

MỘT SỐ NGUYÊN TẮC GIAO TIẾP CỦA CÁN BỘ GIAO DỊCH TRONG KINH DOANH NGÂN HÀNG

Phạm Thị Tuyết
Học viện Ngân hàng.

Trong giao tiếp, con người muốn đạt kết quả thì ngoài việc hiểu mục đích, nội dung, cấu trúc, phương tiện... giao tiếp, mỗi cá nhân rất cần nắm được nguyên tắc giao tiếp cơ bản trong hoạt động cụ thể.

Tác giả Vũ Dũng cho rằng: “Nguyên tắc giao tiếp là những yêu cầu mang tính chỉ đạo, định hướng cho hành vi, ứng xử, thái độ trong quá trình trao đổi, tiếp xúc của các chủ thể giao tiếp nhằm đảm bảo hiệu quả của quá trình giao tiếp đó” [3. Tr 71].

Khi bàn về vấn đề này, các tác giả Hoàng Anh, Nguyễn Thanh Bình, Vũ Kim Thanh cho rằng: “Nguyên tắc giao tiếp là hệ thống những quan điểm chỉ đạo, định hướng thái độ và hành vi ứng xử, đồng thời chỉ đạo việc lựa chọn các phương pháp, phương tiện giao tiếp của cá nhân” [1.Tr 43].

Như vậy, về cơ bản, các tác giả đều thống nhất cho rằng nguyên tắc giao tiếp có ý nghĩa vô cùng quan trọng trong hoạt động giao tiếp của con người và nó mang tính hệ thống, tính định hướng và tính ổn định tương đối... chỉ đạo hành vi, ứng xử, điều chỉnh thái độ cũng như các phản ứng của cá nhân trong giao tiếp. Theo các tác giả, để giao tiếp đạt hiệu quả, con người cần nắm được những nguyên tắc cơ bản sau:

- Nguyên tắc tôn trọng đối tượng giao tiếp
- Nguyên tắc có thiện chí (thiện ý) trong giao tiếp
- Nguyên tắc biết lắng nghe và biết cách nói
- Nguyên tắc tìm điểm tương đồng, mối quan tâm chung để hợp tác
- Nguyên tắc kiên nhẫn và biết chờ đợi

- Nguyên tắc đồng cảm, biết chấp nhận nhau, chấp nhận hoàn cảnh của nhau

- Nguyên tắc sống phải biết điều.

Trên đây là những nguyên tắc giao tiếp cơ bản trong hoạt động giao tiếp chung diễn ra trong mối quan hệ xã hội của con người. Vậy giao tiếp trực tiếp trong hoạt động kinh doanh Ngân hàng giữa cán bộ giao dịch với khách hàng cần đảm bảo những nguyên tắc gì để xác định đúng và thực hiện tốt mục đích giao tiếp.

Trước hết, chúng ta cần tìm hiểu hoạt động kinh doanh của Ngân hàng có những khác biệt gì so với hoạt động của các tổ chức kinh doanh khác? Theo chúng tôi, hoạt động kinh doanh của Ngân hàng mang nét đặc trưng và thể hiện trên các mặt sau:

Thứ nhất, tiền vừa là phương tiện, vừa là sản phẩm của kinh doanh Ngân hàng. Đây là loại sản phẩm rất đặc biệt được quản lý chặt chẽ của ngành Ngân hàng có sự điều tiết và giám sát của Nhà nước mà không phải bất cứ tổ chức hoặc cá nhân nào cũng được phép sản xuất và kinh doanh loại hàng hoá, dịch vụ này.

Thứ hai, Ngân hàng không trực tiếp tham gia vào sản xuất và lưu thông hàng hoá như các doanh nghiệp khác, nhưng góp phần quan trọng trong sự phát triển nền kinh tế xã hội qua các chức năng: trung gian tín dụng, trung gian thanh toán và làm dịch vụ tài chính cũng như các dịch vụ khác cho khách hàng. Ở mỗi chức năng khác nhau, bên cạnh việc nắm vững nghiệp vụ chuyên môn, cán bộ giao dịch Ngân hàng rất cần phải có kỹ năng giao tiếp tốt để tiếp xúc với khách hàng, giải đáp thắc mắc của khách hàng bằng những từ ngữ trong sáng, dễ hiểu, với thái độ thân thiện, gần gũi, chia sẻ...

