

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG**



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH
HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP
VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN CHI NHÁNH HUYỆN
TRIỆU PHONG – PGD NAM CỬA VIỆT**

SINH VIÊN THỰC HIỆN: ĐỖ THỊ KIỀU TRINH

MÃ SỐ SINH VIÊN: 2254030004

KHÓA HỌC: 2022 - 2026

Đà Nẵng, tháng 6/2026

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH
HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP
VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN CHI NHÁNH HUYỆN
TRIỆU PHONG – PGD NAM CỬA VIỆT**

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Trần Thị Hải

Sinh viên thực hiện: Đỗ Thị Kiều Trinh

Mã số sinh viên: 2254030004

Khóa học: 2022 - 2026

Đà Nẵng, tháng 6/2026

Đà Nẵng, ngày 18 tháng 06 năm 2026

GIAO NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Năm học: 2025 - 2026

1. Thông tin tác giả thực hiện

- Họ và tên sinh viên : Đỗ Thị Kiều Trinh
- Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh
- Trình độ đào tạo : Đại học
- Khóa học : 2022 - 2026

2. Tên đề tài Khóa luận tốt nghiệp

**“HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI
NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN CHI
NHÁNH HUYỆN TRIỆU PHONG – PGD NAM CỬA VIỆT”**

3. Các số liệu ban đầu thực hiện Khóa luận tốt nghiệp

- Số liệu về Cơ sở vật chất giai đoạn 2023 - 2025
- Số liệu về tình hình sử dụng Lao động giai đoạn 2023 - 2025
- Số liệu về báo cáo tình hình Tài chính và kết quả hoạt động Kinh doanh của PGD Nam Cửa Việt giai đoạn 2023 - 2025

4. Các bảng biểu

- Bảng Cơ sở vật chất tại PGD
- Bảng tình hình sử dụng Lao động
- Bảng tình hình Tài chính và kết quả hoạt động Kinh doanh giai đoạn 2023 - 2025
- Bảng kết quả khảo sát các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động chăm sóc khách hàng

5. Cán bộ hướng dẫn

- ThS. Trần Thị Hải

6. Ngày giao nhiệm vụ làm Khóa luận tốt nghiệp

- 02/03/2026

7. Ngày sinh viên phải hoàn thành Khóa luận tốt nghiệp

- 25/05/2026

Giảng viên hướng dẫn

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong tình hình xu hướng hội nhập kinh tế hiện nay, việc tham gia vào các tổ chức kinh tế trên thế giới đã mở ra nhiều cơ hội cũng như thách thức cho Việt Nam, trong đó lĩnh vực ngân hàng được xem là lĩnh vực cạnh tranh gay gắt. Bởi sản phẩm của các ngân hàng là tương tự nhau.

Việc lựa chọn đề tài ***"Hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông Nghiệp và Phát triển Nông thôn tại chi nhánh Huyện Triệu Phong – PGD Nam Cửa Việt"*** xuất phát từ tầm quan trọng của dịch vụ khách hàng trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các ngân hàng. Chăm sóc khách hàng không chỉ giúp nâng cao trải nghiệm của khách hàng mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc giữ chân khách hàng và tạo lợi thế cạnh tranh cho ngân hàng. Mặc dù Agribank đã triển khai nhiều chính sách chăm sóc khách hàng, nhưng tại chi nhánh Nam Cửa Việt vẫn còn tồn tại một số hạn chế như chưa cá nhân hóa trải nghiệm, ứng dụng công nghệ chưa tối ưu và một số khách hàng chưa thực sự hài lòng với thời gian xử lý giao dịch. Vì vậy, việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng là cần thiết, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, gia tăng sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng. Đồng thời, nghiên cứu này còn mang tính ứng dụng cao, có thể giúp Agribank Nam Cửa Việt xây dựng chiến lược chăm sóc khách hàng hiệu quả hơn, từ đó nâng cao hiệu suất kinh doanh và tạo nền tảng phát triển bền vững cho ngân hàng trong tương lai.

Tôi hi vọng thông qua đề tài này sẽ có cái nhìn tổng quát về chất lượng hoạt động chăm sóc khách hàng của các doanh nghiệp nói chung, cũng như Ngân hàng Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt nói riêng, từ đó rút ra được các kinh nghiệm sau này.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Nghiên cứu này hướng đến mục tiêu phân tích thực trạng và đề xuất các giải pháp nhằm ***hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt*** đến năm 2026. Cụ thể, nghiên cứu tập trung vào các mục tiêu sau:

- Hệ thống hóa các cơ sở lý luận về hoạt động chăm sóc khách hàng trong ngành ngân hàng, bao gồm các khái niệm, vai trò, mô hình chăm sóc khách hàng hiệu quả và những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng.

- Phân tích thực trạng hoạt động chăm sóc khách hàng tại Agribank Nam Cửa Việt, đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu và nguyên nhân dẫn đến các hạn chế trong công tác chăm sóc khách hàng tại chi nhánh này.
- Đề xuất các giải pháp cụ thể nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng, bao gồm cải tiến quy trình, ứng dụng công nghệ, đào tạo nhân sự và phát triển các chương trình chăm sóc khách hàng chuyên biệt.
- Xây dựng các khuyến nghị và định hướng phát triển hoạt động chăm sóc khách hàng tại Agribank Nam Cửa Việt trong giai đoạn 2026 và các năm tiếp theo, nhằm giúp ngân hàng cải thiện trải nghiệm khách hàng, gia tăng lòng trung thành và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Việc đạt được các mục tiêu trên không chỉ giúp Agribank Nam Cửa Việt cải thiện dịch vụ chăm sóc khách hàng mà còn đóng góp vào chiến lược phát triển chung của ngân hàng, tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững trong tương lai.

3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu tập trung vào *hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông Nghiệp và Phát triển Nông Thôn chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt Quảng Trị* bao gồm các chính sách, quy trình, hiệu quả thực tế của dịch vụ chăm sóc khách hàng và những phản hồi từ khách hàng.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- *Phạm vi nghiên cứu:* Được thực hiện tại Ngân hàng Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt Quảng Trị
- *Thời gian nghiên cứu:* Nghiên cứu thực trạng hoạt động chăm sóc khách hàng trong giai đoạn 2023 - 2026, đồng thời đề xuất các giải pháp áp dụng cho năm 2026 và các năm tiếp theo.
- *Phạm vi nội dung:* Nghiên cứu tập trung vào các khía cạnh như chất lượng phục vụ, mức độ hài lòng của khách hàng, khả năng ứng dụng công nghệ, chính sách chăm sóc khách hàng và hiệu quả của đội ngũ nhân viên trong việc hỗ trợ khách hàng.

4. Phương pháp nghiên cứu

Để đảm bảo tính chính xác và khách quan của nghiên cứu, đề tài sử dụng kết hợp nhiều phương pháp nghiên cứu khác nhau, bao gồm:

- *Phương pháp nghiên cứu tài liệu:* Tổng hợp, phân tích các tài liệu về dịch vụ chăm sóc khách hàng trong lĩnh vực ngân hàng
- *Phương pháp phân tích thực trạng:* Thu thập và đánh giá các dữ liệu thực tế tại Agribank tại chi nhánh Nam Cửa Việt Quảng Trị, bao gồm báo cáo nội bộ, số liệu về mức độ hài lòng của khách hàng, phản hồi từ khách hàng và các chính sách chăm sóc khách hàng hiện tại của ngân hàng.
- *Phương pháp phân tích và đề xuất giải pháp:* Dựa trên những thực trạng phân tích được từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng tại Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt Quảng Trị.

5. Bộ cục đề tài

Tên đề tài: “ ***Hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt Quảng Trị***”. Nội dung của đề tài có 3 chương cụ thể như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận về hoạt động chăm sóc khách hàng của Ngân hàng.

Chương 2: Thực trạng hoạt động chăm sóc khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt Quảng Trị.

Chương 3: Đề xuất giải pháp hoàn thiện các dịch vụ chăm sóc khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt Quảng Trị.

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên em xin cảm ơn các thầy cô trong Khoa Quản Trị Kinh doanh đã giúp đỡ em trong suốt 4 năm học tập tại Trường Đại Học Kiến Trúc Đà Nẵng. Những kiến thức quý báu mà các thầy cô đã truyền đạt không chỉ giúp em nắm vững lý thuyết mà còn giúp em áp dụng vào thực tiễn một cách hiệu quả.

Em xin chân thành gửi lời cảm ơn sâu sắc đến giảng viên hướng dẫn Cô Trần Thị Hải đã tận tình hướng dẫn và hỗ trợ em trong suốt quá trình thực tập và hoàn thành bài khóa luận này.

Xin gửi lời cảm ơn đến giám đốc chi nhánh anh Nguyễn Văn Hạnh và toàn thể nhân viên đã cho em cơ hội được học hỏi trong quá trình thực tập tại Ngân hàng Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt.

Em cũng rất trân trọng những góp ý và phản hồi từ thầy cô trong quá trình hoàn thiện báo cáo. Những ý kiến đó không chỉ giúp em cải thiện kỹ năng viết báo cáo mà còn giúp em phát triển tư duy phân biện và khả năng phân tích vấn đề. Em nhận thấy rằng, sự nghiêm túc và tâm huyết của thầy cô đã tạo động lực lớn cho em trong việc hoàn thành bài khóa luận này.

Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn thầy cô và doanh nghiệp đã dành thời gian và tâm huyết để giúp đỡ em. Em hy vọng sẽ tiếp tục nhận được sự chỉ dẫn và hỗ trợ từ thầy cô trong tương lai. Em sẽ luôn ghi nhớ những bài học quý giá mà thầy cô đã dạy và cố gắng phát triển bản thân hơn nữa.

Đà Nẵng, ngày 18 tháng 06 năm 2026

Sinh viên thực hiện

Đỗ Thị Kiều Trinh

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU

LỜI CẢM ƠN

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

DANH MỤC HÌNH VẼ

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TẠI DOANH NGHIỆP	1
1.1. KHÁCH HÀNG VÀ PHÂN LOẠI KHÁCH HÀNG.....	1
1.1.1. Khái niệm về khách hàng.....	1
1.1.2. Phân loại khách hàng	1
1.2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG.....	3
1.2.1. Khái niệm về chăm sóc khách hàng	3
1.2.2. Mục đích của chăm sóc khách hàng.....	4
1.2.3. Vai trò của chăm sóc khách hàng.....	5
1.2.4. Một số nguyên tắc trong chăm sóc khách hàng	6
1.2.5. Ba yếu tố then chốt liên quan đến sự hài lòng của khách hàng.....	8
1.2.6. Phân loại hoạt động chăm sóc khách hàng.....	9
1.3. QUY TRÌNH VÀ NỘI DUNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG	10
1.3.1. Trước quá trình cung ứng dịch vụ	11
1.3.2. Trong quá trình cung ứng dịch vụ	11
1.3.3. Sau quá trình cung ứng dịch vụ	11
1.4. CÔNG TÁC GIẢI QUYẾT KHIẾU NẠI TRONG HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG.....	12
1.4.1. Khái niệm khiếu nại.....	12
1.4.2. Tầm quan trọng của giải quyết khiếu nại trong hoạt động chăm sóc khách hàng	12
1.4.3. Quy trình giải quyết khiếu nại tiêu chuẩn.....	13
1.5. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TẠI DOANH NGHIỆP	13
1.5.1. Yếu tố bên ngoài.....	14

1.5.2. Yếu tố bên trong.....	14
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN TRIỆU PHONG - PGD NAM CỬA VIỆT	15
2.1. TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG VÀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG	15
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển	15
2.1.2. Tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi	16
2.1.3. Cơ cấu tổ chức, chức năng và nhiệm vụ của các phòng ban	16
2.1.4. Các lĩnh vực kinh doanh và sản phẩm chính	19
2.2. CÁC YẾU TỐ MÔI TRƯỜNG TÁC ĐỘNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN TRIỆU PHONG - PGD NAM CỬA VIỆT	20
2.2.1. Môi trường vĩ mô	20
2.2.2. Môi trường vi mô	27
2.3. CÁC NGUỒN LỰC CỦA NGÂN HÀNG ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH	31
2.3.1. Cơ sở vật chất.....	31
2.3.2. Nguồn nhân lực	32
2.3.3. Các nguồn lực tài chính.....	34
2.3.4. Kết quả hoạt động kinh doanh	35
2.4. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN TRIỆU PHONG - PGD NAM CỬA VIỆT.....	38
2.4.1. Giới thiệu khách hàng cá nhân và phân loại khách hàng cá nhân	38
2.4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong chăm sóc khách hàng tại Ngân Hàng Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt	39
2.4.3. Các nguyên tắc chăm sóc khách hàng tại ngân hàng Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt.....	56
2.4.4. Quy trình chăm sóc khách hàng cá nhân tại ngân hàng Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt	58

2.4.5. Công tác giải quyết khiếu nại trong hoạt động chăm sóc khách hàng.....	76
---	----

2.4.6. Đánh giá kết quả khảo sát khách hàng về hoạt động chăm sóc tại ngân hàng Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt.....	79
--	----

2.5. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH.....	87
--	----

2.5.1. Những thành tựu và kết quả đạt được.....	87
---	----

2.5.2. Những hạn chế còn tồn tại	87
--	----

2.5.3. Nguyên nhân của hạn chế	89
--------------------------------------	----

CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN TRIỆU PHONG - PGD NAM CỬA VIỆT	91
--	----

3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA NGÂN HÀNG TRONG NĂM 2026 ..	91
--	----

3.2. MỘT SỐ ĐỀ XUẤT HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN TRIỆU PHONG - PGD NAM CỬA VIỆT	92
--	----

3.2.1. Đề xuất 1: Giải pháp nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng tại Agribank PGD Nam Cửa Việt	92
---	----

3.2.2. Đề xuất 2: Hoàn thiện quy trình chăm sóc khách hàng cá nhân tại Agribank PGD Nam Cửa Việt.....	96
---	----

3.2.3. Đề xuất 3: Giải pháp hoàn thiện công tác giải quyết khiếu nại trong hoạt động chăm sóc khách hàng	98
--	----

3.2.4. Một số giải pháp khác.....	101
-----------------------------------	-----

3.3.1. Kiến nghị đối với Agribank cấp trên	103
--	-----

3.3.2. Kiến nghị đối với Ban Giám đốc	104
---	-----

3.3.3. Kiến nghị đối với Chính quyền địa phương	104
---	-----

PHỤ LỤC.....	109
--------------	-----

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1: Bảng cơ sở vật chất tại Ngân hàng AGRIBANK chi nhánh Huyện Triệu Phong – PGD Nam Cửa Việt.....	31
Bảng 2.2:Nguồn nhân lực tại Ngân hàng AGRIBANK chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt.....	32
Bảng 2.3: Nguồn lực tài chính của ngân hàng AGRIBANK chi nhánh Huyện Triệu Phong – PGD Nam Cửa Việt giai đoạn 2023-2025.....	34
Bảng 2.4: Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng AGRIBANK chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt giai đoạn 2023 - 2025.....	36
Bảng 2.5: Bảng lãi suất cho vay bình quân và chênh lệch lãi suất bình quân năm 2026	39
Bảng 2.6: Bảng lãi suất tiền gửi cho khách hàng cá nhân năm 2026.....	42
Bảng 2.7: Bảng danh mục các sản phẩm dành cho khách hàng Tín dụng	44
Bảng 2.8: Bảng danh mục các sản phẩm dành cho khách hàng Huy động.....	46
Bảng 2.9: Bảng danh mục các sản phẩm dành cho khách hàng Thanh toán.....	47
Bảng 2.10: Bảng thực trạng đội ngũ nhân sự chăm sóc khách hàng tại chi nhánh.....	50
Bảng 2.11. Đánh giá của khách hàng về sự thuận tiện của phòng giao dịch	81
Bảng 2.12. Đánh giá của khách hàng về sản phẩm và dịch vụ tại phòng giao dịch	82
Bảng 2.13. Đánh giá của khách hàng về đội ngũ nhân viên tại phòng giao dịch.....	83
Bảng 2.14. Đánh giá của khách hàng về quy trình tại phòng giao dịch.....	84
Bảng 2.15. Đánh giá của khách hàng về công tác chăm sóc và giải quyết khiếu nại tại phòng giao dịch	85

DANH MỤC HÌNH VẼ

Hình 2.1: Logo Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn.....	15
Hình 2.2: Sơ đồ cơ cấu tổ chức Agribank PGD Nam Cửa Việt.....	17
Hình 2.3: Poster cảnh báo các hình thức lừa đảo	24
Hình 2.4: Một bài viết của người dân kiến nghị lắp thêm máy ATM.....	55
Hình 2.5: Tờ rơi khuyến mãi của Ngân hàng Agribank.....	60
Hình 2.6: Quà tặng gặp mặt của Ngân hàng Agribank	60
Hình 2.7: Chiến dịch quét mã VietQR trên ngân hàng số Agribank.....	69

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Nội dung
ABIC	Công ty Cổ phần Bảo hiểm
APAYBILL	Dịch vụ thanh toán hóa đơn, hàng hóa
AR	Thực tế tăng cường
ATM	Máy rút tiền tự động
A_TRANSFER	Dịch vụ chuyển khoản qua tin nhắn
CASA	Tiền gửi không kỳ hạn
CDM	Máy nộp tiền tự động
CSKH	Chăm sóc khách hàng
ED/POS	Điểm bán hàng
eKey	Định danh khách hàng điện tử
EUR	Đồng tiền chung Châu Âu
GTCG	Giấy tờ có giá
GDV	Giao dịch viên
HDBT	Hội đồng Bộ trưởng
IPCAS	Hệ thống liên kết Ngân hàng
NHNN	Ngân hàng Nhà nước
NHTM	Ngân hàng Thương mại
OTP	Mật khẩu một lần
PCCC	Phòng cháy chữa cháy
PGD	Phòng giao dịch
SMS BANKING	Dịch vụ tin nhắn của Ngân hàng
TTGSNH	Thanh tra giám sát Ngân hàng
UBND	Ủy ban Nhân dân
USD	Đô la Mỹ
VND	Đồng Việt Nam
VNTOPUP	Dịch vụ nạp tiền điện thoại
VR	Thực tế ảo
XKLĐ	Xuất khẩu lao động

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TẠI DOANH NGHIỆP

1.1. KHÁCH HÀNG VÀ PHÂN LOẠI KHÁCH HÀNG

1.1.1. Khái niệm về khách hàng

Khách hàng là một cá nhân hay tổ chức quan tâm và có nhu cầu sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp. Khách hàng có thể chia thành nhiều phân khúc, nhiều loại như là khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp, khách hàng hiện tại và khách hàng mới.

Khách hàng (Customer) là tập hợp những cá nhân, nhóm người, tổ chức, doanh nghiệp,...có nhu cầu sử dụng sản phẩm và mong muốn được thỏa mãn nhu cầu đó. Họ là những người mà doanh nghiệp đang hướng các nỗ lực Marketing vào.

Họ là người có điều kiện đưa ra quyết định mua sắm.

Khách hàng là đối tượng được thừa hưởng các đặc tính, chất lượng của sản phẩm hoặc dịch vụ. Trong nền kinh tế thị trường, khách hàng có vị trí rất quan trọng nhất và thường được gọi là Thượng Đế.

Vậy khách hàng là những cá nhân hoặc tổ chức mà mỗi doanh nghiệp hướng tới bằng những chiến dịch marketing của mình. Họ là những người ra quyết định cho hành vi mua sắm, chính là đối tượng được thừa hưởng những đặc tính, chất lượng mà sản phẩm hoặc dịch vụ đó cung cấp.

1.1.2. Phân loại khách hàng

1.1.2.1. Khách hàng cá nhân

Khách hàng cá nhân là những cá nhân mua sắm sản phẩm/ dịch vụ cho nhu cầu sử dụng cá nhân, gia đình hoặc bạn bè. Họ không đại diện cho bất kỳ tổ chức hay doanh nghiệp nào. Hay nói cách khác, họ không mua hàng, sử dụng dịch vụ cho mục đích thương mại hoặc làm việc trong một vai trò chuyên nghiệp.

Khách hàng cá nhân có thể là ai đó mua sắm tại các cửa hàng bán lẻ, nhà hàng, khách sạn, hoặc sử dụng các dịch vụ như ngân hàng, bảo hiểm, điện thoại di động, internet,... Họ có quyền làm lựa chọn mua hàng hoặc sử dụng dịch vụ mà họ cho là phù hợp với nhu cầu cá nhân của mình.

Khách hàng cá nhân có số lượng lớn, chiếm phần lớn trong cơ cấu khách hàng của hầu hết các doanh nghiệp. Tuy nhiên, quy mô mỗi khách hàng cá nhân thường nhỏ, giá trị đơn hàng thấp hơn so với khách hàng doanh nghiệp.

Khách hàng cá nhân thường dựa trên nhu cầu cá nhân, sở thích, cảm xúc và giá cả để quyết định mua hàng. Họ cũng bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như tâm lý, văn hóa, xã hội, môi trường,... Lòng trung thành của khách hàng cá nhân thường thấp hơn so với khách hàng doanh nghiệp

1.1.2.2. Khách hàng tổ chức

Khách hàng tổ chức là thuật ngữ chỉ các doanh nghiệp, công ty hoặc tổ chức kinh doanh, bao gồm cả các đơn vị phi lợi nhuận, có nhu cầu sử dụng sản phẩm do đơn vị khác cung cấp.

Khách hàng tổ chức khác biệt rõ rệt so với khách hàng cá nhân về quy mô, mục đích và hành vi mua sắm. Trong khi khách hàng cá nhân chủ yếu mua để phục vụ nhu cầu cá nhân với số lượng nhỏ, dựa trên cảm xúc và sở thích, thì khách hàng tổ chức mua để phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh hoặc lợi ích xã hội với số lượng lớn và quyết định dựa trên các tiêu chí logic, chiến lược rõ ràng. Ví dụ: Một công ty sản xuất máy móc sẽ mua nguyên vật liệu và thiết bị số lượng lớn để duy trì sản xuất, trong khi người tiêu dùng cá nhân chỉ mua một thiết bị nhỏ dùng riêng.

Ngoài ra, khách hàng tổ chức có những đặc điểm riêng trong kinh doanh như quy trình mua hàng phức tạp, quyết định mua thường có sự tham gia của nhiều bộ phận, yêu cầu hợp đồng pháp lý rõ ràng và mối quan hệ lâu dài giữa nhà cung cấp và khách hàng. Theo nghiên cứu, giao dịch với khách hàng tổ chức thường có giá trị cao hơn trung bình từ 5 đến 10 lần so với khách hàng cá nhân, cho thấy tầm quan trọng của nhóm này trong nền kinh tế hiện đại. Do đó, nhà cung cấp cần hiểu rõ các đặc điểm này để cung cấp sản phẩm và giải pháp phù hợp tới khách hàng của mình.

Hành vi mua hàng của khách hàng tổ chức khác biệt so với người tiêu dùng cá nhân, bởi hàng hóa thường không dành cho sử dụng trực tiếp mà là nguyên liệu đầu vào cho quá trình sản xuất tạo ra sản phẩm hoàn chỉnh tới người tiêu dùng cuối cùng.

So với khách hàng cá nhân thường chọn mua dựa trên cảm xúc, thói quen, nhu cầu cá nhân với các giao dịch nhỏ và không thường xuyên, khách hàng tổ chức quyết định dựa trên phân tích chi phí, lợi ích và chiến lược kinh doanh, với khối lượng và giá trị đơn hàng lớn hơn nhiều.

