

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

“Khách hàng là tài sản lớn nhất của mỗi doanh nghiệp, bởi vì doanh nghiệp sẽ không thể tồn tại nếu không có khách hàng” – Erwin Frand

Khách hàng ngày càng có quyền lực hơn, và quan trọng hơn đối với sự sống còn của một doanh nghiệp, khách hàng có thể mang phồn thịnh đến cho doanh nghiệp và cũng có thể khiến cho doanh nghiệp bị suy tàn. Trong môi trường cạnh tranh gay gắt, các doanh nghiệp luôn tìm cách lôi cuốn khách hàng của nhau bằng các biện pháp như hạ giá bán, bổ sung quà tặng, các chương trình hậu mãi.... điều này đã tạo nên nhu cầu khách hàng ngày càng đa dạng, phong phú, và đòi hỏi khắt khe hơn. Vậy làm thế nào để mời khách hàng mua sản phẩm và còn làm cách nào để cho họ quay lại lần sau với doanh nghiệp trong khi nhu cầu khách hàng luôn thay đổi? Do đó, việc đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng, phục vụ theo cách mà họ muốn và làm những việc cần thiết để giữ chân khách hàng mình đang có, đồng thời lấy đó làm điểm mạnh để lôi kéo các đối tượng tiềm năng là vấn đề quan trọng mà các doanh nghiệp cần phải xem xét đến.

Trong thời gian gần đây các doanh nghiệp Việt Nam càng nhận thức rõ hơn về tầm quan trọng của việc chăm sóc khách hàng theo hướng làm thoả mãn khách hàng. Các doanh nghiệp có thể tạo lợi thế cạnh tranh riêng cho mình bằng cách tập trung làm tốt công tác chăm sóc khách hàng.

Công ty TNHH TKKT TTNT Paris hoạt động trong lĩnh vực sản xuất – cung cấp – phân phối nội thất với phương châm hoạt động là luôn mang đến cho khách hàng dịch vụ với chất lượng tốt nhất. Với bề dày hoạt động gần 10 năm, công ty luôn xác định cho mình hướng phát triển lâu dài là dựa trên lòng tin, sự tín nhiệm của khách hàng đối với công ty. Bên cạnh đó, với đặc thù kinh doanh trong lĩnh vực sản xuất – cung cấp – phân phối nội thất nên muốn thành công và tạo dựng thương hiệu riêng cho mình thì công ty phải chọn cho mình hướng đi riêng, chú trọng đến hoạt động chăm sóc khách hàng. Nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng đối với công ty là việc hết sức cần thiết, là

một vấn đề mà thu hút khá nhiều sự quan tâm của các nhà quản trị. Xuất phát từ thực tế trên, em đã chọn nghiên cứu đề tài: **“Một số giải pháp nhằm nâng cao công tác chăm sóc khách hàng tại Công ty TNHH TKKT TTNT Paris”**.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Phân tích quy trình chăm sóc khách hàng tại Công ty TNHH TKKT TTNT Paris.
- Phân tích mức độ hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm nội thất tại Công ty TNHH TKKT TTNT Paris.
- Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hoạt động chăm sóc khách hàng.

3. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu

Thời gian nghiên cứu

Số liệu trong 3 năm 2016-2018

Phạm vi nghiên cứu

Công ty TNHH TKKT TTNT Paris.

Đối tượng nghiên cứu:

Hoạt động chăm sóc khách hàng

4. Cấu trúc đề tài

Báo cáo gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về chăm sóc khách hàng trong doanh nghiệp

Chương 2: Thực trạng hoạt động chăm sóc khách hàng tại Công ty TNHH TKKT TTNT Paris

Chương 3: Một số giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng tại Công ty TNHH TKKT TTNT Paris

Xem Thêm ==> Kho 999 BÀI MẪU báo cáo thực tập chăm sóc khách hàng

<https://baocaothuctap.net/bao-cao-thuc-tap-ban-hang/>

Xem thêm ==> 99 bài mẫu báo cáo quy trình bán hàng

<https://baocaothuctap.net/bao-cao-thuc-tap-ban-hang/>

xem thêm ==> 99 Mẫu Đề Cương Báo Cáo Thực Tập Chăm Sóc Khách Hàng

<https://baocaothuctap.net/de-cuong-bao-cao-thuc-tap-mau/>

Xem thêm ==> 99 đề tài quản trị kinh doanh

<https://baocaothuctap.net/bao-cao-thuc-tap-quan-tri-kinh-doanh/>

liên hệ hỗ trợ viết bài mọi người kết bạn qua zalo : 0909232620