

“Khách hàng là người trả lương cho chúng ta”, là nhân tố mà bất cứ ngân hàng nào cũng muốn tăng cường ảnh hưởng qua đó thu hút và tăng thị phần của mình trên thị trường. Bên cạnh một loạt các chiến lược phát triển hướng tới khách hàng như đa dạng hóa về sản phẩm, dịch vụ, lãi suất ưu đãi, khuyến mãi... thì việc làm hài lòng khách hàng qua các kỹ năng giao tiếp cũng được các ngân hàng rất coi trọng. Trong phạm vi bài viết này, tôi muốn trao đổi cùng các đồng nghiệp một kinh nghiệm trong lĩnh vực này, hy vọng sẽ giúp các bạn trong công việc giao tiếp với khách hàng của mình.



Kinh nghiệm trong giao tiếp với khách hàng

Phạm Thị Trường Vy

Phán đoán tâm lý

Khi lần đầu tiên gặp một người, chúng ta đều có một cảm giác riêng đối với người đó cho dù là cảm nhận mờ nhạt hay sắc nét. Do vậy, việc xác định đúng

tâm lý của khách hàng không phải là khó. Chúng ta có thể gặp bốn mẫu khách hàng phổ biến sau: nhóm khách hàng thông thái; nhóm khách hàng hiểu biết; nhóm khách hàng hiểu

thắng; nhóm khách hàng thụ động.

Trong bốn nhóm khách hàng kể trên, khi làm việc với nhóm khách hàng hiểu biết bạn sẽ cảm thấy dễ chịu vì họ là những



người hiểu rõ công việc của bạn cần phải làm, thời gian cần thiết để hoàn thành giao dịch. Họ cũng nắm rõ những quy định của luật pháp và của ngành Ngân hàng. Bạn không mất thời gian để hướng dẫn họ điền vào các mẫu giấy tờ của ngân hàng vì họ tự làm rất tốt, cho dù đó là lần đầu tiên họ nhìn thấy loại giấy tờ đó. Họ có khả năng suy diễn logic để hiểu rằng tại sao yêu cầu của họ lại bị ngân hàng từ chối. Và một khi họ yêu cầu thì bạn hãy xem xét lại mọi khía cạnh để chắc chắn rằng bạn không bỏ qua một điều gì. Trong trường hợp bạn phát hiện ra bạn đã sai sót, thì việc đầu tiên bạn nên làm là xin lỗi khách hàng một cách thẳng thắn và nhanh chóng thực hiện giao dịch.

Bạn sẽ không gặp dễ dàng nếu khách hàng của bạn thuộc loại thông thái hoặc hiểu thấu. Đây là những người luôn cho rằng họ biết tất cả mọi thứ trên đời và họ có quyền đòi hỏi những thứ gì họ cho là đúng, mặc cho bạn tốn công giải thích rằng “theo quy định số... ngày... của...” thì bạn không thể đáp ứng được yêu cầu của họ. Họ rất dễ ở trạng thái bị kích động và sẵn sàng nổi xung khi bị nhân viên ngân hàng từ chối yêu cầu. Với hai mẫu người này, bạn hãy đánh giá cao sự hiểu biết của họ, ôn tồn và bình tĩnh, tránh để thái độ tức giận của họ cũng như từ ngữ thô thiển, thậm chí tục tĩu của họ ảnh hưởng tới thái độ và ngôn từ của bạn. Sự lịch thiệp, nghiêm túc của bạn sẽ khiến cho

cơn giận của họ không được tiếp thêm nhiên liệu, thậm chí có thể cách ly họ khỏi những khách hàng xung quanh (nếu có điều kiện) để không ảnh hưởng đến công việc của phòng và tránh sự trò mò của khách hàng khác. Sự khác biệt giữa nhóm khách hàng thông thái và nhóm hiểu thấu đó là sự chấp nhận cuối cùng. Trong khi nhóm khách hàng thông thái chấp nhận sự từ chối của ngân hàng vì một số quy định ràng buộc mà họ không đáp ứng được, hoặc do sai sót từ phía họ thì nhóm khách hàng hiểu thấu lại không dễ dàng đồng ý. Vì vậy, nếu bạn không thận trọng trong lời nói và cách cư xử với họ thì rất có thể bạn sẽ gặp rắc rối vì họ không chỉ làm âm ĩ khi đó mà họ sẽ tiếp tục gọi điện thoại hoặc gửi thư cho cấp trên của bạn để phàn nàn. Và hậu quả sẽ rắc rối hơn bạn tưởng rất nhiều.

