



NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CHO KHÁCH HÀNG

thông qua các chiến lược ICT hiệu quả

Gần đây xu hướng tự phục vụ (self-service) và chăm sóc khách hàng tự động đã cho phép các tổ chức giảm chi phí khi phải xử lý một cách có hiệu quả số lượng giao dịch với khách hàng ngày càng tăng.

Tuy nhiên, các khách hàng càng ngày càng di chuyển nhiều hơn và không còn phụ thuộc vào một thiết bị truyền thông duy nhất, điều đó có nghĩa là mô hình dịch vụ khách hàng gần đây đã bắt đầu trở nên lỗi thời và không đáp ứng được cho các nhu cầu của khách hàng hiện đại.

Các công ty mong muốn duy trì tính cạnh tranh trong giai đoạn hiện nay và trong tương lai đang nhận thấy rằng các dịch vụ tương tác khách hàng hiện tại cần phải được thay thế bằng một phương thức tích cực hơn mà có thể nhận biết được tính chất hướng vào trung tâm người sử dụng (user-centricity) ngày càng tăng của các mạng lưới viễn

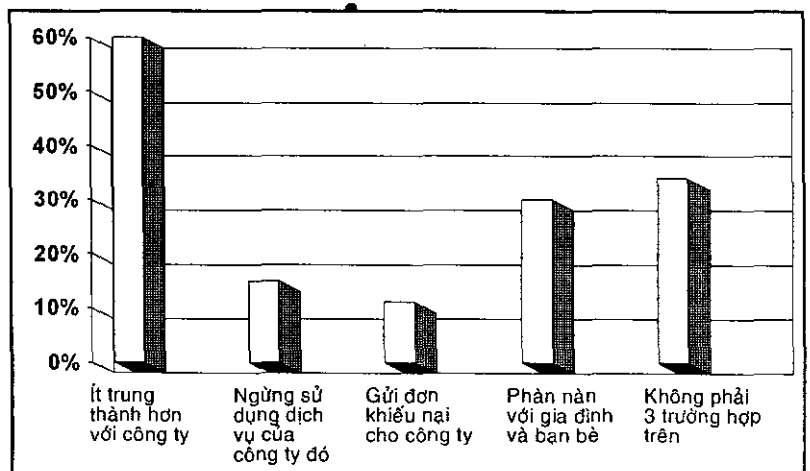
thông cho khách hàng.

Mô hình đang chuyển đổi và những công ty nào có thể phản ứng nhanh để đáp ứng được những thay đổi này sẽ có thể tăng thị phần và giảm lượng khách hàng rời mạng bằng cách tăng cường những trải nghiệm cho khách hàng những người hiện có thể truy nhập bất cứ lúc nào, bất cứ ở đâu vào các dịch vụ viễn thông.

Bạn sẽ làm gì nếu một công ty buộc bạn phải tự phục vụ?

Các công nghệ mới đòi hỏi sự đáp ứng mới

Các khách hàng ngày nay có kỳ vọng rất cao. Họ mong muốn có được sự hài lòng ngay tức khắc trong bất kỳ dịch vụ nào dù là tải video ca nhạc mới nhất hoặc hoàn thành một giao dịch trực tuyến. Các giao dịch kinh doanh và cá nhân ngày càng giống nhau: người sử dụng cuối cùng muốn kết nối với doanh nghiệp của bạn ở bất kỳ đâu, vào bất kỳ lúc nào,



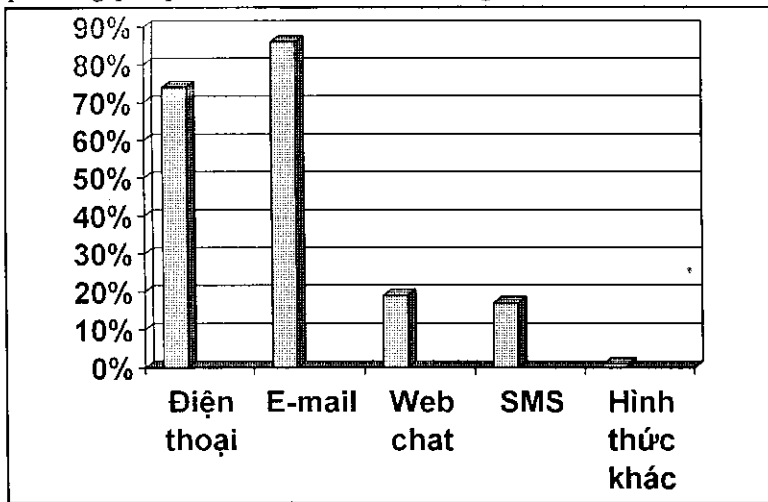
Hình 1 : Xu hướng tự phục vụ có làm khách hàng xa lánh hay không?

bằng bất kỳ hình thức nào họ muốn và sẽ đi nơi khác nếu họ không hài lòng với hệ thống tự phục vụ mà bạn hy vọng họ sẽ sử dụng. (Hình 1)

Vì người khách hàng ngày càng trở nên di động, nên cần thiết phải phục vụ họ theo cách mà họ chọn lựa và vào thời điểm họ chọn lựa.