1.2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

1.2.1. Khái niệm về chăm sóc khách hàng

Hoạt động chăm sóc khách hàng là tổng hợp tất cả các chính sách, chiến lược và hoạt động nhằm duy trì và thỏa mãn sự hài lòng của khách hàng đối với doanh nghiệp. Chăm sóc khách hàng không chỉ dừng lại ở việc cung cấp các sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp đến tay khách hàng mà còn bao gồm tất cả các việc liên quan như tư vấn, hỗ trợ, giải quyết khiếu nại và tạo cho khách hàng trải nghiệm tốt nhất.

Dưới đây là một vài định nghĩa về hoạt động chăm sóc khách hàng:

Theo Kotler & Keller (2016) – *Marketing Management* định nghĩa chăm sóc khách hàng là một phần quan trọng trong chiến lược marketing, đóng vai trò trong việc xây dựng và duy trì lòng trung thành của khách hàng. Theo hai tác giả này:

"Chăm sóc khách hàng là toàn bộ các hoạt động mà doanh nghiệp thực hiện nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng, bao gồm dịch vụ trước, trong và sau bán hàng. Điều này không chỉ giới hạn ở việc cung cấp sản phẩm chất lượng mà còn bao gồm các yếu tố như tư vấn, hỗ trợ kỹ thuật, giải quyết khiếu nại và tạo dựng mối quan hệ bền vững với khách hàng. Một doanh nghiệp có hệ thống chăm sóc khách hàng tốt sẽ tăng khả năng giữ chân khách hàng, từ đó tạo lợi thế cạnh tranh bền vững trên thị trường."

Theo Nguyễn Đình Thọ (2011) trong cuốn *Nghiên cứu Marketing* nhấn mạnh rằng chăm sóc khách hàng không chỉ là một bộ phận hỗ trợ mà là một chiến lược quan trọng giúp doanh nghiệp phát triển. Ông định nghĩa:

"Chăm sóc khách hàng là quá trình doanh nghiệp thiết lập, duy trì và phát triển mối quan hệ với khách hàng thông qua việc cung cấp sản phẩm, dịch vụ và hỗ trợ nhằm đáp ứng nhu cầu của họ một cách tốt nhất. Quá trình này bao gồm nhiều hoạt động như lắng nghe khách hàng, cá nhân hóa dịch vụ, duy trì giao tiếp thường xuyên và xử lý phản hồi một cách chuyên nghiệp. Một doanh nghiệp có dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt không chỉ giúp giữ chân khách hàng cũ mà còn có khả năng thu hút khách hàng mới thông qua truyền miệng tích cực."

Theo Tổ chức Tiêu chuẩn Quốc tế (ISO 9001:2015) là bộ tiêu chuẩn quốc tế về quản lý chất lượng, trong đó có quy định về chăm sóc khách hàng. Theo tiêu chuẩn này:

"Chăm sóc khách hàng là một phần của quản lý quan hệ khách hàng, bao gồm các chính sách và quy trình nhằm nâng cao trải nghiệm khách hàng và đảm bảo sự hài lòng của họ đối với sản phẩm hoặc dịch vụ của doanh nghiệp. Một hệ thống chăm sóc khách hàng hiệu quả phải được xây dựng dựa trên sự thấu hiểu nhu cầu khách hàng, khả năng cung cấp dịch vụ vượt mong đợi và duy trì chất lượng phục vụ nhất quán. Ngoài ra, doanh nghiệp cần áp dụng các công cụ đo lường sự hài lòng để liên tục cải tiến chất lượng dịch vụ."

Chăm sóc khách hàng (CSKH) là những dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp cho khách hàng trước, trong và sau khi họ mua hàng hoặc sử dụng dịch vụ, là những gì mà doanh nghiệp có thể làm để thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng. CSKH là phục vụ khách hàng theo cách họ muốn. CSKH là khâu nằm trong quá trình cung cấp dịch vụ thứ cấp cho khách hàng, là một bộ phận cấu nên sản phẩm, đồng thời cũng là vũ khí cạnh tranh của các doanh nghiệp.

1.2.2. Mục đích của chăm sóc khách hàng

Hoạt động chăm sóc khách hàng nhằm thiết lập, duy trì, phát triển mối quan hệ giữa khách hàng và doanh nghiệp. Khách hàng có hài lòng về các dịch vụ của doanh nghiệp và tiếp tục sử dụng các sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp hay không, điều đó phụ thuộc một phần vào cách mà doanh nghiệp chăm sóc họ có tốt hay không. Làm hài lòng khách hàng đang có thông qua việc phục vụ họ theo cách mà họ mong muốn, đồng thời tìm mọi cách để thu hút khách hàng mới.

Theo quan điểm kinh doanh hiện đại: *"Làm hài lòng khách hàng quan trọng hơn bán được nhiều hàng"*, vì vậy mục tiêu bán hàng không chỉ là doanh số mà cái quan trọng hơn là chất lượng phục vụ khách hàng (Nguyễn Văn Hiến, 2016, tr.18). Chăm sóc khách hàng đóng vai trò rất lớn trong việc quyết định liệu khách hàng có quay trở lại công ty hay cửa hàng chúng ta vào lần sau để tiếp tục sử dụng sản phẩm, dịch vụ của chúng ta hay không. Công tác chăm sóc khách hàng được doanh nghiệp chú trọng và đầu tư để hướng đến những mục đích nhằm tạo ra được những thuận lợi trong hoạt động kinh doanh, nâng cao vị thế trên thị trường. Và những mục đích mà doanh nghiệp hướng đến là: Làm hài lòng khách hàng đang có thông qua việc phục vụ cho họ theo cách mà họ mong muốn, tạo mối quan hệ gắn bó thân thiết lâu dài và thể hiện tính chuyên nghiệp của doanh nghiệp. Việc hài lòng với sản phẩm sẽ ảnh hưởng đến quyết định về hành vi mua sau này của khách hàng. Thỏa

mãn nhu cầu, mong đợi khách hàng: Hoạt động chăm sóc khách hàng mang lại cho khách hàng cảm giác được tận hưởng nhiều hơn giá trị vốn có của sản phẩm, dịch vụ họ đang dùng. Số tiền của họ bỏ ra để mua sản phẩm, dịch vụ đó được đáp trả bằng lợi ích mà họ cảm thấy đồng tiền đó bỏ ra là xứng đáng, thậm chí rẻ hơn so với những gì họ nhận được

1.2.3. Vai trò của chăm sóc khách hàng

1.2.3.1. Đối với doanh nghiệp

Chăm sóc khách hàng giúp doanh nghiệp giữ lại khách hàng: Chi phí thu hút khách hàng mới thường gấp 7 đến 10 lần chi phí để giữ một khách hàng cũ, vì vậy việc giữ khách hàng cũ sẽ giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí. Việc chăm sóc khách hàng là phương pháp tốt nhất để giữ lại khách hàng cũ của mình vì doanh nghiệp tạo được mối quan hệ với khách hàng.

Chăm sóc khách hàng khiến cho khách hàng quyết định mua thêm dịch vụ của doanh nghiệp: Nếu khách hàng hài lòng với dịch vụ đã sử dụng, họ có xu hướng sẽ mua dịch vụ tiếp theo trong tương lai, mặt khác chúng ta sẽ dễ dàng thuyết phục một khách hàng hài lòng mua thêm dịch vụ mới hơn là khách hàng không hài lòng hoặc khách hàng mới hoàn toàn sử dụng sản phẩm, dịch vụ của công ty.

Chăm sóc khách hàng tốt sẽ khiến cho khách hàng giới thiệu thêm khách hàng mới: Khách hàng hài lòng với dịch vụ được cung cấp sẽ giới thiệu cho bạn bè, đồng nghiệp, người thân... về dịch vụ. Chúng ta càng chăm sóc khách hàng tốt bao nhiêu, khách hàng sẽ càng nói tốt về chúng ta, chúng ta càng có cơ hội quảng cáo miễn phí và hiệu quả bấy nhiêu.

Chăm sóc khách hàng tốt giúp nâng cao năng lực tuyển dụng: Những ứng viên tiềm năng luôn tìm đến các công ty danh tiếng hơn là các công ty ít tiếng tăm. Qua việc đó chúng ta thực hiện tốt việc chăm sóc khách hàng, ứng viên sẽ tìm đến chúng ta như một công ty, nơi có những nhân viên làm việc chuyên nghiệp, nơi khách hàng luôn được đối xử tốt.

Chăm sóc khách hàng tốt sẽ giúp doanh nghiệp có nhiều kinh nghiệm trong kinh doanh hơn: Vì khách hàng là người cung cấp thông tin, lời khuyên cần thiết giúp doanh nghiệp am hiểu khách hàng và thị trường hơn.

Chăm sóc khách hàng giúp doanh nghiệp có thể tăng danh tiếng trong kinh doanh từ đó gia tăng giá trị doanh nghiệp: Hiệu ứng lan truyền từ phía

khách hàng sẽ có tác dụng cho cả trường hợp khách hàng hài lòng hay bất mãn về doanh nghiệp. Do đó, doanh nghiệp cần làm tốt công tác chăm sóc khách hàng để gia tăng danh tiếng mà không cần phải tốn thêm chi phí và giá trị doanh nghiệp sẽ ngày càng tăng lên khi chúng ta được sự ủng hộ từ phía khách hàng.

1.2.3.2. Đối với nhân viên

Chăm sóc khách hàng tốt sẽ được khách hàng và đồng nghiệp tôn trọng và ngưỡng mộ: Một nhân viên có thành tích phục vụ khách hàng tốt sẽ luôn được khách hàng và đồng nghiệp đánh giá cao.

Chăm sóc khách hàng tốt giúp cho người nhân viên có cơ hội thăng tiến: Cơ hội được thăng tiến và đề xuất rất cao khi một nhân viên là một người luôn được khách hàng và đồng nghiệp nói tốt.

Chăm sóc khách hàng tốt giúp nhân viên có cơ hội được đề nghị tuyển dụng: Người nhân viên có nhiều cơ hội được khách hàng hay các tổ chức tuyển dụng giới thiệu những cơ hội nghề nghiệp mới khi cung cấp dịch vụ giỏi.

Chăm sóc khách hàng tốt giúp nhân viên có cơ hội loại bỏ căng thẳng và cảm thấy thoải mái trong công việc: Nếu một nhân viên làm khách hàng hài lòng, họ sẽ ít nhận những lời than phiền hơn, ít giải quyết khiếu nại hơn, điều này giúp họ loại bỏ căng thẳng và cảm thấy yêu công việc của mình hơn.

1.2.3.3. Đối với khách hàng

Khách hàng khi được doanh nghiệp chăm sóc tốt cũng có nhiều mặt lợi: Nhận được giá trị gia tăng từ dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp, có nhiều kinh nghiệm mua sắm thú vị hơn, có được nguồn thông tin đáng tin cậy về sản phẩm, dịch vụ, có được mối quan hệ lâu dài với doanh nghiệp, tiết kiệm thời gian và tăng giá trị nhận được từ số tiền bỏ ra, giải quyết được vấn đề nhanh chóng và nhẹ nhàng.

1.2.4. Một số nguyên tắc trong chăm sóc khách hàng

Khách hàng là thượng đế: Luôn đặt khách hàng ở vị trí trung tâm để giữ thái độ đúng mực ngay cả với những khách hàng khó tính. Cần chủ động nhận lỗi và khắc phục sai sót; nếu lỗi do khách hàng, hãy từ tốn giải thích thay vì đổ lỗi hay có thái độ ban ơn

Lắng nghe cẩn thận và trả lời nhanh câu hỏi của khách hàng: Làm nghề chăm sóc khách hàng cũng cần phải biết lắng nghe và hãy chắc chắn rằng mỗi lời nói của khách hàng đều được mình nghe cẩn thận để biết họ đang cần gì, họ hài lòng hay

không hài lòng điều gì về sản phẩm của mình, khi đó mình sẽ có cách khắc phục để dịch vụ, sản phẩm của mình tốt hơn và làm hài lòng khách hàng hơn.

Ngoài lắng nghe bạn cũng cần trả lời nhanh những thắc mắc của khách hàng. Khi họ đã tin và tìm đến bạn nghĩa là họ mong được phục nhanh nhất và tốt nhất. Vì vậy hãy trả lời cho họ ngay khi bạn nhận được câu hỏi bằng bất kỳ hình thức nào nào như: Trực tiếp, Fax, email, điện thoại...

Khả năng đồng cảm với khách hàng: Đồng cảm với khách hàng là điều mà một chuyên viên chăm sóc khách hàng cần phải có. Bởi chỉ có đồng cảm mình mới có thể lắng nghe và hiểu được nguyện vọng của họ, đừng vì cái tôi cá nhân mà bỏ rơi khách hàng khi họ đang cần tới mình.

Hiểu tâm lý khách hàng: Hãy hiểu được tâm lý chung này sau đó dần dần tìm hiểu những mong muốn riêng của họ, khi đó mình sẽ dễ dàng tư vấn và thuyết phục họ tin vào sản phẩm, dịch vụ của bạn hoặc công ty mình.

Quản trị thời gian khoa học: Hãy biết điều phối thời gian hợp lý để đảm bảo tất cả khách hàng của mình đều được phục vụ, đừng để họ đến tìm bạn, chờ đợi bạn xong ra về trong thất vọng, khi đó họ sẽ không muốn quay lại tìm bạn thêm lần nào nữa.

Sự thân thiện và hoà đồng với khách hàng: Thân thiện và hoà đồng với khách hàng là yếu tố không thể thiếu đối với nghề chăm sóc khách hàng. Nếu mình là người kiêu căng, chỉ thích người khác “đội mình lên đầu” thì không nên chọn nghề này. Khách hàng chỉ tìm đến bạn nếu bạn là người thân thiện, cởi mở và họ sẵn sàng quên bạn nếu bạn là người ích kỷ, chỉ biết lợi ích cho bản thân.

Có trách nhiệm: Hãy quan tâm, chăm sóc và có trách nhiệm với những gì mình đã tư vấn cho họ, nếu sản phẩm, dịch vụ của bạn mắc lỗi hãy đứng ra chịu trách nhiệm và xin lỗi khách hàng, có như vậy bạn mới xây dựng được lòng tin ở họ và có được mạng lưới khách hàng thân thiết.

Thường xuyên tương tác với khách hàng: Hãy thường xuyên tương tác với khách hàng bằng tất cả những hình thức bạn có thể dùng như: Email Marketing, điện thoại, tin nhắn SMS, tổ chức những cuộc gặp mặt... cách làm này thể hiện rằng bạn luôn quan tâm tới họ và cũng chắc chắn rằng khách hàng không quên bạn, họ luôn tin dùng sản phẩm của bạn.

Linh hoạt trong phục vụ khách hàng: Khi gặp vấn đề khó xử, hoặc ngoài khả năng xử lý không nên quá máy móc trả lời khách hàng như kiểu “không”, “có thể”,

“cho chúng tôi thời gian”... Khách hàng họ muốn được giải quyết vấn đề nhanh nhưng tất nhiên là phải có lợi cho mình, vì vậy thay vì vòng vo hay từ chối thẳng thừng hãy linh hoạt đưa ra cho họ những lựa chọn có lợi cho họ nhưng vẫn đảm bảo lợi ích cho mình. Đó mới thật sự là một chuyên gia chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp trong thời đại hiện nay.

1.2.5. Ba yếu tố then chốt liên quan đến sự hài lòng của khách hàng

1.2.5.1. Yếu tố về sản phẩm và dịch vụ

a. Giá cả

Là thước đo đầu tiên về giá trị mà khách hàng phải đánh đổi để nhận được lợi ích từ sản phẩm. Giá cả không chỉ bao gồm số tiền chi trả trực tiếp mà còn bao gồm các chi phí phát sinh và nỗ lực mà khách hàng bỏ ra. Một chính sách giá hợp lý, có tính cạnh tranh và tương xứng với giá trị sử dụng sẽ tạo ra tâm lý hài lòng ngay từ bước đầu. Khách hàng luôn có xu hướng so sánh mức giá này với các đối thủ trên thị trường để đánh giá xem sự lựa chọn của mình có thực sự kinh tế và hiệu quả hay không.

b. Chất lượng sản phẩm

Một sản phẩm tốt phải đáp ứng được các tiêu chuẩn về tính năng, độ bền, độ tin cậy và thẩm mỹ. Trong khi đó, chất lượng dịch vụ đi kèm lại được đánh giá qua tính kịp thời, sự an toàn và những tiện ích bổ sung. Khi sản phẩm thực hiện đúng hoặc vượt mong đợi về công năng, khách hàng sẽ hình thành niềm tin vững chắc vào thương hiệu. Đây là yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp giữ chân khách hàng lâu dài và tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững.

c. Sự đa dạng và tính linh hoạt

Một danh mục sản phẩm phong phú giúp đáp ứng tối đa mọi nhu cầu của các phân khúc khách hàng khác nhau. Bên cạnh đó, tính linh hoạt trong quy trình phục vụ cho phép doanh nghiệp tùy biến các giải pháp phù hợp với từng hoàn cảnh cụ thể thay vì áp dụng các quy tắc máy móc. Sự kết hợp này không chỉ tạo ra sự tiện lợi mà còn giúp doanh nghiệp thích ứng nhanh chóng với những thay đổi và yêu cầu riêng biệt của từng cá nhân khách hàng.

1.2.5.2. Yếu tố về con người

a. Kiến thức và trình độ chuyên môn

Trình độ nghiệp vụ, khả năng tư vấn chính xác và xử lý vấn đề nhanh chóng của nhân viên giúp tạo dựng niềm tin và sự an tâm cho khách hàng.

b. Kỹ năng nghề nghiệp

Một nhân viên giỏi kỹ năng nghề nghiệp sẽ biết cách điều phối công việc khoa học, xử lý các tình huống phát sinh một cách khéo léo và biết cách chuyển hóa những yêu cầu phức tạp của khách hàng thành những quy trình đơn giản, nhanh chóng.

c. Thái độ và tâm lý phục vụ

Thái độ chuyên nghiệp, niềm nở và khả năng đồng cảm của nhân viên chính là điểm chạm quan trọng. Việc thấu hiểu tâm lý, sẵn sàng lắng nghe và hỗ trợ giải quyết các vấn đề phát sinh một cách ân cần giúp xoa dịu các bức xúc và tạo nên sự gắn kết chặt chẽ giữa khách hàng với thương hiệu.

1.2.5.3. Yếu tố về sự thuận tiện

a. Địa điểm và thời gian kinh doanh

Vị trí giao dịch thuận lợi (gần khu dân cư, trung tâm thương mại) và khung giờ làm việc linh hoạt giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận mà không gây ảnh hưởng đến lịch trình cá nhân.

b. Mạng lưới phân phối và phương thức thanh toán

Hệ thống điểm giao dịch rộng khắp kết hợp cùng đa dạng hình thức thanh toán (tiền mặt, thẻ, QR Code, ngân hàng số) giúp tối ưu hóa quá trình mua sắm và giao dịch, loại bỏ mọi rào cản về khoảng cách và thủ tục.

c. Các kênh tương tác

Việc thiết lập đa dạng kênh kết nối (trực tiếp, hotline, website, mạng xã hội) đảm bảo khách hàng luôn nhận được sự hỗ trợ kịp thời, tạo ra trải nghiệm liền mạch và gia tăng mức độ gắn kết với doanh nghiệp.

1.2.6. Phân loại hoạt động chăm sóc khách hàng

1.2.6.1. Chăm sóc trực tiếp

Nhân viên có thể giao tiếp trực tiếp với khách hàng, nhờ đó dễ dàng nắm bắt nhu cầu, điều chỉnh cách tư vấn dựa trên thái độ của khách hàng. Bên cạnh lời nói, ngôn ngữ cơ thể cũng góp phần tạo sự gắn kết, giúp khách hàng cảm nhận rõ hơn sự quan tâm từ doanh nghiệp.

Nhược điểm lớn nhất của phương thức này là chi phí cao. Việc mở rộng hệ thống trung tâm dịch vụ có thể bị hạn chế, đồng thời không phải khách hàng nào cũng có điều kiện đến tận nơi để được hỗ trợ.

1.2.6.2. Chăm sóc trực tiếp tại các điểm bán hàng

Phương thức này được triển khai ngay tại các điểm bán hàng hoặc quầy giao dịch nơi khách hàng trực tiếp thực hiện giao dịch. Nhân viên bán hàng sẽ đảm nhiệm luôn vai trò chăm sóc khách hàng, giúp mở rộng phạm vi phục vụ nhờ vào hệ thống điểm bán rộng rãi. Một lợi thế khác là chi phí đầu tư cho phương thức này không quá lớn.

Chất lượng chăm sóc có thể bị ảnh hưởng do nhân viên bán hàng phải kiêm nhiệm nhiều công việc. Họ thường không thể toàn tâm toàn ý vào việc chăm sóc khách hàng, dẫn đến việc chỉ có thể hỗ trợ những yêu cầu cơ bản. Hơn nữa, do hệ thống phân tán và trải rộng, việc đào tạo và hướng dẫn nhân viên cũng gặp nhiều khó khăn.

1.2.6.3. Chăm sóc trực tiếp tại địa chỉ khách hàng

Đây là hình thức chăm sóc khách hàng dành riêng cho các khách hàng lớn hoặc khách hàng đặc biệt. Doanh nghiệp sẽ cử nhân viên chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp đến tận nơi để hỗ trợ.

Cách làm này mang lại hiệu quả cao, thể hiện sự quan tâm đặc biệt của doanh nghiệp đến khách hàng. Tuy nhiên, hình thức này cũng đòi hỏi nguồn lực lớn và chi phí cao, khiến doanh nghiệp cần cân nhắc kỹ lưỡng trước khi áp dụng.

1.2.6.4. Chăm sóc gián tiếp

Chăm sóc gián tiếp là hình thức chăm sóc khách hàng thông qua các phương tiện liên lạc hiện đại như điện thoại, internet... Đây là phương thức ngày càng được sử dụng phổ biến trong hoạt động chăm sóc khách hàng.

Khách hàng có thể được phục vụ mọi lúc, mọi nơi, không bị giới hạn bởi không gian hay khoảng cách địa lý. Nhờ đó, doanh nghiệp có thể tiếp cận nhiều đối tượng khách hàng với chi phí hợp lý.

Do không tiếp xúc trực tiếp, nhân viên khó nắm bắt được tâm trạng, thái độ của khách hàng, dẫn đến việc khó làm họ hài lòng một cách trọn vẹn.

1.3. QUY TRÌNH VÀ NỘI DUNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

Để tìm kiếm, thu hút được một khách hàng mới tốn chi phí lớn hơn rất nhiều so với việc giữ chân một khách hàng cũ. Chính những khách hàng cũ này là người quảng

cáo hữu hiệu nhất cho doanh nghiệp mà không tốn thêm bất kỳ chi phí phát sinh nào nữa. Việc có được nhiều khách hàng trung thành hay không phụ thuộc rất nhiều vào công tác CSKH sau khi cung cấp dịch vụ

1.3.1. Trước quá trình cung ứng dịch vụ

Trước khi khách hàng sử dụng dịch vụ, doanh nghiệp sẽ đưa ra các hoạt động tiếp cận và tư vấn nhằm tạo ấn tượng tốt và thu hút khách hàng tiềm năng. Các hoạt động chính bao gồm:

Tư vấn và cung cấp thông tin: Doanh nghiệp chủ động khơi gợi nhu cầu khách hàng, tư vấn chi tiết về các sản phẩm, dịch vụ phù hợp với nhu cầu của từng khách hàng. Thông tin cần được trình bày rõ ràng, minh bạch để giúp khách hàng dễ dàng đưa ra quyết định.

