàng hơn. Tôi nghĩ rằng ấn tượng tốt không chỉ có được từ một nhân viên lễ tân, mặc dù vị trí này cũng rất quan trọng, mà là do tất cả các yếu tố cộng lại: từ sản phẩm, chính sách, thủ tục tới cách tư vấn của các bạn. Chắc chắn tôi sẽ tiếp tục ủng hộ Maritime Bank trong thời gian tới.



Thực sự bất ngờ!

Kim Dung - Công ty ROYAL

Có một lần mình đến phòng giao dịch của Maritime Bank ở Kim Mã. Trong lúc ngồi chờ bạn, vốn nghĩ mình sẽ kiếm tạm 1 cuốn báo đọc cho vui, không ngờ lại được một cô bé xinh xắn ân cần hỏi chuyện. Nhẹ nhàng, khéo léo, cô bé không khiến mình có cảm giác khó chịu khi bị làm phiền, trái lại quá bất ngờ vì Maritime Bank đối xử với khách hàng chu đáo quá. Sau khi được tư vấn thì mình đã quyết định mở thẻ M1 ngay tại phòng giao dịch này. Cho tới giờ, mình rất hài lòng về quyết định đó và cuối cùng thì các khoản tiền của mình cũng đã được “quy về một mối”.

Sẽ cố gắng để trở thành một lễ tân chuyên nghiệp

Lê Ngọc Diệp - Maritime Bank Hải Phòng

Em thấy rằng nhân viên lễ tân có một vị trí rất quan trọng trong Ngân hàng. Khi khách hàng đến giao dịch, người đầu tiên họ tiếp xúc chính là nhân viên lễ tân. Nhân viên lễ tân không chỉ có nhiệm vụ chào đón mà còn phải hướng dẫn các thủ tục cần thiết để thuận tiện hơn cho khách hàng cũng như cho các giao dịch viên. Một lễ tân chuyên nghiệp là người hiểu rõ nhu cầu của khách hàng, mang đến cho khách hàng sự thoải mái, tin tưởng và thuận tiện khi đến ngân hàng giao dịch.

Vì đây là một vị trí khá mới nên nhiều khách hàng chưa quen và cảm thấy bị làm phiền khi nhân viên lễ tân muốn tìm hiểu nhu cầu của họ. Nhiều người tỏ ra khó chịu và không chia sẻ. Đây có thể coi là khó khăn lớn nhất đối với những nhân viên lễ tân. Tuy nhiên, một lễ tân chuyên nghiệp sẽ cần phải học cách để vượt qua điều đó.



Tôi đánh giá cao Maritime Bank ở nhân tố con người

Phạm Minh Hòa - TP Thị trường Công ty ĐTXD số 2 Hà Nội (Hacinco)



Trước đây, tôi đã từng có lúc thấy thất vọng và nghĩ sẽ không đến Maritime Bank để giao dịch nữa. Nhưng Maritime Bank đã nhận thức và thay đổi kịp thời. Khoảng gần 1 năm trở lại đây, hầu hết khách hàng

đều nhận ra Maritime Bank đang "lột xác".
 Tôi thường xuyên giao dịch tại Phòng Giao dịch Thanh Xuân, Láng Hạ, Long Biên và thực sự cảm nhận được sự khác biệt của Maritime Bank so với nhiều ngân hàng khác chính từ quây lể tân của các phòng giao dịch này. Ngay khi bước chân vào phòng giao dịch, lập tức có nhân viên lễ tân đón tiếp và hỏi tôi muốn thực hiện loại giao dịch nào, sau đó hướng dẫn cho tôi khai mẫu biểu hết sức tận tình. Thường thì, mỗi lần giao dịch trước đây nhanh cũng mất khoảng 20 phút, nhưng nhờ có lễ tân làm việc hiệu quả, nay tôi chỉ mất khoảng 10 phút đã thực hiện xong.
 Theo tôi quan sát thì hình như không chỉ khách hàng VIP như

chúng tôi mới được ưu ái như vậy. Tôi thực sự đánh giá cao Maritime Bank khi có 1 cụ già đến đáo hạn khoản tiết kiệm vài triệu đồng thôi, nhưng cũng được các nhân viên lễ tân tiếp đón, hướng dẫn chu đáo nhiệt tình và khi cụ về còn địu cụ đi xuống bậc thang.
 Đến nay, tôi đã chuyển toàn bộ mọi giao dịch của công ty sang Maritime Bank không phải vì lãi suất gửi tiền qua đêm là 9%, rút ATM mỗi lần tối đa 100 triệu... hay vì các món quà nhân ngày lễ tết Maritime Bank gửi tặng tôi mà chỉ một điều đơn giản bởi vì nhân tố con người của Ngân hàng. Chúc Maritime Bank ngày một thịnh vượng!

Được khen chân dài như người mẫu

Lê Thị Hợp - Maritime Bank Hồ Gươm



Lễ tân là nhân viên tiếp xúc đầu tiên với khách hàng, là người để lại ấn tượng đầu tiên cho khách về phong cách phục vụ, chính vì vậy, theo mình, vị trí này đóng vai trò khá quan trọng. Hi vọng tất cả các nhân viên lễ tân Maritime Bank sẽ cùng nhau làm tốt nhiệm vụ của mình.
 Mình mới đảm nhận vị trí này một thời gian ngắn nên việc ngỡ ngàng là điều không thể tránh khỏi, đôi lúc xử lý tình huống bất ngờ chưa được thật sự tốt. Mặc dù vậy, cũng

nhờ vị trí này mà mình có những kỷ niệm nho nhỏ vui vui. Ví dụ có lần mới sáng sớm đã được một bác khách hàng khen chân dài như người mẫu làm mình cứ cười suốt cả ngày hôm đó.



Em thấy mình may mắn!

Lê Thùy Linh - Sở Giao dịch

Hiện tại, em luôn được các đồng nghiệp hỗ trợ và giúp đỡ trong công việc. Em được mọi người nhìn nhận đúng những gì mình đã cố gắng và chưa khi nào mặc cảm: mình chỉ là một nhân viên lễ tân "quèn".
 Và em được tham gia các hoạt động ngoại khóa của Sở Giao dịch, được hòa đồng cùng tất cả mọi người.
 Với tất cả những điều đó, em thực sự cảm thấy mình may mắn!

Sự hiểu lầm thú vị

Nguyễn Thị Tâm - TT KHDN Lớn Phía Nam

Là một lễ tân của Ngân hàng Doanh nghiệp nên công việc của mình cũng có những đặc thù riêng và khác với lễ tân của Ngân hàng Cá nhân. Đối tượng phục vụ của mình là các công ty nên lượng khách hàng đến giao dịch thường không đông, công việc của mình chủ yếu là hỗ trợ các giao dịch viên ở bộ phận DVKH. Tuy vậy, cái khó là ở chỗ khách hàng đến giao dịch chủ yếu là kế toán của các doanh nghiệp nên họ thường khá kỹ tính. Họ cần sự nhanh chóng, cẩn thận, chính xác nên vấn đề phục vụ hay giao tiếp với họ cũng cần sự thận trọng. Cũng vì thế, mình không cho phép mình được nhầm tên khách hàng, bất cứ khách hàng nào đến cũng cần biết ngay họ ở công ty nào, cần gặp ai, CSO, RM nào quản lý công ty họ để liên hệ giải quyết vấn đề... Nói chung là trí

nhớ của mình được cải thiện đáng kể đấy.
 Mình có một kỷ niệm khá thú vị về kế toán của một công ty. Anh là một kế toán khá vui tính và có phần... nhí nhảnh. Mỗi lần anh đến giao dịch, mình đều mời anh một ly nước và anh thường bảo "Nợ em nhiều quá bao giờ mới trả hết đây!". Trong một lần nói chuyện mình suýt "té ngã" vì anh nói anh đã có 1 vợ và 2 con. Mình ngạc nhiên vì nhìn anh quá trẻ. Sau đó khi anh đến giao dịch, có vài lần vì bận việc nên mình chưa kịp mời nước. Đơn giản vậy thôi ai dễ nghe anh "phản nản" với RM và CSO rằng khi biết anh có vợ con, mình không rót nước mời chu đáo như trước nữa. Từ đó tới giờ, mỗi khi anh đến, dù bận thế nào mình cũng phải gác lại để mời anh ly nước để khỏi bị suy nghĩ là "Ai chưa vợ mới được mời nước".



Tôi thực sự bị thuyết phục!

Hoàng Anh Tuấn - Công ty ANNA Việt Nam

Câu chuyện này tôi được chứng kiến khi đến Phòng giao dịch của Maritime Bank ở phố Hàng Da. Hôm đó trời rất lạnh và khi tôi vào thì thấy một vị khách hàng lớn tuổi đang có mặt ở đó có lẽ đã bị cảm đột ngột. Một nhân viên nữ (sau đó hỏi ra tôi biết đó là lễ tân tại phòng giao dịch) đang cầm tay ông. Cô có cái vẻ lo lắng mà mới nhìn người ta dễ nghĩ đó là về mặt của một cô con gái lo cho người cha hơn là sự quan tâm tới một khách hàng. Tôi lặng lẽ chứng kiến cô rót cho ông cốc nước nóng và ân cần hỏi han, sau đó nhờ một bạn khác chạy đi mua thuốc. Thực sự tôi đã bị thuyết phục bởi cách mà CBNV Maritime Bank cư xử với khách hàng trước khi tìm hiểu về các dịch vụ, sản phẩm mà Ngân hàng cung cấp.

Sự phá cách đáng yêu

Nguyễn Bá Phương - Honda Mỹ Đình



Thật ra, ban đầu với tôi sự xuất hiện của vị trí lễ tân tại phòng giao dịch là một sự thắc mắc thì đúng hơn (cười). Lần đầu tôi vào giao dịch, quá bất ngờ vì có 1 "em" rất niềm nở ra tận cửa đón tiếp, hỏi han và hướng dẫn tận tình. Sau ấn tượng ban đầu đó tôi đã quyết định đặt Maritime Bank vào vị trí đầu tiên khi muốn giao dịch ngân hàng. Theo tôi, trong một xã hội đầy cạnh tranh như hiện nay, bất kì sự thay đổi hay phá cách nào, cho dù là nhỏ nhưng nếu để lại ấn tượng tốt cho khách hàng thì chẳng có lý do gì lại không nhân rộng, phát triển chuyên nghiệp hơn. Theo tôi vị trí lễ tân là bộ mặt, là lời chào ban đầu tới khách hàng. Rất ấn tượng và quan trọng.

Tôi nhớ một doanh nhân đã từng nói rằng: Doanh nghiệp chỉ lớn mạnh khi có thể quan tâm tới từng tiểu tiết. Và sau bài phỏng vấn nho nhỏ này, chúng tôi thực sự muốn dành tặng câu nói đó cho những cán bộ Lễ tân - Giao dịch của chúng ta.

NHÓM PV

SME & Retail

Yes, we can!



Ngày 26/02/2011, tại Khu du lịch Bình Quới 2- Thành phố Hồ Chí Minh, Ngân hàng Cá nhân (Retail Maritime Bank) và Ngân hàng Doanh nghiệp (SME Maritime Bank) đã tổ chức chương trình giao lưu: “SME & Retail – Yes, we can” với sự tham gia của gần 100 Giám đốc Trung tâm Khách hàng Cá nhân (BM), Giám đốc Quản lý Quan hệ Khách hàng (RM) và các HUB Manager thuộc địa bàn thành phố. Buổi giao lưu được tổ chức với mục đích tăng cường mối quan hệ giữa các BM và RM, thắt chặt tình đoàn kết, xây dựng văn hóa làm việc cùng nhau, chia sẻ kinh nghiệm và hỗ trợ nhau trong công việc nhằm đi đến thống nhất chương trình bán chéo sản phẩm để cùng đạt được kế hoạch đặt ra trong năm 2011 của cả hai ngân hàng.

Khởi đầu buổi giao lưu, các BM và RM đến từ hai ngân hàng được tham gia các trò chơi để có thời gian làm quen, hiểu biết lẫn nhau. Cái hay của trò chơi không đến từ cách chơi,

kiểu chơi mà đến từ chính những con người tham gia. Bởi họ không cần phải tự nói về bản thân mình mà sẽ được đồng nghiệp “tố” sở thích “yêu ghét”... một cách hóm hỉnh nhất và tất nhiên là không ngoại lệ với cả “sếp”. Điều đó được thể hiện bằng việc “Sếp Linh” – Tổng Giám đốc SME đã bị nhân viên “tố”: “Chỉ yêu những người phụ nữ độc thân”. Sở thích “lạ” này đã khiến mọi người cười rộ, không khí buổi giao lưu vì thế mà cũng trở nên đầy vui vẻ, hứng khởi. Sau trò chơi, các BM và RM đã làm quen, trò chuyện và tạo được mối quan hệ thân thiết để cùng bắt đầu trao đổi cởi mở những vướng mắc

gặp phải trong công việc.

Tiếp ngay sau đó, các thành viên đã thẳng thắn cùng trao đổi, chia sẻ những vướng mắc về công việc trong chương trình giao lưu “SME & Retail – Yes, we can”. Đây là cơ hội để các thành viên nêu lên những khó khăn gặp phải trong việc kết hợp bán chéo các sản phẩm của hai ngân hàng cho

cùng một đối tượng khách hàng.

Về phía Ngân hàng Bán lẻ, các BM nêu lên những khó khăn xoay quanh các vấn đề: làm sao các BM có thể cùng đi với các RM tới gặp khách hàng doanh nghiệp để bán chéo sản phẩm; làm sao 100% khách hàng của Ngân hàng Doanh nghiệp sử dụng dịch vụ M-money/M1 của Ngân hàng Cá nhân; làm sao BM có thể giới thiệu những khách hàng doanh nghiệp tiềm năng cho các RM khi không nắm được tiêu chí chọn lọc khách hàng của SME; làm sao các BM ở các TT KHCN nhỏ có thể làm việc tốt với RM ở SME khi mà các RM lại tập trung nhiều ở các SME HUB... Còn về phía Ngân hàng SME, khó khăn mà các RM thường xuyên vướng phải trong quá trình hợp tác với BM thường là: làm sao để có được cách thức phục vụ khách hàng tốt nhất tại các Trung tâm KHCN, làm thế nào để việc phối hợp bán chéo sản phẩm được đồng bộ; sử dụng dịch vụ kho quỹ TT KHCN sao cho phù hợp cho các công việc của RM...