Khách hàng ngày càng quan tâm hơn đến việc trao đổi với các công ty theo nhiều kênh mới và đa dạng: không chỉ là thoại, mà còn cả e-mail, chat trên web, SMS.... Khả năng một công ty đáp ứng yêu cầu của khách hàng dù họ đang ở đâu, và thông qua bất kỳ thiết bị nào họ đang sử dụng vào thời điểm đó, sẽ có ảnh hưởng ngày càng quan trọng đối với việc một công ty kết nối với khách hàng một cách hiệu quả (Hình 2).

Bạn mong muốn liên hệ với một trung tâm gọi bằng phương pháp nào?



Hình 2 : Các khách hàng yêu cầu có nhiều kênh liên hệ khác nhau

Các công ty thường dựa vào khả năng liên hệ với các khách hàng tại nhà cần phải xem xét thực tế các khách hàng ngày càng di chuyển nhiều hơn.. Các tổ chức B2B hy vọng tìm thấy khách hàng ngay tại bàn làm việc của mình cũng phải phát triển những mô hình tương tác mới để đảm bảo có thể liên hệ được với các khách hàng hiện tại và tiềm năng.

Ngoài ra, các công ty không thể để mất cơ hội thu hút thêm khách hàng mới dù họ làm cách nào để liên hệ được với khách hàng. Dịch vụ khách hàng hoàn hảo sẽ không chỉ giúp giữ các khách hàng hiện tại mà còn đóng góp vào thế hệ kinh doanh mới; trong thời đại hiểu biết về công nghệ này, những tin đồn về dịch vụ tốt (và xấu) thường lan truyền rất nhanh.

Giọng nói tại đầu cuối điện thoại

Người ta đã bỏ rất nhiều

công sức vào việc giảm chi phí bằng cách rút con người ra khỏi các quy trình kinh doanh quan trọng thông qua việc tự động hóa và tích hợp hệ thống. Sự thật là không có gì làm khách hàng thất vọng hơn là gặp một vấn đề gì đó và không thể nói chuyện với người có thể giải quyết vấn đề đó ngay lập tức.

Có hai yếu tố của vấn đề này. Đầu tiên, các khách hàng phải có cơ hội để nói chuyện với bạn! Họ trở nên cực kỳ thất vọng nếu họ không thể nói chuyện lúc cần với đúng người, hoặc nếu họ bị chuyển đi khắp đường dây và mỗi một người nhắc máy trả lời thì nhắc đi nhắc lại một thông tin giống nhau. Các tổ chức biết tận dụng lợi thế của công nghệ thông tin và truyền thông và tích hợp lại khả năng thực hiện các chế độ thoại vào bất kỳ thời điểm nào, thí dụ sử dụng công nghệ nhấn để nói (click-to-talk), có thể kết nối các khách hàng tới các chuyên gia khi tình huống yêu cầu

Thứ hai, khi khách hàng đã trở nên trung thành với công ty, thì những nhân viên tiếp xúc với khách hàng cần phải được đào tạo và sẵn sàng nắm lấy các cơ hội để làm hài lòng khách hàng một cách sớm nhất bằng cách sử dụng phương pháp giao tiếp được yêu thích. Điều này có nghĩa là luôn có sẵn các chuyên gia về từng lĩnh vực vào thời

điểm và tại địa điểm khách hàng cần, đổi lại để thực hiện được việc này thì cần có các hệ thống tích hợp thoạt và số liệu hiện đại.

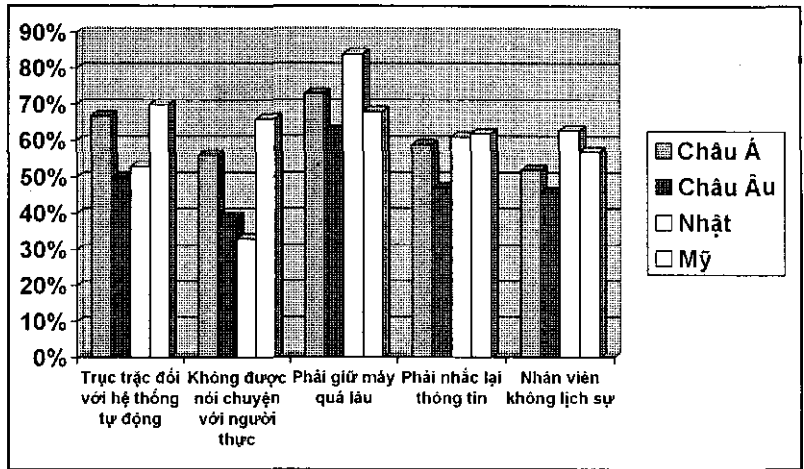
Điều gì làm bạn thất vọng nhất khi tiếp xúc với một trung tâm gọi?

