

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI**  
**KHOA XUẤT BẢN – PHÁT HÀNH**



**HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG**  
**TRONG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

*Giảng viên hướng dẫn* : Ths. Phạm Văn Phê

*Sinh viên thực hiện* : Nguyễn Thị Yên

*Lớp* : PH 28A

**Hà nội - 2013**

## MỤC LỤC

Danh mục từ viết tắt.....	4
Lời mở đầu .....	5
1. Lí do chọn đề tài.....	5
2. Tình hình nghiên cứu.....	6
3. Mục đích nghiên cứu.....	6
4. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu.....	6
5. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu.....	7
6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn.....	7
7. Bố cục đề tài.....	7
<b>CHƯƠNG 1. NHẬN THỨC CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TRONG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM.....</b>	<b>9</b>
<b>1.1. Những lý luận về chăm sóc khách hàng trong kinh doanh xuất bản phẩm.</b>	<b>9</b>
.....	9
<i>1.1.1. Xu hướng tâm lý khách hàng hiện đại.....</i>	<i>9</i>
<i>1.1.2. Khái niệm chăm sóc khách hàng. ....</i>	<i>13</i>
<i>1.1.3 Nguyên tắc hoạt động chăm sóc khách hàng.....</i>	<i>17</i>
<b>1.2 Hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh xuất bản phẩm.</b>	<b>18</b>
.....	18
<i>1.2.1 Hoạt động chăm sóc khách hàng trước khi bán hàng.....</i>	<i>18</i>
<i>1.2.2 Hoạt động chăm sóc khách hàng trong khi bán hàng.....</i>	<i>19</i>
<i>1.2.3 Hoạt động chăm sóc khách hàng sau khi bán hàng.....</i>	<i>19</i>
<b>1.3 Các tiêu chí đánh giá chất lượng hoạt động chăm sóc khách hàng.</b>	<b>20</b>
.....	20
<b>1.4 Ý nghĩa của hoạt động chăm sóc khách hàng.....</b>	<b>22</b>
<i>1.4.1 Đối với doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm.....</i>	<i>23</i>
<i>1.4.2 Đối với khách hàng.....</i>	<i>25</i>

<b>CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TRONG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM. ....</b>	<b>27</b>
<b>2.1 Tổng quan về thị trường xuất bản phẩm.....</b>	<b>27</b>
<b>2.1.1 Những thuận lợi và khó khăn. ....</b>	<b>28</b>
2.1.1.1 Những thuận lợi.....	28
2.1.1.2 Những khó khăn. ....	30
<b>2.2 Hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh xuất bản phẩm tại một số doanh nghiệp. ....</b>	<b>31</b>
2.2.1 Hoạt động chăm sóc khách hàng trước khi bán hàng.....	32
2.2.2 Hoạt động chăm sóc khách hàng trong quá trình bán hàng.....	38
2.2.3 Hoạt động chăm sóc khách hàng sau khi bán hàng. ....	51
<b>2.3 Đánh giá hoạt động chăm sóc khách hàng của các doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm. ....</b>	<b>61</b>
2.3.1 Những thành tựu.....	61
2.3.2 Những hạn chế.....	66
<b>CHƯƠNG 3. XU HƯỚNG VÀ MỘT SỐ ĐỀ XUẤT NHẪM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TRONG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM. ....</b>	<b>68</b>
<b>3.1 Xu hướng hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh xuất bản phẩm. ....</b>	<b>68</b>
<b>3.2 Một số đề xuất nhằm hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh xuất bản phẩm.....</b>	<b>74</b>
3.2.1 Đề xuất về phía Nhà nước. ....	74
3.2.2 Đề xuất về phía doanh nghiệp. ....	75

***Khóa luận tốt nghiệp***

---

<i>3.2.2.1 Giải pháp phát triển nhân sự .....</i>	<i>76.</i>
<i>3.2.2.2 Giải pháp phát triển hình thức bán hàng trực tuyến. ....</i>	<i>78</i>
<i>3.2.2.3 Giải pháp tài chính.....</i>	<i>79</i>
<i>3.2.2.4 Giải pháp mở rộng mô hình kinh doanh. ....</i>	<i>80</i>
<i>3.2.2.5 Các giải pháp khác.....</i>	<i>81</i>
<b>Kết luận .....</b>	<b>84</b>
<b>Tài liệu tham khảo.....</b>	<b>86</b>

