

## CHƯƠNG TRÌNH MÔ ĐUN

(Kèm theo Thông tư số: 03/2017/TT-BLĐTBXH ngày 01/03/2017  
của Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội)

**Tên mô đun: Quan hệ và chăm sóc khách hàng**

**Mã mô đun: MĐ 16**

**Thời gian thực hiện mô đun:** 60 giờ; (Lý thuyết: 30 giờ; Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập: 25 giờ; Kiểm tra, thi: 5 giờ).

### I. Vị trí, tính chất của mô đun:

- Vị trí: học kỳ 1 hoặc 2 năm thứ hai; được học trước các môn cơ sở khác của nghề.
- Tính chất: mô đun quan hệ và chăm sóc khách hàng là mô đun chuyên ngành thuộc lĩnh vực tiếp thị du lịch, là mô đun chuyên sâu giúp người học tiếp thu và thực hiện được kỹ năng nghề nghiệp.

### II. Mục tiêu mô đun:

- Về kiến thức: Cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về quản trị quan hệ khách hàng như: hiểu rõ tầm quan trọng của việc xây dựng mối quan hệ và chăm sóc khách hàng, nhận thức và phân biệt được các chiến lược quản trị quan hệ khách hàng, vận dụng được qui trình xây dựng mối quan hệ và chăm sóc khách hàng, vận dụng được cách giải quyết xung đột và có biện pháp điều chỉnh trong mối quan hệ với khách hàng.

- Về kỹ năng:
  - + Rèn luyện kỹ năng phân tích, đánh giá và xây dựng mô hình tổ chức dữ liệu khách hàng;
  - + Xây dựng chiến lược quan hệ khách hàng, đánh giá và điều chỉnh hoạt động quản trị quan hệ khách hàng;
  - + Xây dựng và phát triển kỹ năng chăm sóc khách hàng;
  - + Xây dựng kế hoạch duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng;
  - + Nhận định và kịp thời giải quyết xung đột phát sinh trong quan hệ với khách hàng;
- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:
  - + Làm việc độc lập chiếm tỷ lệ cao và làm theo nhóm chiếm tỷ lệ thấp, hình thành quan điểm lấy khách hàng làm trọng tâm trong kinh doanh.
  - + Thực hiện các bước quan hệ và chăm sóc khách hàng.
  - + Đánh giá kết quả thực hiện và rút ra bài học kinh nghiệm cho những lần quản trị khách hàng tiếp theo.

### III. Nội dung môn học:

1. Nội dung tổng quát và phân bổ thời gian:

	Tên chương, mục	Thời gian (giờ)
--	-----------------	-----------------

Số TT		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập	Kiểm tra/thi
1	Bài mở đầu	1	1		
2	Chương 1: Tổng quan về quan hệ và chăm sóc khách hàng	8	5	3	
3	Chương 2: Xây dựng cơ sở dữ liệu của khách hàng	11	6	4	1
4	Chương 3: Dịch vụ khách hàng trong quản trị quan hệ khách hàng	12	6	5	1
5	Chương 4: Chiến lược quan hệ và chăm sóc khách hàng	14	6	7	1
6	Chương 5: Tạo ra sự hài lòng của khách hàng và quản trị xung đột	13	6	6	1
7	Thi/kiểm tra kết thúc môn học	1			1
<b>Cộng</b>		<b>60</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>5</b>

## 2. Nội dung chi tiết:

**Bài mở đầu:** Giới thiệu về mô đun

Thời gian: 01 giờ

**Chương 1: Tổng quan về quan hệ và chăm sóc khách hàng**

Thời gian: 02 giờ

### 1. Mục tiêu:

- Hiểu và trình bày được nội dung quản trị khách hàng.
- Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến việc tạo mối quan hệ và chăm sóc khách hàng.
- Thực hiện được các bài tập tình huống.
- Nghiêm túc, chủ động, tích cực trong quá trình nghiên cứu, học tập.

