

*Con người mới
cho nền kinh thương mới*



Chương trình đào tạo

CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

Customer Care & Customer Service

TRƯỜNG DOANH NHÂN PACE
PACE Institute of Management

PACE
KHÁT VỌNG DOANH TRÍ

CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

Customer Care & Customer Service

Chương trình không chỉ giúp bạn biết cách chăm sóc khách hàng một cách chuyên nghiệp, mà còn giúp bạn biết cách biến “khách hàng” thành “bạn hàng”; biến “bạn hàng” thành “đối tác”.

Một doanh nghiệp kinh doanh thành công (bất kể đó là doanh nghiệp dịch vụ, sản xuất, hay thương mại) thì: (1) Không chỉ chăm sóc khách hàng (CSKH) trong quá trình bán hàng (During Sales), mà còn CSKH cả sau bán hàng (After Sales); (2) Luôn luôn giữ được một “chuẩn mực”, một “đẳng cấp” trong việc CSKH của mình nhờ “sở hữu” một đội ngũ nhân sự kinh doanh chuyên nghiệp và được đào tạo bài bản về bán hàng và chăm sóc khách hàng.

Với những quan điểm như vậy, chương trình đào tạo “**Chăm Sóc Khách Hàng**” của PACE đã ra đời nhằm góp phần giúp đội ngũ của các công ty chuyên nghiệp hơn trong CSKH và thành công hơn trong bán hàng.

Chương trình này đã được các chuyên gia của PACE nghiên cứu, thiết kế và biên soạn, đồng thời được cải tiến, nâng cấp liên tục cho phù hợp với những thay đổi và thách thức của môi trường kinh doanh hiện tại.

Chương trình đào tạo này không những giúp người tham dự biết cách chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp trong môi trường kinh doanh hiện nay, mà còn giúp cho người tham dự: Biết cách phát triển khách hàng và tạo ra khách hàng dựa trên hệ thống khách hàng hiện hữu; Biết cách biến “khách hàng” thành “bạn hàng” (*khách hàng thân thiết*) và sau đó, biến “bạn hàng” thành “đối tác” (*khách hàng muốn mình “đồng hành” cùng họ trong quá trình phát triển của họ*); Biết cách xây dựng “văn hóa bán hàng” cho bản thân; Biết cách chung sức cùng công ty xây dựng “văn hóa bán hàng và chăm sóc khách hàng” chuyên nghiệp - đẳng cấp cho toàn thể đội ngũ.



Thông tin chi tiết về Chương trình đào tạo

ĐỐI TƯỢNG THAM DỰ

- Các cấp lãnh đạo doanh nghiệp;
- Đội ngũ quản lý cấp trung (bao gồm từ giám đốc chức năng đến cấp trưởng phó các Phòng, Ban, Bộ phận trong doanh nghiệp);
- Các nhân viên trong doanh nghiệp thực hiện công tác chăm sóc khách hàng, dịch vụ khách hàng, bán hàng hoặc có tiếp xúc với khách hàng có mong muốn phát triển và hoàn thiện kỹ năng quan trọng này;
- Chương trình không phù hợp cho các đối tượng là học sinh, sinh viên - những người chưa có thâm niên làm việc trong môi trường doanh nghiệp.

MỤC TIÊU CHƯƠNG TRÌNH

Sau khi tham dự chương trình, người học sẽ:

