BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM HÀ NỘI

PHẠM THỊ HẢI YẾN

KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN VỚI KHÁCH HÀNG

LUẬN ÁN TIẾN SĨ TÂM LÝ HỌC

HÀ NỘI - 2020

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM HÀ NỘI

PHẠM THỊ HẢI YẾN

KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN VỚI KHÁCH HÀNG

Chuyên ngành: Tâm lý học chuyên ngành
Mã số: 9.31.04.01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ TÂM LÝ HỌC

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS NGUYỄN THỊ HUỆ

HÀ NỘI - 2020

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu, kết quả nghiên cứu nêu trong luận án là trung thực và có nguồn gốc rõ ràng.

TÁC GIẢ LUẬN ÁN

Phạm Thị Hải Yến

LỜI CẢM ƠN

Với tấm lòng biết ơn sâu sắc, tôi xin chân thành cảm ơn sự tận tình, chu đáo và sự giúp đỡ đầy trách nhiệm của **PGS.TS. Nguyễn Thị Huệ** – người đã luôn động viên, khích lệ để tôi vượt qua nhiều khó khăn để hoàn thành Luận án.

Tôi cũng xin bày tỏ lòng biết ơn tới các cán bộ, các thầy cô giáo trong khoa Tâm lí – Giáo dục, trường Đại học Sư phạm đã tạo điều kiện giúp đỡ tôi hoàn thành luận án.

Tôi xin chân thành cảm ơn các cán bộ phòng Sau đại học, trường Đại học Sư phạm Hà Nội đã luôn tạo mọi điều kiện giúp đỡ tôi trong suốt quá trình làm đề tài.

Tôi xin chân thành cảm ơn Trường Đại học Thủy lợi, Khoa Kinh tế và quản lí, Bộ môn Phát triển kỹ năng, Công ty TNHH Minh Phúc đã rất nhiệt tình tạo điều kiện và cộng tác giúp tôi hoàn thành luận án.

Sau cùng, tôi đặc biệt cảm ơn những người thân trong gia đình, bạn bè đồng nghiệp đã luôn động viên, quan tâm, dành thời gian để tôi hoàn thành luận án.

Trong thời gian làm luận án, do kinh nghiệm nghiên cứu chưa nhiều nên luận án của tôi không thể tránh khỏi những thiếu sót. Kính mong các quý thầy, cô và quý bạn đồng nghiệp, những ai quan tâm đến đề tài nghiên cứu này đóng góp ý kiến để tôi có thể chỉnh sửa, hoàn thiện bản luận án.

Xin trân trọng cảm ơn!

MỤC LỤC

Trang

MỞ ĐẦU 1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÍ LUẬN VỀ KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN VỚI KHÁCH HÀNG 7
1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng 7
1.1.1. Những nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp 7
1.1.2. Những nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp trong hoạt động nghề nghiệp 13
1.1.3. Những nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng 17
1.2. Kỹ năng và kỹ năng giao tiếp 21
1.2.1. Kỹ năng 21
1.2.2. Kỹ năng giao tiếp 26
1.3. Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng 32
1.3.1. Khái niệm về điện thoại viên và khách hàng 32
1.3.2. Khái niệm về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng 38
1.3.3. Biểu hiện kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng 41
1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng 58
1.4.1. Sự say mê hứng thú với công việc 58
1.4.2. Động cơ nghề nghiệp 59
1.4.3. Ý thức rèn luyện nâng cao kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên 60
1.4.4. Yêu cầu của cấp trên 61
1.4.5. Vấn đề đào tạo, bồi dưỡng điện thoại viên 61
1.4.6. Sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp 62
Tiểu kết chương 1 64
CHƯƠNG 2: TỔ CHỨC VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU 65
2.1. Tổ chức nghiên cứu 65
2.1.1. Vài nét về địa bàn và khách thể nghiên cứu 65
2.1.2. Các giai đoạn nghiên cứu 67

2.2. Phương pháp nghiên cứu.....72
2.2.1. Phương pháp nghiên cứu tài liệu văn bản.....72
2.2.2. Phương pháp điều tra bằng phiếu hỏi.....73
2.2.3. Phương pháp nghiên cứu sản phẩm hoạt động.....78
2.2.4. Phương pháp quan sát.....79
2.2.5. Phương pháp phỏng vấn sâu.....80
2.2.6. Phương pháp nghiên cứu trường hợp điển hình và mô tả chân dung...81
2.2.7. Phương pháp chuyên gia.....81
2.2.8. Phương pháp bài tập tình huống.....82
2.2.9. Phương pháp thống kê toán học.....83
Tiểu kết chương 2.....84
CHƯƠNG 3: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU THỰC TIỄN VỀ KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN VỚI KHÁCH HÀNG.....85
3.1. Thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng.....85
3.1.1. Đánh giá chung về thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng.....85
3.1.2. Thực trạng những biểu hiện cụ thể kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng.....89
3.1.3. Thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng so sánh theo các biến số.....108
3.2. Yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng.....120
3.2.1. Những biểu hiện của các yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng.....120
3.2.2. Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố tới kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng.....126
3.2.3. Dự báo mức độ thay đổi của kỹ năng giao tiếp khi các yếu tố tác động thay đổi.....127
3.3. Phân tích một số trường hợp điển hình.....129
3.3.1. Điện thoại viên có kỹ năng giao tiếp ở mức độ thấp.....129
3.3.2. Điện thoại viên có kỹ năng giao tiếp ở mức trung bình.....133

3.3.3. Điện thoại viên có kỹ năng giao tiếp ở mức cao 136
3.4. Biện pháp nâng cao trình độ kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng 139
3.4.1. Xây dựng động cơ, ý thức rèn luyện tay nghề và tình yêu công việc cho điện thoại viên.....139
3.4.2. Tổ chức luyện tập, đào tạo định kì về KNGT cho điện thoại viên 140
3.4.3. Tham vấn tâm lý hỗ trợ cho điện thoại viên.....142
3.5. Phân tích trường hợp điển hình minh họa cho biện pháp nâng cao kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng 143
Tiểu kết chương 3.....147
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ 148
DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ..... 151
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....152
PHỤ LỤC.....1PL

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

Các chữ viết tắt	**Nghĩa đầy đủ của từ**
ĐLC	Độ lệch chuẩn
ĐTB	Điểm trung bình
KNGT	Kỹ năng giao tiếp

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1.1. So sánh giao tiếp chung với giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng 38
Bảng 1.2. Quy trình tiếp nhận cuộc gọi và các kỹ năng tương ứng 57
Bảng 2.1. Thông tin về khách thể nghiên cứu 66
Bảng 2.2. Kết quả kiểm định độ tin cậy hệ thống item đo KNGT của điện thoại viên 70
Bảng 2.3. Kết quả kiểm định độ tin cậy hệ thống item đo các yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên 70
Bảng 2.4. Tiêu chí đánh giá kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng 75
Bảng 2.5. Thang đánh giá KNGT của điện thoại viên với khách hàng....75
Bảng 2.6. Thang đánh giá định lượng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng 77
Bảng 3.1. Mức độ thực hiện kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng 85
Bảng 3.2. Mức độ thực hiện kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng của điện thoại viên 89
Bảng 3.3. Mức độ thực hiện kỹ năng chào hỏi khách hàng của điện thoại viên....91
Bảng 3.4. Mức độ thực hiện kỹ năng thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ khách hàng của điện thoại viên 92
Bảng 3.5. Mức độ thực hiện kỹ năng biểu hiện sự tôn trọng khách hàng của điện thoại viên 93
Bảng 3.6. Mức độ thực hiện kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng của điện thoại viên 95
Bảng 3.7. Mức độ thực hiện kỹ năng lắng nghe của điện thoại viên với khách hàng 95
Bảng 3.8. Mức độ thực hiện kỹ năng đặt câu hỏi 97
Bảng 3.9. Mức độ thực hiện kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng của điện thoại viên 100
Bảng 3.10. Mức độ thực hiện kỹ năng biểu đạt ngôn ngữ của điện thoại viên ...101
Bảng 3.11. Mức độ thực hiện kỹ năng biểu cảm phi ngôn ngữ của điện thoại viên 102

Bảng 3.12. Mức độ thực hiện kỹ năng cung cấp phương án phù hợp cho khách hàng của điện thoại viên.....104
Bảng 3.13. Mức độ thực hiện kỹ năng kết thúc cuộc gọi của điện thoại viên 106
Bảng 3.14. Thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng so sánh theo mạng viễn thông.....108
Bảng 3.15. Thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng so sánh theo giới tính 109
Bảng 3.16. Thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng so sánh theo thâm niên nghề 110
Bảng 3.17. Thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng khách hàng so sánh theo trình độ đào tạo.....111
Bảng 3.18. Đánh giá của khách hàng về KNGT của điện thoại viên.....113
Bảng 3.19. Đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến KNGT của điện thoại viên với khách hàng theo đánh giá của điện thoại viên 121
Bảng 3.20. Dự báo tác động thay đổi của các yếu tố ảnh hưởng tới kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên 127

DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ, SƠ ĐỒ

Biểu đồ 3.1. Mức độ thực hiện KNGT của điện thoại viên với khách hàng (tỉ lệ %) 86
Biểu đồ 3.2. Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên qua phân tích file ghi âm.....114
Biểu đồ 3.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên (tỷ lệ %) 120
Sơ đồ 1.1. Sơ đồ hệ thống tổng đài 32
Sơ đồ 3.1. Tương quan giữa các KNGT của điện thoại viên với khách hàng.....87
Sơ đồ 3.2. Tương quan giữa KNGT của điện thoại viên với khách hàng với các yếu tố ảnh hưởng 127

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Giao tiếp và kỹ năng giao tiếp là một trong những khía cạnh được nhiều nhà khoa học đào sâu nghiên cứu bởi những ý nghĩa lý luận và thực tiễn của nó. Cùng với hoạt động, giao tiếp đóng vai trò quan trong trong sự hình thành và phát triển nhân cách của cá nhân. Để giao tiếp hiệu quả, đòi hỏi mỗi cá nhân cần có kỹ năng giao tiếp trong từng hoạt động cụ thể. Với sự phát triển mạnh mẽ của kỷ nguyên số, bên cạnh các hình thức giao tiếp truyền thống trực tiếp mặt đối mặt thì giao tiếp qua điện thoại là một hình thức giao tiếp phổ biến nhờ sự tiện lợi, linh hoạt của nó. Hình thức giao tiếp qua điện thoại đòi hỏi nhiều kỹ năng để thể hiện sự khéo léo, ứng xử thông minh và truyền thông hiệu quả giữa người nghe và người gọi.

Trong kinh doanh, giao tiếp đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp khác biệt hoá được hình ảnh chất lượng dịch vụ của mình trong tâm trí khách hàng, duy trì khách hàng hiện có, gia tăng khách hàng trung thành, thu hút khách hàng tiềm năng. Tại Việt Nam, 100% các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thông tin di động, tài chính, ngân hàng, bảo hiểm đều sử dụng kênh hỗ trợ khách hàng qua điện thoại nhờ những ưu điểm vượt trội của nó như tính tương tác cao, tiện lợi trong khâu kiểm soát chất lượng dịch vụ. Với kênh giao tiếp với khách hàng qua điện thoại, điện thoại viên chính là cầu nối quan trọng giữa doanh nghiệp và khách hàng, thông qua quá trình giao tiếp, điện thoại viên có thể xác định chính xác nhu cầu của khách hàng, giải đáp các thắc mắc, khiếu nại, hỗ trợ thông tin cần thiết cho khách hàng, tiến tới cung cấp thêm các dịch vụ giá trị gia tăng phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Trong lĩnh vực viễn thông, hỗ trợ khách hàng qua điện thoại là công cụ tiện lợi, nhanh chóng, dễ thực hiện và tiết kiệm chi phí. Điện thoại viên trong lĩnh vực viễn thông được coi là hình ảnh đại diện của doanh nghiệp, là kênh tiếp xúc đầu tiên với khách hàng khi khách hàng cần hỗ trợ, hình ảnh đó trước hết được thể hiện ở kỹ năng giao tiếp với khách hàng.

Theo thống kê của JLL Research (2018), số lượng điện thoại viên tại Hoa Kỳ là 3,4 triệu người, tại Ấn Độ là 3,1 triệu người và tại Philipin là 1 triệu người và sẽ tiếp tục gia tăng trong thời gian tới. Việt Nam đang được xếp vào "các nước có triển vọng trong ngành hỗ trợ khách hàng qua điện thoại trong tương lai" [112, tr.4]. Tuy nhiên, mức độ hài lòng của khách hàng với việc hỗ trợ của điện thoại viên chưa đạt kỳ vọng. Theo báo cáo năm 2018 của ICMI, "mức độ kỳ vọng của các doanh nghiệp

là tạo ra sự hài lòng của 85% lượng khách hàng gọi đến, nhưng trên thực tế, con số này là 70,3%" [112, tr.11]. Tại Việt Nam, "tỉ lệ khách hàng được hỗ trợ thành công ngay cuộc gọi đầu tiên của tổng đài Viettel năm 2018, là 90 – 95%" [81, tr.13]. Một trong các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng phục vụ khách hàng qua điện thoại được chỉ ra đó là kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên chưa đáp ứng được yêu cầu công việc. Điện thoại viên khi giao tiếp với khách hàng có những biểu hiện như: cao giọng, không lắng nghe, giải thích bằng các ngôn từ còn gây khó hiểu, thậm chí còn tranh luận, đôi co với khách hàng. Giao tiếp với khách hàng không hiệu quả cộng với áp lực cuộc gọi, gây chán nản trong công việc, tỷ lệ nghỉ việc tại các tổng đài tương đối cao, lên tới 30 – 40% [83, tr.73]. Vậy làm thế nào để giúp điện thoại viên giao tiếp hiệu quả, giảm bớt các áp lực, tạo sự hài lòng với khách hàng? Đây là vấn đề có ý nghĩa thiết thực về lý luận và thực tiễn hiện nay trong bối cảnh tại Việt Nam chưa có tác giả nào nghiên cứu về hình thức giao tiếp gián tiếp này. Vì vậy, đề tài: *"**Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng***" được lựa chọn để nghiên cứu.

2. Mục đích nghiên cứu

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng, luận án đề xuất một số biện pháp tác động nâng cao kỹ năng giao tiếp với khách hàng cho điện thoại viên nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ hỗ trợ khách hàng qua điện thoại.

3. Đối tượng và khách thể nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Biểu hiện và mức độ kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng.

3.2. Khách thể nghiên cứu

Điện thoại viên thuộc hai Tổng đài Viễn thông Viettel và Tổng đài Viễn thông Vinaphone tại Công ty Trách nhiệm hữu hạn Minh Phúc; giám sát, trưởng ca tại các tổng đài và khách hàng sử dụng dịch vụ viễn thông có kết nối lên tổng đài.

Số lượng khách thể nghiên cứu được mô tả cụ thể ở chương 2.

4. Giả thuyết khoa học

- Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng ở mức trung bình và biểu hiện của kỹ năng thành phần không đồng đều: kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng ở mức thấp, kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng và kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng ở mức trung bình; kỹ năng kết thúc cuộc gọi ở mức cao. Bốn kỹ năng thành phần này có mối liên hệ với nhau.

Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên chịu tác động của một số yếu tố, trong đó: ý thức rèn luyện, nâng cao KNGT; động cơ nghề nghiệp; vấn đề đào tạo, bồi dưỡng KNGT cho điện thoại viên có ảnh hưởng lớn đến KNGT của điện thoại viên.

Có thể nâng cao KNGT cho điện thoại viên thông qua các biện pháp: Xây dựng động cơ, ý thức rèn luyện tay nghề và tình yêu công việc cho điện thoại viên; tổ chức luyện tập, đào tạo định kì về KNGT cho điện thoại viên và tham vấn hỗ trợ tâm lý cho điện thoại viên.

5. Nhiệm vụ nghiên cứu

- Tổng quan tình hình nghiên cứu kỹ năng giao tiếp, kỹ năng giao tiếp trong hoạt động nghề nghiệp, kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng.
- Xây dựng cơ sở lý luận về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng.
- Khảo sát, phân tích đánh giá thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng và các yếu tố ảnh hưởng đến thực trạng đó.
- Đề xuất và thử nghiệm một số biện pháp nâng cao kỹ năng giao tiếp với khách hàng cho điện thoại viên.

6. Phạm vi nghiên cứu

6.1. Về nội dung nghiên cứu

Trong điều kiện nghiên cứu của luận án chúng tôi chỉ xem xét kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng qua việc điện thoại viên tiếp nhận cuộc gọi đến từ khách hàng và nghiên cứu theo quy trình của cuộc gọi đến bao gồm các kỹ năng sau: (1) Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng; (2) kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng; (3) kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng; (4) kỹ năng kết thúc cuộc gọi.

Luận án xem xét một số yếu tố ảnh hưởng tới KNGT của điện thoại viên với khách hàng bao gồm: động cơ nghề nghiệp; sự say mê hứng thú với công việc; ý thức rèn luyện nâng cao KNGT; yêu cầu của cấp trên; vấn đề đào tạo bồi dưỡng; sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp.

Luận án thử nghiệm biện pháp tác động trên một số điện thoại viên.

6.2. Về địa bàn và thời gian nghiên cứu

Luận án sẽ tập trung nghiên cứu điện thoại viên làm việc trong lĩnh vực viễn thông là Viettel Telecom và Vinaphone. Trong đó, nghiên cứu được thực thiện chính thức tại tổng đài Công ty trách nhiệm hữu hạn Minh Phúc.

6.3. Về khách thể khảo sát

Luận án tiến hành điều tra khảo sát trên tổng số: 354 điện thoại viên đang làm việc tại tổng đài công ty trách nhiệm hữu hạn Minh Phúc đang thực hiện công việc hỗ trợ khách hàng qua điện thoại thông qua việc tiếp nhận cuộc gọi đến.

7. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

7.1. Cách tiếp cận nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện với những cách tiếp cận sau:

- *Tiếp cận hoạt động:* Các KNGT của điện thoại viên với khách hàng được tiến hành thông qua hoạt động thực hiện tiếp nhận cuộc gọi từ khách hàng. Nghiên cứu KNGT phải thông qua thực tiễn hoạt động giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng. Nghĩa là, đề tài được nghiên cứu thông qua quan sát, đánh giá kết quả hoạt động giao tiếp với khách hàng của điện thoại viên.

- *Tiếp cận hệ thống:* Theo quan điểm của Tâm lí học, quá trình hoạt động của con người là một hệ thống cấu trúc bao gồm các thành tố vận động, phát triển trong mối quan hệ biện chứng không thể tách rời. Từ những quan điểm đó, đối tượng nghiên cứu của luận án sẽ được tiến hành xem xét và giải quyết một cách toàn diện và đồng bộ với việc xem xét và giải quyết các thành tố khách quan và chủ quan của việc giao tiếp qua điện thoại. Để đánh giá KNGT, cần đánh giá một cách tổng thể, khái quát trong toàn bộ các kỹ năng, không thể chỉ dựa vào một kỹ năng riêng lẻ nào.

- *Tiếp cận liên ngành*: Giao tiếp với khách hàng vừa là hoạt động mang tính chất giao tiếp về mặt tâm lý vừa là hoạt động mang lại hiệu quả trực tiếp cho doanh nghiệp, là một dạng kỹ năng nghề nghiệp. Do vậy, luận án sẽ xem xét kỹ năng giao tiếp dưới góc độ liên ngành, tâm lí học giao tiếp, tâm lí học hoạt động, tâm lý học kinh doanh, tâm lý học lao động, xã hội học, giáo dục học...

- *Tiếp cận quá trình*: Điện thoại viên giao tiếp với khách hàng trong một cuộc điện thoại sẽ có mở đầu, diễn biến và kết thúc theo tiến trình cuộc gọi. Do vậy, luận án sẽ xem xét KNGT của điện thoại viên với khách hàng theo tiến trình của một cuộc gọi.

7.2. Các phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp nghiên cứu tài liệu, văn bản
- Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi
- Phương pháp phỏng vấn sâu

- Phương pháp quan sát
- Phương pháp phân tích sản phẩm hoạt động
- Phương pháp nghiên cứu trường hợp điển hình và mô tả chân dung
- Phương pháp chuyên gia
- Phương pháp bài tập tình huống
- Phương pháp thống kê toán học

8. Đóng góp mới của luận án

Đây là công trình nghiên cứu đầu tiên về KNGT của điện thoại viên với khách hàng ở Việt Nam, nghiên cứu KNGT theo hình thức gián tiếp nên có ý nghĩa cả về mặt lý luận và thực tiễn.

8.1. Về mặt lý luận

Luận án đã:

Xây dựng được các khái niệm KNGT, KNGT của điện thoại viên với khách hàng; chỉ ra được các KNGT của điện thoại viên với khách hàng qua quy trình tiếp nhận cuộc gọi đến: kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng, kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng, kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng và kỹ năng kết thúc cuộc gọi.

Xây dựng được các tiêu chí đánh giá, thang đánh giá KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

Chỉ ra được các yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên với khách hàng như: động cơ nghề nghiệp; sự say mê hứng thú với công việc; ý thức rèn luyện nâng cao KNGT; yêu cầu của cấp trên; vấn đề đào tạo bồi dưỡng; sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp.

Những đóng góp trên đã làm sáng tỏ, phong phú thêm các quan điểm về KNGT trong lĩnh vực nghề nghiệp nói chung và KNGT của điện thoại viên với khách hàng nói riêng.

8.2. Về mặt thực tiễn

Luận án đã: làm rõ thực trạng mức độ KNGT của điện thoại viên với khách hàng, xác định được mối quan hệ giữa các KNGT.

Luận án chỉ ra được của các yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên với khách hàng; dự báo được sự thay đổi của KNGT khi có sự thay đổi từ các yếu tố ảnh hưởng.

Đồng thời, luận án cũng đề xuất được các biện pháp pháp để nâng cao KNGT với khách hàng cho điện thoại viên.

Kết quả nghiên cứu của luận án là tài liệu tham khảo hữu ích cho việc xây dựng các tiêu chí đánh giá KNGT của điện thoại viên với khách hàng cho đội ngũ quản lý tại các tổng đài, đây cũng là tài liệu hữu ích cho việc xây dựng nội dung chương trình đào tạo, bồi dưỡng nâng cao KNGT của điện thoại viên.

9. Cấu trúc của luận án

Gồm phần mở đầu, kết luận, kiến nghị, danh mục tài liệu tham khảo, phụ lục và 3 chương.

Chương 1: Cơ sở lí luận về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Chương 2: Tổ chức và phương pháp nghiên cứu

Chương 3: Kết quả nghiên cứu thực tiễn về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng.

CHƯƠNG 1
CƠ SỞ LÍ LUẬN VỀ KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN VỚI KHÁCH HÀNG

1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

1.1.1. Những nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp

Cho đến nay có nhiều nghiên cứu về KNGT, trong đó có một số nghiên cứu theo các hướng như sau:

1.1.1.1. Hướng nghiên cứu về KNGT theo phương tiện giao tiếp

Theo nghiên cứu của Rinn và Markle (1979) cho rằng KNGT bao gồm một tổ hợp hành vi bằng lời nói và phi ngôn ngữ, Wilkinson và Canter (1982) cho rằng: giao tiếp là hành vi bằng lời nói và hành động tạo thành các yếu tố cơ bản của kỹ năng xã hội. Tuy nhiên, nghiên cứu quá nhấn mạnh đến yếu tố lời nói và hành động chưa bao hàm được các yếu tố các KNGT khác như nhận thức và cảm xúc [122].

Một số tác giả phương Tây thường có xu hướng đồng nhất giao tiếp với lý thuyết thông tin và điều khiển học khi nghiên cứu về giao tiếp. Các tác giả coi quá trình giao tiếp được xem là quá trình trao - nhận các ký hiệu ngôn ngữ và phi ngôn ngữ và coi đây như là các phương tiện để thực hiện quá trình giao tiếp. Vì vậy, khi nghiên cứu về KNGT nhiều tác giả coi đó là kỹ năng sử dụng các phương tiện này. Một số tác giả như C.Logan; J. Steward; W.Leeds – Hurwirz (1990) nhấn mạnh: để giao tiếp thành công phải nắm được cách sử dụng ngôn ngữ và các phương tiện phi ngôn ngữ, trong đó các tác giả đặc biệt coi trọng việc nắm bắt được ý nghĩa của ánh mắt, các động tác cơ thể, sự biểu cảm của gương mặt, không gian giao tiếp [87]. Mỗi cá nhân khi tham gia giao tiếp không chỉ hiểu được ý nghĩa của từ, câu mà đồng thời còn hiểu được ý nghĩa của các phương tiện giao tiếp không lời.

Người đồng nhất khái niệm phương tiện giao tiếp với phương tiện truyền tải thông điệp là tác giả Robert N. Lusier. Từ quan niệm này, tác giả đưa ra 3 phương tiện cơ bản là ngôn ngữ nói, ngôn ngữ viết và phi ngôn ngữ. Đó cũng là cơ sở để tác giả đưa ra 3 kỹ năng tương ứng là kỹ năng nói, kỹ năng viết và kỹ năng sử dụng các phương tiện phi ngôn ngữ [125]. Nhìn chung, cách phân biệt này cũng được rất nhiều tác giả tán thành. K. Gamble (2002) đặc biệt đánh giá cao kỹ năng sử dụng phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ. Tác giả cho rằng phi ngôn ngữ là phương tiện

mà ai trong chúng ta cũng thường xuyên phải sử dụng, nó chiếm đến 65% quá trình giao tiếp, trong đó sử dụng phương tiện ngôn ngữ chỉ chiếm 35%. Khi phân tích các tín hiệu phi ngôn ngữ, chúng ta có thể mở rộng khả năng tiếp nhận thông tin để nắm bắt thông điệp thực sự mà người giao tiếp với mình muốn gửi gắm [130].

Cùng với hướng nghiên cứu này, một số tác giả như E.G.Horton, D.Brown đã chia KNGT thành 2 kỹ năng quan trọng là kỹ năng lắng nghe và kỹ năng biểu cảm không lời. Trong đó, kỹ năng nghe được các tác giả đánh giá là kỹ năng quan trọng nhất bởi hiệu quả của lắng nghe sẽ ảnh hưởng đến sự biểu cảm, người nghe phải nỗ lực nghe để đặt mình vào bối cảnh của người khác. Còn một số các yếu tố khác như: ngôn ngữ của người nói, trọng âm và cách sử dụng ngữ pháp sẽ cho người nghe hiểu rất nhiều điều. Robert N. Lusier đã nghiên cứu KNGT bằng ngôn ngữ và phi ngôn ngữ và đã chỉ ra những nhược điểm mà mỗi chúng ta hay gặp phải là nắm bắt chưa trọn vẹn ý nghĩa của mỗi thông điệp không lời dẫn đến quá trình gửi và nhận thông tin bị "nhiễu" [125].

Một trong những nhà nghiên cứu đi sâu tìm hiểu về yếu tố phi ngôn ngữ trong giao tiếp đó là Allan và Barbara Pease (1994) nghiên cứu KNGT bằng ngôn ngữ có lời và không lời giữa các nhân viên làm việc, tác giả cho rằng KNGT không lời như là một quá trình tác động phức tạp của con người bao gồm những động tác, cử chỉ, nét mặt, ánh mắt, tư thế… góp phần làm rõ ý nghĩa của lời nói [5].

Trong tác phẩm Sức mạnh của ngôn từ, tác giả Don Gabor (2009) nêu rõ vai trò to lớn của việc sử dụng ngôn từ mang lại hiệu quả ấn tượng trong giao tiếp kinh doanh. Theo tác giả, ngôn từ sẽ giúp thu hút khán giả, đưa ra các ví dụ minh họa sinh động cũng như phù hợp với từng ngữ cảnh giao tiếp. Trong tác phẩm của mình, tác giả đã khẳng định về sức mạnh ngôn từ trong công việc, trong quan hệ với khách hàng và trong giao tiếp xã hội [11].

Trong các nghiên cứu ở Việt Nam, Nguyễn Văn Đồng (2011) có nghiên cứu về giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ, trong đó, tác giả chia giao tiếp thành "giao tiếp ngôn ngữ, giao tiếp cận ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ" [22, tr.43]. Cụ thể, tác giả chỉ ra giao tiếp cận ngôn ngữ và phi ngôn ngữ bao gồm: giao tiếp bằng âm vị, chất lượng giọng nói, các thành phần giao tiếp vô thanh. Trong đó tác giả nhấn mạnh đến vai trò của giao tiếp cận ngôn ngữ và phi ngôn ngữ trong việc nâng cao hiệu quả truyền tải thông điệp cũng như đề cập các yếu tố văn hóa đi kèm với giao tiếp phi ngôn ngữ.

Tác giả Đỗ Tiến Thắng (2009) lại đi sâu tìm hiểu về yếu tố ngữ điệu trong

giao tiếp tiếng Việt và tác động của ngữ điệu đến ý nghĩa của lời nói. Tác giả mô tả rõ các thành tố của ngữ điệu và nghiên cứu về ngữ điệu với từng dạng câu: ngữ điệu mục đích, ngữ điệu tình thái, ngữ điệu hàm ý, ngữ điệu hành vi và ngữ điệu hội thoại. Tác giả khẳng định "ngữ điệu lời nói chính là linh hồn của ngôn ngữ" [73, tr.43].

Trong cuốn *"Tâm lý học giao tiếp"* của tác giả Hoàng Anh chủ biên (2004) đã cho rằng "KNGT thực chất là sự phối hợp phức tạp giữa chuẩn mực hành vi xã hội của cá nhân với sự vận động của cơ mặt, ánh mắt, nụ cười, tư thế đầu cổ vai tay chân, đồng thời với ngôn ngữ nói viết của giáo viên, của người quản lý" [3, tr.54]. Các tác giả còn thống nhất đưa ra ba nhóm KNGT: nhóm kỹ năng định hướng giao tiếp; nhóm kỹ năng định vị và nhóm kỹ năng điều chỉnh, điều khiển [2].

1.1.1.2. Hướng nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp theo các kỹ năng thành phần của kỹ năng giao tiếp

Tác giả W.J.William (2002) nghiên cứu về KNGT trong kinh doanh và tập trung nghiên cứu về kỹ năng viết. Tác giả khẳng định tầm quan trọng của kỹ năng viết trong giao tiếp kinh doanh hơn hẳn các kỹ năng khác như nghe, nói, đọc [138]. Bên cạnh đó, một số tác giả khác lại cho rằng kỹ năng nghe là kỹ năng quan trọng, bởi nếu không nghe được sẽ không có thông tin để đọc, viết được như nhóm tác giả V. Lesikar và E.Flatley (2002).

Trong lĩnh vực thương mại, Mary Ellen Guffey (2005) khi đề cập đến KNGT cũng chỉ rõ đối với mỗi nhân viên hoạt động trong lĩnh vực này thì KNGT là một kỹ năng quan trọng nhất. Việc sử dụng ngôn ngữ chưa tốt cũng như việc lắng nghe hạn chế đều ảnh hưởng đến mọi nỗ lực giao tiếp. Theo tác giả có 4 nhóm KNGT cơ bản là nghe, nói, đọc, viết, trong đó kỹ năng lắng nghe là quan trọng nhất. Với kỹ năng này đòi hỏi người nhân viên không chỉ nghe và hiểu được các thông điệp bằng lời nói mà cả những thông điệp không lời. Tác giả cũng đặc biệt nhấn mạnh đến tầm quan trọng của giao tiếp phi ngôn ngữ với những chức năng là bổ sung, làm rõ ý, nhấn mạnh và thay thế cho lời nói, chữ viết.

Khi nghiên cứu giao tiếp trong lĩnh vực hành chính và kinh doanh, Kitty O. Locker cho rằng giao tiếp có thể diễn ra dưới nhiều hình thức khác nhau như giao tiếp trực tiếp mặt đối mặt, giao tiếp gián tiếp qua điện thoại, email... đòi hỏi người nhân viên phải có những KNGT tương ứng [119]. Chỉ như vậy, họ mới có thể giao tiếp với cán bộ quản lý trực tiếp, với khách hàng đến làm việc, với đồng nghiệp và các nhóm khác có quan hệ về mặt lợi ích có hiệu quả. Ngoài ra, hiệu quả giao tiếp

còn phụ thuộc rất nhiều vào mô hình và mạng lưới giao tiếp của mỗi tổ chức vì từ mạng lưới đó sẽ quyết định tính chất của kênh truyền tải thông tin.

Tác giả Owen Hargie (2006) đã tập hợp các lí thuyết về KNGT và đưa ra định nghĩa: "KNGT là một quá trình trong đó cá nhân thực hiện một tập hợp các hành vi giao tiếp phù hợp với mục tiêu, liên quan đến tình huống cụ thể, được học và kiểm soát" [122, tr.65]. Tuy nhiên, rất khó để đưa ra căn cứ khoa học xem kỹ năng giao tiếp nào là quan trọng nhất. Khi giao tiếp, con người lắng nghe không chỉ là để tiếp nhận thông tin, bên cạnh đó cần sử dụng ngôn từ hiệu quả để thuyết phục khách hàng và sử dụng giọng nói và ngữ điệu sao cho phù hợp.

1.1.1.3. Hướng nghiên cứu KNGT trong quan hệ liên cá nhân

Trong bản luận cương về Phơbach, C.Mác cho rằng "Trong tính hiện thực của nó, bản chất của con người là tổng hòa các mối quan hệ xã hội." Như vậy, để tồn tại, để hài hòa các mối quan hệ xã hội ngày càng phong phú và phức tạp, con người cần có giao tiếp. Đồng thời, nhân cách của con người chỉ được hình thành và phát triển khi con người tham gia vào các mối quan hệ xã hội, tham gia các hoạt động xã hội một cách tích cực với tư cách là một chủ thể trong các mối quan hệ xã hội nhằm lĩnh hội kinh nghiệm xã hội, lịch sử.

Như vậy, các tác giả nghiên cứu theo hướng này đều tập trung đi vào mô tả các thành tố của quá trình giao tiếp như chủ thể giao tiếp, kênh giao tiếp, thông điệp, tiếng ồn, hồi đáp, ngữ cảnh, hiệu ứng. Như vậy giao tiếp là một trong những nhu cầu cơ bản nhất của con người. Trong quá trình giao tiếp, sự trao đổi đó chỉ được xảy ra khi con người xây dựng được lòng tin về nhau, để thiết lập mối quan hệ. Tất cả các thành tố nói trên đều ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình hiểu biết lẫn nhau giữa con người với con người. Cũng với quan niệm này, V.P.Dakharov dựa vào trật tự các bước tiến hành của một pha giao tiếp cho rằng để có năng lực giao tiếp cần có các kỹ năng sau [Dẫn theo 2, tr.202]:

- Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng trong giao tiếp.
- Kỹ năng nghe và biết lắng nghe.
- Kỹ năng biết cân bằng nhu cầu của chủ thể và đối tượng giao tiếp.
- Kỹ năng diễn đạt dễ hiểu, ngắn gọn, mạch lạc.
- Kỹ năng tự chủ cảm xúc và hành vi.
- Kỹ năng tự kiềm chế và kiểm tra đối tượng giao tiếp.
- Linh hoạt mềm dẻo trong giao tiếp.
- Kỹ năng điều khiển quá trình giao tiếp.

Tác giả cũng nhấn mạnh rằng chỉ khi thực hiện tốt các kỹ năng nói trên thì giao tiếp mới đạt được kết quả.

Khi nghiên cứu vai trò của KNGT trong quan hệ liên cá nhân, tác giả J.Sean, Mc Clenehan đã đánh giá cao tầm quan trọng của một số KNGT trong mối quan hệ giữa con người với con người như: kỹ năng lắng nghe, kỹ năng nói, kỹ năng thuyết phục, kỹ năng đọc hiểu, kỹ năng quan sát, kỹ năng nhận thức các vấn đề xã hội, kỹ năng quản lý thời gian. Cùng quan điểm với tác giả trên, Robert N. Lusier (1994) khẳng định: "giao tiếp đã đặt nền tảng cho quan hệ con người với con người, cách thức mà chúng ta giao tiếp bao giờ cũng có ảnh hưởng đến toàn bộ hành vi của chúng ta và những người khác" [125, tr.43].

Teri K. Gamble và M. Gamble (2002) đã đưa ra các KNGT cơ bản để thiết lập quan hệ liên cá nhân đó là kỹ năng lắng nghe, kỹ năng phản hồi, kỹ năng làm chủ cảm xúc, kỹ năng sử dụng các phương tiện giao tiếp, kỹ năng trình bày. Các tác giả cho rằng kỹ năng lắng nghe và kỹ năng làm chủ cảm xúc của bản thân là hai kỹ năng cần thiết nhất đối với giao tiếp liên cá nhân vì nó giúp ta hiểu, chia sẻ, cảm thông và cho ra những quyết định đúng đắn [131].

Đối với Judy C. Pearson và Brian H. Spitzberg hai tác giả đặc biệt đi sâu vào phân tích vai trò của kỹ năng lắng nghe và cho rằng kỹ năng lắng nghe được coi là một biểu hiện sinh động nhất của việc làm chủ các kỹ năng giao tiếp của cá nhân trong việc thiết lập các mối quan hệ [88]. Các tác giả cũng chỉ ra các rào cản làm ảnh hưởng đến chất lượng lắng nghe, đồng thời gợi ý biện pháp khắc phục để giúp cho mỗi cá nhân thực hiện tốt hơn kỹ năng này nhằm đảm bảo thành công trong quá trình giao tiếp. Trong một nghiên cứu mà các tác giả đưa ra thì mỗi cá nhân dành thời gian cho việc nghe nhiều gấp 3 lần thời gian dành cho đọc, gấp 5 lần thời gian dành cho viết và gấp 1.5 lần thời gian dành cho việc nói.

1.1.1.4. Hướng nghiên cứu kỹ năng giao tiếp như một quá trình

Nghiên cứu KNGT với các kỹ năng thành phần theo chu trình trong hoạt động nghề nghiệp được áp dụng vào quá trình giao tiếp nổi tiếng với nghiên cứu của Geogre Makoul (2001) với mô hình SEGUE. Trong đó, KNGT được đánh giá từ khi bắt đầu đến khi kết thúc quá trình trong lĩnh vực y tế. Khung lí thuyết này cung cấp một danh sách các hành vi trong quá trình giao tiếp bao gồm 5 bước gồm 25 thành tố của quá trình giao tiếp. Mỗi cuộc gặp gỡ, trao đổi với khách hàng hay bệnh nhân đều có những mục tiêu và nhiệm vụ khác nhau, do đó, điều quan trọng là phát triển một tiến trình giao tiếp với khách hàng đầy đủ và phù hợp. Các thành tố

này được xây dựng trong sự linh hoạt đối với các kỹ năng và chiến lược cần thiết để hoàn thành nhiệm vụ có. Nói cách khác, SEGUE cung cấp một khung linh hoạt, không phải là một kịch bản, do đó, tùy ngữ cảnh có thể thay đổi để vận dụng vào tình huống thực tế. Mô hình SEGUE được sử dụng rộng rãi trong tiến trình giao tiếp với bệnh nhân và hiện nay được sử dụng trong nhiều lĩnh vực khác [117].

- Cụ thể, mô hình SEGUE diễn ra như sau:

Các bước	**Nội dung**
Bước 1. Thiết lập mối quan hệ	Chào đón khách hàng, xác nhận thông tin và đưa lời đề nghị hỗ trợ.
Bước 2. Xác định nhu cầu	Khai thác các thông tin liên quan đến vấn đề của khách hàng bằng cách đặt các câu hỏi.
Bước 3. Cung cấp thông tin	Cung cấp thông tin hỗ trợ khách hàng.
Bước 4. Thấu hiểu nhu cầu khách hàng	Thể hiện sự thấu hiểu và tôn trọng khách hàng bằng cách sử dụng ngôn từ và ngữ điệu phù hợp.
Bước 5. Kết thúc cuộc trao đổi	Kết thúc cuộc trao đổi bằng cách hỏi khách hàng cần thêm hỗ trợ nào khác không, đưa ra những lời dặn phù hợp với khách hàng.

Một nghiên cứu cũng được sử dụng rộng rãi trong đánh giá KNGT đó là Tuyên bố đồng thuận Kalamazoo được phát triển với chu trình bao gồm 8 bước [118]:

Các bước	**Nội dung**
Bước 1	Thiết lập mối quan hệ với khách hàng
Bước 2	Kỹ năng để tìm kiếm/khơi gợi thêm thông tin
Bước 3	Kỹ năng hiểu các quan điểm của bệnh nhân và gia đình
Bước 4	Kỹ năng chia sẻ thông tin
Bước 5	Kỹ năng để đạt được thỏa thuận
Bước 6	Kỹ năng để truyền đạt thông tin chính xác
Bước 7	Kỹ năng để thể hiện sự đồng cảm
Bước 8	Kỹ năng để kết thúc cuộc trao đổi

Tại Việt Nam, các tác giả Nguyễn Văn Lũy, Trần Thị Tuyết Hoa nghiên cứu và đã nêu những đặc trưng của kỹ năng giao tiếp "KNGT là mức độ phối hợp hợp lý nhất định giữa các thao tác, cử chỉ, điệu bộ, hành vi (kể cả hành vi ngôn

ngữ) đảm bảo đạt kết quả trong quá trình giao tiếp của con người" [53, tr.65]. Các tác giả căn cứ vào diễn biến của quá trình giao tiếp mà có thể phân chia thành các nhóm kỹ năng sau:

- Nhóm kỹ năng định hướng giao tiếp.
- Nhóm kỹ năng định vị.
- Nhóm kỹ năng điều chỉnh, điều khiển.
- Nhóm kỹ năng sử dụng phương tiện giao tiếp.

Các tác giả nghiên cứu và phân thành các nhóm kỹ năng giao tiếp có thể có nhiều cách và dựa vào nhiều góc độ khác nhau.

Tổng hợp những hướng nghiên cứu trên, chúng tôi nhận thấy:

- Những nghiên cứu KNGT trên mang đầy đủ ý nghĩa về tính ứng dụng và thực tiễn đối với mỗi nội dung nghiên cứu cụ thể trong từng lĩnh vực.
- Các KNGT chủ yếu được đưa ra là KNGT bằng lời nói và không lời như: kỹ năng thiết lập quan hệ, kỹ năng lắng nghe, kỹ năng đặt câu hỏi, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng thuyết phục.
- Các tác giả chưa đi sâu tìm hiểu kỹ năng giao tiếp theo hình thức gián tiếp.

1.1.2. Những nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp trong hoạt động nghề nghiệp

Giao tiếp diễn ra trong mọi khía cạnh của đời sống xã hội, trong lĩnh vực nghề nghiệp, KNGT cũng là khía cạnh tâm lý được nhiều tác giả quan tâm. Ở mỗi lĩnh vực nghề nghiệp, KNGT được đề cập ở những khía cạnh cũng như có những biểu hiện khác nhau. Trong nghiên cứu này, chúng tôi sẽ khái quát một số nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp ở trên các lĩnh vực nghề nghiệp: kỹ năng giao tiếp sư phạm (giao tiếp giữa giáo viên và học sinh; kỹ năng giao tiếp trong lĩnh vực y tế (giao tiếp giữa bác sĩ với bệnh nhân); kỹ năng giao tiếp trong lĩnh vực hành chính (người thi hành công vụ - người dân); kỹ năng giao tiếp của lực lượng vũ trang (quân đội, công an với người dân và đồng nghiệp) và kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh (người cung cấp dịch vụ - khách hàng)

1.1.2.1. Những nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp sư phạm

Kỹ năng giao tiếp sư phạm là một trong những kỹ năng giao tiếp nghề nghiệp được nhiều tác giả trong và ngoài nước đi sâu tìm hiểu. Bàn về kỹ năng giao tiếp sư phạm, phải kể đến Dakharop. V.P, với quan niệm coi kỹ năng là mặt biểu hiện của năng lực và dựa vào trật tự các bước tiến hành của một pha giao tiếp, ông cho rằng năng lực giao tiếp sư phạm của giáo viên được biểu hiện thông qua các kỹ

năng sau: kỹ năng thiết lập các mối quan hệ trong giao tiếp; kỹ năng cân bằng nhu cầu của chủ thể và đối tượng giao tiếp; kỹ năng nghe và biết lắng nghe; kỹ năng tự chủ cảm xúc và hành vi; kỹ năng tự kiềm chế và kiểm tra đối tượng giao tiếp; kỹ năng diễn đạt dễ hiểu, ngắn gọn, mạch lạc; kỹ năng thuyết phục trong giao tiếp; kỹ năng điều khiển trong quá trình giao tiếp; linh hoạt mềm dẻo trong giao tiếp; khả năng nhạy cảm trong giao tiếp.

Như vậy, các tác giả trên đã cho thấy kỹ năng giao tiếp sư phạm bao gồm nhiều kỹ năng cụ thể, được thể hiện trước, trong và sau khi quá trình giao tiếp sư phạm diễn ra, trong đó nhấn mạnh đến giai đoạn trong khi giao tiếp.

Tại Việt Nam, khi bàn về các nhóm kỹ năng giao tiếp sư phạm, kế thừa quan điểm của các tác giả nước ngoài, tiêu biểu là Leonchiev A.N khi nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp sư phạm của sinh viên, tác giả Hoàng Anh đã chia kỹ năng giao tiếp sư phạm thành các nhóm như sau:

- Kỹ năng định hướng giao tiếp: Biểu hiện ở khả năng dựa vào sự biểu lộ ra bên ngoài như sắc thái, biểu cảm ngữ điệu, thanh điệu của nội dung, cử chỉ điệu bộ, động tác để phán đoán các trạng thái tâm lý bên trong của học sinh.

- Kỹ năng định vị giao tiếp: Biết xác định vị trí trong giao tiếp, biết đặt mình vào vị trí của đối tượng để có thể cảm thông, chia sẻ và tạo điều kiện để đối tượng chủ động giao tiếp với mình.

- Kỹ năng điều khiển quá trình giao tiếp: Là khả năng thu hút đối tượng, tìm đề tài giao tiếp, duy trì nó và xác định được nguyện vọng, hứng thú của đối tượng giao tiếp, biết làm chủ trạng thái cảm xúc của bản thân, biết sử dụng các phương tiện giao tiếp [2].

Cũng theo hướng này, nhưng tác giả Ngô Công Hoàn, đã chia nhóm kỹ năng điều khiển quá trình giao tiếp gồm có các thành phần sau: biết phát hiện (bằng mắt quan sát) những thay đổi trên nét mặt, cử chỉ, điệu bộ, sự vận động của toàn cơ thể của đối tượng giao tiếp; biết nghe và lắng nghe; biết xử lý thông tin; biết điều khiển, nghĩa là có hành vi ứng xử phù hợp, khoa học, chính xác với những nhu cầu, mong muốn nguyện vọng của đối tượng giao tiếp trong hoạt động sư phạm.

Như vậy, có thể thấy, hai tác giả trên đã rất quan tâm đến hai giai đoạn của một quá trình giao tiếp, đó là giai đoạn đầu khi tiếp xúc với đối tượng, sự điều khiển bản thân và đối tượng trong quá trình giao tiếp, chủ yếu là trong quá trình dạy học.

Tác giả Nguyễn Văn Lũy, Lê Quang Sơn cho rằng, kỹ năng giao tiếp sư phạm

là khả năng cụ thể của mỗi con người vận dụng những kiến thức thu được vào quá trình tiếp xúc giữa người với người. Từ đó, 2 tác giả trên đã phân chia kỹ năng giao tiếp sư phạm thành các nhóm như sau: kỹ năng định hướng giao tiếp; kỹ năng định vị; kỹ năng điều chỉnh, điều khiển quá trình giao tiếp; kỹ năng sử dụng phương tiện giao tiếp; kỹ năng điều khiển bản thân; kỹ năng ứng xử sư phạm khéo léo [52, tr. 79].

1.1.2.2. Những nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp trong lĩnh vực kinh doanh

Một số tác giả như G.Pavlakis (1996), Carol Smith hay A. Zavoina (2005) đã đề cập đến các kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh trong đó đi sâu đề cập kỹ năng thu thập – xử lý thông tin và đi đến kết luận: khả năng giải quyết phàn nàn phụ thuộc rất lớn vào thông tin thu thập được [123]. Các tác giả trên cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh và ngoài kỹ năng thu thập thông tin thì kỹ năng lắng nghe và kỹ năng tạo thiết lập quan hệ là những kỹ năng quan trọng tác động đến kết quả kinh doanh của bất cứ tổ chức nào kinh doanh sản phẩm, dịch vụ. Bên cạnh đó các tác giả cũng đưa ra những gợi ý, chỉ dẫn để giao tiếp với khách hàng hiệu quả hơn như thông qua điệu bộ, cử chỉ, thái độ, giọng nói.

Tại Việt Nam, trong cuốn "Kỹ năng giao tiếp và thương lượng trong kinh doanh" tác giả Thái Trí Dũng (1988) đã chỉ ra những đặc tính của giao tiếp kinh doanh như: "hoạt động kinh doanh là hoạt động giao tiếp hết sức phức tạp"; "giao tiếp trong kinh doanh luôn gấp rút về mặt thời gian"; "giao tiếp kinh doanh thường gặp rủi ro; giao tiếp kinh doanh yêu cầu phải đảm bảo hai bên cùng có lợi"; "giao tiếp kinh doanh vừa là một khoa học vừa là một nghề thuật" [14, tr 9 -10]. Tuy nhiên, tác giả không chỉ rõ các tiêu chí xem xét việc thực hiện cũng như các kết quả thực hiện các kỹ năng giao tiếp này mà chỉ chỉ ra cách thức vận dụng các kỹ năng đó.

Tác giả Đoàn Thị Hồng Vân (2006) trong cuốn: "Giao tiếp trong kinh doanh và cuộc sống" đã đi sâu phân tích kỹ năng nghe hiểu, kỹ năng thuyết trình và kỹ năng viết. Tác giả cũng chỉ rõ vai trò của quan trọng của các kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh và cuộc sống [78].

Trong giáo trình: "Kỹ năng giao tiếp và đàm phán kinh doanh" của tác giả Trần Văn Hòe và cộng sự cũng chỉ ra những nguyên tắc quan trọng trong giao tiếp kinh doanh và chỉ ra các kỹ năng giao tiếp kinh doanh bao gồm: kỹ năng lắng nghe, kỹ năng hỏi, kỹ năng trình bày báo cáo, kỹ năng giao tiếp bằng thư, kỹ năng giao tiếp xã giao [83]. Nhìn chung, đây là những kỹ năng giao tiếp cơ bản tuy nhiên tác giả chưa thể hiện rõ nguyên tắc để phân loại các kỹ năng này.

1.1.2.3. Những nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp trong các lĩnh vực khác

Trong lĩnh vực khoa học, có những nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp dành cho kỹ sư và các nhà khoa học, trong đó các tác giả tập trung đi vào hướng dẫn các kỹ thuật để kỹ sư và các nhà khoa học có thể giao tiếp hiệu quả trong môi trường mang tính khoa học. Peter Kenny (1982) trong cuốn "Sổ tay diễn thuyết trước công chúng dành cho các nhà khoa học và kỹ sư" đã trình bày hầu hết các kỹ thuật giao tiếp trước đám đông một cách ngắn gọn và dễ hiểu để những người làm việc trong lĩnh vực khoa học có thể áp dụng vào bài nói chuyện của mình. Vernon Booth (1991) trong cuốn "Giao tiếp trong khoa học" đã đưa ra những nghiên cứu và chỉ dẫn cụ thể về từng kỹ năng như viết văn bản khoa học, trình bày báo cáo khoa học, trình bày bài báo khoa học.

Tác giả Phạm Thị Tuyết nghiên cứu về "Kỹ năng giao tiếp của cán bộ giao dịch ngân hàng" cho rằng KNGT là kỹ năng phức hợp bao gồm các kỹ năng thành phần: kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu; kỹ năng lắng nghe tích cực; kỹ năng kiềm chế cảm xúc; kỹ năng ứng xử linh hoạt – mềm dẻo; kỹ năng sử dụng phương tiện giao tiếp; kỹ năng tư vấn thuyết phục và kỹ năng thu thập thông tin [82].

Trong luận án *"*Một số kỹ năng giao tiếp trong vận động quần chúng của chủ tịch hội phụ nữ cấp cơ sở*"* của tác giả Trần Thị Thanh Hà, đã chia kỹ năng giao tiếp thành 5 nhóm: kỹ năng nhận thức, kỹ năng điều khiển đối tượng, kỹ năng điều khiển bản thân, kỹ năng sử dụng các phương tiện, kỹ năng giao tiếp độc đáo của chủ tịch hội phụ nữ cấp cơ sở [28].

Trong luận án "Kỹ năng giao tiếp của chính trị viên trong quân đội nhân dân Việt Nam" của mình, tác giả Nhữ Văn Thao cho rằng, kỹ năng giao tiếp là sự vận dụng những tri thức, kinh nghiệm đã có để thực hiện có hiệu quả những tình huống giao tiếp cụ thể nhằm đạt mục đích đã định [70]. Tác giả cũng xác định, kỹ năng giao tiếp của chính trị viên trong quân đội bao gồm 3 nhóm kỹ năng cơ bản: kỹ năng truyền đạt thông tin, kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng, kỹ năng thu nhận và xử lý thông tin phản hồi…

Khi nghiên cứu về "Kỹ năng giao tiếp của cảnh sát giao thông đường bộ với người vi phạm luật giao thông ở thành phố Hồ Chí Minh", tác giả Nguyễn Thị Quy cho rằng, kỹ năng giao tiếp là sự vận dụng kiến thức, kinh nghiệm của của chủ thể vào điều kiện thực tiễn để thực hiện có hiệu quả hoạt động giao tiếp. Tác giả xác định, kỹ năng giao tiếp của cảnh sát giao thông đường bộ bao gồm 4 nhóm kỹ năng: Kỹ năng tiếp xúc ban đầu của cảnh sát với người vi phạm luật giao thông; kỹ năng

lắng nghe của cảnh sát đối với người vi phạm luật giao thông; kỹ năng điều chỉnh cảm xúc của bản thân cảnh sát giao thông; kỹ năng xử lý tình huống vi phạm của cảnh sát giao thông [67].

Như vậy, có thể nhận thấy rằng, trên thế giới cũng như ở Việt Nam đã có rất nhiều nhà tâm lý học đi sâu nghiên cứu các vấn đề như: KNGT, KNGT trong hoạt động nghề nghiệp. Những nghiên cứu của các tác giả về kỹ năng giao tiếp trong lĩnh vực nghề nghiệp đã chỉ ra những đặc trưng cụ thể trong giao tiếp của từng nghề nghiệp và sự ảnh hưởng của việc giao tiếp hiệu quả đến kết quả của công việc. Điều này khẳng định chắc chắn rằng, đây là vấn đề nghiên cứu có ý nghĩa lý luận và thực tiễn tốt và vẫn là vấn đề nghiên cứu có tính mới, tính thời sự cần được giải quyết. Trong đó có hướng nghiên cứu đề cập đến các KNGT thành phần và có hướng nghiên cứu đề cập đến những kỹ năng giao tiếp theo tiến trình giao tiếp. Bên cạnh đó, tổng hợp các nghiên cứu về KNGT trong lĩnh vực nghề nghiệp cho thấy, tại Việt Nam mới chỉ có một vài cuốn sách tìm hiểu về giao tiếp qua điện thoại nhằm hướng dẫn cho người làm việc tại các tổng đài. Nghiên cứu về KNGT của điện thoại viên với khách hàng như một dạng hoạt động nghề nghiệp là vấn đề chưa có tác giả nào tại Việt Nam đào sâu tìm hiểu.

1.1.3. Những nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Trên thế giới từ giữa thế kỉ XX đã có những nghiên cứu cụ thể về KNGT của điện thoại viên với khách hàng, trong đó, hầu hết các nghiên cứu đều đề cập đến những kỹ năng thành phần trong KNGT của điện thoại viên.

Darril R. Gibson (2015) chỉ ra các kỹ năng thành phần của KNGT và đề cập đến vai trò của KNGT trong tổng thể các kỹ năng của người làm hỗ trợ kỹ thuật qua điện thoại: tác giả cho rằng, nhiều tổ chức coi việc giao tiếp là một trong những kỹ năng quan trọng nhất của bất kỳ người làm hỗ trợ kỹ thuật qua điện thoại nào [96, tr.142]. Nếu người làm hỗ trợ kỹ thuật qua điện thoại không thể giao tiếp hiệu quả với khách hàng, nó có thể dễ dàng làm cho khách hàng khó chịu và tức giận.

Các KNGT của người làm hỗ trợ kỹ thuật qua điện thoại được Darril R. Gibson đề cập bao gồm: kỹ năng lắng nghe hiệu quả; kỹ năng sử dụng phương tiện ngôn ngữ và phi ngôn ngữ; kỹ năng sử dụng câu hỏi đóng và câu hỏi mở trong giao tiếp, kỹ năng sàng lọc thông tin, ngoài ra, tác giả cũng đề cập đến cách thức sử dụng ngữ điệu, giọng nói trong cuộc trao đổi với khách hàng. Darril R. Gibson cho rằng: một trong những điều lớn nhất các điện thoại viên cần nhớ là phải cảm thông và

nhạy cảm với khách hàng – những người gặp khó khăn hoặc thất vọng với dịch vụ họ đang sử dụng.

Nghiên cứu của Robert Lucas (2001) đánh giá cao vai trò của KNGT đối với điện thoại viên, cụ thể, tác giả cho rằng: Giao tiếp diễn ra suốt thời gian điện thoại viên làm việc với khách hàng. Là một người làm việc trong lĩnh vực dịch vụ, điện thoại viên phải chịu trách nhiệm đảm bảo phục vụ khách hàng bằng khả năng giao tiếp tốt nhất của mình và giúp khách hàng giải quyết vấn đề một cách hiệu quả, tích cực. Tác giả đề cập đến tiến trình giao tiếp với khách hàng bao gồm như sau: bước đầu tiên là sự chuẩn bị sẵn sàng với cuộc nói chuyện: trước khi bạn tiếp xúc với khách hàng, hãy chuẩn bị để sẵn sàng trao đổi với họ. Điều này có thể được thực hiện bằng cách chuẩn bị và sử dụng một lời chào với mẫu câu chuẩn, biết cách xử lý nhiều câu hỏi và tình huống khác nhau và phân bổ thời gian thích hợp để trả lời một cách thích hợp [126]. Thông thường tại các tổng đài chăm sóc khách hàng, các mẫu câu chuẩn này đã được các điện thoại viên sử dụng một cách nhuần nhuyễn. Khi diễn giải lại thông tin, Lucas lưu ý nên sử dụng những ngôn từ đơn giản, dễ hiểu để khách hàng có thể tiếp nhận. Sau đó, điện thoại viên cần lắng nghe tích cực, xây dựng mối quan hệ trung thực và tin cậy với khách hàng cũng như tôn trọng các nguyên tắc đạo đức trong giao tiếp với khách hàng. Tác giả cũng đề cập đến những tình huống khó khăn trong giao tiếp với khách hàng và những yếu tố ảnh hưởng tới cảm xúc của khách hàng cũng như cảm xúc của điện thoại viên, để điện thoại viên kiểm soát tốt cảm xúc của mình.

Trong một nghiên cứu về giao tiếp của điện thoại viên tại tổng đài viễn thông của nhóm tác giả Xunfeng Xu, Yan Wang, Gail Forey và Lan Li (2010) đã chỉ ra mục đích giao tiếp, cấu trúc chung của cuộc gọi, cấu trúc trao đổi giữa khách hàng và điện thoại viên cũng như xu hướng giao tiếp tại tổng đài [136]. Cụ thể, nghiên cứu chỉ ra rằng, nội dung giao tiếp các điện thoại viên trao đổi với khách hàng thường là các vấn đề liên quan đến yêu cầu và tư vấn kinh doanh, báo cáo sự cố, báo cáo mất mát, hoặc hóa đơn và cước phí. Điện thoại viên giải quyết các khiếu nại của khách hàng, cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng và có thể sẽ mở rộng bán hàng qua điện thoại. Nghiên cứu cũng chỉ ra các cuộc điện thoại trung bình điện thoại viên giao tiếp với khách hàng sẽ có thời lượng khoảng 2 phút. Mặc dù vậy tại các trung tâm cuộc gọi, điện thoại viên thường hoạt động dưới áp lực rất lớn vì bản chất của hoạt động là kỹ thuật cao, họ được yêu cầu phải có đủ kiến thức chuyên môn và nghiệp vụ, hoạt động của họ được giám sát chặt chẽ, điện thoại viên có thể phải xử lý các khách hàng không

hài lòng và đôi khi họ phải xử lý các khách hàng giận dữ. Mục tiêu giao tiếp của điện thoại viên thường liên quan đến phục vụ khách hàng, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng và phát triển mối quan hệ lâu dài với họ để đảm bảo hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Nghiên cứu của nhóm tác giả cũng đưa ra chu trình giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng bao gồm năm bước chính:

(1) Chào hỏi, thiết lập cuộc gọi: cuộc gọi thường bắt đầu khi điện thoại viên chào khách hàng và đề nghị giúp đỡ, và khách hàng trả lời bằng cách chào điện thoại viên.

(2) Trao đổi mục đích: Khách hàng nêu mục đích của cuộc gọi, đề nghị được hỗ trợ, điều tra, nêu vấn đề hoặc đưa ra yêu cầu. Điện thoại viên có thể làm rõ thêm yêu cầu để khách hàng chủ động chia sẻ thông tin.

(3) Xác nhận thông tin thông tin: điện thoại viên kiểm tra thông tin cá nhân của khách hàng và đặt câu hỏi liên quan và khách hàng cung cấp câu trả lời.

(4) Trao đổi thông tin: điện thoại viên sau đó cung cấp thông tin, trợ giúp, giải pháp hoặc đề xuất theo yêu cầu. Khách hàng thường hỏi thêm câu hỏi và điện thoại viên cung cấp câu trả lời. Sau đó, khách hàng đồng tình với lời giải thích, hỗ trợ hoặc bày tỏ cảm ơn với điện thoại viên và điện thoại viên trả lời xác nhận hoặc bày tỏ lời cảm ơn này. Bước trao đổi này là bước quan trọng nhất trong cuộc gọi.

(5) Kết thúc cuộc gọi: sau khi cung cấp dịch vụ, điện thoại viên cung cấp trợ giúp thêm và khách hàng từ chối lời đề nghị (trừ khi khách hàng có yêu cầu khác) và nói lời tạm biệt. Cuối cùng, điện thoại viên kết thúc cuộc gọi bằng cách bày tỏ lời cảm ơn hoặc lời chúc tốt đẹp và yêu cầu khách hàng đánh giá dịch vụ này.

Với năm bước trong chu trình thực hiện cuộc gọi được xây dựng bởi nhóm tác giả Xunfeng Xu, Yan Wang, Gail Forey và Lan Li, chúng ta nhận thấy sự tương đồng và phát triển trong chu trình KNGT của G. Makoul cũng như tuyên bố đồng thuận Kalamazoo.

Bên cạnh những hướng nghiên cứu về KNGT của điện thoại viên theo chu trình cuộc gọi, cũng có những nghiên cứu chỉ ra những kỹ năng – dưới dạng năng lực của điện thoại viên như nghiên cứu của Christine White và Vera Roos (2005) đã chỉ ra nhiều năng lực của điện thoại viên – các năng lực này ít nhiều đều có liên quan đến KNGT của điện thoại viên [95].

Josiane Chriqui Feigon (2017) đã chỉ ra những kỹ năng cơ bản để giao tiếp qua điện thoại thành công, trong đó tác giả đề cập sâu đến kỹ năng đặt câu hỏi để khai thác nhu cầu của khách hàng thông qua các bước cụ thể như: thứ tự, chiến

thuật, cách tạo câu hỏi cũng như tiêu chuẩn của kỹ năng đặt câu hỏi và phân biệt giữa nói chuyện và bán hàng. Lắng nghe cũng là kỹ năng được tác giả quan tâm, bởi lẽ theo tác giả "chỉ khi lắng nghe tích cực, mới khám phá được khách hàng đang bận tâm về việc gì" [44].

Tại Việt Nam, đã có một số nghiên cứu bước đầu về hoạt động chăm sóc, hỗ trợ khách hàng qua điện thoại. Tác giả Bùi Xuân Phong (2014) đã có những giới thiệu ngắn gọn về nghề chăm sóc khách hàng qua điện thoại từ nhận thức về nghề, các yêu cầu với nghề giao tiếp với khách hàng qua điện thoại trên khía cạnh các thao tác thực hiện cuộc gọi [65]. Tuy nhiên, trong tác phẩm, tác giả chưa đề cập cụ thể đến các kỹ năng cần có của điện thoại viên. Tác giả Trịnh Minh Thảo (2016) cũng đã đề cập đến việc hỗ trợ khách hàng qua điện thoại, cụ thể trong ngành ngân hàng. Trong đó, tác giả đặc biệt quan tâm đến nhận thức về nghề nghiệp và tập trung vào kỹ năng bán hàng và dịch vụ khách hàng, đi vào các tình huống cụ thể trong giao dịch tại ngân hàng [71].

Ngoài ra, tại các tổng đài hỗ trợ khách hàng qua điện thoại có các bộ tài liệu hướng dẫn chi tiết cho điện thoại viên trước và trong khi làm việc nhưng chủ yếu nghiêng về nghiệp vụ, chưa đề cập nhiều đến kỹ năng hỗ trợ khách hàng. Năm 2013, Phòng dịch vụ khách hàng, Tập đoàn Viễn thông quân đội Việt Nam dưới sự hỗ trợ chuyên môn của các chuyên gia nước ngoài đã biên soạn và xuất bản cuốn Tài liệu tập huấn "Kỹ năng giao tiếp", dùng trong các khoá đào tạo giảng viên về giao tiếp cho các tổng đài Viettel. Cuốn tài liệu xác định các KNGT cơ bản chính là các kỹ năng: chào hỏi khách hàng, lắng nghe, thấu cảm… đây là những kỹ năng giúp điện thoại viên xác định nhu cầu, hướng dẫn và hỗ trợ khách hàng. Như vậy có thể nói rằng các nghiên cứu KNGT của điện thoại viên với khách hàng ở trong nước chưa nhiều, chủ yếu mới chỉ tập trung vào hướng dẫn thao tác thực hành các kỹ năng liên quan đến chăm sóc hỗ trợ khách hàng. Trên thực tế, việc đào tạo, hướng dẫn điện thoại viên còn chưa có những quy chuẩn, thiếu tính chuyên nghiệp, cũng như các nghiên cứu sâu về thỏa mãn nhu cầu của khách hàng.

Tổng quan tình hình nghiên cứu trên thế giới và ở Việt Nam về vấn đề này cho thấy có các nhà tâm lý học tập trung vào việc nghiên cứu theo các hướng chính sau đây:

- *Các hướng nghiên cứu về KNGT*: Các nhà tâm lý học tập trung vào việc nghiên cứu các vấn đề lý luận của giao tiếp và nghiên cứu KNGT dựa trên tính chất của tổ chức; nghiên cứu KNGT theo hướng tập trung phân tích mối quan hệ

liên cá nhân; nghiên cứu KNGT theo hướng thông qua sự kết hợp của phương tiện giao tiếp bằng ngôn ngữ và phi ngôn ngữ. Những KNGT chủ yếu được đưa ra là KNGT bằng lời và không lời, kỹ năng lắng nghe, kỹ làm chủ cảm xúc, kỹ năng tạo thiết lập quan hệ.

- *Hướng nghiên cứu về KNGT trong hoạt động nghề nghiệp*: đây là lĩnh vực được nhiều tác giả trong và ngoài nước đào sâu nghiên cứu. Trong hầu hết các lĩnh vực từ kinh doanh, giáo dục, y tế, truyền thông... đều có các nghiên cứu về KNGT và tập trung vào đặc trưng giao tiếp nghề nghiệp của từng lĩnh vực.

- *Hướng nghiên cứu về KNGT của điện thoại viên với khách hàng:* Các nghiên cứu trên thế giới đề cập KNGT của điện thoại viên với khách hàng dựa trên các quan điểm, đồng nhất KNGT của điện thoại viên như là một thành tố trong năng lực của điện thoại viên hoặc coi KNGT của điện thoại viên như một hoạt động nghề nghiệp. Tại Việt Nam vấn đề này chưa được các tác giả đào sâu nghiên cứu và chỉ tập trung ở một số kỹ năng đơn lẻ. Trên các diễn đàn Internet đã bắt đầu có những bài viết, tham luận về nghề chăm sóc khách hàng của điện thoại viên, nhưng chủ yếu đề cập đến những khó khăn trong công việc, chưa có những nghiên cứu sâu về KNGT nhằm góp phần đưa ra cơ sở khoa học cho sự điều chỉnh những bất cập về KNGT của điện thoại viên với khách hàng tại Việt Nam.

Tóm lại, trên thế giới và ở Việt Nam đã có những nghiên cứu của các nhà tâm lý học tìm hiểu về các vấn đề như: KNGT, KNGT trong hoạt động nghề nghiệp. Trong khi đó, mặc dù giao tiếp, hỗ trợ khách hàng qua điện thoại ngày càng phổ biến, nhưng những nghiên cứu về KNGT của điện thoại viên vẫn chưa được nhiều nhà khoa học tại Việt Nam đào sâu nghiên cứu. Điều này khẳng định rằng, đây là vấn đề nghiên cứu có ý nghĩa lý luận và thực tiễn, có tính mới, tính thời sự cần được giải quyết.

1.2. Kỹ năng và kỹ năng giao tiếp

1.2.1. Kỹ năng

1.2.1.1. Khái niệm kỹ năng

Kỹ năng là một vấn đề được nhiều nhà tâm lý học, giáo dục trong và ngoài nước quan tâm. Ở các góc độ khác nhau, các tác giả có những quan niệm khác nhau về kỹ năng, chúng tôi tổng kết lại và cho rằng có 3 quan niệm về kỹ năng như sau:

- *Quan niệm thứ nhất:* Là quan niệm xem xét kỹ năng nghiêng về mặt kỹ thuật của hành động. Với hướng nghiên cứu này, có các tác giả V. A. Cruchetxki, V.V Tsebưseva, A.V. Petrovxki.

Tác giả Welford (1958) đã chỉ ra ba đặc tính của kỹ năng bao gồm:

(1) Kỹ năng bao gồm một hoạt động có tổ chức, phối hợp liên quan đến một đối tượng hoặc một tình huống cụ thể và do đó, bao gồm cả một chuỗi các cơ chế cảm giác, trung tâm và vận động, làm nền tảng cho hiệu quả của hoạt động.

(2) Kỹ năng cần được học, trong đó sự hiểu biết, tri thức, kỹ năng cũng được hình thành nhờ kinh nghiệm và lặp đi lặp lại các hành động.

(3) Kỹ năng có bản chất nối tiếp, liên quan đến việc sắp xếp và phối hợp nhiều quy trình hoặc hành động khác nhau theo trình tự. Ví dụ kỹ năng lái xe bao gồm một chuỗi các hành động được thiết lập sẵn cho các hành vi, phải được thực hiện theo trình tự thời gian [Dẫn theo 122, tr.134].

Như vậy, theo hướng quan niệm này, kỹ năng là phương tiện thực hiện hành động mà con người đã nắm vững, người có kỹ năng hoạt động nào đó là người nắm được các tri thức về hoạt động đó và thực hiện hành động theo đúng yêu cầu cần có của nó mà không cần tính đến kết quả của hành động.

- *Quan niệm thứ hai:* là quan niệm xem xét kỹ năng nghiêng về mặt năng lực của con người. Đại diện cho quan niệm này có các tác giả: X.I. Kixegof, K. K. Platonov, Likewise, Ridge (1993), Xavier Roegiers, Kevin Barry, Ken King, hay tác giả Spitzberg & Cupach, Trần Quốc Thành, Nguyễn Quang Uẩn [Dẫn theo 70, tr.22].