Mỗi người một ý kiến, một giải pháp nhưng đều thống nhất một quan điểm: chương trình kết hợp bán chéo sản phẩm giữa hai ngân hàng là hoàn toàn đúng đắn và sự phối hợp giữa các BM và RM là rất cần thiết. Những người đứng đầu hai ngân hàng đã tiếp nhận ý kiến của các BM, RM và từ các HUB Manager để có được những đánh giá, bước đầu giải đáp vướng mắc để nhân viên phối hợp ăn ý hơn khi hợp tác.

Ngay sau đó, ông Nguyễn Hoàng Linh - TGD SME và ông Phùng Duy Khương - TGD Retail đã cùng ký kết văn bản cam kết về việc thống nhất các chính sách cho chương trình bán chéo sản phẩm giữa hai bên. Theo



ông Nguyễn Hoàng Linh - TGD SME và ông Phùng Duy Khương - TGD Retail

đó, Ngân hàng SME và Ngân hàng Cá nhân sẽ cùng nhau phối hợp trong các sự kiện, hội thảo, Marketing, cam kết về mặt doanh số bán chéo giữa hai ngân hàng với mức phí chịu phạt khi không hoàn thành chỉ tiêu với tỷ lệ 8 M1/1 M-Business. Hai bên cũng thống nhất mỗi một BM của Ngân hàng Cá nhân sẽ cùng kết hợp với một RM của Ngân hàng Doanh nghiệp để tiến hành triển khai bán các sản phẩm cho cùng một đối tượng khách hàng. Bên cạnh đó các BM, RM sẽ có trách nhiệm báo cáo định kỳ về số lượng khách hàng mình đang quản lý, số cuộc hẹn, số lần tiếp xúc khách hàng, thông tin khách hàng, số tài khoản bán thành công, số dư bán thành công...

Tại buổi trao đổi, ông Nguyễn Hoàng Linh – Tổng Giám đốc Ngân hàng SME khẳng định: “Hiện Maritime Bank đã được chia làm 4 ngân hàng chuyên biệt nhưng gắn kết trên diện rộng thì phải nói đến Ngân hàng Cá nhân

và Doanh nghiệp, bởi khách hàng cá nhân và doanh nghiệp sẽ là mục tiêu hàng đầu của Maritime Bank. Chính vì lẽ đó, lãnh đạo hai ngân hàng đã cùng ngồi lại với nhau và đưa đến một số thống nhất về chương trình bán chéo sản phẩm của hai ngân hàng. Sau buổi giao lưu này, với các cam kết giữa hai bên, tôi cho rằng chương trình bán chéo sản phẩm sẽ hỗ trợ cả hai hoàn thành xuất sắc các kế hoạch kinh doanh trong những năm tới”.

Sau buổi trò chuyện, để thử nghiệm khả năng phối hợp và hỗ trợ ăn ý giữa các BM và RM, Ban Tổ chức đã đưa ra một số trò chơi để các thành viên xây dựng phương án cùng nhau giải quyết vấn đề khi có cơ hội tiếp cận khách hàng. Những tiếng hò reo, những sự cổ vũ và những nụ cười rộn rã không chỉ là kỷ niệm khó quên đối với mỗi người mà nó còn hứa hẹn khả năng thành công tốt đẹp từ sự hợp tác của đôi bên.





YÊU LẮM - DSF!

Chuyển phát nhanh những yêu thương đến DSF Láng Hạ

28/02/2011.
Tháng giêng là tháng ăn chơi - các cụ nói cấm có sai bao giờ. Nhưng với dân sale thì làm gì có tháng nào là tháng ăn chơi. Lúc nào cũng vô vàn nỗi lo làm sao để có khách hàng, làm sao để có tiền về, làm sao để đạt chỉ tiêu, làm thế nào để đủ doanh số? Chẹp... Bao nhiêu nỗi lo ấy cứ quanh quẩn trong đầu. Ngày cuối cùng của cái tháng chán nhất trong năm, nghĩ mãi không biết khách hàng có đi nộp tiền vào M1 không khi mà follow up khắp cả cổ, nói lạc cả giọng, máu không lên được nào...Haizzz! Thêm một tiếng thở dài của chị Yến từ lò dò (team leader). Còn 1 ngày để cố gắng cho đủ chỉ tiêu. Tất cả mọi người đều cố gắng. Chị Hằng Hương thì từ sáng đã chạy đôn dập lo công việc cho cả hub. Chị Yến thì mái miết gọi điện follow up khách hàng cho các bạn để về điểm. Vừa morning meeting xong, chị Hậu đã vội vàng cầm 2 hộp M1 đi mở tài khoản với lời hứa sẽ có tiền về. Trang với chị Hoa thì lại tiếp tục với sale meeting tại công ty đã hẹn trước với mục đích sẽ có điểm cho

team. Ai cũng cố gắng tận dụng từng giây phút để làm việc hiệu quả nhất. Còn tôi quyết chí sẽ gọi bằng được các khách hàng lớn đổ thêm tiền vào tài khoản, tăng số dư huy động.
16h40. Reng...reng. “Em à ! Báo Phòng Giao dịch nhé, anh chuẩn bị chuyển vào tài khoản 20 tỷ”
Hả...có nghe nhầm không vậy... aaaaaaaa.. “Vâng ạ! Em sẽ báo ngay. Khoảng bao lâu nữa anh qua? Anh có cần hỗ trợ xe tiền không để em điều xe tiền qua bên anh?”
“Không cần đâu, anh tự lái xe qua bên em được”
“Vâng ạ! Anh có cần em qua hỗ trợ anh không?”
“Không cần đâu, cảm ơn em”
“Dạ, thế có khó khăn gì hay cần hỗ trợ anh alo em ngay nhé. Anh nhớ giao dịch đấy, cuối tháng em đang chốt số dư mà. Cảm ơn anh nhiều. Anh là khách hàng đáng iu nhất quả đất này đấy!”
Tôi hú hét âm ỉ như mấy con khi được thả về rừng. Tôi vội vàng đi báo với chị Hằng Hương và chị Yến là sẽ có món lớn sắp về. Vui quá đi. Đúng

là không uống công take care khách hàng lớn.
Tôi vui mừng ra về và sung sướng coi đó là 1 ngày làm việc vui và hiệu quả. Tôi hoan hỉ tự thưởng cho mình 1 cốc cacao nóng mặc dù rất sợ béo.
8h15.Tầng 5.DSF. Tôi tung từng leo 6 tầng cầu thang bộ vì thang máy tắc nghẽn. Đúng là sự đời. Ngoài đường thì tắc đường, đến công ty thì tắc thang máy. Chẹp chẹp...
“Em ơi, sao hôm qua không thấy về 20 tỷ?”
Sặc! Mặt tôi méo xệch. Đang thở không ra hơi vì chưa ăn gì đã được tập thể dục leo 6 tầng thang bộ, bây giờ nhận thêm tin giật gân này nữa.
“Em không take care khách hàng chu đáo gì cả? Để xổng mất 20 tỷ, team không đủ chỉ tiêu, hub không đủ số dư...”
Chị Hằng Hương chạy ra hỏi: “Em ơi, sao hôm qua tiền không về à?”
“Hic...Khách hàng gọi cho em báo nộp mà. Khách hàng này chưa bao giờ thất hứa với em cả, 6 rưỡi em còn gọi điện hỏi thì khách hàng báo đang ra PGD mà chị. Hic...hic... Vậy là hub



không đủ chỉ tiêu hả chị?”
“ Uhm, thiếu 7 tỷ em ạ. Thôi, không sao. Cố lên, take care khách hàng hơn nữa”
Tôi vội vàng lôi điện thoại ra chuẩn bị bài “tổng sỉ và” vì khách hàng đã thất hứa.
“Alo! Anh đi làm chưa? Sao hôm qua anh không nộp tiền vào tài khoản cho em? Sao anh bỏ bom em? Em đã bảo là cuối tháng em đang cần số dư mà...”
“Hôm qua anh có cầm 20 tỷ ra PGD rồi, nhưng cả ngày làm việc với đối tác mệt quá, ngồi chờ đếm 20 tỷ lâu quá nên anh lại cầm về”
“Hả? ôi trời! Anh giết em đi còn hơn... Anh đã để tuột mất 5 triệu tiền lãi, đã thế em không đủ chỉ tiêu, không đủ doanh số, không gì hết. Khả năng em đi hơi cao. Bác sỹ vừa chẩn bệnh rồi anh ạ.”
“Đấy. Anh mang ra PGD nộp cho em đây”
Tất cả đã quá muộn. Nó ngồi sụt sùi khóc. Đúng là không có cái đại nào như cái đại nào. Đúng là thông minh đột xuất, ngu bất thành linh. Biết thế hôm qua dù khách hàng không cần nó đến hỗ trợ, nhưng nó vẫn cần phải đến tận nơi. Biết thế hôm qua vẫn điều xe tiền đến. Biết thế...biết thế...biết thế...
Suy cho cùng tất cả là tại nó. Tại nó mà team không đủ chỉ tiêu, hub không đạt doanh số. Nó lại phi xuống B1 lấy xe đến tận nơi khách hàng xả cái ngu ấy đi. Đang đi thì 1 cái xe taxi phi vèo một cái...xoẹt...cái vũng nước to giữa đường thế mà sao cái taxi nó không nhìn thấy, sao bao nhiêu người đang đi mà nó phi như điên thế, sao nước hắt lên chỉ toàn nhằm vào người nó là sao hả zời. Mà nước cống chứ có phải nước xả vải comfort thơm ngát đâu cơ chứ.. Đúng là một chữ ĐEN !?

Nó lê lét về văn phòng. Mọi người lại chạy ra hỏi han, an ủi và lấy nước cho nó uống. Lại còn mang bao nhiêu chuyện vui kể cho nó nghe. Còn thông báo tin vui là mai nó sẽ lên điểm vì khách hàng của nó đang đi nộp tiền rồi. Còn mang báo Why Not! ra khen ảnh nó xinh ơi là xinh.. Mà cái ảnh bé xíu có nhìn rõ cái mặt đâu cơ chứ. Rồi mọi người còn pha trò cười cho nó hèm xì cái mặt to như cái đĩa ra nữa.Thảo thì còn khoe là được lên Why not! Nó ngồi mồm mòm trong cái ảnh bé xíu bao nhiêu người vẫn có mặt nó chiếm tỉ lệ 1:1000.000 của cái ảnh. Thêm chị Yến cũng nhảy vào nói là chị cũng được lên báo đấy. Nhìn thấy người xinh xinh có cái tóc xoắn vàng vàng không? Ôi trời oi.. tờ tờ tờ của tôi vui tính quá.
Vẫn biết DSF toàn những bạn trẻ, năng động và rất đông người. Công việc cũng áp lực với doanh số, stress với khách hàng. Nhưng bên ngoài cái vẻ đông đúc và nhộn nhạo đó là những con người, mỗi suy tư cùng những nỗ lực cố gắng để góp một phần nhỏ cho DSF và cho Maritime Bank.
DSF - team 5, cảm ơn “áy” - người đầu tiên trao cho tớ cơ hội khi bước ra khỏi giảng đường đại học, cơ hội làm việc trong một môi trường chuyên nghiệp mà không phải ai cũng dễ dàng có được.
Cảm ơn DSF, cảm ơn người bạn đã mang đến cho tớ một gia đình với những người đồng nghiệp thân yêu luôn cùng nhau sát cánh vượt qua những thời điểm khó khăn, cùng nhau chia sẻ những buồn vui trong công việc, cùng giúp đỡ nhau trong mọi hoàn cảnh..
Cảm ơn nhé, những tin nhắn, những cuộc gọi khi không thấy tôi, đi làm muộn mấy phút vì nghĩ tôi ốm; những lời hỏi han, động viên khi tôi

xì - trét, và cả những lời khen ngợi cái váy tôi mặc đến lần thứ mấy tôi cũng chẳng nhớ những vẫn khen tôi mặc đẹp lắm!!!
Cảm ơn nhé, người bạn của tôi, đã giúp tôi trưởng thành hơn, chín chắn hơn, có trách nhiệm, nghiêm túc hơn với bản thân, công việc và cuộc sống.
Cảm ơn, vì chúng ta đã sát cánh bên nhau trải qua rất nhiều biến cố. Mặc dù mới chỉ gắn bó với ấy đến tháng thứ 5, nhưng tớ sẽ không bao giờ quên những con người này, những giây phút làm việc, những hôm trời mưa hay trời nắng gắt mà chúng ta cùng nhau đi road show, hay những ngày nghỉ cuối tuần cùng nhau làm event mà quên đi những dự định ăn chơi của cá nhân.. Tớ sẽ nhớ mãi những hôm làm chương trình đối nhân rằng vì mãi tư vấn cho khách hàng mình cùng nhau gặm bánh mì mà đưa nào đưa nấy vẫn vui vẻ và cười nói, chia cho nhau từng cái bánh hay chỉ là 1 cốc nước. Tớ sẽ không bao giờ quên được hình ảnh DSF cầm cụ chuẩn bị bằng rộn để cổ vũ cho tớ và các bạn tham gia Mr & Miss DSF, sẽ luôn nhớ hình ảnh ấy reo hò cổ vũ ở phía dưới để tớ biết không phải 1 mình tớ thi đâu, mà các ấy cũng đang thi cùng tớ... Cảm ơn, cảm ơn ấy nhiều nhiều lắm í, tớ muốn viết thật nhiều lời cảm ơn đến ấy cơ, nhưng ấy biết đấy, môn văn của tớ dở ẹc í, khả năng viết lách và bày tỏ hạn hẹp của tớ chẳng đủ chau chuốt hơn nữa những lời cảm ơn ấy, thôi thì tớ cũng chỉ mong qua tập san nội bộ Why not! này, để toàn ngân hàng hiểu hơn về DSF và để cùng nhau làm việc, hợp tác “ tạo lập giá trị bền vững ” cho Maritime bank một kỷ nguyên mới, một thành công mới !

