

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**ĐÀO TẠO ĐỘI NGŨ TƯ VẤN VIÊN THEO ĐỊNH
HƯỚNG BẢO HIỂM SẠCH TẠI CÔNG TY TNHH MTV
ĐẠI LÝ BẢO HIỂM PHONG GIA VIỆT**

SINH VIÊN THỰC HIỆN: TRƯƠNG NGUYỆT MY

MÃ SỐ SINH VIÊN: 2154030245

KHÓA HỌC: 2021-2025

Đà Nẵng, tháng 5/2025

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**ĐÀO TẠO ĐỘI NGŨ TƯ VẤN VIÊN THEO ĐỊNH
HƯỚNG BẢO HIỂM SẠCH TẠI CÔNG TY TNHH MTV
ĐẠI LÝ BẢO HIỂM PHONG GIA VIỆT**

Giảng viên hướng dẫn : Th.S Đỗ Thị Thủy

Sinh viên thực hiện : Trương Nguyệt My

Mã số sinh viên : 2154030245

Khoá học : 2021 – 2025

Đà Nẵng, tháng 5/2025

Đà Nẵng ngày 17, tháng 5, năm 2025

GIAO NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Năm học: 2024 - 2025

1. Thông tin tác giả thực hiện

- Họ và tên sinh viên: Trương Nguyệt My
- Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Khóa học: 2021 - 2025

2. Tên đề tài khóa luận tốt nghiệp

“ĐÀO TẠO ĐỘI NGŨ TƯ VẤN VIÊN THEO ĐỊNH HƯỚNG BẢO HIỂM SẠCH TẠI CÔNG TY TNHH MTV ĐẠI LÝ BẢO HIỂM PHONG GIA VIỆT”

3. Các số liệu ban đầu thực hiện Khóa luận tốt nghiệp

- Các số liệu của bộ phận huấn luyện của công ty
- Các số liệu về nguồn nhân sự của công ty
- Số liệu liên quan đến hoạt động kinh doanh

4. Các bảng biểu

- Bảng số liệu về lực lượng lao động, phân loại lực lượng lao động
- Bảng cân đối kế toán và bảng kết quả hoạt động kinh doanh của công ty trong 3 năm từ năm 2022 đến năm 2024.
- Bảng báo cáo tài chính của công ty TNHH MTV Bảo hiểm Phong Gia Việt trong 3 năm từ 2022 đến năm 2024.

5. Cán bộ hướng dẫn

Đỗ Thị Thủy

6. Ngày giao nhiệm vụ làm Khoá luận tốt nghiệp

10/2/2025

7. Ngày sinh viên phải hoàn thành Khoá luận tốt nghiệp

6/5/2025

Giảng viên hướng dẫn

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh ngành bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam đang ngày càng phát triển mạnh mẽ, chất lượng đội ngũ tư vấn viên đóng vai trò then chốt trong việc xây dựng niềm tin với khách hàng và nâng cao uy tín doanh nghiệp. Tuy nhiên, thực tế cho thấy vẫn còn tồn tại nhiều vấn đề liên quan đến đạo đức nghề nghiệp, cách thức tư vấn chưa minh bạch, dẫn đến sự ngộ nhận và thiếu thiện cảm của khách hàng đối với bảo hiểm – đặc biệt là bảo hiểm nhân thọ.

Trước thực trạng đó, khái niệm "bảo hiểm sạch" ra đời như một định hướng nhân văn và bền vững, tập trung vào việc tư vấn đúng – đủ – minh bạch, lấy lợi ích khách hàng làm trung tâm. Để thực hiện được điều này, doanh nghiệp không thể chỉ dựa vào sản phẩm hay chính sách mà cần đầu tư nghiêm túc vào công tác đào tạo đội ngũ tư vấn viên – những người trực tiếp tiếp xúc, truyền đạt thông tin và tạo dựng niềm tin với khách hàng.

Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt – Prudential Khuê Trung là một đơn vị hoạt động tích cực trong lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ, đồng thời cũng là một trong những công ty đang hướng đến mô hình tư vấn "bảo hiểm sạch". Tuy nhiên, công tác đào tạo hiện nay vẫn còn những điểm cần hoàn thiện để đáp ứng tốt hơn định hướng này.

Xuất phát từ thực tế đó, em chọn đề tài:

"Đào tạo đội ngũ tư vấn viên theo định hướng bảo hiểm sạch tại Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt " với mong muốn đóng góp một góc nhìn thực tiễn và đề xuất các giải pháp khả thi, giúp doanh nghiệp nâng cao chất lượng đội ngũ tư vấn, từ đó góp phần phát triển bền vững và nâng cao niềm tin của khách hàng đối với ngành bảo hiểm.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chính của khóa luận là nghiên cứu và đánh giá một cách toàn diện công tác đào tạo đội ngũ tư vấn viên tại Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt, từ đó đề xuất các giải pháp thiết thực nhằm nâng cao hiệu quả đào tạo theo định hướng "bảo hiểm sạch".

Làm rõ cơ sở lý luận liên quan đến công tác quản trị nguồn nhân lực và đào tạo nhân lực trong doanh nghiệp, đặc biệt là vai trò của đào tạo trong việc phát triển năng lực, đạo đức nghề nghiệp và khả năng thích ứng với chiến lược phát triển của tổ chức. Qua đó, sẽ phân tích các yếu tố cấu thành hệ thống đào tạo như: quy trình xác định nhu cầu, xây dựng mục tiêu, nội dung, phương pháp đào tạo, cũng như hệ thống đánh giá hiệu quả sau đào tạo.

Phân tích thực trạng công tác đào tạo đội ngũ tư vấn viên tại công ty, bao gồm: cơ cấu chương trình đào tạo hiện hành, phương pháp và hình thức đào tạo, chất lượng đội ngũ huấn luyện viên, mức độ gắn kết giữa chương trình đào tạo với thực tiễn hoạt động tư vấn. Đồng thời đánh giá các hạn chế như: thiếu tính thực tiễn, nội dung đạo đức nghề nghiệp còn mờ nhạt, phương pháp đánh giá hiệu quả sau đào tạo còn hình thức. Đề xuất một số giải pháp thiết thực nhằm hoàn thiện công tác đào tạo tại công ty theo định hướng “bảo hiểm sạch”. Các giải pháp hướng đến việc nâng cao chất lượng đào tạo thông qua đổi mới nội dung, tăng cường yếu tố đạo đức nghề nghiệp, cải tiến phương pháp giảng dạy, thiết lập cơ chế đánh giá hiệu quả dài hạn, và xây dựng văn hóa đào tạo gắn với mục tiêu phát triển bền vững của doanh nghiệp.

3. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là công tác đào tạo dành cho đội ngũ tư vấn viên bảo hiểm đang làm việc tại Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt. Nội dung nghiên cứu tập trung vào các yếu tố như hệ thống chương trình đào tạo hiện hành, phương pháp đào tạo, đội ngũ huấn luyện viên, kết quả đầu ra và phản hồi của học viên sau đào tạo.

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định tính: Phân tích và đánh giá thực trạng công tác đào tạo đội ngũ tư vấn viên tại Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt – Prudential Khuê Trung. Dữ liệu thu thập được xây dựng dựa trên phân tích tài liệu nội bộ doanh nghiệp, mô tả chương trình đào tạo, quan sát thực tiễn vận hành và tổng hợp các báo cáo liên quan đến kết quả đào tạo. Đây là phương pháp phù hợp với đặc thù nghiên cứu thực trạng một đơn vị cụ thể và đề xuất các giải pháp mang tính ứng dụng cao.

Sau quá trình thu thập, dữ liệu được phân tích thông qua phương pháp so sánh giữa mục tiêu đào tạo và kết quả đạt được, đánh giá hiệu quả đào tạo dựa trên (phản ứng – học tập – hành vi – kết quả), và đối chiếu với các yêu cầu của mô hình “bảo hiểm sạch”. Đồng

thời, việc đánh giá thực trạng còn được tiến hành bằng cách đối chiếu chương trình đào tạo hiện hành với các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp trong tư vấn bảo hiểm.

Cuối cùng, đề tài tổng hợp các kết quả phân tích để đưa ra nhận định khách quan, toàn diện, làm cơ sở xây dựng và đề xuất các giải pháp đào tạo cụ thể, phù hợp với chiến lược phát triển nguồn nhân lực và mục tiêu nâng cao chất lượng đội ngũ tư vấn viên trong dài hạn.

LỜI CẢM ƠN

Trước tiên, em xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc đến Ban Giám hiệu Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng, quý thầy cô Khoa Kinh tế đã tận tình giảng dạy, truyền đạt kiến thức và tạo điều kiện thuận lợi để em có thể hoàn thành khóa luận tốt nghiệp này.

Đặc biệt, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến cô Đỗ Thị Thủy – giảng viên hướng dẫn, người đã luôn tận tình chỉ bảo, định hướng, góp ý chuyên môn cũng như động viên tinh thần để em hoàn thành tốt đề tài: “Đào tạo đội ngũ tư vấn viên theo định hướng bảo hiểm sạch tại Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt”. Sự tận tâm và trách nhiệm của cô là nguồn động lực lớn giúp em vượt qua những khó khăn trong quá trình thực hiện khóa luận.

Em cũng xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo và các anh/chị nhân viên tại Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt – Prudential Khuê Trung đã hỗ trợ, tạo điều kiện cung cấp thông tin, số liệu cần thiết để em có thể hoàn thiện đề tài một cách thực tiễn và sát với thực tế hoạt động của doanh nghiệp.

Cuối cùng, em xin gửi lời cảm ơn đến gia đình và bạn bè – những người luôn ở bên cạnh, động viên và ủng hộ em trong suốt thời gian học tập và hoàn thành khóa luận này.

Dù đã cố gắng nhưng khóa luận chắc chắn không tránh khỏi những thiếu sót, em rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của quý thầy cô để em hoàn thiện hơn về kiến thức và kỹ năng trong tương lai.

SINH VIÊN THỰC HIỆN

Trương Nguyệt My

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài
2. Mục tiêu nghiên cứu
3. Đối tượng nghiên cứu
4. Phương pháp nghiên cứu

LỜI CẢM ƠN

DANH MỤC BẢNG BIỂU

DANH MỤC HÌNH ẢNH

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ ĐÀO TẠO ĐỘI NGŨ TƯ VẤN VIÊN TRONG DOANH NGHIỆP BẢO HIỂM1

- 1.1. Khái quát về kinh doanh bảo hiểm1
 - 1.1.1. Khái niệm:1
 - 1.1.2. Đặc điểm:1
 - 1.1.3. Mục đích.....1
 - 1.1.4. Đối tượng:.....1
 - 1.1.5. Các loại hình bảo hiểm.....2
 - 1.1.6. Nguyên tắc hoạt động.....3
 - 1.1.7. Quy trình kinh doanh bảo hiểm.....4
- 1.2. Khái quát về nguồn nhân lực4
 - 1.2.1. Khái niệm4
 - 1.2.2. Vai trò.....5
- 1.3. Khái quát về đào tạo nguồn nhân lực trong doanh nghiệp5
 - 1.3.1. Xác định nhu cầu5
 - 1.3.2. Mục tiêu đào tạo8
 - 1.3.3. Đối tượng đào tạo9
 - 1.3.4. Phương pháp đào tạo9
 - 1.3.5. Xác định chương trình đào tạo12
 - 1.3.6. Chi phí đào tạo13
 - 1.3.7. Đánh giá hiệu quả đào tạo14

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO ĐỘI NGŨ TƯ VẤN VIÊN TẠI CÔNG TY TNHH MTV ĐẠI LÝ BẢO HIỂM PHONG GIA VIỆT16

2.1.	Giới thiệu về công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt	16
2.1.1.	Lịch sử hình thành và phát triển Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt (Văn phòng Tổng đại lý bảo hiểm Prudential Khuê Trung - Đà Nẵng)	16
2.1.2.	Lĩnh vực/sản phẩm kinh doanh.....	20
2.1.3.	Tầm nhìn, sứ mệnh và các giá trị cốt lõi.....	22
2.2.	Các yếu tố môi trường tác động đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp	22
2.2.1.	Các yếu tố vi mô	22
2.2.1.1.	Khách hàng	22
2.2.1.2.	Đối thủ cạnh tranh	23
2.2.1.3.	Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn	24
2.2.1.4.	Nhà cung cấp	25
2.2.1.5.	Sản phẩm thay thế	26
2.2.1.6.	Trung gian marketing	26
2.2.2.	Các yếu tố vĩ mô	27
2.2.2.1.	Yếu tố kinh tế	27
2.2.2.2.	Yếu tố dân số	28
2.2.2.3.	Yếu tố chính trị và pháp lý	28
2.2.2.4.	Yếu tố công nghệ.....	29
2.2.2.5.	Yếu tố môi trường	29
2.2.2.6.	Yếu tố văn hóa – xã hội.....	29
2.3.	Các nguồn lực của doanh nghiệp ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh	30
2.3.1.	Cơ sở vật chất	30
2.3.2.	Nguồn nhân lực.....	31
2.3.2.1.	Cơ cấu lao động theo giới tính	31
2.3.2.2.	Cơ cấu lao động theo tuổi tác	33
2.3.2.3.	Cơ cấu lao động theo trình độ	34
2.3.3.	Nguồn lực Tài chính và tình hình kinh doanh	36

2.3.3.1. Nguồn lực tài chính	36
2.3.3.2. Tình hình kinh doanh của công ty trong giai đoạn 2022-2024	38
2.4. Thực trạng đào tạo đội ngũ tư vấn viên tại Công Ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt	41
2.4.1. Xác định nhu cầu đào tạo.....	42
2.4.2. Mục tiêu đào tạo	43
2.4.3. Nội dung chương trình đào tạo hiện tại	44
2.4.4. Phương pháp đào tạo đang áp dụng.....	64
2.4.5. Đánh giá chất lượng sau đào tạo.....	65
2.5. Kết luận chung	66
2.5.1. Ưu điểm	66
2.5.2. Hạn chế và nguyên nhân.....	66
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN CÔNG TÁC ĐÀO TẠO ĐỘI NGŨ TƯ VẤN VIÊN THEO ĐỊNH HƯỚNG BẢO HIỂM SẠCH TẠI CÔNG TY TNHH MTV ĐẠI LÝ BẢO HIỂM PHONG GIA VIỆT	68
3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp	68
3.1.1. Định hướng phát triển của ngành bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam.....	68
3.1.2. Định hướng phát triển của Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt – Prudential Khuê Trung.....	68
3.1.3. Định hướng về nguồn nhân lực và vai trò của đào tạo theo hướng bảo hiểm sạch	69
3.1.4. Căn cứ từ những hạn chế đã phân tích ở chương 2	70
3.2. Các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác đào tạo đội ngũ tư vấn viên theo định hướng bảo hiểm sạch.....	70
3.2.1. Giải pháp nâng cao tính thực tiễn trong chương trình đào tạo.....	70
3.2.2. Giải pháp hoàn thiện hệ thống đánh giá hiệu quả đào tạo	72
3.2.3. Giải pháp xây dựng và triển khai chương trình đào tạo theo định hướng bảo hiểm sạch.....	75
KẾT LUẬN.....	80
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	81

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1.1. Cơ sở xác định nhu cầu đào tạo	7
Bảng 1.2. Bốn cấp độ đánh giá hiệu quả đào tạo	14
Bảng 2.1. Trang thiết bị tại công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt....	30
Bảng 2.2. Tình hình lao động theo giới tính tại công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt giai đoạn 2022-2024	31
Bảng 2.3. Tình hình lao động theo tuổi tác tại công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt giai đoạn 2022-2024	33
Bảng 2.4. Tình hình lao động theo trình độ tại công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt giai đoạn 2022-2024	34
Bảng 2.5. Tình hình tài chính của công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt giai đoạn 2022-2024.....	36
Bảng 2.6. Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt giai đoạn 2022-2024	38
Bảng 2.7. Nhu cầu đào tạo đội ngũ tư vấn viên tại công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt năm 2024	43
Bảng 3.1. Đề xuất tình huống mô phỏng trong đào tạo tư vấn viên.....	71
Bảng 3.2. Phiếu khảo sát đánh giá sau đào tạo.....	73
Bảng 3.3 Bộ tiêu chí đánh giá tư vấn viên sau đào tạo	76

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1. Hình ảnh tòa nhà công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt ...	16
Hình 2.2. Hình sơ đồ cấu trúc tổ chức của công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt.....	17
Hình 2.3. Khởi nghiệp thành công cùng Prudential	45
Hình 2.4. Xây dựng kỹ năng tư vấn 1 & 2	46
Hình 2.5. Sản phẩm Bảo hiểm Liên kết đơn vị PRU – Đầu tư linh hoạt	47
Hình 2.6. Tối đa hóa thu nhập dành cho tư vấn viên.....	48
Hình 2.7. Kỹ năng phát triển mối quan hệ với khách hàng.....	49
Hình 2.8. Ứng dụng PRUForce trợ lý toàn năng của tư vấn viên	50
Hình 2.9. Hướng dẫn thiết kế bảng minh họa quyền lợi và nộp HSYCBH trực tuyến.	51
Hình 2.10. Hội thảo: Bí quyết tạo nguồn KHTN vô tận	52
Hình 2.11. Hội thảo: Tiếp cận KHTN qua PRUForce	53
Hình 2.12. Hội thảo: Bí quyết nâng hạng KHTN.....	54
Hình 2.13. Lựa chọn con đường sự nghiệp	55
Hình 2.14. Nghệ thuật tăng doanh số với Bán thêm, Bán chéo	56
Hình 2.15. Kỹ năng khai thác & tư vấn đúng nhu cầu khách hàng.....	57
Hình 2.16. Bia quyết cung cấp dịch vụ khách hàng vượt trội	58
Hình 2.17. Thu hút nhân tài bằng kỹ thuật tuyển dụng 4 bước.....	60
Hình 2.18. Phát triển và kèm cặp tư vấn viên mới.....	61
Hình 2.19. Kỹ năng Lập kế hoạch & tuyển dụng tư vấn viên DoGen	63
Hình 2.20. Kỹ năng tổ chức cuộc họp kinh doanh hiệu quả	64

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
MTV	Một thành viên
BHNT	Bảo hiểm nhân thọ
NXB	Nhà xuất bản
TVV	Tư vấn viên
GAD	Ban giám đốc
OM	Quản lý văn phòng
ATD	Bộ phận huấn luyện
AD	Bộ phận phát triển kinh doanh
BM	Giám đốc kinh doanh
SM	Quản lý sale
CS	Chăm sóc khách hàng
BO	Hỗ trợ đại lý
UM	Trưởng phòng kinh doanh
PUM	Phó phòng kinh doanh
KH	Khách hàng
BH	Bảo hiểm

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ ĐÀO TẠO ĐỘI NGŨ TƯ VẤN VIÊN TRONG DOANH NGHIỆP BẢO HIỂM

1.1. Khái quát về kinh doanh bảo hiểm

1.1.1 Khái niệm:

Kinh doanh bảo hiểm là hoạt động của doanh nghiệp bảo hiểm, chi nhánh doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ nước ngoài, tổ chức tương hỗ cung cấp bảo hiểm vi mô chấp nhận rủi ro của người được bảo hiểm, trên cơ sở bên mua bảo hiểm đóng phí bảo hiểm để doanh nghiệp bảo hiểm, chi nhánh doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ nước ngoài, tổ chức tương hỗ cung cấp bảo hiểm vi mô bồi thường, tiền bảo hiểm khi xảy ra sự kiện bảo hiểm theo thỏa thuận trong hợp đồng bảo hiểm [5].

1.1.2. Đặc điểm:

Chủ thể thực hiện hoạt động kinh doanh bảo hiểm là doanh nghiệp bảo hiểm. Doanh nghiệp bảo hiểm đứng ra lập quỹ bảo hiểm từ nguồn thu phí bảo hiểm của người tham gia bảo hiểm, quản lý sử dụng quỹ bảo hiểm để chi trả hoặc bồi thường bảo hiểm cho người được bảo hiểm hoặc người thụ hưởng khi có sự kiện bảo hiểm. Mặc dù kinh doanh bảo hiểm là một quan hệ được thiết lập trên cơ sở hợp đồng giữa doanh nghiệp bảo hiểm và bên tham gia bảo hiểm. Tuy nhiên để thiết lập được quan hệ hợp đồng bảo hiểm ngoài việc các bên trực tiếp thiết lập quan hệ còn có các chủ thể khác tham gia để giúp cho các bên thiết lập được quan hệ bảo hiểm gốc là đại lý bảo hiểm, doanh nghiệp môi giới kạo hiểm. Trong kinh doanh bảo hiểm ngoài mối quan hệ giữa doanh nghiệp bảo hiểm với người mua bảo hiểm còn có các quan hệ bảo hiểm phái sinh là quan hệ kinh doanh tái bảo hiểm [2].

1.1.3. Mục đích

Hoạt động kinh doanh bảo hiểm luôn nhằm mục đích thu lợi nhuận. Thu nhập được tạo ra từ Unila phần chênh lệch giữa số phí thu được với các nghĩa vụ trả tiền bảo hiểm hoặc bồi thường cho người được bảo hiểm và số lãi thu được từ hoạt động đầu tư tài chính từ nguồn phí thu được còn phân rồi [1].

1.1.4. Đối tượng:

Đối tượng kinh doanh bảo hiểm là sản phẩm đặc biệt một lời cam kết gắn liền với yếu tố rủi ro. Xét về tính chất kinh doanh thì kinh doanh bảo hiểm thuộc loại hình kinh doanh dịch vụ "Dịch vụ tài chính". Sản phẩm bảo hiểm là sản phẩm vô hình- là sự bảo đảm về mặt tài chính trước rủi ro cho người được bảo hiểm và kèm theo các dịch

vụ có liên quan. Người tham gia bảo hiểm nộp phí cho nhà bảo hiểm để đòi lấy lời hứa hay cam kết là sẽ trả tiền bảo hiểm khi có sự kiện bảo hiểm xảy ra [1].

1.1.5. Các loại hình bảo hiểm

- Phân loại theo đối tượng bảo hiểm
 - + Bảo hiểm tài sản: là loại bảo hiểm lấy tài sản làm đối tượng bảo hiểm. Khi xảy ra rủi ro tổn thất về tài sản như mất mát, hủy hoại về vật chất, người bảo hiểm có trách nhiệm bồi thường cho người được bảo hiểm căn cứ vào giá trị thiệt hại thực tế và mức độ đảm bảo thuận tiện hợp đồng;
 - + Bảo hiểm con người: đối tượng của các loại hình này, chính là tính mạng, thân thể, sức khỏe của con người. Người ký kết hợp đồng bảo hiểm, nộp phí bảo hiểm để thực hiện mong muốn nếu như rủi ro xảy ra làm ảnh hưởng tính mạng, sức khỏe của người được bảo hiểm thì họ hoặc một người thụ hưởng hợp pháp khác sẽ nhận được khoản tiền do người bảo hiểm trả. Bảo hiểm con người có thể là bảo hiểm nhân thọ hoặc bảo hiểm tai nạn - bệnh tật.
 - + Bảo hiểm trách nhiệm dân sự: Đối tượng bảo hiểm là trách nhiệm phát sinh do ràng buộc của các quy định trong luật dân sự, theo đó, người được bảo hiểm phải bồi thường bằng tiền cho người thứ 3 những thiệt hại gây ra do hành vi của mình hoặc do sự vận hành của tài sản thuộc sở hữu của chính mình. Bảo hiểm trách nhiệm dân sự có thể là bảo hiểm trách nhiệm nghề nghiệp hoặc bảo hiểm trách nhiệm công cộng.
- Phân loại theo phương thức quản lý
 - + Bảo hiểm tự nguyện: Là những loại bảo hiểm mà hợp đồng được kết lập dựa hoàn toàn trên sự cân nhắc và nhận thức của người được bảo hiểm. Đây là tính chất vốn có của bảo hiểm thương mại khi nó có vai trò như là một hoạt động dịch vụ cho sản xuất và sinh hoạt con người.
 - + Bảo hiểm bắt buộc: Được hình thành trên cơ sở luật định nhằm bảo vệ lợi ích của nạn nhân trong các vụ tổn thất và bảo vệ lợi ích của toàn bộ nền kinh tế - xã hội. Các hoạt động nguy hiểm có thể dẫn đến tổn thất con người và tài chính trầm trọng gắn liền với trách nhiệm dân sự nghề nghiệp thường là đối tượng của sự bắt buộc này. Ví dụ: bảo hiểm trách nhiệm dân sự chủ xe cơ giới, trách nhiệm dân sự của thợ săn... Tuy nhiên, sự bắt buộc chỉ là bắt buộc người có đối tượng mua bảo hiểm chứ không bắt buộc mua bảo hiểm ở đâu. Tính

chất tương thuận của hợp đồng bảo hiểm được ký kết vẫn còn nguyên vì người được bảo hiểm vẫn tự do lựa chọn nhà bảo hiểm cho mình.