Chăm sóc khách hàng tiềm năng: Gửi tin nhắn, email hoặc gọi điện để tư vấn, giải đáp thắc mắc của khách hàng quan tâm đến dịch vụ nhưng còn do dự chưa quyết định sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp.

Xây dựng hình ảnh thương hiệu: Doanh nghiệp sử dụng các kênh truyền thông như website, mạng xã hội, email marketing, quảng cáo để giới thiệu sản phẩm, chương trình ưu đãi và thu hút khách hàng. Duy trì uy tín, hình ảnh chuyên nghiệp, tạo niềm tin cho khách hàng thông qua các hoạt động xã hội, chương trình ưu đãi, và chất lượng dịch vụ ban đầu.

1.3.2. Trong quá trình cung ứng dịch vụ

Trong quá trình khách hàng sử dụng dịch vụ doanh nghiệp cần đảm bảo trải nghiệm mượt mà, thuận tiện và hỗ trợ kịp thời khi khách hàng có nhu cầu. Các hoạt động bao gồm:

Hỗ trợ và giải đáp thắc mắc: Cung cấp tổng đài hỗ trợ, nhân viên tư vấn trực tiếp để giải quyết nhanh chóng các vấn đề phát sinh.

Cải thiện trải nghiệm dịch vụ: Đảm bảo nhân viên trong doanh nghiệp có thái độ thân thiện, chuyên nghiệp, hướng dẫn tận tình khi khách hàng cần hỗ trợ. Chủ động chăm sóc khách hàng thường xuyên.

Chương trình ưu đãi, chăm sóc đặc biệt: Tổ chức và áp dụng các chương trình khuyến mãi, tích điểm, hoàn tiền hoặc ưu đãi dành riêng cho khách hàng VIP, khách hàng trung thành. Tặng quà tri ân mỗi dịp đặc biệt như sinh nhật, ngày lễ,...

1.3.3. Sau quá trình cung ứng dịch vụ

Sau khi khách hàng sử dụng dịch vụ, doanh nghiệp cần duy trì mối quan hệ và tiếp tục hỗ trợ để nâng cao sự hài lòng, giữ chân khách hàng. Các hoạt động chính gồm:

Duy trì kết nối với khách hàng: Gửi khảo sát, gọi điện hoặc nhắn tin để thu thập ý kiến phản hồi của khách hàng về chất lượng sản phẩm dịch vụ, từ đó cải thiện những điểm chưa tốt. Gửi email, tin nhắn về các chương trình khuyến mãi, thông tin hữu ích hoặc các dịch vụ mới phù hợp với nhu cầu của khách hàng.

Chăm sóc khách hàng thân thiết: Có các chương trình tri ân khách hàng như tặng quà sinh nhật, ưu đãi đặc biệt cho khách hàng lâu năm, hỗ trợ tư vấn tài chính cá nhân.

1.4. CÔNG TÁC GIẢI QUYẾT KHIẾU NẠI TRONG HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

1.4.1. Khái niệm khiếu nại

Khiếu nại khách hàng là một phần không thể tránh khỏi trong hoạt động kinh doanh của bất kỳ doanh nghiệp nào. Nói một cách đơn giản, khiếu nại khách hàng là bất kỳ phản hồi tiêu cực nào từ khách hàng liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp. Khiếu nại này có thể đến từ nhiều nguồn khác nhau và mang tính chất đa dạng, từ chất lượng sản phẩm không đạt yêu cầu, dịch vụ khách hàng không thỏa đáng, cho đến những trải nghiệm không mong muốn khác mà khách hàng có thể gặp phải.

1.4.2. Tầm quan trọng của giải quyết khiếu nại trong hoạt động chăm sóc khách hàng

Xử lý khiếu nại hiệu quả không chỉ là một phần cơ bản của dịch vụ khách hàng mà còn là một yếu tố then chốt giúp củng cố và nâng cao uy tín thương hiệu của doanh nghiệp. Trong môi trường kinh doanh ngày nay, mọi khiếu nại được giải quyết tốt đều có thể trở thành một công cụ mạnh mẽ để xây dựng lòng tin và sự trung thành của khách hàng.

Giữ chân khách hàng: Khách hàng hài lòng với cách doanh nghiệp giải quyết vấn đề của họ có khả năng trở lại và tiếp tục sử dụng dịch vụ. Một nghiên cứu đã chỉ ra rằng khách hàng có trải nghiệm tích cực sau một sự cố có tỷ lệ quay lại cao hơn so với những người không gặp vấn đề gì.

Cải thiện hình ảnh: Khi một khiếu nại được giải quyết một cách chuyên nghiệp và công bằng, điều đó không chỉ thể hiện sự tôn trọng mà doanh nghiệp dành cho khách hàng mà còn củng cố hình ảnh của doanh nghiệp như một thực thể đáng tin cậy và có trách nhiệm.

Chuyển hóa khách hàng không hài lòng thành người ủng hộ: Khiếu nại không phải lúc nào cũng là điều tiêu cực. Nếu được xử lý đúng cách, chúng có thể trở thành cơ hội để chuyển đổi những khách hàng không hài lòng thành những người ủng hộ nhiệt tình.

Thu được thông tin giá trị để cải thiện: Mỗi khiếu nại là một dạng phản hồi có giá trị, cung cấp thông tin có thể giúp doanh nghiệp nhận diện và khắc phục sự cố trong sản phẩm hoặc dịch vụ.

1.4.3. Quy trình giải quyết khiếu nại tiêu chuẩn

Tiếp nhận và lắng nghe cảm xúc: Dù khách hàng khiếu nại qua mạng hay trực tiếp, nhân viên cần ghi nhận đầy đủ sự việc ngay lập tức. Quan trọng nhất ở bước này là không chỉ ghi chép thông tin khô khan, mà phải thực sự lắng nghe cảm xúc để thấu hiểu sự bức bối của khách hàng.

Đánh giá và phân loại khiếu nại: Cần xác định nhanh đây là lỗi do đâu (sản phẩm, quy trình hay thái độ nhân viên) và mức độ nghiêm trọng ra sao. Sau đó, lập tức chuyển sự việc cho đúng người, đúng bộ phận có đủ thẩm quyền để giải quyết.

Xử lý khiếu nại: Không giải quyết qua loa phớt lờ. Nhân viên phải xác minh lại thông tin, tìm ra nguyên nhân gốc rễ và đưa ra phương án xử lý thỏa đáng nhất (như sửa lỗi, thay thế hoặc hỗ trợ thêm). Trong lúc xử lý, phải liên tục cập nhật tình hình để khách hàng yên tâm chờ đợi.

Phản hồi và đóng khiếu nại: Sau khi xử lý xong, phải thông báo kết quả rõ ràng cho khách hàng. Sự việc khiếu nại chỉ thực sự được khép lại khi khách hàng xác nhận họ đã hoàn toàn vui vẻ và hài lòng với cách giải quyết đó.

Đánh giá và cải thiện quy trình: Xem xét lại quy trình hiện tại và tìm kiếm những điểm cần được cải thiện. Áp dụng các thay đổi cần thiết để quy trình trở nên hiệu quả và nhạy bén hơn trong việc giải quyết và phòng ngừa khiếu nại trong tương lai.

1.5. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TẠI DOANH NGHIỆP

1.5.1. Yếu tố bên ngoài

Hoạt động hỗ trợ, tiếp nhận, xử lý khiếu nại của khách hàng: Nếu doanh nghiệp có quy trình xử lý khiếu nại nhanh chóng, minh bạch và hiệu quả, khách hàng sẽ cảm thấy được quan tâm và tin tưởng vào doanh nghiệp hơn. Ngược lại, việc chậm trễ hoặc thiếu chuyên nghiệp trong giải quyết khiếu nại có thể làm giảm sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng.

Môi trường kinh tế - xã hội: Khi kinh tế phát triển, khách hàng có xu hướng yêu cầu các dịch vụ cao cấp hơn. Đồng thời, sẽ tạo điều kiện cho doanh nghiệp mở rộng đầu tư, là động lực để doanh nghiệp đẩy mạnh các hoạt động chính sách phát triển.

Cạnh tranh trong ngành: Việc các doanh nghiệp cùng ngành liên tục nâng cao chất lượng dịch vụ buộc phải cải thiện công tác chăm sóc khách hàng để giữ chân khách hàng và thu hút thêm khách hàng mới.

Sự phát triển của công nghệ: Công nghệ số đang thay đổi cách thức mà các doanh nghiệp tiếp cận và chăm sóc khách hàng.

1.5.2. Yếu tố bên trong

Chính sách chăm sóc khách hàng của doanh nghiệp: Các quy định, quy trình, chương trình ưu đãi và chính sách hỗ trợ khách hàng ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ. Một chính sách linh hoạt, lấy khách hàng làm trung tâm sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

Chất lượng nhân viên: Chuyên môn, kỹ năng giao tiếp và sự thấu hiểu, nhiệt tình của nhân viên giúp xây dựng hình ảnh tốt và giữ chân khách hàng hiệu quả..

Cơ sở vật chất và hạ tầng công nghệ: Hệ thống giao dịch, trang thiết bị hiện đại và ứng dụng công nghệ trong CSKH giúp doanh nghiệp đáp ứng nhu cầu khách hàng nhanh chóng, thuận tiện hơn. Một doanh nghiệp có hệ thống giao dịch ổn định, bảo mật cao và đa dạng kênh hỗ trợ sẽ tạo sự yên tâm cho khách hàng.

Văn hóa doanh nghiệp: Một doanh nghiệp có văn hóa lấy khách hàng làm trung tâm, luôn lắng nghe và cải thiện dịch vụ sẽ có khả năng chăm sóc khách hàng tốt hơn. Văn hóa này cần được xây dựng từ lãnh đạo đến từng nhân viên để đảm bảo sự nhất quán trong cung cấp dịch vụ

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN TRIỆU PHONG - PGD NAM CỬA VIỆT

2.1. TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG VÀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển



Hình 2.1. Logo Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

Tên đầy đủ: Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam

Tên gọi tắt: AGRIBANK

Ngày 26/03/1988, Ngân hàng được thành lập theo nghị định số 53/HĐBT của Chủ tịch hội đồng Bộ trưởng với tên gọi là Ngân hàng Phát triển Nông nghiệp Việt Nam.

Ngày 14/11/1990, đổi tên thành Ngân hàng Nông nghiệp Việt Nam theo quyết định số 400/CT của Thủ tướng Chính Phủ.

Ngày 15/11/1996, Ngân hàng đã đổi tên lần nữa thành Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam như hiện nay theo Quyết định số 280/QĐ – NH5.

Ngày 30/01/2011, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) đã ban hành Quyết định số 214/QĐ - NHNN phê duyệt việc chuyển đổi hình thức sở hữu của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam từ Doanh nghiệp nhà nước sang Công ty TNHH một thành viên do nhà nước làm chủ sở hữu.

Trụ sở chính: Số 2 Phố Láng Hạ, Quận Ba Đình, Hà Nội.

Điện thoại: 024.3831.3717 (Tổng đài CSKH: 1900558818).

Website: <https://www.agribank.com.vn>

Tại Triệu Phong Quảng Trị, Agribank mở rộng mạng lưới bằng việc khai

trương chi nhánh đầu tiên vào tháng 3 năm 2012 được Ngân hàng Nhà nước chính thức chấp thuận đề nghị mở chi nhánh tại tỉnh Quảng Trị với tên gọi ban đầu là Agribank Chi nhánh huyện Triệu Phong. Đặt tại Trung tâm thị trấn Ái Tử, huyện Triệu Phong, tỉnh Quảng Trị.

Agribank Nam Cửa Việt (tiền thân là Agribank Chi nhánh huyện Triệu Phong) được chấp thuận thành lập theo Công văn số 1515/NHNN - TTGSNH ngày 16/03/2012 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Được đặt tại Thôn Lê Xuyên, xã Triệu Trạch, huyện Triệu Phong, tỉnh Quảng Trị (nay là xã Nam Cửa Việt, tỉnh Quảng Trị).

Trong suốt quá trình hoạt động, Agribank Nam Cửa Việt đã không ngừng mở rộng và đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ tài chính, từ tín dụng cá nhân, doanh nghiệp đến các dịch vụ ngân hàng điện tử. Ngân hàng cũng chú trọng đến việc ứng dụng công nghệ hiện đại, triển khai các giải pháp ngân hàng số nhằm mang lại tiện ích tối đa cho khách hàng.

Trụ sở: Thôn Lê Xuyên, xã Nam Cửa Việt, tỉnh Quảng Trị

Số điện thoại: 0 24 3205 3205

2.1.2. Tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi

Tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi của Ngân hàng Agribank được áp dụng thống nhất trên toàn hệ thống, bao gồm cả chi nhánh Nam Cửa Việt.

Tầm nhìn: phát triển theo hướng ngân hàng hiện đại, “*tăng trưởng - an toàn - hiệu quả - bền vững*”, đủ khả năng cạnh tranh và hội nhập kinh tế quốc tế.

Sứ mệnh: Ngân hàng thương mại Nhà nước hàng đầu Việt Nam; giữ vai trò chủ lực trong đầu tư phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn; góp phần phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam.

Giá trị cốt lõi: “ *Trung thực, Kỷ cương, Sáng tạo, Chất lượng, Hiệu quả* ”

2.1.3. Cơ cấu tổ chức, chức năng và nhiệm vụ của các phòng ban

2.1.3.1. Cơ cấu tổ chức

Ngân hàng thương mại có mạng lưới rộng lớn nhất: 2.233 chi nhánh và phòng giao dịch.

Đội ngũ cán bộ, viên chức, người lao động: gần 40.000 người, có trình độ chuyên môn nghiệp vụ, gắn bó và am hiểu thị trường.

Quan hệ đại lý với 825 ngân hàng tại 88 quốc gia và vùng lãnh thổ.

Đối tác tin cậy của trên 30.000 doanh nghiệp, 4 triệu hộ sản xuất và 12 triệu khách hàng cá nhân.

Năm 2020, Agribank là NHTM duy nhất có mạng lưới hoạt động trải rộng khắp các tỉnh, thành phố, vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo trong cả nước bao gồm:

Trụ sở chính

3 văn phòng đại diện khu vực

1 Chi nhánh tại nước ngoài

3 đơn vị sự nghiệp

5 công ty con, 1 công ty liên kết

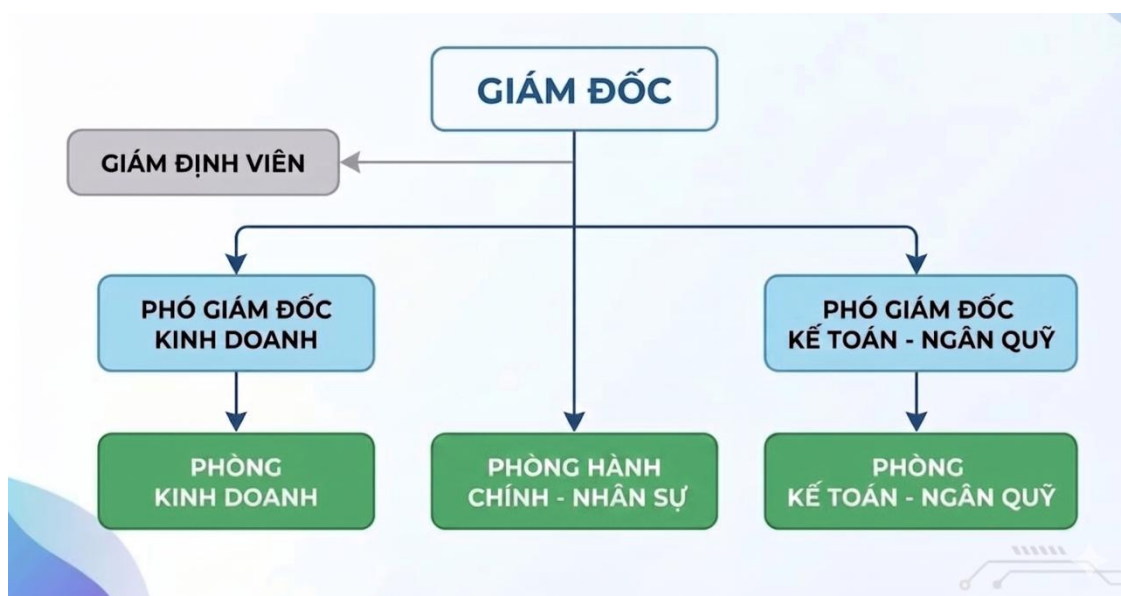
171 Chi nhánh loại I

768 Chi nhánh loại II

1.290 Phòng giao dịch

3.061 cây ATM

68 Ngân hàng lưu động



Hình 2.2: Sơ đồ cơ cấu tổ chức Agribank PGD Nam Cửa Việt

Nhận xét:

Sơ đồ tổ chức của Agribank PGD Nam Cửa Việt thiết lập một mô hình quản trị chặt chẽ, tối ưu hóa theo chiều dọc và phẳng hóa ở cấp phòng ban thực thi. Việc sắp xếp Phòng Hành chính - Nhân sự nằm ngang hàng với Phòng Kinh doanh và Phòng Kế toán - Ngân quỹ dưới tuyến quản lý và chỉ đạo dọc trực tiếp của Giám đốc phản ánh đúng thực tế vận hành tại đơn vị. Mô hình này giúp bộ phận Hành chính - Nhân sự

thực hiện tốt vai trò tham mưu độc lập cho Giám đốc về công tác tổ chức cán bộ, điều động nhân sự hỗ trợ chéo và quản lý hậu cần. Khi có tình trạng quá tải cục bộ tại quầy giao dịch, Giám đốc có toàn quyền điều động nhân sự từ phòng Hành chính - Nhân sự hoặc yêu cầu các Phó Giám đốc phối hợp nhân lực tác nghiệp mà không làm chông chéo quyền lực giữa các khối chuyên môn.

Về ưu điểm: Cơ cấu này thiết lập một chuỗi mệnh lệnh xuyên suốt từ Giám đốc đến các Phó Giám đốc và xuống tận cấp phòng ban thực thi. Việc phân chia rõ rệt giữa khối Kinh doanh và khối Kế toán - Ngân quỹ giúp chuyên môn hóa sâu các nghiệp vụ, từ đó nâng cao năng suất lao động và tính chính xác trong công việc. Sự xuất hiện của vị trí Giám định viên cho thấy đơn vị có cơ chế kiểm soát nội bộ chặt chẽ, giúp giảm thiểu rủi ro vận hành và đảm bảo tính khách quan trong các báo cáo tài chính cũng như kết quả kinh doanh. Bên cạnh đó, mối quan hệ phối hợp ngang giữa các phòng ban tạo nên một hệ sinh thái làm việc linh hoạt, thông tin được luân chuyển kịp thời để hỗ trợ giải quyết các yêu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng nhất.

Về hạn chế và kiến nghị: Mặc dù vận hành hiệu quả, nhưng do quyền quyết định cuối cùng tập trung chủ yếu ở cấp Giám đốc, khi khối lượng công việc quá lớn, làm chậm tốc độ phản ứng của đơn vị trước những biến động đột ngột từ thị trường. Trong tương lai, khi quy mô doanh nghiệp mở rộng, đơn vị có thể xem xét việc đẩy mạnh phân cấp quản lý sâu hơn cho các trưởng phòng chuyên môn để tăng tính chủ động sáng tạo.

2.1.3.2. Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban

Giám đốc Chi nhánh: Là người đứng đầu, đại diện pháp nhân của chi nhánh, chịu trách nhiệm cao nhất trước pháp luật và Agribank cấp trên. Là người hoạch định chiến lược kinh doanh tại địa bàn, quyết định các khoản vay lớn, quản lý nhân sự và điều hành toàn bộ hoạt động của chi nhánh để đảm bảo chỉ tiêu lợi nhuận và an toàn vốn.

Phó Giám đốc Kinh doanh: Tham mưu và giúp việc cho Giám đốc trong khối kinh doanh trực tiếp. Là người chỉ đạo triển khai các sản phẩm tín dụng, huy động vốn, quản lý nợ xấu, thúc đẩy doanh số và phát triển thị trường tại khu vực.

Phó Giám đốc Kế toán - Ngân quỹ: Quản lý khối hậu cần, tài chính và dòng tiền. Kiểm soát công tác kế toán, thanh toán, quản lý an toàn kho quỹ, đảm bảo tính chính xác của các báo cáo tài chính và tuân thủ các quy định về thuế, ngân sách.

Giám định viên: Kiểm tra, giám sát độc lập tính hợp pháp, hợp lệ của các hoạt động tại chi nhánh. Kiểm tra hồ sơ tín dụng, kiểm soát việc tuân thủ quy trình nghiệp vụ nhằm phát hiện và ngăn ngừa rủi ro sai sót hoặc gian lận.

Phòng Kinh doanh: Là phòng nghiệp vụ then chốt, trực tiếp tạo ra doanh thu. Tiếp thị, tư vấn các sản phẩm vay vốn (đặc biệt là vay nông nghiệp, ngư nghiệp tại địa phương). Thẩm định hồ sơ khách hàng, phân tích phương án vay vốn. Quản lý dư nợ, đôn đốc thu hồi nợ và lãi. Phát triển các sản phẩm dịch vụ khác như bảo hiểm (ABIC), thẻ.

Phòng Hành chính - Nhân sự: Quản trị bộ máy tổ chức và hỗ trợ hậu cần. Quản lý hồ sơ nhân viên, thực hiện chính sách lương, thưởng, bảo hiểm. Công tác đào tạo, thi đua khen thưởng. Quản lý con dấu, văn thư, mua sắm trang thiết bị, sửa chữa cơ sở vật chất. Công tác lễ tân, khánh tiết và bảo vệ an ninh chi nhánh.

Phòng Kế toán - Ngân quỹ: Thực hiện các giao dịch tiền tệ và hạch toán kế toán. Thực hiện các giao dịch tại quầy (nộp/rút tiền, chuyển tiền, mở sổ tiết kiệm). Hạch toán các nghiệp vụ phát sinh hàng ngày vào hệ thống. Quản lý tiền mặt tại kho quỹ và các máy ATM. Thực hiện các báo cáo thống kê, báo cáo quyết toán định kỳ.

2.1.4. Các lĩnh vực kinh doanh và sản phẩm chính

Trên 200 sản phẩm dịch vụ hiện đại thuộc 10 nhóm: Huy động vốn, Cấp tín dụng, Thanh toán trong nước, Thanh toán quốc tế, Kinh doanh vốn, Đầu tư, Thẻ, EBanking, dịch vụ ngân quỹ và quản lý tiền tệ, Sản phẩm dịch vụ liên kết, đáp ứng tối đa nhu cầu khách hàng cá nhân và doanh nghiệp.

Hệ thống kênh phân phối đa dạng, hiện đại: hệ thống mạng lưới Chi nhánh và Phòng giao dịch trên toàn quốc, mạng lưới ngân hàng đại lý đến phần lớn quốc gia trên thế giới, hệ thống ATM, EDC/POS, kênh Mobile, Internet và các kênh kết nối với khách hàng.

