

# CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT

## 1.1 Khái niệm về BHNT:

Bảo hiểm nhân thọ là sản phẩm của công ty bảo hiểm nhân thọ dưới sự quản lý của Bộ Tài Chính, tạo ra các sản phẩm bảo vệ tài chính cho người được bảo hiểm trước những rủi ro. Các nguy cơ rủi ro xảy ra thường không lường trước được như là tai nạn giao thông, tai nạn nghề nghiệp, bệnh tật lâu năm, tử vong,... được BHNT chi trả hỗ trợ chi phí điều trị với các quyền lợi đã thỏa thuận giữa các bên trong hợp đồng. Bảo hiểm nhân thọ bao gồm các bên là Công ty bảo hiểm, Người được bảo hiểm, Bên mua bảo hiểm và Người thụ hưởng bảo hiểm. Bên mua bảo hiểm tham gia vào các sản phẩm của công ty, đóng phí bảo hiểm định kỳ để hợp đồng bảo hiểm có hiệu lực. Khi khách hàng tham gia các gói bảo hiểm nhân thọ của công ty TNHH MTV Bảo Chính cần dựa theo tài chính, giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập được thiết kế mỗi bản hợp đồng phù hợp với từng khách hàng. Ông Ngô Trung Dũng - Phó Tổng thư ký IAV cho biết : “Loại hình bảo hiểm nhân thọ có nhiều quy định đặc thù do đây là loại nghiệp vụ bảo hiểm cho trường hợp người được bảo hiểm sống hoặc chết. Các doanh nghiệp bảo hiểm trước khi bán sản phẩm, dịch vụ buộc phải thực hiện hợp đồng bảo hiểm theo mẫu với khách hàng tuân thủ các quy định như hợp đồng bảo hiểm phải được xây dựng dựa trên Quy tắc điều khoản mẫu; cơ quan có thẩm quyền phê chuẩn; đăng ký hợp đồng theo mẫu theo quy định của pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng.” Nhận định trên cho thấy kinh doanh ngành bảo hiểm cần theo quy luật quy tắc đề ra từ Bộ Tài Chính, các hành vi gian dối lừa đảo bị xử phạt rất nặng. Bởi vì hợp đồng bảo hiểm thường kéo dài trên 15 năm nên các quy định về ngành bảo hiểm rất chặt chẽ, rành mạch.

## 1.2 Giới thiệu về tư vấn chăm sóc khách hàng:

Theo Seth Godin (2007) đã chia sẻ rằng: “Bất kỳ khách hàng nào bỏ đi vì cảm thấy thất vọng và không được tôn trọng, chính là dấu hiệu cho thấy doanh nghiệp đã mất hàng chục nghìn đô la, bên cạnh việc không thể hoàn thành lời hứa mà thương hiệu đã đề ra ngay từ đầu. Bạn không thể nhìn thấy điều đó nhưng nó đang diễn ra

hàng ngày”. Đúng vậy, Seth Godin đang dạy chúng ta cách giữ chân khách hàng, làm hài lòng khách hàng là con đường phát triển nhanh bền vững nhất. Không doanh nghiệp nào dám ép buộc khách hàng phải dùng sản phẩm của họ, khách hàng có bỏ tiền ra có quyền lựa chọn theo nhu cầu mong muốn của khách hàng. Vì vậy, ngành tư vấn chăm sóc khách hàng cần được các doanh nghiệp chú trọng đề cao hơn. Bất kì một sản phẩm nào muốn đến tay khách hàng đều cần nhân viên tư vấn, khi khách hàng gặp khó khăn bất lợi về sản phẩm cần đến bộ phận chăm sóc khách hàng giải quyết phản hồi nhanh nhất. Mỗi nhân viên tư vấn khách hàng mua sản phẩm là ngành nghề được xem là “như làm dâu trăm họ”. Vì họ sẽ được gặp các trường hợp khó khi làm việc, từ các khách hàng khó tính, dễ tính, yêu cầu cao.. nhưng với nhân viên tư vấn cần có sự bình tĩnh kiên nhẫn để trả lời các thắc mắc, tạo khách hàng cảm giác gần gũi thân thiện, nâng cao được cơ hội bán hàng. Vì vậy, doanh nghiệp đang phát triển tốt chính là doanh nghiệp có bộ phận tư vấn chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp, tận tâm.

### **1.3 Kỳ vọng và sự thỏa mãn của khách hàng về BHNT:**

Peter Drucker (2008) cho rằng: "chỉ có một định nghĩa đúng về mục đích kinh doanh: tạo ra khách hàng. Thị trường không phải do Thượng đế, thiên nhiên, hay các động lực kinh tế tạo ra, mà do chính các doanh nhân hình thành. Doanh nhân giúp khách hàng thỏa mãn sự ham muốn của mình”. Quan điểm trên hoàn toàn phù hợp với khách hàng hiện nay, khi khách hàng đã có nguồn tài chính ổn định, cuộc sống an nhiên thoải mái thì họ có quyền yêu cầu, đòi hỏi sản phẩm phải phù hợp với mong muốn của họ. Đối với sản phẩm BHNT, khách hàng kỳ vọng nhiều hơn về quyền lợi bảo vệ trước những rủi ro, lợi nhuận gia tăng hằng năm và chi phí bảo hiểm phù hợp hơn. Khách hàng từng đóng góp mong muốn với công ty về thời gian tham gia bảo hiểm, các quyền lợi chưa rõ ràng, các sản phẩm đa dạng loại hình còn phức tạp gây khó hiểu cho khách hàng. Các đóng góp trên vô cùng quý giá với công ty, hiểu được tâm tư nguyện vọng khách hàng, công ty đang cố gắng hoàn thiện, cải tiến sản phẩm phù hợp với kỳ vọng khách hàng. Công ty TNHH MTV Bảo Chính đã đưa ra rất nhiều những quyền lợi ưu đãi cho thành viên vip, thành viên sử dụng sản phẩm công ty. Dưới sự kì vọng mong giảm bớt phí bảo hiểm, công ty có tổ chức khuyến mãi tặng tháng sinh nhật bảo hiểm cho khách

hàng từ 1-3 triệu đồng, tổ chức các tháng trong năm được giảm dưới 5% khi tham gia BHNT. Công ty cũng muốn khách hàng hiểu rằng các sản phẩm khi đưa tới tay khách hàng phải thông qua quy trình nghiêm ngặt quản lý của Bộ Tài Chính, các mẫu mã hợp đồng phải thống nhất, quyền lợi rõ ràng minh bạch thì hợp đồng bảo hiểm mới hiệu lực. Về kỳ vọng thời gian đóng phí bảo hiểm, công ty sắp xếp thành đóng phí theo quý, nửa năm và một năm trong vòng sau 15 năm đóng phí liên tục, khách hàng có quyền đóng một lần duy nhất hoặc nhiều lần. Công ty hiểu rõ về thời gian gia hạn đóng phí trong vòng 60 ngày để khi khách hàng gặp khó khăn tài chính có thời gian huy động dòng tiền. Trước khi khách hàng ký hợp đồng, công ty cho khách một khoảng thời gian là 21 ngày xem xét hợp đồng, bổ sung giấy tờ hồ sơ theo quy định, sau 21 ngày các vấn đề phát sinh không được giải quyết hoặc vô hiệu hợp đồng và chấm dứt hợp đồng. Đáp ứng mong muốn của khách hàng chưa bao giờ dễ, khách hàng thay đổi nhu cầu theo từng năm tháng từng thời đại.

