**Chức năng thông tin tài khoản khách hàng.**

what?

hồ sơ khách hàng nó giống như một bản mô tả chi tiết về khách mua hàng bao gồm đầy đủ các [thông tin](https://vi.wikipedia.org/wiki/Th%C3%B4ng_tin) và [hình ảnh](https://vi.wikipedia.org/wiki/H%C3%ACnh_%E1%BA%A3nh)

why?

Để thật sự hiểu rõ khách hàng của mình, từ đó đưa ra các quyết định liên quan đến sản phẩm/dịch vụ hay các chiến lược marketing hướng đến khách hàng.

Tìm kiếm khách hàng mới dễ hơn: Khi tập hợp các hồ sơ khách hàng lại với nhau, các nhà tiếp thị có thể nhận ra những đặc điểm chung của khách hàng tiềm năng mới mà doanh nghiệp muốn hướng tới. Từ đó họ có thể dễ dàng phân khúc và phác họa chân dung mới cho nhóm khách hàng này, có thể dựa vào các đặc điểm mới để tùy chỉnh lại các [chiến lược](https://vi.wikipedia.org/wiki/Chi%E1%BA%BFn_l%C6%B0%E1%BB%A3c), các kênh tiếp cận và các thông điệp truyền thông mới cho họ.

Một hồ sơ khách hàng  chính xác còn cho phép một doanh nghiệp hiểu được các đặc điểm [nhân khẩu học](https://vi.wikipedia.org/wiki/Nh%C3%A2n_kh%E1%BA%A9u_h%E1%BB%8Dc),biết được thị trường khách hàng nào tiềm năng hay thị trường nào đang tăng trưởng và thị trường nào chưa được khai thác sẽ nhưng có tiềm năng sinh lợi.Điều này sẽ giúp cải thiện các chiến lược tiếp thị khách hàng mục tiêu,từ đó sẽ cải thiện tỷ lệ phản hồi và có thể dẫn đến nhiều chuyển đổi hơn.

* Tiết kiệm chi phí:

Thông qua hồ sơ khách hàng, một doanh nghiệp sẽ trang bị tốt hơn để biết nên giao tiếp với ai, khi nào và ở đâu,  phương pháp và kênh nào sẽ hiệu quả nhất để phổ biến thông tin về sản phẩm hay dịch vụ của mình đến họ. Từ đó, giúp các doanh nghiệp vừa có thể tiếp cận chính xác đến các khách hàng mục tiêu vừa giảm thiểu các chi phí tiếp thị không cần thiết khác.

Ví dụ, nếu trong hồ sơ khách hàng có nói khách hàng tiềm năng của bạn có thói quen sử dụng Facebook để mua sắm thì doanh nghiệp có thể triển khai các chiến dịch tiếp thị tại kênh này thay vì tốn chi phí cho việc lập các banner tại các địa điểm khác mà khách hàng của họ có thể không thấy được.

* Xây dựng lòng trung thành khách hàng

Theo ma trận trải nghiệm khách hàng (Customer Experience Matrix) 79 phần trăm người tiêu dùng trung thành hơn với một doanh nghiệp hiểu họ. Vì vậy, các doanh nghiệp có thể thông qua hồ sơ khách hàng để chuẩn bị các thông điệp,các sản phẩm phù hợp và phổ biến thông tin đến các phân khúc khách hàng khác nhau bằng cách sử dụng các kênh liên lạc ưa thích của họ. Những thông điệp và sản phẩm như vậy sẽ có giá trị và gây ấn tượng nhất đối với khách hàng.

Sẽ không có ý nghĩa khi "đổ bộ" hộp thư đến của khách hàng  bằng thông tin mà họ không sử dụng - điều này có thể dẫn đến họ hủy đăng ký hoặc chặn tất cả nội dung của  doanh nghiệp. Thông tin kém và không liên quan là một trong những nguyên nhân hàng đầu khiến khách hàng không hài lòng với một doanh nghiệp. Cho nên, doanh nghiệp cần tránh các điều trên và  khéo léo sử dụng đúng hồ sơ khách hàng để xây dựng lòng trung thành của khách hàng.

* Tạo ra các sản phẩm, dịch vụ mới

Thông qua các hồ sơ khách hàng, doanh nghiệp có thể nhận thấy các [nhu cầu](https://vi.wikipedia.org/wiki/Nhu_c%E1%BA%A7u) và mong muốn của họ, từ đó có thể triển khai các ý tưởng từ các mong muốn phát sinh từ khách hàng để củng cố các sản phẩm hiện tại hay hoàn thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp. Điều đó, không chỉ giúp doanh nghiệp thu hút khách hàng hơn mà còn gia tăng sức cạnh tranh trên thị trường.

when?