### 2. Nội dung chương:

#### 1.1. Tổng quan về quản trị quan hệ khách hàng (CRM)

##### 1.1.1. Khái niệm

##### 1.1.2. Vai trò

##### 1.1.3. Nội dung

1.1.4. Các bước xây dựng và thực hiện hoạt động CRM

1.2. Đặc điểm và phạm vi của quản trị quan hệ khách hàng

1.2.1. Đặc điểm

1.2.2. Phạm vi

1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc tạo mối quan hệ và chăm sóc khách hàng

1.3.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc tạo mối quan hệ với khách hàng

1.3.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc chăm sóc khách hàng

3. Thực hành: Xác định những yếu tố ảnh hưởng việc xây dựng mối quan hệ và chăm sóc khách hàng.

## **Chương 2: Xây dựng cơ sở dữ liệu của khách hàng**

Thời gian: 09 giờ

1. Mục tiêu:

- Hiểu được tầm quan trọng cơ sở dữ liệu của khách hàng.
- Xác định được những dữ liệu, thông tin của khách hàng cần lưu trữ.
- Lựa chọn công cụ thu thập thông tin khách hàng.
- Ghi nhớ vấn đề đạo đức trong việc sử dụng dữ liệu, thông tin khách hàng.
- Thực hiện được các bài tập tình huống và lập được cơ sở dữ liệu để lưu trữ.
- Tích cực, chủ động trong quá trình học tập, nghiên cứu.

2. Nội dung chương:

2.1. Thông tin và dữ liệu của khách hàng

2.1.1. Tầm quan trọng của thông tin và dữ liệu của khách hàng

2.1.2. Các thông tin và dữ liệu cần thu thập

2.1.3. Giải mã thông tin của khách hàng

2.2. Công cụ thu thập thông tin khách hàng

2.2.1. Nguồn thông tin và dữ liệu

2.2.2. Đánh giá độ tin cậy của thông tin

2.2.3. Các công cụ thu thập thông tin hữu hiệu

2.3. Quản trị thông tin khách hàng

2.3.1. Mã hóa thông tin của khách hàng

2.3.2. Nhập thông tin khách hàng

2.3.3. Thống kê thông tin của khách hàng

2.3.4. Theo dõi thông tin để chăm sóc khách hàng

2.4. Pháp lý và đạo đức khi sử dụng thông tin khách hàng

2.4.1. Vấn đề pháp lý

2.4.2. Các quy tắc đạo đức

3. Thực hành: Các nhóm thu thập thông tin và lập cơ sở dữ liệu.

4. Kiểm tra

**Chương 3: Dịch vụ khách hàng trong quản trị quan hệ khách hàng** Thời gian: 12 giờ

1. Mục tiêu:

- Hiểu và trình bày được vai trò của dịch vụ khách hàng.
- Phân biệt các cấp độ của dịch vụ khách hàng.
- Lựa chọn được hình thức dịch vụ khách hàng.
- Xác định những “cạm bẫy” của hồ sơ dịch vụ khách hàng.
- Thực hiện được các bài tập tình huống dịch vụ khách hàng.
- Nghiêm túc, chủ động, tích cực trong quá trình học tập, nghiên cứu

2. Nội dung:

3.1. Bản chất và vai trò của dịch vụ khách hàng

3.1.1. Bản chất của dịch vụ khách hàng

3.1.2. Vai trò của dịch vụ khách hàng

3.2. Các cấp độ của dịch vụ khách hàng

3.2.1. Khách hàng tham quan

3.2.2. Khách hàng mua hàng lần đầu

3.2.3. Khách hàng mua hàng lặp lại

3.2.3. Khách hàng trung thành

3.3. Lựa chọn hình thức dịch vụ khách hàng

3.3.1. Hồ sơ Pyramid

3.3.2. Hồ sơ Hourglass

3.3.3. Hồ sơ Hexagon

3.4. Cạm bẫy của hồ sơ dịch vụ khách hàng

3.4.1. Tập trung vào phần đỉnh

3.4.2. Tập trung vào cửa trước

3. Thực hành: Các nhóm tổ chức lựa chọn hình thức dịch vụ khách hàng cho phù hợp

4. Kiểm tra

#### **Chương 4: Chiến lược quan hệ và chăm sóc khách hàng**

Thời gian: 14 giờ

1. Mục tiêu:

- Xác định được cơ sở xây dựng chiến lược quan hệ và chăm sóc khách hàng.
- Lựa chọn được chiến lược quan hệ và chăm sóc khách hàng phù hợp.
- Vận dụng xây dựng kế hoạch quan hệ và chăm sóc khách hàng.
- Thực hiện được các bài tập tình huống về chiến lược quan hệ và chăm sóc khách hàng.
- Chủ động, tích cực trong quá trình học tập và nghiên cứu môn học.

