**QUY TRÌNH TÌM KIẾM KHÁCH HÀNG**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **BIÊN SOẠN** | **KIỂM TRA** | **PHÊ DUYỆT** |
|  |  | **TGĐ** |
|  |  | **Nguyễn Cảnh Tĩnh** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Phiên bản** | **Trang** | **Nội dung thay đổi** |
|  |  |  |

# Mục tiêu

* Hướng dẫn các doanh nghiệp thành viên, các đơn vị chuyên môn nghiệp vụ (các Ban CMNV, Văn phòng cơ quan, Trung tâm CNTT) trong việc tìm kiếm, khách hàng và đánh giá kết quả của quá trình tìm kiếm khách hàng.
* Đáp ứng yêu cầu “một hệ thống” theo chuẩn chung, hiện đại và hiệu quả của Tổng công ty Hàng hải Việt Nam.

# Phạm vi

- Quy trình này áp dụng cho các đối tượng là Ban Điều hành, đơn vị CMNV, người lao động đang công tác tại Văn phòng cơ quan Tổng công ty; Người đại diện phần vốn góp của Tổng công ty; các Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên; các đơn vị có vốn góp chi phối của Tổng công ty.

- Quy trình này được triển khai tới tất cả CBCNV Tổng công ty và các doanh nghiệp thành viên.

# Tài liệu liên quan

# Chú thích

## Giải thích thuật ngữ

* VIMC: Tổng công ty Hàng hải Việt Nam – CTCP.
* HĐQT : Hội đồng quản trị.
* TGĐ: Tổng Giám đốc.
* Các đơn vị CMNV: Các Ban chuyên môn nghiệp vụ, Văn phòng cơ quan và Trung tâm CNTT của VIMC.
* Ban TTKH: Ban Thị trường Kế hoạch
* Ban VTB: Ban Vận tải biển
* Ban CB&DVHH: Ban Cảng biển & Dịch vụ Hàng hải
* Ban PC&QTRR: Ban Pháp chế và quản trị rủi ro
* TTCNTT: Trung tâm công nghệ thông tin.
* DNTV: Doanh nghiệp thành viên
* CSKH: Chăm sóc khách hàng
* Ma trận RACI : là một công cụ nhằm làm rõ công việc, trách nhiệm, quyền hạn của cá nhân hoặc đơn vị, trong đó :
* R : Responsible - Đơn vị/cá nhân chịu trách nhiệm thực hiện công việc.
* A : Accountable - Đơn vị/cá nhân trực tiếp thực hiện thẩm quyền quyết định/phê duyệt.
* C : Consulted - Đơn vị/cá nhân được lấy ý kiến tham vấn.
* I : Informed - Đơn vị/cá nhân được cung cấp thông tin khi có quyết định/phê duyệt.

## Giải thích lưu đồ

Các bước xử lý

Kết nối các bước xử lý

Bắt đầu/Kết thúc

Điều kiện rẽ nhánh

Quy trình tiếp nối

Tài liệu đính kèm

## Lưu đồ

|  |  |
| --- | --- |
| **Quy trình** | **Tài liệu** |
| Điều tra, khảo sát, phân tích thông tin thị trường hàng hóa  *Không đủ điều kiện*  Nghiên cứu, điều tra, thu thập thông tin khách hàng  *Không được phê duyệt*    Đánh giá năng lực cung cấp dịch vụ củVIMC  *Đủ điều kiện*    Lập kế hoạch tiếp cận  khách hàng  Lãnh đạo  phê duyệt  kế hoạch    *Được phê duyệt*  Tiếp cận khách hàng    Báo cáo kết quả  Lưu dữ liệu và lưu kết thúc | Báo cáo kết quả làm việc  Biên bản làm việc  Kế hoạch làm việc với khách hàng  Báo cáo năng lực cung cấp dịch vụ  Báo cáo danh sách khách hàng  Báo cáo thị trường ngành hàng |

## Giải thích lưu đồ

### Bước 1: Điều tra, khảo sát, phân tích thông tin thị trường hàng hóa

* Hàng quý, BPKD của Tổng công ty và DNTV điều tra, khảo sát, tìm kiếm khách hàng, hàng hóa có khả năng cung cấp dịch vụ.
* Các chỉ tiêu khảo sát bao gồm:
  + Loại hàng hóa,
  + Sản lượng xuất nhập khẩu trên thế giới và Việt Nam,
  + Tỷ lệ tăng tưởng hàng năm của ngành hàng,
  + Thị trường xuất nhập khẩu chủ lực/ tiềm năng,
  + Nhu cầu của thị trường về hàng hóa hiện tại và trong tương lai.

### Bước 2: Nghiên cứu, điều tra, thu thập thông tin khách hàng

* Thu thập thông tin và lập danh sách khách hàng tiềm năng.
* Các thông tin thu thập bao gồm:
  + Thông tin liên hệ
    - Tên khách hàng,
    - Địa chỉ,
    - Số điện thoại, email của công ty,
    - Thông tin liên hệ người phụ trách.
  + Thông tin năng lực
    - Quy mô doanh nghiệp: vốn, tài sản, doanh thu, lợi nhuận, giấy phép kinh doanh tại Việt Nam,…
    - Thông tin về sản phẩm, hàng hóa, nhu cầu sử dụng dịch vụ,
    - Thông tin về đơn vụ cung cấp dịch vụ (đối thủ cạnh tranh).

