MỤC LỤC

Trang

Lời cảm ơn ..... **i**

Lời cam đoan ..... **ii**

Nhận xét của giảng viên ..... **iii**

Danh mục biểu bảng ..... **vii**

Danh mục sơ đồ ..... **vii**

Danh mục viết tắt ..... **vii**

PHẦN MỞ ĐẦU

1.Lí do chọn đề tài ..... **viii**

2.Mục tiêu ..... **viii**

3.Phương pháp ..... **ix**

4.Đối tượng ..... **ix**

5.Phạm vi ..... **ix**

6.Kết cấu khóa luận ..... **ix**

Chương I: Cơ sở lý luận **1**

1.1 Khách hàng và vai trò của khách hàng **1**

1.1.1 Khái niệm về khách hàng **1**

1.1.2 Phân loại khách hàng **1**

1.1.3 Tầm quan trọng của khách hàng **3**

1.2 Lý luận về sự thỏa mãn của khách hàng **3**

1.2.1 Khái niệm về sự thỏa mãn của khách hàng **3**

1.2.2 Đo lường sự thỏa mãn của khách hàng **4**

1.2.3 Mức độ thỏa mãn khách hàng trong marketing **5**

1.3. Lý luận về hoạt động CSKH **6**

1.3.1 Khái niệm dịch vụ CSKH **6**

1.3.2 Mục đích và yêu cầu của hoạt động chăm sóc khách hàng **6**

1.3.3 Vai trò của hoạt động chăm sóc khách hàng **7**

1.3.4 Các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ khách hàng **7**

1.3.5 Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn của khách hàng khi sử dụng dịch vụ 8
Tóm tắt chương I 9
Chương II: Thực trạng chăm sóc khách hàng tại Công ty cổ phần công nghệ trực tuyến B2B
2.1 Giới thiệu sơ lược về Công ty cổ phần công nghệ trực tuyến B2B 10
2.1.1 Lịch sử hình thành 10
2.2.2 Mục tiêu, sứ mệnh, tầm nhìn, giá trị cốt lõi. 11
2.2. Hệ thống tổ chức công ty 13
2.2.1. Sơ đồ tổ chức 13
2.2.2. Chức năng phòng ban 13
2.3. Phân tích kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty giai đoạn 2020-2022 14
2.4 Thực trạng chăm sóc khách hàng tại Công ty Cổ phần công nghệ trực tuyến B2B 17
2.4.1 Đặc điểm và công tác quản lí khách hàng của công ty 17
2.4.1.1 Đặc điểm khách hàng của công ty 17
2.4.1.2 Công tác quản lý khách hàng của công ty 18
2.4.2 Quy định đối với nghiệp vụ chăm sóc khách hàng của công ty 20
2.4.3 Đội ngũ chăm sóc khách hàng của công ty 21
2.4.4 Các hình thức chăm sóc khách hàng của công ty 22
2.4.5 Quy trình chăm sóc khách hàng của công ty 24
2.4.5.1 Trước khi cung cấp dịch vụ 24
2.4.5.2 Trong khi cung cấp dịch vụ 25
2.4.5.3 Sau khi cung cấp dịch vụ 26
2.5 Một số chỉ tiêu đánh giá hoạt động chăm sóc khách hàng 27
2.5.1. Chỉ tiêu định tính 27
2.5.2 Chỉ tiêu định tính 31
2.6 Nhận xét hiệu quả hoạt động dịch vụ khách hàng của Công ty Cổ phần công nghệ trực tuyến B2B 32
2.6.1. Ưu điểm 33

2.6.2. Hạn chế và nguyên nhân 33
Tóm tắt chương II 35
CHƯƠNG III GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CSKH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ TRỰC TUYẾN B2B
3.1 Định hướng phát triển của Công ty Cổ phần công nghệ trực tuyến B2B 36
3.2 Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động CSKH của Công ty Cổ phần công nghệ trực tuyến B2B..... 36
3.2.1 Phân loại khách hàng để có chương trình chăm sóc hiệu quả 36
3.2.1.1. Khách hàng tiềm năng 37
3.2.1.2. Khách hàng hiện có 37
3.2.2 Hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu khách hàng 39
KẾT LUẬN 41
TÀI LIỆU THAM KHẢO 42