2. Nội dung chương:

4.1. Cơ sở xây dựng chiến lược quan hệ và chăm sóc khách hàng

4.1.1. Phân tích chiến lược kinh doanh

4.1.2. Phân tích chiến lược khách hàng

4.1.3. Phân tích ngành và môi trường cạnh tranh

4.2. Phát triển chiến lược quản trị quan hệ khách hàng

4.2.1. Chiến lược lấy sản phẩm làm trọng tâm

4.2.2. Chiến lược quản lý dịch vụ và hỗ trợ

4.2.3. Chiến lược lấy khách hàng làm trọng tâm

4.2.4. CRM cá nhân hóa

4.3. Xây dựng chiến lược CRM

4.3.1. Lựa chọn người tham gia

4.3.2. Chuẩn bị cho cuộc họp đầu tiên

4.3.3. Họp xây dựng chiến lược CRM

4.3.4. Xác định các chiến lược tiềm năng

4.3.5. Lựa chọn chiến lược CRM

3. Thực hành: Xây dựng chiến lược quan hệ và chăm sóc khách hàng

4. Kiểm tra:

#### **Chương 5: Tạo ra sự hài lòng của khách hàng và quản trị xung đột**

Thời gian: 13 giờ

1. Mục tiêu:

- Hiểu và trình bày được các nội dung cơ bản chăm sóc khách hàng.

- Xây dựng được chương trình cơ bản chăm sóc khách hàng.
- Vận dụng giải quyết xung đột và cải thiện mối quan hệ với khách hàng.
- Thực hiện được các bài tập tình huống xử lý xung đột.
- Nghiêm túc, tích cực, chủ động trong việc học tập, nghiên cứu

## 2. Nội dung:

### 5.1. Tổ chức hoạt động chăm sóc khách hàng

#### 5.1.1. Khái niệm chăm sóc khách hàng

#### 5.1.2. Vai trò của công tác chăm sóc khách hàng

#### 5.1.3. Các nguyên tắc thiết kế chương trình chăm sóc khách hàng

#### 5.1.4. Các phương thức chăm sóc khách hàng

#### 5.1.5. Tổ chức bộ phận chăm sóc khách hàng trong doanh nghiệp

### 5.2. Quản lý các xung đột với khách hàng

#### 5.2.1. Khái niệm và đặc trưng của xung đột

#### 5.2.2. Quản trị xung đột

#### 5.2.3. Các phương pháp giải quyết xung đột

### 5.3. Xây dựng văn hóa dịch vụ khách hàng

#### 5.3.1. Đào tạo nhân viên về CRM

#### 5.3.2. Cung cấp dịch vụ khách hàng hiệu quả

#### 5.3.3. Trả lời câu hỏi khách hàng là ai?

### 5.4. Điều chỉnh chiến lược CRM

## 3. Thực hành: Các nhóm tổ chức hoạt động chăm sóc khách hàng

## 4. Kiểm tra

### **Thi kết thúc môn học:**

Thời gian: 1 giờ

### **IV. Điều kiện thực hiện môn học:**

1. Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: phòng học thực hành đáp ứng không quá 20 sinh viên.
2. Trang thiết bị máy móc: máy tính, máy chiếu.
3. Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: bảng biểu, sơ đồ, hàng hóa, màn hình, micro, âm thanh, các mẫu biểu để thu thập thông tin khách hàng.
4. Các điều kiện khác: phòng thoát mát, đủ ánh sáng, quạt gió, vệ sinh sạch sẽ

### **V. Nội dung và phương pháp, đánh giá:**

## 1. Nội dung:

### - Kiến thức:

Người học vận dụng những kiến thức cơ bản về quản trị quan hệ khách hàng như: hiểu rõ tầm quan trọng của việc xây dựng mối quan hệ và chăm sóc khách hàng, nhận thức và phân biệt được các chiến lược quản trị quan hệ khách hàng, vận dụng được qui trình xây dựng mối quan hệ và chăm sóc khách hàng, vận dụng được cách giải quyết xung đột và có biện pháp điều chỉnh trong mối quan hệ với khách hàng.

