

# BÀI 5. CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG



- Mô đun 6: TIÊU THỤ SẢN PHẨM HOA
- Nghề đào tạo: TRỒNG HOA CÔNG NGHỆ CAO
- Trình độ: SƠ CẤP 3



# MỤC TIÊU

---

- Trình bày được tầm quan trọng của chăm sóc khách hàng; các yếu tố thỏa mãn khách hàng; các bước lập kế hoạch chăm sóc khách hàng
- Xây dựng được chương trình chăm sóc phù hợp với từng đối tượng khách hàng và sản phẩm/dịch vụ đang kinh doanh
- Giải đáp và xử lý được các thắc mắc, khiếu nại/phàn nàn của khách hàng
- Thiết kế được phiếu khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng
- Có thái độ cư xử đúng mực với khách hàng.

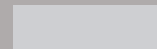
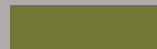


# NỘI DUNG

---



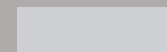
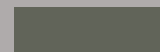
- 1. Tìm hiểu chung về hoạt động chăm sóc khách hàng**
- 2. Lập kế hoạch chăm sóc khách hàng**
- 3. Thực hiện kỹ năng chăm sóc khách hàng**





---

# PHẦN 1. TÌM HIỂU CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG





## 1.1 Chăm sóc khách hàng là gì?

---



Chăm sóc khách hàng là tất cả những gì mà doanh nghiệp phải làm để thoả mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng

Chăm sóc khách hàng là phục vụ khách hàng theo như cách họ mong muốn và làm những việc cần thiết để giữ khách hàng mình đang có





## 1.2 Tại sao phải chăm sóc khách hàng ?

---

Hoạt động chăm sóc khách hàng có tầm **QUAN TRỌNG** rất lớn đối với mỗi doanh nghiệp



***Chăm sóc khách hàng giúp doanh nghiệp:***

- Duy trì khách hàng hiện tại – tạo ra khách hàng trung thành
- Thu hút khách hàng tiềm năng
- Giảm chi phí kinh doanh
- Vũ khí cạnh tranh của doanh nghiệp



## 1.3 Các yếu tố thỏa mãn khách hàng

### 1/ SẢN PHẨM DỊCH VỤ

- Giá cả
- Chất lượng
- Chủng loại, quy cách
- Bao bì, nhãn hiệu
- Bảo hành
- Hậu mãi...

### 2/ THUẬN TIỆN

- Địa điểm bán hàng
- Điều kiện giao hàng
- Điều kiện đổi hàng
- Phương thức thanh toán
- Giờ mở cửa
- Giải quyết khiếu nại,..