Tương tự, X.I.Kixegof cho rằng, kỹ năng là khả năng thực hiện có hiệu quả hệ thống hành động phù hợp với mục đích và điều kiện thực hiện hành động đó. Theo ông, kỹ năng bao giờ cũng diễn ra dưới sự kiểm tra của ý thức nhiều hay ít. Kỹ năng đòi hỏi việc sử dụng những kinh nghiệm đã thu được trước đây và những tri thức nhất định nào đó trong các hành động, thiếu những điều này không thể hình thành được kỹ năng. Ngoài ra, K.K. Platonov còn nhấn mạnh đến tính linh hoạt, mềm dẻo của kỹ năng. Theo ông, người có kỹ năng không chỉ hành động có kết quả trong một hoàn cảnh cụ thể mà còn phải đạt kết quả tương tự trong những hoàn cảnh và điều kiện khác.

- *Quan niệm thứ 3:* Kỹ năng được xem xét trong phạm vi rộng hơn, kỹ năng được xem xét cùng với các yếu tố như thái độ, hành vi ứng xử của con người trong các mối quan hệ xã hội. Tác giả J.N.Richard cho rằng, mọi hành vi của con người đều xuất phát từ cách mà người ta suy nghĩ, tác giả coi kỹ năng là những hành vi được thể hiện ra hành động bên ngoài và chịu sự chi phối cách thức con người cảm nhận và suy nghĩ.

Có thể nhận thấy, có ba cách tiếp cận khác nhau về kỹ năng nhưng không có sự mâu thuẫn về bản chất mà chỉ khác nhau về cách tiếp cận. Ở nghiên cứu này, chúng tôi xem xét kỹ năng vừa là mặt kỹ thuật của hành động, vừa là năng lực của cá nhân. Từ những tìm hiểu và cách thức phân tích các quan niệm trên, chúng tôi đi đến kết luận:

Kỹ năng là sự vận dụng tri thức, kinh nghiệm của chủ thể để thực hiện có kết quả một hoạt động trong điều kiện cụ thể.

Nói như vậy nghĩa là kỹ năng trước hết đòi hỏi con người phải có tri thức, kinh nghiệm cần thiết về hành động. Tuy nhiên tri thức và kinh nghiệm chưa phải là kỹ năng, kỹ năng chỉ có được khi con người vận dụng những tri thức và kinh nghiệm đó vào hoạt động thực tiễn một cách có kết quả. Có thể nói, tri thức và kinh nghiệm là những điều kiện cần để hình thành kỹ năng, việc vận dụng tri thức, kinh nghiệm vào hoạt động thực tiễn nhằm đạt được mục đích đề ra là điều kiện đủ để hình thành kỹ năng.

1.2.1.2. Đặc điểm của kỹ năng

Nghiên cứu của Harry W. Jonhson's (1961) trong bài báo "Kỹ năng = Tốc độ × Độ chính xác × Hình thức × Khả năng thích ứng" đã đưa ra khái niệm kỹ năng là khả năng thực thi một hành động chính xác trong một hoàn cảnh nhất định [106, tr.163]. Như vậy, theo quan điểm của Harry W. Jonhson's, một người được coi là có kỹ năng trong một lĩnh vực, sẽ đảm bảo các tiêu chí như: có tốc độ giải quyết vấn đề trong thời gian phù hợp, các hành động đạt độ chính xác theo một công thức và có khả năng phù hợp với hoàn cảnh nhất định.

Tác giả Donald A. Norman (1983) đã chỉ ra năm tiêu chí để đánh giá đặc điểm của kỹ năng giữa người có kỹ năng tốt và những người có kỹ năng chưa tốt [99]. Cụ thể, năm tiêu chí được Donald A. Norman đề cập là:

(1) Trơn tru: đó là khả năng hoàn thành nhiệm vụ một cách dễ dàng, hiệu quả, cần ít nỗ lực để hoàn thiện.

(2) Tự động: hành động được thực hiện tốt mà không cần suy nghĩ, tư duy là sẽ phải làm gì, thực hiện thành thạo như bản năng.

(3) Người có kỹ năng hoàn hảo có thể thực hiện với hiệu suất tốt mà không cần có sự nỗ lực của tinh thần.

(4) Các nhiệm vụ cũng sẽ được hoàn thành và hầu như không chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố do căng thẳng.

(5) Ngoài ra, có kỹ năng có nghĩa là có khả năng tập trung và dành sự quan tâm vào một nhiệm vụ quan trọng ngay cả khi có một vài thao tác, nhiệm vụ khác cần sự quan tâm. Nghiên cứu của Donald A. Norman đã chỉ ra được một số đặc tính của kỹ năng, tuy nhiên vẫn có sự chồng chéo, đan xen giữa các đặc tính này.

Nghiên cứu của Sloboda (1986) đã sử dụng công thức FRASK (fluent, rapid, automatic, simultaneous và knowledgeable) để đề cập đến các đặc điểm của kỹ năng, bao gồm: thành thục, nhanh chóng, tự động, đồng thời và có tri thức về hành động [128].

Tính thành thục: Là một trong những tiêu chí để đánh giá chủ thể có kỹ năng hay không. Tính thành thục được thể hiện ở hai phương diện, thứ nhất, có sự đan xen của các hành động, thao tác trong đó việc chuẩn bị cho hành động B được bắt đầu trong khi hành động A vẫn đang được thực hiện... Hành động thực hiện càng nhanh mà vẫn chính xác thì hành động đó càng được đánh giá cao. Như vậy tính thành thục của kỹ năng chính là việc kết hợp các thao tác một cách hợp lý với tốc độ thực hiện nhanh, ổn định, độ chính xác cao, không bị lúng túng, vụng về trong quá trình thực hiện thao tác. Thứ hai, một tập hợp các hành động, thao tác được chia thành từng phần và được thực hiện dưới dạng một một thể thống nhất, nhịp nhàng, ví dụ, điện thoại viên vừa chào hỏi, mỉm cười, nhập thông tin khách hàng vào máy tính để tra cứu dữ liệu

- Nhanh chóng: là một đặc điểm quan trọng của kỹ năng. Khả năng đáp ứng nhanh chóng có nghĩa là những chủ thể có kỹ năng sử dụng ít thời gian hơn để hoàn thành hoạt động. Người có kỹ năng có thể tổng hợp các tình huống và trả lời nhanh chóng, để hiệu quả hoạt động trở nên mượt mà hơn. Các cá nhân có kỹ năng giao tiếp tốt sẽ có khả năng giải quyết các vấn đề nhanh chóng và ứng biến hiệu quả, đúng thời điểm.

- Tự động: Tính tự động đề cập đến thực tế là các hành động nhuần nhuyễn được thực hiện mà không cần suy nghĩ. Ở giai đoạn bắt đầu, kỹ năng cần có thời gian và nỗ lực học và luyện tập hình thành. Đặc điểm khác của tính tự động là một kỹ năng một khi đã đạt được và trở thành thói quen, khi đó, xuất hiện một tác nhân kích thích sẽ tự động kích hoạt phản ứng của chủ thể với tình huống đó.

- Tính đồng thời: Tính đồng thời, hay cái được gọi là hiệu suất đa tác vụ (Greene, 2003), là khía cạnh thứ tư của kỹ năng. Các thành phần của kỹ năng được thực hiện một cách liên tục, Hơn nữa, vì mức độ tự động cao, thường có thể thực hiện đồng thời các kỹ năng không liên quan. Ví dụ, điện thoại viên vừa có thể tóm

tắt các thông tin khách hàng trao đổi, vừa có kỹ năng phân tích, tìm kiếm thông tin trên hệ thống để đưa ra phương án hỗ trợ tốt nhất cho khách hàng.

- Sự hiểu biết, am hiểu về nghiệp vụ hay sự vận dụng kiến thức vào kỹ năng phù hợp. Kỹ năng không chỉ liên quan đến kiến thức mà còn thực sự áp dụng nó vào thời điểm thích hợp. Trong quá trình thực hiện hành động, chủ thể phải thể hiện được sự ổn định, bền vững và sáng tạo trong những điều kiện có thể biến động. Sự vận dụng linh hoạt kiến thức còn thể hiện ở việc chủ thể có thể bổ sung, lược bớt, sáng tạo thêm để hành động trở nên phù hợp với điều kiện thực tế. Vì vậy, kiến thức ở đây được hiểu là biểu hiện của sự mềm dẻo, có khả năng biến đổi để cho nó phù hợp với hoàn cảnh và điều kiện thực tế.

Trong nghiên cứu của mình, Frank Gabriel Campos đã chỉ ra sáu đặc điểm của kỹ năng bao gồm: tính hiệu quả, tính tự động, sự phù hợp về thời gian, kiến thức, khả năng thích ứng, năng lực, cụ thể như sau [104]:

- Tính hiệu quả được hiểu là khả năng hoàn thành công việc một cách nhanh chóng, thuận lợi. Nếu không có sự hiệu quả, các đặc điểm còn lại của kỹ năng đều không có giá trị.

- Tính tự động là khả năng hoàn thành thao tác mà không cần tới sự tham gia của nhận thức, sự nỗ lực của tinh thần và sự giám sát.

- Sự phù hợp về thời gian là khả năng hoàn thành nhiệm vụ ở một thời điểm thích hợp và theo một trình tự phù hợp.

- Kiến thức: là sự am hiểu, kiến thức về lĩnh vực đang tiếp cận. Đó là việc nhận thức được đó là cái gì và thực hiện việc đó như thế nào? Thông thường, kiến thức sẽ đòi hỏi kỹ năng ở bậc cao. Kiến thức sẽ được hình thành qua sự trải nghiệm, sự luyện tập hoặc qua học hỏi từ những người xung quanh.

- Khả năng thích ứng: các thao tác kỹ năng đôi khi phải đối mặt với những tình huống như: căng thẳng, buồn bã, sợ hãi, đối mặt với cơn tức giận từ người khác, trong tình huống như vậy, người có kỹ năng sẽ có khả năng thích ứng để cân bằng

- Cuối cùng là khả năng, mặc dù thuộc về những yếu tố có sẵn của cá nhân, nhưng những yếu tố thuộc về thể chất, tinh thần, cảm xúc, và những yêu cầu cơ bản về giao tiếp là yếu tố tiên quyết để đảm bảo thực hiện được các kỹ năng.

Trần Hữu Luyến (2015) nghiên cứu về kỹ năng đã cho thấy kỹ năng luôn gắn liền với hoạt động hay hành động cụ thể. Các nghiên cứu không dừng ở việc làm sáng tỏ bản chất, quá trình hình thành, mức độ kỹ năng mà còn khai thác và nêu lên

được sự thống nhất về các đặc điểm của nó [55]. Ở Việt Nam, một số tác giả xem xét về kỹ năng, đưa ra những đặc điểm sau:

- Tính đúng đắn (tính đúng - sai): là sự tuân thủ và thực hiện tất cả những yêu cầu về tri thức, tốc độ, thao tác, kỹ thuật. Điều này thể hiện cá nhân nhận biết thực hiện hành động một cách chính xác, không bị mắc lỗi, tuân thủ theo đúng yêu cầu và điều kiện thực tế của hành động. Ở đặc điểm này, mức độ kỹ năng thể hiện chưa cao nhưng nó là điều kiện đầu tiên mà mỗi chủ thể cần đạt được khi tiến hành một hành động.

- Tính thành thục: Là một trong những tiêu chí để đánh giá chủ thể có kỹ năng hay không. Tính thành thục là tốc độ của hành động nhanh hay chậm, việc thực hiện hành động trôi chảy hay bị vướng mắc, còn nhiều lỗi... Hành động thực hiện càng nhanh mà vẫn chính xác thì hành động đó càng được đánh giá cao. Như vậy, tính thành thục của kỹ năng chính là việc kết hợp các thao tác một cách nhịp nhàng, hợp lý với tốc độ thực hiện nhanh, ổn định, độ chính xác cao, không bị lúng túng, vụng về trong quá trình thực hiện thao tác.

- Tính linh hoạt: Trong quá trình thực hiện hành động, chủ thể phải thể hiện được sự ổn định, bền vững và sáng tạo trong những điều kiện có thể biến động. Tính linh hoạt còn thể hiện ở việc chủ thể có thể bổ sung, lược bớt, sáng tạo thêm để hành động trở nên phù hợp với điều kiện thực tế. Vì vậy, tính linh hoạt ở đây được hiểu là biểu hiện của sự mềm dẻo, có khả năng biến đổi để cho nó phù hợp với hoàn cảnh và điều kiện thực tế.

- Tính hiệu quả: Được thể hiện ở việc đạt được mục đích của hoạt động ở những mức độ khác nhau. Tính hiệu quả là kết quả tổng hợp của ba đặc điểm trên. Bởi lẽ, muốn có kỹ năng con người phải vận dụng những tri thức, kinh nghiệm vào hành động và thực hiện nó một cách đúng đắn, thành thục và linh hoạt và cuối cùng là tạo ra sản phẩm. Như vậy, sản phẩm như thế nào nó lại phụ thuộc vào mức độ đúng đắn, thành thục hay linh hoạt của hành động. Điều này cho thấy mối liên hệ giữa 3 đặc điểm trên và hiệu quả của hành động phụ thuộc vào các đặc điểm trên.

Xuất phát từ những đặc điểm cơ bản của kỹ năng trình bày ở trên, chúng tôi đã xây dựng các tiêu chí đánh giá về mức độ thực hiện KNGT của điện thoại viên với khách hàng bao gồm các đặc điểm: *tính thành thục, tính linh hoạt và tính hiệu quả.*

1.2.2. Kỹ năng giao tiếp

1.2.2.1. Khái niệm kỹ năng giao tiếp

Giao tiếp là một hiện tượng tâm lý phức hợp bao gồm nhiều mặt và nhiều yếu tố khác nhau. Dưới góc độ tâm lý học, giao tiếp là một vấn đề được các nhà

khoa học rất quan tâm, tiêu biểu như các nhà tâm lý học Liên xô: Vưgotxki L.X, Rubinstein X.L, Covaliov A.G, Leonchiev A.N, Andreeva G.M.... Theo họ, giao tiếp là một chức năng của tâm lý người, được coi như một phương tiện giao tiếp ngôn ngữ nhằm thông báo, giao lưu cảm xúc, trao đổi quan điểm với mục đích giải quyết vấn đề thực tiễn hay lý thuyết nào đó, tạo liên kết giữa con người với nhau.

Ở Việt Nam, vấn đề giao tiếp được quan tâm đặc biệt là trong những năm gần đây. Tác giả Vũ Dũng (2003) cho rằng "Giao tiếp là sự tiếp xúc, quan hệ tương tác giữa người và người nhằm trao đổi chia sẻ thông tin, tư tưởng, tình cảm bằng các phương tiện ngôn ngữ và phi ngôn ngữ" [17, tr.5].

Tác giả Đoàn Thị Hồng Vân khẳng định: "Giao tiếp là hành vi và quá trình trong đó con người tiến hành trao đổi thông tin với nhau, nhận thức, đánh giá về nhau, tác động qua lại, ảnh hưởng lẫn nhau" [83, tr.4]. Tác giả đề cập giao tiếp là hành vi của con người bởi nó được thể hiện thông qua lời nói, lắng nghe, hồi đáp, viết trong đó sử dụng phương tiện giao tiếp. Hoạt động giao tiếp thông qua: quá trình trao đổi thông tin, quá trình nhận thức và đánh giá tác động qua lại lẫn nhau.

Tác giả Nguyễn Quang Uẩn cho rằng: "Giao tiếp là mối quan hệ giữa con người với con người, thể hiện sự tiếp xúc tâm lý giữa con người và con người, thông qua đó con người trao đổi với nhau về thông tin, về cảm xúc, tri giác lẫn nhau, ảnh hưởng tác động qua lại với nhau" [84, tr. 63]. Như vậy, theo Nguyễn Quang Uẩn thì giao tiếp chính là một điều kiện để con người tồn tại và phát triển, hoàn thiện nhân cách.

Các quan niệm đã cho thấy, giao tiếp là một yếu tố không thể thiếu đối với sự phát triển tâm lý, nhân cách của mỗi cá nhân. Giao tiếp bao giờ cũng có nội dung nhất định, được thực hiện bởi cá nhân trong một mối quan hệ xã hội nào đó. Trong quá trình giao tiếp, các cá nhân sẽ thiết lập được các mối quan hệ nhờ sử dụng các phương tiện giao tiếp, từ đó có thể trao đổi thông tin, cảm xúc và ảnh hưởng lẫn nhau trong quá trình sống và hoạt động. Các phương tiện giao tiếp không chỉ có hành vi cử chỉ phi ngôn ngữ và ngôn ngữ mà còn có sự tham gia của nhân cách chủ thể trong quá trình giao tiếp, chính yếu tố này cũng sẽ tạo nên sự thành công hoặc ngược lại của hoạt động giao tiếp cũng như sự ảnh hưởng của chủ thể đối với nhân cách của đối tượng giao tiếp.

Từ các quan niệm khác nhau về giao tiếp, tác giả cho rằng:

Giao tiếp là sự tiếp xúc tâm lí giữa người với người, thông qua đó con người trao đổi với nhau về thông tin, cảm xúc, nhận thức lẫn nhau, ảnh hưởng tác động qua lại với nhau.

Trong nội hàm khái niệm giao tiếp thể hiện rõ các nội dung:

Giao tiếp là sự tiếp xúc tâm lý giữa người với người

Giao tiếp là sự trao đổi thông tin, cảm xúc có sự nhận thức lẫn nhau

Trong quá trình giao tiếp có sự ảnh hưởng tác động qua lại lẫn nhau giữa các chủ thể.

**** Phân loại giao tiếp***

Có nhiều cách khác nhau để phân loại giao tiếp, tác giả Nguyễn Văn Đồng (2011) chia giao tiếp theo bảy tiêu chí phân loại khác nhau bao gồm: phân loại theo cách thức tiến hành, phân loại theo phương tiện tiến hành, phân loại theo lĩnh vực xảy ra giao tiếp, phân loại theo số lượng cá nhân tham gia giao tiếp, phân loại theo mục đích hoạt động của nhóm xã hội, phân loại theo ngành nghề và phân loại theo định hướng tâm lý – xã hội [21].

Căn cứ theo cách thức giao tiếp

- Giao tiếp trực tiếp

Giao tiếp trực tiếp là hình thức giao tiếp trong đó các chủ thể giao tiếp trực tiếp gặp gỡ nhau, sử dụng ngôn ngữ và phi ngôn ngữ để trao đổi thông tin. Điển hình của loại hình giao tiếp này là các cuộc phỏng vấn tuyển dụng, các cuộc hội đàm song phương, các buổi hội thảo... Giao tiếp trực tiếp có ưu điểm là thông tin truyền - nhận nhanh chóng, có độ chính xác, tin cậy cao. Bên cạnh đó, giao tiếp trực tiếp cũng có hạn chế là không gian giao tiếp bị giới hạn, các chủ thể giao tiếp dễ bị chi phối bởi yếu tố ngoại cảnh.

- *Giao tiếp gián tiếp*: Giao tiếp gián tiếp là cách giao tiếp trong đó các chủ thể giao tiếp trao đổi thông tin với nhau thông qua người thứ ba hoặc qua các phương tiện như điện thoại, thư, thư điện tử, trò chuyện trực tuyến. Ưu điểm của loại hình giao tiếp này là các đối tượng giao tiếp có thể giao tiếp với nhau trong một khoảng không gian rộng. Tuy nhiên, loại hình giao tiếp này cũng có hạn chế là chủ thể giao tiếp thường không thấy được vẻ mặt của người đối thoại, không biết họ đang làm gì, trong hoàn cảnh nào, cũng không thể sử dụng nhiều phương tiện phi ngôn ngữ khác.

Căn cứ vào hình thức tổ chức giao tiếp

- *Giao tiếp chính thức:* Giao tiếp chính thức là giao tiếp mang tính công vụ, tuân theo những quy định cụ thể. Ví dụ: ngoại giao, họp, mít tinh, đàm phán giữa các nước, giữa các tổ chức chính thức. Trong giao tiếp chính thức, nội dung giao tiếp thường được ấn định trước, chuẩn bị trước, vì vậy tính chính xác của thông tin

khá cao. Giao tiếp chính thức đòi hỏi chủ thể của cuộc giao tiếp phải chuẩn bị công phu nội dung cần trao đổi và phải có kỹ năng nói lưu loát, trôi chảy. Muốn vậy, cần phải có vốn từ ngữ phong phú và sự hiểu biết sâu rộng về vấn đề cần trao đổi.

- *Giao tiếp không chính thức:* Giao tiếp không chính thức là giao tiếp mang tính cá nhân, không câu nệ vào thể thức hay các quy định, chủ yếu dựa trên sự hiểu biết về nhau giữa các chủ thể. Ví dụ: lãnh đạo trò chuyện riêng với nhân viên, bạn bè nói chuyện với nhau...

Hình thức giao tiếp này có ưu điểm là không khí giao tiếp chân tình, cởi mở, giúp hiểu biết lẫn nhau. Vì vậy, người ta gọi kiểu giao tiếp này là giao tiếp thân mật. Chúng ta có thể thổ lộ nỗi niềm, suy nghĩ mà không e ngại và tự do trao đổi những vấn đề mà chúng ta muốn. Giao tiếp không chính thức thành công sẽ góp phần vào sự thành công của giao tiếp chính thức.

Căn cứ vào phương tiện giao tiếp

- *Giao tiếp ngôn ngữ:* Ngôn ngữ là phương tiện giao tiếp quan trọng của con người. Ngôn ngữ giúp chúng ta có thể truyền đi bất kì một thông điệp nào, như miêu tả sự vật hiện tượng, trao đổi công việc, bày tỏ tình cảm... Ngôn ngữ được thể hiện dưới hai dạng: nói và viết.

- *Giao tiếp phi ngôn ngữ:* Phi ngôn ngữ cũng là một phương tiện giao tiếp rất quan trọng. Thay vì dùng lời nói, giao tiếp sử dụng những cử chỉ, hành động, thái độ để ngầm truyền đi quan điểm của mình. Theo kết quả nghiên cứu của Allan Pease và Albert Melrabian (Mỹ), trong giao tiếp, giao tiếp phi ngôn ngữ chiếm 55%, giao tiếp ngôn ngữ chỉ chiếm 7%, còn lại 38% là giọng nói của người truyền tin. Giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ ít khi tách rời nhau, mà thường bổ sung cho nhau. Vì vậy, để giao tiếp hiệu quả, chủ thể giao tiếp phải biết kết hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ.

Với những phân tích trên, có thể thấy giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng là hình thức giao tiếp chính thức, gián tiếp trong đó có sử dụng phương tiện ngôn ngữ và phi ngôn ngữ.

**** Khái niệm kỹ năng giao tiếp***

Kết quả của hoạt động giao tiếp phụ thuộc rất lớn vào trình độ, kỹ thuật, kỹ năng của người tham gia giao tiếp. Do đó, KNGT được nhiều tác giả quan tâm nghiên cứu. Khi đề cập đến vấn đề KNGT, đa số các nhà nghiên cứu hướng vào xem xét đến khả năng vận dụng kiến thức (khái niệm, cách thức, phương pháp...) để giải quyết một nhiệm vụ mới.

Các tác giả Wiliam B.G, YunKim Y.Y cho rằng, "KNGT là khả năng thực hiện các hành vi giao tiếp một cách phù hợp và có hiệu quả" [137, tr.196]. Như vậy, các tác giả đã coi KNGT là năng lực của cá nhân trong việc tổ chức, thực hiện các hành vi giao tiếp. Kết quả của việc thực hiện KNGT được đánh giá thông qua các mức độ phù hợp và hiệu quả trong mỗi tình huống giao tiếp cụ thể. Các tác giả này cũng đưa ra 4 KNGT cụ thể: Biết thể hiện sự quan tâm; biết đồng cảm; biết thích ứng; hiểu và phán đoán chính xác hành vi của người khác.

Các tác giả James D.H, Jame G.L, John I.M (2000) cho rằng: "KNGT là kỹ thuật, trình độ truyền đạt và tiếp nhận thông tin nhằm thực hiện quá trình truyền đạt thông tin" [25, tr.123]. Với quan niệm này, các tác giả đã đề cao yếu tố truyền đạt thông tin trong quá trình đánh giá KNGT, bỏ qua yếu tố khác như xử lý thông tin, các yếu tố gây nhiễu và khả năng sử dụng các phương tiện giao tiếp trong những điều kiện hoạt động cụ thể. Đó cũng chính là điểm hạn chế của quan niệm này. Các tác giả Gamble T. K và Gamble M. đã chỉ ra các KNGT cơ bản là: Kỹ năng lắng nghe, kỹ năng nói, kỹ năng hiểu được nét mặt, cử chỉ, thái độ và các hành vi phi ngôn ngữ, kỹ năng tạo thiết lập quan hệ, kỹ năng làm chủ cảm xúc. Trong đó, các tác giả cũng làm rõ được các kỹ năng thành phần trong từng nhóm kỹ năng trên.

Tác giả Trần Thị Thanh Hà khi nghiên cứu KNGT trong vận động quần chúng cho rằng: "KNGT là khả năng thực hiện có kết quả quá trình giao tiếp bằng cách sử dụng các phương tiện giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ để tác động lên đối tượng, tổ chức và điều khiển quá trình giao tiếp nhằm đạt mục đích đề ra" [29, tr.35].

Tác giả Vũ Dũng cho rằng: "KNGT là năng lực vận dụng có hiệu quả những tri thức, hiểu biết về quá trình giao tiếp, các yếu tố tham gia và ảnh hưởng tới quá trình giao tiếp cũng như sử dụng có hiệu quả các phương tiện giao tiếp, phối hợp hài hòa toàn bộ hành vi, ứng xử, cử chỉ…để giúp chủ thể đạt được mục đích nhất định của hoạt động giao tiếp" [17, tr.74].

Từ việc quan niệm về kỹ năng, giao tiếp và xem xét các quan điểm trên về KNGT, tác giả cho rằng:

Kỹ năng giao tiếp *là sự vận dụng kiến thức, kinh nghiệm của cá nhân vào thực hiện có kết quả hoạt động giao tiếp trong những điều kiện xác định.*

Như vậy, ở khái niệm này, nội hàm của KNGT bao gồm các cấu thành sau:

- Kỹ năng giao tiếp mang tính chất năng lực của cá nhân là sự vận dụng kiến thức, kinh nghiệm trong hoạt động giao tiếp.

- Kỹ năng giao tiếp luôn diễn ra trong những điều kiện nhất định và nhằm đạt các mục đích đã đề ra.

- Kỹ năng giao tiếp có sự tham gia của các chủ thể giao tiếp.

1.2.2.2. Phân loại các kỹ năng giao tiếp

A.A.Leeonchiep (1987) đã đưa ra các kỹ năng giao tiếp sư phạm: kỹ năng quan sát, kỹ năng điều khiển hành vi, kỹ năng nhạy cảm xã hội, kỹ năng đọc hiểu mô hình hoá nhân cách, kỹ năng làm gương cho học sinh noi gương, kỹ năng kiến tạo sự tiếp xúc, kỹ năng giao tiếp ngôn ngữ, kỹ năng nhận thức [49].

Theo V.P.Dakharov phân chia kỹ năng giao tiếp gồm: kỹ năng tiếp xúc và thiết lập mối quan hệ giao tiếp, kỹ năng biết nghe và biết lắng nghe đối tượng giao tiếp, kỹ năng tự chủ cảm xúc hành vi, kỹ năng kiềm chế, kỹ năng diễn đạt cụ thể dễ hiểu mạch lạc, kỹ năng biết cân bằng nhu cầu của chủ thể và đối tượng giao tiếp, kỹ năng linh hoạt mềm dẻo trong giao tiếp, kỹ năng thuyết phục đối tượng giao tiếp, kỹ năng điều khiển quá trình giao tiếp, sự nhạy cảm trong giao tiếp [dẫn theo 38, tr. 34].

Tác giả Hoàng Anh (2004) chia kỹ năng giao tiếp ra thành ba nhóm: kỹ năng định hướng giao tiếp, kỹ năng định vị trong giao tiếp, và kỹ năng điều khiển [2].

Kỹ năng định hướng giao tiếp là khả năng dựa vào sự tri giác ban đầu về đặc điểm bên ngoài của đối tượng giao tiếp như diện mạo, cử chỉ, ngôn ngữ, biểu cảm. Từ đó đoán biết được diễn biến tâm lý đang diễn ra trong đối tượng để định hướng trong quá trình giao tiếp. Thông qua những biểu hiện bên ngoài để xác định nhu cầu, động cơ, mục đích, sở thích, trạng thái tâm lý của đối tượng.

Kỹ năng định vị trong giao tiếp là khả năng chủ thể xác định vị trí của mình cũng như đối tượng trong quá trình giao tiếp nhằm tạo điều kiện cho đối tượng chủ động giao tiếp. Kỹ năng nay được thể hiện ở việc xác định đúng thời gian, không gian giao tiếp và chủ thể biết đặt mình vào vị trí của đối tượng để có được sự đồng cảm với đối tượng và để từ sự đồng cảm này đối tượng sẽ tham gia giao tiếp chủ động, tích cực hơn.

Kỹ năng điều khiển quá trình giao tiếp: kỹ năng điều khiển quá trình giao tiếp là khả năng lôi cuốn, thu hút đối tượng, tìm ra những đề tài giao tiếp mới lạ hấp dẫn, duy trì sự tập chung của đối tượng. Kỹ năng này bao gồm những kỹ năng nhỏ sau: kỹ năng làm chủ cảm xúc, kỹ năng làm chủ các phương tiện giao tiếp, kỹ năng sử dụng các công cụ ngôn ngữ và phi ngôn ngữ.

Tác giả Phạm Thị Tuyết (2009) chỉ ra các kỹ năng giao tiếp của cán bộ giao dịch ngân hàng bao gồm: kỹ năng tạo thiết lập quan hệ; kỹ năng lắng nghe tích cực; kỹ năng tự kiềm chế cảm xúc; kỹ năng ứng xử linh hoạt, mềm dẻo; kỹ năng sử dụng phương tiện giao tiếp; kỹ năng tư vấn thuyết phục; kỹ năng thu thập thông tin [82].

Tác giả Nguyễn Phương Huyền (2012) căn cứ vào đối tượng cũng như mục đích nghiên cứu của của đề tài luận án "Kỹ năng giao tiếp của cán bộ công chức", tác giả đưa ra các KNGT cụ thể của cán bộ công chức gồm: Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu, kỹ năng lắng nghe tích cực, kỹ năng sử dụng có hiệu quả các phương tiện giao tiếp và kỹ năng điều khiển cảm xúc [39].

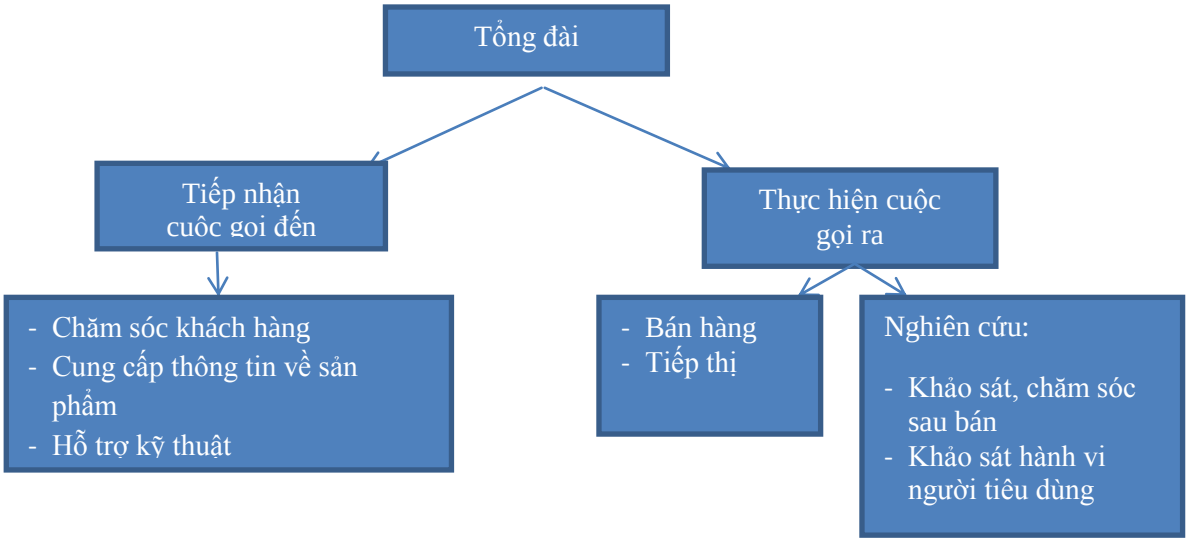
Như vậy có thể thấy, với mỗi loại hình, đối tượng và mục đích giao tiếp khác nhau, các tác giả có sự phân loại khác nhau về KNGT, tựu chung lại sẽ bao gồm các kỹ năng như thiết lập mối quan hệ để tạo thiết lập quan hệ, khai thác, thu thập thông tin trong đó sẽ sử dụng các kỹ năng như lắng nghe, đặt câu hỏi và kỹ năng trình bày, thuyết phục.

1.3. Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

1.3.1. Khái niệm về điện thoại viên và khách hàng

1.3.1.1. Điện thoại viên

Hệ thống tổng đài điện thoại (hay còn gọi là Call Center) ra đời từ giữa thế kỉ XX, trong đó tổng đài là một công cụ đắc lực được các nhà cung cấp, phân phối sản phẩm sử dụng để chăm sóc và gìn giữ khách hàng của họ. Công cụ này rất hữu ích cho mọi doanh nghiệp để duy trì và làm hài lòng khách hàng, kênh tương tác được sử dụng phổ biến nhất ở tổng đài với khách hàng là thông qua điện thoại. Khi một tổng đài được phát triển chuyên nghiệp và hiện đại, lúc đó hệ thống tổng đài sẽ được bổ sung nhiều công cụ tương tác mới như: trò chuyện trực tuyến qua mạng xã hội để hỗ trợ cho khách hàng, sử dụng thư điện tử và thực hiện cuộc gọi ra, và lúc này tổng đài được gọi với một thuật ngữ mới là trung tâm liên lạc **(**Contact Center)



Sơ đồ 1.1. Sơ đồ hệ thống tổng đài

Theo Hiệp hội Hỗ trợ qua điện thoại (1999) định nghĩa tổng đài là hoạt động của các tổ chức, ở đó sẽ quản lý một nhóm người và hầu hết công việc của họ được thực hiện trên điện thoại và công việc này được kết hợp đồng thời với máy tính. Lywood, J (2009) cho rằng "tổng đài là nơi các điện thoại viên làm việc để giải quyết các thắc mắc, khiếu nại, phàn nàn và cung cấp các thông tin hỗ trợ khách hàng" [116, tr.207 – 214]

Hệ thống tổng đài thường hoạt động 24 giờ/ngày, 7 ngày trên tuần và 365 ngày trong năm (Marr & Neely, 2004). Với đặc trưng công việc như vậy điện thoại viên thường đối mặt với nhiều căng thẳng và áp lực trong công việc của họ. Những nhân viên làm công việc trả lời khách hàng ở các tổng đài được gọi là điện thoại viên (Agent). Theo Malhotra và Mukherjee (2004) cho rằng, điện thoại viên có vai trò rất quan trọng vì đây là những người đại diện cho các doanh nghiệp và họ sẽ là người tương tác trực tiếp với khách hàng. Nhiều công ty rất chú trọng tới hoạt động chăm sóc khách hàng nhằm đạt được những yêu cầu lợi ích của tổ chức và mục tiêu kinh doanh chung của doanh nghiệp. Ngoài những kỹ năng quan trọng, điện thoại viên luôn phải chịu nhiều áp lực vì họ phải làm việc theo ca và công việc của họ hầu hết đều được thực hiện trên máy tính và điện thoại với thời gian, điện thoại viên có thể gặp những "bệnh nghề nghiệp" liên quan đến việc giao tiếp qua điện thoại [120, tr.48]. Mặc dù công việc của điện thoại viên ở các tổng đài luôn đối mặc với nhiều áp lực, tuy nhiên họ luôn được hỗ trợ nhiều công cụ tốt để tìm kiếm nhanh chóng những thông tin liên quan đến các phản ánh của khách hàng và dựa vào đó điện thoại viên có thể dễ dàng hỗ trợ khách hàng. Tâm lý của điện thoại viên luôn mong muốn giải quyết những vấn đề của khách hàng dưới sự thân thiện và vui vẻ nhằm giảm bớt sự căng thẳng của khách hàng cũng như của chính điện thoại viên.

Trong đề tài này chúng tôi quan niệm: *điện thoại viên là người làm việc tại các tổng đài, tiếp nhận và thực hiện các cuộc gọi nhằm hỗ trợ, tư vấn khách hàng sử dụng các sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp, đồng thời tạo lòng tin cho khách hàng vào sản phẩm, dịch vụ.*

Vai trò, nhiệm vụ cơ bản của điện thoại viên

- Tư vấn dịch vụ: Tiếp nhận thông tin từ khách hàng và trực tiếp giải quyết các vấn đề khó khăn của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ.

- Xử lý lỗi và tiếp nhận khiếu nại dịch vụ: Tiếp nhận và giải quyết những

thắc mắc, phàn nàn, khiếu nại của khách hàng liên quan đến chính sách, chất lượng mạng, chất lượng phục vụ.

- Thu thập ý kiến đóng góp của khách hàng: Trung tâm cuộc gọi được xem là nơi phát hiện ra các vấn đề, là nhân tố thúc đẩy việc phát triển mạng lưới và đảm bảo quyền lợi khách hàng. Điện thoại viên tham mưu, đề xuất các ý kiến đóng góp đến ban lãnh đạo nhằm nâng cao và cải thiện chất lượng phục vụ khách hàng.

- Bán sản phẩm, dịch vụ: Trực tiếp bán tất cả các sản phẩm, dịch vụ thông qua việc giới thiệu các tính năng ưu việt, đặc điểm vượt trội và lợi ích sử dụng đến khách hàng.

1.3.1.2. Khách hàng

Trong môi trường kinh doanh cạnh tranh gay gắt như hiện nay, khách hàng là điều kiện tiên quyết để mỗi doanh nghiệp có thể tồn tại và phát triển. Khách hàng là toàn bộ những đối tượng có liên quan trực tiếp đến những đòi hỏi về chất lượng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp mà doanh nghiệp phải đáp ứng. Peter F. Drucker (2000) quan điểm rằng, mục đích của kinh doanh là tạo ra khách hàng – cả khách hàng nội bộ và khách hàng bên ngoài. Khách hàng bên ngoài là toàn bộ những đối tượng có những đòi hỏi trực tiếp về chất lượng sản phẩm hay dịch vụ của doanh nghiệp mà doanh nghiệp phải đáp ứng. Khách hàng bên ngoài có thể bao gồm những người có tiêu dùng sản phẩm hay dịch vụ của doanh nghiệp hoặc cũng có thể là những người không tiêu dùng sản phẩm của doanh nghiệp như cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức xã hội, các cá nhân trong cộng đồng. Tuy nhiên, các khách hàng lại có những mong muốn mâu thuẫn nhau, vì vậy nhiệm vụ của doanh nghiệp là dung hòa những đòi hỏi đó làm sao để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của họ nhưng trong khả năng của doanh nghiệp.

Theo nghiên cứu về nhu cầu của khách hàng của tác giả Nguyễn Đình Phan (2013) trong các khách hàng của doanh nghiệp, loại khách hàng tiêu dùng sản phẩm của doanh nghiệp có ý nghĩa đặc biệt quan trọng bởi đây chính là những đối tượng chi trả cho hàng hóa của doanh nghiệp, mang lại thu nhập, giúp doanh nghiệp hiện thực hóa các hoạt động đầu tư. Chính vì vậy, hiểu về nhu cầu của khách hàng, từ đó đáp ứng tốt nhất nhu cầu của họ là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu của doanh nghiệp.

Nhu cầu khách hàng còn gọi là mong muốn hay kỳ vọng của khách hàng là nhu cầu tự nhiên có dạng đặc thù, nghĩa là cùng một loại nhu cầu tự nhiên nhưng mỗi đối tượng khách hàng khác nhau lại có mong muốn được đáp ứng bằng những hình thức khác nhau sao cho phù hợp với tính cách và đặc điểm cá nhân. Nhu cầu

của khách hàng phản ánh những đòi hỏi ở dạng cụ thể, vì vậy mà việc tìm hiểu về nhu cầu khách hàng để từ đó xác định các đặc tính của sản phẩm hay dịch vụ đáp ứng tốt nhất mong muốn của họ là điều tối cần thiết trong kinh doanh. Trước khi mua một sản phẩm hay thụ hưởng một dịch vụ thì khách hàng thường có một số hay rất nhiều mong muốn về sản phẩm hay dịch vụ này. Những mong muốn của khách hàng rất phong phú, đa dạng và ở các mức độ khác nhau. Đánh giá những mong muốn và mức độ chấp nhận sản phẩm của khách hàng cho doanh nghiệp kết luận về độ dễ tính hay khó tính của khách hàng. Tập hợp những mức độ của những mong muốn đó hình thành nên chất lượng mong đợi của sản phẩm, dịch vụ. Sau khi khách hàng đã tiêu dùng sản phẩm hoặc thụ hưởng dịch vụ, khách hàng sẽ có cảm nhận thực tế về việc đáp ứng những mong đợi này, từ đó chất lượng thực tế được hình thành. Chất lượng sản phẩm hay dịch vụ về bản chất chính là sự thỏa mãn do doanh nghiệp đáp ứng đúng như hoặc vượt mức mong đợi của khách hàng [68, tr. 136]. Tuy nhiên việc xác định nhu cầu khách hàng ở các doanh nghiệp lại gặp rất nhiều khó khăn. Điều khó khăn đầu tiên là mỗi doanh nghiệp có nhiều loại khách hàng, mỗi loại khách hàng lại có nhiều nhu cầu khác nhau, phong phú và đa dạng. Vì vậy, các doanh nghiệp cần phân loại khách hàng, tập trung vào những loại khách hàng nhất định và hiểu biết chính xác những nhu cầu của những khách hàng này. Thứ nữa là khách hàng thường chỉ thể hiện nhu cầu của mình bằng hành động mua sản phẩm hay thụ hưởng dịch vụ chứ không phải bằng lời, nên doanh nghiệp không hiểu rõ về lý do lựa chọn sản phẩm hay dịch vụ. Thậm chí ngay cả khi khách hàng có phát biểu bằng lời thì điều đó cũng chưa hẳn chính xác vì bản thân khách hàng cũng chưa nhận rõ hay xác định đúng nhu cầu của mình. Do vậy, doanh nghiệp cần xác định rõ nhu cầu thực sự của khách hàng mà từ đó phát sinh ra hành động lựa chọn sản phẩm của khách hàng. Ngoài ra, doanh nghiệp còn đối mặt với nhiều khó khăn trong quá trình tìm hiểu và xác định nhu cầu khách hàng do đặc điểm luôn luôn thay đổi theo thời gian và không gian của nhu cầu khách hàng. Theo tác giả Michael Maher, việc tìm hiểu nhu cầu khách hàng có ý nghĩa quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bởi chỉ khi tìm hiểu và xác định đúng nhu cầu của khách hàng thì doanh nghiệp mới có cơ hội phục vụ khách hàng và làm cho họ thỏa mãn [57, tr. 212].

Hiện nay viễn thông là lĩnh vực có số lượng khách hàng tương đối lớn, với đặc điểm nhóm khách hàng đa dạng về độ tuổi, thu nhập, trình độ. Theo thống kê của We are Social - Công ty nghiên cứu toàn cầu tính đến ngày 01/01/2015 Việt

Nam có 128,3 triệu thuê bao di động với khoảng gần 40 triệu người sử dụng. Nghiên cứu về "Hành vi người tiêu dùng và chiến lược Marketing hỗn hợp của các doanh nghiệp viễn thông di động tại Việt Nam", tác giả Chu Tiến Đạt (2014) chỉ ra một số đặc điểm của nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ viễn thông: "đối với hành vi giới thiệu với bạn bè, người thân về dịch vụ đang sử dụng, có 48,3% trả lời sẽ giới thiệu dịch vụ cho bạn bè, người thân; 12,7% trả lời là không giới thiệu. Về hành vi nói tốt về nhà mạng, 45,5% sẽ nói tốt về nhà mạng mà họ sử dụng; trong khi có 8.5% sẽ không nói tốt về nhà mạng họ đang sử dụng với người khác" [20, tr. 89]. Trong một nghiên cứu khác, tác giả Võ Thanh Hải, Võ Thị Thanh Thương (2017) chỉ ra một số yêu cầu của khách hàng sử dụng dịch vụ viễn thông đối với việc hỗ trợ khách hàng như sau: Các doanh nghiệp cần mở rộng hệ thống chăm sóc khách hàng bao gồm cả chăm sóc trực tuyến như gọi điện thoại và trao đổi qua tin nhắn. Trong quá trình xử lý khiếu nại của khách hàng, phân quyền cho nhân viên giải quyết trực tiếp với khách hàng, giải quyết kịp thời các khiếu nại của khách hàng, khuyến khích họ khiếu nại và thu thập khiếu nại. Đảm bảo các nguyên tắc cơ bản của hoạt động quản lý những khiếu nại của khách hàng như sau: "Cam kết, tính công bằng, hiệu quả, khả năng tiếp cận, có trách nhiệm" [30, tr. 32 - 34]. Như vậy có thể thấy khách hàng trong lĩnh vực viễn thông đã có những nhận thức về quyền lợi và nghĩa vụ của khách hàng, tâm lý, thái độ của họ với dịch vụ viễn thông cũng có những khác biệt. Do đó, các doanh nghiệp viễn thông đang nỗ lực để duy trì sự trung thành của khách hàng cũng như gia tăng khách hàng tiềm năng.

1.3.1.3. Đặc điểm giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng khác với giao tiếp chung về: hình thức giao tiếp, chủ thể giao tiếp, đối tượng giao tiếp, nội dung giao tiếp, mục đích giao tiếp, môi trường hoàn cảnh giao tiếp và phương tiện sử dụng khi giao tiếp, cụ thể như sau:

Về hình thức giao tiếp: Giao tiếp giữa điện thoại viên với khách hàng là giao tiếp gián tiếp, trong đó điểm đặc trưng là điện thoại viên không quan sát được ánh mắt, nét mặt, cử chỉ… của khách hàng [91]. Điện thoại viên thông qua giọng nói của khách hàng để có những nhận định về độ tuổi, giới tính, tính cách, tâm lý của khách hàng để từ đó có cách ứng xử, giao tiếp phù hợp.

Về mục đích giao tiếp: Tìm hiểu về mục đích giao tiếp giữa điện thoại viên và khách hàng, tác giả Bùi Xuân Phong cho rằng, đó chính là việc điện thoại viên có thể hỗ trợ khách hàng giải đáp các thắc mắc, khiếu nại, tư vấn cho khách hàng về các sản

phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp, tiếp thu ý kiến đóng góp của khách hàng về các sản phẩm, dịch vụ của công ty [65, tr. 18]. Trong quá trình giao tiếp đó, điện thoại viên là chủ thể và khách hàng là đối tượng của quá trình giao tiếp và ngược lại. Mặc dù khách hàng là người chủ động gọi trực tiếp lên tổng đài để được hỗ trợ, nhưng ngay khi tiếp nhận cuộc gọi, điện thoại viên cần trở thành chủ thể giao tiếp với sự am hiểu về sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp để có những hỗ trợ tốt nhất cho khách hàng. Trong luận án này, chúng tôi chỉ xem xét theo chiều điện thoại viên – chủ thể giao tiếp và khách hàng - đối tượng giao tiếp.

Về nội dung giao tiếp: Trịnh Minh Thảo (2016) khẳng định rằng, nội dung giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng rất phong phú, đa dạng, được thể hiện qua các nội dung hỗ trợ thông tin, tư vấn sản phẩm dịch vụ, giải quyết khiếu nại của khách hàng. Nếu chia theo các cấp độ hỗ trợ khách hàng có thể thấy như sau: khách hàng gọi điện để được tư vấn về cách sử dụng sản phẩm, dịch vụ hoặc hỏi thông tin chương trình khuyến mại, khách hàng cần được tư vấn, hỗ trợ khi khách hàng gặp các khó khăn trong quá trình sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp; khách hàng đưa ra những đóng góp nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ được tốt hơn. Bên cạnh đó, có một số tình huống khách hàng sẽ gọi điện để khiếu nại về dịch vụ, về thái độ, ý thức làm việc của nhân viên hoặc khiếu nại về những dịch vụ, sản phẩm khách hàng không được sử dụng như mong muốn [71].

Về phương tiện giao tiếp: Tác giả Darril Gilbson cho rằng, do đặc thù là hình thức giao tiếp qua điện thoại, do đó, phương tiện giao tiếp chủ yếu là ngôn ngữ nói và giọng nói, ngữ điệu của điện thoại viên [96]. Các thông điệp, hướng dẫn mà điện thoại viên trao đổi với khách hàng chủ yếu thông qua ngôn ngữ nói. Do vậy, điện thoại viên cần trau dồi vốn ngôn ngữ dễ hiểu, dễ tiếp thu đồng thời linh hoạt với các nhóm khách hàng khác nhau để đảm bảo hiệu quả giao tiếp được tốt nhất.

Khi khách hàng gọi điện lên tổng đài, thường là trong trường hợp họ gặp khó khăn khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ khi đó thường cảm xúc của khách hàng sẽ không được tốt, hay nóng giận, điện thoại viên cần có cách sử dụng ngôn từ và ngữ điệu phù hợp để trấn an và thể hiện sự đồng cảm với khách hàng từ đó giúp khách hàng bình tĩnh và cùng khách hàng giải quyết vấn đề của họ.

Về bối cảnh giao tiếp: Giao tiếp của người điện thoại viên với khách hàng được diễn ra trong suốt quá trình từ lúc bắt đầu đến khi kết thúc cuộc gọi. Thông thường các cuộc điện thoại sẽ kéo dài từ 2 – 3 phút, cá biệt sẽ có những cuộc điện thoại kéo dài trên 20 phút. Chỉ trong một thời gian ngắn nhiệm vụ của điện thoại

viên sẽ cần hỗ trợ cho khách hàng nhiều thông tin, ngoài ra còn cần có sự tương tác về mặt cảm xúc với khách hàng, có thể thấy đó là công việc không đơn giản trong bối cảnh chỉ có một phương tiện giao tiếp là điện thoại. Điện thoại viên cũng cần có khả năng ứng biến linh hoạt vì mỗi cuộc gọi là một khách hàng khác nhau, có nhu cầu tư vấn, hỗ trợ các vấn đề hoàn toàn khác nhau. Điện thoại viên cũng cần liên tục cập nhật các thông tin về sản phẩm, dịch vụ, nghiệp vụ để có thể giải đáp một cách thỏa đáng các thắc mắc, khiếu nại của khách hàng.

Như vậy, đặc điểm khái quát nhất của quá trình giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng là điện thoại viên cần có sự tôn trọng, đồng cảm với khách hàng, đồng thời có sự am hiểu kiến thức về sản phẩm, dịch vụ để có thể hỗ trợ khách hàng một cách hiệu quả nhất.

Bảng 1.1. So sánh giao tiếp chung với giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

STT	Các tiêu chí	Giao tiếp chung	Giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng
1	Hình thức giao tiếp	Trực tiếp – gián tiếp	Gián tiếp
2	Chủ thể giao tiếp	Các cá nhân trong xã hội	Điện thoại viên
3	Đối tượng giao tiếp	Các cá nhân trong xã hội	Khách hàng
4	Môi trường, hoàn cảnh giao tiếp	Môi trường xã hội	Môi trường giữa người cung cấp dịch vụ - khách hàng
5	Mục đích giao tiếp	Trao đổi thông tin xã hội	Hỗ trợ, hướng dẫn khách hàng thông tin phù hợp
6	Nội dung giao tiếp	Đa dạng, phong phú	Thông tin về sản phẩm, dịch vụ, giải đáp các thắc mắc
7	Phương tiện sử dụng khi giao tiếp	Ngôn ngữ; hành vi cử chỉ phi ngôn ngữ; nhân cách chủ thể và đối tượng giao tiếp	Ngôn ngữ; giọng nói, hệ thống tổng đài, máy tính để tra cứu thông tin

Tóm lại, trong quá trình giao tiếp giữa điện thoại viên với khách hàng, chủ thể là những cá nhân được trang bị kiến thức nghiệp vụ chuyên môn để thực hiện việc hướng dẫn hỗ trợ khách hàng. Mục đích của quá trình này cũng được xác định rõ ràng, có kế hoạch và nội dung xác định. Các thông tin trong quá trình giao tiếp được chọn lọc và mang tính tư vấn, hỗ trợ, giải thích, giải đáp cũng như trấn an khách hàng.

1.3.2. Khái niệm về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

1.3.2.1. Khái niệm kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng là giao tiếp có tính chất nghề nghiệp giữa điện thoại viên và khách hàng, trong quá trình này có sự ảnh hưởng tác

động lẫn nhau giữa các chủ thể giao tiếp. Giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng cũng có những đặc điểm của giao tiếp nói chung như sự tương tác tâm lý, trao đổi thông tin, cảm xúc, nhận thức lẫn nhau, ảnh hưởng tác động qua lại với nhau. Tuy nhiên trong giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng có những đặc điểm biểu hiện không rõ nét như nhận thức về nhau, ảnh hưởng lẫn nhau… nhưng lại có những đặc điểm nổi trôi và rõ nét hơn giao tiếp nói chung như đặc điểm trao đổi thông tin và thỏa mãn nhu cầu chủ yếu cho một phía (khách hàng) - đó là nhu cầu được tư vấn, hỗ trợ về các dịch vụ. Do đó chúng tôi quan niệm: *Giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng là quá trình trao đổi thông tin một cách gián tiếp qua điện thoại nhằm thỏa mãn nhu cầu được hỗ trợ, tư vấn của khách hàng*.

Giao tiếp là phương tiện quan trọng nhất cho việc giải quyết các nhiệm vụ hướng dẫn hỗ trợ khách hàng, cụ thể bao gồm:

- Thiết lập mối quan hệ giữa điện thoại viên và khách hàng.

- Tiếp nhận các thông tin từ khách hàng và cung cấp, hướng dẫn thông tin phù hợp.

- Sử dụng các phương tiện giao tiếp.

Từ những phân tích về KNGT, cũng như đặc điểm công việc của điện thoại viên, chúng ta có thể hiểu *kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng là sự vận dụng kiến thức, kinh nghiệm của điện thoại viên vào việc giao tiếp với khách hàng nhằm thỏa mãn nhu cầu được hỗ trợ, tư vấn của khách hàng.*

Với quan niệm trên về KNGT của điện thoại viên với khách hàng, cần lưu ý một số điểm cơ bản sau đây:

- KNGT của điện thoại viên với khách hàng là sự vận dụng tri thức, kinh nghiệm của điện thoại viên về KNGT, dịch vụ khách hàng, nghiệp vụ chuyên môn, thông tin về sản phẩm, chính sách và chiến lược của công ty. Do đó, để thực hiện được kỹ năng này, điện thoại viên phải nhận thức rõ vai trò của giao tiếp với khách hàng cũng như các kiến thức về chuyên môn, nghiệp vụ sau đó vận dụng được vào tình huống hỗ trợ khách hàng cụ thể.

- Giao tiếp với khách hàng trong nghiên cứu này bao gồm việc tiếp nhận cuộc gọi, xác định nhu cầu của khách hàng, tra cứu thông tin, hướng dẫn, giải đáp và hỗ trợ khách hàng.

- Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên được thể hiện qua việc sử dụng hiệu quả sự biểu đạt của ngôn ngữ và biểu cảm của phi ngôn ngữ, đặc biệt là giọng nói.

- Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng được biểu hiện thông

qua thái độ, ngôn từ khi giao tiếp với khách hàng nhằm hỗ trợ, tư vấn khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ để thỏa mãn nhu cầu của họ.

- Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng được coi là kỹ năng mềm. Vì vậy, rất khó để đánh giá kỹ năng đúng hay sai một các chính xác như những kỹ năng khác, điều quan trọng là thực hiện kỹ năng ấy một cách thành thục, nhanh chóng và mang lại hiệu quả hỗ trợ thành công và tạo được sự hài lòng cho khách hàng. Chính vì vậy, trong nghiên cứu này, chúng tôi lựa chọn tính: *(1) tính thành thục, (2) tính linh hoạt, (3) tính hiệu quả* để đánh giá kỹ năng.

1.3.2.2. Nguyên tắc giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Nguyên tắc giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng là những quan điểm định hướng, chỉ đạo những hành vi giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng ở các thời điểm, tình huống khác nhau khi khách hàng kết nối cuộc gọi tới tổng đài, cụ thể:

- *Nguyên tắc tôn trọng khách hàng*

Tôn trọng khách hàng là tôn trọng phẩm giá, tâm tư nguyện vọng và những khác biệt về văn hoá giữa điện thoại viên và khách hàng. Trong quá trình giao tiếp, các cá nhân đều là chủ thể, bình đẳng với tất cả mọi người trong các quan hệ xã hội. "Tôn trọng khách hàng là điện thoại viên tự tôn trọng chính bản thân mình" [14, tr.11]. Kết nối lên tổng đài là rất nhiều khách hàng khác nhau với những đặc điểm riêng về giới tính, độ tuổi, điện thoại viên cần tôn trọng tuổi tác, địa vị xã hội, giới tính, nhân cách của khách hàng sẽ tạo ra ở họ niềm tin, sẽ cởi mở hơn trong giao tiếp và sẵn sàng chia sẻ thông tin với điện thoại viên.

- *Nguyên tắc thiện chí trong giao tiếp*

Thiện chí trong giao tiếp là sự tin tưởng ở khách hàng, luôn nghĩ tốt về họ; dành những tình cảm tốt đẹp và đem lại niềm vui cho khách hàng, luôn động viên, khuyến khích họ tiếp tục sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp.

Nguyên tắc thiện chí trong giao tiếp đòi hỏi khi giao tiếp phải biết đặt lợi ích của khách hàng lên trên lợi ích bản thân, không tính toán thiệt hơn, suy bì với thành công hay chế giễu sự nhận thức của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ. Trong quá trình giao tiếp, việc đặt niềm tin ở khách hàng, sự chân thành, cởi mở, biết quan tâm đến người khác là những điều rất quan trọng [14].

- *Nguyên tắc đồng cảm trong giao tiếp*

Điện thoại viên cần biết cách đặt bản thân mình vào vị trí của khách hàng để biết được tâm tư, tình cảm, thái độ của họ, trên cơ sở đó có thể lựa chọn cách ứng xử phù

hợp. "Điện thoại viên cần phải có kỹ năng chia sẻ, biết vui với niềm vui của khách hàng và đồng thời biết chia sẻ những khó khăn, thắc mắc cũng như quan điểm của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ để đưa ra các giải pháp phù hợp, kịp thời" [42, tr.157].

Trên đây là những nguyên tắc chính trong giao tiếp giữa điện thoại viên với khách hàng, có thể có những nguyên tắc khác tùy thuộc vào từng môi trường giao tiếp. Quan trọng là điện thoại viên phải biết vận dụng các nguyên tắc đó vào trong những trường hợp cụ thể một cách linh hoạt và phù hợp thì mới có hiệu quả cao trong giao tiếp góp phần thành công.

1.3.3. Biểu hiện kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Việc xác định các biểu hiện (kỹ năng thành phần) của KNGT của điện thoại viên với khách hàng chúng tôi dựa vào một số cơ sở sau đây:

Thứ nhất, công việc của điện thoại viên là hỗ trợ, giải đáp thắc mắc cho khách hàng, tạo sự hài lòng của khách hàng khi thực hiện cuộc gọi lên tổng đài. Vì vậy, yêu cầu của cuộc gọi được đánh giá tốt là điện thoại viên cần giải quyết được thắc mắc, khiếu nại của khách hàng. Điều quan trọng là điện thoại viên có thể phát hiện và có cái nhìn sâu sắc và đúng đắn về mối quan tâm, nhu cầu hỗ trợ, cảm xúc, động cơ và của khách hàng. Các phản hồi cần được diễn ra một cách liên tục trong suốt cuộc gọi giữa điện thoại viên và khách hàng [129].

Thứ hai, căn cứ vào mô hình SEGUE và Kalamazoo và quy trình tiếp nhận cuộc gọi trong nghiên cứu của Xunfeng Xu, Yan Wang, Gail Forey, Lan Li, chúng tôi sẽ nghiên cứu KNGT của điện thoại viên với khách hàng theo tiến trình một cuộc điện thoại.

Thứ ba, trong mỗi cuộc gọi khác nhau sẽ là các khách hàng khác nhau với vấn đề khác nhau, đặc điểm tính cách, nhu cầu, sở thích, trình độ khác nhau, vì vậy, mặc dù có những kịch bản chung nhưng việc hỗ trợ khách hàng trong từng tình huống không phải là chung chung mà cụ thể với từng cuộc gọi.

Trên cơ sở nghiên cứu về KNGT, đặc điểm, nguyên tắc giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng và theo quy trình cuộc gọi, tác giả cho rằng KNGT của điện thoại viên với khách hàng bao gồm các kỹ năng thành phần theo tiến trình cuộc gọi như sau:

- Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng
- Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng
- Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng

- Kỹ năng kết thúc cuộc gọi

1.3.3.1. Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng

a. Tầm quan trọng của kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng

Tạo ấn tượng ban đầu trong giao tiếp là điều kiện thuận lợi để xây dựng, phát triển mối quan hệ trong giao tiếp cũng như tạo điều kiện để điện thoại viên có thể hỗ trợ khách hàng tốt nhất. Do đó, tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng được xem như một hoạt động có tính chủ đích, có động cơ rõ ràng của điện thoại viên. Trong một ca làm việc, điện thoại viên tiếp xúc với hàng trăm khách hàng khác nhau, mỗi lần tiếp xúc là mỗi lần cần tạo ấn tượng tốt, nếu tạo được ấn tượng tốt đối với khách hàng thông qua việc tiếp nhận cuộc gọi ngay trong những giây đầu, điều đó có nghĩa là khách hàng có cảm tình với điện thoại viên, mong muốn được trao đổi, hỗ trợ và sẵn sàng chia sẻ thông tin. Ngược lại, nếu ngay trong vài giây đầu đã có những sơ suất và để lại ấn tượng không tốt, như vậy sẽ khó khăn trong những lần gặp tiếp theo và phải mất nhiều thời gian, công sức mới có thể xoá được ấn tượng đó. F. Richard (2007) cho rằng: "Tự bạn phải quan tâm đến nhu cầu của khách hàng ngay từ giây phút đầu tiên. Hai ảnh hưởng có tính phá hoại lớn nhất đến thiết lập quan hệ với khách hàng là nhân viên thờ ơ và thiếu năng lực." [92, tr. 4 - 6].

Ngay trong những giây tiếp xúc đầu tiên, tạo ấn tượng ban đầu giúp cho khách hàng cũng như điện thoại viên có những cảm nhận chung về nhau. Uy tín cá nhân và khả năng sẵn sàng hỗ trợ khách hàng ngay từ những giây đầu tiên của cuộc gọi sẽ là yếu tố quan trọng để hỗ trợ khách hàng về sau. Do điều kiện giao tiếp gián tiếp, thời gian tiếp xúc lại quá ngắn, cả hai bên sẽ không thể bộc lộ hết những đặc điểm tâm lý, tính cách của bản thân. Vì vậy, chỉ thông qua ngôn từ và ngữ điệu, khách hàng và điện thoại viên sẽ có những cảm nhận về nhau, sau đó dựa vào kinh nghiệm để phán đoán, đánh giá về đối tượng giao tiếp.

Ấn tượng ban đầu chứa đựng sự nhận thức của khách hàng về điện thoại viên và ngược lại, kèm theo đó là những cảm xúc, tình cảm: quý mến hay ghét, thích hay không thích, hài lòng hay không hài lòng. Thái độ đó sẽ chi phối cách ứng xử của những quá trình giao tiếp về sau. Nếu có ấn tượng ban đầu tốt khách hàng sẽ dễ dàng chia sẻ thông tin, chấp nhận sự hướng dẫn hoặc hỗ trợ điện thoại viên trong giải quyết vấn đề của khách hàng và ngược lại. Nếu thiết lập quan hệ không tốt, điện thoại viên sẽ mất công sức và thời gian để lấy lại thiện cảm từ khách hàng [61].

Đối tượng giao tiếp của điện thoại trong luận án mà tác giả nghiên cứu là khách hàng với nhiều đặc điểm khác biệt (có nhiều lứa tuổi, giới tính, trình độ, nghề

nghiệp...). Khách hàng khi kết nối với tổng đài là khi khách hàng cần hỗ trợ, tư vấn, giúp đỡ do vậy, khách hàng sẽ có cảm giác muốn vấn đề được giải quyết nhanh chóng, triệt để và cảm thấy khó chịu, bức xúc khi chưa được giải quyết vấn đề triệt để. Vì vậy, có thể khẳng định, kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng là kỹ năng quan trọng đảm bảo cho một cuộc gọi thành công mà bất kỳ điện thoại viên nào cũng cần phải có.

Tạo được ấn tượng tốt sẽ giúp khách hàng cảm thấy tin tưởng, sẵn sàng hỗ trợ thông tin cho điện thoại viên để giải quyết vấn đề. Chỉ khi điện thoại viên thiết lập được mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng mới có thể cùng khách hàng giải quyết vấn đề của họ cũng như đưa đến những giải pháp tốt nhất cho khách hàng. Tác giả Hermann Rune và Knut Beuck (2008) cho rằng: thiết lập quan hệ là những gì mà một người lần đầu ghi nhận về người khác thường để lại ấn tượng đặc biệt sâu sắc, ngay cả khi ấn tượng đó đúng hay sai. Đôi khi con người chỉ dựa vào một mẩu thông tin về một người cũng đủ để phân loại người đó vào nhóm nào đó. Việc suy diễn sẽ làm cho chúng ta khó bỏ qua những sai lầm của người khác [121]. Mục đích cuối cùng của kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng là tạo sự tin tưởng của khách hàng đối với điện thoại viên, trên cơ sở đó có được sự hợp tác của họ để tiến hành hỗ trợ khách hàng một cách thuận lợi.

b. Khái niệm kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng

Từ những phân tích và tổng quan các nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên, chúng tôi quan niệm:

Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng là sự vận dụng những kiến thức, kinh nghiệm của điện thoại viên để tạo ra mối quan hệ cởi mở, tin cậy và sẵn sàng chia sẻ thông tin.

Trong lĩnh vực tổng đài, các điện thoại viên cần tuân thủ theo những nguyên tắc, quy tắc giao tiếp với khách hàng. Cụ thể, theo quy định của một số doanh nghiệp, tổ chức để tạo ấn tượng tốt và sự hài lòng với khách hàng, cần có sự phục vụ nhanh chóng. Hầu hết các công ty đều có một hướng dẫn hoặc mục tiêu phản hồi nhanh chóng khi có chuông điện thoại kết nối tới tổng đài. Ví dụ, hầu hết các điện thoại viên sẽ cố gắng trả lời điện thoại trong vòng ba hồi chuông đầu tiên. Tại một số tổng đài có công nghệ cuộc gọi chờ, khách hàng sẽ được đưa vào hàng đợi hoặc "sẽ cố gắng trả lời điện thoại trong thời gian mục tiêu, chẳng hạn như 10 giây đầu tiên từ khi phát sinh chuông điện thoại" [68, tr.141 - 142]. Do đó, ngay khi có tín hiệu cuộc gọi đến, điện thoại viên cần sẵn sàng cho một quá trình giao tiếp, trao đổi, hỗ trợ khách hàng.

c. Biểu hiện kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng

Để tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng, điện thoại viên cần thể hiện các kỹ năng thành phần như sau: kỹ năng thể hiện sự chào đón, kỹ năng thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ và kỹ năng thể hiện sự tôn trọng khách hàng

+ Biểu hiện của kỹ năng thể hiện sự chào đón khách hàng

Do đặc thù giao tiếp của điện thoại viên thông qua điện thoại, không gặp trực tiếp khách hàng, do đó, phương tiện tốt để kết nối với khách hàng là thông qua giọng nói, ngữ điệu và ngôn từ phù hợp. Trong bước tiếp cận đầu tiên, điện thoại viên cần tạo bầu không khí thân thiện, cởi mở bằng giọng nói to, rõ, ấm áp. Điện thoại viên giới thiệu tên doanh nghiệp và tên/danh số trước khi bắt đầu trao đổi [96, tr.124]. Tất cả các điện thoại viên cần sử dụng chung một câu chào để tất cả các khách hàng đều được chào đón theo một cách nhất quán. Ví dụ, khi khách hàng gọi lên tổng đài của Viettel hoặc Vinaphone… sẽ có câu chào khách hàng chuẩn là: "Dạ, Viettel em *(tên của điện thoại viên)* xin nghe ạ". Mặc dù chỉ với câu chào đơn giản, tuy nhiên, thông điệp ẩn chứa trong câu chào cũng như giọng nói của điện thoại viên sẽ tạo cảm giác dễ chịu, sự "chăm sóc" tới khách hàng: Từ: "Dạ" mang lại sự tôn trọng, lắng nghe, tiếp đó là giới thiệu tên doanh nghiệp để khách hàng biết chính xác đã gọi đúng số tổng đài hỗ trợ khách hàng. Mã số của điện thoại viên hoặc tên thật cần được nói một cách chậm rãi để khách hàng nghe được, việc nêu tên hoặc danh số sẽ giúp khách hàng cảm nhận rằng, điện thoại viên đang là người chịu trách nhiệm hỗ trợ họ trong cuộc điện thoại. Đồng thời cụm từ "xin nghe ạ" thể hiện sự lắng nghe, tiếp nhận thông tin từ khách hàng.

Trong cuộc gọi, sẽ có những tình huống điện thoại viên cần tra cứu thông tin, ví dụ như mã số của khách hàng, chương trình khuyến mại khách hàng đang được hưởng… trong tình huống đó, điện thoại viên cần đề nghị khách hàng giữ máy lịch sự và cảm ơn khách hàng khi đã giữ máy. Ví dụ, khi đề nghị khách hàng giữ máy, điện thoại viên cần trao đổi theo mẫu câu chuẩn: "Dạ, anh vui lòng giữ máy trong 30 giây để em kiểm tra thông tin ạ". Sau khi tiếp nhận cuộc gọi trở lại, điện thoại viên cần cảm ơn khách hàng: "Dạ, cảm ơn anh đã giữ máy" [80, tr.14].

Điện thoại viên cũng cần hỏi tên khách hàng trước khi bắt đầu trao đổi và gọi tên khách hàng trong suốt cuộc gọi từ đó mang lại cho khách hàng sự thân thiện, dễ chịu và sự quan tâm. F. Richarch (2007) cho rằng: "Nói đến tên khách hàng một cách tôn trọng trong suốt quá trình nói chuyện sẽ khiến họ có cảm giác là người quan trọng với bạn" [92, tr.4]. Ngoài ra, thông thường trong cuộc gọi,

điện thoại viên sẽ không biết chính xác độ tuổi, giới tính của khách hàng, vì vậy, điện thoại viên chủ động thay đổi cách xưng hô cho phù hợp với mong muốn của khách hàng, tránh gây cảm giác khó chịu.

+ Biểu hiện của kỹ năng thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ

Thái độ nhiệt tình, chủ động của điện thoại viên trong bước đầu tiếp nhận cuộc gọi giúp khách hàng cảm nhận được sự chăm sóc, tận tình, chu đáo của điện thoại viên. Giao tiếp qua điện thoại là hình thức giao tiếp gián tiếp, do đó, khách hàng không thể nhìn thấy ánh mắt, nụ cười cũng như động tác của điện thoại viên, vì vậy, cách thức sử dụng ngôn ngữ và biểu cảm giọng nói sẽ là công cụ duy nhất để khách hàng cảm nhận được sự sẵn sàng hỗ trợ của điện thoại viên.