## **TÓM TẮT CHƯƠNG MỘT**

Đôi nét giới thiệu về khái niệm của bộ phận chăm sóc khách hàng và BHNT. Nhằm giúp chúng ta hiểu rõ và tránh hiểu sai về ngành BHNT, đồng thời cũng có ánh nhìn khác đối với ngành này

## **CHƯƠNG 2: TỔNG QUAN, THỰC TRẠNG VÀ QUY TRÌNH LÀM VIỆC CỦA BỘ PHẬN CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG HIỆN TẠI VỀ CÔNG TY TNHH MTV BẢO CHÍNH**

### **2.1 Khái quát về công ty TNHH MTV Bảo Chính:**

Công ty TNHH MTV Bảo Chính được hoạt động dựa trên công ty mẹ là Công ty BHNT Dai-ichi Life Việt Nam, hình thức kinh doanh chính là “Hoạt động của đại lý và môi giới bảo hiểm” hoạt động như một đại lý tổ chức và phân phối bảo hiểm. Công ty Bảo hiểm Nhân thọ Dai-ichi Việt Nam đã hợp tác với công ty TNHH MTV Bảo Chính, chính thức khai trương Văn phòng Tổng Đại lý BHNT tại địa chỉ số 68 đường số 8, Phường 10, Quận Gò Vấp, Thành Phố Hồ Chí Minh. Vào thời gian thành lập, Công ty chỉ có khoảng 30 nhân viên làm việc chính thức với tổng số vốn lúc đó khoảng 2 tỷ đồng. Nhờ có sự hỗ trợ tốt từ công ty mẹ Dai-ichi Life Việt Nam cung cấp các kiến thức nền tảng về sản phẩm, chiến lược kinh doanh, cách phân phối vận hành trong ngành bảo hiểm, doanh nghiệp đang phát triển mạnh mẽ đem về nguồn lợi nhuận cao. Công ty BHNT Dai-ichi Life ( Dai-ichi Life Việt Nam ) được thành lập vào tháng 1/2007 với 100% vốn Nhật Bản , thành viên của tập đoàn Dai-ichi Life doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ lớn nhất tại Nhật Bản sau 120 năm. Dai-ichi Life hiện đang đứng vị trí thứ 3 về mạng lưới kinh doanh với hơn 290 văn phòng phủ sóng khắp 63 tỉnh thành trên toàn quốc, cùng đội ngũ 1.470 nhân viên và 85.300 tư vấn tài chính chuyên nghiệp. Ngày 3/10/2018, Dai-ichi Life đã được Bộ Tài chính cấp Giấy phép chấp thuận đợt tăng vốn thứ tám lên gần 7.700 tỷ đồng, trở thành một trong những công ty bảo hiểm nhân thọ có mức vốn hoá lớn nhất thị trường.

- Tên công ty: Công ty TNHH MTV Bảo Chính.
- Giám đốc: Hoàng Vũ Chính.
- Địa chỉ làm việc: Số 68 đường số 8, Phường 10, Quận Gò Vấp, Thành Phố Hồ Chí Minh.

- Tình trạng hoạt động: Đang hoạt động (đã được cấp GCN ĐKT).
- Nơi đăng ký quản lý: Chi cục thuế Quận Gò Vấp.
- Mã số thuế: 0317242054.
- Người đại diện pháp luật: Hoàng Vũ Chính.
- Số điện thoại: 0392583072.
- Ngày thành lập công ty: 10/04/2022.
- Ngày cấp giấy phép: 12/04/2022.
- Tổng nhân viên lúc thành lập: 30 người.
- Tổng nhân viên hiện tại: 45 người.
- Tổng nguồn vốn lúc thành lập: 2 tỷ đồng.
- Tổng nguồn vốn hiện tại: 3 tỷ đồng.
- Loại hình doanh nghiệp: Công ty TNHH ngoài Nhà Nước.
- Lĩnh vực kinh doanh: Môi giới bảo hiểm nhân thọ.

**Tầm nhìn:** Tiếp tục thực hiện các chiến lược kinh doanh toàn tâm toàn ý vì một nền sức khỏe cho con người Việt Nam. Đem đến các giá trị bảo vệ tốt nhất, tạo một niềm tin bền vững. Trong năm 2023, hứa hẹn đem đến nhiều thành công, thay đổi cái cũ, sáng tạo nên các loại hình sản phẩm phù hợp với nhu cầu mong muốn khách hàng. Luôn hiểu các giá trị cốt lõi mang đến cho doanh nghiệp và toàn cộng đồng.

**Sứ mệnh:** Doanh nghiệp luôn mong muốn mang đến các giá trị tin yêu với sứ mệnh cao cả. Thứ nhất là đạt được lòng tin khách hàng, toàn thể cộng đồng. Khách hàng hiểu, trung thành với doanh nghiệp, luôn đề cao tin tưởng là những thành công rực rỡ nhất cho doanh nghiệp. Thứ 2 là được nhiều người biết đến sản phẩm và sử dụng chúng. Thứ ba là xây dựng một môi trường làm việc tiện nghi, cơ sở hạ tầng hiện đại, nơi để thôi thúc phát triển nguồn nhân lực làm việc hết năng suất.

**Giá trị cốt lõi:** Chất lượng đi đôi với số lượng, không những phát triển khai thác khách hàng tiềm năng mà còn nâng cao tối đa chất lượng sản phẩm dịch vụ. Dễ tiếp cận khách hàng giúp họ hiểu thêm về bảo hiểm. Luôn xây dựng tinh thần hợp tác, năng động và có tinh thần chịu trách nhiệm trước hành động đã thực hiện.

Luôn cùng nhau xây dựng một doanh nghiệp ngày càng vững mạnh, có ích cho đất nước, xã hội.

### Lĩnh vực hoạt động:

Cung cấp và tư vấn các giải pháp bảo vệ tài chính tối ưu hiệu quả nhất để bảo vệ khách hàng trước những rủi ro không lường trước được. Cung cấp dịch vụ BHNT đến mỗi khách hàng với đầy đủ quyền lợi và chính sách rõ ràng, minh bạch. Ngành BHNT đáp ứng các nhu cầu tài chính, bảo hiểm rủi ro và sinh lời.

### Danh mục sản phẩm:

Một vài các sản phẩm chính: An Tâm Hưng Thịnh Toàn Diện, An Phúc Hưng Thịnh Toàn Diện, An Tâm Song Hành, An Thịnh Đầu Tư.

### **An Tâm Hưng Thịnh Toàn Diện:**

Gói sản phẩm này có đặc điểm tối ưu hóa kế hoạch tích lũy trong quá trình tham gia với khoản thưởng hấp dẫn đến 35%. Vừa là giải pháp bảo vệ toàn diện cho trước rủi ro với phạm vi rộng cho cả những người thân yêu. Mang tính chất linh hoạt dễ ứng biến trước thay đổi, trọn quyền kiểm soát hợp đồng, dễ rút ra và thay đổi số tiền bảo hiểm. Có cam kết đảm bảo tăng giá trị bảo vệ mà không cần phải thẩm định như trước.

