TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

PV Power: Chủ động, sáng tạo trong công tác truyền thông, lan tỏa giá trị thương hiệu

08:30 23/07/2025

Sáu tháng đầu năm 2025, Tổng công ty Điện lực Dầu khí Việt Nam (PV Power) đã triển khai hiệu quả các mặt công tác truyền thông, tổ chức sự kiện, xây dựng văn hóa doanh nghiệp, quản lý thương hiệu và thực hiện an sinh xã hội. Những kết quả đạt được không chỉ góp phần quảng bá hình ảnh PV Power, lan tỏa giá trị thương hiệu, mà còn thể hiện rõ trách nhiệm cộng đồng của một đơn vị chủ lực trong lĩnh vực năng lượng.



Phó Tổng Giám đốc PV Power Phan Ngọc Hiền chủ trì Hội nghị

Ngày 22/7, Phó Tổng Giám đốc PV Power Phan Ngọc Hiền đã chủ trì Hội nghị trực tuyến sơ kết công tác truyền thông sự kiện, văn hóa doanh nghiệp, quản lý thương hiệu và an sinh xã hội 6 tháng đầu năm 2025.

Hội nghị có sự tham dự của đại diện lãnh đạo các ban/văn phòng Tổng công ty; các tổ chức đoàn thể chính trị - xã hội; cùng đại diện các đơn vị thành viên, chi

nhánh, ban quản lý dự án trực thuộc PV Power.

Chủ động truyền thông - Lan tỏa thương hiệu

Phát biểu tại hội nghị, Phó Tổng Giám đốc PV Power Phan Ngọc Hiền nhấn mạnh: Trong thời gian qua, PV Power đã tiếp tục duy trì và phát huy thế mạnh trong công tác truyền thông, triển khai đồng bộ các nội dung tuyên truyền về hoạt động sản xuất kinh doanh, an sinh xã hội, văn hóa doanh nghiệp và các sự kiện lớn của Tổng công ty.

Với những yêu cầu cần phải thay đổi để phù hợp với chiến lược phát triển của Tổng công ty trong giai đoạn mới, Phó Tổng giám đốc Phan Ngọc Hiền nhấn mạnh, hội nghị cần tập trung thảo luận, làm rõ những tồn tại, đưa ra các giải pháp triển khai hiệu quả các mặt công tác trong thời gian tới.

Đặc biệt, cần thay đổi tư duy làm truyền thông, văn hóa doanh nghiệp, kịp thời thích ứng với những thay đổi mạnh mẽ, tăng cường ứng dụng đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trong thực hiện nhiệm vụ.



Hội nghị được tổ chức theo hình thức trực tuyến tới các đơn vị, chi nhánh, ban quản lý dự án của PV Power

Trong 6 tháng đầu năm, PV Power đã tổ chức thành công nhiều sự kiện lớn như Đại hội đồng cổ đông thường niên, Đại hội Đại biểu Đảng bộ lần thứ IV, Hội nghị điển hình tiên tiến...

Công tác truyền thông không chỉ được triển khai chuyên nghiệp, mà còn đảm bảo kiểm soát chặt chẽ thông tin, không để xảy ra khủng hoảng truyền thông.

Các kênh truyền thông như website chính thức (tiếng Việt - tiếng Anh), các trang tin uy tín trong ngành, các ấn phẩm nhận diện thương hiệu (sổ tay, túi, khẩu hiệu, quà tặng...) đều được sử dụng hiệu quả.

Cùng với đó, việc hợp tác với hơn 35 đơn vị báo chí để thực hiện quảng cáo thương hiệu, đặc biệt trên các ấn phẩm đặc biệt như báo Tết, đã góp phần củng cố uy tín, nâng cao hình ảnh PV Power trên truyền thông đại chúng.

Văn hóa doanh nghiệp luôn được PV Power xác định là nền tảng quan trọng, gắn kết con người và thúc đẩy hiệu suất làm việc. Trong 6 tháng đầu năm 2025, Tổng công ty đã tập trung hoàn thiện các quy chế, quy định nội bộ; chuẩn hóa phương châm hành động "Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả" để áp dụng thống nhất trong toàn hệ thống.

Hoạt động tuyên truyền văn hóa nội bộ được chú trọng triển khai thông qua nhiều kênh như hệ thống bảng điện tử, website, các ấn phẩm nhận diện thương hiệu, cùng các công cụ truyền thông hiện đại.