### Bước 3: Đánh giá năng lực dịch vụ của VIMC và các DNTV

* Cập nhật hồ sơ năng lực cung cấp dịch vụ,
* Phân tích, đánh giá khả năng, các dịch vụ có thể cung cấp cho khách hàng.
* Đối với các khách hàng chưa có khả năng cung cấp dịch vụ trong thời gian hiện tại, các DNTV lưu hồ sơ khách hàng để xây dựng kế hoạch tiếp cận trong tương lai.

### Bước 4: Lập kế hoạch tiếp cận khách hàng

* Lập kế hoạch tiếp cận khách hàng hàng tháng, bao gồm:
  + Thời gian, địa điểm,
  + Nội dung làm việc,
  + Cấp chủ trì, thành phần tham dự,
  + Thông tin cần thu thập.

### Bước 5: Lãnh đạo phê duyệt kế hoạch

* Trình TGĐ / PTGĐ phụ trách thị trường phê duyệt kế hoạch tiếp xúc khách hàng.

### Bước 6: Tiếp cận trực tiếp khách hàng

* Tổ chức làm việc với khách hàng theo kế hoạch được phê duyệt, linh hoạt trong hình thức tiếp cận khách hàng để thu thập thông tin
* Các thông tin cần thu thập khi làm việc với khách hàng:
  + Quy mô, sản lượng,
  + Cảng xuất/nhập,
  + Các dịch vụ cần cung cấp,
  + Đơn vị đang cung cấp dịch vụ.

### Bước 7: Báo cáo kết quả

* Từ các thông tin thu thập được trong quá trình làm việc với khách hàng, BPKD xây dựng báo cáo kết quả và gửi TGĐ / PTGĐ phụ trách thị trường.
* Lập danh sách khách hàng tiềm năng (khách hàng có khả năng cung cấp dịch vụ).
* Đề xuất giải pháp triển khai chào và cung cấp dịch vụ cho khách hàng.

### Bước 8: Lưu dữ liệu và kết quả

## Ma trận vai trò RACI & KPI quy trình

| **Bước thực hiện** | **TGĐ** | **BPKD** | **Ban TTKH** | **Các phòng/ban chuyên môn khác** | **DNTV** | **KPI** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Điều tra, khảo sát, phân tích thông tin thị trường hàng hóa |  | R | A | C | C | Ngày 30 tháng cuối cùng của quý |
| 1. Nghiên cứu, điều tra, thu thập thông tin khách hàng |  | R | C | C | A | Hàng tháng |
| 1. Đánh giá năng lực dịch vụ của VIMC và các DNTV |  | R | A | C | R | Trước ngày 15 tháng đầu tiên của quý |
| 1. Lập kế hoạch tiếp cận khách hàng |  | R |  |  |  | Hàng tháng |
| 1. Lãnh đạo phê duyệt kế hoạch | A |  |  |  | A/I | Hàng tháng |
| 1. Tiếp cận khách hàng |  | R |  |  |  | Hàng tháng |
| 1. Báo cáo kết quả | A | R | A | I | I | Hàng tháng |
| 1. Lưu dữ liệu và kết thúc |  | R |  |  |  | Hàng tuần |

## Rủi ro và kiểm soát

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Bước thực hiện** | **Rủi ro** | **Kiểm soát** |
| 1. Điều tra, khảo sát, phân tích thông tin thị trường hàng hóa | Thông tin điều tra được còn hạn chế, không đủ phân tích thị trường | Thực hiện kết hợp nhiều phương thức trực tiếp/gián tiếp để tìm kiếm thông tin |
| 1. Nghiên cứu, điều tra, thu thập thông tin khách hàng | Thông tin khách hàng hạn chế, thiếu tính chính xác | Thu thập thông tin rõ ràng, có nguồn đáng tin cậy, không sử dụng thông tin chưa qua kiểm duyệt |
| 1. Đánh giá năng lực dịch vụ của VIMC và các DNTV | Các DNTV gửi báo cáo chậm, kéo dài thời gian đánh giá năng lực | * Nêu rõ thời gian nhận báo cáo trong thông báo gửi DNTV * Trong trường hợp khẩn cấp, sử dụng báo cáo gần nhất của DNTV để so sánh, phân tích năng lực cung cấp |
| 1. Lập kế hoạch tiếp cận khách hàng | Kế hoạch không phù hợp với khách hàng mục tiêu | * Nghiên cứu chi tiết, rõ ràng khách hàng mục tiêu, kế hoạch phải phù hợp với khách hàng, lĩnh vực kinh doanh * Kế hoạch phù hợp với mục tiêu phát triển trong dài hạn của VIMC |
| 1. Lãnh đạo phê duyệt kế hoạch | Thời gian xử lý bị kéo dài |  |
| 1. Tiếp cận khách hàng | Khách hàng từ chối gặp măt, không tiếp cận được người đại diện của công ty | * Gửi tài liệu, thông tin liên hệ qua người gác cổng * Mời tham dự hội thảo, hội nghị về lĩnh vực khách hàng quan tâm, từ đó tiếp cận khách hàng mục tiêu |
| 1. Báo cáo kết quả | Ban lãnh đạo không phê duyệt chính sách Marketing | Xây dựng kế hoạch phù hợp với nguồn lực của VIMC |
| 1. Lưu dữ liệu và kết thúc | Tài liệu lưu bị mất, hỏng, thiếu dữ liệu | * Lưu trữ dữ liệu trên hệ thống của VIMC * Dữ liệu gốc lưu trữ ở ít nhất 2 máy tính |