

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**NGHIÊN CỨU HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG
TRONG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM TẠI CÔNG TY
CỔ PHẦN SÁCH VÀ THIẾT BỊ TRƯỜNG HỌC TỈNH
TUYÊN QUANG TRONG 3 NĂM 2011 -2013**

Giảng viên hướng dẫn : THS. ĐẶNG THỊ BÍCH PHƯƠNG
Sinh viên thực hiện : PHẠM NGỌC HUYỀN
Lớp : PH29B

Hà Nội - 2014

MỤC LỤC

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	4
LỜI MỞ ĐẦU	5
1. Lí do chọn đề tài.....	5
2. Mục đích nghiên cứu.....	6
3. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu.....	6
4. Tình hình nghiên cứu.....	6
5. Phương pháp nghiên cứu.....	7
6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn.....	7
7. Kết cấu của đề tài.....	7
CHƯƠNG 1	9
NHẬN THỨC CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TRONG	
KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM.....	9
1.1. Một số khái niệm cơ bản	9
1.2. Hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh Xuất bản phẩm.....	15
<i>1.2.1. Nguyên tắc của hoạt động chăm sóc khách hàng</i>	<i>15</i>
<i>1.2.2. Hoạt động chăm sóc khách hàng trước khi bán hàng</i>	<i>16</i>
<i>1.2.3. Hoạt động chăm sóc khách hàng trong khi bán hàng.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2.4. Hoạt động chăm sóc khách hàng sau khi bán hàng</i>	<i>17</i>
1.3. Đặc điểm của hoạt động Chăm sóc khách hàng trong kinh doanh Xuất bản	
phẩm.....	18
<i>1.3.1. Chăm sóc khách hàng mang tính chất vô hình.....</i>	<i>18</i>
<i>1.3.2. Hoạt động diễn ra phong phú với nhiều hình thức.....</i>	<i>19</i>
<i>1.3.3. Là một hoạt động Marketing.....</i>	<i>19</i>
<i>1.3.4. Mang giá trị tinh thần đến với khách hàng.....</i>	<i>20</i>
<i>1.3.5. Đảm bảo lợi ích kinh tế và mang lại hiệu quả xã hội.....</i>	<i>21</i>

1.4. Các tiêu chí đánh giá chất lượng hoạt động chăm sóc khách hàng	22
<i>1.4.1. Lượng khách hàng thường xuyên, quen thuộc.</i>	22
<i>1.4.2. Lượng khách hàng mới.</i>	22
<i>1.4.3. Hiệu quả xã hội</i>	23
<i>1.4.4. Hiệu quả kinh tế</i>	23
1.5. Ý nghĩa của hoạt động chăm sóc khách hàng.	23
<i>1.5.1 Đối với doanh nghiệp kinh doanh Xuất bản phẩm</i>	24
<i>1.5.2 Đối với khách hàng</i>	26
CHƯƠNG 2	27
THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TRONG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH VÀ THIẾT BỊ TRƯỜNG HỌC TỈNH TUYÊN QUANG	27
2.1. Vài nét về Công ty Cổ phần Sách và thiết bị trường học tỉnh Tuyên Quang	27
<i>2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Công ty</i>	27
<i>2.1.2 Cơ cấu tổ chức của Công ty</i>	29
2.2. Hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh Xuất bản phẩm tại Công ty Cổ phần Sách và thiết bị trường học tỉnh Tuyên Quang.	31
2.2.1. Hoạt động chăm sóc khách hàng trước khi bán.	31
<i>2.2.1.1. Cung cấp thông tin về hàng hóa.</i>	31
<i>2.2.1.2. Chuẩn bị hàng hóa.</i>	36
<i>2.2.1.3. Dịch vụ kho bãi.</i>	36
2.2.2. Hoạt động chăm sóc khách hàng trong khi bán	37
<i>2.2.2.1. Trưng bày hàng hóa và cơ sở vật chất</i>	37
<i>2.2.2.2. Hoạt động giao tiếp với khách hàng của nhân viên bán hàng.</i>	40
<i>2.2.2.3. Các chương trình khuyến mãi, khuyến mại.</i>	43
<i>2.2.2.4. Hoạt động thanh toán và vận chuyển hàng hóa.</i>	43
2.2.3 Hoạt động chăm sóc khách hàng sau khi bán	45