- Phân loại theo mục đích hoạt động:
 - + Bảo hiểm xã hội là sự bảo đảm thay thế hoặc bù đắp một phần thu nhập của người lao động khi họ bị giảm hoặc mất thu nhập do ốm đau, thai sản, tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp, thất nghiệp, hết tuổi lao động hoặc chết, trên cơ sở đóng vào quỹ bảo hiểm xã hội.
 - + Kinh doanh bảo hiểm là hoạt động của doanh nghiệp bảo hiểm nhằm mục đích sinh lợi, theo đó doanh nghiệp bảo hiểm chấp nhận rủi ro của người được bảo hiểm, trên cơ sở bên mua bảo hiểm đóng phí bảo hiểm để doanh nghiệp bảo hiểm trả tiền bảo hiểm cho người thụ hưởng hoặc bồi thường cho người được bảo hiểm khi xảy ra sự kiện bảo hiểm.
- Phân loại theo kỹ thuật bảo hiểm
 - + Bảo hiểm phi nhân thọ: là các loại bảo hiểm đảm bảo cho các rủi ro có tính chất ổn định (tương đối) theo thời gian và thường độc lập với tuổi thọ con người (nên gọi là bảo hiểm phi nhân thọ). Hợp đồng bảo hiểm loại này thường là ngắn hạn (một năm);
 - + Bảo hiểm nhân thọ: là các loại bảo hiểm đảm bảo cho các rủi ro có tính chất thay đổi (rõ rệt) theo thời gian và đối tượng, thường gắn liền với tuổi thọ con người (nên gọi là bảo hiểm nhân thọ). Các hợp đồng loại này thường là dài hạn (10 năm, 20 năm, trọn đời...). [8]

1.1.6. Nguyên tắc hoạt động

Tại điều 6 Luật kinh doanh bảo hiểm và tại Điều 3 Nghị định 45/2007/NĐ- CP ngày 27 tháng 03 năm 2007 có quy định các nguyên tắc cơ bản trong kinh doanh bảo hiểm gồm:

Thứ nhất, Tổ chức, cá nhân muốn hoạt động kinh doanh bảo hiểm, kinh doanh tái bảo hiểm, hoạt động môi giới bảo hiểm tại Việt Nam phải được Bộ Tài chính cấp giấy phép thành lập và hoạt động theo quy định của Luật kinh doanh bảo hiểm. Kinh doanh bảo hiểm là ngành lĩnh vực kinh doanh có điều kiện nên phải được cơ quan có thẩm quyền cấp phép

Thứ hai, tổ chức, cá nhân có nhu cầu bảo hiểm có quyền lựa chọn doanh nghiệp bảo hiểm và chỉ được tham gia bảo hiểm tại doanh nghiệp bảo hiểm được phép hoạt

động tại Việt Nam. Không một tổ chức, cá nhân nào được phép can thiệp trái pháp luật đến quyền lựa chọn doanh nghiệp bảo hiểm, doanh nghiệp môi giới bảo hiểm của bên mua bảo hiểm.

Thứ ba, doanh nghiệp bảo hiểm phải duy trì khả năng tài chính phù hợp với quy mô kinh doanh của mình để bảo vệ quyền lợi của tổ chức, cá nhân tham gia bảo hiểm. [1]

1.1.7. Quy trình kinh doanh bảo hiểm

Quy trình kinh doanh bảo hiểm là một chu trình đảo ngược- sản phẩm bảo hiểm được bán ra trước -doanh thu phát sinh, sau đó mới hát sinh chi phí - Đặc điểm này tạo ra tính nhàn rỗi của nguồn vốn bảo hiểm trong những thời gian nhất định, chủ thể nhận bảo hiểm có thể sử dụng chúng để đầu tư sinh lời nhằm tăng khả năng tài chính cho chi trả bồi thường và tăng thu nhập cho doanh nghiệp. Bởi vậy, đầu tư tài chính là một hoạt động không thể tách rời với hoạt động bảo hiểm. Điều này nó làm cho bảo hiểm có tính phức tạp và ảnh hưởng đến khả năng thanh toán của doanh nghiệp bảo hiểm đòi hỏi phải được quản lý chặt chẽ nhằm bảo đảm lợi ích cho người tham gia. [2]

1.2. Khái quát về nguồn nhân lực

1.2.1. Khái niệm

Cho đến nay, do xuất phát từ các cách tiếp cận khác nhau, nên vẫn có nhiều cách hiểu khác nhau khi bàn về khái niệm nguồn nhân lực.

Theo Liên Hợp quốc, “Nguồn nhân lực là tất cả những kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm, năng lực và tính sáng tạo của con người có quan hệ tới sự phát triển của mỗi cá nhân và của đất nước”. Như vậy, ở đây nguồn lực con người được coi như một nguồn vốn bên cạnh các loại vốn vật chất khác: vốn tiền tệ, công nghệ, tài nguyên thiên nhiên.

Theo nghĩa rộng, nguồn nhân lực là nguồn cung cấp sức lao động cho sản xuất xã hội, cung cấp nguồn lực con người cho sự phát triển. Do đó, nhân lực bao gồm toàn bộ dân cư có thể phát triển bình thường.

Theo nghĩa hẹp, nguồn nhân lực là khả năng lao động của xã hội, là nguồn lực cho sự phát triển kinh tế – xã hội, bao gồm các nhóm dân cư trong độ tuổi lao động, có khả năng tham gia vào lao động, sản xuất xã hội, tức là toàn bộ các cá nhân cụ thể tham gia vào quá trình lao động, là tổng thể các yếu tố về thể lực, trí lực của họ được huy động vào quá trình lao động [7].

1.2.2. Vai trò

- Đảm bảo sự phát triển cho tổ chức: Việc hoạch định nguồn nhân lực cho từng phòng ban, đặt đúng người, đúng việc và giữ – phát triển nhân tài là hoạt động mang tính chiến lược vừa ngắn hạn vừa dài hạn của doanh nghiệp.
- + Ngắn hạn: hoàn thành chỉ tiêu sản xuất và cung ứng dịch vụ trong khoảng thời gian quy định theo kế hoạch.
- + Dài hạn: sự ổn định việc sản xuất và bảo đảm chuỗi cung ứng, tăng sáng tạo và linh hoạt cũng như gìn giữ văn hóa và bản sắc của doanh nghiệp mà chính những điều này mới đem lại vị thế cạnh tranh của chính tổ chức đó.

Trong thời buổi kinh tế mở cửa như hiện nay, nguồn nhân lực chính là yếu tố then chốt giúp các doanh nghiệp nắm lấy cơ hội để phát triển, tăng hiệu suất và hiệu quả kinh doanh.

- Nguồn lực vô tận của tổ chức

Vai trò của nguồn nhân lực đối với doanh nghiệp chính là năng lực vô tận cho sự sáng tạo sản phẩm và kiến tạo tổ chức. Việc giữ cho nhân sự ổn định và tối ưu hóa nguồn nhân lực là việc làm đòi hỏi có tầm chiến lược và thấu hiểu tâm sinh lý con người. Việc này được thực hiện toàn diện trên 3 khía cạnh cơ cấu, điều hành và phát triển:

- + Về cơ cấu: Xây dựng cách lãnh đạo cho nguồn nhân lực, tạo cho nguồn nhân lực các hệ thống (phù hợp với các yếu tố bên trong và bên ngoài doanh nghiệp để điều khiển quá trình.
- + Về điều hành: Với việc điều hành này bạn phải chỉ đạo nhân lực qua việc cách ứng xử của nhân viên qua quá trình lãnh đạo nhân viên và kiểm soát hoạt động làm việc của nhân sự
- + Về phát triển: Là động lực mà các lớp lãnh đạo sẽ hướng nhân viên đến để học hỏi và hoàn thiện liên tục các kỹ năng cần thiết, nhằm xây dựng cơ cấu tổ chức và điều hành tổ chức [7].

1.3. Khái quát về đào tạo nguồn nhân lực trong doanh nghiệp

1.3.1. Xác định nhu cầu

Nhu cầu đào tạo là khoảng cách giữa những gì mong muốn trong tương lai xét về khía cạnh và thái độ của người quản lý và người lao động trong doanh nghiệp.

Xác định nhu cầu đào tạo là quá trình thu thập và phân tích thông tin nhằm làm rõ nhu cầu cần cải thiện kết quả thực hiện công việc và xác định đào tạo hiện tại có phải

là giải pháp nâng cao hiệu quả làm việc, khả năng phát triển với từng cán bộ, nhân viên cụ thể.

Phân tích nhu cầu đào tạo là một quá trình mang tính hệ thống nhằm xác định và xếp thứ tự các mục tiêu, định lượng các nhu cầu và quyết định các mức độ ưu tiên cho các quyết định trong lĩnh vực đào tạo.

Công tác đào tạo và huấn luyện phải giúp ích cho việc thực hiện mục tiêu của doanh nghiệp, hay nói một cách khác là không có sự khác biệt giữa mục tiêu của doanh nghiệp với mục tiêu của việc đào tạo nhân viên. Chính vì vậy, nhu cầu đào tạo nhân viên được xem xét bắt đầu từ nhu cầu của chính bản thân doanh nghiệp. Muốn vậy doanh nghiệp phải tự trả lời câu hỏi:

- Thách thức của môi trường kinh doanh đặt ra cho doanh nghiệp trong ngắn hạn và dài hạn là gì?
- Nhân viên của doanh nghiệp có khả năng đáp ứng đến đâu các đòi hỏi của thị trường?
- Nhân viên của doanh nghiệp còn thiếu gì để thực hiện chiến lược của doanh nghiệp?

Nhu cầu đào tạo của mỗi nhân viên là có những điểm khác biệt do kiến thức cơ bản, tiềm năng và hoài bão phát triển của họ không giống nhau. Do vậy các hoạt động đào tạo phải hướng tới việc thiết kế chương trình sao cho đáp ứng được yêu cầu của từng đối tượng.

Nhu cầu đào tạo quyết định phương pháp đào tạo, không có bất kì chương trình hay phương thức nào phù hợp với mọi nhu cầu. Các chương trình đào tạo được lựa trên cơ sở dung hòa mong muốn của các cá nhân với mục tiêu của doanh nghiệp, trong đó hiệu quả kinh doanh được đưa ra làm tiêu chí ảnh hưởng có tính quyết định.

❖ Cơ sở xác định nhu cầu đào tạo:

- Phân tích mục tiêu, kế hoạch, chiến lược, chỉ số hiệu quả về mặt tổ chức của doanh nghiệp:

Phân tích chỉ số hiệu quả về mặt tổ chức bao gồm việc phân tích các tiêu thức tổ chức như: Năng suất, chất lượng thực hiện công việc, tỷ lệ chuyển chuyển, kỷ luật lao động...

Mục tiêu, chiến lược của doanh nghiệp cho biết định hướng phát triển của doanh nghiệp.

Kế hoạch hóa nguồn nhân lực là quá trình xác định các nhu cầu về nhân lực của tổ chức một cách có hệ thống để phục vụ cho mục tiêu của tổ chức...

- Phân tích công việc

Phân tích công việc là nghiên cứu công việc một cách chi tiết nhằm làm rõ nhiệm vụ, trách nhiệm và các yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm đối với người thực hiện công việc. Từ đó tiến hành các chương trình đào tạo phù hợp.

Trong trường hợp này, sử dụng bảng mô tả công việc và bản yêu cầu đối với người thực hiện là rất hữu ích. Sử dụng biểu mẫu phân tích công việc:

- + Liệt kê các nhiệm vụ công việc chính
- + Xác định mức độ thường xuyên thực hiện các nhiệm vụ, công việc.
- + Tiêu chuẩn mẫu thực hiện công việc.
- + Điều kiện thực hiện công việc.
- + Các kỹ năng và kiến thức cần thiết giảng dạy cho nhân viên.

Việc xác định nhu cầu đào tạo có thể được thực hiện thông qua phương pháp đánh giá nhu cầu cổ điển như phân tích công việc:

Bảng 1.1 Cơ sở xác định nhu cầu đào tạo

Lý do đào tạo	Bối cảnh nảy sinh nhu cầu đào tạo	Kết cục
Luật pháp	Người lao động cần đào tạo điều gì?	Người học cần điều gì?
Thiếu các kỹ năng cơ bản	Phân tích tổ chức	Ai cần đào tạo?
Thực hiện nhiệm vụ tới	Nảy sinh nhu cầu đào tạo có thứ tự ưu tiên.	Loại hình đào tạo?
Công nghệ mới	Sự ủng hộ và hỗ trợ của giới quản lý và đồng sự	Tần số đào tạo?
Đòi hỏi của khách hàng	Chiến lược của tổ chức đi đến đâu, nhằm mục tiêu gì?	Đào tạo hay thực hiện thông qua các hình thức khác như
Tiêu chuẩn thực hiện cao hơn	Các nguồn lực cho đào tạo: Ngân sách, thời gian, chuyên môn, trình độ	tuyển lựa, thiết kế lại công việc?
Công việc mới, sản phẩm mới	Phân tích con người	
	Đặc tính cá nhân: kiến thức, kỹ năng và thái độ.	
	Đầu vào, đầu ra	

	Kết cục: ảnh hưởng, năng suất, chất lượng Phân tích nhiệm vụ Chọn công việc để phân tích Phát triển danh mục các nhiệm vụ Khẳng định danh mục các nhiệm vụ Nhận dạng kiến thức, kỹ năng thái độ cần thiết cho việc thực hiện thành công mỗi nhiệm vụ	
--	---	--

Nguồn: (Quản trị nhân sự - Ts. Nguyễn Hữu Thân)

Phân tích thực hiện công việc: Là nghiên cứu kỹ lưỡng việc thực hiện công việc để xây dựng quy trình thực hiện công việc tối ưu cũng như là để huấn luyện, đào tạo nhân viên khả năng thực hiện công việc. Việc phân tích này chú trọng đến các năng lực và các đặc tính cá nhân của nhân viên, được sử dụng để xác định ai là người có thể đảm đương được công việc và họ thiếu những kiến thức, kỹ năng gì, để từ đó xác định cần chú trọng đào tạo những kiến thức, kỹ năng nào. [3]

1.3.2. Mục tiêu đào tạo

Là xác định kết quả hy vọng đạt được sau khi chương trình thực hiện.

Yêu cầu khi xác định mục tiêu đào tạo

- Phải xuất phát từ nhu cầu
- Mục tiêu phải rõ ràng, cụ thể, phục vụ được cho việc đánh giá.

Nội dung của mục tiêu.

- Kỹ năng cụ thể cần đào tạo và trình độ có được sau đào tạo
- Số lượng và cơ cấu học viên
- Thời gian đào tạo

Việc xác định mục tiêu đào tạo sẽ góp phần nâng cao hiệu quả của công tác đào tạo nhân lực và là cơ sở để đánh giá trình độ chuyên môn của người lao động trong tổ chức. Các mục tiêu đào tạo cần được xác định rõ ràng, cụ thể và có thể đánh giá được. Đào tạo có thể được đánh giá ở bốn cấp độ: phản ứng, kiến thức sau khi đào tạo, hành vi của nhân viên trong công việc và kết quả. Tương tự như vậy, các mục tiêu cũng có thể được diễn giải, trình bày cho mỗi cấp độ này

1.3.3. Đối tượng đào tạo

Đối tượng đào tạo là danh sách những học viên, những vị trí cần được đào tạo của chương trình đào tạo đó. Để xác định được bộ phận cũng như đối tượng cần đào tạo, người xây dựng chương trình đào tạo cần phải trao đổi với những người lãnh đạo bộ phận, trưởng các phòng ban để biết được thực trạng thực hiện công việc, triển vọng nghề nghiệp, nhu cầu đào tạo của người lao động và phải dựa vào các tiêu chuẩn như: kết quả đánh giá thực hiện công việc, phân tích công việc và kết quả kiểm tra giám sát tình hình thực hiện đào tạo hàng năm để xác định nên đào tạo đối tượng nào, thuộc bộ phận gì, và hình thức đào tạo là gì...

Việc xác định được đúng đối tượng đào tạo để đảm bảo đào tạo đúng người cần đào tạo, đúng khả năng và nguyện vọng của họ, tránh tình trạng nhầm lẫn gây lãng phí thời gian và tiền bạc.

Ngoài ra, kế hoạch đào tạo nhân lực cũng phải được gắn liền với các biện pháp tạo động lực lao động. Động lực giúp nhân viên hứng thú với việc đào tạo, động lực giúp nhân viên chuyển hóa thành tựu đào tạo thành các giá trị mới và động lực giúp họ gắn bó lâu dài với tổ chức. Nếu không có các biện pháp tạo động lực thì công tác đào tạo nhân lực chỉ mang tính hình thức, không đạt được hiệu quả mong muốn, hoặc mang lại lợi ích cho cá nhân mà ít đem lại lợi ích cho tổ chức.

Kế hoạch đào tạo nhân lực cũng cần lên được dự trù về kinh phí, các cam kết về thời hạn khóa đào tạo, cũng như định hình được các cách thức đo lường giúp đánh giá và kiểm soát quá trình đào tạo nhân lực. Mọi kế hoạch trước khi được triển khai cần sự phê chuẩn của tổ chức và lãnh đạo kiểm soát chặt chẽ

1.3.4. Phương pháp đào tạo

- Đào tạo trong công việc:

Đào tạo trong công việc là các phương pháp đào tạo trực tiếp tại nơi làm việc, trong đó người học sẽ được học những kiến thức, kỹ năng cần thiết cho công việc thông qua thực tế thực hiện công việc và thường là dưới sự hướng dẫn của những người lao động lành nghề hơn. Đào tạo trong công việc là phương pháp đào tạo hiệu quả, cơ bản nhất, nó hỗ trợ bổ sung cho các hình thức đào tạo ngoài công việc. Đây là phương pháp rất hiệu quả trong việc truyền đạt kiến thức và kỹ năng liên quan trực tiếp đến công việc thông qua hình thức tiếp cận trực tiếp của một người hướng dẫn tại nơi làm việc. Nhóm phương pháp này bao gồm:

+ Đào tạo theo kiểu chỉ dẫn công việc

Đây là phương pháp phổ biến dùng để dạy các kỹ năng thực hiện công việc cho hầu hết công nhân sản xuất và kể cả một số công việc quản lý. Quá trình đào tạo bắt đầu bằng sự giới thiệu và giải thích của người dạy nghề về mục tiêu của công việc và chỉ dẫn tỉ mỉ theo từng bước về cách quan sát, trao đổi, học hỏi và làm thử cho tới khi thành thạo dưới sự hướng dẫn và chỉ dẫn chặt chẽ của người dạy.

+ Đào tạo theo kiểu học nghề

Chương trình đào tạo bắt đầu bằng việc học lý thuyết ở trên lớp, sau đó các học viên được đưa đến làm việc dưới sự hướng dẫn của công nhân lành nghề trong một vài năm; được thực hiện các công việc thuộc nghề cần học cho tới khi thành thạo tất cả các kỹ năng của nghề. Phương pháp này dùng để dạy một nghề hoàn chỉnh cho công nhân. Phương pháp này thực chất là sự kèm cặp của công nhân lành nghề đối với người học và là phương pháp thông dụng ở Việt Nam.

+ Đào tạo theo kiểu kèm cặp và chỉ bảo

Là phương pháp đào tạo trên cơ sở một kèm một được áp dụng đối với lao động quản lý. Phương pháp này thường dùng để giúp cho các cán bộ quản lý và các nhân viên giám sát có thể học được các kiến thức, kỹ năng cần thiết cho công việc trước mắt và công việc trong tương lai thông qua sự kèm cặp chỉ bảo của những người quản lý giỏi hơn. Có 3 cách để kèm cặp là:

- Kèm cặp bởi người lãnh đạo trực tiếp
- Kèm cặp bởi một cố vấn
- Kèm cặp bởi người quản lý có kinh nghiệm hơn
- Luân chuyển và chuyển công việc

Phương pháp này áp dụng cho những chương trình đào tạo người quản lý, bằng cách chuyển người học từ những vị trí này sang vị trí khác làm cho họ nắm được kỹ năng làm việc và kỹ năng xử lý tình huống ở tất cả các lĩnh vực khác nhau để họ có thể làm được những công việc cao hơn trong tương lai. Có thể luân chuyển và chuyển công việc theo ba cách:

- Chuyển đối tượng đào tạo đến nhận cương vị quản lý ở một bộ phận khác trong tổ chức nhưng với chức năng và quyền hạn như cũ.
- Người quản lý đến nhận cương vị công tác mới người lĩnh vực chuyên môn của họ.

- Người quản lý được bố trí luân chuyển công việc trong phạm vi nội bộ một nghề chuyên môn.

- Đào tạo ngoài công việc:

Đào tạo ngoài công việc là phương pháp đào tạo trong đó người học được tác ra khỏi sự thực hiện các công việc thực tế. Đào tạo ngoài công việc thường được thực hiện bên ngoài nơi làm việc với những sự chỉ dẫn trong lớp học. Đào tạo ngoài công việc sẽ rất hiệu quả trong việc truyền đạt các kiến thức kỹ năng cơ bản cho một nhóm lớn những người lao động. Nhóm phương pháp này bao gồm:

+ Tổ chức các lớp ngoài doanh nghiệp

Trong phương pháp này chương trình đào tạo gồm hai phần: lý thuyết và thực hành. Phần lý thuyết được giảng tập trung do các kỹ sư, cán bộ kỹ thuật phụ trách. Còn phần thực hành được tiến hành ở các xưởng thực tập và do công nhân lành nghề hướng dẫn. Phương pháp này được áp dụng đối với những nghề tương đối phức tạp hoặc công việc có tính đặc thù mà việc đào tạo bằng kèm cặp không đáp ứng yêu cầu cả về số lượng và chất lượng.

+ Cử đi học ở các trường chính quy

Doanh nghiệp cử người lao động đến học tập ở các trường dạy nghề hoặc quản lý do các Bộ, Ngành, Trung ương tổ chức nhằm nâng cao trình độ cho nhân viên cả về lý thuyết và thực hành.

+ Các bài giảng, hội nghị và hội thảo

Phương pháp này có thể được tiến hành ở doanh nghiệp hoặc ở bên ngoài, có thể được tổ chức riêng hoặc kết hợp với các phương pháp khác. Theo phương pháp này, học viên sẽ thảo luận theo từng chủ đề dưới sự hướng dẫn của người lãnh đạo nhóm và qua đó họ học được kiến thức và kinh nghiệm cần thiết.

+ Đào tạo từ xa

Là phương pháp đào tạo mà người học và người dạy không cùng gặp nhau trực tiếp tại một địa điểm và thời thời gian mà thông qua phương tiện nghe nhìn trung gian: sách, tài liệu, đĩa CD, VCD, internet..

+ Đào tạo theo kiểu chương trình hóa có sự trợ giúp của máy tính

Đây là phương pháp hiện đại, các chương trình được viết sẵn trên máy tính, học viên chỉ việc thực hiện theo các hướng dẫn của máy tính. Theo đó, học viên được học và được giải đáp ngay trên máy tính. Máy tính sẽ trả lời những thắc mắc cũng như kiểm

tra kiến thức của người sử dụng, đồng thời còn chỉ ra cho học viên biết mình còn thiếu kiến thức nào, cần tham khảo thêm tài liệu gì. Phương pháp này thường rất tốn kém và mất nhiều thời gian để soạn thảo và xây dựng chương trình.

+ Đào tạo theo kiểu phòng thí nghiệm

Các cuộc hội thảo học tập trong đó sử dụng các kỹ thuật như bài tập tình huống, diễn kịch, mô phỏng trên máy tính... phương pháp này giúp cho học viên có nhiều cơ hội thực hành các kiến thức đã học, nâng cao khả năng ứng biến và giải quyết các vấn đề và công việc khi đối mặt thực tế.

+ Đào tạo theo kiểu mô hình ứng xử

Là phương pháp đào tạo được áp dụng cho cấp quản trị. Phương pháp này sử dụng các băng video được soạn thảo đặc biệt để minh họa xem các nhà quản trị đã hành xử thế nào trong các tình huống khác nhau và để phát triển các kỹ năng giao tiếp. Các học viên sẽ học tập dựa vào quan sát các hoạt động của mô hình đó. Mô hình này giúp học viên nhận biết được các chuẩn mực ứng xử ở tư cách là chính học và người khác khi đứng trước việc giải quyết một vấn đề.

+ Đào tạo kỹ năng xử lý công văn giấy tờ

Theo phương pháp này người quản lý nhận được một loạt các tài liệu, các bản ghi nhớ, các chương trình, các báo cáo, lời dặn dò của cấp trên và các thông tin khác mà một người quản lý có thể nhận được khi vừa tới nơi mà việc và học có trách nhiệm xử lý nhanh chóng và đúng đắn. Phương pháp này giúp cho học viên học cách ra quyết định nhanh chóng trong công việc hằng ngày. [4]

1.3.5. Xác định chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo là hệ thống các môn học và bài học được dạy, cho thấy những kiến thức nào, kỹ năng nào cần được dạy và dạy trong bao lâu. Trên cơ sở đó lựa chọn phương pháp đào tạo phù hợp.

Các cá nhân tham gia đào tạo có những kinh nghiệm nghề nghiệp và mức độ hiểu biết khác nhau. Do đó, nội dung của một chương trình đào tạo cụ thể đòi hỏi phải gắn liền với mục tiêu đào tạo, đối tượng đào tạo. Trước khóa đào tạo thường phải có điều tra, khảo sát nhu cầu của học viên để đảm bảo chương trình đào tạo phù hợp vì chương trình đào tạo quá khó hoặc quá dễ đều có thể kém hiệu quả. Chương trình đào tạo phải được xây dựng thật cụ thể về: số môn học, cá môn học sẽ cung cấp trong chương trình,

số giờ học, tiết học của từng môn, chi phí cho mỗi môn, mỗi tiết, các phương tiện cần thiết cho chương trình như: giáo trình, tài liệu, trang thiết bị...

Chương trình đào tạo được xây dựng trên cơ sở nhu cầu đào tạo và mục tiêu đào tạo đã xác định. Sau đó doanh nghiệp sẽ căn cứ vào tình hình cụ thể về năng lực tài chính, cơ sở vật chất... để chọn phương pháp đào tạo phù hợp.

1.3.6. Chi phí đào tạo

Chi phí đào tạo có chi phí tài chính và chi phí cơ hội, trong đó:

- Chi phí tài chính: bao gồm:
 - + Chi phí cho người dạy: tiền lương, tiền công, phụ cấp cho giảng viên
 - + Chi phí cho người học: học phí, phụ cấp, chi phí đào tạo khác (chi phí đi lại, ăn, ở...)
 - + Chi phí cho phương tiện dạy và học: phòng học, máy tính, máy chiếu, văn phòng phẩm, in ấn tài liệu...
 - + Chi phí cho người quản lý chương trình và các chi phí khác: tiền lương, tiền công cho các cán bộ quản lý, chi phí quản lý...
 - + Chi phí tài chính trên đầu mỗi người đi học được xác định:

$$Td = \frac{Cd}{N}$$

Trong đó:

Td: Tổng chi phí tài chính

Cd: Chi phí tài chính tính theo đầu mỗi người đi học

N: số người đi học

- Chi phí cơ hội:

Là những chi phí không phải bằng tiền mà doanh nghiệp hay cá nhân người đi học phải chịu khi tham gia đào tạo, bao gồm: doanh thu, lợi nhuận hoặc hiệu suất công việc giảm sút do việc cử người đi học làm giảm thời gian cống hiến cho công việc, thời gian nghỉ ngơi tái tạo sức lao động của người lao động giảm do phải tham gia đào tạo, các cơ hội khác mà doanh nghiệp hay cá nhân người lao động bỏ qua trong thời gian tham gia đào tạo...