**AN TÂM HƯNG THỊNH TOÀN DIỆN – GIẢI PHÁP HOẠCH ĐỊNH TƯƠNG LAI**

Với An Tâm Hưng Thịnh Toàn Diện, bạn sẽ có được kế hoạch tài chính chủ động trong một giải pháp:

<b>AN TÂM HƯNG THỊNH TOÀN DIỆN</b> Chủ động hoạch định, làm chủ tương lai	<b>Ưu tiên hóa kế hoạch tích lũy</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Hướng lãi suất cạnh tranh và luôn được đảm bảo.</li><li>• Khoản thưởng hấp dẫn bằng 35% tổng lãi tích lũy mỗi 3 năm.</li></ul>	<b>Giải pháp bảo vệ toàn diện</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Phạm vi bảo vệ rộng trước nhiều rủi ro trong cuộc sống.</li><li>• Bảo vệ cho cả gia đình bằng việc dễ dàng tham gia các sản phẩm bổ sung.</li></ul>	<b>Linh hoạt ứng biến trước thay đổi</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Trọn quyền kiểm soát hợp đồng bảo hiểm với đầy đủ quyền lựa chọn về đóng phí, vay hoặc rút, thay đổi số tiền bảo hiểm.</li><li>• Được đảm bảo tăng giá trị bảo vệ không cần thẩm định trong những cột mốc quan trọng của cuộc đời.</li></ul>
--	---	---	---

Hình 2.1.1: Gói bảo hiểm An Tâm Hưng Thịnh Toàn Diện

Nguồn: Công ty TNHH MTV Bảo Chính (2022)

### **An Phúc Hưng Thịnh Toàn Diện:**

Gói sản phẩm này cực kì thích hợp với gia đình mong muốn cho con đi du học và có kế hoạch tiết kiệm dài lâu. Mang đến một cuộc sống yên bình, giản dị, góp phần xây dựng xã hội sống an lành hạnh phúc. Các đặc điểm với một mức lãi suất ổn định, đáp ứng nhu cầu tài chính ngắn hạn được chi trả sau 3 năm, bảo vệ quyền lợi rõ ràng khi gặp rủi ro, quyền lợi đáo hạn thanh toán hợp đồng. Đặc biệt là quyền lợi chấp cánh ước mơ cho con du học ở đất nước phát triển như Mỹ, Úc và quyền ưu tiên tuyển sinh vào trường đại học quốc tế RMIT.

**AN PHÚC HƯNG THỊNH TOÀN DIỆN**  
Nếu bạn định hướng con **DU HỌC** và **TÍCH LŨY** tiền an toàn

**ĐIỀU KIỆN THAM GIA**  
Độ Tuổi: 0 - 60  
Sức khỏe: Bình thường (trừ bệnh nặng \*)  
Thời gian đóng tiền: Trung bình 10 - 15 năm  
Thời hạn Bảo Hiểm tối đa: 21 năm

**QUYỀN LỢI**  
Đáo hạn: Nhận 100% Giá trị tài khoản hợp đồng  
Thưởng duy trì hợp đồng: 3 năm 1 lần  
Cấp bằng chứng nhận quyền Ưu tiên Du học Mỹ, Úc.

Hình 2.1.2: Gói bảo hiểm An Phúc Hưng Thịnh Toàn Diện

*Nguồn: Công ty TNHH MTV Bảo Chính (2022)*

### **An Tâm Song Hành:**

Đây là gói sản phẩm được nhiều người Việt tin dùng nhất hiện nay. Các đặc điểm rất nổi trội từ việc được bảo vệ đến năm 100 tuổi, vừa được gửi tiết kiệm sinh lời với mức lãi suất cực hấp dẫn 5-7% một năm. Song hành bảo vệ thêm người thân yêu của khách hàng, từ đó tạo nên mối liên kết bền chặt. Luôn có các quyền lợi tốt ưu đãi ở tháng sinh nhật và tạo cơ hội cho khách hàng sinh lời thêm. Sau hơn 10 năm tham gia BHNT thì khách hàng được quyền rút ra 100% vốn và lợi nhuận theo hợp đồng đã thỏa thuận trước đó.

## **AN TÂM** Chu toàn bảo vệ, vẹn toàn yêu thương **SONG HÀNH**



Hình 2.1.3: Gói bảo hiểm An Tâm Song Hành

*Nguồn: Công ty TNHH MTV Bảo Chính (2022)*

### **An Thịnh Đầu Tư:**

Các giá trị gói sản phẩm này mang lại khá giống với An Tâm Song Hành. Tuy nhiên, cốt lõi là giúp khách hàng chủ động trong đầu tư và cuộc sống. Với các đặc tính nổi trội cải tiến hơn hẳn, An Thịnh Đầu Tư tạo ra cơn sốt nóng giúp khách hàng biết nhiều hơn về bảo hiểm. Vừa được bảo vệ đến năm 99 tuổi, vừa có các đặc quyền bảo hiểm, vừa được công ty liên kết hỗ trợ tham gia đầu tư với mức lãi suất hấp dẫn. Người tham gia được quyền chuyển đổi và lựa chọn các đơn vị quỹ, loại hình quỹ, thu lợi từ các đơn vị Quỹ, thu lãi từ Quỹ Đầu Tư, Quỹ Tăng Trưởng, Quỹ Bảo Toàn,... Các số liệu báo cáo luôn rõ ràng minh bạch từ đó nuôi dưỡng lòng tin nhiều hơn.

Sản phẩm bổ sung: Sản phẩm chỉ bán kèm với sản phẩm chính , không có giá trị sinh lời (Các sản phẩm này hỗ trợ giúp hoàn thiện và đáp ứng nhu cầu khách hàng).

### **Bảo Hiểm Chăm Sóc Sức Khỏe Toàn Cầu:**

Với các quyền lợi bảo vệ hỗ trợ lên đến một tỷ đồng trên mỗi căn bệnh . Chi trả 100% các tiền ăn uống, thuốc, điều trị hóa trị, xạ trị. Không những thế, hỗ trợ chi phí phẫu thuật lên đến 75 triệu đồng trên một lần phẫu thuật. Bảo vệ cả gia đình theo gói phù hợp trên một hợp đồng BHNT chính đến năm 75 tuổi . Đặc biệt được thăm khám chữa trị tại các bệnh viện cao cấp quốc tế trên toàn cầu như FV, Columbia, Victoria , Hạnh Phúc,.. Bên công ty sẽ cung cấp một thẻ sức khỏe để chi trả trực tiếp qua thẻ đó khi khách hàng đi thăm khám.

**DAI-ICHI LIFE**  
Gắn bó dài lâu.

## **BẢO HIỂM CHĂM SÓC SỨC KHỎE TOÀN CẦU**

Bảo vệ sức khỏe cho bạn  
và gia đình trên toàn thế giới!

**+** Bảo vệ **TOÀN CẦU** với phí hợp lý

**1 TỶ** Quyền lợi cao lên đến **1 TỶ** cho mỗi bệnh/ thương tật

**75 TUỔI** Chăm sóc sức khỏe cả nhà đến **75 TUỔI**

**3 THỜI ĐIỂM**

Hình 2.1.4: Gói bảo hiểm Chăm Sóc Sức Khỏe Toàn cầu

*Nguồn: Công ty TNHH MTV Bảo Chính (2022)*

## Bảo Hiểm Tai Nạn Toàn Diện Cao Cấp:

Vì một cuộc sống không lo nghĩ khi cứ sợ gặp phải rủi ro tai nạn sẽ tốn nhiều chi phí. Gói bảo hiểm tai nạn này với mức phí cực rẻ chỉ khoảng 500 ngàn trên một năm là đã được bảo vệ về tài chính lẫn tinh thần. Hỗ trợ các chi phí nằm viện 100 ngàn trên một ngày, quyền lợi chi trả thương tật rõ ràng, Trong các trường hợp đặc biệt được chi trả gấp đôi số tiền bảo hiểm theo quy định. Khi gặp những rủi ro cao, không thể tiếp tục làm việc hay tử vong, số tiền bảo hiểm lên đến 2 tỷ đồng.