Cụ thể, điện thoại viên cần sử dụng ngôn từ để hỏi khách hàng cần hỗ trợ gì, ví dụ như: "Dạ, em hỗ trợ gì cho anh chị được ạ?" sau đó tập trung lắng nghe và tiếp tục khai thác các thông tin cần thiết để hỗ trợ việc xác định nhu cầu của khách hàng.

Điện thoại viên chủ động tìm hiểu, làm rõ các yêu cầu của khách hàng để xác định chính xác nhu cầu của khách hàng. Tạo ấn tượng ban đầu trong giao tiếp qua điện thoại với khách hàng đó là hành vi thể hiện biết quan tâm thực sự đến vấn đề của khách hàng. Điện thoại viên sẽ dự đoán được tâm trạng, cảm xúc của khách hàng thông qua sự ngập ngừng trong giọng nói hoặc bất chợt cao giọng. D.H. James cho rằng: "Quan tâm thực sự là phải biết đặt mình vào vị trí, vai trò của người khác. Đặc biệt, biết thừa nhận những quan điểm và cảm xúc của họ" [25, tr. 125].

+ Biểu hiện của kỹ năng thể hiện sự tôn trọng

Tôn trọng khách hàng là một trong những yêu cầu quan trọng trong quá trình giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng. Khi thể hiện sự tôn trọng với khách hàng, khách hàng sẽ cảm thấy được ghi nhận, được đánh giá cao và được doanh nghiệp quan tâm. Điện thoại viên sẽ tạo ra mối quan hệ cởi mở, chân thành và thân thiện với khách hàng, đó là cơ sở, điều kiện cho quá trình giải quyết vấn đề. Sự tôn trọng khách hàng cũng sẽ giúp điện thoại viên cùng khách hàng đưa ra phương án lựa chọn phù hợp nhất cho tình huống của họ. Để thể hiện được sự tôn trọng khách hàng, điện thoại viên cần lưu ý như sau:

Khi giao tiếp với khách hàng, điện thoại viên cần tinh tế chủ động nhường lời khi khách hàng có biểu hiện muốn lên tiếng.

Điện thoại viên chia sẻ, trao đổi thêm các vấn đề mang tính cá nhân (nghề nghiệp, độ tuổi...) của khách hàng để tạo không khí thoải mái [95, tr.129]

Điện thoại viên sử dụng các từ ngữ thể hiện sự chăm sóc và quan tâm đến khách hàng trong suốt cuộc gọi

Điện thoại viên duy trì sự riêng tư khi trao đổi với khách hàng: không có tạp âm trong cuộc gọi. Trong cuộc gọi điện thoại viên cần tuyệt đối tránh để các tình huống như tiếng nói xen vào, tiếng chuông điện thoại.

Mặc dù không có sự tương tác trực tiếp nhưng điện thoại viên cần mỉm cười trong khi trò chuyện với khách hàng, việc mỉm cười sẽ mang lại cảm xúc tích cực cho cả điện thoại viên và khách hàng.

1.3.3.2. Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng

a. Tầm quan trọng của kỹ năng của kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng

Xác định nhu cầu là một bước quan trọng để từ đó điện thoại viên có thể hỗ trợ khách hàng một cách hiệu quả nhất. Điện thoại viên chỉ có thể đưa ra được quyết định khi họ có thông tin đầy đủ và chính xác do khách hàng cung cấp. Việc xác định nhu cầu của khách hàng sẽ giúp điện thoại viên có thể:

- Xác định nhu cầu để tìm hiểu bản chất sự việc cần hỗ trợ cho khách hàng
- Xác định nhu cầu để từ đó hiểu chính xác mong muốn và nhu cầu của khách hàng
- Xác định nhu cầu để có cơ sở hỗ trợ, giải quyết triệt để vấn đề của khách hàng trong thời gian ngắn nhất.

b. Khái niệm kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng

Các thông tin khi khai thác trong giao tiếp với khách hàng cần đảm bảo các yêu cầu cơ bản như: các thông tin thu thập được cần đầy đủ và toàn diện, tạo ra các căn cứ đầy đủ để giải quyết vấn đề của khách hàng. Thông tin cũng cần phản ánh chính xác bản chất của sự việc để giải quyết vấn đề nhanh gọn, triệt để. *Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng là sự vận dụng kiến thức, kinh nghiệm của điện thoại viên để xác định chính xác nhu cầu của khách hàng cần hỗ trợ, tư vấn.*

Trong xác định nhu cầu khi giao tiếp với khách hàng, phải đảm bảo tính khách quan, chính xác và cụ thể. Thông tin khai thác cần phản ánh đúng bản chất sự việc, phản ánh đúng mong muốn của khách hàng. Nếu như trong quá trình xác định nhu cầu, thông tin không đáp ứng được yêu cầu này thì quá trình giao tiếp, hỗ trợ của điện thoại viên với khách hàng chẳng những không đáp ứng được nhu cầu hỗ trợ của khách hàng mà còn có thể gây ra hậu quả khi giải đáp sai, thiếu hoặc nhầm thông tin [93].

c. Biểu hiện của kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng

Để xác định nhu cầu hiệu quả, bao gồm hai kỹ năng bổ sung, hỗ trợ, đan xen vào nhau đó là kỹ năng lắng nghe và kỹ năng đặt câu hỏi.

+ Biểu hiện của kỹ năng đặt câu hỏi

Đặt câu hỏi là việc đưa ra các thông điệp nhất định tác động đến người khác để họ cung cấp các thông tin cần thiết. Đặt câu hỏi giúp điều khiển quá trình cung cấp thông tin của khách hàng một cách có tổ chức. Câu hỏi tốt là khi câu hỏi tìm kiếm được những thông tin điện thoại viên cần có để hỗ trợ khách hàng. Khi xác định nhu cầu điện thoại viên cũng cần vận dụng khéo léo, linh hoạt các dạng câu hỏi, tránh để cho khách hàng có cảm giác bị hỏi cung, truy vấn. Để luôn là người làm chủ cuộc gọi, điện thoại viên cần là người chủ động đặt câu hỏi cho khách hàng. Tác giả Trần Thị Minh Đức cho rằng: "Kỹ năng hỏi không chỉ đơn thuần là biết các cách đặt câu hỏi như câu hỏi đóng, mở, chất vấn; nhận biết câu hỏi đó nhằm khai thác cảm xúc, nhận thức hay hành vi; biết được ưu nhược điểm của từng loại câu hỏi… Điều này có nghĩa là nhà tham vấn phải tôn trọng trật tự logic của các tình tiết câu chuyện; các cảm xúc hay nhận thức đang ngự trị trong thân chủ" [24, tr.294]. Khi đặt câu hỏi, không nhất thiết câu hỏi phải ra vấn đề, đôi khi đó chỉ là lời đề nghị hỗ trợ, ví dụ: "Em có thể hỗ trợ gì cho anh chị ạ?" Sau đó, điện thoại viên sử dụng phản hồi của họ để tra cứu thông tin trong hệ thống quản lý sự cố hoặc theo dõi sự cố của công ty. Trong khi thiết lập câu hỏi với khách hàng, cần lưu ý sử dụng câu hỏi mở để có thể tiếp tục trao đổi với khách hàng chứ không phải là dạng câu hỏi đóng kết thúc cuộc nói chuyện.

Việc đặt câu hỏi khéo léo sẽ giúp khách hàng chủ động và vui vẻ cung cấp thông tin cho điện thoại viên. Theo E.D. Neukrug, các câu hỏi là công cụ để tập hợp thông tin nhưng để đưa ra được các câu hỏi hiệu quả, người đặt câu hỏi phải tự trả lời được các câu hỏi: câu hỏi sẽ đem lại mục đích gì? Khi nào nên đặt câu hỏi? Thể hiện câu hỏi bằng cách nào sẽ tốt hơn… Đối với điện thoại viên, khi đặt câu hỏi cho khách hàng, để đạt hiệu quả xác định nhu cầu, cần lưu ý những điều sau:

- Xác định chính xác, đầy đủ thông tin được hỏi để xác định nhu cầu làm sáng tỏ diễn biến của sự việc, nghiệp vụ cần xử lý (thời gian, địa điểm, tần suất, trạng thái…khi xảy ra sự cố); các nội dung có liên quan khác (hướng xử lý ban đầu của khách hàng, hỗ trợ của kỹ thuật…)

- Điện thoại viên cần xác định được chính xác nhu cầu thực sự của khách hàng thông qua hệ thông câu hỏi và các kỹ thuật hỏi một cách hợp lý. Điện thoại viên cần đặt câu hỏi để hiểu toàn bộ vấn đề, không đặt quá nhiều câu hỏi để khai thác một thông tin sẽ khiến khách hàng khó chịu [136].

- Đồng thời, khách hàng cũng sẽ cảm thấy dễ chịu hơn khi điện thoại viên bắt đầu bằng các câu hỏi dễ hiểu, tạo sự tự tin cho khách hàng chia sẻ các thông tin. Các câu hỏi được đặt ra cũng cần hướng để khách hàng tập trung vào trả lời các câu hỏi chính.

- Về mặt ngôn ngữ: câu hỏi đặt ra cần rõ ràng, chính xác, mạch lạc và sử dụng phi ngôn ngữ phù hợp để xác định nhu cầu hiệu quả.

Tóm lại, kỹ năng đặt câu hỏi là sự thực hiện tập hợp các thao tác phức tạp để khai thác hiệu quả thông tin, hỗ trợ nhanh chóng, triệt để vấn đề của khách hàng.

Điện thoại viên có khả năng đặt câu hỏi tốt sẽ khai thác được nhiều thông tin phục vụ cho việc giải quyết vấn đề của khách hàng. Để đặt câu hỏi tốt, điện thoại viên cần:

Điện thoại viên đặt các câu hỏi mở để xác định nhu cầu về vấn đề của khách hàng.

Điện thoại viên tìm hiểu cảm xúc, thái độ của khách hàng về tình huống của họ.

Các thông tin cần hỏi được định hướng rõ ràng (ví dụ: hỏi về thời gian, tình trạng hiện tại của sản phẩm, dịch vụ, các thông tin về cách sử dụng của khách hàng …)

Điện thoại viên khai thác cụ thể những xử lí bước đầu của khách hàng khi gặp vấn đề.

Điện thoại viên tránh những câu hỏi mang tính chỉ dẫn, đoán mò, không dẫn dắt khách hàng theo ý kiến chủ quan của bản thân.

Điện thoại viên sử dụng các mẫu câu chuẩn hoặc đặt câu hỏi với khách hàng phải có chủ ngữ, vị ngữ, không nói cộc lốc, trống không.

Điện thoại viên sử dụng hợp lý các từ kính ngữ một cách khéo léo, không làm cho khách hàng có cảm giác khó chịu vì đặt quá nhiều câu hỏi [96, tr. 192].

Điện thoại viên hạn chế tối đa việc dùng câu hỏi "tại sao" khi hỗ trợ khách hàng.

Như vậy, kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng là sự thực hiện tập hợp các thao tác, đòi hỏi sự vận dụng kiến thức và kỹ năng để từ đó, Điện thoại viên xác định được các nội dung cần khai thác, định hướng trong quá trình thu thập thông tin. Quá trình xác định nhu cầu giúp khách hàng nhìn nhận lại sự việc cũng như kích thích sự chủ động, tích cực của khách hàng để từ đó tạo không khí thân thiện, cởi mở, sẵn sàng chia sẻ thông tin của khách hàng [14].

+ Biểu hiện của kỹ năng lắng nghe

Lắng nghe là kỹ năng đặc biệt quan trọng trong giao tiếp với khách hàng, chỉ khi thực sự lắng nghe, điện thoại viên mới có thể hỗ trợ khách hàng tốt nhất. Mục đích của lắng nghe bao gồm: Lắng nghe giúp điện thoại viên thu thập được nhiều

thông tin, hiểu được vấn đề của khách hàng; Lắng nghe giúp người nghe hiểu được tâm trạng, cảm xúc của khách hàng thông qua sự phản ứng của họ trước vấn đề. Lắng nghe cũng giúp khách hàng cảm nhận sự quan tâm, sự đồng cảm, sự tôn trọng của điện thoại viên với khách hàng.

Lắng nghe trong giao tiếp là quá trình tiếp nhận thông tin một cách có chủ đích. Lắng nghe tích cực bao gồm việc thu nhận, phân tích, đánh giá, ghi chép lại thông tin, tinh tế nhận ra nhu cầu thực sự của khách hàng và đưa ra những phản hồi hợp lý cho khách hàng. Tác giả E.D. Neukrug (1999) đã chỉ ra những biểu hiện cụ thể của việc lắng nghe bao gồm:

- Nói tối thiểu
- Chú ý tập trung vào những gì đối tượng đang nói và thể hiện
- Không ngắt lời
- Không đưa lời khuyên
- Nghe chính xác nội dung điều họ nói
- Cảm nhận chính xác những cảm xúc họ đang trải nghiệm
- Phản hồi cho họ biết là họ đang được nghe và hiểu
- Hỏi làm rõ ý

Đối với điện thoại viên, các biểu hiện/ thao tác tiến hành kỹ năng lắng nghe bao gồm:

Tập trung chú ý tối đa vào những gì khách hàng nói: im lặng để nghe, không ngắt lời, không phản bác, không suy diễn hay dự đoán, không làm việc khác trong khi nghe. Lắng nghe không chỉ nghe lời nói, rõ nghĩa của khách hàng mà còn có thể đoán được ẩn ý bên trong cách diễn đạt, lời nói ngập ngừng, cũng như thông qua cảm xúc của khách hàng. Đây là những thông tin có giá trị làm cơ sở để hỗ trợ khách hàng hiệu quả.

Điện thoại viên cũng cần theo dõi và nhận biết được hành vi, cử chỉ, cảm xúc của khách hàng và giải nghĩa chính xác những hành vi không lời của khách hàng, đặc biệt qua âm lượng, giọng điệu của khách hàng.

Điện thoại viên cần phản hồi đúng lúc, đưa ra những phản hồi phù hợp về nội dung khách hàng đã trình bày và những cảm xúc của họ; đặt câu hỏi để làm rõ hoặc gợi mở cho khách hàng tiếp tục trình bày; nhấn mạnh hay mở rộng những điều khách hàng nói. Chu trình lắng nghe và phản hồi được gợi ý bao gồm các bước: Phản hồi lại bằng các ngôn từ như: dạ, vâng; diễn giải lại thông tin khách hàng chia sẻ; phản ánh lại thông điệp bằng cảm xúc [11].

Trong quá trình lắng nghe, điện thoại viên cần xác nhận lại các thông tin thu thập được và nhập vào hệ thống máy tính. Một trong những nguyên tắc nghiệp vụ và cũng thể hiện kỹ năng lắng nghe tích cực đó là điện thoại viên nhập thông tin chính xác vào máy tính và trao đổi với khách hàng, để thực hiện được điều đó, điện thoại viên cần lắng nghe và hiểu rõ các thông tin, sau đó mới lưu lại các thông tin để tránh nhầm lẫn. Trong một số trường hợp, điện thoại viên vì chủ quan hoặc thiếu tập trung nhập sai, trùng hoặc thiếu thông tin sẽ gây khó khăn trong quá trình xử lý.

Lloyd Finch (2000) cũng chỉ ra rằng, điện thoại viên cũng cần "biết cách khuyến khích sử dụng những đáp ứng không lời để thể hiện sự quan tâm và khuyến khích khách hàng như: các tiếng đệm, lời cảm ơn, hỏi thêm thông tin" [115, tr.137]. Điện thoại viên không lắng nghe thụ động mà lắng nghe tích cực. Khi tiếp nhận thông tin, nếu có thông tin còn băn khoăn, chưa rõ, điện thoại viên cần chủ động khuyến khích khách hàng chia sẻ thêm thông tin.

Để lắng nghe hiệu quả điện thoại viên cần:

Điện thoại viên sử dụng các tiếng đệm trong cuộc gọi để khách hàng nhận thấy điện thoại viên vẫn đang lắng nghe (dạ, vâng, em hiểu...)

Điện thoại viên tập trung chú ý vào vấn đề khách hàng đang trình bày: im lặng để nghe, không ngắt lời, không phản bác, không suy diễn hay dự đoán.

Điện thoại viên chủ động tóm tắt hoặc diễn đạt lại các thông tin quan trọng khách hàng đã chia sẻ.

Điện thoại viên tạo cơ hội cho khách hàng được trình bày, chia sẻ, không ngắt lời khách hàng.

Tóm lại, lắng nghe trong giao tiếp với khách hàng hướng tới việc thu nhận và hiểu các thông tin cần thiết để hỗ trợ khách hàng hiệu quả. Khi vận dụng kỹ năng lắng nghe, điện thoại viên không chỉ thu được thông tin về sự việc mà còn hiểu được nhu cầu thực sự của khách hàng. Sự phản hồi khi lắng nghe là cách để điện thoại viên thể hiện sự quan tâm, chú ý, sẵn sàng chia sẻ, đồng cảm với khách hàng, qua đó khích lệ khách hàng tiếp tục chủ động cung cấp thông tin và giúp điện thoại viên kiểm tra lại sự chính xác trong nhận thức của mình về vấn đề của khách hàng.

1.3.3.3. Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng

a. Tầm quan trọng của kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng

Hướng dẫn, hỗ trợ khách hàng là một tiêu chí đánh giá quan trọng trong quá trình hỗ trợ khách hàng của điện thoại viên. Hiệu quả của quá trình giao tiếp của

điện thoại viên với khách hàng là ở việc điện thoại viên có cung cấp được thông tin chính xác, hỗ trợ được khách hàng triệt để và tạo ra sự hài lòng của khách hàng hay không? Kỹ năng cung cấp thông tin bao gồm việc sử dụng ngôn từ, giọng nói và ngữ điệu phù hợp, Darril G. Gibson (2015) khẳng định "Bằng cách thay đổi giọng nói của bạn, bạn có thể dễ dàng thay đổi quá trình của một cuộc trò chuyện từ tốt đến xấu. Có thể một điện thoại viên trả lời được tất cả các câu hỏi của khách hàng, nhưng vẫn khiến khách hàng không hài lòng nếu kỹ thuật viên sử dụng giọng nói và ngôn từ không phù hợp. Ngược lại, một điện thoại viên có thể khiến khách hàng hoàn toàn hài lòng ngay cả khi điện thoại viên không thể giải quyết ngay một tình huống" [87, tr.138]. Hướng dẫn hỗ trợ khách hàng cho khách hàng trong giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng nhằm mục đích giải đáp các thắc mắc, băn khoăn, khiếu nại của khách hàng, hướng dẫn khách hàng giải quyết vấn đề và cùng khách hàng ra quyết định, cụ thể, bao gồm:

Cung cấp các thông tin chính xác về thông tin thuê bao của khách hàng, giúp khách hàng hiểu được quy định, chính sách, chế tài của đơn vị cung cấp dịch vụ với trường hợp của khách hàng, giải thích cặn kẽ để khách hàng hiểu được tình huống, trường hợp của mình để tạo lòng tin cho khách hàng. "Giúp khách hàng bước đầu có thể tự ra quyết định trước trường hợp của khách hàng đảm bảo quyền lợi của khách hàng nhưng cũng không làm ảnh hưởng tới quyền lợi của đơn vị cung cấp dịch vụ" [43, tr.144].

Giao tiếp với khách hàng thực sự hiệu quả khi điện thoại viên cung cấp được cho khách hàng giải pháp hỗ trợ tốt nhất cho tình huống của họ. Một trong những tiêu chí cơ bản của cuộc gọi đó là điện thoại viên cần cung cấp cho khách hàng những thông tin chính xác, đầy đủ để khách hàng an tâm tiếp tục sử dụng sản phẩm, dịch vụ.

b. Khái niệm kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng

Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng của điện thoại viên về bản chất là quá trình truyền đạt thông tin bao gồm các biểu hiện: mô tả, phân tích, so sánh và đánh giá, từ đó giúp khách hàng có được sự lựa chọn tốt nhất cho vấn đề của họ. Tập hợp các nghiên cứu về kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng, có thể hiểu như sau:

Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng là sự vận dụng tri thức, kinh nghiệm của điện thoại viên vào giải đáp, hỗ trợ cho khách hàng một cách có kết quả, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng.

Việc hướng dẫn, hỗ trợ khách hàng cần đáp ứng được các yêu cầu cơ bản

như: khi hướng dẫn, hỗ trợ, giải đáp cho khách hàng cần đưa ra được đầy đủ các thông tin cho khách hàng, không để khách hàng khi tắt máy vẫn còn băn khoăn, chưa được thỏa mãn các thông tin. Khi hướng dẫn, hỗ trợ hoặc giải đáp thông tin cần đảm bảo vừa có "lý" tức là tuân thủ theo những quy định, chính sách của doanh nghiệp và vừa có "tình" tức là đảm bảo sử dụng ngôn từ, ngữ điệu thể hiện sự cảm thông, chia sẻ.

c. Biểu hiện của kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng

Trong nhóm kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng có các kỹ năng thành phần bao gồm: kỹ năng biểu đạt ngôn ngữ; kỹ năng biểu cảm phi ngôn ngữ và kỹ năng cung cấp phương án phù hợp. Với các cuộc gọi ở các tổng đài được chia ra thành 4 dạng cuộc gọi chính: "dạng cuộc gọi tìm hiểu thông tin, dạng cuộc gọi hướng dẫn, hỗ trợ sử dụng; dạng cuộc gọi chấm dứt hợp đồng, hủy dịch vụ và dạng cuộc gọi phản ánh, khiếu nại" [81, tr.90]. Với từng dạng cuộc gọi này, điện thoại viên sẽ có những hướng khác nhau để cung cấp thông tin cho khách hàng. Khi lưu ý về kỹ năng cung cấp thông tin cho thân chủ trong tham vấn, tác giả Trần Thị Minh Đức có lưu ý rằng: "Khi cung cấp thông tin nhà tham vấn cần làm rõ những thông tin mang tính khách quan – sự kiện với những thông tin mang tính nhận thức, phỏng đoán" và "Nhà tham vấn cần cho thân chủ thấy rằng họ có quyền về việc nên hay không nên làm theo chỉ dẫn" [24, tr.344]. Tựu chung lại, điện thoại viên sẽ cần đảm bảo yêu cầu cung cấp các thông tin như sau:

- Hướng dẫn, tư vấn, hỗ trợ khách hàng các thông tin cần thiết để khách hàng có thể tiếp tục sử dụng dịch vụ.

- Nêu được các ưu điểm, sự khác biệt của sản phẩm, dịch vụ.

- Giải thích và đưa ra giải pháp đúng, hỗ trợ triệt để lỗi để khách hàng có thể sử dụng dịch vụ ngay.

- Dùng ngôn từ phù hợp để trấn an, tạo sự hài lòng của khách hàng.

+ Biểu hiện của kỹ năng biểu đạt ngôn ngữ

Thông tin được khách hàng hiểu ở mức độ nào phụ thuộc vào kỹ năng biểu đạt ngôn ngữ để truyền đạt thông tin của điện thoại viên. Sử dụng phương tiện giao tiếp hiệu quả giúp khách hàng hiểu chính xác thông điệp mà điện thoại viên muốn truyền đạt. Mỗi ngành dịch vụ có những thuật ngữ chuyên ngành khác nhau, vì vậy, việc trao đổi với khách hàng bằng ngôn từ phù hợp là rất quan trọng để khách hàng có thể hiểu nhanh chóng, chính xác. Ngôn ngữ của dịch vụ viễn thông với khách hàng khá đa dạng, phong phú và đôi khi mang tính chuyên môn hẹp,

không phải khách hàng nào cũng nhanh chóng hiểu ra nghĩa của nó [80, tr. 122]. Nếu khách hàng không quan tâm hoặc hiếm gặp các sự cố, chắc chắn khách hàng sẽ khó hiểu các thuật ngữ như: "lỗi đấu nối", "dung lượng", "dữ liệu". Ngôn ngữ sẽ trở nên đơn giản, dễ hiểu hơn nếu chúng ta có kỹ năng sử dụng phù hợp với hoàn cảnh giao tiếp. Biểu hiện của kỹ năng sử dụng các phương tiện giao tiếp bao gồm:

- Điện thoại viên cần biết sử dụng hiệu quả, đúng lúc, đúng chỗ các từ kính ngữ như: vui lòng, cảm ơn, xin lỗi, rất tiếc... để khách hàng cảm thấy được trân trọng trong suốt cuộc gọi. Những cụm từ "kỳ diệu" này sẽ giúp khách hàng thay đổi trạng thái cảm xúc trong cuộc trò chuyện khi được điện thoại viên áp dụng linh hoạt, hiệu quả trong các tình huống [110].

- Để hỗ trợ khách hàng hiệu quả, Jeff Gee cho rằng, điện thoại viên cần biết lựa chọn từ ngữ phù hợp với nội dung giao tiếp với khách hàng. Ngôn từ cần phù hợp với trình độ, đặc điểm của khách hàng. Điện thoại viên biết diễn đạt chính xác nội dung trao đổi với khách hàng thông qua các ngôn từ lịch sự, dễ hiểu [43].

- Điện thoại viên cần có khả năng diễn đạt thông tin ngắn gọn, rõ ràng. Ngôn ngữ tiếng Việt rất đa dạng với các từ đồng nghĩa, các từ đồng âm khác nghĩa và nó được hiểu theo các khía cạnh khác nhau. Diễn đạt ngắn gọn để khách hàng có thể tiếp thu thông tin một cách nhanh nhất, tránh sự hiểu nhầm. Nếu điện thoại viên nói vòng vo, diễn đạt dài dòng, không thoát ý sẽ khiến khách hàng thấy thiếu tin tưởng. Đồng thời, do đặc thù giao tiếp qua điện thoại nên một cuộc gọi với khách hàng không nên kéo dài quá 5 phút nhưng cũng không được ngắn dưới 10 giây, sẽ gây khó chịu cho khách hàng.

+ Biểu hiện của kỹ năng biểu cảm phi ngôn ngữ

Bên cạnh đó, giọng nói, ngữ điệu thực sự quan trọng, âm lượng, độ cao và sự luyến láy của từ ngữ có thể biểu đạt những thông điệp hoàn toàn khác nhau [113]. Đồng thời, do đặc thù là công việc trao đổi qua điện thoại nên việc sử dụng biểu cảm phi ngôn ngữ phù hợp để hướng dẫn khách hàng thao tác đúng yêu cầu cũng là điều đặc biệt quan trọng.

- Điện thoại viên cần thể hiện sự thân thiện, gần gũi, nhiệt tình thông qua giọng nói. Theo nghiên cứu của Adler và Elmhorst (2006) các yếu tố của giọng nói bao gồm: cường độ (cao, thấp); phạm vi (rộng, hẹp); cách phát âm (rõ ràng, không rõ ràng); âm điệu (êm dịu hay nhát gừng); âm lượng (to, nhỏ); độ vang (dày, mỏng) và tốc độ (nhanh, chậm). Để thể hiện sự thân thiện qua giọng nói, điện thoại viên cần phát âm rõ ràng, tròn vành, rõ chữ, không nói ngọng, nói lắp, nói giọng địa

phương, tốc độ vừa phải trong khoảng 125 từ/1 phút với tiếng Anh [105]. Ngoài ra, giọng nói cũng cần thể hiện cảm xúc để khách hàng cảm nhận được sự nhiệt thành của điện thoại viên thông qua điểm nhấn trong ngữ điệu. Trong suốt cuộc gọi, điện thoại viên không được cao giọng hoặc ngắt lời khách hàng.

- Trong cuộc gọi, điện thoại viên kết hợp giọng nói điềm tĩnh, tự tin, thân thiện, sử dụng ngữ điệu đa dạng cũng như thường xuyên thay đổi cường độ và độ cao để tránh sự đơn điệu và có sức thuyết phục. Khi trao đổi, với những thông tin quan trọng cần nhấn mạnh, điện thoại viên chủ động nhấn giọng để tăng sự chú ý. Đồng thời, điện thoại viên cũng cần điều chỉnh tông giọng và tốc độ nói để tạo ra sự đồng điệu giữa người nói và người nghe để gây ảnh hưởng thuyết phục. [47, tr.185-191].

Để thực hiện được điều đó, điện thoại viên cần có tư thế và điệu bộ cử chỉ nghiêm túc, chủ động như: hơi nghiêng người về phía màn hình máy tính và buông lỏng tự nhiên, động tác tra cứu thông tin phối hợp với ngôn ngữ và giọng nói. Trong quá trình trao đổi có thể mỉm cười khi trò chuyện.

+ Biểu hiện của kỹ năng cung cấp phương án phù hợp

Cung cấp thông tin giúp giải đáp các thắc mắc của khách hàng, hướng dẫn khách hàng giải quyết vấn đề, cụ thể:

- Cung cấp thông tin giúp khách hàng hiểu rõ những thắc mắc, khiếu nại và vấn đề cần hỗ trợ của khách hàng.

- Cung cấp thông tin để khách hàng hiểu về phạm vi, chức năng của bộ phận hỗ trợ khách hàng qua điện thoại và các bộ phận liên quan để hướng dẫn khách hàng tìm ra được chính xác người có thể hỗ trợ khách hàng hiệu quả nhất.

- Giúp khách hàng có được quyết định chính xác và có lợi nhất dựa trên quan điểm và vấn đề của khách hàng.

Để đạt được điều đó, điện thoại viên cần cung cấp đầy đủ các thông tin cần thiết cho khách hàng trong phạm vi và quyền hạn của mình. Phân tích toàn diện các khía cạnh của khách hàng để khách hàng hiểu sâu sắc về vấn đề của họ. Đồng thời, điện thoại viên cũng cần tuân thủ những quy định về bảo mật thông tin để tránh cung cấp cho khách hàng những thông tin mật của doanh nghiệp. Vậy, kỹ năng cung cấp thông tin được hiểu là sự vận dụng các tri thức, kinh nghiệm trong lĩnh vực giao tiếp với khách hàng vào việc mô tả, phân tích và hướng dẫn khách hàng, giúp khách hàng giải quyết vấn đề của họ [80].

Kỹ năng cung cấp phương án phù hợp bao gồm các biểu hiện:

Điện thoại viên cung cấp cho khách hàng thông tin chính xác, đầy đủ để giải quyết triệt để yêu cầu của khách hàng: hướng dẫn khách hàng chi tiết, cụ thể. Trong nhiều trường hợp, "nhu cầu nguyện vọng của khách hàng sẽ vượt quá quy định của nhà cung cấp dịch vụ, khi đó, điện thoại viên cần cung cấp thông tin một cách trung thực nhưng không gây ảnh hưởng đến thái độ của khách hàng đối với doanh nghiệp" [42, tr.261 - 263].

Đối với các trường hợp phức tạp, điện thoại viên không giải quyết được, điện thoại viên cần thu thập đầy đủ thông tin của khách hàng và chuyển cho trưởng ca xử lý, đồng thời, chủ động cung cấp thông tin nhằm trấn an khách hàng để tạo lòng tin cho khách hàng.

Ngoài ra, điện thoại viên cũng cần giải thích các nguyên nhân của sự việc một cách hợp lý, theo sự chỉ đạo chung, không đổ lỗi cho nguyên nhân khách quan, cho khách hàng, cho đơn vị khác hoặc phủ nhận toàn bộ sự việc.

Điện thoại viên cũng cần khéo léo và tế nhị không cung cấp các thông tin không được phép chia sẻ với khách hàng, tránh khiếu kiện.

1.3.3.4. Kỹ năng kết thúc cuộc gọi

a. Tầm quan trọng của kỹ năng kết thúc cuộc gọi

Thông thường để kết thúc với các cuộc gọi thông thường, chúng ta chỉ cần chào tạm biệt. Tuy nhiên, với cuộc gọi tại tổng đài, các điện thoại viên thường gặp khó khăn với các cuộc gọi dài, khách hàng hỏi những vấn đề lan man hoặc quấy rối gây khó khăn trong khi kết thúc cuộc gọi. Một trong những tiêu chí đánh giá điện thoại viên làm chủ cuộc gọi đó là khi họ là người chủ động kết thúc cuộc gọi vào thời điểm cần thiết.

Việc kết thúc cuộc gọi đúng lúc sẽ giúp điện thoại viên xác nhận lại các thông tin đã hỗ trợ được khách hàng.

Kết thúc cuộc gọi đúng lúc cũng góp phần tiết kiệm thời gian, chi phí cho cuộc trò chuyện.

Đôi khi, việc kết thúc cuộc gọi còn giúp điện thoại viên có thể giới thiệu thêm các sản phẩm, dịch vụ mới hoặc tìm hiểu được mức độ hài lòng của khách hàng đối với cuộc gọi.

b. Khái niệm kỹ năng kết thúc cuộc gọi

Kỹ năng kết thúc cuộc gọi của điện thoại viên khi giao tiếp với khách hàng về bản chất là khả năng nhạy bén, tinh tế của điện thoại viên để nhận ra thời điểm

phù hợp để ngừng cuộc giao tiếp với khách hàng, kết thúc một pha giao tiếp. Ngoài ra, việc kết thúc cuộc gọi còn cần đảm bảo thực hiện theo đúng quy trình một cuộc gọi, có nghĩa là có lời chào và lời cảm ơn đến khách hàng cũng như thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ nếu như khách hàng tiếp tục kết nối lên tổng đài. Điện thoại viên cần tinh tế nhận ra thời điểm kết thúc, chọn thời điểm kết thúc cuộc gọi không phải là việc điện thoại viên tỏ ra sốt ruột, thờ ơ với những câu hỏi của khách hàng hoặc tìm cách né tránh câu hỏi, những biểu hiện như vậy có thể khiến khách hàng cảm thấy khó chịu và phản ứng tiêu cực với điện thoại viên.

Kỹ năng kết thúc cuộc gọi là sự vận dụng kiến thức, kinh nghiệm vào việc để nhận ra thời điểm phù hợp ngừng trao đổi với khách hàng cũng như bày tỏ sự biết ơn và sẵn sàng hỗ trợ khách hàng vào các thời điểm khác.

c. Biểu hiện của kỹ năng kết thúc cuộc gọi

Điện thoại viên tóm tắt lại nội dung cuộc gọi: điện thoại viên cần dành một chút thời gian để đảm bảo rằng điện thoại viên đã thu thập tất cả thông tin cần thiết để ghi lại sự cố hoặc yêu cầu của khách hàng và bất kỳ thông tin nào có thể được yêu cầu bởi nhà cung cấp dịch vụ [115]. Điện thoại viên cần xác nhận rằng tất cả thông tin điện thoại viên đã thu thập là chính xác và đầy đủ. Nếu như vấn đề của khách hàng chưa được giải quyết triệt để ngay tại thời điểm đó, điện thoại viên cung cấp cho khách hàng về hướng xử lý cho trường hợp của khách hàng một cách cụ thể. Nếu vấn đề phải được cấp trên xử lí, điện thoại viên cần cho khách hàng biết thông tin đó.

Ngoài ra, khi kết nối với tổng đài, khách hàng luôn mong muốn vấn đề của họ được giải quyết. Vì vậy điện thoại viên hãy cụ thể về khung thời gian vấn đề của khách hàng có thể được xử lý cũng như khách hàng đang ở đâu trong tiến tình giải quyết vấn đề. Đây là một trong những thách thức lớn nhất mà điện thoại viên sẽ gặp phải trong hỗ trợ kỹ thuật. Một mặt, khách hàng không muốn các khung thời gian mơ hồ, họ luôn cần những con số cụ thể về giờ giấc. Bên cạnh đó, điện thoại viên chia sẻ thông tin hoặc đưa ra những gợi ý, hướng dẫn để khách hàng có thể tự giải quyết vấn đề của họ. Mặc dù vai trò của điện thoại viên là để hỗ trợ khách hàng, nhưng nếu khách hàng có thể tự giải quyết, hãy hướng dẫn họ. Khi thích hợp, hãy cho khách hàng biết rằng họ có thể sử dụng các tài nguyên như trợ giúp trực tuyến hoặc Internet để tìm câu trả lời cho những câu hỏi thường gặp hoặc giải pháp cho các vấn đề phổ biến.

Điện thoại viên cần hỏi khách hàng xem có thể hỗ trợ gì thêm cho họ không và cảm ơn khách hàng đã kết nối tới tổng đài. Điện thoại viên tổng hợp lại các ý kiến

của khách hàng và đưa ra lời hẹn nếu vấn đề chưa được giải quyết thỏa đáng cho khách hàng "điện thoại viên cũng cần cảm ơn khách hàng đã kết nối và cho họ biết rằng điện thoại viên luôn sẵn sàng để hỗ trợ họ" [68, tr.218 - 219].

Ở kỹ năng kết thúc cuộc gọi, điện thoại viên cũng cần biết định hướng, gợi mở khách hàng đưa ra những đánh giá, mong muốn của khách hàng về chất lượng dịch vụ, từ đó, điện thoại viên sẽ có những góp ý, đề xuất cải tiến nhằm làm hài lòng hơn chất lượng phục vụ khách hàng.

Cuối cùng, điện thoại viên cần cảm ơn khách hàng và hân hạnh gặp lại khách hàng khi khách hàng có nhu cầu, dành việc gác máy cho khách hàng. Hãy lịch sự với khách hàng, đảm bảo đường dây ngắt kết nối trước khi điện thoại viên chuyển sang trao đổi một thông tin khác. Cuộc gọi thành công là khi điện thoại viên tiếp tục giữ được không khí thân thiện, cởi mở, tích cực, nhiệt tình cho đến khi kết thúc cuộc gọi.

Chúng tôi minh họa mối quan hệ của các bước trong quy trình tiếp nhận cuộc gọi và các kỹ năng cụ thể như sau:

Bảng 1.2. Quy trình tiếp nhận cuộc gọi và các kỹ năng tương ứng

STT	Quy trình tiếp nhận cuộc gọi	Các kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng
1	Bước 1. Chào hỏi khách hàng	Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu - Kỹ năng chào hỏi khách hàng - Kỹ năng thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ - Kỹ năng thể hiện sự tôn trọng
2	Bước 2. Khai thác thông tin	Kỹ năng xác định nhu cầu khách hàng - Kỹ năng đặt câu hỏi - Kỹ năng lắng nghe
3	Bước 3. Cung cấp thông tin cho khách hàng	Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng - Kỹ năng biểu đạt ngôn ngữ - Kỹ năng biểu cảm phi ngôn ngữ - Kỹ năng cung cấp thông tin phù hợp
4	Bước 4. Kết thúc cuộc gọi	Kỹ năng kết thúc cuộc gọi - Cảm ơn - Khuyến khích khách hàng kết nối với tổng đài - Chào tạm biệt và gửi lời chúc tới khách hàng

Tóm lại, từ việc phân tích những biểu hiện cụ thể hay chính là các kỹ năng thành phần của KNGT của điện thoại viên với khách hàng cho thấy:

- KNGT trong của điện thoại viên với khách hàng chia thành 4 nhóm kỹ năng theo chu trình cuộc gọi với khách hàng: (1) Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng (2) Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng, (3) Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng, (4) Kỹ năng kết thúc cuộc gọi.

- Phân tích này cũng cho thấy, đây là 4 nhóm kỹ năng quan trọng cấu thành nên KNGT của điện thoại viên. Nếu điện thoại viên có được các kỹ năng này sẽ là điều kiện quan trọng góp phần tạo nên cuộc gọi thành công, hỗ trợ khách hàng triệt để.

- Phân tích trên cũng chỉ ra rằng, 4 nhóm kỹ năng thành phần này có mối quan hệ biện chứng với nhau, tác động và bổ sung cho nhau. Vì vậy, kỹ năng thành phần nào cũng quan trọng và đều có vai trò to lớn trong việc tạo nên hiệu quả của giao tiếp với khách hàng.

1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng là loại kỹ năng đặc biệt, đó là dạng kỹ năng nghề nghiệp, kỹ năng này sẽ cùng với nghiệp vụ là nền tảng trong quá trình giao tiếp giữa điện thoại viên và khách hàng. Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng không chỉ là những thao tác kỹ thuật đơn thuần, mà chứa đựng yếu tố tâm lý, vì vậy nó chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố ảnh hưởng khác nhau bao gồm: sự say mê hứng thú với công việc; động cơ nghề nghiệp; ý thức rèn luyện nâng cao KNGT; yêu cầu của cấp trên; vấn đề đào tạo bồi dưỡng; sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp.

1.4.1. Sự say mê hứng thú với công việc

Sự say mê hứng thú với công việc là một trong những nét tâm lý cá nhân luôn được xem xét tới trong hoạt động giao tiếp với khách hàng qua điện thoại. Người ta cũng thường xem đây như là một đặc trưng đầu tiên của những ứng viên có thiên hướng làm công việc giao tiếp với khách hàng. Bởi yếu tố này có tác động không nhỏ tới kết quả hoạt động giao tiếp với khách hàng nói chung và sự thực hiện KNGT nói riêng của điện thoại viên. Yếu tố say mê hứng thú với công việc có ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên, khi họ xác định đúng vị trí của mình trong mối quan hệ với khách hàng thì họ sẽ có ý thức rèn luyện KNGT của mình một cách tự giác, tích cực. Khi có có tình yêu với công việc điện thoại viên sẽ nỗ lực để trau dồi kỹ năng, nghiệp vụ của bản thân. Có thể nói, không phải ai cũng yêu thích công việc trợ giúp, bởi đây là một loại hình hoạt động đặc biệt được diễn ra giữa một bên là người trợ giúp và một bên là khách hàng đang gặp các khó khăn cần được hỗ trợ, giúp đỡ. Khách hàng gọi điện tới tổng đài bao gồm rất nhiều các nhóm khác nhau từ giới tính, địa vị, tuổi tác, trình độ, nhân cách... đòi hỏi điện thoại viên cần rất chủ động và sáng tạo trong quá trình hỗ trợ khách hàng. Ví dụ như: những

khách hàng quấy rối, khách hàng được giải thích, hỗ trợ nhiều lần không hiểu, sau đó quay sang lăng mạ, chửi bới điện thoại viên... Trong những trường hợp này, chỉ có những người có lòng yêu nghề mới có được sự cam đảm để vượt qua những mặc cảm, để tiếp tục công việc hỗ trợ khách hàng, nghề được gọi là "nghề nghe chửi". Do đó, Nuray Selma Ozdipciner (2015) đã khẳng định trong nghiên cứu của mình về các yếu tố ảnh hưởng đến KNGT trong đó chỉ rõ "vai trò của tình yêu, sự hứng thú với công việc có ảnh hưởng lớn đến KNGT của những người làm trong các lĩnh vực khác nhau, đặc biệt là trong lĩnh vực du lịch – cũng là lĩnh vực hoạt động có liên quan tới con người" [114, tr.321].

Từ những phân tích trên, xem xét nhu cầu như một yếu tố ảnh hưởng đến KNGT, chúng tôi tìm hiểu những biểu hiện cụ thể sau: *mong muốn được tiếp xúc với khách hàng, luôn có hứng thú giao tiếp, biết tạo ra cảm xúc tích cực khi giao tiếp; khả năng thích ứng với yêu cầu công việc của điện thoại viên; luôn sáng tạo trong giao tiếp.*

1.4.2. Động cơ nghề nghiệp

Trong quá trình làm việc, với từng lĩnh vực ngành nghề khác nhau, mỗi cá nhân sẽ có những động cơ nghề nghiệp khác nhau. Các nhà nghiên cứu Tâm lý học về động cơ đã chỉ ra rằng, động cơ là duyên cớ, là các động lực thúc đẩy và nó gắn với các hiện tượng hoàn toàn khác nhau. Một số tác giả cho rằng, động cơ được hiểu là động lực thúc đẩy con người nhằm thực hiện các hoạt động để đạt mục đích và nảy sinh tính tích cực, quy định xu hướng của nhân cách. P. Chawla (2009) cũng chỉ rõ "một trong các yếu tố ảnh hưởng tới độ hài lòng công việc và KNGT của điện thoại viên chính là động cơ, động cơ trong công việc và động cơ thực sự khi giao tiếp với khách hàng" [117, tr.139]. Động cơ nghề nghiệp của điện thoại viên gắn với nhu cầu giao tiếp và quy định tính chất, chiều hướng của hoạt động trao đổi với khách hàng. Levin (2004) kết luận rằng, điện thoại viên có động cơ đúng đắn trong giao tiếp, hướng tới việc hỗ trợ khách hàng và có tinh thần làm việc tích cực sẽ nâng cao khả năng hỗ trợ khách hàng. Khách hàng sẽ cảm thấy vui vẻ, thoải mái khi được phục vụ nhiệt tình, tận tâm. Trong hoạt động cụ thể, con người có những động lực thôi thúc khiến họ ý thức và nhận thức rất rõ các mục tiêu để vươn tới. Trên một khía cạnh nào đó, nếu như điện thoại viên không có động lực thôi thúc để thỏa mãn nhu cầu thì điện thoại viên sẽ chưa biết cần làm gì để rèn luyện và nâng cao KNGT của bản thân khi tiếp xúc với khách hàng. Động cơ nghề nghiệp đúng đắn sẽ giúp điện thoại viên giao tiếp hiệu quả với khách hàng hơn.

Chúng tôi tập trung xem xét một số biểu hiện của động cơ nghề nghiệp có ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên bao gồm: *giao tiếp với khách hàng vì uy tín của doanh nghiệp; giao tiếp nhằm đạt được chỉ số cuộc gọi; giao tiếp nhằm mang lại lợi ích cho bản thân, cho khách hàng và doanh nghiệp; tích lũy kinh nghiệm về kỹ năng giao tiếp; khẳng định bản thân; sợ bị trách phạt.*

1.4.3. Ý thức rèn luyện nâng cao kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên

Tự ý thức, tự rèn luyện là một yếu tố rất quan trọng, quyết định sự thành công hay thất bại của một hoạt động nào đó. Ý thức đảm bảo cho hoạt động của con người có mục đích và thể hiện năng lực điều khiển, điều chỉnh hành vi của con người nhằm đạt mục đích đề ra. K.K. Platonop cho rằng: "Ý thức là sự thống nhất của mọi hình thức nhận thức, trải nghiệm của con người và thái độ của họ đối với cái mà họ phản ánh, là sự thống nhất của tất cả các quá trình, trạng thái, thuộc tính tâm lý của con người như là một nhân cách" Nó không chỉ giúp cá nhân duy trì một kinh nghiệm hay kỹ năng nào đó mà còn giúp cho những yếu tố đã có ở cá nhân được phát triển và ngày càng nâng cao. Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên là một phẩm chất nhân cách, không tự nhiên mà có, nó là kết quả của quá trình đào tạo, kết hợp với ý thức tự tu dưỡng, rèn luyện của điện thoại viên. Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên là một kỹ năng mềm, tại các doanh nghiệp thường xuyên tổ chức các hoạt động đào tạo này định kì theo tháng hoặc theo quý. Vì vậy, việc tự bồi dưỡng, rèn luyện đúc kết kinh nghiệm qua quá trình giao tiếp với khách hàng là một hoạt động thiết yếu nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả của hoạt động hỗ trợ khách hàng qua điện thoại.

Trước hết, để có kỹ năng giao tiếp, điện thoại viên tự hình thành từ tích lũy tri thức về giao tiếp, ngoài ra, dựa trên thực tế và yêu cầu của công việc, điện thoại viên tự nhận thức, đánh giá bản thân cần được trau dồi, bồi dưỡng, bổ sung thêm về kỹ năng giao tiếp. Trên thực tế công việc tại tổng đài, một số điện thoại viên đã chủ động đề xuất các chương trình để hoàn thiện các KNGT của bản thân như được luyện giọng nói, ứng xử với khách hàng khó tính, kỹ năng để ngắt cuộc gọi dài, kỹ năng nắm bắt tâm lý khách hàng…

Biểu hiện của yếu tố ý thức rèn luyện nâng cao KNGT của điện thoại viên bao gồm: *mong muốn được bổ sung về kỹ năng giao tiếp; mong muốn được doanh nghiệp thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo về KNGT hiệu quả; luôn sẵn sàng tâm thế hoàn thiện, nâng cao KNGT; lắng nghe sự góp ý của khách hàng, đồng nghiệp, cấp trên; chủ động trau dồi KNGT với khách hàng.*

1.4.4. Yêu cầu của cấp trên

Với tư cách hoạt động của doanh nghiệp, việc đưa ra yêu cầu khắt khe với nhân viên trong quá trình phục vụ khách hàng là điều dễ hiểu. Đối với hoạt động hỗ trợ khách hàng qua điện thoại, việc tuân thủ theo các nguyên tắc trong nghề dịch vụ khách hàng là bắt buộc đối với điện thoại viên. Việc đội ngũ quản lý đưa ra những yêu cầu khắt khe là nhằm mục đích hướng tới dịch vụ khách hàng theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại. Carlaw, M., Deming, V.K., & Friedmann,K. (2003) cũng chỉ ra vai trò quan trọng của người quản lý trong việc nâng cao KNGT của điện thoại viên, cụ thể trong việc tạo động lực và quản lý học động của điện thoại viên tại tổng đài. Phong cách của người quản lý thực sự ảnh hưởng rất lớn đến KNGT của điện thoại viên, đôi khi họ coi đó là mô hình, chuẩn mực giao tiếp [84].

Trong quá trình giao tiếp với khách hàng, điện thoại viên sẽ chịu sự chi phối bởi phong cách của cấp trên bao gồm giám sát và quản lí. Phong cách quản lý độc đoán hoặc tự do dân chủ của người giám sát, quản lí sẽ tác động đến tâm lý của điện thoại viên, mang lại cho họ trạng thái vui vẻ yêu nghề có niềm tin vào bản thân khi giao tiếp với khách hàng. Thực tế đã cho thấy, nếu phong cách quản lý của giám sát phù hợp, thúc đẩy được điện thoại viên, đáp ứng được nhu cầu mong muốn của điện thoại viên thì họ sẽ tâm huyết với nghề hơn, toàn tâm toàn ý với công việc, giao tiếp ứng xử với khách hàng bằng toàn bộ năng lực và khả năng của mình. Do vậy, yêu cầu của cấp trên mang tính hai mặt, nó có thể thúc đẩy nhân việc hoàn thành tốt nhiệm vụ giao dịch nhưng nó cũng có thể là yếu tố kìm hãm sự phát triển của họ nếu không có sự tương xứng giữa nghĩa vụ và quyền lợi. Do đó, cấp trên (giám sát, quản lý) cần biết tìm ra động lực thúc đẩy điện thoại viên trau dồi nghiệp vụ cũng như KNGT với khách hàng.

Dựa trên các phân tích trên, chúng tôi nghiên cứu một số biểu hiện cụ thể của yếu tố yêu cầu của cấp trên ảnh hưởng tới KNGT của điện thoại viên bao gồm: *phải thực hiện các nguyên tắc giao tiếp với khách hàng; khen thưởng và kỷ luật dựa trên kết quả cuộc gọi; đảm bảo số lượng cuộc gọi trong ca trực; luôn có tâm trạng tốt trong khi làm việc.*

1.4.5. Vấn đề đào tạo, bồi dưỡng điện thoại viên

Kết quả của việc giao tiếp với khách hàng chịu sự chi phối khá nhiều nét tâm lý cá nhân đặc biệt là hứng thú nghề nghiệp và động cơ nghề nghiệp của điện thoại viên như đã trình bày ở trên. Tuy nhiên các yếu tố đó không thể quyết định cho toàn bộ kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên, nếu họ không có được nền tảng kiến thức chuyên môn về khách hàng, chăm sóc khách hàng, giao tiếp hiệu quả với khách hàng. John P. Wilson (2006) cũng chỉ ra các kỹ năng và nghiệp vụ cần

thiết để đào tạo cho điện thoại viên cũng như các phương pháp hữu ích cần sử dụng trong quá trình đào tạo [128]. Bất kể người làm công việc nào đều cần được trang bị kiến thức về nghề nghiệp của mình một cách bài bản, hệ thống. Tuy nhiên trên thực tế giao tiếp với khách hàng qua điện thoại mặc dù là công việc thu hút một lượng lớn lao động nhưng chưa có trường lớp nào đào tạo bài bản về lĩnh vực trên. Không được đào tạo về kỹ năng giao tiếp một cách bài bản dẫn đến thiếu hụt là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên. Đào tạo KNGT với khách hàng là dạng đào tạo nghề nghiệp, cho nên cần được chú trọng tới khía cạnh thực hành, đặc biệt là thực hành dưới sự hướng dẫn của người có chuyên môn. Nội dung chương trình đào tạo phải khoa học, cân đối giữa lý thuyết và thực hành kỹ năng, bám sát thực tiễn các đặc điểm cuộc gọi, các dạng cuộc gọi của khách hàng và cách ứng xử là điều kiện để điện thoại viên tích luỹ được các KNGT cơ bản, có hiểu biết đầy đủ về các kỹ năng và cơ sở để thực hiện kỹ năng một cách thành thục và linh hoạt. Nội dung chương trình đào tạo cũng cần lưu ý tới việc cung cấp cho người học những phương pháp tiếp cận khác nhau trong giao tiếp với khách hàng. Tuy nhiên cần có sự sử dụng phối hợp linh hoạt trong những tình huống khác nhau. Theo Y. T. Anthonny (1999) "cần chú ý việc sử dụng những phương pháp có tác dụng rèn luyện kỹ năng cho người học như các phương pháp: sắm vai, quan sát trực tiếp, sử dụng băng hình hay thảo luận, chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn trong nhóm" [dẫn theo 56, tr. 76]. Tuy nhiên trong bối cảnh Việt Nam hiện nay chưa có một chương trình đào tạo chính thức và đầy đủ cho điện thoại viên, chưa có các tổ chức nghề nghiệp của những người làm điện thoại viên, chính vì vậy KNGT của điện thoại viên có những hạn chế nhất định.

Tìm hiểu vấn đề đào tạo, bồi dưỡng có ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên, chúng tôi xem xét các yếu tố: *chưa tổ chức đào tạo, bồi dưỡng KNGT thường xuyên; nội dung bồi dưỡng KNGT còn chưa sát với công việc; doanh nghiệp chưa thực sự quan tâm đến đào tạo KNGT cho điện thoại viên; phương pháp đào tạo chưa phù hợp.*

1.4.6. Sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp

Công việc của điện thoại viên tại tổng đài chịu nhiều sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp. Tổng đài là nơi đầu mối tiếp nhận các cuộc gọi tư vấn, hỗ trợ, chăm sóc, giải quyết khiếu nại của khách hàng, điện thoại viên phải thực hiện nhiều nhiệm vụ, yêu cầu khác nhau để tạo ra sự hài lòng của khách hàng. Hơn nữa, trong quá trình làm việc, tất cả các cuộc gọi của điện thoại viên đều được ghi âm để giám sát đánh giá. Đồng thời, công việc của điện thoại viên thường xuyên quá tải và rất nhạy cảm. Ngoài ra, khách hàng bao gồm rất nhiều thành phần khác

nhau từ giới tính, vùng miền, trình độ và khách hàng luôn tin rằng khi kết nối tới tổng đài, họ sẽ được hỗ trợ mọi thứ một cách nhanh nhất. Thực tế này dẫn đến điện thoại viên luôn trong trạng thái căng thẳng, mệt mỏi khi tiếp xúc, hướng dẫn và giải đáp các thắc mắc của khách hàng. Các tác giả Preeti Singh and Anu Pandey Christer Strandberg and Olof Wahlberg (2018) đã thống kê những sức ép công việc điện thoại viên phải trải qua trong quá trình làm việc bao gồm rất nhiều yếu tố khác nhau như: lưu lượng cuộc gọi, tâm trạng của khách hàng, yếu tố nghiệp vụ, hoạt động của cơ quan thính giác...

Khách hàng là trung tâm trong quá trình giao tiếp của điện thoại viên. Mỗi khách hàng đều có những đặc điểm tâm lý, nhu cầu, tính cách riêng và đòi hỏi ở điện thoại viên phải hiểu từng loại khách hàng để có cách giao tiếp phù hợp. Tâm lý của khách hàng khi kết nối tới tổng đài giao tiếp với điện thoại viên có ảnh hưởng trực tiếp tới KNGT của điện thoại viên. Khách hàng gọi điện tới tổng đài không phân biệt độ tuổi, giới tính, dân tộc, trình độ văn hóa, tính cách…Bên cạnh những khách hàng thường xuyên cáu gắt, nóng nảy luôn nôn nóng, mất tự chủ trong giao tiếp cũng có những khách hàng dễ chịu, đối thoại tích cực, chịu khó lắng nghe. Ngoài ra, có dạng khách hàng luôn tỏ ra biết tất cả mọi thứ, có giọng nói dạy dỗ điện thoại viên hoặc lấn át trong khi trao đổi hoặc nhóm khách hàng nhút nhát, sợ sệt và tự ti. Sự vận dụng KNGT của điện thoại viên nhằm mục đích đáp ứng được yêu cầu của khách hàng và làm cho họ cảm thấy thỏa mãn và hài lòng. Khách hàng khi kết nối lên tổng đài thường sẽ thuộc bốn nhu cầu sau đây: "khách hàng có nhu cầu tìm hiểu thông tin, khách hàng có nhu cầu hướng dẫn, hỗ trợ dịch vụ, khách hàng có nhu cầu chấm dứt hợp đồng hoặc hủy dịch vụ và nhóm khách hàng có nhu cầu phản ánh, khiếu nại" [76, tr.90]. Tùy thuộc với việc khách hàng có nhu cầu về lĩnh vực gì sẽ quyết định tâm lý, thái độ của khách hàng đối với điện thoại viên. Trong đó, nhóm khách hàng có nhu cầu phản ánh, khiếu nại thường sẽ có thái độ bức xúc, cáu giận và dễ bị kích động, đòi hỏi điện thoại viên phải thực sự khéo léo và tinh tế trong cách xử lý.

Chúng tôi xem xét những biểu hiện cụ thể của sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp ảnh hưởng tới KNGT của điện thoại viên như sau: *tiếp xúc với quá nhiều khách hàng, giao tiếp diễn ra trong thời gian ngắn, công việc nhàm chán, khách hàng đòi hỏi cao.*

Tóm lại, nhận thức được mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố sẽ là cơ sở để điện thoại viên tìm ra cách thức hoàn thiện KNGT của bản thân, phục vụ hiệu quả cho quá trình làm việc.

Tiểu kết chương 1

Tổng quan tình hình nghiên cứu về KNGT và KNGT nghề nghiệp cho thấy, có nhiều cách tiếp cận khác nhau về KNGT và KNGT trong lĩnh vực nghề nghiệp góp phần tạo ra cơ sở lý luận phong phú về vấn đề này. Ở Việt Nam, kỹ năng giao tiếp qua điện thoại còn là lĩnh vực mới mẻ và chưa được đầu tư nghiên cứu. Các nghiên cứu về KNGT ở Việt Nam chủ yếu nghiên cứu hình thức giao tiếp trực tiếp, chưa có nghiên cứu nào nghiên cứu KNGT theo hình thức gián tiếp thông qua điện thoại. KNGT của điện thoại viên là một kỹ năng nghề nghiệp quan trọng, một trong những yếu tố đánh giá hiệu quả công việc của điện thoại viên.

Trong luận án này, chúng tôi quan niệm: Kỹ năng giao tiếp là sự vận dụng kiến thức, kinh nghiệm của cá nhân vào thực hiện có kết quả hoạt động giao tiếp trong những điều kiện xác định. Giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng là quá trình trao đổi thông tin một cách gián tiếp qua điện thoại nhằm thỏa mãn nhu cầu được hỗ trợ, tư vấn của khách hàng. Từ đó, chúng tôi cho rằng, *kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng là sự vận dụng kiến thức, kinh nghiệm của điện thoại viên vào việc giao tiếp với khách hàng nhằm thỏa mãn nhu cầu được hỗ trợ, tư vấn của khách hàng.*

KNGT của điện thoại viên với khách hàng được biểu hiện bởi 4 kỹ năng thành phần theo tiến trình tiếp nhận một cuộc gọi đến: (1) Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng; (2) kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng; (3) kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng; (4) kỹ năng kết thúc cuộc gọi. Để thực hiện hoạt động giao tiếp với khách hàng thành công và có hiệu quả đòi hỏi điện thoại viên phải sử dụng phối hợp các kỹ năng này một cách linh hoạt và khéo léo.

Dựa vào đặc điểm giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng, có thể đánh giá KNGT của điện thoại viên với khách hàng qua ba tiêu chí: tính thành thục, tính linh hoạt, tính hiệu quả và qua năm mức độ: rất thấp, thấp, trung bình, cao, rất cao.

Hiệu quả của việc thực hiện các KNGT của điện thoại viên với khách hàng phụ thuộc vào rất nhiều các yếu tố ảnh hưởng như: sự say mê hứng thú với công việc; động cơ nghề nghiệp; ý thức rèn luyện nâng cao KNGT; yêu cầu của cấp trên; vấn đề đào tạo bồi dưỡng; sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp.

CHƯƠNG 2
TỔ CHỨC VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Tổ chức nghiên cứu

2.1.1. Vài nét về địa bàn và khách thể nghiên cứu

Luận án được tiến hành khảo sát tại Công ty Trách nhiệm hữu hạn Minh Phúc (MPtelecom). Trụ sở chính tại tầng 10, tòa nhà Sudico HH3, Mỹ Đình, Nam Từ Liêm, Hà Nội. MPtelecom là công ty chuyên về cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng, bán hàng qua điện thoại và các lĩnh vực liên quan tới vận hành hệ thống hỗ trợ khách hàng qua điện thoại. Hiện nay, MPtelecom đang là nhà cung cấp hàng đầu cho nhiều đối tác trong các lĩnh vực như: viễn thông (Tổng công ty Viễn thông quân đội Viettel; Vinaphone, Mobiphone), ngân hàng (Ngân hàng Đầu tư và Phát triển BIDV, Ngân hàng Nông nghiệp Agribank, Ngân hàng quốc tế VIB); giáo dục (Tổ hợp công nghệ giáo dục Topica, Ames English), bảo hiểm (Bảo hiểm Dầu khí PVI; Bảo hiểm bưu điện PTI; Công ty bảo hiểm ngân hàng Công thương VBI), dinh dưỡng (Vinamilk, Abbott) và các doanh nghiệp khác.

Dịch vụ tiếp nhận cuộc gọi vào

+ Dịch vụ giải đáp và chăm sóc khách hàng: Cung cấp trọn gói dịch vụ giải đáp và chăm sóc khách hàng cho các doanh nghiệp.

+ Dịch vụ tư vấn thông tin: cung cấp dịch vụ tư vấn thông tin văn hóa xã hội, giải trí; giải đáp thủ tục hành chính, pháp luật, tư vấn… cho các cơ quan nhà nước, tổ chức xã hội.

+ Dịch vụ nhận đơn đặt hàng: tiếp nhận đơn đặt hàng qua điện thoại cho các doanh nghiệp về sản xuất, dịch vụ, tiêu dùng.

+ Dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật: tiếp nhận, xử lý và hỗ trợ các vấn đề về kỹ thuật trong việc sử dụng sản phẩm mà khách hàng của doanh nghiệp gặp phải.

Dịch vụ thực hiện cuộc gọi ra

+ Dịch vụ tiếp thị/bán hàng qua điện thoại

+ Quảng cáo, truyền thông cho các chiến dịch, sự kiện, sản phẩm/dịch vụ

+ Thiết lập dữ liệu khách hàng tiềm năng

Tổng số điện thoại viên tại MPtelecom là 2678 người, trong đó, tại tổng đài Viettel là 534 điện thoại viên và tổng đài Vinaphone là 184 điện thoại viên còn lại ở các tổng đài khác. Mỗi ngày, tổng đài MPtelecom tiếp nhận hàng chục ngàn cuộc gọi để hỗ trợ, xử lý cho khách hàng và hoạt động hỗ trợ khách hàng qua điện thoại diễn ra liên tục 24/7.

Tiêu chí tuyển chọn điện thoại viên

Điện thoại viên tại MPtelecom: trong lĩnh vực hỗ trợ khách hàng qua điện thoại, điện thoại viên là nhân tố quan trọng, quyết định mức độ thành công của hoạt động hỗ trợ khách hàng. Tuy không giới hạn về ngành học, độ tuổi hay giới tính nhưng điện thoại viên lại cần có yêu cầu rất khắt khe về giọng nói, nghiệp vụ, sự am hiểu về sản phẩm của các doanh nghiệp.

Công việc chính

Điện thoại viên làm việc theo chuyên môn từng chức năng nhánh hỗ trợ trên tổng đài, ví dụ ở nhánh tư vấn sẽ tập trung chức năng tư vấn, nhánh xử lý báo hỏng tập trung chức năng xử lý khiếu nại và hỗ trợ khách hàng sử dụng được dịch vụ. Khi điện thoại viên không trực tiếp hỗ trợ được cho khách hàng, điện thoại viên sẽ chuyển cuộc gọi sang bộ phận có chức năng cao hơn để giải quyết triệt để vấn đề. Khi gặp sự cố ở một chức năng nhánh nào đó, điện thoại viên nhánh khác có thể được điều chuyển qua nhánh đang gặp sự cố để hỗ trợ kịp thời, sau khi hết sự cố, điện thoại viên lại về chức năng nhánh chính của mình để tiếp tục làm việc.

Khách thể nghiên cứu bao gồm 354 điện thoại viên thuộc hai tổng đài Viễn thông Viettel và Tổng đài Viễn thông Vinaphone, cụ thể, thông tin về khách thể nghiên cứu như sau:

Bảng 2.1. Thông tin về khách thể nghiên cứu

Thông tin cá nhân		**Số lượng N = 354**	**Tỷ lệ (%)**
Độ tuổi	18 - 22	73	20.6
	23 - 25	169	47.7
	26 - 30	70	19.8
	Trên 30	42	11.9
Giới tính	Nam	55	15.5
	Nữ	299	84.5
Trình độ	Tốt nghiệp THPT	42	11.9
	Trung cấp	79	22.3
	Cao đẳng	156	44.1
	Đại học	77	21.8
Thâm niên	Dưới 6 tháng	73	20.6
	6 tháng – 3 năm	79	22.3
	Trên 3 năm	202	57.1

2.1.2. Các giai đoạn nghiên cứu

Luận án được thực hiện từ tháng 12/2015 đến tháng 6/2019 với các giai đoạn và nội dung nghiên cứu cụ thể như sau.

2.1.2.1. Giai đoạn nghiên cứu lý luận

a. Mục đích nghiên cứu lý luận

- Tổng quan lịch sử các nghiên cứu trong và ngoài nước về những vấn đề liên quan tới KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

- Hệ thống hoá một số lý luận cơ bản liên quan tới các khái niệm về KNGT của điện thoại viên (theo quy trình cuộc gọi) cũng như các yếu tố ảnh hưởng tới KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

- Xây dựng cơ sở lý luận về KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

b. Nội dung nghiên cứu lý luận

- Phân tích, tổng hợp những công trình nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước về KNGT của điện thoại viên với khách hàng và các yếu tố ảnh hưởng tới KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

- Xác định các biểu hiện KNGT của điện thoại viên với khách hàng bao gồm các kỹ năng: (1) kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng; (2) kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng; (3) kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng; (4) kỹ năng kết thúc cuộc gọi

- Xây dựng tiêu chí đánh giá và mức độ KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

- Phân tích một số yếu tố tác động đến KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

c. Thời gian tiến hành: từ tháng 12/2015 – tháng 12/2016

d. Cách tiến hành

Phương pháp chính được sử dụng là phương pháp nghiên cứu tài liệu thông qua các hoạt động cụ thể như phân tích, tổng hợp, hệ thống hoá, khái quát những lý thuyết cũng như các công trình nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước được đăng tải trên sách, tạp chí, báo, đề tài về các vấn đề liên quan tới KNGT.

Bên cạnh đó chúng tôi còn sử dụng các phương pháp chuyên gia làm việc trong lĩnh vực giao tiếp để phỏng vấn, để làm rõ thêm các quan điểm khác nhau về các khái niệm trong phần lý luận.

2.1.2.2. Giai đoạn thiết kế công cụ nghiên cứu

a. Mục đích thiết kế công cụ nghiên cứu

- Xây dựng bộ công cụ nghiên cứu cho luận án bao gồm: phiếu trưng cầu ý

kiến, tiêu chí đánh giá cuộc gọi, bảng hỏi, bài tập tập tình huống, phỏng vấn sâu, biên bản quan sát.

b. Nội dung thiết kế công cụ nghiên cứu

+ Tìm hiểu các kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên để nghiên cứu và điều tra

- Mục đích: Phân tích lý thuyết để xác định các kỹ năng giao tiếp quan trọng nhất của điện thoại viên để nghiên cứu và xây dựng công cụ điều tra

- Phương pháp: phương pháp nghiên cứu tài liệu văn bản và phương pháp chuyên gia.

- Khách thể nghiên cứu: 58 người bao gồm: chuyên viên đào tạo, chuyên gia nghiên cứu, giám đốc nhân sự và đào tạo, giám sát, trưởng nhóm vận hành và điện thoại viên.

- Nội dung nghiên cứu: tiến hành phân tích, tổng hợp các công trình nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước về KNGT của điện thoại viên với khách hàng. Đồng thời, lấy ý kiến của chuyên gia về các kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng *(xem phụ lục 4)*. Những KNGT được nhiều chuyên gia đề cập và lựa chọn được chọn ra để nghiên cứu về KNGT của điện thoại viên. Trong đó, các kỹ năng nghiên cứu bao gồm: Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng; kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng; kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng; kỹ năng kết thúc cuộc gọi.

+ Thiết kế công cụ điều tra/đánh giá bao gồm: bảng hỏi, tiêu chí đánh giá cuộc gọi, bài tập tình huống, phỏng vấn sâu, quan sát và nghiên cứu hồ sơ

- Mục đích: Hình thành sơ bộ bảng hỏi, tiêu chí đánh giá cuộc gọi và bài tập tình huống

- Phương pháp: lấy ý kiến chuyên gia, nghiên cứu tài liệu và phỏng vấn sâu

- Khách thể: 10 chuyên viên đào tạo, giám sát và trưởng phòng tổng đài, 40 điện thoại viên

c. Thời gian tiến hành

Từ tháng 12/2016 – tháng 12/2017

d. Cách tiến hành

Chúng tôi kết hợp với ý kiến chuyên gia và sử dụng mô hình SEGUE của G.Makoul, tuyên bố đồng thuận Kalamazoo để tìm ra các kỹ năng thành phần nào điện thoại viên thường hay sử dụng nhất, từ đó tìm ra các kỹ năng thành phần trong

KNGT của điện thoại viên bao gồm: Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng; kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng; kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng; kỹ năng kết thúc cuộc gọi.

- Tìm hiểu một số tình huống thường xảy ra khi giao tiếp, đòi hỏi điện thoại viên cần vận dụng linh hoạt, sáng tạo các kỹ năng trên để giải quyết tình huống.

Các ý kiến về KNGT, tình huống có tần suất từ 70% trở lên được lựa chọn làm cơ sở cho các mệnh đề trong bảng hỏi và bài tập tình huống.

Phỏng vấn trực tiếp giám sát, chuyên viên đào tạo để tìm hiểu thêm về biểu hiện các KNGT của điện thoại viên với khách hàng: Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng; kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng; kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng; kỹ năng kết thúc cuộc gọi.

- Câu hỏi mở: tìm hiểu suy nghĩ và đánh giá của điện thoại viên về mục đích và cách vận dụng các kỹ năng trên trong thực tiễn.

Kết hợp với kết quả nghiên cứu tài liệu, hệ thống câu hỏi mở và phỏng vấn chuyên gia, chúng tôi xây dựng các mệnh đề (item) cho từng nhóm kỹ năng trong bảng hỏi và xác định các bài tập tình huống thực tiễn để khảo sát.