Hiện nay thường thì nguồn kinh phí phục vụ cho công tác đào tạo thường lấy từ quỹ đầu tư và phát triển của doanh nghiệp, cũng có thể từ những nguồn tài trợ khác, kinh phí để phục vụ cho công tác đào tạo cần phải được dự tính hợp lý, không nên eo hẹp quá

mà cũng không nên lãng phí quá, dự tính chi phí đào tạo sao cho hợp lý sẽ giúp cho doanh nghiệp có được kết quả đào tạo tốt hơn. [6]

1.3.7. Đánh giá hiệu quả đào tạo

Cũng giống như những hoạt động khác trong doanh nghiệp, hoạt động đào tạo cũng cần được đánh giá để xem xét kết quả thu được là gì và rút ra bài học kinh nghiệm cho những lần tiếp theo. Sau đây là các câu hỏi mà người tổ chức thực hiện hoạt động đào tạo cần hiểu:

- + Các hoạt động thực hiện có đạt mục tiêu đặt ra hay không?
- + Nhân viên học được những gì từ chương trình đào tạo?
- + Những vấn đề gì trong chương trình đào tạo cần được cải thiện, bổ sung hay thay đổi?
- + Những thay đổi gì (về nội dung, phương pháp, cũng như về chi phí) cần được thực hiện trong kế hoạch đào tạo và phát triển tương lai?

Mặt khác việc đánh giá kết quả hoạt động đào tạo và phát triển cũng giúp trả lời những câu hỏi mà lãnh đạo doanh nghiệp muốn biết về lợi ích đào tạo. Cụ thể là:

- + Nhân viên có thay đổi gì trong công việc của họ không?
- + Những vấn đề về kết quả thực hiện công việc trước khi thực hiện hoạt động đào tạo có được giải quyết không?
- + Chi phí và những nỗ lực bỏ ra cho việc đào tạo có có xứng đáng và hợp lý không?
- + Kết quả cuối cùng mang lại cho doanh nghiệp là gì?

Có rất nhiều phương pháp để đánh giá hiệu quả đào tạo, trong nghiên cứu này tác giả sử dụng mô hình “Bốn cấp độ của Kirkpatrick”. Thông qua bốn cấp độ, tổ chức sẽ có những đánh giá về việc học hỏi trong tổ chức. Mức độ khó sẽ tăng lên theo cấp độ từ 1 đến 4.

Bảng 1.2 Bốn cấp độ đánh giá hiệu quả đào tạo

Cấp độ	Vấn đề cần xem xét	Câu hỏi	Công cụ dùng để kiểm tra
1	Phản ứng	Họ thích khóa học đến mức nào?	Phiếu đánh giá khóa học (cho điểm từng tiêu chí)
2	Học tập	Họ học được những gì?	Bài kiểm tra, tình huống, bài tập mô phỏng, phỏng vấn bảng hỏi

3	Ứng dụng	Họ áp dụng những điều đã học vào công việc thế nào?	Đo lường kết quả thực hiện công việc, phỏng vấn cán bộ trực tiếp quản lý
4	Kết quả	Khoản đầu tư vào đào tạo đem lại hiệu quả gì?	Phân tích chi phí/lợi ích

Nguồn: (Quản trị nhân sự - Ts. Nguyễn Hữu Thân)

- + Phản ứng: Mức độ này thể hiện ý kiến về trải nghiệm học tập của người học. Các câu hỏi sử dụng để đo lường mức độ này thường để xem người học có cảm thấy thoải mái, thỏa mãn hay không với môi trường và nội dung đào tạo.
- + Học tập: cấp 2 được sử dụng để đo lường việc những người tham gia chương trình đào tạo có đạt được những kiến thức, kỹ năng và thái độ khi kết thúc chương trình hay không. Hay nói cách khác, đây là cấp độ xem những mục đích đào tạo được đề ra ban đầu có đạt được hay không.
- + Ứng dụng: cấp độ này được sử dụng để đo lường mức độ hành vi của người được đào tạo có thay đổi sau chương trình đào tạo hay không. Thông thường nó sẽ được sử dụng để đo lường những kiến thức, kỹ năng, và thái độ được học sẽ được ứng dụng vào thực tế công việc như thế nào. Các tổ chức sẽ đo lường trước và sau chương trình học để xác định được cấp độ này.
- + Kết quả: cấp 4 sẽ xác định những kết quả hữu hình của chương trình đào tạo: chi phí giảm, chất lượng và hiệu suất công việc được nâng cao, chất lượng tăng, tỉ lệ nhân viên nghỉ việc ít... Cấp độ này là cấp độ khó nhất để đo lường vì tổ chức cần phải xác định kết quả cuối cùng sẽ có được nhờ việc triển khai chương trình đào tạo là gì.
- + Hiệu quả của hoạt động đào tạo được đánh giá thông qua các chỉ tiêu định lượng như: chi phí đào tạo bình quân 1 người/khóa học, thời gian thu hồi chi phí đào tạo, năng suất lao động, chất lượng sản phẩm /dịch vụ hoặc chất lượng công việc hoàn thành sau đào tạo, doanh thu và lợi nhuận thu được trên 1 đơn vị chi phí đầu tư cho đào tạo. Ngoài ra còn biểu hiện qua các chỉ tiêu định tính như làm thay đổi nhận thức của con người lao động, nâng cao ý thức, trách nhiệm với công việc được giao, nâng cao sự thỏa mãn trong lao động của người lao động...[3]

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO ĐỘI NGŨ TƯ VẤN VIÊN TẠI CÔNG TY TNHH MTV ĐẠI LÝ BẢO HIỂM PHONG GIA VIỆT

2.1. Giới thiệu về công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt (Văn phòng Tổng đại lý bảo hiểm Prudential Khuê Trung - Đà Nẵng)

- Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt là một công ty hoạt động trong lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ. Công ty có trụ sở chính tại 344 Nguyễn Phước Lan, Hòa Xuân, Cẩm Lệ, Đà Nẵng.
- Với tuyên ngôn thương hiệu “Lắng nghe. Thấu hiểu. Hành động.”, công ty TNHH MTV đại lý bảo hiểm Phong Gia Việt khẳng định cam kết luôn đặt khách hàng làm trọng tâm trong suốt quá trình hoạt động.
- Tên quốc tế: PHONG GIA VIET INSURANCE AGENT COMPANY LIMITED
- Tên viết tắt: PHONG GIA VIET CO.,LTD
- Mã số thuế: 0401753145
- Địa chỉ: 344 Nguyễn Phước Lan, Phường Hòa Xuân, Quận Cẩm Lệ, Thành Phố Đà Nẵng, Việt Nam.
- Người đại diện: Giám đốc Lê Thị Huệ
- Ngày hoạt động: 30/03/2016



Hình 2.1. Hình ảnh tòa nhà công ty TNHH MTV đại lý bảo hiểm Phong Gia Việt.

(Nguồn: Bộ phận hỗ trợ đại lý)

❖ Thành tựu của công ty

Công ty TNHH MTV đại lý bảo hiểm Phong Gia Việt trong quá trình hoạt động cũng đã đạt được nhiều thành tựu trong ngành bảo hiểm nhân thọ: - Hoàn thành Target APE năm 2018 - Đạt top công ty đạt chỉ tiêu MDRT năm 2023 - Đạt được danh hiệu có doanh số APE cao nhất quý I năm 2024

❖ Cơ cấu tổ chức của công ty



Hình 2.2. Hình sơ đồ cơ cấu tổ chức của công ty TNHH MTV đại lý bảo hiểm Phong Gia Việt.

(Nguồn: Bộ phận hỗ trợ đại lý)

Chức năng nhiệm vụ từng bộ phận

– Ban giám đốc (GAD):

Chịu trách nhiệm toàn bộ hoạt động kinh doanh cũng như kết quả của các hoạt động đó của công ty TNHH MTV Đại lý bảo hiểm Phong Gia Việt với pháp luật tại Việt Nam.

Giám đốc có quyền quyết định tất cả các vấn đề liên quan đến hoạt động hàng ngày của công ty, tổ chức kiểm tra việc thực hiện kế hoạch kinh doanh và kế hoạch đầu tư của công ty, ban hành các quy chế quản lý nội bộ, bổ nhiệm, miễn nhiệm cách chức các chức quản lý trong công ty, kiến nghị các phương án sử dụng lợi nhuận hoặc sử lý các khoản lỗ trong công ty, tuyển dụng lao động.

Ban giám đốc hiện tại của công ty TNHH MTV Đại lý bảo hiểm Phong Gia Việt là bà Lê Thị Huệ.

- Quản lý văn phòng (OM)

Chịu trách nhiệm quản lý và điều hành các hoạt động hàng ngày của văn phòng, đảm bảo mọi quy trình diễn ra suôn sẻ và hiệu quả. Vai trò của OM bao gồm nhiều nhiệm vụ quan trọng, từ việc quản lý tài chính đến vật tư và trang thiết bị cần thiết cho hoạt động của doanh nghiệp. Họ cũng là người đảm bảo rằng văn phòng luôn được duy trì trong trạng thái tốt nhất, tạo ra một môi trường làm việc thuận lợi cho nhân viên.

- Quản lý sale (SM)

Đóng vai trò hỗ trợ đội ngũ kinh doanh của công ty. Họ chịu trách nhiệm xây dựng kế hoạch và chiến lược bán hàng, đồng thời hỗ trợ nhân viên đạt được các mục tiêu doanh số đề ra. Để đạt được điều này, SM phải tuyển dụng, đào tạo và phát triển kỹ năng cho đội ngũ, giúp họ nâng cao hiệu quả làm việc và khả năng tiếp cận khách hàng.

- Chăm sóc khách hàng (CS)

Bộ phận chăm sóc khách hàng đóng vai trò là cầu nối giữa công ty và khách hàng. CS thường xuyên làm việc tại đại lý. Nhiệm vụ chính của bộ phận này là lắng nghe, giải đáp thắc mắc và hỗ trợ khách hàng trong quá trình sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty. Ngoài việc hỗ trợ trực tiếp, bộ phận này còn đóng góp vào việc thu thập ý kiến phản hồi từ khách hàng, giúp công ty cải thiện sản phẩm, dịch vụ và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

- Hỗ trợ đại lý (BO)

Là bộ phận đảm nhiệm vai trò hỗ trợ và cung cấp các dịch vụ hậu cần cho các đại lý, giúp họ hoạt động hiệu quả và chuyên nghiệp hơn. Công việc của bộ phận này bao gồm nhiều nhiệm vụ khác nhau như xử lý hồ sơ nhân viên, cung cấp thông tin sản phẩm, giải quyết các vấn đề liên quan đến hợp đồng và chính sách. Nhân viên BO thường xuyên làm việc với các đại lý để đảm bảo rằng họ nắm rõ các quy trình và quy định của công ty, đồng thời hỗ trợ họ trong việc giải đáp thắc mắc và xử lý các tình huống phát sinh.

- Bộ phận huấn luyện (ATD)

Đây là bộ phận chịu trách nhiệm triển khai các chương trình đào tạo, nhằm nâng cao kiến thức chuyên môn, kỹ năng mềm, cũng như khả năng quản lý và lãnh đạo. Ngoài

ra, ATD cũng giám sát và đánh giá hiệu quả của các khóa huấn luyện, từ đó đưa ra các cải tiến phù hợp.

- Bộ phận phát triển kinh doanh (AD)

AD có trách nhiệm chủ yếu trong việc thúc đẩy kinh doanh và mở rộng thị trường cho công ty. Ngoài ra, AD cũng tham gia vào việc phát triển chiến lược tiếp thị và sản phẩm bảo hiểm, nhằm tăng cường nhận thức về bảo hiểm và đẩy mạnh doanh thu

- Giám đốc ban kinh doanh (BM)

Giám đốc ban kinh doanh đóng vai trò quan trọng trong việc điều hành và phát triển các hoạt động kinh doanh. Có trách nhiệm xây dựng chiến lược phát triển thị trường, mở rộng mạng lưới khách hàng, và đảm bảo đạt được các chỉ tiêu doanh thu đề ra. Bên cạnh đó, giám đốc còn quản lý và đào tạo đội ngũ nhân viên kinh doanh, giúp họ nâng cao kỹ năng tư vấn và bán hàng, nhằm cung cấp các sản phẩm bảo hiểm phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Bên cạnh đó, giám đốc ban kinh doanh phải liên tục theo dõi, phân tích thị trường, cập nhật các xu hướng mới để kịp thời điều chỉnh các chiến lược kinh doanh, đảm bảo công ty luôn duy trì được lợi thế cạnh tranh.

- Trưởng phòng kinh doanh (UM)

Có vai trò quản lý và điều hành toàn bộ hoạt động kinh doanh của một phòng trong công ty. UM có trách nhiệm xây dựng và triển khai các chiến lược kinh doanh nhằm đạt được mục tiêu doanh số đã đề ra. Bên cạnh đó, họ cũng phải dẫn dắt, đào tạo và phát triển đội ngũ nhân viên dưới quyền và đưa ra các giải pháp sáng tạo để mở rộng thị phần và tăng trưởng doanh thu.

- Phó phòng kinh doanh (PUM)

Là người hỗ trợ Trưởng phòng kinh doanh trong việc quản lý và điều hành hoạt động kinh doanh của phòng hoặc bộ phận. Họ có nhiệm vụ đảm bảo các kế hoạch và chiến lược kinh doanh được thực hiện một cách hiệu quả, đồng thời hỗ trợ giám sát và hướng dẫn đội ngũ nhân viên kinh doanh nhằm đạt được các mục tiêu doanh số đề ra. PUM đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ xây dựng và triển khai các chương trình bán hàng, theo dõi sát sao hiệu quả công việc của từng thành viên trong nhóm, cũng như đưa ra các biện pháp điều chỉnh kịp thời nếu cần thiết.

- Tư vấn viên (AG)

Tư vấn viên là người trực tiếp tiếp xúc với khách hàng, đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin và giải pháp phù hợp với nhu cầu của họ. Công việc của

tư vấn viên không chỉ dừng lại ở việc giới thiệu sản phẩm, dịch vụ mà còn bao gồm việc lắng nghe, phân tích và hiểu rõ những yêu cầu, mong muốn của khách hàng để đưa ra những lời khuyên và đề xuất hiệu quả nhất. Nhờ đó, họ giúp khách hàng có được lựa chọn đúng đắn và tối ưu hóa trải nghiệm sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ của doanh nghiệp. Đối với các chính sách của công ty, mọi nhân viên đều có tiềm năng đóng góp vào việc tạo ra doanh thu, bất kể vị trí hay bộ phận họ đang làm việc. Điều này phản ánh sự quan trọng của việc khuyến khích và hỗ trợ nhân viên phát huy tối đa năng lực của mình để đạt được mục tiêu kinh doanh chung.

2.1.2. Lĩnh vực/sản phẩm kinh doanh

Prudential Việt Nam là một trong những công ty bảo hiểm nhân thọ hàng đầu tại Việt Nam, hoạt động trong lĩnh vực bảo hiểm và tài chính với sứ mệnh giúp khách hàng đạt được sự an tâm và ổn định tài chính dài hạn. Từ khi chính thức hoạt động tại Việt Nam vào năm 1999, Prudential đã không ngừng mở rộng lĩnh vực kinh doanh và phát triển đa dạng các sản phẩm, phục vụ nhu cầu bảo vệ, đầu tư, chăm sóc sức khỏe và tích lũy của khách hàng trên toàn quốc.

❖ Lĩnh vực kinh doanh

– Bảo hiểm nhân thọ:

Đây là lĩnh vực cốt lõi của Prudential, cung cấp các giải pháp bảo vệ tài chính toàn diện trước những rủi ro không lường trước như bệnh tật, tai nạn hay tử vong. Các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ không chỉ giúp bảo vệ khách hàng mà còn mang lại sự hỗ trợ thiết thực cho gia đình trong những tình huống khó khăn.

– Bảo hiểm sức khỏe và y tế:

Prudential cung cấp các giải pháp bảo hiểm y tế đa dạng, giúp khách hàng an tâm trước các chi phí khám chữa bệnh, phẫu thuật, nằm viện hoặc điều trị bệnh nghiêm trọng. Các sản phẩm này hỗ trợ chi phí y tế kịp thời, đảm bảo sức khỏe là ưu tiên hàng đầu.

– Bảo hiểm liên kết đầu tư:

Đây là giải pháp kết hợp giữa bảo hiểm bảo vệ và đầu tư tài chính, giúp khách hàng tối ưu hóa nguồn lực tài chính của mình. Các sản phẩm liên kết đầu tư mang lại cơ hội gia tăng tài sản trong khi vẫn đảm bảo được các quyền lợi bảo hiểm.

– Tích lũy tài chính và giáo dục:

Prudential cung cấp các sản phẩm giúp khách hàng tiết kiệm tài chính dài hạn, hướng đến các mục tiêu cụ thể như giáo dục con cái, xây dựng gia đình hoặc thực hiện

ước mơ lớn. Những sản phẩm này không chỉ đảm bảo nguồn tài chính ổn định mà còn tạo động lực giúp khách hàng quản lý tài chính hiệu quả.

- Kế hoạch hưu trí:

Prudential mang đến các sản phẩm hưu trí linh hoạt, hỗ trợ khách hàng chuẩn bị tài chính ổn định cho cuộc sống an nhàn khi về già. Điều này giúp khách hàng yên tâm tận hưởng tuổi hưu mà không lo lắng về nguồn thu nhập.

- Dịch vụ tài chính:

Ngoài bảo hiểm, Prudential còn cung cấp các giải pháp tài chính linh hoạt, hỗ trợ khách hàng quản lý tài sản và đạt được các mục tiêu tài chính thông qua các kế hoạch đầu tư an toàn, hiệu quả.

❖ Sản phẩm kinh doanh chính

- Bảo hiểm bảo vệ:

- + PRU-An Tâm Trọn Đời: Mang đến sự bảo vệ lâu dài cho khách hàng và gia đình trước những rủi ro không mong muốn.

- + PRU-Guard 24/7: Sản phẩm toàn diện bảo vệ khách hàng trước các rủi ro như tai nạn, thương tật và tử vong.

- Bảo hiểm liên kết đầu tư:

- + PRU-Wealth Maximizer: Giúp khách hàng tối đa hóa giá trị tài sản thông qua các quỹ đầu tư uy tín.

- + PRU-FlexInvest: Một sản phẩm liên kết đầu tư linh hoạt, phù hợp với nhu cầu bảo vệ và đầu tư của từng khách hàng.

- Bảo hiểm liên kết chung:

- + PRU-Bảo vệ tối ưu: Sản phẩm này giúp bảo vệ toàn diện trước các rủi ro như tử vong, thương tật do tai nạn, bệnh lý nghiêm trọng, đồng thời tích lũy tài chính cho tương lai. Nó hướng đến những khách hàng mong muốn sự bảo vệ tài chính vững chắc với chi phí hợp lý.

- + PRU-Chủ động cuộc sống: Đây là một giải pháp bảo hiểm linh hoạt hơn, giúp khách hàng chủ động điều chỉnh mức độ bảo vệ và tiết kiệm theo nhu cầu thực tế. Sản phẩm này mang lại sự chủ động trong việc điều chỉnh các quyền lợi bảo hiểm, linh hoạt trong kế hoạch tài chính dài hạn.

- Bảo hiểm sức khỏe và y tế:
 - + PRU-Hành Trang Vui Khỏe: Đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe toàn diện, hỗ trợ chi phí điều trị bệnh và nằm viện.
 - + PRU-Hành Trang Vượt Khó: Bảo hiểm bệnh hiểm nghèo, giúp khách hàng vượt qua các giai đoạn khó khăn trong cuộc sống.
- Bảo hiểm giáo dục và tích lũy:
 - + PRU-Hành Trang Tương Lai: Một giải pháp giúp phụ huynh chuẩn bị tài chính vững chắc cho việc học tập của con em.
 - + PRU-Cuộc Sống Bình An: Sản phẩm bảo hiểm tích lũy, mang đến sự an tâm và tài chính ổn định cho các kế hoạch tương lai.
- Bảo hiểm hưu trí:
 - + PRU-Hưu Trí An Nhiên: Sản phẩm tiết kiệm dài hạn, giúp khách hàng đảm bảo một cuộc sống tuổi già độc lập về tài chính.

2.1.3. Tầm nhìn, sứ mệnh và các giá trị cốt lõi

❖ Tầm nhìn

Là lựa chọn số 1 về bảo hiểm nhân thọ cho mọi gia đình Việt.

❖ Sứ mệnh

Trở thành người bạn đồng hành và người bảo vệ đáng tin cậy nhất cho các thế hệ hôm nay và mai sau thông qua việc mang đến các giải pháp tài chính và sức khỏe đơn giản và dễ tiếp cận.

❖ Giá trị cốt lõi

Prudential luôn ưu tiên đặt khách hàng làm trọng tâm của doanh nghiệp, nhấn mạnh sự đơn giản, đề cao tính sáng tạo và kết nối nhân văn trong mọi hoạt động hướng đến khách hàng.

2.2. Các yếu tố môi trường tác động đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

2.2.1. Các yếu tố vi mô

2.2.1.1. Khách hàng

❖ Phân khúc khách hàng

Khách hàng cá nhân: Các cá nhân trong độ tuổi từ 25 đến 45, là đối tượng có thu nhập ổn định và nhu cầu bảo vệ tài chính cá nhân và gia đình. Đây là nhóm khách hàng chính của các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ và bảo hiểm sức khỏe.

Tầng lớp trung lưu và cao cấp: Sự gia tăng của tầng lớp trung lưu tại Việt Nam, dự báo sẽ đạt khoảng 44 triệu người vào năm 2024, là một yếu tố tạo cơ hội lớn cho các sản phẩm bảo hiểm có giá trị lâu dài và các sản phẩm bảo hiểm kết hợp đầu tư. Phong Gia Việt có thể tập trung vào việc cung cấp các sản phẩm đầu tư có giá trị, bảo vệ tài chính gia đình và các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ tích hợp đầu tư.

❖ Nhu cầu và thói quen tiêu dùng bảo hiểm

Tỷ lệ tham gia bảo hiểm tại Việt Nam: Mặc dù tỷ lệ tham gia bảo hiểm ở Việt Nam còn thấp (ước tính khoảng 10-12% trong năm 2024), thị trường này vẫn có tiềm năng lớn. Tổng doanh thu phí bảo hiểm của ngành bảo hiểm Việt Nam năm 2023 ước tính đạt khoảng 200.000 tỷ đồng (tương đương 8,5 tỷ USD), trong đó bảo hiểm nhân thọ chiếm khoảng 60%. Điều này phản ánh xu hướng tăng trưởng của thị trường bảo hiểm và tiềm năng lớn mà công ty có thể khai thác.

Nhu cầu sản phẩm bảo hiểm sức khỏe: Với sự gia tăng của các vấn đề sức khỏe và lo ngại về chi phí y tế, sản phẩm bảo hiểm sức khỏe đang ngày càng được ưa chuộng. Theo thống kê, nhu cầu về bảo hiểm sức khỏe tại Việt Nam đang tăng mạnh, đặc biệt trong các khu vực thành thị. Các sản phẩm như PRU-Sức Khỏe Vàng và PRU-Đồng Hành Sức Khỏe của Prudential đáp ứng nhu cầu bảo vệ sức khỏe cho cả cá nhân và gia đình.

Nhu cầu sản phẩm bảo hiểm kết hợp đầu tư: Các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ kết hợp với đầu tư đang ngày càng thu hút sự chú ý từ nhóm khách hàng có thu nhập cao, nhờ vào khả năng tích lũy tài chính lâu dài và đa dạng hóa các kênh đầu tư. Những sản phẩm này của Prudential giúp khách hàng không chỉ bảo vệ bản thân mà còn gia tăng giá trị tài sản thông qua các quỹ đầu tư.

2.2.1.2. Đối thủ cạnh tranh

Các văn phòng tổng đại lý bảo hiểm thuộc Prudential tại khu vực Đà Nẵng: Các văn phòng tổng đại lý cùng trực thuộc Prudential là đối thủ cạnh tranh trực tiếp với công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt vì tất cả đều là đại lý của Prudential. Cùng kinh doanh các dòng sản phẩm giống nhau, dẫn đến việc cạnh tranh cao của từng văn phòng.

Manulife Việt Nam: Manulife là một trong những đối thủ cạnh tranh mạnh mẽ nhất của Prudential tại thị trường bảo hiểm nhân thọ. Họ cung cấp các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ kết hợp đầu tư với các gói bảo hiểm sức khỏe và bảo hiểm hưu trí hấp dẫn.

AIA Việt Nam: AIA nổi bật với các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ và bảo hiểm sức khỏe có tính linh hoạt cao. AIA cũng rất mạnh trong việc phát triển các sản phẩm bảo hiểm liên kết đầu tư và chú trọng vào kênh phân phối trực tuyến.

Bảo Việt Nhân Thọ: Bảo Việt là một trong những công ty bảo hiểm lâu đời tại Việt Nam, có thế mạnh về các sản phẩm bảo hiểm sức khỏe, bảo hiểm nhân thọ và các gói bảo hiểm hưu trí.

FWD Việt Nam: FWD đang gia tăng sự cạnh tranh mạnh mẽ trong lĩnh vực bảo hiểm trực tuyến và các sản phẩm bảo hiểm sức khỏe cá nhân. Công ty này cũng chú trọng vào việc đổi mới sản phẩm và áp dụng công nghệ số để cải thiện trải nghiệm khách hàng.

2.2.1.3. Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn

- Các công ty công nghệ tài chính (Fintech)

Fintech đang phát triển nhanh chóng tại Việt Nam với các sản phẩm như bảo hiểm số (Insurtech). Các công ty này có thể cung cấp dịch vụ bảo hiểm trực tuyến với chi phí thấp hơn và quy trình nhanh chóng, thu hút nhóm khách hàng trẻ và quen thuộc với công nghệ.

