

Khách hàng là một nhân tố rất quan trọng trong sự cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng thương mại nhằm tăng cường ảnh hưởng và tăng thị phần của mình trên thị trường. Bên cạnh một loạt các chiến lược phát triển của các ngân hàng hướng tới khách hàng như đa dạng về sản phẩm, tăng cường chất lượng dịch vụ, lãi suất ưu đãi, khuyến mãi... thì kỹ năng giao tiếp khách hàng cũng được nhiều ngân hàng rất coi trọng. Trong phạm vi bài viết này, tôi muốn trao đổi cùng các đồng nghiệp của mình về một số yếu tố giúp cho giao dịch viên ngân hàng thành công trong công tác khách hàng.

Kỹ năng về phán đoán tâm lí

Khi lần đầu tiên gặp một người, chúng ta đều có một cảm nhận riêng đối với người đó cho dù đó là cảm nhận mờ nhạt hay sắc nét. Do vậy, việc xác định đúng tâm lý của khách hàng không phải quá khó. Chúng ta có thể gặp bốn mẫu khách hàng phổ biến sau: nhóm khách hàng *thông thái*; nhóm khách hàng *hiếu biết*; nhóm khách hàng *hiếu thắng*; nhóm khách hàng *thụ động*.

Trong bốn nhóm khách hàng kể trên, khi làm việc với nhóm khách hàng *hiếu biết* bạn sẽ cảm thấy dễ chịu vì họ là những người hiểu rõ công việc bạn cần phải làm, thời gian cần thiết để hoàn thành giao dịch. Họ cũng nắm rõ những quy định của luật pháp và của ngành Ngân hàng. Bạn không mất thời gian để hướng dẫn họ điền vào các mẫu giấy tờ của ngân hàng vì họ tự làm rất tốt, cho dù đó là lần đầu tiên họ nhìn thấy loại giấy tờ đó. Họ có khả năng suy diễn logic để hiểu rằng tại

Một số kỹ năng giao tiếp khách hàng trong dịch vụ bán lẻ của ngân hàng thương mại

Phùng Thu Thuý

Sở Giao dịch VCB

sao yêu cầu của họ lại bị ngân hàng từ chối. Và một khi họ yêu cầu thì bạn hãy thận trọng. Bạn cần xem xét lại mọi khía cạnh để chắc chắn rằng bạn không bỏ qua một điều gì. Trong trường hợp bạn phát hiện ra bạn đã sai sót, thì việc đầu tiên bạn nên làm là xin lỗi khách hàng một cách thẳng thắn và nhanh chóng thực hiện giao dịch.

Bạn sẽ không gặp dễ dàng nếu khách hàng của bạn thuộc loại *thông thái* hoặc *hiếu thắng*. Đây là những người luôn cho rằng họ biết tất cả mọi thứ trên đời và họ có quyền đòi hỏi những gì họ cho là đúng, mặc cho bạn tốn công giải thích rằng "theo quy định số .. ngày ..của..." thì bạn không thể đáp ứng được yêu cầu của họ. Họ rất dễ ở trạng thái bị kích động và sẵn sàng nổi xung khi bị nhân viên ngân hàng từ chối yêu cầu. Với hai mẫu người này, bạn hãy đánh giá cao sự hiểu biết của họ, ôn tồn và bình tĩnh, tránh để thái độ tức giận của họ cũng như những từ ngữ thô thiển, thậm chí tục tĩu của họ ảnh hưởng tới thái độ và

ngôn từ của bạn. Sự lịch thiệp, nghiêm túc của bạn sẽ khiến cho cơn giận của họ không được tiếp thêm nhiên liệu; thậm chí, có thể cách ly họ khỏi những khách hàng xung quanh (nếu có điều kiện) để không ảnh hưởng tới công việc của phòng và tránh sự tò mò của các khách hàng khác. Sự khác biệt giữa nhóm khách hàng *thông thái* và nhóm *hiếu thắng* đó là sự chấp nhận cuối cùng. Trong khi nhóm khách hàng *thông thái* chấp nhận sự từ chối của ngân hàng vì một số quy định ràng buộc mà họ không đáp ứng được, hoặc do sai sót từ phía họ thì nhóm khách hàng *hiếu thắng* lại không dễ dàng đồng ý. Vì vậy, nếu bạn không thận trọng trong lời nói và cách cư xử với họ thì rất có thể bạn sẽ gặp rắc rối vì họ không chỉ làm âm ĩ khi đó, mà họ sẽ tiếp tục gọi điện thoại hoặc gửi thư cho cấp trên của bạn để phàn nàn. Và hậu quả sẽ rắc rối hơn bạn tưởng rất nhiều.