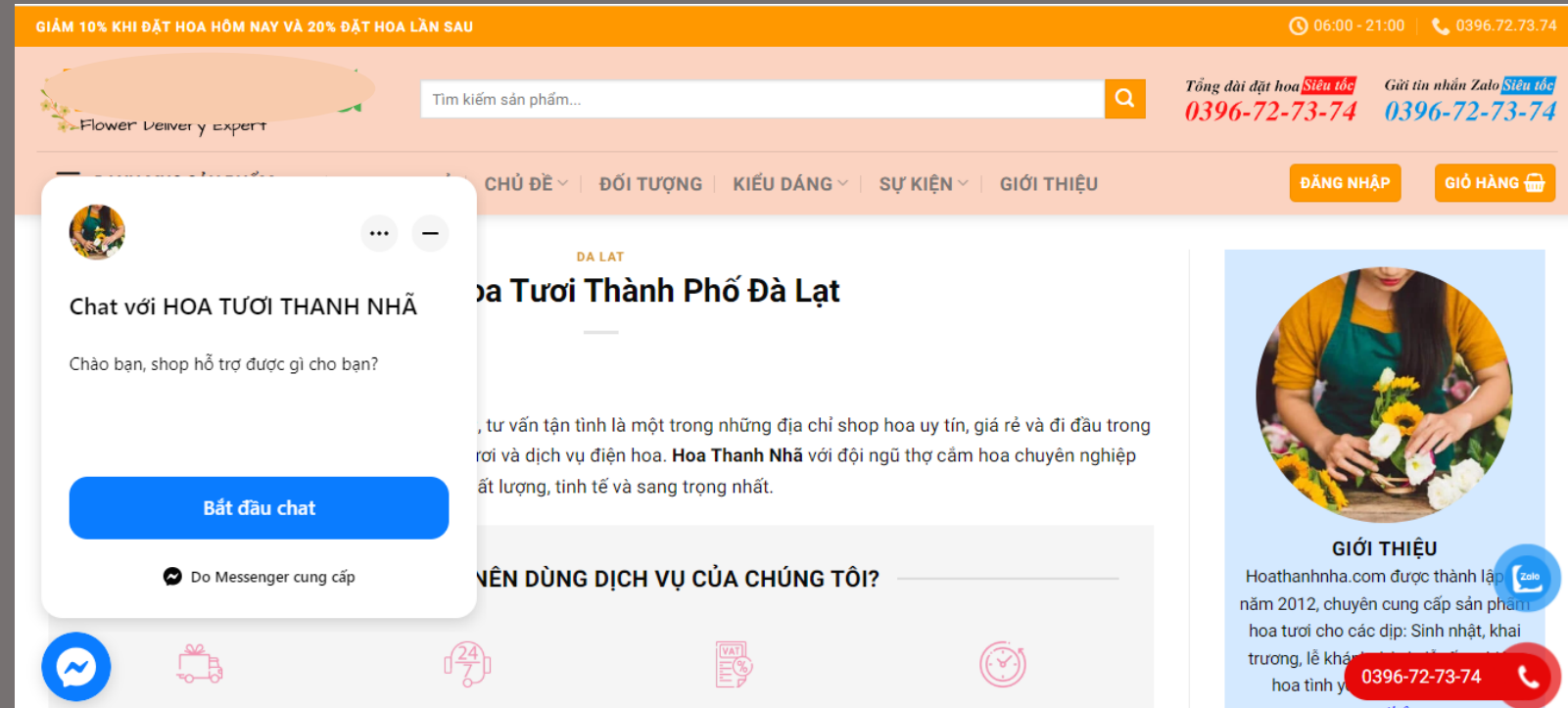
### 3/ CON NGƯỜI

- Thái độ phục vụ
- Kỹ năng giao tiếp
- Hành vi ứng xử của nhân viên...

# 1.4 Một số hình thức chăm sóc khách hàng phổ biến hiện nay



Chăm sóc khách hàng trực tiếp tại quầy hàng/ cửa hàng



Chăm sóc khách hàng qua website



## 1.4 Một số hình thức chăm sóc khách hàng phổ biến hiện nay



Chăm sóc khách hàng qua email



Chăm sóc khách hàng qua tổng đài hotline



Chăm sóc khách hàng qua kênh fanpage/mạng xã hội facebook, zalo

# 1.4 Một số hình thức chăm sóc khách hàng phổ biến hiện nay



Chăm sóc khách hàng thông qua các dịch vụ hỗ trợ khách hàng

# 1.4 Một số hình thức chăm sóc khách hàng phổ biến hiện nay



Thăm hỏi tặng quà  
khách hàng



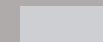
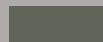
Tổ chức hội thảo, hội  
nghị, sự kiện