- Ngân hàng và công ty tài chính

Các ngân hàng lớn đẩy mạnh dịch vụ bancassurance hoặc tự phát triển sản phẩm bảo hiểm nhân thọ có thể trở thành đối thủ đáng gờm.

Các ngân hàng như Vietcombank, Techcombank hoặc BIDV có thể tận dụng mạng lưới rộng lớn và cơ sở dữ liệu khách hàng để cung cấp bảo hiểm nhân thọ, giảm sự phụ thuộc vào các đối tác bảo hiểm.

- Các công ty bảo hiểm quốc tế mới gia nhập

Các tập đoàn bảo hiểm quốc tế lớn chưa hiện diện tại Việt Nam có thể tham gia thị trường trong tương lai. Với tiềm lực tài chính mạnh mẽ và kinh nghiệm toàn cầu, họ có thể trở thành đối thủ tiềm năng.

- Xu hướng tự quản lý tài chính

Người tiêu dùng ngày càng có xu hướng tìm hiểu và quản lý tài chính cá nhân, thông qua các sản phẩm đầu tư thay thế như quỹ mở, trái phiếu hoặc chứng khoán. Điều này có thể giảm nhu cầu đối với các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ truyền thống.

- Các tổ chức phi lợi nhuận và hợp tác xã

Các tổ chức phi lợi nhuận hoặc hợp tác xã có thể phát triển các sản phẩm bảo hiểm vi mô (microinsurance) để phục vụ phân khúc thu nhập thấp, cạnh tranh với phân khúc truyền thống của Prudential.

2.2.1.4. Nhà cung cấp

- Các tổ chức tài chính
 - + Ngân hàng TMCP Hàng Hải Việt Nam (MSB)
 - + Ngân hàng TMCP Đông Á (DongA Bank)
- Công ty quản lý tài sản và đầu tư
 - + Eastspring Investments: Là công ty quản lý quỹ trực thuộc Prudential, hỗ trợ quản lý tài sản và đầu tư cho các hợp đồng bảo hiểm nhân thọ và các quỹ liên kết.
- Công ty công nghệ
 - + FPT Software: Cung cấp giải pháp phần mềm và hệ thống quản lý.
 - + SAP và Oracle: Cung cấp hệ thống ERP (Enterprise Resource Planning).
 - + Các cổng thanh toán trực tuyến: Hỗ trợ giao dịch thanh toán phí bảo hiểm như MoMo, ZaloPay, ViettelPay.
- Các công ty y tế và dịch vụ chăm sóc sức khỏe
 - + Bệnh viện Đa khoa Quốc tế Vinmec
 - + Bệnh viện Hoàn Mỹ
 - + Bệnh viện FV
 - + Các phòng khám và trung tâm y tế tư nhân lớn.
- Nhà cung cấp dịch vụ đào tạo
 - + Viện đào tạo bảo hiểm Việt Nam (VIAS)
 - + Các trung tâm đào tạo kỹ năng mềm và quản lý nhân sự.
- Nhà cung cấp in ấn và truyền thông
 - + Hợp tác với các công ty in ấn để sản xuất tài liệu marketing và hợp đồng bảo hiểm.
 - + Các công ty truyền thông và quảng cáo như Dentsu, Ogilvy, hỗ trợ chiến dịch truyền thông thương hiệu và sản phẩm.
- Công ty vận tải và logistics
 - + VNPost (Bưu điện Việt Nam)
 - + Viettel Post

2.2.1.5. Sản phẩm thay thế

- Quỹ đầu tư: Các quỹ đầu tư mở (open-ended funds) hoặc quỹ đầu tư chứng khoán có thể thay thế các sản phẩm bảo hiểm liên kết đầu tư.
- Chứng khoán: Đầu tư trực tiếp vào cổ phiếu hoặc trái phiếu doanh nghiệp có thể thay thế các sản phẩm bảo hiểm có yếu tố đầu tư.
- Sổ tiết kiệm ngân hàng: Sản phẩm tiết kiệm dài hạn tại ngân hàng là giải pháp thay thế phổ biến để đảm bảo an toàn tài chính.
- Bất động sản: Đầu tư vào bất động sản để bảo đảm tài sản dài hạn và tạo nguồn thu nhập thụ động.
- Vàng: Dự trữ vàng như một cách bảo vệ tài sản trước lạm phát.

2.2.1.6. Trung gian marketing

❖ Trung gian phân phối:

- Phân phối sản phẩm: Đại diện cho Prudential giới thiệu, tư vấn, và phân phối các gói bảo hiểm đến khách hàng cá nhân và tổ chức.
- Tiếp cận khách hàng: Là cầu nối giữa Prudential và khách hàng, giúp tiếp cận các nhóm khách hàng tiềm năng thông qua mạng lưới bán hàng và chăm sóc khách hàng.
- Hỗ trợ dịch vụ hậu mãi: Hỗ trợ khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ bảo hiểm, xử lý hồ sơ bồi thường, gia hạn hợp đồng hoặc thay đổi thông tin.

❖ Trung gian tài chính:

- Ngân hàng: Hợp tác với các ngân hàng (bancassurance) để phân phối sản phẩm bảo hiểm thông qua các chi nhánh ngân hàng. Khách hàng có thể mua bảo hiểm trực tiếp khi thực hiện giao dịch tài chính tại ngân hàng.
- Cổng thanh toán điện tử: Hỗ trợ khách hàng thanh toán phí bảo hiểm định kỳ thông qua các cổng thanh toán trực tuyến (MoMo, ZaloPay, Payoo, Internet Banking,...).
- Tổ chức tín dụng: Đối với các khách hàng có nhu cầu vay vốn để mua bảo hiểm hoặc đầu tư vào các sản phẩm tài chính liên kết bảo hiểm.

❖ Trung gian vận chuyển:

- Vận chuyển hồ sơ và tài liệu: Các đối tác vận chuyển như Viettel Post, VNPost hoặc các dịch vụ giao hàng nhanh được sử dụng để giao nhận hồ sơ bảo hiểm, hợp đồng, và giấy tờ quan trọng đến khách hàng hoặc văn phòng Prudential.

- Hỗ trợ sự kiện: Trong các chương trình hội thảo, sự kiện bảo hiểm, trung gian vận chuyển giúp đảm bảo các tài liệu và công cụ được giao đến đúng địa điểm.

❖ **Trung gian truyền thông:**

- Công ty quảng cáo: Hợp tác với các đối tác truyền thông để thực hiện các chiến dịch marketing, chạy quảng cáo trên mạng xã hội (Facebook, Google Ads) hoặc các kênh truyền thống như TV, báo chí.
- Sàn thương mại điện tử: Hỗ trợ giới thiệu sản phẩm bảo hiểm thông qua các nền tảng như Shopee, Tiki (đối với các sản phẩm bảo hiểm đơn giản).

2.2.2. Các yếu tố vĩ mô

2.2.2.1. Yếu tố kinh tế

Năm 2025, Việt Nam dự kiến đạt mức tăng trưởng GDP khoảng 6,8%. Sau khi trải qua một giai đoạn phục hồi mạnh mẽ từ đại dịch COVID-19, nền kinh tế Việt Nam đã trở lại quỹ đạo tăng trưởng ổn định, với các ngành sản xuất, xuất khẩu, và tiêu dùng mạnh mẽ. Điều này mở ra cơ hội lớn cho các công ty bảo hiểm, bao gồm Phong Gia Việt, trong việc cung cấp các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ, sức khỏe và tiết kiệm cho các cá nhân và gia đình.

Thu nhập bình quân đầu người tại Việt Nam năm 2025 dự kiến đạt khoảng 4.500 USD, cao hơn mức trung bình của khu vực Đông Nam Á. Mức thu nhập ngày càng tăng giúp người dân có khả năng chi tiêu và đầu tư vào các sản phẩm bảo hiểm, giúp Phong Gia Việt phát triển thị trường mục tiêu của mình.

Việt Nam tiếp tục duy trì kim ngạch xuất khẩu mạnh mẽ. Trong năm 2025, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam ước đạt 364 tỷ USD, trong khi kim ngạch nhập khẩu cũng đạt mức cao, thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp và tiêu dùng, tạo ra nhu cầu đối với các sản phẩm bảo hiểm dành cho doanh nghiệp và cá nhân.

Mặc dù lạm phát tại Việt Nam trong năm 2025 dự kiến sẽ giữ ở mức ổn định, khoảng 4-5%, nhưng sự biến động giá cả hàng hóa và dịch vụ có thể ảnh hưởng đến sức mua của người dân. Lạm phát có thể khiến người tiêu dùng hạn chế chi tiêu cho các sản phẩm bảo hiểm không thiết yếu, vì vậy, công ty sẽ cần điều chỉnh chiến lược giá cả và tập trung vào các sản phẩm bảo hiểm thiết yếu và có giá trị lâu dài.

Sự biến động tỷ giá đồng Việt Nam và các chính sách tiền tệ của Ngân hàng Nhà nước có thể ảnh hưởng đến các sản phẩm bảo hiểm liên kết đầu tư (unit-linked) hoặc các sản phẩm tiết kiệm có yếu tố ngoại tệ. Điều này tạo ra cơ hội và thách thức đối với

Phong Gia Việt (Prudential) khi phát triển các sản phẩm bảo hiểm liên kết với tài chính quốc tế.

Các dự án đầu tư cơ sở hạ tầng lớn tại Việt Nam, bao gồm xây dựng đường cao tốc, các khu công nghiệp, cảng biển và sân bay, sẽ thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và nhu cầu bảo hiểm cho các dự án này. Công ty có thể phát triển các sản phẩm bảo hiểm cho các nhà đầu tư, doanh nghiệp và người lao động trong các ngành xây dựng và hạ tầng.

2.2.2.2. Yếu tố dân số

Dân số Việt Nam vào năm 2025 ước đạt khoảng gần 100 triệu người, với khoảng 70% là dân số trong độ tuổi lao động. Việt Nam có một dân số trẻ, năng động và ngày càng chú trọng đến việc bảo vệ tài chính cá nhân và gia đình. Đây là cơ hội lớn để công ty bảo hiểm nhân thọ Prudential phát triển các sản phẩm bảo hiểm phù hợp với nhu cầu của khách hàng, đặc biệt là bảo hiểm nhân thọ và sức khỏe. Tỷ lệ tham gia bảo hiểm: Mặc dù tỷ lệ tham gia bảo hiểm tại Việt Nam vẫn còn thấp so với các quốc gia phát triển, nhưng thị trường bảo hiểm Việt Nam đang có tốc độ tăng trưởng nhanh. Theo dự báo, tỷ lệ tham gia bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam sẽ đạt khoảng 10-12% vào năm 2025, và Prudential có thể tận dụng cơ hội này để tăng trưởng thị phần.

Người dân Việt Nam ngày càng có nhận thức tốt hơn về bảo hiểm, đặc biệt là trong các thành phố lớn như Hà Nội, TP.HCM và Đà Nẵng. Các chiến dịch truyền thông của các công ty bảo hiểm, đang giúp nâng cao nhận thức và thúc đẩy việc tham gia bảo hiểm, đặc biệt là các sản phẩm bảo hiểm sức khỏe và bảo hiểm nhân thọ.

2.2.2.3. Yếu tố chính trị và pháp lý

Chính phủ Việt Nam trong năm 2025 tiếp tục thúc đẩy các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp trong lĩnh vực tài chính và bảo hiểm. Các chính sách này bao gồm các biện pháp giảm thuế, cải cách hành chính và hỗ trợ doanh nghiệp trong việc phát triển sản phẩm bảo hiểm mới, đáp ứng nhu cầu thị trường.

Năm 2025, Việt Nam tiếp tục hoàn thiện các quy định pháp lý về bảo hiểm, đảm bảo tính minh bạch và bảo vệ quyền lợi của khách hàng. Các công ty bảo hiểm như Prudential cần tuân thủ chặt chẽ các quy định này, từ việc đăng ký sản phẩm đến việc giải quyết quyền lợi bảo hiểm cho khách hàng.

Các quy định pháp lý về bảo vệ người tiêu dùng tại Việt Nam đang trở nên nghiêm ngặt hơn, yêu cầu các công ty bảo hiểm phải minh bạch hơn trong việc cung cấp thông tin về sản phẩm, quy trình và quyền lợi bảo hiểm. Các quy định này sẽ thúc đẩy

Prudential nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng và tạo sự tin tưởng vững chắc từ phía người tiêu dùng.

Chính phủ Việt Nam đang khuyến khích các công ty bảo hiểm phát triển các sản phẩm bảo hiểm sức khỏe để đáp ứng nhu cầu bảo vệ sức khỏe của người dân. Điều này tạo ra cơ hội cho Phong Gia Việt trong việc cung cấp các sản phẩm bảo hiểm sức khỏe cá nhân và gia đình.

2.2.2.4. Yếu tố công nghệ

Công nghệ đã và đang đóng vai trò quan trọng trong ngành bảo hiểm Việt Nam. Các công ty bảo hiểm, văn phòng đại lý bảo hiểm bao gồm Phong Gia Việt, đang triển khai các nền tảng bán hàng trực tuyến, chăm sóc khách hàng qua ứng dụng di động, và sử dụng công nghệ AI trong tư vấn và xử lý yêu cầu bảo hiểm. Điều này không chỉ giúp tăng cường hiệu quả hoạt động mà còn cải thiện trải nghiệm của khách hàng.

Các công ty bảo hiểm tại Việt Nam, đã triển khai các giải pháp công nghệ số để tăng cường khả năng tiếp cận và quản lý hợp đồng bảo hiểm. Các ứng dụng di động, chatbot và các nền tảng bán hàng trực tuyến đang được ứng dụng để giúp khách hàng dễ dàng theo dõi hợp đồng và yêu cầu quyền lợi bảo hiểm.

2.2.2.5. Yếu tố môi trường

Việt Nam là một trong những quốc gia chịu ảnh hưởng nặng nề của biến đổi khí hậu, với các hiện tượng thời tiết cực đoan như bão lũ, hạn hán, và lũ lụt. Điều này thúc đẩy nhu cầu bảo hiểm tài sản, bảo hiểm nhà cửa và bảo hiểm sức khỏe. Phong Gia Việt có thể tận dụng cơ hội này để phát triển các sản phẩm bảo hiểm thiên tai và bảo hiểm sức khỏe phù hợp với nhu cầu của người dân tại các khu vực chịu ảnh hưởng thiên tai.

Chính phủ Việt Nam đang thúc đẩy các chính sách bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Điều này tạo cơ hội cho Phong Gia Việt phát triển các sản phẩm bảo hiểm thân thiện với môi trường, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và giảm thiểu tác động của các yếu tố môi trường đối với khách hàng.

2.2.2.6. Yếu tố văn hóa – xã hội

Người Việt Nam có thói quen tiết kiệm cao và coi trọng an ninh tài chính. Điều này tạo cơ hội cho các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ, bảo hiểm sức khỏe, và các sản phẩm bảo hiểm kết hợp đầu tư, giúp khách hàng bảo vệ tài chính lâu dài và tạo ra nguồn tiết kiệm cho tương lai.

Trong xã hội Việt Nam, gia đình là yếu tố rất quan trọng, và người dân đặc biệt chú trọng đến sức khỏe của các thành viên trong gia đình. Các sản phẩm bảo hiểm liên quan đến sức khỏe gia đình, bảo hiểm chăm sóc sức khỏe cho trẻ em và người cao tuổi sẽ ngày càng thu hút sự quan tâm của khách hàng.

2.3. Các nguồn lực của doanh nghiệp ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh

2.3.1. Cơ sở vật chất

- Văn phòng

Địa chỉ: 344 Nguyễn Phước Lan, Hòa Xuân, Cẩm Lệ, Đà Nẵng

- Trang thiết bị

Bảng 2.1. Bảng trang thiết bị tại công ty TNHH MTV đại lý bảo hiểm Phong Gia Việt

STT	Trang thiết bị	Số lượng	Đơn vị
1	Máy in	3	Cái
2	Máy tính	20	Cái
3	Bàn ghế	70	Bộ
4	Điều hòa	8	Cái
5	Tủ lạnh	2	Cái
6	Máy chiếu	1	Cái
7	Tivi	1	Cái
8	Máy lọc nước	3	Máy
9	Bếp điện	1	Bếp
10	Lò vi sóng	2	Cái

(Nguồn: Quản lý văn phòng)

Nhận xét: Nhìn vào bảng 2.1

Công ty TNHH MTV đại lý bảo hiểm Phong Gia Việt luôn chú trọng đến việc tạo dựng môi trường làm việc hiện đại, tiện nghi nhằm mang lại điều kiện làm việc tốt nhất cho đội ngũ nhân viên. Các trang thiết bị văn phòng được trang bị đầy đủ và đa dạng, từ máy tính, máy chiếu, điều hòa đến các tiện ích phục vụ sinh hoạt như máy lọc nước, bếp điện và lò vi sóng.

Điều này không chỉ giúp nhân viên cảm thấy thoải mái, thân thiện trong môi trường làm việc mà còn góp phần nâng cao hiệu quả làm việc. Với cơ sở vật chất hiện đại và tiện nghi, công ty không ngừng khẳng định sự quan tâm đến chất lượng cuộc sống

và tinh thần làm việc của nhân viên, từ đó thúc đẩy năng suất và chất lượng công việc, góp phần xây dựng một môi trường làm việc chuyên nghiệp và hiệu quả.

2.3.2. Nguồn nhân lực

2.3.2.1. Cơ cấu lao động theo giới tính

Bảng 2.2. Bảng tình hình lao động theo giới tính tại công ty TNHH MTV đại lý bảo hiểm Phong Gia Việt giai đoạn 2022-2024.

(ĐVT: Người)

Giới tính	Năm 2022		Năm 2023		Năm 2024	
	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Nữ	231	80%	248	80%	83	23,2%
Nam	56	20%	63	20%	274	76,8%
Tổng	287	100%	311	100%	357	100%

(Nguồn: Phòng hành chính nhân sự)

Nhận xét: Nhìn vào bảng 2.2

Năm 2022:

Năm 2022, tổng số lao động tại công ty là 287 người. Trong đó, lao động nữ chiếm 231 người (80%), trong khi lao động nam chỉ có 56 người (20%).

Cơ cấu này cho thấy công ty có xu hướng tuyển dụng lao động nữ nhiều hơn. Nguyên nhân có thể do tính chất công việc phù hợp với nữ giới hoặc chính sách nhân sự ưu tiên tuyển dụng lao động nữ. Trong khi đó, lao động nam chiếm tỷ lệ khá nhỏ, phản ánh rằng công ty có thể chưa mở rộng các vị trí đòi hỏi nam giới hoặc chưa có nhu cầu tuyển dụng nam cao vào thời điểm này.

Tổng số nhân sự của công ty ở mức 287 người, thể hiện một quy mô hoạt động trung bình và chưa có sự tăng trưởng quá lớn về nhân sự.

Năm 2023:

Bước sang năm 2023, tổng số lao động tăng lên 311 người, tức tăng 24 người (8,36%) so với năm 2022. Mặc dù tổng số lao động tăng, cơ cấu giới tính vẫn giữ nguyên khi lao động nữ tiếp tục chiếm 248 người (80%), còn lao động nam chiếm 63 người (20%).

Điều này cho thấy công ty vẫn duy trì chính sách tuyển dụng tương tự năm trước, tiếp tục ưu tiên tuyển dụng lao động nữ. Việc tỷ lệ giới tính không thay đổi đồng nghĩa với việc những vị trí được tuyển dụng thêm vẫn phù hợp hơn với nữ giới. Sự gia tăng về số lượng nhân sự có thể là dấu hiệu cho thấy công ty đang phát triển, mở rộng quy mô hoặc có nhu cầu tăng cường nhân sự để đáp ứng khối lượng công việc lớn hơn.

Tuy nhiên, sự ổn định trong tỷ lệ nam – nữ cũng có thể phản ánh rằng công ty chưa có sự thay đổi đáng kể về mô hình kinh doanh hoặc tính chất công việc trong giai đoạn này.

Năm 2024:

Năm 2024 chứng kiến một sự thay đổi đột phá trong cơ cấu nhân sự. Tổng số lao động tiếp tục tăng lên 357 người (tăng 46 người, tương đương 14,79% so với năm 2023). Tuy nhiên, điểm đáng chú ý nhất là sự thay đổi mạnh mẽ về tỷ lệ giới tính.

Lao động nữ giảm mạnh xuống chỉ còn 83 người (23,2%), tức giảm 165 người so với năm 2023. Trong khi đó, lao động nam tăng vọt lên 274 người (76,8%), tăng đến 211 người so với năm trước.

Sự thay đổi này có thể đến từ nhiều nguyên nhân khác nhau:

- + Công ty có thể đã thay đổi chiến lược kinh doanh hoặc mở rộng sang các lĩnh vực công việc yêu cầu lao động nam nhiều hơn.
- + Chính sách tuyển dụng có sự điều chỉnh, ưu tiên lao động nam hơn trước.
- + Một số lượng lớn lao động nữ có thể đã nghỉ việc hoặc chuyển sang công ty khác do điều kiện làm việc thay đổi.

Dù nguyên nhân là gì, sự đảo ngược hoàn toàn về cơ cấu giới tính này là một thay đổi rất đáng chú ý và có thể ảnh hưởng đến môi trường làm việc, văn hóa công ty và hiệu suất làm việc của nhân viên trong thời gian tới.

=> Nhìn chung, giai đoạn 2022-2023 cho thấy sự ổn định trong cơ cấu nhân sự với tỷ lệ lao động nữ luôn chiếm 80% và lao động nam chỉ chiếm 20%. Công ty có xu hướng tuyển dụng nữ giới nhiều hơn và chưa có sự thay đổi đáng kể về chiến lược nhân sự.

Tuy nhiên, đến năm 2024, một sự thay đổi mạnh mẽ diễn ra khi lao động nam tăng nhanh, chiếm 76,8%, trong khi lao động nữ giảm xuống 23,2%. Đây là một sự chuyển đổi lớn trong chính sách tuyển dụng của công ty, có thể do yêu cầu công việc thay đổi hoặc định hướng kinh doanh mới.

Tổng số lao động cũng tăng đáng kể qua từng năm, từ 287 người (2022) → 311 người (2023) → 357 người (2024), phản ánh sự phát triển và mở rộng của công ty. Tuy nhiên, việc thay đổi đột ngột tỷ lệ giới tính có thể đặt ra nhiều câu hỏi về nguyên nhân và tác động lâu dài của chính sách này.

2.3.2.2. Cơ cấu lao động theo tuổi tác

Bảng 2.3. Bảng tình hình lao động theo tuổi tác tại công ty TNHH MTV đại lý bảo hiểm Phong Gia Việt giai đoạn 2022-2024.

Độ tuổi (tuổi)	Năm 2022		Năm 2023		Năm 2024	
	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Dưới 23 tuổi	56	19%	60	19%	125	35%
Từ 23-39 tuổi	220	77%	239	77%	221	61,9%
Trên 39 tuổi	11	4%	12	4%	11	3,1%
Tổng	287	100%	311	100%	357	100%

(Nguồn: Phòng hành chính nhân sự)

Nhận xét: Nhìn vào bảng 2.3

Năm 2022:

Năm 2022, Phong Gia Việt cho thấy một cơ cấu nhân sự trẻ trung và năng động. Nhóm tuổi từ 23-39 chiếm lĩnh lực lượng lao động với 220 người, tương đương 77% tổng số nhân viên. Đây là nhóm tuổi có kinh nghiệm làm việc nhất định, đồng thời vẫn giữ được sự nhiệt huyết và khả năng thích ứng cao.

Nhóm tuổi dưới 23, những người mới bước chân vào thị trường lao động, chiếm 19% với 56 người. Nhóm tuổi trên 39, những người có kinh nghiệm dày dặn, lại chiếm tỷ lệ khiêm tốn 4% với 11 người.

Điều này cho thấy công ty đang ưu tiên phát triển lực lượng lao động trẻ, có thể là để đáp ứng nhu cầu mở rộng hoạt động và tiếp cận các xu hướng mới.

Năm 2023:

Bước sang năm 2023, Phong Gia Việt tiếp tục ghi nhận sự tăng trưởng về số lượng nhân sự, đạt con số 311 người. Cơ cấu độ tuổi vẫn duy trì xu hướng tương tự như năm 2022.

Nhóm tuổi từ 23-39 vẫn chiếm tỷ lệ áp đảo 77%, tương đương 239 người. Nhóm tuổi dưới 23 chiếm 19% với 60 người, và nhóm tuổi trên 39 chiếm 4% với 12 người.

Sự tăng trưởng về số lượng nhân sự chủ yếu đến từ nhóm tuổi từ 23-39, cho thấy công ty đang tiếp tục mở rộng quy mô hoạt động và thu hút thêm nhiều lao động trẻ có kinh nghiệm.

Năm 2024:

Đến năm 2024, Phong Gia Việt đạt tổng số 357 nhân sự, đánh dấu sự tăng trưởng đáng kể so với hai năm trước.

Tuy nhiên, cơ cấu độ tuổi có sự thay đổi rõ rệt. Nhóm tuổi dưới 23 tăng mạnh lên 35% với 125 người, cho thấy công ty đang tích cực tuyển dụng các nhân viên trẻ. Nhóm tuổi từ 23-39 giảm xuống còn 61.9% với 221 người, mặc dù vẫn là nhóm chiếm tỷ lệ lớn nhất. Nhóm tuổi trên 39 vẫn giữ tỷ lệ tương đối ổn định ở mức 3.1% với 11 người.

Sự thay đổi này cho thấy công ty đang có xu hướng trẻ hóa lực lượng lao động, có thể là để đáp ứng nhu cầu phát triển của các lĩnh vực mới hoặc để tạo ra môi trường làm việc năng động và sáng tạo hơn.