➤ Sản phẩm dịch vụ cho cá nhân

Tiết kiệm	Mua bán ngoại tệ
Tài khoản và tiền gửi	GTCG
Cho vay khách hàng cá nhân	SMS Banking, A - Transfer, Vntopup,
Dịch vụ kiều hối	ApayBill
Dịch vụ chuyển tiền	Bảo lãnh
Thanh toán trong nước	Chiết khấu, tái chiết khấu

Dịch vụ thẻ	Thanh toán biên mậu
Dịch vụ séc	Nộp thuế điện tử
➤ <i>Sản phẩm dịch vụ cho doanh nghiệp</i>	
Cấp tính dụng	Chiết khấu, tái chiết khấu
Bảo lãnh	Dịch vụ séc
Tài khoản và tiền gửi	Kinh doanh ngoại tệ
Bao thanh toán	Dịch vụ thẻ
Thanh toán trong nước	SMS Banking, VnTopup, ApayBill
Thanh toán quốc tế	Nộp thuế điện tử
Thanh toán biên mậu	Giấy tờ có giá
➤ <i>Sản phẩm dịch vụ cho Định chế tài chính</i>	
Ngân hàng đại lý	Tài trợ thương mại
Thanh toán quốc tế	Kinh doanh vốn
	Kinh doanh ngoại tệ

2.2. CÁC YẾU TỐ MÔI TRƯỜNG TÁC ĐỘNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN TRIỆU PHONG - PGD NAM CỬA VIỆT

2.2.1. Môi trường vĩ mô

2.2.1.1. Môi trường kinh tế

Về môi trường kinh tế quốc tế: Năm 2026 ghi nhận sự phục hồi ổn định nhưng đầy thận trọng của nền kinh tế toàn cầu sau chu kỳ lạm phát kéo dài. Các ngân hàng trung ương lớn như FED và ECB đã bắt đầu nới lỏng chính sách tiền tệ, đưa lãi suất về mức trung lập nhằm kích thích đầu tư và tiêu dùng. Xu hướng chuyển đổi số và ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) đã trở thành động lực chính thúc đẩy năng suất lao động toàn cầu, trong khi xu hướng chuyển dịch chuỗi cung ứng sang các quốc gia Đông Nam Á vẫn tiếp tục diễn ra mạnh mẽ. Tuy nhiên, các rào cản thương mại xanh và biến động địa chính trị vẫn là những thách thức buộc các doanh nghiệp phải thích ứng nhanh chóng với các tiêu chuẩn bền vững khắt khe hơn.

Về môi trường kinh tế Việt Nam: Đất nước đang khẳng định vị thế là điểm sáng tăng trưởng trong khu vực với chỉ số GDP duy trì ở mức cao và lạm phát được kiểm soát hiệu quả. Chính phủ đã đẩy mạnh giải ngân vốn đầu tư công, đặc biệt là các dự án hạ tầng giao thông trọng điểm và năng lượng tái tạo, tạo đà lan tỏa cho các ngành sản

xuất, dịch vụ phát triển. Hệ thống tài chính ngân hàng trong nước cũng đang trải qua giai đoạn chuyển đổi số sâu rộng, giúp tăng cường khả năng tiếp cận vốn cho doanh nghiệp và hộ kinh doanh. Sự ổn định vĩ mô cùng với các chính sách kích cầu tiêu dùng nội địa đã tạo ra một môi trường kinh doanh năng động, thúc đẩy các hoạt động thương mại và xuất nhập khẩu khởi sắc.

Về môi trường kinh tế tại địa bàn Agribank Nam Cửa Việt: Khu vực này đang tận dụng rất tốt lợi thế từ kinh tế biển và dịch vụ du lịch ven biển của tỉnh Quảng Trị. Việc nâng cấp hạ tầng giao thông kết nối với Khu kinh tế Đông Nam đã thu hút nhiều dự án đầu tư vào nuôi trồng thủy sản công nghệ cao và các khu nghỉ dưỡng, dịch vụ lưu trú. Hoạt động đánh bắt xa bờ và hậu cần nghề cá vẫn là trụ cột kinh tế vững chắc, sự gia tăng của dòng vốn từ xuất khẩu lao động đã giúp cải thiện đáng kể thu nhập và tích lũy của dân cư địa phương.

Nhận xét: Các yếu tố đó mang lại cho Agribank Nam Cửa Việt cơ hội lớn để mở rộng quy mô tín dụng, đặc biệt là trong các lĩnh vực ưu tiên như nông nghiệp công nghệ cao và kinh doanh du lịch. Sự biến động của kinh tế thế giới ảnh hưởng đến giá cả xăng dầu và vật tư đầu vào cũng gây áp lực lên khả năng tài chính của ngư dân và doanh nghiệp địa phương. Do đó, Agribank cần linh hoạt trong chính sách lãi suất, đẩy mạnh số hóa dịch vụ ngân hàng bán lẻ và tăng cường quản trị rủi ro thiên tai để đảm bảo phát triển bền vững cùng kinh tế địa phương.

2.2.1.2. Môi trường chính trị - pháp luật

➤ Môi trường chính trị

Hoạt động của Agribank Nam Cửa Việt chịu ảnh hưởng trực tiếp và gắn bó chặt chẽ nhất với chính quyền cơ sở tại địa phương (như UBND xã, công an và bộ đội biên phòng). Mang đặc thù là ngân hàng 100% vốn Nhà nước, chi nhánh luôn phải gánh vác nhiệm vụ chính trị của địa phương, nổi bật nhất là việc ưu tiên nguồn vốn cho bà con vay ưu đãi để đóng tàu lớn, vươn khơi bám biển làm kinh tế. Không chỉ vậy, trong công việc hằng ngày, các cán bộ tín dụng coi chính quyền cấp xã, thôn như một chỗ dựa vô cùng vững chắc. Từ khâu xét duyệt hồ sơ, sự xác nhận của các bác trưởng thôn về đạo đức, nhân thân của người vay giúp chi nhánh lọc được rủi ro rất hiệu quả, cho đến khi không may phát sinh nợ quá hạn, sự hỗ trợ của lực lượng công an và chính quyền sở tại cũng giúp công tác thu hồi nợ diễn ra an toàn, suôn sẻ hơn.

➤ Môi trường pháp luật

Agribank Nam Cửa Việt đang hoạt động trong một khuôn khổ pháp lý vô cùng chặt chẽ dưới sự giám sát của NHNN. Việc phải chấp hành nghiêm ngặt các quy định về trần lãi suất huy động và cho vay. Các chính sách ưu đãi của pháp luật về phát triển kinh tế biển (như Nghị định 67 và các chính sách hỗ trợ tín dụng nông nghiệp theo Nghị định 116) đang tạo ra hành lang pháp lý thuận lợi, giúp bà con ngư dân dễ dàng tiếp cận các nguồn vốn vay ưu đãi để đóng mới tàu thuyền và mở rộng sản xuất.

Do đặc thù tài sản thế chấp chủ yếu là bất động sản (sổ đỏ) có giá trị lớn, các giao dịch tín dụng bắt buộc phải tuân thủ nghiêm ngặt quy trình công chứng và đăng ký giao dịch đảm bảo theo quy định của Luật Đất đai và Luật các tổ chức Tín dụng. Tuy nhiên, rào cản lớn nhất hiện nay là sự khác biệt giữa quy định pháp lý khắt khe và nhận thức của người dân địa phương. Bà con ngư dân và tiểu thương vốn quen với các giao dịch đơn giản, khi đối mặt với những yêu cầu phức tạp về hồ sơ và thời gian chờ đợi giải ngân kéo dài, họ thường nảy sinh tâm lý sốt ruột và cho rằng thủ tục ngân hàng rườm rà. Điều này đòi hỏi cán bộ ngân hàng không chỉ vững về nghiệp vụ mà còn phải đóng vai trò là những tuyên truyền viên pháp luật, kiên trì giải thích và hướng dẫn để bà con hiểu và tuân thủ đúng quy định, nhằm đảm bảo an toàn pháp lý cho cả khách hàng lẫn ngân hàng.

Nhân xét: Sự đồng hành của chính quyền địa phương giúp ngân hàng kiểm soát rủi ro và thực thi hiệu quả các gói vay ưu đãi (Nghị định 67, 116) cho kinh tế biển. Ngược lại, rào cản từ quy định trần lãi suất và thủ tục thế chấp khắt khe buộc chi nhánh phải lấy sự tận tâm, nhanh nhẹn làm lợi thế cạnh tranh. Điều này thúc đẩy ngân hàng chuyển mình thành một đơn vị phục vụ cộng đồng khéo léo, biết dung hòa giữa tính nghiêm minh của pháp luật với đặc thù tâm lý của bà con ngư dân để phát triển bền vững.

2.2.1.3. Môi trường văn hóa - xã hội

➤ *Môi trường văn hóa*

Văn hóa ở Nam Cửa Việt mang đậm nét đặc trưng của một cộng đồng bám biển: xởi lởi, bộc trực, trọng tình nghĩa và có tính gắn kết "tình làng nghĩa xóm" cực kỳ cao. Khác với sự sòng phẳng, rạch ròi ở các đô thị lớn, người dân nơi đây thường e ngại sự lạnh lùng của các bản hợp đồng hay những quy tắc tài chính cứng nhắc. Đối với bà con, niềm tin được xây dựng từ sự nhiệt tình và lời ăn tiếng nói hằng ngày. Văn hóa này buộc quy trình chăm sóc khách hàng của chi nhánh phải linh hoạt. Các anh chị

nhân viên tuyệt đối không thể áp dụng những nụ cười công nghiệp hay những câu chào hỏi dập khuôn máy móc, sự chân thành, lời lẽ dân dã, vừa làm thủ tục vừa biết nán lại vài giây hỏi thăm chuyện tàu thuyền, mùa màng của bà con mới ăn điểm. Đặc biệt, do tính cộng đồng rất mạnh, hiệu ứng truyền miệng ở đây chính là một con dao hai lưỡi. Nếu ngân hàng làm bà con phật ý, một lời chê bai thái độ nhân viên có thể lan truyền khắp chợ cá chỉ trong một buổi sáng. Ngược lại, khi đã chiếm được cảm tình và sự tin tưởng bằng lối ứng xử thấu tình đạt lý, chi nhánh sẽ nghiễm nhiên sở hữu một đội ngũ sẵn sàng rì tai giới thiệu cả xóm, cả họ hàng cùng ra Agribank Nam Cửa Việt để giao dịch.

➤ *Môi trường xã hội*

Hiện nay ở các vùng quê ven biển, thanh niên trong độ tuổi từ 18 - 30 tuổi thường có xu hướng đi làm ăn xa tại các thành phố lớn hoặc đi xuất khẩu lao động (Nhật Bản, Hàn Quốc...). Xã hội tại địa phương phần nhiều là người lớn tuổi, phụ nữ và trẻ em. Thêm vào đó, với đặc thù nghề biển, những người đàn ông thường xuyên vắng nhà, nên các mẹ, các chị trở thành người trực tiếp quán xuyến tài chính và đứng ra giao dịch với ngân hàng. Sự dịch chuyển xã hội này một mặt mang lại nguồn kiều hối và lượng tiền gửi tiết kiệm rất lớn cho chi nhánh (do con cái, chồng đi làm xa gửi về), nhưng mặt khác, nó cũng đòi hỏi khâu phục vụ phải thay đổi để thích nghi. Khách hàng đến quầy phần đông là các cô chú lớn tuổi, mắt kém, tay run và e ngại công nghệ, điện thoại thông minh. Nắm bắt được đặc điểm xã hội này, các anh chị giao dịch viên tại chi nhánh phải cư xử như con cháu trong nhà. Việc kiên nhẫn đọc to từng dòng chữ, đánh dấu sẵn dấu nhân vào chỗ cần ký, hay dặn dò kỹ lưỡng các cô chú cách cất giữ tiền an toàn... đã trở thành những hình ảnh rất đời thường. Chính sự thấu hiểu hoàn cảnh xã hội và cách chăm sóc tinh tế này đã giúp Agribank Nam Cửa Việt trở thành điểm tựa tài chính tin cậy nhất của bà con nơi đây.

Nhận xét: Qua những đặc điểm về văn hóa và xã hội tại Nam Cửa Việt có thể thấy rằng đây là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến cách Agribank Nam Cửa Việt phục vụ khách hàng. Người dân địa phương đề cao sự gần gũi, chân thành nên ngân hàng không chỉ cung cấp dịch vụ tài chính mà còn phải tạo được sự tin tưởng thông qua thái độ ứng xử của nhân viên. Do phần lớn khách hàng là người lớn tuổi và phụ nữ nên chi nhánh cần chú trọng sự tận tình, kiên nhẫn trong quá trình giao dịch. Nhờ biết thích

nghe với đặc điểm văn hóa - xã hội của địa phương, Agribank Nam Cửa Việt đã xây dựng được hình ảnh thân thiện, uy tín và trở thành địa chỉ tài chính đáng tin cậy đối với bà con nơi đây.

2.2.1.4. Môi trường công nghệ

Hệ thống phần mềm giao dịch (IPCAS) trên máy tính nhân viên, chiếc máy ATM đặt trước cửa chi nhánh, chất lượng mạng viễn thông tại địa phương và đặc biệt là ứng dụng Agribank E-Mobile Banking trên điện thoại của khách hàng. Đặc điểm lớn nhất của môi trường công nghệ tại địa bàn là sự chuyển giao không đồng đều. Một mặt, hội sở ngân hàng liên tục nâng cấp hệ thống số hóa, tung ra nhiều tính năng mới trên app, mặt khác, phần đông khách hàng (ngư dân, tiểu thương, người lớn tuổi) lại rành lưới cụ, chợ búa hơn là đồ công nghệ. Họ vẫn chuộng xài tiền mặt, e ngại thao tác sai mật tiền, hay quên mật khẩu và đặc biệt sợ các chiêu trò lừa đảo trên mạng. Khi hệ thống mạng ổn định, app chạy mượt, bà con tự chuyển tiền, thanh toán hóa đơn ở nhà thì áp lực tại quầy giảm đi đáng kể. Hằng ngày, một lượng lớn thời gian tại quầy không dùng để đếm tiền hay làm hồ sơ, mà chỉ để nhân viên kiên nhẫn cầm điện thoại chỉ cho các cô chú cách tải app, cách lấy lại mật khẩu bị quên, hay dặn dò cách nhận biết tin nhắn lừa đảo. Rõ ràng, công nghệ càng hiện đại, khâu chăm sóc khách hàng tại vùng quê càng đòi hỏi sự nhẫn nại và tận tâm hơn.



Hình 2.3. Poster cảnh báo các hình thức lừa đảo

Nhận xét: Qua môi trường công nghệ tại địa phương có thể thấy rằng công nghệ vừa mang lại thuận lợi vừa tạo ra khó khăn cho Agribank Nam Cửa Việt. Việc phát triển các ứng dụng số giúp giảm tải giao dịch tại quầy và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng. Tuy nhiên, do phần lớn khách hàng chưa quen với công nghệ nên ngân hàng phải tăng cường hướng dẫn, hỗ trợ và chăm sóc tận tình hơn trong quá trình sử dụng dịch vụ. Ngoài việc đầu tư công nghệ hiện đại, Agribank Nam Cửa Việt còn cần chú trọng sự kiên nhẫn và kỹ năng hỗ trợ khách hàng của nhân viên để đáp ứng phù hợp với thực tế địa phương.

2.2.1.5. Môi trường tự nhiên

Agribank Nam Cửa Việt đóng chân ngay tại dải đất ven biển, nơi chịu ảnh hưởng trực tiếp từ điều kiện khí hậu miền Trung vô cùng khắc nghiệt. Đặc trưng của khu vực này là mùa hè thì nắng gắt kèm gió Lào khô rát, mùa đông lại triền miên đối mặt với bão lũ, cộng thêm bầu không khí luôn mang theo hơi muối mặn mòi của biển cả. Yếu tố thiên nhiên này làm cho chi nhánh khá cực trên cả hai phương diện cơ sở vật chất lẫn hoạt động kinh doanh. Về cơ sở vật chất, hơi muối từ biển thổi vào khiến các thiết bị điện tử, đặc biệt là cây ATM đặt ngoài trời, biển hiệu hay máy móc tại quầy rất nhanh bị rỉ sét, chập mạch và xuống cấp, làm chi nhánh tốn kém không ít chi phí bảo trì, sửa chữa. Về kinh doanh, thời tiết quyết định trực tiếp đến kinh tế của khách hàng và rủi ro của ngân hàng. Chỉ cần biển động kéo dài hoặc có tin bão, hàng trăm con tàu phải nằm bờ đắp chiếu. Khi bà con thất thu, chi nhánh lập tức đối mặt với khó khăn kép vừa không huy động được tiền gửi, vừa nơm nớp lo sợ tỷ lệ nợ xấu tăng do ngư dân đứt gãy dòng tiền trả nợ gốc và lãi. Vào những ngày mưa lũ ngập đường, hình ảnh các cán bộ tín dụng phải mặc áo mưa, lội xuống tận các bến thuyền hay thôn xóm để thẩm định tài sản, đôn đốc thu nợ là một thực tế cực kỳ vất vả. Theo thống kê khí tượng địa phương, khu vực ven biển Quảng Trị trung bình hàng năm chịu ảnh hưởng trực tiếp từ 3 đến 5 cơn bão lớn nhỏ và các đợt lũ lụt kéo dài. Yếu tố thiên tai này đặt ra bài toán bắt buộc cho chi nhánh là phải xây dựng kịch bản chăm sóc khách hàng mang tính dự phòng cao, sẵn sàng các phương án giãn nợ, cơ cấu lại thời hạn trả nợ kịp thời ngay sau bão để đồng hành cùng bà con vượt qua khủng hoảng dòng tiền.

Trong điều kiện thuận lợi: Vào những tháng thời tiết tốt, trời yên biển lặng, bà con ngư dân trúng mùa, kéo theo các dịch vụ buôn bán hậu cần nghề cá cũng nhộn nhịp hẳn lên. Thu nhập tăng giúp người dân có dư giả, từ đó chi nhánh rất thuận lợi

trong việc huy động nguồn vốn nhân rồi (tiền gửi tiết kiệm). Nhu cầu vay vốn để mở rộng sản xuất, nâng cấp tàu thuyền của bà con cũng tăng mạnh, giúp chi nhánh hoàn thành tốt chỉ tiêu giải ngân tín dụng.

Trong điều kiện khó khăn: Khi bước vào mùa mưa bão kéo dài hoặc thời điểm giá xăng dầu tăng vọt khiến tàu thuyền phải nằm bờ, cả nền kinh tế địa phương sẽ rơi vào tình trạng trầm lắng. Chi nhánh vừa gặp khó trong việc huy động vốn do người dân có xu hướng rút tiền dự phòng ra chi tiêu, lại vừa phải đối mặt với nguy cơ nợ xấu gia tăng do khách hàng vay vốn tạm thời mất đi nguồn thu nhập để trả nợ gốc và lãi đúng hạn.

Nhận xét: Có thể thấy điều kiện thời tiết ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động của Agribank Nam Cửa Việt. Thiên tai, bão lũ và khí hậu khắc nghiệt không chỉ làm cơ sở vật chất nhanh xuống cấp mà còn tác động trực tiếp đến thu nhập của người dân, từ đó ảnh hưởng đến khả năng huy động vốn và thu hồi nợ của ngân hàng. Khi thời tiết thuận lợi, hoạt động kinh tế phát triển giúp ngân hàng mở rộng tín dụng và tăng nguồn tiền gửi. Vào mùa mưa bão, chi nhánh phải đối mặt với nhiều khó khăn và rủi ro hơn trong hoạt động kinh doanh.

2.2.1.6. Nhân khẩu học

Lượng khách đến giao dịch hằng ngày chủ yếu tập trung vào bốn nhóm: cán bộ viên chức, người lao động, bà con ngư dân và các cô chú lớn tuổi.

Về cơ cấu nghề nghiệp và thu nhập: Tỷ trọng lớn nhất trong tệp khách hàng là những người gắn chặt với hệ sinh thái kinh tế biển (chủ tàu, tiểu thương chợ, chủ vựa hải sản và lao động hậu cần như bốc vác, làm đá lạnh,...). Thu nhập của nhóm này mang tính thời vụ, dòng tiền luân chuyển liên tục bằng tiền mặt nên họ thường đến quầy giao dịch với tâm lý vội vã. Bên cạnh đó, chi nhánh còn sở hữu một tệp khách hàng cực kỳ bền vững là lực lượng cán bộ, công chức, viên chức (như giáo viên, cán bộ UBND các xã, công an và bộ đội biên phòng đóng trên địa bàn). Khác với sự bấp bênh của ngư dân, nhóm này có nguồn thu nhập cố định hàng tháng từ lương. Nhu cầu giao dịch chủ yếu của họ là mở thẻ nhận lương, vay vốn tiêu dùng (mua xe, xây nhà) hoặc trích lương gửi tiết kiệm tích lũy định kỳ.

Về độ tuổi và giới tính: Sự dịch chuyển xã hội này một mặt mang lại nguồn kiều hối và lượng tiền gửi tiết kiệm rất lớn cho chi nhánh (do con cái, chồng đi làm xa gửi về), nhưng mặt khác, nó cũng đòi hỏi khâu phục vụ phải thay đổi để thích nghi.

Thực tế tại các xã ven biển, tỷ lệ lao động trẻ trong độ tuổi 18 - 35 tham gia xuất khẩu lao động tại các thị trường Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan chiếm đến 25% - 30% lực lượng lao động địa phương. Điều này dẫn đến đặc điểm nhân khẩu học tại quầy giao dịch: trên 60% khách hàng đến gửi tiền tiết kiệm kiểu hời hoặc nhận trợ cấp là phụ nữ trung niên, người vợ, người lớn tuổi. Do đó, ngôn ngữ giao tiếp của nhân viên chi nhánh bắt buộc phải loại bỏ tính cứng nhắc, chuyển sang phong cách ân cần, giải thích cặn kẽ để phù hợp với trình độ tiếp cận tài chính của tệp khách hàng đặc thù này.

Về thói quen và khả năng tiếp cận công nghệ: Đại đa số bà con ngư dân, lớn tuổi thường e dè với điện thoại thông minh, sợ thao tác sai trên app sẽ bị lừa đảo mất tiền. Họ có niềm tin mãnh liệt vào giấy tờ truyền thống phải cầm sổ tiết kiệm có dấu đỏ, nhìn máy đếm tiền chạy mới yên tâm. Trái lại, nhóm cán bộ viên chức lại tiếp cận công nghệ rất nhanh nhạy. Họ chuộng sự hiện đại, thích dùng app Agribank E-Mobile Banking để tự chuyển tiền, thanh toán điện nước hay quét mã QR. Nhóm này rất quý trọng thời gian, họ ưu tiên tự thao tác trên điện thoại và chỉ ra quầy khi phải làm các hồ sơ vay mượn phức tạp.

Nhận xét: Sự khác biệt giữa nhóm ngư dân lớn tuổi ngại công nghệ và nhóm cán bộ trẻ chuộng dùng app buộc ngân hàng phải duy trì song song hai hình thức: vừa đẩy mạnh chuyển đổi số, vừa phải giữ vững giao dịch truyền thống tại quầy. Yêu cầu này đòi hỏi chi nhánh phải linh hoạt trong việc điều phối nhân sự và thiết kế sản phẩm (như vay theo mùa vụ cho ngư dân hay vay tiêu dùng cho cán bộ).