PHẠM MINH HÀ
DSF Láng Hạ



I'M 1

Chiến dịch bán hàng độc đáo của Ngân hàng Cá nhân

Nhân kỷ niệm 01 năm ra đời sản phẩm M1-Account, Ngân hàng Cá nhân Maritime Bank đã tổ chức Chương trình phát động chiến dịch bán hàng I'm 1, M1-Account - Giải pháp thanh toán và tích lũy độc đáo tại hai miền Nam - Bắc.



Thực hiện ý tưởng mang tính chất tiên phong, táo bạo và sáng tạo của những người sáng lập, cách đây 1 năm, bộ sản phẩm cao cấp M1-Account đã ra đời. Thị trường tiền tệ Việt Nam lần đầu tiên chứng kiến sản phẩm vượt trội với những tính năng và tiện ích ưu việt. Tính đến thời điểm hiện tại, M1-Account đã có hơn 365 ngày định vị giá trị và tạo được niềm tin tưởng sâu sắc từ khách hàng, điều này thể hiện thông qua những con số thuyết phục mà đối thủ cạnh tranh cũng phải thừa nhận.

Kỷ niệm 1 năm ra đời bộ sản phẩm ưu việt này, Ngân hàng Cá nhân Maritime Bank tổ chức Lễ phát động chiến dịch bán hàng I'm 1 với nhiều chương trình phong phú, đa dạng dành cho CBNV Ngân hàng Cá nhân. Chương trình là sự kết hợp giữa đội ngũ bán hàng trực tiếp và các Trung tâm Khách hàng Cá nhân nhằm thúc đẩy hoạt động kinh doanh bán hàng, đồng thời truyền lửa nhiệt huyết và quyết tâm cho toàn thể CBNV Ngân hàng Cá nhân.

Ngày 20/03/2011, Lễ phát động chiến dịch bán hàng I'm 1 của Ngân hàng Cá nhân phía Nam đã được tổ chức thành công tại Khách sạn Grand



Palace (TP. HCM). Buổi phát động đã diễn ra trong không khí sôi động, náo nức với sự tham gia của hàng trăm nhân viên bán hàng trực tiếp qua các màn trình diễn thời trang độc đáo, các tiết mục văn nghệ mới lạ mang bản sắc riêng biệt của I'm 1.

Một tuần sau đó, vào ngày 27/03/2011, chương trình phát động chiến dịch bán hàng I'm 1 cũng đã được Ngân hàng Cá nhân miền Bắc tổ chức tại Khách sạn Melia (Hà Nội) với sự công phu, chuyên nghiệp, hình ảnh, âm thanh hoành tráng, mang đậm màu cờ sắc áo của một Maritime Bank No 1 trên thị trường dành cho những người hết sức năng nổ, nhiệt huyết và tận tâm. Tại buổi lễ, lãnh đạo cao cấp Hội đồng Quản trị, Ban điều hành Maritime Bank và Ngân hàng Cá nhân đã chia sẻ những khoảnh khắc 365 ngày đồng hành cùng sản phẩm M1-Account. Sau màn trống hội Thăng Long tiến tới chào mừng Lễ kỷ niệm M1-Account tròn một tuổi, ông Phùng Duy Khương - Tổng Giám đốc Ngân hàng Cá nhân và bà Nguyễn Thị Mỹ Hạnh - Giám đốc Ngân hàng Cá nhân miền Bắc đã giới thiệu tổng quan chương trình, phát động chiến dịch, nội quy thể lệ và giao chỉ tiêu cho các team.

Tham dự chương trình, các CBNV Ngân hàng Cá nhân Maritime Bank còn được thỏa sức thể hiện kỹ năng của mình qua phần trải nghiệm bán hàng thực tế trong 2 giờ đồng hồ. Kết quả đạt được rất đáng ngạc nhiên và tự hào với 562 bộ tài khoản M1-Account. Nhóm 6 do Triệu Nguyên An, Giám đốc Trung tâm Khách hàng Cá nhân Hàng Đa làm trưởng nhóm đã đạt giải Nhất tập thể. Bạn Phạm Thị HậRV chuyên viên Tư vấn Khu vực Long Biên và bạn Trần Thu Trang - Giám đốc Trung tâm Khách hàng Cá nhân Đức Giang đã đạt đồng giải Nhất cá nhân bán hàng xuất sắc nhất trong Lễ phát động chiến dịch này.

Lễ phát động Chiến dịch bán hàng I'm 1 tại hai miền Nam Bắc thực sự là ngày hội hết sức có ý nghĩa và để lại nhiều dấu ấn khó quên trong lòng mỗi CBNV Ngân hàng Cá nhân Maritime Bank. Đây cũng là lần đầu tiên Maritime Bank tổ chức lễ truyền lửa, nhiệt huyết "Chung một quyết tâm và tấm lòng" cho CBNV, lần đầu tiên đội ngũ bán hàng trực tiếp - cánh tay tiếp thị của Maritime Bank



tuyên thệ thể hiện ý chí, quyết tâm thi đua dành thắng lợi trong việc chiếm lĩnh thị phần của dòng tài khoản không kỳ hạn cao cấp, tiếp tục sản phẩm M1-Account với những tiện ích và khuyến mãi hấp dẫn số 1 hiện nay ra thị trường. Lễ phát động chiến dịch bán hàng I'm 1 cũng là chương trình Team building Ngân hàng Cá nhân Maritime Bank tổ chức nhằm hỗ trợ kinh doanh cho các đơn vị kinh doanh đạt tới những chỉ tiêu của mình. Và trên hết, đó là chính thời điểm để bắt đầu một năm hứa hẹn đạt được những chỉ tiêu vượt bậc, những con số bán hàng hết sức ấn tượng của sản phẩm M1 Account.

PV



Tặng thưởng số dư bằng sự quan tâm tới khách hàng

Trong danh bạ điện thoại của Cán bộ tư vấn (CBTV) lưu rất nhiều số liên lạc của khách hàng. Thành thạo CBTV thường gọi điện, nhắn tin để hỏi thăm sức khỏe cũng như tìm hiểu nhu cầu của họ đồng thời giới thiệu, tư vấn về các dịch vụ của Ngân hàng. Công việc tiếp diễn như một Bài ca tư vấn mà các cán bộ tư vấn của ngân hàng vẫn thể hiện hằng ngày. Hôm nay khá đặc biệt, qua cuộc điện thoại đến chú C, CBTV được biết chú vừa phát hiện bị bệnh tiểu đường và đang nằm viện điều trị. CBTV vội vã vào ngay Google tìm hiểu nhanh về bệnh tiểu đường, những thông tin về nguyên nhân gây bệnh, cách ăn uống kiêng khem, cách điều trị... Tối hôm đó, trước khi đến bệnh viện, CBTV còn rẽ qua hiệu sách để mua một cuốn sách viết về bệnh tiểu đường và mua vài cân hoa quả tươi (đương nhiên là hoa quả dành cho người bị tiểu đường) vào bệnh viện thăm chú C. Tại bệnh viện, CBTV hỏi han sức khỏe, vui vẻ trò chuyện với chú C và

không quên chia sẻ với giọng ân cần, tha thiết: *"Chúng cháu xem chú như người thân, như bố mẹ cháu. Cháu vừa tham khảo được một số thông tin liên quan đến bệnh tiểu đường, cháu đọc chú nghe nhé: người bệnh không nên ăn nhiều cơm, ăn đa dạng nhiều thành phần, nên chia bữa ăn thành nhiều bữa, không nên ăn chất béo và mỡ động vật, hạn chế ăn mặn, tránh các đồ uống có cồn, trước khi ngủ có thể ăn một lát dưa hấu hoặc uống một ly sữa nóng..., chú có thể ăn được nhiều loại hoa quả tốt cho sức khỏe nhưng chú đừng bao giờ ăn chuối, xoài, mía..."* và còn nhiều thông tin khác nữa. Không những chú C mà cả gia đình chú và các bệnh nhân giường bệnh bên cạnh đều trầm ngâm, "gật gù" cảm nhận được sự nhiệt tình, nhiệt tâm của CBTV Ngân hàng. Chú C tâm sự: *"Chú đã từng gửi tiết kiệm ở nhiều ngân hàng rồi nhưng quả thực chưa có ngân hàng nào nhiệt tình và chu đáo như ngân hàng các cháu"*. Sau một cái bắt tay thật chặt, cùng nụ cười tươi và lời chúc sức khỏe chân

thành, các CBTV ngân hàng vui vẻ chào chú ra về. Mấy hôm sau, dù bận rộn với rất nhiều công việc, CBTV vẫn không quên gọi điện trò chuyện, hỏi han tình hình sức khỏe của chú và có đến nhà chơi một lần nữa sau giờ làm việc. Vài ngày sau đó, CBTV đã nhận được điện thoại của chú C gọi đến báo là chú quyết định chuyển hơn 1,5 tỷ đồng sang gửi tiết kiệm tại Ngân hàng. Chú còn chia sẻ: *"chú quyết định như thế vì các cháu quá tận tình và đã để lại cho chú cũng như mọi người trong gia đình nhiều ấn tượng tốt mặc dù có một số ngân hàng lãi suất nhỉnh hơn đôi chút"* CBTV vui mừng khôn xiết vì có thêm một món tiền gửi mới và cái đáng quý hơn là được khách hàng "bạc tử" yêu quý và nhiệt tình ủng hộ, tin tưởng. Tôi tin rằng, sẽ không khách hàng nào lại không cảm động trước sự quan tâm chân thành của các CBTV. Và điều đó, chắc hẳn không phải Ngân hàng nào cũng làm được.

HOÀNG ĐĂNG QUẾ
Maritime Bank Long Biên

Một ngày không như mọi ngày...

Nhằm tôn vinh nét đẹp của người phụ nữ, nhân ngày 08/03, toàn thể CBNV nữ Trung tâm KHCN Đô Thành đã quyết định thay đổi đồng phục thường ngày từ những bộ váy, áo sơ mi năng động thành những chiếc áo dài truyền thống duyên dáng.

Tuy vậy, dù trong bất cứ trang phục nào, truyền thống hay hiện đại, kín đáo hay gợi cảm thì chị em CBNV Trung tâm KHCN Đô Thành cũng vẫn giữ được nét duyên, sự đáng yêu và cũng không kém phần hoạt bát, nhanh nhẹn trong khi xử lý công việc.

Hy vọng, hình ảnh của những cô gái Đô Thành xinh tươi, đầm thắm trong tà áo dài sẽ làm dịu đi những lo toan, căng thẳng trong tình hình kinh tế khó khăn như hiện nay và sẽ mang đến cho khách hàng một ấn tượng tốt đẹp, khó quên về Trung tâm KHCN Đô Thành.

NGUYỄN TRẦN MỸ HIỀN
Maritime Bank Đô Thành



Ngày hội tôn vinh **nét đẹp** **Phụ nữ** Maritime Bank



Được sự nhất trí của Tổng Giám đốc, Công đoàn Trụ sở chính Maritime Bank đã phối hợp cùng với một số Phòng/Ban chức năng tổ chức chương trình Ngày hội tôn vinh nét đẹp Phụ nữ Maritime Bank vào chiều thứ Bảy, ngày 05-3-2011. Đây là hoạt động tích cực hưởng ứng ngày Quốc tế Phụ nữ 8-3 dành cho Nữ CBNV đoàn viên Trụ sở chính, là dịp Lãnh đạo Maritime Bank và Công đoàn Trụ sở chính gửi lời tri ân tới nữ CBNV như là món quà chúc mừng Ngày Quốc tế phụ nữ đối với Nữ đồng nghiệp đang công tác tại TSC.

Đến tham dự buổi lễ có Phó Chủ tịch thứ nhất Hội đồng Quản trị Maritime Bank, bà Nguyễn Thị

Nguyệt Hương – Nữ doanh nhân đạt giải thưởng Bông Hồng vàng của Việt Nam; Ông Trần Anh Tuấn - Phó Chủ tịch Hội đồng Quản trị kiêm Tổng Giám đốc; Bà Phạm Thị Thành - Trưởng Ban Kiểm soát và Ông Đặng Văn Thành - Chủ tịch Công đoàn Maritime Bank kiêm Chủ tịch Công đoàn Trụ sở chính cùng với gần 300 đại biểu nữ CBNV Trụ sở chính Maritime Bank. Phát biểu tại buổi lễ, ông Trần Anh Tuấn, thay mặt Ban lãnh đạo Ngân hàng đã gửi lời chúc mừng tốt đẹp và chân thành nhất đến toàn thể chị em CBNV Maritime Bank nhân ngày lễ trọng đại và ý nghĩa này, đồng thời ca ngợi vai trò của nữ CBNV trong xã hội, khẳng định kết quả đóng góp không nhỏ của

chị em vào thành công của Maritime Bank hôm nay. Cũng tại buổi lễ, đại diện lãnh đạo Ngân hàng và Công đoàn đã dành tặng cho đại diện Nữ CBNV những bó hoa tươi thắm, tri ân nỗ lực cống hiến của các nữ CBNV Maritime Bank.

