

V/v triển khai công tác truyền thông
thực hiện Kế hoạch VHDN
EVNGENCO2 giai đoạn 2026 - 2030

Kính gửi:

- Các đơn vị thành viên EVNGENCO2;
 - Nhóm Người đại diện phần vốn của EVNGENCO2 tại các Công ty cổ phần;
 - Các Ban EVNGENCO2;
 - Công đoàn, Đoàn thanh niên EVNGENCO2.
- (Sau đây gọi là các Đơn vị)*

Căn cứ văn bản số 4221/EVN-TTVHDN ngày 20/7/2026 của Tập đoàn Điện lực Việt Nam về việc triển khai công tác truyền thông thực hiện Kế hoạch VHDN EVN giai đoạn 2026 – 2030.

Thực hiện Kế hoạch triển khai công tác VHDN trong EVNGENCO2 giai đoạn 2026-2030 tại Quyết định số 255/QĐ-EVNGENCO2 ngày 30/7/2026 (Kế hoạch), nhằm lan tỏa các giá trị văn hóa EVN và EVNGENCO2, tạo sự thống nhất về nhận thức và hành động, đưa Văn hóa doanh nghiệp trở thành một nội dung xuyên suốt trong quá trình thực hiện nhiệm vụ sản xuất, kinh doanh, đầu tư xây dựng và quản trị doanh nghiệp, Tổng công ty Phát điện 2 triển khai công tác truyền thông thực hiện Kế hoạch với các nội dung sau:

1. Mục đích:

- Tuyên truyền sâu rộng mục tiêu, nhiệm vụ và các nội dung Kế hoạch, bảo đảm 100% CBCNV trong toàn Tổng công ty biết và thực hiện.
- Phát huy vai trò, trách nhiệm của mỗi tập thể, cá nhân trong thực hiện các giá trị văn hóa doanh nghiệp EVNGENCO2 trong thực tiễn sản xuất, kinh doanh, đầu tư xây dựng và quản trị doanh nghiệp; lan tỏa các mô hình hay, sáng kiến tiêu biểu, điển hình tiên tiến trong quá trình thực hiện.
- Đẩy mạnh truyền thông nhằm giới thiệu, lan tỏa các giá trị VHND EVNGENCO2 và kết quả triển khai Kế hoạch đến khách hàng, đối tác và cộng đồng; xây dựng, củng cố hình ảnh EVN và EVNGENCO2 tiên phong, chuyên nghiệp, trách nhiệm, không ngừng đổi mới, phát triển bền vững và đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số trong giai đoạn mới.

2. Yêu cầu:

- Công tác truyền thông được triển khai thường xuyên, đồng bộ, bám sát mục tiêu, nhiệm vụ của Kế hoạch và gắn với nhiệm vụ chính trị, chuyên môn của từng đơn vị.

- Hình thức truyền thông đa dạng, phù hợp với từng nhóm đối tượng, phát huy hiệu quả của truyền thông trực tiếp và truyền thông trên nền tảng số.

- Huy động sự tham gia của Công đoàn và Đoàn Thanh niên các cấp, tuyên truyền, vận động, lan tỏa các giá trị VHDN, tạo phong trào thi đua và sự hưởng ứng trong toàn EVNGENCO2.

3. Nội dung triển khai:

Căn cứ các nhiệm vụ được giao trong Kế hoạch VHDN EVNGENCO2 giai đoạn 2026-2030, EVNGENCO2 và các đơn vị triển khai thực hiện các nội dung truyền thông như sau:

3.1. Truyền thông nội bộ:

Tổ chức triển khai đồng bộ các hoạt động truyền thông nhằm bảo đảm toàn thể CBCNV được phổ biến, quán triệt và thực hiện Kế hoạch; đồng thời tạo môi trường để các giá trị văn hóa EVN được nhận thức đầy đủ và chuyển hóa thành hành động trong thực thi nhiệm vụ.

Căn cứ điều kiện thực tế, các đơn vị chủ động lựa chọn và triển khai các hình thức truyền thông phù hợp, trong đó tập trung:

- ***Phổ biến, quán triệt:***

- Tổ chức lồng ghép, kết hợp việc phổ biến, quán triệt nội dung Kế hoạch tại các hội nghị, cuộc họp giao ban, sinh hoạt chuyên đề, sinh hoạt chi bộ, sinh hoạt công đoàn, đoàn thanh niên và các hoạt động tập thể của đơn vị.

- Tăng cường truyền thông trên các kênh thông tin nội bộ như cổng thông tin điện tử, mạng xã hội nội bộ, email, bản tin, bản tin điện tử và các nền tảng truyền thông số của đơn vị.

- ***Truyền thông trực quan:***

- Xây dựng, sử dụng các sản phẩm truyền thông trực quan như infographic, video clip, podcast, tài liệu hỏi – đáp (FAQ), poster, banner điện tử, màn hình điện tử, trưng bày phòng truyền thống... nhằm truyền tải nội dung Kế hoạch một cách sinh động, dễ tiếp cận.

- ***Đào tạo kết hợp truyền thông nội bộ:***

- Lồng ghép nội dung Kế hoạch vào các chương trình đào tạo, bồi dưỡng, hội thảo, tọa đàm, sinh hoạt chuyên đề về văn hóa doanh nghiệp; triển khai bài giảng E-learning để CBCNV chủ động nghiên cứu, học tập.