=> Trong giai đoạn 2022-2024, Phong Gia Việt đã trải qua sự tăng trưởng liên tục về số lượng nhân sự, từ 287 người năm 2022 lên 357 người năm 2024. Cơ cấu độ tuổi của công ty cũng có sự thay đổi đáng chú ý. Ban đầu, công ty tập trung vào việc xây dựng lực lượng lao động trẻ, có kinh nghiệm (nhóm tuổi 23-39). Tuy nhiên, đến năm 2024, công ty có xu hướng trẻ hóa mạnh mẽ hơn, thể hiện qua sự gia tăng đáng kể của nhóm tuổi dưới 23. Điều này cho thấy công ty đang linh hoạt điều chỉnh chiến lược nhân sự để phù hợp với sự thay đổi của thị trường lao động và nhu cầu phát triển của công ty.

2.3.2.3. Cơ cấu lao động theo trình độ

Bảng 2.4. Bảng tình hình lao động theo trình độ tại công ty TNHH MTV đại lý bảo hiểm Phong Gia Việt giai đoạn 2022-2024.

Trình độ	Năm 2022		Năm 2023		Năm 2024	
	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
THPT	22	8%	28	9%	77	21,6%
Cao đẳng- Đại học	228	79%	266	86%	255	71,4%
Khác	37	13%	17	5%	25	7%
Tổng	287	100%	311	100%	357	100%

(Nguồn: Phòng hành chính nhân sự)

Nhận xét: Nhìn vào bảng 2.4

Năm 2022:

Năm 2022, Phong Gia Việt thể hiện rõ sự ưu tiên đối với nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn cao. Điều này được thể hiện qua tỷ lệ áp đảo 79% lao động có trình độ Cao đẳng - Đại học, tương đương 228 người.

Nhóm THPT chiếm tỷ lệ khá khiêm tốn, chỉ 8% với 22 người, cho thấy công ty có thể đang tập trung vào các vị trí đòi hỏi kiến thức chuyên sâu. Nhóm "Khác" với 37 người (13%) có thể bao gồm các vị trí lao động phổ thông, công nhân kỹ thuật hoặc các vị trí đặc thù khác, đóng vai trò hỗ trợ cho hoạt động chung của công ty.

Năm 2023:

Bước sang năm 2023, Phong Gia Việt tiếp tục mở rộng quy mô hoạt động, thể hiện qua sự gia tăng tổng số lao động lên 311 người. Điều đáng chú ý là tỷ lệ lao động có trình độ Cao đẳng - Đại học tăng mạnh lên 86%, tương đương 266 người. Điều này cho thấy công ty đang đẩy mạnh việc tuyển dụng nhân sự có chuyên môn cao, có thể là để đáp ứng nhu cầu phát triển của các dự án mới hoặc để nâng cao năng lực cạnh tranh. Nhóm THPT và "Khác" đều giảm tỷ lệ, cho thấy sự tập trung rõ rệt của công ty vào việc xây dựng đội ngũ lao động có trình độ chuyên môn.

Năm 2024:

Đến năm 2024, Phong Gia Việt tiếp tục tăng số lượng lao động lên 357 người. Tuy nhiên, cơ cấu trình độ lao động có sự thay đổi đáng kể. Tỷ lệ lao động có trình độ THPT tăng mạnh lên 21.6% (77 người), trong khi tỷ lệ Cao đẳng - Đại học giảm xuống còn 71.4% (255 người).

Điều này có thể phản ánh sự thay đổi trong chiến lược nhân sự của công ty, có thể là để đáp ứng nhu cầu của các hoạt động sản xuất, kinh doanh mới hoặc để tối ưu hóa chi phí lao động. Nhóm "Khác" vẫn giữ tỷ lệ tương đối ổn định, cho thấy sự cần thiết của các vị trí lao động đa dạng trong cơ cấu nhân sự của công ty.

=> Trong giai đoạn 2022-2024, trình độ học vấn tại Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt cho thấy tỷ lệ nhân sự có trình độ Cao đẳng – Đại học chiếm ưu thế vượt trội và liên tục gia tăng qua các năm. Trong khi đó, nhóm có trình độ THPT hoặc các trình độ khác – bao gồm cả những người chuyển đổi ngành nghề từ các lĩnh vực như bán hàng tự do, kinh doanh, lái xe công nghệ hoặc các chuyên gia cao cấp từ công ty khác – chiếm tỷ lệ rất thấp, với con số dưới 40 người.

Phần lớn tư vấn viên có trình độ Cao đẳng – Đại học đã được trang bị những kỹ năng cơ bản như làm việc nhóm, quản lý thời gian, giao tiếp, thuyết trình, phân tích và tư duy logic ngay từ khi còn ngồi trên ghế giảng đường. Nhờ vậy, họ dễ dàng thích nghi và phát triển trong môi trường làm việc tại công ty. Việc có tỷ lệ cao nhân sự thuộc nhóm trình độ này không chỉ giúp giảm tải áp lực đào tạo mà còn nâng cao hiệu quả và chất lượng của các chương trình đào tạo tư vấn viên, góp phần xây dựng đội ngũ chuyên nghiệp.

Đối với nhóm có trình độ THPT hoặc từ các ngành nghề khác chuyển sang, việc đào tạo gặp nhiều khó khăn hơn do họ thường phải đảm nhiệm nhiều công việc cùng lúc hoặc không có đủ thời gian tập trung. Tuy nhiên, với sự yêu thích công việc, sự nhiệt tình và năng động, họ vẫn có thể trở thành những tư vấn viên xuất sắc nếu đầu tư thời gian học hỏi và nắm vững kiến thức về sản phẩm và luật bảo hiểm.

Cơ cấu nhân sự với tỷ lệ cao thuộc nhóm trình độ Cao đẳng – Đại học và sự linh hoạt trong đào tạo các nhóm còn lại đã giúp công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt đảm bảo chất lượng nguồn nhân lực. Điều này không chỉ hỗ trợ quá trình đào tạo diễn ra thuận lợi mà còn đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững và mạnh mẽ của công ty.

2.3.3. Nguồn lực Tài chính và tình hình kinh doanh

2.3.3.1. Nguồn lực tài chính

Bảng 2.5. Bảng tình hình tài chính của công ty giai đoạn 2022-2024

ĐVT: Đồng

Chỉ tiêu	2022		2023		2024		Tăng trưởng (%)	
	Giá trị	%	Giá trị	%	Giá trị	%	2023/2022	2024/2023
TÀI SẢN								
A. TÀI SẢN NGẮN HẠN	521.334.287	64,20	439.222.243	57,91	583.008.245	64,07	(15,75)	32,74
B. TÀI SẢN DÀI HẠN	290.667.143	35,80	319.222.244	42,09	327.012.086	35,93	9,82	2,44
TỔNG CỘNG TÀI SẢN (270 = 100 + 200)	812.001.430	100	758.444.487	100	910.020.331	100	(6,60)	19,99

NGUỒN VỐN								
C - NỢ PHẢI TRẢ	485.858.292	59,83	419.650.564	55,33	512.780.656	56,35	(13,63)	22,19
I. Nợ ngắn hạn	385.089.768	79,26	324.382.111	77,30	394.955.566	77,02	(15,76)	21,76
II. Nợ dài hạn	100.768.524	20,74	95.268.453	22,70	117.825.090	22,98	(5,46)	23,68
D - VỐN CHỦ SỞ HỮU	326.143.138	40,17	338.793.923	44,67	397.239.675	43,65	3,88	17,25
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN (440 = 300 + 400)	812.001.430	100	758.444.487	100	910.020.331	100	(6,60)	19,99

(Nguồn: Phòng ban kinh doanh)

Nhận xét: Nhìn vào bảng 2.5

– Năm 2023 so với năm 2022

Trong giai đoạn 2023 so với 2022, doanh nghiệp thực hiện chiến lược tái cơ cấu và ổn định tài chính, dẫn đến sự sụt giảm ở một số chỉ số tài sản. Tài sản ngắn hạn giảm từ 521.334.287 đồng (năm 2022) xuống 439.222.243 đồng (năm 2023), giảm 82.112.044 đồng. Tài sản dài hạn tăng từ 290.667.143 đồng (năm 2022) lên 319.222.244 đồng (năm 2023), tăng 26.843.899 đồng. Tổng tài sản giảm từ 812.011.430 triệu đồng (năm 2022) xuống 758.444.487 đồng (năm 2023), giảm 53.566.943 triệu đồng.

Về nguồn vốn, nợ phải trả giảm từ 485.858.292 đồng (năm 2022) xuống 419.650.564 đồng (năm 2023), giảm 66.207.728 đồng. Trong khi đó, vốn chủ sở hữu tăng từ 326.153.138 đồng (năm 2022) lên 338.793.923 đồng (năm 2023), tăng 12.640.785 đồng.

– Năm 2024 so với năm 2023

Năm 2024, tình hình tài chính của công ty có sự phục hồi mạnh mẽ. Tổng tài sản tăng từ 758.444.487 đồng (năm 2023) lên 910.020.331 đồng (năm 2024). Đặc biệt, tài sản ngắn hạn tăng mạnh từ 439.222.243 đồng (năm 2023) lên 583.003.245 đồng (năm 2024), cho thấy công ty có dòng tiền dồi dào hơn để phục vụ hoạt động kinh doanh. Tài sản dài hạn cũng tăng từ 319.222.244 đồng lên 327.012.086 đồng, phản ánh xu hướng đầu tư ổn định.

Cùng với sự gia tăng tài sản, nợ phải trả tăng từ 419.650.664 đồng lên 512.780.656 đồng, trong đó nợ ngắn hạn tăng và nợ dài hạn tăng, cho thấy công ty có thể đã vay thêm vốn để mở rộng quy mô hoạt động. Đồng thời, vốn chủ sở hữu cũng tăng từ 338.793.823 đồng (năm 2023) lên 397.239.675 đồng (năm 2024), cho thấy công ty có thể đã huy động thêm vốn hoặc có lợi nhuận tích lũy tốt hơn.

=> Giai đoạn 2022-2024, Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt đã trải qua một hành trình biến động tài chính từ an toàn (2022), đến tình hình tài chính hạn chế (2023), và kết thúc ở mức ổn định hơn (2024). Sự tăng trưởng về vốn chủ sở hữu và giảm nợ phải trả vào năm 2023 là tín hiệu tích cực, cho thấy công ty đang hướng tới một cấu trúc tài chính an toàn và bền vững hơn. Sự tăng trưởng toàn diện của năm 2024 đã chứng minh được sự phát triển mạnh mẽ của công ty. Để duy trì sự phát triển, công ty cần tiếp tục quản lý nợ hiệu quả, tăng cường vốn chủ sở hữu và cân nhắc đầu tư vào tài sản dài hạn để tạo nền tảng cho sự tăng trưởng lâu dài.

2.3.3.2. Tình hình kinh doanh của công ty trong giai đoạn 2022-2024

Do tính bảo mật của công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt, chính vì thế ngoài những số liệu có thể thu thập và có được trong bài báo cáo này thì công ty không cho phép cung cấp thêm bất kỳ số liệu nào khác.

Bảng 2.6. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt giai đoạn 2022-2024

ĐVT: Đồng

Chỉ tiêu	Mã số	2022	2023	2024
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	01	775.575.489	2.499.613.563	1.986.867.554
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	02	-	-	-
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10 = 01 - 02)	10	775.575.489	2.499.613.563	1.986.867.554
4. Giá vốn hàng bán	11	182.829.390	1.749.729.494	1.390.807.288

5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20 = 10 - 11)	20	592.746.099	749.884.069	596.060.266
6. Doanh thu hoạt động tài chính	21	-	-	-
7. Chi phí tài chính	22	-	-	-
8. Chi phí bán hàng	25	-	-	-
9. Chi phí quản lý doanh nghiệp	26	548.488.168	694.892.414	495.679.807
10. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh (30 = 20 + (21 - 22) - 25 - 26)	30	44.257.931	54.991.655	100.380.459
11. Thu nhập khác	31	-	-	-
12. Chi phí khác	32	34.453.087	42.340.870	39.089.457
13. Lợi nhuận khác (40 = 31 - 32)	40	(34.453.087)	(42.340.870)	(39.089.457)
14. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế (50 = 30 + 40)	50	9.804.844	12.650.785	61.291.002
15. Chi phí thuế TNDN hiện hành	51	1.960.969	2.530.157	12.258.200
16. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (60 = 50 - 51)	60	7.843.875	10.120.628	49.032.802

(Nguồn: Phòng ban kinh doanh)

Nhận xét: Nhìn vào bảng 2.6

– Năm 2023 so với năm 2022:

Năm 2023, doanh nghiệp đạt được tăng trưởng đột phá. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ tăng mạnh từ 775.575.489 lên 2.499.613.563, tăng 1.724.038.074. Đây

là mức tăng trưởng vượt bậc, cho thấy doanh nghiệp đã thành công trong mở rộng thị trường hoặc phát triển sản phẩm/dịch vụ.

Cùng với đó, giá vốn hàng bán cũng tăng từ 182.829.390 lên 1.749.729.494, tăng 1.566.900.104. Dù chi phí tăng mạnh, điều này cũng dễ hiểu trong bối cảnh doanh thu tăng trưởng nhanh chóng, đòi hỏi gia tăng quy mô sản xuất hoặc chi phí vận hành.

Lợi nhuận gộp tăng từ 592.746.099 lên 749.884.069, tăng 157.137.970, cho thấy dù chi phí tăng, doanh nghiệp vẫn duy trì hiệu quả kinh doanh tốt hơn nhờ tỷ lệ doanh thu tăng vượt trội.

Chi phí quản lý doanh nghiệp tăng từ 548.488.168 lên 694.892.414, tăng 146.404.246. Điều này có thể xuất phát từ việc đầu tư thêm cho quản lý, vận hành, hoặc mở rộng quy mô kinh doanh.

Về tổng lợi nhuận trước thuế, con số này tiếp tục cải thiện từ 7.904.844 (năm 2022) lên 12.650.785 (năm 2023), tăng 4.745.941. Đây là một tín hiệu tích cực, cho thấy doanh nghiệp không chỉ tăng trưởng mà còn kiểm soát tốt chi phí, duy trì lợi nhuận.

– Năm 2024 so với năm 2023

Năm 2024, công ty đối mặt với sự sụt giảm doanh thu, từ 2.499.613.563 đồng vào năm 2023 xuống 1.986.867.554 đồng vào năm 2024. Nguyên nhân có thể do thị trường bão hòa hoặc sự cạnh tranh gia tăng.

Tuy nhiên, công ty đã có sự điều chỉnh chiến lược hợp lý, tập trung vào kiểm soát chi phí thay vì chạy theo tăng trưởng doanh thu. Điều này thể hiện rõ qua việc chi phí quản lý doanh nghiệp giảm mạnh từ 694.892.414 đồng vào năm 2023 xuống 495.679.807 đồng vào năm 2024.

Nhờ vào sự tối ưu hóa này, dù doanh thu giảm nhưng lợi nhuận kế toán trước thuế lại tăng đột biến, từ 12.650.785 đồng vào năm 2023 lên 61.291.002 đồng vào năm 2024.

Lợi nhuận sau thuế cũng tăng tương tự, từ 10.120.628 đồng vào năm 2023 lên 49.032.802 đồng vào năm 2024.

=> Trong giai đoạn 2022–2024, công ty đã có sự tăng trưởng rõ rệt. Năm 2022 và 2023 là thời điểm tăng trưởng chậm chạp với kết quả kinh doanh thấp, nhưng nhờ các biện pháp kiểm soát chi phí và cải thiện hiệu suất, năm 2024 đã ghi nhận sự phát triển mạnh mẽ. Đặc biệt, năm 2024 đánh dấu sự bùng nổ với doanh thu và lợi nhuận tăng trưởng vượt trội. Tuy nhiên, công ty cần tiếp tục tập trung vào việc kiểm soát chi phí

quản lý doanh nghiệp để đảm bảo lợi nhuận ròng tăng nhanh hơn doanh thu, qua đó tạo nền tảng phát triển ổn định và bền vững trong tương lai.

2.4. Thực trạng đào tạo đội ngũ tư vấn viên tại Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt

Tiến trình hội nhập nền kinh tế toàn cầu đã mang đến cho Việt Nam nhiều cơ hội và thuận lợi, nhưng cũng không thiếu những khó khăn và thách thức. Sự cạnh tranh ngày càng gay gắt và khốc liệt giữa các nhà kinh doanh buộc họ phải có những chiến lược và hướng đi đúng đắn, phù hợp với cơ chế thời đại. Trong bối cảnh khu vực hóa và toàn cầu hóa, mọi đối thủ cạnh tranh đều có thể dễ dàng tiếp cận các nguồn thông tin như công nghệ, tài chính, khách hàng và thị trường.

Nhận thức rõ điều này, Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt - Văn phòng Tổng đại lý bảo hiểm Prudential Khuê Trung, luôn xem nhân viên là tài sản quan trọng nhất. Vì vậy, công ty luôn chú trọng vào khâu đào tạo và phát triển nhân viên, đại lý của mình. Ông Mark Tucker, Tổng Giám đốc công ty Bảo hiểm Nhân thọ Prudential Châu Á, từng nhấn mạnh tầm quan trọng của nguồn nhân lực khi nói: "Trước khi chúng ta tăng cường phát triển hoạt động kinh doanh, thì phải tăng cường đầu tư vào con người".

Với các khóa học từ cơ bản đến nâng cao được thiết kế phù hợp cho mọi đối tượng, mục tiêu tiên quyết của công ty không chỉ là giúp nhân viên làm việc tốt trong công việc hiện tại mà còn giúp từng cá nhân trưởng thành và chuẩn bị cho họ vào những vị trí cao hơn trong tương lai. Chính nhờ hệ thống quản lý phù hợp, năng động, đáp ứng nhanh chóng mọi sự thay đổi trong cơ cấu tổ chức hay trong tiến bộ kỹ thuật, Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt đã thiết lập được một mạng lưới nhân viên tư vấn bảo hiểm có trình độ, kiến thức về bảo hiểm cao, cùng với kinh nghiệm giao dịch tốt với khách hàng.

Thành quả này ghi nhận sự tiến bộ và những nỗ lực phấn đấu không ngừng nghỉ của nhân viên, chính là niềm tin và sự yêu quý của hàng nghìn khách hàng Việt Nam đối với các sản phẩm của Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt. Với thành tích này, công ty đã có tốc độ tăng trưởng được xem là tốt trong hệ thống đại lý của Prudential tại khu vực Đà Nẵng.

2.4.1. Xác định nhu cầu đào tạo

Nhu cầu đào tạo tại Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt được xác định thông qua việc Giám đốc văn phòng hoặc các trưởng phòng đề xuất bằng cách gửi trực tiếp Phiếu yêu cầu đào tạo đến quản lý Nhân sự Tổng Công ty Prudential. Trong khâu này, trách nhiệm của Giám đốc văn phòng, trưởng phòng là giúp nhân viên nhận thức rõ chức năng công việc của mình, đồng thời nắm bắt được điểm mạnh và điểm yếu của từng cá nhân. Đối với nhân viên, họ cần có trách nhiệm tìm hiểu các chương trình đào tạo và chiến lược kinh doanh của công ty trước khi đưa ra yêu cầu đào tạo và phát triển.

Sau khi nhận được phiếu yêu cầu đào tạo, phòng quản lý Nhân sự Tổng Công ty Prudential sẽ điều các giảng viên huấn luyện xuống công ty Phong Gia Việt để phân tích và cân nhắc dựa trên các tiêu chí và mục tiêu của công ty cũng như của từng cá nhân. Các tiêu chí này bao gồm:

- ❖ Đối với công ty, nhu cầu đào tạo là cần thiết nếu nó:
 - Phù hợp với chiến lược và mục tiêu phát triển của công ty.
 - Phù hợp với kế hoạch phát triển tiềm năng cá nhân của nhân viên.
 - Nhằm bù đắp các vị trí còn trống hoặc yếu kém trong đội ngũ.
 - Nhằm chuẩn bị những kỹ năng và kinh nghiệm mới cho nhân viên do có sự thay đổi về cơ cấu tổ chức trong tương lai.
 - Hoàn thiện khả năng làm việc của nhân viên.
- ❖ Đối với cá nhân, nhu cầu đào tạo là cần thiết nếu nó:
 - Trang bị những kiến thức mới cho quá trình làm việc.
 - Giúp nhân viên có khả năng thăng tiến trong công ty.
 - Nâng cao tầm hiểu biết về xã hội và kiến thức chuyên ngành.
 - Nâng cao tính chuyên nghiệp trong công việc.
 - Khi Giám đốc văn phòng nhận thấy yêu cầu đào tạo là cần thiết, Giám đốc sẽ phối hợp với quản lý Nhân sự để xây dựng các chương trình đào tạo phù hợp với trình độ và nhu cầu của nhân viên, nhằm đạt hiệu quả cao nhất.

**Bảng 2.7. Nhu cầu đào tạo đội ngũ tư vấn viên tại Công ty TNHH MTV Đại lý
Bảo hiểm Phong Gia Việt**

STT	Yêu cầu công việc	Nội dung cần đào tạo	Số lượng tư vấn viên cần đào tạo (ước tính)
1	Tìm kiếm khách hàng tiềm năng	Kỹ năng xây dựng mối quan hệ, mở rộng mạng lưới, khai thác nguồn khách hàng thông qua giới thiệu	165 người
2	Thiết lập cuộc hẹn với khách hàng	Kỹ năng giao tiếp, tạo kịch bản gọi điện, xử lý từ chối ban đầu	165 người
3	Tìm hiểu nhu cầu của khách hàng	Kỹ năng đặt câu hỏi, khai thác thông tin, lắng nghe chủ động	165 người
4	Trình bày giải pháp phù hợp	Kỹ năng thuyết trình, kể chuyện, sử dụng minh họa và công cụ hỗ trợ	165 người
5	Chốt hợp đồng & giải đáp thắc mắc của khách hàng	Kỹ năng xử lý từ chối, đàm phán, kỹ thuật chốt sale	165 người
6	Trao hợp đồng & phục vụ sau bán hàng	Kỹ năng chăm sóc khách hàng, duy trì quan hệ lâu dài	165 người

(Nguồn: Phòng ban nhân sự)

2.4.2. Mục tiêu đào tạo

Mục đích của chương trình đào tạo tại Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt – Văn phòng Tổng đại lý Prudential Khuê Trung:

- Cung cấp kiến thức nền tảng về cơ cấu hoạt động, chức năng và nhiệm vụ của một văn phòng tổng đại lý bảo hiểm nhân thọ, giúp đội ngũ tư vấn viên và nhân viên hiểu rõ vai trò của mình trong tổ chức.
- Nâng cao kỹ năng nghiệp vụ, đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm tư vấn bảo hiểm, đảm bảo mỗi tư vấn viên đều được trang bị đầy đủ kiến thức để hỗ trợ khách hàng một cách hiệu quả.
- Bồi dưỡng và củng cố kỹ năng phục vụ khách hàng, xây dựng đội ngũ tư vấn viên chuyên nghiệp, tận tâm.
- Phát triển năng lực quản lý và giám sát, nâng cao khả năng điều phối đội nhóm, nhằm phát huy tối đa tiềm năng của từng cá nhân, góp phần xây dựng môi trường làm việc hiệu quả.

- Đầu tư vào kiến thức và kỹ năng dài hạn, giúp đội ngũ tư vấn viên sẵn sàng thích ứng với mọi thay đổi của thị trường bảo hiểm nhân thọ cũng như thị trường lao động nói chung.

2.4.3. Nội dung chương trình đào tạo hiện tại

❖ Tư vấn viên mới (0-3 tháng)

- Khóa học: Khởi nghiệp thành công cùng Prudential
 - + Kiến thức và quy định liên quan đến kỳ thi lấy Chứng chỉ Đại lý bảo hiểm: Khóa học sẽ trang bị cho học viên toàn bộ kiến thức cần thiết để vượt qua kỳ thi lấy chứng chỉ của Bộ Tài chính. Nội dung này bao gồm các quy định pháp luật về bảo hiểm, nguyên tắc hoạt động của thị trường bảo hiểm, các loại hình bảo hiểm, quyền và nghĩa vụ của đại lý bảo hiểm.
 - + Sản phẩm Bảo hiểm Liên kết chung PRU-Chủ động cuộc sống và sản phẩm hỗ trợ: Khóa học tập trung vào việc giới thiệu và phân tích chi tiết sản phẩm bảo hiểm liên kết chung PRU-Chủ động cuộc sống, một sản phẩm chủ lực của Prudential. Ngoài ra, học viên còn được tìm hiểu về các sản phẩm hỗ trợ như Bảo hiểm Chết và tàn tật do tai nạn mở rộng và Bảo hiểm Bệnh lý nghiêm trọng.
 - + Quy trình Tư vấn bảo hiểm và các quy định liên quan: Khóa học không chỉ dạy học viên về sản phẩm mà còn hướng dẫn quy trình tư vấn bảo hiểm chuyên nghiệp. Học viên sẽ được học cách xác định nhu cầu của khách hàng, lựa chọn sản phẩm phù hợp, giải thích rõ ràng các điều khoản và điều kiện, và đảm bảo bán đúng - bán đủ cho khách hàng.

Thời lượng chương trình 4,5 ngày: Đây là một khóa học có thời lượng khá dài, cho thấy sự đầu tư kỹ lưỡng của Prudential vào việc đào tạo đội ngũ tư vấn viên của mình.

Khởi nghiệp thành công cùng Prudential

Khóa học giúp Tư vấn viên nắm vững nền tảng về BHNT, đạt được chứng chỉ của Bộ Tài chính. Ngoài ra, khóa học còn giúp TVV có được những kỹ năng nền tảng để khởi nghiệp thành công cùng với Prudential.