### - Kỹ năng:

+ Rèn luyện kỹ năng phân tích, đánh giá và xây dựng mô hình tổ chức dữ liệu khách hàng;

+ Xây dựng chiến lược quan hệ khách hàng, đánh giá và điều chỉnh hoạt động quản trị quan hệ khách hàng;

+ Xây dựng và phát triển kỹ năng chăm sóc khách hàng;

+ Xây dựng kế hoạch duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng;

+ Nhận định và kịp thời giải quyết xung đột phát sinh trong quan hệ với khách hàng;

### - Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

+ Có ý thức học tập theo phương pháp biết suy luận, kết hợp lý luận với thực tiễn

+ Chủ động, tích cực trong việc học tập, nghiên cứu môn học; tiếp cận và giải quyết các vấn đề kinh tế hiện đại phù hợp với xu thế phát triển hiện nay.

## 2. Phương pháp:

Bài thi kết thúc môn được đánh giá theo thang điểm 10

Thời gian làm bài thi: 60 phút

Hình thức thi: tự luận

Sinh viên được sử dụng tài liệu

Bài thi được kết cấu tối thiểu 3 câu. Bao gồm trong các nội dung:

+ Các bước xây dựng và thực hiện hoạt động CRM;

+ Các yếu tố ảnh hưởng đến việc tạo mối quan hệ và chăm sóc khách hàng;

+ Dịch vụ khách hàng trong quản trị quan hệ khách hàng;

+ Chiến lược quan hệ và chăm sóc khách hàng;

+ Điều chỉnh chiến lược CRM;

## VI. Hướng dẫn thực hiện môn học:

1. Phạm vi áp dụng môn học: Chương trình môn học được sử dụng để giảng dạy cho trình độ Cao đẳng nghề. Tổng thời gian thực hiện môn học là 60 giờ.

2. Hướng dẫn về phương pháp giảng dạy, học tập môn học:

- Đối với giáo viên, giảng viên: Chương trình nhấn mạnh nội dung thực tế khá nhiều. Để giảng dạy được chương trình ngoài các kiến thức cơ bản trong nội dung 5 chương, giảng viên phải có kiến thức thực tế. Giảng viên cần tham khảo thêm nhiều tài liệu trên Internet đặc biệt là các hoạt động dịch vụ khách hàng trong các doanh nghiệp du lịch, khách sạn. Phương pháp giảng dạy: Kết hợp nhiều phương pháp giảng dạy. Phương pháp chính là thảo luận trên nền tảng việc giao cho sinh viên về nghiên cứu thực tế tại các doanh nghiệp du lịch, khách sạn trong quá trình học tập.

- Đối với người học: Nghiên cứu kỹ chương trình học phần chi tiết, chuẩn bị các nội dung trước khi đến lớp theo yêu cầu của giảng viên, tham gia thảo luận:

- + Phải có tài liệu trước khi đến lớp
- + Nghiên cứu giáo trình trước khi lên lớp
- + Chuẩn bị tốt các nội dung giáo viên giao việc về nhà
- + Có ý thức liên hệ những kiến thức đã học vào thực tiễn
- + Đọc tài liệu do giáo viên hướng dẫn
- + Khảo sát thực tế.

3. Những trọng tâm cần chú ý:

Sau mỗi chương giáo viên cần tóm lại nội dung của chương và giao thêm bài tập về nhà cho SV; khi tiến hành giảng dạy chương mới cần nhắc lại nội dung chương đã học để tạo tính liên tục.

4. Tài liệu tham khảo:

❶ Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). Giáo trình Quản trị quan hệ khách hàng. Hà Nội: NXB Phụ nữ.

❷ Nguyễn Hồng Giang (2019), *Bài giảng giới thiệu chung về dịch vụ*, tài liệu nội bộ.

5. Ghi chú và giải thích (nếu có):

**TRƯỞNG KHOA**

**GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN**

Nguyễn Hồng Giang