Một doanh nghiệp muốn doanh thu cao, đồng nghĩa với việc sản phẩm hoặc dịch vụ của họ phải được nhiều người tiếp nhận 🡪 Doanh nghiệp phải **tập trung vào điều mà khách hàng mong muốn**

**Phương châm của doanh nghiệp sẽ là "Cải thiện trải nghiệm khách hàng**"

Kế hoạch hành động:

1. Đào tạo nội bộ

**Tổ chức workshop chuyên sâu về trải nghiệm khách hàng hằng quý (Training nhân viên)**:

* + **Mục tiêu**: Nâng cao kiến thức và kỹ năng về CSKH cho nhân viên.
  + **Ví dụ**: Mời chuyên gia về trải nghiệm khách hàng, tổ chức các buổi đào tạo về kỹ năng giao tiếp, giải quyết vấn đề và thấu hiểu khách hàng. Với ngân sách đào tạo nhất định như 50 triệu/năm, mời chuyên gia bên ngoài vào Quý I và Quý III hàng năm (2 lần/năm)
  + **Trách nhiệm**: Phòng Nhân sự phụ trách tổ chức workshop; Phòng CSKH đảm bảo 100% nhân viên tham gia

**Gắn KPI đào tạo với phòng ban chăm sóc khách hàng:**

**Mục tiêu**: Nâng chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng qua việc nâng cao kỹ năng nhân viên.

**Ví dụ**: đưa KPI đào tạo thành bắt buộc, Đánh giá định kỳ hàng quý, liên kết trực tiếp với hiệu quả công việc và chỉ số hài lòng khách hàng.

Trách nhiệm: Trưởng nhóm CSKH báo cáo kết quả, Phòng CSKH đảm bảo ≥90% nhân viên hoàn thành

1. **Cơ chế ghi nhận – khen thưởng: Khen thưởng các hành động mang lại giá trị cho khách hàng**
   * **Mục tiêu**: Khích lệ nhân viên hành động vì khách hàng.
   * **Thời gian**: Thực hiện liên tục, đánh giá tổng kết 6 tháng/lần
   * **Ví dụ**: Vinh danh và thưởng nóng cho những nhân viên có hành động vượt trội trong họp tuần/tháng, giải quyết được những vấn đề lớn cho khách hàng, hay có phản hồi tốt từ khách hàng.
   * **Đảm nhận**: Trưởng bộ phận, ban giám đốc chịu trách nhiệm chủ trì với ngân sách khen thưởng (30 triệu/năm) thông qua kênh truyền thông nội bộ
2. Thiết lập kênh phản hồi khách hàng đa dạng
   * **Mục tiêu**: Thu thập phản hồi một cách hiệu quả và nhanh chóng.
   * **Hoạt động**: Xây dựng hệ thống khảo sát sau khi mua hàng, ứng dụng chat hỗ trợ 24/7, tạo kênh góp ý trên website/phần mềm khảo sát 🡪 Để kịp thời hỗ trợ khách hàng và giải quyết vấn đề.
   * **Thời gian**: thử nghiệm không nên quá dài, thường thử nghiệm trong một quý trước khi chính thức áp dụng
3. Xây dựng chương trình "Thám tử trải nghiệm khách hàng"
   * **Mục tiêu**: Khuyến khích nhân viên trải nghiệm sản phẩm/dịch vụ từ góc nhìn của khách hàng. 🡪 Từ đó có thể phát hiện và đề nghị điều chỉnh nhằm mang lại cho khách hàng trải nghiệm tốt nhất.
   * **Hoạt động**: Khi nhân viên tự mình đặt hàng, sử dụng sản phẩm. Trong quá trình đặt, họ sẽ ghi lại: mức độ dễ hay khó khi tìm sản phẩm, thao tác thanh toán có tiện không, tốc độ giao hàng thế nào, thái độ shipper ra sao.

Sau khi nhận hàng, nhân viên trải nghiệm cả **chất lượng đóng gói, sản phẩm, và chính sách đổi trả** nếu có vấn đề.

Tại buổi họp nội bộ, nhân viên chia sẻ:

Điểm hài lòng: giao hàng nhanh, đóng gói gọn gàng, chỉn chu.

(Đòng Thời cũng nêu lên) Điểm cần cải thiện: website có lúc bị chậm, phần chat hỗ trợ chưa phản hồi kịp.

Cuối cùng các đề xuất sẽ được tổng hợp và chuyển cho bộ phận kỹ thuật/CSKH để cải thiện.

1. Thiết lập KPIs đo lường sự hài lòng của khách hàng

KPIs tức **Chỉ số đánh giá hiệu quả công việc**.

**Giải thích ngắn gọn:**

* **KPI** là những thước đo cụ thể, có thể định lượng, dùng để đánh giá mức độ hoàn thành mục tiêu của cá nhân, nhóm hoặc cả doanh nghiệp.
* KPI phải **gắn trực tiếp với mục tiêu** của tổ chức để phản ánh được hiệu quả thực sự, chứ không chỉ đo cho có.

Nói đơn giản: **KPI = con số để đo xem ta có làm tốt mục tiêu hay không.**

* + **Mục tiêu**: Theo dõi và đánh giá hiệu quả của các hoạt động.
  + **Thời gian**: Đánh giá định kỳ hằng quý do phòng CSKH, phòng đảm bảo chất lượng tiến hành bằng các công cụ đo lường
  + **Ví dụ**: Xây dựng các chỉ số như NPS (Net Promoter Score), CSAT (Customer Satisfaction Score) và đưa các chỉ số này vào đánh giá hiệu suất cá nhân và đội nhóm

**CSAT = khách hàng có hài lòng hay không ở một trải nghiệm.**

**NPS = khách hàng có trung thành và sẵn sàng giới thiệu thương hiệu hay không.**

Công ty dịch vụ internet triển khai KPI **CSAT ≥ 85%** cho đội chăm sóc khách hàng.  
→ Sau mỗi lần hỗ trợ, khách hàng bấm chọn mức độ hài lòng (từ 1–5 sao).  
→ Kết quả trung bình của cả nhóm trong tháng phải đạt từ 4,2/5 sao trở lên.

