QUY TRÌNH CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CŨ
(có 100.000 khách hàng cũ thì chăm sóc như thế nào

GIÁ TRỊ MÀ KHÁCH HÀNG NHẬN ĐƯỢC LÀ GÌ...

- Sự quan tâm
- Thông tin hữu ích
- Kiến thức mới
- Sự ưu tiên (đặc biệt)
- Sự nhanh chóng - tiện lợi

Khi nào thì nên chăm sóc khách hàng cũ

- BẤT KỲ LÚC NÀO (trước - mua - sau mua)
- Có lượng data khách hàng cũ đã mua hàng
- Ngay sau khi mua hàng
- Data khách hàng trên các nền tảng
- "CHI PHÍ CHĂM SÓC 1 KHÁCH HÀNG CŨ CHỈ BẰNG 1/7 CHI PHÍ ĐỂ CÓ ĐƯỢC 1 KHÁCH HÀNG MỚI

"Định dạng" khách hàng

- Data khách hàng cũ là: SỐ ĐIỆN THOẠI
- Tệp Email KH cũ
- Tệp Follow 1 Fanpage
- Tệp đã nhắn tin cho Fanpage
- Thành viên 1 nhóm Zalo
- Thành viên 1 nhóm FB
- Bạn bè trên tài khoản Zalo
- Bạn bè trên tài khoản FB cá nhân
- Lượt quan tâm trên ZALO OA

Mục đích chăm sóc là gì?

- Tăng nhận diện (branding)
- Tăng doanh số bán hàng
- Duy trì mối quan hệ đối với khách hàng
- Giảm tỉ lệ hủy đơn hàng
- Xây dựng nền tảng (tập hợp khách hàng)

Đối tượng nên chăm sóc khách hàng

Bất kỳ ai có khách hàng cũ

- Doanh nghiệp SMEs
- Cửa hàng, shop kinh doanh
- Seller, cá nhân kinh doanh

Các lợi ích khi chăm sóc khách hàng

Tạo ra được TỆP KHÁCH HÀNG TRUNG THÀNH

- Khiến khách hàng WOW!
- Khách hàng hài lòng về dịch vụ
- Khách hàng quay lại mua hàng
- Khách hàng sử dụng sản phẩm hiệu quả
- Khách hàng giới thiệu sản phẩm
- Khách hàng Feedback
  - Tích cực
  - "tiêu cực" => hoàn thiện sản phẩm
- TĂNG DOANH SỐ BÁN HÀNG TỐT
  - Đẩy hàng tồn kho
  - Cross Sales (bán chéo)
  - Tung sản phẩm mới
  - Các chiến dịch đẩy hàng

Nguồn lực triển khai cần có

- Nhân sự triển khai
- Công cụ
- Thời gian
- Quy trình triển khai cụ thể (plan)
- Phân tích ngành hàng/sản phẩm
- **Quan trọng: MONEY (ngân sách phù hợp)**

Keywork quan trọng

- Hiểu insight
- Ngành hàng/sản phẩm/dịch vụ/ - khách hàng
- Nhân sự triển khai
- Lựa chọn kênh phù hợp
- Quy trình thực thi hiệu quả
- Có thời gian cụ thể (plan)

Các kênh phù hợp

1. ZALO OA
2. ZALO Profile
3. Facebook Profile
4. Fanpage
5. Cộng đồng (group FB)
6. Group Zalo
7. Membership site
8. App (Loyalty)
9. Email
10. Telesales
11. SMS

ZALO ĐƯỢC TIN DÙNG CAO NHẤT

- Tỉ lệ phản hồi của khách
- Doanh số bán hàng sau đó
- Tỉ lệ hài lòng của khách
- Thông tin chi tiết, đầy đủ
- Ngân sách triển khai phù hợp

Các công cụ hỗ trợ

- Hệ thống CRM
- Phần mềm Chatbot
- Simple FB Pro
- Simple Zalo
- ATP Care Pro
- Zalo ZNS
- Zalo Broadcast
- Simple UID
- Các công cụ gửi SMS
- Tổng đài ảo - Auto Call

Quy trình để triển khai

1. Nhân sự - team triển khai
2. Lên plan sơ bộ theo ngành hàng/kênh
3. Phân loại data khách hàng
4. Triển khai các kênh theo kế hoạch
5. Đo lường, tối ưu sao cho phù hợp