Sau khi thưởng thức các tiết mục văn nghệ đặc sắc ca ngợi hình tượng người phụ nữ do các ca sỹ chuyên nghiệp phối hợp với ca sỹ nội bộ Maritime Bank biểu diễn, chương trình còn cung cấp cho chị em nhiều thông tin tư vấn bổ ích do các chuyên gia tâm lý và thẩm mỹ có uy tín thuyết trình, đó là: Bí quyết gìn giữ Hạnh phúc gia đình; Tư duy và ứng dụng trong nuôi dạy con cái; Phương pháp cân bằng công việc và cuộc



sống Gia đình... Đặc biệt, chị em còn được tiếp cận phương pháp làm đẹp mới nhất không dùng dao kéo, hiện đại và an toàn hiện nay, đó là ứng dụng công nghệ sinh học tế bào gốc - thế hệ thứ tư sau công nghệ Hóa mỹ phẩm, Dược mỹ phẩm và công nghệ nano ứng dụng trong ngành thẩm mỹ.

Chương trình còn dành tặng nhiều phần quà ý nghĩa cho chị em tham gia như phiếu kiểm tra da và chăm sóc da miễn phí tại trung tâm chăm

sóc chuyên nghiệp cùng với nhiều món quà thú vị của Ban Tổ chức. Sau buổi lễ, nhiều nữ CBNV đã thực hiện theo tư vấn của các chuyên gia, tham dự lớp học “Yoga cười”, phương pháp tự cân bằng cuộc sống gia đình và công việc một cách hiệu quả.

Ngày hội tôn vinh nét đẹp phụ nữ Maritime Bank đã thành công tốt đẹp và khép lại với nhiều dư âm sâu lắng trong lòng các đại biểu tham dự và một lần nữa minh chứng cho sự quan tâm sâu sắc của Ban lãnh đạo

Ngân hàng dành cho Người lao động – Đoàn viên công đoàn.

Sự kiện này đặc biệt có ý nghĩa trong bối cảnh chúng ta đang ở chặng đường tiếp theo của hành trình cải tổ toàn diện, với quyết tâm cao nhất của toàn thể đội ngũ hơn 3.000 CBNV đang sẵn sàng cống hiến vì một Maritime Bank phát triển nhanh, mạnh và bền vững!



Photographer:
Quataaphoto.com
Ngọc Vũ VP

Model:
Hoàng Ngọc Bích - Phòng TT và QLTH
Ngô Thanh Ngân - Phòng Hành chính
Nguyễn T Ngọc Hoa - Phòng TT và QLTH

Make up: **HN Bích, NN Hoa, NT Ngân**

Stylist: **Quataaphoto.com**

Một buổi sáng tháng 3, tôi linh
kính máy ảnh xuống phố cùng
mấy cô em gái. Và rồi, không
biết do hơi sương mát lạnh trên
cầu Thê Húc, những vật hoa xuân rực rỡ trên
đường và trên những vật áo dài hay do ánh
mặt lấp lánh niềm vui của những cô gái mà
tôi bỗng thấy lòng mình ngọt ngào đến vậy.
Chợt tự hỏi không biết liệu giờ đã là đầu hạ
hay trời đất mới chớm vào xuân!

Các bạn có thể tham gia chuyên mục Thời
trang cuộc sống bằng cách gửi ảnh hoặc
đăng ký làm nhân vật tới Why not!. BBT sẽ
sắp xếp phóng viên ảnh thực hiện. Các ảnh
được chọn đăng đều có nhuận ảnh từ BBT.

LIFE
FASHION



ĐỀ CƯƠNG VĂN HÓA NỘI BỘ MARITIME BANK HÀ NỘI: TỪ A ĐẾN Z



- A: An toàn** được đặt lên hàng đầu trong môi trường có quá nhiều rủi ro
- Ã: Ăn nói** nhã nhặn lịch sự
- Â: Ân cần** chu đáo với mọi người xung quanh
- B: Bán lĩnh** trước cảm dỗ
- C: Chia sẻ** với đồng nghiệp với thái độ chân thành nhất
- D: Dẫn dắt** người mới, người yếu hơn mình với thái độ nhiệt thành
- Đ: Đồng đội** làm nên sức mạnh vô song
- E: E ngại** trước khó khăn không phải CBNV MSB Hà Nội
- Ê: Êm đềm** nơi làm việc, không phải nơi để đấu đá nhau
- F: Function:** Mỗi người hãy làm đúng, làm đủ phận sự của mình
- G: Gần gũi** với khách hàng một cách có chừng mực
- H: Học hỏi** không ngừng để nâng cao hiểu biết
- I: Ít nói** nhiều làm, không ba hoa và phô trương

- J: Joy** - Hãy đến nơi làm việc vì niềm vui và sự tôn vinh, không chỉ vì trách nhiệm
- K: Kiên nhẫn** với khách hàng, kiên định trước khó khăn, khiêm tốn trước lời khen
- L: Linh hoạt** trong cách thức giải quyết công việc
- M: Môi trường** làm việc hiện đại, trong lành
- N: Nghiêm túc** trong lối sống và cách suy nghĩ
- O: On time** - Luôn luôn đúng giờ, đúng hẹn
- Ô: Ôn hòa** và coi trọng lý lẽ
- Ơ: Ôn nghĩa** cá nhân không nên chi phối việc công
- P: Phê bình** và tự phê bình là quyền lợi và trách nhiệm của mọi CBNV
- Q: Quan hệ** tình cảm trong sáng, lành mạnh
- R: Rạch ròi** giữa công và tội. Dù là công hay tội nhưng làm lợi cho tổ chức và không tự túi thì đều đáng được khen thưởng.
- S: Sạch sẽ**, luôn luôn sạch sẽ, tuyệt đối sạch sẽ (nghĩa bóng quan trọng hơn nghĩa đen)
- T: Tin cậy** và thân thiện với đồng nghiệp
- U: Ủng hộ** chính sách mới của Ngân hàng và các hoạt động xã hội nhiệt tình
- Ư: Ước mơ** không cần hạn chế
- W: WC** là nơi khách hàng sẽ nhìn vào để đánh giá chúng ta
- V: Vui vẻ** là liều thuốc giảm căng thẳng và nâng cao hiệu quả công việc tốt nhất
- X: Xả hơi** đúng lúc và có chừng mực
- Y: Yêu thương** con người và yêu quý nơi làm việc của mình
- Z: Không có** điều gì là giới hạn cuối cùng đối với MSB Hà Nội

Nhân viên Quản lý chất lượng dịch vụ - Bạn là ai?

... Tôi không viết bài này để tự PR bản thân hay PR phòng mình, tôi chỉ muốn các bạn sẽ hiểu hơn về công việc của phòng cũng như của một Chuyên viên Chất lượng dịch vụ Ngân hàng Cá nhân.



Minh đã dẫn tôi tới nhiều điểm giao dịch. Có chỗ thờ ơ mặc kệ hai chị em muốn làm gì thì làm, một số đơn vị thì hết sức quan tâm tranh giành điểm 5S cho đơn vị. “Sạch thế này bọn em còn kêu gì?” hoặc “Lỗi này là do khách quan, trời mưa sàn bẩn là đương nhiên mà”... “Sao em lại chọn hôm mưa mà đi kiểm tra cơ chứ?” hay “Chỗ này người ta bán hàng lâu rồi, sao chị đuổi được, khách nào rút tiền tại ATM thì đành phải đi lách qua mấy thùng hoa quả vậy”. Lúc đó, nhiều khi chẳng biết phải trả lời sao nữa, công việc của Phòng Chất lượng dịch vụ đâu có được phân biệt ngày nào đi hay không, mưa hay nắng. Chỉ đơn giản là: khách hàng có giao dịch ngày nào thì ngày đó đều phải kiểm tra hoạt động của đơn vị phục vụ khách hàng có đảm bảo hay không mà thôi.

Nhớ nhất có lần đi cùng anh Hùng phỏng vấn khách hàng, tôi sai sót vì không đưa khách hàng bản tự cảm nhận đánh giá điểm, chị Giám đốc Trung tâm KHCN đã làm âm lên, anh Hùng phải đứng ra giải quyết giúp. Cũng có hôm, hỏi đến 4-5 khách hàng đều từ chối cho ý kiến. “Anh bạn, để lúc khác nhé”; “Chị phải đi bây giờ, cứ đánh dấu hết 5 điểm tốt cho chị, lúc khác nói chuyện sau”... Để đảm bảo đủ 10 bản ý kiến khách hàng, nếu không lấy đủ tại điểm giao dịch trực tiếp, về văn phòng, tôi và các anh chị cũng phải gọi điện thoại để khảo sát khách hàng. Tất nhiên

Không phải là một nhân viên quá mới nhưng cũng không hẳn là nhân viên cũ của phòng, sau nửa năm làm việc tại Phòng Quản lý chất lượng dịch vụ (QLCLDV) của Ngân hàng Cá nhân (NHCN), tôi đã hòa nhập hoàn toàn với mọi người trong phòng và ngày càng cảm thấy yêu công việc

của mình.

Sáng nay, tôi cùng các anh chị trong phòng đi kiểm tra chất lượng dịch vụ (5S và VOC) tại khu vực Hà Nội. 8h30, mấy chị em bắt đầu ôm cặp tài liệu, chỉnh trang diện mạo để tới các phòng giao dịch. Hôm mới làm công việc này, tôi nhớ chị



việc từ chối cũng là 50%, song khi nhận được những ý kiến đóng góp của khách hàng có giá trị, mọi người đều cảm thấy rất vui. Chương trình Khách hàng Bí mật cũng là một công việc không thể thiếu mà Phòng phải hoàn thành. Không chỉ có thế, chính bản thân các bạn trong phòng cũng phải đóng vai Khách hàng Bí mật đi các phòng chưa biết mặt để đóng giả là khách hàng xem các bạn ở chi nhánh phục vụ khách hàng còn điểm gì thiếu sót không. Kể cả việc “thăm thính” ngân hàng bạn bè xem cách họ làm thế nào, chất lượng phục vụ khách hàng của họ có gì hay hơn để về học tập... Những việc thế này bạn học được cả một đồng kỹ năng từ giao tiếp, bán hàng... đặc biệt kỹ năng đóng kịch nữa.

Có ngày cả phòng chia nhau đi kiểm tra các đơn vị, đôi khi chẳng có ai ở văn phòng. Trời nắng cũng như trời mưa, có em đang bầu bì ốm nghén, nhưng cũng cố gắng cùng cả phòng đi để hoàn thành công việc chỉ tiêu trong tháng, đến mức câu đùa cửa miệng dành cho phòng là: “Phòng này toàn người có hoa chân”. Đôi khi có người bảo: “Phòng này thích nhĩ, được đi suốt”, lại có người đầy thông cảm “đi nhiều cũng mệt chứ”.

Một chuyên viên Chất lượng Dịch vụ phải tổng hợp được các tố chất “chân - mỹ - thiện - sức” mới có thể

trụ vững được: Bạn cần phải có con mắt thẩm mỹ mới phân biệt đâu là được, sắp xếp như thế đã hợp lý chưa...; Bạn cũng phải ngăn nắp, gọn gàng và hơi khó tính một chút mới tìm ra được điểm chưa tốt của đơn vị, thậm chí ngay cả khi tốt rồi thì vẫn phải cố gắng giúp đơn vị đó duy trì được; Kiến thức thì phải luôn trau dồi, văn bản luôn phải cập nhật, kể cả về sản phẩm cũng cần phải biết để tư vấn cho khách khi cần hỗ trợ đơn vị; Và bạn cũng cần có sức khỏe, một đôi chân thích di chuyển để có thể yêu và gắn bó với công việc tại Phòng Quản lý Chất lượng Dịch vụ.

Chị Trưởng Phòng luôn nhắc nhở mọi người phải thực hiện 5S tại nơi mình làm trước, thậm chí cả ở nhà nữa thì mới có thể đi chấm điểm được nơi khác. Chị nói: “nghề của chúng ta không phải là “săm soi, bới lông tìm vết” mà là tìm điểm chưa hợp lý để biến các đơn vị kinh doanh thành môi trường chuyên nghiệp, nơi khách hàng đến là thích, thích cả không gian lẫn con người nơi đây. Chỉ khi đó, chuyên viên Chất lượng Dịch vụ mới hoàn thành trách nhiệm của mình”.