Thứ ba, hoạt động kinh doanh Ngân hàng khác với các doanh nghiệp ở chỗ kinh doanh chủ yếu bằng vốn của khách hàng đến gửi tiền và những cá nhân, tổ chức trong và ngoài nước cho vay tiền... Ngân hàng không được quyền sở hữu mà chỉ có quyền sử dụng vốn này để làm trung gian kinh doanh tiền căn cứ vào những điều kiện, những quy định của luật tổ chức tín dụng cũng như các văn bản quy phạm pháp luật khác có liên quan cho phép Ngân hàng được làm...

Thứ tư, mối liên hệ giữa Ngân hàng với thị trường là một dạng đặc biệt, bởi khách hàng vừa là người cung ứng nguyên liệu ban đầu, vừa là người tiêu dùng nguyên liệu đó. Đây là nét khác biệt cơ bản nhất so với các tổ chức kinh doanh khác đòi hỏi Ngân hàng cần nắm bắt được tâm lý khách hàng và đưa ra những dịch vụ tiện ích phục vụ nhu cầu khách hàng, tạo niềm tin cho khách hàng khi họ sử dụng dịch vụ của Ngân hàng trong nước.

Thứ năm, sản phẩm của Ngân hàng có hình thức phi vật chất biểu hiện qua thời gian nên giá cả của sản phẩm cũng phụ thuộc vào thời gian cũng như sự biến động của môi trường.

Thứ sáu, hoạt động kinh doanh Ngân hàng là một lĩnh vực kinh doanh có nhiều rủi ro không thể lường trước do đặc điểm hoạt động của nó tạo nên như: rủi ro tín dụng, thừa vốn... Những rủi ro trong kinh doanh Ngân hàng có thể sẽ mang lại những hậu quả nặng nề làm ảnh hưởng đến nền kinh tế xã hội và gây tâm lý hoang mang cho khách hàng.

Thứ bảy, hệ thống Ngân hàng hoạt động trong môi trường pháp luật được quy định chặt chẽ bởi giới hạn hoạt động của từng Ngân hàng như: quy định khung giá của sản phẩm, ưu tiên hay hạn chế đối với một số lĩnh vực, các tỷ lệ an toàn...

Với những đặc thù trong kinh doanh Ngân hàng như trên, điều quan trọng hơn cả là các Ngân hàng trong nước làm thế nào để huy động được nguồn vốn từ khách hàng và thuyết phục khách hàng sử dụng chính nguồn vốn đó? Trả lời cho câu hỏi này tất cả phụ thuộc ở mối quan hệ giữa khách hàng và đội ngũ cán bộ giao dịch. Ngân hàng. Nếu Ngân hàng có dịch vụ phong phú, chất lượng tốt nhưng cán bộ giao dịch yếu về chuyên môn, về kỹ năng giao tiếp, phong cách phục vụ kém... sẽ không tạo được ấn tượng tốt với khách hàng và chắc chắn sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh, uy tín của Ngân hàng. Chính từ sự khác biệt về sản phẩm của Ngân hàng nên giao tiếp trong kinh doanh Ngân hàng cũng có nét đặc trưng hơn các cuộc tiếp xúc thông thường. Sự khác biệt đó thể hiện ở chỗ cán bộ giao dịch Ngân hàng phải tiếp xúc thường xuyên, hàng ngày, trong một thời gian ngắn với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Sự tiếp xúc, trao đổi đó được lặp đi lặp lại nhiều lần, ngày này qua ngày khác, rất dễ tạo nên sự nhầm lẫn trong công việc. Mặt khác, nội dung giao tiếp với khách hàng rất phức tạp, phong phú và nhạy cảm. Sự phức tạp này xuất phát từ những đặc trưng cơ bản trong hoạt động kinh doanh của các Ngân hàng Thương mại bởi sản phẩm mà Ngân hàng huy động và cung cấp liên quan đến tài sản, tiền bạc, cơ nghiệp... của khách hàng. Nội dung giao tiếp phong phú là do chính sự đa dạng về sản phẩm, dịch vụ mang lại. Trong khi giao tiếp phục vụ nhu cầu của khách hàng, cùng với phong cách, cử chỉ, thái độ... trong giao tiếp, cán bộ giao dịch còn phải biết lựa chọn ngôn ngữ cho phù hợp với từng loại sản phẩm dịch vụ đó. Ngoài yêu cầu giỏi về chuyên môn, nghiệp vụ, cán bộ giao dịch Ngân hàng phải có kỹ năng giao tiếp tốt nhằm hiểu đúng, chính xác những thông tin của khách hàng trước khi đi đến quyết định cuối cùng để khách hàng thực hiện giao dịch. Một sự thiếu tập trung chú ý trong giao tiếp có thể sẽ dẫn đến những hậu quả khôn lường khi thực hiện giao dịch một dịch vụ nào đó với khách hàng. Đối tượng giao tiếp (khách hàng) rất đa dạng ở trình độ học vấn, lứa tuổi, giới tính, vị thế xã hội, tính cách, khí chất... đòi hỏi cán bộ

