

FranklinCovey

Leading at the SPEED OF TRUST®

LÃNH ĐẠO với SỨC MẠNH của NIỀM TIN

Đây là một chương trình đào tạo đinh chốt (flagship program) của FranklinCovey. Chương trình này cung cấp cho các nhà lãnh đạo một giải pháp toàn diện, với đầy đủ "Mindset, Skillset & Toolset" nhằm kiến tạo văn hóa và môi trường làm việc lành mạnh (Winning & Healthy Culture) cho đội ngũ và tổ chức, đồng thời góp phần xây dựng thương hiệu đáng tin (Trusted Brand).



Không có tốc độ nào nhanh hơn tốc độ của niềm tin.
Không có sức mạnh nào lớn hơn sức mạnh của niềm tin.
Niềm tin là một thứ làm thay đổi mọi thứ!

*Đó cũng là lý do vì sao chương trình **"Lãnh đạo với Sức mạnh của Niềm tin"** này của FranklinCovey đã được triển khai thành công tại 160 quốc gia trên toàn thế giới và đã được 75% doanh nghiệp trong Top Fortune 500 lựa chọn để phát triển niềm tin cho đội ngũ lãnh đạo của mình.*

GIA TĂNG TÍN NHIỆM LÃNH ĐẠO & KIẾN TẠO ĐỘI NGŨ ĐÁNG TIN VỚI *"THE SPEED OF TRUST"*

Leading at the SPEED OF TRUST®
LÃNH ĐẠO với SỨC MẠNH của NIỀM TIN

Bất kỳ doanh nhân nào cũng mong muốn khơi dậy lòng tin trong toàn đội ngũ của mình, cũng muốn xây dựng được một thương hiệu (nhãn hiệu thương mại) cho doanh nghiệp và cho sản phẩm của mình.

Tuy nhiên, nếu như hiểu rằng "*thương hiệu*" là "cái *hiệu* được *thương*" thì cũng đồng nghĩa với việc xây dựng thương hiệu là một thách thức lớn đối với mọi doanh nghiệp. Bởi lẽ, muốn có cái "hiệu" (nổi tiếng) thì không khó, nhưng để cái "hiệu" đó được "thương" (uy tín) là điều không hề dễ dàng.

Và "***Lãnh đạo với Sức mạnh của Niềm tin***" (The Speed of Trust) là một trong số những cuốn sách hay nhất, cũng là một trong những phương pháp hay nhất về *cách thức xây dựng "văn hóa niềm tin" và "thương hiệu uy tín" cho doanh nghiệp* mà tôi từng biết.

Phương pháp này đưa ra mô hình "***5 Làn sóng Niềm tin***" (5 Waves of Trust) bao gồm Niềm tin vào bản thân, Niềm tin vào người khác, Niềm tin trong tổ chức, Niềm tin trên thị trường và Niềm tin trong xã hội. Và mô hình cũng giúp ta làm rõ rằng, muốn có thương hiệu uy tín (Trusted Brands) thì cần phải có một văn hóa đáng tin và tổ chức đáng tin (High-Trust Culture & Trusted Organization); muốn có một tổ chức đáng tin thì cần phải có đội ngũ đáng tin (Trusted Team); muốn có đội ngũ đáng tin thì cần phải có con người đáng tin (Trusted People).

Khi một người muốn được tin cậy bởi người khác (Trusted by Others) thì trước hết người đó phải có "tự trọng / sự đáng tin từ bên trong" (Self-Trust). Nếu tự mình thấy mình không đáng tin thì sẽ không bao giờ có được sự tin cậy của người khác. Ngược lại, khi mình thực sự có "Self-Trust" (có thiện căn và đức tin, có lương tri và phẩm giá ở bên trong con người mình) thì mặc nhiên mình sẽ nhận được sự tin cậy của người khác.

Như vậy, một thương hiệu uy tín (Trusted Brands) sẽ là hệ quả của những con người đáng tin (Trusted People), đội ngũ đáng tin (Trusted Team), văn hóa đáng tin (High-Trust Culture) và tổ chức đáng tin (Trusted Organization).

Nói cách khác, *hành trình từ "Tự trọng cá nhân" (Self-Trust)* đến *"Văn hóa đáng tin" (High-Trust Culture) và từ "Văn hóa đáng tin" (High-Trust Culture) đến "Thương hiệu uy tín" (Trusted Brands)* cũng chính là *cách thức xây dựng thương hiệu* hiệu quả và bền vững nhất đối với mọi tổ chức, mọi doanh nghiệp và mọi quốc gia.