Phiếu bài tập tình huống đưa ra những tình huống có vấn đề thường xảy ra trong hoạt động giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng. Việc giải quyết các tình huống này giúp thể hiện các kỹ năng thực tế điện thoại viên thực hiện khi giao tiếp với khách hàng trong thực tiễn công việc.

Sau khi hoàn thiện bảng hỏi và tình huống, chúng tôi tiếp tục xin ý kiến chuyên gia để hoàn thiện.

2.1.2.3. Giai đoạn điều tra thử

a. Mục đích nghiên cứu: Đánh giá độ hiệu lực và độ tin cậy của thang đo để tiến hành chỉnh sửa cho phù hợp

b. Nội dung nghiên cứu: tiến hành khảo sát thử bằng bảng hỏi và xử lý độ tin cậy, độ giá trị của công cụ điều tra.

Phương pháp nghiên cứu:

- Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi
- Phương pháp thống kê toán học

Khách thể nghiên cứu: 50 điện thoại viên và 30 khách hàng

Kết quả nghiên cứu

Đánh giá độ hiệu lực và độ tin cậy của hệ thống các thang đo:

* Để đánh giá độ tin cậy của bộ công cụ trong nghiên cứu này, luận án sử dụng mô hình tương quan Alpha của Cronbach (Cronbach's Coefficient Alpha). Mô hình này đánh giá độ tin cậy của phép đo dựa trên sự tính toán phương sai của từng item trong từng thang đo, toàn bộ phép đo và tính tương quan điểm của từng item với điểm của các item còn lại trên từng thang đo và của cả phép đo.

Bảng 2.2. Kết quả kiểm định độ tin cậy hệ thống item đo KNGT của điện thoại viên

Tiểu thang đo/thang đo	**Hệ số tin cậy Alpha (n = 354)**
Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng	0,669
Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng	0,650
Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng	0,716
Kỹ năng kết thúc cuộc gọi	0,703

Bảng 2.3. Kết quả kiểm định độ tin cậy hệ thống item đo các yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên

Tiểu thang đo/thang đo	**Hệ số tin cậy Alpha (n = 354)**
Sự say mê hứng thú với công việc	0,723
Động cơ nghề nghiệp	0,890
Ý thức rèn luyện nâng cao kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên	0,703
Yêu cầu của cấp trên	0,632
Vấn đề đào tạo, bồi dưỡng điện thoại viên	0,787
Sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp	0,659

c. Thời gian

Từ tháng 1/2018 – 3/2018

d. Cách thức thực hiện

Sau khi thu được số liệu, chúng tôi đã sử dụng chương trình thống kê toán học bằng phần mềm SPSS 20.0 để xử lý số liệu. Ở giai đoạn này, chúng tôi chỉ quan tâm đến độ tin cậy của các tiểu thang đo được xây dựng trong bảng hỏi, vì vậy chúng tôi sử dụng thuật toán tính hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và tìm hiểu các item làm tăng, giảm đi độ tin cậy của các tiểu thang đo trong bảng hỏi.

2.1.2.4. Giai đoạn điều tra chính thức

a. Mục đích

Tìm hiểu thực trạng KNGT của điện thoại viên và các yếu tố ảnh hưởng tới

việc hình thành các KNGT của điện thoại viên với khách hàng thông qua phiếu điều tra và phân tích file ghi âm.

b. Nội dung

- Đánh giá thực trạng một số KNGT của điện thoại viên với khách hàng bao gồm: Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng; kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng; kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng; kỹ năng kết thúc cuộc gọi.

- Đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến sự hình thành và phát triển các KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

Trên cơ sở đó rút ra các kết luận và kiến nghị các giải pháp.

Khách thể nghiên cứu: 354 điện thoại viên

Nguyên tắc điều tra: để thu được thông tin chính xác, điều tra độc lập trên từng điện thoại viên thông qua việc tạo môi trường thoải mái theo đúng nhận định của họ về KNGT của bản thân đồng thời phân tích file ghi âm để có đánh giá khách quan.

Các câu hỏi được sắp xếp ngẫu nhiên để thu được kết quả khách quan nhất.

c. Thời gian

Từ tháng 5/2018 – 9/2018

d. Cách thức tiến hành

- Điều tra qua phiếu trưng cầu ý kiến

Mục đích

+ Tìm hiểu đánh giá tổng quát về KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

+ Đánh giá thực trạng các KNGT cụ thể của điện thoại viên với khách hàng và các yếu tố ảnh hưởng đến các kỹ năng này nhằm đưa ra kết luận và kiến nghị.

Nội dung: Nội dung điều tra theo phiếu trưng cầu ý kiến dành cho điện thoại viên và khách hàng.

Khách thể: 354 điện thoại viên tại Tổng đài Viettel và Tổng đài Vinaphone tại công ty Trách nhiệm hữu han Minh Phúc.

- Phỏng vấn sâu

Mục đích phỏng vấn: Nhằm tìm hiểu, thu thập, bổ sung, kiểm tra và làm rõ hơn những thông tin đã thu được từ khảo sát thực tiễn trên diện rộng của điện thoại viên và giám sát, khách hàng

Khách thể phỏng vấn: 10 điện thoại viên và 5 khách hàng, 5 giám sát tại các tổng đài.

- Quan sát

Mục đích: Quan sát trực tiếp hành vi, những biểu hiện liên quan đến các KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

Khách thể: 5 điện thoại viên làm việc tại Tổng đài Viettel và 5 điện thoại viên làm việc tại tổng đài Vinaphone

- Phân tích file ghi âm

Mục đích: Nhằm tìm hiểu, thu thập, bổ sung, kiểm tra và làm rõ hơn những thông tin đã thu được từ khảo sát thực tiễn trên diện rộng của điện thoại viên và giám sát, khách hàng. Đưa ra đánh giá khách quan từ nhà nghiên cứu

2.1.2.5. Giai đoạn thử nghiệm biện pháp

a. Mục đích: Góp phần đánh giá và kiểm nghiệm tính đúng đắn của biện pháp được đề xuất

b. Nội dung: Thử nghiệm 3 biện pháp tác động được đề xuất trong luận án

c. Thời gian: Từ tháng 9/2018 – 12/2018

d. Cách thức tiến hành: Tác động 3 biện pháp trên 3 khách thể nghiên cứu

2.1.2.6. Giai đoạn xử lý số liệu và viết luận án

Việc xử lý số liệu định tính được tác giả thực hiện trong suốt quá trình nghiên cứu. Thời gian xử lý và phân tích số liệu định lượng được tiến hành cụ thể như sau:

- Thời gian xử lý và phân tích số liệu điều tra thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng: tháng 10/2018 đến tháng 2/ 2019

- Thời gian chỉnh sửa và hoàn thiện luận án: tháng 5/2019 đến tháng 9 /2019

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp nghiên cứu tài liệu văn bản

2.2.1.1. Mục đích

Xây dựng khung lý thuyết của luận án, từ đó xác định quan điểm chủ đạo của luận án trong việc nghiên cứu những vấn đề về tâm lý liên quan đến KNGT của điện thoại viên với khách hàng để xây dựng cơ sở lý luận của đề tài.

2.2.1.2. Nội dung

- Tìm hiểu tổng quan nghiên cứu vấn đề của các tác giả trong và ngoài nước về KNGT, KNGT nghề nghiệp, KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

- Xây dựng hệ thống khái niệm công cụ: kỹ năng, kỹ năng giao tiếp, KNGT của điện thoại viên với khách hàng

- Dựa vào kết quả tổng hợp của phần lý luận, xác định các yếu tố cần khảo sát, nghiên cứu trong thực tiễn là:

+ Các kỹ năng thành phần của KNGT của điện thoại viên với khách hàng

+ Biểu hiện của từng kỹ năng thành phần;

+ Một số yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

2.2.1.3. Cách tiến hành

Phương pháp chủ yếu được dùng trong nghiên cứu lý luận là phương pháp nghiên cứu văn bản tài liệu. Phương pháp này được thực hiện trên cơ sở đọc, phân tích, tổng hợp, hệ thống hóa và khái quát hóa những lý thuyết và những công trình nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước được đăng tải trên các sách, báo, tạp chí, websites về những vấn đề liên quan đến đề tài nghiên cứu của luận án.

2.2.2. Phương pháp điều tra bằng phiếu hỏi

Đây là phương pháp cơ bản được sử dụng để nghiên cứu thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng. Đề tài sử dụng 2 loại phiếu hỏi, phiếu hỏi thứ nhất dùng để trưng cầu ý kiến điện thoại viên về thực trạng KNGT và các yếu tố ảnh hưởng đến KNGT; phiếu hỏi thứ hai là phiếu trưng cầu ý kiến khách hàng về KNGT của điện thoại viên. Cụ thể về các phiếu hỏi như sau:

2.2.2.1. Mục đích

* Mục đích phiếu số 1: Đánh giá thực trạng KNGT của điện thoại viên bao gồm: Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng; kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng; kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng; kỹ năng kết thúc cuộc gọi và các yếu tố ảnh hưởng đến việc hình thành và nâng cao các KNGT của điện thoại viên.

* Mục đích phiếu số 2: Đánh giá thực trạng KNGT của điện thoại viên dựa trên ý kiến của khách hàng

2.2.2.2. Nội dung

* Nội dung phiếu số 1

- *Cơ sở và căn cứ thiết kế bảng hỏi:* Bảng hỏi được xây dựng dựa trên dựa trên hai mô hình lí thuyết đó là mô hình SEGUE của Makoul và khung đồng thuận Kalamazoo theo tiến trình của 1 cuộc giao tiếp và kết hợp với các kỹ năng đã được các nhà khoa học chỉ ra, từ đó phát triển thêm các thành tố trong quá trình giao tiếp của điện thoại viên cho phù hợp với ngữ cảnh giao tiếp qua điện thoại.

- *Nội dung và cấu trúc bảng hỏi:*

Dành cho điện thoại viên bao gồm 4 phần *(xem phụ lục 1)*

Phần 1: Nhận thức chung về KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

Phần 2: Tìm hiểu nhận thức và thực trạng các KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

Phần 3: Tìm hiểu thực trạng các yếu tố ảnh hưởng tới KNGT của điện thoại viên.

Phần 4: Tìm hiểu một số thông tin về khách thể điều tra, đồng thời làm sáng tỏ một số yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên với khách hàng bao gồm:

Thông tin về đặc điểm khách thể nghiên cứu: giới, tuổi, trình độ, thâm niên, kinh nghiệm thực tiễn.

* Nội dung phiếu số 2

- Cơ sở và căn cứ thiết kế bảng hỏi: Chúng tôi dựa trên bảng hỏi CAT để đánh giá KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

- Nội dung và cấu trúc bảng hỏi:

Dành cho điện thoại viên bao gồm 14 tiêu chí, phản ánh đặc trưng KNGT theo tiến trình giao tiếp *(Xem phụ lục 3).*

2.2.2.3. Cách tiến hành

* Cách tiến hành của phiếu số 1

Dựa trên những nghiên cứu về kỹ năng, kỹ năng giao tiếp, chúng tôi đánh giá KNGT của điện thoại viên với khách hàng dựa trên 3 tiêu chí là: tính thành thục, tính linh hoạt và tính hiệu quả.

- Tính thành thục: Biểu hiện ở sự vận dụng phù hợp các thao tác của kỹ năng với mục đích và điều kiện của hành động, sự thành thục của từng thao tác và sự kết hợp hợp lý các thao tác về số lượng và trình tự hành động, không có thao tác thừa, không gặp vướng mắc trong thực hiện. Tiêu chí này giúp đánh giá về định tính của kỹ năng.

- Tính linh hoạt: Thể hiện sự ổn định, bền vững và sáng tạo của kỹ năng trong các điều kiện khác nhau. Tiêu chí này đánh giá định tính của kỹ năng.

- Tính hiệu quả: Biểu hiện ở việc thực hiện hành động/hoạt động một cách chính xác, mang lại kết quả tích cực, giải quyết được vấn đề, phù hợp với những điều kiện thực tiễn. Tiêu chí này đánh giá định lượng của kỹ năng.

Chúng tôi xây dựng thang đo KNGT theo thang đo Likert 5 cấp độ dựa trên thang đo Kỹ năng giao tiếp qua hội thoại được xây dựng bởi Brian H. Spirtberg (2002) để mô tả về các cấp độ KNGT [88]. Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng được đánh giá theo 5 mức độ: rất thấp, thấp, trung bình, cao, rất cao dựa trên 3 tiêu chí: tính thành thục tính linh hoạt và tính hiệu quả.

Bảng 2.4. Tiêu chí đánh giá kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

STT	Mức độ kỹ năng	Tiêu chí đánh giá
1	Mức độ rất thấp	Điện thoại viên chưa nắm được nội dung, mục đích, cách thức tiến hành của các kỹ năng và thực hiện kỹ năng không chính xác, lúng túng, hay mắc lỗi hoặc bỏ sót nhiều thao tác, chưa mang lại hiệu quả giao tiếp.
2	Mức độ thấp	Điện thoại viên nắm chưa vững nội dung, mục đích, cách thức tiến hành của các kỹ năng và thực hiện kỹ năng đôi lúc không chính xác, lúng túng, bỏ sót thao tác.
3	Mức độ trung bình	Điện thoại viên nắm vững nội dung, mục đích, cách thức tiến hành của các kỹ năng và thực hiện đầy đủ nhưng chưa thành thục và linh hoạt các thao tác/biểu hiện của các kỹ năng, bước đầu có hiệu quả trong quá trình giao tiếp.
4	Mức độ cao	Điện thoại viên nắm vững nội dung, mục đích, cách thức tiến hành của các kỹ năng và thực hiện đầy đủ, chính xác, tương đối thành thục và linh hoạt các thao tác/biểu hiện của các kỹ năng, hiệu quả giao tiếp được thể hiện tương đối rõ ràng.
5	Mức độ rất cao	Điện thoại viên nắm vững nội dung, mục đích, cách thức tiến hành của các kỹ năng và thực hiện đầy đủ, rất thành thục và linh hoạt các thao tác/biểu hiện của các kỹ năng, mang lại hiệu quả tích cực trong giao tiếp.

Bảng 2.5. Thang đánh giá KNGT của điện thoại viên với khách hàng

Mức độ rất thấp	Thực hiện không chính xác, lúng túng, bỏ sót nhiều thao tác/biểu hiện
Mức độ thấp	Thực hiện lúng túng, hay mắc lỗi hoặc không chính xác, thiếu thao tác/biểu hiện, chưa thành thục và linh hoạt
Mức độ trung bình	Thực hiện đầy đủ các thao tác/biểu hiện của từng kỹ năng, tương đối thành thục và linh hoạt
Mức độ cao	Thực hiện đầy đủ, chính xác các thao tác/biểu hiện của từng kỹ năng, thành thục và linh hoạt
Mức độ rất cao	Thực hiện đầy đủ, rất thành thục và linh hoạt các thao tác/biểu hiện của từng kỹ năng

Năm mức đánh giá KNGT của điện thoại viên với khách hàng được mô tả như sau:

1. Không thực hiện hoặc thực hiện không chính xác, lúng túng, dẫn đến kết quả tiêu cực về giao tiếp.

2. Thực hiện chính xác nhưng thiếu linh hoạt, lúng túng, đôi khi không đúng thời điểm thích hợp hoặc bỏ lỡ cơ hội.

3. Về cơ bản thực hiện tương đối chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, dẫn đến kết quả không tích cực nhưng cũng không tiêu cực.

4. Về cơ bản thực hiện chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, đúng thời điểm thích hợp, bước đầu mang lại kết quả tích cực.

5. Thực hiện rất chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, luôn đúng thời điểm thích hợp, mang lại kết quả rất tích cực về giao tiếp.

Dựa trên tiêu chí đánh giá và nguyên tắc tổng hợp trên đây, kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên được đánh giá theo 5 mức độ. Bên cạnh đó, chúng tôi còn sử dụng điểm trung bình của thang đo trong bảng hỏi để đánh giá

+ Biểu hiện KNGT của điện thoại viên được đánh giá qua 5 mức như trên. Điểm quy ước để định tính như sau:

1 điểm: không thực hiện hoặc thực hiện không chính xác, lúng túng, dẫn đến kết quả tiêu cực về giao tiếp.

2 điểm: thực hiện chính xác nhưng thiếu linh hoạt, lúng túng, đôi khi không đúng thời điểm thích hợp hoặc bỏ lỡ cơ hội.

3 điểm: về cơ bản thực hiện tương đối chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, dẫn đến kết quả không tích cực nhưng cũng không tiêu cực.

4 điểm: về cơ bản thực hiện chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, đúng thời điểm thích hợp, bước đầu mang lại kết quả tích cực.

5 điểm: thực hiện rất chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, luôn đúng thời điểm thích hợp, mang lại ấn tượng rất tích cực về giao tiếp.

Như vậy, điểm trung bình thấp nhất là 1 và cao nhất là 5. Điểm trung bình càng cao thì mức độ thực hiện các KNGT càng cao. Điểm định lượng đối với từng mức độ được xác định dựa vào phân phối chuẩn và độ lệch chuẩn. Điểm trung bình cộng toàn mẫu KNGT của điện thoại viên là 3,40 và độ lệch chuẩn là 0,26.

Từ đây, các mức độ định lượng của thang đo sẽ được tính như sau:

Bảng 2.6. Thang đánh giá định lượng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Mức độ rất thấp (Mức "Rất thấp" < ĐTB - 2SD)	Điểm trung bình < 2,88
Mức độ thấp (ĐTB - 2SD ≤ Mức "Thấp" < Điểm TBC - 1SD)	2,88 < =Mức thấp < 3,14
Mức độ trung bình (ĐTB - 1SD ≤ Mức "Trung bình" < Điểm TBC + 1SD)	3,14 < Mức trung bình < 3,66
Mức độ cao (ĐTB + 1SD ≤ Mức "Cao" < Điểm TBC + 2SD)	3,66 < Mức cao < 3,92
Mức độ rất cao (Mức "Rất cao" ≥ ĐTB + 2SD)	3,92 < Mức rất cao < 5

Thang đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến KNGT của điện thoại viên: Để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng tới KNGT của điện thoại viên, chúng tôi đưa ra từng yếu tố để điện thoại viên trả lời. Chúng tôi đánh giá theo từng mức độ ảnh hưởng như sau:

Rất ít ảnh hưởng: 1 điểm
Ít ảnh hưởng: 2 điểm
Ảnh hưởng vừa phải: 3 điểm
Khá ảnh hưởng: 4 điểm
Rất ảnh hưởng: 5 điểm

- Tính tổng điểm của mỗi yếu tố ảnh hưởng theo điểm trung bình cộng và tần số lựa chọn của mỗi nhóm.

- Xếp thứ bậc yếu tố ảnh hưởng theo tổng điểm và xếp thứ bậc các yếu tố ảnh hưởng theo điểm trung bình.

- Tìm mối tương quan của các yếu tố ảnh hưởng tới KNGT của điện thoại viên và sử dụng kỹ thuật hồi quy tuyến tính bội để dự đoán sự thay đổi của biến phụ thuộc khi có sự tác động của biến độc lập.

* Cách tiến hành của phiếu số 2

- Tính tổng điểm của mỗi yếu tố ảnh hưởng theo điểm trung bình cộng và tần số lựa chọn của mỗi nhóm.

- Xếp thứ bậc yếu tố ảnh hưởng theo tổng điểm và xếp thứ bậc các yếu tố ảnh hưởng theo điểm trung bình.

2.2.3. Phương pháp nghiên cứu sản phẩm hoạt động

2.2.3.1. Mục đích: Phân tích, đánh giá mức độ thực hiện các KNGT của điện thoại viên với khách hàng dựa trên file ghi âm. Thang đo đánh giá KNGT của điện thoại viên với khách hàng được dựa trên tiêu chí đánh giá cuộc gọi theo thang đo 5 mức của Linkert đã trình bày ở bảng 2.3.

File ghi âm được phân tích để đánh giá tính tính thành thục, tính linh hoạt và tính hiệu quả các KNGT thành phần, đồng thời, bổ sung các thông tin định tính về một số yếu tố ảnh hưởng tới KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

2.2.3.2. Nội dung

- Cơ sở và căn cứ thiết kế tiêu chí đánh giá cuộc gọi: Tiêu chí đánh giá cuộc gọi được xây dựng dựa trên dựa trên hai mô hình lí thuyết đó là mô hình SEGUE của Makoul và khung đồng thuận Kalamazoo theo tiến trình của 1 cuộc giao tiếp và kết hợp với các kỹ năng đã được các nhà khoa học chỉ ra và dựa trên thực tiễn đánh giá KNGT của điện thoại viên tại tổng đài, từ đó phát triển thêm các thành tố trong quá trình giao tiếp của điện thoại viên cho phù hợp với ngữ cảnh giao tiếp qua điện thoại.

- Nội dung và cấu trúc tiêu chí đánh giá: Bảng tiêu chí đánh giá 4 KNGT của điện thoại viên với 4 kỹ năng bao gồm: Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng; kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng; kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng; kỹ năng kết thúc cuộc gọi *(Xem phụ lục 2)*

2.2.3.3. Cách tính điểm, tiêu chí đánh giá và thang đánh giá

Thông qua hệ thống file ghi âm, đánh giá dựa trên cơ sở dữ liệu khách hàng để xem xét đánh giá việc thực hiện các KNGT của điện thoại viên. Các file đánh giá KNGT của điện thoại viên được tiến hành với mục tiêu cụ thể, có biên bản đánh giá. Để phân tích file ghi âm đạt kết quả, công tác chuẩn bị được tiến hành như sau:

- Bước 1: Lựa chọn ngẫu nhiên file ghi âm của điện thoại viên ở hai tổng đài Viettel và Vinaphone.

- Bước 2: đánh giá 62 cuộc gọi khách quan dựa trên các tiêu chí đánh giá cuộc gọi

- Thang đánh giá: Chúng tôi xây dựng các tiêu chí đánh giá cuộc gọi theo các kỹ năng thành phần, đánh giá cuộc gọi của điện thoại viên và cho điểm theo 5 mức:

1 điểm: không thực hiện hoặc thực hiện không chính xác, lúng túng, dẫn đến kết quả tiêu cực về giao tiếp.

2 điểm: thực hiện chính xác nhưng thiếu linh hoạt, lúng túng, đôi khi không đúng thời điểm thích hợp hoặc bỏ lỡ cơ hội.

3 điểm: về cơ bản thực hiện tương đối chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, dẫn đến kết quả không tích cực nhưng cũng không tiêu cực.

4 điểm: về cơ bản thực hiện chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, đúng thời điểm thích hợp, bước đầu mang lại kết quả tích cực..

5 điểm: thực hiện rất chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, luôn đúng thời điểm thích hợp, mang lại ấn tượng rất tích cực về giao tiếp.

2.2.4. Phương pháp quan sát

2.2.4.1. Mục đích

Quan sát trực tiếp những hành vi, cử chỉ, lời nói khi điện thoại viên giao tiếp với khách hàng làm căn cứ bổ sung thông tin về KNGT của điện thoại viên với khách hàng. Kết quả này bổ sung thông tin định tính về tính đặc trưng, nổi bật trong KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

- Khách thể: Điện thoại viên làm việc trực tiếp tại tổng đài.

2.2.4.2. Nội dung

Quan sát các hành vi thể hiện trong khi giao tiếp với khách hàng, đặc biệt tập trung vào các hành vi biểu hiện của các KNGT khi điện thoại viên bước đầu tạo ấn tượng với khách hàng, trong quá trình khai thác nhu cầu của khách hàng, hỗ trợ khách hàng và kết thúc cuộc gọi.

2.2.4.3. Cách thức tiến hành

Chúng tôi thực hiện quan sát trực tiếp tại nơi làm việc của điện thoại viên, quan sát quá trình điện thoại viên giao tiếp với khách hàng, quay lại hoạt động giao tiếp với khách hàng của điện thoại viên. Trước khi tiến hành quan sát, tác giả luận án trao đổi với nhóm quan sát của từng tổng đài về mục đích, nội dung, phương pháp quan sát và giữ mối liên hệ thường xuyên trong quá trình quan sát nhưng không làm ảnh hưởng đến quá trình hỗ trợ khách hàng của điện thoại viên. Kết thúc đợt quan sát, phiếu quan sát được tập hợp để phân tích, xử lý.

Kết quả quan sát được ghi lại qua băng hình và ghi lại bằng biên bản quan sát. Kết quả xử lý được sử dụng bổ sung cho những kết quả nghiên cứu khác trong điều tra. Chúng tôi tổng hợp những lời nói, hành vi thể hiện KNGT cần có, những hành vi lời nói chưa đúng với tình huống thực hiện các kỹ năng trên hoặc các biểu hiện cụ thể trên ánh mắt, nét mặt, phản ứng của điện thoại viên sau khi kết thúc cuộc gọi. *(Phụ lục 7).*

- Xử lí kết quả phương pháp quan sát:

Kết quả quan sát được phân loại theo:

Nội dung kỹ năng được thể hiện khi giao tiếp với khách hàng

Ngôn ngữ sử dụng: các sử dụng ngôn từ để truyền đạt thông điệp, biểu hiện nét mặt khi giao tiếp với khách hàng qua điện thoại

Phản ứng của điện thoại viên khi chưa hỗ trợ được/hỗ trợ thành công khách hàng.

Chúng tôi đánh giá tính thành thục, tính linh hoạt và tính hiệu quả của các biểu hiện trên.

2.2.5. Phương pháp phỏng vấn sâu

2. 2.5.1. Mục đích

Thu thập, bổ sung, kiểm tra và làm rõ hơn những thông tin đã thu được từ khảo sát thực tiễn.

- Nguyên tắc phỏng vấn:

Khách thể được trả lời tự do dựa trên những câu hỏi mở, có gợi ý.

Trong quá trình phỏng vấn, người phỏng vấn có thể đưa ra những câu hỏi dưới những dạng khác nhau để có thể kiểm tra độ chính xác của các câu trả lời cũng như làm sáng tỏ hơn những thông tin chưa rõ.

2.2.5.2. Nội dung

Với điện thoại viên, đề nghị họ chia sẻ những nội dung sau qua phỏng vấn sâu (Phụ lục 5):

+ Mục đích sử dụng các KNGT.

+ Những thao tác/biểu hiện cụ thể được thực hiện khi sử dụng kỹ năng.

+ Những yếu tố ảnh hưởng tới việc hình thành và nâng cao các KNGT.

Với khách hàng đã được giao tiếp với điện thoại viên, đề nghị họ kể lại (Phụ lục 6):

+ Những ngôn từ mà điện thoại viên thể hiện khi giao tiếp với khách hàng.

+ Những cảm nhận cá nhân của họ với những hành vi đó hay cảm nhận chung về cách điện thoại viên đã hỗ trợ khách hàng.

+ Hiệu quả khi giao tiếp với điện thoại viên.

- Trình tự nội dung cần phỏng vấn: không cố định theo trình tự đã chuẩn bị, nó có thể khá linh động, mềm dẻo tuỳ theo mạch câu chuyện của từng khách thể, tập trung vào khai thác KNGT của điện thoại viên với khách hàng. Nội dung chi tiết của mỗi cuộc phỏng vấn sâu có thể thay đổi tuỳ thuộc vào đối tượng phỏng vấn.

2.2.5.3. Cách thức tiến hành

Nội dung phỏng vấn được chuẩn bị trước một cách chi tiết, rõ ràng theo các mảng vấn đề mà nghiên cứu quan tâm. Sau đó gặp từng người để phỏng vấn về các

nội dung đã chuẩn bị trước đó. Cụ thể bao gồm: xây dựng nội dung phỏng vấn; xây dựng phiếu phỏng vấn cho các đối tượng và biên bản ghi quá trình phỏng vấn; chọn thời điểm, hình thức và nơi phỏng vấn; xử lí, phân tích các nội dung phỏng vấn.

2.2.6. Phương pháp nghiên cứu trường hợp điển hình và mô tả chân dung

2.2.6.1. Mục đích

- Thu thập thêm thông tin về KNGT của điện thoại viên với khách hàng dựa trên các trường hợp cụ thể.

- Thực hiện một số biện pháp tác động trên các trường hợp được mô tả chân dung để từ đó đánh giá hiệu quả của các biện pháp đề xuất.

- Khách thể: Các điện thoại viên là người có nhiệm vụ giao tiếp với khách hàng cho khách hàng tại các trung tâm/phòng xử lý khiếu nại.

2.2.6.2. Nội dung

Phân tích hồ sơ nhân sự, đánh giá của giám sát về KNGT của điện thoại viên và phân tích file ghi âm của từng điện thoại viên.

2.2.6.3. Cách thức tiến hành

- Chúng tôi tiến hành nghiên cứu hồ sơ nhân sự, trao đổi sâu với từng điện thoại viên, đánh giá file ghi âm cuộc gọi với khách hàng của điện thoại viên và có biện pháp tác động nhằm thay đổi KNGT của điện thoại viên.

- Thực hiện đồng thời các biện pháp tác động trên 3 điện thoại viên có kĩ năng ở mức trung bình, phân tích chân dung tâm lý trước và sau khi thực hiện biện pháp tác động.

- Phỏng vấn sâu đối với khách hàng, đồng nghiệp, giám sát, quản lý để hiểu rõ hơn về mức độ thực hiện các KNGT của điện thoại viên và hiệu quả giao tiếp với khách hàng đã đạt được.

- Xử lí kết quả phương pháp nghiên cứu trường hợp: dựa trên các tiêu chí đánh giá kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng.

2.2.7. Phương pháp chuyên gia

2.2.7.1. Mục đích

Xây dựng đề cương nghiên cứu, xây dựng bộ công cụ nghiên cứu,

Nhằm xác định sự cần thiết của các KNGT của điện thoại viên, các biểu hiện cụ thể của các kỹ năng đó và các yếu tố ảnh hưởng đến việc hình thành và phát triển KNGT của điện thoại viên.

- Khách thể: Các nhà nghiên cứu về KNGT, các chuyên gia, trưởng bộ phận, quản lý điện thoại viên tại doanh nghiệp.

2.2.7.2. Nội dung

Các kết quả phỏng vấn sâu với chuyên gia, nhà quản lý được tìm hiểu theo từng nhóm kỹ năng: Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng; kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng; kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng; kỹ năng kết thúc cuộc gọi với các nội dung: nhận thức mục đích, yêu cầu của kỹ năng, cách thức vận dụng kỹ năng *(Phụ lục 4)*.

2.2.7.3. Cách thức tiến hành

Xin ý kiến một số chuyên gia về lĩnh vực giao tiếp với khách hàng tại các công ty, tổ chức thông qua phiếu hỏi ý kiến để xác định các KNGT cần thiết của điện thoại viên, các biểu hiện cụ thể của các kỹ năng đó và các yếu tố ảnh hưởng đến việc hình thành KNGT của điện thoại viên.

2.2.8. Phương pháp bài tập tình huống

2.2.8.1. Mục đích

Bài tập tình huống được thiết kế và sử dụng để kiểm định kết quả thu được từ phiếu điều tra về thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

2.2.8.2. Nội dung

Để tìm hiểu rõ hơn về mức độ thực hiện các KNGT của điện thoại viên với khách hàng chúng tôi thiết kế 4 tình huống giao tiếp với khách hàng trong các lĩnh vực khác nhau giả định tương ứng với 4 nhóm kỹ năng nghiên cứu, yêu cầu điện thoại viên xử lý các tình huống giao tiếp với khách hàng giả định đó để làm bộc lộ mức độ thực hiện các kỹ năng *(Phụ lục 6)*

2.2.8.3. Cách thức tiến hành

Chúng tôi dựa trên các tiêu chí đánh giá cuộc gọi để đánh giá KNGT của điện thoại viên với 4 tình huống liên quan đến 4 kỹ năng nghiên cứu. Với mỗi tình huống, chúng tôi đánh giá cuộc gọi theo từng tiểu mục kỹ năng với thang điểm như sau:

1 điểm: không thực hiện hoặc thực hiện không chính xác, lúng túng, dẫn đến kết quả tiêu cực về giao tiếp.

2 điểm: thực hiện chính xác nhưng thiếu linh hoạt, lúng túng, đôi khi không đúng thời điểm thích hợp hoặc bỏ lỡ cơ hội.

3 điểm: về cơ bản thực hiện tương đối chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, dẫn đến kết quả không tích cực nhưng cũng không tiêu cực.

4 điểm: về cơ bản thực hiện chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, đúng thời điểm thích hợp, bước đầu mang lại kết quả tích cực.

5 điểm: thực hiện rất chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, luôn đúng thời điểm thích hợp, mang lại ấn tượng rất tích cực về giao tiếp.

2.2.9. Phương pháp thống kê toán học

2.2.9.1. Xử lý số liệu định tính

Các thông tin thu được từ phương pháp quan sát, phỏng vấn, nghiên cứu sản phẩm hoạt động, nghiên cứu trường hợp được dùng để minh họa, hỗ trợ cho việc diễn giải và biện luận cho các số liệu thu được từ xử lý số liệu định lượng. Nội dung này chúng tôi đã mô tả rõ về cách xử lý kết quả ở trên từng phương pháp.

2.2.9.2. Xử lý số liệu định lượng

Các số liệu thu được sau khảo sát thực tiễn được xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0. Các thông số và phép thống kê được dùng trong nghiên cứu là phân tích thống kê mô tả và phân tích thống kê suy luận.

* *Phân tích thống kê mô tả:* Các chỉ số được dùng trong phân tích thống kê mô tả gồm:

- Điểm trung bình (Mean): được dùng để tính điểm đạt được của từng biểu hiện của các KNGT của điện thoại viên, các yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng này cùng các nội dung liên quan khác.

- Độ lệch chuẩn (Standard Deviation): được dùng để mô tả mức độ tập trung hay phân tán của các câu trả lời được lựa chọn *(Phụ lục 9)*.

* *Phân tích thống kê suy luận:* Các phép thống kê suy luận được sử dụng gồm:

- Phân tích so sánh: Trong nghiên cứu này, chủ yếu sử dụng phép so sánh giá trị trung bình (compare means). Các giá trị trung bình được coi là khác nhau có ý nghĩa về mặt thống kê với $p < 0,05$ *(Phụ lục 10)*.

- Phân tích tương quan nhị biến: Chúng tôi sử dụng phép phân tích tương quan để xác định mức độ liên hệ giữa các kỹ năng thành phần trong và giữa các tiêu chí đánh giá kỹ năng. Để tìm KNGT hiểu sự liên hệ bậc nhất giữa hai biến số, nghĩa là sự biến thiên ở một biến số xảy ra đồng thời với sự biến thiên ở biến số kia, mức độ liên kết hay độ mạnh của mối liên hệ giữa hai biến số được đo bởi hệ số tương quan r. Trong nghiên cứu này, dùng hệ số tương quan Pearson. Hệ số này có giá trị từ -1 đến +1 cho biết độ mạnh và hướng của mối liên hệ đó. Giá trị + ($r > 0$) cho biết mối liên hệ thuận giữa hai biến số. Giá trị - ($r < 0$) cho biết mối liên hệ nghịch giữa hai biến số. Khi $r = 0$ thì hai biến số đó không có mối liên hệ. Dựa vào hệ số xác suất (p) ta có thể biết mức độ có ý nghĩa của mối quan hệ. Khi p <

0,05 thì giá trị r được chấp nhận là có ý nghĩa cho phân tích về mối quan hệ giữa hai biến số *(Phụ lục 11).*

- Phân tích hồi qui tuyến tính: Chúng tôi sử dụng phép phân tích hồi qui cho phép xem xét mối quan hệ giữa một biến số phụ thuộc với một hay nhiều biến số độc lập. Ta thường dùng phép hồi qui để dự đoán biến số phụ thuộc từ những biến số độc lập. Do đó, các biến số độc lập còn gọi là những biến số dự đoán. Phân tích hồi qui cho biết khi các biến độc lập (biến số dự đoán) biến đổi thì biến phụ thuộc biến đổi như thế nào. Trong nghiên cứu này, các KNGT được chọn thay đổi thì các yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng này thay đổi như thế nào *(Phụ lục 12).*

Tiểu kết chương 2

Đề tài được triển khai với các giai đoạn nghiên cứu thể hiện tính hệ thống và đảm bảo tiến trình nghiên cứu chặt chẽ, logic. Trong từng giai đoạn nghiên cứu, chúng tôi xác định nội dung, mục đích và cách thức thực hiện cụ thể cùng với việc đảm bảo yêu cầu và nguyên tắc thực hiện trong quy trình tiến hành nghiên cứu. Các số liệu được xử lý theo phương pháp định lượng và định tính nhằm đảm bảo kết quả nghiên cứu và kết luận đủ tin cậy, có giá trị về mặt khoa học. Đây là cơ sở để có thể thu nhận được kết quả nghiên cứu một cách khách quan và mang tính khoa học cao.

Đề tài thực hiện theo chu trình tổ chức chặt chẽ với sự phối hợp của nhiều phương pháp khác nhau: phân tích tài liệu, điều tra bằng bảng hỏi, quan sát, phỏng vấn, phương pháp chuyên gia, phương pháp nghiên cứu sản phẩm hoạt động, bài tập tình huống, phương pháp. Các phương pháp này đã bổ sung, hoàn thiện kết quả nghiên cứu cho nhau ở nhiều góc độ và đảm bảo tính chính xác, đầy đủ của kết quả nghiên cứu về KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

CHƯƠNG 3
KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU THỰC TIỄN VỀ KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN VỚI KHÁCH HÀNG

Trong phần nghiên cứu thực tiễn, dựa trên cơ sở mục đích, nhiệm vụ nghiên cứu của đề tài chúng tôi tập trung xem xét một số vấn đề chủ yếu sau đây:

- Xác định thực trạng mức độ thực hiện KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

- Tìm hiểu một số yếu ảnh hưởng tới KNGT của điện thoại viên với khách hàng và mối tương quan giữa KNGT và các yếu tố ảnh hưởng.

- Đề xuất biện pháp nhằm nâng cao một số KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

3.1. Thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

3.1.1. Đánh giá chung về thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

3.1.1.1. Đánh giá chung về thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Để tìm hiểu KNGT của điện thoại viên ở mức độ nào trong quá trình giao tiếp với khách hàng, chúng tôi thiết lập bảng hỏi để điện thoại viên tự đánh giá KNGT với khách hàng. Kết quả thu được thể hiện ở bảng 3.1

Bảng 3.1. Mức độ thực hiện kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

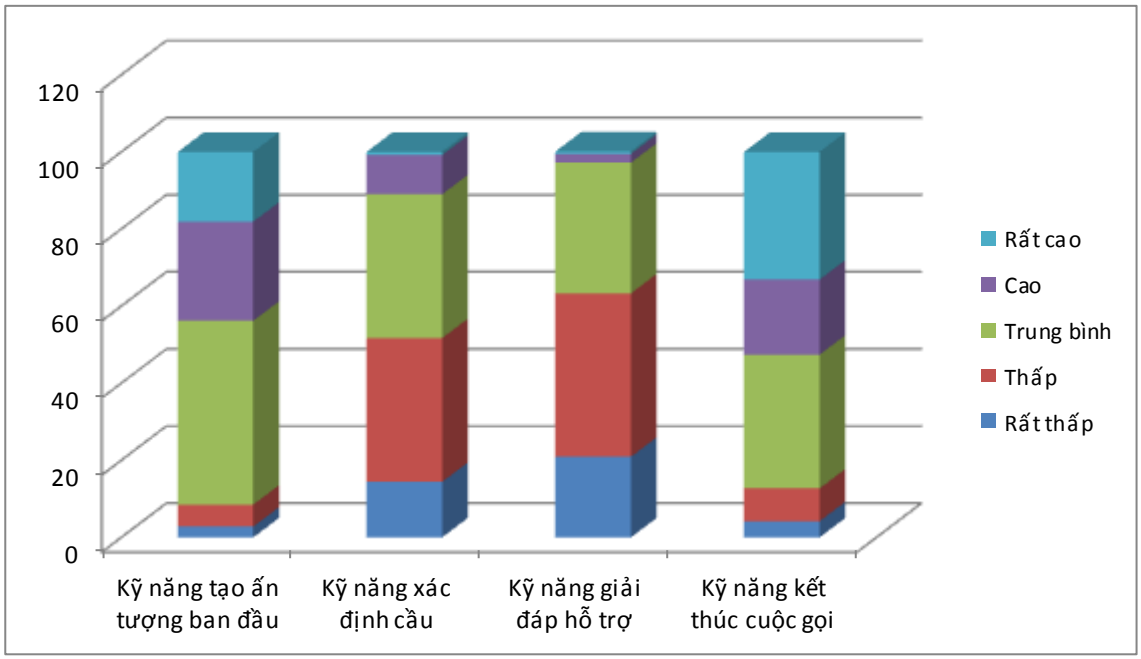
Các kỹ năng giao tiếp	ĐTB	ĐLC
1. Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng	3,61	0,39
2. Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng	3,19	0,32
3. Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng	3,08	0,30
4. Kỹ năng kết thúc cuộc gọi	3,73	0,60
Chung (n = 354)	***3,40***	***0,26***

(Ghi chú: ĐTB thấp nhất là 1, cao nhất là 5)

Kết quả khảo sát trình bày ở bảng 3.1 cho thấy, điện thoại viên có KNGT chủ yếu ở mức trung bình (ĐTB = 3,4) qua ý kiến tự đánh giá của điện thoại viên. Bảng số liệu cũng cho thấy sự khác biệt về việc thực hiện các KNGT thành phần

của điện thoại viên, trong đó, điện thoại viên thực hiện kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng ở mức độ thấp (ĐTB = 3,08); kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu và kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng ở mức độ trung bình (ĐTB = 3,19); kỹ năng kết thúc cuộc gọi ở mức cao (ĐTB = 3,73). Trong các kỹ năng trên, kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng có điểm trung bình thấp nhất trong các nhóm.

Qua phân tích biên bản quan sát làm việc của điện thoại viên cho thấy, biểu hiện trên nét mặt, cử chỉ, điệu bộ của điện thoại viên thay đổi theo từng bước trong chu trình cuộc gọi. Trong phần tạo ấn tượng với khách hàng, điện thoại viên thể hiện sự chủ động, tự tin bằng việc thực hiện thao tác nghe máy, mỉm cười và chào khách hàng, hướng người về phía màn hình máy tính và tập trung chú ý lắng nghe câu hỏi của khách hàng. Trong khi khai thác thông tin khách hàng, điện thoại viên luôn cố gắng thao tác trên máy tính nhanh, kết hợp với việc sử dụng bút để ghi chép lại các thông tin khách hàng trao đổi. Quan sát cũng cho thấy, đôi lúc trong khi kết thúc cuộc gọi, điện thoại viên có những biểu hiện khó chịu như cau mày, nhăn trán thậm chí có điện thoại viên có những lời lẽ trách móc khách hàng sau khi kết thúc cuộc gọi, đó là do điện thoại viên chưa hài lòng với việc hỗ trợ khách hàng hoặc vấn đề chưa giải quyết được triệt để.



Biểu đồ 3.1. Mức độ thực hiện KNGT của điện thoại viên với khách hàng (tỉ lệ %)

Qua biểu đồ 3.1. về mức độ thực hiện KNGT của điện thoại viên với khách hàng (tính theo tỉ lệ %) cho thấy sự phân hóa rõ rệt về 5 mức độ: rất thấp, thấp,

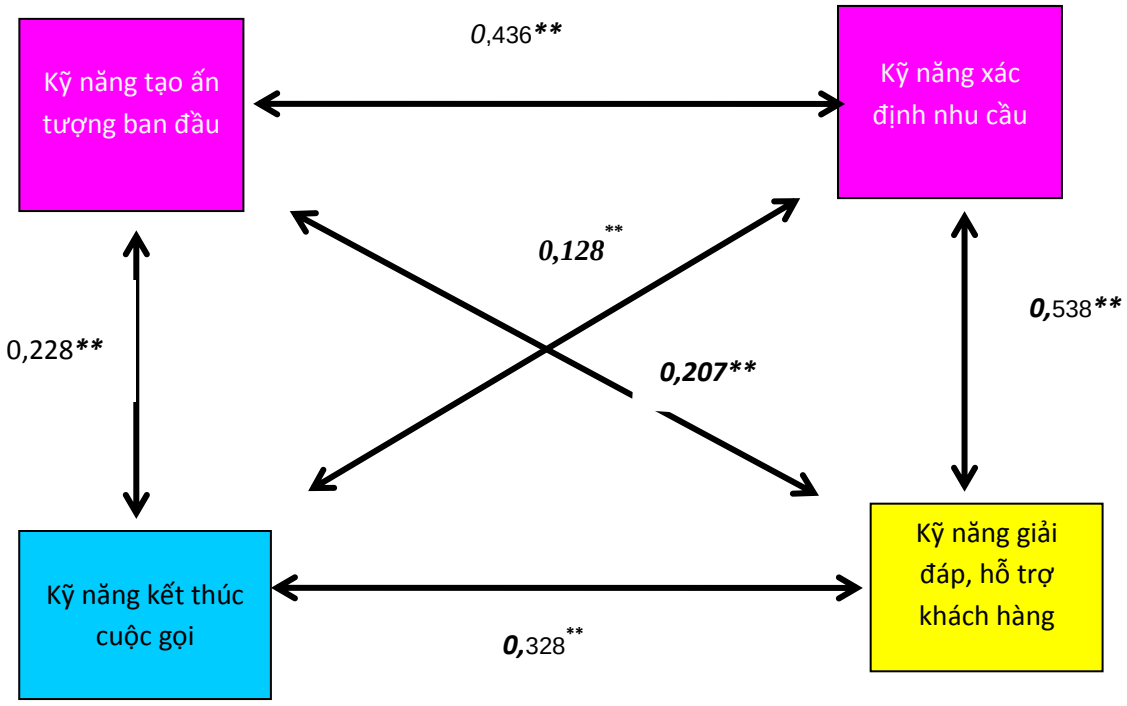
trung bình, cao, rất cao trong KNGT của điện thoại viên với khách hàng. Trong đó, hai kỹ năng là kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu và kỹ năng kết thúc cuộc gọi tỷ lệ rất cao lần lượt là 18,1% và 33,1% và đạt mức cao là 25,7% và 19,3%. Điện thoại viên Trần M.Tr cho biết: *"Cá nhân em thấy việc giải đáp cho khách hàng là việc khó nhất khi hỗ trợ khách hàng, nhiều khi giải đáp theo đúng quy định nhưng khách hàng lại không hiểu hoặc cố tình không hiểu thông tin được giải đáp. Đôi khi em cũng gặp các khách hàng lớn tuổi gặp khó khăn khi tiếp cận với dịch vụ viễn thông nên giải thích nhiều lần khách hàng cũng chưa hiểu"*

Trên đây là những đánh giá khái quát thực trạng mức độ thực hiện KNGT của điện thoại viên với khách hàng, trong đó chỉ rõ sự khác biệt trong việc thực hiện từng kỹ năng thành phần trong các KNGT của điện thoại viên.

3.1.1.2. Tương quan giữa các kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Để tìm hiểu sự tương quan giữa các kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng, chúng tôi minh họa qua sơ đồ sau.

Sơ đồ 3.1. Tương quan giữa các KNGT của điện thoại viên với khách hàng



Quan sát sơ đồ 3.1 cho thấy, KNGT của điện thoại viên với khách hàng có mối tương quan với nhau. Cụ thể tương quan giữa kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với

khách hàng và kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng là r = 0,436; kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng và kỹ năng hướng dẫn, hỗ trợ khách hàng là r = 0,538 – đó là những mối tương quan thuận chặt. Trong khi đó, các kỹ năng như kỹ năng thiết lập quan hệ và kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng r = 0,207 hoặc kỹ năng kết thúc cuộc gọi và kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng r = 0,128. Lý giải cho điều này có thể hiểu như sau, khi điện thoại viên xác định được chính xác nhu cầu của khách hàng, từ đó điện thoại viên mới có thể hỗ trợ, cung cấp được cho khách hàng các thông tin phù hợp. Ngược lại, có thể điện thoại viên thiết lập mối quan hệ với khách hàng tốt nhưng chưa chắc khi kết thúc cuộc gọi, khách hàng đã hài lòng với kỹ năng và nghiệp vụ hỗ trợ của điện thoại viên. Với nội dung này, chúng tôi có phỏng vấn sâu khách hàng đã từng khiếu nại về cách xử lý của điện thoại viên thì được chia sẻ như sau: "*Điện thoại viên lúc đầu giọng bạn nào cũng ngọt ngào, dễ nghe nhưng khi khách hàng hỏi khó, vặn vẹo thì rất dễ thay đổi thái độ, hướng đến kết thúc cuộc gọi càng nhanh càng tốt"*. Tất cả hệ số tương quan trên đều có ý nghĩa thống kê với P < 0.001. Điều này có ý nghĩa như sau: khi điểm số của một nhóm kỹ năng này cao thì điểm số của nhóm kỹ năng kia cũng cao. Ngược lại, khi điểm số của một nhóm kỹ năng này thấp thì điểm số của nhóm kỹ năng kia cũng thấp. Số liệu trên cho thấy, nếu điện thoại viên có kỹ năng thiết lập mối quan hệ với khách hàng đầy đủ, tạo được niềm tin cho khách hàng và thể hiện sự tôn trọng khách hàng sẽ thuận lợi hơn trong quá trình xác định nhu cầu của khách hàng. Từ đó giúp cho việc giải đáp, hỗ trợ khách hàng được đầy đủ, chi tiết hơn. Sơ đồ 3.1. cũng cho thấy mức độ tương quan của các KNGT của điện thoại viên với khách hàng không đồng đều. Nhóm kỹ năng xác định nhu cầu khách hàng có tương quan mạnh nhất với kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng. Từ đó cho thấy, việc xác định nhu cầu của khách hàng chính xác, đầy đủ có ý nghĩa lớn trong quá trình giải đáp, hỗ trợ khách hàng về sau. Điều này gợi mở giúp chúng ta trong việc đề xuất các giải pháp rèn luyện và nâng cao đồng thời cả bốn KNGT và đào tạo theo chu trình cuộc gọi, đặc biệt cần chú trọng nâng cao hai kỹ năng bao gồm kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng và kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng. Nếu được tham gia đào tạo, điện thoại viên sẽ có cơ hội phát triển toàn diện các kỹ năng, tăng thêm lòng yêu nghề, tôn trọng khách hàng, tôn trọng doanh nghiệp. Từ đó, điện thoại viên sẽ tự tin khi thực hiện các KNGT nói chung và KNGT với khách hàng nói riêng.

3.1.2. Thực trạng những biểu hiện cụ thể kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

3.1.2.1. Mức độ thực hiện kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng

Mức độ thực hiện kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng của điện thoại viên với khách hàng được trình bày ở bảng 3.2.

Bảng 3.2. Mức độ thực hiện kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng của điện thoại viên

Các biểu hiện kỹ năng	***ĐTB***	***Độ lệch chuẩn***	***Mức***
1. Biểu hiện sự chào hỏi khách hàng	3,75	0,46	Cao
2. Biểu hiện sự tôn trọng khách	3,59	0,60	Trung bình
3. Biểu hiện sự sẵn sàng trợ giúp khách hàng hàng	3,49	0,45	Trung bình
ĐTB chung	**3,61**	**0,39**	**Trung bình**

Bảng 3.2 cho thấy các biểu hiện của *Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng* ở mức trung bình với tổng ĐTB = 3,61. Trong 3 biểu hiện đặc trưng mà chúng tôi đưa ra, biểu hiện về sự chào hỏi khách hàng của điện thoại viên được thực hiện tốt hơn cả so với những biểu hiện khác trong nhóm với ĐTB = 3,75. Điều này là do việc chào hỏi khách hàng với câu chào mẫu được các điện thoại viên thực hiện ở mức tương đối tốt, thường xuyên và đây cũng là yêu cầu bắt buộc khi giao tiếp với khách hàng của điện thoại viên ở đầu cuộc gọi. Biểu hiện sự sẵn sàng trợ giúp khách hàng có số ĐTB thấp nhất trong nhóm (3.49) cho thấy những thao tác trong kỹ năng này tương đối phức tạp hơn so với hai tiểu kỹ năng trên, muốn thực hiện kỹ năng này tốt đòi hỏi điện thoại viên phải có sự am hiểu tâm lý của từng khách hàng và có khả năng vận dụng linh hoạt ở mỗi tình huống. Tuy nhiên, khi khách hàng đang có tâm trạng không tốt, gọi điện để khiếu nại về dịch vụ, để tạo cho khách hàng cảm nhận được sự tôn trọng thông qua ngôn ngữ, giọng nói và thể hiện sự tận tâm, chăm sóc với khách hàng không phải điện thoại viên nào cũng có thể thực hiện được một cách hiệu quả. Việc thiết lập mối quan hệ với khách hàng tốt sẽ khiến khách hàng cảm thấy được được sẵn sàng hỗ trợ, được hiểu, được thông cảm, được tôn trọng và đặc biệt làm cho khách hàng cảm thấy yên tâm khi kết nối với tổng đài. Qua phương pháp phân tích file ghi âm, chúng

tôi nhận thấy, trong từng tình huống cụ thể, để thể hiện việc thiết lập mối quan hệ với khách hàng mặc dù có chung mẫu câu chuẩn, tuy nhiên, mỗi điện thoại viên thể hiện khác nhau về tông giọng, ngữ điệu, âm lượng, nhịp điệu và điều đó mang đến cho khách hàng những cảm xúc khác nhau. *Ví dụ, phân tích file ghi âm của điện thoại viên Phan.M.K khi giao tiếp với khách hàng, phần đầu cuộc gọi, âm lượng của điện thoại viên luôn giữ ở mức độ thấp, chậm đều về cuối câu nói. Điện thoại viên đã thực hiện đúng các mẫu câu chuẩn. Trong khi đó, điện thoại viên Trần M.H lại luôn sử dụng tông giọng cao, hào hứng và mỉm cười, thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ khách hàng, đồng thời xưng danh số luôn rõ ràng, đầy đủ không bị nuốt chữ.*

Phân tích file ghi âm cũng cho thấy, mỗi điện thoại viên đều có những biểu hiện khác nhau trong cách chào hỏi khách hàng với tông giọng, ngữ điệu và nhịp điệu mặc dù ngôn ngữ là giống nhau. Việc chào hỏi khách hàng chỉ diễn ra trong vài giây ngắn ngủi nhưng phần chào đón này rất ảnh hưởng tới cảm xúc của khách hàng. Đặc biệt khi khách hàng đang có tâm trạng không tốt do khiếu nại về sản phẩm dịch vụ, khi kết nối với điện thoại viên lại nghe thấy giọng uể oải, thiếu hào hứng hoặc tốc độ nói quá nhanh sẽ dẫn đến cảm giác không được hỗ trợ nhiệt tình. Với mẫu câu chuẩn: "*Dạ, Vinaphone số (danh số điện thoại viên) xin nghe ạ. Em có thể hỗ trợ gì cho chị?*" điện thoại viên đã thực hiện đầy đủ câu chào, sự khác nhau giữa các điện thoại viên là ở ngữ điệu, tốc độ nói và tông giọng. Tương tự như vậy khi chúng tôi cho điện thoại viên thực hiện các bài tập tình huống, điện thoại viên đã thể hiện tương đối tốt phần chào hỏi khách hàng với tất cả dạng cuộc gọi. Bên cạnh đó, qua quan sát cũng cho thấy, ở gần cuối ca trực, khi điện thoại viên chịu áp lực về năng suất cuộc gọi hoàn hoàn thành chỉ tiêu cuộc gọi, điện thoại viên có xu hướng rút ngắn lời chào hoặc thực hiện lời chào nhanh hơn so với bình thường. Việc điện thoại viên rút ngắn (bỏ qua danh số hoặc thay vì nói "xin nghe" chỉ nói "nghe") hoặc nói với tốc độ quá nhanh (cả câu chào có 25 âm tiết nhưng điện thoại viên chỉ nói trong 5 giây) sẽ gây khó hiểu với khách hàng.

Ngoài ra có những tình huống khi điện thoại viên vừa nhấc máy, khách hàng hầu như không lắng nghe mà quay sang mắng xối xả, té tát không ngừng. Trong tình huống này, nếu như điện thoại viên không linh hoạt, vẫn cố gắng trao đổi theo đúng quy trình, nhắc đi nhắc lại mẫu câu chuẩn đầu cuộc gọi sẽ khiến khách hàng cảm thấy không được lắng nghe, không quan tâm tới tình huống thực của khách

hàng. Trong tình huống đó, điện thoại viên cần linh hoạt trong cách ứng xử như: bình tĩnh lắng nghe và xác nhận lại: *"Dạ, em xin tiếp nhận thông tin của chị"* khi trao đổi như vậy, điện thoại viên sẽ khuyến khích được khách hàng chia sẻ thông tin. Điện thoại viên cần có thái độ ân cần, chấp nhận cảm xúc của khách hàng, giúp khách hàng tháo bỏ tâm lý e ngại, phòng thủ để chuyển sang hướng giao tiếp cởi mở tích cực – đây là một trong những yếu tố quan trọng trong kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng.

Kết quả khảo sát mức độ các biểu hiện của nhóm kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng được thể hiện chi tiết như sau:

** Mức độ thực hiện kỹ năng chào hỏi khách hàng của điện thoại viên*

Tìm hiểu thực trạng mức độ thực hiện kỹ năng chào hỏi khách hàng của điện thoại viên, chúng tôi thu được bảng số liệu 3.3.

Bảng 3.3. Mức độ thực hiện kỹ năng chào hỏi khách hàng của điện thoại viên

Các biểu hiện	***ĐTB***	***ĐLC***	***Thứ bậc***	***Mức***
1. Điện thoại viên giới thiệu tên doanh nghiệp và tên/danh số điện thoại viên khi bắt đầu cuộc gọi	3,82	0,78	1	Cao
2. Điện thoại viên hỏi tên khách hàng trước khi bắt đầu trao đổi và gọi tên khách hàng trong suốt cuộc gọi	3,81	0,78	2	Cao
3. Điện thoại viên chủ động thay đổi cách xưng hô cho phù hợp với mong muốn của khách hàng	3,76	0,80	3	Cao
4. Điện thoại viên mỉm cười trong khi trò chuyện với khách hàng	3,61	0,85	4	Trung bình
ĐTB chung	**3,75**	**0,46**		**Cao**

(ĐTB càng cao thì mức độ thể hiện KNGT của điện thoại viên càng tốt)

Bảng 3.3 cho thấy: Mức độ thực hiện sự chào hỏi của điện thoại viên hiện nay ở mức cao (ĐTB = 3,75). Trong đó, "*điện thoại viên giới thiệu tên doanh nghiệp và tên/danh số điện thoại viên khi bắt đầu cuộc gọi*" được điện thoại viên sử dụng tốt hơn so với các thao tác khác ở trong nhóm (ĐTB = 3,82). Sở dĩ điện thoại viên thể hiện kỹ năng này tốt hơn các thao tác khác trong nhóm bởi lẽ đây là yêu cầu bắt buộc khi giao tiếp trên tổng đài. Trước khi lên thực hiện cuộc gọi chính thức, điện thoại viên được luyện tập nói đúng mẫu câu chuẩn, có ngữ điệu chào đón và thể hiện sự nhiệt tình. Nhiều nghiên cứu đã khẳng định thời gian để gây ấn tượng, thiện cảm với

khách hàng qua điện thoại là rất ngắn, thông thường chỉ 8 -15 giây, vì vậy, điện thoại viên cần tận dụng tối đa cơ hội tiếp xúc đầu tiên này để tạo ra sự hài lòng, dễ chịu cho khách hàng. Khách hàng khi gọi điện lên tổng đài mong muốn được điện thoại viên lắng nghe, được chào đón, được thể hiện sự quan tâm và tin tưởng để cung cấp thông tin. Dấu hiệu đầu tiên giúp khách hàng tin rằng mình đã kết nối đúng tổng đài đó là điện thoại viên cần xưng danh số, chào đón và sẵn sàng lắng nghe. Tiêu chí "*điện thoại viên mỉm cười trong khi trò chuyện với khách hàng" và "điện thoại viên chủ động thay đổi cách xưng hô cho phù hợp với mong muốn của khách hàng*" là thao tác điện thoại viên thực hiện ở mức độ thấp hơn cả so với các kỹ năng khác trong nhóm. Cũng có nhiều lý do cho kết quả này, điện thoại viên Nguyễn Th.Q tại tổng đài Vinaphone cho biết: *"Em hiểu rõ việc cần thể hiện sự chào hỏi khách hàng, nhưng cách biểu hiện sự chào hỏi khách hàng của mỗi điện thoại viên lại khác nhau. Em là người ít thể hiện cảm xúc ra bên ngoài, nên luôn luôn mỉm cười với khách hàng qua điện thoại em thấy rất khó thực hiện, vì khách hàng cũng không nhìn thấy mình."* Trao đổi thêm với Nguyễn T.H. cho biết *"Lúc em mới vào tổng đài làm việc, hầu như cứ có khách hàng nam gọi đến thì em sẽ xưng hô là "em – anh" và khách hàng nữ thì là "em – chị" nhưng như thế nhiều lúc bị khách hàng phản ứng vì có khách hàng nói: tôi bằng tuổi bố mẹ cô sao cô lại xưng hô như vậy. Nhưng qua giọng nói để đoán được độ tuổi khách hàng cũng hơi khó. Em nghĩ nhiều bạn mới vào làm việc cũng sẽ giống tình trạng như em. Lâu dần mới tinh tế hơn và biết nghe giọng đoán người chị ạ".*

**Mức độ thực hiện kỹ năng thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ khách hàng*

Mức độ thực hiện kỹ năng thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ khách hàng thể hiện ở bảng 3.4.

Bảng 3.4. Mức độ thực hiện kỹ năng thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ khách hàng của điện thoại viên

Các biểu hiện	***ĐTB***	***ĐLC***	***Mức***
1. Điện thoại viên thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi khách hàng gọi đến	3,60	0,73	Trung bình
2. Điện thoại viên chủ động tìm hiểu, làm rõ các yêu cầu của khách hàng để xác định chính xác nhu cầu của khách hàng	3,59	0,85	Trung bình
ĐTB chung	**3,59**	**0,60**	**Trung bình**

(ĐTB càng cao thì mức độ thể hiện KNGT của điện thoại viên càng tốt)

Kết quả ở bảng 3.4 cho thấy điện thoại viên thực hiện *"thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ khách hàng"* ở mức trung bình (ĐTB = 3,6). Trong 2 biểu hiện cụ thể về kỹ năng thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ điểm trung bình có sự chênh lệch không lớn. Cụ thể như sau: Có 24% điện thoại viên thực hiện biểu hiện này chính xác, tương đối linh hoạt, 47,8 % thực hiện chính xác và linh hoạt, 29% thực hiện rất chính xác và đúng thời điểm. Ví dụ như khi khách hàng gọi đến, điện thoại viên hỏi: "*em có thể hỗ trợ gì cho chị*?" điện thoại viên Phan.Th.M tại tổng đài Vinaphone cho biết: "*Hầu như thói quen bản năng của điện thoại viên là khi có cuộc gọi đến sẽ xưng danh số và hỏi "em giúp gì cho anh ạ? Nhưng đôi khi em nói giống như cái máy, phản xạ thôi thôi chứ trong đầu không nghĩ gì đâu chị ạ. Nhiều khi khách hàng trình bày một hồi rồi lại hỏi lại khách hàng".* Bên cạnh đó, biểu hiện "*điện thoại viên chủ động tìm hiểu, làm rõ các yêu cầu của khách hàng để xác định chính xác nhu cầu của khách hàng"* có số ĐTB thấp hơn trong nhóm nhưng không đáng kể (ĐTB = 3,59). Sở dĩ điện thoại viên thực hiện kỹ năng này chưa tốt vì đây được coi là một trong những thao tác đòi hỏi sự kết hợp của nhiều yếu tố. Muốn thực hiện tốt kỹ năng này điện thoại viên ngoài sự chăm chú, tập trung còn cần có khả năng liên hệ, nhận thức vấn đề, đặt câu hỏi chất lượng, tránh vòng vo.

** Mức độ thực hiện kỹ năng biểu hiện sự tôn trọng khách hàng*

Để tìm hiểu về kỹ năng thể hiện sự tôn trọng khách hàng, chúng tôi thể hiện qua bảng số liệu sau.

Bảng 3.5. Mức độ thực hiện kỹ năng biểu hiện sự tôn trọng khách hàng của điện thoại viên

Các biểu hiện	***ĐTB***	***ĐLC***	***Thứ bậc***	**Mức**
1. Điện thoại viên đề nghị khách hàng giữ máy lịch sự và cảm ơn khách hàng khi đã giữ máy.	3,56	0,74	1	Trung bình
2. Điện thoại viên xin lỗi hoặc thể hiện sự tiếc nuối về sự bất tiện hoặc các chi phí phát sinh khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ.	3,47	0,79	4	Trung bình
3. Điện thoại viên chủ động nhường lời khi khách hàng có biểu hiện muốn lên tiếng.	3,52	0,78	2	Trung bình
4. Điện thoại viên chia sẻ, trao đổi thêm các vấn đề mang tính cá nhân (nghề nghiệp, độ tuổi...) của khách hàng để tạo không khí thoải mái.	3,52	0,67	2	Trung bình
5. Điện thoại viên duy trì sự riêng tư khi trao đổi với khách hàng: không có tạp âm trong cuộc gọi.	3,42	0,72	5	Trung bình
ĐTB chung	**3,49**	**0,45**		**Trung bình**

(ĐTB càng cao thì mức độ thể hiện KNGT của điện thoại viên càng tốt)

Kết quả ở bảng 3.5 cho thấy điện thoại viên thực hiện *thể hiện sự tôn trọng khách hàng* ở mức trung bình (ĐTB = 3,49). Trong 5 biểu hiện cụ thể về kỹ năng *thể hiện sự tôn trọng* thì biểu hiện có "*điện thoại viên đề nghị khách hàng giữ máy lịch sự và cảm ơn khách hàng khi đã giữ máy"* là biểu hiện có điểm trung bình cao nhất trong nhóm (ĐTB = 3,56). Đây cũng là một yêu cầu bắt buộc khi giao tiếp với khách hàng qua điện thoại tại tổng đài, khi tra cứu thông tin hoặc nhờ trợ giúp, điện thoại viên cần trao đổi như sau: "*Dạ, anh/chị vui lòng giữ máy trong giây lát để em kiểm tra thông tin*". Sau đó, khi trao đổi trở lại cần thông báo với khách hàng: "*Dạ, cảm ơn anh chị đã giữ máy. Qua kiểm tra, em xin xác nhận như sau*". Trong cuộc gọi, nếu điện thoại viên nào không thực hiện đúng và đầy đủ những yêu cầu trên sẽ được giám sát nhắc nhở và yêu cầu điều chỉnh. Bên cạnh đó, biểu hiện "*điện thoại viên xin lỗi hoặc thể hiện sự tiếc nuối về sự bất tiện hoặc các chi phí phát sinh khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ"* có ĐTB tương đối thấp trong nhóm (ĐTB = 3,47*).* Trong đó có 17% số điện thoại viên thực hiện không chính xác và 11% số điện thoại viên thực hiện chính xác nhưng không linh hoạt kỹ năng này. Phỏng vấn sâu điện thoại viên Trần H.Tr. cho biết: "*khách hàng gọi lên gặp các sự cố trong quá trình sử dụng dịch vụ, nhìn chung là em có xin lỗi hoặc thể hiện sự tiếc nuối nhưng chắc là chưa có nhiều cảm xúc trong đó nên khách hàng chưa hài lòng chị ạ, mà nhiều khi cũng hay quên vì đang cố để hỗ trợ nhanh cho khách hàng*"

Qua thực hiện bài tập tình huống cho thấy ở dạng cuộc gọi khiếu nại, khi khách hàng gay gắt, phản ứng mạnh, chửi bới hoặc đòi gặp cấp trên, một số điện thoại viên biểu hiện sự lúng túng, mất tập trung như: nhìn sang xung quanh để tìm kiếm sự trợ giúp hoặc thể hiện sự căng thẳng trên gương mặt như nhăn mặt, lo lắng. Tóm lại, kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng ở mức trung bình, biểu hiện các kỹ năng thành phần trong kỹ năng này là khác nhau do tính chất thao tác trong từng kỹ năng khác nhau, kỹ năng thể hiện sự chào đón đạt mức cao, hai kỹ năng còn lại đạt mức trung bình. Việc thực hiện tốt biểu hiện của các kỹ năng thành phần này không chỉ phụ thuộc vào kiến thức nghiệp vụ mà còn phụ thuộc rất lớn vào sự nhạy cảm tinh tế của mỗi điện thoại viên trong quá trình giao tiếp với khách hàng.

3.1.2.2. Mức độ thực hiện kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng

Mức độ thực hiện kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng của điện thoại viên với khách hàng được trình bày ở bảng 3.6.

Bảng 3.6. Mức độ thực hiện kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng của điện thoại viên

Các biểu hiện kỹ năng	***ĐTB***	***ĐLC***	***Mức***
1. Biểu hiện kỹ năng lắng nghe của điện thoại viên	3,27	0,37	Trung bình
2. Biểu hiện kỹ năng đặt câu hỏi của điện thoại viên	3,11	0,41	Thấp
ĐTB chung	**3,19**	**0,32**	**Trung bình**

Như vậy, mức độ thực hiện *kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng của điện thoại viên* đạt mức trung bình được thể hiện qua bảng 3.6 với ĐTB = 3,19. Trong đó các biểu hiện kỹ năng lắng nghe và kỹ năng đặt câu hỏi có đôi chút khác biệt, cụ thể, biểu hiện của kỹ năng lắng nghe tốt hơn kỹ năng đặt câu hỏi với ĐTB của kỹ năng lắng nghe là 3,27 và kỹ năng đặt câu hỏi là 3,11. Điều này giải thích do điện thoại viên tiếp nhận cuộc gọi đến của khách hàng, việc đầu tiên họ cần tập trung lắng nghe để xác định chính xác nhu cầu của khách hàng với các thao tác như tập trung, không ngắt lời khách hàng. Sau khi lắng nghe thông tin và hiểu vấn đề của khách hàng sẽ đến bước đặt câu hỏi để làm rõ vấn đề từ đó đưa ra các giải pháp phù hợp để hỗ trợ khách hàng, đây là thao tác đòi hỏi điện thoại viên cần có sự linh hoạt, chủ động và kinh nghiệm để đặt câu hỏi phù hợp, xác định được chính xác nhu cầu của khách hàng. Các biểu hiện được cụ thể như sau:

**Mức độ thực hiện kỹ năng lắng nghe của điện thoại viên với khách hàng*

Thực trạng mức độ thực hiện kỹ năng lắng nghe của điện thoại viên với khách hàng được thể hiện ở bảng 3.7.