Đối với khách hàng thuộc nhóm thụ động thì khi tiếp xúc với họ bạn nên dành nhiều thời gian để lắng nghe xem yêu cầu của họ là gì, bạn cũng nên hỏi lại để đảm bảo bạn đã hiểu chính xác ý muốn của khách hàng. Bạn phải hướng dẫn họ cụ thể và trong suốt quá trình họ điền các thông tin vào mẫu ấn chỉ thì bạn cũng lưu ý vì rất có thể khách hàng của bạn sẽ điền sai và bạn lại phải hướng dẫn họ làm lại từ đầu. Không nên sử dụng các thuật ngữ chuyên ngành vì họ sẽ hoàn toàn không hiểu mà sự uyên bác của bạn chỉ khiến họ thêm rối trí. Những người nằm trong danh sách khách hàng thụ

động thường là những người có hiểu biết rất hạn chế về lĩnh vực kinh tế, ít khi giao dịch với ngân hàng họ có thể là bác sĩ, giáo viên, công nhân, tiểu thương, ... sự quan tâm của bạn đối với họ khiến họ cảm thấy an toàn và nếu bạn cần lấy danh sách những khách hàng trung thành thì họ là những ứng viên đầu tiên đấy.

Biết lắng nghe

Đây là một kỹ năng không thể thiếu được trong cuộc sống và nghề nghiệp của mỗi người, nhưng không phải ai cũng coi kỹ năng này quan trọng và cần thiết. Biết lắng nghe khách hàng là một trong những bí quyết của những người thành đạt. Để thu được thông tin từ khách hàng thì chúng ta cần tập trung khi khách hàng nói. Không ngắt lời khách hàng bằng những gợi ý chủ quan của mình để tránh những hiểu lầm về ngôn ngữ có thể xảy ra trong quá trình trao đổi thông tin giữa khách hàng và nhân viên. Hãy để cho khách hàng diễn đạt ý muốn theo cách của họ và chỉ hỏi lại những điểm mà bạn chưa rõ sau khi khách hàng đã diễn đạt xong. Nếu khách hàng có nhiều yêu cầu thì bạn nên chia nhỏ, phân loại và nhóm các giao dịch có cùng tính chất lại với nhau. Sau khi đã hiểu được nhu cầu của khách bạn cần phải có bước kiểm tra xem liệu bạn đã hiểu đúng ý của khách hàng chưa bằng các câu hỏi có tính xác định, ví dụ : có phải chị muốn chuyển tiền 50 triệu đồng từ sổ tiết kiệm này sang tài

khoản số 1043 và chi muốn lĩnh 2,300 USD tiền mặt, mở số mới 5,000USD, phần còn lại chi muốn lĩnh tiền đồng phải không?

Phản hồi thông tin

Đây cũng là một kỹ năng cần thiết để bạn có thể thiết lập mối quan hệ tốt với khách hàng. Kỹ năng phản hồi thông tin đòi hỏi phải có sự hợp tác từ hai phía thì mới tạo được hiệu quả tốt nhất nhưng khi đối tác của bạn không sẵn sàng có thiện chí họ đã thực sự tức giận, mất bình tĩnh, thậm chí lạnh mạt. Nếu bạn gặp trường hợp đó thì bạn xử trí như thế nào?