Đối với khách hàng thuộc nhóm *thụ động* thì khi tiếp xúc với họ bạn nên dành nhiều thời gian để lắng

nghe xem yêu cầu của họ là gì, bạn cũng nên hỏi lại để đảm bảo bạn đã hiểu chính xác ý muốn của khách hàng. Bạn phải hướng dẫn họ thật cụ thể và trong suốt quá trình họ điền các thông tin vào mẫu ấn chỉ thì bạn cũng phải lưu ý vì rất có thể khách hàng của bạn sẽ điền sai và bạn lại phải hướng dẫn họ làm lại từ đầu. Không nên sử dụng các thuật ngữ chuyên ngành ngân hàng vì họ sẽ hoàn toàn không hiểu mà sự uyên bác của bạn chỉ khiến họ thêm rối trí. Những người nằm trong danh sách khách hàng *thụ động* thường là những người có hiểu biết rất hạn chế về lĩnh vực kinh tế, ít khi giao dịch với ngân hàng. Họ có thể là bác sĩ, giáo viên, công nhân, tiểu thương... Sự quan tâm của bạn đối với họ khiến họ cảm thấy an toàn và nếu bạn cần lấy danh sách những khách hàng trung thành thì họ là những ứng viên đầu tiên đấy.

Kỹ năng xử lý thông tin từ khách hàng

Kỹ năng lắng nghe: Đây là một kỹ năng không thể thiếu được trong cuộc sống và nghề nghiệp của mỗi người, nhưng không phải ai cũng coi kỹ năng này là quan trọng và cần thiết. Biết lắng nghe khách hàng là một trong những bí quyết của những người thành đạt. Để thu thập được thông tin từ khách hàng thì chúng ta cần phải tập trung khi khách hàng nói. Không ngắt lời khách bằng những gợi ý chủ quan của mình để tránh những hiểu lầm về ngôn ngữ có thể xảy ra trong quá trình trao đổi thông tin giữa khách hàng và nhân viên. Hãy để cho khách hàng diễn đạt ý muốn theo cách của họ và chỉ hỏi lại khách hàng những điểm mà bạn chưa rõ sau khi khách hàng đã diễn đạt xong.

Kỹ năng phân tích thông tin: Đây là bước quan trọng để xác định đúng nhu cầu của khách hàng. Nếu khách hàng có nhiều yêu cầu thì bạn nên chia nhỏ, phân loại và nhóm các

giao dịch có cùng tính chất lại với nhau. Sau khi đã hiểu được nhu cầu của khách bạn cần phải có bước kiểm tra xem liệu bạn đã hiểu đúng ý của khách hàng chưa bằng các câu hỏi có tính xác định, ví dụ: có phải chị muốn chuyển tiền 50 triệu đồng từ sổ tiết kiệm này sang tài khoản số 1043 và chị muốn lĩnh 2.300 USD tiền mặt, mở sổ mới 5.000 USD, phần còn lại chị muốn lĩnh tiền đồng có phải không???

Kỹ năng phản hồi thông tin: Đây cũng là một kỹ năng cần thiết để bạn có thể thiết lập được mối quan hệ tốt với khách hàng. Kỹ năng phản hồi thông tin đòi hỏi phải có sự hợp tác từ hai phía thì mới tạo được hiệu quả tốt nhất, nhưng khi đối tác của bạn không sẵn sàng có thiện chí, họ đã thực sự tức giận, mất bình tĩnh, thậm chí lăng mạ nhân viên, người đang phục vụ họ, nếu bạn là người nhân viên ngân hàng đó thì bạn nên xử trí thế nào ???.