2.2.2. Môi trường vi mô

2.2.2.1. Khách hàng

Khách hàng của Agribank Nam Cửa Việt phần lớn chủ yếu là bà con ngư dân, các tiểu thương buôn bán tại chợ, cán bộ, công chức viên chức, người dân lao động sinh sống quanh khu vực Nam Cửa Việt cùng các xã lân cận như Triệu Đại, Triệu Độ, Triệu Thuận, Triệu Hòa, (nay thuộc xã Triệu Bình).... Đặc thù của bà con là tính cách xởi lởi, chân chất và sống rất trọng tình cảm. Khi đến ngân hàng giao dịch, đa phần các cô chú không quá rành rẽ về những thủ tục giấy tờ phức tạp hay các ứng dụng công nghệ hiện đại. Thay vào đó, quyết định gắn bó của họ dựa phần lớn vào lòng tin và thái độ phục vụ nhiệt tình của nhân viên. Đối với chi nhánh, tệp khách hàng này chính là nguồn sống quyết định sự tồn tại và phát triển. Từng đồng tiền gửi tiết kiệm được chất chiu của bà con chính là nguồn tạo ra doanh thu và lợi nhuận chủ yếu cho

ngân hàng, ở một cộng đồng dân cư gắn kết chặt chẽ như Nam Cửa Việt, khách hàng có sức ảnh hưởng cực kỳ lớn đến uy tín của chi nhánh thông qua truyền miệng. Chỉ cần phục vụ chu đáo, làm bà con thích họ sẽ sẵn sàng rỉ tai giới thiệu cho cả họ hàng, bạn buôn cùng ra Agribank giao dịch. Ngược lại, nếu lỡ làm mất lòng một người, tiếng dữ sẽ đồn xa và chi nhánh rất dễ đánh mất đi cả một nhóm khách hàng thân thiết vào tay các ngân hàng đối thủ.

Nhân xét: Tập khách hàng tại Nam Cửa Việt chính là nguồn sống và kênh truyền thông quan trọng nhất của chi nhánh. Do bà con có lối sống trọng tình cảm và ngại công nghệ, nên lòng tin và thái độ phục vụ của nhân viên trở thành lợi thế cạnh tranh sống còn, có giá trị hơn cả lãi suất hay các dịch vụ hiện đại. Sức mạnh của sự truyền miệng trong cộng đồng dân cư có thể giúp ngân hàng bứt phá nhờ sự giới thiệu nhiệt tình của bà con, nhưng cũng có thể gây mất uy tín dây chuyền nếu phục vụ không chu đáo.

2.2.2.2. *Nhà cung cấp*

Nhóm thứ nhất, chính là Agribank cấp trên (bao gồm Agribank Chi nhánh Huyện Triệu Phong và Hội sở chính). Nơi đây trực tiếp cung cấp nguồn vốn hoạt động, hạn mức cho vay, các loại máy móc chuyên dụng (như máy ATM) và đặc biệt là hệ thống phần mềm giao dịch (IPCAS). Nhóm này ảnh hưởng mang tính sống còn đến chi nhánh. Nếu cấp trên siết chặt hạn mức tín dụng, chi nhánh sẽ không có tiền để giải ngân cho bà con, nếu hệ thống phần mềm từ Hội sở bị lỗi, mọi giao dịch tại quầy sẽ ngay lập tức bị đình trệ.

Nhóm thứ hai là các nhà cung cấp dịch vụ phụ trợ tại địa phương. Họ là các nhà mạng viễn thông (như VNPT, Viettel Quảng Trị), các cửa hàng văn phòng phẩm, cơ sở in ấn băng rôn, quảng cáo nằm ngay trên địa bàn hoặc thành phố Đông Hà lân cận. Đặc điểm của nhóm này là cung cấp những thứ nhỏ lẻ nhưng không thể thiếu cho hoạt động hằng ngày như đường truyền internet, giấy in biên lai, bút mực hay sửa chữa máy tính. Sự ảnh hưởng của họ cũng rất rõ nét trong thực tế. Điển hình như vào mùa mưa bão ở vùng biển, nếu đường truyền mạng của Viettel hay VNPT bị đứt hoặc chập chờn, toàn bộ nhân viên chi nhánh sẽ phải ngồi chơi, máy tính không thể kết nối, dẫn đến việc khách hàng đến giao dịch phải chờ đợi một hồi và dễ sinh ra bức xúc để chi nhánh phục vụ bà con trơn tru mỗi ngày.

Nhận xét: Nhóm nhà cung cấp cấp trên (Hội sở và Chi nhánh huyện) có sức ảnh hưởng mang tính sống còn, bởi nếu nguồn vốn bị siết chặt hay hệ thống IPCAS gặp sự cố, chi nhánh sẽ ngay lập tức rơi vào thế bị động, không thể thực hiện các nghiệp vụ cơ bản cho bà con. Tại một địa bàn ven biển thường xuyên chịu ảnh hưởng của thời tiết như Nam Cửa Việt, chỉ cần một sự cố đứt cáp hay mạng chập chờn cũng đủ khiến quy trình phục vụ bị đình trệ, gián tiếp làm giảm sự hài lòng và gây ra tâm lý bức xúc cho khách hàng.

2.2.2.3. Đối thủ cạnh tranh

Do đặc thù địa bàn khu vực Nam Cửa Việt, chi nhánh hiện không phải đối mặt với sức ép bủa vây từ các Ngân hàng Thương mại lớn. Đối thủ cạnh tranh trực tiếp và duy nhất tại đây chính là Quỹ tín dụng nhân dân xã Triệu Đại. Tuy quy mô nguồn vốn nhỏ hơn rất nhiều so với Agribank, nhưng Quỹ tín dụng lại sở hữu một lợi thế đó là sự gần gũi, nằm ngay sát vách nhà dân và sự linh hoạt tối đa trong các thủ tục. Người dân địa phương, đặc biệt là các cô chú lớn tuổi hay tiểu thương bận rộn, đôi khi mang tâm lý e ngại sự bề thế hay các quy trình giấy tờ bài bản của ngân hàng. Họ thích ra Quỹ tín dụng vì việc vay mượn, nộp tiền diễn ra rất nhanh gọn. Mặc dù chỉ có một đối thủ trên địa bàn, nhưng áp lực cạnh tranh của chi nhánh là không hề nhỏ. Nếu Agribank Nam Cửa Việt lơ là khâu chăm sóc, làm quy trình giải ngân rườm rà hay để khách hàng chờ đợi bốc số quá lâu, bà con hoàn toàn có thể chọn cách rút tiền chuyển sang giao dịch tại Quỹ tín dụng xã Triệu Đại cho tiện lợi. Nhận thức được sức ép thực tế này, chi nhánh bắt buộc phải lấy chất lượng phục vụ, sự ân cần của nhân viên kết hợp với uy tín an toàn của một ngân hàng nhà nước để giữ chân khách hàng.

Nhận xét: Dù không phải đối mặt với sự bủa vây từ các ngân hàng thương mại lớn, nhưng sự hiện diện của Quỹ tín dụng nhân dân xã Triệu Đại mang lại một áp lực cạnh tranh rất đặc thù đó là cuộc chiến về sự tiện lợi và lòng tin của bà con địa phương. Yếu tố này ảnh hưởng trực tiếp đến tư duy vận hành của chi nhánh, buộc ngân hàng không thể áp dụng máy móc các quy trình hành chính cứng nhắc.

2.2.2.4. Trung gian Marketing

Ngân hàng không hoạt động đơn độc mà có sự phối hợp cực kỳ chặt chẽ với các trung gian Marketing tại địa phương giúp các chính sách và dịch vụ của ngân hàng len lỏi đến từng hộ gia đình. Nhóm trung gian quan trọng nhất tại đây chính là các tổ chức chính trị - xã hội như Hội Nông dân, Hội Phụ nữ và Đoàn Thanh niên tại các xã như xã

Nam Cửa Việt, xã Triệu Bình,.. Đặc điểm của nhóm này là có uy tín rất lớn và sự gắn kết mật thiết với bà con. Thông qua các buổi sinh hoạt hội nhóm hay các Tổ vay vốn, họ không chỉ giới thiệu các gói tín dụng ưu đãi mà còn là người bảo chứng, giúp ngân hàng sàng lọc khách hàng ngay từ bước đầu, từ đó giảm thiểu đáng kể rủi ro nợ xấu.

Bên cạnh các hội đoàn thể, hệ thống trung gian còn bao gồm các đối tác cung ứng dịch vụ số và đại lý bảo hiểm (ABIC). Trong kỷ nguyên chuyển đổi số, các đối tác viễn thông như Viettel hay VNPT đóng vai trò thiết yếu trong việc hỗ trợ chi nhánh triển khai hạ tầng thanh toán QR và ứng dụng Agribank Plus tại các bến bãi, chợ truyền thống. Đặc điểm của nhóm trung gian này là tính chuyên môn cao, giúp ngân hàng hiện đại hóa quy trình giao dịch một cách nhanh chóng. Sự hiện diện của các đại lý bảo hiểm ngay tại quầy cũng tạo ra một quy trình chăm sóc khách hàng khép kín, giúp bà con yên tâm hơn với các gói bảo hiểm an sinh đi kèm khoản vay, tạo nên sự an tâm tuyệt đối.

Về mặt tích cực, trung gian Marketing giúp Agribank Nam Cửa Việt mở rộng thị phần với chi phí thấp và tạo dựng hình ảnh gần gũi trong lòng nhân dân. Việc tận dụng uy tín của các trung gian địa phương giúp ngân hàng vượt qua được rào cản về tâm lý e ngại công nghệ của bà con. Tuy nhiên, cũng nhận thấy một thách thức nhỏ là sự phụ thuộc vào chất lượng của đội ngũ trung gian này. Nếu thông tin từ các tổ trưởng tổ vay vốn truyền đạt không chính xác về lãi suất hay thủ tục, sẽ dễ dẫn đến những hiểu lầm không đáng có giữa khách hàng và ngân hàng. Vì vậy, việc duy trì mối quan hệ và thường xuyên tập huấn cho các trung gian là nhiệm vụ chiến lược giúp chi nhánh giữ vững lợi thế cạnh tranh trên địa bàn.

Nhận xét: Việc phối hợp chặt chẽ với các tổ chức chính trị - xã hội (Hội Nông dân, Phụ nữ, Đoàn Thanh niên,...) không chỉ giúp ngân hàng tiết kiệm chi phí tiếp thị mà còn tận dụng được uy tín sẵn có để xóa bỏ rào cản tâm lý e ngại của bà con, đồng thời sàng lọc rủi ro nợ xấu hiệu quả ngay từ cơ sở. Bên cạnh đó, sự cộng tác với các đối tác viễn thông và bảo hiểm đã giúp chi nhánh hiện đại hóa hệ sinh thái dịch vụ, tạo sự an tâm tuyệt đối cho khách hàng. Yếu tố này cũng đặt ra thách thức về sự phụ thuộc vào trình độ truyền đạt của đội ngũ cộng tác viên. Việc duy trì mối quan hệ khăng khít và thường xuyên tập huấn cho nhóm trung gian này chính là nhiệm vụ then chốt để chi nhánh giữ vững lợi thế cạnh tranh và hình ảnh chuyên nghiệp trên địa bàn.

2.3. CÁC NGUỒN LỰC CỦA NGÂN HÀNG ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

2.3.1. Cơ sở vật chất

Bảng 2.1: Bảng cơ sở vật chất tại Ngân hàng AGRIBANK chi nhánh Huyện Triệu Phong – PGD Nam Cửa Việt

STT	Hạng mục tài sản	Số lượng	Chất Lượng Sản Phẩm		
			Tốt	Hỏng	Thay thế
1	Máy tính để bàn	16 bộ	16	-	-
2	Máy đếm tiền chuyên dụng	3 bộ	3	-	-
3	Máy in	4 máy	4	-	-
4	Máy phát số thứ tự tự động	1 máy	1	-	-
5	Quầy giao dịch	4 quầy	4	-	-
6	Dãy ghế băng chờ cho khách hàng	4 dãy	4	-	-
7	Tủ hồ sơ / Tủ sắt chứng từ	8 cái	8	-	-
8	Kết sắt an toàn	9 kết	9	-	-
9	Máy ATM (lắp đặt phía trước)	1 máy	1	-	-
10	Điện thoại bàn	6 cái	6	-	-
11	Hệ thống Camera an ninh	8 cái	8	-	-
12	Máy điều hòa nhiệt độ	4 máy	4	-	-
13	PCCC	6 cái	6	-	-

(Nguồn Agribank – PGD Nam Cửa Việt)

Nhận xét:

Hệ thống cơ sở vật chất và trang thiết bị tại phòng giao dịch được đầu tư đầy đủ và đồng bộ. Đặc biệt, toàn bộ 13 hạng mục tài sản đều đang trong tình trạng hoạt động

tốt (đạt tỷ lệ 100%), không có thiết bị nào bị hỏng hóc hay cần thay thế. Điều này cho thấy công tác quản lý, bảo trì tài sản tại chi nhánh được thực hiện rất nghiêm túc và hiệu quả.

Tại Ngân hàng được bố trí 4 quầy làm việc trực tiếp, kết hợp với 1 máy phát số thứ tự tự động, 4 dãy ghế băng chờ và hệ thống 4 máy điều hòa nhiệt độ. Bên cạnh đó, 1 máy ATM lắp đặt phía trước cũng hỗ trợ tốt cho nhu cầu rút tiền, chuyển khoản tự động của người dân.

Các công cụ hỗ trợ công việc hằng ngày của nhân viên được trang bị đầy đủ với 16 máy tính để bàn, 4 máy in và 3 máy đếm tiền chuyên dụng, đảm bảo tốc độ xử lý giao dịch nhanh chóng và chính xác. Công tác lưu trữ hồ sơ, tiền mặt và an toàn cháy nổ cũng được thắt chặt tối đa thông qua 8 tủ hồ sơ, 9 két sắt an toàn, 8 camera giám sát cùng 6 trang thiết bị PCCC.

Nhìn chung, với cơ sở vật chất khang trang và đang vận hành trơn tru, phòng giao dịch hoàn toàn đáp ứng tốt cường độ làm việc của cán bộ nhân viên, đồng thời tạo ra một môi trường giao dịch chuyên nghiệp, an toàn và tin cậy cho khách hàng.

2.3.2. Nguồn nhân lực

Bảng 2.2: Nguồn nhân lực tại Ngân hàng AGRIBANK chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt

Năm Chỉ tiêu	Năm 2024		Năm 2025		Năm 2026		2025/2024		2026/2025	
	Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %	Chênh lệch	Tỷ lệ chênh lệch	Chênh lệch	Tỷ lệ chênh lệch
Tổng số lượng	17	100	17	100	17	100	0	0	0	0
I. Giới tính										
1. Nam	8	47,06	8	47,06	8	47,06	0	0	0	0
2. Nữ	9	52,94	9	52,94	9	52,94	0	0	0	0
II. Trình độ học vấn										
ĐH & Cao đẳng	15	88,24	15	88,24	15	88,24	0	0	0	0

Lao động phổ thông	2	11,76	2	11,76	2	11,76	0	0	0	0
III.Độ tuổi										
1.Dưới <25	2	11,76	2	11,76	2	11,76	0	0	0	0
2.Từ 25<40	7	41,18	7	41,18	7	41,18	0	0	0	0
3.Từ>40	8	47,06	8	47,06	8	47,06	0	0	0	0
Trực tiếp	17	100,00	17	100,00	17	100,00	0	0	0	0
Gián tiếp	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0	0	0

(Nguồn Agribank – PGD Nam Cửa Việt)

Nhân xét:

Quy mô nhân sự của chi nhánh trong giai đoạn 3 năm qua có sự ổn định từ 17 người vào năm 2024 và duy trì cho đến năm 2026. Cho thấy ngân hàng đang duy trì một bộ máy tinh gọn, tập trung vào hiệu quả làm việc của từng cá nhân.

Về cơ cấu giới tính: Tỷ lệ nam và nữ tại chi nhánh khá cân bằng trong năm 2024 và 2025, 2026 với số lượng ngang nhau (8 nam, 9 nữ). Việc duy trì sự cân bằng này rất có lợi cho hoạt động chăm sóc khách hàng nếu nhân viên nam mang lại cảm giác quyết đoán, mạnh mẽ trong các hồ sơ vay vốn thì nhân viên nữ lại khéo léo, tỉ mỉ trong các giao dịch tại quầy, giúp tạo ra một môi trường phục vụ đa dạng và thân thiện.

Về trình độ học vấn: 100% nhân sự của chi nhánh đều có trình độ Đại học & Cao đẳng (với số lượng 15 người qua các năm). Agribank rất chú trọng vào chất lượng đầu vào của đội ngũ nhân viên. Với trình độ học vấn cao, nhân viên dễ dàng tiếp thu các quy trình công nghệ mới và tư vấn cho khách hàng những giải pháp tài chính phức tạp một cách chính xác, chuyên nghiệp.

Về độ tuổi: Nhân sự tại chi nhánh có sự phân bổ hợp lý về độ tuổi, tạo nên một đội ngũ vừa có sức trẻ, vừa có bề dày kinh nghiệm thực tiễn. Trong đó, nhóm nhân sự từ 25 đến 40 tuổi - độ tuổi đang bước vào độ chín của sự nghiệp, có kỹ năng nghiệp vụ thuần thục - chiếm tỷ trọng 41,18% (với số lượng ổn định là 7 người qua các năm). Nhóm nhân sự trên 40 tuổi là lực lượng nòng cốt, giàu kinh nghiệm xử lý các tình huống phức tạp và am hiểu sâu sắc tâm lý, thói quen của tệp khách hàng địa phương, chiếm tỷ trọng cao nhất với 47,06% (8 người). Sự kết hợp giữa hai nhóm tuổi này tạo nên nền tảng vận hành vững chắc cho chi nhánh. Bên cạnh đó, nhóm nhân sự trẻ dưới 25 tuổi tuy chiếm tỷ lệ nhỏ (11,76%, tương đương 2 người) nhưng là nhân tố mang lại

luồng sinh khí mới, có khả năng thích ứng và nhạy bén cao với các ứng dụng công nghệ hiện đại, đóng vai trò đi đầu trong chiến dịch chuyển đổi số ngân hàng tại địa bàn.

Về tính chất công việc: Toàn bộ 100% nhân viên tại chi nhánh đều là nhân viên trực tiếp. Agribank Nam Cửa Việt tập trung tối đa nguồn lực cho các bộ phận tiếp xúc và giải quyết nhu cầu của khách hàng. Việc không có nhân sự gián tiếp giúp bộ máy hoạt động tinh gọn, phản ứng nhanh với các yêu cầu từ phía khách hàng, từ đó nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng tại chi nhánh.

2.3.3. Các nguồn lực tài chính

Bảng 2.3: Nguồn lực tài chính của ngân hàng AGRIBANK chi nhánh Huyện Triệu Phong – PGD Nam Cửa Việt giai đoạn 2023-2025

Đơn vị: triệu đồng

Tiêu chí	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		2024/2023		2025/2024	
	Giá trị	%	Giá trị	%	Giá trị	%	Chênh lệch	%	Chênh lệch	%
1. Tài sản	1.167.150	100,00%	1.379.283	100,00%	1.581.909	100,00%	212.133	18,18%	202.626	14,69%
Tiền mặt	14.727	1,26%	16.765	1,22%	17.979	1,14%	2.038	13,84%	1.214	7,24%
Tiền gửi tại ngân hàng	4.247	0,36%	5.279	0,38%	5.442	0,34%	1.032	24,30%	163	3,09%
Tiền gửi các TCTD trong và ngoài nước	1.324	0,11%	1.526	0,11%	1.794	0,11%	202	15,26%	268	17,56%
Cho vay các TCKT, cá nhân trong nước	692.727	59,35%	835.822	60,60%	922.055	58,29%	143.095	20,66%	86.233	10,32%
Tài sản cố định	3.756	0,32%	6.104	0,44%	7.881	0,50%	2.348	62,51%	1.777	29,11%
Tài sản khác	450.369	38,59%	513.787	37,25%	626.758	39,62%	63.418	14,08%	112.971	21,99%
2. Nguồn vốn	1.167.150	100,00%	1.379.283	100,00%	1.581.909	100,00%	212.133	18,18%	202.626	14,69%
Tiền gửi tổ chức kinh tế và cá nhân	793.165	67,96%	907.173	65,77%	1.051.956	66,50%	114.008	14,37%	144.783	15,96%
Phát hành giấy tờ có giá	119.796	10,26%	143.532	10,41%	161.042	10,18%	23.736	19,81%	17.510	12,20%
Vốn và các quỹ	61.172	5,24%	70.549	5,11%	88.788	5,61%	9.377	15,33%	18.239	25,85%
Tài sản nợ khác	193.017	16,54%	258.029	18,71%	280.123	17,71%	65.012	33,68%	22.094	8,56%

(Nguồn Agribank – PGD Nam Cửa Việt)

Nhận xét:

Trong giai đoạn 2023 - 2025, tổng tài sản của Ngân hàng Agribank - Chi nhánh Nam Cửa Việt có sự tăng trưởng liên tục. Cụ thể, năm 2024 tổng tài sản tăng 18,18% so với năm 2023, và tiếp tục tăng 14,69% vào năm 2025. Lý do là vì sau đợt

dịch covid chi nhánh có xu hướng mở rộng quy mô, đẩy mạnh các chính sách cho vay và hoạt động huy động vốn của Agribank Nam Cửa Việt, tổ chức các đợt ra quân local marketing nên phản ánh sự phát triển bền vững. Trong cơ cấu tài sản, khoản mục cho vay các tổ chức kinh tế và cá nhân trong nước chiếm tỷ trọng cao nhất và liên tục giữ vị thế áp đảo qua các năm. Cụ thể, danh mục cho vay chiếm 59,35% tổng tài sản vào năm 2023, tăng nhẹ tỷ trọng lên 60,60% vào năm 2024 và giảm nhẹ xuống ở mức 58,29% vào năm 2025. Mặc dù có sự dịch chuyển nhỏ về tỷ lệ phần trăm do quy mô tổng tài sản mở rộng, giá trị tuyệt đối của dư nợ cho vay vẫn tăng trưởng mạnh mẽ, từ 692.727 triệu đồng (năm 2023) lên đến 922.055 triệu đồng (năm 2025). Điều này minh chứng rõ nét cho chiến lược trọng tâm của Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt là tập trung toàn lực vào hoạt động tín dụng, khơi thông nguồn vốn để phục vụ phát triển kinh tế biển và nông nghiệp nông thôn tại địa bàn. Ngược lại, khoản mục tiền gửi tại các tổ chức tín dụng khác và nước ngoài chỉ chiếm một tỷ trọng rất nhỏ, lần lượt là 0,11% (năm 2023), 0,11% (năm 2024) và 0,11% (năm 2025), phản ánh dòng vốn huy động được chi nhánh tối ưu hóa tối đa để quay vòng cho vay trực tiếp tại địa phương thay vì để tồn đọng tại hệ thống liên ngân hàng. Đặc biệt, tài sản cố định có mức tăng trưởng mạnh, tăng 62,51% năm 2024 và 29,11% năm 2025, do ngân hàng mở rộng quy mô và đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng xây dựng trụ sở mới.