Bảng 3.7. Mức độ thực hiện kỹ năng lắng nghe của điện thoại viên với khách hàng

Các biểu hiện	***ĐTB***	***ĐLC***	***Thứ bậc***	***Mức***
1. Điện thoại viên chia sẻ, cảm thông với những trải nghiệm không mong muốn khách hàng gặp phải.	3,21	0,61	3	Trung bình
2. Điện thoại viên sử dụng các tiếng đệm trong cuộc gọi để khách hàng nhận thấy điện thoại viên vẫn đang lắng nghe (VD: dạ, vâng, em hiểu...)	3,21	0,68	3	Trung bình
3. Điện thoại viên tập trung chú ý vào vấn đề khách hàng đang trình bày: im lặng để nghe, không phản bác, không suy diễn hay dự đoán.	3,34	0,72	1	Trung bình
4. Điện thoại viên chủ động tóm tắt hoặc diễn đạt lại các thông tin quan trọng khách hàng đã chia sẻ	3,27	0,59	5	Trung bình
5. Điện thoại viên tạo cơ hội cho khách hàng được trình bày, chia sẻ, không ngắt lời khách hàng.	3,32	0,72	2	Trung bình
Chung	**3,27**	**0,378**		**Trung bình**

(ĐTB càng cao thì mức độ thể hiện KNGT của điện thoại viên càng tốt)

Bảng 3.7 cho thấy với 5 biểu hiện mà chúng tôi đưa ra khi tìm hiểu về *kỹ năng lắng nghe của điện thoại viên với khách hàng* trong nhóm kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng, kết quả cho thấy mức độ thực hiện kỹ năng này đạt mức trung bình (ĐTB = 3,27). Điều này chứng tỏ điện thoại viên thực hiện những kỹ năng này đạt mức tương đối linh hoạt và thành thục, tức là trong những tình huống cụ thể, điện thoại viên đã bước đầu đạt được hiệu quả khi giao tiếp với khách hàng. Trong đó, tiêu chí "*điện thoại viên tạo cơ hội cho khách hàng được trình bày, chia sẻ, không ngắt lời khách hàng*" và "*điện thoại viên tập trung chú ý vào vấn đề khách hàng đang trình bày: im lặng để nghe, không phản bác, không suy diễn hay dự đoán*" được điện thoại viên thực hiện tốt hơn so với các biểu hiện khác trong nhóm (ĐTB = 3,21 và 3,15). Đây là một lợi thế giúp cho điện thoại viên có thể tạo cho khách hàng cảm giác về sự tôn trọng trong quá trình trao đổi cũng như khai thác được thông tin về vấn đề của khách hàng. Bên cạnh đó, một số tiêu chí có điểm trung bình thấp là "*điện thoại viên chia sẻ, cảm thông với những trải nghiệm không mong muốn khách hàng gặp phải*", trong quá trình giao tiếp với khách hàng, nhiều điện thoại viên chưa thực hiện tốt bước này do họ bị cuốn vào cuộc gọi và để khách hàng làm chủ cuộc gọi. Đây là một thiếu sót đáng tiếc vì nếu như không thể hiện sự chia sẻ, cảm thông với khách hàng, điện thoại viên khiến khách hàng cảm thấy không được quan tâm, thiếu tôn trọng thậm chí sẽ cho rằng doanh nghiệp vô trách nhiệm với khách hàng. Điện thoại viên Cao.H.Ng tại tổng đài Viettel cho biết: *"Lắng nghe khi giao tiếp qua điện thoại không chỉ đơn giản là dạ vâng đâu chị ạ. Lắng nghe là phải thực sự hiểu vấn đề của khách hàng ở đâu, họ khiếu nại về tiền cước hay khiếu nại về thái độ, đôi khi họ chỉ cần nói cho đỡ tức thôi nên điện thoại viên biết lắng nghe tốt sẽ giải quyết được hết"*. Bên cạnh đó, nếu điện thoại viên không biết khéo léo sử dụng những câu nói xoa dịu sẽ khiến khách hàng cảm thấy khó chịu, nhiều khách hàng cho biết, họ không thích nghe những câu nói quen thuộc kiểu như: "*Em hiểu cảm xúc của anh chị"; "Ở vào địa vị anh chị em cũng sẽ cảm thấy như vậy*" điều khách hàng muốn là vấn đề của họ được giải quyết một cách triệt để, nhanh chóng. Qua quan sát biểu hiện lắng nghe của điện thoại viên tại tổng đài cho thấy, khi giao tiếp với khách hàng, nhiều điện thoại viên đã thực sự tập trung lắng nghe cuộc gọi như hướng người về phía trước, điều chỉnh tai nghe hoặc ghi chép lại các thông tin khách hàng trao đổi, cũng có những điện thoại viên mặc dù không giao tiếp trực tiếp với khách hàng nhưng vẫn có biểu hiện như gật đầu, lắc đầu hoặc thể hiện thái độ đồng tình/không đồng tình trên nét mặt. Bên cạnh đó, vẫn

có những điện thoại viên thiếu tập trung, đề nghị khách hàng nhắc lại thông tin hoặc làm việc riêng khi đang trao đổi với khách hàng. Qua phân tích file ghi âm cho thấy, tỷ lệ điện thoại viên thực hiện thao tác "chủ động tóm tắt hoặc diễn đạt lại các thông tin quan trọng khách hàng đã chia sẻ" đạt mức thấp, tỉ lệ này chỉ chiếm 27% trong tổng số các file ghi âm được phân tích. Đây là một thiếu hụt đáng kể trong khi lắng nghe thông tin của khách hàng, bởi lẽ, việc tóm tắt hoặc diễn đạt lại thông tin là cách tốt nhất để thể hiện sự lắng nghe, cũng như để điện thoại viên xác định xem bản thân đã hiểu chính xác thông điệp của khách hàng hay chưa?

** Mức độ thực hiện kỹ năng đặt câu hỏi*

Một trong các kỹ năng được điện thoại viên sử dụng nhiều trong quá trình xác định nhu cầu khách hàng đó là kỹ năng đặt câu hỏi, chúng tôi tìm hiểu mức độ kỹ năng đặt câu hỏi qua bảng số liệu sau.

Bảng 3.8. Mức độ thực hiện kỹ năng đặt câu hỏi

Các biểu hiện	***ĐTB***	***ĐLC***	***Thứ bậc***	***Mức***
1. Điện thoại viên đặt các câu hỏi mở để xác định nhu cầu về vấn đề của khách hàng	3,11	0,74	3	Thấp
2. Các thông tin cần hỏi được định hướng rõ ràng (ví dụ: hỏi về thời gian, tình trạng hiện tại của sản phẩm, dịch vụ, các thông tin về cách sử dụng của khách hàng…)	3,04	0,68	5	Thấp
3. Điện thoại viên khai thác cụ thể những xử lí bước đầu của khách hàng khi gặp vấn đề	3,15	0,56	2	Thấp
4. Điện thoại viên sử dụng các mẫu câu chuẩn hoặc đặt câu hỏi với khách hàng phải có chủ ngữ, vị ngữ, không nói cộc lốc, trống không.	3,07	0,65	4	Thấp
5. Điện thoại viên sử dụng hợp lý các từ kính ngữ một cách khéo léo, không làm cho khách hàng có cảm giác khó chịu vì đặt quá nhiều câu hỏi.	3,21	0,60	1	Trung bình
Tổng	**3,11**	**0,41**		**Thấp**

(*ĐTB càng cao thì mức độ thể hiện KNGT của điện thoại viên càng tốt)*

Như vậy, với số ĐTB = 3,11 nhóm kỹ năng đặt câu hỏi của điện thoại viên đạt ở mức thấp. Các biểu hiện của từng kỹ năng trong nhóm có điểm trung bình khác nhau nhưng sự chênh lệch giữa các yếu tố không nhiều. Điểm trung bình của nhóm cao nhất là 3,21 (điện thoại viên sử dụng hợp lý các từ kính ngữ một cách khéo léo, không làm cho khách hàng có cảm giác khó chịu vì đặt quá nhiều

câu hỏi), và ĐTB của nhóm thấp nhất là 3,04 (các thông tin cần hỏi được định hướng rõ ràng (ví dụ: hỏi về thời gian, tình trạng hiện tại của sản phẩm, dịch vụ, các thông tin về cách sử dụng của khách hàng). Bên cạnh đó, khi thực hiện các bài tập tình huống, điện thoại viên bộc lộ rõ những lúng túng, chưa biết cách khai thác thông tin để xác định chính xác nhu cầu của khách hàng, đặc biệt ở các tình huống khách hàng lớn tuổi hoặc khách hàng ở vùng sâu, vùng xa gặp khó khăn trong cách diễn đạt. Một số file ghi âm cho thấy, điện thoại viên đặt trên 5 câu hỏi chỉ để khai thác một thông tin, điều này vừa gây lãng phí thời gian, vừa gây khó chịu cho khách hàng.

Qua bảng số liệu 3.8, chúng ta cũng nhận thấy có sự tương đồng và logic khi những biểu hiện có số ĐTB cao hơn thì điện thoại viên đều thực hiện các thao tác biểu hiện này ở mức độ chính xác, tương đối linh hoạt. Ví dụ với biểu hiện: *"điện thoại viên sử dụng hợp lý các từ kính ngữ một cách khéo léo, không làm cho khách hàng có cảm giác khó chịu vì đặt quá nhiều câu hỏi*" có 28% điện thoại viên thực hiện ở mức độ chính xác, tương đối linh hoạt và 19% ở mức độ chính xác, khá linh hoạt, 22% ở mức độ rất chính xác, đúng thời điểm. Tại các tổng đài, điện thoại viên được yêu cầu sử dụng các cụm từ như "*rất tiếc, vui lòng, cảm ơn, xin lỗi, làm phiền...*" khi đặt các câu hỏi để khách hàng cảm thấy dễ chịu hơn. Khi phỏng vấn sâu một vài ý kiến về việc thực hiện kỹ năng này, điện thoại viên Hoàng.T.Tr ở tổng đài Vinaphone cho biết: "*Công việc của điện thoại viên rất vất vả chúng tôi không chỉ lắng nghe khách hàng mà còn cần hỗ trợ để khách hàng nhận ra vấn đề của họ thông qua các câu hỏi. Bản thân tôi thấy đặt câu hỏi xác định nhu cầu là một kỹ năng khó. Hơn nữa, đôi khi do gặp nhiều tình huống giống nhau vì một ngày tiếp nhận hàng trăm cuộc gọi nên có thể chúng tôi dự đoán và đặt câu hỏi phỏng đoán. Biết là không nên nhưng chúng tôi muốn giải quyết nhanh vấn đề của khách hàng."*

Chúng tôi mô tả cụ thể kỹ năng xác định nhu cầu khách hàng của điện thoại viên qua file ghi âm dưới đây. Trong file ghi âm cho thấy, khách hàng nói giọng địa phương khó nghe, tốc độ nói nhanh điện thoại viên đặt quá nhiều câu hỏi chỉ để khai thác thông tin số thuê bao của khách hàng. Các câu hỏi không có từ kính ngữ, cộc lốc và cao giọng với khách hàng, điện thoại viên hỏi khách hàng theo kiểu "hỏi cung" gây khó chịu cho khách hàng. Điện thoại viên cũng chưa thể hiện sự lắng nghe khách hàng khi liên tục đặt các câu hỏi.

Khách hàng (giọng Nghệ An, tốc độ nói nhanh): Anh ơi cho em hỏi răng số điện thoại của em gọi vào một số không được?
Điện thoại viên (giọng lạnh lùng): *Chị gọi đến số nào không được?*
Khách hàng: Số 09xx780116
Điện thoại viên (cao giọng, không dùng kính ngữ, thiếu chủ ngữ): *11 mấy?*
Khách hàng: 09xx780116
Điện thoại viên (cao giọng, thiếu chủ ngữ): *09xxx780116 hay thế nào ạ?*
Khách hàng: Em xin lỗi anh ơi, 7801
Điện thoại viên (cao giọng, khó chịu): *7801 hay thế nào, chị đọc chính xác số thuê bao đi ạ?*
Khách hàng: 7801
Điện thoại viên (cao giọng, khó chịu, thiếu kính ngữ): *7801 bao nhiêu nữa đây?*
Khách hàng: 09xxx780116
Điện thoại viên (thiếu kính ngữ): *Chị gọi không được thì máy báo gì?*
Khách hàng: "Quý khách không thể thực hiện được cuộc gọi này"
Điện thoại viên (giọng cứng): *Em kiểm tra trên hệ thống thuê bao của chị hoạt động hoàn toàn bình thường. Vậy thì trường hợp này có thể thuê bao đó đang chặn thuê bao chị. Các thuê bao khác gọi đến máy đó được không?*
Khách hàng (cao giọng): Không, em vẫn gọi cho thuê bao đó mà. Không thể chặn được. Thuê bao đó còn nhắn tin cho em mà, khổ quá!
(Tiếp tục)

Tóm lại, kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng khách hàng của điện thoại viên đạt mức trung bình, trong đó có sự chênh lệch đáng kể ở hai kỹ năng thành phần: với kỹ năng lắng nghe điện thoại viên đạt mức trung bình, trong khi đó kỹ năng đặt câu hỏi điện thoại viên đạt mức thấp. Điều này được lý giải do kỹ năng đặt câu hỏi đòi hỏi sự linh hoạt, nhạy bén và xác định vấn đề nhanh để từ đó điện thoại viên đưa ra được các câu hỏi bám sát vấn đề của khách hàng, khai thác đúng trọng tâm, không lan man. Trong khi đó, đối với kỹ năng lắng nghe, điện thoại viên chỉ cần sự tập trung, xác nhận lại thông tin khách hàng đã trao đổi.

3.1.2.3. Mức độ thực hiện kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng

Mức độ thực hiện kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng được thể hiện ở bảng 3.9

Bảng 3.9. Mức độ thực hiện kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng của điện thoại viên

Các biểu hiện kỹ năng	***ĐTB***	***ĐLC***	***Mức***
1. Biểu hiện kỹ năng biểu đạt ngôn ngữ của điện thoại viên	3,11	0,35	Thấp
2. Biểu hiện kỹ năng kỹ năng biểu cảm phi ngôn ngữ của điện thoại viên	3,02	0,46	Thấp
3. Biểu hiện kỹ năng cung cấp phương án phù hợp cho khách hàng	3,10	0,39	Thấp
ĐTB chung	**3,08**	**0,30**	**Thấp**

Qua bảng 3.9, chúng ta nhận thấy mức độ thực hiện kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng của điện thoại viên với khách hàng ở mức thấp (ĐTB = 3,08). Trong số các biểu hiện mà chúng tôi đưa ra, biểu hiện sử dụng phương tiện ngôn ngữ của điện thoại viên có điểm trung bình cao nhất trong nhóm là 3,11. Điều này cho thấy việc chuyển tải những thông tin trợ giúp khách hàng qua phương tiện ngôn ngữ của điện thoại viên đã bước đầu linh hoạt và thành thục nhưng chưa sáng tạo. Qua việc phân tích file ghi âm điện thoại viên trao đổi với khách hàng, chúng tôi nhận thấy, khi trao đổi với khách hàng, nhiều điện thoại viên sử dụng các ngôn từ chuyên ngành hoặc giải thích vòng vo gây khó hiểu cho khách hàng.

Chúng tôi tìm hiểu các biểu hiện cụ thể của những kỹ năng đó như sau:

** Mức độ thực hiện kỹ năng biểu đạt ngôn ngữ của điện thoại viên*

Để tìm hiểu về kỹ năng biểu đạt ngôn ngữ của điện thoại viên khi giải đáp, hỗ trợ khách hàng, chúng tôi minh họa qua bảng số liệu sau.

Bảng 3.10. Mức độ thực hiện kỹ năng biểu đạt ngôn ngữ của điện thoại viên

Các biểu hiện	***ĐTB***	***ĐLC***	***Thứ bậc***	***Mức***
1. Điện thoại viên công nhận, tôn trọng những ý kiến, quan điểm đúng đắn của khách hàng.	3,08	0,64	4	Thấp
2. Điện thoại viên tóm tắt các điểm chính trong vấn đề của khách hàng trước khi giải thích hoặc đưa ra giải.	3,10	0,58	3	Thấp
3. Điện thoại viên không đổ lỗi cho nguyên nhân khách quan, cho khách hàng, cho đơn vị khác hoặc phủ nhận.	3,01	0,67	6	Thấp
4. Điện thoại viên giải thích rõ nguyên nhân/bản chất vấn đề để khách hàng hiểu và làm theo hướng dẫn.	3,19	0,58	1	Thấp
5. Điện thoại viên trấn an và tạo được lòng tin cho khách hàng khi khách hàng khiếu nại.	3,08	0,56	4	Thấp
6. Điện thoại viên diễn đạt thông tin, hướng dẫn khách hàng thực hiện bằng ngôn từ dễ hiểu, rõ ràng, ngắn ngọn.	3,19	0,70	1	Trung bình
ĐTB chung	**3,11**	**0,35**		**Thấp**

(ĐTB càng cao thì mức độ thể hiện KNGT của điện thoại viên càng tốt)

Kết quả bảng 3.10 cho thấy với ĐTB chung của nhóm kỹ năng biểu đạt ngôn ngữ ở mức thấp là (ĐTB = 3,11). Trong đó, tiêu chí*"không đổ lỗi cho nguyên nhân khách quan, cho khách hàng, cho đơn vị khác hoặc phủ nhận"* có số ĐTB thấp nhất (ĐTB = 3,01). Trên thực tế cuộc gọi, nhiều điện thoại viên vẫn chưa thực hiện tốt kỹ năng này do đối với họ, nhiều khi khách hàng đã hiểu sai vấn đề hoặc thao tác không đúng dẫn tới vấn đề của họ không được giải quyết. Điện thoại viên Phan Tr. M cho biết: *"Thực ra không đổ lỗi cho khách hàng là rất khó chị ạ. Vì thực sự đó là lỗi của khách hàng, ví dụ như khách hàng không biết cách tắt 3G nên để điện thoại chạy dữ liệu ngầm làm hết 3G hoặc tự khách hàng đăng kí các chương trình giá trị gia tăng. Lúc đó thì chỉ tìm cách nói giảm nói tránh cho khách hàng đỡ khó chịu thôi ạ."* Điểm trung bình cao nhất là ở tiêu chí "*điện thoại viên diễn đạt thông tin, hướng dẫn khách hàng thực hiện bằng ngôn từ dễ hiểu, rõ ràng, ngắn ngọn"* và "*điện thoại viên giải thích rõ nguyên nhân/bản chất vấn đề để khách hàng hiểu và*

làm theo hướng dẫn" với ĐTB là 3,19 đây là mức ĐTB tương đối cao ở kỹ năng này, điều này có thể hiểu là do điện thoại viên làm việc tại tổng đài đã quen hỗ trợ khách hàng với những các nghiệp vụ nên họ có thể trao đổi một cách rõ ràng, ngắn gọn, nhanh chóng. Điện thoại viên Lê V.Nh. cho biết: "*Các cuộc gọi của em đều được ghi âm, nên em luôn cố gắng tốt nhất diễn đạt thông tin dễ hiểu, chúng em học nghiệp vụ khá thường xuyên nên biết cách diễn đạt thông tin cho khách hàng.*"

Khi khách hàng kết nối lên tổng đài thông thường họ cần trợ giúp để giải quyết một vấn đề cụ thể liên quan đến chi phí, đến thái độ phục vụ, hoặc cần sự hướng dẫn, tư vấn để lựa chọn gói dịch vụ hợp lí nhất, trong tình huống đó, điện thoại viên đều cần biết cách sử dụng ngôn từ phù hợp để tư vấn cho khách hàng. Ví dụ, qua phỏng vấn sâu điện thoại viên Trần K.L. kể về một tình huống gặp khách hàng thắc mắc *"Tại sao đã đăng kí 4G mà vẫn không vào được facebook*" với một giọng điệu khó chịu, gay gắt. Trần K.L. lúc này không nhận diện được khách hàng đang gay gắt vì chưa kết nối được 4G nên nổi cáu vì không vào được facebook, Trần K.L. lại cố giải thích với khách hàng là yên tâm đã đăng kí đúng cú pháp, hệ thống đã gửi về tin nhắn thì chắc chắn sẽ vào được 4G, khi nói qua nói lại nhiều lần, giải thích khách hàng không hiểu lại làm khách hàng bức xúc thêm. Sau đó Trần K.L. được giám sát cho nghe và phân tích lại file ghi âm, và điện thoại viên cho *biết "nếu lúc đó chỉ cần tôi bình tĩnh và hướng dẫn khách hàng cài đặt trong máy điện thoại, khởi động lại máy thì sự việc đã tốt hơn."*

** Mức độ thực hiện kỹ năng biểu cảm phi ngôn ngữ của điện thoại viên*

Các kỹ năng biểu cảm phi ngôn ngữ như tốc độ nói, âm lượng, ngữ điệu được chúng tôi mô tả qua bảng số liệu 3.11.

Bảng 3.11. Mức độ thực hiện kỹ năng biểu cảm phi ngôn ngữ của điện thoại viên

Các biểu hiện	***ĐTB***	***ĐLC***	***Mức***
1. Điện thoại viên luôn giữ tốc độ nói luôn chậm hơn khách hàng, có điểm nhấn vào những từ quan trọng.	3,17	0,69	Thấp
2. Giọng nói to, rõ, không ngọng, lắp, nhịu; không cao giọng hoặc chen ngang lời khách hàng.	3,02	0,79	Thấp
3. Âm lượng vừa phải có sự cân bằng giữa điện thoại viên và khách hàng.	2,89	0,72	Thấp
ĐTB chung	**3,02**	**0,46**	**Thấp**

(ĐTB càng cao thì mức độ thể hiện KNGT của điện thoại viên càng tốt)

Đối với giao tiếp qua điện thoại, kỹ năng biểu cảm phi ngôn ngữ đóng vai trò quan trọng trong việc chuyển tải thông tin tới khách hàng nhằm đạt mục tiêu giao tiếp thông qua tốc độ nói, âm lượng, điểm nhấn cũng như ngữ điệu. Đặc điểm của giao tiếp qua điện thoại là khách hàng và điện thoại viên là hình thức giao tiếp gián tiếp, hai bên không có cơ hội được gặp gỡ và trao đổi trực tiếp cùng nhau, do vậy, giọng nói, ngữ điệu có ảnh hưởng rất lớn tới việc truyền tải thông tin. Qua khảo sát về mức độ thực hiện kỹ năng biểu cảm phi ngôn ngữ cho thấy: điện thoại viên đạt mức thấp (ĐTB = 3,02 điểm) được thể hiện ở bảng 3.11. Tuy nhiên, một số biểu hiện cụ thể lại được thực hiện khá linh hoạt. Điều này được thể hiện rất rõ ở ĐTB của từng biểu hiện, *"điện thoại viên luôn giữ tốc độ nói luôn chậm hơn khách hàng, có điểm nhấn vào những từ quan trọng"* là biểu hiện có ĐTB cao nhất (3,17). Kết quả này cũng phù hợp với thực tiễn bởi lẽ đây là yêu cầu đặc biệt quan trọng để làm việc tại tổng đài, điện thoại viên phải có chất giọng chuẩn, số lượng từ/phút trong khoảng 125 - 150 từ/phút để đảm bảo khách hàng có thể tiếp nhận tốt thông tin. Ngoài ra, Việt Nam đa dạng các vùng miền, do vậy có những khu vực sẽ nói tiếng địa phương, tuy nhiên, để trở thành điện thoại viên, các điện thoại viên đều cần trải qua lớp luyện giọng nói khi nào đạt chuẩn giọng nói phổ thông thì điện thoại viên đó mới bắt đầu vào công việc. Một số các biểu hiện khác trong nhóm kỹ năng này có số điểm thấp hơn so với các biểu hiện khác như *"Giọng nói to, rõ, không ngọng, lắp, nhịu; không cao giọng hoặc chen ngang lời khách hàng* (ĐTB = 3,02); "*Âm lượng vừa phải có sự cân bằng giữa điện thoại viên và khách hàng*" (ĐTB = 2,89). Các biểu hiện trên đều có số ĐTB thấp so với các biểu hiện khác trong nhóm. Điều này cho thấy điện thoại viên chỉ thực hiện những biểu hiện này ở mức không chính xác hoặc chính xác nhưng không linh hoạt. Kết quả nghiên cứu cụ thể cho thấy: số điện thoại viên thực hiện không chính xác là 14%, số điện thoại viên thực hiện chính xác nhưng không linh hoạt là 17%. Thông qua trao đổi bằng phỏng vấn sâu, điện thoại viên Hà T.N.N tại tổng đài Viettel cho biết: *"Đôi khi cũng muốn giữ giọng nói vui vẻ, ấm áp nhưng khi khách hàng nói sai sự thật hoặc chửi bới lăng mạ thì cũng khó giữ được giọng nói ôn hòa. Những tình huống như vậy giọng em thường cao hơn và tốc độ nói nhanh hơn bình thường*".

** Mức độ thực hiện kỹ năng cung cấp phương án phù hợp cho khách hàng của điện thoại viên*

Cụ thể, mức độ thể hiện kỹ năng cung cấp các phương án phù hợp với khách hàng được thể hiện qua bảng số liệu sau.

Bảng 3.12. Mức độ thực hiện kỹ năng cung cấp phương án phù hợp cho khách hàng của điện thoại viên

Các biểu hiện	***ĐTB***	***ĐLC***	***Thứ bậc***	***Mức***
1. Điện thoại viên thông báo cho khách hàng về thời gian dự kiến giải quyết vấn đề của khách hàng.	3,25	0,76	1	Trung bình
2. Điện thoại viên chủ động cung cấp thông tin liên quan hoặc nơi tra cứu thông tin cho khách hàng.	3,00	0,61	4	Thấp
3. Với các trường hợp phức tạp, không giải quyết được, điện thoại viên thu thập đầy đủ thông tin của khách hàngvà chuyển cho trưởng ca xử lý.	3,16	0,61	3	Thấp
4. Điện thoại viên đưa ra giải pháp phù hợp nhất với khách hàng nhưng cũng phù hợp với lợi ích của doanh nghiệp.	3,04	0,66	5	Thấp
5. Điện thoại viên kiểm tra lại xem khách hàng đã hiểu chính xác thông tin điện thoại viên truyền đạt chưa	2,99	0,79	6	Thấp
6. Điện thoại viên thực hiện tốt các cơ hội bán hàng và cơ hội bán chéo được thúc đẩy	3,22	0,59	2	Trung bình
ĐTB chung	**3,10**	**0,39**		**Thấp**

(ĐTB càng cao thì mức độ thể hiện KNGT của điện thoại viên càng tốt)

Bảng số liệu 3.12 cho thấy mức độ thực hiện cung cấp phương án phù hợp cho khách hàng ở mức thấp (ĐTB = 3,12). Mặc dù điểm trung bình của nhóm kỹ năng này đạt mức thấp nhưng ĐTB của một số biểu hiện trong nhóm cao hơn và đạt ở mức trung bình. Cụ thể, các biểu hiện "*điện thoại viên thông báo cho khách hàng về thời gian dự kiến giải quyết vấn đề của khách hàng"* và "*Điện thoại viên thực hiện tốt các cơ hội bán hàng và cơ hội bán chéo được thúc đẩy*" có ĐTB cao nhất lần lượt là 3,25 và 3,22. Điều này là do trong yêu cầu khi hỗ trợ khách hàng của điện thoại viên cần trấn an khách hàng bằng cách thông báo cho khách hàng thời gian giải quyết và thông báo tới các bộ phận liên quan để đặt ưu tiên cho khách hàng. Ngoài ra, điện thoại viên sẽ được hưởng doanh số

khi tư vấn cho khách hàng được các sản phẩm giá trị gia tăng phù hợp, do vậy điện thoại viên luôn cố gắng tạo cơ hội bán hàng để gia tăng thu nhập. Hai tiêu chí quan trọng *"điện thoại viên cung cấp cho khách hàng phương án đúng và giải thích rõ nguyên nhân/bản chất vấn đề để khách hàng hiểu và làm theo hướng dẫn"* và *"điện thoại viên đưa ra giải pháp phù hợp nhất với khách hàng nhưng cũng phù hợp với lợi ích của doanh nghiệp"* chưa được các điện thoại viên thực hiện chưa tốt. Tiêu chí này liên quan đến việc điện thoại viên cần nắm vững kiến thức, nghiệp vụ trong quá trình trao đổi với khách hàng, tránh đưa thông tin sai lệch, nhất là trong bối cảnh các nghiệp vụ, chính sách tại tổng đài thay đổi thường xuyên yêu cầu điện thoại viên cần cập nhật thông tin. Chúng tôi minh họa kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng qua file ghi âm sau:

Khách hàng đang đăng kí gói cước theo quy định đến tháng 3/2019 mới được chuyển sang gói cước khác, khách hàng muốn hủy gói cước vào thời điểm hiện tại.
Điện thoại viên (giọng đanh, chắc và thể hiện sự nghiêm trọng): *Anh đang cam kết gói cước XXX, đang cam kết gói cước này anh sẽ không hủy được đâu ạ.*
Khách hàng: Sao không hủy được là như thế nào?
Điện thoại viên (nhắc lại thông tin, giọng đanh, lạnh lùng, trả lời theo kiểu hỏi – đáp): *Tại vì gói cước này đang cam kết thì không hủy được, anh chỉ chờ để kết thúc gói cước hủy để gia hạn.*
Khách hàng: Thế gói cước này bao giờ anh hủy được?
Điện thoại viên (giọng đanh cao giọng, không có kính ngữ): *Gói cước này kết thúc vào 31/3/2019, sang tháng 4/2019 anh mới hủy được.*
Khách hàng: *Tại vì cái này anh dùng đắt quá. Dùng rất là đắt luôn. Mà anh thấy nó không hợp lý lắm.*
Điện thoại viên (trả lời nhát gừng, vô cảm, giọng lạnh lùng, không thể hiện sự níu kéo, hỗ trợ hoặc nhấn mạnh ưu điểm của sản phẩm): *Gói này Internet mỗi ngày hỗ trợ anh 1 Gb tốc độ cao.*
Khách hàng: *Anh thấy các mạng khác nó khuyến mại tốt lắm. Anh dùng gói bình thường của mạng khác còn rẻ hơn gói này của em.*
Điện thoại viên (trả lời cho qua, không hỗ trợ thông tin, không níu kéo khách hàng): *Vầng, tùy theo gói cước thôi anh ạ.*
Khách hàng: *Ừ thế bây giờ anh không muốn sử dụng nữa làm như thế nào?*
Điện thoại viên (nhắc lại thông tin bất lợi cho khách hàng, không níu kéo): *Gói cước này anh đang cam kết thì không hủy được đâu anh ạ.*
Khách hàng: Thế bây giờ anh không dùng nữa thì như thế nào? Các em ép khách hàng, em ép khách hàng đúng không?
Điện thoại viên: *Không phải ép mà em đang trả lời đúng quy định của nhà mạng. Cái đấy là anh đến điểm giao dịch các bạn tư vấn cho anh chứ.*

Qua file ghi âm trên có thể thấy, điện thoại viên đã không thể hiện sự nhiệt tình hỗ trợ khách hàng. Với kỹ năng biểu đạt ngôn ngữ, điện thoại viên đã dùng những ngôn từ chưa phù hợp như các từ "hủy" "không được", câu nói không có đủ chủ ngữ, vị ngữ cũng như không dùng các từ kính ngữ trong khi giải thích cho khách hàng, cách trả lời cộc lốc, nhát gừng. Điện thoại viên cũng không chủ động hỏi lý do khách hàng muốn hủy gói cước, khi khách hàng gay gắt đòi hủy, điện thoại viên trả lời vòng vo khiến khách hàng khó chịu. Về kỹ năng biểu cảm phi ngôn ngữ: điện thoại viên nói với tốc độ nhanh, giọng nói đanh, không thể hiện sự nhiệt tình, giọng nói đều đều không có ngữ điệu. Điện thoại viên cũng không cố gắng tìm phương án phù hợp nhất cho khách hàng, trả lời vòng vo không tạo ra sự hài lòng cho khách hàng.

Như vậy, kỹ năng giải đáp hỗ trợ khách hàng của điện thoại viên ở mức trung bình, kỹ năng này là kỹ năng đòi hỏi nhiều thao tác phức tạp cũng như đây là kỹ năng đánh giá chính xác nhất hiệu quả giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng.

3.1.2.4. Mức độ thực hiện kỹ năng kết thúc cuộc gọi của điện thoại viên

Mức độ thực hiện kỹ năng kết thúc cuộc gọi của điện thoại viên được thể hiện ở bảng 3.13

Bảng 3.13. Mức độ thực hiện kỹ năng kết thúc cuộc gọi của điện thoại viên

Các biểu hiện	***ĐTB***	***ĐLC***	***Thứ bậc***	***Mức***
1. Điện thoại viên cảm ơn khách hàng đã gọi điện	3,52	0,810	4	Trung bình
2. Xem xét thêm các hướng xử lí tiếp theo	3,82	0,723	3	Cao
3. Hỏi khách hàng có cần hỗ trợ gì thêm không?	3,78	0,850	1	Cao
4. Chào tạm biệt và chúc khách hàng	3,81	0,764	2	Cao
ĐTB chung	**3,73**	**0,60**		**Cao**

(ĐTB càng cao thì mức độ thể hiện KNGT của điện thoại viên càng tốt)

Qua bảng số liệu cho thấy, kỹ năng kết thúc cuộc gọi đạt mức cao với điểm trung bình là 3,73. Trên thực tế, một cuộc gọi thành công sẽ có thời lượng từ 2 – 3 phút, những cuộc gọi kéo dài trên 3 phút sẽ là những cuộc gọi liên quan nhiều đến nghiệp vụ hoặc có những tình huống phát sinh khó cần sự hỗ trợ. Với

các cuộc điện thoại thông thường, điện thoại viên sẽ tương đối dễ dàng để chào, cảm ơn khách hàng và kết thúc cuộc gọi. Qua phân tích file ghi âm, trong hầu hết các cuộc điện thoại, điện thoại viên đều thực hiện tốt các tiêu chí trong kỹ năng kết thúc cuộc gọi như: hỏi khách hàng cần hỗ trợ thêm gì không hoặc cảm ơn khách hàng cũng như hướng dẫn khách hàng kết nối lên tổng đài khi có nhu cầu. Điện thoại viên Hà Th. Tr. Cho biết: "*Như em thấy tất cả các bạn đều thực hiện đầy đủ các bước trước khi kết thúc cuộc gọi. Đây là việc tương đối đơn giản, đặc biệt là đối với cuộc gọi thông thường. Tất nhiên đôi khi cũng có khách hàng chưa để điện thoại viên chào đã cúp máy chị ạ*." Chúng tôi minh họa kỹ năng kết thúc cuộc gọi của điện thoại viên qua file ghi âm sau đây.

Khách hàng hỏi về việc cung cấp lại thông tin cá nhân, sau khi điện thoại viên hướng dẫn khách hàng đến điểm giao dịch của nhà mạng tại địa phương, điện thoại viên kết thúc cuộc gọi như sau:
Điện thoại viên (có kính ngữ, giọng nhẹ nhàng, giới thiệu dịch vụ giá trị gia tăng): *Dạ, hiện nay bên em có cung cấp đầu số 1068 tư vấn các thông tin về kinh tế - xã hội, anh có nhu cầu tham khảo qua về đầu số dịch vụ này của Viettel không ạ?*
Khách hàng: Anh có tham khảo rồi.
Điện thoại viên (kính ngữ, giọng nhẹ nhàng): *Dạ vâng, em cảm ơn anh. Khi nào anh cần hỗ trợ thông tin về dịch vụ, anh vui lòng liên hệ lại tổng đài giúp em anh nhé.*
Khách hàng: Ừ em, anh cảm ơn.

Như vậy, trong phần kết thúc cuộc gọi, điện thoại viên đã thực hiện đầy đủ các bước như giới thiệu về dịch vụ mới của doanh nghiệp, cảm ơn khách hàng đã kết nối lên tổng đài và chào tạm biệt khách hàng cũng như lưu ý khách hàng khi cần hỗ trợ kết nối lên tổng đài.

Bên cạnh đó, cũng có những cuộc gọi điện thoại viên rất khó khăn để kết thúc cuộc gọi, thậm chí lên đến cao trào và điện thoại viên phải bấm nút im lặng (mute) để khách hàng độc thoại và chờ khi nào khách hàng đã bớt cảm giác bức xúc sẽ chào khách hàng. Một trong những câu nói điện thoại viên thường hay sử dụng trước khi kết thúc cuộc gọi là "*anh/chị cần hỗ trợ gì thêm không ạ*?" nhưng khi hỏi như vậy, khách hàng trả lời: "*tôi không cần giúp gì thêm nữa, chị xử lí khiếu nại cho tôi đúng hạn là đã giúp tôi lắm rồi."*Mặc dù kỹ năng kết thúc cuộc gọi tưởng chừng như đơn giản, tuy nhiên trên thực tế, có nhiều tình huống điện thoại viên không thể kết thúc

được cuộc gọi do khách hàng yêu cầu không được cúp máy khi chưa giải quyết được cho khách hàng, khách hàng quấy rối có lời lẽ đe dọa nếu như điện thoại viên kết thúc cuộc gọi. Điện thoại viên Trần V. Tr chia sẻ: *"Em thường xuyên gặp khó khăn ở bước kết thúc cuộc gọi, nhiều khi phải chạy đua với số lượng cuộc gọi trong ca trực nhưng khách hàng hỏi lan man hết vấn đề này đến vấn đề khác, giải thích xong lại yêu cầu giải thích lại vì khách chưa hiểu. Nếu kết thúc cuộc gọi có thể khách hàng sẽ phản ánh thái độ chưa phục vụ nhiệt tình với khách hàng. Lúc đấy lại phải khéo léo tóm tắt lại các ý chính rồi tìm cách chào tạm biệt khách hàng*."

Tóm lại, kỹ năng kết thúc cuộc gọi của điện thoại viên được đánh giá ở mức cao với việc hầu hết điện thoại viên đã thực hiện cảm ơn khách hàng đã kết nối lên tổng đài, đề nghị khách hàng tiếp tục kết nối khi có nhu cầu và chúc khách hàng trước khi chào tạm biệt.

3.1.3. Thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng so sánh theo các biến số

Tìm hiểu cụ thể hơn về mức độ thực hiện các KNGT của điện thoại viên với khách hàng dựa trên các biến số khác nhau, kết quả cho thấy KNGT của điện thoại viên so sánh theo các biến số có độ chênh lệch nhất định, cụ thể như sau.

3.1.3.1. Thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng theo mạng viễn thông

Thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng so sánh theo các mạng viễn thông được thể hiện ở bảng 3.14.

Bảng 3.14. Thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng so sánh theo mạng viễn thông

Các kỹ năng	***Viettel***		***Vinaphone***	
	ĐTB	*ĐLC*	*ĐTB*	*ĐLC*
1. Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng	3,60	0,42	3,41	0,33
2. Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng	3,23	0,37	2,75	0,473
3. Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng	3,16	0,29	2,90	0,209
4. Kỹ năng kết thúc cuộc gọi	3,70	0,57	3,55	0,62
Chung	**3,42**	**0,48**	**3,15**	**0,57**

($p < 0.05$)

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có sự khác biệt nhất định giữa KNGT của

điện thoại viên tổng đài Viettel và tổng đài Vinaphone. Trong đó, điểm trung bình của KNGT của điện thoại viên Viettel cao hơn điện thoại viên Vinaphone (3,42 so với 3,15). Nhưng khi kiểm định t- test so sánh hai mẫu độc lập ($p < 0.05$) cho thấy sự khác nhau về giá trị trung bình của KNGT giữa điện thoại viên Viettel và điện thoại viên Vinaphone là sự khác nhau có ý nghĩa ở cả 4 nhóm kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng, kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng, kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng và kỹ năng kết thúc cuộc gọi. Thực tế nhận thấy, ở mạng viễn thông Viettel, điện thoại viên được quan tâm và đầu tư nhiều hơn về bồi dưỡng chuyên môn cũng như các kỹ năng mềm như KNGT. Đặc biệt, ở một số tổng đài chất lượng cao, các giám sát viên và phòng vận hành thường xuyên có những buổi giao lưu, đào tạo định kì để nâng cao năng lực, các nhóm trưởng cũng sát sao với điện thoại viên "*Ngoài việc bồi dưỡng thường xuyên về nghiệp vụ, bộ phận quản lí cũng thường xuyên có những chương trình thi đua, học tập để nâng cao chất lượng phục vụ và KNGT của điện thoại viên...*"

3.1.3.2. Thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng giới tính

Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng theo giới tính được thể hiện qua bảng số liệu 3.15 dưới đây

Bảng 3.15. Thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng so sánh theo giới tính

Các kỹ năng	***Nam***		***Nữ***	
	ĐTB	*ĐLC*	*ĐTB*	*ĐLC*
Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng	3,41	0,27	3,64	0,37
Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng	3,00	0,15	3,22	0,33
Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng	2,85	0,16	3,13	0,29
Kỹ năng kết thúc cuộc gọi	3,49	0,61	3,77	0,58
ĐTB chung	**3,18**	**0,34**	**3,44**	**0,45**

($p < 0.05$)

Bảng 3.15 cho thấy ĐTB về KNGT của điện thoại viên là nam giới và điện thoại viên nữ giới có sự khác biệt, KNGT của nữ điện thoại viên có ĐTB cao hơn nam điện thoại viên ở tất cả các kỹ năng.

Kiểm định t- test so sánh hai mẫu độc lập cho thấy sự khác nhau về KNGT với khách hàng giữa hai nhóm điện thoại viên nam và điện thoại viên nữ có ý nghĩa thống kê (p<0.05). Khi phỏng vấn sâu điện thoại viên nam về công việc trực tổng đài, giao tiếp với khách hàng thường xuyên qua điện thoại, điện thoại viên Hoàng.V.M. cho biết: "*Em tốt nghiệp ngành công nghệ thông tin, nhưng ra trường chưa tìm được công việc phù hợp, thấy công việc ở tổng đài này cũng có chút ít liên quan đến kĩ thuật nên em xin vào làm tạm thời. Nói chung là lúc đầu ngồi trực điện thoại cũng ngượng miệng lắm. Ở ngoài nói chuyện bỗ bã quen, giờ vào làm ở đây lúc nào cũng vâng vâng, dạ dạ… giờ mới bắt nhịp được cuộc gọi nhanh hơn. Em thấy các bạn nữ hợp với công việc này hơn. Em cũng chỉ định làm tạm thời"* Bên cạnh đó, điện thoại viên nữ Cao Th.H. cho biết: *"Đây là công việc phù hợp với bạn nữ, chỉ ngồi một chỗ, không quá nặng nhọc và khách hàng nghe giọng nữ tư vấn, chăm sóc thì cũng thấy dễ chị hơn, nữ cũng dễ nói ngọt hơn nên kỹ năng sẽ tốt hơn."*

3.1.3.3. Thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng so sánh theo thâm niên nghề

Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên theo thâm niên có sự khác biệt nhất định thể hiện ở bảng 3.16.

Bảng 3.16. Thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng so sánh theo thâm niên nghề

Các kỹ năng	***Dưới 6 tháng***		***Từ 6 tháng – 1 năm***		***1 năm – 3 năm***		***Trên 3 năm***	
	ĐTB	*ĐLC*	*ĐTB*	*ĐLC*	*ĐTB*	*ĐLC*	*ĐTB*	*ĐLC*
Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng	3,31	0,24	3,66	0,38	3,62	0,402	3,50	0,421
Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng	3,06	0,20	3,14	0,29	3,27	0,36	3,15	0,28
Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng	2,77	0,21	3,19	0,34	3,14	0,30	3,07	0,23
Kỹ năng kết thúc cuộc gọi	3,55	0,59	3,76	0,63	3,69	0,60	3,50	0,51
ĐTB chung	**3.18**	**0,45**	**3,44**	**0,37**	**3,43**	**0,51**	**3,30**	**0,34**

(p < 0.05)

Kết quả nghiên cứu cho thấy sự khác nhau về KNGT với khách hàng giữa các nhóm điện thoại viên có thâm niên khác nhau là sự khác nhau đáng kể. Điều này có nghĩa, điện thoại viên có thâm niên dưới 6 tháng có sự khác biệt trong việc tự đánh giá kỹ năng giao tiếp với khách hàng. Tuy nhiên bảng 3.16 cũng cho ta biết thực trạng mức độ KNGT ở điện thoại viên có thâm niên trong ngành đều dao động ở mức trung bình (Dưới 6 tháng, ĐTB là 3,16; Từ 6 tháng đến 1 năm là 3,44; Từ 1 năm đến 3 năm là 3,43 và trên 3 năm là 3,30). Điều đặc biệt là với các điện thoại viên khi mới vào làm việc, do chưa quen công việc nên KNGT còn tương đối thấp, số lượng cuộc gọi tiếp nhận trên ngày chưa cao. Dưới 6 tháng chủ yếu điện thoại viên đang trong giai đoạn học việc, bạn Trần M.H một điện thoại viên vào làm việc được 3 tháng cho biết: "*Chúng em chưa quen nên rất nhiều bỡ ngỡ, cả tháng đầu hầu như chủ yếu là ngồi nghe xen và hỗ trợ ít khách hàng để học hỏi là chính. Sau đó mới thực hiện nghe máy trả lời khách hàng, nhìn chung là vẫn run lắm ạ. Các ca hơi khó là nhờ chuyển giám sát xử lí giúp luôn*". Bên cạnh đó, nhóm điện thoại viên có tuổi kinh nghiệm trên 3 năm lại có KNGT thấp hơn điện thoại viên có kinh nghiệm 1 – 3 năm, điều này được lí giải do điện thoại viên làm việc lâu nên đã có sự chai lì cảm xúc, nhiều khi dự đoán, phỏng đoán câu ý của khách hàng nên hiệu quả giao tiếp chưa cao. Một số tình huống khiếu nại của khách hàng với điện thoại viên thường xảy ra với các điện thoại viên đã làm việc lâu năm tại tổng đài, đó là do họ đã đến "ngưỡng" của việc hỗ trợ khách hàng.

3.1.3.4. Thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng so sánh theo trình độ đào tạo

Bảng 3.17. Thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng khách hàng so sánh theo trình độ đào tạo

Các kỹ năng	***THPT***		***TC***		***CĐ***		***ĐH***	
	ĐTB	*ĐLC*	*ĐTB*	*ĐLC*	*ĐTB*	*ĐLC*	*ĐTB*	*ĐLC*
Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng	3,34	0,23	3,49	0,32	3,58	0,40	3,80	0,33
Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng	2,97	0,19	3,02	0,17	3,13	0,27	3,60	0,21
Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng	2,70	0,20	2,99	0,28	3,07	0,27	3,34	0,26
Kỹ năng kết thúc cuộc gọi	3,73	0,59	3,70	0,63	3,71	0,58	3,77	0,60
Chung	**3,18**	**0,33**	**3,30**	**0.38**	**3,37**	**0,43**	**3,63**	**0,41**

(p < 0.05)

Với biến số là trình độ đào tạo, nghiên cứu cho thấy có sự khác biệt về KNGT với khách hàng giữa điện thoại viên hai nhóm có trình độ đại học với điện thoại viên có trình độ trung cấp và cao đẳng và tốt nghiệp THPT (ĐTB = 3,63 và 3,18). Kiểm định t- test so sánh hai mẫu độc lập ($p < 0.05$) cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa về mặt thống kê, có nghĩa trình độ đào tạo có ảnh hưởng tới KNGT của điện thoại viên.

3.1.3.5. Đánh giá của khách hàng về mức độ thực hiện các kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên

Qua sử dụng công cụ CAT để đo lường đánh giá của khách hàng về KNGT điện thoại viên thực hiện các KNGT với số điểm trung bình dao động từ 3.06 điểm đến 3.66 điểm, cho thấy việc thực hiện các KNGT của điện thoại viên được khách hàng đánh giá ở mức thấp, trong đó khách hàng đánh giá cao việc thể hiện tiêu chí *"chào đón khiến tôi thấy thoải mái"*. Với những khách hàng lần đầu tiên kết nối lên tổng đài, hầu hết sẽ có cảm giác được quan tâm, chăm sóc và cảm nhận sự lịch sự vì điện thoại viên luôn thực hiện đầy đủ các yêu cầu trong phần đầu cuộc gọi với việc xưng danh số và thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ. Khách hàng Phan V.Th, mạng Viettel cho biết: *"Lần đầu tiên gọi điện lên tổng đài tôi rất run, mặc dù là thắc mắc vấn đề liên quan đến lỗi của nhà mạng nhưng vẫn run và ấp úng. Nhưng chính điện thoại viên với cách nói chuyện thân thiện, cởi mở và sẵn sàng hỗ trợ đã khiến tôi lấy lại được bình tĩnh và trình bày được đúng ý kiến của mình"*.

Bên cạnh đó với các tiêu chí thể hiện sự quan tâm, sẵn sàng khách như "*đối xử với tôi tôn trọng*" và "*thể hiện sự quan tâm đến suy nghĩ của tôi về những vấn đề tôi gặp phải*" chưa được khách hàng đánh giá cao, điểm trung bình là 3,07 và 2, 94. Điều đó cho thấy, mặc dù điện thoại viên đã bước đầu thể hiện sự tôn trọng khách hàng nhưng điều đó chưa đủ để làm hài lòng các khách hàng khó tính, đặc biệt, khách hàng kết nối với tổng đài viễn thông thường rất đa dạng các nhóm khách hàng khác nhau. Chia sẻ về vấn đề này, qua phỏng vấn sâu, khách hàng Trương Q. A cho biết: "*Tôi khiếu nại về cước bị trội hơn so với cước tôi sử dụng. Thực sự lúc đó trong đầu rất hoang mang vì thấy bị mất tiền vô lý, tôi còn không biết liệu có được hoàn cước hay không. Điều tôi cần ngay lúc đó là sự trấn an, đồng cảm. Tuy nhiên, khi kết nối với tổng đài, điện thoại viên liên tục nhắc tôi "bình tĩnh". Họ càng làm tôi cảm thấy mất bình tĩnh hơn*."

Các tiêu chí thể hiện sự lắng nghe cũng như kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng bao gồm: "*Chú ý đến tôi (lắng nghe, thể hiện sự lắng nghe)"; "Để tôi*

nói chuyện mà không ngắt lời" được khách hàng đánh giá ở mức trung bình với điểm trung bình là 3,16 và 3,26. Giao tiếp qua điện thoại là hình thức giao tiếp gián tiếp, điện thoại viên và khách hàng không có cơ hội được nhìn thấy nhau để thể hiện rõ hơn việc lắng nghe. Các biểu hiện của lắng nghe qua điện thoại chủ yếu qua việc có các tiếng đệm như: dạ, vâng, em hiểu ạ… và việc tóm tắt lại thông tin khách hàng trao đổi. Tuy nhiên, điện thoại viên thực hiện việc kỹ năng này theo đánh giá của khách hàng ở mức thấp do khách hàng chưa cảm nhận rõ được sự lắng nghe từ điện thoại viên.

Các tiêu chí liên quan đến việc cung cấp thông tin như: *"cung cấp cho tôi nhiều thông tin như tôi muốn"; "nói về những điều tôi có thể hiểu"; "kiểm tra để chắc chắn tôi hiểu tất cả mọi thứ"* được khách hàng đánh giá ở mức thấp. Bản thân điện thoại viên cho biết, trong cuộc gọi đôi khi đã quên xác nhận lại các thông tin đã trao đổi với khách hàng để xác nhận chính xác khách hàng đã hiểu các thông tin, đây cũng là một thiếu sót. Khách hàng cũng phản ánh: "*Nhiều khi nghe điện thoại viên hướng dẫn xong, nhưng hướng dẫn nhanh quá lại qua điện thoại nên nghe xong rồi lại quên, đôi khi lại phải gọi lại để nhờ hỗ trợ thêm một lần nữa."*

Cuối cùng, ở bước kết thúc cuộc gọi với các tiêu chí như*: "thảo luận với tôi về các bước tiếp theo"; "dành lượng thời gian phù hợp để trao đổi với tôi"* cũng được khách hàng được đánh giá ở mức thấp.

Để mô tả về đánh giá của khách hàng về KNGT của điện thoại viên, chúng tôi mô tả trong bảng số liệu sau:

Bảng 3.18. Đánh giá của khách hàng về KNGT của điện thoại viên

Tiêu chí	***Điểm trung bình***	***Độ lệch chuẩn***
1 Chào đón tôi theo cách khiến tôi cảm thấy thoải mái	3,20	0,39
2. Đối xử với tôi tôn trọng	3,29	0,45
3. Thể hiện sự quan tâm đến suy nghĩ của tôi về những vấn đề tôi gặp phải	3,11	0,55
4. Hiểu được mối quan tâm của tôi	3,24	0,45
5. Chú ý đến tôi (lắng nghe, thể hiện sự lắng nghe)	3,16	0,76
6. Để tôi nói chuyện mà không bị gián đoạn	3,26	0,54
7. Cung cấp cho tôi nhiều thông tin như tôi muốn	3,20	0,31

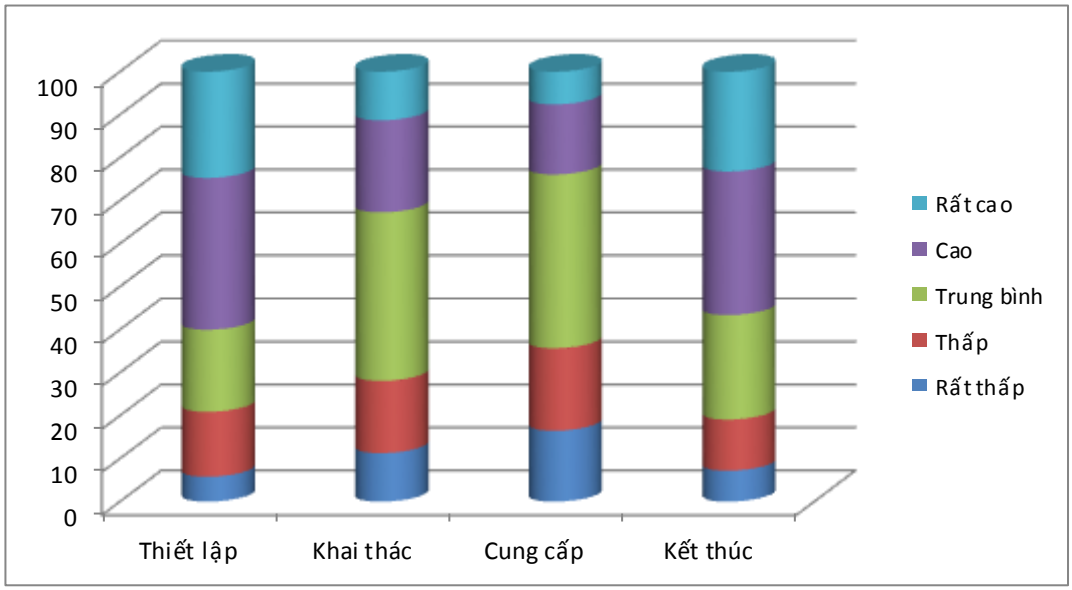
Tiêu chí	*Điểm trung bình*	*Độ lệch chuẩn*
8. Nói về những điều tôi có thể hiểu	3,06	0,56
9. Kiểm tra để chắc chắn tôi hiểu tất cả mọi thứ	3,66	0,43
10. Khuyến khích tôi đặt câu hỏi	3,43	0,55
11. Cho tôi cơ hội được ra quyết định như tôi muốn	3,41	0,40
12. Điện thoại viên thảo luận với tôi về các bước tiếp theo	3,36	0,48
13. Thể hiện quan tâm và lo lắng	3,08	0,45
14. Dành lượng thời gian phù hợp để trao đổi với tôi	3,49	0,43
Tổng	**3,30**	**0,43**

Như vậy, đánh giá của khách hàng về KNGT của điện thoại viên cũng đang ở mức trung bình thấp theo thang đánh giá CAT. Điều này một lần nữa khẳng định những đánh giá chung về thực trạng KNGT của điện thoại viên.

3.1.3.6. Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng qua file ghi âm cuộc gọi

a. Đánh giá chung kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng qua file ghi âm cuộc gọi

Qua phân tích file ghi âm dựa trên các tiêu chí đánh giá cuộc gọi, chúng tôi thu được kết quả như sau.



Biểu đồ 3.2. Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên qua phân tích file ghi âm

Qua biểu đồ cho thấy, ở kỹ năng thiết lập và kết thúc cuộc gọi điện thoại viên thực hiện ở mức độ cao và rất cao có tỉ lệ cao hơn ở hai kỹ năng khai thác và cung cấp thông tin. Phân tích file ghi âm cũng cho thấy, với các cuộc gọi có thời lượng dao động từ 2 – 4 phút các kỹ năng được thể hiện tương đối tốt. Ngược lại, với các cuộc gọi dài trên 6 phút, kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng và kỹ năng kết thúc cuộc gọi được điện thoại viên thực hiện chưa tốt. Phỏng vấn sâu giám sát chúng tôi được biết: "Nhìn chung tại tổng đài cũng thường xuyên chấm điểm ngẫu nhiên cuộc gọi của điện thoại viên và coi đó như một tiêu chí để đánh giá chất lượng làm việc. Tuy nhiên, thường tập trung vào 8 tiêu chí đánh giá cuộc gọi cơ bản như chào hỏi, tìm hiểu nhu cầu, trình bày giải pháp, ý thức thái độ…kỹ năng giao tiếp chỉ là một trong 8 yếu tố để đánh giá"

Để cụ thể hơn về KNGT của điện thoại viên với khách hàng, chúng tôi đi sâu phân tích một số file ghi âm cụ thể sau đây.

b. Phân tích một số cuộc gọi điển hình

Cuộc gọi có kỹ năng giao tiếp ở mức thấp

- *Thông tin cuộc gọi*: Thuê bao Vinaphone số thuê bao: 0945113xxx có thời lượng cuộc gọi 6 phút 57 giây.

- *Thông tin về khách hàng*: khách hàng nữ, trung tuổi, đã sử dụng dịch vụ của Vinaphone 8 năm, từ khi bắt đầu sử dụng điện thoại.

- *Trường hợp của khách hàng*: khách hàng nhận được tin nhắn quảng cáo từ Vinaphone về việc đăng kí 3G sẽ được tặng lưu lượng. Do khách hàng chưa hiểu về dịch vụ 3G nên đã gửi tin nhắn đăng kí, sau đó hệ thống đã gửi lại tin nhắn xác nhận đăng dịch vụ thành công. Tuy nhiên, thuê bao của khách hàng sử dụng trên máy điện thoại không hỗ trợ xem video, truy cập Internet. khách hàng gọi điện lên tổng đài thắc mắc: tại sao khách hàng không sử dụng được dịch vụ nhưng vẫn trừ tiền trong tài khoản của khách hàng?

- *Thông tin về điện thoại viên hỗ trợ*: điện thoại viên hỗ trợ là Trần M.H danh số 673, điện thoại viên đã có thâm niên 3 năm làm việc tại tổng đài Vinaphone. Trần M.H là điện thoại viên am hiểu về nghiệp vụ, tuy nhiên là người cứng nhắc trong cách xử lý, nóng tính và thỉnh thoảng giám sát có nhắc nhở vì thái độ với khách hàng. Điện thoại viên Trần M.H có giọng nói với tông giọng cao, tốc độ nói chậm.

- *Phân tích kỹ năng giao tiếp được thể hiện trong cuộc gọi*

* Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng trong cuộc gọi ở mức trung

bình: Khi bắt đầu cuộc gọi, Trần M.H có nêu rõ tên doanh nghiệp, danh số tương đối rõ ràng, tuy nhiên, tốc độ nói hơi chậm và không hào hứng: *"Dạ, Vinaphone số 739 xin nghe"*. khách hàng sau đó đã trình bày luôn vấn đề: "*Hôm qua chị có đăng kí 3G nhưng máy Samsung không chụp được ảnh nhưng vẫn bị trừ 50,000"*. Trần M.H đã không thể hiện sự tiếc nuối về trường hợp của khách hàng và cũng không chủ động tìm hiểu để làm rõ các yêu cầu của khách hàng.

* Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng: Qua phân tích file ghi âm, chúng tôi đánh giá kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng ở mức thấp. Dựa trên kinh nghiệm cá nhân, Trần M.H đã hỏi lại khách hàng: *"Bây giờ chị muốn hủy đúng không ạ?"* Ngay đầu cuộc gọi Trần M.H đã sử dụng một câu hỏi đóng để trao đổi với khách hàng. Trong tình huống cuộc gọi như vậy, điều Trần M.H nên làm đó là xác nhận thời điểm đăng kí, tìm hiểu rõ lý do khách hàng chưa sử dụng được dịch vụ, khách hàng đã có hướng xử lý nào khách không. Trên thực tế file ghi âm, Trần M.H đã hỏi câu hỏi mang tính chất chỉ dẫn, đoán mò và dẫn dắt khách hàng theo chiều hướng chủ quan của bản thân, hướng xử lý nào không có lợi cho cả nhà mạng và cho cả khách hàng. Trong phần xác định nhu cầu, Trần M.H cũng không thể hiện sự lắng nghe khách hàng.

* Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng: khi khách hàng đồng ý hủy dịch vụ, Trần M.H đã trao đổi với khách hàng: *"Em hướng dẫn chị cách hủy nhưng sẽ không lấy lại được 50,000 này chị ạ*". Khi nghe thấy điện thoại viên trao đổi như vậy, khách hàng hỏi lại lý do không lấy lại được tiền, Trần M.H đã giải thích như sau: "*Bởi vì khi đăng kí 3G, chị phải kiểm tra máy trước khi đăng kí. Đằng này chị không kiểm tra máy chị đã đăng kí rồi tất nhiên sẽ bị trừ cước. Em sẽ hướng dẫn chị hủy để tháng sau không bị mất tiền nữa thôi*". Khi nghe thông tin như vậy, khách hàng cảm thấy điện thoại viên đang đổ lỗi cho khách hàng và khách hàng quay sang trách nhà mạng "lừa đảo". Điện thoại viên tiếp tục hỏi: "*Chị đã tìm hiểu chưa mà chị đã đăng kí*". Phân tích cho thấy, điện thoại viên không công nhận, tôn trọng ý kiến, quan điểm của khách hàng và thường xuyên đổ lỗi cho khách hàng như: khách hàng không đọc kĩ tin nhắn, khách chưa tìm hiểu đã đăng kí, lỗi tại khách hàng nên khách hàng chắc chắn sẽ mất 50,000. Điện thoại viên cũng bắt đầu cao giọng và không xác nhận lại xem khách hàng đã hiểu rõ thông tin chưa. Với dạng cuộc gọi này, yêu cầu là cần trấn an, tạo lòng tin và hướng dẫn khách hàng tiếp tục duy trì sử dụng dịch vụ.

Tuy nhiên, khách hàng và điện thoại viên tiếp tục đôi co với khách hàng và

dùng những ngôn từ không phù hợp khi trao đổi với khách hàng như: *"Bởi vì chị không hiểu chị ạ?"; "Chị đã nói hết chưa?"; "Chị cứ kiện ạ"; "Chị ăn nói lịch sự một chút"; "Chị có phải là người có văn hóa không?*". Với cách trao đổi và ngôn từ như vậy cùng với việc giải thích dài dòng khiến khách hàng cảm thấy bị lừa, khách hàng cũng không tiếp nhận thông tin khi điện thoại viên trao đổi nữa mà quay sang trách nhà mạng và dùng ngôn từ mạt sát điện thoại viên. khách hàng cũng thay đổi cách xưng hô để nói chuyện với điện thoại viên từ "*chị - em"* lúc đầu cuộc gọi, chuyển sang *"cô – tôi*" phần giữa cuộc gọi và sau đó là "*mày – tao*" và "*con khốn nạn*". khách hàng mạt sát và dọa điện thoại viên như: sẽ cho điện thoại viên nghỉ việc vì giải thích "ngu", sẽ ghi âm lại cuộc gọi và dọa kiện lên tổng đài và ngừng sử dụng dịch vụ của Vinaphone.

* Kỹ năng kết thúc cuộc gọi: Do khách hàng đang bức xúc và cuộc gọi được đẩy lên cao trào nên điện thoại viên không có cơ hội để chào và cảm ơn khách hàng cũng như thực hiện các thao tác khác ở phần kết thúc cuộc gọi.

- *Đánh giá chung về cuộc gọi*: Các kỹ năng của điện thoại viên trong cuộc gọi đều thể hiện ở mức thấp ngoại trừ kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng. Điện thoại viên chưa thể hiện sự thành thục và linh hoạt khi tiếp nhận thông tin từ khách hàng, cũng không chủ động đặt câu hỏi, lắng nghe để xác định nhu cầu. Trần M.H còn liên tục ngắt lời, chen ngang lời khách hàng và dùng ngôn từ để thách thức khách hàng. Điện thoại viên liên tục đổ lỗi cho khách hàng cũng như sử dụng ngôn từ khiến khách hàng cảm thấy mất quyền lợi như các từ: "*hủy";" không lấy lại được tiền"; "mất 50,000"*; "*hệ thống không hỗ trợ*". Hiệu quả kỹ năng giao tiếp của cuộc gọi hầu như không đạt được do cách giải thích và tư vấn của điện thoại viên.

Sau khi được giám sát cho nghe lại file ghi âm, Trần M.H đã nhận ra kỹ năng giao tiếp qua điện thoại của bản thân ở mức thấp và viết bản tường trình cũng như đồng ý với hướng xử lý điện thoại viên mà giám sát và quản lý đưa ra cũng như lên kế hoạch và cải thiện kỹ năng giao tiếp với khách hàng của bản thân ngay sau cuộc gọi.

Cuộc gọi có kỹ năng giao tiếp ở mức cao

- *Thông tin cuộc gọi:* Thông tin thuê bao, số máy 0987321xxx, thời lượng cuộc gọi 3 phút 02 giây.

- *Thông tin về khách hàng*: khách hàng nam, trung tuổi, khách hàng tại tỉnh Quảng Bình.

- *Trường hợp của khách hàng*: khách hàng nhận được tin nhắn đăng kí lại thông tin cá nhân cho thuê bao, khách hàng không hiểu thuê bao này khách hàng đã sử dụng nhiều năm nay và chỉ có khách hàng sử dụng, tại sao khách hàng phải đăng kí thông tin cá nhân của mình? Khách hàng chưa hiểu về việc đăng kí thông tin cá nhân: thủ tục có phức tạp không, đăng kí ở đâu, có mất phí không?

- *Thông tin về điện thoại viên hỗ trợ:* điện thoại viên hỗ trợ là Phan Tr. M danh số 1804, điện thoại viên đã có thâm niên 8 tháng làm việc tại tổng đài Viễn thông quân đội Viettel. Phan Tr. M là điện thoại viên có giọng nói nhẹ nhàng, ngọt ngào, dễ nghe đồng thời luôn giữ được tốc độ nói phù hợp. Phan Tr. M là người yêu thích công việc chăm sóc khách hàng tại tổng đài, cảm thấy đây là công việc ý nghĩa khi giúp đỡ, hỗ trợ được nhiều khách hàng trong ca làm việc. Phan Tr. M được đồng nghiệp yêu quý vì thường xuyên hỗ trợ các điện thoại viên khác về nghiệp vụ cũng như chia sẻ lại các tình huống xử lý khó trong cuộc gọi.

- *Phân tích kỹ năng giao tiếp được thể hiện trong cuộc gọi*

* Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng trong cuộc gọi: khi nhấc máy tiếp nhận cuộc gọi, Phan Tr. M đã bắt đầu bằng giọng nói nhẹ nhàng, dễ nghe và cũng thể hiện được sự sẵn sàng hỗ trợ: "*Dạ, Viettel số 1804 xin nghe ạ*". Sau khi khách hàng "*Alo*", điện thoại viên đã chào lại: "*Dạ, em chào anh!*" khách hàng sẽ cảm thấy tương đối dễ chịu khi nghe giọng của Phan Tr. M, do phần cuối câu nói, điện thoại viên hạ thấp giọng đồng thời có tốc độ nói vừa phải, câu chào của điện thoại viên có thời lượng 3 giây. khách hàng đã trình bày trường hợp của khách hàng là đã sử dụng thuê bao trong một thời gian, giờ lại phải đăng kí thông tin cá nhân, khách hàng cảm thấy mất thời gian và không cần thiết. Điện thoại viên đã thể hiện sự chủ động trong cuộc gọi bằng cách chuyển sang bước xác định nhu cầu để làm rõ yêu cầu của khách hàng.

* Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng: điện thoại viên đã đặt các câu hỏi mở để xác định nhu cầu về số thuê bao của khách hàng, nội dung tin nhắn hệ thống gửi về cho khách hàng. Trong file ghi âm cũng thể hiện rõ, điện thoại viên thường xuyên sử dụng các tiếng đệm như "*dạ"; "vâng"* để thể hiện sự lắng nghe khách hàng một cách tích cực. Khi sử dụng các câu hỏi, Phan Tr. M sử dụng các mẫu câu chuẩn và luôn đầy đủ cả chủ ngữ, vị ngữ.

* Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng: Phan Tr. M sử dụng linh hoạt ngôn từ, ngữ điệu và tập trung giải quyết vấn đề của khách hàng. Phan Tr. M hướng dẫn:

"*Anh vui lòng qua cửa hàng Viettel để đăng kí thông tin cá nhân để đảm bảo quyền lợi, anh mang theo chứng minh thư cá nhân, một bản gốc và một bản photo*". Để tạo lòng tin và khuyến khích khách hàng đăng kí lại thông tin cá nhân, Phan Tr. M chia sẻ thêm: "*Thủ tục đăng kí lại rất đơn giản và nhanh gọn. Trong thời gian trước ngày 30/8, thuê bao còn được cộng thêm 50,000 vào tài khoản*". Sau đó, khách hàng đề nghị cung cấp thông tin về điểm giao dịch hỗ trợ đăng kí lại thông tin cá nhân, Phan Tr. M bình tĩnh đề nghị khách hàng giữ máy để kiểm tra thông tin trên hệ thống và cung cấp chính xác định chỉ cửa hàng giao dịch Viettel tại huyện Bố Trạch, tỉnh Quảng Bình. Tiếp đó, điện thoại viên chia sẻ với khách hàng thông tin về các dịch vụ giá trị gia tăng khác của Viettel để nếu khách hàng quan tâm có thể đăng kí sử dụng dịch vụ.

* Kỹ năng kết thúc cuộc gọi: Phan Tr. M sau khi cung cấp thông tin, hỏi thêm khách hàng có cần hỗ trợ thêm thông tin nào khác không sau đó bình tĩnh cảm ơn và chào khách hàng. Kỹ năng kết thúc cuộc gọi của Phan Tr. M ở mức cao, khách hàng sau đó đánh giá trên hệ thống phần hỗ trợ của Phan Tr. M các kỹ năng đều đạt thang điểm 5.

- *Đánh giá chung về cuộc gọi*: Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên trong cuộc gọi được đánh giá ở mức cao. Điện thoại viên đã thể hiện sự thành thục, linh hoạt và sự hiệu quả khi giao tiếp với khách hàng thông qua việc: thiết lập mối quan hệ với khách hàng bằng ngôn từ, ngữ điệu phù hợp, thể hiện sự sẵn sàng lắng nghe, tư vấn cho khách hàng. Điện thoại viên cũng biết cách khuyến khích và tạo lòng tin với khách hàng trong cuộc gọi để khách hàng an tâm đến điểm giao dịch thay đổi đăng kí thông tin cá nhân.