Khi nói chuyện với khách bạn nên sử dụng những từ ngữ dễ hiểu, ngắn gọn, tránh dùng các từ chuyên ngành nếu khách hàng của bạn không cùng nghề với bạn. Khi xảy ra bất đồng, hoặc hiểu lầm giữa bạn và khách hàng thì bạn hãy tự nhủ mình phải bình tĩnh, cố gắng không để cho

trạng thái, ngôn ngữ của khách áp đặt lên cuộc trò chuyện, tránh cuốn mình theo những xung đột không cần thiết với khách, hãy để cho khách hàng được xả hết sự giận dữ của họ. Bạn chỉ bắt đầu sự giải thích của mình sau khi khách hàng kết thúc chuỗi thịnh nộ của họ và trong suốt thời gian khách hàng "độc diễn" bạn hãy tỏ thái độ tôn trọng họ, hãy để họ hiểu rằng bạn đang chăm chú lắng nghe họ nhưng bạn cũng phải hình dung ra bạn cần phải trả lời họ những gì. Nếu những câu trả lời của bạn liên quan đến các quy định văn bản thì bạn phải nắm rõ những quy định đó và sẵn sàng đưa họ tham khảo.

Kỹ năng giao tiếp qua điện thoại: Đây có lẽ là kỹ năng ít được chú trọng nhất nhưng ấn tượng của nó lại ảnh hưởng rất lớn đến hình ảnh của một ngân hàng. Người ta có thể đoán biết được văn hoá của một ngân hàng qua những cuộc giao tiếp ngắn ngủi trên điện thoại. Một câu chào xã giao, giọng nói ấm áp, tử tốn, thông tin chính xác và niềm nở của nhân viên ngân hàng sẽ được khách hàng đánh giá cao. Việc xưng danh khi có cuộc điện thoại gọi đến văn phòng là điều bắt buộc ở các doanh nghiệp nước ngoài nhưng



Khách hàng là đích ngắm cuối cùng mà ngân hàng nhắm tới để giành phần thắng trong cuộc chiến cạnh tranh

Ảnh: Phùng Thu Thủy

không hẳn đã trở thành thói quen giao tiếp qua điện thoại của một số doanh nghiệp Việt Nam. Sự am hiểu về bộ máy tổ chức của ngân hàng và nghiệp vụ của các phòng cũng là một yếu tố bắt buộc để nhân viên ngân hàng có thể hiểu rõ yêu cầu của khách hàng và có chỉ dẫn chính xác cho khách. Trường hợp một khách hàng phải gọi điện thoại đi nhiều phòng ban mới tìm đúng địa chỉ cần thiết không phải ít gặp trong văn hoá giao tiếp qua điện thoại thường ngày.

Kỹ năng xây dựng quan hệ khách hàng

Dựa vào tâm lý khách hàng, kết hợp với các thông tin nhận được từ khách, xử lý thông tin, đáp ứng nhu cầu hoặc có thể từ chối nhưng luôn làm khách thoải mái với thông tin họ được phản hồi, đó là trách nhiệm của bạn, một nhân viên ngân hàng.

Hãy chú trọng tới ngoại hình của mình như trang phục, đầu tóc, móng tay...Hãy cố giấu sự mệt mỏi (nếu có) của mình khi bạn tiếp khách. Sự tự tin của một nhân viên ngân hàng luôn được khách hàng đánh giá cao và khi khách hàng tin tưởng vào ngân hàng, một phần chính là nhờ công sức của bạn đấy.

Bạn hãy luôn quan tâm tới giọng nói của mình để có sự điều tiết âm vực phù hợp, lịch sự. Bạn hãy biểu đạt để làm sao cho sự hướng dẫn của mình thật dễ hiểu và ngắn gọn đối với khách, thể hiện được sự tận tình của người cung cấp dịch vụ. Hãy mỉm cười với khách khi bạn nhìn thấy họ. Một nụ cười thân thiện là sự xác lập mối quan hệ để chịu giữa người mua dịch vụ và người cung cấp dịch vụ.

Luôn quan tâm tới những góp ý của khách hàng, vì đó là những lời tư vấn không mất tiền mua. Sự đa dạng về sản phẩm, sự đổi mới và nâng cao chất lượng dịch vụ của chúng ta đều có thể xuất hiện từ những ý kiến

nhỏ của khách hàng. Hãy coi họ luôn luôn đúng và họ là những nhà tư vấn miễn phí cho chúng ta thì chúng ta sẽ gạt được nhiều ý tưởng mới.