Các khách hàng di động kỳ vọng thực hiện được các giao dịch ở mọi nơi, mọi chỗ

Khi các khách hàng hiểu được những giá trị mà một công ty mang lại (dù đó là nhà cung cấp dịch vụ hay một doanh nghiệp khác), họ hy vọng hệ thống tự động có thể hoạt động tốt để xử lý các giao dịch thông thường của họ. Họ mong muốn có thể trả hóa đơn cước, chuyển tiền và thực hiện các lệnh thông thường khác thông qua máy di động, máy tính laptop của mình hoặc trên trang Web.

Lại một lần nữa, điều này đòi hỏi sự tích hợp ở tất cả các mức độ của các hệ thống của một công ty, và yêu cầu một sự hiểu biết về các hoạt động kinh doanh và các quy trình làm việc hỗ trợ cho điểm tương tác thiết yếu với khách hàng.

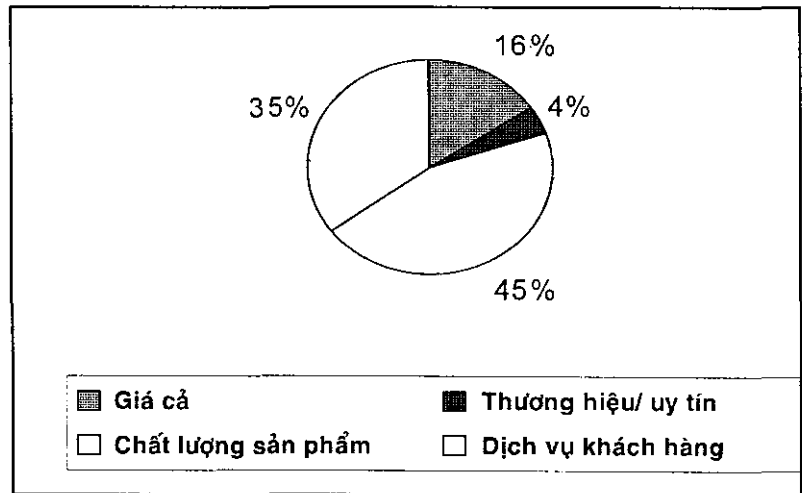
Một phương pháp tiếp cận một chiều (one-dimensional) hay không tương tác với nhau (silo) đối với các mạng thoạt và số liệu sẽ không thể đáp ứng được kỳ vọng của người tiêu dùng và khách hàng doanh nghiệp. Không thể thực hiện cam kết cung cấp dịch vụ viễn thông tích hợp sẽ làm giảm hiệu



Hình 3 : Quy trình tiếp xúc với khách hàng phải hoàn thiện

quả của doanh nghiệp về ngắn hạn và có thể dẫn đến giảm khả năng cạnh tranh về dài hạn. Các khách hàng đánh giá cao dịch vụ khách hàng và hy vọng có được chất lượng sản phẩm hơn tất cả các thứ khác. (Hình 4)

doanh nghiệp theo đuổi để giữ được các khách hàng hiện tại và hỗ trợ sự ra đời của các loại hình kinh doanh mới cần phải đáp ứng được những kỳ vọng này của khách hàng. Một chiến lược ICT thành công cần phải



Hình 4 : Những trải nghiệm của khách hàng khi tiếp xúc ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách hàng

Cái gì có ảnh hưởng lớn nhất đối với lòng trung thành của khách hàng:

Tích hợp là chìa khóa thành công

Chiến lược ICT mà một

cung cấp cho khách hàng loại hình và cấp độ đáp ứng dịch vụ mà họ kỳ vọng, nếu không họ sẽ sử dụng dịch vụ của DN khác.