## **LỜI MỞ ĐẦU**

### **1. Lí do chọn đề tài.**

Ngày nay, khi đời sống vật chất ngày càng đảm bảo thì nhu cầu của khách hàng lại đòi hỏi ở mức cao hơn, từ nhu cầu cơ bản mà hình thành nên nhu cầu bổ sung hoàn thiện. Và họ luôn mong muốn mua được những sản phẩm chất lượng tốt, giá cả hợp lý, dịch vụ hoàn hảo ở những doanh nghiệp có uy tín. Mặt khác, đối với các doanh nghiệp khi tham gia vào nền kinh tế thị trường, thì sự xuất hiện của nhiều thành phần kinh tế, cùng sự phát triển mạnh mẽ của nhiều doanh nghiệp khác kinh doanh cùng loại mặt hàng hoặc hàng hóa thay thế, khiến họ gặp nhiều khó khăn. Vì vậy, để có thể thực sự cạnh tranh, tạo hình ảnh tốt đẹp trong lòng khách hàng đòi hỏi doanh nghiệp có những chiến lược kinh doanh phù hợp, trong đó phải kể tới vai trò của hoạt động chăm sóc khách hàng. Thực tế chứng minh rằng, doanh nghiệp kinh doanh đạt hiệu quả và có đội ngũ khách hàng thường xuyên, quen thuộc là những doanh nghiệp đã thực hiện một cách có hiệu quả hoạt động chăm sóc khách hàng.

Trong kinh doanh xuất bản phẩm cũng vậy, trước những biến đổi của thị trường về triết lí kinh doanh cũng như lấy quan điểm định hướng khách hàng làm trung tâm, buộc họ không thể không thực hiện các hoạt động chăm sóc khách hàng. Đó là một vũ khí để cạnh tranh và giúp doanh nghiệp xuất bản phẩm đứng vững trên thị trường.

Như vậy, có thể thấy hoạt động chăm sóc khách hàng chiếm một vai trò to lớn, đang trở thành một yếu tố, một biện pháp ngày càng quan trọng và cấp thiết đối với doanh nghiệp kinh doanh. Giúp doanh nghiệp giữ chân khách hàng cũ, lôi cuốn khách hàng mới, vừa là cách giúp doanh nghiệp xây dựng uy tín, thương hiệu trên thị trường. Đó là lí do tôi chọn đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình là: *“Hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh xuất bản phẩm”*.

## **2. Tình hình nghiên cứu.**

Trong quá trình học tập, tôi nhận thấy sự quan trọng của khách hàng trong hoạt động kinh doanh của bất cứ một doanh nghiệp nào nói chung và doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm nói riêng. Giống như Nhà kinh tế người pháp Erwin từng khẳng định: “Không có khách hàng sẽ không có bất cứ công ty nào tồn tại”. Trên thực tế đã có một số đề tài trong ngành có đề cập tới nhưng chưa khái quát và xây dựng thành vấn đề cụ thể. Vì vậy, tôi mạnh dạn xây dựng đề tài là “Hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh xuất bản phẩm”, mong rằng đề tài sẽ nhận được sự quan tâm của các thầy cô giáo, các cá nhân và đoàn thể trong ngành.

## **3. Mục đích nghiên cứu.**

Thực tế tình hình kinh doanh hiện nay đang đặt ra đối với các doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm là làm thế nào để có được đội ngũ khách hàng đông đảo và thường xuyên, để có thể duy trì và phát triển bền vững trên thị trường. Và cách mà hầu hết các nhà quản trị tìm ra là hướng toàn bộ nỗ lực của doanh nghiệp vào khách hàng, bằng các hoạt động chăm sóc khách hàng. Tuy nhiên, câu hỏi đặt ra là, làm thế nào để các doanh nghiệp thực hiện các hoạt động chăm sóc khách hàng đạt được hiệu quả nhất. Vì vậy, khóa luận với mục đích khái quát một cách cơ bản những kiến thức về chăm sóc khách hàng, đánh giá đúng thực trạng, đồng thời đưa ra một số đề xuất nhằm nâng cao công tác chăm sóc khách hàng trong hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm.

