



# XÂY DỰNG VĂN HÓA DOANH NGHIỆP ĐỊNH HƯỚNG KHÁCH HÀNG

GS.TS Bùi Xuân Phong

*Khách hàng là người mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp, vì vậy không một doanh nghiệp nào tồn tại và phát triển mà không có khách hàng. Sự tồn tại và phát triển bền vững phụ thuộc vào khả năng sáng tạo ra các giá trị cho những người mà doanh nghiệp đó phục vụ - đó là khách hàng. Những yêu cầu đã xác định hoặc tiềm ẩn, các nhu cầu, các đòi hỏi và mong muốn của khách hàng là những định hướng và các hoạt động của doanh nghiệp. Khách hàng ngày càng có nhiều sự lựa chọn đối với cùng một loại sản phẩm dịch vụ, cho nên các doanh nghiệp muốn giành được thị phần trong hoạt động của mình phải tập trung cho việc nâng cao giá trị khách hàng. Trong phạm vi bài viết này, xin đề cập đến vấn đề xây dựng phong cách văn hoá doanh nghiệp lấy khách hàng làm trọng tâm, hướng dẫn và định hướng tiêu dùng cho khách hàng.*

## I. XÂY DỰNG VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP ĐỊNH HƯỚNG KHÁCH HÀNG

### 1. Đặc trưng văn hoá doanh nghiệp định hướng khách hàng

Văn hoá doanh nghiệp phải thích ứng với môi trường trong và ngoài doanh nghiệp, do vậy phải nắm vững được thay đổi của môi trường và kịp thời đưa ra phản ứng với sự thay đổi đó. Văn hoá doanh nghiệp định hướng khách hàng có

đặc trưng riêng, đó là:

- Tăng cường xây dựng mối quan hệ có lợi, cân bằng trong và ngoài doanh nghiệp

- Có lợi cho doanh nghiệp trong việc thúc đẩy cạnh tranh độc đáo của mình.

- Có thể dẫn dắt hoạt động mua bán và phương thức tiêu dùng của khách hàng, có lợi cho việc tạo ra những khách hàng tín nhiệm.

### 2. Xây dựng văn hoá doanh nghiệp định hướng khách hàng

Các doanh nghiệp đều ý thức được sự tồn tại và phát triển của họ phụ thuộc vào việc có giành được khách hàng hay không; có thoả mãn được nhu cầu thay đổi của họ không và có duy trì được lòng trung thành của khách hàng không? Có nhiều cách để tăng doanh thu cho doanh nghiệp, nhưng tất cả đều định hướng vào khách hàng, thoả

mãn một cách tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

Định hướng khách hàng có nghĩa là doanh nghiệp phải biết lắng nghe và hiểu được nhu cầu của khách hàng, để từ đó phục vụ khách hàng tốt hơn. Xây dựng văn hoá doanh nghiệp định hướng vào khách hàng trên cơ sở tôn trọng khách hàng, coi khách hàng là bạn đồng hành trong quá trình tồn tại và phát triển doanh nghiệp, vì vậy nó phải là ưu tiên hàng đầu trong mọi hoạt động của doanh nghiệp. Bên cạnh đó cần thiết lập các kênh thông tin dễ dàng để tiếp nhận, giải đáp các ý kiến phản hồi từ khách hàng. Làm được những điều đó tức là doanh nghiệp đã tăng lòng trung thành của khách hàng đối với sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp. Phương châm hoạt động của doanh nghiệp phải theo mô hình “Tồn tại và phát triển không theo lợi nhuận trước mắt mà phải vì một lợi nhuận lâu dài và bền vững”. Nếu khách hàng khiếu nại về chất lượng sản phẩm dịch vụ nào đó thì sẽ có những khách hàng rời bỏ doanh nghiệp sản xuất cung cấp dịch vụ. Vì vậy, cần xây dựng định hướng khách hàng để thu hút và duy trì khách hàng. Việc xây dựng văn hoá doanh nghiệp định hướng khách hàng đối với một số doanh nghiệp có thể khó khăn hơn là tập trung vào giảm chi phí. Tuy nhiên một doanh nghiệp được coi



Ảnh: Ngọc Ninh

là thành công nếu biết được khách hàng muốn gì và làm thế nào để thoả mãn những nhu cầu đó của khách hàng.