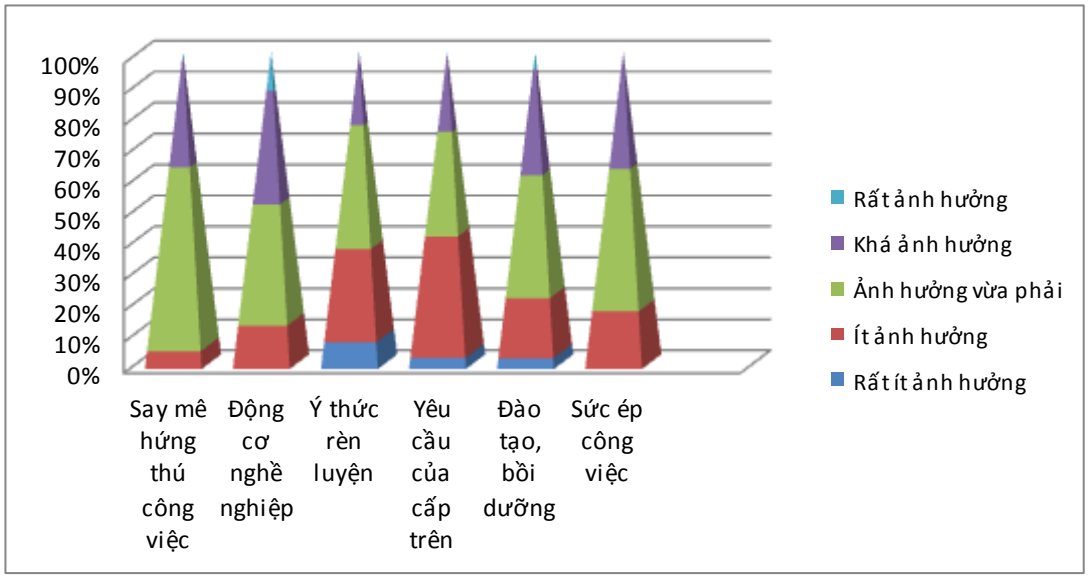
Như vậy, qua phân tích file ghi âm có thể minh họa rõ hơn về thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

Tóm lại, điện thoại viên có KNGT với khách hàng ở mức trung bình. Ở mức này, điện thoại viên thể hiện tương đối đầy đủ các kỹ năng cần thiết, vận dụng chúng khá thành thục, phù hợp nhưng chưa thực sự bền vững, tính linh hoạt, sáng tạo còn chưa cao do đó hiệu quả đôi lúc còn hạn chế. Phân tích cũng cho thấy điện thoại viên thể hiện tương đối tốt kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng và kỹ năng kết thúc cuộc gọi, ở kỹ năng này, điện thoại viên biểu hiện đầy đủ, thành thục và có hiệu quả nhất. Kỹ năng khai thác và cung cấp thông tin còn hạn chế, mặc dù đã được thực hiện tương đối đầy đủ nhưng đôi khi chưa thực sự mang lại hiệu quả do hạn chế trong kỹ năng sử dụng các phương tiện giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ.

3.2. Yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

3.2.1. Những biểu hiện của các yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Chúng tôi minh họa các yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên qua biểu đồ sau:



Biểu đồ 3.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên (tỷ lệ %)

Qua biểu đồ cho thấy, tỷ lệ điện thoại viên đánh giá mức độ rất ảnh hưởng là ở ba nhóm yếu tố ý thức rèn luyện KNGT của điện thoại viên, yêu cầu của cấp trên và vấn đề đào tạo, bồi dưỡng điện thoại viên với tỷ lệ % lần lượt là 8,38; 3,45 và 3,4. Như vậy, điện thoại viên đã phần nào ý thức được yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới KNGT của bản thân chính là do ý thức của bản thân và kỹ năng sẽ được cải thiện thông qua hoạt động đào tạo, bồi dưỡng. Các yếu tố này có ảnh hưởng qua lại lẫn nhau, bổ sung cho nhau, nếu điện thoại viên có ý thức rèn luyện, sẽ tích cực tham gia đào tạo, bồi dưỡng và chủ động vận dụng các kiến thức đó vào trong cuộc gọi. Yếu tố được điện thoại viên cho rằng rất ít ảnh hưởng đến KNGT của bân thân đó là động cơ nghề nghiệp với tỷ lệ là 12,25%.

Chúng tôi xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên với khách hàng theo ý kiến tự đánh giá chủ quan của điện thoại viên. Trong 6 yếu tố ảnh hưởng chúng tôi xem xét dưới đây, đều có ảnh hưởng đến KNGT ở mức trên trung bình. Trong đó, ảnh hưởng mạnh nhất là ý thức rèn luyện và nâng cao KNGT và ít nhất là yêu cầu của cấp trên. Dưới đây, chúng tôi phân tích mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

Bảng 3.19. Đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến KNGT của điện thoại viên với khách hàng theo đánh giá của điện thoại viên

Yếu tố	Những biểu hiện	ĐTB	ĐLC	Thứ bậc
1. Sự say mê hứng thú với công việc	Mong muốn được tiếp xúc với khách hàng	3,38	0,61	1
	Luôn có hứng thú giao tiếp	3,33	0,60	3
	Biết tạo ra cảm xúc tích cực khi giao tiếp	3,33	0,60	3
	Khả năng thích ứng với yêu cầu công việc của điện thoại viên	3,34	0,60	2
	Sáng tạo trong giao tiếp	3,25	0,62	5
	Điểm trung bình nhóm	**3,32**	0,42	**3**
2. Động cơ nghề nghiệp	Giao tiếp với khách hàng vì uy tín của doanh nghiệp	3,29	0,67	1
	Giao tiếp nhằm đạt được chỉ số cuộc gọi	3,10	0,77	4
	Giao tiếp nhằm mang lại lợi ích cho bản thân, cho khách hàng và doanh nghiệp	3,14	0,76	2
	Tích lũy kinh nghiệm về kỹ năng giao tiếp	3,07	0,76	6
	Khẳng định bản thân	3,11	0,74	3
	Sợ bị trách phạt	3,09	0,73	5
	Điểm trung bình nhóm	**3,13**	**0,59**	**4**
3. Ý thức rèn luyện nâng cao kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên	Mong muốn được bổ sung về kỹ năng giao tiếp	3,53	0,75	1
	Mong muốn được doanh nghiệp thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo về KNGT hiệu quả	3,42	0,67	3
	Sẵn sàng tâm thế hoàn thiện, nâng cao KNGT	3,44	0,79	2
	Lắng nghe sự góp ý của khách hàng, đồng nghiệp, cấp trên	3,35	0,76	5
	Chủ động trau dồi KNGT	3,39	0,72	4
	Điểm trung bình nhóm	**3,42**	0,54	**1**
4. Yêu cầu của cấp trên	Phải thực hiện các nguyên tắc giao tiếp với khách hàng	2,83	0,71	1
	Khen thưởng và kỷ luật dựa trên kết quả cuộc gọi	2,82	0,75	2

Yếu tố	Những biểu hiện	ĐTB	ĐLC	Thứ bậc
	Đảm bảo số lượng cuộc gọi trong ca trực	2,75	0,67	4
	Luôn có tâm trạng tốt trong khi làm việc	2,82	0,64	2
	Điểm trung bình nhóm	**2,80**	**0,60**	**6**
5.Vấn đề đào tạo, bồi dưỡng điện thoại viên	Chưa tổ chức đào tạo, bồi dưỡng KNGT thường xuyên	3,43	0,74	3
	Nội dung bồi dưỡng KNGT còn chưa sát với công việc	3,45	0,79	1
	Doanh nghiệp chưa thực sự quan tâm đến đào tạo KNGT cho điện thoại viên	3,34	0,81	4
	Phương pháp đào tạo chưa phù hợp	3,45	0,79	1
	Điểm trung bình nhóm	**3,41**	**0,63**	**2**
6. Sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp	Tiếp xúc với quá nhiều khách hàng	3,18	0,71	2
	Giao tiếp diễn ra trong thời gian ngắn	3,17	0,71	3
	Công việc nhàm chán	3,16	0,73	4
	khách hàng đòi hỏi cao	3,24	0,71	1
	Điểm trung bình nhóm	**3,18**	**0,60**	**4**

a. Sự say mê, hứng thú với công việc

Sự say mê hứng thú với công việc có ảnh hưởng khá lớn đến KNGT của điện thoại viên. Cụ thể, yếu tố này đạt điểm trung bình là 3,32 đứng thứ 3 trong các yếu tố ảnh hưởng đến KNGT. Trong đó, yếu tố mong muốn được tiếp xúc với khách hàng là yếu tố có điểm trung bình cao nhất. Trên thực tế công việc, mỗi ngày điện thoại viên sẽ tiếp nhận khoảng 180 – 230 cuộc gọi, trong đó tỉ lệ cuộc gọi hỗ trợ, giải quyết khiếu nại chiếm tỉ lệ khá cao. Do đó, nếu không thực sự yêu thích công việc, có khả năng thích ứng với công việc áp lực cao và sự sáng tạo trong giao tiếp, điện thoại viên rất dễ có cảm giác nhàm chán. Chia sẻ về vấn đề này, một điện thoại viên làm việc lâu năm tại tổng đài Viettel cho biết: "*Thực sự nếu không yêu nghề thì sẽ rất khó để gắn bó lâu năm với công việc này. Bởi lẽ nghe thì có vẻ đơn giản nhưng trên thực tế cuộc gọi, rất nhiều tình huống phát sinh, điện thoại viên phải chịu áp lực và stress trong công việc rất nhiều. Nhiều bạn tan ca*

nhưng do thói quen nghề nghiệp khi nói chuyện bên ngoài vẫn xưng danh số với bạn bè. Hoặc ở tổng đài đã hết sức kiềm chế, nhẹ nhàng với khách hàng nên về nhà thường hay cáu giận, quát mắng chồng con. Nói chung yêu nghề mới làm được ạ"

Say mê, hứng thú với công việc sẽ giúp điện thoại viên làm việc hiệu quả hơn. Qua trao đổi với giám sát, anh Lê V.S cho biết: "*Có nhiều bạn thực sự yêu nghề điện thoại viên, hàng ngày không được trao đổi với khách hàng sẽ cảm thấy nhớ việc. Có rất nhiều điện thoại viên sau khi nghỉ làm điện thoại viên một thời gian lại xin đi làm lại vì thấy thích giao tiếp với khách hàng, các bạn nói "nhớ" khách hàng*".

b. Động cơ nghề nghiệp

Phần lớn điện thoại viên cho rằng, động cơ nghề nghiệp có ảnh hưởng tới KNGT của họ với khách hàng. Cho dù động cơ nghề nghiệp của mỗi điện thoại viên là khác nhau, số liệu cho thấy yếu tố "*giao tiếp với khách hàng vì uy tín của doanh nghiệp*" có điểm trung bình cao nhất là 3,29. Điều này là do khi vào làm việc, điện thoại viên đã được tìm hiểu về thương hiệu, bảo vệ thương hiệu doanh nghiệp, họ hiểu rằng, khi họ nhấc máy trao đổi với khách hàng, giới thiệu tên doanh nghiệp, xưng danh số khi đó họ đang đại diện cho một doanh nghiệp, một tổ chức chứ không chỉ đơn thuần là hỗ trợ khách hàng. Bên cạnh đó, một số yếu tố như "tích lũy kinh nghiệm về kỹ năng giao tiếp" và "khẳng định bản thân" cũng được điện thoại viên đánh giá có ảnh hưởng tới KNGT. Phỏng vấn sâu điện thoại viên Lê Th.Th cho biết: "*Em thấy đây thực sự là một công việc cho mình cơ hội để rèn luyện KNGT, em phải học cách đoán ý, đoán tâm lý của khách hàng qua từng cuộc gọi, không những thế, em còn học được cách kiên nhẫn, cách nói sao cho dễ nghe, thuyết phục khách hàng."*

c. Ý thức rèn luyện nâng cao kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên

Ý thức rèn luyện nâng cao KNGT có ảnh hưởng lớn nhất tới KNGT của điện thoại viên với điểm trung bình là 4,2 trong đó "mong muốn được bổ sung về kỹ năng giao tiếp" là yếu tố có điểm trung bình cao nhất (3,53). Như trên đã nói, môi trường tại tổng đài là nơi có cơ hội được tiếp xúc, được rèn luyện và trau dồi các KNGT cho điện thoại viên nếu họ thực sự có ý thức và chủ động trong quá trình làm việc. Nếu như điện thoại viên có mong muốn được trau dồi các KNGT, sẵn sàng lắng nghe sự góp ý từ đồng nghiệp, khách hàng, cấp trên họ sẽ dễ dàng

hơn trong việc hoàn thiện các KNGT của bản thân. Ngược lại, nếu điện thoại viên không có tâm thế tiếp thu, không thích tham gia các khóa đào tạo để hoàn thiện kỹ năng thì việc cải thiện KNGT của điện thoại viên sẽ khó khăn hơn.

d. Yêu cầu của cấp trên

Yếu tố có điểm trung bình thấp nhất trong các yếu tố ảnh hưởng tới KNGT của điện thoại viên là yếu tố "yêu cầu của cấp trên" với điểm trung bình là 2,8. Hầu hết các điện thoại viên có tuổi đời trẻ, họ thích chủ động trong công việc của mình, họ đã nắm vững yêu cầu về các nguyên tắc, về nội quy khen thưởng, kỷ luật cũng như đảm bảo số lượng và chất lượng cuộc gọi. Do đó, yêu cầu của cấp trên không ảnh hưởng quá lớn tới KNGT của điện thoại viên. Đối với giám sát, trong quá trình quan sát, khi giám sát thấy điện thoại viên có hành vi giao tiếp chưa phù hợp, giám sát sẽ nhắc nhở giúp điện thoại viên tránh thái độ với khách hàng trong cuộc gọi hoặc có thể hỗ trợ điện thoại viên tiếp nhận cuộc điện thoại ngay lúc đó.

Qua trao đổi với giám sát và quản lý, chúng tôi được biết: *"Trước khi làm việc, điện thoại viên đã được nêu rõ các nội quy, quy định trong công việc. Họ hiểu rõ vai trò và trách nhiệm của mình khi làm việc tại tổng đài. Do vậy, cấp trên chỉ là người trợ giúp, hướng dẫn, không thực sự có ảnh hưởng lớn, quyết định tới KNGT của điện thoại viên."*

e. Vấn đề đào tạo, bồi dưỡng điện thoại viên

Đây là yếu tố có điểm trung bình cao thứ hai trong các yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên (3,41). Ý kiến của điện thoại viên cho rằng, hoạt động đào tạo KNGT chưa được tổ chức thường xuyên, nội dung bồi dưỡng chưa thực sự sát với công việc cũng như phương pháp đào tạo còn thiếu sự hấp dẫn.

Khi phỏng vấn sâu điện thoại viên chúng tôi được biết, hầu hết điện thoại viên khi đến phỏng vấn không có hiểu biết về công việc chăm sóc khách hàng qua điện thoại, chỉ đọc thông tin tuyển dụng và thấy phù hợp với các tiêu chí như: không nói ngọng, nói lắp, nói gọng địa phương là đăng kí đến phỏng vấn. Sau khi đạt phỏng vấn sẽ được tham gia đào tạo kỹ năng nghiệp vụ trong một thời gian ngắn, sau đó sẽ lên làm việc thử và làm việc chính thức. Công việc nhiều áp lực, phải tăng ca, tăng giờ làm nhiều, do đó, điện thoại viên cũng không sắp xếp được tham gia hoạt động đào tạo về KNGT.

Bên cạnh đó, khi sắp xếp được thời gian đào tạo, đôi khi thời lượng quá ngắn hoặc nội dung dàn trải, chưa chạm đúng đối tượng khiến cho tinh thần học tập của học viên bị ảnh hưởng tiêu cực. Điện thoại viên Đỗ M.Ch cho biết: "*Em cũng được cử đi tham gia các lớp đào tạo kỹ năng, tuy nhiên, đôi khi chưa đúng với nhu cầu của bản thân. Ví dụ, em còn lúng túng trong cách thuyết phục khách hàng hoặc xử lý khiếu nại nhưng lại được cử tham gia bồi dưỡng lớp kỹ năng làm việc nhóm. Hoặc có bạn không bị ngọng nhưng được xếp tham gia lớp luyện giọng, sửa nói ngọng.*" Do đó, việc ưu tiên đào tạo, thiết kế chương trình đào tạo phù hợp và sử dụng các phương pháp học kết hợp với xử lý tình huống sẽ giúp điện thoại viên cảm thấy hữu ích và tích cực hơn.

f. Sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp

Hỗ trợ khách hàng qua điện thoại là một công việc có nhiều đặc thù với việc giao tiếp gián tiếp qua điện thoại, thời gian tiếp xúc với khách hàng nhanh (trung bình 2 – 3 phút/cuộc gọi), tiếp xúc với một lượng lớn khách hàng trong một ca làm việc cùng với việc mỗi khách hàng sẽ có những yêu cầu về nghiệp vụ khác nhau, đòi hỏi điện thoại viên cần hết sức linh hoạt, chủ động trong công việc. Yếu tố này có điểm trung bình là 3,18 đứng thứ tư trong các yếu tố ảnh hưởng. Tính chất đặc biệt trong công việc của điện thoại viên có ảnh hưởng đến KNGT của họ. Bên cạnh đó, tiếp xúc với đa dạng các khách hàng, nhiều khách hàng gọi điện quấy rối, chửi mắng hoặc dùng ngôn từ thô tục cũng ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên. Điện thoại viên Lê Tr.M cho biết: "*Lúc đầu em nghĩ mình không thể quen với công việc này, khách hàng sẵn sàng chửi chúng em, cho dù lỗi đó không phải do chúng em gây ra. Nhiều khách hàng chỉ cần nhấc máy lên là mắng té tát, không để cho em kịp mở lời. Cũng may là làm lâu rồi cũng quen, cảm thấy đó là một phần của công việc. Phải có những khách hàng như vậy mới cần đến những điện thoại viên kiên nhẫn, biết lắng nghe như chúng em.*"

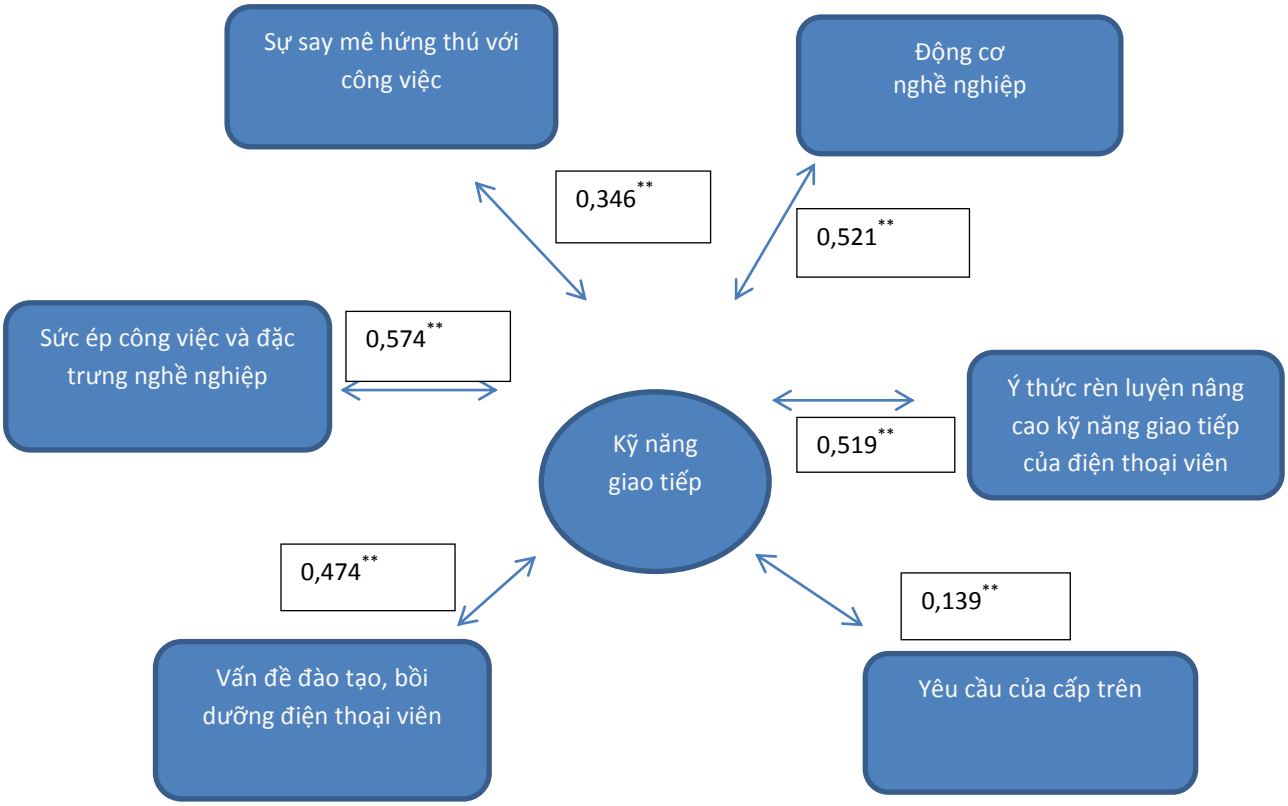
Khi gọi điện tới tổng đài, khách hàng thường có những nhu cầu và đặc điểm tâm lý riêng và các yếu tố này ít nhiều ảnh hưởng tới KNGT của điện thoại viên. Điều này được lý giải là do điện thoại viên trong một ngày làm việc sẽ tiếp xúc với hàng trăm khách hàng khác nhau với đặc điểm tâm lý khác nhau, nhu cầu khác nhau và họ gần như "quen" với sự đa dạng này. Trao đổi cụ thể về vấn đề này, điện thoại viên Phạm M.T. cho biết: "*Khách hàng gọi tới tổng đài đa dạng*

lắm chị ạ. Có người lịch sự, có người không lịch sự, có người hiểu biết có người không, có người dễ tính có người khó tính…nhưng thời gian giao tiếp ngắn cũng không đủ để tư duy đấy là dạng khách hàng nào. Em luôn cố gắng đối xử tôn trọng, bình đẳng với tất cả các khách hàng. Trường hợp khách hàng "gắt" quá thì đành chờ cơ hội tắt máy hoặc chuyển giám sát ạ." Trên thực tế, khi khách hàng đang ở trạng thái tâm lý bị kích động hoặc mất kiểm soát như: gọi điện nhiều lần nhưng vấn đề chưa được xử lý; bị trừ tiền sai trong tài khoản; khiếu nại về thái độ phục vụ của nhân viên… sẽ có những ảnh hưởng nhất định tới KNGT của điện thoại viên.

3.2.2. Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố tới kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Quan sát hệ số tương quan giữa các yếu tố ảnh hưởng với kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên cho thấy, các nhóm yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên có mối tương quan theo tỷ lệ thuận. Cụ thể hệ số tương quan của từng yếu tố thành phần với cặp biến số như sau: hệ số tương quan giữa sự say mê, hứng thú với công việc với KNGT r = 0,346; tương quan giữa yếu tố động cơ nghề nghiệp với KNGT r = 0,521; tương quan giữa yếu ý thức rèn luyện nâng cao KNGT r = 0,519, tương quan giữa yêu cầu của cấp trên với KNGT của điện thoại viên với khách hàng r = 0,139; tương quan giữa vấn đề đào tạo bồi dưỡng điện thoại viên r = 0,474; tương quan giữa sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp r = 0,574. Tất cả hệ số tương quan đều có ý nghĩa thống kê với $p < 0.001$. Số liệu trên cho thấy, mối tương quan giữa các yếu tố ảnh hưởng với KNGT không đều. Yếu tố ý thức rèn luyện nâng cao kỹ năng giao tiếp, sức ép công việc, đặc trưng nghề nghiệp và vấn đề đào tạo, bồi dưỡng có hệ số tương quan cao hơn nên có ảnh hưởng mạnh hơn. Vấn đề này rất đúng với thực tiễn hoạt động đặc thù của điện thoại viên, nếu họ có ý thức rèn luyện nâng cao KNGT kết hợp với hoạt động đào tạo hiệu quả, tích cực thì hoạt động giao tiếp với khách hàng sẽ đạt hiệu quả hơn. Vì vậy, để nâng cao KNGT của điện thoại viên, cần chú ý đến những yếu tố ảnh hưởng đến nó. Cụ thể, cần tăng cường bồi dưỡng, đào tạo định kỳ KNGT cho điện thoại viên. Đồng thời, tăng cường ý thức tự rèn luyện, trau dồi, bồi dưỡng, hoàn thiện KNGT của điện thoại viên.

Sơ đồ 3.2. Tương quan giữa KNGT của điện thoại viên với khách hàng với các yếu tố ảnh hưởng



3.2.3. Dự báo mức độ thay đổi của kỹ năng giao tiếp khi các yếu tố tác động thay đổi

Tiến hành tìm hiểu mối tương quan giữa các biến thành phần và các biến tổng thể trong các yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên, kết quả kiểm định được thể hiện như sau.

Bảng 3.20. Dự báo tác động thay đổi của các yếu tố ảnh hưởng tới kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên

Số thứ tự	**Biến số phụ thuộc:** KNGT của điện thoại viên	**Dự báo tác động thay đổi**	
Các biến số độc lập		R^2	P
1	Sự say mê hứng thú với công việc	0,120	0,000
2	Động cơ nghề nghiệp	0,271	0,000
3	Ý thức rèn luyện nâng cao KNGT	0,268	0,000
4	Yêu cầu của cấp trên	0,170	0,000
5	Vấn đề đào tạo bồi dưỡng	0,222	0,000
6	Sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp.	0,330	0,000

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy có một số yếu tố có dự báo ảnh hưởng lớn đến KNGT của điện thoại viên. Trong đó, sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp có ảnh hưởng mạnh nhất. Điều này có ý nghĩa rằng, để điện thoại viên thực hiện tốt KNGT với khách hàng phụ thuộc rất lớn vào việc có sự hỗ trợ, tác động để công việc trở nên thú vị, bớt đi sức ép nghề nghiệp cũng như stress của điện thoại viên khi làm công việc này. Nhiều nghiên cứu của các tác giả trên thế giới cũng chỉ ra rằng, điện thoại viên là công việc có nhiều áp lực, gây căng thẳng và ức chế cho điện thoại viên trong quá trình làm việc. Bên cạnh đó, động cơ nghề nghiệp, ý thức rèn luyện KNGT và vấn đề đào tạo bồi dưỡng là ba yếu tố dự báo có thể thay đổi KNGT của điện thoại viên ở mức cao. Cụ thể, giải thích được 32,8% sự thay đổi KNGT của điện thoại viên khi có sự thay đổi nhất định về sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp, có thể giải thích được 26,8% sự thay đổi KNGT của điện thoại viên khi có sự tác động vào ý thức rèn luyện KNGT của điện thoại viên. Phân tích cũng chỉ ra rằng, vấn đề đào tạo, bồi dưỡng KNGT giải thích được 22,2% sự biến đổi KNGT của điện thoại viên (R^2= 0.222; p < 0.001). Trên thực tế có thể thấy, điện thoại viên chưa được đào tạo bài bản về KNGT ở trường học, khi vào làm việc tại tổng đài, họ cũng chỉ tham gia vào các chương trình đào tạo ngắn, chủ yếu về nghiệp vụ. Hơn nữa, các tình huống xử lý tại tổng đài thường thay đổi liên tục do nhu cầu của khách hàng. Do đó, để cải thiện KNGT của mình, điện thoại viên cần có ý thức tự trau dồi, rèn luyện KNGT thông qua việc tự học, tự đào tạo. Đây cũng là một yếu tố có mối tương quan chặt và dự báo ảnh hưởng tương đối lớn đến KNGT của điện thoại viên. Điều này lý giải rằng, khi điện thoại viên được tham gia đào tạo thường xuyên, liên tục với chương trình đào tạo được xây dựng phù hợp với nhu cầu và sử dụng các phương pháp gắn với thực hành sẽ giúp cải thiện KNGT của điện thoại viên. Bên cạnh đó, cũng có một số yếu tố tỏ ra có dự báo không cao cho sự thay đổi KNGT của điện thoại viên như yêu cầu của cấp trên chỉ giải thích 1,7% và sự say mê, hứng thú với công việc là 11,7%. Tóm lại, phân tích hồi quy tuyến tính cũng chỉ ra dự báo ảnh hưởng từ các yếu tố ảnh hưởng đến sự thay đổi KNGT của điện thoại viên. Các yếu tố này có thể giải thích được 38,4% sự thay đổi KNGT của điện thoại viên.

Số liệu thu được qua khảo sát thực trạng KNGT của điện thoại viên kết hợp với những phân tích, gợi mở trên định hướng cho chúng tôi về việc đề xuất các biện pháp để cải thiện KNGT của điện thoại viên. Thông qua việc tạo ra ảnh hưởng toàn diện từ giảm sức ép công việc, tăng cường đào tạo, nâng cao ý thức

rèn luyện cũng như tạo động cơ nghề nghiệp cho điện thoại viên sẽ góp phần nâng cao KNGT.

3.3. Phân tích một số trường hợp điển hình

Chúng tôi phân tích chân dung tâm lý của 03 trường hợp điện thoại viên để minh họa rõ hơn cho kết quả nghiên cứu thực trạng và các yếu tố ảnh hưởng đến KNGT của điện thoại viên với khách hàng, trong đó: 01 điện thoại viên có KNGT ở mức độ thấp, 01 điện thoại viên có KNGT ở mức độ trung bình và 01 điện thoại viên có KNGT ở mức độ cao.

3.3.1. Điện thoại viên có kỹ năng giao tiếp ở mức độ thấp

3.3.1.1. Thông tin cá nhân

- Họ và tên: Nguyễn Th. M
- Sinh năm 1996 tại Phủ Lí Hà Nam.
- Nguyễn Th. M tốt nghiệp Trung cấp y dược. Sau khi ra trường, Nguyễn Th. M có trải qua nhiều công việc khác nhau như bán hàng, tư vấn thời trang, tiếp thị sản phẩm nhưng cảm thấy không phù hợp. Khi Công ty có đợt tuyển dụng nhân sự vị trí chăm sóc khách hàng tại tổng đài Viettel, Nguyễn Th. M đến tham gia phỏng vấn và trở thành điện thoại viên tổng đài Viettel.
- Nguyễn Th. M sinh ra trong gia đình thuần nông, bố mẹ H đều làm nông nghiệp nhưng vẫn cố gắng nuôi con ăn học và mong muốn mai sau con có công việc ổn định. Nguyễn Th. M tốt nghiệp PTTH Phủ Lí thuộc Phủ Lí Hà Nam. Cũng giống như các bạn cùng học, Nguyễn Th. M làm hồ sơ dự thi các trường đại học và cao đẳng, nhưng thật tiếc H chưa đủ điểm để vào các trường này. Sau khi không đỗ đại học, có người giới thiệu học Trung cấp y tại trường Trung cấp Y, theo mọi người nói là học ngành đó dễ xin việc hay mở cửa hàng thuốc ở quê. Tuy nhiên, sau khi tốt nghiệp, gia đình không đủ vốn để mở cửa hàng thuốc và Nguyễn Th. M cũng không thích công việc liên quan đến y dược. Nguyễn Th. M là người hiền lành, trầm tính, ít nói nhưng lại rất cẩn thận.

Nhận thức của Nguyễn Th. M về công việc: Khi được tuyển vào vị trí giao tiếp với khách hàng tại tổng đài, Nguyễn Th. M cho rằng đây là công việc tạm thời trong lúc Nguyễn Th. M vẫn đang tiếp tục trên hành trình đi tìm cho mình một công việc thực sự phù hợp. Nguyễn Th. M hiểu khá rõ về trách nhiệm khi làm việc như: sử dụng các ngôn từ lịch sự, tư vấn, hỗ trợ đúng theo nguyên tắc làm việc tại tổng đài. Nguyễn Th.M cũng cho biết Nguyễn Th. M hiểu rằng khi khách hàng

gặp khó khăn trong quá trình sử dụng dịch vụ hoặc có thắc mắc, khiếu nại cần giải quyết mới gọi đến tổng đài. Do vậy, nhiệm vụ của điện thoại viên là cần tư vấn chu đáo, trung thực, nhiệt tình để khách hàng yên tâm tiếp tục sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp.

Sự say mê, hứng thú với công việc: Là người trầm tính, ít nói Nguyễn Th.M không thể hiện nhiều về quan điểm, sở thích của bản thân. Khi được hỏi về tình yêu công việc, Nguyễn Th. M cho biết: "*Lúc đầu lên ngồi trực tiếp trên tổng đài, em thấy chưa quen lắm vì mọi người cứ làm việc liên tục, hết cuộc gọi này đến cuộc gọi khác. Làm khoảng ba tháng thì thấy quen hơn nhưng nói là thích thì em không thể thích công việc này được, khách hàng gọi đến thì toàn báo lỗi, báo cước, hỏi nhiều dịch vụ rồi nghiệp vụ cũng cần trau dồi thường xuyên. Nhiều lúc em cảm thấy hơi quá sức. Tất nhiên là có lúc có khách hàng nhờ tư vấn dịch vụ hoặc khiếu nại, mình giải quyết, hỗ trợ được triệt để cho khách thì cũng cảm thấy vui vui. Nhưng nhìn chung bảo yêu thích việc nghe chửi này thì chả ai thích đâu ạ"*. Như vậy có thể nói, Nguyễn Th. M chưa thực sự yêu thích công việc, đi làm để lấp thời gian trong khi chưa tìm được một công việc mới phù hợp hơn.

Nhu cầu, động cơ nghề nghiệp: Như trên đã nói Nguyễn Th. M là người trầm tính, ít nói, do vậy, các nội dung trao đổi với khách hàng Nguyễn Th. M thường đi thẳng vào vấn đề để hỗ trợ khách, ít rườm rà. Thậm chí, đôi khi để giải quyết nhanh, Nguyễn Th. M còn nghe lời, đoán ý để hỗ trợ khách hàng nhanh hơn. Với đồng nghiệp Nguyễn Th. M cũng không dành thời gian trao đổi, thường xuyên hết ca trực là đi thẳng về phòng trọ, không giao lưu, chia sẻ, học hỏi các kinh nghiệm từ các đồng nghiệp khác.

Trách nhiệm trong công việc: Nguyễn Th. M luôn cố gắng đạt chỉ số cuộc gọi trong mỗi ca trực, về kỹ năng giao tiếp Nguyễn Th. M mặc dù cố gắng nhưng do những yếu tố thuộc về bản thân nên chất lượng cuộc gọi của Nguyễn Th. M thường được giám sát đánh giá ở mức độ trung bình. Nguyễn Th. M cũng không có ý định cần cải thiện KNGT của bản thân.

Quá trình làm điện thoại viên: Nguyễn Th. M làm công việc điện thoại viên được 3 tháng, hỗ trợ cho đa dạng các nhóm khách hàng với nhiều dạng nghiệp vụ khác nhau như: cuộc gọi hỏi thông tin sản phẩm dịch vụ; cuộc gọi tư vấn sản phẩm dịch vụ; cuộc gọi hỗ trợ khách hàng; cuộc gọi khiếu nại và dạng cuộc gọi quấy rối của khách hàng. Gần đây, do áp lực công việc tăng lên, giám sát có nhắc nhở Nguyễn Th. M đã có ý định chuyển sang công việc khác.

3.3.1.2. Mức độ thực hiện kỹ năng giao tiếp

Nguyễn Th. M được vào làm tại tổng đài Viettel vào tháng 5/2017, thuộc bộ phận tổng đài 198. Nguyễn Th. M là người rụt rè, ít giao tiếp, ưu điểm là không nói ngọng, không nói giọng địa phương. Qua khảo sát, Nguyễn Th. M tự đánh giá KNGT của mình còn thấp.

Trên thực tế file ghi âm, khi thực hiện Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng, cụ thể ở việc thực hiện các nhóm kỹ năng như sau: Kỹ năng thể hiện sự chào hỏi khách hàng: giọng nói của Nguyễn Th. M hơi trầm, nhỏ và thỉnh thoảng bị nuốt chữ trong câu chào khách hàng, thậm chí, một vài cuộc gọi, khách hàng không nghe rõ phần xưng danh của Nguyễn Th. M và yêu cầu nhắc lại. Ở kỹ năng thể hiện sự tôn trọng khách hàng (ĐTB = 2.98) mặc dù đã có cố gắng nhưng Nguyễn Th. M chưa thể hiện sự linh hoạt khi thay đổi cách xưng hô hoặc nhận ra nhu cầu thực sự của khách hàng để có những ứng xử phù hợp; kỹ năng thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ khách hàng: do tông giọng thấp nên khách hàng cảm thấy Nguyễn Th. M chưa hào hứng trong cuộc gọi. Khi trao đổi, Nguyễn Th. M tâm sự: *"Giọng nói khó thay đổi lắm ạ, em cũng rất muốn có giọng nói nghe hào hứng, tích cực nhưng từ khi sinh ra mình đã nói giọng đó rồi, đến bây giờ để thay đổi thì không được nữa chị ạ. Nói to hơn thì em còn cố gắng nói được, nhưng mỗi ca nghe hàng trăm cuộc, lúc đầu to chứ lúc sau cũng nhỏ dần".*

Ở kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng: Với hai nhóm kỹ năng lắng nghe, Nguyễn Th. M có thực hiện tốt hơn các kỹ năng còn lại với việc Nguyễn Th. M đã sử dụng những tiếng đệm để thể hiện sự lắng nghe, có xác nhận lại thông tin khách hàng, Nội dung kỹ năng đặt câu hỏi Nguyễn Th. M chưa làm tốt, các câu hỏi còn lòng vòng, chưa đúng ý và đôi lúc ngô nghê, khi hỏi xong chưa xác định được vấn đề của khách hàng. Vì vậy, các cuộc gọi của Nguyễn Th. M thường kéo dài hơn so với các cuộc gọi thông thường.

File ghi âm cho thấy ở mục thực hiện kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng, kỹ năng sử dụng phương tiện ngôn ngữ của Nguyễn Th. M chưa linh hoạt, đôi chỗ diễn đạt gây khó hiểu cho khách hàng, có nhiều cuộc gọi sau khi trao đổi, khách hàng yêu cầu được đổi điện thoại viên hoặc Nguyễn Th. M phải tự chuyển cuộc gọi cho giám sát hỗ trợ. Nguyễn Th. M đôi lúc cũng quên chưa giới thiệu nơi khách hàng có thể thực hiện tra cứu thông tin hoặc hướng dẫn khách hàng quá chi tiết trong khi khách hàng có thể tự tra cứu và hoàn thành các thông tin đó. Ví dụ, chúng tôi nghe file ghi âm ngẫu nhiên cuộc trao đổi của Nguyễn Th. M với khách hàng,

khách hàng hỏi về lí do cước bị trừ nhiều trong tháng mà không biết tại sao? Nguyễn Th. M đã hỏi nhiều câu vòng vo như: chú có dùng 3G, 4G không? Sau đó đến nhà chú có con nhỏ không? Rồi bị trừ tiền từ bao giờ? Khi khách hàng đặt câu hỏi Nguyễn Th. M không trả lời ngay mà cố gắng dẫn dắt khách hàng đi theo suy nghĩ của bản thân khiến khách hàng nóng giận và đòi đổi người hỗ trợ.

Kỹ năng kết thúc cuộc gọi (ĐTB = 2.45) đều cho thấy, Nguyễn Th. M thực hiện khách hàng này ở mức trung bình dưới, đôi khi lúng túng, thiếu linh hoạt, gây lãng phí thời gian và chưa truyền đạt đến khách hàng thông tin cần thiết nhất. Một vài cuộc gọi, khi kết thúc cuộc gọi còn dài dòng, chưa khiến khách hàng hài lòng.

Khi được hỏi về một cuộc gọi hỗ trợ khách hàng khiến cho Nguyễn Th. M ấn tượng từ khi vào làm, Nguyễn Th. M chia sẻ như sau: Trong một lần trực ca đêm, Nguyễn Th. M nhận được cuộc điện thoại lúc hơn 11 giờ đêm, khách hàng nam nói chuyện với giọng rất nhỏ, thều thào, khách hàng có hỏi về giá cước cuộc gọi quốc tế (sau này giám sát cho nghe lại file ghi âm Nguyễn Th. M mới biết là khách hàng có đặt câu hỏi), do không nghe rõ và đã đề nghị khách hàng nói rõ hơn nhưng khách hàng vẫn nói với giọng và tốc độ nói như vậy. Đến lần thứ ba, khi Nguyễn Th. M nghe được câu hỏi thì cũng là lúc khách hàng bắt đầu cáu. Khi khách hàng cáu, bất kể thông tin nào về dịch vụ Nguyễn Th. M trao đổi, khách hàng đều kêu về chất lượng dịch vụ kém, giá cao, ăn chặn và lên giọng trách móc nhà mạng. Tiếp đó, khách hàng quay sang hỏi những thông tin không liên quan đến dịch vụ của nhà mạng, Nguyễn Th. M xin phép từ chối trả lời các thông tin không liên quan đến nhà mạng và gác máy thì bị khách hàng dọa sẽ khiếu nại và sẽ liên tục gọi lên suốt đêm. Sau hơn 35 phút trao đổi, khách hàng đồng ý cho Nguyễn Th. M gác máy và kèm theo những lời dọa dẫm, trách móc Nguyễn Th. M không am hiểu nghiệp vụ, thiếu nhiệt tình với khách hàng. Sau đó, cuộc gọi của Nguyễn Th. M được giám sát đánh giá và Nguyễn Th. M phải làm tường trình về cuộc gọi.

3.3.1.3. Đánh giá mức độ thực hiện kỹ năng giao tiếp

Như vậy, kết hợp với việc quan sát và điều ta phiếu điều tra chúng tôi nhận thấy, sự hiểu biết về các KNGT và cụ thể là kỹ năng lắng nghe; kỹ năng đặt câu hỏi; kỹ năng sử dụng các phương tiện giao tiếp và kỹ năng kết thúc cuộc gọi của Nguyễn Th. M đều đạt ở mức độ thấp. Cũng chính vì lẽ đó, khi chúng tôi phân tích thêm file ghi âm đều nhận thấy, Nguyễn Th. M có một tông giọng giống nhau khi trao đổi với khách hàng. Điều này cũng có thể xuất phát từ những nguyên nhân khác nhau. Thứ nhất, bản tính của Nguyễn Th. M vốn trầm và ít nói, vì vậy lượng

ngôn từ hạn chế gặp khó khăn khi trao đổi. Thứ hai, Nguyễn Th. M mới bước vào nghề, làm việc tại tổng đài có nhiều nghiệp vụ khác hẳn so với ngành mà Nguyễn Th. M theo học Hơn nữa, Nguyễn Th. M cũng chưa được đào tạo và bổ sung thêm các kiến thức về giao tiếp với khách hàng. Vì vậy sự hiểu biết về vấn đề này quá ít đã làm cho KNGT của Nguyễn Th. M còn hạn chế.

3.3.2. Điện thoại viên có kỹ năng giao tiếp ở mức trung bình

3.3.2.1. Thông tin cá nhân

- Họ và tên: Trần Th.Th.
- Sinh năm 1995 tại Huyện Kim Bôi, tỉnh Hòa Bình

Trần Th.Th được sinh ra và lớn lên trong một gia đình có bố là bác sĩ thú y, mẹ làm nông nghiệp. Tốt nghiệp PTTH, Trần Th.Th vào trung cấp kế toán. Sau khi tốt nghiệp, Trần Th.Th lại không muốn theo nghề kế toán, phải làm việc với những con số và bản thân Trần Th.Th cũng không phải là người tỉ mẩn, cẩn thận. Trần Th.Th có bạn đang làm việc tại tổng đài Viettel nên rủ Trần Th.Th xuống Hà Nội làm cùng. Trần Th.Th chưa biết nhiều về công việc trực tại tổng đài chăm sóc khách hàng để hỗ trợ khách hàng qua điện thoại.

Nhận thức của về công việc: Trần Th.Th nhận thức đúng về công việc mình đang làm, Trần Th.Th hiểu rằng các công ty cần có bộ phận đường dây nóng để hỗ trợ, chăm sóc khách hàng khi cần thiết. Trần Th.Th cũng hiểu rằng khách hàng sử dụng dịch vụ viễn thông có nhiều đặc điểm khác nhau về giới tính, dân tộc, trình độ, quan điểm về sử dụng dịch vụ, do đó, trong quá trình sử dụng dịch vụ, nếu gặp các sự cố cần hỗ trợ, họ cần ngay lập tức có người giúp họ giải quyết vấn đề. Trần Th.Th cho rằng trong quá trình kinh doanh dịch vụ, việc khách hàng thắc mắc, khiếu nại về các sản phẩm, dịch vụ của nhà cung cấp là điều không tránh khỏi. Nếu nguyên nhân đến từ nhà cung cấp dịch vụ thì đơn vị cung cấp dịch vụ cần chủ động, nhiệt tình hỗ trợ khách hàng. Bên cạnh đó, đôi lúc Trần Th.Th cho rằng nhiều khách hàng không chịu tự chủ động tìm hiểu dịch vụ mà thường xuyên hỏi ngay khi gặp vấn đề, điều đó khiến cho Trần Th.Th phải làm việc nhiều hơn.

Sự say mê, hứng thú với công việc

Sau 7 tháng làm việc, Trần Th.Th bước đầu cảm thấy chăm sóc, hỗ trợ khách hàng qua điện thoại là một công việc khá ý nghĩa vì trong một ngày làm việc có thể hỗ trợ, giúp đỡ được nhiều khách hàng giải quyết vấn đề của họ. Ngoài ra, đây cũng là một công việc nhiều thách thức, đòi hỏi điện thoại viên cần nỗ lực để lắng nghe, trau dồi nghiệp vụ, đồng cảm để có thể hỗ trợ khách hàng một cách tốt nhất. Trần

Th.Th cho biết: "*Làm việc ở đây em biết thêm nhiều nghiệp vụ, kỹ năng mới mà nếu không làm sẽ không bao giờ biết được. Em phải học nghiệp vụ thường xuyên, nhưng nhiều khi khách hàng hỏi vẫn trả lời chưa chính xác yêu cầu của khách hàng. Thực sự là cũng phải có thích công việc này mới làm được gần 1 năm như em*".

Nhu cầu, động cơ nghề nghiệp

Bản thân Trần Th.Th không phải là một người hoạt ngôn, thích giao tiếp nên với Trần Th.Th làm công việc này là cơ hội để Trần Th.Th nâng cao, hoàn thiện kỹ năng giao tiếp của mình. Trần Th.Th cũng hiểu bản chất công việc là cần giao tiếp, hỗ trợ khách hàng liên tục và thường xuyên. "*Nói như một cái máy luôn trong suốt 8 tiếng làm việc, cứ hết cuộc gọi này là đến cuộc gọi khác và hầu như mỗi cuộc gọi sẽ là một khách hàng khác nhau. Do vậy, công việc này giúp em có cơ hội học hỏi nhiều điều, học tính kiên nhẫn khi khách hàng quát tháo, học cách giao tiếp với nhiều nhóm khách hàng khác nhau, đủ loại người trong xã hội*".

Trách nhiệm trong công việc

Trần Th.Th là người nghiêm túc trong công việc, Trần Th.Th cố gắng để hỗ trợ khách hàng trong khả năng của mình. Do vậy, các cuộc gọi của Trần Th.Th đôi khi dài hơn so với các cuộc gọi thông thường. Trong một số trường hợp, khi chưa tìm được phương án hỗ trợ tốt nhất cho khách hàng, Trần Th.Th thường nhờ sự hỗ trợ của giám sát, quản lý để cuộc gọi được tốt nhất.

Quá trình làm điện thoại viên

Trong thời gian làm điện thoại viên, Trần Th.Th đã hỗ trợ được nhiều khách hàng với nhiều loại hình cuộc gọi khác nhau như thông tin về sản phẩm, dịch vụ, chính sách. Trần Th.Th cũng có những hướng xử lý tương đối phù hợp trong các cuộc gọi, đặc biệt là các cuộc gọi khiếu nại về cước, khiếu nại về thái độ của nhân viên.

3.3.2.2. Mức độ thực hiện kỹ năng giao tiếp

Để biết được mức độ thực hiện KNGT của điện thoại viên Trần Th.Th chúng tôi khảo sát và thu được được kết quả như sau:

- Thực hiện Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng: Cụ thể ở việc thực hiện các nhóm kỹ năng như sau: Ở kỹ năng thể hiện sự chào hỏi khách hàng, Trần Th.Th đã thực hiện ở mức khá với việc xưng danh số rõ ràng, bên cạnh đó, đôi lúc Trần Th.Th còn chưa thể hiện sự niềm nở đón tiếp khách hàng. Trần Th.Th đã khá linh hoạt trong việc thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ khách hàng, khách hàng đã được gọi tên, được thể hiện sự quan tâm đến vấn đề. Tuy nhiên Trần Th.Th chưa

mỉm cười và thể hiện sự hào hứng ở đầu cuộc gọi. Trần Th.Th cho biết: *"Em thấy cứ bình thường là được rồi, nhiều khi mình khéo quá khách hàng lại cảm thấy khó chịu. Em thường chào hỏi khách hàng nhẹ nhàng rồi sau đó đề nghị được hỗ trợ khách hàng luôn"*.

Thực hiện kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng Trần Th.Th với kỹ năng lắng nghe và kỹ năng đặt câu hỏi, Trần Th.Th đã chủ động hỏi các thông tin khách hàng, Trần Th.Th đã sử dụng các từ thể hiện sự lắng nghe (dạ, vâng...) và tóm tắt lại các thông tin khách hàng đã cung cấp để khách hàng hiểu điện thoại viên đã hiểu vấn đề của khách hàng. Bên cạnh đó, đôi lúc Trần Th.Th gặp lỗi đặt câu hỏi như: đặt câu hỏi lòng vòng, thừa, thiếu linh hoạt hoặc hỏi nhiều lần một thông tin của khách hàng. Ví dụ, qua phân tích file ghi âm cuộc gọi khách hàng khiếu nại liên quan đến cước cuộc gọi di động, khách hàng cho biết không thực hiện cuộc gọi nhưng bị phát sinh cước, thậm chí cuộc gọi chỉ đổ chuông đã bị tính cước và cước cuộc gọi cuối tháng lên quá cao. Với trường hợp như vậy, thao tác thông thường là điện thoại viên sẽ xin phép khách hàng chờ trong giây lát, kiểm tra chi tiết chiều gọi đi và chiều nhận cuộc gọi của khách hàng để đối soát. Sau đó dựa trên kết quả đối soát này để xác định nội dung khách hàng phản ánh đúng hay sai. Tuy nhiên, Trần Th.Th lại dành quá nhiều thời gian để hỏi khách hàng thực hiện cuộc gọi lúc nào, đến thuê bao nào khiến cho khách hàng cảm thấy điện thoại viên nghi ngờ thông tin khách hàng cung cấp, dẫn đến đôi co, tranh luận.

Thực hiện kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng: cụ thể ở việc thực hiện các nhóm kỹ năng như sau: ngữ điệu của Trần Th.Th là phù hợp với âm lượng tương đối tốt. Bên cạnh đó, có tình huống phần cuối ngày hoặc cuối cuộc gọi, âm lượng còn đôi lúc to hoặc nhỏ không đều, một đôi chỗ tốc độ nói nhanh khiến khách hàng yêu cầu nhắc lại thông tin. Ngoài ra, Trần Th.Th cũng có thói quen chêm vào một vài từ tiếng Anh như "OK", "check", "send" làm một số khách hàng khó hiểu.

Trần Th.Th là người nghiêm túc, thận trọng trong công việc nên khi đến làm sẽ tập trung tối đa vào công việc, không giao lưu, trò chuyện trao đổi kinh nghiệm với các bạn đồng nghiệp. Khi trao đổi với khách hàng, do quá nghiêm túc nên cách trao đổi của Trần Th.Th đôi khi cứng nhắc, dập khuôn, máy móc, thiếu linh hoạt khiến khách hàng khó chịu. Đôi khi Trần Th.Th còn bị đồng nghiệp nhận xét chưa nhiệt tình trong công việc. Khi điều tra phiếu tự đánh giá KNGT của bản thân, chị đạt ở mức điểm trung bình. Kết hợp với việc phân tích file ghi âm, chúng tôi thấy Trần Th.Th có KNGT đã bước đầu đảm bảo tính hiệu quả, nhưng trong một vài tình

huống khi cần có sự nhạy bén trong xử lí, chúng tôi nhận thấy Trần Th.Th xử lý chưa linh hoạt và chưa mềm dẻo. Trong những trường hợp như vậy, sự cứng nhắc đó sẽ làm cho khách hàng phản ứng và không hài lòng với điện thoại viên.

3.3.2.3. Đánh giá mức độ thực hiện kỹ năng giao tiếp

Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên ở mức trung bình. Điện thoại viên đã bước đầu thể hiện tính đúng đắn và thành thục trong quá trình giao tiếp với khách hàng. Tuy nhiên, sự hiệu quả đôi khi chưa thể hiện rõ nét do khách hàng chưa được đáp ứng đúng nhu cầu. Điện thoại viên Trần Th.Th là điện thoại viên có trách nhiệm, nhiệt tình. Trần Th.Th có ưu thế là khi học một nghiệp vụ nào đó mới để phục vụ cho công việc, Trần Th.Th sẽ rất tập trung, học nhiệt tình, Trần Th.Th tin rằng chỉ cần nghiệp vụ tốt sẽ giải quyết được mọi thắc mắc của khách hàng. Trên thực tế, ngoài nắm vững nghiệp vụ, điện thoại viên cần linh hoạt, nhạy bén khéo léo khi khai thác và cung cấp thông tin cho khách hàng.

3.3.3. Điện thoại viên có kỹ năng giao tiếp ở mức cao

3.3.3.1. Thông tin cá nhân

- Họ và tên: Lê.M.H
- Sinh năm 1994 tại Vĩnh Phúc

Lê M.H sinh ra và lớn lên tại huyện Bình Xuyên, tỉnh Vĩnh Phúc. Lê M.H sinh ra và lớn lên trong gia đình thuần nông. Khi học phổ thông trung học, Lê M.H đã là người năng động, nhiệt tình trong các hoạt động Đoàn, Đội. Ở bậc đại học, Lê M.H theo học ngành quản trị kinh doanh tại trường Đại học Kinh doanh và công nghệ. Vốn là một người yêu thích công việc giao tiếp với người khác, năng động, nhiệt tình nên Lê M.H được mọi người quý mến. Sau khi ra trường, Lê M.H đã trải nghiệm qua nhiều công việc khác nhau, Lê M.H quyết định thử sức mình trong công việc làm điện thoại viên hỗ trợ khách hàng với mục tiêu rèn luyện bản thân, trau dồi kỹ năng giao tiếp, đàm phán. Lúc đầu, Lê M.H dự định làm điện thoại viên để có thêm kinh nghiệm nhưng càng làm việc càng cảm thấy gắn bó và yêu thích, Lê M.H đang được đề xuất để trở thành trưởng nhóm.

Nhận thức về công việc

Lê M.H nhận thức rõ về công việc chăm sóc khách hàng qua điện thoại cũng như vai trò của điện thoại viên trong hoạt động của tổng đài. Hoạt động tư vấn, giải đáp, hỗ trợ cho khách hàng mà từng phút điện thoại viên thực hiện đã mang lại cho doanh nghiệp những lợi ích to lớn. Cụ thể, điện thoại viên là một trong các kênh tiếp xúc khách hàng nhanh nhất và thuận tiện nhất, giúp khách hàng dễ dàng tìm

hiểu thông tin và sử dụng dịch vụ giá trị gia tăng mong muốn. Ngoài ra, ở góc độ doanh nghiệp, mỗi điện thoại viên là một *"đại sứ thương hiệu"* tạo hiệu ứng hình ảnh để quảng bá chất lượng, dịch vụ của doanh nghiệp một cách hiệu quả. Lê M.H cũng hiểu rằng, điện thoại viên sẽ là người thay thế doanh nghiệp tiếp thu thắc mắc, khiếu nại, tư vấn, xử lý thông tin cho khách hàng để doanh nghiệp nâng cao chất lượng dịch vụ.

Sự say mê, hứng thú với công việc

Lê M.H lúc đầu làm việc với suy nghĩ thử sức ở một lĩnh vực đặc thù để trau dồi bản thân, nhưng qua thực tế công việc, Lê M.H càng thêm tin tưởng, yêu thích công việc. Lê M.H cho biết: *"Mỗi khi nhấc máy kết nối với khách hàng, em lại suy nghĩ đến sự hài lòng của khách hàng khi được hỗ trợ, cung cấp phương án phù hợp cũng như được phục vụ tận tình. Nhìn chung công việc cũng có những thách thức về số và chất lượng cuộc gọi cũng như cần cập nhật liên tục các kiến thức nghiệp vụ mới, nhưng em thích công việc này. Thích việc mỗi cuộc gọi được trò chuyện với một người khác nhau, được nghe giọng nói từ khắp các vùng miền của đất nước, được tiếp xúc, trao đổi và làm hài lòng từ người cao tuổi đến trẻ nhỏ"*.

Nhu cầu, động cơ nghề nghiệp

Giao tiếp với khách hàng là điều mang lại cho Lê M.H nhiều điều thú vị. Đó là cách để Lê M.H hỗ trợ khách hàng một cách hiệu quả, tạo ra sự hài lòng cho khách hàng. Ngoài ra, đó cũng là cách để Lê M.H trau đồi kỹ năng, kinh nghiệm giao tiếp với khách hàng của bản thân.

Trách nhiệm trong công việc

Lê M.H là người có trách nhiệm, nhiệt tình trong công việc. Khi trao đổi với khách hàng, Lê M.H luôn cố gắng tìm ra phương án tốt nhất cho khách hàng nhưng cũng không làm ảnh hưởng đến lợi ích của doanh nghiệp. Lê M.H cũng luôn cố gắng hỗ trợ các đồng nghiệp khi đồng nghiệp gặp các tình huống khó, cần sự trợ giúp. Giám sát luôn đánh giá cao tinh thần và thái độ làm việc tập trung, chủ động của Lê M.H.

Quá trình làm điện thoại viên

Hành trình công việc của Lê M.H rất đặc biệt, lúc đầu đến với công việc vì sự tò mò và muốn thử thách học hỏi, không có ý định gắn bó lâu dài. Sau đó, trong quá trình làm việc, tự nhận thấy niềm vui trong công việc, ý nghĩa của công việc đối với bản thân, doanh nghiệp và khách hàng Lê M.H đã quyết định gắn bó lâu dài với công việc.

3.3.3.2. Mức độ thực hiện kỹ năng giao tiếp

Để biết được mức độ thực hiện KNGT của điện thoại viên Lê M.H chúng tôi khảo sát và thu được được kết quả như sau:

- Thực hiện Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng với KH: Cụ thể ở việc thực hiện các nhóm kỹ năng như sau: Lê M.H đã chào và mỉm cười, giọng hào hứng khi bắt đầu cuộc gọi, sau đó bình tĩnh nêu rõ tên doanh nghiệp và danh số rõ ràng, truyền cảm. Trong file ghi âm, không khách hàng nào đề nghị Lê M.H nhắc lại danh số, với cách thể hiện sự sẵn sàng phục vụ, nhờ giọng nói hào hứng, nhiệt tình khiến khách hàng cảm thấy muốn tiếp tục được trao đổi, trò chuyện.

Ở nội dung thực hiện kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng (ĐTB = 4.02): Lê M.H đã đặt câu hỏi khéo léo, phù hợp để khai thác các thông tin về khách hàng như: tình trạng của thiết bị, những hướng xử lí ban đầu, nguyện vọng của khách hàng. Nhờ việc lắng nghe hiệu quả nên Lê M.H hiểu các thông tin khách hàng cung cấp nhanh và đưa ra phản hồi phù hợp, mang lại cho khách hàng cảm giác được lắng nghe và tin tưởng.

Thực hiện kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng (ĐTB = 4.23): điện thoại viên nói với giọng chuẩn, phát âm rõ ràng, không ngọng l/n, không sử dụng phương ngữ, giọng địa phương, tròn vành, rõ chữ. Âm lượng: vừa phải, cân bằng giữa nhân điện thoại viên và khách hàng. Đồng thời Lê M.H luôn giữ tốc độ nói chậm hơn khách hàng, có ngữ điệu trong từng câu nói. Lê M.H diễn đạt bằng ngôn từ dễ hiểu, đi đúng trọng tâm nhu cầu của khách hàng, đồng thời có sử dụng các từ kính ngữ để tăng sự biểu đạt đối với khách hàng: dạ, vâng, ạ.

Ví dụ Lê M.H thể hiện sự đồng cảm với khách hàng khi khách hàng đang nóng giận luôn khiến khách hàng cảm thấy được động viên, chia sẻ. Lê M.H biết cách để sử dụng những ngôn từ phù hợp khi trao đổi với khách hàng và đưa ra được phương án lựa chọn tốt nhất cho khách hàng, cách giải thích của Lê M.H cũng dễ hiểu và hướng dẫn thao tác của Lê M.H tương đối nhanh.

Khi được hỏi về một cuộc gọi để lại ấn tượng với bản thân, Lê M.H cho biết: đó là cuộc gọi khiếu nại đầu tiên Lê M.H nghe khi mới đi làm – cuộc gọi khiếu nại về cước, khách hàng đã hủy đăng kí gói dịch vụ giá trị gia tăng nhưng bị trừ cước, thậm chí cước tháng của khách hàng cao gấp 4 lần các tháng trước đó. Khách hàng rất tức giận và quát tháo trong cuộc gọi. Lê M.H cho biết, lúc đầu Lê M.H cũng hơi mất bình tĩnh khi bị khách hàng dùng từ ngữ không phù hợp để trao đổi. Nhưng

may mắn là Lê M.H đã kiềm chế được và đề nghị khách hàng giữ máy để kiểm tra thông tin thuê bao. Sau khi kiểm tra chi tiết cước, kiểm tra giao diện thuê bao, phát hiện ra khách hàng có thao đăng kí lại và sử dụng gói cước để xem phim, khi khách hàng kiểm tra lại lịch sử thì phát hiện ra con của khách hàng đăng kí và xem phim trên thuê bao của khách hàng. Lê M.H cũng hướng dẫn khách hàng cách hủy dịch vụ để tránh cước phát sinh theo tháng. Khách hàng sau đó đã xin lỗi và cảm ơn sự hỗ trợ nhiệt tình của Lê M.H.

3.3.3.3. Đánh giá mức độ thực hiện kỹ năng giao tiếp

So với mức độ chung của điện thoại viên mà chúng tôi khảo sát, điện thoại viên có KNGT ở mức cao. Các biểu hiện kỹ năng thành phần của KNGT được thực hiện một cách đồng đều, hài hòa. Có thể nhận thấy có được nền tảng đào tạo tương đối phù hợp với tính cách yêu nghề, thích giao tiếp và đặc biệt là ý thức tự học hỏi, luôn chủ động trong việc hoàn thiện và nâng cao những kiến thức cho bản thân đã đem lại các kết quả như vậy.

3.4. Biện pháp nâng cao trình độ kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

3.4.1. Xây dựng động cơ, ý thức rèn luyện tay nghề và tình yêu công việc cho điện thoại viên

Xây dựng động cơ, ý thức rèn luyện tay nghề và tình yêu công việc cho điện thoại viên là biện pháp chủ yếu và trực tiếp để mỗi cá nhân bổ sung, bù đắp thêm những thiếu hụt về năng lực, kinh nghiệm đáp ứng với yêu cầu của khách hàng, doanh nghiệp. Cơ chế hình thành kỹ năng đã cho thấy, KNGT không có sẵn mà được hình thành và phát triển trong suốt quá trình hoạt động nghề nghiệp của điện thoại viên. Mỗi cuộc gọi đều là cơ hội để điện thoại viên trau dồi, học hỏi, nâng cao KNGT của mình. Phát huy tính tích cực tự học, tự tu dưỡng rèn luyện ở mỗi điện thoại viên cũng là một yếu tố đặc biệt quan trọng nhằm phát triển KNGT cho chính họ. Vì vậy, cần phải quan tâm giải quyết một số nội dung chủ yếu sau:

Một là, tăng cường giáo dục động cơ nghề nghiệp (yêu nghề, thích giao tiếp với khách hàng, mong muốn hỗ trợ khách hàng, trau dồi KNGT...) bồi dưỡng tinh thần tự giác rèn luyện tu dưỡng thông qua các hình thức tuyên truyền vận động, nêu gương điện thoại viên. Tính tích cực tự học tập của điện thoại viên chỉ có kết quả tốt khi chính họ nhận thức đúng đắn những yêu cầu, chuẩn mực về năng lực nghề nghiệp của người điện thoại viên. Điện thoại viên cần nhận thức được vai trò và giá

trị của nghề hỗ trợ khách hàng qua điện thoại, công việc giúp khách hàng có thể được hỗ trợ một cách nhanh chóng, thuận lợi, tiết kiệm thời gian, chi phí. Đặc biệt cần phải giáo dục cho mỗi điện thoại viên nhận thức rằng: các phẩm chất đạo đức nghề nghiệp, kỹ năng làm việc cũng như nghiệp vụ không phải hoàn toàn do tự nhiên mà có, mà một phần lớn là do trải qua quá trình học tập, rèn luyện thường xuyên liên tục, nghiêm túc, bền bỉ.

Hai là, định hướng điện thoại viên xây dựng kế hoạch, nội dung tự học, tự rèn luyện nâng cao KNGT và phát triển bản thân. Theo đó, mỗi điện thoại viên cần phải tự xác định rõ về bản thân và tích cực giải quyết những mâu thuẫn giữa yêu cầu nhiệm vụ của nghề, của doanh nghiệp với những hạn chế, bất cập của bản thân để xây dựng kế hoạch, xác định quyết tâm thường xuyên tự đào tạo. Bên cạnh đó, để thúc đẩy nhu cầu này cần tổ chức tốt buổi đào tạo, đánh giá, góp ý đúng ưu điểm, hạn chế của từng điện thoại viên, giúp họ nhận thức về những hạn chế của bản thân, những điều thực hiện được và những nội dung thực hiện còn chưa đạt hiệu quả, qua đó có kế hoạch tự tu dưỡng, rèn luyện. Ngoài ra, kịp thời công khai biểu dương, khen thưởng những điện thoại viên có nhiều thành tích trong công việc như đảm bảo số và chất lượng cuộc gọi, nhận được phản hồi tích cực từ khách hàng.

Ba là, xây dựng, ban hành những quy định về đào tạo để nâng cao, hoàn thiện KNGT của điện thoại viên.

Bộ phận quản lý một mặt phải khuyến khích điện thoại viên tự đào tạo, mặt khác phải có những cơ chế quy định buộc điện thoại viên phải tham gia đào tạo và tự bồi dưỡng để phát triển và hoàn thiện phẩm chất năng lực, chuyên môn nghiệp vụ, KNGT của mỗi điện thoại viên. Ví dụ, quy định tổng số giờ đào tạo của điện thoại viên tại doanh nghiệp trong một năm là 52 giờ đào tạo, trong đó, 12 giờ được dành cho đào tạo về kỹ năng.

Bộ phận quản lý phải đặt ra những yêu cầu cao đối với đội ngũ điện thoại viên không chỉ trong việc nâng cao KNGT mà còn cả trong rèn luyện phẩm chất đạo đức nghề nghiệp, tinh thần, thái độ phục vụ khách hàng. Định kì theo quý hoặc theo năm sẽ có hoạt động đánh giá, rà soát việc đào tạo và tự đào tạo của điện thoại viên để từ đó có cơ chế tuyển dụng và sàng lọc phù hợp.

3.4.2. Tổ chức luyện tập, đào tạo định kì về KNGT cho điện thoại viên

Tại các doanh nghiệp cần thực hiện tốt hoạt động luyện tập, đào tạo định kì về KNGT cho điện thoại viên nhằm tạo cơ hội cho sự phát triển KNGT của điện thoại viên, theo chúng tôi đây là một biện pháp quan trọng. Để làm tốt được biện

pháp này, cần phải có sự tham gia đồng bộ từ phía chuyên viên đào tạo, chương trình đào tạo, nội dung phương pháp đánh giá, cơ sở vật chất và sự hợp tác từ bộ phận vận hành của từng tổng đài và đặc biệt là từ phía điện thoại viên, cụ thể:

** Về phía chuyên viên đào tạo*

Đối với các chuyên viên đào tạo, cần chủ động cập nhật, tìm hiểu thêm các tình huống nghiệp vụ mới nảy sinh trên tổng đài và đưa vào trong quá trình giảng dạy để điện thoại viên trao đổi, thảo luận nhằm hình thành các KNGT cho điện thoại viên như: kỹ năng đặt câu hỏi, kỹ năng cung cấp thông tin hiệu quả. Bên cạnh đó, trong quá trình giảng dạy, chuyên viên đào tạo cần quan tâm đến việc thực hiện các cuộc gọi mẫu, làm mẫu để điện thoại viên quan sát, học hỏi. Đây là một khâu tất yếu trong quá trình hình thành kỹ năng. Chuyên viên đào tạo có thể chủ động đề xuất và mời các điện thoại viên có kinh nghiệm và kỹ năng giao tiếp với khách hàng tốt từ các tổng đài cùng thiết kế, xây dựng và làm mẫu ngay tại buổi đào tạo. Sự sinh động trong hoạt động đào tạo sẽ giúp điện thoại viên hình thành KNGT một cách nhanh nhất, hiệu quả nhất.

Trong quá trình đào tạo, cần tăng cường nhận thức cho điện thoại viên nhằm giúp họ ý thức được vai trò, tầm quan trọng của việc rèn KNGT đối với việc hình thành, phát triển kỹ năng nghề, từ đó điện thoại viên sẽ chủ động, tích cực rèn luyện thường xuyên, liên tục.

** Về phía bộ phận Nhân sự và đào tạo*

Bộ phận Nhân sự và đào tạo cần tạo cho điện thoại viên một môi trường với nhiều hoạt trau dồi KNGT để điện thoại viên có dịp thể hiện và rèn luyện như các cuộc thi: điện thoại viên được yêu thích nhất, chương trình "Những cuộc gọi vàng", "Giọng nói đỉnh cao". Qua các hoạt động đó sẽ hình thành ở điện thoại viên không chỉ các năng lực, các KNGT mà còn hình thành ở điện thoại viên ý thức với nghề, yêu nghề, tạo động lực để điện thoại viên mới phấn đấu học tập và rèn luyện đáp ứng yêu cầu của nghề, của khách hàng và doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, Bộ phận nhân sự và các bộ phận vận hành cần sắp xếp ca, kíp trực hợp lý để điện thoại viên có thể chủ động tham gia các hoạt động đào tạo nâng cao kỹ năng giao tiếp.

Bộ phận Nhân sự và đào tạo xây dựng cơ chế khen thưởng phù hợp để tạo động lực cho điện thoại viên mới hội nhập tham gia, đồng thời tạo điểm nhấn cho điện thoại viên ý thức hơn về vai trò, ý nghĩa của KNGT trong hoạt động nghề nghiệp của họ sau này.

** Về phía doanh nghiệp*

Hiện nay, theo tìm hiểu của chúng tôi, trong chương trình đào tạo điện thoại viên, thì các kiến thức về KNGT của điện thoại viên chỉ được xây dựng trong khoảng 6 giờ đào tạo cho điện thoại viên mới và việc tái đào tạo điện thoại viên chưa được thực sự ưu tiên. Thời lượng đào tạo các kỹ năng chiếm tỷ lệ ít nhất trong các nội dung đào tạo cho điện thoại viên mới hội nhập, từ đó dẫn tới việc điện thoại viên có nhận thức chưa đúng đắn về vấn đề này. Thêm vào đó, trong khi làm việc, các điện thoại viên đều bổ sung thường xuyên các kiến thức liên quan đến nghiệp vụ… nhưng không có nội dung rèn phát triển KNGT một cách bài bản. Do vậy, để nâng cao KNGT cho điện thoại viên, cần lưu ý như sau:

- Về cơ sở vật chất, cần trang bị phòng thực hành mô phỏng với đầy đủ các trang thiết bị như máy tính, phần mềm, tai nghe, điện thoại… như một phòng làm việc tại tổng đài thực sự. Phòng thực hành mô phỏng sẽ là nơi để điện thoại viên tiến hành các hoạt động thực hành một cách thường xuyên, điện thoại viên sẽ có cơ hội để thể hiện cách chuẩn bị tiếp nhận cuộc gọi, nghe và trả lời khách hàng, cập nhật thông tin trên hệ thống và trải nghiệm các tình huống giao tiếp thực tế với khách hàng, tránh việc bỡ ngỡ khi lên tổng đài tiếp nhận cuộc gọi chính thức.