Về nguồn vốn, tiền gửi của tổ chức kinh tế và cá nhân là nguồn vốn chủ yếu, chiếm trên 65% tổng nguồn vốn. Đây là nguồn vốn ổn định, giúp ngân hàng duy trì hoạt động tín dụng hiệu quả. Điều này cho thấy ngân hàng đang nỗ lực đa dạng hóa nguồn vốn. Bên cạnh đó, đẩy mạnh các chương trình tiếp thị giới thiệu nâng cấp gói khách hàng ưu tiên cũng khai thác các chương trình nhận hoa hồng giúp vốn và các quỹ có sự tăng trưởng đáng kể, tăng 15,33% vào năm 2024 và 25,85% vào năm 2025, cho thấy ngân hàng đang từng bước củng cố nền tảng tài chính vững chắc. Tuy nhiên, nợ phải trả khác cũng có xu hướng tăng, đặc biệt tăng 33,68% vào năm 2024, phản ánh sự gia tăng các khoản nợ ngắn hạn mà ngân hàng cần lưu ý trong công tác quản lý rủi ro tài chính.

2.3.4. Kết quả hoạt động kinh doanh

Bảng 2.4: Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng AGRIBANK chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt giai đoạn 2023 - 2025

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	2023		2024		2025		2024/2023		2025/2024	
	Giá trị	%	Giá trị	%	Giá trị	%	Chênh lệch	%	Chênh lệch	%
Tổng doanh thu	96.726	100,00%	109.839	100,00%	122.736	100,00%	13.113	13,56%	12.897	11,74%
Thu lãi	81.352	84,11%	93.134	84,79%	103.967	84,71%	11.782	14,48%	10.833	11,63%
Thu từ hoạt động dịch vụ	13.622	14,08%	14.128	12,86%	15.725	12,81%	506	3,71%	1.597	11,30%
Thu từ hoạt động khác	1.752	1,81%	2.577	2,35%	3.044	2,48%	825	47,09%	467	18,12%
Tổng chi phí	69.874	100,00%	76.285	100,00%	85.893	100,00%	6.411	9,18%	9.608	12,59%
Chi phí lãi	62.125	88,91%	66.211	86,79%	73.192	85,21%	4.086	6,58%	6.981	10,54%
Chi phí từ hoạt động dịch vụ	2.518	3,60%	4.113	5,39%	4.983	5,80%	1.595	63,34%	870	21,15%
Chi phí hoạt động khác	330	0,47%	391	0,51%	429	0,50%	61	18,48%	38	9,72%
Chi phí hoạt động	4.651	6,66%	5.214	6,83%	6.896	8,03%	563	12,10%	1.682	32,26%
Chi phí dự phòng rủi ro tín dụng	250	0,36%	356	0,47%	393	0,46%	106	42,40%	37	10,39%
Lợi nhuận trước thuế	26.852	100,00%	33.554	100,00%	36.843	100,00%	6.702	24,96%	3.289	9,80%

(Nguồn Agribank – PGD Nam Cửa Việt)

Nhận xét:

Trong giai đoạn 2023 - 2025, tổng doanh thu của ngân hàng có xu hướng tăng trưởng ổn định. Năm 2024, doanh thu tăng 13,56% so với năm 2023, và tiếp tục tăng 11,74% vào năm 2025. Nguyên nhân chính của sự tăng trưởng này đến từ việc ngân hàng mở rộng tín dụng, tăng trưởng khách hàng và cải thiện hiệu suất hoạt động. Ngoài ra, lãi suất cho vay ở mức cao trong giai đoạn này cũng góp phần gia tăng nguồn thu từ hoạt động tín dụng. Điều này cho thấy ngân hàng đang hoạt động hiệu quả, mở rộng được thị trường và gia tăng nguồn thu.

Về cơ cấu doanh thu, thu nhập từ lãi vay vẫn là nguồn thu chủ yếu, chiếm trên 84% tổng doanh thu, phản ánh sự phụ thuộc lớn vào hoạt động tín dụng. Trong khi đó, thu nhập từ hoạt động dịch vụ có sự sụt giảm nhẹ về tỷ trọng nhưng vẫn tăng về giá trị tuyệt đối, chứng tỏ ngân hàng có nỗ lực đa dạng hóa nguồn thu. Việc ngân hàng đầu tư mạnh vào dịch vụ nhằm giảm rủi ro từ tín dụng, tăng tính cạnh tranh và nâng cao trải nghiệm khách hàng thông qua các sản phẩm tài chính đa dạng. Ngoài ra, thu nhập từ

các hoạt động khác có sự tăng trưởng mạnh, đặc biệt tăng 47,09% vào năm 2024 và 18,12% vào năm 2025, cho thấy ngân hàng đang có những cải thiện đáng kể trong việc phát triển các dịch vụ phi tín dụng.

Tổng chi phí của ngân hàng cũng tăng theo thời gian. Năm 2024, chi phí tăng 9,18% so với năm 2023 và đến năm 2025 mức tăng đạt 12,59%. Đặc biệt, chi phí hoạt động có mức tăng cao, tăng 32,26% vào năm 2025, có thể ảnh hưởng đến biên lợi nhuận của ngân hàng nếu không có các biện pháp kiểm soát hợp lý. Ngoài ra, chi phí lãi vay cũng tăng, cho thấy ngân hàng đang chịu áp lực trong việc huy động vốn. Một điểm đáng chú ý là chi phí từ hoạt động dịch vụ có mức tăng đáng kể (63,34% vào năm 2024 và 21,15% vào năm 2025), cho thấy ngân hàng đang đầu tư nhiều hơn vào mảng dịch vụ để cạnh tranh trên thị trường.

Lợi nhuận trước thuế tiếp tục tăng trưởng nhưng có dấu hiệu chậm lại. Cụ thể, năm 2024 lợi nhuận tăng 24,96% so với năm 2023, nhưng đến năm 2025 chỉ còn tăng 9,80%. Điều này cho thấy mặc dù doanh thu vẫn tăng, nhưng chi phí cũng tăng nhanh, gây áp lực lên lợi nhuận. Tỷ trọng lợi nhuận trong tổng doanh thu có xu hướng giảm nhẹ, phản ánh sự gia tăng chi phí, đặc biệt là chi phí hoạt động và chi phí dịch vụ. Nguyên nhân tỷ lệ lợi nhuận giảm so với trước chủ yếu do áp lực từ việc mở rộng hoạt động kinh doanh, đầu tư vào công nghệ, dịch vụ khách hàng và các khoản chi phí liên quan đến tăng trưởng thị phần. Nếu xu hướng này tiếp tục, ngân hàng cần có các biện pháp kiểm soát chi phí hiệu quả hơn để duy trì tăng trưởng lợi nhuận trong tương lai.

Kết luận:

Ngân hàng AGRIBANK chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt đã có sự tăng trưởng ổn định về tài sản, nguồn vốn và doanh thu trong giai đoạn 2023 - 2025. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng lợi nhuận có dấu hiệu chậm lại do chi phí hoạt động gia tăng. Trong thời gian tới, ngân hàng cần tập trung kiểm soát chi phí, tối ưu hóa hoạt động tín dụng và đẩy mạnh các nguồn thu ngoài lãi để đảm bảo sự phát triển bền vững.

2.4. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN TRIỆU PHONG - PGD NAM CỬA VIỆT

2.4.1. Giới thiệu khách hàng cá nhân và phân loại khách hàng cá nhân

2.4.1.1. Giới thiệu khách hàng cá nhân

Khách hàng của Agribank là các cá nhân có nhu cầu sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính do ngân hàng cung cấp như gửi tiền, vay vốn, thanh toán chuyển tiền, sử dụng thẻ,...

2.4.1.2. Phân loại khách hàng cá nhân

a. Khách hàng Tín dụng

Khách hàng tín dụng bao gồm người vay vốn bao gồm các chủ tàu thuyền cần vốn vươn khơi, tiểu thương cần vốn lưu động thu mua hải sản và lực lượng cán bộ viên chức vay tiêu dùng, người lao động vay cho con đi xuất khẩu lao động,... Khác với sự điềm tĩnh của người đi gửi tiền, khách hàng vay vốn thường mang tâm lý sốt ruột, mong muốn giải ngân nhanh để kịp thời vụ làm ăn nhưng lại rất e ngại, thậm chí áp lực trước những thủ tục thẩm định và công chứng tài sản rườm rà.

Nhóm này thường quan tâm đến hạn mức vay, lãi suất cạnh tranh và thời hạn giải ngân linh hoạt. Họ đề cao sự đồng hành và thấu hiểu của cán bộ tín dụng trong việc hỗ trợ các thủ tục vay vốn đặc thù.

b. Khách hàng Huy động

Khách hàng Huy động vốn (người gửi tiền), đây là lực lượng cung cấp thiết yếu cho mọi hoạt động của chi nhánh. Nhóm này là các cô chú lớn tuổi đến nhận lương hưu, các hộ gia đình có nguồn kiều hối từ con cái đi xuất khẩu lao động, và đặc biệt là bà con ngư dân sau những chuyến biển trúng đậm tại các xã Nam Cửa Việt (Triệu An, Triệu Vân, Triệu Phước cũ) các tiểu thương kinh doanh tại chợ Bò Bản, chợ Thuận và dọc các tuyến phố du lịch biển. Tâm lý điển hình của nhóm này là sự thận trọng và niềm tin tuyệt đối vào uy tín của ngân hàng Nhà nước. Họ có thói quen giao dịch trực tiếp tại quầy và coi cuốn sổ tiết kiệm vật lý có dấu đỏ là minh chứng an toàn nhất cho tài sản của mình. Bên cạnh đó, nhóm này cực kỳ nhạy cảm với sự biến động của lãi suất tiền gửi và luôn mong đợi những sự tri ân hữu hình như quà tặng hiện vật hoặc sự thăm hỏi tận tình từ nhân viên chi nhánh vào các dịp lễ, Tết.

c. Khách hàng Thanh toán

Nhóm này bao gồm các đối tượng có nhu cầu giao dịch thường xuyên như: cán bộ công chức, giáo viên nhận lương qua tài khoản, các tiểu thương, chủ hộ kinh doanh tại cảng cá Cửa Việt dùng mã VietQR để thanh toán hàng hóa. Họ thường xuyên sử dụng dịch vụ thẻ, ứng dụng Agribank Plus để chuyển tiền, thanh toán hóa đơn điện nước và nạp tiền điện thoại. Nhóm này đặc biệt quan tâm đến tính tiện lợi, sự ổn định của hệ thống và các chính sách miễn phí giao dịch trực tuyến. Đặc điểm chung của nhóm này là sự trẻ trung, năng động, có khả năng tiếp cận công nghệ tốt và rất nhạy cảm với các yếu tố như phí dịch vụ, tính ổn định của hệ thống và sự tiện lợi khi thực hiện giao dịch.

2.4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong chăm sóc khách hàng tại Ngân Hàng Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt

2.4.2.1. Yếu tố về sản phẩm

a. Giá cả

Giá cả là một trong những yếu tố then chốt ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định lựa chọn và mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân, đặc biệt là nhóm khách hàng tín dụng. Đối với khách hàng vay vốn tại Agribank PGD Nam Cửa Việt, “giá cả” chủ yếu được thể hiện qua mức lãi suất cho vay, phí dịch vụ liên quan và các chính sách ưu đãi đi kèm.

Bảng 2.5: Bảng lãi suất cho vay bình quân và chênh lệch lãi suất bình quân năm 2026

Đơn vị: %/năm

NỘI DUNG	LÃI SUẤT CHO VAY
A. LÃI SUẤT CHO VAY	
I. Cho vay ngắn hạn đối với một số ngành, lĩnh vực ưu tiên theo chỉ đạo của Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước	4,0
II. Lãi suất cho vay thông thường	
1. Cho vay ngắn hạn	6,1 (tối thiểu)
2. Cho vay trung và dài hạn	7,8 (tối thiểu)
III. Cho vay thẻ tín dụng	15,0
B. LÃI SUẤT BÌNH QUÂN	
I. Lãi suất cho vay bình quân	8,38
II. Chi phí vốn bình quân	7,18
1. Lãi suất huy động bình quân	5,02

2. Chi phí khác (dự trữ bắt buộc, bảo hiểm tiền gửi, chi phí hoạt động...)	2,16
III. Chênh lệch lãi suất (NIM)	1,20

(Nguồn: Báo cáo nội bộ Agribank PGD Nam Cửa Việt, 2026)

Các mức lãi suất cho vay và lãi suất bình quân trên được hình thành dựa trên chính sách điều hành của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cùng với cơ chế tính toán nội bộ của các NHTM. Đối với lãi suất cho vay ưu tiên 4,0%, đây là mức lãi suất được áp dụng cho một số lĩnh vực ưu tiên như nông nghiệp, xuất khẩu, doanh nghiệp nhỏ và vừa theo quy định của Ngân hàng Nhà nước nhằm hỗ trợ phát triển kinh tế. Trong khi đó, lãi suất cho vay thông thường được ngân hàng xác định dựa trên nhiều yếu tố như chi phí huy động vốn, chi phí hoạt động, mức độ rủi ro của khách hàng và lợi nhuận kỳ vọng. Vì vậy, lãi suất cho vay ngắn hạn tối thiểu là 6,1%, còn cho vay trung và dài hạn tối thiểu là 7,8% do thời gian vay dài hơn và rủi ro cao hơn. Riêng lãi suất cho vay thế tín dụng ở mức 15%/năm vì đây là hình thức vay không có tài sản đảm bảo, rủi ro mất vốn cao và chi phí quản lý lớn.

Lãi suất cho vay bình quân 8,38% đây là mức lãi suất trung bình thực tế mà ngân hàng áp dụng cho toàn bộ khách hàng vay vốn. Trong khi đó, chi phí vốn bình quân 7,18% phản ánh tổng chi phí mà ngân hàng phải bỏ ra để có nguồn vốn cho vay. Chi phí này bao gồm lãi suất huy động bình quân 5,02% trả cho người gửi tiền và các chi phí khác như dự trữ bắt buộc, bảo hiểm tiền gửi, chi phí hoạt động, công nghệ và quản lý với tỷ lệ 2,16%. Từ đó, chênh lệch giữa lãi suất cho vay bình quân và chi phí vốn bình quân tạo ra NIM đạt 1,20%, đây là phần lợi nhuận lãi thuần của ngân hàng từ hoạt động tín dụng. Nói cách khác, ngân hàng huy động vốn với chi phí khoảng 7,18% rồi cho vay ra với mức bình quân 8,38%, phần chênh lệch 1,20% chính là nguồn lợi nhuận cốt lõi từ hoạt động kinh doanh tiền tệ.

Cách tính lãi suất và lãi suất bình quân:

Lãi suất cho vay tại chi nhánh được xây dựng trên hai cơ sở chính:

- Lãi suất cơ bản: Theo quy định chung của Agribank và định hướng của Ngân hàng Nhà nước (áp dụng lãi suất ưu đãi cho các lĩnh vực nông nghiệp, thủy sản, kinh tế biển).
- Lãi suất thực tế áp dụng: = Lãi suất cơ bản + biên độ điều chỉnh tùy theo mức độ rủi ro của khoản vay (đánh giá tín dụng CIC, tài sản đảm bảo, lịch sử quan

hệ tín dụng, nguồn thu nhập ổn định...).

- Lãi suất cho vay bình quân (8,38%) được tính theo công thức trung bình gia quyền dựa trên dư nợ thực tế của tất cả các khoản vay đang còn hiệu lực trong năm 2026:

$$\text{Lãi suất bình quân} = \frac{\sum(\text{Dư nợ khoản vay}_i \times \text{Lãi suất khoản vay}_i)}{\text{Tổng dư nợ cho vay}}$$

Tương tự, chi phí vốn bình quân (7,18%) là trung bình gia quyền của lãi suất huy động và các chi phí khác liên quan đến nguồn vốn.

Nhận xét:

Chính sách lãi suất của Agribank PGD Nam Cửa Việt mang tính hỗ trợ cao, thể hiện rõ vai trò của ngân hàng chính sách Nhà nước trong việc đồng hành cùng kinh tế biển và nông thôn tại huyện Triệu Phong.

Ưu điểm nổi bật:

- Mức lãi suất ưu đãi 4,0%/năm cho vay ngắn hạn lĩnh vực ưu tiên là mức rất cạnh tranh, giúp bà con ngư dân, chủ tàu và hộ kinh doanh dễ dàng tiếp cận vốn phục vụ mùa vụ, đóng tàu, mua ngư cụ. Đây là lợi thế lớn so với nhiều ngân hàng thương mại khác trên địa bàn.
- Lãi suất cho vay thông thường ở mức hợp lý (6,1% - 7,8%), phù hợp với thu nhập của người dân địa phương.
- Biên độ chênh lệch lãi suất (NIM) 1,20% tuy hẹp nhưng phản ánh chiến lược dài hạn: ưu tiên hỗ trợ khách hàng để xây dựng lòng trung thành và mở rộng thị phần.

Hạn chế:

- Lãi suất thẻ tín dụng ở mức 15,0%/năm còn cao so với khả năng chi trả của một bộ phận khách hàng cá nhân tại khu vực ven biển.
- Việc áp dụng lãi suất theo rủi ro đôi khi khiến một số khách hàng cảm thấy mức lãi suất thực tế cao hơn dự kiến ban đầu, dẫn đến thắc mắc hoặc so sánh với các ngân hàng khác.

➤ *Khách hàng Huy động*

Bảng 2.6: Bảng lãi suất tiền gửi cho khách hàng cá nhân năm 2026

Đơn vị: %

Kỳ hạn	VND	USD	EUR	JPY	Ngoại tệ khác
Không kỳ hạn	0.2%	0%	0%	-	-
1 Tháng	2.6%	0%	0%	-	-
2 Tháng	2.6%	0%	0%	-	-
3 Tháng	2.9%	0%	0%	-	-
4 Tháng	2.9%	0%	0%	-	-
5 Tháng	2.9%	0%	0%	-	-
6 Tháng	4.0%	0%	0%	-	-
7 Tháng	4.0%	0%	0%	-	-
8 Tháng	4.0%	0%	0%	-	-
9 Tháng	4.0%	0%	0%	-	-
10 Tháng	4.0%	0%	0%	-	-
11 Tháng	4.0%	0%	0%	-	-
12 Tháng	5.9%	0%	0%	-	-
13 Tháng	5.9%	0%	0%	-	-
15 Tháng	5.9%	0%	0%	-	-
18 Tháng	5.9%	0%	0%	-	-
24 Tháng	6.0%	0%	0%	-	-
Tiền gửi thanh toán	0.2%	0%	0%	0%	0%

Nhận xét: Bảng lãi suất huy động của Agribank cho thấy một chiến lược ổn định và tập trung mạnh vào dòng tiền dài hạn, phù hợp với tâm lý gửi tiền an toàn của khách hàng cá nhân tại địa bàn.

- Về đồng nội tệ (VND): Lãi suất có sự phân bậc rõ rệt theo kỳ hạn. Các kỳ hạn ngắn dưới 6 tháng có mức lãi suất thấp (2.6% - 2.9%), trong khi các kỳ hạn dài từ 12 tháng trở lên bứt phá lên mức 5.9% - 6.0%. Điều này cho thấy ngân hàng đang ưu tiên thu hút nguồn vốn ổn định để phục vụ cho vay trung và dài hạn (như đóng tàu, đầu tư máy móc).
- Về ngoại tệ (USD, EUR...): Duy trì mức lãi suất 0% theo quy định của Ngân hàng Nhà nước nhằm chống đô la hóa, ưu tiên huy động và sử dụng đồng Việt Nam.

- **Tính thanh khoản:** Lãi suất không kỳ hạn và tiền gửi thanh toán ở mức thấp (0.2%) nhằm khuyến khích khách hàng dịch chuyển dòng tiền sang các kỳ hạn có lãi suất cao hơn để tối ưu hóa lợi ích.

Chính sách lãi suất huy động hiện tại là một công cụ hiệu quả giúp Agribank Nam Cửa Việt duy trì nguồn vốn dồi dào, tạo nền tảng vững chắc để thực hiện các chính sách ưu đãi lãi suất cho vay đối với bà con địa phương.

➤ *Khách hàng Thanh toán*

Miễn 100% phí chuyển tiền trực tuyến. Trong khi tiền gửi thanh toán vẫn được hưởng lãi suất 0,2%/năm trên số dư, khách hàng lại tiết kiệm được khoản chi phí giao dịch đáng kể hàng tháng. Phí phát hành thẻ và duy trì dịch vụ thấp rất phù hợp với thu nhập của người lao động địa phương, giúp họ dễ dàng tiếp cận các dịch vụ ngân hàng hiện đại. Chính sách này không chỉ đơn thuần là cung cấp dịch vụ, mà còn là một hành động chăm sóc khách hàng chủ động, khẳng định sự thấu hiểu của Agribank đối với thu nhập và thói quen chi tiêu của người dân.

b. Chất lượng sản phẩm

➤ *Khách hàng Tín dụng*

Sự tin cậy và bảo mật: Là ngân hàng Nhà nước, Agribank tạo sự hài lòng tuyệt đối về tính an toàn cho tài sản của khách hàng. Hệ thống ngân hàng số ổn định, bảo mật sinh trắc học hiện đại giúp bà con yên tâm giao dịch mà không lo ngại rủi ro công nghệ.

Hỗ trợ tận nơi, giải ngân nhanh: Chất lượng dịch vụ được thể hiện qua sự nhiệt tình của cán bộ tín dụng khi trực tiếp xuống tận bến tàu, nhà dân để hướng dẫn hồ sơ. Quy trình được tối ưu hóa giúp rút ngắn thời gian giải ngân chỉ còn 3 - 5 ngày, giúp bà con kịp thời nắm bắt thời điểm ra khơi hoặc đầu tư mùa vụ. Tận dụng lợi thế trả lương qua tài khoản, chi nhánh tối giản hồ sơ cho các gói vay thấu chi và tiêu dùng. Chất lượng thể hiện ở việc phê duyệt nhanh chóng, giúp cán bộ công chức kịp thời xử lý các nhu cầu tài chính cá nhân mà không cần đi lại nhiều lần.

Minh bạch và chuyên nghiệp: Mọi thông tin về lãi suất, thời hạn trả nợ đều được tư vấn rõ ràng, giúp khách hàng chủ động kế hoạch tài chính. Sự minh bạch này xây dựng nên uy tín bền vững của Ngân hàng Nhà nước tại địa phương.

➤ *Khách hàng huy động*

Đối với bà con vùng biển, tiền gửi là của để dành sau bao sương gió. Chất lượng sản phẩm tiết kiệm nằm ở phôi sổ an toàn, thông tin minh bạch và uy tín 100% vốn Nhà nước của Agribank. Khách hàng cảm thấy an tâm tuyệt đối vì đồng vốn của mình luôn được bảo mật và chi trả đúng hạn.

Quy trình đối soát tiền mặt tại quầy và hệ thống tin nhắn báo biến động số dư tức thì tạo ra một quy trình khép kín, minh bạch, giúp khách hàng hoàn toàn tin tưởng vào chất lượng quản lý của chi nhánh.

➤ *Khách hàng thanh toán*

Hệ thống ATM tại khu vực luôn hoạt động 24/7 với lượng tiền mặt dồi dào, đáp ứng nhu cầu rút tiền chi trả phí của bà con.