Văn hoá doanh nghiệp ngày càng đóng vai trò quan trọng trong quá trình tồn tại và phát triển doanh nghiệp. Giao tiếp và ứng xử trước những tình huống khách hàng đặt ra là một bộ phận không thể thiếu của văn hoá doanh nghiệp. Thông qua hoạt động giao tiếp của doanh nghiệp, khách hàng có thể đánh giá được văn hoá của doanh nghiệp đó mạnh hay yếu. Chính vì vậy, cách thức xử sự trong giao tiếp với khách hàng luôn được các doanh nghiệp coi trọng. Việc tích hợp hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp với trọng tâm hướng khách hàng vào công nghệ của doanh nghiệp đều yêu cầu một sự thay đổi văn hoá doanh nghiệp. Các nhà quản lý dịch vụ khách hàng cần phải là “tấm gương sáng” trong công tác

quản lý và tập trung hướng đến khách hàng trong mọi hoạt động.

Cách thức phục vụ khách hàng, khả năng phục vụ khách hàng phụ thuộc vào những nỗ lực và chiến lược đầu tư của doanh nghiệp trong việc tuyển chọn nhân viên phù hợp, phát triển kỹ năng cho nhân viên, tạo môi trường làm việc, khuyến khích các ý tưởng sáng tạo, các khuyến nghị cải tiến cũng như sự trao đổi và phối hợp trong việc triển khai yêu cầu khách hàng để sản xuất và dịch vụ khách hàng. Bên cạnh đó doanh nghiệp cũng cần tạo ra những cơ chế phân quyền phù hợp để vừa đảm bảo hiệu quả quản lý, vừa tạo cho nhân viên chủ động trong công việc. Hãy tạo cho nhân viên sự nhiệt tình và mong muốn trong phục vụ khách hàng. Hãy đào tạo cho nhân viên phương pháp và kỹ năng cần thiết để phục vụ khách hàng một cách tốt nhất và

hãy trao quyền cho nhân viên để có thể chủ động trong giao dịch với khách hàng, để các nhân viên của doanh nghiệp không ngừng đưa ra những dịch vụ vượt trội cho khách hàng. Thực tế cho thấy giữa sự thoả mãn của khách hàng và sự thoả mãn của nhân viên có mối quan hệ chặt chẽ. Một khi nhân viên không được huy động một cách đúng mức, hiệu quả thì cũng không thể đáp ứng được những yêu cầu ngày càng khó tính của khách hàng.

Văn hoá doanh nghiệp là cách mà doanh nghiệp điều hành hoạt động kinh doanh của mình. Văn hoá doanh nghiệp có ảnh hưởng rất lớn đến doanh nghiệp và những dịch vụ cung cấp. Doanh nghiệp thành công nhất có văn hoá dựa trên các giá trị như sự tin cậy, chất lượng, sự tôn trọng, học tập, sự thống nhất và sự hợp tác. Các giá trị này gắn liền với doanh nghiệp và mọi người đều chú trọng đáp ứng những yêu cầu của khách hàng. Vậy hãy bắt đầu bằng việc kiểm tra lại văn hoá doanh nghiệp và dành thời gian xác định rõ ràng những giá trị quan trọng với doanh nghiệp. Lãnh đạo phải thực sự mong muốn lắng nghe và quan tâm đến ý kiến của khách hàng. Khi lãnh đạo tham gia giải quyết các vấn đề của khách hàng sẽ tạo ra sự hứng khởi cho nhân viên, còn bản thân khách hàng sẽ thấy được thực sự quan tâm

hơn.

Các nhà nghiên cứu đã tổng kết và đưa ra các yếu tố cơ bản làm nên một văn hoá doanh nghiệp định hướng khách hàng. Các yếu tố này thường xuyên xuất hiện trong những doanh nghiệp thành công, đó là:

- Tạo môi liên kết từ lãnh đạo tới khách hàng

- Phối hợp  
g i ả i



Ảnh: Ngọc Ninh

quyết vấn đề chéo chức năng, liên phòng ban

- Giải quyết vấn đề của khách hàng theo quá trình chuẩn

- Phân tích dữ liệu khách hàng

- Có kế hoạch giải quyết khiếu nại của khách hàng

- Điều tra, khảo sát về khách hàng.