**DAI-ICHI LIFE**  
Gắn bó dài lâu.

### BẢO HIỂM TAI NẠN CAO CẤP

Nâng bước gia đình – Vững bước tương lai

**BẢO VỆ ĐA DẠNG**  
Các loại thương tật và trọn vẹn các mức độ thương tật với mức phí hợp lý

**GẤP ĐÔI BẢO VỆ**  
Giúp an tâm trên các hành trình và tại nơi công cộng

**HỖ TRỢ VIỆN PHÍ**  
200.000 đồng/ mỗi ngày

**THỜI HẠN BẢO VỆ**  
Đến 75 tuổi

Bảo vệ trọn vẹn trước những rủi ro do tai nạn và là nguồn hỗ trợ tài chính vững chắc trên hành trình cuộc sống của bạn và những người thân yêu.

3 TRIỆU QUÁCH HÀNG  
Kế hoạch Tài chính

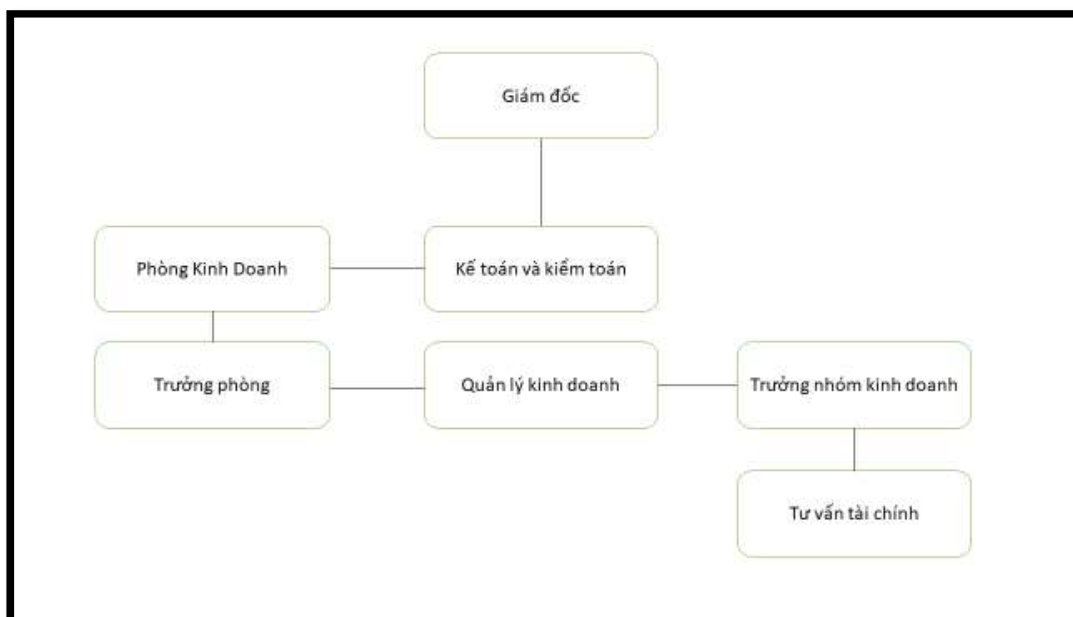
Hình 2.1.5: Gói bảo hiểm Tai Nạn Cao Cấp

Nguồn: Công ty TNHH MTV Bảo Chính (2022)

### **Bảo Hiểm Sinh Kỳ và Bảo Hiểm Tử Kỳ:**

Hai loại bảo hiểm này tuy đối nghịch nhau nhưng quyền lợi ngang bằng nhau . Nếu Khách hàng tử vong khi đang tham gia Bảo hiểm Tử Kỳ thì sẽ nhận được 100% số tiền bảo hiểm, được công ty tạm ứng 50% (không quá 200 triệu đồng) . Trong trường hợp, người tham gia sống đến ngày đáo hạn bảo hiểm Sinh Kỳ thì sẽ nhận được 100% số tiền bảo hiểm.

### **Sơ đồ tổ chức cơ cấu doanh nghiệp:**



Sơ đồ 2.1.1: Cơ cấu tổ chức của Công ty TNHH MTV Bảo Chính

### **Nhiệm vụ của các phòng ban:**

Ban Giám đốc: Thực hiện điều hành các công việc quan trọng ở công ty, giám sát quá trình làm việc từng bộ phận, khuyến khích động viên nhân viên làm việc năng suất. Ở công ty, ban giám đốc thường tổ chức họp định kỳ vào ngày đầu tháng với toàn bộ nhân viên để tổng kết quá trình làm việc và khuyến khích khen thưởng nhân viên . Nhân viên đạt thành tích xuất sắc theo tháng, quý, năm được ban giám đốc trao tặng huy chương và thưởng theo doanh số.

Kế Toán và Kiểm Toán : Xây dựng hệ thống kế toán rõ ràng rành mạch, các số liệu luôn đúng với thực tế, thực hiện tính toán lương, thưởng, thời gian làm việc nghỉ phép của nhân viên. Ở công ty TNHH MTV Bảo Chính, bộ phận kế toán làm việc trực tiếp với mọi người về khoản phí hợp đồng, nhắc đóng phí đúng hạn, lưu giữ tài liệu bảo mật thông tin khách hàng.

Phòng Kinh Doanh : Xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp theo từng thời điểm mỗi tháng , quý, năm ,.. Luôn triển khai kế hoạch để nâng cao hiệu quả làm việc , tạo ra năng suất chất lượng, có một định hướng bắt buộc các nhân viên phải tuân theo quy trình đó. Công ty tổ chức các hội thảo tuyên truyền BHNT đến với khách hàng trên toàn quận Gò Vấp và TPHCM. Các công việc khảo sát lấy ý kiến, gọi điện tư vấn chào mới khách do phòng kinh doanh quản lý thực hiện với mục đích tìm kiếm nguồn khách hàng mới, tăng hiệu quả kinh doanh.

Trưởng phòng, Quản lý kinh doanh ,Trưởng nhóm kinh doanh: Đây là những vị trí dày dặn kinh nghiệm, có kiến thức kỹ năng vững. Các bộ phận này trực tiếp quản lý giám sát nhân viên bên dưới có kỷ luật, thúc đẩy mọi người tập trung làm việc, gần gũi thân thiện với nhân viên. Thực hiện chính các kế hoạch công ty đã đề ra, cố gắng tạo một môi trường làm việc năng động.

Tư vấn tài chính: Bộ phận này trực tiếp tiếp xúc với khách hàng, chăm sóc khách hàng, tư vấn gọi điện trao đổi, tiếp nhận hồ sơ, thu phí bảo hiểm, được đào tạo kỹ càng các kiến thức kỹ năng cần thiết. Đây là bộ mặt của công ty khi tiếp cận khách hàng, tư vấn tài chính phải luôn trung thực, chịu khó và biết quan tâm lắng nghe. Khi thực tập tại công ty với vị trí tư vấn chăm sóc khách hàng, em được học một khóa đào tạo cơ bản về ngành nghề bảo hiểm, nghiệp vụ và các kỹ năng. Công ty có lộ trình đào tạo chuẩn giúp thực tập sinh tiếp thu công việc nhanh chóng. Đồng thời cũng bổ sung kiến thức giúp em hoàn thiện hơn trong quá trình làm việc của mình.

