BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

TRƯỜNG ĐẠI HỌC LƯƠNG THẾ VINH

TRẦN NGỌC ANH

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CỦA TẬP ĐOÀN NOVATECH TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã ngành: 8.340.101

TÓM TẮT ĐỀ ÁN THẠC SĨ

QUẢN TRỊ KINH DOANH

Nam Định, tháng 10 năm 2025

Công trình được hoàn thành tại
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LƯƠNG THẾ VINH

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS Mai Quốc Chánh

Giảng viên phản biện: PGS, TS Nguyễn Quang Hồng

Luận văn sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm đề án tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại học Lương Thế Vinh vào ngày 28 tháng 09 năm 2025

Có thể tìm hiểu luận văn tại:
- Viện Sau đại học, Trường Đại học Lương Thế Vinh;
- Thư viện trường Đại học Lương Thế Vinh.

TÓM TẮT ĐỀ ÁN

I. PHẦN MỞ ĐẦU

1.Tên đề tài: "Nâng Cao Chất Lượng Dịch Vụ Chăm Sóc Khách Hàng Của Tập Đoàn Novatech Tại Thành Phố Hồ Chí Minh"

Trong kỷ nguyên công nghiệp 4.0, công nghệ phát triển vượt bậc thúc đẩy kinh tế Việt Nam phát triển mạnh mẽ, dịch vụ chăm sóc khách hàng (CSKH) là phương pháp hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng mô hình cạnh tranh bền vững. Một khảo sát năm 2022 của McKinsey cho thấy, hơn 70% khách hàng toàn cầu đánh giá chất lượng CSKH là yếu tố quyết định trong việc lựa chọn và gắn bó với một thương hiệu. Tại Việt Nam, xu hướng này ngày càng rõ nét khi người tiêu dùng ngày càng khắc khe hơn về chất lượng dịch vụ không chỉ ở sản phẩm mà còn ở cách họ được phục vụ.

2.Mục tiêu nghiên cứu: Cải thiện chất lượng dịch vụ CSKH của Tập đoàn Novatech, hướng tới việc gia tăng sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng, từ đó góp phần cải thiện vị thế cạnh tranh trên thị trường.

Luận văn tập trung nghiên cứu thực trạng chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng (CSKH) tại Tập đoàn Novatech ở Tp.HCM, từ đó đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả và chất lượng dịch vụ nhằm gia tăng sự hài lòng, trung thành và trải nghiệm tích cực của khách hàng. Cụ thể, các nội dung chính bao gồm:

- Phân tích lý luận và các mô hình liên quan đến chất lượng dịch vụ CSKH.
- Đánh giá thực trạng và các mô hình liên quan đến chất lượng dịch vụ CSKH.
- Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng CSKH (ví dụ: quy trình phục vụ, thái độ nhân viên, thời gian phản hồi, kễnh hỗ trợ…).
- Đo lường mức độ hài lòng và kỳ vọng của khách hàng hiện tại.

Đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ CSKH phù hợp với định hướng phát triển của Novatech tại Tp.HCM.

3.Phương pháp nghiên cứu :

a) Phương pháp thu thập dữ liệu.

Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp: số liệu được thu thập từ báo cáo hàng tuần, tháng, hàng quý, hàng năm của Tập đoàn Novatech.

Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp: tác gải tiến hành khảo sát để thăm dò ý kiến khách hàng là cá nhân, hộ gia đình,công ty, … thông qua phiếu khảo sát điều tra của Tập đoàn Novatech.

b) Phương pháp xử lý và phân tích dữ liệu

Phương pháp so sánh: các số liệu được tác gải chọn lọc, xử lý và đưa vào nghiên cứu này dưới dạng bảng thống kê. Nội dung phân tích các số liệu này bao gồm phân tích so sánh giá trị giữa các năm.

Phương pháp thống kê: tác giả lựa chọn mô hình phù hợp với đề tài nghiên cứu, sau đó thiết kế thang đo tương ứng dựa trên dữ liệu sơ cấp đã thu thập được.

c) Công cụ nghiên cứu

Để đảm bảo tính khách quan và khoa học, luận văn sử dụng các nghiên cứu sau:

❖ ***Bảng câu hỏi khảo sát (Survey):***

● Thiết kế theo mô hình SERVQUAL để đo lường năm khía cạnh chính: Độ tin cậy, Sự đáp ứng, Năng lực phục vụ, Sự đồng cảm và Phương tiện hữu hình.

● Phân phối cho 300 khách hàng đã sử dụng dịch vụ của Novatech tại Tp.HCM. Phân tích thống kê (SPSS hoặc Excel)

❖ ***Phỏng vấn sâu (In-depth Interview):***

● Phỏng vấn 5 – 7 cán bộ phục trách CSKH và quản lý cấp trung tại Novatech để thu thập thông tin định tính và những nhận định nội bộ.

II. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

2.1 Hạn chế:

- Tốc độ phản hồi và giải quyết yêu cầu chưa đáp ứng kỳ vọng: Mức độ hài lòng về phản hồi trong 24h còn thấp (3.14/5), đặc biệt là trong các tình huống khẩn cấp.

- Thiếu cá nhân hóa trong trải nghiệm của khách hàng**:** Khách hàng cho rằng dịch vụ CSKH còn mang tính chung chung, thiếu sự phân biệt giữa khách hàng phổ thông và khách hàng doanh nghiệp.

- Công nghệ triển khai nhưng chưa vận hành hiệu quả: Chatbot AI bị hạn chế trong xử lý chuyên sâu, hệ thống CRM chưa tích hợp hoàn chỉnh giữa các phòng ban, ứng dụng di động còn nghèo chức năng.

- Thiếu sự phối hợp đồng bộ giữa các bộ phận và thiếu cam kết toàn diện từ lãnh đạo: Một số quy trình CSKH bị chồng chéo, thiếu thông tin đầu vào/ra rõ ràng giữa phòng kỹ thuật – bảo hành – chăm sóc khách hàng.

- Chưa kiểm soát được rủi ro từ truyền thông xã hội: Doanh nghiệp vẫn phản ứng bị động khi gặp phản hồi tiêu cực trên các nền tảng số, chưa có chiến lược quản trị khủng hoảng dịch vụ.

2.2 Nguyên nhân của hạn chế:

- **Thiếu sự đầu tư chiều sâu vào phát triển và đào tạo năng lực đội ngũ CSKH:** Mặc dù nhân viên có thiện chí, nhưng thiếu các chương trình đào tạo bài bản về kỹ năng công nghệ, quản lý tình huống và chăm sóc đa nền tảng.

- **Hệ thống công nghệ triển khai theo từng phần, chưa có chiến lược tích hợp tổng thể:** Việc phát triển các công cụ riêng lẻ dẫn đến dữ liệu phân tán, trải nghiệm khách hàng không liền mạch.

 Chiến lược CSKH chưa được coi là chiến lược trọng tâm cấp tập đoàn: CSKH hiện mới dừng lại ở vai trò hỗ trợ sau bán, chưa được định vị là yếu tố cạnh tranh chiến lược và chưa được lồng ghép sâu trong các quyết định quản trị cao cấp.

 Thiếu dữ liệu phân tích các hành vi khách hàng để phục vụ cá nhân hóa: Dù đã ứng dụng Big Data, nhưng việc xử lý và biến dữ liệu thành giải pháp cụ thể cho từng nhóm khách hàng vẫn chưa đạt kết quả kỳ vọng.

 Văn hóa khách hàng chưa được lan tỏa nội bộ: Tinh thần "khách hàng là trung tâm" chưa trở thành chuẩn hành vi trong toàn bộ tổ chức, đặc biệt là các phòng ban không trực tiếp kết nối khách hàng.

2.3. Đề xuất giải pháp:

1. Nâng cấp hệ thống CRM, xây dựng nền tảng quả lý quan hệ khách hàng tiên tiến: Hệ thống CRM là một trong những phần mềm công cụ quan trọng nhất trong chiến lược chăm sóc khách hàng của bất kỳ doanh nghiệp nào, đặc biệt đối với một tập đoàn công nghệ như Novatech. Việc nâng cấp hệ thống CRM không chỉ giúp tối ưu hóa hiệu quả hoạt động của bộ phận chăm sóc khách hàng (CSKH) mà còn đóng vai trò chiến lược trong việc nâng cao trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng. Dưới đây là các giải pháp nâng cấp hệ thống CRM được thiết kế chi tiết để đáp ứng nhu cầu phát triển toàn diện của Novatech.
2. Ứng dụng AI và Chatbot nâng cao, tương lai của dịch vụ chăm sóc khách hang: Trong bối cảnh chuyển đổi số, trí tuệ nhân tạo (AI) và chatbot đã trở thành những công cụ không thể thiếu trong dịch vụ chăm sóc khách hàng (CSKH) hiện đại. Những công nghệ này không chỉ góp phần cải thiện chất lượng trải nghiệm khách hàng mà còn tối ưu hóa quy trình vận hành, giảm thiểu chi phí và cải thiện hiệu quả tổng thể. Việc ứng dụng AI và chatbot thông minh vào CSKH tại Novatech được thiết kế với những giải pháp toàn diện, nhằm xây dựng một giải pháp chăm sóc khách hang hiện đại và tối ưu.
3. Sử dụng phân tích Big Data, tận dụng dữ liệu lớn để nâng cao chất lượng dịch vụ CSKH: Trong kỷ nguyên số hóa, Big Data không chỉ là xu thế mà còn trở thành

một công cụ vững chắc, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa quy trình, hiểu sâu sắc hơn về khách hàng và nâng cao trải nghiệm công nghệ dịch vụ. Với khả năng thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu khổng lồ từ nhiều nguồn thông tin khác nhau, Big Data mở ra cơ hội để Novatech xây dựng các chiến lược chăm sóc khách hàng (CSKH) hiệu quả hơn, và tăng cường lợi thế cạnh tranh trên thị trường.