Các chương trình chăm sóc khách hàng

- Tương tác với khách hàng - hỏi han
- Gửi tin nhắn chăm sóc các dịp sinh nhật
- Tặng các voucher - khuyến mại
- Ưu đãi ở các dịp lễ, ngày đặc biệt
- Tạo ra kênh chat - tương tác - hỗ trợ KH kịp thời
- Tạo ra các chương trình hỗ trợ KH (event, workshop, offline, cuộc thi, xếp hạng, ...)
- Chia sẻ những thông tin, kiến thức hữu ích
- Tặng điểm thưởng, tích điểm
- Tặng quà miễn phí

Làm mọi thứ 1 cách chủ động và "có chủ đích"

Một vài lưu ý nhỏ

- Mindmap gợi ý tổng hợp các kênh CSKH tổng quan
- Mỗi doanh nghiệp, shop, cá nhân kinh doanh nên lựa chọn những kênh phù hợp với nguồn lực của mình...
- Thực ra nếu áp dụng 5 - 10% ở đây cũng đã "có kết quả" vô cùng tốt rồi
- Anh em cần hỗ trợ hỏi đáp gia nhập cộng đồng ATP nha (quét mã QR ở dưới để gia nhập ạ)

Gợi ý triển khai

- **Data khách hàng cũ**
  - Quy mô 100 khách
  - Quy mô 1000 khách
  - Quy mô 10.000 khách
  - Quy mô 100.000 khách
- Với khách hàng định dạng SĐT thì có thể áp dụng
  - 1. ZALO ZNS
    - Tạo Zalo OA
    - Gửi tin nhắn ZNS
    - Tặng voucher, khuyến mại
    - Tăng số lượng quan tâm OA
      - Zalo Broadcast để chăm sóc KH
  - 2. Facebook Profile
    - Dùng Simple FB Pro
    - Nhập SĐT KH cũ
    - Chạy song song 5 - 10 tài khoản FB
    - Kết bạn với tệp KH cũ
      - Sau đó chăm sóc
      - Tương tác
      - Xây dựng Profile
  - 3. Zalo Profile
    - Dùng Simple Zalo
    - Nhập SĐT KH cũ
    - Chạy song song 3 - 5 tài khoản Zalo
    - Kết bạn với KH cũ
      - Tối ưu Zalo
      - Gửi tin nhắn (hình + chữ)
      - Chăm sóc, tương tác với khách hàng
  - 4. SMS
    - Gửi tin nhắn chăm sóc
  - 5. Telesales
    - Gọi chăm sóc (theo trạng thái KH)
    - Dùng tổng đài ảo - Auto Call
  - 6. Fanpage
    - Chạy ads phủ
  - THAM KHẢO ÁP DỤNG CÁC CHIẾN LƯỢC Ở TRÊN
- Với khách hàng là tệp tương tác + inbox Fanpage
  - 1. Quét full tệp tương tác Fanpage (đã tương tác, cmt, share bài viết)
    - **Áp dụng với mục 2, 3, 6 như gợi ý ở mục DATA SĐT KHÁCH HÀNG**
  - 2. Quét full khách hàng đã inbox Fanpage
    - Đối với tệp cũ thì: Gửi tin nhắn chăm sóc lại bằng Simple FB Pro (số lượng 5 - 10.000 vẫn gửi tốt)
    - Tệp KH mới lên kịch bản Chatbot chăm sóc
- Với tệp khách hàng là email
  - **Dùng Simple FB Pro kết bạn theo tệp tương tự mục 2**
  - Lên chiến dịch Email chăm sóc (1 bài toán khó)
- Với tệp khách hàng là người mua trên Shopee
  - Dùng ATPCare Pro
    - Có ZALO OA xác thực
    - Gửi ZNS cho khách hàng (200 - 300đ/tin)
    - Kéo khách quan tâm ZALO
      - Sau đó dùng Zalo Broadcast để chăm sóc KH miễn phí
- Với tệp khách hàng là thành viên nhóm
  - Ngoài việc tạo ra giá trị, khác biệt & chăm sóc tại nhóm
  - **Thì áp dụng thêm mục 2, 3, 6**
- Với tệp khách hàng trên 1 Trang cá nhân FB
  - Quét full tệp đã inbox sau đó dùng Simple FB Pro gửi tin nhắn chăm sóc lại
  - Hoặc dùng CRM Profile để chia thẻ tag khách hàng sau đó chăm sóc theo thẻ tag
- Với tệp khách hàng trên 1 tài khoản Zalo
  - Gửi tin nhắn chăm sóc lại tự động bằng Simple Zalo
- THAM KHẢO ÁP DỤNG CÁC CHIẾN LƯỢC Ở TRÊN