## 2.2 Phân tích thực trạng về tình hình hoạt động kinh doanh hiện nay của công ty TNHH MTV Bảo Chính:

Dưới sự quản lý chỉ đạo trực tiếp của giám đốc Hoàng Vũ Chính, công ty đang phát triển mạnh mẽ và cố gắng vươn xa hơn, đưa công ty hoàn thành mục đã đề ra. Hiện nay, công ty đang hoạt động và kinh doanh ở địa chỉ số 68 đường số 8, Phường 10, Quận Gò Vấp, Thành Phố Hồ Chí Minh.

Tiêu chí	2022	2023
Nguồn vốn	2 tỷ	4 tỷ
Nhân Viên	30 người	50 người
Cộng Tác Viên	5 người	20 người
Thực Tập Sinh	1 người	12 người
Nguồn Khách Hàng	1000 người	10000 người

Bảng 2.2.1: So sánh tình hình hoạt động từ 2022 đến 2023 của công ty TNHH MTV Bảo Chính

Trải qua khoảng thời gian một năm, công ty từ khi thành lập chỉ với 30 nhân viên trung thành đến hiện nay đã có 45 nhân viên, từ 2 cộng tác viên đến hiện nay được 15 cộng tác viên, hiện có 10 thực tập sinh tại nhiều trường đang thực tập tại công ty. Việc tăng nguồn vốn chủ sở hữu từ 2 tỷ lên 4 tỷ nằm trong kế hoạch phát triển của giám đốc Hoàng Vũ Chính. Khi nguồn vốn tăng thu hút nhiều nguồn đầu tư hơn, tăng diện tích khai thác nguồn nhân lực và quy mô khách hàng. Trong thời gian hoạt động, công ty cũng gặp các khó khăn gây ảnh hưởng đến tình hình hoạt động của doanh nghiệp, giảm doanh thu, mất khách hàng. Về quy mô khách hàng, công ty đưa ra các chiến lược khai thác chủ yếu địa bàn TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh thành lân cận.

**Quy mô tài sản:**

*Đơn vị tính: Triệu VND*

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Năm 2022-2023</b>
Tài sản ngắn hạn	1.420
Tài sản dài hạn	2.140
Tổng tài sản	3.560

Bảng 2.2.2: Bảng quy mô tài sản của Công ty TNHH MTV Bảo Chính

*Nguồn: Báo cáo tài chính Công ty TNHH MTV Bảo Chính*

**Quy mô vốn:**

*Đơn vị tính: Triệu VND*

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Năm 2022-2023</b>
Nợ phải trả	526
Vốn chủ sở hữu	3.087
Tổng nợ phải trả và vốn chủ sở hữu	3.613

Bảng 2.2.3: Bảng quy mô vốn của Công ty TNHH MTV Bảo Chính

*Nguồn: Báo cáo tài chính Công ty TNHH MTV Bảo Chính*

**Kết quả hoạt động kinh doanh:**

*Đơn vị tính: Triệu VNĐ*

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Năm 2022-2023</b>
Tổng doanh thu	1.456
Tổng chi phí	218
Tổng lợi nhuận trước thuế	101
Tổng lợi nhuận sau thuế	87

Bảng 2.2.4: Bảng phân tích kết quả hoạt động của Công ty TNHH MTV Bảo Chính

*Nguồn: Báo cáo tài chính Công ty TNHH MTV Bảo Chính*

➔ Các chỉ số đều cho thấy công ty đang ngày càng bền vững trên đà phát triển. Nhìn chung, kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp vẫn đang cố gắng hoàn thiện bút phá hơn, tiến xa hơn đến với vinh quang. Mỗi cá nhân trong tổ chức luôn cố gắng đạt nhiều thành tích đem đến lợi nhuận khổng lồ cho doanh nghiệp. Tin chắc rằng, cứ phát triển như vậy thì công ty càng có bước đệm để vươn cao hơn nữa.

**Lưu ý:** Vì công ty TNHH MTV Bảo Chính được thành lập từ tháng 4 năm 2022, nên số liệu còn nhiều hạn chế dẫn đến việc phân tích chưa được đi sâu.

**2.3 Quy trình làm việc tại bộ phận chăm sóc khách hàng tại công ty Bảo hiểm nhân thọ Dai-ichi Life chi nhánh Bảo Chính:**

Thực hiện các cuộc gọi đầu tiên đến khách hàng. Ngành bảo hiểm luôn đề cao tính trung thực, thân thiện, vì vậy mỗi thực tập sinh phải luôn trung thực với khách hàng. Xây dựng kế hoạch để tìm kiếm khách hàng tiềm năng, đưa các sản phẩm đến với khách hàng. Chủ động tìm kiếm khách hàng, giải đáp thắc mắc về sản phẩm, tạo dựng lòng tin với khách, hỗ trợ khách ký hợp đồng với doanh nghiệp.

Nhân viên tư vấn có nghĩa vụ phải giải thích rõ các quyền lợi minh bạch rõ ràng và đúng sự thật, chăm sóc khách hàng duy trì mối quan hệ tốt cho đôi bên cùng có lợi. Tạo được cảm giác gần gũi thân thiện và hết lòng vì khách hàng. Thực hiện các cuộc khảo sát lấy ý kiến khách hàng những mong muốn cải thiện và nhu cầu hiện nay, đề xuất các ý tưởng mới, giải pháp mới giúp hoàn thiện bộ phận chăm sóc khách hàng.

**Quy trình công việc:**



Sơ đồ 2.3.1: Quy trình bán hàng của Công ty TNHH MTV Bảo Chính

*Nguồn: Phòng kinh doanh bán hàng công ty TNHH MTV Bảo Chính*

Công việc bộ phận tư vấn chăm sóc khách hàng thực hiện theo các quy trình sau:

- Tìm kiếm khách hàng: phân loại khách hàng tiềm năng và khách hàng hiện tại. Dựa theo nguồn thông tin có sẵn data để thực hiện các cuộc gọi đi. Sau quá trình gọi điện tư vấn khách hàng, lượng thông tin có được rất cần thiết. Các thông tin này đang là nguồn khách hàng tiềm năng có khả năng mong muốn tìm hiểu bảo hiểm. Từ loại khách hàng này có thể chuyển đổi thành khách hàng hiện tại sau khi ký hợp đồng. Việc phát càng nhiều cuộc gọi tiếp cận càng nhiều thì nguồn thông tin khách hàng càng lớn. Ngoài công việc chính là gọi điện tư vấn giải

đáp thắc mắc, thực tập sinh được mạnh dạn thực hiện các chiến lược khác. Từ việc giới thiệu cho người quen, bạn bè, gia đình đến việc cung cấp thông tin trên mạng xã hội để nhiều người biết đến. Thực hiện khảo sát toàn diện về nhu cầu mong muốn và đóng góp ý kiến khách hàng, trực tiếp gặp gỡ giao lưu với khách hàng.

