

1. TIẾNG VIỆT

TRANG THÔNG TIN ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SỸ

Tên đề tài: Hoàn thiện công tác quản trị quan hệ khách hàng cá nhân tại Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Phát Triển Thành phố Hồ Chí Minh – Phòng Giao Dịch Núi Thành

Ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 8340101

Họ và tên học viên: Huỳnh Thanh Hà

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Nguyễn Phúc Nguyên

Cơ sở đào tạo: Trường Đại học Kinh Tế - Đại học Đà Nẵng

Tóm tắt:

Trong bối cảnh ngành ngân hàng đang chuyển dịch mạnh mẽ theo hướng số hóa và lấy khách hàng làm trung tâm, quản trị quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management – CRM) đóng vai trò then chốt trong việc nâng cao trải nghiệm, giữ chân khách hàng và thúc đẩy tăng trưởng bền vững. Đề tài "Hoàn thiện công tác quản trị quan hệ khách hàng cá nhân tại HDBank – Phòng Giao dịch Núi Thành" được thực hiện nhằm đánh giá thực trạng hoạt động CRM hiện nay tại đơn vị, chỉ ra những hạn chế tồn tại, từ đó đề xuất hệ thống giải pháp đồng bộ nhằm nâng cao hiệu quả trong tương lai.

Đề án tập trung làm rõ ba nội dung chính: (1) Cơ sở lý luận về CRM và mô hình IDIC trong bối cảnh ngân hàng hiện đại; (2) Phân tích thực trạng công tác quản trị quan hệ khách hàng cá nhân tại PGD HDBank – Núi Thành thông qua các tiêu chí như nhận diện khách hàng, phân khúc, tương tác, cá nhân hóa và đo lường hiệu quả; (3) Đề xuất giải pháp hoàn thiện CRM theo mô hình IDIC kết hợp ứng dụng công nghệ số, phát triển nhân lực chuyên trách và gắn kết chặt chẽ giữa dữ liệu – hệ thống – con người.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, PGD Núi Thành đã bước đầu triển khai một số hoạt động CRM như phân loại khách hàng theo số dư bình quân, ứng dụng eKYC, tổ chức các chương trình chăm sóc khách hàng định kỳ. Tuy nhiên, hoạt động CRM hiện vẫn còn mang tính rời rạc, thiếu hệ thống dữ liệu tập trung, chưa ứng dụng công nghệ phân tích hành vi và trí tuệ nhân tạo. Bên cạnh đó, nhân sự kiêm nhiệm nhiều vai trò, chưa được đào tạo chuyên sâu về CRM; các chỉ tiêu đo lường hiệu quả chăm sóc khách hàng còn thiếu hoặc chưa được gắn KPI cụ thể.

Từ những phân tích trên, đề tài đề xuất các giải pháp theo chuỗi hoạt động CRM hiện đại gồm: chuẩn hóa dữ liệu và eKYC; phân nhóm khách hàng động dựa trên mô hình RFM và phân cụm hành vi; ứng dụng ưu đãi theo ngữ cảnh; đồng bộ hóa tương tác đa kênh (omni-channel); xây dựng đội ngũ CRM chuyên trách tại PGD; đồng thời kiến nghị Hội sở triển khai các nền tảng dữ liệu và AI hỗ trợ toàn hệ thống. Kết quả kỳ vọng sau 6–12 tháng gồm: tỷ lệ dữ liệu chính xác $\geq 98\%$, tăng CLV $\geq 15-20\%$, CSAT $\geq 90\%$, thời gian xử lý yêu cầu giảm $\geq 25\%$, và tỷ lệ hoàn thành đào tạo CRM $\geq 95\%$.

Về ý nghĩa khoa học, đề tài góp phần hệ thống hóa kiến thức về CRM và mô hình IDIC trong ngành ngân hàng, tạo cơ sở tham khảo cho các đơn vị trong cùng hệ thống HDBank hoặc các ngân hàng tương tự. Về ý nghĩa thực tiễn, kết quả nghiên cứu có thể áp dụng trực tiếp tại PGD HDBank – Núi Thành và có thể nhân rộng tại các PGD tương đồng về quy mô, đặc điểm khách hàng và năng lực vận hành.