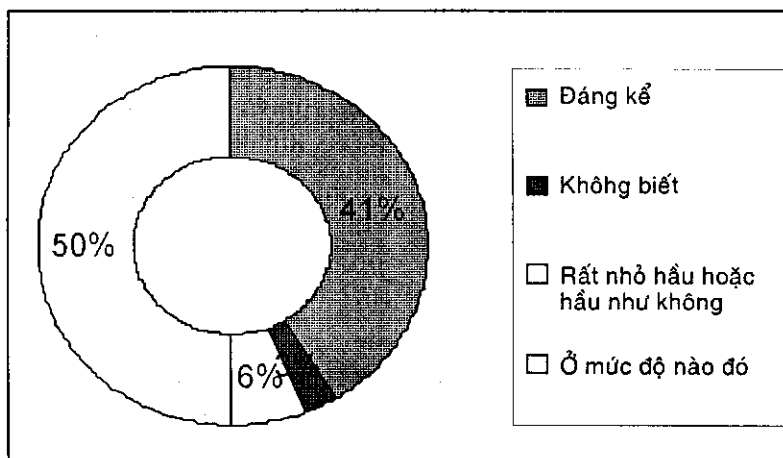
Một thí dụ rõ ràng là sự hợp nhất của một lực lượng

lao động di động ngày càng tăng vào quy trình tương tác với khách hàng. Các nhân viên nào có thể tiếp cận với khách hàng và các thông tin liên quan đến việc bán hàng vào bất cứ lúc nào và bất cứ đâu sẽ được trang bị tốt hơn để đáp ứng yêu cầu của khách hàng nhanh và hiệu quả.

Khả năng giữ các nhân viên then chốt ở các vị trí tiếp cận gần với khách hàng trong khi duy trì được sự kiểm soát đối với các nhiệm vụ kinh doanh có thể là một thành tố quan trọng việc chuyển đổi kinh doanh.

Hiệu quả mà một cán bộ quản lý có thể thu được từ các nguồn đầu tư vào các hệ thống ICT di động có thể rất ấn tượng. (Hình 5)

Theo ước tính của bạn, việc sử dụng công nghệ di động đã ảnh hưởng đến hiệu quả của các nhân viên do bạn quản lý như thế nào? (%)



Hình 5 : Quan niệm của người quản lý về ảnh hưởng của di động đối với hiệu quả công việc

(Nguồn : 2007, The Economist Intelligence Unit, Business in motion : Managing the mobile workforce)

Các cơ hội để nhận được giá trị từ ICT sẽ được tiếp tục tăng lên khi các nguồn đầu tư vào di động được kết nối với công nghệ phối hợp mới. Điều này sẽ tạo cơ hội để thúc đẩy việc sử dụng các số liệu và ứng dụng của doanh nghiệp trong một mạng lưới ICT tích hợp mà có thể đáp ứng được yêu cầu của khách hàng.

Tuy nhiên, đối với các doanh nghiệp, việc đảm bảo rằng các nhân viên của họ có thể sử dụng các công cụ và dịch vụ truyền thông để đạt được hiệu quả cao trong công việc ở bất cứ đâu, vào bất kỳ thời gian nào, bằng cách sử dụng bất kỳ thiết bị nào đang trở nên ngày càng quan trọng.

Nói cách khác, mạng ICT đang nhanh chóng trở thành một bộ phận chủ yếu của chính sách kinh doanh chung. Trong môi trường này, các Lãnh đạo về công nghệ (CIO) đứng ở vị trí

quyết định trong việc thực thi các cơ hội kinh doanh mới do Tổng giám đốc và toàn bộ công ty đưa ra.

Kết luận

Các doanh nghiệp hiện nay cần coi các mạng lưới viễn thông của họ không chỉ đơn thuần là một tập hợp các PBX, tổng đài, bộ định tuyến, server và các dịch vụ viễn thông. Các doanh nghiệp ngày càng phải nhìn nhận các mạng lưới của mình như các nền tảng chiến lược để có thể hỗ trợ chuyển đổi kinh doanh và cho phép họ hoạt động hiệu quả hơn trên trường thế giới.

Để có thể thành công ngày hôm nay và trong tương lai, lãnh đạo doanh nghiệp, đặc biệt là các CIO cần phải phát triển các chiến lược ICT đã được cân nhắc kỹ lưỡng trong đó có tính đến không chỉ công nghệ mà còn các nhu cầu, kinh nghiệm và các kỳ vọng của khách hàng.

Nếu được phát triển đúng, thì một cơ sở hạ tầng viễn thông có thể mang lại cho doanh nghiệp lợi thế cạnh tranh; khả năng đáp ứng yêu cầu của khách hàng hiện tại và tiềm năng một cách nhanh chóng và hiệu quả sẽ nhanh chóng trở thành một điểm khác biệt quan trọng đối với các doanh nghiệp mong muốn thành công về lâu dài.

Lê Hồng Oanh

(Nguồn : Tạp chí thông tin của Alcatel-Lucent (số 2/2007)