Với phương cách độc đáo này, xây dựng văn hóa và thương hiệu không chỉ là công việc của một bộ phận hay công việc của Ban lãnh đạo Công ty như lâu nay, mà đó còn là trách nhiệm thực sự của mỗi thành viên trong toàn tổ chức. Nói cách khác, mỗi nhân viên đều là người kiến tạo văn hóa và xây dựng thương hiệu công ty.

Giá trị lớn nhất của doanh nghiệp không phải là "cái hiệu" mà là *"cái hiệu được thương"* (thương hiệu); Nguồn lực lớn nhất của doanh nghiệp không hẳn là con người, mà là con người đáng tin. Và "đáng tin" không chỉ là "thương hiệu", là "tài sản", là "văn hóa" (văn hóa cá nhân, văn hóa tổ chức, văn hóa xã hội...), mà còn là "doanh thu", là "chi phí" của doanh nghiệp. Bởi lẽ, khi có thương hiệu mạnh thì doanh thu sẽ tăng, chi phí sẽ giảm và hệ quả là lợi nhuận của doanh nghiệp cũng sẽ tăng nhanh và tăng bền vững.

Tiến sĩ GIẢN TƯ TRUNG
*Tác giả sách **"Đúng Việc - Một góc nhìn về câu chuyện khai minh"***
Nhà sáng lập Học viện Quản lý PACE, Viện trưởng Viện Giáo Dục IRED

Cuộc khủng hoảng Niềm tin là có thật! Theo khảo sát của Edelman Trust Barometer năm 2018 cho thấy rằng Niềm tin đã rơi xuống mức thấp nhất trong lịch sử.

Vậy giải pháp nào cho lãnh đạo trong bối cảnh khủng hoảng Niềm tin và cạn kiệt lòng tin?

Trong kinh doanh, thị trường toàn cầu ngày nay đặt trọng tâm vào sự hợp tác thực chất, những mối quan hệ đối tác tương hỗ này đều dựa trên sự tin cậy. Sự hợp tác nào có nền tảng là **Niềm tin** đều đem đến hiệu quả vượt trội hơn so với dựa trên những điều khoản trong hợp đồng. Sự ràng buộc không thúc đẩy sự đổi mới và sáng tạo, nhưng Niềm tin thì có!

Niềm tin được xây dựng từ bên trong. Bất kể là tạo dựng Niềm tin trong tổ chức hay trên thương trường - đều xuất phát từ sự tin cậy của chính bản thân mỗi người, trong các mối quan hệ của chúng ta, rồi lan tỏa trong tổ chức, lan tỏa trên thương trường và xã hội.

Dữ liệu khảo sát cho thấy rất rõ ràng rằng: các tổ chức có *Văn hóa đáng tin (High-Trust Culture)* có kết quả vượt trội so với các tổ chức có chỉ số "đáng tin" thấp. Lợi nhuận của các tổ chức có văn hóa đáng tin cao gần gấp 3 lần lợi nhuận của các tổ chức có niềm tin thấp. Vì vậy, có thể khẳng định rằng **Niềm tin là một năng lực trọng yếu của mọi doanh nghiệp.**

Niềm tin là điều ảnh hưởng đến tất cả mọi thứ bạn đang làm. Chúng giúp hiệu suất tăng lên theo cấp số nhân, giúp quỹ đạo hoạt động của bạn từ chiến lược đến thực thi đều hiệu quả.

Nhưng thật không may, chúng ta hiện đang sống trong một xã hội mà Niềm tin đang bị tổn thương nghiêm trọng. Sự mất Niềm tin khiến chúng ta nhìn thấy xung quanh chỉ là các vụ bê bối và vòng luẩn quẩn của sự nghi ngờ. Các nhà lãnh đạo cần hiểu được những lợi ích kinh tế của khoản "cổ tức Niềm tin", đặc biệt khi Niềm tin xuất phát từ bên trong, chứ không phải là bề ngoài giả tạo hay một chiêu truyền thông mờ ám nào đó để điều khiển Niềm tin.

Các nhà lãnh đạo có vai trò dẫn dắt trong việc tạo dựng Niềm tin và người lãnh đạo sẽ là người đi trước - dẫn dắt đội ngũ, luôn là như vậy, đó là những gì người lãnh đạo cần làm.