Khi khách lần đầu mua hàng bắt buộc phải đăng ký tài khoản hoặc bằng nhiều cách khách như nhập email,sđt,… . Từ đó chúng ta có thông tin của khách và đội ngũ marketing có thể khiến họ mua hàng lần tiếp theo.

where ?

Khách hàng có thể xem hồ sơ của mình trong cài đặt sau khi đã đăng nhập, cụ thể là ở mục “hồ sơ”.

how?

Khi khách hàng đăng ký tài khoản trên trang web, sẽ có yêu cầu khách hàng nhập các thông tin cần thiết trước khi thành lập một tài khoản mua hàng. Từ đó, họ sẽ nhập thông tin cá nhân cần thiết và hợp lệ để tạo tài khoản thành công.

**CẬp nhập thông tin khách hàng:**

what

cập nhập thông tin là thay đổi, bổ sung những thông tin mới, thông tin còn thiếu hoặc không chính xác.

why

nhiều thông tin thực sự cần và yêu cầu sự chính xác cao nhưng chúng có thể bị thay đổi như địa chỉ, số điện thoại,.. để hỗ trợ việc giao hàng nhanh và tiện lợi. Vì vậy phải cần cập nhập thường xuyên để chính xác nhất có thể.

when

Có thể khi nhập thông tin lần trước đó đã bị sai sót hoặc những thông tin như địa chỉ, email, sđt, … đã thay đổi nên cần cập nhập lại.

where

Khách hàng có thể vào hồ sơ của mình trong cài đặt sau khi đã đăng nhập và chọn vào nút chỉnh sửa.

how

Cần cập nhập đúng với quy tắc của dữ liệu, như sdt buộc phải là số (nếu là VN thì buộc phải 10 số và cần xác minh), email phải có dạng email có thật( có thể cần xác minh), ….

**Giỏ hàng – Shopping carts**

what

Shopping cart là một liên kết đưa khách hàng đến một máy chủ mà ở đó khách hàng có thể chọn sản phẩm muốn mua.

Phần mềm của shopping carts cho phép khách hàng chọn lựa sản phẩm, trước khi lựa chọn thật sự, thay đổi và cuối cùng là lên danh sách các món hàng muốn mua.

why

Chức năng giỏ hàng khá phổ biến nó giúp khách hàng dễ dàng lưu lại những món hàng mà họ yêu thích có thể sẽ mua ngay hoặc trong tương lai bằng cách đăng nhập thông tin cá nhân của họ. Có thể xem giỏ hàng như một tài khoản cá nhân của khách hàng mà ở đó chúng ta có thể biết được những thông tin cá nhân cũng như phân tích như cầu hiện tại và tương lai của họ. Thêm nữa khi chúng ta phát triển dịch vụ thanh toán online thì giỏ hàng sẽ cập nhật và thực hiện thanh toán cho khách.

Giống như đi siêu thị mọi người luôn lấy một cái giỏ chứa những đồ cần mua thì  mua hàng online cũng vậy cần một giỏ hàng để chứa những thông tin sản phẩm mà họ muốn mua. Điều này giúp cho các thao tác thanh toán dễ dàng và nhanh chóng hơn so việc thanh toán từng sản phẩm thì thanh toán những sản phẩm được chọn trong một giỏ hàng nhanh hơn nhiều. Tuy nhiên đối với những trang web quy mô nhỏ số lượng sản phẩm dưới 10 thì thiếu chức năng giỏ hàng cũng không sao. Thay vì sử dụng  tính năng giỏ hàng khách có thể đặt hàng luôn sản phẩm họ muốn mua.

when

Khi có lượng  khách hàng truy cập hoặc ghé thăm website, hệ thống trong website sẽ tự động tạo cho họ một giỏ hàng riêng cho khách hàng và trong giỏ hàng lúc đó sẽ trống. Nếu khách hàng xem các sản phẩm trên website của bạn, chọn hàng, đưa hàng vào giỏ hàng, sau đó nó sẽ hiển thị các mặt hàng mà khách hạng đã chọn và sau đó khách hàng có thể thanh toán các mặt hàng đã chọn.

where

Thông thường nút giỏ hàng sẽ có icon là giỏ hàng và nằm trên menu chính.