Mục tiêu khóa học

1. Học viên thi đạt Chứng chỉ Đại lý bảo hiểm của Bộ tài chính
2. Cung cấp những kiến thức nền tảng cho học viên để có thể tư vấn bán hàng sau khi đạt Chứng chỉ

Nội dung khóa học

1. Tất cả kiến thức, quy định trong luật liên quan đến kỳ thi lấy Chứng chỉ Đại lý bảo hiểm của Bộ tài chính
2. Sản phẩm Bảo hiểm Liên kết chung: PRU - Chủ Động cuộc sống và 2 sản phẩm hỗ trợ: Chết và tàn tật do tai nạn mở rộng và Bảo hiểm Bệnh lý nghiêm trọng
3. Quy trình Tư vấn bảo hiểm cùng các quy định liên quan đảm bảo Tư vấn viên bán đúng - bán đủ cho khách hàng

Đối tượng tham dự: Ứng viên tiềm năng trở thành Tư vấn viên Prudential

Thời lượng chương trình: 4,5 ngày



Hình 2.3. Khởi nghiệp thành công cùng Prudential

- Khóa học: Xây dựng kỹ năng tư vấn 1&2

Học viên được hướng dẫn thực hành từng bước chi tiết xoay quanh 6 bước trong Quy trình tư vấn bán hàng đã được học trong chương trình Khởi nghiệp thành công cùng Prudential: Khóa học này tiếp nối chương trình "Khởi nghiệp thành công cùng Prudential", tập trung vào việc thực hành chuyên sâu 6 bước trong quy trình tư vấn bán hàng. Học viên sẽ được thực hành từng bước, từ việc tìm kiếm khách hàng tiềm năng, tiếp cận, phân tích nhu cầu, giới thiệu sản phẩm, xử lý từ chối đến chốt giao dịch.

Chương trình giúp Tư vấn viên có cơ hội thực hành chi tiết các hoạt động bán hàng trong Quy trình 6 bước bán hàng & luyện tập sử dụng thành thạo các công cụ hỗ trợ để bán đúng, bán đủ theo nhu cầu của khách hàng: Khóa học tạo điều kiện cho tư vấn viên thực hành các hoạt động bán hàng một cách chi tiết và chuyên sâu. Họ sẽ được

luyện tập sử dụng thành thạo các công cụ hỗ trợ bán hàng, giúp họ hiểu rõ nhu cầu của khách hàng và tư vấn sản phẩm phù hợp.

Đồng thời, Tư vấn viên có thể lập Kế hoạch kinh doanh trong 90 ngày và được góp ý cặn kẽ để thành công chinh phục mục tiêu kinh doanh: Khóa học cung cấp cho tư vấn viên kiến thức và kỹ năng để lập kế hoạch kinh doanh chi tiết trong 90 ngày đầu tiên. Họ cũng sẽ nhận được sự góp ý và hướng dẫn từ các chuyên gia để đảm bảo kế hoạch này khả thi và hiệu quả.

Thời lượng chương trình: Khóa học được tổ chức trong 4 buổi, đảm bảo thời gian đủ để học viên tiếp thu kiến thức và thực hành kỹ năng.

Tháng 0 - 3

PRUDENTIAL

Xây dựng kỹ năng tư vấn 1 & 2

Chương trình giúp Tư vấn viên có cơ hội thực hành chi tiết các hoạt động bán hàng trong Quy trình 6 bước bán hàng & luyện tập sử dụng thành thạo các công cụ hỗ trợ để bán đúng, bán đủ theo nhu cầu của khách hàng

Đồng thời, Tư vấn viên có thể lập Kế hoạch kinh doanh trong 90 ngày và được góp ý cặn kẽ để thành công chinh phục mục tiêu kinh doanh.

Mục tiêu khóa học	Nội dung khóa học
Tư vấn viên có được kế hoạch làm việc cụ thể để đạt mục tiêu kinh doanh trong 90 ngày đầu tiên	Học viên được hướng dẫn thực hành từng bước chi tiết xoay quanh 6 bước trong Quy trình tư vấn bán hàng đã được học trong chương trình Khởi nghiệp thành công cùng Prudential
Tư vấn viên có thể áp dụng được các lời thoại, công cụ, kỹ năng đã được trang bị để tư vấn bán hàng thành công	

Đối tượng tham dự: Tư vấn viên tháng 0-3

Thời lượng chương trình: 4 buổi



Hình 2.4. Xây dựng kỹ năng tư vấn 1 & 2

- Khóa học: Sản phẩm Bảo hiểm liên kết đơn vị Pru – Đầu tư linh hoạt
 - + Tất cả kiến thức cơ bản về Tài chính và Đầu tư, các quy định trong luật liên quan đến kỳ thi lấy Chứng chỉ Đại lý bảo hiểm của Bộ Tài chính: Khóa học cung cấp kiến thức nền tảng về tài chính và đầu tư, đồng thời trang bị cho tư vấn viên những quy định pháp luật cần thiết để vượt qua kỳ thi lấy chứng chỉ của Bộ Tài chính.
 - + Kiến thức Sản phẩm Bảo hiểm Liên kết đơn vị PRU - Đầu tư linh hoạt, cách tư vấn bán hàng cùng các quy định đảm bảo Tư vấn viên bán đúng, bán đủ cho khách hàng: Nội dung này tập trung vào việc phân tích chi tiết sản phẩm PRU - Đầu tư linh hoạt, giúp tư vấn viên hiểu rõ về đặc điểm, quyền lợi và điều kiện của sản phẩm. Bên cạnh đó, khóa học còn hướng dẫn tư vấn viên cách tư vấn và bán hàng hiệu quả, đảm bảo quyền lợi cho khách hàng.

Thời lượng chương trình: Khóa học 3 ngày kết hợp giữa hình thức học trực tuyến và học trực tiếp, giúp học viên linh hoạt trong việc tiếp thu kiến thức và thực hành kỹ năng.

CẨM NANG HỆ THỐNG CÁC CHƯƠNG TRÌNH HUẤN LUYỆN 2024
Tháng 0 - 3

Sản phẩm Bảo hiểm Liên kết đơn vị PRU - Đầu Tư Linh Hoạt

Khóa học giúp Tư vấn viên đạt được chứng chỉ của Bộ Tài chính. Đồng thời, có đầy đủ kiến thức và kỹ năng để tư vấn bán Sản phẩm Bảo hiểm Liên kết đơn vị PRU-Đầu tư linh hoạt hiệu quả.

Mục tiêu khóa học 1. Tư vấn viên đủ khả năng để thi đạt Chứng chỉ Tư vấn bảo hiểm Sản phẩm Bảo hiểm Liên kết đơn vị 2. Tư vấn viên đủ khả năng để tư vấn giới thiệu Sản phẩm Bảo hiểm Liên kết đơn vị PRU - Đầu tư linh hoạt với khách hàng.	Nội dung khóa học 1. Tất cả kiến thức cơ bản về Tài chính và Đầu tư, các quy định trong luật liên quan đến kỳ thi lấy Chứng chỉ Đại lý bảo hiểm của Bộ tài chính 2. Kiến thức Sản phẩm Bảo hiểm Liên kết đơn vị PRU - Đầu tư linh hoạt, cách tư vấn bán hàng cùng các quy định đảm bảo Tư vấn viên bán đúng, bán đủ cho khách hàng
---	---

Đối tượng tham dự:
Tư vấn viên tháng 0-3

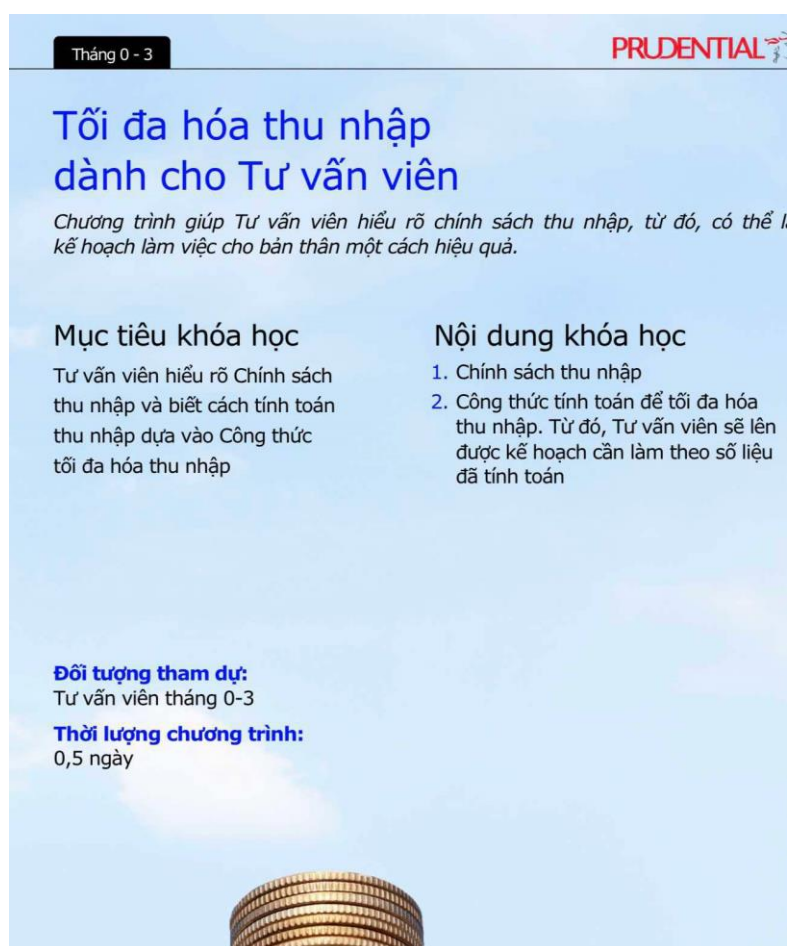
Thời lượng chương trình:
Học trực tuyến trên PRUExpert và lớp trực tiếp 3 ngày



Hình 2.5. Sản phẩm bảo hiểm Liên kết đơn vị PRU – Đầu tư linh hoạt

- Khóa học: Tối đa hóa thu nhập dành cho tư vấn viên
 - + Chính sách thu nhập: Khóa học sẽ cung cấp cho tư vấn viên thông tin chi tiết về chính sách thu nhập của Prudential, bao gồm các quy định về hoa hồng, thưởng và các khoản thu nhập khác.
 - + Công thức tính toán để tối đa hóa thu nhập. Từ đó, Tư vấn viên sẽ lên được kế hoạch cần làm theo số liệu đã tính toán: Khóa học sẽ hướng dẫn tư vấn viên cách sử dụng công thức tối đa hóa thu nhập để tính toán thu nhập tiềm năng của mình. Dựa trên kết quả tính toán, tư vấn viên sẽ có thể lập kế hoạch làm việc hiệu quả để đạt được mục tiêu thu nhập đề ra.

Thời lượng chương trình: Khóa học được tổ chức trong nửa ngày, tập trung vào việc cung cấp thông tin và hướng dẫn thực hành cho tư vấn viên.



Hình 2.6. Tối đa hóa thu nhập dành cho tư vấn viên

- Khóa học: Kỹ năng phát triển mối quan hệ với khách hàng

Khóa học giúp Tư vấn viên xây dựng được nguồn KHTN dồi dào và chất lượng, từ đó giúp tăng khả năng chốt hợp đồng thành công cũng như gia tăng cơ hội bán thêm bán chéo: Nội dung khóa học tập trung vào việc hướng dẫn tư vấn viên cách xây dựng

nguồn khách hàng tiềm năng (KHTN) dồi dào và chất lượng. Điều này bao gồm các kỹ năng tìm kiếm khách hàng tiềm năng, xây dựng mối quan hệ ban đầu, tạo dựng niềm tin và sự tín nhiệm. Khóa học cũng cung cấp các kỹ năng bán hàng nâng cao, giúp tư vấn viên tăng khả năng chốt hợp đồng thành công và khai thác các cơ hội bán thêm, bán chéo sản phẩm.

Thời lượng chương trình: Khóa học được tổ chức trong 1 ngày, tập trung vào việc cung cấp kiến thức và kỹ năng cơ bản cho tư vấn viên mới.

Kỹ năng Phát triển mối quan hệ với khách hàng

Khóa học giúp Tư vấn viên xây dựng được nguồn KHTN dồi dào và chất lượng, từ đó giúp tăng khả năng chốt hợp đồng thành công cũng như gia tăng cơ hội bán thêm bán chéo.

Mục tiêu khóa học

Tư vấn viên có khả năng xây dựng và phát triển mối quan hệ với khách hàng để nâng cao tỷ lệ chốt hợp đồng thành công

Đối tượng tham dự:

Tư vấn viên tháng 0-3

Thời lượng chương trình:

1 ngày



Hình 2.7. Kỹ năng phát triển mối quan hệ với khách hàng

- Khóa học: Ứng dụng PRUForce - Trợ lý toàn năng của Tư vấn viên
- + Ứng dụng PRUForce: Khóa học sẽ giới thiệu chi tiết về ứng dụng PRUForce, bao gồm các tính năng, cách sử dụng và lợi ích mà ứng dụng mang lại cho công việc của tư vấn viên.

- + **Tính năng PRULeads:** Khóa học sẽ tập trung vào tính năng PRULeads, một công cụ quan trọng giúp tư vấn viên tìm kiếm và quản lý khách hàng tiềm năng.
- + **Cách vận dụng vào việc quản lý các hoạt động kinh doanh:** Khóa học sẽ hướng dẫn tư vấn viên cách áp dụng ứng dụng PRUForce và tính năng PRULeads vào các hoạt động kinh doanh hàng ngày, từ việc lập kế hoạch làm việc, quản lý danh sách khách hàng đến theo dõi hiệu quả kinh doanh.



Hình 2.8. Ứng dụng PRUForce - Trợ lý toàn năng của Tư vấn viên

- **Khóa học:** Hướng dẫn thiết kế Bảng minh họa quyền lợi (PRUQuote) và nộp HSYCBH trực tuyến

Ghi nhớ các thao tác tạo Bảng minh họa quyền lợi (PRUQuote) và nộp Hồ sơ yêu cầu bảo hiểm trực tuyến: Khóa học sẽ hướng dẫn chi tiết các bước thực hiện trên hệ

thống trực tuyến, bao gồm cách tạo bảng minh họa quyền lợi, điền thông tin vào hồ sơ yêu cầu bảo hiểm và nộp hồ sơ trực tuyến.

Hệ thống trực tuyến tạo Bảng minh họa quyền lợi và nộp Hồ sơ yêu cầu bảo hiểm đã được Prudential xây dựng để Tư vấn viên thuận tiện trong công việc, giúp hồ sơ yêu cầu bảo hiểm được phát hành nhanh hơn: Khóa học sẽ giới thiệu về hệ thống trực tuyến của Prudential, nhấn mạnh vào tính tiện lợi và hiệu quả của hệ thống trong việc hỗ trợ công việc của tư vấn viên.

Tư vấn viên có thể sử dụng được hệ thống và bắt đầu tư vấn trực tiếp cho khách hàng: Khóa học sẽ giúp tư vấn viên tự tin sử dụng hệ thống trực tuyến để tư vấn và hỗ trợ khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Tháng 0 - 3

PRUDENTIAL

Hướng dẫn thiết kế Bảng minh họa quyền lợi (PRUQuote) và nộp HSYCBH trực tuyến

Hệ thống trực tuyến tạo Bảng minh họa quyền lợi và nộp Hồ sơ yêu cầu bảo hiểm đã được Prudential xây dựng để Tư vấn viên thuận tiện trong công việc, giúp hồ sơ yêu cầu bảo hiểm được phát hành nhanh hơn.
Tư vấn viên có thể sử dụng được hệ thống và bắt đầu tư vấn trực tiếp cho khách hàng.

Mục tiêu khóa học	Nội dung khóa học
Tư vấn viên biết cách tạo Bảng minh họa quyền lợi (PRUQuote) để tư vấn trực tiếp cho khách hàng và nộp Hồ sơ yêu cầu bảo hiểm trực tuyến	Ghi nhớ các thao tác tạo Bảng minh họa và nộp Hồ sơ yêu cầu bảo hiểm trực tuyến

Đối tượng tham dự: Tư vấn viên tháng 0-3
Hình thức huấn luyện: Lớp trực tuyến trên PRUExpert

Hình 2.9. Hướng dẫn thiết kế Bảng minh họa quyền lợi (PRUQuote) và nộp HSYCBH trực tuyến

❖ Tư vấn viên (4-6 tháng)

- Hội thảo: Bí quyết tạo nguồn KHTN vô tận

Tư vấn viên được luyện tập và áp dụng cách mở rộng danh sách khách hàng tiềm năng trên mạng xã hội Facebook: Hội thảo tập trung vào việc hướng dẫn tư vấn viên cách sử dụng mạng xã hội Facebook để tìm kiếm và tiếp cận khách hàng tiềm năng. Nội

dung này có thể bao gồm các kỹ năng tạo nội dung thu hút, chạy quảng cáo Facebook, tham gia các nhóm cộng đồng và xây dựng mối quan hệ trực tuyến.

Đây là hội thảo đầu tiên trong Chuỗi hội thảo huấn luyện giúp Tư vấn viên xây dựng và phát triển mối quan hệ với khách hàng để nâng cao tỷ lệ chốt hợp đồng thành công: Hội thảo này là sự khởi đầu cho một chuỗi các chương trình đào tạo nhằm giúp tư vấn viên nâng cao kỹ năng xây dựng và phát triển mối quan hệ với khách hàng, từ đó gia tăng tỷ lệ chốt hợp đồng.

Thời lượng chương trình: Hội thảo được tổ chức trong 1 ngày, tập trung vào việc cung cấp kiến thức và kỹ năng thực tiễn cho tư vấn viên.

CẨM NANG HỆ THỐNG CÁC CHƯƠNG TRÌNH HUẤN LUYỆN 2024

Tháng 4 - 6

Hội thảo: Bí quyết tạo nguồn KHTN vô tận

Đây là hội thảo đầu tiên trong Chuỗi hội thảo huấn luyện giúp Tư vấn viên xây dựng và phát triển mối quan hệ với khách hàng để nâng cao tỷ lệ chốt hợp đồng thành công

Mục tiêu khóa học

Tư vấn viên biết cách mở rộng và phát triển mối quan hệ với nhiều khách hàng tiềm năng mới

Nội dung khóa học

Tư vấn viên được luyện tập và áp dụng cách mở rộng danh sách khách hàng tiềm năng trên mạng xã hội Facebook

Đối tượng tham dự: Tư vấn viên tháng 4-6

Thời lượng chương trình: 1 ngày



Hình 2.10. Hội thảo: Bí quyết tạo nguồn KHTN vô tận

– Hội thảo: Tiếp cận KHTN qua PRUForce

Tư vấn viên được luyện tập và áp dụng Ứng dụng PRUForce trong việc tương tác để gắn kết mối quan hệ với khách hàng: Nội dung hội thảo tập trung vào việc hướng dẫn tư vấn viên cách sử dụng các tính năng của PruForce để tương tác với khách hàng, bao gồm việc quản lý thông tin khách hàng, gửi tin nhắn, email, lên lịch hẹn và theo dõi hoạt động của khách hàng.

Thời lượng chương trình: Hội thảo được tổ chức trong 1 ngày, tập trung vào việc cung cấp kiến thức và kỹ năng thực tiễn cho tư vấn viên.

Tháng 4 - 6

PRUDENTIAL

Hội thảo: Tiếp cận KHTN qua PRUForce

Hội thảo giúp Tư vấn viên thực hiện việc tương tác với khách hàng bằng Ứng dụng PRUForce

Mục tiêu khóa học	Nội dung khóa học
Tư vấn viên biết cách vận dụng Ứng dụng PruForce vào việc tương tác gắn kết mối quan hệ với khách hàng	Tư vấn viên được luyện tập và áp dụng Ứng dụng PRUForce trong việc tương tác để gắn kết mối quan hệ với khách hàng

Đối tượng tham dự: Tư vấn viên tháng 4-6

Thời lượng chương trình: 1 ngày

Hình 2.11. Hội thảo: Tiếp cận KHTN qua PRUForce

– Hội thảo: Bí quyết nâng hạng KHTN

Tư vấn viên được luyện tập và áp dụng các tin nhắn có mục tiêu trong việc tương tác để gắn kết mối quan hệ với khách hàng: Hội thảo tập trung vào việc hướng dẫn tư vấn viên cách soạn thảo và sử dụng các tin nhắn có mục tiêu để tương tác với khách hàng. Nội dung này có thể bao gồm các kỹ năng viết tin

Thời lượng chương trình: Hội thảo được tổ chức trong 1 ngày, tập trung vào việc cung cấp kiến thức và kỹ năng thực tiễn cho tư vấn viên.

CẨM NANG HỆ THỐNG CÁC CHƯƠNG TRÌNH HUẤN LUYỆN 2024

Tháng 4 - 6

Hội thảo: Bí quyết nâng hạng KHTN

Hội thảo giúp Tư vấn viên gắn kết mối quan hệ với khách hàng thông qua cách tương tác bằng tin nhắn

Mục tiêu khóa học

Tư vấn viên biết cách mở rộng và phát triển mối quan hệ với nhiều khách hàng tiềm năng mới bằng các tin nhắn tương tác có mục tiêu

Nội dung khóa học

Tư vấn viên được luyện tập và áp dụng các tin nhắn có mục tiêu trong việc tương tác để gắn kết mối quan hệ với khách hàng

Đối tượng tham dự: Tư vấn viên tháng 4-6

Thời lượng chương trình: 1 ngày



Hình 2.12. Hội thảo: Bí quyết nâng hạng KHTN

– Khóa học: Lựa chọn con đường sự nghiệp

- + Tư vấn viên hiểu được chính sách thu nhập dành cho Quản lý tư vấn viên để định hướng phát triển sự nghiệp lên Quản lý tư vấn viên: Khóa học sẽ cung cấp cho tư vấn viên thông tin chi tiết về chính sách thu nhập dành cho vị trí

54

Quản lý tư vấn viên, giúp họ hiểu rõ về tiềm năng thu nhập và các cơ hội thăng tiến khi theo đuổi con đường này.

- + Tư vấn viên hiểu và xây dựng kế hoạch phát triển sự nghiệp cùng Prudential: Hướng dẫn tư vấn viên cách xây dựng kế hoạch phát triển sự nghiệp chi tiết và khả thi tại Prudential, bao gồm việc xác định mục tiêu, lập kế hoạch hành động và theo dõi tiến độ.

Thời lượng chương trình: Khóa học được tổ chức trong nửa ngày, tập trung vào việc cung cấp thông tin và hướng dẫn thực hành cho tư vấn viên.

Tháng 4 - 6

PRUDENTIAL

Lựa chọn con đường sự nghiệp

Hội thảo giúp Tư vấn viên định hướng tương lai sự nghiệp của bản thân: trở thành Tư vấn tài chính chuyên nghiệp hoặc trở thành Quản lý kinh doanh

Mục tiêu khóa học Tư vấn viên hiểu được chính sách thu nhập dành cho Quản lý tư vấn viên để định hướng phát triển sự nghiệp lên Quản lý tư vấn viên	Nội dung khóa học Tư vấn viên hiểu và xây dựng kế hoạch phát triển sự nghiệp cùng Prudential
---	--

Đối tượng tham dự:
Tư vấn viên tháng 4-6

Thời lượng chương trình:
0,5 ngày

Hình 2.13. Lựa chọn con đường sự nghiệp

❖ Tư vấn viên (7-9 tháng)

- Khóa học: Nghệ thuật tăng doanh số với Bán thêm, Bán chéo
 - + Khái niệm về Bán thêm, Bán chéo trong lĩnh vực Bảo hiểm Nhân thọ: Khóa học sẽ giới thiệu chi tiết về khái niệm Bán thêm (Upselling) và Bán chéo (Cross-selling) trong lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ. Tư vấn viên sẽ được học cách phân biệt hai kỹ thuật này và hiểu rõ lợi ích của chúng trong việc tăng doanh số.

- + Lợi ích của việc Bán thêm, Bán chéo cho khách hàng hiện hữu: Khóa học sẽ phân tích những lợi ích mà khách hàng nhận được khi được tư vấn Bán thêm, Bán chéo, từ đó giúp tư vấn viên tự tin hơn trong việc áp dụng kỹ thuật này.
- + Các bước thực hiện Bán thêm, Bán chéo một cách hiệu quả: Khóa học sẽ hướng dẫn tư vấn viên các bước thực hiện Bán thêm, Bán chéo một cách bài bản và hiệu quả, bao gồm việc xác định nhu cầu của khách hàng, lựa chọn sản phẩm phù hợp và đưa ra lời đề nghị thuyết phục.

Thực hành các bước tìm hiểu nhu cầu để bán thêm, bán chéo: Khóa học sẽ tạo cơ hội cho tư vấn viên thực hành các bước tìm hiểu nhu cầu của khách hàng, từ đó giúp họ nắm vững kỹ năng và áp dụng thành công vào công việc.

Thời lượng chương trình: Khóa học được tổ chức trong nửa ngày, tập trung vào việc cung cấp kiến thức và kỹ năng thực tiễn cho tư vấn viên.

Tháng 7 - 9
PRUDENTIAL

Nghệ thuật tăng doanh số với Bán thêm, Bán chéo

Tối đa doanh số bán hàng dựa trên sự đáp ứng tối ưu nhu cầu của khách hàng là mục tiêu trong kinh doanh. Prudential tập trung vào phát triển năng lực Bán thêm, Bán chéo của Tư vấn viên với khóa học cùng tên để giúp Tư vấn viên đạt mục tiêu kinh doanh

Mục tiêu khóa học	Nội dung khóa học
1. Hiểu rõ khái niệm và lợi ích của Kỹ thuật Bán thêm, Bán chéo. 2. Nắm vững cách thực hiện Bán thêm, Bán chéo hiệu quả trong lĩnh vực Bảo hiểm Nhân thọ.	1. Khái niệm về Bán thêm, Bán chéo trong lĩnh vực Bảo hiểm Nhân thọ. 2. Lợi ích của việc Bán thêm, Bán chéo cho khách hàng hiện hữu. 3. Các bước thực hiện Bán thêm, Bán chéo một cách hiệu quả. 4. Thực hành các bước tìm hiểu nhu cầu để bán thêm, bán chéo.

Đối tượng tham dự: Tư vấn viên tháng 7-9

Thời lượng chương trình: 0,5 ngày

23



Hình 2.14. Nghệ thuật tăng doanh số với Bán thêm, Bán chéo

- Khóa học: Kỹ năng khai thác & tư vấn đúng nhu cầu khách hàng
 - + Tầm quan trọng và lợi ích của việc Tư vấn theo nhu cầu khách hàng: Khóa học sẽ giúp tư vấn viên hiểu rõ tầm quan trọng của việc tư vấn dựa trên nhu cầu thực tế của khách hàng, từ đó tạo dựng lòng tin và sự hài lòng của khách hàng.
 - + Kỹ thuật Đặt câu hỏi để tư vấn đúng nhu cầu: Khóa học sẽ hướng dẫn tư vấn viên các kỹ thuật đặt câu hỏi hiệu quả, bao gồm các loại câu hỏi mở, câu hỏi đóng, câu hỏi thăm dò và câu hỏi gợi ý, giúp họ khai thác thông tin chi tiết về nhu cầu của khách hàng.
 - + Thực hành đặt câu hỏi: Khóa học sẽ tạo cơ hội cho tư vấn viên thực hành đặt câu hỏi trong các tình huống giả định, giúp họ rèn luyện kỹ năng và áp dụng thành công vào công việc thực tế.

Thời lượng chương trình: Khóa học được tổ chức trong 1 ngày, tập trung vào việc cung cấp kiến thức và kỹ năng thực tiễn cho tư vấn viên.

CẨM NANG HỆ THỐNG CÁC CHƯƠNG TRÌNH HUẤN LUYỆN 2024
Tháng 7 - 9

Kỹ năng Khai thác & tư vấn đúng nhu cầu khách hàng

Chương trình cung cấp cho Tư vấn viên Kỹ năng Đặt câu hỏi để giúp khách hàng nhận ra được nhu cầu thật sự của mình, từ đó, khách hàng sẽ hiểu, tham gia Hợp đồng Bảo hiểm và duy trì hợp đồng lâu dài

Mục tiêu khóa học

Tư vấn viên hiểu và ứng dụng Kỹ thuật Đặt câu hỏi để tư vấn đúng nhu cầu giúp nâng cao tỷ lệ chốt hợp đồng, độ lớn hợp đồng và tỷ lệ duy trì hợp đồng của khách hàng

Nội dung khóa học

1. Tầm quan trọng và lợi ích của việc Tư vấn theo nhu cầu khách hàng.
2. Kỹ thuật Đặt câu hỏi để tư vấn đúng nhu cầu.
3. Thực hành đặt câu hỏi.

Đối tượng tham dự: Tư vấn viên tháng 7-9

Thời lượng chương trình: 1 ngày



Hình 2.15. Kỹ năng khai thác & tư vấn đúng nhu cầu khách hàng

❖ Tư vấn viên (10-12 tháng)

- Khóa học: Bí quyết cung cấp dịch vụ khách hàng vượt trội
 - + Vận dụng Mô hình ICARE để phục vụ khách hàng: Khóa học sẽ giới thiệu và phân tích chi tiết về Mô hình ICARE (Identify, Connect, Appreciate, Respond, Empower), một mô hình chăm sóc khách hàng hiệu quả giúp tư vấn viên xây dựng quy trình phục vụ khách hàng chuyên nghiệp và tận tâm.
 - + Hệ thống Chăm sóc khách hàng với Quy luật D-2: Khóa học sẽ giới thiệu về Quy luật D-2, một quy luật quan trọng trong việc xây dựng hệ thống chăm sóc khách hàng. Quy luật này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc chủ động liên hệ với khách hàng trong vòng 2 ngày sau khi họ có tương tác với công ty.

Thời lượng chương trình: Khóa học được tổ chức trong 1 ngày, tập trung vào việc cung cấp kiến thức và kỹ năng thực tiễn cho tư vấn viên.

Tháng 10 - 12

PRUDENTIAL

Bí quyết Cung cấp Dịch vụ khách hàng vượt trội

Chương trình này mang đến cho đội ngũ Tư vấn viên góc nhìn thấu đáo về giá trị của Dịch vụ khách hàng và việc phát triển Hệ thống Chăm sóc khách hàng của riêng mình

Mục tiêu khóa học

Tư vấn viên biết cách phát triển Hệ thống Chăm sóc khách hàng của bản thân

Nội dung khóa học

1. Vận dụng Mô hình ICARE để phục vụ khách hàng
2. Hệ thống Chăm sóc khách hàng với Quy luật D-2

Đối tượng tham dự: Tư vấn viên tháng 10-12

Thời lượng chương trình: 1 ngày

Hình 2.16. Bí quyết cung cấp dịch vụ khách hàng vượt trội

❖ Phó phòng

- Khóa học: Thu hút nhân tài bằng kỹ thuật tuyển dụng 4 bước
 - + Tổng quan về Quy trình tuyển dụng: Khóa học sẽ giới thiệu tổng quan về quy trình tuyển dụng, bao gồm các bước từ lập kế hoạch tuyển dụng, tìm kiếm ứng viên, đánh giá ứng viên đến ra quyết định tuyển dụng.
 - + Lập Kế hoạch tuyển dụng với MAPA: Khóa học sẽ hướng dẫn các Phó phòng cách lập kế hoạch tuyển dụng chi tiết và hiệu quả bằng phương pháp MAPA (Market, Audience, Product, Action). Phương pháp này giúp xác định thị trường mục tiêu, đối tượng ứng viên, sản phẩm (cơ hội nghề nghiệp) và hành động cần thiết để thu hút ứng viên.
 - + Triển khai Quy trình tuyển dụng đúng cách với các công cụ hiệu quả: Khóa học sẽ trang bị cho các Phó phòng những công cụ và kỹ thuật tuyển dụng hiệu quả, bao gồm cách viết tin tuyển dụng hấp dẫn, sử dụng các kênh tuyển dụng phù hợp, phỏng vấn ứng viên và đánh giá ứng viên.
 - + củng cố nhận thức về Giá trị của tuyển dụng: Khóa học sẽ giúp các Phó phòng hiểu rõ tầm quan trọng của việc tuyển dụng nhân tài đối với sự phát triển của công ty và đội nhóm.
 - + Xác định được mục tiêu và xây dựng được Kế hoạch tuyển dụng: Khóa học sẽ giúp các Phó phòng xác định mục tiêu tuyển dụng rõ ràng và xây dựng kế hoạch tuyển dụng chi tiết và khả thi.
 - + Thực hiện các hoạt động tuyển dụng một cách chuẩn mực, theo tiến trình chuẩn: Khóa học sẽ hướng dẫn các Phó phòng cách thực hiện các hoạt động tuyển dụng một cách chuyên nghiệp và tuân thủ các quy trình chuẩn của công ty.

Thời lượng chương trình: Khóa học được tổ chức trong 2 ngày, đảm bảo thời gian đủ để các Phó phòng tiếp thu kiến thức và thực hành kỹ năng.

Phó phòng
PRUDENTIAL

Thu hút nhân tài bằng Kỹ thuật tuyển dụng 4 bước

Khóa học giúp các Phó phòng có được nhận thức đúng đắn về việc tuyển dụng chất lượng, đồng thời cung cấp những mô hình, kiến thức và công cụ để thực hiện điều đó một cách hiệu quả.

Mục tiêu khóa học	Nội dung khóa học
1. Củng cố nhận thức về Giá trị của tuyển dụng. 2. Xác định được mục tiêu và xây dựng được Kế hoạch tuyển dụng. 3. Thực hiện các hoạt động tuyển dụng một cách chuẩn mực, theo tiến trình chuẩn.	1. Tổng quan về Quy trình tuyển dụng. 2. Lập Kế hoạch tuyển dụng với MAPA. 3. Triển khai Quy trình tuyển dụng đúng cách với các công cụ hiệu quả.

Đối tượng tham dự:
Phó phòng

Thời lượng chương trình:
2 ngày



31

Hình 2.17. Thu hút nhân tài bằng kỹ thuật tuyển dụng 4 bước

- Khóa học: Phát triển & kèm cặp tư vấn viên mới
 - + Nguyên tắc và nội dung phát triển Tư vấn viên mới: Khóa học sẽ giới thiệu các nguyên tắc và nội dung quan trọng trong việc phát triển Tư vấn viên mới, giúp họ nhanh chóng thích nghi với công việc và đạt được thành công.
 - + Kỹ năng Phát triển Tư vấn viên mới hiệu quả: Khóa học sẽ trang bị cho các Phó phòng những kỹ năng cần thiết để phát triển Tư vấn viên mới một cách hiệu quả, bao gồm kỹ năng giao tiếp, truyền đạt kiến thức, động viên và tạo động lực.
 - + Kèm cặp Tư vấn viên mới bằng Huấn luyện thực địa và Quản lý kế hoạch làm việc: Khóa học sẽ hướng dẫn các Phó phòng cách kèm cặp Tư vấn viên mới

thông qua việc huấn luyện thực địa (làm việc trực tiếp với khách hàng) và quản lý kế hoạch làm việc của họ.

- + Củng cố niềm tin cho Tư vấn viên mới: Khóa học sẽ giúp các Phó phòng xây dựng niềm tin cho Tư vấn viên mới, giúp họ tự tin và gắn bó với công việc.
- + Hướng dẫn Tư vấn viên mới đặt mục tiêu và lập kế hoạch hoạt động trong 90 ngày đầu tiên: Khóa học sẽ hướng dẫn các Phó phòng cách giúp Tư vấn viên mới đặt mục tiêu và lập kế hoạch hoạt động chi tiết trong 90 ngày đầu tiên.
- + Lập kế hoạch & áp dụng quy trình Huấn luyện thực địa trong 90 ngày đầu, phát triển kỹ năng tư vấn cho Tư vấn viên mới: Khóa học sẽ hướng dẫn các Phó phòng cách lập kế hoạch và áp dụng quy trình huấn luyện thực địa hiệu quả, giúp Tư vấn viên mới phát triển kỹ năng tư vấn một cách nhanh chóng.

CẨM NANG HỆ THỐNG CÁC CHƯƠNG TRÌNH HUẤN LUYỆN 2024

Phó phòng

Phát triển & kèm cặp Tư vấn viên mới

Chương trình trang bị những kiến thức & kỹ năng cần thiết để các Phó phòng biết cách dẫn dắt, phát triển Tư vấn viên mới một cách hiệu quả, đặc biệt là trong giai đoạn 90 ngày đầu tiên.

Mục tiêu khóa học

1. Củng cố niềm tin cho Tư vấn viên mới.
2. Hướng dẫn Tư vấn viên mới đặt mục tiêu và lập kế hoạch hoạt động trong 90 ngày đầu tiên.
3. Lập kế hoạch & áp dụng quy trình Huấn luyện thực địa trong 90 ngày đầu, phát triển kỹ năng tư vấn cho Tư vấn viên mới.

Nội dung khóa học

1. Nguyên tắc và nội dung phát triển Tư vấn viên mới.
2. Kỹ năng Phát triển Tư vấn viên mới hiệu quả.
3. Kèm cặp Tư vấn viên mới bằng Huấn luyện thực địa và Quản lý kế hoạch làm việc.

Đối tượng tham dự:
Phó phòng

Thời lượng chương trình:
2 ngày



Hình 2.18. Phát triển & kèm cặp tư vấn viên mới

❖ Trưởng phòng

- Khóa học nâng tầm quản lý: Kỹ năng Lập kế hoạch & tuyển dụng Tư vấn viên DoGen
 - + Lập kế hoạch và quản lý thời gian hiệu quả với Mô hình DOME: Khóa học sẽ giới thiệu Mô hình DOME (Define, Organize, Motivate, Execute), một công cụ hiệu quả giúp Trưởng phòng lập kế hoạch và quản lý thời gian một cách khoa học.
 - + Các nguồn và công cụ để thu hút Ứng viên DoGen hiệu quả: Khóa học sẽ trang bị cho Trưởng phòng các kiến thức và kỹ năng cần thiết để thu hút và tuyển dụng Tư vấn viên DoGen, bao gồm các nguồn tìm kiếm ứng viên, các công cụ đánh giá ứng viên và kỹ năng phỏng vấn.
 - + Lập kế hoạch và triển khai kế hoạch cho đội ngũ hiệu quả: Khóa học sẽ hướng dẫn Trưởng phòng cách lập kế hoạch chi tiết và triển khai kế hoạch một cách hiệu quả cho đội ngũ của mình.
 - + Biết cách tìm kiếm và tuyển dụng Tư vấn viên DoGen: Khóa học sẽ cung cấp cho Trưởng phòng các kiến thức và kỹ năng cần thiết để tìm kiếm và tuyển dụng Tư vấn viên DoGen, một thế hệ tư vấn viên mới với nhiều tiềm năng.
 - + Quản lý, giám sát và động viên Tư vấn viên nhằm đạt được hiệu suất vượt trội và xây dựng một đội ngũ thành công: Khóa học sẽ trang bị cho Trưởng phòng các kỹ năng quản lý, giám sát và động viên Tư vấn viên, giúp họ xây dựng một đội ngũ thành công.

Nâng tầm quản lý: Kỹ năng Lập kế hoạch & tuyển dụng Tư vấn viên DoGen

Khóa học cung cấp kiến thức và kỹ năng nâng cao giúp các Trưởng phòng có thể lập kế hoạch và triển khai hoạt động hiệu quả, đồng thời, biết cách thu hút và tuyển dụng Tư vấn viên DoGen.

Mục tiêu khóa học

1. Lập kế hoạch và triển khai kế hoạch cho đội ngũ hiệu quả.
2. Biết cách tìm kiếm và tuyển dụng Tư vấn viên DoGen.
3. Quản lý, giám sát và động viên Tư vấn viên nhằm đạt được hiệu suất vượt trội và xây dựng một đội ngũ thành công.

Nội dung khóa học

1. Lập kế hoạch và quản lý thời gian hiệu quả với Mô hình DOME.
2. Các nguồn và công cụ để thu hút Ứng viên DoGen hiệu quả.



Đối tượng tham dự:
Trưởng phòng

Thời lượng chương trình:
2 ngày

Hình 2.19. Kỹ năng Lập kế hoạch & tuyển dụng Tư vấn viên DoGen

- Khóa học: Kỹ năng tổ chức cuộc họp kinh doanh hiệu quả
 - + Cuộc họp dẫn dắt kinh doanh Tuần: Khóa học sẽ tập trung vào việc hướng dẫn các Quản lý tổ chức cuộc họp dẫn dắt kinh doanh Tuần một cách hiệu quả. Đây là cuộc họp quan trọng giúp đội ngũ đánh giá kết quả kinh doanh, chia sẻ kinh nghiệm và lên kế hoạch cho tuần tiếp theo.
 - + Thực hành Cuộc họp dẫn dắt kinh doanh Tuần kết hợp Kỹ năng phát triển mối quan hệ với khách hàng: Khóa học sẽ tạo cơ hội cho các Quản lý thực hành tổ chức cuộc họp dẫn dắt kinh doanh Tuần, đồng thời kết hợp các kỹ năng phát triển mối quan hệ với khách hàng để xây dựng môi trường làm việc tích cực và hiệu quả.

- + Thực hành Huấn luyện chia sẻ Ý tưởng bảo hiểm theo PESOS: Khóa học sẽ hướng dẫn các Quản lý cách sử dụng mô hình PESOS (Problem, Expansion, Solution, Outcome, Summary) để huấn luyện tư vấn viên chia sẻ ý tưởng bảo hiểm một cách hiệu quả với khách hàng.

CẨM NANG HỆ THỐNG CÁC CHƯƠNG TRÌNH HUẤN LUYỆN 2024
Trưởng phòng

Kỹ năng Tổ chức Cuộc họp kinh doanh hiệu quả

Khóa học giúp các Quản lý biết cách thực hiện quy trình giám sát chặt chẽ và kèm cặp theo tiến trình để gia tăng năng suất bán hàng của đội ngũ thông qua hình thành thói quen hiệu suất cao và phát triển năng lực của tư vấn viên.

Mục tiêu khóa học

1. Vận dụng Cuộc họp dẫn dắt kinh doanh tuần vào công việc Quản lý hoạt động và Phát triển kinh doanh của đội ngũ.
2. Vận dụng Nguyên tắc PESOS vào việc Huấn luyện Tư vấn viên thực hành chia sẻ các Ý tưởng bảo hiểm với khách hàng.

Nội dung khóa học

1. Cuộc họp dẫn dắt kinh doanh Tuần.
2. Thực hành Cuộc họp dẫn dắt kinh doanh Tuần kết hợp Kỹ năng phát triển mối quan hệ với khách hàng.
3. Thực hành Huấn luyện chia sẻ Ý tưởng bảo hiểm theo PESOS.

Đối tượng tham dự:
Trưởng phòng

Thời lượng chương trình:
2 ngày

Hình 2.20. Kỹ năng tổ chức cuộc họp kinh doanh hiệu quả

2.4.4. Phương pháp đào tạo đang áp dụng

- Đào tạo trực tiếp:
 - + Tổ chức các buổi đào tạo tại văn phòng, với sự tham gia của các chuyên gia và quản lý.

- + Tạo điều kiện cho tư vấn viên trao đổi và học hỏi kinh nghiệm lẫn nhau.
- Đào tạo trực tuyến:
 - + Sử dụng các nền tảng học trực tuyến (zoom, google meet,..) để cung cấp tài liệu và bài giảng.
 - + Tổ chức các buổi webinar và hội thảo trực tuyến.
- Đào tạo thực tế:
 - + Tổ chức các buổi thực hành tư vấn khách hàng, giúp tư vấn viên áp dụng kiến thức vào thực tế.
 - + Cử tư vấn viên tham gia các buổi gặp gỡ khách hàng thực tế để học hỏi kinh nghiệm.
- Đào tạo kèm cặp:
 - + Những người có kinh nghiệm sẽ kèm cặp những người mới vào, để họ có thể nhanh chóng nắm bắt được công việc.

2.4.5. Đánh giá chất lượng sau đào tạo

Tại công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt hiện có 2 cách đánh giá hiệu quả của các chương trình đào tạo đội ngũ tư vấn viên

❖ Các bài thi về sản phẩm trên ứng dụng PRU Force

Các bài thi được thiết kế nhằm kiểm tra một cách toàn diện mức độ hiểu biết của tư vấn viên về các sản phẩm bảo hiểm của Prudential. Nội dung bài thi bao gồm việc đánh giá khả năng nắm vững các quyền lợi mà khách hàng được hưởng, các điều khoản cụ thể trong hợp đồng, phạm vi bảo hiểm của từng sản phẩm cũng như những quy định quan trọng liên quan đến việc cung cấp dịch vụ bảo hiểm

❖ Kỳ thi của Bộ tài chính

Kỳ thi do Bộ Tài chính tổ chức trong ngành bảo hiểm nhân thọ là một kỳ thi quan trọng nhằm đánh giá và cấp chứng chỉ hành nghề cho những cá nhân muốn hoạt động trong lĩnh vực tư vấn và kinh doanh bảo hiểm nhân thọ. Kỳ thi thường được tổ chức dưới hình thức thi trắc nghiệm trên giấy hoặc trực tuyến, bao gồm các câu hỏi kiểm tra kiến thức về pháp luật bảo hiểm, sản phẩm bảo hiểm nhân thọ, đạo đức nghề nghiệp và kỹ năng tư vấn. Thí sinh cần đạt điểm tối thiểu theo quy định để được cấp chứng chỉ hành nghề.

2.5. Kết luận chung

2.5.1. Ưu điểm

Công tác đào tạo đội ngũ tư vấn viên tại Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt đã đạt được nhiều kết quả tích cực:

- + Công ty đã xây dựng một chương trình đào tạo có lộ trình rõ ràng, kết hợp giữa lý thuyết và thực hành, giúp tư vấn viên nắm vững kiến thức chuyên môn về sản phẩm bảo hiểm cũng như kỹ năng tư vấn khách hàng. Việc đào tạo còn bao gồm các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp, góp phần hình thành đội ngũ tư vấn viên có trình độ chuyên môn cao và tinh thần làm việc chuyên nghiệp.
- + Chương trình đào tạo không chỉ dừng lại ở việc truyền đạt lý thuyết mà còn chú trọng đến việc áp dụng kiến thức vào thực tế công việc. Việc này giúp tư vấn viên có khả năng giải quyết các tình huống thực tế mà họ gặp phải trong công việc hàng ngày, từ đó nâng cao chất lượng tư vấn và hiệu quả làm việc.
- + Công ty đã triển khai các mô hình đào tạo hiện đại nhằm tạo ra một môi trường học tập hiệu quả và tạo sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh. Những mô hình này giúp tư vấn viên không chỉ làm chủ kiến thức mà còn nâng cao khả năng tương tác với khách hàng, từ đó gia tăng sự hài lòng của khách hàng và chất lượng dịch vụ.

2.5.2. Hạn chế và nguyên nhân

❖ Hạn chế

Mặc dù đạt được nhiều kết quả tích cực, công tác đào tạo tại công ty vẫn tồn tại một số hạn chế sau:

- + Một số phần trong chương trình đào tạo chưa được thiết kế hoàn toàn sát với thực tế công việc, khiến tư vấn viên gặp khó khăn khi áp dụng những kiến thức lý thuyết vào tình huống cụ thể trong công việc. Điều này đôi khi khiến tư vấn viên thiếu tự tin và không thể giải quyết nhanh chóng các tình huống phát sinh trong quá trình làm việc.
- + Công tác đánh giá hiệu quả đào tạo hiện nay chủ yếu dựa vào kết quả kiểm tra sau khóa học mà chưa đánh giá được tác động lâu dài đối với hiệu suất làm việc của tư vấn viên. Việc thiếu một hệ thống đánh giá toàn diện làm cho công ty chưa thể đánh giá chính xác được mức độ hiệu quả của công tác đào tạo và có những điều chỉnh kịp thời.

- + Một trong những hạn chế đáng chú ý là chưa xây dựng và triển khai chương trình đào tạo theo định hướng bảo hiểm sạch một cách cụ thể và có hệ thống. Hiện nay, nội dung đào tạo chủ yếu tập trung vào sản phẩm và kỹ năng bán hàng, trong khi các yếu tố cốt lõi của bảo hiểm sạch như minh bạch thông tin, tư vấn đúng nhu cầu, và đặt lợi ích khách hàng lên hàng đầu chưa được lồng ghép đầy đủ vào quá trình huấn luyện. Điều này dẫn đến thực trạng một bộ phận tư vấn viên chưa nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm đạo đức nghề nghiệp, dễ xảy ra tình trạng tư vấn thiếu chính xác hoặc chưa phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng. Việc chưa áp dụng đào tạo theo định hướng bảo hiểm sạch không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng đội ngũ tư vấn viên mà còn tạo ra những rủi ro tiềm ẩn cho uy tín và sự phát triển bền vững của công ty trong dài hạn.

❖ Nguyên nhân của những hạn chế

Các hạn chế trong công tác đào tạo tại công ty có thể bắt nguồn từ một số nguyên nhân chủ yếu:

- + Ngành bảo hiểm có sự thay đổi liên tục về sản phẩm, quy trình và yêu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, nội dung đào tạo hiện tại chưa được điều chỉnh kịp thời để đáp ứng với các thay đổi này, dẫn đến tình trạng tư vấn viên có thể thiếu hụt thông tin hoặc không cập nhật kịp các xu hướng mới, ảnh hưởng đến khả năng tư vấn chính xác và hiệu quả.
- + Công ty chưa xây dựng được hệ thống theo dõi và đánh giá tác động lâu dài của quá trình đào tạo đối với sự phát triển nghề nghiệp của tư vấn viên. Việc thiếu cơ chế này dẫn đến sự thiếu sót trong việc đánh giá chính xác hiệu quả của các chương trình đào tạo, từ đó không thể có những điều chỉnh cần thiết để nâng cao chất lượng đào tạo và sự phát triển bền vững của đội ngũ tư vấn viên.
- + Công ty còn gặp khó khăn trong việc xây dựng giáo trình, tài liệu đào tạo chuyên biệt cho mô hình bảo hiểm sạch do thiếu nguồn lực chuyên môn cũng như sự hỗ trợ từ các tổ chức đào tạo chuyên nghiệp. Bên cạnh đó, áp lực doanh số trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm cũng là một yếu tố khiến công ty ưu tiên các chương trình đào tạo thiên về kỹ năng bán hàng hơn là định hướng phát triển tư vấn viên một cách toàn diện và có đạo đức nghề nghiệp.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN CÔNG TÁC ĐÀO TẠO ĐỘI NGŨ TƯ VẤN VIÊN THEO ĐỊNH HƯỚNG BẢO HIỂM SẠCH TẠI CÔNG TY TNHH MTV ĐẠI LÝ BẢO HIỂM PHONG GIA VIỆT

3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp

3.1.1. Định hướng phát triển của ngành bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam

Ngành bảo hiểm nhân thọ Việt Nam trong những năm gần đây đã có bước phát triển đáng kể. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển nhanh chóng đó là yêu cầu ngày càng cao của khách hàng về chất lượng dịch vụ, tính minh bạch trong thông tin và sự phù hợp giữa sản phẩm bảo hiểm với nhu cầu thực tế. Bối cảnh này đặt ra một thách thức lớn cho các doanh nghiệp bảo hiểm nói chung và các đại lý phân phối như Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt – Prudential Khuê Trung nói riêng, trong việc nâng cao năng lực đội ngũ tư vấn viên, không chỉ về mặt kiến thức và kỹ năng mà còn về đạo đức nghề nghiệp và tinh thần phục vụ.

Theo định hướng phát triển chung của ngành, xu thế “bảo hiểm sạch” đang dần trở thành một tiêu chuẩn bắt buộc, không chỉ để đảm bảo quyền lợi khách hàng mà còn để tăng cường niềm tin của xã hội đối với ngành bảo hiểm. Do đó, công tác đào tạo đội ngũ tư vấn viên cần được nhìn nhận lại, không dừng ở việc truyền đạt kỹ năng bán hàng mà còn phải hướng đến hình thành tư duy đạo đức, tính trung thực và trách nhiệm xã hội trong từng hoạt động tư vấn.