- Hiểu những nhận thức quan trọng của công tác chăm sóc khách hàng trong môi trường kinh doanh hiện nay;
- Biết được một cách rõ ràng chân dung của một khách hàng trong thời đại ngày nay, đâu là sự kỳ vọng, là sự mong đợi, là yếu tố quyết định sự lựa chọn cũng như yếu tố tạo sự trung thành của khách hàng dành cho sản phẩm/dịch vụ mà doanh nghiệp đang kinh doanh;
- Nắm được những mấu chốt quan trọng và biết cách chăm sóc khách hàng một cách chuyên nghiệp và hiệu quả, bao gồm: các nguyên tắc, quy trình, phương pháp, công cụ và kỹ thuật;
- Hiểu được những chương trình chăm sóc khách hàng hiện đại và biết cách cải thiện năng lực quản trị các chương trình chăm sóc khách hàng một cách chuyên nghiệp;
- Hiểu và biết cách vận dụng mô hình phát triển khách hàng và biến khách hàng thành đối tác của PACE, gọi tắt là “CCP Model”;
- Hiểu và biết cách vận dụng mô hình xây dựng văn hóa bán hàng và văn hóa chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp của PACE, gọi tắt là: “TBHC Model”.

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

Phần I. Tổng quan về chăm sóc khách hàng

- Ngành kinh doanh & những thách thức trong môi trường kinh doanh hiện nay;
- Công tác chăm sóc khách hàng trong môi trường kinh doanh hiện nay:
 - Dịch vụ khách hàng/ Chăm sóc khách hàng - Đây là sự khác biệt?
 - Phát huy lợi thế cạnh tranh trong công tác chăm sóc khách hàng.

- Ai là người thực hiện công tác chăm sóc khách hàng trong doanh nghiệp?

Phần II. Phương pháp chăm sóc khách hàng hiệu quả

- Hiểu về khách hàng để chăm sóc khách hàng hiệu quả
 - Khách hàng & sự lựa chọn của khách hàng;
 - Nhu cầu & những mong đợi;
 - Những cấp độ hài lòng của khách hàng;
 - Chân dung của khách hàng xưa & nay.
- Các nguyên tắc quan trọng trong chăm sóc khách hàng;
- Quy trình và phương pháp chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp;
- Những chương trình chăm sóc khách hàng hiệu quả phổ biến;
- Năng lực quản lý các chương trình chăm sóc khách hàng
 - Lập chương trình chăm sóc khách hàng;
 - Thực thi và kiểm soát thực thi;
 - Đánh giá và điều chỉnh.
- Những mấu chốt quan trọng và những sai lầm cần tránh trong quản lý các chương trình chăm sóc khách hàng.

Phần III. Mô hình phát triển khách hàng “CCP”

- Customer (khách hàng): Quy trình tiếp xúc và đáp ứng nhu cầu của khách hàng (bán hàng);
- Client (bạn hàng): Chăm sóc khách hàng để phát triển “khách hàng” thành “bạn hàng”;
- Partner (đối tác): Chăm sóc khách hàng để phát triển “bạn hàng” thành “đối tác” để đi cùng nhau;
- Cách tiếp cận và chăm sóc khách hàng đặc biệt.

Phần IV. Mô hình xây dựng “văn hóa bán hàng” và “văn hóa CSKH”: “TBHC” Model

- Thought: Nhận thức sâu sắc về bán hàng và chăm sóc khách hàng;
- Behaviors: Hành vi chuyên nghiệp trong bán hàng và chăm sóc khách hàng
 - Attitude - Thái độ chuyên nghiệp;
 - Skills - Kỹ năng chuyên nghiệp;
 - Appearance - Ngoại hình chuyên nghiệp.
- Habits: Thói quen chuyên nghiệp trong quá trình bán hàng và chăm sóc khách hàng;
- Character/ Culture: Tính cách/ Văn hóa bán hàng và chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp.



*“Chỉ có học thực, mới có năng lực thực;
chỉ có năng lực thực, mới có thể làm thực;
chỉ có làm thực, mới có thể tạo ra giá trị thực;
chỉ có tạo ra giá trị thực, mới có thể sống thực.
Tất cả, bắt đầu từ thực học” (PACE).*

Trụ sở chính: Tòa nhà PACE
341 Nguyễn Trãi, Quận 1, TP.HCM
Điện thoại: (028) 3837.0208

Văn phòng Hà Nội: International Center
17 Ngô Quyền, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội
Điện thoại: (024) 3646.2828

Email: contact@PACE.edu.vn
Website: www.PACE.edu.vn