Và mỗi lần khách bấm vào “Thêm vào giỏ hàng” sẽ xuất hiện cửa sổ xem nhanh giỏ hàng,

how

Giỏ hàng nhỏ gọn đúng với cái tên của nó nhỏ và gọn về số lượng thông tin hàng hóa. Khi khách hàng chọn mua sản phẩm, ngay lập tức các sản phẩm sẽ được hiển thị trong giỏ hàng.

Giỏ hàng đầy đủ, bạn có thể cung cấp nhiều thông tin và lựa chọn hơn giỏ hàng nhỏ gọn. Ví dụ, thông tin về chi tiết sản phẩm, loại bỏ/chỉnh sửa mặt hàng, giá chưa thuế và các tùy chọn vận chuyển đều có thể được đưa vào trong giỏ trang đầy đủ

**Quản lý Danh sách đơn hàng**

what and how

Danh sách đơn hàng là nơi tập hợp tất cả các đơn hàng được tạo. Có thể xem các thông tin của đơn hàng: Mã đơn hàng, khách hàng, trạng thái đơn hàng, tổng tiền, ngày tạo…

Tại danh sách đơn hàng có các thao tác:

* [Tìm kiếm đơn hàng](https://support.sapo.vn/danh-sach-don-hang-va-cac-thao-tac-tren-trang-danh-sach#tim-kiem-don-hang)

Tại danh sách đơn hàng bạn nhập vào ô tìm kiếm: Mã đơn hàng, email khách hàng… rồi nhấn phím Enter để tìm đơn hàng.

* [Tạo bộ lọc đơn hàng](https://support.sapo.vn/danh-sach-don-hang-va-cac-thao-tac-tren-trang-danh-sach#bo-loc-don-hang)

Theo mặc định, ở mục Tất cả đơn hàng sẽ được hiển thị theo thứ tự từ mới nhất đến cũ nhất. Khi sử dụng bộ lọc, bạn có thể lọc được những danh sách đơn hàng phù hợp với yêu cầu tìm kiếm.

Có nhiều tiêu chí để lọc như:

-  Trạng thái xử lý: Đặt hàng/Đang giao dịch/Kết thúc/Hoàn thành/Đã hủy.

-  Trạng thái thanh toán: Chưa thanh toán/Thanh toán một phần/Thanh toán toàn bộ.

-  Trạng thái đóng gói: Chưa đóng gói/Đóng gói một phần/Đóng gói toàn bộ.

-  Trạng thái xuất kho: Chưa xuất kho/Xuất kho một phần/Xuất kho toàn bộ.

-  Trạng thái trả hàng: Chưa trả hàng/Trả hàng một phần/Trả hàng toàn bộ.

-   Khách hàng: Lọc theo tên khách hàng.

-   Chi nhánh: Lọc theo chi nhánh tạo đơn.

-   Nhân viên: Lọc theo nhân viên phụ trách.

-  Thời gian: Lọc theo ngày tạo, ngày sửa, ngày ghi nhận, hạn giao hàng.

* [Thao tác nhanh nhiều đơn hàng](https://support.sapo.vn/danh-sach-don-hang-va-cac-thao-tac-tren-trang-danh-sach#thao-tac-nhanh)

Khi cần thao tác nhanh chóng nhiều đơn hàng cùng lúc, bạn có thể sử dụng thao tác hàng loạt với bộ lọc.

* Mục đích là để:

- In hướng dẫn đóng gói

- Duyệt nhanh đơn hàng

- Đóng gói nhanh

- Thanh toán nhanh

- In nhiều hóa đơn

* [Điều chỉnh cột hiển thị](https://support.sapo.vn/danh-sach-don-hang-va-cac-thao-tac-tren-trang-danh-sach#dieu-chinh-ds-don-hang)

Giúp người dùng  có thể thêm các trường thông tin và sắp xếp vị trí các cột phù hợp với yêu cầu công việc. Điều chỉnh này sẽ được lưu theo từng tài khoản thao tác.

* [Xuất/nhập danh sách đơn hàng](https://support.sapo.vn/danh-sach-don-hang-va-cac-thao-tac-tren-trang-danh-sach#xuat-nhap)

Thường là danh sách đơn hàng dạng Excel.

why

việc quản lý đơn hàng còn ảnh hưởng nhiều đến [quản lý chất lượng sản phẩm](https://bizfly.vn/techblog/quan-ly-san-pham.html), tiến trình giao, nhận đơn và quá trình kinh doanh của doanh nghiệp. Bởi thực tế cho thấy, việc tạo đơn phải dựa trên tồn kho, khả năng bán hàng và các yếu tố vận chuyển liên quan. Vì vậy mà người kinh doanh cần phải đảm bảo sự cân đối giữa nhiều yếu tố.