Giải pháp **"Lãnh đạo với Sức mạnh của Niềm tin / Leading at the Speed of Trust" (Phiên bản 4.0)** của FranklinCovey là phương pháp kiến tạo *Văn hóa đáng tin (High-Trust Culture)* và xây dựng *Thương hiệu uy tín (Trusted Brands)* thuyết phục bậc nhất hiện nay. Phương pháp này sẽ giúp các nhà lãnh đạo biết cách vận hành của Niềm tin, cách đo lường, thiết lập, phát triển, mở rộng và duy trì chúng - để triển khai một chiến lược kinh doanh thành công.

Tính khoa học và thực tiễn của phương pháp ***"Sức mạnh của Niềm tin"*** chính là lý do khiến chương trình đào tạo đặc biệt này trở thành giải pháp tối ưu cho lãnh đạo, nhất là trong bối cảnh khủng hoảng Niềm tin nghiêm trọng. Hiện giải pháp này đang được áp dụng rộng rãi tại hơn 160 quốc gia trên toàn thế giới.



*Mô hình **"5 Làn sóng Niềm tin"** (5 Waves of Trust) trong **"Sức mạnh của Niềm tin"***



ĐỐI TƯỢNG THAM DỰ

Chương trình dành cho các cấp lãnh đạo mong muốn gia tăng *Tín nhiệm Lãnh đạo*, kiến tạo *Văn hóa Đáng tin,* từ đó xây dựng *Thương hiệu Uy tín* cho doanh nghiệp của mình.

MỤC TIÊU CHƯƠNG TRÌNH

Chương trình "chuyển giao công nghệ" với đầy đủ "Mindset, Skillset & Toolset" cho các nhà lãnh đạo nhằm gia tăng "Tín nhiệm Lãnh đạo" (High-Trust Leadership) và kiến tạo môi trường làm việc tin cậy và lành mạnh (High-Trust Culture) cho đội ngũ và tổ chức.

HÌNH THỨC ĐÀO TẠO

Chương trình đào tạo *"Lãnh đạo với Sức mạnh của Niềm tin / Leading at the Speed of Trust" (Phiên bản 4.0)* được triển khai với hai hình thức đào tạo sau:

- Đào tạo chiêu sinh / Public Workshop: Các khóa đào tạo được chiêu sinh theo lịch trình cố định và học tại địa điểm do FranklinCovey bố trí. Các khóa đào tạo dành cho các cá nhân hoặc nhóm cá nhân đến từ các doanh nghiệp khác nhau.
- Đào tạo nội bộ / In-house Workshop: Đào tạo riêng cho từng doanh nghiệp theo chương trình chuẩn của FranklinCovey (Standard Program). Hoặc đào tạo riêng cho doanh nghiệp với chương trình được điều chỉnh theo đặc thù của doanh nghiệp đó (Customized Program).

THỜI LƯỢNG & NGÔN NGỮ

- **Thời lượng đào tạo:** Học tập trung trong 02 ngày (16 giờ).
- **Ngôn ngữ đào tạo:** Tiếng Việt hoặc tiếng Anh.



"Công việc quan trọng nhất của mọi nhà lãnh đạo là khơi dậy Niềm tin. Chúng góp phần giải phóng sức sáng tạo và khả năng của mỗi cá nhân để họ cống hiến hết mình, đồng thời tạo ra môi trường có độ tin cậy cao để đội ngũ có thể cùng nhau chung sức làm việc hiệu quả.

– STEPHEN M. R. COVEY
Tác giả sách "Sức mạnh của Niềm tin"

LỘ TRÌNH HỌC TẬP

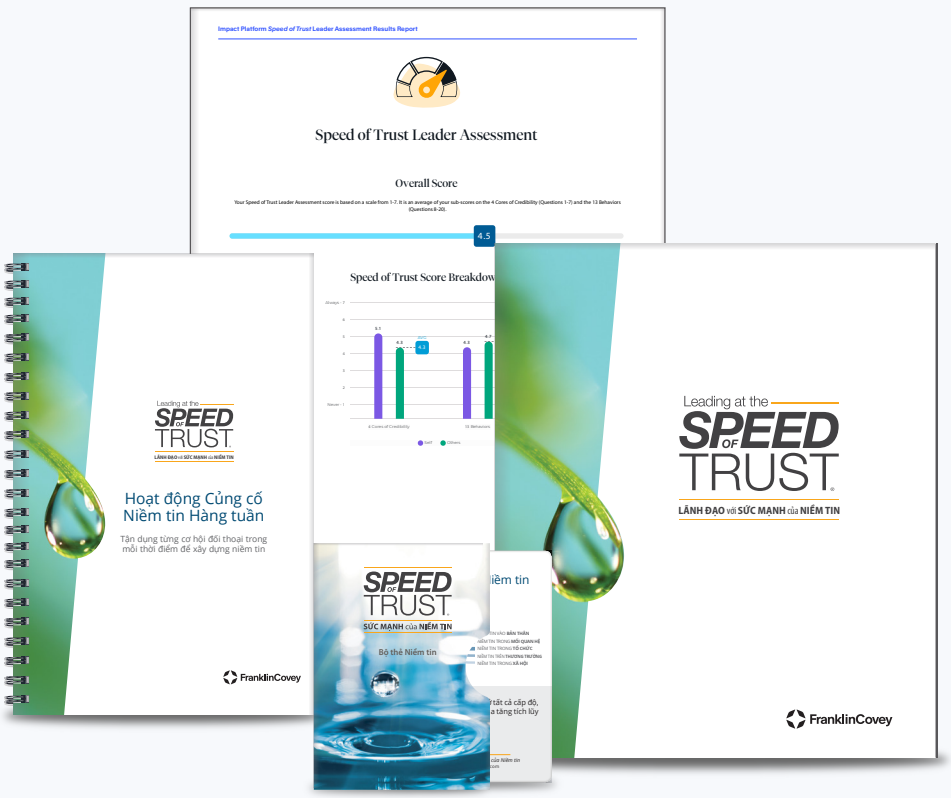
Không chỉ dừng lại với các lý thuyết đơn thuần, chương trình đào tạo **"Lãnh đạo với Sức mạnh của Niềm tin / Leading at the Speed of Trust" (Phiên bản 4.0)** giúp cài đặt bộ ngôn ngữ và hành vi mới vào bối cảnh công việc thực tế.

Sau khi hoàn tất 02 ngày đào tạo, các nhà lãnh đạo sẽ nhận được công nghệ đầy đủ ***"Tư duy, Kỹ năng và Công cụ" / Mindset, Skillset & Toolset*** cùng quy trình hiệu quả để tiếp tục hành trình áp dụng và sống với những gì đã học.

CHUẨN BỊ	HỌC TẬP VÀ THỰC HÀNH	ÁP DỤNG VÀ SỐNG
Đánh giá	Chương trình đào tạo *Lãnh đạo với Sức mạnh của Niềm tin*	• Kế hoạch Hoàn thành Trách nhiệm Lãnh đạo • Hoạt động Củng cố Niềm tin Hàng tuần • Bộ thẻ Hành động Sức mạnh của Niềm tin • Đối thoại Sức mạnh của Niềm tin • Quy trình Chia sẻ Trách nhiệm cùng Cộng sự

BỘ HỌC LIỆU HỌC TẬP

- Tài liệu Học viên
- Bộ thẻ Hành động Xây dựng Niềm tin
- Sổ Hoạt động Củng cố Niềm tin Hàng tuần
- Sách "Sức mạnh của Niềm tin"
- Bản đánh giá chỉ số Niềm tin (tQ)



NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

CẤU PHẦN	MỤC TIÊU & NỘI DUNG
THỰC TRẠNG NIỀM TIN	• Lượng hóa những loại *Thuế Niềm tin* đang gây ảnh hưởng đến các dự án và công việc hiện tại. • Xác định các hành vi gây giảm tốc độ, tăng chi phí trong môi trường làm việc. • Áp dụng 3 phương diện của việc xây dựng Niềm tin. • Lập kế hoạch cho bản thân để hóa giải sự thiếu hụt Niềm tin trong đội ngũ.
NIỀM TIN VÀO BẢN THÂN Nguyên lý của Sự tín nhiệm	• Có ý thức trong việc gia tăng sự tín nhiệm cá nhân và trở thành một hình mẫu về sự tín nhiệm thông qua bản tính và năng lực. • Làm rõ các lí do cụ thể vì sao được tín nhiệm. • Biết làm rõ chủ đích trong công việc. • Xây dựng kế hoạch hành động để gia tăng sự tín nhiệm cá nhân.
NIỀM TIN TRONG CÁC MỐI QUAN HỆ Nguyên lý của Hành vi	• Xác định các *Hành vi ngụy tạo* gây nên sự thiếu tín nhiệm. • Áp dụng 13 hành vi nền tảng của văn hóa tin cậy cao. • Áp dụng các cuộc đối thoại để xây dựng Niềm tin *(Đối thoại xây dựng Niềm tin)* và phục hồi Niềm tin đã đánh mất *(Đối thoại khôi phục Niềm tin)*. • Biết cách tạo sự kết nối với những nhân viên chưa gắn kết với tổ chức. • Biết cách mở rộng *Niềm tin sáng suốt* khi có nguy cơ rủi ro. • Xây dựng kế hoạch hành động để gia tăng Niềm tin trong các mối quan hệ chính yếu.
NIỀM TIN TRONG TỔ CHỨC Nguyên lý của Sự đồng bộ	• Xác định các biểu tượng của Niềm tin tác động đến tốc độ và chi phí của tổ chức. • Xác định các hoạt động để cải thiện các điểm yếu nhất trong hệ thống và quy trình của tổ chức. • Triển khai một quy trình thu hút giúp tạo nên một đội ngũ có tính cam kết, hiệu quả cao và chịu trách nhiệm cho kết quả. • Xây dựng kế hoạch hành động để gia tăng Niềm tin trong tổ chức.
NIỀM TIN TRÊN THỊ TRƯỜNG Nguyên lý của Uy tín	• Đánh giá uy tín của đội ngũ từ góc nhìn của các bên liên quan chủ yếu. • Tập trung vào các kỹ năng hợp tác liên bộ phận. • Xây dựng kế hoạch hành động để gia tăng uy tín của đội ngũ mình lãnh đạo.
NIỀM TIN TRONG XÃ HỘI Nguyên lý của Sự cống hiến	• Nhận thức rằng uy tín của cá nhân và đội ngũ mà mình lãnh đạo có ảnh hưởng như thế nào đến tổ chức và cộng đồng. • Hoàn thành *Kế hoạch hoàn thành trách nhiệm lãnh đạo* để tích hợp những điều đã học vào công việc thực tế sau chương trình đào tạo.

Leading at the

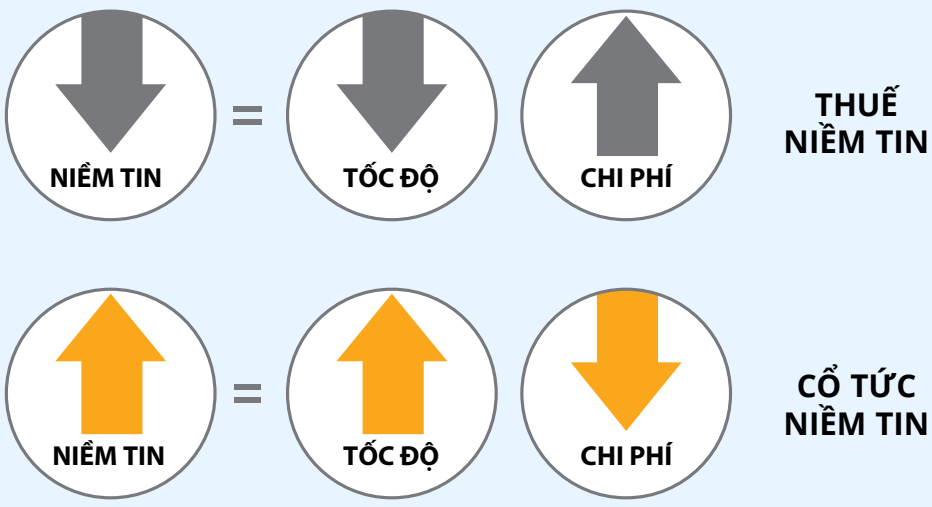
SPEED OF TRUST®

LÃNH ĐẠO với SỨC MẠNH của NIỀM TIN



NIỀM TIN LÀ LỰC ĐẨY KINH TẾ CÓ THỂ ĐO LƯỜNG ĐƯỢC

Niềm tin không chỉ là một thứ đức hạnh xã hội có thể có hoặc không, mà đó là một lực đẩy kinh tế có thể đo lường được. Niềm tin - còn hơn cả đồng Euro, Yên hay Đô-la, mà là một loại tiền tệ mới của nền kinh tế toàn cầu. Niềm tin cao làm tăng tốc độ và giảm chi phí trong tất cả các mối quan hệ, tương tác và giao dịch. Niềm tin cao cũng gia tăng giá trị cho cổ đông và cho khách hàng. Dữ liệu chứng minh cho điều này là rất thuyết phục. Nghiên cứu của Watson Wyatt cho thấy, các tổ chức có sự tin cậy cao tạo lợi nhuận cho cổ đông cao hơn 286% so với các tổ chức có độ tin cậy thấp. Các tổ chức có sự tin cậy cao luôn tạo ra giá trị cho khách hàng nhiều hơn thông qua tốc độ tăng trưởng nhanh, đổi mới cải tiến, hợp tác chặt chẽ, quan hệ đối tác bền vững, thực thi hiệu quả và nâng cao lòng trung thành. Giá trị của khách hàng lại tạo ra giá trị cho các bên liên quan khác nhiều hơn. Nhìn vào những gì đang diễn ra trên thị trường tài chính hiện nay để thấy một sự khủng hoảng trầm trọng về Niềm tin. Thực tế, Niềm tin không chỉ làm cho thị trường vận hành mà đó là yếu tố không thể thiếu cho cả thế giới vận động. Nếu không có Niềm tin, mọi thứ sẽ ngừng lại.



Niềm tin là yếu tố thúc đẩy nền kinh tế và chúng tác động đến 02 kết quả có thể đo lường được, đó là: Tốc độ và Chi phí.

KHÁCH HÀNG CHIA SẺ

"Niềm tin là loại tiền tệ căn bản nhất trong việc kinh doanh. Đó là một trong năm giá trị cốt lõi mà P&G đã có từ lâu. Không có Niềm tin chúng ta sẽ không có công việc kinh doanh. Đơn giản vậy thôi! Nhưng khi có Niềm tin, chúng ta sẽ có rất nhiều cơ hội để hợp tác, phát triển và đạt được mục đích của doanh nghiệp. Công việc của mỗi lãnh đạo ở mỗi cấp là ươm mầm và bảo vệ Niềm tin. FranklinCovey đã chỉ ra cách làm, cả về tư duy lẫn công cụ lãnh đạo cho thế kỉ 21. Chúng ta nên tham khảo!"

- ROBERT A. MCDONALD
Chủ tịch & CEO, Procter & Gamble

"Đội ngũ của tôi bây giờ hoàn toàn khác trước. Đây là sự thay đổi trong văn hóa doanh nghiệp thú vị nhất mà tôi từng chứng kiến trong 28 năm làm việc tại PepsiCo. Tăng trưởng lợi nhuận gần đây đạt mức tốt nhất trong 10 năm qua trong tình hình kinh tế tồi tệ nhất. Hiệu quả đột phá của chúng tôi là nhờ có 'Tốc độ của Niềm tin'."

- AL CAREY
Cựu CEO, Frito-Lay

"Khi Lenovo mua lại IBM PC, chúng tôi nhanh chóng nhận ra thách thức lớn nhất của mình không phải là công nghệ, chuỗi cung ứng hay là cơ cấu tổ chức. Thách thức lớn nhất của chúng tôi là xây dựng Niềm tin giữa các đội ngũ, với khách hàng và các đối tác, với những người có ảnh hưởng then chốt trên toàn cầu. Chúng tôi hợp tác cùng FranklinCovey để giúp chúng tôi xây dựng Niềm tin và biến thách thức này thành một lợi thế. Các doanh nghiệp toàn cầu phải xem Niềm tin là một ưu tiên mang tính chiến lược hàng đầu. Một công ty có thể có tinh thần sáng tạo, những sản phẩm tuyệt vời, chiến lược vững mạnh và một mô hình kinh doanh hiệu quả. Nhưng chỉ bằng cách xây dựng, đề cao và phát huy hết khái niệm về Niềm tin thì một công ty mới có thể thực sự vươn lên tầm quốc tế."

- YANG YUANQING
CEO, Lenovo

"Tổ chức của chúng tôi triển khai chương trình đào tạo "Tốc độ của Niềm tin" trên khắp nước Mỹ. Đây là một trong những khóa học được tìm kiếm và mang lại sự hứng thú nhất mà Nissan đã triển khai."

- CARLOS TAVARES
Cựu EVP, Nissan

"Niềm tin là yếu tố quan trọng cho bất kì tổ chức nào đang tìm kiếm cách cải thiện năng suất và sức tăng trưởng, và không ai hiểu rõ điều này như FranklinCovey. Phương pháp tiếp cận của họ giúp các công ty dịch chuyển nhanh hơn, ra quyết định tốt hơn, mang lại chất lượng cho khách hàng và giúp chuyển hóa văn hóa doanh nghiệp."

- RANDALL STEPHENSON
Chủ tịch & CEO, AT&T



> **Niềm tin cũng giống như không khí mà chúng ta hít thở. Khi nó hiện diện, không ai nhận thấy điều đó. Nhưng khi nó không còn hiện diện, mọi người đều nhận ra.**
>
> *- WARREN BUFFETT*

FranklinCovey

FranklinCovey là tổ chức dẫn đầu thế giới về **Phát triển Lãnh đạo & Chuyển đổi Văn hóa**, với phương pháp đột phá và những giải pháp độc quyền có tầm ảnh hưởng sâu rộng trên toàn cầu.

Tầm nhìn của chúng tôi là *"Tác động sâu sắc đến cách nghĩ, cách sống & cách làm của **hàng tỉ người** trên khắp thế giới nhằm giúp họ đạt được những mục tiêu tốt lành của mình / To profoundly impact the way **billions of people** throughout the world live, work, and achieve their own great purposes."*

Hiện FranklinCovey đang triển khai các hoạt động đào tạo và tư vấn cho các doanh nghiệp khách hàng tại hơn 160 quốc gia và cho hơn 75% tập đoàn thuộc "Fortune 500".

FranklinCovey Vietnam (một thành viên của PACE) là đối tác độc quyền của FranklinCovey (kể từ năm 2014) để triển khai các giải pháp đào tạo và tư vấn đẳng cấp thế giới dành cho cộng đồng doanh nghiệp đang hoạt động tại Việt Nam.

Tầm nhìn của chúng tôi là tác động sâu sắc đến CÁCH NGHĨ, CÁCH SỐNG & CÁCH LÀM của hàng tỉ người trên khắp thế giới nhằm giúp họ đạt được những mục tiêu tốt lành của mình.

MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN LÃNH ĐẠO VÀ CHUYỂN ĐỔI VĂN HÓA CỦA FRANKLINCOVEY

Những giải pháp được xây dựng dựa trên những giá trị phổ quát và những nguyên lý trường tồn giúp lãnh đạo ở mọi cấp độ phát triển năng lực lãnh đạo và chuyển đổi văn hóa của chính mình.

- The 7 Habits of Highly Effective People
- Leading at the SPEED OF TRUST — LÃNH ĐẠO với SỨC MẠNH của NIỀM TIN
- LEADERSHIP GREATNESS — LÃNH ĐẠO TẦM VÓC
- 6 Thực hành Thiết yếu để Lãnh đạo Đội ngũ
- LIZ WISEMAN'S MULTIPLIERS — HOW THE BEST LEADERS IGNITE EVERYONE'S INTELLIGENCE — LÃNH ĐẠO TẠO NHÂN TÀI
- Inclusive LEADERSHIP
- CHANGE — How to Turn Uncertainty Into Opportunity — QUẢN TRỊ SỰ THAY ĐỔI
- 5 LỰA CHỌN™ Để Có Năng Suất Vượt Trội
- PROJECT MANAGEMENT FOR THE UNOFFICIAL PROJECT MANAGER™
- LEADING CUSTOMER LOYALTY™ — KIẾN TẠO KHÁCH HÀNG TRUNG THÀNH
- UNCONSCIOUS BIAS™
- The 4 Disciplines of Execution

DEVELOP YOUR LEADERS Lãnh đạo tầm vóc	BUILD A WINNING CULTURE Văn hóa chiến thắng	CREATE BREAKTHROUGH RESULTS Kết quả vượt trội

Trụ sở chính: Tòa nhà PACE, 181-183 Cô Giang, Phường Cầu Ông Lãnh, TP.HCM *(thuộc Quận 1, TP.HCM cũ)*
VP Hà Nội: Tầng 2, Coalimex Building, 33 Tràng Thi, Phường Cửa Nam, Hà Nội *(thuộc Quận Hoàn Kiếm cũ)*

(028) 3837.0208 (TPHCM) (024) 3646.2828 (Hà Nội) contact@FranklinCovey.vn
FCV@FranklinCovey.vn www.FranklinCovey.vn