

Tất cả mọi mặt của tổ chức đó, về cơ bản được tập trung vào cái trục gọi là *tuyên ngôn sứ mệnh của tổ chức*.

Sau này, tôi có dịp đến khách sạn khác trong cùng hệ thống khách sạn này. Yêu cầu đầu tiên của tôi là được xem bản tuyên ngôn sứ mệnh. Tôi được hiểu thêm về câu khẩu hiệu “*Phục vụ từng khách hàng vô điều kiện*”.

Trong thời gian ba ngày, tôi quan sát mọi tình huống cần đến sự phục vụ và nhận thấy chất lượng phục vụ ở đây rất ấn tượng và hoàn hảo. Việc phục vụ luôn được cá nhân hóa, nghĩa là phục vụ đến từng người. Chẳng hạn, tại khu vực bể bơi, tôi hỏi nhân viên hồ bơi chỗ nào có vòi nước uống, anh ấy dẫn tôi đến tận nơi.

Nhưng điều gây ấn tượng nhất đối với tôi là nhìn thấy một nhân viên dám tự mình nhận lỗi với cấp trên. Chúng tôi gọi món ăn phục vụ tại phòng và được cho biết thời điểm món ăn sẽ được chuyển đến. Trên đường đi, người phục vụ làm đổ nước sô-cô-la nóng, và phải mất vài phút để thay đồ uống, khăn lót. Do đó, họ chuyển món ăn lên phòng chậm mất 15 phút so với thời gian đã thông báo. Chúng tôi không có ý gì phàn nàn. Nhưng sáng hôm sau, người quản lý đã gọi điện thoại đến xin lỗi chúng tôi và mời chúng tôi bữa ăn sáng tự chọn hoặc được phục vụ miễn phí tại phòng như một cách để bù đắp sự chậm trễ đã gây ra.

Người ta sẽ nói thế nào về văn hóa của một tổ chức khi một nhân viên tự nhận lỗi của mình, cái lỗi chỉ mình anh ấy biết, với cấp trên để khách hàng, tức người thuê phòng, được chăm sóc tốt hơn?

Như đã nói, tôi biết nhiều công ty có bản tuyên ngôn sứ mệnh rất ấn tượng, nhưng có một sự khác biệt thực sự giữa tính hiệu quả của một bản tuyên ngôn do mọi người