3.1.2. Định hướng phát triển của Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt – Prudential Khuê Trung

❖ Sứ mạng:

Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt – Prudential Khuê Trung xác định sứ mạng của mình là trở thành cầu nối tin cậy giữa khách hàng và Prudential Việt Nam, mang đến cho khách hàng những giải pháp tài chính hiệu quả, minh bạch, và phù hợp với từng giai đoạn trong cuộc sống. Trong bối cảnh xã hội ngày càng quan tâm đến tính trung thực và đạo đức nghề nghiệp, công ty định vị mình là một đơn vị tư vấn bảo hiểm không chỉ cung cấp sản phẩm mà còn đồng hành cùng khách hàng trên hành trình quản lý rủi ro và xây dựng an toàn tài chính.

❖ Tầm nhìn:

Tầm nhìn dài hạn của công ty là trở thành một trong những đại lý bảo hiểm tiêu biểu tại khu vực miền Trung, tiên phong trong việc triển khai mô hình tư vấn bảo hiểm sạch – lấy khách hàng làm trung tâm, đặt lợi ích khách hàng lên hàng đầu, và hướng tới sự phát triển bền vững. Để hiện thực hóa tầm nhìn này, công ty xác định chất lượng đội ngũ tư vấn viên là yếu tố then chốt, trong đó công tác đào tạo đóng vai trò sống còn trong việc hình thành bản sắc nghề nghiệp và năng lực tư vấn chuyên sâu cho từng cá nhân.

❖ Vai trò:

Là một đại lý bảo hiểm chính thức trực thuộc hệ thống phân phối của Prudential Việt Nam, Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt – Prudential Khuê Trung không chỉ đảm nhận vai trò phân phối sản phẩm mà còn là đại diện hình ảnh, là “bộ mặt” của Prudential đối với khách hàng tại địa phương. Với vai trò đó, mỗi tư vấn viên không chỉ là người bán hàng mà còn là chuyên gia tư vấn tài chính, người chia sẻ giá trị và lan tỏa niềm tin. Vì vậy, năng lực tư vấn – bao gồm kiến thức, kỹ năng và đạo đức – cần phải được đào tạo bài bản và định hướng rõ ràng, đặc biệt là theo tiêu chuẩn bảo hiểm sạch.

❖ Kế hoạch phát triển nguồn nhân lực:

Trong kế hoạch phát triển giai đoạn 2024–2028, công ty đặc biệt nhấn mạnh đến việc chuẩn hóa và chuyên nghiệp hóa đội ngũ tư vấn viên. Cụ thể, công ty dự kiến sẽ áp dụng bộ tiêu chuẩn hành nghề tư vấn viên dựa trên ba trụ cột: (1) Kiến thức chuyên môn sâu rộng, (2) Kỹ năng tư vấn và giao tiếp hiệu quả, (3) Tinh thần trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp. Ngoài việc tổ chức đào tạo định kỳ, công ty cũng có kế hoạch xây dựng các chương trình huấn luyện chuyên đề theo mô hình học tập thực tế (learning-by-doing), áp dụng đánh giá sau đào tạo theo phương pháp KPI và phản hồi 360 độ từ khách hàng và cấp quản lý trực tiếp.

Đặc biệt, trong giai đoạn tới, công ty đặt mục tiêu lồng ghép tiêu chí "bảo hiểm sạch" vào toàn bộ quy trình đào tạo và đánh giá tư vấn viên. Điều này đòi hỏi công ty không chỉ xây dựng lại nội dung chương trình đào tạo mà còn phải tái cấu trúc văn hóa doanh nghiệp theo hướng minh bạch, khách hàng làm trung tâm và cam kết phục vụ lâu dài.

3.1.3. Định hướng về nguồn nhân lực và vai trò của đào tạo theo hướng bảo hiểm sạch

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các doanh nghiệp bảo hiểm và sự phát triển của công nghệ trong ngành tài chính – bảo hiểm, nguồn nhân lực chất lượng

cao đang trở thành yếu tố sống còn quyết định khả năng tồn tại và phát triển của mỗi doanh nghiệp. Đối với công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt – Prudential Khuê Trung, đào tạo và phát triển tư vấn viên không chỉ nhằm mục tiêu bán hàng hiệu quả, mà còn là một phần trong chiến lược xây dựng uy tín, thương hiệu và niềm tin với khách hàng.

Tuy nhiên, công tác đào tạo tại công ty hiện nay vẫn còn nặng về kỹ thuật sản phẩm và kỹ năng chốt hợp đồng, chưa chú trọng đầy đủ đến việc hình thành tư duy đạo đức nghề nghiệp, tinh thần minh bạch, và tư vấn vì lợi ích khách hàng. Đây là khoảng trống cần được lấp đầy thông qua việc thiết kế và triển khai một chương trình đào tạo tích hợp, trong đó bảo hiểm sạch không chỉ là một phần nội dung mà là định hướng xuyên suốt toàn bộ chương trình đào tạo.

3.1.4. Căn cứ từ những hạn chế đã phân tích ở chương 2

Dựa trên kết quả phân tích ở chương 2, có thể thấy rõ các bất cập trong công tác đào tạo tư vấn viên tại công ty hiện nay. Thứ nhất, chương trình đào tạo còn thiếu tính thực tiễn, chưa phản ánh đầy đủ các tình huống xảy ra trong quá trình tư vấn thực tế. Thứ hai, hệ thống đánh giá hiệu quả đào tạo chưa toàn diện, chủ yếu dựa vào kết quả kiểm tra cuối khóa, chưa đánh giá được ảnh hưởng của đào tạo đến hiệu quả công việc lâu dài của tư vấn viên. Thứ ba và quan trọng nhất, công ty chưa xây dựng chương trình đào tạo theo định hướng bảo hiểm sạch một cách bài bản, dẫn đến tình trạng một bộ phận tư vấn viên chưa nhận thức đầy đủ về đạo đức nghề nghiệp, dễ xảy ra sai sót trong tư vấn, làm ảnh hưởng đến uy tín của công ty và quyền lợi của khách hàng.

Những hạn chế trên chính là căn cứ thực tiễn để đề xuất các giải pháp ở phần tiếp theo nhằm hoàn thiện công tác đào tạo đội ngũ tư vấn viên theo định hướng bảo hiểm sạch tại công ty trong thời gian tới.

3.2. Các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác đào tạo đội ngũ tư vấn viên theo định hướng bảo hiểm sạch

3.2.1. Giải pháp nâng cao tính thực tiễn trong chương trình đào tạo

Một trong những hạn chế của chương trình đào tạo hiện nay tại Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt – Prudential Khuê Trung là nội dung còn thiên về lý thuyết, thiếu đi sự gắn kết với tình huống thực tế trong quá trình tư vấn. Để khắc phục, công ty cần thiết kế lại chương trình đào tạo theo hướng gắn lý thuyết với thực tiễn, thông qua một số biện pháp sau:

- + Tổ chức các buổi đào tạo theo tình huống mô phỏng: Sử dụng các tình huống thực tế đã xảy ra trong quá khứ để huấn luyện kỹ năng xử lý vấn đề và phản ứng linh hoạt của tư vấn viên.

Bảng 3.1 Đề xuất tình huống mô phỏng trong đào tạo tư vấn viên

STT	Tình huống mô phỏng	Mục tiêu đào tạo	Kỹ năng cần phát triển
1	Khách hàng hỏi kỹ về quyền lợi bảo hiểm nhưng tư vấn viên không nắm rõ	Nâng cao kiến thức sản phẩm và kỹ năng xử lý khi thiếu thông tin	Tìm kiếm thông tin, phản hồi khéo léo, trung thực
2	Khách hàng tỏ ra nghi ngờ về quyền lợi chi trả	Tăng cường tính minh bạch, tư vấn rõ ràng về điều khoản	Trình bày rõ ràng, thuyết phục, dùng dẫn chứng thực tế
3	Tư vấn viên nhận thấy sản phẩm không phù hợp với nhu cầu khách hàng	Đào tạo tư duy “tư vấn đúng nhu cầu” thay vì bán bằng mọi giá	Đặt khách hàng lên hàng đầu, trung thực nghề nghiệp
4	Khách hàng đã từng có trải nghiệm xấu với bảo hiểm	Rèn kỹ năng lắng nghe, cảm thông và giải thích chính sách một cách tích cực	Lắng nghe chủ động, kỹ năng ứng xử tình huống khó
5	Khách hàng yêu cầu so sánh với sản phẩm của công ty bảo hiểm khác	Trang bị khả năng so sánh công bằng, không nói xấu đối thủ, giữ uy tín ngành	Tư vấn trung lập, đạo đức nghề nghiệp
6	Khách hàng không hiểu rõ về loại trừ bảo hiểm	Giúp tư vấn viên diễn giải ngôn ngữ hợp đồng theo cách dễ hiểu, không mập mờ	Diễn giải đơn giản, kiểm tra hiểu biết của khách hàng
7	Tình huống khách hàng muốn "lách luật" để được chi trả bảo hiểm	Củng cố giá trị đạo đức, từ chối khéo léo và giữ nguyên tắc nghề nghiệp	Từ chối chuyên nghiệp, giao tiếp kiên quyết nhưng mềm mỏng

8	Tư vấn viên gặp áp lực chỉ tiêu nên muốn "đẩy nhanh ký hợp đồng" khi khách chưa hiểu rõ	Ngăn ngừa hành vi tư vấn sai lệch vì áp lực doanh số	Kiểm soát cảm xúc, tự duy dài hạn, trách nhiệm với khách hàng
9	Làm việc với khách hàng lớn tuổi, không rành công nghệ	Đào tạo cách giao tiếp phù hợp với nhóm khách hàng đặc thù	Kiên nhẫn, trình bày trực quan, sử dụng ví dụ dễ hiểu
10	Khách hàng sau ký hợp đồng phản ánh rằng họ "bị ép mua"	Phân tích hậu quả của tư vấn thiếu minh bạch, giúp học viên rút kinh nghiệm thực tiễn	Tự đánh giá, học từ sai lầm, nâng cao chất lượng tư vấn

- + Tăng cường hoạt động đào tạo tại thực địa (on-the-job training): Kết hợp giữa học lý thuyết và trải nghiệm thực tế tại các điểm tư vấn, từ đó giúp học viên áp dụng ngay kiến thức vừa học vào công việc.
- + Mời chuyên gia từ Prudential hoặc tư vấn viên giàu kinh nghiệm chia sẻ: Việc học hỏi từ những người thực chiến sẽ giúp học viên hiểu rõ hơn về những khó khăn, thách thức và giải pháp cụ thể trong quá trình hành nghề.

3.2.2. Giải pháp hoàn thiện hệ thống đánh giá hiệu quả đào tạo

Hiện nay, công ty chủ yếu đánh giá kết quả đào tạo thông qua bài kiểm tra cuối khóa, dẫn đến việc không phản ánh đúng tác động thực sự của đào tạo đến hiệu suất làm việc. Để cải thiện, công ty nên xây dựng một hệ thống đánh giá hiệu quả đào tạo toàn diện hơn, bao gồm:

- + Đánh giá nhiều chiều: Áp dụng mô hình đánh giá 360 độ, bao gồm phản hồi từ cấp trên, đồng nghiệp, khách hàng và bản thân tư vấn viên để có cái nhìn đa chiều về kết quả sau đào tạo.
- + Đánh giá theo chu kỳ (theo dõi sau đào tạo): Theo dõi hiệu quả làm việc của tư vấn viên trong 3-6 tháng sau khi tham gia khóa học để đánh giá khả năng áp dụng kiến thức và kỹ năng vào thực tế.
- + Xây dựng bộ chỉ số KPI gắn với kết quả đào tạo: Các chỉ số có thể bao gồm tỷ lệ chốt hợp đồng thành công, mức độ hài lòng của khách hàng, số lượng hợp đồng tái tục, v.v.

Bảng 3.2. Phiếu khảo sát đánh giá sau đào tạo

PHIẾU KHẢO SÁT ĐÁNH GIÁ SAU ĐÀO TẠO (Dành cho tư vấn viên – Đánh giá hiệu quả áp dụng thực tế sau khóa học) Thời gian khảo sát: Sau 3-6 tháng kể từ ngày hoàn thành khóa học				
Họ và tên: Mã tư vấn viên: Tên khóa học đã tham gia: Ngày hoàn thành khóa học:				
PHẦN A. ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG ÁP DỤNG SAU ĐÀO TẠO Anh/Chị vui lòng đánh giá mức độ áp dụng thực tế của các nội dung đã học theo thang điểm:				
Nội dung được đào tạo	Chưa áp dụng được	Áp dụng chưa hiệu quả	Áp dụng hiệu quả	Áp dụng rất hiệu quả
Xác định đúng nhu cầu bảo hiểm của khách hàng				
Tư vấn minh bạch và chính xác các quyền lợi, điều khoản sản phẩm				
Xử lý tốt các tình huống phát sinh khi khách hàng nghi ngờ hoặc không hiểu thông tin				

Giao tiếp hiệu quả, ứng xử chuyên nghiệp với khách hàng khó tính				
Tư vấn theo nguyên tắc “bảo hiểm sạch”, đặt lợi ích khách hàng lên hàng đầu				

PHẦN B. KẾT QUẢ SAU ĐÀO TẠO

1. Số lượng hợp đồng bảo hiểm ký được sau đào tạo (trong 1–3 tháng):

2. Tỷ lệ khách hàng tái ký hoặc giới thiệu người thân sau khi tư vấn:

☐ Dưới 10% ☐ 10–30% ☐ 31–50% ☐ Trên 50%

3. Anh/Chị có cảm thấy tự tin hơn sau đào tạo không?

☐ Rất tự tin ☐ Có phần tự tin ☐ Không thay đổi ☐ Giảm tự tin

PHẦN C. PHẢN HỒI VỀ KHÓA HỌC

1. Nội dung nào trong khóa học hỗ trợ anh/chị nhiều nhất trong công việc hiện tại?

→

2. Anh/chị gặp khó khăn gì khi áp dụng các nội dung đã học?

→

3. Theo anh/chị, cần cải tiến gì để khóa đào tạo hiệu quả hơn trong tương lai?

→

PHẦN D. ĐÁNH GIÁ TỪ CẤP QUẢN LÝ (Trưởng nhóm/Trưởng văn phòng)

(Phần này do cấp trên điền sau khi quan sát tư vấn viên trong công việc thực tế)

Tiêu chí	Chưa đạt	Đạt	Vượt mong đợi
Thái độ tư vấn theo hướng vì khách hàng			
Tính minh bạch và đạo đức nghề nghiệp			
Kỹ năng tư vấn, xử lý tình huống thực tế sau đào tạo			
Tính chủ động học hỏi và cải thiện sau đào tạo			

Ý kiến nhận xét của quản lý:

→

3.2.3. Giải pháp xây dựng và triển khai chương trình đào tạo theo định hướng bảo hiểm sạch

Một trong những định hướng phát triển bền vững của Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt – Prudential Khuê Trung trong giai đoạn hiện nay là thúc đẩy mô hình bảo hiểm sạch – một mô hình kinh doanh đặt lợi ích khách hàng lên hàng đầu, đảm bảo sự minh bạch trong thông tin và sự chính trực trong hoạt động tư vấn. Tuy nhiên, qua khảo sát và phân tích thực trạng tại Chương 2, có thể nhận thấy rằng nội dung chương trình đào tạo hiện tại chưa được thiết kế đầy đủ và nhất quán theo định hướng này. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực mà còn tiềm ẩn nhiều rủi ro trong việc xây dựng hình ảnh doanh nghiệp có đạo đức và trách nhiệm xã hội.

Để khắc phục hạn chế trên, công ty cần xây dựng và triển khai một chương trình đào tạo bài bản, toàn diện theo định hướng bảo hiểm sạch. Giải pháp này cần được thực hiện đồng bộ theo các nội dung sau:

a) Xây dựng khung năng lực và bộ chuẩn tư vấn viên bảo hiểm sạch

Công ty cần phối hợp với bộ phận nhân sự và bộ phận đào tạo của Prudential Việt Nam để xây dựng bộ khung năng lực cốt lõi dành cho tư vấn viên theo mô hình bảo hiểm sạch. Khung năng lực này cần làm rõ các tiêu chí như:

- + Năng lực tư vấn trung thực và khách quan
- + Khả năng xác định và phân tích đúng nhu cầu tài chính của khách hàng
- + Kỹ năng giao tiếp minh bạch, không gây áp lực chốt hợp đồng
- + Hiểu biết sâu về đạo đức nghề nghiệp và tuân thủ quy tắc ứng xử

Từ khung năng lực này, công ty có thể xây dựng bộ tiêu chí đánh giá đầu vào – đầu ra của chương trình đào tạo và là cơ sở cho các hoạt động huấn luyện chuyên sâu.

Bảng 3.3 Bộ tiêu chí đánh giá tư vấn viên sau đào tạo

BỘ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ TƯ VẤN VIÊN SAU ĐÀO TẠO (Áp dụng trong công tác tuyển chọn, đào tạo, đánh giá hiệu quả, và phát triển năng lực)		
1. NĂNG LỰC TƯ VẤN TRUNG THỰC & KHÁCH QUAN		
Tiêu chí	Mức đánh giá (1-5)	Ghi chú
Cam kết cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác, không che giấu rủi ro sản phẩm		
Tư vấn phù hợp với nhu cầu – khả năng tài chính của khách hàng		
Không ép buộc, không tạo áp lực gây hiểu nhầm trong tư vấn – bán hàng		
2. NĂNG LỰC PHÂN TÍCH NHU CẦU TÀI CHÍNH		

Tiêu chí	Mức đánh giá (1-5)	Ghi chú
Đặt câu hỏi đúng, hiệu quả để thu thập thông tin tài chính từ khách hàng		
Xác định đúng mục tiêu tài chính trung – dài hạn của khách hàng		
Biết phân tích rủi ro và đưa ra giải pháp phù hợp, không bán sai sản phẩm		

3. Kỹ năng giao tiếp minh bạch, chuyên nghiệp

Tiêu chí	Mức đánh giá (1-5)	Ghi chú
Trình bày rõ ràng quyền lợi, điều khoản, chi phí của sản phẩm bảo hiểm		
Biết lắng nghe, phản hồi đúng trọng tâm mối quan tâm của khách hàng		
Không dùng thủ thuật gây áp lực hay dẫn dắt sai lệch mục tiêu tư vấn		

4. Đạo đức nghề nghiệp và tuân thủ quy tắc ứng xử

Tiêu chí	Mức đánh giá (1-5)	Ghi chú
Hiếu và tuân thủ quy tắc đạo đức ngành bảo hiểm (theo chuẩn Prudential)		
Không vi phạm các quy định trong quá trình tư vấn – chăm sóc khách hàng		
Có tinh thần trách nhiệm với cam kết đã tư vấn / hợp đồng đã ký kết		
Lưu ý: Chuẩn đầu ra sau đào tạo – cần đạt điểm trung bình tối thiểu 3.5/5 trên tất cả các tiêu chí.		

b) Thiết kế lại nội dung đào tạo tích hợp các giá trị và nguyên tắc của bảo hiểm sạch

Các nội dung đào tạo cần được rà soát và điều chỉnh để đảm bảo lồng ghép các yếu tố cốt lõi của mô hình bảo hiểm sạch. Cụ thể:

- + Đưa vào các chuyên đề về đạo đức nghề nghiệp trong ngành bảo hiểm, bao gồm: hành vi tư vấn đúng pháp luật, trách nhiệm giải trình, tính minh bạch thông tin, quản trị rủi ro đạo đức trong tư vấn.
- + Tổ chức chuyên đề “Tư vấn dựa trên nhu cầu khách hàng”: Tập trung vào phương pháp phân tích mục tiêu tài chính, xác định khoảng cách bảo vệ, tư vấn giải pháp tài chính phù hợp, thay vì chỉ tập trung vào việc bán sản phẩm.
- + Đào tạo kỹ năng “giải thích minh bạch và cam kết hậu mãi”: Giúp tư vấn viên có thể truyền tải chính xác quyền lợi, điều khoản loại trừ, rủi ro tiềm ẩn và quyền lợi lâu dài của khách hàng – đảm bảo khách hàng hiểu rõ trước khi quyết định tham gia.
- + Ngoài ra, các bài giảng nên tích hợp tình huống thực tế, mô phỏng những tình huống thường gặp về mâu thuẫn lợi ích trong tư vấn để học viên thực hành phân xạ đạo đức.

c) Tổ chức huấn luyện lại định kỳ và triển khai mô hình cố vấn nội bộ

Bên cạnh đào tạo ban đầu, công ty cần triển khai các chương trình bồi dưỡng định kỳ theo quý hoặc theo năm để cập nhật kiến thức mới, nhấn mạnh lại các giá trị cốt lõi và củng cố hành vi tư vấn chuẩn mực. Một số hình thức nên được áp dụng:

- + Mô hình “tư vấn viên cố vấn” (Mentorship): Các tư vấn viên giàu kinh nghiệm, có uy tín và đạo đức nghề nghiệp tốt sẽ được lựa chọn để hướng dẫn, giám sát và chia sẻ thực tế với tư vấn viên mới. Qua đó, góp phần lan tỏa văn hóa bảo hiểm sạch trong toàn đội ngũ.
- + Tổ chức đối thoại đạo đức nghề nghiệp định kỳ: Các buổi trao đổi mở để chia sẻ tình huống khó xử trong thực tế, từ đó cùng tìm ra hướng xử lý đúng đắn theo nguyên tắc bảo vệ quyền lợi khách hàng.

d) Xây dựng hệ thống theo dõi, đánh giá và khen thưởng tuân thủ bảo hiểm sạch
Để đảm bảo tính khả thi và hiệu quả bền vững, công ty cần có cơ chế kiểm soát, đo lường và khen thưởng hành vi tư vấn đúng chuẩn bảo hiểm sạch:

- + Thiết lập chỉ số đánh giá mức độ tuân thủ bảo hiểm sạch (Clean Insurance Index) cho từng tư vấn viên và từng nhóm.
- + Khảo sát khách hàng sau tư vấn: Đưa vào hệ thống phản hồi nhằm đánh giá cảm nhận khách hàng về mức độ minh bạch, phù hợp và đạo đức trong tư vấn.
- + Vinh danh và khen thưởng các cá nhân xuất sắc trong việc tuân thủ và lan tỏa giá trị bảo hiểm sạch – tạo động lực duy trì chuẩn mực.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh ngành bảo hiểm đang từng bước chuyển mình mạnh mẽ theo xu hướng minh bạch, lấy khách hàng làm trung tâm, việc xây dựng và đào tạo đội ngũ tư vấn viên theo định hướng “bảo hiểm sạch” không chỉ là yêu cầu cấp thiết mà còn là chiến lược phát triển bền vững cho các doanh nghiệp bảo hiểm nói chung và Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt nói riêng.

Qua quá trình nghiên cứu, khóa luận đã hệ thống hóa được những cơ sở lý luận về bảo hiểm sạch và đào tạo nhân lực trong ngành bảo hiểm; đồng thời khảo sát và phân tích thực trạng đào tạo tư vấn viên tại công ty. Kết quả cho thấy, mặc dù Công ty đã bước đầu chú trọng đến việc đào tạo tư vấn viên, tuy nhiên còn thiếu một định hướng rõ ràng và bài bản về bảo hiểm sạch. Việc đào tạo còn mang tính hình thức, chưa sát với nhu cầu thực tiễn và chưa định hình được tư duy nghề nghiệp đúng đắn cho đội ngũ tư vấn viên.

Trên cơ sở đó, khóa luận đã đề xuất một số giải pháp cụ thể nhằm nâng cao hiệu quả công tác đào tạo đội ngũ tư vấn viên theo định hướng bảo hiểm sạch, bao gồm: xây dựng chương trình đào tạo phù hợp với chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp; tăng cường huấn luyện kỹ năng tư vấn trung thực, lấy khách hàng làm trọng tâm; tổ chức đánh giá, giám sát và phản hồi sau đào tạo để đảm bảo hiệu quả thực thi; cũng như nâng cao vai trò của người quản lý trong việc nêu gương và định hướng hành vi nghề nghiệp.

Hy vọng rằng, những giải pháp được đề xuất sẽ góp phần thiết thực trong việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực tư vấn bảo hiểm tại Công ty TNHH MTV Đại lý Bảo hiểm Phong Gia Việt, từ đó giúp doanh nghiệp phát triển bền vững, đồng thời góp phần xây dựng niềm tin và hình ảnh tích cực cho ngành bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Công ty Luật UNILAW. (2018, 27 tháng 7). *Các nguyên tắc pháp lý trong kinh doanh bảo hiểm*. Truy cập từ: <https://unilaw.vn/binh-luan-an/luat-bao-hiem/cac-nguyen-tac-phap-ly-trong-kinh-doanh-bao-hiem.html>
- [2] Công ty Luật UNILAW. (2019, 22 tháng 2). *Khái niệm chung về kinh doanh bảo hiểm*. Truy cập từ: <https://unilaw.vn/binh-luan-an/luat-bao-hiem/khai-niem-chung-ve-kinh-doanh-bao-hiem.html>
- [3] Nguyễn Hữu Thân. (2008). *Quản trị nhân sự*. Hà Nội, Nhà xuất bản Lao Động – Xã Hội.
- [4] Trần Kim Dung. (2011). *Quản trị nguồn nhân lực*. Hồ Chí Minh, Nhà xuất bản Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
- [5] Thư Viện Pháp Luật. (2022, 11 tháng 4). *Kinh doanh bảo hiểm là gì?* Truy cập từ: <https://thuvienphapluat.vn/phap-luat/kinh-doanh-bao-hiem-la-gi-nhung-quy-dinh-chung-cua-hop-dong-bao-hiem-co-noi-dung-cu-the-nhu-the-nao-116679-2734.html>
- [6] Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp. (2019). *Tài liệu học tập*. Truy cập từ: <https://f2m.uneti.edu.vn/uploads/page/7quan-tri-nhan-luc.pdf>
- [7] Viện Nghiên cứu Phát triển Nguồn lực Việt. (2021). *Khái niệm nguồn nhân lực – nguồn nhân lực là gì?* Truy cập từ: <https://irdm.edu.vn/khai-niem-nguon-nhan-luc-la-gi/>
- [8] Việt Phúc. (2022, 4 tháng 6). *Phân loại các loại hình bảo hiểm*. Truy cập từ VPLAW: <https://vplaw.vn/phan-loai-cac-loai-hinh-bao-hiem/>