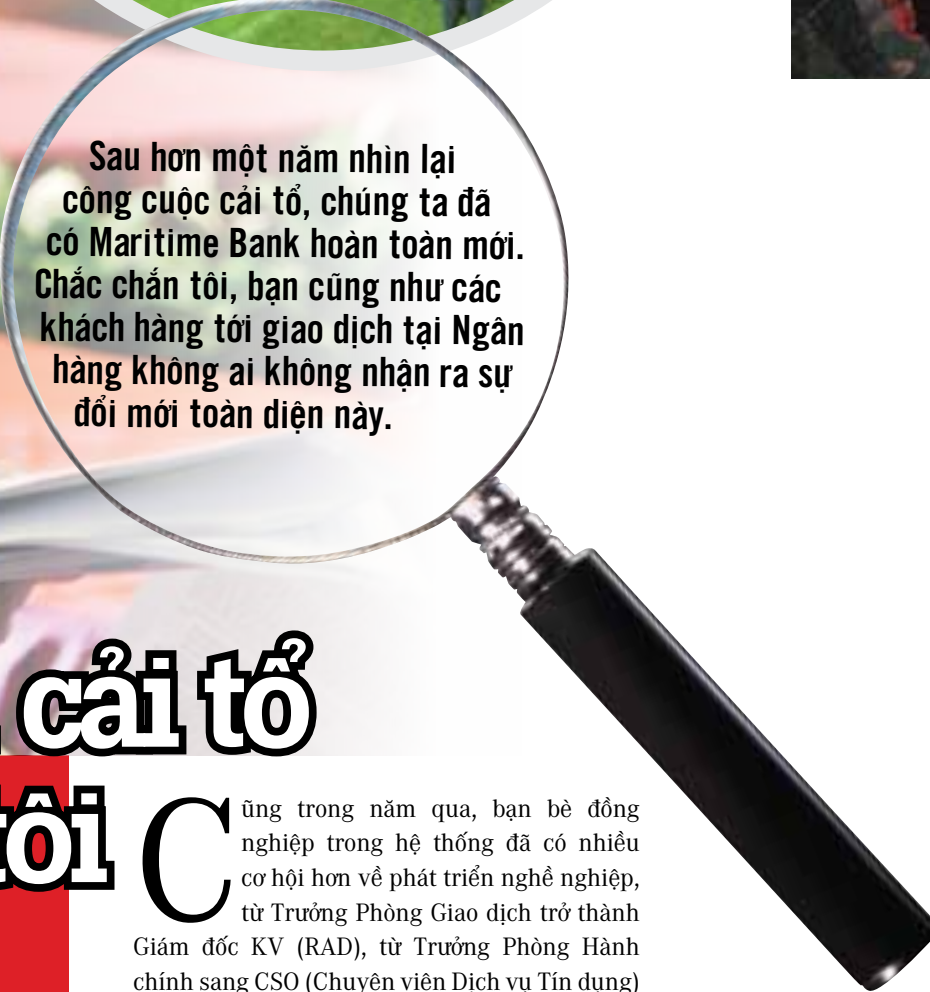
Mặc dù đi triển miên 48 điểm ở Hà Nội, lên Sơn Tây, xuống Hải Dương, Hải Phòng, có khi là hỗ trợ tận Đắk Lắk, Đà Nẵng... nhưng Phòng CLDV cũng chẳng quên nhiệm vụ

giấy tờ văn bản. Anh Hùng vẫn phải kiêm nhiệm vụ ISO của Ngân hàng, sếp trưởng vẫn bù đầu với các văn bản góp ý, những cuộc họp hành triển miên...; Các chị em trong phòng vẫn tham gia giảng dạy 5S, hỗ trợ nghiệp vụ khách hàng khi có yêu cầu; Những hướng dẫn, quy định do cả phòng xây dựng cho Trung tâm KHCN vẫn ban hành hàng tháng chưa kể việc nhập dữ liệu tổng hợp, làm các báo cáo tổng kết thường kỳ vào cuối tháng; Mọi người vẫn hỗ trợ các phòng khác triển khai công việc như Phòng Marketing NHCN, Phòng Đào tạo... khi cần sự kết hợp. Và cũng giống các phòng khác, Phòng Quản lý Chất lượng Dịch vụ phát sinh hàng trăm việc không tên nhưng có ích như việc tổ chức lớp “Tự tin công sở” cho các bạn thuộc các Trung tâm KHCN để biết cách trang điểm công sở phù hợp, tôn vẻ đẹp của các bạn nữ, nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp tại các phòng giao dịch.

Vậy bạn đã hình dung ra công việc của một Chuyên viên Chất lượng dịch vụ thế nào chưa? Những bạn nào muốn vào phòng mình thì cứ chuẩn bị tinh thần nhé.

* Tên các nhân vật đã được thay đổi

NGUYỄN THỊ BÍCH DIỆP
Phòng QLCLDV - Ngân hàng Cá nhân



Sau hơn một năm nhìn lại công cuộc cải tổ, chúng ta đã có Maritime Bank hoàn toàn mới. Chắc chắn tôi, bạn cũng như các khách hàng tới giao dịch tại Ngân hàng không ai không nhận ra sự đổi mới toàn diện này.

Hành trình cải tổ trong mắt tôi

Cũng trong năm qua, bạn bè đồng nghiệp trong hệ thống đã có nhiều cơ hội hơn về phát triển nghề nghiệp, từ Trưởng Phòng Giao dịch trở thành Giám đốc KV (RAD), từ Trưởng Phòng Hành chính sang CSO (Chuyên viên Dịch vụ Tín dụng) hoặc BM (Giám đốc TTKHCN); từ Nhân viên tín dụng sang RM (Giám đốc Quan hệ Khách hàng), Lãnh đạo HSC về làm Giám đốc Chi nhánh hay Giám đốc SME, Kiểm soát viên Giao dịch lên làm BM, hay RAD... Điều này chứng tỏ, hành trình cải tổ đã giúp các đồng nghiệp của tôi bước lên



một bước trên con đường tạo dựng sự nghiệp tại Maritime Bank. Họ là những người tin tưởng vào con đường mà Ngân hàng đã chọn, họ gắn bó và nhiệt huyết, sẵn sàng chấp nhận sự thay đổi tích cực và quyết tâm phấn đấu vào vị trí mình lựa chọn, trên hết họ luôn ý thức phải học hỏi vượt bậc.

Năm qua, tại bất cứ điểm giao dịch nào của Maritime Bank trong toàn hệ thống cũng thường nhận được những lời khen ngợi từ phía khách hàng như: Ngân hàng thay đổi đẹp quá, sang trọng quá, hiện đại quá, các em (GDV) trẻ trung và đẹp hơn, giao dịch nhanh chóng hơn, gọn nhẹ hơn...

Gạt đi những vấn đề vướng mắc trong quá trình cải tổ như xây dựng, sửa chữa, cải tạo, cung cấp sản phẩm... vì nó luôn đi kèm với sự thay đổi do đó, rất cần những sự chia sẻ, mang tính chất xây dựng và cảm thông cho các bộ phận liên quan. Một Giám đốc Trung tâm Khách hàng Cá nhân nói với tôi rằng: Phòng VIP của Trung tâm em buồn quá, đồ dùng văn phòng phẩm, ấn chỉ và giấy tờ có giá nhiều, không có chỗ để. Một Lãnh đạo HUB thì chia sẻ: nhà vệ sinh

“hôi quá”, trông mất thẩm mỹ... Thực tế, Ngân hàng mới giúp cho BM và Giám đốc HUB này biết tự đưa ra giải pháp: cả Trung tâm Khách hàng Cá nhân tập trung chiến dịch “Ngày thứ 7 căng tràn 5S”. Từ Giám đốc KV; BM tới CA tất cả đều dành một ngày làm việc cuối cùng trong tuần khoác trên mình chiếc áo đỏ New Bank, New Me... xắn tay áo dọn dẹp, sắp xếp gọn gàng trên - dưới; trong - ngoài. Mỗi người một tay chẳng mấy phút Phòng VIP lại gọn gàng trông thấy, QLCL chấm lại thấy “tiêu chuẩn” hẳn lên.

Không phủ nhận Ngân hàng mới mang đến cho tôi và đồng nghiệp của tôi nhiều kiến thức mới, xây dựng được những nền tảng kỹ năng vững chắc. Đó là các kiến thức kỹ năng về huấn luyện, đào tạo; kỹ năng xây dựng kế hoạch kinh doanh; Lãnh đạo nhóm, điều hành cuộc họp phòng; marketing; thuyết phục, bán hàng... cả những kỹ năng cơ bản tưởng chừng đơn giản như kỹ năng trình bày ý tưởng của mình cho mọi người cùng nghe, tập trung ra các ý tưởng mục tiêu phục vụ kinh doanh. Tất cả là bộ kỹ năng quan trọng và rất cần thiết trên thị trường

hiện tại mà bất cứ CBNV nào cũng cần được trang bị.

Hành trình cải tổ trước mắt chúng ta vẫn còn dài, nhưng tôi đã nhìn thấy một Maritime Bank trong tương lai với: Phát triển mạng lưới mạnh hơn; Tiếp cận các phân khúc thấp hơn, thử nghiệm các sản phẩm tín dụng cá nhân hiện đại và chọn lọc, tạo ra nhiều kênh dịch vụ mới; nhiều sản phẩm mới gói đầu sản phẩm... Đó vừa là thách thức vừa là cơ hội giúp CBNV Maritime Bank tạo dựng sự nghiệp đa dạng (chuyên biệt và hiện đại); nhiều phần thưởng bằng tiền (theo KPIs) và hơn hết là trang bị nhiều bộ kỹ năng cần thiết cho công việc. Tôi tin rằng, là thành viên sống trong "ngôi nhà" dù đã hoàn thành hay vẫn đang trong quá trình xây dựng, bạn vẫn biết sẽ phải làm gì cho nó khang trang và đẹp hơn, bạn biết chuẩn bị và linh hoạt gì để viết nên những bài học cho riêng mình, để chúng ta nhận thức được rằng: cải tổ từ trong ra ngoài; thay bình và thay rượu; từ chất cho đến lượng, cho Ngân hàng và cho chính bạn.

HOÀNG ĐĂNG QUẾ
Maritime Bank Long Biên

Số 1: Kinh tế Việt Nam đang ở đâu, về đâu?

Năm 2011, áp lực cạnh tranh trong toàn hệ thống ngân hàng sẽ ngày càng khốc liệt hơn

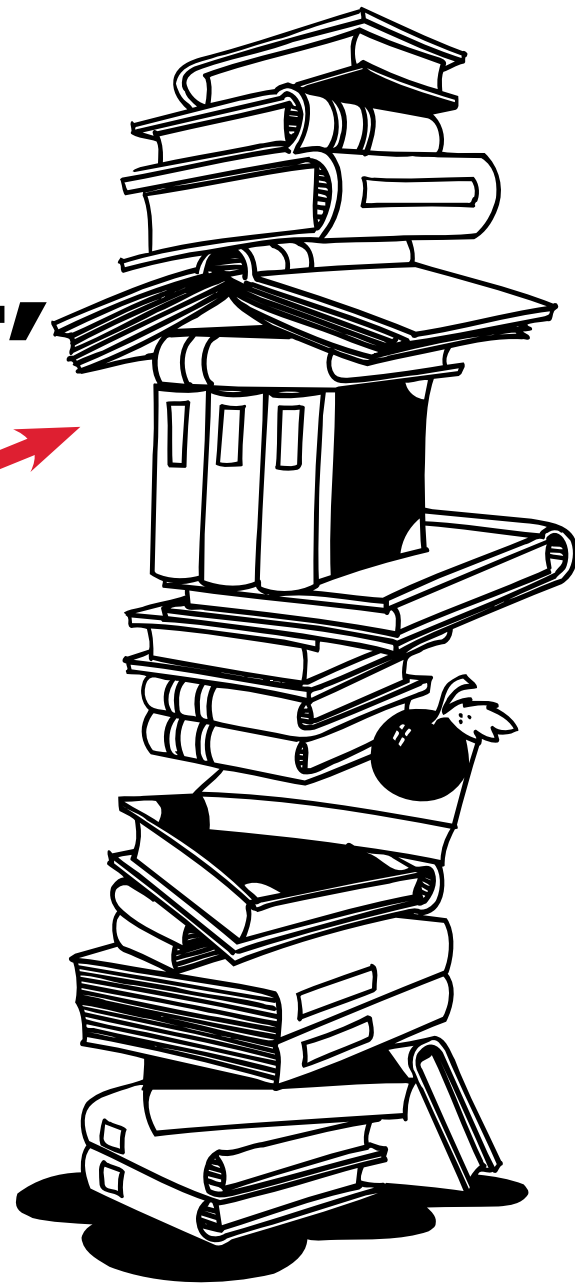
Luẩn quẩn với “Tăng trưởng nóng - Lạm phát ỳ - Áp lực tỷ giá và lãi suất”

Kinh tế thế giới khép lại năm 2010 với nhiều bất ổn. Những thành tựu đạt được tuy đáng ghi nhận nhưng vẫn dưới mức kỳ vọng; đà tăng trưởng bị mất và khả năng phối hợp chính sách giữa các nước lớn bị suy giảm. Tỷ lệ thất nghiệp cao, khủng hoảng nợ công lan rộng, nguy cơ chiến tranh tiền tệ và áp lực lạm phát là những mối đe dọa chính cho sự hồi phục kinh tế toàn cầu. Sự điều chỉnh chính sách đột ngột của các nước lớn khiến độ rủi ro và tính bất định của môi trường kinh doanh tăng lên. Tăng trưởng kinh tế thế giới 2011 được dự báo còn khoảng 3,3%, thấp hơn mức 3,9% đạt được trong năm 2010.

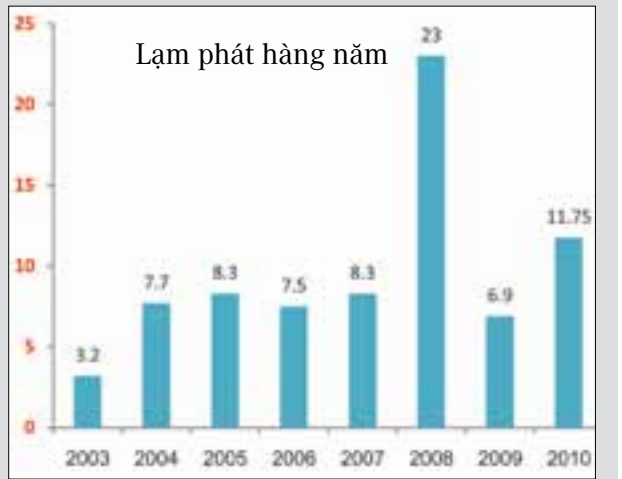
Trong bối cảnh chung của giai đoạn hậu khủng hoảng kinh tế tài chính, nền kinh tế VN tiếp tục đối mặt với 3 bất cân đối vĩ mô về: cân

cân thương mại và thanh toán; tiết kiệm và đầu tư toàn xã hội; thu chi ngân sách và nợ công, mà biểu hiện ra ngoài là diễn biến xấu, bất thường của các biến số lạm phát, lãi suất và tỷ giá. Lạm phát gia tăng (11,75% năm 2010), nạn “2 giá” (2 lãi suất, 2 tỷ giá) lộng hành trong những tháng cuối năm, cũng như sự quay trở lại áp dụng một cách thái quá các biện pháp hành chính phi thị trường cho thấy nền tảng kinh tế vĩ mô yếu kém của VN và sự lúng túng, bất nhất, điều hành thụ động của Chính phủ/NHNN.