3.4.3. Tham vấn tâm lý hỗ trợ cho điện thoại viên

Đặc trưng công việc của điện thoại viên có nhiều căng thẳng, stress, do đó, đề xuất tham vấn tâm lý cho điện thoại viên. Đó là nơi điện thoại viên được giải tỏa các cảm xúc sau một ca làm việc căng thẳng hoặc là nơi điện thoại viên được tư vấn, can thiệp và hỗ trợ tâm lý khi có cuộc gọi khiếu nại gây ảnh hưởng tiêu cực tới cảm xúc của điện thoại viên. Tham vấn tâm lý sẽ giúp điện thoại viên lấy lại thăng bằng trước khi tiếp nhận các cuộc gọi tiếp theo, giảm bớt áp lực trong công việc của giúp điện thoại viên chủ động, xử lý cuộc gọi tốt hơn.

** Về nội dung hỗ trợ, tư vấn tâm lý cho điện thoại viên*

Phòng Hỗ trợ tư vấn tâm lý cho điện thoại viên là địa chỉ để điện thoại viên chia sẻ những suy nghĩ, cảm xúc về công việc nâng cao nhận thức cho điện thoại viên về: KNGT, khách hàng, vai trò của khách hàng đối với doanh nghiệp, điện thoại viên. Không chỉ những điện thoại viên gặp khó khăn, stress trong công việc mà tất cả các điện thoại viên muốn được tham gia, phát hiện sớm, phòng ngừa đều được hỗ trợ, can thiệp tâm lý.

Tham vấn tâm lý cho điện thoại viên là nơi để điện thoại viên sẽ được lắng nghe, phân tích và thực hành các mẫu chuẩn của các điện thoại viên giỏi trong xử lý

tình huống giữa điện thoại viên với khách hàng. Bên cạnh đó, điện thoại viên cũng được tiếp cận với các file ghi âm chưa tốt để nhận ra những điểm cần tránh trong cuộc gọi để từ đó hoàn thiện KNGT của bản thân.

Bên cạnh đó, cuộc sống của phần lớn điện thoại viên còn rất nhiều khó khăn, thu nhập của điện thoại viên chưa theo kịp so với nhu cầu thực tế cũng như so với áp lực công việc của điện thoại viên. Vì vậy, hiện nay cần tập trung thực hiện tốt các chế độ, đảm bảo tốt đời sống vật chất, tinh thần cho đội ngũ điện thoại viên như: tiếp tục đổi mới chính sách tiền lương và phụ cấp; tạo điều kiện cho điện thoại viên được tham gia các khóa đào tạo nâng cao trình độ tri thức, trình độ chuyên môn nghiệp vụ; chăm lo bảo đảm thỏa mãn các nhu cầu văn hóa tinh thần chính đáng của điện thoại viên để điện thoại viên yên tâm làm việc, thêm yêu nghề, tôn trọng khách hàng nâng cao chất lượng giao tiếp, chăm sóc khách hàng.

3.5. Phân tích trường hợp điển hình minh họa cho biện pháp nâng cao kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Chúng tôi tiến hành đồng thời các biện pháp tác động trên một số điện thoại viên đang có kỹ năng ở mức trung bình. Chúng tôi mô tả cụ thể với trường hợp của điện thoại viên Trần Th.Th cụ thể như sau:

Điện thoại viên Trần Th.Th (phân tích ở mục 3.3.2) với mức độ KNGT chung tăng từ mức độ trung bình lên mức độ cao, sau khi chúng tôi sử dụng phối hợp các biện pháp tác động nhằm nâng cao KNGT cho điện thoại viên bao gồm:

Xây dựng động cơ, ý thức rèn luyện tay nghề và tình yêu công việc cho điện thoại viên: Chúng tôi thực hiện biện pháp này bằng hình thức đào tạo trực tuyến tới Trần Th.Th qua các video, câu truyện ý nghĩa về nghề hỗ trợ khách hàng qua điện thoại và khuyến khích Trần Th.Th ghi lại các cảm nhận về các video, câu truyện đó cũng như chia sẻ lại cảm xúc sau khi xem các video, câu chuyện với các bạn đồng nghiệp để gia tăng nhận thức về nghề giao tiếp với khách hàng qua điện thoại. Trước mỗi ca làm việc, Trần Th.Th được đề xuất nghe 1 file ghi âm điện thoại viên hỗ trợ thành công cho khách hàng để gia tăng cảm xúc tích cực, đồng thời đó là cơ hội để học hỏi từ các đồng nghiệp khác. Song song với hoạt động đó, Bộ phận nhân sự và đào tạo tổ chức cuộc thi "Cuộc gọi vàng" trong nhóm làm việc của Trần Th.Th để Trần Th.Th có cơ hội được học hỏi từ các đồng nghiệp, cũng như nỗ lực hoàn thiện các KNGT của bản thân và cảm nhận giá trị tích cực của nghề giao tiếp với khách hàng qua điện thoại.

Ngoài ra, chúng tôi cùng với trưởng nhóm của Trần Th.Th xây dựng lộ trình

hoàn thiện KNGT cho Trần Th.Th trong một tháng, trong đó Trần Th.Th cũng được chỉ dẫn, kèm cặp 1 – 1 bởi điện thoại viên Trịnh Th. Th. H – một điện thoại viên luôn đạt các chỉ số cuộc gọi ở mức cao. Trần Th.Th đã được trợ giúp, nghe và phân tích các file ghi âm của bản thân và các đồng nghiệp khác, được luyện tập để cải thiện từng KNGT theo tuần dưới sự hướng dẫn của điện thoại viên Trịnh Th. Th. H. Những nỗ lực của Trần Th.Th đều được giám sát, quản lý ghi nhận và khuyến khích bằng các phần thưởng.

Tổ chức tập huấn, đào tạo định kì về KNGT cho điện thoại viên: Phân tích cho thấy, điện thoại viên Trần Th.Th có điểm trung bình ở hầu hết các kỹ năng, ở phần thiết lập quan hệ chưa thể hiện sự hào hứng; ở kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng còn đặt câu hỏi lòng vòng, câu hỏi thừa, thiếu linh hoạt hoặc hỏi nhiều lần một thông tin. Chúng tôi tổ chức cho điện thoại viên tham gia đào tạo 2 buổi cùng với các điện thoại viên khác với chuyên đề về kỹ năng đặt câu hỏi để tạo cơ hội cho điện thoại viên thực hành cũng như học hỏi từ các điện thoại viên khác. Trần Th.Th được tham gia thực hành xử lý trực tiếp các tình huống khai thác thông tin, xác định nhu cầu của khách hàng cũng như hỗ trợ, giải quyết các khiếu nại của khách hàng, sau đó lắng nghe các góp ý của đồng nghiệp, giám sát để nhận ra ưu, nhược điểm của bản thân và được đề xuất các biện pháp khắc phục hiệu quả.

Bên cạnh đó, tại tổng đài cũng cố gắng thực hiện tốt chế độ, chính sách đối với điện thoại viên bằng cách thưởng nóng khi đạt các chỉ số cuộc gọi nhằm kích thích tinh thần và thái độ làm việc.

Tham vấn tâm lý hỗ trợ cho điện thoại viên: Thông thường điện thoại viên sẽ làm việc đủ 8h trên một ca trực, đối với Trần Th.Th, chúng tôi dành thời gian cho điện thoại viên nghỉ trước 30 phút và dành thời gian đó để tham vấn, hỗ trợ tâm lý cho Trần Th.Th. Các buổi tham vấn, trò chuyện diễn ra trong bầu không khí thân thiện, cởi mở, Trần Th.Th chia sẻ về một ca làm việc, số lượng cuộc gọi, những vướng mắc hoặc các tình huống khó khiến Trần Th.Th chưa hài lòng trong cách xử lý. Chúng tôi cùng Trần Th.Th tìm ra phương án tốt nhất để trao đổi với khách hàng trong các tình huống tương tự. Được chia sẻ, cảm thông, Trần Th.Th cảm thấy công việc thêm phần giá trị và ý nghĩa cũng như có ý thức rèn luyện để hoàn thiện KNGT của bản thân. Như vậy thông qua các buổi trao đổi, trò chuyện để hiểu hơn về công việc cũng như giải tỏa các căng thẳng, khó khăn, chia sẻ các tình huống trong công việc đã giúp Trần Th.Th cảm thấy được quan tâm, hỗ trợ tại nơi làm việc.

Dưới đây là một số thay đổi cụ thể về mức độ hiểu biết và mức độ thực hiện một số KNGT sau tác động:

Về mức độ hiểu biết về KNGT của điện thoại viên với khách hàng: Trần Th.Th đã cảm nhận được rõ tình yêu cũng như ý nghĩa của công việc hỗ trợ khách hàng qua điện thoại, Trần Th.Th nhận thức được bản thân là một mắt xích quan trọng trong chuỗi dịch vụ mà doanh nghiệp mang đến cho khách hàng và gia tăng thêm tình yêu, sự gắn bó với công việc.

** Về mức độ thực hiện một số KNGT:* Chúng tôi kiểm tra về mức độ thực hiện các KNGT sau khi Trần Th.Th được sử dụng biện pháp tác động trong 1 tháng. ĐTB về mức độ thực hiện các KNGT tăng từ 3.01 điểm lên 4.23 điểm. Phỏng vấn sâu giám sát và quản lý đều khẳng định, KNGT của điện thoại viên đã có những tiến bộ rõ rệt. Bản thân điện thoại viên khi nghe lại các file ghi âm của mình đều cảm thấy hài lòng hơn, từ đó, hứng thú hơn với việc hỗ trợ khách hàng qua điện thoại. Điều đó chứng tỏ rằng việc thực hiện các KNGT của Trần Th.Th có tiến bộ rõ rệt, từ mức độ trung bình lên mức độ tốt. Sự thay đổi sau tác động ở từng kỹ năng cụ thể như sau:

Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng: Sau tác động, Trần Th.Th ngoài việc chào hỏi khách hàng bằng ngôn từ và ngữ điệu phù hợp, Trần Th.Th biết thể hiện sự tôn trọng khách hàng bằng cách hỏi tên khách hàng ngay từ đầu cuộc gọi, chủ động hỏi khách hàng cần hỗ trợ gì sau đó lắng nghe để đặt thêm những câu hỏi hợp lí. Trần Th.Th được lắng nghe các file ghi âm thực hiện tốt phần chào hỏi khách hàng, tự ghi ra những điều mà Trần Th.Th học được từ các file ghi âm đó, chúng tôi cũng để Trần Th.Th tự luyện tập cho đến khi ngữ điệu, giọng nói của Trần Th.Th thể hiện sự chào đón, hoan nghênh khách hàng sau đó mới thực hiện các hoạt động đào tạo tiếp theo.

Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng: Sau tác động Trần Th.Th thành thục hơn trong việc đặt câu hỏi để xác định nhu cầu khách hàng; Trần Th.Th đã biết nhận diện tình huống và xác định rõ ràng những những câu hỏi đóng và câu hỏi mở để xác định nhu cầu từ khách hàng. Trong các bài tập cá nhân chúng tôi nhận thấy sự chuyển biến rõ rệt trong thực hành kỹ năng đặt câu hỏi xác định nhu cầu khách hàng. File ghi âm cũng chỉ ra, nhờ sử dụng linh hoạt các từ kính ngữ, Trần Th.Th không gây cảm xúc khó chịu cho khách hàng khi xác định nhu cầu nhằm làm rõ vấn đề của khách hàng.

Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng: Sau tác động Trần Th.Th đã vận dụng được cách sử dụng ngôn ngữ phù hợp với từng đối tượng khách hàng khác nhau. Do công việc đặc thù có nhiều thuật ngữ chuyên ngành, nhưng nhờ tự xây dựng hệ

thống các thuật ngữ và cách giải thích tương đối dễ hiểu, Trần Th.Th đã có thể giúp khách hàng hiểu vấn đề của họ một cách dễ dàng hơn. Sau tác động điện thoại viên cũng quan tâm hơn đến việc rèn luyện sử dụng cẩn thận kỹ năng này hơn. Trần Th.Th chia sẻ rằng: "*Nhiều khi em nghĩ rằng vốn ngôn từ của mình chỉ có như vậy, không thể tăng hơn được nữa, nhưng thực sự là ngôn ngữ rất nhiều hình thức và thể loại, em có thể học thêm. Em cũng biết được rằng ngữ điệu và giọng nói của em hoàn toàn có thể ảnh hưởng tới nhận thức của người nghe. Em sẽ cố gắng để ngữ điệu và giọng nói trong sáng hơn".*

Về mức độ thực hiện giải các bài tập tình huống đóng vai cũng có sự chuyển biến rõ rệt. Trước khi tham gia chương trình tác động, Trần Th.Th thực hiện giải các bài tập tình huống này với số điểm 3.013 (ở mức trung bình). Sau khi được tham gia kèm cặp, hỗ trợ và được trải nghiệm, thảo luận cùng các đồng nghiệp, mức độ đã tăng lên 4.32 điểm (đạt mức độ cao). Cụ thể, với tình huống tình huống 1 "*Khách hàng than phiền về thái độ phục vụ của nhân viên tại phòng giao dịch: khi trao đổi không ngẩng mặt nhìn khách hàng, có thái độ trịch thượng."* Chúng tôi thực hiện cuộc gọi giả định đến điện thoại viên, Trần Th.Th trả lời như sau "*Dạ, trước hết thay mặt ... em xin cảm ơn anh/chị đã có những đóng góp ý kiến và phản hồi về nhân viên. Em cũng xin thay mặt… và thay mặt bạn nhân viên đó gửi lời xin lỗi tới anh. Ngay sau khi kết thúc cuộc gọi này, em xin phép sẽ chuyển thông tin của anh tới bộ phận chăm sóc khách hàng và cấp quản lí của bạn nhân viên đó để xác nhận lại. Đồng thời, bên em sẽ chủ động liên lạc lại với anh để thông báo lại với anh về hướng xử lí của bên em. Một lần nữa xin gửi tới anh lời cảm ơn và hi vọng anh sẽ có những trải nghiệm tốt hơn."* Sau đó, Trần Th.Th mới trao đổi sẽ kiểm tra lại camera tại phòng giao dịch để xác nhận lại thông tin, cách trao đổi như vậy sẽ khiến khách hàng cảm thấy dễ chịu hơn.

Như vậy, từ việc thực hiện các tình huống ở mức đúng nhưng chưa linh hoạt, điện thoại viên đã có sự kết hợp vừa linh hoạt, mềm dẻo trong quá trình giao tiếp với khách hàng. Điều này cũng góp phần khẳng định thêm tính hiệu quả trong các biện pháp tác động, bồi dưỡng cho điện thoại viên.

Như vậy, Trần Th.Th sau khi được được sử dụng một số biện pháp tác động nâng cao KNGT đã có chuyển biến rõ rệt trong nhận thức, cũng như thực hiện một số KNGT.

Qua đề xuất các biện pháp và thực hiện trên một khách thể cho thấy, sử dụng đồng bộ các biện pháp tác động có thể thay đổi nhận thức cũng như KNGT của điện thoại viên với khách hàng.

Tiểu kết chương 3

Nghiên cứu thực trạng KNGT của điện thoại viên với khách hàng cho thấy:

- Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ khách hàng một cách hiệu quả, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Nhìn chung, KNGT với khách hàng qua điện thoại đang ở mức trung bình và biểu hiện của kỹ năng thành phần không đồng đều: kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng ở mức thấp; kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng và kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng ở mức trung bình; kỹ năng kết thúc cuộc gọi ở mức cao.

Kỹ năng khai thác nhu cầu và kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng có mối quan hệ chặt chẽ với nhau.

Phân tích sâu một số trường hợp điển hình, file ghi âm và khảo sát khách quan từ khách hàng minh họa rõ hơn cho thực trạng KNGT của điện thoại viên hiện nay.

Kết quả khảo sát cũng chỉ ra rằng, KNGT của điện thoại viên chịu tác động của một số yếu tố, trong đó: ý thức rèn luyện, nâng cao KNGT; động cơ nghề nghiệp; vấn đề đào tạo, bồi dưỡng KNGT cho điện thoại viên có ảnh hưởng lớn đến KNGT của điện thoại viên.

Theo đó, chúng tôi đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao KNGT của điện thoại viên và thực hiện các biện pháp tác động. Nghiên cứu cho thấy điện thoại viên đã có những chuyển biến rõ rệt và tích cực về KNGT sau khi được xây dựng động cơ, ý thức rèn luyện tay nghề; đào tạo bồi dưỡng và tham vấn hỗ trợ tâm lý.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

1. KẾT LUẬN

1.1. Trên cơ sở nghiên cứu, phân tích lý luận về KNGT, kỹ năng giao tiếp trong hoạt động nghề nghiệp, chúng tôi quan niệm *kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng là sự vận dụng kiến thức, kinh nghiệm của điện thoại viên vào việc giao tiếp với khách hàng nhằm thỏa mãn nhu cầu được hỗ trợ, tư vấn của khách hàng.*

Để đạt được mục đích trên, điện thoại viên cần thực hiện thành thục một số KNGT: kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng; kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng; kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng; kỹ năng kết thúc cuộc gọi. Đây là các KNGT quan trọng, không thể thiếu trong hoạt động nghề nghiệp của điện thoại viên.

1.2. Kết quả nghiên cứu thực tiễn cho thấy, KNGT của điện thoại viên hiện nay ở mức trung bình. Sự thiếu hụt KNGT của điện thoại viên chủ yếu ở kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng. Cụ thể, điện thoại viên thể hiện kỹ năng biểu đạt ngôn ngữ và biểu cảm phi ngôn ngữ để trao đổi thông tin với khách hàng còn thiếu và đôi lúc chưa hợp lý. Điện thoại viên chưa quan tâm đến ngữ điệu, điểm nhấn khi giao tiếp với khách hàng, đôi lúc chưa đưa ra được các giải pháp phù hợp với yêu cầu, đòi hỏi của khách hàng. Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng và kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng ở mức trung bình và kỹ năng kết thúc cuộc gọi ở mức cao. Điều đó cho thấy rằng đa số điện thoại viên thực hiện các KNGT đầy đủ, tương đối thành thục nhưng chưa linh hoạt và bước đầu đã đạt được hiệu quả trong quá trình giao tiếp với khách hàng. Có sự khác biệt về KNGT của điện thoại viên với khách hàng so sánh theo giới tính, độ tuổi, trình độ, mạng viễn thông.

1.3. Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng chịu ảnh hưởng của một số yếu tố như: sự say mê, hứng thú với công việc; động cơ nghề nghiệp; ý thức rèn luyện, nâng cao KNGT; yêu cầu của cấp trên; vấn đề đào tạo, bồi dưỡng KNGT cho điện thoại viên; sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp. Trong các yếu tố trên, ý thức rèn luyện, nâng cao KNGT; vấn đề đào tạo, bồi dưỡng KNGT cho điện thoại viên; sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp là các yếu tố có tác động mạnh hơn cả đến KNGT của điện thoại viên.

1.4. Các KNGT có mối tương quan với nhau và tương quan với các yếu tố

ảnh hưởng. Tất cả các yếu tố ảnh hưởng được xem xét trong nghiên cứu này đều có ảnh hưởng đến mức độ thực hiện KNGT của điện thoại viên. Sự kết hợp giữa các yếu tố tác động sẽ có khả năng dự báo cho mức độ thực hiện KNGT cao hơn so với từng yếu tố độc lập riêng lẻ.

1.5. Áp dụng đồng bộ và tích cực các biện pháp nhằm nâng cao KNGT cho điện thoại viên bao gồm: xây dựng động cơ, ý thức rèn luyện tay nghề; đào tạo bồi dưỡng và tham vấn hỗ trợ tâm lý đã đem lại những kết quả thay đổi tích cực tất cả các biểu hiện KNGT của điện thoại viên với khách hàng. Kết quả thực nghiệm tác động đã chứng minh hiệu quả của việc áp dụng các biện pháp tác động để nâng cao KNGT cho điện thoại viên.

Kết quả nghiên cứu trên cho phép chúng tôi khẳng định quá trình nghiên cứu đã giải quyết được các nhiệm vụ của đề tài.

2. KIẾN NGHỊ

KNGT của điện thoại viên được hình thành trên cơ sở, học hỏi, rèn luyện của điện thoại viên thông qua đào tạo, quan sát, học hỏi từ đồng nghiệp. Vì vậy điện thoại viên phải tự giác, chủ động, tích cực rèn luyện để nâng cao KNGT của mình trong giao tiếp với khách hàng.

2.1. Đối với điện thoại viên

Cần ý thức rõ trách nhiệm và giá trị nghề nghiệp của mình với doanh nghiệp cũng như với khách hàng, từ đó tạo động lực cho bản thân tự học tập, tự bồi dưỡng nâng cao trình độ mọi mặt, không ngừng hoàn thiện KNGT với khách hàng. Thường xuyên rèn luyện, trau dồi, học hỏi từ các đồng nghiệp để nâng cao và hoàn thiện KNGT của bản thân. Bên cạnh đó, điện thoại viên cần có động cơ đúng đắn trong việc giao tiếp với khách hàng để không những đạt mục tiêu cá nhân mà còn hài hòa với mục tiêu của doanh nghiệp, tổ chức.

2.2. Đối với các doanh nghiệp

Cần nghiên cứu chương trình bồi dưỡng điện thoại viên, không chỉ tập trung đào tạo, bồi dưỡng về nghiệp vụ sản phẩm mà còn đó chú trọng bồi dưỡng KNGT với khách hàng cho điện thoại viên.

Doanh nghiệp cần quan tâm đến chất lượng, số lượng các chương trình đào tạo, bồi dưỡng KNGT cho điện thoại viên, thiết kế chương trình dựa trên nhu cầu của điện thoại viên. Hoạt động đào tạo nên được tiến hành theo tháng đối với các điện thoại viên có kỹ năng ở mức cao và theo tuần đối với các điện thoại viên có kỹ năng ở mức trung bình.

Tập trung đầu tư cơ sở vật chất, các phương tiện làm việc hiện đại, giúp điện thoại viên thao tác nhanh chóng, thuận tiện, ít gặp các sự cố đường truyền trong quá trình trao đổi với khách hàng, hệ thống tai nghe, lọc âm, bàn làm việc của điện thoại viên đạt chuẩn.

Cần cân đối số lượng cuộc gọi trong giờ, ngày, tuần, tháng để điện thoại viên không chỉ đạt chỉ tiêu về số lượng cuộc gọi mà còn tập trung vào chất lượng cuộc gọi, đảm bảo sự hài lòng cho khách hàng.

Có chính sách khuyến khích điện thoại viên nâng cao trình độ kỹ năng, nghiệp vụ của mình, có lộ trình phát triển nghề nghiệp cho điện thoại viên để họ yên tâm công tác lâu dài tại doanh nghiệp.

2.3. Đối với bộ phận Nhân sự và đào tạo của doanh nghiệp

Về việc phát triển chương trình đào tạo kỹ năng giao tiếp cho điện thoại viên, bộ phận Nhân sự và đào tạo tại doanh nghiệp cần lưu ý những điểm sau:

Cần nghiên cứu, hệ thống, soạn thảo chương trình đào tạo KNGT cho điện thoại viên một cách đầy đủ, hợp lý, mang tính thực tế cao, áp dụng hình thức đào tạo trực tuyến để phù hợp với đặc trưng làm việc theo ca kíp của điện thoại viên.

Coi trọng trang bị kiến thức nghiệp vụ với trang bị thêm những kỹ năng mềm cần thiết cho hoạt động giao tiếp với khách hàng thông qua các chương trình thi đua nâng cao kỹ năng giao tiếp với khách hàng.

Tạo điều kiện cho điện thoại viên mới hội nhập được quan sát, làm thử nhằm giúp họ sẵn sàng khi vào công việc chính thức.

Trong đào tạo, chuyên viên đào tạo nên áp dụng phương pháp dạy học hiện đại: đưa ra các hình thức thực hành thông qua việc giải quyết các bài tập tình huống trong cuộc gọi theo các cách khác nhau như thảo luận, đóng vai dành nhiều thời gian cho các hoạt động thảo luận, chia sẻ kinh nghiệm cá nhân, phân tích file ghi âm… để nâng cao KNGT cho điện thoại viên.

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ

1. Phạm Thị Hải Yến (2018), "Kỹ năng giao tiếp – kỹ năng nghề nghiệp cơ bản của điện thoại viên", *Tạp chí Giáo dục và xã hội*, Số đặc biệt kì 1 – tháng 9, tr. 101 - 105.
2. Phạm Thị Hải Yến (2019), "Sử dụng phương pháp "đóng vai" trong đào tạo kỹ năng giao tiếp cho điện thoại viên Vietnam Airlines", *Tạp chí giáo dục*, Số 445 (kì 1), tr. 40 – 44.
3. Phạm Thị Hải Yến (2019), "Một số nguyên tắc giao tiếp với khách hàng - ứng dụng cho điện thoại viên", *Tạp chí Nhân lực khoa học xã hội*, Số 1. tr. 95 – 101
4. Phạm Thị Hải Yến (2019), "Thực trạng kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng trong giao tiếp với khách hàng của điện thoại viên", *Tạp chí Tâm lý học xã hội*, Số 8.
5. Phạm Thị Hải Yến (2019), "Thực trạng kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng", *Tạp chí Tâm lý học xã hội*, Số 10.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT

1. Hoàng Anh (1992), *Kỹ năng giao tiếp sư phạm của sinh viên*, Luận án phó tiến sĩ khoa học sư phạm tâm lý, ĐHSP Hà Nội.
2. Hoàng Anh và Vũ Kim Thanh (1995), *Giao tiếp sư phạm*, NXB Đại học Sư phạm Hà Nội.
3. Hoàng Anh – Nguyễn Thanh Bình – Vũ Kim Thanh (2004), *Giáo trình Tâm lý học giao tiếp*, NXB Đại học Sư phạm Hà Nội.
4. Hoàng Anh (2007), *Hoạt động – Giao tiếp – Nhân cách*, NXB Đại học Sư phạm Hà Nội.
5. Allan, Barbara Pease (2019), *Ngôn ngữ cơ thể.* NXB Tổng hợp TP. HCM.
6. Chu Liên Anh (2010), "Kỹ năng thể hiện sự trung thực với khách hàng của luật sư trong tư vấn pháp luật", *Tạp chí Tâm lý học*, số 10/2010.
7. Chu Liên Anh (2011), *Kỹ năng tư vấn của luật sư*, Luận án tiến sĩ Tâm lý học, Viện Khoa học Xã hội.
8. Nguyễn Thanh Bình (2007), *Giáo trình giáo dục kỹ năng sống*, NXB Đại học Sư phạm Hà nội.
9. Lê Thị Bừng (2000), *Tâm lý học ứng xử*, NXB Giáo dục.
10. Dale Carnegie (2016) *Đắc nhân tâm,* NXB Tổng Hợp TPHCM.
11. Don Gabor (2009), *Sức mạnh của ngôn từ.* NXB Trẻ.
12. Phạm Tất Dong (1984), *Tâm lý học lao động*, Cục Đào tạo, bồi dưỡng – Bộ Giáo dục.
13. Thái Trí Dũng (1994), *Tâm lý học quản trị và kinh doanh*, NXB Thống kê.
14. Thái Trí Dũng (2009), *Kỹ năng giao tiếp và thương lượng trong kinh doanh*. NXB thống kê, Hà Nội.
15. Thái Trí Dũng (1998), *Nghệ thuật giao tiếp và thương lượng trong kinh doanh*, Nhà xuất bản Thống kê.
16. Vũ Dũng (2000), *Từ điển tâm lý học*, NXB Khoa học Xã hội.
17. Vũ Dũng (2003), *Tâm lý học giao tiếp*, Trường Cao đẳng Lao động Xã hội.

18. Vũ Dũng (2008), *Tâm lý học xã hội*, NXB Khoa học Xã hội, Hà Nội.
19. Hữu Đạt (2009), *Đặc trưng ngôn ngữ và văn hóa giao tiếp tiếng Việt*, NXB Giáo dục Việt Nam.
20. Chu Tiến Đạt (2014), *Hành vi người tiêu dùng và chiến lược Marketing hỗn hợp của các doanh nghiệp viễn thông di động tại Việt Nam*, Luận án tiến sỹ. Đại học kinh tế quốc dân.
21. Nguyễn Văn Đồng (2005), "Mức độ và sự phát triển kỹ năng giao tiếp của sinh viên"*, Tạp chí Tâm lý học*, số 6/2005.
22. Nguyễn Văn Đồng (2011), *Tâm lý học giao tiếp (phần lý thuyết)*, NXB chính trị hành chính.
23. Trần Thị Minh Đức (2012), *Giáo trình tham vấn tâm lý,* NXB Đại học quốc gia Hà Nội.
24. Chu Văn Đức, Thái Trí Dũng (2005),*Giáo trình Kỹ năng giao tiếp*, NXB Hà Nội.
25. James H. Donnelly JR, James L. Gibson và Jonh M. Ivancevich (2000), *Quản trị học căn bản*, NXB Thống kê.
26. Trương Thị Khánh Hà (2013), *Tâm lý học phát triển,* NXB Đại học Quốc gia Hà Nội
27. Phạm Song Hà (2011), *Đặc điểm giao tiếp của học sinh trung học cơ sở dân tộc Mường*, Luận án Tiến sĩ Tâm lý học, Hà Nội.
28. Trần Thị Thanh Hà (2002), "Kỹ năng giao tiếp trong công tác vận động quần chúng", *Tạp chí Tâm lý học*, số 2/2002.
29. Trần Thị Thanh Hà (2005), *Một số kỹ năng giao tiếp trong vận động quần chúng của chủ tịch hội phụ nữ cấp cơ sở*", Luận án tiến sĩ Tâm lý học, Học viện khoa học xã hội.
30. Võ Thanh Hải, Võ Thị Thanh Thương (2017), "Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ viễn thông di động trên địa bàn thành phố Đà Nẵng", *Tạp chí công thương* (Số tháng 10, 2017).
31. Nguyễn Văn Hậu, Nguyễn Thị Thu Vân, Hoàng Thị Hoài Hương (2009), *Kỹ năng giao tiếp trong quản lý hành chính nhà nước*, NXB Khoa học và Kỹ thuật.

32. Phan Hòa Hiệp (2009), Hoàn thiện kỹ năng tư vấn vụ việc trợ giúp pháp lý, góp phần nâng cao chất lượng vụ việc trợ giúp pháp lý, *Tạp chí Dân chủ và pháp luật* số 10/ 2009.
33. Ngô Công Hoàn, Hoàng Anh (1998), *Giao tiếp sư phạm*, NXB Giáo dục, Hà Nội.
34. Ngô Công Hoàn, Trương Khánh Hà (2015), *Tâm lý học khác biệt,* Nhà xuất bản Đại học quốc gia Hà Nội.
35. Ngô Công Hoàn (1997), *Giao tiếp và ứng xử sư phạm,* Nhà xuất bản đại học Quốc gia Hà Nội.
36. Nguyễn Thị Huệ (2012), "Một số vấn đề lý luận về kỹ năng ứng phó với các khó khăn tâm lý trong hoạt động", *Tạp chí Giáo dục,* (277).
37. Nguyễn Phương Huyền (2012), "Thực trạng kỹ năng giao tiếp của cán bộ công chức", *Tạp chí Tâm lý học*, số 1/2012.
38. Nguyễn Phương Huyền (2012), "Một số yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng giao tiếp của cán bộ công chức", *Tạp chí Tâm lý học*, số 2/2012.
39. Nguyễn Phương Huyền (2012), *Kỹ năng giao tiếp của cán bộ công chức,* Luận án Tiến sĩ Tâm lý học, Học viện Khoa học xã hội.
40. James Borg (2011), Thuyết phục nghệ thuật tác động đến người khác. NXB Tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh
41. Janelle Barlow (2016), *Khi khách hàng lên tiếng*. NXB Tổng hợp TP.HCM.
42. Janelle Barlow, Claus Moller (2014), *Nghệ thuật chinh phục khách hàng*, NXB Trẻ.
43. Jeff Gee, Vall Gee (2018), *Siêu dịch vụ, siêu lợi nhuận*, NXB Lao động xã hội
44. Josiane Chriqui Feigon (2017), *Bán hàng thông minh qua điện thoại và Internet.* NXB Lao động xã hội.
45. Mai Hữu Khuê, Đinh Văn Tiến, Chu Xuân Khánh (1997), *Kỹ năng giao tiếp trong hành chính*, Nxb Lao động, Hà Nội.
46. Đặng Phương Kiệt (2001), *Cơ sở tâm lý học ứng dụng,* Nhà xuất bản Đại học quốc gia Hà Nội.
47. Kurt W.Mortensen (2016), *Sức mạnh thuyết phục*, NXB Lao Động Xã Hội.
48. Hoàng Mộc Lan (2011), *Giáo trình các phương pháp nghiên cứu tâm lý học*. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

49. Leonchiev A.N (1987), *Hoạt động – Ý thức – Nhân cách*, Nhà xuất bản Giáo dục.
50. Leonardo Inghilleri, Micah Solomon (2016), *Dịch vụ thượng hạng lợi nhuận bền vững*. NXB Lao động xã hội.
51. Đậu Minh Long (2011), *Đặc điểm giao tiếp của học sinh dân tộc Cơ Tu và Tà Ôi*, Luận án tiến sĩ, Học viện Khoa học xã hội.
52. Nguyễn Văn Lũy, Lê Quang Sơn (2014), *Giáo trình Giao tiếp sư phạm*, Nhà xuất bản ĐHSP Hà Nội.
53. Nguyễn Văn Lũy, Trần Thị Tuyết Hoa (2008), *Giao tiếp với trẻ em*, Nhà xuất bản ĐHSP Hà Nội.
54. Trần Hữu Luyến (2011), "Đi tìm giải pháp nâng cao chất lượng luận án Tiến sĩ Tâm lý học", *Tạp chí Tâm lý học* số 7/2011.
55. Trần Hữu Luyến (2015), "Xây dựng tiêu chí đánh giá thực trạng đối tượng nghiên cứu ở các công trình luận án tiến sĩ tâm lý học", *Tạp chí tâm lý học* số 1 (190), 1 – 2015.
56. Bùi Thị Xuân Mai (2007), *Một số kỹ năng tham vấn cơ bản của cán bộ xã hội*, Luận án tiến sĩ Tâm lý học, Viện Khoa học xã hội Việt Nam.
57. Michael J.Maher (2015), *Nghệ thuật lấy lòng khách hàng*. NXB Thế giới.
58. Michael Heppell (2018), *Dịch vụ khách hàng 5 sao*, Nhà Xuất Bản Lao Động.
59. Phạm Ái Minh (2015), *Những cấm kị khi giao tiếp với khách hàng*. NXB Đại học Sư phạm.
60. Nguyễn Bá Minh (2008), *Giáo trình nhập môn khoa học giao tiếp,* NXB Đại học Sư Phạm.
61. Nguyễn Ngọc Nam, Nguyễn Công Khanh (2009), Ấn tượng phút đầu giao tiếp, NXB Thanh niên
62. Phan Trọng Ngọ (2003), *Các lý thuyết phát triển tâm lý người*, Nhà xuất bản Đại học Sư phạm.
63. Nguyễn Minh Ngọc (2017), *Kỹ năng giao tiếp của giáo viên mầm non với trẻ mẫu giáo lớn*, Luận án tiến sĩ Tâm lý học, Hà Nội.
64. Đào Thị Oanh (2003), *Tâm lý học lao động*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.

65. Bùi Xuân Phong (2012) *Nghề dịch vụ khách hàng qua điện thoại.* NXB lao động xã hội.
66. Hoàng Anh Phước (2014), *Kỹ năng tham vấn học đường – Những vấn đề lý luận và thực tiễn*, NXB Đại học sư phạm Hà Nội.
67. Nguyễn Thị Quy (2015), *Kỹ năng giao tiếp của cảnh sát giao thông đường bộ với người vi phạm luật giao thông ở Thành phố Hồ Chí Minh*, Luận án Tiến sĩ Tâm lý học, Viện khoa học Xã hội.
68. Ron Zemke, Kristin Anderson (2017), *Dịch vụ sửng sốt, khách hàng sững sờ*, Nhà xuất bản lao động.
69. Stephen J.Havill (2019), *Nghệ thuật thuyết phục khách hàng*, NXB Lao động xã hội
70. Nhữ Văn Thao (2011), *Kỹ năng giao tiếp của chính trị viên trong quân đội nhân dân Việt Nam*, Luận án tiến sĩ tâm lý học, Học viện chính trị Bộ quốc phòng.
71. Trịnh Minh Thảo (2016), *Khách hàng là mối quan hệ, không phải một giao dịch*, Nhà xuất bản Khoa học xã hội.
72. Trần Quốc Thành (2015), *Kỹ năng tổ chức trò chơi của cán bộ Đội thiếu niên tiền phong Hồ Chí Minh*, NXB Thế Giới.
73. Đỗ Tiến Thắng (2009), *Ngữ điệu tiếng Việt*. NXB Đại học quốc gia.
74. Hoàng Đức Thân (2006), *Giáo trình giao dịch và đám phán kinh doanh*, NXB Thống kê.
75. Đào Thị Ái Thi (2008), *Kỹ năng giao tiếp của công chức trong tiến trình cải cách hành chính Nhà nước Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ Hành chính công.
76. Lưu Đan Thọ, Lượng Văn Quốc (2016), *Quản trị quan hệ khách hàng*, NXB Tài chính
77. Trần Trọng Thủy (1978), *Tâm lý học lao động,* NXB ĐHSP Hà Nội.
78. Dương Thiệu Tống (2000), *Thống kê ứng dụng trong nghiên cứu khoa học giáo dục*, NXB ĐHQG Hà Nội.
79. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu với SPSS tập 2*, Nhà xuất bản Hồng Đức.
80. Trung tâm chăm sóc khách hàng - Tổng công ty Viễn thông Viettel (2015), *Kiến thức cơ sở và nhận thức chăm sóc khách hàng*, Tài liệu lưu hành nội bộ.

81. Trung tâm chăm sóc khách hàng - Tổng công ty Viễn thông Viettel (2015), *Nghề call center*.

82. Phạm Thị Tuyết (2010), *Kỹ năng giao tiếp của cán bộ giao dịch ngân hàng,* Luận án Tiến sĩ Tâm lý học,

83. Đoàn Thị Hồng Vân (2006), *Giao tiếp trong kinh doanh và cuộc sống*, Nxb Thống Kê.

84. Nguyễn Quang Uẩn, Trần Quốc Thành, Trần Hữu Luyến (2011), *Tâm lý học đại cương*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

TÀI LIỆU TIẾNG ANH

85. Alder, Ronald B. And Elmhorst Jeane M (2006), *Communicating at work*, McGraw Hill

86. Brown, G. & Maxwell, G. (2002). *Customer Service in UK call centres,* Organisational perspectives and Employees perspectives. Journal of Retailing and Consumer Services, 9, 309-316.

87. Brian H. Spirtberg (1990), *Interpersonal communication, concepts, components and contexts*, WmC Brown Pulic.

88. Brian H. Spirtberg (1990), *Conversational Skills Rating Scale Instructional*

89. Brandi and Richard Flint (2007). *Professional teller vision*. P 4 – 6

90. Belt. Vicki (2003). *Work, employment and skill in the new economy:* training for call center twork in the North – east England. Paper present at the 21st Annual International Labour Process Conference, Bristol.6

91. Bergevin R. (2005), *CallCenter For Dummies*, John Wiley and Sons Canada, Ltd, pp. 313319.

92. Callaghan, George and Thompson, Paul (2002) "'We recruit attitude': the selection and shaping of routine call centre labour", *Journal of Management Studies*, Vol. 39, No. 2, pp. 233-254.

93. Carlaw, M. Deming, V.K. & Friedman, K (2003), *Managing and motivating contact center employees: Tools and techniques for inspiring outstanding performance from your frontline staff,* McGraw-Hill.

94. Craig Young, Shannon Coughlin (2014), *Call Centre Satisfaction Survey (July 2013- June 2014) ORC International Ref*: 13167.REP
95. Christine White, Vera (2005), *Core competencies of a call center agent*. SA Journal of Human Resource Management, 3 (2), 41-47 Psychology North-West University
96. Darril R. Gibson (2015), *Effective help desk specialist skills*. Pearson Education.
97. David Holman, (2002), *Employee wellbeing in call center*, University of Sheffield, Human Resource Management Journal, Vo12, p.35-50.
98. Devina Oodith, Sanjana Brijball Parumasur (2015), *Call centre ease of communication in customer service delivery: an asset to managing customers' needs?* LLC "Consulting Publishing Company
99. Donald A. Norman (1983), *Learning and memory*, W H Freeman & Co
100. Dirk Zeller (2011), *Telephone Sales For Dummies*, John Wiley & Sons
101. Emel A (2010), *Analysis of Communication Skill and Interpersonal*.
102. Elizabeth A. Rider, Margaret M. Hinrichs (2009) *A model for communication skills assessment across the undergraduate curriculum*. Harvard Medical School, USA
103. Elizabeth Kuhnke (2012), *Communication Skills For Dummies*, John Wiley & Sons
104. Frank Gabriel Campos (2004), *Trumpet technique*. Oxford University Press.
105. Fluss, D. (2010). Ten ways to re-energize and motivate call centre agents. http://searchcrm.techtarget.com/answer/Ten-ways-to-re-energize-and-motivate-call-center-agents, [accessed 20 April 2010].
106. Harry W. Jonhson's (1961) *Skill = Speed × Accuracy × Form × Adaptability*.
107. Hermann Rune and Knut Beuck (2008). *SECO training and capactity Building to the Banking University in Vietnam Teaching Method*.
108. Higg, Malcom (2004), *A study of the relationship between emotion intelligence and performance in the UK center*. Journal of managerial psychology. Pg. 442 – 454.7
109. Houlihan, Maeve (2000), *Eye wide shut. Querying the depth of call centre learning*. Journal of European Industrial training pg. 228 – 240.4
110. Holdman, D. & Fernie, C. (2000), *Can I help you? Call center and job satisfaction*, CenterPiece, p.2-5.

111. Jaiswal, A.K. (2008). *Customer Satisfaction and service quality measurement in Indian call centre's*, Managing Service Quality, 18 (4), pp. 405-416.

112. Jeff Rumburg (2018), *Contact Center Benchmarking Results 2018*- See How You Stack Up!, Managing Partner, MetricNet, LLC

113. John P. Wilson (2009), *Training and Skills in Contact Centres*. University of Sheffield

114. Levin, G.(2004), *A look at what works in agents offline,* Retrieved November 4, 2004, from http://www.ccmreview.com

115. Lloyd Finch (2000), *Call Center Success Essential Skills for CSRs Crisp*, Learning Publisher

116. Lywood, J., Stone, M., Ekinci, Y. (2009). *Customer experience and profitability: An application of the empathy rating index (ERIC) in UK call centres*, Journal of Database Marketing and Customer Strategy Management, 16 (3), pp. 207-214.

117. Makoul Gregory, PhD. *Program in Communication & Medicine*. Northwestern University Feinberg School of Medicine.

118. Makoul Gregory (2001) *Essential elements of communication in medical encounters: the Kalamazoo consensus statement*. Acad Med. 76(4):390-393.

119. Mary Ellen Guffey and Rasberry. R.W (1997), *Effective managerial Communication*, Boston: Wadsworth

120. Nuray Selma Ozdipciner (2015), *Factors affecting communication skills a case study on residents of Pamukkale, Turkey,* International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom. Vol. III, Issue 2, Feb 2015 Pp 1, http://ijecm.co.uk

121. Obarski, A.M. (2010). How to Improve Your Telephone Skills. Internet. Retrieved from the World Wide Web: http://www.businessknowhow. com/ marketing/ telephone-skills.htm. [accessed 12 March 2010].

122. Owen Hargie (2006), *The handbook of communication skills*. Routledge Talor and Francis Group.

123. Pavlakis, Demetrios G Basic (1996), *Negotiating skills for banker*. Bank Marketing, Vol. 28 Issue 6

124. Participants in the Bayer–Fetzer Conference on Physician–Patient Communication in Medical Education (2001), *Essential Elements of Communication in Medical Encounters: The Kalamazoo Consensus Statement*. Bayer Institute for Health Care Communication

125. Robert Lussier: *Humanrelation in organization-Askill building approach*. McGraw - Hill Education.

126. Robert W Lucas (2001), *How To Be a Great Call Center Representative*. AMA

127. Sangita Gorde (2018), *A Study of Job Satisfaction in a Call Centre with Special Reference to Pune in India*, International Journal of Engineering and Management Research

128. Sloboda. (1986). *What is skill? In A. Gellatly (Ed.), The skilful mind: an introduction to cognitive psychology*. Milton Keynes: Open University Press.

129. Steward, C.J and Cash (2017) *Interviewing: principles and practices*. McGraw Hill Education.

130. Steven W. Lee (Univercuty of Kansas) (2005), *Encyclopedia of School Psychology*, SAGE Pulications, USA

131. Teri K.Gamble, Micheal Gamble (2002), *Communication work*, McGraw - Hill college

132. Theron, D., Bothma, C. & Du Toit, M. (2003). *Focusing on Customer Service in Southern Africa*. Pretoria: Prince Publishers

133. Thompson, P., Callaghan, G. & Van den Brock, D. (2004). *Keeping up appearances: recruitment, skills & normative controls in call centres*, A Cross National Report, Palgrave MacMillan, Basingstoke

134. Tracy E Schelmetic (2006), *Call Center Agent Satisfaction Key to Customer Loyalty*, Customer Interaction Solutions, ABI/INFORM Global

135. Yen-Hui Lin1, Chih-Yong Chen (2010), *Perceived Job Stress and Health Complaints at a Bank Call Center: Comparison between Inbound and Outbound Services*, Industrial Health

136. Xunfeng Xu, Yan Wang, Gail Forey, Lan Li (2010), *Analyzing the Genre Structure of Chinese Call-Center Communication. Journal of Business and Technical Communication*. SAGE

137. William B.G, Young Yun Kim (1997), *Communication with strangers*, Mc Graw Hill.

138. William W. J. (2002), *Department chairs' perception of the importance of business communication skills*. Bussiness Communication Quarterly, Vol, 65 Issue4, p 60 - 72

139. Zavoina, Andy (2005), *Communication ABA compliance*, Vol 28 Issue 6, pg. 33 – 35

DANH MỤC PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1. BẢNG CÂU HỎI ĐIỀU TRA KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN 1

PHỤ LỤC 2. TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ CUỘC GỌI 8

PHỤ LỤC 3: BẢNG CÂU HỎI ĐIỀU TRA 24

PHỤ LỤC 4. BẢNG PHỎNG VẤN CHUYÊN GIA 25

PHỤ LỤC 5. BẢNG PHỎNG VẤN SÂU 26

PHỤ LỤC 6. BÀI TẬP TÌNH HUỐNG 31

PHỤ LỤC 7. BIÊN BẢN QUAN SÁT 32

PHỤ LỤC 8. ĐỀ XUẤT MỘT SỐ CHUYÊN ĐỀ ĐÀO TẠO DÀNH CHO ĐIỆN THOẠI VIÊN 36

PHỤ LỤC 9. ĐỘ TIN CẬY VÀ ĐỘ GIÁ TRỊ CỦA THANG ĐO 39

PHỤ LỤC 10. ĐIỂM TRUNG BÌNH VÀ ĐỘ LỆCH CHUẨN 47

PHỤ LỤC 11. TƯƠNG QUAN GIỮA CÁC YẾU TỐ 53

PHỤ LỤC 12. MỨC ĐỘ DỰ BÁO SỰ THAY ĐỔI CỦA CÁC KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN TỪ SỰ THAY ĐỔI CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG 58

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1. BẢNG CÂU HỎI ĐIỀU TRA KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN

(Dành cho điện thoại viên)

Kính chào Anh/Chị,

Để nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên nhằm đề xuất những giải pháp nâng cao kỹ năng này, chúng tôi mong anh/chị vui lòng trả lời đầy đủ những câu hỏi dưới đây bằng cách đánh dấu "X" vào một ô phù hợp nhất với anh/chị. Các thông tin anh/chị cung cấp chỉ sử dụng vào mục đích nghiên cứu khoa học.

Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của quý Anh/Chị!

A. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CHUNG

***Câu 1**. Anh/chị hiểu kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên là gì?*

Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên là

.....

.....

***Câu 2**. Theo anh/chị, điện thoại viên cần có các kỹ năng nào khi giao tiếp với khách hàng (vui lòng ghi càng cụ thể càng tốt)*

.....

.....

***Câu 3**: Anh/chị đánh giá như thế nào về mức độ cần thiết của các kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng?*

Mức độ kỹ năng / **Các kỹ năng giao tiếp**	Không cần thiết	Rất ít cần thiết	Ít cần thiết	Tương đối cần thiết	Rất cần thiết
Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng					
Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng					
Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng					
Kỹ năng kết thúc cuộc gọi					
Các kỹ năng khác					

Câu 4. *Theo anh/chị, khi giao tiếp với điện thoại viên, khách hàng thường mong muốn những điều gì ở điện thoại viên (vui lòng ghi càng cụ thể càng tốt)*

.....

.....

B. CÁC KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN

Câu 5. *Anh/chị vui lòng tự đánh giá về kỹ năng giao tiếp qua điện thoại của mình dựa trên 5 cấp độ như sau:*

1. Không thực hiện hoặc thực hiện không chính xác, lúng túng, dẫn đến kết quả tiêu cực về giao tiếp.

2. Thực hiện chính xác nhưng thiếu linh hoạt, lúng túng, đôi khi không đúng thời điểm thích hợp hoặc bỏ lỡ cơ hội.

3. Về cơ bản thực hiện tương đối chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, dẫn đến kết quả không tích cực nhưng cũng không tiêu cực.

4. Về cơ bản thực hiện chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, đúng thời điểm thích hợp, bước đầu mang lại kết quả tích cực.

5. Thực hiện rất chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, luôn đúng thời điểm thích hợp, mang lại kết quả rất tích cực về giao tiếp.

KỸ NĂNG TẠO ẤN TƯỢNG BAN ĐẦU VỚI KHÁCH HÀNG

STT	Các biểu hiện kỹ năng thành phần	Mức độ
1	Điện thoại viên giới thiệu tên doanh nghiệp và tên/danh số điện thoại viên khi bắt đầu cuộc gọi	1 2 3 4 5
2	Điện thoại viên đề nghị khách hànggiữ máy lịch sự và cảm ơn khách hàngkhi đã giữ máy	1 2 3 4 5
3	Điện thoại viên hỏi tên khách hàngtrước khi bắt đầu trao đổi và gọi tên khách hàngtrong suốt cuộc gọi	1 2 3 4 5
4	Điện thoại viên chủ động thay đổi cách xưng hô cho phù hợp với mong muốn của khách hàng	1 2 3 4 5
5	Điện thoại viên thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi khách hàng gọi đến	1 2 3 4 5
6	Điện thoại viên xin lỗi hoặc thể hiện sự tiếc nuối về sự bất tiện hoặc các chi phí phát sinh khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ	1 2 3 4 5
7	Điện thoại viên chủ động tìm hiểu, làm rõ các yêu cầu của khách hàngđể xác định chính xác nhu cầu của khách hàng	1 2 3 4 5
8	Điện thoại viên chủ động nhường lời khi khách hàngcó biểu hiện muốn lên tiếng	1 2 3 4 5

9	Điện thoại viên chia sẻ, trao đổi thêm các vấn đề mang tính cá nhân (nghề nghiệp, độ tuổi...) của khách hàngđể tạo không khí thoải mái	1 2 3 4 5
10	Điện thoại viên sử dụng các từ ngữ thể hiện sự chăm sóc và quan tâm đến khách hàng trong suốt cuộc gọi	1 2 3 4 5
11	Điện thoại viên duy trì sự riêng tư khi trao đổi với KH: không có tạp âm trong cuộc gọi	1 2 3 4 5
12	Điện thoại viên mỉm cười trong khi trò chuyện với KH	1 2 3 4 5

KỸ NĂNG XÁC ĐỊNH NHU CẦU CỦA KHÁCH HÀNG

STT	Các biểu hiện kỹ năng thành phần	Mức độ
1	Điện thoại viên đặt các câu hỏi mở để xác định nhu cầu về vấn đề của KH	1 2 3 4 5
2	Các thông tin cần hỏi được định hướng rõ ràng (ví dụ: hỏi về thời gian, tình trạng hiện tại của sản phẩm, dịch vụ, các thông tin về cách sử dụng của KH…)	1 2 3 4 5
3	Điện thoại viên khai thác cụ thể những xử lí bước đầu của khách hàngkhi gặp vấn đề.	1 2 3 4 5
4	Điện thoại viên chia sẻ, cảm thông với những trải nghiệm không mong muốn khách hànggặp phải	1 2 3 4 5
5	Điện thoại viên sử dụng các tiếng đệm trong cuộc gọi để khách hàng nhận thấy điện thoại viên vẫn đang lắng nghe (VD: dạ, vâng, em hiểu...)	1 2 3 4 5
6	Điện thoại viên tránh những câu hỏi mang tính chỉ dẫn, đoán mò. Không dẫn dắt khách hàng theo ý kiến chủ quan của bản thân	1 2 3 4 5
7	Điện thoại viên tập trung chú ý vào vấn đề khách hàng đang trình bày: im lặng để nghe, không ngắt lời, không phản bác, không suy diễn hay dự đoán	1 2 3 4 5
8	Điện thoại viên chủ động tóm tắt hoặc diễn đạt lại các thông tin quan trọng khách hàngđã chia sẻ	1 2 3 4 5
9	Điện thoại viên tạo cơ hội cho khách hàngđược trình bày, chia sẻ, không ngắt lời KH	1 2 3 4 5
10	Điện thoại viên sử dụng các mẫu câu chuẩn hoặc đặt câu hỏi với khách hàngphải có chủ ngữ, vị ngữ, không nói cộc lốc, trống không.	1 2 3 4 5
11	Điện thoại viên sử dụng hợp lý các từ kính ngữ một cách khéo léo, không làm cho khách hàngcó cảm giác khó chịu vì đặt quá nhiều câu hỏi	1 2 3 4 5

KỸ NĂNG GIẢI ĐÁP, HỖ TRỢ KHÁCH HÀNG

STT	Các biểu hiện kỹ năng thành phần	Mức độ
1	Điện thoại viên công nhận, tôn trọng những ý kiến, quan điểm đúng đắn của KH	1 2 3 4 5
2	Điện thoại viên tóm tắt các điểm chính trong vấn đề của khách hàng trước khi giải thích hoặc đưa ra giải pháp	1 2 3 4 5
3	Điện thoại viên thông báo cho khách hàng về thời gian dự kiến giải quyết vấn đề của KH	1 2 3 4 5
4	Điện thoại viên chủ động cung cấp thông tin liên quan hoặc nơi tra cứu thông tin cho khách hàng(trong trường hợp cần thiết)	1 2 3 4 5
5	Với các trường hợp phức tạp, không giải quyết được, Điện thoại viên thu thập đầy đủ thông tin của khách hàngvà chuyển cho Trưởng ca xử lý	1 2 3 4 5
6	Điện thoại viên không đổ lỗi cho nguyên nhân khách quan, cho khách hàng, cho đơn vị khác hoặc phủ nhận toàn bộ sự việc.	1 2 3 4 5
7	Điện thoại viên luôn giữ tốc độ nói luôn chậm hơn khách hàng, có điểm nhấn vào những từ quan trọng	1 2 3 4 5
8	Giọng nói to, rõ, không ngọng, lắp, nhịu; không cao giọng hoặc chen ngang lời khách hàng	1 2 3 4 5
9	Âm lượng vừa phải có sự cân bằng giữa điện thoại viên và khách hàng	1 2 3 4 5
10	Điện thoại viên đưa ra giải pháp phù hợp nhất với khách hàng nhưng cũng phù hợp với lợi ích của doanh nghiệp	1 2 3 4 5
11	Điện thoại viên kiểm tra lại xem khách hàng đã hiểu chính xác thông tin điện thoại viên truyền đạt chưa	1 2 3 4 5
12	Điện thoại viên cung cấp cho khách hàng phương án đúng và giải thích rõ nguyên nhân/bản chất vấn đề để khách hàng hiểu và làm theo hướng dẫn	1 2 3 4 5
13	Điện thoại viên trấn an và tạo được lòng tin cho khách hàng khi khách hàng khiếu nại	1 2 3 4 5
14	Điện thoại viên diễn đạt thông tin, hướng dẫn khách hàng thực hiện bằng ngôn từ dễ hiểu, rõ ràng, ngắn ngọn	1 2 3 4 5
15	Điện thoại viên thực hiện tốt các cơ hội bán hàng và cơ hội bán chéo được thúc đẩy	1 2 3 4 5

KỸ NĂNG KẾT THÚC CUỘC GỌI

STT	Các biểu hiện kỹ năng thành phần	Mức độ
1	Điện thoại viên cảm ơn khách hàng đã gọi điện	1 2 3 4 5
2	Xem xét thêm các hướng xử lí tiếp theo	1 2 3 4 5
3	Hỏi khách hàngcó cần hỗ trợ gì thêm không?	1 2 3 4 5
4	Hỏi khách hàngcần hỗ trợ thêm gì không trước khi kết thúc cuộc gọi	1 2 3 4 5

C. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN

Câu 6. *Anh/chị vui lòng cho biết quan điểm của mình về các yếu tố sau với 5 cấp độ*

Rất ít ảnh hưởng: 1 điểm; Ít ảnh hưởng: 2 điểm; Ảnh hưởng vừa phải: 3 điểm
Khá ảnh hưởng: 4 điểm; Rất ảnh hưởng: 5 điểm

Yếu tố	Những biểu hiện	Mức độ
Sự say mê hứng thú với công việc	Mong muốn được tiếp xúc với khách hàng	1 2 3 4 5
	Luôn có hứng thú giao tiếp	1 2 3 4 5
	Biết tạo ra cảm xúc tích cực khi giao tiếp	1 2 3 4 5
	Khả năng thích ứng với yêu cầu công việc của điện thoại viên	1 2 3 4 5
	Sáng tạo trong giao tiếp	1 2 3 4 5
Động cơ nghề nghiệp	Giao tiếp với khách hàng vì uy tín của doanh nghiệp	1 2 3 4 5
	Giao tiếp nhằm đạt được chỉ số cuộc gọi	1 2 3 4 5
	Giao tiếp nhằm mang lại lợi ích cho bản thân, cho khách hàng và doanh nghiệp	1 2 3 4 5
	Tích lũy kinh nghiệm về kỹ năng giao tiếp	1 2 3 4 5
	Khẳng định bản thân	1 2 3 4 5
	Sợ bị trách phạt	1 2 3 4 5
Ý thức rèn luyện nâng cao kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên	Mong muốn được bổ sung về kỹ năng giao tiếp	1 2 3 4 5
	Mong muốn được doanh nghiệp thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo về KNGT hiệu quả	1 2 3 4 5
	Sẵn sàng tâm thế hoàn thiện, nâng cao KNGT	1 2 3 4 5
	Lắng nghe sự góp ý của khách hàng, đồng nghiệp, cấp trên	1 2 3 4 5
	Chủ động trau dồi KNGT	1 2 3 4 5

Yêu cầu của cấp trên	Phải thực hiện các nguyên tắc giao tiếp với khách hàng	1 2 3 4 5
	Khen thưởng và kỷ luật dựa trên kết quả cuộc gọi	1 2 3 4 5
	Đảm bảo số lượng cuộc gọi trong ca trực	1 2 3 4 5
	Luôn có tâm trạng tốt trong khi làm việc	1 2 3 4 5
Vấn đề đào tạo, bồi dưỡng điện thoại viên	Chưa tổ chức đào tạo, bồi dưỡng KNGT thường xuyên	1 2 3 4 5
	Nội dung bồi dưỡng KNGT còn chưa sát với công việc	1 2 3 4 5
	Doanh nghiệp chưa thực sự quan tâm đến đào tạo KNGT cho điện thoại viên	1 2 3 4 5
	Phương pháp đào tạo chưa phù hợp	1 2 3 4 5
Sức ép công việc và đặc trưng nghề nghiệp	Tiếp xúc với quá nhiều khách hàng	1 2 3 4 5
	Giao tiếp diễn ra trong thời gian ngắn	1 2 3 4 5
	Công việc nhàm chán	1 2 3 4 5
	Khách hàng đòi hỏi cao	1 2 3 4 5

Câu 7. *Tần suất anh/chị đã tham gia các khóa đào tạo về kỹ năng giao tiếp với khách hàng như thế nào ?*

1. Không được tham gia 2. Định kì theo tháng

3. Định kì theo quý 4. Định kì theo năm

Câu 8. *Anh/chị vui lòng đề xuất ý kiến nhằm nâng cao kỹ năng giao tiếp cho điện thoại viên?*

1. Các nội dung/chuyên đề đào tạo anh/chị đề xuất

2. Đối với bộ phận Nhân sự và đào tạo

Xin anh/chị vui lòng cho biết một số thông tin sau:

- Giới tính: Nam/Nữ

- Tuổi: 1. *18 – 22* □ *2. 23 – 25* □ *3. 26 – 30* □ *4. Trên 30* □

-Trình độ đào tạo:

1. Trung cấp □ *2. Cao đẳng* □ *3. Đại học* □ *4. Đại học* □ *5. Trên đại học*

- Thâm niên: *Dưới 6 tháng* □ *2. 6 tháng – 3 năm* □ *3. Trên 3 năm* □

- Làm điện thoại viên tại tổng đài: *1. Viettel* □ *2. Vinaphone* □

- Chuyên môn được đào tạo:.....

Xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của anh/chị!

PHỤ LỤC 2. TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ CUỘC GỌI

(dành cho giám sát và nhà nghiên cứu phân tích file ghi âm)

Tiêu chí đánh giá kỹ năng giao tiếp qua điện thoại của điện thoại viên

1: Không thực hiện hoặc thực hiện không chính xác, lúng túng, dẫn đến kết quả tiêu cực về giao tiếp

2: Thực hiện chính xác nhưng thiếu linh hoạt, lúng túng, đôi khi không đúng thời điểm thích hợp hoặc bỏ lỡ cơ hội

3: Thực hiện chính xác, nhanh chóng, tương đối linh hoạt, dẫn đến kết quả không tích cực nhưng cũng không tiêu cực

4: Thực hiện chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, đúng thời điểm thích hợp, bước đầu tạo ấn tượng tốt

5: Thực hiện rất chính xác, nhanh chóng, linh hoạt, luôn đúng thời điểm thích hợp, mang lại ấn tượng rất tích cực về giao tiếp

KỸ NĂNG TẠO ẤN TƯỢNG BAN ĐẦU VỚI KHÁCH HÀNG

STT	Các biểu hiện kỹ năng thành phần	Mức độ
1	Điện thoại viên giới thiệu tên doanh nghiệp và tên/danh số điện thoại viên khi bắt đầu cuộc gọi	1 2 3 4 5
2	Điện thoại viên đề nghị khách hàng giữ máy lịch sự và cảm ơn khách hàngkhi đã giữ máy	1 2 3 4 5
3	Điện thoại viên hỏi tên khách hàng trước khi bắt đầu trao đổi và gọi tên khách hàngtrong suốt cuộc gọi.	1 2 3 4 5
4	Điện thoại viên chủ động thay đổi cách xưng hô cho phù hợp với mong muốn của khách hàng.	1 2 3 4 5
5	Điện thoại viên thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi khách hàng gọi đến.	1 2 3 4 5
6	Điện thoại viên xin lỗi hoặc thể hiện sự tiếc nuối về sự bất tiện hoặc các chi phí phát sinh khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ	1 2 3 4 5
7	Điện thoại viên chủ động tìm hiểu, làm rõ các yêu cầu của khách hàngđể xác định chính xác nhu cầu của khách hàng.	1 2 3 4 5
8	Điện thoại viên chủ động nhường lời khi khách hàng có biểu hiện muốn lên tiếng.	1 2 3 4 5
9	Điện thoại viên chia sẻ, trao đổi thêm các vấn đề mang tính cá nhân (nghề nghiệp, độ tuổi...) của khách hàng để tạo không khí thoải mái.	1 2 3 4 5
10	Điện thoại viên sử dụng các từ ngữ thể hiện sự chăm sóc và quan tâm đến khách hàng trong suốt cuộc gọi.	1 2 3 4 5

11	Điện thoại viên duy trì sự riêng tư khi trao đổi với khách hàng: không có tạp âm trong cuộc gọi.	1 2 3 4 5
12	Điện thoại viên mỉm cười trong khi trò chuyện với khách hàng.	1 2 3 4 5

KỸ NĂNG XÁC ĐỊNH NHU CẦU CỦA KHÁCH HÀNG

STT	Các biểu hiện kỹ năng thành phần	Mức độ
1	Điện thoại viên đặt các câu hỏi mở để xác định nhu cầu về vấn đề của khách hàng.	1 2 3 4 5
2	Các thông tin cần hỏi được định hướng rõ ràng (ví dụ: hỏi về thời gian, tình trạng hiện tại của sản phẩm, dịch vụ, các thông tin về cách sử dụng của khách hàng …)	1 2 3 4 5
3	Điện thoại viên khai thác cụ thể những xử lí bước đầu của khách hàngkhi gặp vấn đề.	1 2 3 4 5
4	Điện thoại viên chia sẻ, cảm thông với những trải nghiệm không mong muốn khách hàng gặp phải.	1 2 3 4 5
5	Điện thoại viên sử dụng các tiếng đệm trong cuộc gọi để khách hàng nhận thấy điện thoại viên vẫn đang lắng nghe (VD: dạ, vâng, em hiểu...)	1 2 3 4 5
6	Điện thoại viên tránh những câu hỏi mang tính chỉ dẫn, đoán mò. Không dẫn dắt khách hàng theo ý kiến chủ quan của bản thân.	1 2 3 4 5
7	Điện thoại viên tập trung chú ý vào vấn đề khách hàng đang trình bày: im lặng để nghe, không ngắt lời, không phản bác, không suy diễn hay dự đoán.	1 2 3 4 5
8	Điện thoại viên chủ động tóm tắt hoặc diễn đạt lại các thông tin quan trọng khách hàngđã chia sẻ	1 2 3 4 5
9	Điện thoại viên tạo cơ hội cho khách hàngđược trình bày, chia sẻ, không ngắt lời khách hàng.	1 2 3 4 5
10	Điện thoại viên sử dụng các mẫu câu chuẩn hoặc đặt câu hỏi với khách hàngphải có chủ ngữ, vị ngữ, không nói cộc lốc, trống không.	1 2 3 4 5
11	Điện thoại viên sử dụng hợp lý các từ kính ngữ một cách khéo léo, không làm cho khách hàng có cảm giác khó chịu vì đặt quá nhiều câu hỏi	1 2 3 4 5

KỸ NĂNG GIẢI ĐÁP, HỖ TRỢ KHÁCH HÀNG

STT	Các biểu hiện kỹ năng thành phần	Mức độ
1	Điện thoại viên công nhận, tôn trọng những ý kiến, quan điểm đúng đắn của khách hàng.	1 2 3 4 5
2	Điện thoại viên tóm tắt các điểm chính trong vấn đề của khách hàng trước khi giải thích hoặc đưa ra giải pháp	1 2 3 4 5
3	Điện thoại viên thông báo cho khách hàng về thời gian dự kiến giải quyết vấn đề của khách hàng	1 2 3 4 5
4	Điện thoại viên chủ động cung cấp thông tin liên quan hoặc nơi tra cứu thông tin cho khách hàng (trong trường hợp cần thiết)	1 2 3 4 5
5	Với các trường hợp phức tạp, không giải quyết được, Điện thoại viên thu thập đầy đủ thông tin của khách hàng và chuyển cho Trưởng ca xử lý	1 2 3 4 5
6	Điện thoại viên không đổ lỗi cho nguyên nhân khách quan, cho khách hàng, cho đơn vị khác hoặc phủ nhận toàn bộ sự việc.	1 2 3 4 5
7	Điện thoại viên luôn giữ tốc độ nói luôn chậm hơn khách hàng, có điểm nhấn vào những từ quan trọng.	1 2 3 4 5
8	Giọng nói to, rõ, không ngọng, lắp, nhịu; không cao giọng hoặc chen ngang lời khách hàng.	1 2 3 4 5
9	Âm lượng vừa phải có sự cân bằng giữa điện thoại viên và khách hàng.	1 2 3 4 5
10	Điện thoại viên đưa ra giải pháp phù hợp nhất với khách hàng nhưng cũng phù hợp với lợi ích của doanh nghiệp	1 2 3 4 5
11	Điện thoại viên kiểm tra lại xem khách hàng đã hiểu chính xác thông tin điện thoại viên truyền đạt chưa.	1 2 3 4 5
12	Điện thoại viên cung cấp cho khách hàng phương án đúng và giải thích rõ nguyên nhân/bản chất vấn đề để khách hàng hiểu và làm theo hướng dẫn.	1 2 3 4 5
13	Điện thoại viên trấn an và tạo được lòng tin cho khách hàng khi khách hàng khiếu nại.	1 2 3 4 5
14	Điện thoại viên diễn đạt thông tin, hướng dẫn khách hàng thực hiện bằng ngôn từ dễ hiểu, rõ ràng, ngắn ngọn.	1 2 3 4 5
15	Điện thoại viên thực hiện tốt các cơ hội bán hàng và cơ hội bán chéo được thúc đẩy.	1 2 3 4 5

KỸ NĂNG KẾT THÚC CUỘC GỌI

STT	Các biểu hiện kỹ năng thành phần	Mức độ
1	Điện thoại viên cảm ơn khách hàng đã gọi điện	1 2 3 4 5
2	Xem xét thêm các hướng xử lí tiếp theo	1 2 3 4 5
3	Điện thoại viên nhận biết mức độ hài lòng của khách hàng trước khi kết thúc cuộc gọi	1 2 3 4 5
4	Hỏi khách hàng cần hỗ trợ thêm gì không trước khi kết thúc cuộc gọi	1 2 3 4 5

PHỤ LỤC 2.1. ĐÁNH GIÁ CUỘC GỌI

STT	*Nội dung cuộc gọi*	*Đánh giá cuộc gọi*			
		Kỹ năng tạo ấn tượng với khách hàng	*Kỹ năng xác định nhu cầu khách hàng*	*Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ*	*Kỹ năng kết thúc cuộc gọi*
1	Cuộc gọi hỏi thông tin về các chương trình khuyến mại trong tháng đối với thuê bao của khách hàng	Điện thoại viên chào khách hàng bằng giọng hào hứng, tích cực, tốc độ nói hơi nhanh.	Điện thoại viên sử dụng cả câu hỏi đóng và câu hỏi mở để khai thác thông tin. Tuy nhiên số lượng câu hỏi hơi dồn dập. Điện thoại viên đã "dạ vâng" trong cuộc gọi, thể hiện sự lắng nghe	Điện thoại viên cung cấp chính xác thông tin cần hỗ trợ cho khách hàng. Điện thoại viên giải thích tương đối dễ hiểu các thông tin	Điện thoại viên ngừng cuộc gọi đúng lúc, sau khi đã hỏi khách hàng cần hỗ trợ thêm thông tin nào không?
2	Cuộc gọi nhờ hỗ trợ cài đặt dữ liệu di động trên các	Điện thoại viên xưng danh số rõ ràng, giọng	Điện thoại viên thể hiện sự tập trung lắng nghe	Điện thoại viên giải thích rõ ràng, ngắn gọn các	Điện thoại viên chủ động trao đổi thêm

	dòng thiết bị IOS	nói thể hiện sự nhiệt tình, hào hứng. Điện thoại viên hỏi khách hàng có cần hỗ trợ gì không?	bằng việc nhắc lại các thông tin khách hàng trao đổi Điện thoại viên lên giọng ở những từ quan trọng cần khách hàng lưu ý	thông tin bằng các ngôn từ dễ hiểu. Điện thoại viên chủ động hướng dẫn khách hàng nơi tra cứu và trợ giúp cho khách hàng.	với khách hàng về các chương trình giá trị gia tăng, sau đó chào và kết thúc cuộc gọi
3	Khách hàng kết nối lên tổng đài đề nghị hủy dịch vụ nhạc chờ	Điện thoại viên nói rõ tên doanh nghiệp, xưng tên và chào khách hàng bằng giọng nói nhiệt tình, hào hứng	Điện thoại viên tập trung lắng nghe khi khách hàng trình bày vấn đề của mình. Điện thoại viên khéo léo đặt câu hỏi để khai thác thêm các thông tin liên quan. Điện thoại viên nhận ra được băn khoăn của khách hàng thể hiện qua ngữ điệu.	Điện thoại viên trao đổi với khách hàng các thông tin cụ thể, chính xác để khách hàng hiểu rõ về trường hợp của khách hàng cũng như tin tưởng vào các dịch vụ của nhà mạng	Điện thoại viên tận tình giải thích thêm các thông tin khách hàng còn đang băn khoăn.
4	Khách hàng gửi tin nhắn không thành	- Điện thoại viên chưa biết cách	Sử dụng nhiều từ bình dân: "Cái này, bên	Chưa có kỹ năng thuyết phục khách	Điện thoại viên nên cảm ơn và

	công nhưng bị trừ cước và không được hoàn tiền	trấn an, xoa dịu khi khách hàng đang cảm thấy bức xúc, gay gắt trong cuộc gọi.	em, người ta xử lý" Điện thoại viên có chất giọng buồn, đều đều và chưa có điểm nhấn để thu hút người nghe.	hàng. Dẫn đến cuối cuộc gọi khách hàng không cảm thấy hài lòng.	chào khách hàng rõ ràng ở cuối cuộc gọi.
5	Khách hàng đã thực hiện nạp tiền cho thuê bao trả trước qua bankplus, tài khoản ngân hàng đã bị trừ tiền nhưng tài khoản di động không được cộng cước	Điện thoại viên đã cảm ơn khi khách hàng đã giữ máy chờ điện thoại viên kiểm tra thông tin.	- Điện thoại viên nắm bắt thông tin chậm, chưa tập trung trong cuộc gọi dẫn đến lặp lại câu hỏi của khách hàng khi khách đã phản ánh rõ vấn đề. Ngôn từ giao tiếp cứng, tỏ thái độ khó chịu trong cuộc gọi khi khách hàng hỏi thêm thông tin. Chưa có kỹ năng lắng nghe dẫn đến chen ngang lời khách hàng.	Điện thoại viên trình bày khá dài dòng và đôi chỗ còn vấp, lặp từ nhiều. Điện thoại viên chỉ dừng lại ở việc đọc thông tin chính xác chứ chưa phải giải đáp, hỗ trợ khách hàng Chưa kéo léo trong cách giao tiếp cũng như chưa có kỹ năng thuyết phục. - Sử dụng từ giao tiếp thiếu chuyên nghiệp trong	Điện thoại viên nên cảm ơn và chào khách hàng rõ ràng ở cuối cuộc gọi.

				cuộc gọi: "ý anh là sao?", "cái", "nó"	
6	Khách hàng phản ánh cuộc gọi mới đổ chuông đã bị tính cước.	Điện thoại viên nói rõ tên doanh nghiệp, xưng tên và chào khách hàng, giọng hơi nhỏ	Điện thoại viên chưa thể hiện sự lắng nghe khách hàng.	Điện thoại viên xử lý rập khuôn, chưa khéo léo khi thuyết phục khách hàng. - Ngôn từ giao tiếp của điện thoại viên bị hạn chế, dẫn đến không giải thích được tại sao khách hàng nhận được quá nhiều tin khuyến mại - Đôi lúc nói nhanh, cảm giác có chất giọng địa phương. Sử dụng từ, cụm từ thiếu chuyên nghiệp. VD: "cái", "người ta", "em sẽ cúp máy với chị",	Cuối cuộc gọi khách hàng vẫn không cảm thấy thực sự hài lòng về phương án hỗ trợ của điện thoại viên cung cấp.