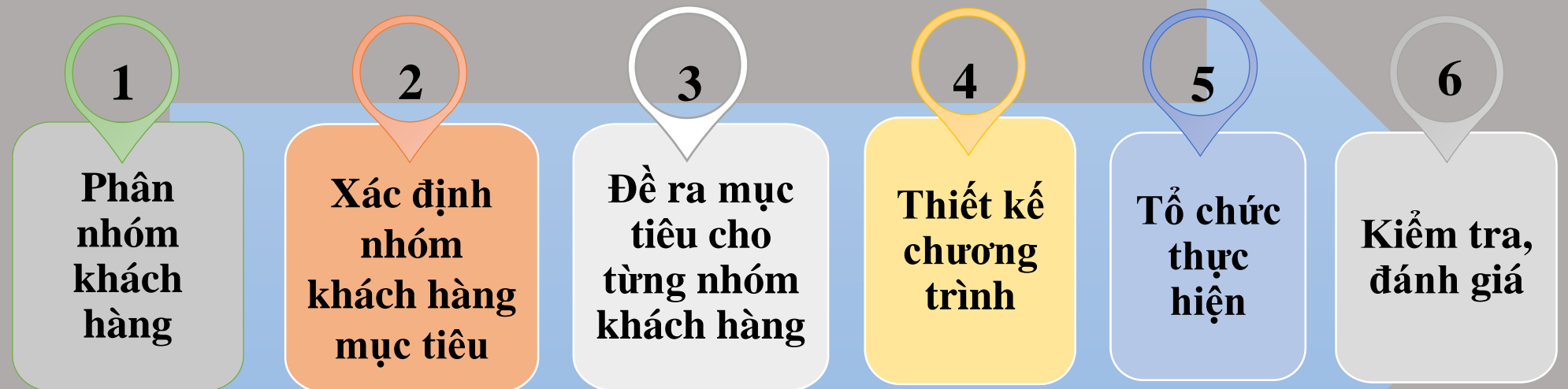


## PHẦN 2. LẬP KẾ HOẠCH CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG





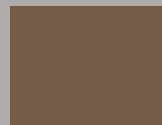
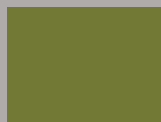
## Các bước lập kế hoạch chăm sóc khách hàng





---

# BÀI TẬP



*Yêu cầu bài tập: Xây dựng chương trình chăm sóc khách hàng cho cơ sở sản xuất kinh doanh của anh/chị theo mẫu*

**CHƯƠNG TRÌNH CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG**  
**CỦA.....**

**1/ Mô tả sơ lược về doanh nghiệp/công ty:**

- Tên doanh nghiệp:.....
- Ngành, nghề/Lĩnh vực kinh doanh: .....
- Phân nhóm khách hàng (nếu có)

**2/ Tên chương trình: .....**

**3/ Mục đích/mục tiêu của chương trình:.....**

**4/ Thời gian, địa điểm thực hiện: .....**

**5/ Nội dung chương trình**

- Phương thức/hình thức thực hiện/Các hoạt động cụ thể.....
- Thể lệ của chương trình (nếu có).....

**6/ Dự kiến ngân sách**

**7/ Nhân sự thực hiện**



## PHẦN 3. THỰC HIỆN KỸ NĂNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

---



**3.1. Kỹ năng chăm sóc khách hàng qua điện thoại**

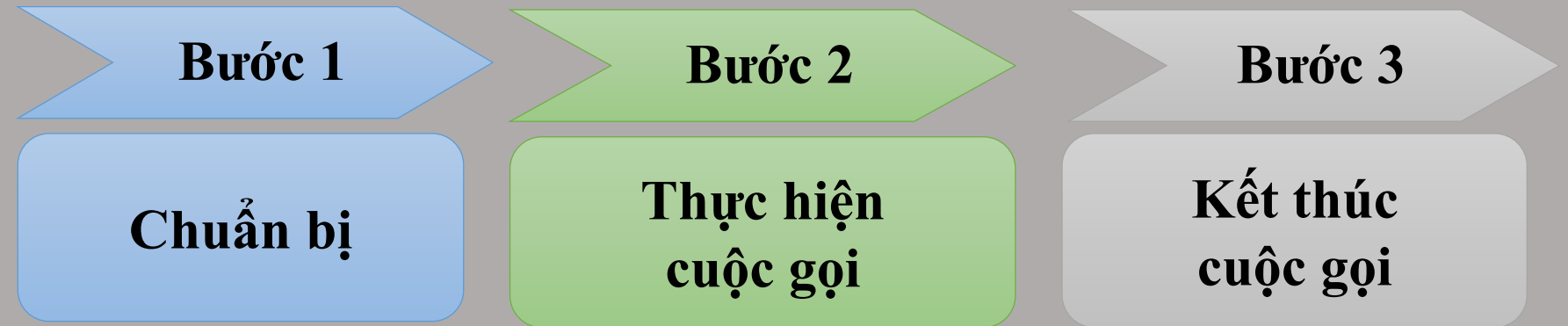
**3.2. Xử lý khiếu nại/phàn nàn của khách hàng**