4. Cải thiện ứng dụng di động, nền tảng quan trọng trong chăm sóc khách hàng hiện đại: Ứng dụng di động ngày nay không chỉ là kênh giao tiếp mà còn là công cụ chiến lược để nâng cao trải nghiệm khách hàng (CSKH). Với khả năng cung cấp sự tiện lợi, tốc độ và khả năng kết nối trực tiếp, ứng dụng di động đã trở thành trung tâm của các chiến lược CSKH hiệu quả. Đối với Novatech, việc cải thiện ứng dụng di động không chỉ giúp tăng cường sự hài lòng của khách hàng mà còn xây dựng mối quan hệ gắn kết lâu dài và tạo lợi thế cạnh tranh. Dưới đây là các giải pháp cụ thể để tối ưu hóa ứng dụng di động trong dịch vụ CSKH.

5. Tăng cường bảo mật thông tin khách hàng, nền tảng xây dựng lòng tin và uy tín bền vững: Bảo mật thông tin khách hàng không chỉ là một yêu cầu pháp lý mà còn là yếu tố chiến lược quyết định sự sống còn đối với mọi doanh nghiệp trong thời đại số. Với sự gia tăng không ngừng của các mối đe dọa an ninh mạng, Novatech cần triển khai các biện pháp bảo mật mạnh mẽ và toàn diện nhằm bảo vệ dữ liệu khách hàng, đảm bảo an toàn cho các hoạt động giao dịch và xây dựng lòng tin lâu dài. Các giải pháp này không chỉ giúp bảo vệ thông tin nhạy cảm mà còn khẳng định vị thế tiên phong của Novatech trong việc áp dụng công nghệ hiện đại và các tiêu chuẩn bảo mật cao cấp.

6. Xây dựng hệ thống chăm sóc khách hàng chất lượng: Xây dựng được hệ thống chăm sóc khách hàng có chất lượng và đạt hiệu quả công việc được giao (KPI), khắc phục điểm yếu trong khâu vận hành của doanh nghiệp. Xây dựng văn hoá doanh nghiệp, truyền thông nội bộ doanh nghiệp

III. KẾT LUẬN

Phần kết luận của báo cáo không chỉ đóng vai trò tổng hợp lại toàn bộ nội dung đã trình bày mà còn nhấn mạnh tính cấp thiết, giá trị ứng dụng thực tiễn và tầm quan

trọng của các giải pháp đã đề xuất. Đây là cơ hội để khẳng định sự quyết tâm của Tập đoàn Novatech trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng (CSKH), đặt nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững và khẳng định vị thế dẫn đầu trong ngành công nghiệp công nghệ.

Báo cáo đã cung cấp một bức tranh toàn diện, thực tiễn và chi tiết về việc nâng cao chất lượng dịch vụ CSKH tại Tập đoàn Novatech. Các giải pháp đề xuất không chỉ giải quyết những vấn đề hiện tại mà còn mở ra hướng đi rõ ràng cho sự phát triển bền vững của tập đoàn trong tương lai.

Novatech đang đứng trước cơ hội lớn để khẳng định vị thế dẫn đầu trên thị trường thông qua việc tối ưu hóa dịch vụ CSKH, ứng dụng công nghệ hiện đại theo đuổi định hướng phát triển bền vững. Sự thành công của các giải pháp này phụ thuộc vào quyết tâm và sự đồng lòng từ ban lãnh đạo đến toàn thể nhân viên, cùng với cam kết không ngừng đổi mới và cải tiến.

Báo cáo này không chỉ là kế hoạch hành động cho Novatech mà còn là tài liệu tham khảo hữu ích cho các doanh nghiệp đang tìm kiếm giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0. Với sự tập trung và nỗ lực không ngừng, Novatech sẽ tiếp tục vượt qua mọi thách thức, đáp ứng kỳ vọng của khách hàng và trở thành biểu tượng của sự đổi mới và chất lượng trong ngành công nghệ.

……Hết……

Tác giả đề án
Trần Ngọc Anh