1. Đồng bộ hệ thống quản lý

Với phần mềm quản lý các đơn hàng, bạn có thể quản lý được các giao dịch phát sinh trong kinh doanh và toàn bộ các nghiệp vụ vận hành ngay tại cửa hàng từ bán hàng, tạo đơn, quản lý và đánh giá hiệu quả công việc. Bên cạnh đó, phần mềm còn giúp bạn loại bỏ được nguy cơ hết hàng trong khi tạo đơn.

1. Tiết kiệm thời gian, chi phí

Khi bạn lên đơn, check kho với phần mềm quản lý đơn hàng thì mọi dữ liệu thông tin cần thiết của đơn sẽ được đồng bộ và tích hợp. Ngoài ra, phần mềm quản lý giúp bạn tiết kiệm được chi phí, thời gian vận hành cửa hàng, thuê quản lý nhân sự,.. hơn nữa là giải pháp tối ưu giúp bạn loại bỏ những tổn thất có thể xảy ra trong công việc kinh doanh của mình.

1. Quản lý hệ thống vận chuyển dễ dàng

Có rất nhiều phần mềm quản lý hợp tác với các đối tác vận chuyển trên toàn quốc giúp doanh nghiệp tiết kiệm được thời gian và công sức trong việc tìm kiếm các đơn vị vận chuyển. Các chủ kinh doanh còn có thể lựa chọn đơn vị phù hợp và khả năng quản lý tình trạng đơn hàng một cách chi tiết nhất.

Quản lý đơn hàng là yếu tố quan trọng và cần thiết trong quy trình kinh doanh của các chủ cửa hàng và doanh nghiệp. Với nội dung Bizfly chia sẻ trong bài, bạn đã có cái nhìn rõ ràng hơn về yếu tố này và có thể vận hành nó tốt nhất cho công việc của mình

when

Khi cần thao tác về các vấn đề điều chỉnh trạng thái đơn, hủy đơn, xuất nhập đơn hoặc đơn giản là cần thông tin về một đơn hàng nào đó.

where

Quản lý danh sách đơn hàng sẽ nằm trong mục “Đơn hàng”.

**Quản lý admin – phân quyền**

what

Phân quyền là chức năng phân chia một phần quyền lực quyết định cho nhân viên cấp dưới, như vậy nhân viên sẽ có toàn quyết quyết định những trường hợp nằm trong quyền hạn của mình.

why

càng nắm nhiều quyền thì lượng công việc bạn cần xử lý càng nhiều, trách nhiệm càng lớn và chắc chắn một mình bạn không thể hoàn thành tốt tất cả. Lợi ích của phân quyền là gì giúp bạn giảm áp lực cho mình và chỉ cần tập trung vào các công việc chính, mang tính chất quyết định

Ngoài ra phân quyền còn giúp bạn khai thác được các năng lực của nhân viên, tận dụng khả năng sáng tạo cả họ để tăng hiệu quả công việc. Phân quyền cũng là cách để giới hạn sự can thiệp của nhân viên vào các công đoạn khác.

when

Được sử dụng khi cần có sự thay đổi quyền hạn của nhân viên. Và Trong trường hợp có nhân viên mới hoặc nhân viên cũ rời đi.

where

Nó nằm trong phần cấu hình -> Quản lý tài khoản.

how

Để phân quyền cho tài khoản nhân viên, hãy hoàn tất các bước sau:

Bước 1: Tại trang quản trị website, truy cập vào Cấu hình và chọn Tài khoản

Bước 2: Tại danh sách tài khoản nhân viên, click vào tên nhân viên bạn muốn phân quyền.

Bước 3: Trong trang tài khoản nhân viên, bạn click chọn Giới hạn quyền truy cập.

Bước 4: Chọn Lưu để lưu lại cấu hình đã phân quyền, sau đó bạn báo lại nhân viên đăng nhập lại hệ thống sẽ hiển thị quyền mà nhân viên đó đã được phân quyền, với các nhóm quyền không được phân sẽ hiển thị mờ hơn so với quyền tài khoản được phân: