



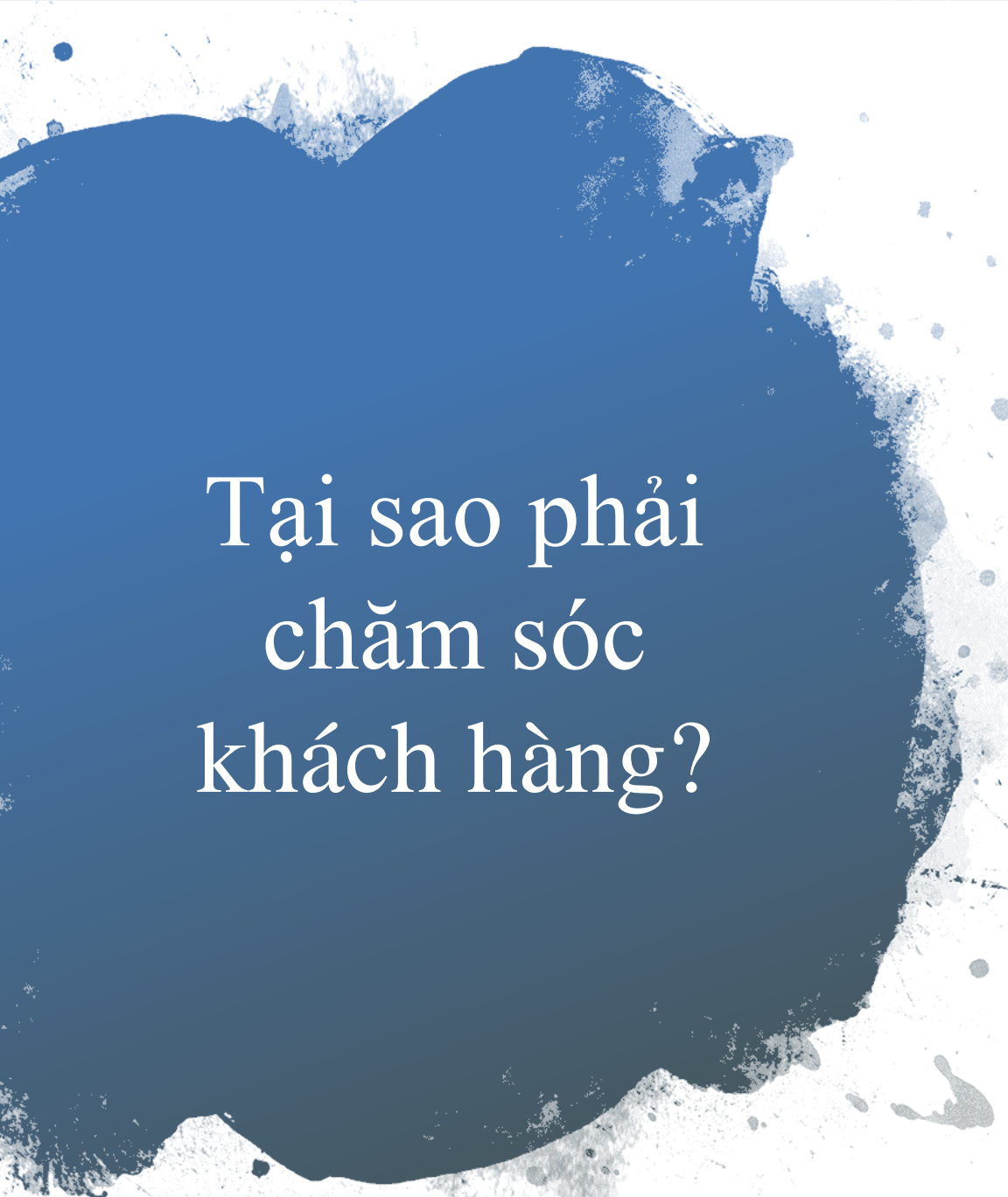
# PHẦN MỀM VÀ BỘ CÔNG CỤ CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

**GV: Nguyễn Ngọc Dũng**

# Mục tiêu

Trả lời các câu hỏi:

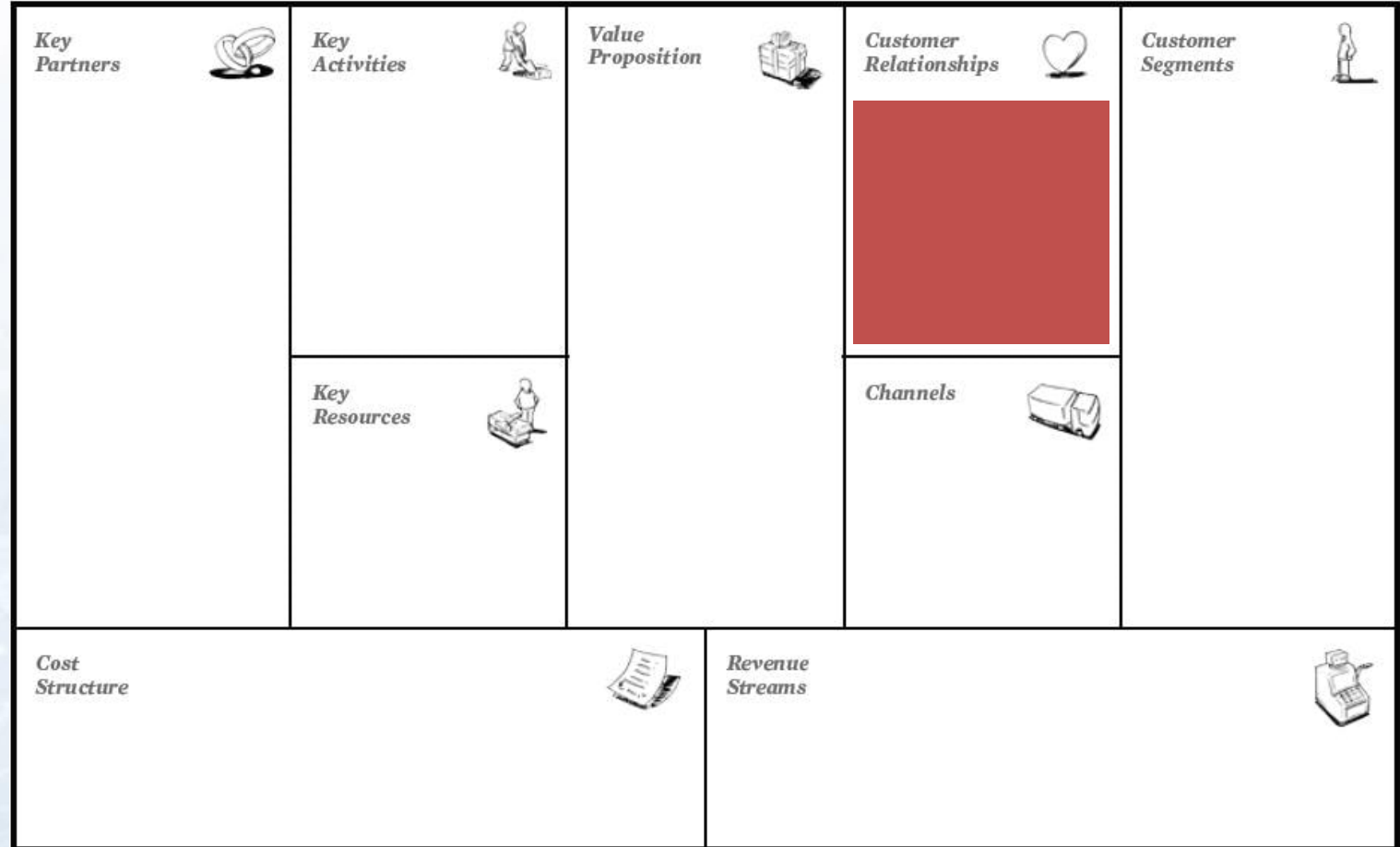
1. Tại sao phải chăm sóc khách hàng
2. Giới thiệu hệ thống CRM



Tại sao phải  
chăm sóc  
khách hàng?

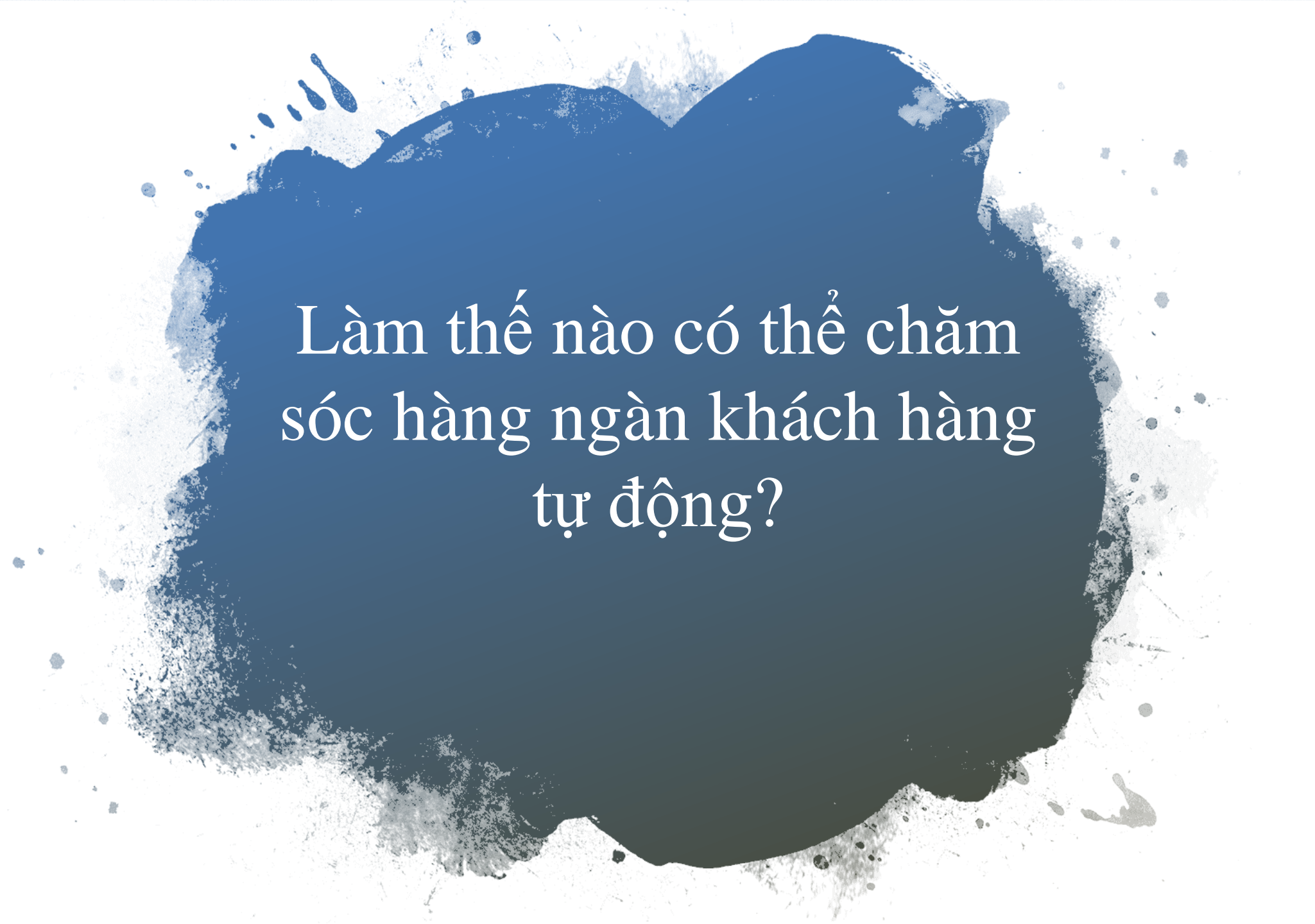
- Bán hàng
- Giữ khách hàng
- Phát triển khách hàng mới
- Tăng doanh thu, lợi nhuận

# Mô hình kinh doanh



# Các kênh chăm sóc

- Phát triển thương hiệu
- Email marketing (tự động)
- Phone (trực tiếp)
- Hội thảo
- ...



Làm thế nào có thể chăm  
sóc hàng ngàn khách hàng  
tự động?



Hệ thống quản lý quan hệ khách hàng

# Lợi ích việc quản lý quan hệ khách hàng (CRM)

- Chất lượng và hiệu quả
- Giảm giá thành tổng thể
- Hỗ trợ việc đưa ra các quyết định
- Khả năng của doanh nghiệp
- Tạo sự chú ý của khách hàng
- Tăng lợi ích
- Phát triển kế hoạch
- Thúc đẩy sự phát triển sản phẩm



# Điều kiện để CRM thành công

Xây dựng được tầm nhìn CRM

Thống nhất nội bộ

Không nên chạy theo hi-tech  
khi low-tech vẫn chạy tốt

Văn hóa doanh nghiệp và  
CRM

Nguyên nhân  
thất bại trong  
quá trình triển  
khai CRM

Chưa thật sự đặt  
khách hàng ở vị trí  
trung tâm

Quá vội vàng trong  
việc triển khai  
CRM

Các phần  
mềm tiêu  
biểu

- 1  salesforce
- 2  Z O H O
- 3  sw!ftpage™
- 4  SAP®
- 5  Microsoft Dynamics™
- 6  Maximizer®  
CRM
- 7  ORACLE®
- 8  SUGARCRM
- 9  Infusionsoft.
- 10  Apptivo  
 Capterra

# Phần mềm CRMViet



# Một số ghi chú

Tư duy thiết kế: tập trung vào người dùng cuối

Phần mềm chỉ là công cụ giúp chúng ta đạt một số mục tiêu cụ thể

Tư duy hệ thống cần định hình và phát triển trước

Cần xây dựng văn hóa sáng tạo trong doanh nghiệp

THANK YOU