**3.3. Khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng**

## 3.1. KỸ NĂNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG QUA ĐIỆN THOẠI



*\* Các bước thực hiện cuộc gọi cho khách hàng:*



# Một số lưu ý khi thực hiện cuộc gọi cho khách hàng

---



Lựa chọn thời gian gọi thích hợp

Lựa chọn không gian thật yên tĩnh

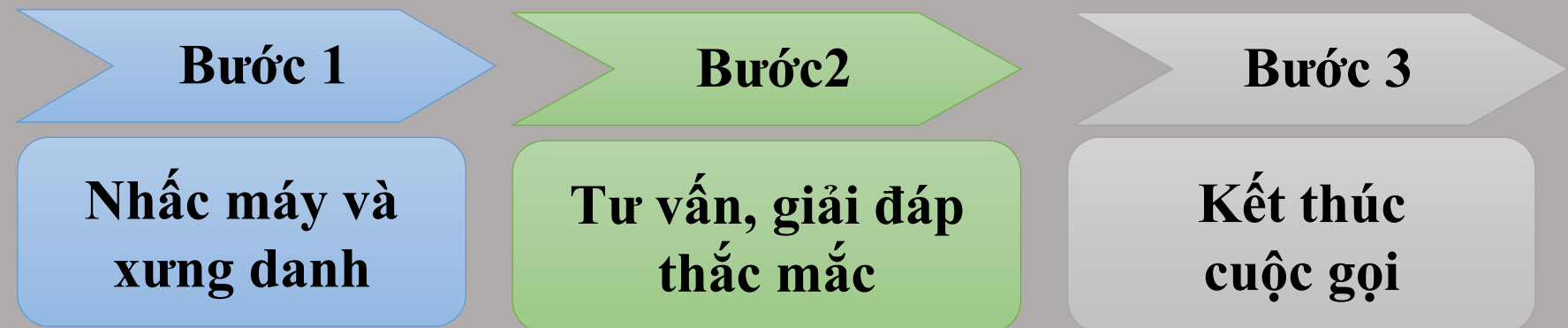


## 3.1. KỸ NĂNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG QUA ĐIỆN THOẠI

---

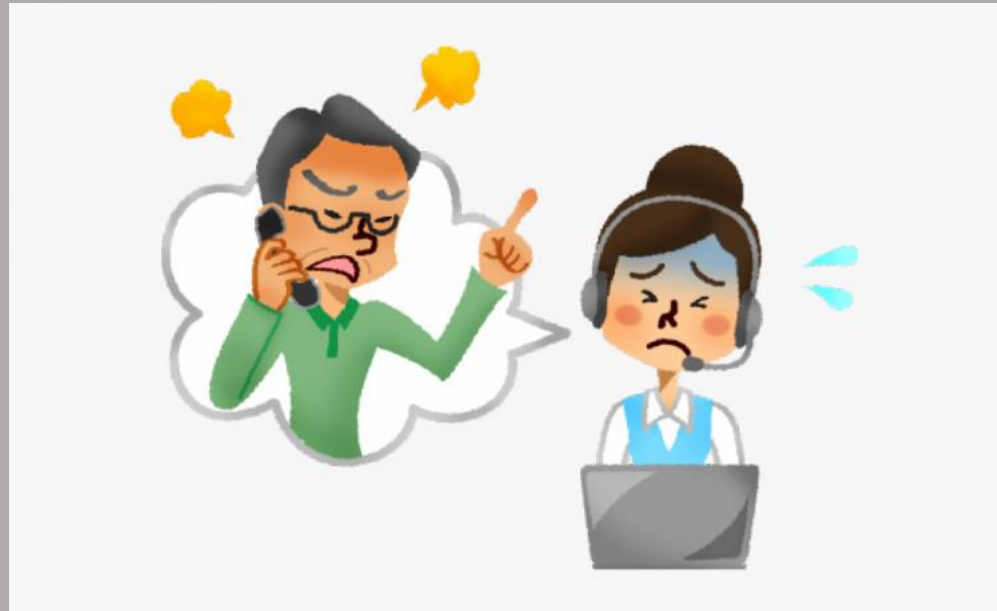


*\* Các bước nhận cuộc gọi của khách hàng:*



## 3.2. XỬ LÝ KHIẾU NẠI/PHÀN NÀN CỦA KHÁCH HÀNG

---



## 3.2.1. NGUYÊN NHÂN

KHÁCH HÀNG  
KHÔNG HÀI  
LÒNG

**01**  
Cơ sở vật  
chất

**02**  
Chất lượng  
sản phẩm/  
dịch vụ

**03**  
Nhân viên

**04**  
Các vấn đề  
khác



### 3.2.2. Tại sao phải xử lý các phàn nàn/khiếu nại của khách hàng?



*“Một khách hàng không được phục vụ tốt, doanh nghiệp không chỉ đánh mất 01 khách hàng, mà đánh mất thêm rất nhiều khách hàng tiềm năng khác nữa”*



*“Những lời than phiền, phàn nàn của khách hàng chính là nguồn thông tin quan trọng”*



*“Xử lý tốt than phiền, phàn nàn của khách hàng sẽ giúp doanh nghiệp tạo ấn tượng tốt với khách hàng”*