- Thu thập thông tin: Nguồn thông tin rất hiếm và khả năng tìm kiếm được thấp ít. Chính vì vậy, phải tận dụng hết mức những gì đang có chính là kiến thức, kinh nghiệm để xây dựng một hệ thống thông tin chất lượng. Thông tin càng chất lượng thì hiệu suất công việc càng cao. Giá trị cốt lõi thu được tương xứng với công sức đã bỏ ra có được. Thu thập thông tin khách hàng qua cuộc gọi, zalo, tin nhắn, email và các hình thức mạng xã hội khác. Tiếp nhận xử lý và lưu trữ thông tin kỹ càng, không để lộ thông tin khách hàng ra ngoài. Luôn bảo mật tuyệt đối các thông tin có được.
- Giới thiệu các thông tin, chương trình của công ty đến khách hàng: Khi khách hàng tiếp nhận cuộc gọi, sẵn lòng lắng nghe tư vấn về sản phẩm công ty. Tư vấn viên có nhiệm vụ tư vấn đầy đủ trung thực thông tin, không gian dối thông tin và không cung cấp các sản phẩm một cách mơ hồ. Nắm rõ các ưu điểm, nhược điểm sản phẩm để khi khách hàng hỏi còn có kiến thức trả lời. Giới thiệu đến các chương trình hiện có với nhiều quyền lợi hấp dẫn phần thưởng siêu ưu đãi nếu khách hàng tham gia. Tiếp nhận xử lý các thắc mắc còn vướng bận của khách, từ đó tạo dựng lòng tin khách hàng. Tư vấn nhiệt tình, nhẹ nhàng không gắt gỏng và không được ép buộc đe dọa khách hàng. Bộ phận tư vấn chăm sóc khách hàng được coi là bộ mặt của công ty.
- Chăm sóc khách hàng đang hợp tác: Liên hệ các khách hàng đang tham gia hợp đồng, đã tham gia xong hợp đồng. Gọi điện chăm sóc khách hàng, hỏi thăm tình hình hiện nay, mức độ hài lòng với dịch vụ bảo hiểm. Giới thiệu các chương trình mới nhiều ưu đãi đến khách. Cập nhật tình hình hiện tại các thông tin nghị định mới, các sửa đổi bổ sung quyền lợi tới khách hàng nhanh chóng kịp thời. Giúp khách hàng ghi chú các thông tin quan trọng còn đang cần bộ phận hỗ trợ giải quyết.

- Hỏi thăm các vấn đề khác ngoài công việc: Trong các hoạt động kinh doanh bán hàng có một nguyên tắc B-B-B , đó là BẠN-BÀN-BÁN. Không phải lúc nào cũng chú tâm vào công việc, chỉ trao đổi với khách hàng khi cần thiết. Phải biết gây dựng mối quan hệ thân thiết gần gũi với khách hàng, xem họ là người thân quen. Hỏi thăm các vấn đề về sức khỏe, gia đình , công việc,.. Đôi lúc thông cảm cho tình hình tài chính kinh tế còn hạn hẹp, đôi lúc trò chuyện về các mối quan hệ. Khách hàng hiện tại được xem là nguồn giới thiệu khách hàng mới tới công ty, họ tin dùng có thiện cảm thì học sẽ giới thiệu những người họ quen biết tham gia.

## **TÓM TẮM CHƯƠNG HAI**

Trong chương hai đã tổng quan về công ty và tình hình hiện tại cũng như quá trình hoạt động và làm việc của bộ phận chăm sóc khách nói riêng, công ty TNHH MTV Bảo Chính nói chung.

## **CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN VÀ KIẾN NGHỊ TẠI CÔNG TY TNHH MTV BẢO CHÍNH VÀ NGÀNH BHNT**

### **3.1 Một số giải pháp hoàn thiện việc tư vấn chăm sóc khách hàng tại công ty BHNT Dai-ichi Life chi nhánh Bảo Chính:**

#### **Bổ sung thêm về cách xử lý khi bị khách hàng từ chối:**

Từ chối mua bảo hiểm nhân thọ là câu chuyện muôn thuở của bất kỳ tư vấn viên. Người tư vấn bảo hiểm phải là người hỗ trợ khách hàng giải đáp, hiểu rõ hơn về nó.

Phải xử lý một cách khéo léo giúp cho cuộc tư vấn bảo hiểm trở nên tốt đẹp hơn. Vì thế, cần phải lưu ý đến các điều sau:

- Khai thác lý do vì sao mà khách hàng không muốn tham gia bảo hiểm, phải hỏi một cách khôn khéo không nên sử dụng từ ngữ tra hỏi. Sau khi biết được lý do hãy trả lời giải đáp tư vấn một cách thỏa đáng để tạo ra một cuộc trò chuyện thân thiết.
- Tỏ ra vẻ ân cần, thấu hiểu và đồng cảm với khách hàng, luôn tỏ ra vẻ khéo léo và tư vấn một cách nhiệt tình, luôn đặt quyền lợi cho khách hàng lên hàng đầu.

#### **Hoàn thiện hơn về việc chăm sóc khách hàng trong suốt thời gian sử dụng BHNT:**

Sau khi khách hàng đã mua được sản phẩm bảo hiểm phù hợp, tư vấn viên sẽ tiếp tục hỗ trợ khách hàng trong suốt thời gian sử dụng bảo hiểm. Để đảm bảo khách hàng sử dụng sản phẩm bảo hiểm một cách hiệu quả nhất, tư vấn viên sẽ thường xuyên theo dõi và liên hệ với khách hàng để tìm hiểu và giải đáp các thắc mắc của khách hàng.

Nếu khách hàng có bất kỳ thắc mắc hay cần hỗ trợ nào trong quá trình sử dụng sản phẩm bảo hiểm, tư vấn viên sẽ sẵn sàng giải đáp và hỗ trợ khách hàng. Ngoài ra, tư vấn viên sẽ cập nhật cho khách hàng các thông tin mới nhất liên quan đến sản phẩm bảo hiểm của khách hàng, đảm bảo khách hàng được hưởng các chính sách ưu đãi và tiện ích mới nhất của sản phẩm bảo hiểm.

Trong trường hợp khách hàng gặp phải sự cố liên quan đến bảo hiểm, tư vấn viên sẽ hỗ trợ khách hàng để giải quyết sự cố một cách nhanh chóng và hiệu quả nhất.

Tư vấn viên sẽ giúp khách hàng tìm hiểu về quy trình xử lý sự cố, cung cấp các thông tin cần thiết và hướng dẫn khách hàng thực hiện các thủ tục liên quan.

- ➔ Tổng quan, việc theo dõi và hỗ trợ khách hàng trong suốt thời gian sử dụng bảo hiểm là một phần quan trọng trong quá trình tư vấn bảo hiểm nhân thọ. Điều này giúp tăng cường sự tin tưởng và hài lòng của khách hàng với sản phẩm bảo hiểm, đồng thời giúp tư vấn viên tiếp cận được các nhu cầu của khách hàng và cung cấp giải pháp bảo hiểm tốt nhất cho khách hàng.