- Tổ chức các chương trình giao lưu, trao đổi với chuyên gia, nhà quản lý, các tập thể, cá nhân tiêu biểu nhằm chia sẻ kinh nghiệm, lan tỏa các mô hình hay, cách làm hiệu quả trong thực hiện văn hóa doanh nghiệp.

- ***Hoạt động tương tác, đánh giá nội bộ:***

- Khuyến khích các hoạt động tương tác, cuộc thi, diễn đàn trao đổi, chia sẻ sáng kiến và gương điển hình trong thực hiện văn hóa doanh nghiệp; chương trình tham quan phòng truyền thống kết hợp với các sự kiện chuyên môn; kịp thời biểu dương, nhân rộng các tập thể, cá nhân có thành tích tiêu biểu.

- Thường xuyên theo dõi, đánh giá hiệu quả truyền thông; kịp thời cập nhật, bổ sung nội dung và hình thức truyền thông phù hợp nhằm bảo đảm mọi CBCNV đều được tiếp cận đầy đủ thông tin và tích cực tham gia triển khai Kế hoạch.

3.2. Truyền thông đại chúng:

- ***Nội dung truyền thông và các kênh truyền thông:***

- Giới thiệu các nội dung về Kế hoạch triển khai Văn hóa doanh nghiệp EVN, EVNGENCO2 giai đoạn 2026–2030 trên website, cổng thông tin điện tử, các nền tảng mạng xã hội và các kênh truyền thông số của EVNGENCO2 và đơn vị (Fanpage Facebook, YouTube, TikTok...).

- Tăng cường phối hợp với các cơ quan báo chí, truyền thông để tuyên truyền về các hoạt động triển khai văn hóa doanh nghiệp; phản ánh các mô hình hay, cách làm hiệu quả, sáng kiến, tập thể và cá nhân tiêu biểu trong quá trình thực hiện Kế hoạch.

- Lồng ghép nội dung truyền thông về văn hóa doanh nghiệp trong các sự kiện, hội nghị, hội thảo, đền ơn đáp nghĩa, an sinh xã hội, hoạt động cộng đồng, môi trường và chuyển đổi xanh, qua đó lan tỏa hình ảnh EVN, EVNGENCO2 thân thiện, trách nhiệm và vì cộng đồng.

- ***Sản phẩm truyền thông:***

- Xây dựng, phát hành các sản phẩm truyền thông đa phương tiện như video clip, phóng sự, infographic, podcast, ấn phẩm truyền thông nhằm giới thiệu những giá trị văn hóa doanh nghiệp, hình ảnh người lao động EVN và EVNGENCO2 và các kết quả nổi bật trong thực hiện Kế hoạch.

- ***Theo dõi và phản hồi:***

- Chủ động theo dõi thông tin, dư luận xã hội liên quan đến hình ảnh, thương hiệu và văn hóa doanh nghiệp EVN và EVNGENCO2; kịp thời cung cấp thông tin chính xác, phối hợp xử lý các thông tin chưa đúng, góp phần bảo vệ uy tín, thương hiệu của Tập đoàn và Tổng công ty.

- Các sản phẩm truyền thông thực hiện Kế hoạch được tổng hợp chung vào kết quả thực hiện kế hoạch truyền thông hằng năm của đơn vị theo quy định của EVN.

4. Tổ chức thực hiện:

4.1. Văn phòng và các ban chức năng

Phối hợp đề xuất, xây dựng nội dung truyền thông, cung cấp thông tin, tài liệu, kết quả thực hiện theo chức năng nhiệm vụ chuyên môn.

4.2. Các đơn vị thành viên của EVNGENCO2

- Tổ chức triển khai, phổ biến Kế hoạch đến toàn thể CBCNV; chủ động xây dựng kế hoạch truyền thông phù hợp với điều kiện thực tế của đơn vị, bảo đảm thiết thực, hiệu quả, tránh hình thức.

- Chủ động phát hiện, lựa chọn và truyền thông các mô hình mới, cách làm hiệu quả, sáng kiến, giải pháp đổi mới sáng tạo, các tập thể, cá nhân tiêu biểu trong

thực hiện Văn hóa doanh nghiệp; tích cực tuyên truyền trên Nhóm facebook Đồng nghiệp EVN và lựa chọn các sản phẩm truyền thông có chất lượng gửi về EVNGENCO2 (qua Văn phòng) để tổng hợp, lựa chọn và truyền thông trên các kênh truyền thông của Tập đoàn và Tổng công ty.

4.3. Công đoàn và Đoàn Thanh niên Tổng công ty

- Phối hợp với chuyên môn tuyên truyền, vận động đoàn viên, người lao động tích cực tìm hiểu, thực hiện Kế hoạch; lồng ghép nội dung văn hóa doanh nghiệp trong các phong trào thi đua, hoạt động tham quan học tập truyền thống, văn hóa, văn nghệ, thể thao, sinh hoạt đoàn thể; phát hiện, biểu dương và lan tỏa các tập thể, cá nhân điển hình trong thực hiện văn hóa doanh nghiệp.

Đề nghị các đơn vị triển khai thực hiện./.

Nơi nhận:

- EVN (để báo cáo);
- Như trên;
- HĐQT (để b/c);
- TGD (để b/c);
- Các PTGD (để biết);
- Công đoàn;
- Đoàn Thanh niên;
- Các Ban;
- Lưu: VT, VP.

Đính kèm:

- QĐ số 255/QĐ-EVNGENCO2 ngày 30/7/2026.

**KT. TỔNG GIÁM ĐỐC
PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC**

Nguyễn Xuân Diện