Lòng tin suy giảm, lạm phát và tỷ giá kỳ vọng liên tục được duy trì đã làm lu mờ thành tựu về kim ngạch xuất khẩu, vốn FDI thực hiện... những nhân tố tích cực góp phần tạo lên kết quả tăng trưởng kinh tế 6,78% năm 2010. Đây là một nguyên nhân quan trọng khiến các tổ chức



xếp hạng tín nhiệm hàng đầu thế giới hạ bậc xếp hạng tín nhiệm nợ quốc gia của Việt Nam xuống xa dưới mức đầu tư và duy trì trạng thái “triển vọng tiêu cực” (ngày 06/3/2011, theo Bloomberg, VN xếp thứ 9/18 nước có khả năng vỡ nợ cao nhất thế giới với chỉ số 5-Year CDS spread: 365.00. Đứng đầu danh sách này là Venezuela với 5-Year CDS spread: 1170.92; đứng cuối danh sách là Spain với 5-Year CDS spread: 245.91).



Căn nguyên của 3 bất cân đối vĩ mô hay cốt lõi của vòng luẩn quẩn Tăng trưởng “nóng” - Lạm phát “ỳ” - Áp lực tỷ giá và lãi suất, nằm ở cấu trúc lỗi thời của nền kinh tế VN (Mô hình phát triển kinh tế - Tăng trưởng chủ yếu dựa trên mở rộng đầu tư và khai thác tài nguyên khoáng sản). Mồ xé “lạm phát”, ta dễ dàng nhận thấy: nguyên nhân tiền tệ là lý do chính dẫn đến lạm phát cao ở VN. Về ngắn hạn, kết quả “Phân rã lạm phát” cho thấy: yếu tố tiền tệ, mà cụ thể là sự chậm trễ trong việc thực hiện chính sách thắt chặt tiền tệ là nguyên nhân trực tiếp làm cho lạm phát tăng cao trong những tháng cuối năm 2010 và đầu năm 2011.

Về dài hạn, thứ nhất, cung tiền mở rộng trong suốt thời gian dài là một trong những nguyên nhân chính làm cho mặt bằng lạm phát của Việt Nam những năm qua luôn cao hơn mức bình quân của các nước trong khu vực. Nói cách khác, với việc duy trì tốc độ tăng trưởng cung tiền thường xuyên ở mức trên 20%/năm trong nhiều năm thì lạm phát cao sẽ luôn là xu hướng cơ bản của nền kinh tế Việt Nam.

Thứ hai, đầu tư công tràn lan, thiếu hiệu quả cũng là một nguyên nhân khiến lạm phát tăng cao. Đầu tư kém hiệu quả, dàn trải nên phải đầu tư nhiều, kéo theo chính sách tài khóa mở rộng, buộc chính sách tiền

tệ phải chạy theo, cụ thể là nhu cầu tín dụng tăng mạnh, cung tiền luôn bị đòi hỏi ở mức cao và hệ quả tất yếu là lạm phát.

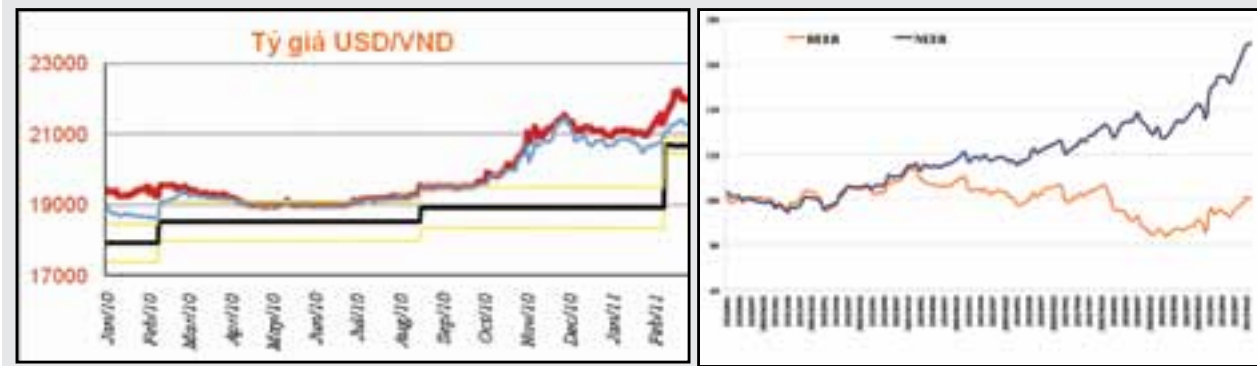
Thứ ba, cấu trúc kinh tế trong đó tăng trưởng chủ yếu dựa trên mở rộng đầu tư là nguyên nhân sâu xa của lạm phát. Bởi lẽ với cấu trúc kinh tế hiện nay, tăng trưởng của nền kinh tế Việt Nam vẫn chủ yếu do tăng tổng đầu tư toàn xã hội mà trong đó nguồn đầu tư từ nhà Nước đóng vai trò chủ đạo, kéo theo hiệu quả đầu tư thấp, chỉ số ICOR tiếp tục tăng cao, chỉ tiêu năng suất nhân tố tổng hợp đóng góp cho tăng trưởng tiếp tục giảm mạnh (mức bình quân trong 3 năm 2007-2010 chỉ là 10-15%, thấp hơn nhiều so với mức bình quân 22-25% trong giai đoạn trước), làm cho đầu tư công liên tục phải mở rộng để đảm bảo mục tiêu tăng trưởng. Như vậy, xét về nguyên nhân dài hạn của lạm phát, có thể thấy cung tiền và tín dụng mở rộng là nguyên nhân chính và trực tiếp của lạm phát, đầu tư công tràn lan, thiếu hiệu quả là nguyên nhân gián tiếp; cấu trúc của nền kinh tế là nguyên nhân cốt lõi của tình hình lạm phát ở nước ta.

Như vậy, để giải quyết triệt để các bất cân đối vĩ mô hiện nay, về dài hạn, nhất thiết phải tái cấu trúc nền kinh tế. Trong ngắn hạn, cần tiến hành một cách mạnh mẽ và quyết liệt gói giải pháp đồng bộ bằng cả chính

sách tiền tệ và tài chính thắt chặt, cũng như các chính sách đầu tư và thương mại phù hợp nhằm đưa bằng được lạm phát về mức hợp lý, kiểm soát được.

Năm 2010 cũng ghi nhận một năm hoạt động ngành ngân hàng có nhiều biến động, xáo trộn. Đây cũng là năm ngành ngân hàng đạt được một số kết quả theo hướng hoàn thiện khung pháp lý và phát triển quy mô của hệ thống. Tốc độ tăng trưởng kinh tế chững lại giai đoạn giữa năm do “lực đẩy” từ gói kích cầu của Chính phủ và cho vay hỗ trợ lãi suất trong năm 2009 đã hết. Đà tăng trưởng lấy lại được trong những tháng cuối năm 2010 nhờ vào những giải pháp chính sách tài chính - tiền tệ nói lỏng của Chính phủ. Tuy nhiên, cái giá phải trả là lạm phát đã tăng cao trở lại, lãi suất, tỷ giá biến động mạnh và hệ thống ngân hàng xuất hiện những dấu hiệu rối loạn, rủi ro gia tăng, đặc biệt là rủi ro thanh khoản.

Rủi ro thanh khoản của hệ thống bắt nguồn từ khe hở kỳ hạn giữa huy động và cho vay đã bộc lộ rõ và là nguyên nhân của những cơn sóng lãi suất trong những tháng cuối năm 2010. Dư nợ cho vay ngoại tệ gia tăng đột ngột, vượt xa tốc độ tăng trưởng tín dụng vốn đã quá cao, đồng thời tăng nhanh hơn tốc độ tăng trưởng huy động vốn nói chung và ngoại tệ



Diễn biến tỷ giá USD/VND (đồng/USD)

Tỷ giá NEER- REER tính đến tháng 12.2010 (2000=100)

nói riêng, đẩy hệ thống ngân hàng đối mặt với rủi ro tỷ giá lớn.

Áp lực tỷ giá vẫn luôn cao dù trong năm 2010, VN đã 2 lần phá giá VND, tổng cộng 5,5%. Sau khi điều chỉnh tỷ giá thêm 9,3% vào ngày 11/2/2011 (và giảm biên độ giao dịch xuống còn +_1% từ +_3%) và mất thêm khoảng đôi tuần Chính phủ ra tay trấn áp các hoạt động đầu cơ, găm giữ ngoại tệ và mua bán chợ đen, tỉ giá tự do đã hồi về dao động quanh mức 21.600VND/USD, chênh gần 5% so với tỷ giá chính thức. Một nghịch lý vẫn đang tồn tại là trong khi hầu hết các đồng ngoại tệ khác bị lên giá so với USD thì VND lại mất giá mạnh so với đồng tiền này - đồng tiền VN đang “neo” vào.

Trên thị trường tiền tệ, sức ép lạm phát đã đẩy mặt bằng lãi suất huy động VND tăng cao, phổ biến ở mức 17-18%/năm cho các khoản tiền gửi lớn có thời hạn từ 1 tháng trở lên. Lãi suất VND thực, về cơ bản, chỉ có thể giảm xuống sau khi nền kinh tế đã hình thành một mặt bằng giá mới (các tác động của lần điều chỉnh mạnh tỷ giá, giá điện, xăng dầu, tiền lương đã được phản ánh đầy đủ vào giá) và lạm phát kỳ vọng giảm bớt.

Đi về đâu?

Lạm phát năm 2011 dự báo sẽ tiếp tục cao, dù rằng tốc độ tăng CPI hàng tháng được kỳ vọng sẽ giảm dần nhờ vào việc thực thi các chính sách tiền tệ và tài chính thắt chặt. Tổng hợp lạm phát “câu kéo”, lạm phát “phí đẩy” và lạm phát “nhập khẩu” đưa đến kết quả tỷ lệ lạm phát chung có thể vẫn duy trì ở mức trên 2 con số (khoảng 12-13%, trong đó lạm phát lõi khoảng 9,5%), nếu như chính sách tiền tệ và tài chính khắc khổ không được cam kết thực thi trong suốt năm. Rõ ràng, mức dự báo này sẽ cao hơn nhiều so với mức của Mỹ cũng như mức bình quân của các đối tác thương mại chính của VN. Theo đó, áp lực tỷ giá vẫn sẽ là xu hướng cơ bản của VN trong trung hạn. Hơn nữa, mâu thuẫn giữa kiểm soát lạm phát và đảm bảo duy trì tốc độ tăng trưởng vẫn sẽ luôn căng thẳng khi mà về đối ngoại, Chính phủ cần trấn an cộng đồng quốc tế về triển vọng kinh tế vĩ mô VN, nhưng về đối nội, Chính phủ sẽ “cẩn cá” trước nguy cơ đình đốn sản xuất dẫn đến nạn thất nghiệp và bất ổn xã hội - điều cũng đáng sợ như lạm phát cao. Điều này có thể dẫn tới sự bất nhất, đảo chiều chính sách đột ngột trong điều hành

của Chính phủ.

Với chính sách tiền tệ thắt chặt, cung tín dụng giữ ở mức dưới 20%, giảm rất mạnh so với mức tăng gần 30% của năm 2010, mặt bằng lãi suất thực thời gian tới khả năng sẽ còn đứng ở mức cao. Các chính sách tiền tệ và tài khóa thắt chặt sẽ làm cho khu vực sản xuất bị thu hẹp và tăng trưởng kinh tế năm 2011 có thể sẽ chỉ đạt mức 5-6%, tương đương với mức tăng trưởng của giai đoạn khủng hoảng kinh tế - tài chính toàn cầu giai đoạn 2008-2009.

Năm 2010, khối Ngân hàng TMCP tăng trưởng mạnh mẽ, vượt khối Ngân hàng TMNN về thị phần tổng tài sản, thị phần vốn điều lệ và cả thị phần tiền gửi huy động, tính đến 31/12/2010. Khối Ngân hàng ngoại cũng có dấu hiệu khởi sắc. Bước sang 2011, theo cam kết ra nhập WTO của VN, mọi rào cản đối với khối này sẽ được tháo bỏ, cho phép Khối mở rộng quy mô, phạm vi và loại hình cung cấp các dịch vụ ngân hàng, tạo ra một sân chơi bình đẳng hơn cho các tổ chức tín dụng. Theo đó, áp lực cạnh tranh trong toàn Hệ thống sẽ ngày càng khốc liệt hơn.

BÙI TUYẾT ANGA
Phòng Nghiên cứu Kinh tế - Hội sở chính

Tài sản nào của Khách hàng có thể dùng để bảo đảm bằng hình thức ký quỹ theo quy định của Pháp luật?

! Theo quy định tại Điều 360 Bộ luật Dân sự năm 2005 thì Ký quỹ là việc bên có nghĩa vụ gửi một khoản tiền hoặc kim khí quý, đá quý hoặc giấy tờ có giá khác vào tài khoản phong toả tại một ngân hàng để bảo đảm việc thực hiện nghĩa vụ dân sự. Do vậy, Maritime Bank có thể nhận các tài sản ký quỹ dưới đây để bảo đảm nghĩa vụ trả nợ của khách

hàng bao gồm:
- Tiền Việt Nam, ngoại tệ;
- Thẻ tiết kiệm, vận đơn theo lệnh, vận đơn vô danh (bộ vận đơn đầy đủ);
- Trái phiếu Chính phủ (công trái), trái phiếu của chính quyền địa phương (Hà Nội, TP. Hồ chí Minh), trái phiếu doanh nghiệp, hối phiếu, tín phiếu, kỳ phiếu, chứng chỉ tiền gửi, séc và các giấy tờ có giá khác

trị giá được thành tiền và được phép giao dịch;
- Cổ phiếu (trừ cổ phiếu của Maritime Bank và các công ty con của Maritime Bank), chứng chỉ quỹ, chứng quyền, quyền mua cổ phần;
- Vàng, bạc, kim cương, kim khí quý và đá quý khác.

Khách hàng thế chấp bằng quyền sử dụng đất theo Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất cấp cho hộ gia đình thì có bắt buộc những thành viên từ mười lăm tuổi trở lên ký vào Hợp đồng thế chấp tài sản không?

! Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất ghi cấp cho hộ gia đình là thuộc quyền sử dụng chung của những người trong hộ gia đình đó. Theo quy định tại Điều 109 Bộ Luật dân sự năm 2005 thì “Việc định đoạt tài sản là tư liệu sản xuất, tài sản chung có giá trị lớn của hộ gia đình phải được các

thành viên từ đủ mười lăm tuổi trở lên đồng ý; đối với các loại tài sản chung khác phải được đa số thành viên từ đủ mười lăm tuổi trở lên đồng ý”. Hợp đồng thế chấp được hiểu là việc định đoạt tài sản có giá trị lớn, nên cũng phải được sự đồng ý của tất cả các thành viên từ đủ 15 tuổi trở

lên. Do đó, khi nhận thế chấp quyền sử dụng đất của hộ gia đình thì Maritime Bank sẽ nhận thế chấp khi có sự chấp thuận của các thành viên trong hộ từ đủ 15 tuổi trở lên có tên trong Sổ đăng ký hộ khẩu thường trú (phải bao gồm cả tạm trú dài hạn) tại thời điểm thế chấp.

Người cư trú là công dân Việt Nam có được phép chuyển khoản USD cho chính mình giữa các ngân hàng với nhau hay không? Người cư trú là người nước ngoài có được phép chuyển USD cho chính mình giữa các ngân hàng với nhau hay không?

! Theo quy định tại khoản 2, Điều 30 Nghị định 160/2006/NĐ-CP ngày 28/12/2006 của Chính Phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh Ngoại hối thì “Người cư trú, người không cư trú là cá nhân được mở và sử dụng tài khoản tiền gửi ngoại tệ tại tổ chức tín dụng được phép để

thực hiện các giao dịch thu, chi sau đây:
.....
đ) Chi chuyển tiền, thanh toán cho các giao dịch vãng lai, giao dịch vốn và các giao dịch được phép thanh toán trong nước bằng ngoại tệ;...
k) Chi chuyển sang gửi tiết kiệm ngoại tệ tại tổ chức tín dụng được

phép (đối với trường hợp người cư trú là cá nhân)”.
Như vậy: Người cư trú và người không cư trú là cá nhân được chi chuyển ngoại tệ cho chính mình giữa các ngân hàng với nhau.

TRẦN KHÁNH TUYẾT
Phòng Pháp chế - Hội sở chính

NGỌN ĐÈN



Em đừng cố làm tắt đi ngọn đèn
bấy lâu anh đã thấp
dầu không xua được mùa đông lạnh giá ngoài kia
nó cũng đủ để làm hồng những ngón tay em
và đôi mắt em
như hai vì sao lủa

Nếu chỉ một lần
em không chối từ anh nữa
mùa đông sẽ là mùa xuân
bước chân anh sẽ thôi không tản ngẩn
bên bậc cửa
ngọn đèn thành bếp lửa
đủ để đốt cháy nỗi buồn và thấp sáng niềm vui

Nếu chỉ một lần thôi
em không khóc trên vai người đàn ông khác
giọt nước mắt em sẽ hòa lẫn giữa triệu triệu giọt mưa
anh sẽ không để em buồn nữa bao giờ

Nếu một lần thôi em không thờ ơ
khi đi qua anh, qua những vần thơ không một lần em đọc
nếu chỉ một lần em nhìn anh trách móc
anh sẽ biến nỗi buồn thành khoảnh khắc của tình yêu

Chỉ mong em, mong em
đừng như ngọn gió phiêu lưu
cố làm tắt đi những ngọn đèn
đã vì em
mà sáng...

THÚY VŨ

YÊU ANH CÁN BỘ NGÂN HÀNG

Cánh chim nào đưa anh đến với em
Cùng sắc phục của riêng anh thân thiết
Anh mơ ước, anh mong chờ... em biết
Mọi việc sẽ tốt lành ta chân thật thương nhau.

Em chẳng thể nào giận anh được lâu
Bởi đôi lần đêm trắng không trọn vẹn
Vì việc chung, anh đành lỗi hẹn
Em chợt nhận ra:
Sắc phục anh mang dấu chỉ của riêng mình!

Quê hương dựng bao mái ấm nghĩa tình
Nhưng nhà máy, công viên, bệnh viện...
Xây trường học cho trẻ mồ côi, khuyết tật
Thấm màu áo anh mưa nắng chẳng nhạt phai.



Áo anh đầm mồ hôi nhu thấm nhấc ai
Ăn trái ngọt không quên người uơm hạt
Anh cần mượn cho vay từng công tình, dự án...
Như ong tìm hoa gom mật ngày ngày.

Nhiều đêm em trăn trở giấc chẳng say
Bởi công việc ầm chông gài, cạm bẫy...
Không vững lòng ắt sóng xô, gió đẩy
Anh chẳng còn là anh
Em sẽ rất buồn!

Công việc của anh, em cứ nghĩ bình thường
Mấy ai biết lắm nhọc nhằn, gian khổ
Anh thầm lặng vượt qua bao sóng ngầm, căm dỗ
Mang niềm vui đến với mọi nhà
Mang niềm vui về tặng em, dâng mẹ, kính cha
Ấy là điều em mong đợi nhất!

Anh cán bộ ngân hàng của em ơi!
Khi chúng mình yêu nhau chân thật
Việc riêng, chung đều tốt đẹp phải không anh!

PHẠM VĂN THUÝ

Khách hàng Maritime Bank Cần Thơ

NHỮNG BÔNG HOA ĐỎ

Chào em! Những cô gái MSB xinh xắn
Những bông hoa đẹp mãi giữa lòng tôi
Mỗi lần đến đây, tôi tràn ngập niềm vui
Bởi nụ cười của "những bông hoa đỏ"

Giữa phố đông, một buổi chiều tan sở
Nhận ra em, bông hoa đỏ của ngân hàng
Muốn chạy nhanh để chào nụ cười quen
Kẹt xe quá biết làm sao để kịp?

Mỗi ngày đến đây, ngân hàng càng nhộn nhịp
Bởi nhiều người muốn gặp "hoa đỏ" như tôi
Giao dịch xong lòng bỗng thấy bồi hồi
Bởi câu nói: "Cảm ơn anh và hẹn ngày gặp lại".

Nụ cười ấy cứ ở trong tôi mãi...!

NGUYỄN THỊ TÂM
TT KHDN Lớn Phía Nam

LỜI THÌ THẦM MỘT (1)

Gửi H.

Nghề em kế toán chối chán thay
Con số rồi đây sẽ đan dày
Nhân chia, trừ cộng ôi ngân quá
Lố lãi, được thua khổ voi đây

Tin dụng nghề anh hẳn rồi đây
Trả vay nghiệp lớn thế lại hay
Dầu rằng hai đứa tuy đôi ngã
Chung sống một nhà đẹp lắm thay!
Anh

LỜI THÌ THẦM HAI (1)

Gửi C.

Đừng tưởng nghề em khổ lắm thay
Đam mê vì bởi được đam dày
Ngân dòng chữ số bao ý nghĩa
Mỗi bản thống kê vui tràn đây

Nghề nào cũng có cái ham say
Nghiệp đã trao ta khổ chẳng rầy
Nếu được trời se cùng một ngã
Hẳn là cơ nghiệp hiển vinh thay!
Em

NGUYỄN ĐÌNH CHÍ
Maritime Bank Hải Phòng

(1) Tạp chí Why not! số 1, tháng 2/2010 có đăng bài thơ "HUƠNG BUỔI MÙA XUÂN" của tác giả Nguyễn Đình Chí. Nhiều đồng nghiệp gọi điện hỏi 2 bạn trai - gái yêu nhau, trong bài có câu thơ "thì thầm - chỉ hai đứa biết thôi", có thể "bật mí" lời thì thầm được không? Tác giả gửi đăng hai bài thơ trên để trả lời. Xin đăng để mua vui cùng bạn đọc.



Màu sắc trang phục nào phù hợp với buổi phỏng vấn ?

Những màu sắc khác nhau có những tác động khác nhau lên tâm lý con người. Những nhà tâm lý và khoa học chuyên về màu sắc đã nghiên cứu sự tác động của màu sắc tới phản ứng của con người trong nhiều năm nay và họ đã cho ra được những kết quả đáng ngạc nhiên sau:

Màu đen: Màu này là sự tượng trưng cho quyền lực và dễ khiến bạn trở nên khó gần và quá tự cao. Vì thế cần tránh mặc màu này khi đi phỏng vấn hoặc nếu không thì bạn nên chọn loại có màu pha như kẻ sọc.

Màu trắng: Thể hiện sự sạch sẽ, gọn gàng và giản dị. Màu trắng là màu trung hòa, dễ dàng kết hợp với mọi thứ. Bạn có thể mặc sơ mi hoặc áo khoác trắng tùy thuộc vào thời điểm trong năm.

Màu xanh: Thể hiện sự thanh bình, tin tưởng và trung thành. Đó là màu sắc được ưa chuộng nhất thế giới và là một trong những màu giúp bạn đạt được tỷ lệ thành công cao nhất.

Màu nâu: Thể hiện sự ổn định và tín nhiệm. Nó là màu của đất và chúng ta thường xuyên nhìn thấy trong tự nhiên như màu đất, vỏ cây, đá... Màu nâu tạo ra môi trường thoải mái để mở đầu cho cuộc đối thoại.

Màu be: Cũng khá giống màu nâu, màu này tạo cảm giác gần gũi, giảm căng thẳng, tạo không khí thoải mái cho cuộc phỏng vấn. Tuy nhiên màu này có phần khiến bạn hơi rụt rè và thụ động.

Màu xám: Sau màu xanh da trời, thì màu này được coi là màu sắc phổ biến nhất cho trang phục đi phỏng vấn. Nếu bạn muốn trông tự tin mà lại không quá lãnh đạm và lạnh lùng như màu đen thì đây chính là sự lựa chọn lý tưởng.

Màu đỏ: Thể hiện sức nóng, sự nguy hiểm, quyền lực, đam mê và sức mạnh. Đây được coi là màu thể hiện nhiều sắc thái cảm xúc mạnh nhất. Màu đỏ có thể kích thích nhịp tim và hơi thở nhanh hơn. Màu này có thể khiến không khí buổi phỏng vấn có phần ngột ngạt, vì thế tránh mặc những trang phục mà màu đỏ là chủ đạo.

Màu cam: Cũng có phần giống màu đỏ, màu cam kích thích cảm xúc. Nhìn màu này hầu hết chúng ta đều liên tưởng đến sự ấm áp và mùa thu. Những người mặc màu này có cái tôi cá nhân rất lớn. Màu cam nhạt cũng giống màu đỏ phớt đều thu hút sự chú ý đem lại cảm xúc dữ dội. Vì thế nên chọn những màu ôn hòa hơn, không quá kích thích; hoặc chọn những trang phục mà màu này chỉ điểm xuyết nhẹ nhàng và không phải là tông màu chính.

Màu vàng: Màu này thúc đẩy rất nhiều loại cảm xúc nhưng theo chiều hướng tích cực từ vui vẻ và thiện chí đến gây thận trọng và ghen tị. Tuy nhiên, những người dễ mất bình tĩnh thường thích màu vàng hơn bất cứ các màu khác. Màu này khiến người đối diện thấy mới mắt khi nhìn lâu vì thế không nên chọn những trang phục màu vàng, đặc biệt là vàng đậm.

Màu xanh lá: Màu của thiên nhiên, thành công, sự giàu có và an ninh. Màu xanh thể hiện sự tự tin, mới mẻ vì thế nó là màu sắc khiến cho mắt người đối diện cảm thấy "thư giãn" nhất khi nhìn vào. Đây là màu rất phù hợp cho các trang phục của bạn khi chọn mặc đến phỏng vấn.

Màu tím: Màu sắc của sự chung thủy, giàu có, quyền lực và nhạy cảm. Nó cũng là màu sắc của đam mê và tình yêu. Màu này thường được coi là màu của phái nữ, nhẹ nhàng và nữ tính vì thế bạn nên tránh mặc màu này khi đi phỏng vấn, đặc biệt với nam giới.

Màu hồng: Màu của sự vui vẻ, hào hứng, nhẹ nhàng tuy nhiên có phần hơi yếu điệu. Giống như màu tím màu này cũng được coi là hợp với phái nữ hơn cả nên đặc biệt phái nam nên tránh mặc màu này khi đi phỏng vấn.

Theo Ezine

Gỏi lá Kon Tum

Nếu có cơ hội một lần đặt chân đến Kon Tum (Làng ven Hồ) - một tỉnh nằm ở cực Bắc của Tây Nguyên thì các bạn không nên bỏ qua ba điều: thăm hệ thống nhà thờ Gõ gần 100 tuổi, thưởng thức một không gian nghệ thuật mang đậm màu sắc Tây Nguyên của EVA Cafe và ăn món Gỏi lá.



Món ăn mang đậm hương vị tinh đồng chí của Bộ đội Trường Sơn

Ông Trần Văn Nhon năm nay đã 76 tuổi là người đầu tiên phát hiện ra và mở quán bán món Gỏi lá. Nếu ai đến đây ăn sẽ được nghe ông Nhon kể một câu chuyện khá thú vị về món ăn này. Sau năm 1975, một người bạn ông là bộ đội Trường Sơn năm xưa từ ngoài Bắc vào thăm. Hai ông gặp nhau, muốn cùng chia nhau chén rượu hàn huyên nhưng lại thiếu thức nhắm. Thế là hai ông liền hái các loại rau rừng làm mồi, vừa nhậu vừa ôn lại những ngày gian khổ của người lính. Không ngờ thấy món này ngon, ông Nhon liền làm vài lần để nhậu với bạn bè. Sau nhiều lần chế biến món này, đến năm 1995, ông Nhon mới chính thức làm gỏi lá bán để mọi người cùng thưởng thức. Món Gỏi lá đặc biệt bởi nó không chỉ khơi gợi lại cảm xúc về thời gian khổ của những người lính mà còn bồi dưỡng như nó chính là hương vị núi rừng Tây Nguyên, ẩn trong gần 100 loại lá.