Hiện nay nhiều doanh nghiệp không chỉ biết khai thác đúng vào thị hiếu khách hàng mà còn là người gợi mở, định hướng tiêu dùng cho khách hàng. Bên cạnh việc đảm bảo thực thi pháp luật một cách nghiêm túc, điều quan trọng hơn cả là định hướng tiêu dùng cho khách hàng. Thông tin về sản phẩm dịch vụ được cung cấp đầy đủ, đúng đắn cho

khách hàng sẽ có tác dụng

định hướng tiêu dùng, giáo dục khách hàng về vấn đề tiết kiệm. Để thực hiện vấn đề này doanh nghiệp cần:

- Tăng cường nhận thức của khách hàng: Để nâng cao văn hoá tiêu dùng, khách hàng phải có những hiểu biết cơ bản về quyền và nghĩa vụ của mình. Chính vì vậy doanh nghiệp cần tuyên truyền giáo dục cho khách hàng về các quyền của họ, của doanh nghiệp và

giúp đỡ họ hiểu và tự bảo vệ quyền lợi thông qua các tổ chức bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. Theo quy định khách hàng có quyền được thoả mãn những nhu cầu cơ bản về sản phẩm dịch vụ cơ bản để tồn tại và phát triển; quyền được an toàn; quyền được thông tin; quyền được lựa chọn; quyền được đại diện; quyền được khiếu nại đền bù; quyền được đào tạo và quyền được hưởng môi trường tốt đẹp và lành mạnh.

- Thực hiện biện pháp để định hướng cho khách hàng tiêu dùng hợp lý: Tuyên truyền, giáo dục để hình thành lối sống lành mạnh và phương thức tiêu dùng hợp lý trong mọi tầng lớp khách hàng. Xây dựng văn hoá tiêu dùng văn minh, mang đậm bản sắc dân tộc, hài hoà và thân thiện. Áp

dụng một số công cụ kinh tế để điều chỉnh những hành vi tiêu dùng không hợp lý.

## II. KẾT LUẬN

Văn hoá doanh nghiệp định hướng khách hàng là hạt nhân sức mạnh quy tụ trong doanh nghiệp. Với nền văn hoá doanh nghiệp mạnh mẽ định hướng khách hàng, doanh nghiệp sẽ toả ra một nguồn năng lượng không ngờ. Văn hoá doanh nghiệp không phải là cái bất biến mà nó cần phải được thay đổi theo yêu cầu của bộ máy tổ chức quản lý, phục vụ cho việc thực hiện mục tiêu của doanh nghiệp. Nó phải được xây dựng dựa trên nền tảng là truyền thống và bản sắc dân tộc Việt Nam. Văn hoá doanh nghiệp phải được sử dụng như một yếu tố nâng cao khả năng thích nghi và

năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Xây dựng văn hoá doanh nghiệp định hướng khách hàng, suy cho cùng là tạo động lực và môi trường hình thành các giá trị mới, phù hợp với yêu cầu hiện tại và tương lai, định hướng suy nghĩ và hành động của các thành viên sao cho phát huy được cao nhất những ưu thế sẵn có của nội lực, đồng thời khơi dậy và nhân lên các nguồn lực mới cho phát triển và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

---

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

ĐỖ MINH CƯƠNG –  
*Giáo trình văn hoá kinh doanh và triết lý kinh doanh*. NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội 2001

## *Nhà cung cấp dịch vụ viễn thông Hutch hợp tác với Bưu chính Ấn Độ*

Nhà cung cấp dịch vụ viễn thông hàng đầu của Ấn Độ Hutch và Bưu chính Ấn Độ mới đây đã hợp tác để phát triển các dịch vụ viễn thông trên quy mô rộng. Theo hợp tác này các thuê bao có thể thanh toán các hóa đơn của Hutch tại bưu cục gần nhất qua tài khoản. Thuê bao sẽ nhận được biên lai điện tử sau khi giao dịch. Dịch vụ này được triển khai ở 255 vị trí ở Gujarat với giai đoạn đầu bao gồm 135 vị trí. Hutch cũng đang tìm kiếm các lựa chọn sáng kiến để thực hiện thanh toán hóa đơn đơn giản cho các thuê bao và thoả mãn sự tiếp cận dịch vụ của khách hàng. Dịch vụ này sẽ được tự động hóa hoàn toàn ở 255 địa điểm.

Lan Phương  
(Theo CEP news)