### 3.2.3. Quy trình xử lý than phiền/khiếu nại của khách hàng



1

Lắng nghe

2

Xin lỗi

3

Xử lý  
vấn đề

4

Kết thúc



## 3.2.4. Một số lưu ý khi xử lý than phiền/khiếu nại của khách hàng

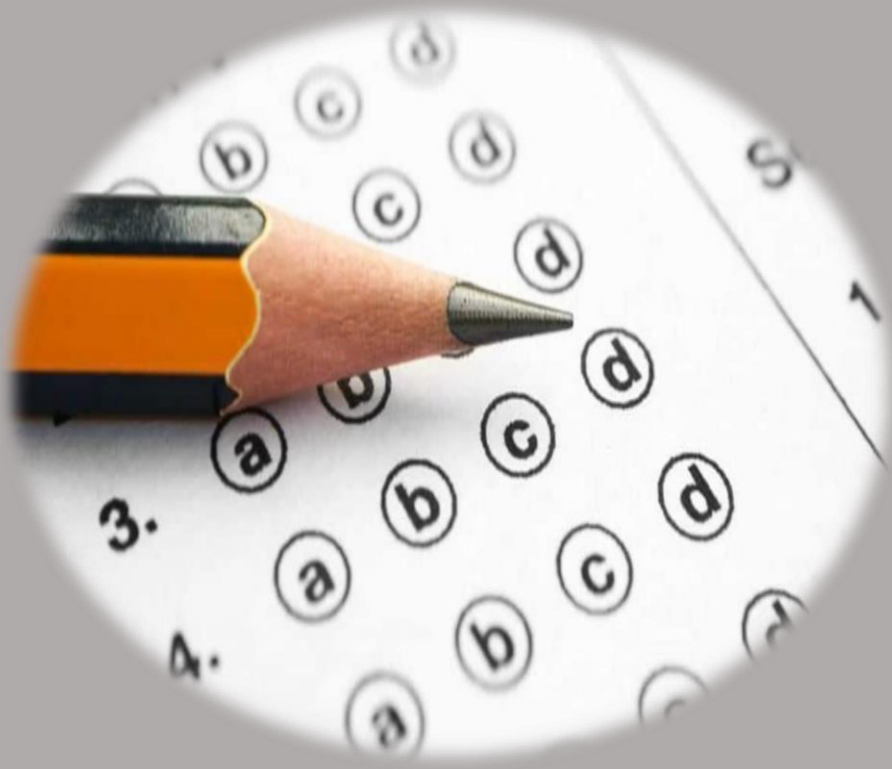
---



- Nếu khách hàng đến trực tiếp quầy hàng/cửa hàng
- Nếu vấn đề đơn giản, tự nhân viên giải quyết được
- Nếu vấn đề vượt quá phạm vi trách nhiệm nhân viên

## 3.3. KHẢO SÁT MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG

---



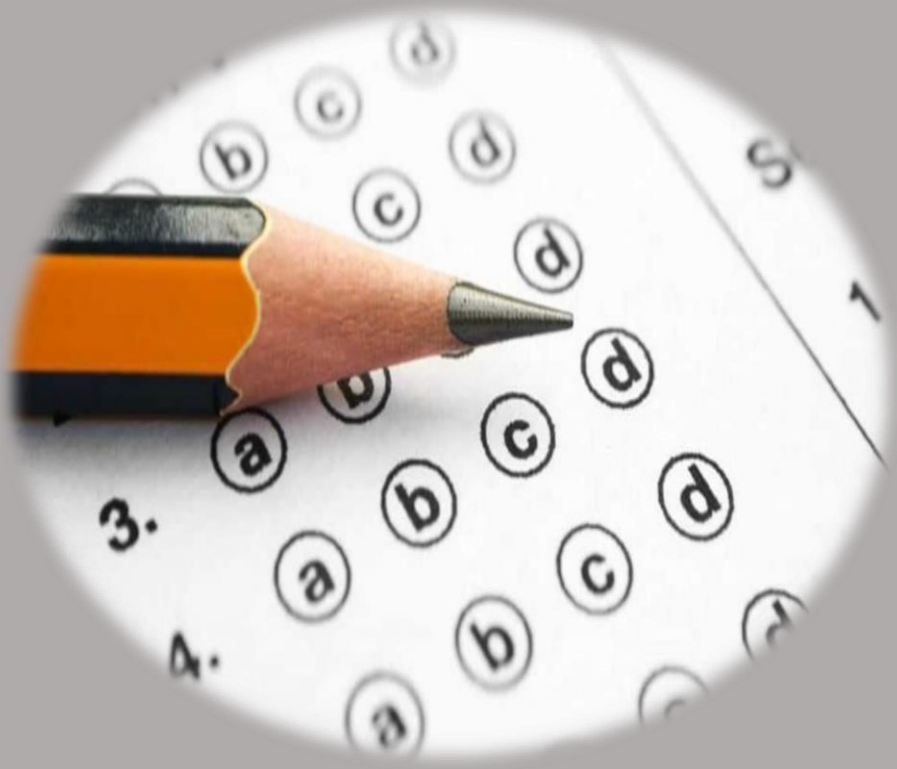
**Các công cụ để kiểm tra mức độ hài lòng của khách hàng:**

- ✓ Phiếu thăm dò ý kiến khách hàng (Phiếu khảo sát/Phiếu điều tra)
- ✓ Tổ chức “Hội nghị khách hàng”
- ✓ Sổ tổng hợp “Góp ý của khách hàng”
- ✓ Doanh số bán hàng



## 3.3. KHẢO SÁT MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG

---



**\* Các yêu cầu khi thiết kế “Phiếu thăm dò ý kiến khách hàng”**

- Phải thu thập được các thông tin cơ bản của khách hàng
- Phải thu thập được ý kiến đánh giá của khách hàng về sản phẩm/dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp
- Thăm dò thái độ hợp tác của khách hàng trong tương lai



## PHIẾU KHẢO SÁT Ý KIẾN KHÁCH HÀNG

1- Quý khách đã từng sử dụng sản phẩm của ..... chưa?

Chưa từng dùng       Đang dùng       Đã từng dùng

Ý kiến khác.....