Gỏi lá: Quán quện hương vị núi rừng

Để chế biến Gỏi lá cần ít nhất 50 loại lá. Có những loại quen thuộc như đinh lăng, ổi, xoài, mã đề, mơ lông...

Còn nhiều loại lá khác thì phải đi rừng hay ra bờ suối mới lấy được như lá vừng, bạch sung, hồng sung, ngành ngành, xuân thu, kim cang, hồng ngọc, lá con khi, é trắng, lá dấn, trường sanh... Một số loại rau thom cũng được sử dụng như xà lách, húng tía tô, ngò, hành, cải đắng, càng cua, rau sắng, diếp cá, mùi tàu... Vì món ăn khá cầu kì về các loại lá nên thường khách muốn ăn món này phải đặt trước để chủ quán có thời gian chuẩn bị. Đi kèm với lá là gỏi nên ngoài đĩa thịt heo ba chỉ luộc thái mỏng, đĩa tôm kho còn phải có gỏi cá. Gỏi thường làm bằng cá lóc, cá hồng hay cá nư. Cá sống thái lấy thịt, cắt nhỏ ướp với gừng, chanh, riềng trong thời gian 5 tiếng đồng hồ để cá tự chín. Còn đầu và xương cá dùng để nấu cháo. Đặc biệt, món nước chấm dùng cho gỏi lá thật cầu kỳ. Nguyên liệu làm nước chấm là tôm, thịt nạc băm nhỏ trộn đều với hèm rượu nếp mới cất xong, sau đó đun sôi cho đến khi sền sệt. Bàn ăn được bố trí lá xung quanh, đồ cuốn, tô nước chấm ở giữa cùng với đồ uống. Bên cạnh còn có thêm đĩa tiêu hạt tươi, ít muối và ớt trái của đồng bào dân tộc. Khi thưởng thức, người ăn dùng những

chiếc lá cuốn thành phễu để chứa các loại lá và phụ gia. Điều đặc biệt là mỗi lần cuốn lá, nên chọn những loại lá khác nhau sẽ tạo ra một hương vị đặc trưng, khi chua chua, khi cay cay, khi thì chan chát, bùi bùi, nồng thom... rất lạ miệng. Chiếc lá lớn này được đặt trên bàn tay trái, nếu người ấy thuận tay phải và ngược lại. Nếu lá chưa đủ lớn thì có thể chọn thêm một chiếc lá loại khác để gói. Sau đó tìm những lá nhỏ rải một lớp trên lá lớn, gấp thịt heo nửa nạc nửa mỡ đã luộc, gói cá rồi gói lại. Lấy muống xúc gia vị từng ít một cho vào đầu gói lá đã cuốn để ăn. Khi nhai được một chút thì cắn chừa một nửa quả ớt, một hạt tiêu, một hạt muối trắng nhỏ để ăn lẫn với gói lá. Ăn gói lá nhất thiết phải uống rượu ngâm từ rễ cây đinh lăng mới tạo nên một hương vị vừa lạ vừa ngon. Sau khi ăn xong gói lá, bạn sẽ được tận hưởng món cháo cá nấu với lá hành, lá tía tô đỏ và lá cải cắt nhỏ. Món cháo nồng ấm này chắc chắn sẽ khiến bạn còn muốn quay lại để ăn Gỏi lá Kon Tum lần nữa.



1														
2														
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														



Mời các bạn tham gia giải ô chữ kỳ 7 cùng chúng tôi.

1	Tên viết tắt Công ty CP chứng khoán Maritime Bank
2	Chương trình phát động chiến dịch bán hàng do Ngân hàng cá nhân MSB tổ chức
3	Loại hoa tô điểm cho phố phường Hà Nội mỗi độ tháng 4 về
4	Một trong hai chương trình lớn của Khối Quản lý Nhân tài nhằm tăng cường phát triển nguồn nhân lực nội bộ
5	Một sự kiện chính trị quan trọng sắp tới
6	Hoạt động từ thiện gần đây nhất của Ngân hàng
7	Điểm giao dịch đầu tiên của Maritime Bank mới được khai trương tại địa bàn này
8	Cổ nhạc sỹ Trịnh Công Sơn từ già cõi dương trần vào ngày này
9	Điểm giao dịch thứ 144 của Maritime Bank



Người đạt giải: Hoàng Anh Khuê
Phòng TTQT - Trung tâm Thanh toán Phía Nam

1		M	I	C	H	A	E	L	P	O	R	T	E	R					
2								T	O	I	T	I	N						
3				T	H	A	N	G	C	U	M	A	T						
4						M	U	A	X	U	A	N	O	I					
5				M	A	M	N	G	U	Q	U	A							
6				T	O	P	T	R	A	D	E	S	E	R	V	I	C	E	S
7								L	A	N	H	D	A	O	T	R	E		
8				N	G	A	N	H	A	N	G	C	A	N	H	A	N		
9		T	R	U	O	N	G	T	H	A	N	H	D	U	C				
10								M	U	O	I								
11						T	H	A	Y	L	O	I	M	U	O	N	N	O	I

Đáp án Đuổi hình bắt chữ WN 6: Ba lê



Người đạt giải: Võ Thị Hoài Thu - Kiểm soát kế toán – PGD Ninh Bình



Why Not! mời các bạn đến với 1 câu đố rất gần gũi, rất "cây nhà lá vườn".
Nào mời các bạn!



Hiểu tình sếp

Nhân viên tới gặp sếp, gãi đầu gãi tai:
"Thưa sếp, ngày mai nhà em tổng vệ sinh. Em được vợ giao nhiệm vụ dọn dẹp toàn bộ nhà cửa, bếp núc, giặt rèm cửa, lau chùi cửa chính, cửa sổ, dọn vườn...".
- Nhưng ngày mai công ty cũng có rất nhiều việc, tôi không thể cho anh nghỉ việc được!
- Cảm ơn sếp. Em biết sếp lúc nào cũng có quyết định sáng suốt!



Không ăn nhập

- Tớ nghe nói vợ cậu là họa sĩ nội thất?
- Thật bất hạnh là đúng như thế.
- Sao lại bất hạnh?
- Vì bây giờ cô ấy đang muốn ly dị tớ. Hoá ra tớ không hợp với nội thất phòng khách cậu ạ. Cô ấy bảo trông tớ tương phản với tấm rèm cửa sổ.

Cứ tưởng...

Kế toán trưởng tỉnh dậy lúc 8h sáng, uống cà phê, hút thuốc và say sưa đọc báo. Một tiếng sau, vợ hỏi:
- Thế anh không đi làm à?
- Ôi thôi chết, vậy mà anh cứ tưởng mình đang ngồi trong văn phòng.



Đức độ

Tại một làng nọ có một vị sư rất đức độ, ai ai cũng kính trọng ông. Một ngày kia, có thằng nhỏ trong làng lên vào chùa hái trộm khế bị vị sư bắt gặp, ông không cho hái và đuổi nó ra khỏi chùa.

Thằng nhỏ tức lắm, về nhà mách với cha nó rằng nhà sư chửi nó, đánh nó rất đau. Nghe vậy, ông bố nổi giận và chạy lên chùa kiểm nhà sư:

- Thưa sư, lâu nay tôi rất kính trọng sư và xem sư như cha mẹ. Thế mà tại sao sư lại chửi con tôi?

Nhà sư từ tốn nói:

- Mô phật, bản tăng chưa chửi ai bao giờ.

- Nó là con nít, sao sư đánh nó?

- Mô phật, bản tăng chưa đánh ai bao giờ.

Ông bố tức giận:

- Sư dám làm mà không dám nhận.

Có ngon thì đánh nhau với tôi nè.

Nhà sư lùi lại vài bước:

- Mô phật, bản tăng chưa ngán ai bao giờ.

Hoa nước nào đẹp nhất

Một người Việt Nam, một người Hungari và một người Hà Lan ngồi tranh cãi xem hoa nước nào đẹp nhất. Người Hungari nói:

- Hoa hồng nước tui là đẹp nhất!

Người Hà Lan nói:

- Đẹp gì mà đẹp, chỉ đáng ngồi lên thôi!

Người Việt Nam:

-Đúng đúng!

Người Hà Lan nói:

- Hoa Tulip nước tui mới là đẹp nhất!

Người Hungari nói:

- Đẹp gì mà đẹp, chỉ đáng ngồi lên thôi!

Người Việt Nam:

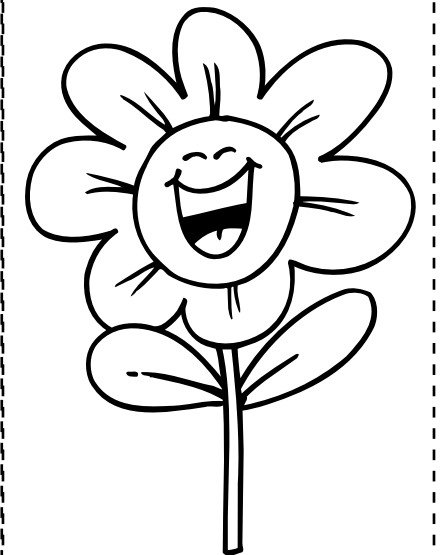
-Đúng đúng!

Người Hungari và người Hà Lan quay sang người Việt Nam trợn mắt hỏi:

- Thế nước mày có hoa gì?

Người Việt Nam nhe răng cười:

- Nước tao có hoa xương rồng, đổ chúng mày ngồi lên đấy!



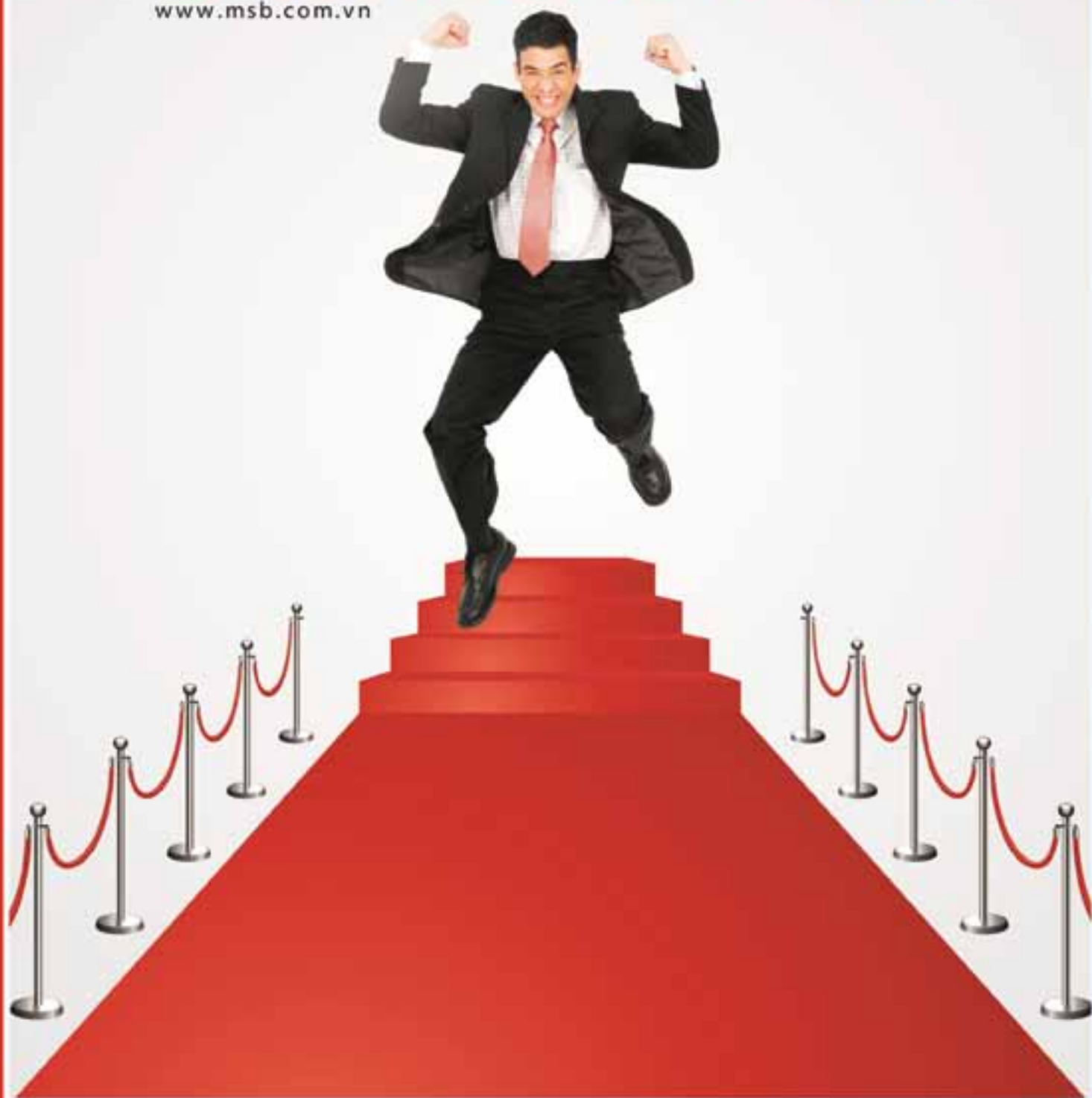
Món ăn đặc biệt

Có một nhà hàng thường đông khách, vì vậy việc nấu nướng phải thuê rất nhiều người và phải được chuyên môn hóa công việc. Một hôm, trên bàn phân công làm món thịt chim bồ câu, người đầu bếp đã ghi như sau:

"Cô Lan cắt tiết anh Hùng nhỏ lông cô Ngọc luộc trứng anh Sơn mổ bụng cô Đào lột da anh Hải rửa chim cô Lại bóp mềm cô Thắm băm như cô Tuyết xào giòn".

Trải thảm đỏ **ĐÓN NHÂN TÀI**

www.msb.com.vn



• Thông tin chi tiết có tại www.msb.com.vn

**MARITIME
BANK** 