2.2.3.1. <i>Tri ân khách hàng</i>	45
2.2.3.2. <i>Tổ chức các buổi giao lưu, hội trợ, triển lãm</i>	47
2.2.3.3. <i>Giải đáp các thắc mắc và phàn nàn của khách hàng</i>	49
2.3. Đánh giá hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh Xuất bản phẩm tại Công ty Cổ phần sách và thiết bị trường học tỉnh Tuyên Quang	49
2.3.1. <i>Lượng khách hàng thường xuyên, quen thuộc</i>	49
2.3.2. <i>Lượng khách hàng mới</i>	52
2.3.3. <i>Hiệu quả xã hội</i>	55
2.3.4 <i>Hiệu quả kinh tế</i>	59
CHƯƠNG 3	66
XU HƯỚNG VÀ MỘT SỐ ĐỀ XUẤT NHẪM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TRONG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM	66
3.1. Xu hướng hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh Xuất bản phẩm	66
3.2. Một số đề xuất nhằm hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh Xuất bản phẩm	77
3.2.1. <i>Về phía Nhà nước</i>	77
3.2.2. <i>Về phía Doanh nghiệp</i>	79
3.2.2.1. <i>Giải pháp tài chính</i>	79
3.2.2.2. <i>Giải pháp mở rộng mô hình kinh doanh</i>	80
3.2.2.3. <i>Giải pháp nâng cao trình độ phát triển nghiệp vụ nhân sự</i>	81
3.2.2.4. <i>Giải pháp phát triển hình thức bán hàng trực tuyến</i>	84
3.2.2.5. <i>Một số giải pháp khác</i>	84
KẾT LUẬN	87
TÀI LIỆU THAM KHẢO	89

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài.

Trong nền kinh tế thị trường, có sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế, các doanh nghiệp muốn phát triển luôn phải tìm kiếm cho mình một hướng đi riêng biệt để có thể đáp ứng được tốt nhất những yêu cầu, mong muốn của khách hàng. Làm thế nào để các sản phẩm đến tay người tiêu dùng có chất lượng tốt, giá cả hợp lý, cùng với các dịch vụ chăm sóc khách hàng hoàn hảo trở thành các tiêu chí để các doanh nghiệp làm ăn chân chính hướng đến.

Thực tế cho thấy, doanh nghiệp kinh doanh đạt hiệu quả và có khối lượng khách hàng thường xuyên, khách hàng “ruột” 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 việc lấy quan điểm định hướng khách hàng làm trung tâm thì họ không thể không thực hiện các hoạt động chăm sóc khách hàng. Đây là một vũ khí để cạnh tranh và giúp doanh nghiệp kinh doanh Xuất bản phẩm đứng vững được trên thị trường.

Từ những nhận định trên thì có thể thấy hoạt động chăm sóc khách hàng chiếm một vai trò quan trọng, đang trở thành một yếu tố, một cách thức, một biện pháp xúc tiến ngày càng cấp thiết và mang lại ý nghĩa lớn lao đối với doanh nghiệp kinh doanh. Giúp doanh nghiệp giữ được chân khách hàng cũ, thu hút được khách hàng mới, cũng là cách giúp doanh nghiệp xây dựng được uy tín, thương hiệu trên thị trường. Nhưng không phải doanh nghiệp nào cũng nhận thức được điều đó hoặc là có vận dụng yếu tố này nhưng hiệu quả đem lại thì chưa cao. Đây là lí do thôi thúc tôi chọn nghiên cứu đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình là: “Nghiên cứu hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh Xuất bản phẩm tại Công ty Cổ phần Sách và thiết bị trường học tỉnh Tuyên Quang trong 3 năm 2011-2013”.

2. Mục đích nghiên cứu.

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 thường xuyên và đông đảo để có thể phát triển bền vững trên thị trường. Đề tài tập trung nghiên cứu các hoạt động chăm sóc khách hàng trong doanh nghiệp. Với mục đích khái quát một cách cơ bản những kiến thức về các hoạt động này, có những 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.

3. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu.