Hướng nghiên cứu tiếp theo của đề tài có thể tập trung vào việc đo lường định lượng hiệu quả CRM theo từng chỉ số (CLV, NPS, CSAT) hoặc ứng dụng học máy trong phân khúc khách hàng, từ đó đề xuất các mô hình dự báo hành vi và tự động hóa chăm sóc khách hàng trong môi trường ngân hàng số.

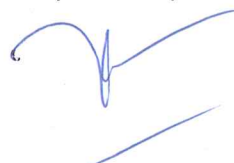
Từ khóa: Quản trị quan hệ khách hàng, khách hàng cá nhân, CRM, mô hình IDIC, phân khúc khách hàng, trải nghiệm khách hàng, hệ thống dữ liệu 360 độ

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2025

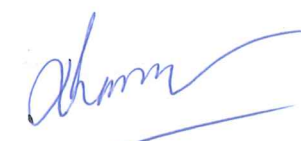
Người hướng dẫn khoa học

Họ và tên học viên


Nguyễn Khắc Nguyệt


Huỳnh Thanh Hà

Khoa quản lý chuyên ngành


Lê Thị Minh Hằng

2. TIẾNG ANH

INFORMATION PAGE OF MASTER THESIS

Name of thesis: Enhancing Personal Customer Relationship Management at Ho Chi Minh City Development Joint Stock Commercial Bank – Nui Thanh Transaction Office
Major: Business Administration
Full name of Master student: Huynh Thanh Ha
Supervisors: Assoc. Prof. Dr. Nguyen Phuc Nguyen
Training institution: The University of Economics – The University of Da Nang

Abstract:

In the context of the banking industry undergoing a strong transformation towards digitalization and customer-centricity, Customer Relationship Management (CRM) plays a crucial role in improving customer experience, retention, and sustainable growth. The thesis titled "Enhancing Personal Customer Relationship Management at HDBank – Nui Thanh Transaction Office" is conducted to evaluate the current CRM practices at the unit, identify existing limitations, and propose a system of comprehensive solutions to enhance future efficiency.

The thesis focuses on three main aspects: (1) Theoretical foundations of CRM and the IDIC model in the modern banking context; (2) Analysis of the current situation of personal customer relationship management at HDBank Nui Thanh based on criteria such as customer identification, segmentation, interaction, personalization, and performance measurement; (3) Proposed solutions to improve CRM according to the IDIC model, integrating digital technology, developing specialized human resources, and strengthening the connection between data – systems – people.

The research results show that HDBank Nui Thanh has initially implemented some CRM activities such as customer classification based on average balance, eKYC application, and periodic customer care programs. However, CRM operations remain fragmented, lacking a centralized data system and the application of behavioral analytics and artificial intelligence. Moreover, staff often multitask and are not yet professionally trained in CRM, while performance indicators are not clearly defined or tied to specific KPIs.

Based on the above analysis, the thesis proposes modern CRM solutions including: data standardization and eKYC; dynamic customer segmentation using RFM model and behavioral clustering; contextual offers; omni-channel interaction synchronization; developing a specialized CRM team at the branch; and recommending the head office to deploy data platforms and AI across the system. Expected results after 6–12 months include: data accuracy $\geq 98\%$, CLV increase $\geq 15\text{--}20\%$, CSAT $\geq 90\%$, request handling time reduced $\geq 25\%$, and CRM training completion rate $\geq 95\%$. In terms of scientific significance, the thesis contributes to systematizing knowledge on CRM and the IDIC model in banking, serving as a reference for other units within HDBank and similar banks. In terms of practical significance, the research results can be applied directly at HDBank Nui Thanh and replicated in branches with similar size, customer characteristics, and operational capacity.

Future research directions may focus on quantitatively measuring CRM effectiveness through indicators such as CLV, NPS, and CSAT, or applying machine learning in customer segmentation to propose behavioral prediction models and automate customer care in a digital banking environment.

Key words: Keywords: customer relationship management, personal customer, CRM, IDIC model, customer segmentation, customer experience, 360-degree data system