Khi nói chuyện với khách hàng thì bạn nên sử dụng những từ ngữ dễ hiểu, ngắn gọn, tránh dùng các từ chuyên ngành nếu khách hàng của bạn không cùng nghề của bạn. Khi xảy ra bất đồng, hoặc hiểu lầm của bạn và khách hàng thì bạn hãy tự nhủ thì bạn phải bình tĩnh, cố gắng không để cho trạng thái, không ngữ của khách áp đặt lên cuộc trò chuyện, tránh cuốn mình những xung đột không cần thiết với khách, hãy để cho khách hàng được xả hết sự giận dữ của họ. Bạn chỉ bắt đầu sự giải thích của mình sau khi khách hàng kết thúc chuỗi thịnh nộ của họ và trong suốt thời gian khách hàng “độc diễn” bạn hãy tỏ thái độ tôn trọng họ, hãy để họ hiểu rằng bạn đang chăm chú lắng nghe họ nhưng bạn cũng phải hình dung ra bạn cần phải trả lời họ những gì. Nếu những câu trả lời của bạn liên quan đến các

qui định văn bản thì bạn phải nắm rõ qui định đó và sẵn sàng đưa họ tham khảo.

Kỹ năng giao tiếp qua điện thoại

Đây có lẽ là kỹ năng ít được chú trọng nhất nhưng ấn tượng của nó lại ảnh hưởng rất lớn đến hình ảnh của một ngân hàng. Người ta có thể đoán biết được văn hóa của một ngân hàng qua những cuộc giao tiếp ngắn ngủi trên điện thoại. Một câu xã giao giọng nói ấm áp, từ tốn, thông tin chính xác và niềm nở của nhân viên ngân hàng sẽ được khách hàng đánh giá cao. Việc xưng danh khi có cuộc điện thoại gọi đến văn phòng là điều bắt buộc ở các doanh nghiệp nước ngoài nhưng không hẳn đã trở thành thói quen giao tiếp qua điện thoại của một số doanh nghiệp Việt nam. Sự am hiểu về bộ máy tổ chức của ngân hàng và nghiệp vụ của các phòng cũng là một yếu tố bắt buộc để nhân viên ngân hàng có thể hiểu rõ yêu cầu của khách hàng và có chỉ dẫn chính xác cho khách. Trường hợp một khách hàng phải gọi điện thoại đi nhiều phòng ban mới tìm đúng địa chỉ cần thiết không phải ít gặp trong văn hóa giao tiếp qua điện thoại thường ngày.

Kỹ năng xây dựng quan hệ khách hàng

Dựa vào tâm lý khách hàng, kết hợp với các thông tin nhận được từ khách, xử lý thông tin, đáp ứng nhu cầu hoặc có thể từ chối nhưng luôn làm khách thỏa mãn với thông tin họ được phản

hồi đó là trách nhiệm của bạn.

Hãy chú trọng tới ngoại hình của mình như trang phục, đầu tóc, móng tay,... hãy cố giấu sự mệt mỏi (nếu có) của mình khi bạn tiếp khách sự tự tin của một nhân viên ngân hàng luôn được khách hàng đánh giá cao và khi khách hàng tin tưởng vào ngân hàng, một phần chính là nhờ công sức của bạn đấy.

Bạn hãy luôn quan tâm đến giọng nói của mình để có sự điều tiết âm vực phù hợp, lịch sự. Bạn hãy biểu đạt để làm sao cho sự hướng dẫn của mình thật dễ hiểu và ngắn gọn đối với khách hàng, thể hiện được sự tận tình của người cung cấp dịch vụ. Hãy mỉm cười với khách khi bạn nhìn thấy họ, một nụ cười thân thiện là sự xác lập mối quan hệ dễ chịu giữa người mua dịch vụ và người cung cấp dịch vụ.

Luôn quan tâm tới những góp ý của khách hàng, vì đó là những lời tư vấn không mất tiền mua. Sự đổi mới và nâng cao chất lượng dịch vụ của chúng ta đều có thể thực hiện từ những ý kiến nhỏ của khách hàng. Hãy coi họ luôn luôn đúng và họ là những nhà tư vấn miễn phí cho chúng ta thì chúng ta sẽ gặt được nhiều ý tưởng mới.