Ứng dụng Agribank Plus được đánh giá cao về chất lượng nhờ giao diện tối giản, dễ sử dụng. Những tiểu thương, người lao động, cán bộ,... bận rộn tại chợ cũng có thể dễ dàng quét mã QR thanh toán hoặc chuyển khoản chỉ với vài thao tác, giúp việc mua bán hải sản trở nên nhanh chóng và chuyên nghiệp hơn.

c. *Sự đa dạng và tính linh hoạt*

➤ *Khách hàng Tín dụng*

Sản phẩm phong phú:

Bảng 2.7: Bảng danh mục các sản phẩm dành cho khách hàng Tín dụng

Nhóm sản phẩm	Tên sản phẩm cụ thể	Mục đích sử dụng	Đặc điểm nổi bật
Tiêu dùng & Đời sống	Vay mua nhà ở/đất ở	Mua nhà, đất, chung cư, nhà ở xã hội.	Thời hạn dài (đến 30 năm), hạn mức cao.
	Vay xây mới/sửa chữa nhà	Xây dựng, cải tạo, nâng cấp không gian sống.	Giải ngân theo tiến độ thi công thực tế.
	Vay mua ô tô	Mua xe phục vụ đi lại hoặc kinh doanh vận tải.	Thế chấp bằng chính chiếc xe mua.
	Vay tiêu dùng sinh hoạt	Mua sắm nội thất, đồ gia dụng, học tập, chữa bệnh.	Thủ tục nhanh, có thể vay tín chấp hoặc thế chấp.

	Vay thấu chi	Chỉ tiêu vượt số dư thực tế trên tài khoản.	Lãi suất chỉ tính trên số tiền thực tế chi vượt.
Sản xuất kinh doanh	Vay bổ sung vốn lưu động	Nhập hàng hóa, thanh toán chi phí vận hành.	Thường là vay ngắn hạn (dưới 12 tháng).
	Vay đầu tư tài sản cố định	Mua máy móc, thiết bị, xây dựng nhà xưởng.	Thời hạn trung và dài hạn.
	Vay theo hạn mức kinh doanh	Phục vụ quay vòng vốn liên tục cho hộ kinh doanh.	Rút và trả nợ linh hoạt trong phạm vi hạn mức.
Nông nghiệp	Vay phát triển nông thôn	Trồng trọt, chăn nuôi, thu mua nông sản.	Ưu đãi lãi suất theo chính sách nhà nước.
	Vay qua tổ liên kết	Hỗ trợ sản xuất quy mô nhỏ tại địa phương.	Thông qua Hội Phụ nữ, Hội Nông dân...
Đặc thù khác	Vay cầm cố GTCG	Vay tiền dựa trên Sổ tiết kiệm, Trái phiếu.	Phê duyệt cực nhanh (thường trong 30 phút).
	Vay du học/XKLĐ	Chứng minh tài chính, đóng học phí, phí xuất cảnh.	Hỗ trợ hồ sơ pháp lý đi kèm.

Danh mục sản phẩm cho vay hiện nay rất đa dạng bao quát toàn bộ nhu cầu từ tiêu dùng đến sản xuất kinh doanh của khách hàng. Việc phân loại chi tiết này không chỉ giúp ngân hàng tiếp cận chính xác từng phân khúc khách hàng mà còn tạo điều kiện thuận lợi để người vay lựa chọn được giải pháp tài chính tối ưu, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và sự hài lòng của khách hàng tại chi nhánh.

Cơ chế giải ngân theo tiến độ: Ngân hàng không giải ngân rập khuôn mà linh hoạt theo nhu cầu thực tế. Đối với bà con đóng tàu, vốn được rút theo từng giai đoạn hoàn thiện, đối với chủ tàu đánh bắt, vốn được cấp ngay trước khi vươn khơi. Cách

làm này giúp bà con tối ưu hóa việc sử dụng vốn, giảm thiểu tối đa chi phí lãi vay không cần thiết trong những khoảng thời gian nhàn rỗi.

Hình thức bảo đảm đa dạng, khơi thông dòng vốn: Ngân hàng linh động trong việc chấp nhận nhiều loại tài sản thế chấp như tàu thuyền, quyền sử dụng đất hoặc cho vay thấu chi qua lương. Sự linh hoạt này giúp xóa bỏ rào cản về tài sản, đưa nguồn tín dụng chính thống đến tận tay người dân Nam Cửa Việt một cách dễ dàng và hiệu quả nhất.

Nhận xét: Ngân hàng không chỉ cung cấp giải pháp tài chính bao quát từ tiêu dùng đến sản xuất mà còn thể hiện sự thấu hiểu địa phương qua việc giải ngân theo tiến độ thực tế và đa dạng hóa tài sản thế chấp (tàu thuyền, quyền sử dụng đất, lương). Chính sự cơ động này đã giúp khơi thông dòng vốn, xóa bỏ rào cản tài chính và gia tăng tối đa sự hài lòng cho khách hàng tại khu vực Nam Cửa Việt.

➤ *Khách hàng Huy động*

Sản phẩm phong phú, đúng nhu cầu:

Bảng 2.8: Bảng danh mục các sản phẩm dành cho khách hàng Huy động

Nhóm sản phẩm	Tên sản phẩm	Đặc điểm chi tiết
Tiết kiệm truyền thống	Tiết kiệm có kỳ hạn	Gửi tiền theo kỳ hạn cố định (từ 1 đến 36 tháng). Lãi suất cao và cố định.
	Tiết kiệm không kỳ hạn	Rút tiền linh hoạt bất cứ lúc nào nhưng lãi suất thường rất thấp.
Tiết kiệm tích lũy	Tiết kiệm gửi góp	Cho phép gửi thêm tiền nhiều lần trong kỳ hạn để tích lũy dần.
	Tiết kiệm an sinh	Dành cho mục đích hưu trí hoặc tích lũy dài hạn cho con cái.
Sản phẩm công nghệ	Tiết kiệm trực tuyến	Thao tác trên Mobile Banking, lãi suất thường cao hơn gửi tại quầy.
GTCG	Chứng chỉ tiền gửi	Hình thức huy động vốn dài hạn với lãi suất cạnh tranh, có

		thẻ chuyển nhượng.
--	--	--------------------

Các sản phẩm huy động được thiết kế đa dạng với kỳ hạn và hình thức gửi linh hoạt, tập trung tối ưu hóa lợi ích về lãi suất cho khách hàng. Việc đẩy mạnh các gói tiết kiệm trực tuyến và chứng chỉ tiền gửi giúp ngân hàng thu hút hiệu quả nguồn vốn nhàn rỗi, đảm bảo tính thanh khoản và tính an toàn tuyệt đối cho người gửi.

Phương thức trả lãi linh động: Khách hàng chủ động chọn nhận lãi cuối kỳ để tối ưu lợi nhuận (lên đến 6,0%/năm), hoặc nhận lãi định kỳ hàng tháng để có thêm chi phí trang trải sinh hoạt gia đình.

Tính cơ động của dòng vốn: Điểm cộng lớn là khả năng rút vốn linh hoạt khi có việc đột xuất. Bà con có thể rút trước hạn toàn bộ hoặc một phần số tiền gửi với thủ tục nhanh gọn, hoặc dùng sổ tiết kiệm để vay cầm cố lấy tiền mặt ngay mà vẫn giữ nguyên được quyền lợi lãi suất của kỳ hạn gốc.

Nhân xét: Sự đa dạng và tính linh hoạt trong sản phẩm huy động tại chi nhánh được thể hiện qua danh mục phong phú từ tiết kiệm truyền thống đến trực tuyến, giúp tối ưu hóa lợi ích cho mọi tầng lớp khách hàng. Điểm mạnh nổi bật là phương thức trả lãi linh hoạt và tính cơ động của dòng vốn, cho phép người dân rút tiền hoặc vay cầm cố sổ tiết kiệm nhanh chóng khi có nhu cầu đột xuất mà vẫn đảm bảo quyền lợi về lãi suất. Chính sự thấu hiểu nhu cầu tích lũy thực tế này đã giúp Agribank trở thành nơi gửi gắm niềm tin an toàn và hiệu quả cho nguồn vốn nhàn rỗi tại địa phương.

➤ Khách hàng Thanh toán

Thiết kế đa dạng:

Bảng 2.9: Bảng danh mục các sản phẩm dành cho khách hàng Thanh toán

Nhóm sản phẩm	Tên sản phẩm cụ thể	Công dụng chính
Tài khoản cá nhân	Tài khoản thanh toán	Nhận lương, chuyển khoản, thanh toán hóa đơn điện, nước, internet,...
	Tài khoản số đẹp	Thỏa mãn nhu cầu cá nhân hóa (số điện thoại, ngày sinh, phong thủy).
Thẻ ngân hàng	Thẻ ghi nợ	Kết nối trực tiếp với tài khoản thanh toán để rút tiền và quẹt thẻ.

	Thẻ tín dụng	Chi tiêu trước, trả tiền sau trong hạn mức được cấp.
Dịch vụ Ngân hàng số	Mobile Banking/ Internet Banking	Thực hiện giao dịch 24/7, quét mã QR, quản lý biến động số dư.
Thanh toán đặc thù	Thanh toán quốc tế	Chuyển tiền ra nước ngoài cho mục đích du học, định cư, trợ cấp.

Danh mục sản phẩm thanh toán chú trọng vào tính tiện ích và tốc độ giao dịch thông qua nền tảng ngân hàng số. Các dịch vụ như tài khoản số đẹp, thẻ ghi nợ và thanh toán QR không chỉ đáp ứng nhu cầu quản lý tài chính hiện đại mà còn giúp ngân hàng gia tăng tỷ lệ tiền gửi không kỳ hạn (CASA) và nguồn thu từ phí dịch vụ.

Khả năng kết nối đa nền tảng: Cho phép khách hàng liên kết tài khoản ngân hàng với các ví điện tử như Momo, ZaloPay để tận dụng tối đa các ưu đãi. Người dùng có thể chủ động thay đổi hạn mức giao dịch và lựa chọn phương thức xác thực (OTP hoặc sinh trắc học) ngay trên điện thoại tùy theo nhu cầu bảo mật cá nhân. Chính sự phong phú và linh hoạt này đã giúp các sản phẩm thanh toán của Agribank len lỏi vào mọi hoạt động đời sống, từ mua sắm dân sinh nhỏ lẻ đến các giao dịch kinh doanh lớn tại địa phương.

Nhân xét: Việc kết hợp giữa các sản phẩm truyền thống (thẻ ghi nợ) và hiện đại (tài khoản số đẹp, thẻ tín dụng) đã đáp ứng trọn vẹn nhu cầu quản lý tài chính 24/7 của khách hàng. Khả năng kết nối đa nền tảng với ví điện tử và tính linh hoạt trong việc tự quản lý hạn mức trên ứng dụng đã giúp dịch vụ thanh toán của Agribank trở nên gần gũi, phục vụ hiệu quả từ nhu cầu chi tiêu dân sinh đến các giao dịch kinh doanh lớn tại địa bàn.

d. Ưu điểm và hạn chế của yếu tố sản phẩm

➤ **Về ưu điểm:** Sản phẩm của Agribank Chi nhánh Nam Cửa Việt thể hiện ưu thế vượt trội nhờ sự gắn kết chặt chẽ với đặc thù kinh tế biển và đời sống của cộng đồng địa phương, cụ thể:

- **Giá cả:**
 - Chính sách giá hấp dẫn, có tính hỗ trợ cao: Lãi suất cho vay lĩnh vực ưu tiên thấp (4,0%/năm), lãi suất huy động dài hạn cao (5,9% - 6,0%/năm), và miễn

100% phí chuyển tiền trực tuyến giúp giảm tối đa chi phí cho người dân.

- **Chất lượng sản phẩm:**

- Uy tín tuyệt đối từ thương hiệu Ngân hàng Nhà nước mang lại sự an tâm về bảo mật và an toàn tài sản.
- Quy trình khép kín, minh bạch (đối soát tại quầy + tin nhắn báo số dư tức thì).
- Công nghệ số hiện đại: Ứng dụng Agribank Plus dễ sử dụng, bảo mật sinh trắc học cao, hạ tầng ATM dồi dào tiền mặt hoạt động 24/7 đáp ứng tốt nhu cầu bên bãi.

- **Sự đa dạng và tính linh hoạt:**

- Danh mục sản phẩm phong phú, bao quát toàn bộ nhu cầu từ sản xuất kinh doanh đến tiêu dùng, tích lũy.
- Cơ chế giải ngân linh hoạt theo tiến độ thực tế (rút vốn theo giai đoạn đóng tàu, trước khi vươn khơi), giúp khách hàng giảm chi phí lãi vay.
- Biện pháp bảo đảm đa dạng (chấp nhận tài sản đặc thù như tàu thuyền, thấu chi qua lương) giúp khơi thông dòng vốn.
- Rút vốn tiết kiệm linh hoạt hoặc dùng sổ vay cầm cố siêu tốc giúp bảo toàn lãi suất gốc.

➤ **Về hạn chế:** Mặc dù đạt được nhiều kết quả tích cực, yếu tố sản phẩm vẫn tồn tại một số rào cản nhất định ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng, cụ thể:

Lãi suất thẻ tín dụng (15,0%/năm) vẫn còn cao so với thu nhập bình quân của một bộ phận người dân vùng biển.

Điều kiện thế chấp khắt khe, tàu thuyền thường bị đánh giá thấp hơn thực tế, vướng mắc pháp lý đất đai làm hạn chế hạn mức vay lớn.

Cơ chế tính lãi suất theo mức độ rủi ro (CIC, tài sản đảm bảo) đôi khi gây thắc mắc, so sánh cho khách hàng khi lãi suất thực tế cao hơn dự kiến ban đầu.

Các dịch vụ công nghệ số cao (như xác thực sinh trắc học, giao dịch trên App) đôi khi gây khó khăn, bỡ ngỡ ban đầu cho nhóm đối tượng khách hàng lớn tuổi hoặc ngư dân ít tiếp cận công nghệ.

Do thiết kế quá nhiều gói và tên gọi sản phẩm dịch vụ khác nhau, đôi khi khiến người dân địa phương (vốn quen với phong cách đơn giản) cảm thấy bối rối, khó tự phân biệt nếu không có sự tư vấn trực tiếp từ cán bộ.

2.4.2.2. Yếu tố về con người

Bảng 2.10: Bảng thực trạng đội ngũ nhân sự chăm sóc khách hàng tại chi nhánh

Bộ phận	Số lượng (người)	Nhiệm vụ & Đặc điểm quản lý	Ưu điểm	Hạn chế
Bộ phận Tín dụng	6	Quản lý theo địa bàn và nhóm khách hàng chuyên biệt (chủ tài cá, tiểu thương, công chức)	Chuyên môn hóa cao, bám sát địa bàn và hỗ trợ tốt các hồ sơ kinh tế biến phức tạp.	Khối lượng hồ sơ trên mỗi cán bộ rất lớn, áp lực cao về độ chính xác và an toàn vốn.
Bộ phận Kế toán - Ngân quỹ	4	Xử lý giao dịch tại quầy, hồ sơ giải ngân và các nghiệp vụ ngân quỹ	Quy trình vận hành, thao tác hệ thống thuần thục, xử lý hồ sơ nhanh (3 - 5 ngày).	Nhân sự mỏng, dễ gây quá tải vào kỳ chi trả lương hoặc mùa vụ cao điểm.
Tổng cộng	10	Đội ngũ nhân sự duy trì ổn định	Năng suất lao động cá nhân cao, đang chuyển dịch sang hướng đa năng hóa.	Thời gian chờ đợi của khách bị kéo dài vào giờ cao điểm.

Hiện nay, bộ máy nhân sự trực tiếp liên quan đến công tác chăm sóc khách hàng tại chi nhánh duy trì ổn định với 10 cán bộ, được phân bổ chủ chốt tại bộ phận Tín dụng 6 nhân sự và bộ phận Kế toán - Ngân quỹ 4 cán bộ. Với đội ngũ 6 cán bộ tín dụng, mỗi nhân sự hiện đang đảm nhiệm quản lý một địa bàn hoặc nhóm khách hàng chuyên biệt như chủ tàu cá, tiểu thương hay khối công chức. Việc tăng cường định biên cho mảng tín dụng là bước đi chiến lược nhằm bám sát bến bãi, hỗ trợ ngư dân xử lý các hồ sơ vay vốn phức tạp theo chính sách kinh tế biển. Tuy nhiên, tỉ lệ nhân sự trên tổng dư nợ tăng trưởng mạnh cho thấy mỗi cán bộ đang gánh vác khối lượng hồ sơ lớn, tạo áp lực cao trong việc đảm bảo tính chính xác và an toàn vốn. Ở bộ phận Kế

toán - Ngân quỹ, dù chỉ với 4 cán bộ nhưng nhờ quy trình vận hành nhịp nhàng, các giao dịch thông thường và hồ sơ giải ngân vẫn được xử lý dứt điểm trong vòng 3 - 5 ngày. Điều này chứng minh năng suất lao động cá nhân rất cao nhờ vào kỹ năng thao tác hệ thống thuần thục của nhân viên.

Dù vậy, tình trạng quá tải vào các kỳ chi trả lương hoặc mùa vụ giải ngân. Khi lưu lượng khách hàng tập trung quá đông, đội ngũ giao dịch viên mỏng không thể đáp ứng tức thời, khiến thời gian chờ đợi bị kéo dài và trực tiếp ảnh hưởng đến chỉ số hài lòng của khách hàng. Để khắc phục, chi nhánh đang từng bước đào tạo cán bộ theo hướng đa năng hóa và đẩy mạnh hướng dẫn khách hàng sử dụng các kênh thanh toán tự động. Việc duy trì sự ổn định về số lượng nhưng không ngừng nâng cao chất lượng nhân sự đang giúp chi nhánh cân bằng hiệu quả giữa chi phí vận hành và mục tiêu tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng tại địa phương.

Ngoài ra, thái độ và tác phong làm việc của đội ngũ cán bộ là điểm sáng trong công tác chăm sóc khách hàng tại chi nhánh. Các cán bộ tín dụng luôn giữ vững tác phong sâu sát, trực tiếp xuống địa bàn để thấu hiểu khó khăn của bà con ngư dân, thể hiện sự tận tâm và trách nhiệm trong việc tư vấn.

Tại khu vực giao dịch, đội ngũ Kế toán - Ngân quỹ luôn duy trì thái độ chuẩn mực, niềm nở và sẵn sàng hỗ trợ khách hàng, ngay cả trong những thời điểm áp lực công việc cao nhất. Tác phong làm việc chuyên nghiệp, trang phục chỉnh tề theo quy định và việc tuân thủ các bước giao tiếp chuẩn mực đã tạo dựng được niềm tin và sự gần gũi đối với khách hàng tại địa phương. Sự kết hợp giữa năng lực nghiệp vụ và thái độ phục vụ cầu thị chính là yếu tố then chốt giúp chi nhánh giữ chân khách hàng truyền thống và thu hút thêm các phân khúc khách hàng mới.

➤ **Ưu điểm:** Bằng sự nỗ lực của toàn thể nhân viên PGD Nam Cửa Việt, yếu tố con người đã đạt được những ưu điểm, cụ thể:

Nâng cao năng lực chuyên môn: Chi nhánh định kỳ tổ chức các buổi đào tạo nghiệp vụ chuyên sâu, cập nhật quy trình tín dụng và các sản phẩm ngân hàng số mới nhất. Ngân hàng đã thiết lập các chỉ tiêu về thời gian xử lý hồ sơ nhằm rút ngắn tối đa thời gian chờ đợi tại quầy. Đối với các cán bộ tín dụng, tư vấn các phương án tài chính tối ưu, giúp doanh nghiệp và hộ dân địa phương tiếp cận nguồn vốn nhanh chóng và đúng quy định.

Thái độ ứng xử: Thay vì chỉ tập trung vào việc bán sản phẩm, nhân viên được khuyến khích dành thời gian tìm hiểu đặc thù kinh doanh của khách hàng, từ những áp lực dòng tiền của khách hàng. Ngân hàng đã triển khai bộ quy tắc ứng xử chuẩn mực, trong đó sự niềm nở và trách nhiệm là yêu cầu bắt buộc, giúp biến mỗi giao dịch thành một giải pháp hỗ trợ thực tế cho khách hàng.

Văn hóa phục vụ: Agribank Nam Cửa Việt đã xây dựng một hệ thống nhận diện thương hiệu nhất quán từ tác phong, trang phục đến ngôn ngữ giao tiếp. Ngân hàng thực hiện giám sát chặt chẽ thái độ phục vụ tại tất cả các điểm chạm, từ lực lượng bảo vệ hướng dẫn đỗ xe đến ban giám đốc tiếp đón khách hàng. Sự đồng bộ này không chỉ tạo nên hình ảnh chuyên nghiệp, uy tín mà còn củng cố niềm tin về một ngân hàng.

➤ **Hạn chế:** Mặc dù đạt được nhiều kết quả tích cực, yếu tố con người vẫn tồn tại những rào cản nhất định gây ảnh hưởng đến chất lượng trải nghiệm khách hàng, cụ thể là:

Quá tải nhân sự cục bộ: Đội ngũ mỏng gây khó khăn vào các kỳ cao điểm (kỳ trả lương, giải ngân), làm kéo dài thời gian chờ đợi và gây áp lực giao tiếp.

Chênh lệch năng lực số: Sự am hiểu về ngân hàng số không đồng đều giữa các thế hệ cán bộ, dẫn đến lúng túng khi xử lý sự cố công nghệ cho khách hàng.

Kỹ năng mềm còn rập khuôn: Tư vấn thiên về quy trình nghiệp vụ, thiếu sự linh hoạt và thấu cảm trước những khó khăn đặc thù của bà con.

2.4.3.3. Yếu tố về sự thuận tiện

a. Địa điểm và thời gian làm việc

Chi nhánh có vị trí đắc địa nằm bãi biển Cửa Việt, gần chợ, trường học, gần khu dân cư,... giúp bà con ngư dân, tiểu thương và người lao động giảm thiểu tối đa thời gian di chuyển. Thời gian làm việc được niêm yết rõ ràng từ Thứ 2 - Thứ 6 sáng từ 8h00 - 12h00, chiều từ 13h00 - 17h00, đồng thời đội ngũ cán bộ thường xuyên linh hoạt hỗ trợ thêm giờ hoặc xử lý hồ sơ ngay tại nơi để thuận tiện cho bà con. Hệ thống ATM được đặt tại điểm nút giao thông chính, đảm bảo nhu cầu rút tiền mặt khi cần thiết, hoạt động diễn ra xuyên suốt 24/7.

b. Sự thuận tiện trong quá trình vay vốn, trả lãi

Quy trình vay vốn được tinh gọn hóa thông qua việc tư vấn trực tiếp và thu thập hồ sơ linh động. Khách hàng không nhất thiết phải có mặt tại quầy mà có thể trao đổi thông tin qua điện thoại hoặc Zalo. Đặc biệt, việc trả gốc và lãi được thực hiện dễ dàng

thông qua tính năng trích nợ tự động hoặc thanh toán trên App, giúp bà con đang ở xa vẫn có thể hoàn thành nghĩa vụ tài chính đúng hạn, tránh được các khoản phạt quá hạn không đáng có.