### **Bổ sung và phân luồng thêm về nhu cầu của khách hàng:**

Trong quá trình tìm hiểu nhu cầu bảo hiểm của khách hàng, tư vấn viên cần đặt các câu hỏi cụ thể và tránh đưa ra các giả định chưa chính xác. Một số câu hỏi có thể được đặt ra bao gồm:

- Tình trạng sức khỏe của khách hàng: Tư vấn viên có thể hỏi về lịch sử bệnh tật, bệnh lý hiện tại hoặc bất kỳ điều gì liên quan đến sức khỏe của khách hàng để đưa ra giải pháp bảo hiểm phù hợp.
- Tài sản của khách hàng: Tư vấn viên cần tìm hiểu về tài sản của khách hàng để đưa ra các giải pháp bảo vệ tài sản phù hợp như bảo hiểm tài sản hoặc bảo hiểm ô tô.
- Gia đình và người thân của khách hàng: Tư vấn viên cần hỏi về tình trạng sức khỏe, tuổi tác và nhu cầu bảo hiểm của các thành viên trong gia đình để đưa ra giải pháp bảo hiểm phù hợp cho gia đình.
- Kế hoạch tài chính trong tương lai của khách hàng: Tư vấn viên cần hỏi và tìm hiểu về các kế hoạch tài chính trong tương lai của khách hàng để đưa ra giải pháp bảo hiểm phù hợp.

Việc tìm hiểu nhu cầu bảo hiểm của khách hàng là bước quan trọng và tác động đến việc đưa ra giải pháp bảo hiểm phù hợp nhất cho khách hàng. Do đó, tư vấn viên cần có kỹ năng lắng nghe và đặt câu hỏi để tìm hiểu rõ nhất về nhu cầu của khách hàng.

### **3.2 Kiến nghị đối với công ty TNHH MTV Bảo Chính:**

#### **Bộ phận chăm sóc khách hàng:**

Nhìn chung, tình hình các doanh nghiệp bảo hiểm tại Việt Nam rất phát triển. Nguồn dân số Việt Nam sắp đạt gần một trăm triệu dân nhưng tỷ lệ tham gia bảo hiểm chỉ khoảng 11% dân số. Trong tương lai, ngành bảo hiểm sẽ nổi trội và được đông đảo dân chúng quan tâm. Các quốc gia lớn như Mỹ khoảng 90% tham gia, Singapore chiếm 80% , Malaysia gần 50% dân số tham gia,.. trong khi đây toàn là các quốc gia lớn. Tại sao dân số Việt Nam lại chưa đặt niềm tin dùng bảo hiểm nhân thọ? Không chỉ mỗi công ty TNHH MTV Bảo Chính là gặp khó khăn trong

quá trình tiếp cận khách hàng mà những doanh nghiệp khác cũng vậy. Chất lượng chăm sóc khách hàng là mức độ hài lòng của khách hàng trong quá trình cảm nhận tiêu dùng sản phẩm, là dịch vụ tổng thể của doanh nghiệp mang lại chuỗi lợi ích và thỏa mãn đầy đủ nhất giá trị mong đợi của khách hàng. Đây là một vài nguyên nhân cho thấy dân số Việt chưa thật sự quan tâm đến bảo hiểm:

- Thứ nhất là ảnh hưởng từ sự mất niềm tin của các loại hình bảo hiểm khác đã có trước. Khách hàng biết rằng bảo hiểm là bảo vệ và trang trải một phần chi phí nhưng có các trường hợp nặng bị bảo hiểm ngó lơ, không giải quyết.
- Thứ hai do người tư vấn viên không rõ ràng, trục lợi bảo hiểm, tư vấn sai sự thật. Các tư vấn viên vì mức hoa hồng quá cao 40-45% mà bất chấp thủ đoạn tư vấn sai trái để dụ dỗ khách hàng tham gia.
- Thứ ba là khách hàng không hợp tác trung thực khai báo trong vấn đề sức khỏe. Việc thẩm định sức khỏe khách hàng để tạo một hợp đồng phù hợp rất cần thiết nhưng khách hàng muốn đóng chi phí bảo hiểm thấp, thời gian được bảo hiểm lâu dài mà che giấu sức khỏe.
- Thứ tư là thời gian đóng bảo hiểm dài, khách hàng thiếu kiên nhẫn. Việc đóng bảo hiểm kéo dài hơn 10 năm, có khi đến mấy chục năm khiến khách hàng chán nản, dễ từ bỏ.

Dựa trên bốn nguyên nhân đã nêu ở trên, một số giải pháp giúp hoàn thiện việc tư vấn tiếp cận khách hàng. Giúp khách hàng có cái nhìn công tâm rõ ràng hơn về bảo hiểm. Tránh các trường hợp trục lợi, lợi dụng và tham lam số tiền bảo hiểm. Giải pháp thứ nhất là có quy trình đào tạo bài bản một tư vấn viên, tham gia thi và được cấp phép hành nghề của Bộ Tài Chính. Xây dựng các lịch đào tạo thường xuyên, tổ chức hội thảo, buổi chia sẻ kinh doanh, cách tiếp cận khách hàng. Phải đào tạo vững kiến thức am hiểu rõ từng sản phẩm các ưu nhược điểm. Từ đó, tư vấn viên đã có một nền tảng tốt cho công việc. Thứ hai là phải có bản hợp đồng cam kết rõ tư vấn viên phải thực hiện đúng nhiệm vụ bổn phận. Luôn đề cao tính trung thực, rành mạch, không vướng vào việc sai trái. Thứ ba là doanh nghiệp nên tập trung cải tiến sản phẩm để phù hợp với từng khách hàng. Mỗi khách hàng có nguồn thu nhập riêng, công việc khác nhau, địa vị khác nhau. Nếu cứ áp dụng chung chung như vậy thì tỉ lệ dân số tham gia bảo hiểm chỉ có thể là người giàu.

Đất nước chưa phát triển, dân còn nghèo, sinh sống khó khăn. Nhưng nhu cầu được bảo hiểm ai cũng cần, chính vì vậy cần có gói phù hợp hơn. Thứ tư là quy trình làm việc của bộ phận tư vấn chăm sóc khách hàng còn gặp phải nhiều trở ngại. Loại hình công việc này tiếp xúc rất nhiều khách hàng khác nhau, từ đó tạo nên áp lực khác nhau. Cảm thấy bộ phận tư vấn cần được quan tâm nhiều hơn. Thứ 6 là thời gian làm việc tại công ty chưa phù hợp lắm. Thời gian các khách hàng đi làm giờ hành chính, khách hàng thức dậy chuẩn bị đi làm 7:00-9:00, ăn cơm ngủ trưa từ 11:30 đến 14:00, chiều tan làm chạy xe từ 16:45 đến 18:00. Tùy thuộc vào tính chất công việc khác nhau, nhưng gọi tiện tư vấn trong khoảng thời gian trên sẽ tạo cảm giác khó chịu. Thời gian gọi điện làm phiền đến khách hàng rất nhiều. Cần thay đổi thời gian hợp lý phù hợp hơn, cải thiện để có cơ hội tiếp cận nhiều khách hàng hơn.