Không cười đùa, ăn uống và nói các câu chuyện có tính chất thô tục, nhạy cảm như vấn đề giới tính khi đang làm việc trước sự quan sát của khách hàng từ ngoài quầy. Đôi khi sự hồn nhiên quá mức của chúng ta sẽ làm khách hàng cảm thấy khó chịu. Những lúc lỗi mạng ta không



Sản phẩm tiền gửi

Mỗi ngân hàng Một cách lựa chọn

Diễm Trinh

C hưa bao giờ trên thị trường tiền gửi lại xuất hiện nhiều sản phẩm như hiện nay. Dạo qua các ngân hàng, ta thấy mức lãi suất của các ngân hàng hầu như không có sự chênh lệch (xem bảng lãi suất ở trang 64). Tuy nhiên, sự khác biệt nằm ở sản phẩm đi kèm như: (i) Techcombank, ACB, Tienphong Bank với dịch vụ Tiết kiệm online, theo đó khách hàng có thể chuyển tiền từ tài khoản cá nhân của mình sang tài khoản tiết kiệm online vào bất kỳ thời điểm nào qua hệ thống Internet; (ii) Sacombank, ACB với sản phẩm “Tiền gửi tiết kiệm – bảo hiểm” liên kết với công ty bảo hiểm Prévoir Việt Nam; (iii) Nhiều ngân hàng với các chương trình khuyến mãi tặng quà, tặng tiền, tặng lãi suất, cào trúng thưởng, quay số trúng thưởng, hay ưu tiên cho khách hàng thân thiết. Để tạo điều kiện để quý khách hàng dễ dàng quyết định gửi tiền ở đâu, chúng tôi giới thiệu một số chương trình:

thể cập nhật vào hệ thống, các giao dịch với khách hàng ngừng trệ thì chúng ta không nên tranh thủ để chuyện trò, tán gẫu với nhau. Khách hàng rất nhanh sốt ruột vì phải chờ đợi và sự vô tư của chúng ta sẽ khiến họ cảm thấy phiền lòng.

Những điều tưởng chừng như rất nhỏ lại là những điều bạn dễ bỏ qua nhất và bạn không thể ngờ rằng đó là nguyên nhân xảy ra xung đột giữa khách hàng và giao dịch viên. Chẳng hạn, “mỉm cười với khách hàng” không phải là một khẩu hiệu mới mẻ gì nhưng không phải lúc nào chúng

ta cũng sẵn sàng thực hiện, hoặc “xin lỗi chị chờ tôi một lát”, hay “cháu xin mời bác ra ghế đá ngồi chờ 15 phút”, cùng nhiều câu nói đơn giản khác mà ta sẵn sàng nói khi gặp người quen nhưng không phải là câu giao tiếp thường trực đối với khách hàng của một số giao dịch viên ngân hàng. Thậm chí, khi thực hiện giao dịch xong cho khách, không phải lúc nào chúng ta cũng thông báo để khách hàng biết, nhiều khi khách hàng cứ đứng đợi rất lâu cho đến khi họ thắc mắc. Trong trường hợp có thể xảy ra xung đột thì “hoãn binh” là

phương thức có hiệu quả hơn hẳn. Bạn có thể giải thích cho khách hàng là bạn cần phải báo cáo với cấp trên. Hãy chứng tỏ bạn thật sự thông cảm với khách và bạn sẽ trả lời họ ngay sau khi cấp trên của bạn có quyết định cuối cùng. Việc báo cáo và xin chỉ đạo từ cấp trên sẽ là cần thiết và nếu cấp trên của bạn đồng ý có một sự ngoại lệ thì kết quả đó sẽ khiến cho mối quan hệ giữa khách hàng và ngân hàng trở nên tốt đẹp hơn. Thời gian chờ đợi hợp lý sẽ là liều thuốc tốt nhất nếu bạn vẫn phải trả lời không với khách hàng ■