Đặc biệt, PV Power đã triển khai việc ứng dụng logo Petrovietnam mới, đảm bảo tuân thủ quy định sử dụng nhãn hiệu theo hướng dẫn của Tập đoàn.

Công tác an sinh xã hội (ASXH) tiếp tục là một điểm sáng trong hoạt động của PV Power. Tổng công ty đã triển khai hiệu quả các chương trình an sinh xã hội với tổng kinh phí 26 tỷ đồng, đồng thời xây dựng phương án cụ thể để thực hiện kế hoạch năm 2025 - 2026.

Bên cạnh đó, ưu tiên phân bổ ngân sách ASXH cho các đơn vị trực thuộc, bảo đảm tính thiết thực và sát với nhu cầu thực tế tại các địa phương có nhà máy hoạt động, tạo sự gắn kết chặt chẽ giữa đơn vị và địa phương.

Kế hoạch trọng tâm 6 tháng cuối năm 2025

Trong thời gian tới, PV Power tiếp tục xác định công tác truyền thông là một trong những nhiệm vụ chiến lược. Tổng công ty và các đơn vị thành viên sẽ tiếp tục đẩy mạnh truyền thông hoạt động SXKD định kỳ theo quý, tháng; truyền thông các hội nghị, hội thảo chuyên ngành. Trong đó, đẩy mạnh tuyên truyền các hoạt động gắn với kỷ niệm 50 năm thành lập Petrovietnam, cùng các ngày lễ lớn của đất nước.

Đặc biệt, tích cực truyền thông tiến độ dự án Nhà máy điện Nhơn Trạch 3 và 4, tập trung vào các cột mốc quan trọng như hòa lưới, phát điện thương mại… Trong công tác truyền thông nội bộ, tiếp tục duy trì các kênh như website, nội san, các ấn phẩm nhận diện thương hiệu; tổ chức hậu cần truyền thông cho các sự kiện nội bộ của Tổng công ty.

Trong công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp và thương hiệu, PV Power hướng tới lan tỏa giá trị cốt lõi thông qua việc tập trung tuyên truyền nội bộ,

xây dựng chuẩn mực văn hóa doanh nghiệp gắn với các chủ đề cụ thể; tăng cường xây dựng không gian văn hóa tại văn phòng mới; phối hợp tổ chức các hoạt động văn hóa - thể thao cùng tổ chức đoàn thể.

Cùng với đó, PV Power tiếp tục triển khai các chương trình ASXH tại các địa phương có nhà máy hoạt động, cũng như tích cực tham gia các hoạt động ASXH của Tập đoàn.



Phó Tổng Giám đốc PV Power Phan Ngọc Hiền phát biểu kết luận hội nghị

Tại hội nghị, đại diện các ban chuyên môn/văn phòng Tổng công ty cùng các đơn vị thành viên đã báo cáo, trao đổi kinh nghiệm triển khai thực tiễn tại cơ sở, đồng thời chỉ ra những bất cập như: sự thiếu đồng bộ về trang thiết bị truyền thông; năng lực, kỹ năng của đội ngũ phụ trách chưa đáp ứng yêu cầu ngày càng cao; công tác lưu trữ văn bản, hồ sơ điện tử đang trong giai đoạn chuyển đổi số, chưa có hệ thống thống nhất...

Các vấn đề đã được lãnh đạo Tổng công ty, các ban/văn phòng và các đơn vị trao đổi, thống nhất các giải pháp cụ thể để khắc phục những tồn tại, phát huy những sáng kiến đổi mới trong công tác truyền thông, an sinh xã hội, quản lý thương hiệu...

Phó Tổng Giám đốc Phan Ngọc Hiền cũng nhấn mạnh, trong giai đoạn tới, PV Power cũng như các đơn vị thành viên cần xây dựng và đưa ra những kế hoạch, lộ trình cụ thể cho từng lĩnh vực, từng công việc, nhất là trong công tác xây

dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp của từng đơn vị phù hợp với văn hóa PV Power, Petrovietnam, từ đó tạo ra môi trường văn hóa PV Power bền vững, phát triển vì mục tiêu chung của Tổng công ty.

Với định hướng rõ ràng, tinh thần đổi mới và sự chủ động, linh hoạt, PV Power đang từng bước nâng cao hiệu quả công tác truyền thông - thương hiệu - an sinh xã hội, qua đó khẳng định vị thế của một doanh nghiệp năng lượng uy tín và trách nhiệm trong hành trình phát triển bền vững.

Hiền Anh