Với chỉ số **NPS**, công ty gửi khảo sát: “Bạn có sẵn sàng giới thiệu dịch vụ cho bạn bè/người thân không?”  
→ Nếu tỷ lệ khách hàng trả lời 9–10 điểm đạt trên **60%**, nhóm được công nhận hoàn thành KPI.

Phổ cập các thay đổi, KH hành động và động viên tinh thần, tạo động lực cho sự thay đổi

* 1. **Phổ cập thay đổi**
* Truyền thông rõ ràng đến toàn thể nhân viên về những điều chỉnh trong kế hoạch hành động.
* Giải thích sự thay đổi tác động thế nào đến công việc và đời sống hằng ngày của họ.
* **Mục đích:** Giúp nhân viên hiểu rõ lý do, mục tiêu và lợi ích của sự thay đổi.
* **Ví dụ**: Công ty triển khai “làm việc minh bạch” → gửi email infographic cho toàn nhân viên, tổ chức cuộc họp để lãnh đạo trực tiếp giải thích và trả lời câu hỏi.
* **Giải thích rõ lợi ích:** Nhấn mạnh cách làm việc từ xa có thể giúp nhân viên cân bằng công việc và cuộc sống tốt hơn, tiết kiệm thời gian đi lại, từ đó tăng sự gắn bó và hiệu suất làm việc.
  1. **Xây dựng Kế hoạch hành động (Lộ trình và hành động)**
  + **Lộ trình cụ thể:** Công ty xây dựng một kế hoạch chi tiết về giai đoạn chuyển đổi, bao gồm việc đào tạo sử dụng các công cụ làm việc trực tuyến (Zoom, Slack, Teams), cung cấp thiết bị cần thiết (laptop, tai nghe), và thiết lập các quy định làm việc từ xa rõ ràng.
  + **Hỗ trợ kỹ thuật và nguồn lực:** Thiết lập bộ phận hỗ trợ kỹ thuật để giải quyết các vấn đề phát sinh khi làm việc từ xa, cung cấp tài liệu hướng dẫn sử dụng công cụ và quy trình làm việc.
* **Mục đích:** Cung cấp lộ trình chi tiết, công cụ và nguồn lực cần thiết để nhân viên thích nghi và theo kế hoạch đã đề ra.
  1. **Lợi ích mang lại**
* Nhân viên thấy rõ cái tốt đẹp cho bản thân: môi trường minh bạch hơn, cơ hội phát triển nhiều hơn, thu nhập/đãi ngộ tốt hơn.

**Ví dụ**: Với văn hóa “khách hàng là trung tâm”, nhân viên CSKH được đào tạo kỹ năng mới → giải quyết nhanh vấn đề → khách hàng hài lòng hơn → doanh thu tăng → nhân viên có thêm thưởng quý.

* 1. **Vai trò của nhân viên**
* Không chỉ là người tiếp nhận, mà còn là người trực tiếp thực hành và duy trì văn hóa.
* Mỗi cá nhân đều đóng góp vào việc xây dựng tương lai của doanh nghiệp.

**Ví dụ**: Trong CLB sinh viên, thay vì chỉ Ban Chủ nhiệm quyết định, từng thành viên được góp ý về quy tắc ứng xử nội bộ → mọi người cảm thấy mình là một phần của văn hóa chung.

* 1. **Động viên & tạo động lực**
* Ghi nhận – khen thưởng kịp thời những cá nhân/nhóm có sự thay đổi tích cực.
* Chia sẻ câu chuyện truyền cảm hứng, khẳng định nhân viên chính là trung tâm của sự chuyển đổi.
* **Mục đích:** Thúc đẩy tinh thần làm việc tích cực, tạo sự hứng thú và cam kết của nhân viên đối với sự thay đổi.
  + **Khen thưởng và ghi nhận:** Công ty tổ chức các cuộc thi nhỏ, ví dụ "Nhân viên làm việc từ xa xuất sắc nhất" hoặc "Nhóm giao tiếp hiệu quả", kèm theo các phần thưởng (quà tặng, ngày nghỉ phép) để ghi nhận những nỗ lực và thành công.
  + **Thúc đẩy sự hợp tác:** Xây dựng các hoạt động gắn kết trực tuyến (ví dụ: giờ uống cà phê ảo, buổi trò chuyện thân mật) để tăng cường sự kết nối và hỗ trợ lẫn nhau giữa các thành viên.
  + **Vai trò của người lãnh đạo:** Quản lý thể hiện sự tin tưởng vào nhân viên, động viên họ bằng cách lắng nghe, thấu hiểu những khó khăn khi làm việc từ xa và cùng họ tìm giải pháp.
  1. **Khẳng định**
* Đây là việc **bắt buộc phải làm**, nếu không thay đổi sẽ khó đi vào thực tiễn.
* Khi nhân viên hiểu rõ và có động lực, họ sẽ cùng doanh nghiệp kiến tạo văn hóa bền vững.

**Ví dụ**: Khi thay đổi chưa được phổ biến và động viên đúng cách, nhân viên dễ nghĩ “chỉ là phong trào nhất thời”. Nhưng nếu truyền thông + khen thưởng rõ ràng, mọi người sẽ tin tưởng và sẵn sàng đồng hành cùng doanh nghiệp lâu dài.