7	Khách hàng khiếu nại về thời gian xử lý khách hàng lâu.	Chưa khéo léo khi yêu cầu khách hàng giữ máy, hoặc chuyển máy cho điện thoại viên khác. - Điện thoại viên lạm dụng quá nhiều từ "xin lỗi", Điện thoại viên giới thiệu quá nhanh	Chưa biết cách đặt câu hỏi khai thác thông tin khách hàng, khiến khách hàng gặp khó khăn khi trả lời các câu hỏi.	Điện thoại viên trao đổi khá dài dòng, chưa tóm lược ý chính và cô đọng nhất để khách hàng dễ hiểu và nắm bắt được hết thông tin.	Điện thoại viên ngừng cuộc gọi đúng lúc, sau khi đã hỏi khách hàng cần hỗ trợ thêm thông tin nào không?
8	Khách hàng khiếu nại nhân viên thu cước thu cước sai số tiền		- Chất giọng rề rà, thể hiện thái độ không tốt trong cuộc gọi. - Sử dụng ngôn ngữ giao tiếp chưa khéo léo và chưa trấn an, xoa dịu khách hàng.	Lên giọng, tỏ vẻ hiểu biết hơn khách hàng.	Khách hàng không hài lòng được thể hiện rất rõ trong toàn bộ cuộc gọi.
9	- Khách hàng khiếu nại về việc đã thanh toán nhưng không được	Điện thoại viên xưng tên chưa hợp lý, tạo cảm giác	Điện thoại viên chưa có kỹ năng thuyết phục khách hàng,	Trong cuộc gọi khách hàng phản ánh khá nhiều thông	Điện thoại viên ngừng cuộc gọi đúng lúc, sau khi đã

	khôi phục dịch vụ	khó chịu và ngượng ngùng trong cuộc gọi.	ngôn từ sử dụng hạn chế. Dẫn đến khi khách hàng phản ánh "...em chỉ phản hồi như thế thôi chứ không mong chờ gì bên anh...", "...vậy nhé, em cũng không muốn dùng nữa" Điện thoại viên không trấn an cũng như thuyết phục khách hàng mà chỉ "Dạ".	tin, khách hàng không hài lòng về cách làm việc cũng như cách hỗ trợ thông tin từ phía điện thoại viên. Điện thoại viên có kiên nhẫn lắng nghe những phản ánh của khách hàng, tuy nhiên điện thoại viên chưa biết cách trấn an, xoa dịu các bức xúc của khách hàng khi khách hàng muốn từ bỏ doanh nghiệp, không duy trì sử dụng dịch vụ.	hỏi khách hàng cần hỗ trợ thêm thông tin nào không?
10	Cuộc gọi khiếu nại	- Điện thoại viên để khoảng trống trong cuộc gọi, nếu chưa nghe tín	Điện thoại viên chưa biết cách đặt câu hỏi, dẫn đến Điện thoại viên đặt câu hỏi thừa khi	Chưa có kỹ năng thuyết phục khách hàng. - Kỹ năng giao tiếp chưa tốt,	Khách hàng không hài lòng về cách hỗ trợ nên khiếu nại Điện

		hiệu từ phía khách hàng, điện thoại viên nên chủ động hỏi khách hàng trước. - Cách giao tiếp chưa sôi nổi, chưa tự tin, chất giọng rề rà tạo sự nhàm chán trong cuộc gọi.	đã biết chính xác thông tin từ phía khách hàng. Để nhiều khoảng trống trong cuộc gọi. Điện thoại viên có thái độ chưa tốt: lên giọng với khách hàng, thiếu kiên nhẫn khi nghe khách hàng phản ánh, nói chen lời, chồng lên lời của khách hàng, ... Chưa có kỹ năng lắng nghe. Dẫn đến trong cuộc gọi khách hàng phải nhắc Điện thoại viên nhiều lần "Em nghe mình nói hết cái đã..."	ngôn từ còn hạn chế khi giao tiếp với khách hàng. - Chưa có kỹ năng chăm sóc khách hàng qua điện thoại. Sử dụng từ chưa chuyên nghiệp	thoại viên nhưng Điện thoại viên vẫn tỏ vẻ thách thức khách hàng
11	Khách hàng khiếu nại thuê bao quấy rối	- Chất giọng chưa sôi nổi, rề rà tạo sự nhàm chán, mệt mỏi trong cuộc	Chưa biết cách lắng nghe khách hàng, khi khách hàng đang nói Điện	Chưa chủ động trong việc cung cấp thông tin cho khách hàng. Điện	Điện thoại viên nên chủ động cảm ơn và chào khách hàng ở

		gọi.	thoại viên tránh chen ngang hoặc nói chồng lên lời nói của khách hàng. Khách hàng cảm ơn điện thoại viên nên đáp trả lại cho khách hàng tránh để khoảng trống trong cuộc gọi.	thoại viên chỉ dừng lại ở việc hỏi gì nói đó.	cuối cuộc gọi.
12	Khách hàng khiếu nại có nhiều tin nhắn quảng cáo	Nắm bắt thông tin chậm, kiểm tra thông tin lâu. - Điện thoại viên nên chủ động trong cuộc gọi, cuối cuộc gọi Điện thoại viên nên cảm ơn và chào khách hàng.	Khi khách hàng phản án, điện thoại viên nên thể hiện mình đang lắng nghe khách hàng tránh yên lặng để khoảng trống trong cuộc gọi và nhẩm nói lung tung Khai thác thông tin thừa khi khách hàng đã cung cấp đầy đủ thông tin, chưa biết cách đặt câu hỏi để đưa ra phương	Điện thoại viên chưa biết cách trấn an, xoa dịu khách hàng. Điện thoại viên chỉ xử lý rập khuôn theo quy trình có sẵn.	Điện thoại viên ngừng cuộc gọi đúng lúc, sau khi đã hỏi khách hàng cần hỗ trợ thêm thông tin nào không?

			án giải quyết vấn đề cho khách hàng.		
13	Khách hàng khiếu nại không được miễn phí dung lượng theo quy định.	- Điện thoại viên chưa biết cách trấn an, thuyết phục khách hàng khi khách hàng cảm thấy bức xúc về cách làm việc của nhà mạng.	Điện thoại viên cần lắng nghe khách hàng nhiều hơn, tránh chen ngang lời khách hàng, tỏ thái độ khó chịu với khách hàng. - Tránh đổ lỗi cho khách hàng, cần thiện chí, và khéo léo hơn khi giao tiếp với khách hàng. Điện thoại viên chưa có kỹ năng kiểm soát cảm xúc của bản thân	Sử dụng quá nhiều từ thừa trong cuộc gọi (VD: Thì, là, cái, đó, …). - Điện thoại viên xử lý vấn đề quá rập khuôn, chưa có sự đồng cảm trong cuộc gọi.	
	Khách hàng đề nghị hủy các dịch vụ giá trị gia tăng.	- Điện thoại viên cần xin phép khách hàng khi điện thoại viên đã nắm bắt được thông tin và muốn ngắt	Điện thoại viên cần lắng nghe nhiều hơn, tránh lên giọng và chen ngang lời khách hàng đang nói. Điện thoại	Điện thoại viên chưa có kỹ năng thuyết phục khi khách hàng muốn hủy dịch vụ	Điện thoại viên chưa khéo léo khi hẹn thời gian xử lý cho khách hàng. Dẫn đến cuối

		lời khách hàng.	viên ngôn từ sử dụng cứng, thiếu chủ vị trong cuộc gọi.		cuộc gọi khách hàng vẫn chưa cảm thấy hài lòng.
14	Khách hàng đề nghị hủy dịch vụ đăng kí trước thời hạn.	Điện thoại viên chưa thể hiện sự đồng cảm, chia sẻ với khách hàng nhiều hơn. - Điện thoại viên nên chủ động hơn trong cuộc gọi, tránh để khoảng trống.	Điện thoại viên biết cách lắng nghe và thông báo ghi nhận thông tin cho khách hàng lúc đầu	Điện thoại viên chưa có kỹ năng thuyết phục khách hàng. Đặc biệt trong trường hợp khó như khách hàng muốn hủy dịch vụ thì Điện thoại viên khá lúng túng khi đưa ra phương án.	Điện thoại viên ngừng cuộc gọi đúng lúc, sau khi đã hỏi khách hàng cần hỗ trợ thêm thông tin nào không?
15	Khách hàng khiếu nại về cước.	Xử lý rập khuôn, dẫn đến trong cuộc gọi khách hàng không cảm nhận được vấn đề của mình được Điện thoại viên tiếp nhận. - Điện thoại viên cần	Khi khách hàng đặt câu hỏi Điện thoại viên nên hồi đáp lại ngay cho khách hàng tránh trường hợp để khoảng trống trong cuộc gọi. - Điện thoại viên đặt khá	- Điện thoại viên chưa có kỹ năng trấn an, xoa dịu khách hàng Điện thoại viên giao tiếp chưa khéo khi trả lời thông tin về việc không hủy được dịch vụ	Điện thoại viên đã chào tạm biệt khách hàng và hướng dẫn khách hàng tiếp tục kết nối tới tổng đài nếu cần được hỗ trợ.

		đồng cảm với khách hàng hơn	nhiều câu hỏi thừa, lặp lại câu hỏi của khách hàng khi khách hàng đã cung cấp rõ thông tin. - Điện thoại viên cần giải thích cho khách hàng hiểu tại sao Điện thoại viên lại khai thác thông tin để khách hàng có thể an tâm hơn.	tại thời điểm này.	
16	Khách hàng khiếu nại về thái độ của nhân viên và có lời lẽ đe dọa.	- Điện thoại viên chưa khéo léo khi yêu cầu khách hàng giữ máy, và không cảm ơn khách hàng khi đã kiểm tra xong thông tin. - Trình bày thông tin dài dòng, lan man	Điện thoại viên xử lý quá cứng nhắc, chưa biết cách đặt câu hỏi khai thác thông tin khi khách hàng phản ánh muốn ngừng sử dụng dịch vụ, điện thoại viên nhắc lại nhiều lần thông báo là không hỗ trợ được => Chưa	Điện thoại viên xử lý thông tin hơi rập khuôn, Điện thoại viên cần đặt mình vào trường hợp của khách hàng để đồng cảm với khách hàng hơn. Ngôn ngữ giao tiếp chưa chuyên nghiệp, sử dụng quá	

			có kỹ năng lắng nghe và đặt câu hỏi.	nhiều từ bình dân.	
17	Khách hàng đòi cho số điện thoại của quản lý.	- Điện thoại viên có giải thích và trấn an khách hàng sử dụng tuy nhiên chưa khéo léo. - Điện thoại viên còn sử dụng quá nhiều từ bình dân, chưa thể hiện được tính chuyên nghiệp trong cuộc gọi. -	Điện thoại viên không nghe tín hiệu từ phía khách hàng điện thoại viên nên hỏi lại 3 lần, tránh trường hợp chỉ chào 1 lần không nghe tín hiệu là điện thoại viên vội vàng thông báo	Điện thoại viên sử dụng ngôn từ chưa khéo léo khi từ chối cung cấp thông tin bảo mật cho khách hàng. Ví dụ: Thông tin này em không thông báo được cho khách hàng anh ơi, anh phải làm việc trực tiếp với điểm giao dịch bên em mới báo cho anh được" => Dẫn đến khách hàng vẫn cảm thấy bức xúc	Điện thoại viên chào tạm biệt khách hàng lịch sự và hứa sẽ gọi điện lại cho khách hàng
18	Khách hàng báo tình trạng thiết bị bị hỏng, cần sửa chữa gấp.	Điện thoại viên đã chào hỏi khách hàng, điện thoại viên nên sử dụng từ "Dạ/Vâng"	Điện thoại viên tránh nhấn giọng thể hiện thái độ không tốt trong cuộc gọi, làm người nghe không	Điện thoại viên chưa xoa dịu khách hàng (do khách hàng dễ tính nên Điện thoại viên đã	Điện thoại viên giao tiếp nhẹ nhàng và ghi nhận thông tin khách hàng để

		để phản hồi lại cho khách hàng biết điện thoại viên đang lắng nghe nội dung phản ánh của khách hàng, tránh dùng từ "Rồi" thể hiện thái độ hiểu biết hơn khách hàng	hài lòng và cảm thấy khó chịu. - Điện thoại viên nên lắng nghe khách hàng nhiều hơn, đồng thời kiên nhẫn hơn đối với trường hợp khách hàng không hiểu rõ về sản phẩm	hướng dẫn khách hàng chờ và sẽ thông báo hỗ trợ cho khách hàng). Điện thoại viên chưa thông báo thời gian cho khách hàng là bao lâu?	báo kiểm tra và hứa trong sẽ giải quyết tình trạng của khách hàng trong 24h.
19	Khách hàng so sánh dịch vụ của các nhà mạng và đòi hỏi hủy dịch vụ.		Điện thoại viên chưa có kỹ năng lắng nghe và phân tích tầm quan trọng trong việc sẽ lọc thông tin nào từ phía khách hàng cung cấp để giải thích khách hàng hiểu.	Điện thoại viên nên nhẹ nhàng tư vấn không nên lớn tiếng sẽ dẫn đến khách hàng không tin tưởng vào sản phẩm của nhà mạng, mất niềm tin từ phía khách hàng.	Điện thoại viên chào tạm biệt khách hàng lịch sự và hứa sẽ gọi điện lại cho khách hàng.

PHỤ LỤC 3: BẢNG CÂU HỎI ĐIỀU TRA

(Dành cho khách hàng)

Kính chào Anh/Chị,

Để nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên nhằm đề xuất những giải pháp nâng cao kỹ năng này, anh/chị vui lòng trả lời đầy đủ những câu hỏi dưới đây. Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của quý Anh/Chị!

A. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CHUNG

Câu 1. Anh chị đã từng kết nối lên tổng đài chưa

2. Có 1. Không

Câu 2. Theo anh/chị, điện thoại viên cần có các kỹ năng nào khi giao tiếp với khách hàng (vui lòng ghi càng cụ thể càng tốt)

B. ĐÁNH GIÁ KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN

Anh/chị vui lòng cho biết *đánh giá chung* về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên trong cuộc gọi kết nối với tổng đài dựa trên 5 cấp độ như sau:

1: Rất không đồng ý 2. Không đồng ý 3. Phân vân 4. Đồng ý 5. Rất đồng ý

Các biểu hiện kỹ năng thành phần	**Mức độ**
1 Chào đón tôi theo cách khiến tôi cảm thấy thoải mái	1 2 3 4 5
2. Đối xử với tôi tôn trọng	1 2 3 4 5
3. Thể hiện sự quan tâm đến suy nghĩ của tôi về những vấn đề tôi gặp phải	1 2 3 4 5
4. Hiểu được mối quan tâm của tôi	1 2 3 4 5
5. Chú ý đến tôi (lắng nghe)	1 2 3 4 5
6. Để tôi nói chuyện mà không bị gián đoạn	1 2 3 4 5
7. Cung cấp cho tôi nhiều thông tin như tôi muốn	1 2 3 4 5
8. Nói về những điều tôi có thể hiểu	1 2 3 4 5
9. Kiểm tra để chắc chắn tôi hiểu tất cả mọi thứ	1 2 3 4 5
10. Khuyến khích tôi đặt câu hỏi	1 2 3 4 5
11. Cho tôi cơ hội được ra quyết định như tôi muốn	1 2 3 4 5
12. Thảo luận với tôi về các bước tiếp theo	1 2 3 4 5
13. Thể hiện quan tâm và lo lắng	1 2 3 4 5
14. Dành lượng thời gian phù hợp để trao đổi với tôi	1 2 3 4 5

Xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của anh/chị!

PHỤ LỤC 4. BẢNG PHỎNG VẤN CHUYÊN GIA

Người thực hiện phỏng vấn

Người được phỏng vấn

Thời gian

Địa điểm

Phần 1. Giới thiệu, làm quen, nêu mục đích, yêu cầu mong đợi từ cuộc phỏng vấn

Phần 2. Giới thiệu nội dung phỏng vấn

Kính chào Anh/Chị,

Để nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên nhằm đề xuất những giải pháp nâng cao kỹ năng này, chúng tôi mong anh/chị vui lòng trả lời đầy đủ những câu hỏi dưới đây.

Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của quý Anh/Chị!

1. Theo Anh/chị, những kỹ năng giao tiếp nào của điện thoại viên với khách hàng là cần thiết nhất và biểu hiện của các kỹ năng đó? Anh/chị đánh giá như thế nào về KNGT của điện thoại viên hiện nay?

.....

.....

.....

.....

2. Theo anh/chị những yếu tố có thể ảnh hưởng đến việc hình thành và nâng cao các kỹ năng giao tiếp điện thoại viên với khách hàng?

.....

.....

.....

.....

4. Theo Anh/chị có những giải pháp nào có thể giúp nâng cao kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng?

.....

.....

.....

.....

.....

PHỤ LỤC 5. BẢNG PHỎNG VẤN SÂU

(dành cho điện thoại viên)

Kính chào Anh/Chị,

Để nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên nhằm đề xuất những giải pháp nâng cao kỹ năng này, chúng tôi mong anh/chị vui lòng trả lời đầy đủ những câu hỏi dưới đây.

Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của quý Anh/Chị!

Địa điểm phỏng vấn:

Thời gian phỏng vấn:

Người được phỏng vấn:

Người phỏng vấn:

Nội dung phỏng vấn:

I. Giới thiệu, làm quen.

II. Thông báo về mục đích, nội dung phỏng vấn

Các câu hỏi phỏng vấn sâu

1. Theo anh/chị, khách hàng mong muốn gì khi gọi điện lên tổng đài?

.....

.....

.....

.....

2. Các kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên khi giao tiếp với khách hàng bao gồm những kỹ năng nào?

.....

.....

.....

.....

3. Điện thoại viên thực hiện các kỹ năng giao tiếp đó khi giao tiếp với khách hàng như thế nào?

.....

.....

.....

.....

.....

4. Những khó khăn khi điện thoại viên giao tiếp với khách hàng qua điện thoại là gì?

.....

.....

.....

.....

5. Những kỹ năng nào anh/chị thực hiện tốt khi giao tiếp với khách hàng? Vì sao

.....

.....

.....

.....

6. Có những yếu tố nào ảnh hưởng tới kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng?

.....

.....

.....

.....

PHỤ LỤC 5. 1. BIÊN BẢN PHỎNG VẤN SÂU

(dành cho điện thoại viên)

Địa điểm phỏng vấn: Phòng đào tạo, Công ty Minh Phúc

Thời gian phỏng vấn: Sáng ngày 24/8/2018

Người được phỏng vấn: Điện thoại viên Trần L.A

Người phỏng vấn: Phạm Thị Hải Yến

Nội dung phỏng vấn: Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

NPV: Chào em, dạo này công việc của em thế nào? Chị xin phép trao đổi với em một chút sau ca làm việc nhé.

Điện thoại viên: Dạo này em cũng bận hơn đợt trước chị ạ. Phải tăng ca nhiều hơn, có hôm em tưởng em ở tổng đài cả tuần.

NPV: Ừ, chị thấy các em rất bận. Trực suốt, rảnh ra lại đào tạo nghiệp vụ rồi nghe lại file. Hôm nay chị muốn trao đổi với em một số nội dung về kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng nhé. Đầu tiên, theo em, khách hàng mong muốn gì khi gọi điện lên tổng đài?

Điện thoại viên: Ôi, khách hàng muốn nhiều lắm chị ạ. Khách hàng muốn được giải quyết nhanh chóng, thuận tiện và tất nhiên là có lợi cho khách hàng. Bây giờ khách hàng cũng hiểu về quyền lợi của mình nhiều hơn nên họ hay dọa dẫm rồi đòi khiếu nại. Họ muốn điện thoại viên nói chuyện nhẹ nhàng, tình cảm…

NPV: Ôi vậy hả, vậy thì các em vất vả rồi

Điện thoại viên: Vâng chị thấy đấy, chúng em làm ở tổng đài, toàn giải đáp, hỗ trợ những lỗi không phải của mình. Nhưng khách hàng thì cứ tưởng bọn em có đủ các loại quyền nên họ trách là họ trách tổng đài chị ạ.

NPV: Trong tình huống như vậy, theo em các kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên khi giao tiếp với khách hàng bao gồm những kỹ năng nào?

Điện thoại viên: Nhiều lắm chị ơi, đầu tiên yêu cầu khi bọn em vào làm ở đây là không nói ngọng, nói lắp, không nói giọng địa phương, rồi kế đến là phải biết chào hỏi, hướng dẫn khách hàng, kiểu như là giải đáp các thắc mắc khiếu nại. Nói

chung là phải lắng nghe xem vấn đề của khách hàng là gì, thuộc nghiệp vụ nào rồi tìm phương án phù hợp để giải thích, hỗ trợ khách hàng chị ạ. Tóm lại là các kỹ năng như là kỹ năng lắng nghe, kỹ năng thuyết phục, rồi đặt câu hỏi.

NPV: Ừ, vậy đó cũng là những kỹ năng giao tiếp cơ bản trong cuộc sống em nhỉ?

Điện thoại viên: Kể ra là vậy nhưng giao tiếp với khách hàng nó khác chị ạ. Lắng nghe xong là phải giải đáp, hỗ trợ thành công cho khách hàng, mục tiêu cuối cùng là khách hàng phải hài lòng với cuộc điện thoại đó.

NPV: Vậy em thấy điện thoại viên thực hiện các kỹ năng giao tiếp đó khi giao tiếp với khách hàng như thế nào?

Điện thoại viên: Nói chung là tùy bạn, có bạn tỉ lệ cuộc gọi khách hàng hài lòng cao, cũng có bạn tỉ lệ cuộc gọi khách hàng hài lòng thấp. Em nghĩ chắc ở mức trung bình, bạn nào yếu quá thì giám sát sẽ nhắc nhở và hỗ trợ thường xuyên. Như em thấy thì các bạn sẽ gặp khó khăn ở chỗ xác định xem khách hàng cần hỗ trợ cái gì? Như là xác định đúng nhu cầu của khách hàng ấy chị ạ. Thuyết phục khách hàng khó tính, khách hàng khiếu nại hoặc khách hàng thái độ cũng là một cái khó các bạn làm chưa tốt. Nhiều cuộc gọi khách hàng không cho mình nói, cũng chả biết thuyết phục khách hàng gì luôn chị ạ. Mình dạ vâng nhiều thì khách hàng bảo thảo mai, mình không nhắc lại bảo không nghe rồi giải thích đúng nghiệp vụ thì khách hàng lại thấy thiệt. Bọn em phải khéo léo để vừa có lý, vừa có tình.

NPV: Vậy những khó khăn khi điện thoại viên giao tiếp với khách hàng qua điện thoại là gì?

Điện thoại viên: Cá nhân em thấy đây là công việc rất đặc biệt, không yêu nghề thì không làm được đâu chị ạ. Bọn em bảo đây là "nghề nghe chửi" mà chị. Tâm lý của khách hàng lúc gọi điện, lưu lượng cuộc gọi trong mỗi ca trực rồi số lượng cuộc gọi cần đảm bảo trong mỗi ca trực đều ảnh hưởng tới điện thoại viên ạ. Ngoài ra, nhiều bạn mới lên line hoặc chưa được đào tạo kỹ về kỹ năng nghiệp vụ ảnh hưởng nhiều tới việc giao tiếp với khách hàng.

NPV: Vất vả quá em nhỉ, vậy những kỹ năng nào anh/chị thực hiện tốt khi giao tiếp với khách hàng? Vì sao?

Điện thoại viên: Lúc đầu cuộc gọi và lúc kết thúc cuộc gọi là những thời điểm dễ giao tiếp với khách hàng nên em thấy mình thực hiện việc tạo thiện cảm với khách hàng khá tốt. Giọng nói của em cũng khá dễ nghe khiến khách hàng cảm thấy dễ chịu. Ngoài ra, em cũng là người biết lắng nghe khách hàng,em rất hiếm khi chen lời khách hàng khi trao đổi.

PHỤ LỤC 6. BÀI TẬP TÌNH HUỐNG

Bài tập tình huống 1: Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu với khách hàng

Khách hàng kết nối lên tổng đài khiếu nại về việc quá trình xử lý sự cố của nhà mạng chậm trễ, hứa hẹn thời gian xử lý nhưng không có bộ phận kỹ thuật xuống xử lý cho khách hàng. Khách hàng đã nhiều lần gọi điện yêu cầu nhưng không được giải quyết. Khi điện thoại viên vừa nhấc máy, khách hàng đã mắng té tát, xối xả không cho điện thoại viên cơ hội được mở lời.

Bài tập tình huống 2: Kỹ năng xác định nhu cầu khách hàng

Khách hàng kết nối lên tổng đài hỏi về một số gói cước ưu đãi phút gọi, sau đó lại đề nghị hỗ trợ chuyển sim sang máy khác nhưng vẫn giữ được danh bạ cuối cùng lại hỏi về cách hủy dịch vụ giá trị gia tăng. Khách hàng trình bày vấn đề dài dòng, lan man khiến cho điện thoại viên khó khăn khi xác định nhu cầu thực sự của khách hàng là gì?

Bài tập tình huống 3: Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng

Khách hàng phản ánh không được miễn phí dung lượng theo quy định, truy cập 4G không nhiều nhưng cước phát sinh nhiều, tốc độ Internet chậm và thường xuyên bị mất kết nối. Khách hàng đã phản ánh nhiều lần và đề nghị được hỗ trợ nhưng chưa được giải quyết. Điện thoại viên cần giải thích để khách hàng hiểu về cách tính cước cũng như cước phát sinh khi dùng dịch vụ 4G. Tuy nhiên, khách hàng không đồng ý với cách giải thích của điện thoại viên, khách hàng đòi được hoàn lại tiền.

Bài tập tình huống 4: Kỹ năng kết thúc cuộc gọi

Khách hàng trình bày lan man, dài dòng, điện thoại viên không thể kết thúc được cuộc gọi.

PHỤ LỤC 7. ĐỀ CƯƠNG QUAN SÁT

(Dành cho điện thoại viên)

Địa điểm quan sát:

Đối tượng quan sát:

Thời gian quan sát:

Nội dung quan sát:

1. Quan sát điều kiện bên ngoài của hoạt động giao tiếp với khách hàng của điện thoại viên

- Vị trí chỗ ngồi làm việc của điện thoại viên
- Khoảng cách các bàn của điện thoại viên
- Không gian và cách bài trí bàn làm việc của điện thoại viên
- Các trang thiết bị hỗ trợ giao tiếp với khách hàng: tai nghe, máy tính, sổ, bút, bộ tài liệu hỗ trợ khách hàng, phần mềm hỗ trợ khách hàng
- Tiếng ồn tại phòng làm việc của điện thoại viên

2. Quan sát hành vi thái độ biểu hiện của điện thoại viên trong quá trình giao tiếp với khách hàng

2.1. Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu

Biểu cảm nét mặt, cử chỉ, tư thế ngồi, ngôn ngữ, sự sẵn sàng… khi tiếp nhận cuộc gọi, trong bước đầu chào hỏi khách hàng có nở nụ cười, vui vẻ hay không, nét mặt có thể hiện sự tôn trọng khách hàng không, có thể hiện sự nhiệt tình như: hướng người về phía trước, không làm việc riêng, lời nói có nhất quán không…

Quan sát biểu cảm của điện thoại viên đầu và cuối ca trực

2.2. Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng

- Kỹ năng đặt câu hỏi: Điện thoại viên có chủ động đặt câu hỏi hỗ trợ khách hàng không, điện thoại viên sử dụng loại câu hỏi đóng hay câu hỏi mở, thái độ, biểu cảm khi đặt câu hỏi với khách hàng.
- Kỹ năng lắng nghe: tư thế, điệu bộ, cử chỉ khi lắng nghe khách hàng, có thể hiện thái độ đồng tình, phản đối khi lắng nghe không (điều chỉnh tai nghe, thể hiện sự chăm chú, nhập dữ liệu…), có nhắc lại các thông tin khách hàng vừa trao đổi, điện thoại viên có nhập, tra cứu thông tin trên hệ thống khi hỗ trợ khách hàng không.

Điện thoại viên có nhấn nút mute (im lặng) khi khách hàng đang trao đổi không?

2.3. Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng

- Điện thoại viên có nhiệt tình trả lời các câu hỏi của khách hàng không, quan

sát nét mặt, cử chỉ, động tác của điện thoại viên khi nhận được phản hồi của khách hàng (nhăn mặt, nhắm mắt lắng nghe, ngả người về sau, rung chân, ngoáy bút…)

- Điện thoại viên có sử dụng các ngôn từ, ngữ điệu phù hợp khi trao đổi với khách hàng không?

- Điện thoại viên có sử dụng các câu manh tính chất mệnh lệnh hoặc thái độ cộc cằn không?

2.4. Kỹ năng kết thúc cuộc gọi

- Điện thoại viên có vui vẻ chào tạm biệt khách hàng không?

- Điện thoại viên có biểu hiện như thế nào sau khi kết thúc cuộc gọi (nét mặt vui vẻ, dễ chịu hay cau có, vô cảm)

- Điện thoại viên tắt máy nhẹ nhàng hay mạnh mẽ, thô bạo

- Điện thoại viên có nói tục, chửi thề hoặc trách móc khách hàng sau khi tắt máy không?

PHỤ LỤC 7.1. BIÊN BẢN QUAN SÁT KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN VỚI KHÁCH HÀNG

Địa điểm quan sát: Phòng Vận hành Viettel, Công ty Minh Phúc

Đối tượng quan sát: Điện thoại viên nhánh 198

Thời gian quan sát: Ca sáng từ 7h – 14h30

Nội dung quan sát: Kỹ năng giao tiếp của điện thoại viên với khách hàng

Phương thức quan sát: Người quan sát không thông báo trước về hoạt động quan sát để đảm bảo tính khách quan, người quan sát quan sát 1 điện thoại viên trong một ca làm việc

Phương tiện hỗ trợ quan sát: ngoài quan sát trực tiếp có sử dụng camera ghi lại quá trình làm việc của điện thoại viên để tiện nghiên cứu về sau.

1. Quan sát điều kiện bên ngoài của hoạt động giao tiếp với khách hàng của điện thoại viên

- Vị trí chỗ ngồi làm việc của điện thoại viên: điện thoại viên ngồi làm việc tại các ô riêng, mỗi ô có không gian khoảng $1m^2$

- Khoảng cách các bàn của điện thoại viên: các điện thoại viên ngồi sát cạnh nhau, đối lưng vào nhau, nếu như một điện thoại viên trao đổi với khách hàng lớn tiếng, điện thoại viên khác có thể nghe thấy. Tuy nhiên tạp âm sẽ không vang vào cuộc gọi do tai nghe và microphone của điện thoại viên có khả năng lọc tạp âm.

- Không gian và cách bài trí bàn làm việc của điện thoại viên: Bàn làm việc có trang trí hoặc để một số vật dụng cá nhân như bút, sổ, tranh ảnh hoặc lọ hoa, cây xanh trồng trong nhà.

- Các trang thiết bị hỗ trợ giao tiếp với khách hàng: tai nghe, máy tính, sổ, bút, bộ tài liệu hỗ trợ khách hàng, phần mềm hỗ trợ khách hàng được điện thoại viên kích hoạt và ở trạng thái sẵn sàng làm việc.

- Tiếng ồn tại phòng làm việc của điện thoại viên: tiếng ồn tại phòng làm việc tương đối lớn, người mới đi từ ngoài vào có thể sẽ hơi ngộp vì khoảng 200 điện thoại viên liên tục trao đổi với khách hàng.

2. Quan sát hành vi thái độ biểu hiện của điện thoại viên trong quá trình giao tiếp với khách hàng

2.1. Kỹ năng tạo ấn tượng ban đầu

Điện thoại viên biểu cảm nhiều trạng thái khác nhau trong suốt ca trực với mỗi cuộc gọi khác nhau, hầu hết ở phần đầu cuộc gọi, điện thoại viên đã chào hỏi khách hàng, giới thiệu tên điện thoại viên, giới thiệu tên doanh nghiệp và hỏi khách hàng có nhu cầu hỗ trợ gì.

Nét mặt điện thoại viên thể hiện sự cố gắng hỗ trợ khách hàng ở phần đầu cuộc gọi.

Điện thoại viên duy trì tốc độ nói vừa phải, có nhấn giọng vào tên điện thoại viên và tên doanh nghiệp.

Điều đáng lưu ý là gần cuối ca trực, khi chưa đảm bảo số lượng cuộc gọi, điện thoại viên có xu hướng tăng tốc độ nói, rút ngắn lời chào khách hàng để hỗ trợ được nhiều khách hàng hơn.

2.2. Kỹ năng xác định nhu cầu của khách hàng

Điện thoại viên đã chủ động đặt câu hỏi hỗ trợ khách hàng, điện thoại viên sử dụng cả câu hỏi đóng hay câu hỏi mở. Tuy nhiên, một vài câu hỏi mở khiến khách hàng chưa hiểu và điện thoại viên có biểu cảm cau mày, gõ bút xuống bàn và có xu hướng giảm tốc độ nói khi nhắc lại câu hỏi cho khách hàng.

Khi đặt câu hỏi, điện thoại viên thường sử dụng âm lượng to hơn khi trao đổi thông thường và nhấn giọng vào những từ quan trọng.

- Kỹ năng lắng nghe: Điện thoại viên thay đổi tư thế, điều chỉnh tai nghe khi lắng nghe khách hàng. Mặc dù không trao đổi trực tiếp với khách hàng, nhưng khi đồng tình với một ý kiến nào đó của khách hàng, điện thoại viên vẫn có động tác gật đầu hoặc lắc lư người. Điện thoại viên có kết hợp vừa lắng nghe khách hàng vừa nhập thông tin lên hệ thống để tra cứu thông tin.

Trong suốt ca trực, điện thoại viên có 4 lần nhấn nút mute (im lặng) khi khách hàng đang trao đổi do khách hàng trình bày quá dài dòng.

2.3. Kỹ năng giải đáp, hỗ trợ khách hàng

- Điện thoại viên có nhiệt tình trả lời các câu hỏi của khách hàng không, quan sát nét mặt, cử chỉ, động tác của điện thoại viên khi nhận được phản hồi của khách hàng (nhăn mặt, nhắm mắt lắng nghe, ngả người về sau, rung chân, ngoáy bút…)

- Điện thoại viên có sử dụng các ngôn từ, ngữ điệu phù hợp khi trao đổi với khách

- Trong một số tình huống, điện thoại viên có sử dụng các câu manh tính chất mệnh lệnh để trao đổi với khách hàng.

2.4. Kỹ năng kết thúc cuộc gọi

- Điện thoại viên đã vui vẻ chào tạm biệt khách hàng.

- Trong một số tình huống điện thoại viên có biểu cảm khác nhau như vui vẻ hoặc có lúc điện thoại viên cau mày hoặc lẩm bẩm trong miệng khi nhập dữ liệu lên máy tính.

- Điện thoại viên tắt máy nhẹ nhàng.

- Điện thoại viên không nói tục, chửi thề hoặc trách móc khách hàng sau khi tắt máy nhưng có biểu hiện lẩm bẩm nói thầm sau cuộc gọi.

- Cuối ca trực, điện thoại viên có xu hướng ngắt cuộc gọi nhanh hơn.

PHỤ LỤC 8. ĐỀ XUẤT MỘT SỐ CHUYÊN ĐỀ ĐÀO TẠO DÀNH CHO ĐIỆN THOẠI VIÊN

STT	Tên chuyên đề	Mục tiêu đào tạo
1	Kỹ năng ứng xử với khách hàng gay gắt	Học viên nhận diện được dạng khách hàng có phản ứng gay gắt thông qua ngôn từ, ngữ điệu, cảm xúc. Học viên thực hành cách ứng xử với nhóm khách hàng gay gắt và biết cách giao tiếp hiệu quả khi khách hàng không giữ được bình tĩnh, biết cách kết thúc cuộc gọi dài và kiềm chế cảm xúc tiêu cực của khách hàng.
2	Kỹ năng xử lý tình huống	Học viên phân biệt được các dạng cuộc gọi tại tổng đài (cuộc gọi hỗ trợ, cuộc gọi tư vấn, cuộc gọi quấy rối, cuộc gọi khiếu nại) và xác định được chính xác các tình huống trong cuộc gọi từ đó đưa ra phương án xử lý phù hợp trong từng cuộc gọi. Học viên chủ động xử lý được tình huống ngay trong cuộc gọi đầu tiên.
3	Chế ngự cảm xúc tiêu cực của khách hàng	Học viên phân tích được hậu quả khi không nắm bắt và điều hướng được cảm xúc của khách hàng. Học viên đánh giá được từ khi khách hàng bắt đầu hình thành cảm xúc tiêu cực, học viên chủ động kiểm soát cảm xúc của bản thân khi khách hàng nảy sinh cảm xúc tiêu cực. Học viên biết cách điều hướng, trấn an và hỗ trợ khách hàng.
4	Nhận diện khách hàng	Học viên nhận thức được vai trò của việc nhận diện và phân biệt được các nhóm khách hàng cụ thể theo DISC và biết cách giao tiếp hiệu quả với từng nhóm khách hàng theo DISC.
5	Tư duy tích cực	Học viên xác định được vai trò của việc có tư duy tích cực trong công việc và cuộc sống. Học viên có khả năng hình thành tư duy tích cực trong các tình huống khác nhau.
6	Kỹ năng kết thúc cuộc gọi dài	Học viên nhận thức được các nguyên nhân gây ra các cuộc gọi dài và biết cách xử lý các cuộc gọi dài hiệu quả, tạo sự hài lòng cho khách hàng.
7	Văn hóa doanh nghiệp	Học viên hiểu được các khái niệm, đặc trưng và các mô hình văn hóa doanh nghiệp. Học viên xác định được các yếu tố tác động đến văn hóa doanh nghiệp

		Xác định cách thức điều chỉnh, thay đổi bản thân để phù hợp với văn hóa doanh nghiệp, với mục tiêu và chiến lược của doanh nghiệp. Góp phần nâng cao hiệu quả trong công tác quản lý điều hành công ty và là tiền đề cho sự phát triển bền vững của công ty trong tương lai lâu dài.
8	An toàn thông tin	Học viên nhận thức được các hiểm họa và rủi ro thường trực đe dọa hoạt động và tài sản của công ty. Học viên có kiến thức tối thiểu để tự bảo đảm an toàn thông tin trong công việc thường ngày và cuộc sống số. Học viên biết cách để đảm bảo an toàn thông tin cho bản thân và doanh nghiệp
9	Làm việc nhóm hiệu quả	Học viên xác định được vai trò của làm việc nhóm trong tập thể. Học viên xác định được vai trò của bản thân trong nhóm. Học viên xác định được những hành vi của cá nhân ảnh hưởng tới nhóm. Học viên áp dụng được các nguyên tắc làm việc nhóm trong công việc.
10	Giao tiếp tại nơi làm việc	Học viên xác định được vai trò của giao tiếp trong công việc và cuộc sống. Học viên xác định những rào cản trong giao tiếp và cách vượt qua các rào cản đó để giao tiếp hiệu quả, từ đó có khả năng kết nối tình cảm để nhận được thiện cảm của đồng nghiệp trong quá trình làm việc
11	Kỹ năng xử lý mâu thuẫn	Học viên nhận diện được các nguyên nhân gây mâu thuẫn. Học viên phân tích được ưu nhược điểm của từng phương pháp ứng phó với mâu thuẫn: Né tránh, hòa giải, đối đầu, thỏa hiệp và hợp tác. Học viên tự trang bị cho bản thân các công cụ để xử lý xung đột và cải thiện chất lượng của những mối quan hệ - đặc biệt là trong giao tiếp với khách hàng.
12	Kỹ năng sử dụng ngôn từ tích cực	Học viên nhận thức được vai trò của việc sử dụng các ngôn từ tích cực khi giao tiếp với khách hàng, đồng nghiệp. Học viên trang bị được vốn ngôn từ tích cực để sử dụng hiệu quả trong giao tiếp với khách hàng.
13	Kỹ năng lắng nghe	Học viên nhận thức được vai trò của lắng nghe tích cực. Học viên phân tích được các yếu tố

		ảnh hưởng tới lắng nghe hiệu quả. Học viên biết cách thể hiện sự quan tâm, tôn trọng, đồng cảm với những vấn đề của khách hàng. Học viên hiểu và đưa ra những câu trả lời hoặc giải đáp hợp lý.
14	Kỹ năng lãnh đạo	Học viên nhận thức được các phẩm chất và yêu cầu cần có để trở thành lãnh đạo. Học viên phân tích được vai trò, trách nhiệm và công việc của người lãnh đạo. Học viên định hướng được lộ trình công việc của bản thân.
15	Kỹ năng chăm sóc khách hàng	Am hiểu về khách hàng và tầm quan trọng của khách hàng và chăm sóc khách hàng. Nhận thức rõ về nghề nghiệp của bản thân trong công việc. Xác định được một số lỗi cần tránh trong cuộc gọi. Sử dụng ngôn ngữ phù hợp, linh hoạt, chủ động khi trao đổi với khách hàng, tạo được ấn tượng tốt với khách hàng khi thực hiện cuộc gọi.
16	Quản lý sự căng thẳng/Xả stress	Học viên nhận diện được các dạng căng thẳng và các nguyên nhân. Xác định triệu chứng của căng thẳng và loại căng thẳng. Có khả năng giúp bản thân vượt qua căng thẳng.

PHỤ LỤC 9. ĐỘ TIN CẬY VÀ ĐỘ GIÁ TRỊ CỦA THANG ĐO

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	354	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	354	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,698	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Canthiet_Thietlap_cuocgoi_5	10,58	2,584	,472	,646
Canthiet_Khaithachthongtin_5	10,73	3,081	,378	,695
Canthiet_Cungcap_thongtin5	10,68	2,741	,589	,570
Canthiet_Kethuc_5	10,82	2,887	,511	,617

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	354	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	354	100,0

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,669	,674	11

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3,609	3,415	3,819	,404	1,118	,018	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation
Thietlap_chaogioithieu_2	35,88	15,411	,156	,053
Thietlap_chaohoiten_4	35,89	15,135	,205	,081
Thietlap_chao_thaydoixungho5	35,94	14,186	,354	,153
Thietlap_chaomimcuoi_13	36,09	14,354	,294	,134
Thietlap_sansanghotro_6	36,10	14,378	,375	,207
Thietlap_sansangchudongtim_8	36,11	13,917	,366	,178
Thietlap_tontronggiumay_3	36,14	14,799	,287	,129
Thietlap_tontrongxinloi_7	36,23	15,153	,196	,108
Thietlap_tontrongnhuongloi_9	36,18	13,905	,427	,257
Thietlap_tontrongtraodoithem_10	36,18	14,262	,443	,236
Thietlap_tontrongriengtu_12	36,29	14,075	,439	,235

Item-Total Statistics

	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Thietlap_chaogioithieu_2	,676
Thietlap_chaohoiten_4	,667
Thietlap_chao_thaydoixungho5	,641
Thietlap_chaomimcuoi_13	,652
Thietlap_sansanghotro_6	,638
Thietlap_sansangchudongtim_8	,638
Thietlap_tontronggiumay_3	,653
Thietlap_tontrongxinloi_7	,669
Thietlap_tontrongnhuongloi_9	,628
Thietlap_tontrongtraodoithem_10	,628
Thietlap_tontrongriengtu_12	,627

		N	%
Cases	Valid	354	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	354	100,0

Cronbach's Alpha	N of Items
,650	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Khaithac_hoimo1	28,82	8,219	,418	,601
Khaithac_hoidinhhuong3	28,90	8,077	,515	,581
Khaithac_hoikhaithac4	28,79	9,907	,093	,664
Khaithac_hoimaucauchuan11	28,87	9,062	,270	,635
Khaithac_hoikinhngu12	28,72	8,314	,536	,582
Khaithac_nghechiase5	28,73	8,940	,338	,621
Khaithac_nghetiengdem6	28,72	8,219	,469	,591
Khaithac_nghekhongngatloi8	28,59	8,333	,404	,605
Khaithac_nghetomtat9	28,66	10,416	-,058	,691
Khaithac_langnghe10	28,61	9,275	,171	,657

		N	%
Cases	Valid	354	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	354	100,0

Cronbach's Alpha	N of Items
,716	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Cungcap_ngonngu_tontrongykien1	43,32	17,803	,376	,695
Cungcap_ngonngu_tomtat2	43,30	17,746	,444	,689
Cungcap_ngonngu_khongdoloi7	43,39	19,327	,328	,727
Cungcap_ngonngu_giaithichdung15	43,21	17,764	,438	,690
Cungcap_ngonngu_tranan16	43,32	18,347	,338	,700

Cungcap_ngonngu_dehieu17	43,21	17,560	,372	,695
Cungcap_phingonngu_noicham9	43,23	17,674	,366	,696
Cungcap_phingonngu_giongto10	43,38	17,460	,330	,700
Cungcap_phingonngu_amluong11	43,51	19,140	,097	,727
Cungcap_chinhxac_thongbaotg3	43,15	17,132	,406	,690
Cungcap_chinhxac_noitracuu4	43,40	18,558	,252	,708
Cungcap_chinhxac_chuyenbophan5	43,24	17,352	,497	,683
Cungcap_chinhxac_giaiphapphuhop13	43,36	18,622	,213	,713
Cungcap_chinhxackiemtralaiKH14	43,41	18,435	,176	,721
Cungcap_chinhxac_bancheo19	43,18	17,312	,528	,680

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	354	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	354	100,0

a, Listwise deletion based on all variables in the procedure,

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,648	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kethuc_camon1	11,40	3,232	,526	,504
Kethuc_hoiKHcanhotro2	11,11	4,022	,328	,644
Kethuc_chucvachao3	11,14	3,733	,404	,595
Kethuc5	11,12	3,550	,456	,559

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	354	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	354	100,0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,723	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ah1_mongtiepxuc	13,26	2,850	,584	,634
ah1_hungthu	13,31	3,303	,342	,729
Ah1_camxuctichcu	13,31	3,219	,385	,713
Ah1_thichung	13,30	2,845	,594	,630
Ah1_sangtao	13,39	2,936	,518	,661

		N	%
Cases	Valid	354	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	354	100,0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,890	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ah2_uytinDN	15,51	11,032	,280	,928
Ah2_chisocuoc	15,70	8,583	,782	,858

Ah2_loiich	15,66	8,316	,876	,842
Ah2_tichluy	15,73	8,717	,765	,861
Ah2_khangdinhbanthan	15,69	8,521	,842	,848
Ah2_khongmuonbiphat	15,71	9,049	,717	,869

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	354	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	354	100,0

a, Listwise deletion based on all variables in the procedure,

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,703	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ah3_mongmuonbosung	13,40	5,068	,413	,676
Ah3_doanhnghiepdaotao	13,50	5,174	,367	,697
Ah3_Tamtheduocdaotao	13,58	5,116	,453	,657
Ah3_sansanglangnghe	13,57	5,203	,463	,654
Ah3_chudongtraudoi	13,64	4,843	,637	,587

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	354	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	354	100,0

a, Listwise deletion based on all variables in the procedure,

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,632	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ah4_nguyentacgiaotiepKH	8,40	3,679	,360	,602
Ah4_khenkyluatketqua	8,41	3,659	,432	,548
Ah4_dambaosocuoc	8,47	3,661	,407	,565
Ah4_tamtrangkhilamviec	8,40	3,618	,450	,535

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	354	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	354	100,0

a, Listwise deletion based on all variables in the procedure,

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,787	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ah5_chuathuongxuyen	10,33	3,814	,583	,740
Ah5_noidungchuasat	10,31	3,865	,613	,724
Ah5_DNchuaquantam	10,33	3,819	,615	,723
Ah5_Phuongphapdaotao	10,32	4,002	,564	,749

		N	%
Cases	Valid	354	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	354	100,0

a, Listwise deletion based on all variables in the procedure,

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,859	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ah6_tiepxucnhieukh	9,57	3,209	,826	,769
Ah6_thoigiangiaotiepngan	9,58	3,326	,764	,795
Ah6_congivecnhamchan	9,59	3,715	,556	,881
Ah6_congviecdoihoicao	9,51	3,469	,686	,828

PHỤ LỤC 10. ĐIỂM TRUNG BÌNH VÀ ĐỘ LỆCH CHUẨN

Descriptives

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Canthiet_Thietlap_cuocgoi_5	354	1	5	3,69	,839
Canthiet_Khaithachthongtin_5	354	1	5	3,54	,722
Canthiet_Cungcap_thongtin5	354	3	5	3,59	,689
Canthiet_Kethuc_5	354	1	5	3,45	,689
Tong_CanThiet	354	2,50	4,75	3,5671	,53382
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Thietlap_chaogioithieu_2	354	2	5	3,82	,787
Thietlap_chaohoiten_4	354	2	5	3,81	,782
Thietlap_chao_thaydoixungho5	354	2	5	3,76	,807
Thietlap_chaomimcuoi_13	354	2	5	3,61	,855
KN_ThietLap_Chao	354	2,00	5,00	3,7521	,46685
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Thietlap_sansanghotro_6	354	1	5	3,60	,731
Thietlap_sansangchudongtim_8	354	1	5	3,59	,857
KN_ThietLap_SanSang	354	2,00	5,00	3,5989	,60928
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Thietlap_tontronggiumay_3	354	2	5	3,56	,743
Thietlap_tontrongxinloi_7	354	2	5	3,47	,793
Thietlap_tontrongnhuongloi_9	354	2	5	3,52	,779
Thietlap_tontrongtraodoithem_10	354	2	5	3,52	,678

Thietlap_tontrongriengtu_12	354	2	5	3,42	,726
KN_ThietLap_TonTrong	354	2,00	5,00	3,4994	,45544
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
KN_ThietLap_Chao	354	2,00	5,00	3,7521	,46685
KN_ThietLap_SanSang	354	2,00	5,00	3,5989	,60928
KN_ThietLap_TonTrong	354	2,00	5,00	3,4994	,45544
KN_ThietLap	354	2,00	5,00	3,6168	,39148
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Khaithac_hoimo1	354	1	5	3,11	,743
Khaithac_hoidinhhuong3	354	1	5	3,04	,685
Khaithac_hoikhaithac4	354	1	4	3,15	,559
Khaithac_hoimaucauchuan11	354	1	5	3,07	,653
Khaithac_hoikinhngu12	354	1	5	3,21	,605
KN_Khaithac_Hoi	354	2,20	4,40	3,1153	,41508
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Khaithac_nghechiase5	354	1	4	3,21	,611
Khaithac_nghetiengdem6	354	1	5	3,21	,689
Khaithac_nghekhongngatloi8	354	1	5	3,34	,725
Khaithac_nghetomtat9	354	1	5	3,27	,597
Khaithac_langnghe10	354	1	4	3,32	,721
KN_Khaithac_Nghe	354	2,40	4,00	3,2718	,37777
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
KN_Khaithac_Hoi	354	2,20	4,40	3,1153	,41508
KN_Khaithac_Nghe	354	2,40	4,00	3,2718	,37777
KN_Khaithac	354	2,60	4,00	3,1935	,32478
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Cungcap_ngonngu_tontrongykien1	354	1	4	3,08	,646
Cungcap_ngonngu_tomtat2	354	2	5	3,10	,584
Cungcap_ngonngu_khongdoloi7	354	1	4	3,01	,671
Cungcap_ngonngu_giaithichdung15	354	1	4	3,19	,585
Cungcap_ngonngu_tranan16	354	1	5	3,08	,557
Cungcap_ngonngu_dehieu17	354	1	5	3,19	,708
KN_CungCap_NgonNgu	354	2,00	4,17	3,1106	,35627
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Cungcap_phingonngu_noicham9	354	1	5	3,17	,690
Cungcap_phingonngu_giongto10	354	1	5	3,02	,791
Cungcap_phingonngu_amluong11	354	1	5	2,89	,719
KN_CungCap_PhiNgonNgu	354	1,67	5,00	3,0264	,46325
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Cungcap_chinhxac_thongbaotg3	354	1	5	3,25	,760
Cungcap_chinhxac_noitracuu4	354	1	5	3,00	,614
Cungcap_chinhxac_chuyenbophan5	354	1	5	3,16	,614

Cungcap_chinhxac_giaiphapphuhop13	354	1	5	3,04	,659
Cungcap_chinhxackiemtralaiKH14	354	1	5	2,99	,795
Cungcap_chinhxac_bancheo19	354	1	5	3,22	,593
KN_CungCap_ChinhXac	354	2,00	5,00	3,1097	,38785
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
KN_CungCap_NgonNgu	354	2,00	4,17	3,1106	,35627
KN_CungCap_PhiNgonNgu	354	1,67	5,00	3,0264	,46325
KN_CungCap_ChinhXac	354	2,00	5,00	3,1097	,38785
KN_CungCap	354	2,00	4,72	3,0822	,30607
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Kethuc_camon1	354	1	5	3,52	,810
Kethuc_hoiKHcanhotro2	354	2	5	3,82	,723
Kethuc_chucvachao3	354	2	5	3,78	,850
Kethuc5	354	2	5	3,81	,764
KN_KetThuc	354	2,25	5,00	3,7309	,60113
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Ah1_mongtiepxuc	354	2	5	3,38	,611
ah1_hungthu	354	2	5	3,33	,608
Ah1_camxuctichcu	354	2	5	3,33	,608
Ah1_thichung	354	2	5	3,34	,607
Ah1_sangtao	354	2	5	3,25	,622
AH_AnhHuong1	354	2,00	4,80	3,3288	,42087
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Ah2_uytinDN	354	2	5	3,29	,671
Ah2_chisocuoc	354	1	4	3,10	,774
Ah2_loiich	354	1	4	3,14	,760
Ah2_tichluy	354	2	4	3,07	,761
Ah2_khangdinhbanthan	354	2	4	3,11	,744
Ah2_khongmuonbiphat	354	2	5	3,09	,730
AH_AnhHuong2	354	1,83	4,17	3,1337	,59468
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Ah3_mongmuonbosung	354	2	5	3,53	,855
Ah3_doanhnghiepdaotao	354	2	5	3,42	,872
Ah3_Tamtheduocdaotao	354	1	5	3,34	,799
Ah3_sansanglangnghe	354	1	5	3,35	,761
Ah3_chudongtraudoi	354	2	5	3,29	,722
AH_AnhHuong3	354	1,80	4,40	3,3847	,54372
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Ah4_nguyentacgiaotiepKH	354	1	5	2,83	,918
Ah4_khenkyluatketqua	354	1	5	2,82	,850
Ah4_dambaosocuoc	354	1	5	2,75	,874
Ah4_tamtrangkhilamviec	354	1	5	2,82	,847
AH_AnhHuong4	354	1,00	5,00	2,8072	,60135
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Ah5_chuathuongxuyen	354	1	5	3,43	,840
Ah5_noidungchuasat	354	2	5	3,45	,799
Ah5_DNchuaquantam	354	1	5	3,44	,812
Ah5_Phuongphapdaotao	354	2	5	3,45	,796
AH_AnhHuong5	354	2,00	5,00	3,4407	,63397
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
Ah6_tiepxucnhieukh	354	2	5	3,18	,712
Ah6_thoigiangiaotiepngan	354	2	4	3,17	,714
Ah6_congivecnhamchan	354	2	4	3,16	,733
Ah6_congviecdoihoicao	354	2	4	3,24	,719
AH_AnhHuong6	354	2,00	4,00	3,1886	,60329
Valid N (listwise)	354				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
AH_AnhHuong1	354	2,00	4,80	3,3288	,42087
AH_AnhHuong2	354	1,83	4,17	3,1337	,59468
AH_AnhHuong3	354	1,80	4,40	3,3847	,54372
AH_AnhHuong4	354	1,00	5,00	2,8072	,60135
AH_AnhHuong5	354	2,00	5,00	3,4407	,63397
AH_AnhHuong6 AH_AnHuong7	354	2,00	4,00	3,1886	,60329
AH_Tong_AnhHuong	354	2,15	4,08	3,2140	,42222
Valid N (listwise)	354				

PHỤ LỤC 11. TƯƠNG QUAN GIỮA CÁC YẾU TỐ

Correlations

Descriptive Statistics			
	Mean	Std, Deviation	N
KN_ThietLap	3,6168	,39148	354
KN_Khaithac	3,1935	,32478	354
KN_CungCap	3,0822	,30607	354
KN_KetThuc	3,7309	,60113	354

Descriptive Statistics			
	Mean	Std, Deviation	N
KN_CanThiet	3,5671	,53382	354
KN_ThietLap	3,6094	,37473	354
KN_Khaithac	3,1935	,32478	354
KN_CungCap	3,0934	,30014	354
KN_KetThuc	3,7309	,60113	354

Correlations					
		KN_ThietLap	KN_Khaithac	KN_CungCap	KN_KetThuc
KN_ThietLap	Pearson Correlation	1	,436**	,207**	,228
	Sig, (2-tailed)		,000	,000	,480
	N	354	354	354	354
KN_Khaithac	Pearson Correlation	,436**	1	,538**	,128
	Sig, (2-tailed)	,000		,000	,230
	N	354	354	354	354
KN_CungCap	Pearson Correlation	,207**	,538**	1	,092
	Sig, (2-tailed)	,000	,000		,328
	N	354	354	354	354
KN_KetThuc	Pearson Correlation	,228	,128	,092	1
	Sig, (2-tailed)	,480	,230	,328	
	N	354	354	354	354

**, Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed),

Correlations

Correlations					
		AH_AnhHuong1	AH_AnhHuong2	AH_AnhHuong3	AH_AnhHuong4
AH_AnhHuong1	Pearson Correlation	1	,451**	,340**	,104
	Sig, (2-tailed)		,000	,000	,051
	N	354	354	354	354
AH_AnhHuong2	Pearson Correlation	,451**	1	,586**	,314**
	Sig, (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	354	354	354	354
AH_AnhHuong3	Pearson Correlation	,340**	,586**	1	,283**
	Sig, (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	354	354	354	354
AH_AnhHuong4	Pearson Correlation	,104	,314**	,283**	1
	Sig, (2-tailed)	,051	,000	,000	
	N	354	354	354	354
AH_AnhHuong5	Pearson Correlation	,333**	,597**	,583**	,366**
	Sig, (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	354	354	354	354
AH_AnhHuong6	Pearson Correlation	,396**	,749**	,683**	,351**
	Sig, (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	354	354	354	354

Correlations			
		AH_AnhHuong5	AH_AnhHuong6
AH_AnhHuong1	Pearson Correlation	,333	,396**
	Sig, (2-tailed)	,000	,000
	N	354	354
AH_AnhHuong2	Pearson Correlation	,597**	,749
	Sig, (2-tailed)	,000	,000

	N	354	354
AH_AnhHuong3	Pearson Correlation	,583**	,683**
	Sig, (2-tailed)	,000	,000
	N	354	354
AH_AnhHuong4	Pearson Correlation	,366	,351**
	Sig, (2-tailed)	,000	,000
	N	354	354
AH_AnhHuong5	Pearson Correlation	1**	,642**
	Sig, (2-tailed)		,000
	N	354	354
AH_AnhHuong6	Pearson Correlation	,642**	1**
	Sig, (2-tailed)	,000	
	N	354	354

**, Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed),

Correlations

Correlations					
		KN_TongCong	AH_AnhHuong1	AH_AnhHuong2	AH_AnhHuong3
KN_TongCong	Pearson Correlation	1	,346**	,521**	,519**
	Sig, (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	354	354	354	354
AH_AnhHuong1	Pearson Correlation	,346**	1	,451**	,340**
	Sig, (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	354	354	354	354
AH_AnhHuong2	Pearson Correlation	,521**	,451**	1	,586**
	Sig, (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	354	354	354	354
AH_AnhHuong3	Pearson Correlation	,519**	,340**	,586**	1
	Sig, (2-tailed)	,000	,000	,000	

	N	354	354	354	354
AH_AnhHuong4	Pearson Correlation	,139**	,104	,314**	,283**
	Sig, (2-tailed)	,009	,051	,000	,000
	N	354	354	354	354
AH_AnhHuong5	Pearson Correlation	,474**	,333**	,597**	,583**
	Sig, (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	354	354	354	354
AH_AnhHuong6	Pearson Correlation	,574**	,396**	,749**	,683**
	Sig, (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	354	354	354	354

Correlations

		AH_AnhHuong4	AH_AnhHuong5	AH_AnhHuong6
KN_TongCong	Pearson Correlation	,139	,474**	,574**
	Sig, (2-tailed)	,009	,000	,000
	N	354	354	354
AH_AnhHuong1	Pearson Correlation	,104**	,333	,396**
	Sig, (2-tailed)	,051	,000	,000
	N	354	354	354
AH_AnhHuong2	Pearson Correlation	,314**	,597**	,749
	Sig, (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	354	354	354
AH_AnhHuong3	Pearson Correlation	,283**	,583**	,683**
	Sig, (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	354	354	354
AH_AnhHuong4	Pearson Correlation	1**	,366	,351**
	Sig, (2-tailed)		,000	,000
	N	354	354	354
AH_AnhHuong5	Pearson Correlation	,366**	1**	,642**
	Sig, (2-tailed)	,000		,000
	N	354	354	354

AH_AnhHuong6	Pearson Correlation	,351**	,642**	1**
	Sig, (2-tailed)	,000	,000	
	N	354	354	354

**, Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed),

PHỤ LỤC 12. MỨC ĐỘ DỰ BÁO SỰ THAY ĐỔI CỦA CÁC KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA ĐIỆN THOẠI VIÊN TỪ SỰ THAY ĐỔI CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG

Biến phụ thuộc: Kỹ năng giao tiếp

Các biến độc lập: Yếu tố ảnh hưởng

Regression

Variables Entered/Removed[a]			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	AH_AnhHuong1[b]	,	Enter

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, All requested variables entered,

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std, Error of the Estimate
1	,346[a]	,120	,117	,24158

a, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong1

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig,
1	Regression	2,799	1	2,799	47,955	,000[b]
	Residual	20,542	352	,058		
	Total	23,341	353			

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong1

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig,
		B	Std, Error	Beta		
1	(Constant)	2,702	,103		26,356	,000
	AH_AnhHuong1	,212	,031	,346	6,925	,000

a, Dependent Variable: KN_TongCong

Regression

Variables Entered/Removed[a]			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	AH_AnhHuong2[b]	,	Enter

a, Dependent Variable: KN_TongCong
b, All requested variables entered,

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std, Error of the Estimate
1	,521[a]	,271	,269	,21986

a, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong2

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig,
1	Regression	6,325	1	6,325	130,853	,000[b]
	Residual	17,016	352	,048		
	Total	23,341	353			

a, Dependent Variable: KN_TongCong
b, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong2

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig,
		B	Std, Error	Beta		
1	(Constant)	2,700	,063		43,027	,000
	AH_AnhHuong2	,225	,020	,521	11,439	,000

a, Dependent Variable: KN_TongCong

Regression

Variables Entered/Removed[a]			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	AH_AnhHuong3[b]	,	Enter

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, All requested variables entered,

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std, Error of the Estimate
1	,519[a]	,270	,268	,22003

a, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong3

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig,
1	Regression	6,299	1	6,299	130,107	,000[b]
	Residual	17,042	352	,048		
	Total	23,341	353			

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong3

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig,
		B	Std, Error	Beta		
1	(Constant)	2,574	,074		34,865	,000
	AH_AnhHuong3	,246	,022	,519	11,406	,000

a, Dependent Variable: KN_TongCong

Regression

Variables Entered/Removed[a]			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	AH_AnhHuong4[b]	,	Enter

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, All requested variables entered,

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std, Error of the Estimate
1	,139[a]	,019	,017	,25501

a, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong4

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig,
1	Regression	,450	1	,450	6,927	,009[b]
	Residual	22,890	352	,065		
	Total	23,341	353			

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong4

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig,
		B	Std, Error	Beta		
1	(Constant)	3,239	,065		49,992	,000
	AH_AnhHuong4	,059	,023	,139	2,632	,009

a, Dependent Variable: KN_TongCong

Regression

Variables Entered/Removed[a]			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	AH_AnhHuong5[b]	,	Enter

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, All requested variables entered,

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std, Error of the Estimate
1	,474[a]	,224	,222	,22681

a, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong5

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig,
1	Regression	5,234	1	5,234	101,744	,000[b]
	Residual	18,107	352	,051		
	Total	23,341	353			

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong5

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig,
		B	Std, Error	Beta		
1	(Constant)	2,745	,067		41,208	,000
	AH_AnhHuong5	,192	,019	,474	10,087	,000

a, Dependent Variable: KN_TongCong

Regression

Variables Entered/Removed[a]			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	AH_AnhHuong6[b]	,	Enter

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, All requested variables entered,

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std, Error of the Estimate
1	,574[a]	,330	,328	,21080

a, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong6

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig,
1	Regression	7,699	1	7,699	173,244	,000[b]
	Residual	15,642	352	,044		
	Total	23,341	353			

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong6

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig,
		B	Std, Error	Beta		
1	(Constant)	2,625	,060		43,502	,000
	AH_AnhHuong6	,245	,019	,574	13,162	,000

a, Dependent Variable: KN_TongCong

Regression

Variables Entered/Removed[a]			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	AH_AnhHuong6, AH_AnhHuong4, AH_AnhHuong1, AH_AnhHuong5, AH_AnhHuong3, AH_AnhHuong2[b]	,	Enter

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, All requested variables entered,

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std, Error of the Estimate
1	,628[a]	,394	,384	,20186

a, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong6, AH_AnhHuong4, AH_AnhHuong1, AH_AnhHuong5, AH_AnhHuong3, AH_AnhHuong2

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig,
1	Regression	9,202	6	1,534	37,640	,000[b]
	Residual	14,139	347	,041		
	Total	23,341	353			

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong6, AH_AnhHuong4, AH_AnhHuong1, AH_AnhHuong5, AH_AnhHuong3, AH_AnhHuong2

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig,
		B	Std, Error	Beta		
1	(Constant)	2,340	,101		23,253	,000
	AH_AnhHuong1	,053	,029	,087	1,842	,000
	AH_AnhHuong2	,053	,029	,123	1,843	,000
	AH_AnhHuong3	,088	,028	,185	3,109	,000
	AH_AnhHuong4	-,044	,020	-,104	-2,276	,000
	AH_AnhHuong5	,049	,024	,121	2,075	,000
	AH_AnhHuong6	,119	,031	,279	3,805	,000

a, Dependent Variable: KN_TongCong

Regression

Variables Entered/Removed[a]			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	AH_AnhHuong6, AH_AnhHuong4, AH_AnhHuong1, AH_AnhHuong5, AH_AnhHuong3, AH_AnhHuong2[b]	,	Enter

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, All requested variables entered,

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std, Error of the Estimate
1	,628[a]	,394	,384	,20186

a, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong6, AH_AnhHuong4, AH_AnhHuong1, AH_AnhHuong5, AH_AnhHuong3, AH_AnhHuong2

b, Dependent Variable: KN_TongCong

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig,
1	Regression	9,202	6	1,534	37,640	,000[b]
	Residual	14,139	347	,041		
	Total	23,341	353			

a, Dependent Variable: KN_TongCong

b, Predictors: (Constant), AH_AnhHuong6, AH_AnhHuong4, AH_AnhHuong1, AH_AnhHuong5, AH_AnhHuong3, AH_AnhHuong2

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig,
		B	Std, Error	Beta		
1	(Constant)	2,340	,101		23,253	,000
	AH_AnhHuong1	,053	,029	,087	1,842	,000
	AH_AnhHuong2	,053	,029	,123	1,843	,000
	AH_AnhHuong3	,088	,028	,185	3,109	,000
	AH_AnhHuong4	-,044	,020	-,104	-2,276	,000
	AH_AnhHuong5	,049	,024	,121	2,075	,000
	AH_AnhHuong6	,119	,031	,279	3,805	,000

a, Dependent Variable: KN_TongCong

Residuals Statistics[a]					
	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation	N
Predicted Value	3,0498	3,7139	3,4059	,16146	354
Residual	-,61858	,84568	,00000	,20013	354
Std, Predicted Value	-2,205	1,908	,000	1,000	354
Std, Residual	-3,128	4,190	,000	,991	354

a, Dependent Variable: KN_TongCong