#### **Công ty TNHH MTV Bảo Chính:**

Hiện nay, công ty đang có khá nhiều quyền lợi dành cho nhân viên chính thức, cộng tác viên và thực tập sinh. Đối với mỗi cấp bậc khác nhau, nhân viên hoàn thành tốt công việc được giao nhận mỗi mức thưởng khác nhau tương xứng công sức bỏ ra. Quy chế lương thưởng hậu hĩnh với tỷ lệ % hoa hồng cao đến 40-45% dành cho một hợp đồng bảo hiểm tác động rất lớn đến động lực làm việc của nhân viên. Về cơ sở vật chất, công ty ở số 68 đường số 8, Phường 10, Quận Gò Vấp, Thành Phố Hồ Chí Minh khá đầy đủ tiện nghi về máy tính, điện thoại tư vấn, máy lạnh, bàn ghế còn mới, chỗ giữ xe ngay dưới tầng hầm công ty và sân banh bên cạnh. Sau 2 tháng làm việc tại công ty, em đề xuất công ty nên chú trọng thêm ở phần phúc lợi cho nhân viên. Nhân viên tại doanh nghiệp không có suất ăn cơm trưa, không có bàn ghế ngồi ăn uống, nói chuyện và thiếu phòng nghỉ ngơi giải trí sau giờ làm việc. Nếu công ty muốn nâng cao năng suất làm việc, tăng nhiệt huyết, công ty cần cải thiện về chế độ phúc lợi buổi trưa dành cho toàn bộ nhân viên. Đề xuất đối với bộ phận tư vấn chăm sóc khách hàng cần một phòng làm việc riêng, tách ra khỏi các bộ phận khác. Khi các bạn tư vấn gọi điện, giọng nói làm ảnh hưởng đến các vị trí khác, tiếng ồn, nói chuyện, tiếng gõ máy tính ảnh hưởng đến mức độ trò chuyện cùng khách hàng. Nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc

khách hàng, công ty cần chặt chẽ hơn trong khâu quản lý, đào tạo nhân viên và thiết lập một lộ trình đào tạo bài bản dành riêng cho tư vấn chăm sóc khách hàng.

### **3.3 Kiến nghị chung đối với ngành BHNT:**

Các kiến nghị dưới đây mong muốn triển khai ở phạm vi rộng hơn trong ngành. Dựa vào các nguyên nhân nêu trên và một vài tác động của thị trường, chỉ tiêu mong muốn đạt 15% dân số tham gia bảo hiểm đang thực hiện. Các vụ bê bối lùm xùm từ ngân hàng gian dối, sập phá sản, nợ nần, các công ty kinh doanh đang khó khăn, tài chính hạn hẹp. Những biến động trong thị trường tài chính kinh tế gây ảnh hưởng rất lớn đến việc kinh doanh phát triển ngành bảo hiểm. Các tin tức về tư vấn viên lừa dối khách hàng, công ty không thanh toán hợp đồng, mua bảo hiểm nhân thọ nhưng gặp rủi ro không hỗ trợ, thủ tục dài dòng, hợp đồng nhiều điều khoản, các quyết định bổ sung gây khó khăn thất thoát. Việc gửi tiết kiệm với lãi suất hấp dẫn hay đầu tư sinh lời trong bảo hiểm cũng là vấn đề nhức nhối. Tình hình chung, ngành BHNT đang dần mất đi niềm tin khách hàng, tiếng xấu đồn xa. Khi chưa giải quyết được tranh chấp về quyền lợi, bảo hiểm gây thất vọng và để lại ấn tượng xấu. Để có thể cải thiện tình trạng trên, một vài kiến nghị góp phần củng cố ngành. Trước tiên, người dân cần nắm được ngành BHNT được chính Bộ Tài chính giám sát, quản lý. Nếu công ty phá sản, Bộ Tài Chính đứng ra trả lại quyền lợi khách hàng, đây được xem là bước đệm để giữ chân khách hàng dài lâu. Thứ hai, về quyền lợi hoa hồng trong BHNT cho tư vấn viên được đánh giá cao. Các tư vấn viên sẵn sàng trung thành với công ty, gây dựng khách hàng và tạo ra doanh thu, bên cạnh đó, nhức nhối hơn ở vấn đề trục lợi, tham lam vì lợi ích bản thân. Thứ ba, trong ngành bảo hiểm liên kết với ngân hàng và có một khoảng hoa hồng riêng, bên ngân hàng khi cho khách vay tiền đều bắt khách hàng mua BHNT dù khách hàng không cần đến. Việc ngân hàng bắt buộc phải tham gia BHNT như vậy tạo nên ác cảm khách hàng về BHNT, họ nghĩ BHNT là cái xấu, mô hình kinh doanh để lừa gà, lừa đảo. Các doanh nghiệp BHNT nên chú trọng xây dựng một hình tượng thật tốt. Lập rõ các hoạt động thu hút khách hàng tham gia như là tài trợ cho cộng đồng, làm việc thiện, tham gia các tổ chức vì sức khỏe cộng đồng... Các kế hoạch Marketing phải đánh đúng vào tâm lý khách hàng, mua bảo hiểm để làm gì, được gì, tại sao phải mua. Về các chiến lược liên kết kinh doanh nên kết

hợp các bên uy tín, không ép buộc, thôi thúc khách hàng, BHNT là tự nguyện và tự chính khách hàng mong muốn tham gia. Trường hợp các tư vấn viên biết phạm luật nhưng vẫn cố tình trục lợi cần đưa ra các mức xử phạt thật cao để răn đe những người khác. Việc tiếp cận tuyên truyền sản phẩm đến khách hàng rất quan trọng nhưng việc làm mất lòng tin khách hàng thật thất bại trong kinh doanh.

## **TÓM TẮT CHƯƠNG BA**

Nội dung chương ba là những kiến nghị giải pháp nhằm cải thiện được những vấn đề đang xảy ra đối với công ty TNHH MTV Bảo Chính, cũng như đối với ngành BHNT nói chung.

## PHẦN KẾT LUẬN

Thông qua bài khóa luận, hi vọng rằng các giải pháp và kiến nghị trên góp một phần nào đó giúp cho ngành bảo hiểm nhân thọ càng phát triển mạnh mẽ hơn nữa. Những nhận xét của bản thân sau quá trình làm việc cùng với lời cảm ơn chân thành sâu sắc:

“Ngành nghề nào cũng có những bản chất riêng, đều góp phần phát triển kinh tế, xây dựng an sinh xã hội, gia đình êm ấm. Ngành BHNT đang hoạt động tốt và không ngừng tăng trưởng. Công ty BHNT Dai-ichi Life chi nhánh MTV Bảo Chính đang tạo dựng các chiến lược kinh doanh mới, nhận thấy tiềm năng phát triển trong ngành cao. BHNT không những vừa bảo vệ khách vừa góp phần xây dựng an sinh xã hội bền vững vừa góp phần thúc đẩy kinh tế nước nhà. Có thể nói, bản thân được bảo vệ tốt thì mới thoải mái đi làm việc, tăng thu nhập, ổn định cuộc sống. Gia đình sống hạnh phúc ấm no thì xã hội mới có văn hóa văn minh, từ đó, đất nước mới có chỗ đứng vững chắc ổn định trên quốc tế. Mong rằng các khách hàng sẽ có cái nhìn thực tế công tâm hơn. BHNT không phải là xấu, có quá nhiều yếu tố tác động đến vì cái lợi mà bôi nhọ danh tiếng ngành bảo hiểm. Có rất nhiều bài báo, nhiều khách hàng tin dùng chia sẻ các quyền lợi nhận được. Sau quá trình làm việc tại đây, em hiểu rõ hơn về bản chất bảo hiểm, cố gắng truyền đạt mang những ý tốt đến với xã hội. Một lần nữa xin cảm ơn các thầy cô, anh chị hướng dẫn đã đồng hành cùng em trong kì thực tập, cho em cái nhìn khách quan với nhiều cảm xúc khác nhau”.