Không cười đùa, ăn uống và nói các câu chuyện có tính chất thô tục, nhạy cảm như vấn đề giới tính khi đang làm việc trước sự quan sát của khách hàng từ ngoài quầy. Đôi khi sự hỗn nhiên quá mức của chúng ta sẽ làm khách hàng cảm thấy khó chịu. Những lúc lỗi mạng ta không thể cập nhật vào hệ thống, các giao dịch với khách bị ngừng trệ thì chúng ta không nên tranh thủ để chuyện trò, tán gẫu với nhau. Khách hàng rất nhanh sốt ruột vì phải chờ đợi và sự vô tư của chúng ta sẽ khiến họ cảm thấy phiền lòng.

Những điều tưởng chừng như rất nhỏ lại là những điều bạn dễ bỏ qua nhất và bạn không thể ngờ rằng đó là nguyên nhân xảy ra xung đột giữa khách hàng và giao dịch viên. Chẳng hạn, "mỉm cười với khách hàng" không phải là một khẩu hiệu mới mẻ gì nhưng không phải lúc nào chúng ta cũng sẵn sàng thực hiện. Hoặc "xin lỗi, chị chờ tôi một lát", hay "cháu xin mời bác ra ghế ngồi chờ khoảng 15 phút"; cùng nhiều câu nói đơn giản khác mà ta sẵn sàng nói khi gặp người quen nhưng không phải là câu giao tiếp thường trực đối với khách hàng của một số giao dịch viên ngân hàng. Thậm chí, khi thực hiện giao dịch xong cho khách, không phải lúc nào chúng ta cũng thông báo để khách hàng biết, nhiều khi khách hàng cứ đứng đợi rất lâu cho đến khi họ thắc mắc. Trong trường hợp có thể xảy ra xung đột thì "hoãn binh" là phương thức có vẻ hiệu quả hơn hẳn. Bạn có thể giải thích cho khách hàng là bạn cần phải báo cáo với cấp trên. Hãy chúng tỏ bạn thật sự thông cảm với khách và bạn sẽ trả lời họ ngay sau khi cấp trên của bạn có quyết định cuối cùng. Việc báo cáo và xin chỉ

đạo từ cấp trên sẽ là cần thiết và nếu cấp trên của bạn đồng ý có một sự ngoại lệ thì kết quả đó sẽ khiến cho mối quan hệ giữa khách hàng và ngân hàng trở nên tốt đẹp hơn. Thời gian chờ đợi hợp lý sẽ là liều thuốc tốt nếu bạn vẫn phải trả lời không với khách hàng.

Một số kinh nghiệm giảm áp lực khi thường xuyên phải tiếp xúc với khách hàng

- Sự hài hước đúng mức sẽ giúp bạn giảm được căng thẳng và tạo được sự thân thiện nhất định đối với khách. Kiên nhẫn cũng là một trong những tính cách cần thiết của giao dịch viên;

- Hãy vui mừng vì có thêm các mối quan hệ mới;

- Mọi nhu cầu của khách hàng đều có lí nhưng ta phải lựa chọn đáp ứng từng nhu cầu căn cứ vào các quy định pháp lý;

- Đoán tính cách khách hàng để có thái độ chăm sóc phù hợp;

- Không cố giải thích khi khách đã nổi giận, hãy nhờ đồng nghiệp của mình xoa dịu khách và cho dù trong bất cứ trường hợp nào thì lời xin lỗi của nhân viên ngân hàng sẽ là liều thuốc hiệu nghiệm xoa dịu sự tức giận của khách;

- Hãy thẳng thắn với khách khi chúng ta thực sự có lỗi trong xử lý công việc. Việc nhận lỗi đúng mức, đúng lúc sẽ làm cho khách được hài lòng.

- Bạn hãy chú trọng tới việc học tập để trau dồi và nâng cao chuyên môn nghiệp vụ, sắp xếp công việc một cách khoa học, thao tác chính xác và nhanh chóng để khách hàng không phải chờ đợi. Tất cả những kỹ năng về giao tiếp, sự ấm áp của nụ cười sẽ vô nghĩa nếu bạn bắt khách hàng phải chờ đợi quá lâu do sự lúng túng của bạn trong chuyên môn. ■