giao dịch cần biết làm chủ những cảm xúc bản thân, thận trọng trong cách ứng xử, đặc biệt là linh hoạt, có biện pháp ứng phó kịp thời khi gặp những tình huống bất ngờ xảy ra trong giao tiếp. Một sự khác biệt trong giao tiếp của cán bộ giao dịch Ngân hàng với các cuộc giao tiếp thông thường khác là nó mang tính bất ngờ, nhưng kết quả của các cuộc tiếp xúc đó có thể có ảnh hưởng trực tiếp tới cuộc sống của cá nhân hoặc mang lại nguồn vốn tạo nên sự phát triển cho một tổ chức kinh doanh nào đó... Những khác biệt trên là cơ sở để đề ra những nguyên tắc giao tiếp trực tiếp của cán bộ giao dịch Ngân hàng trong nền kinh tế thị trường.

Nguyên tắc giao tiếp trực tiếp của cán bộ giao dịch Ngân hàng là những yêu cầu mang tính bắt buộc, định hướng, chỉ đạo cho thái độ, hành vi, ứng xử, cách nói năng... trong quá trình tiếp xúc, trao đổi thông tin với khách hàng nhằm đạt mục tiêu đề ra.

Căn cứ vào công trình nghiên cứu của các tác giả như đã trình bày ở trên, lấy hoạt động thực tiễn giao dịch của cán bộ Ngân hàng làm cơ sở, chúng tôi trình bày một số nguyên tắc giao tiếp trong hoạt động kinh doanh của cán bộ giao dịch Ngân hàng khi tiếp xúc trực tiếp với khách hàng như sau :

1. Nguyên tắc tôn trọng khách hàng: Sự tôn trọng khách hàng thể hiện ở việc cán bộ giao dịch biết cư xử công bằng, bình đẳng với các loại khách hàng khi họ khác nhau về trình độ học vấn, địa vị xã hội, lứa tuổi, tính cách, khí chất... Tôn trọng khách hàng còn biểu hiện ở việc cán bộ giao dịch biết chăm chú lắng nghe, biết cách sử dụng ngôn ngữ dễ hiểu, trong sáng phù hợp với nội dung giao dịch, biết thể hiện tính văn hoá, trang phục gọn gàng, sạch sẽ, mặc đúng đồng phục quy định của Ngân hàng mình, đón tiếp khách hàng với thái độ tươi cười, niềm nở, nhiệt tình, thân thiện và thoải mái... Nguyên tắc này đòi hỏi cán bộ giao dịch cần xác định đúng vị trí của mình khi tiếp xúc trực tiếp với khách hàng.