Khi nói đến khái niệm chăm sóc khách hàng trong hoạt động sản xuất và kinh doanh không còn là mới lạ. Song trong ngành kinh doanh Xuất bản phẩm, các doanh nghiệp chủ yếu lại là những doanh nghiệp vừa và nhỏ thì hoạt động này còn mờ nhạt, chưa được quan tâm thỏa đáng. Thực tế nội dung hoạt động chăm sóc khách hàng là rộng tuy nhiên đối với doanh nghiệp kinh doanh Xuất bản phẩm thì chỉ mới có điều kiện áp dụng một số biện pháp phù hợp tại một số doanh nghiệp. Đề tài được khảo sát tại Công ty Cổ phần sách và thiết bị trường học Tỉnh Tuyên Quang để tìm ra thực trạng trong hoạt động chăm sóc khách hàng của doanh nghiệp đồng thời cũng nhìn nhận và đánh giá khách quan hoạt động này với các doanh nghiệp kinh doanh Xuất bản phẩm nói chung.

4. Tình hình nghiên cứu.

Trong quá trình học tập - nghiên cứu tôi nhận thấy đối tượng khách hàng trong hoạt động kinh doanh của bất cứ một doanh nghiệp kinh doanh nào cũng rất quan trọng. Thực tế đã có một số đề tài trong ngành có đề cập đến nhưng chưa khái quát và xây dựng thành vấn đề cụ thể. Vì vậy, tôi mạnh dạn tìm hiểu đề tài “ Nghiên cứu hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh Xuất bản phẩm tại Công ty Cổ phần sách và thiết bị trường học tỉnh

Tuyên Quang trong 3 năm 2011-2013”, mong rằng đề tài sẽ nhận được sự quan tâm của các thầy cô giáo, các cá nhân và đoàn thể trong ngành.

5. 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 điều tra xã hội học

Phương pháp thống kê

Phương pháp so sánh

Phương pháp phân tích - tổng hợp

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn.

Trong kinh doanh Xuất bản phẩm, hoạt động chăm sóc khách hàng chưa thực 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 để đảm bảo tính liên tục, hiệu quả của hoạt động.

Khóa luận cung cấp những kiến thức lí luận cơ bản về các hoạt động chăm sóc khách hàng, nhằm giúp mọi người có những hình dung cụ thể, nhận thức rõ về tầm quan trọng cũng như ý nghĩa của nghiệp vụ này để vận dụng vào trong hoạt động kinh doanh. Hoạt động này rất thiết thực, đó là cách để doanh nghiệp thực hiện tốt hơn nhiệm vụ kinh tế cũng như nhiệm vụ xã hội của mình.

7. Kết cấu của đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận và tài liệu tham khảo, đề tài gồm ba chương:

Chương 1: Nhận thức chung về hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh Xuất bản phẩm

Chương 2: Thực trạng hoạt động chăm sóc khách hàng trong kinh doanh Xuất bản phẩm tại Công ty Cổ phần sách và thiết bị trường học tỉnh Tuyên Quang.

Chương 3: Xu hướng 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. PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm (2011), Bài giảng: *Văn hóa doanh nghiệp*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
2. Jeffrey J.Fox (2006), *Để trở thành người bán hàng xuất sắc*, Nxb Trẻ, Hà Nội.
3. TS. Lê Thị Phương Nga (2011), Bài giảng: *Marketing phát hành xuất bản phẩm*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
4. TS. Đỗ Thị Quyên (2012), Bài Giảng: *Tiêu thụ xuất bản phẩm*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
5. TS. Trịnh Tùng (2011), Bài Giảng: *Giao dịch – Đàm phán*, Trường Đại Học Văn hóa Hà Nội.
6. Ths. Phùng Quốc Hiếu (2012), Bài giảng: *Khai thác mặt hàng xuất bản phẩm*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội
7. Luật xuất bản, số 19/2012/QH3 ngày 20/11/2012 của Quốc Hội
8. Từ điển Bách Khoa toàn thư
9. Từ điển Tiếng Việt
10. Từ điển thuật ngữ xuất bản - in- phát hành sách, thư viện bản quyền
11. Trang web: <http://www.pandora.vn>
12. Trang web: <http://www.nguoilanhdao.vn>
13. Trang web: <http://www.sachtuyenquang.edu.vn>
14. Trang web: <http://www.benthànhjsc.vn>
15. Zig Ziglar (2008), *Phong cách bán hàng*, Nxb Lao động – xã hội, Hà Nội