2- Quý khách có dự định sẽ tiếp tục sử dụng sản phẩm của ..... không?

Sẽ tiếp tục sử dụng       Chưa có kế hoạch       Sẽ dùng sản phẩm của cửa hàng khác

Ý kiến khác.....

3- Theo quý khách thái độ phục vụ và tư vấn của nhân viên ..... như thế nào?

Thân thiện, lịch sự, có thái độ tốt, quan tâm đến khách hàng

Chấp nhận được

Thiếu tinh chuyên nghiệp, không chấp nhân được

Ý kiến khác.....

4- Theo quý khách chất lượng và thời gian xử lý hỗ trợ, giải quyết các sự cố của ..... là:

Nhanh chóng, kịp thời, thấu đáo       Chấp nhận được       Chưa kịp thời, chậm

Ý kiến khác.....

5- Theo quý khách giá sản phẩm của ..... như thế nào?

Giá cao       Giá hợp lí       Giá rẻ

Ý kiến khác.....

6- Quý khách có gặp trở ngại gì trong quá trình mua - nhận sản phẩm không?

Dễ dàng và nhanh chóng       Bình thường       Còn gặp vấn đề

Ý kiến khác.....

7- Quý khách có gặp trở ngại gì trong quá trình thanh toán không?

Có       Không

Ý kiến khác.....

8- Nếu cho thang điểm từ 01 đến 10 để đánh giá chất lượng sản phẩm và dịch vụ của ..... thì quý khách sẽ chấm bao nhiêu điểm?

.....điểm

10- Quý khách vui lòng cung cấp thông tin cá nhân và đóng góp ý kiến về sản phẩm và dịch vụ ..... đang cung cấp, đây là cơ sở để quý khách nhận được ưu đãi giảm giá từ chúng tôi.

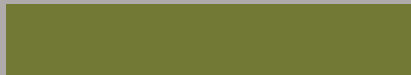
Họ và tên: .....

Email liên hệ: .....

Số di động:.....

# CỦNG CỐ KIẾN THỨC

---



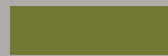


*Các phát biểu sau đây đúng hay sai?*

<i>tt</i>	<i>Phát biểu</i>	<i>Đúng</i>	<i>Sai</i>
1	Thống kê “tỷ lệ hoàn trả sản phẩm, tỷ lệ khách hàng phàn nàn” cũng là 01 cách thức để đo lường hiệu quả của chương trình chăm sóc khách hàng.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Ba yếu tố cơ bản để chăm sóc khách hàng là: (1) yếu tố sản phẩm/dịch vụ; (2) yếu tố thuận tiện; (3) yếu tố văn hóa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Giữ chân một khách hàng hiện tại là rẻ hơn và dễ hơn nhiều lần so với việc tìm kiếm khách hàng mới	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Khi khách hàng phàn nàn, nhân viên cần cố gắng bào chữa để bảo vệ uy tín của doanh nghiệp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Chăm sóc khách hàng là vũ khí cạnh tranh của doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh hiện đại	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# GHI NHỚ

- ❑ Chăm sóc khách hàng là phục vụ khách hàng theo như cách họ mong muốn và làm những việc cần thiết để giữ khách hàng mình đang có
- ❑ Ba yếu tố cơ bản để thỏa mãn khách hàng là: sản phẩm/dịch vụ; sự thuận tiện; con người
- ❑ Các bước lập kế hoạch chăm sóc khách hàng: Phân nhóm khách hàng, xác định nhóm khách hàng mục tiêu, đề ra mục tiêu cho từng nhóm, thiết kế chương trình, tổ chức thực hiện, kiểm tra và đánh giá việc thực hiện.



# XIN CẢM ƠN!

---





## DANH SÁCH NHÓM BIÊN SOẠN

1. Lê Thị Kim Phượng (chủ biên)
2. Nguyễn Thị Duy Khoa
3. Đặng Thị Mộng Quyên
4. Lê Thị Hương Giang