2. Nguyên tắc trung thực trong giao dịch với khách hàng. Nguyên tắc này rất quan trọng, diễn ra trong suốt quá trình giao dịch trực tiếp với khách hàng nhất là khi khách hàng đồng ý sử dụng dịch vụ của Ngân hàng. Cán bộ giao dịch cần biết hướng dẫn khách hàng làm những thủ tục hành chính đúng với quy định của Ngân hàng đảm bảo quyền lợi và trách nhiệm của khách hàng khi sử dụng dịch vụ nào đó. Cán bộ giao dịch cần hướng dẫn cẩn thận, tỉ mỉ, nhiệt tình, trung thực cho khách hàng, đặc biệt phải kiên trì, không tỏ thái độ khó chịu khi họ làm chưa đúng với hướng dẫn của mình, không nên nghĩ rằng mình đã hoàn thành và có thể kết thúc quá trình giao tiếp với khách hàng tại thời điểm này. Trung thực trong giao dịch với khách hàng còn biểu hiện ở việc giới thiệu, quảng cáo dịch vụ mới của Ngân hàng với khách hàng, cũng như thẩm định đúng thực trạng hồ sơ khách hàng mà không có bất cứ đòi hỏi nào với khách hàng để mang lại lợi ích cá nhân. Đối với cán bộ kiểm ngân thì

nguyên tắc trung thực và minh bạch là vô cùng quan trọng và có ý nghĩa. Trung thực và minh bạch trong giao dịch Ngân hàng sẽ mang lại sự thành công, nâng cao uy tín và thương hiệu cho Ngân hàng.

3. *Nguyên tắc giao dịch viên góp phần tạo nên và duy trì sự khác biệt về sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng.* Nguyên tắc này nói rõ trách nhiệm của giao dịch viên Ngân hàng trong hoạt động nghề nghiệp. Việc sáng tạo ra sự khác biệt về sản phẩm, dịch vụ cũng như phong cách phục vụ khách hàng không còn là trách nhiệm của riêng cán bộ lãnh đạo Ngân hàng nữa mà là ý thức, trách nhiệm chung của nhân viên Ngân hàng. Sự khác biệt ấy không những biểu hiện về chất của dịch vụ mà còn biểu hiện ở nét văn hoá trong phục vụ khách hàng của cán bộ giao dịch từng Ngân hàng khác nhau, làm cho khách hàng thấy thoải mái, hài lòng... và nhận thấy sự khác biệt đó để lựa chọn khi sử dụng dịch vụ của Ngân hàng.

4. *Nguyên tắc biết lắng nghe tích cực.* Nguyên tắc này thể hiện ở chỗ cán bộ giao dịch khi tiếp xúc trực tiếp với khách hàng phải biết hướng về phía khách hàng, luôn nhìn vào mắt họ, biết mỉm cười đúng lúc, đúng chỗ... bày tỏ sự tập trung, chú ý, không nên ngắt lời trừ khi cần làm rõ một vấn đề nào đó. Cán bộ giao dịch biết khuyến khích khách hàng nói được những mong muốn, cảm nhận của họ về loại dịch vụ mà khách hàng đang có nhu cầu sử dụng, biết kiềm chế cảm xúc, biết sử dụng ngôn ngữ trong sáng, dễ hiểu giải thích ngắn gọn và bình tĩnh giải quyết các tình huống khi gặp phải sự thất vọng, phản ứng của khách hàng, biết lắng nghe, tiếp nhận thông tin phản hồi từ phía khách hàng để việc trao đổi và tiếp nhận thông tin mang tính hai chiều giúp cho cán bộ giao dịch nắm bắt thông tin kịp thời, tư vấn cho lãnh đạo cấp trên đưa ra những cải tiến, sáng tạo về các loại hình dịch vụ cũng như việc giảm bớt các thủ tục hành chính không cần thiết trong giao dịch Ngân hàng. Đặc biệt, qua thông tin phản hồi, cán bộ giao dịch tự điều khiển, điều chỉnh bản thân nhằm hoàn thành tốt hơn nữa nhiệm vụ của giao dịch viên trong tiến trình cạnh tranh và hội nhập.