## **4. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu.**

Chăm sóc khách hàng là một khái niệm mới, đã bắt đầu được quan tâm trong những năm gần đây ở một số doanh nghiệp lớn, và đạt được những thành tựu đáng ghi nhận. Tuy nhiên, trong lĩnh vực kinh doanh xuất bản phẩm, các doanh nghiệp chủ yếu là vừa và nhỏ, thì hoạt động này còn mờ nhạt, chưa được quan tâm thỏa đáng. Vì vậy, thực tế nội dung hoạt động chăm sóc khách hàng là rộng tuy nhiên đối với kinh doanh xuất bản phẩm thì chỉ mới áp dụng một số biện pháp phù hợp

tại một số doanh nghiệp. Đề tài được khảo sát tại công ty Cổ phần Sách AlphaBooks, Tổng công ty Sách Việt Nam, Công ty Cổ phần Văn hóa Phương Nam, Công ty Cổ phần Tiki.vn với trang web bán hàng trực tuyến Tiki.vn ...để tìm ra thực trạng trong hoạt động chăm sóc khách hàng của các doanh nghiệp.

### **5. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu.**

Trong đề tài này, ngoài phương pháp luận duy vật biện chứng làm nền tảng, tôi còn sử dụng các phương pháp:

- Phương pháp phân tích – tổng hợp.
- Phương pháp thống kê, so sánh.
- Phương pháp điều tra xã hội học.

### **6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn.**

Khóa luận cung cấp những kiến thức lí luận cơ bản về các hoạt động chăm sóc khách hàng, giúp mọi người có nhận thức rõ về tầm quan trọng, ý nghĩa của nghiệp vụ này, để vận dụng vào trong hoạt động kinh doanh.

Trong kinh doanh xuất bản phẩm, hoạt động chăm sóc khách hàng chưa thật sự rõ nét, cần phải được xây dựng thành một chiến lược của doanh nghiệp để có sự thống nhất và thực hiện nhất quán từ trên xuống dưới. Nhằm đảm bảo tính hiệu quả và thường xuyên liên tục của hoạt động.

Hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh xuất bản phẩm là rất cần thiết, đó là cách để doanh nghiệp thực hiện tốt hơn nhiệm vụ kinh tế cũng như nhiệm vụ xã hội của mình.

### **7. Bộ cục đề tài.**

Ngoài phần mở đầu, kết luận và tài liệu tham khảo, đề tài gồm ba chương:  
Chương 1: Nhận thức cơ bản về hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh xuất bản phẩm.

Chương 2: Thực trạng hoạt động chăm sóc khách hàng tại một số doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm.

Chương 3: Xu thế và một số đề xuất nhằm hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh xuất bản phẩm.



## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Đồng Quân, *Hùng Biện đàm phán và thuyết trình*, Nxb Thời Đại.
2. Nguyễn Phương Hòa, *Mưu lược và nghệ thuật đàm phán*, Nxb Công An Nhân Dân.
3. PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm (2011), Bài giảng: *Văn hóa doanh nghiệp*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
4. TS. Lê Thị Phương Nga (2011), Bài giảng: *Marketing phát hành xuất bản phẩm*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
5. TS. Đỗ Thị Quyên (2012), Bài Giảng: *Tiêu thụ xuất bản phẩm*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
6. TS. Trịnh Tùng (2011) Bài Giảng: *Giao dịch – Đàm phán*, Trường Đại Học Văn hóa Việt Nam.
7. Ths. Phùng Quốc Hiếu,(2012) Bài giảng: *Khai thác mặt hàng xuất bản phẩm*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
8. Trang web các Nhà sách ...[www.nhasachphuongnam.com.vn](http://www.nhasachphuongnam.com.vn),  
[www.Alphabooks.vn](http://www.Alphabooks.vn), [www.Tiki.vn](http://www.Tiki.vn) ...
9. Trang web Pandora.vn, Vietmanage.vn, Nguoilanhdao.vn..
10. Jeffrey J.Fox (2006), *Để trở thành người bán hàng xuất sắc*, Nxb Trẻ, Hà Nội.
11. Zig Ziglar (2008), *Phong cách bán hàng*, Nxb Lao động - xã hội, Hà Nội.