5. *Nguyên tắc kiên nhẫn, biết chờ đợi và tìm điểm tương đồng, mối quan tâm chung để cung cấp dịch vụ, hợp tác với khách hàng.* Nguyên tắc này rất có ý nghĩa khi ngành Ngân hàng đang đứng trước sự cạnh tranh gay gắt với Ngân hàng có vốn đầu tư nước ngoài, thiết bị máy móc hiện đại, phong cách làm việc chuyên nghiệp. Thực tế cho thấy, đội ngũ giao dịch viên góp phần thực hiện mục tiêu chung của Ngân hàng. Sự hài lòng của khách hàng bắt nguồn từ chất lượng dịch vụ và kỹ năng giao tiếp tốt gây được thiện cảm, niềm tin của cán bộ giao dịch với khách hàng. Trong quá trình tiếp xúc trực tiếp, cán bộ giao dịch cần biết chờ đợi, biết chọn điểm rơi đúng, đủ và đắt để thuyết phục khách hàng sử dụng dịch vụ của Ngân hàng mình, hiểu được tâm lý, nhu cầu của khách

hàng, tư vấn cho khách hàng về lợi ích cũng như sự tiện lợi khi họ sử dụng dịch vụ Ngân hàng, nhất là khi khách hàng là các tổ chức, doanh nghiệp.

6. *Nguyên tắc gây dựng niềm tin và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng.* Việc gây dựng niềm tin, thiết lập và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng liên quan nhiều đến dịch vụ chăm sóc khách hàng, dịch vụ sau bán hàng để thiết lập một hệ thống khách hàng quen thuộc lâu dài với Ngân hàng. Cán bộ giao dịch Ngân hàng không nên cho rằng khi khách hàng thực hiện thành công giao dịch là khi đó đã hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình. Theo chúng tôi, việc gây dựng niềm tin, tạo lập mối quan hệ lâu dài với khách hàng mới chỉ là bước khởi đầu thông qua những chiến lược làm hài lòng khách hàng, các dịch vụ chăm sóc khách hàng sau bán hàng mà thôi.

Tóm lại, giao tiếp trong kinh doanh Ngân hàng vừa mang tính khoa học, vừa mang tính nghệ thuật và là mặt không thể thiếu được trong hoạt động kinh doanh Ngân hàng. Muốn giao tiếp có hiệu quả, cán bộ giao dịch cần phải nắm được các nguyên tắc cơ bản trong giao tiếp với khách hàng, hiểu được các quy luật tâm lý con người và vận dụng các nguyên tắc đó một cách linh hoạt, mềm dẻo. Việc hiểu và xác định đúng đắn nguyên tắc giao tiếp của cán bộ giao dịch khi tiếp xúc trực tiếp với khách hàng là việc làm vô cùng quan trọng và có ý nghĩa giúp cho cán bộ giao dịch bình tĩnh, tự tin, nắm bắt nhanh nhu cầu của khách hàng, khắc phục và xử lý kịp thời những tình huống có thể xảy ra khi tiếp xúc trực tiếp với khách hàng nhằm mang lại hiệu quả trong kinh doanh Ngân hàng bởi “Giao tiếp là một khoa học, phải học các nguyên tắc và là một nghệ thuật, phải nắm bắt cho được các bí quyết” (Trích theo nhà ngoại giao người Pháp Jean Serres).

Tài liệu tham khảo

1. Hoàng Anh (chủ biên). *Giáo trình Tâm lý học giao tiếp*. NXB ĐHSP, Hà Nội, 2004.
2. Thái Trí Dũng. *Kỹ năng giao tiếp và thương lượng trong kinh doanh*. NXB Thống Kê, Tái bản lần 2, Hà Nội, 2007.
3. Vũ Dũng. *Tâm lý học giao tiếp*. Hà Nội, 2003.
4. Kim Ngọc Đạt. *Giao tiếp trong kinh doanh và cuộc sống*. NXB Thống Kê, Hà Nội, 2006.
5. Hội thảo *Giao tiếp trong kinh doanh Ngân hàng*. Tài liệu lưu hành nội bộ, Hà Nội, 2004.
6. Nguyễn Thị Minh Hiền (chủ biên). *Giáo trình Marketing Ngân hàng*. NXB Thống Kê, Hà Nội, 2004.