Đặc biệt, chi nhánh đã triển khai cơ chế giải ngân trực tuyến đối với các hạn mức thấu chi hoặc các khoản vay tiêu dùng đã được phê duyệt trước. Thay vì phải đến ngân hàng ký tá nhiều lần, khách hàng chỉ cần thực hiện vài thao tác xác thực trên ứng dụng Agribank Plus để nhận tiền vào tài khoản ngay lập tức. Điều này đặc biệt có ý nghĩa với các tiểu thương cần vốn lấy hàng gấp trong ngày hoặc bà con ngư dân cần chi phí nhiên liệu trước khi ra khơi mà không kịp ghé chi nhánh.

c. Mạng lưới phân phối và phương thức thanh toán

Đối với một địa bàn mang tính đặc thù kinh tế biển và có sự phân hóa rõ rệt về nhu cầu giao dịch của các nhóm đối tượng khách hàng như Nam Cửa Việt, yếu tố tiện lợi và tốc độ luôn được đặt lên hàng đầu. Để xóa bỏ rào cản về khoảng cách địa lý cũng như thời gian, chi nhánh đã tập trung nguồn lực xây dựng mạng lưới phân phối đồng bộ và triển khai các giải pháp tài chính linh hoạt. Cụ thể:

Mạng lưới phân phối: Chi nhánh sở hữu vị thế giao dịch thuận lợi tại trung tâm hành chính - kinh tế biển, giúp việc tiếp cận các dịch vụ trực tiếp trở nên dễ dàng. Bên cạnh trụ sở chính, hệ thống máy ATM và máy nộp tiền tự động (CDM) được bố trí tại cổng chính của PGD tạo thành một mạng lưới phục vụ 24/7. Agribank Nam Cửa Việt đã thành công trong việc đưa "ngân hàng đến tận ngõ" thông qua ứng dụng Agribank Plus, biến mỗi chiếc điện thoại thông minh của người dùng và công chức thành một điểm giao dịch di động, xóa bỏ mọi rào cản về khoảng cách địa lý.

Về huy động vốn, phương thức gửi tiền tiết kiệm trực tuyến đang trở thành lựa chọn ưu tiên của khối công chức và những người trẻ tuổi tại địa phương. Với lãi suất thường cao hơn so với gửi tại quầy, khách hàng có thể chủ động mở sổ, tắt toán hoặc tái tục tiền gửi mọi lúc mọi nơi ngay trên điện thoại. Tính năng này không chỉ giúp bảo mật thông tin cá nhân mà còn giúp bà con quản lý dòng tiền nhàn rỗi một cách hiệu quả, không lo mất mát hay hỏng hóc sổ giấy truyền thống.

Phương thức thanh toán: Ngân hàng đã chuyển đổi mạnh mẽ từ thanh toán tiền mặt truyền thống sang các hình thức thanh toán điện tử. Tại các sạp hàng ở chợ Bò bản, chợ Thuận, quán nhậu,...và các điểm thu mua hải sản, phương thức thanh toán qua mã VietQR phát triển rầm rộ, giúp người dùng giao dịch nhanh chóng và chính

xác. Đối với khối công chức, các dịch vụ thanh toán hóa đơn tự động (điện, nước, học phí) và chuyển khoản nhanh Napas 24/7 mang lại sự tiện lợi tối ưu, giúp khách hàng tiết kiệm thời gian và quản lý tài chính khoa học hơn.

d. Các kênh tương tác

Trong kỷ nguyên số hóa ngành ngân hàng hiện nay, việc thiết lập các phương thức giao tiếp linh hoạt và xây dựng lòng tin dựa trên sự an toàn công nghệ là những yếu tố cốt lõi để giữ chân khách hàng cá nhân. Nhằm thu hẹp khoảng cách giữa dịch vụ tài chính hiện đại với người dân vùng biển, PGD Nam Cửa Việt đã chủ động đa dạng hóa các hình thức tiếp cận, bao gồm:

Kênh tương tác trực tiếp tại quầy: Đây là kênh tương tác truyền thống nhưng hiệu quả nhất tại địa phương. Khách hàng được hỗ trợ trực tiếp bởi đội ngũ giao dịch viên và cán bộ tín dụng. Điểm khác biệt là cán bộ ngân hàng chủ động tương tác ngay tại chỗ hoặc các buổi sinh hoạt cộng đồng để tư vấn chính sách, tạo sự gần gũi và thấu hiểu giữa ngân hàng với bà con.

Kênh tương tác trực tuyến và mạng xã hội: Chi nhánh khai thác triệt để sức mạnh của Zalo và Facebook để kết nối với khách hàng. Các nhóm Zalo theo từng phân khúc khách hàng (như nhóm tiểu thương, nhóm chủ tàu, nhóm công chức, nhóm người lao động,...) giúp ngân hàng truyền tải thông tin về lãi suất, chương trình khuyến mãi và cảnh báo an toàn bảo mật một cách tức thời. Khách hàng có thể đặt câu hỏi và nhận được sự phản hồi nhanh chóng từ cán bộ phụ trách mà không cần phải di chuyển đến ngân hàng.

Kênh tổng đài và phản hồi tự động: Hệ thống Hotline chăm sóc khách hàng được duy trì để tiếp nhận các yêu cầu khẩn cấp như khóa thẻ, báo mất tài khoản hoặc khiếu nại dịch vụ. Ngoài ra, việc lắng nghe ý kiến thông qua hòm thư góp ý tại trụ sở giúp chi nhánh kịp thời điều chỉnh chất lượng phục vụ, đảm bảo mọi vướng mắc của khách hàng đều được ghi nhận và xử lý thỏa đáng.

e. Yếu tố công nghệ và bảo mật

Trong hành trình chuyển đổi số và nâng cao trải nghiệm khách hàng, Agribank Nam Cửa Việt không chỉ chú trọng đến tính tiện lợi thông qua công nghệ định danh eKYC, mà còn đặt yếu tố an toàn lên hàng đầu với hệ thống bảo mật giao dịch đa lớp. Điều này được thể hiện rõ nét:

Công nghệ định danh eKYC: Agribank Nam Cửa Việt đẩy mạnh ứng dụng công

nghe định danh điện tử (eKYC), cho phép khách hàng mới mở tài khoản và đăng ký dịch vụ ngân hàng số chỉ bằng cách quét khuôn mặt và giấy tờ tùy thân, rút ngắn khoảng cách giữa người dân vùng biển với các dịch vụ tài chính hiện đại.

Hệ thống bảo mật: Mọi giao dịch trực tuyến, từ giải ngân đến chuyển tiền, đều được bảo mật đa lớp thông qua mã Soft OTP và xác thực sinh trắc học (vân tay, khuôn mặt), đảm bảo an toàn tuyệt đối cho tài sản của khách hàng trước các rủi ro gian lận mạng.

f. Ưu điểm và hạn chế của yếu tố sự thuận tiện

➤ **Ưu điểm:** Xác định sự hài lòng và tiện ích của khách hàng là thước đo cho mọi cải tiến, chi nhánh đã tập trung đổi mới mạnh mẽ để đạt được những ưu điểm sau:

Quy trình tối giản và tinh gọn: Thấu hiểu đặc thù bận rộn của ngư dân và các doanh nghiệp ven biển, chi nhánh đã thực hiện rà soát và lược bỏ các bước trung gian không cần thiết trong quy trình cấp tín dụng, khách hàng chỉ cần làm việc với một nhân viên duy nhất để giải quyết đa dạng nhu cầu từ mở tài khoản, đăng ký thẻ đến vay vốn, từ đó giảm thiểu tối đa thời gian chờ đợi và đi lại.

Tính sẵn có và dễ tiếp cận: Chi nhánh đẩy mạnh triển khai ứng dụng Agribank Plus với giao diện thân thiện, dễ sử dụng, cho phép khách hàng thực hiện các giao dịch thanh toán, chuyển khoản và gửi tiết kiệm trực tuyến chỉ với vài thao tác chạm.

Thời gian phục vụ linh hoạt: Ngoài giờ làm việc chính thức, cán bộ ngân hàng còn hỗ trợ xử lý hồ sơ ngoài giờ hoặc tại địa điểm của khách hàng khi cần thiết, tạo điều kiện thuận lợi cho người dân và tiểu thương.

➤ **Hạn chế:** Mặc dù đã có những bước tiến dài về công nghệ và mạng lưới, thực trạng tại chi nhánh vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần khắc phục.

Thứ nhất, dù hệ thống ATM được bố trí tại điểm nút giao thông nhưng mật độ máy nộp tiền tự động (CDM) vẫn còn mỏng, chưa bao phủ hết các khu vực dân cư xa trung tâm, khiến việc nộp tiền mặt ngoài giờ hành chính đôi khi vẫn bất tiện.



TÔI LÀ DÂN TRIỆU BÌNH · Theo dõi

Phan Tiến · 15 thg 9, 2025 · 🌐

Xin kiến nghị quý lãnh đạo xã ý kiến, tham mưu, phối hợp, đề nghị với ngân hàng Agribank lắp 1 cây ATM ở địa bàn để dân mình thuận tiện trong việc gửi và rút tiền, nhất là trong các dịp Lễ, Tết. Xin cảm ơn

Hình 2.4: Một bài viết của người dân kiến nghị lắp thêm máy ATM

Thứ hai, thời gian làm việc hành chính (từ thứ 2 đến thứ 6) đôi lúc chưa thực sự khớp với nhịp điệu của ngư dân khi tàu cập bến vào ngày nghỉ hoặc khung giờ sớm, dù cán bộ đã nỗ lực hỗ trợ linh hoạt nhưng chưa có một quy trình trực ngoài giờ chính thức.

Thứ ba, hệ thống tương tác 24/24 hiện nay vẫn phụ thuộc lớn vào nỗ lực cá nhân của cán bộ tin dụng qua Zalo/Facebook, dẫn đến việc tư vấn có thể bị gián đoạn vào ban đêm hoặc ngày lễ.

Cuối cùng, tại một số khu vực chợ truyền thống hoặc ven biển, tốc độ đường truyền ngân hàng số đôi khi gặp tình trạng nghẽn cục bộ, gây ảnh hưởng đến tính tức thời của các phương thức thanh toán không tiền mặt.

2.4.3. Các nguyên tắc chăm sóc khách hàng tại ngân hàng Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt.

Hoạt động chăm sóc khách hàng tại Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt được xây dựng dựa trên các chuẩn mực chung của hệ thống, cụ thể được quy định trong *Cẩm nang Văn hóa Agribank (ban hành kèm theo Quyết định số 1358/QĐ-NHNo-HS của Hội đồng Thành viên Agribank)*. Tại trang 8 (Phần 2: Hệ giá trị cốt lõi) và trang 27 (Phần 4: Quy tắc ứng xử), văn bản đã xác lập những nguyên tắc hành vi then chốt đối với cán bộ ngân hàng, cụ thể như sau:

Tâm huyết và Chu đáo: Luôn phục vụ bằng sự tận tâm, lắng nghe và thấu hiểu nhu cầu của khách hàng. Nhân viên chủ động lắng nghe, thấu hiểu khó khăn thực tế của người dân (như thời tiết, bão biển làm ảnh hưởng dòng tiền trả nợ) và kiên nhẫn "cầm tay chỉ việc", hướng dẫn khách hàng lớn tuổi thao tác công nghệ/viết phiếu.

Chuyên nghiệp: Thực hiện nghiệp vụ chính xác, nhanh chóng, đúng quy trình, quy định. Đảm bảo tính chính xác tuyệt đối khi làm hồ sơ, kiểm đếm tiền mặt hay thẩm định tài sản để giữ an toàn vốn; đồng thời tối ưu hóa quy trình để giải ngân đúng hạn cam kết, giúp khách hàng kịp thời vụ sản xuất.

Trung thực và Minh bạch: Công khai các mức phí, lãi suất và đảm bảo an toàn tuyệt đối thông tin khách hàng. Giải thích chi tiết mọi loại phí dịch vụ phát sinh và cách tính lãi suất ngay từ đầu để khách hàng không bị bất ngờ; tư vấn đúng bản chất gói vay/gói khuyến mãi, đồng thời bảo mật tuyệt đối thông tin tài khoản của khách hàng.

Hoạt động chăm sóc khách hàng tại chi nhánh còn được chuẩn hóa chuyên môn theo *Quyết định số 222/QĐ-NHNo-CSKH của Tổng Giám đốc Agribank. Cụ thể, tại trang 2 và trang 3 (Chương I, Điều 4),*

Nguyên tắc Khách hàng là trung tâm: Mọi hoạt động CSKH phải căn cứ trên sự hài lòng, nhu cầu thực tế và bảo vệ quyền lợi hợp pháp của khách hàng. Đây là kim chỉ nam cho mọi hành động của cán bộ chi nhánh. Từ khâu thiết kế quầy giao dịch, bố trí chỗ ngồi chờ đến thái độ tiếp đón của lực lượng bảo vệ, tất cả đều hướng tới sự thoải mái của khách hàng. Tại một địa bàn mà phần lớn người dân bận rộn với lịch trình đi biển hoặc buôn bán, chi nhánh luôn linh hoạt ưu tiên xử lý nhanh các thủ tục giao dịch rút tiền mặt, nộp tiền hoặc đối soát vào khung giờ sáng sớm khi tàu vừa cập cảng.

Nguyên tắc Thống nhất và Xuyên suốt: Hoạt động CSKH được thực hiện đồng bộ từ trụ sở chính đến các chi nhánh và trong tất cả các giai đoạn cung ứng dịch vụ. Mọi quy trình tiếp đón, ngôn từ giao tiếp chuẩn mực, và trang phục của nhân viên đều được đồng bộ hóa theo bộ nhận diện thương hiệu Agribank. Sự thống nhất này đảm bảo rằng dù khách hàng tương tác trực tiếp tại quầy Kế toán - Ngân quỹ hay làm việc với cán bộ Tín dụng tại bến bãi, họ đều nhận được một chất lượng phục vụ nhất quán, chuyên nghiệp và đáng tin cậy.

Nguyên tắc Phân nhóm khách hàng: Thực hiện chính sách chăm sóc khác biệt dựa trên đặc điểm của từng nhóm. Chi nhánh chủ động phân tách tệp khách hàng thành các nhóm chuyên biệt: nhóm ngư dân, nhóm tiểu thương, nhóm cán bộ công chức và nhóm người cao tuổi nhận kiều hối. Đối với mỗi nhóm, nguyên tắc ứng xử sẽ được điều chỉnh linh hoạt. Ví dụ, với người cao tuổi mắt kém ngại công nghệ, nhân viên áp dụng nguyên tắc kiên nhẫn, hỗ trợ điền tờ khai và đọc to thông tin. Với nhóm công chức cần tốc độ, nhân viên ưu tiên hướng dẫn thao tác nhanh trên ứng dụng ngân hàng số.

Nguyên tắc Kịp thời và Hiệu quả: Các phản hồi, khiếu nại của khách hàng phải được xử lý ngay lập tức với quy trình đơn giản, hiệu quả nhất. Chi nhánh quán triệt nguyên tắc không để khách hàng phải ra về trong sự mập mờ hoặc bức xúc. Mọi thắc mắc về sai lệch số dư, lỗi đường truyền khi quét mã VietQR tại các sạp chợ đều được nhân viên quầy tiếp nhận và phối hợp xử lý ngay tại chỗ. Việc phản hồi tiến độ tra soát một cách nhanh chóng giúp củng cố niềm tin vững chắc của người dân vào uy tín của một ngân hàng Nhà nước.

2.4.4. Quy trình chăm sóc khách hàng cá nhân tại ngân hàng Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt

2.4.4.1. Trước quá trình cung ứng dịch vụ

a. Khách hàng Tín dụng

➤ *Mục đích:* Không chỉ dừng lại ở việc bán sản phẩm vay vốn, Agribank PGD Nam Cửa Việt định vị mình là chuyên gia tư vấn giải pháp tài chính toàn diện, giúp khách hàng nhận diện đúng nhu cầu vốn, lựa chọn gói vay phù hợp với khả năng trả nợ và dòng tiền thực tế, từ đó đảm bảo an toàn tài chính cá nhân và giảm thiểu rủi ro. Qua đó, chi nhánh tạo dựng ấn tượng về sự minh bạch, tận tâm ngay từ giai đoạn tiếp cận đầu tiên.

➤ *Chính sách:*

- Tư vấn và thẩm định miễn phí: Miễn toàn bộ phí nộp hồ sơ vay vốn, phí tư vấn phương án vay tiêu dùng/kinh doanh.
- Định giá tài sản bảo đảm với mức phí ưu đãi phối hợp từ chi nhánh hỗ trợ cho khách hàng vùng nông nghiệp nông thôn Cửa Việt.
- Áp dụng thường quy trong suốt quy trình tiếp cận khách hàng năm 2026.

➤ *Nội dung triển khai:*

Trong thực tế tại khu vực Nam Cửa Việt, phần lớn khách hàng Tín dụng là ngư dân, chủ tàu và tiểu thương nên chi nhánh luôn chủ động tiếp cận thay vì chờ khách hàng đến quầy.

Bước 1: Tìm kiếm và phân loại khách hàng: Cán bộ Tín dụng thường xuyên rà soát danh sách khách hàng cũ đã từng vay vốn, đồng thời phối hợp với tổ vay vốn, Hội Nông dân, Hội Phụ nữ và chính quyền địa phương để nắm bắt khách hàng tiềm năng mới. Sau đó phân nhóm theo nhu cầu cụ thể: vay mua ngư cụ và nhiên liệu, vay đóng mới/sửa chữa tàu, vay kinh doanh hậu cần nghề cá hoặc vay tiêu dùng.

Bước 2: Chuẩn bị nội dung tư vấn: Trước khi tiếp cận, cán bộ cập nhật kịp thời các chính sách lãi suất ưu đãi mới nhất, chuẩn bị sẵn bộ hồ sơ mẫu, bảng tính toán dòng tiền và các kịch bản tư vấn phù hợp với từng nhóm khách hàng (ví dụ: lịch trả nợ theo mùa vụ biển cho ngư dân).

Bước 3: Tiếp cận và khơi gợi nhu cầu: Cán bộ Tín dụng trực tiếp xuống bến cảng, thôn xóm hoặc tham gia sinh hoạt tổ vay vốn tại địa phương. Qua những cuộc trò chuyện gần gũi, cán bộ giới thiệu dịch vụ, phát tờ rơi và lắng nghe khó khăn thực tế

của bà con về vốn sản xuất, từ đó khơi gợi nhu cầu vay vốn một cách tự nhiên.

Bước 4: Tư vấn sơ bộ và thẩm định nhanh: Sau khi nắm bắt nhu cầu, cán bộ lắng nghe kỹ, kiểm tra sơ bộ điều kiện vay (tài sản đảm bảo, nguồn thu nhập, lịch sử tín dụng CIC), sau đó tư vấn gói vay phù hợp nhất, kèm phương án trả nợ tối ưu theo chu kỳ kinh doanh của khách hàng.

Bước 5: Theo dõi và hỗ trợ quyết định: Chi nhánh duy trì liên lạc thường xuyên qua Zalo, điện thoại để giải đáp thắc mắc, nhắc nhở hoàn thiện hồ sơ và hỗ trợ khách hàng chuẩn bị giấy tờ cần thiết, tạo sự yên tâm trước khi chuyển sang giai đoạn thẩm định chính thức.

Nhận xét: Qua hoạt động trên cho thấy Agribank Nam Cửa Việt không chỉ tập trung vào cho vay mà còn chú trọng xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng thông qua tư vấn tận tình và hỗ trợ sát thực tế. Việc chủ động tìm kiếm, phân loại khách hàng và đưa ra giải pháp tài chính phù hợp đã giúp khách hàng cảm thấy được quan tâm, từ đó nâng cao lòng tin và chất lượng chăm sóc khách hàng ngay từ khâu đầu tiên.

b. Khách hàng Huy động

➤ *Mục đích:* Thu hút nguồn tiền nhàn rỗi từ dân cư, đặc biệt là tiền kiều hối và thu nhập từ nghề biển để bổ sung nguồn vốn cho chi nhánh. Đồng thời tăng cường nhận diện thương hiệu Agribank tại khu vực Nam Cửa Việt và tạo tiền đề bán chéo các sản phẩm khác như thẻ, bảo hiểm, thanh toán.

➤ *Chính sách:*

- Chương trình “Gửi tiền - Nhận quà liền tay” với các hiện vật thiết thực như áo mưa, mũ bảo hiểm, bộ ấm chén. Thời gian áp dụng cố định (Đầu năm & Cuối năm 2026): Từ 20/01/2026 đến 31/03/2026 và Từ 01/10/2026 đến 31/12/2026
- Cộng thêm lãi suất 0,1% - 0,2%/năm cho khách hàng gửi tiền trực tuyến qua App Agribank Plus. Áp dụng liên tục và xuyên suốt cả năm 2026 (Từ 01/01/2026 đến hết 31/12/2026).

➤ *Nội dung triển khai:*

Thực tế tại Nam Cửa Việt, khách hàng huy động chủ yếu là người cao tuổi, gia đình có người đi xuất khẩu lao động và ngư dân sau mùa đánh bắt. Chi nhánh tận dụng đặc thù này để tiếp cận hiệu quả.

Bước 1: Khai thác dữ liệu và tìm kiếm: Nhân viên rà soát danh sách khách hàng nhận lương hưu, nhận kiều hối, khách hàng cũ có số dư tài khoản cao và nắm bắt lịch

chi trả ngân sách, mùa vụ thu hoạch hải sản để xác định thời điểm phù hợp tiếp cận.

Bước 2: Chuẩn bị công cụ tiếp cận: Cán bộ cập nhật biểu lãi suất, chương trình khuyến mãi mới nhất và chuẩn bị tờ rơi, quà tặng nhỏ mang tính thực tiễn cao để tạo ấn tượng khi gặp khách hàng.



Hình 2.5: Tờ rơi khuyến mãi của Ngân hàng Agribank



Hình 2.6: Quà tặng gặp mặt của Ngân hàng Agribank

Bước 3: Tư vấn và thuyết phục: Với khách hàng trẻ và công chức, nhân viên hướng dẫn sử dụng App để gửi tiết kiệm nhanh chóng, tiện lợi. Với bà con ngư dân và người cao tuổi, cán bộ trực tiếp giải thích về sự an toàn của ngân hàng Nhà nước, lãi suất cạnh tranh và các quyền lợi được bảo vệ bằng pháp luật, đồng thời chia sẻ câu chuyện thực tế về khách hàng đã gửi tiết kiệm thành công.

Bước 4: Thiết lập cam kết và hẹn giao dịch: Sau khi tư vấn, cán bộ giải đáp thắc

mắc về rút vốn trước hạn, lãi suất và các điều khoản, sau đó hẹn thời gian cụ thể để khách hàng đến chi nhánh hoặc hỗ trợ đưa đón nếu cần, nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất cho khách hàng.

Nhân xét: Agribank Nam Cửa Việt đã thể hiện sự chú trọng trong công tác huy động vốn bằng cách kết hợp linh hoạt giữa lãi suất cạnh tranh, quà tặng thiết thực và tư vấn tận tình phù hợp với từng đối tượng. Việc chủ động tiếp cận và hỗ trợ khách hàng không chỉ giúp mở rộng nguồn vốn ổn định mà còn góp phần nâng cao hình ảnh thương hiệu gần gũi, tin cậy của ngân hàng tại địa phương.

c. Khách hàng Thanh toán

➤ *Mục đích:* Gia tăng số lượng tài khoản thanh toán và người dùng App Agribank Plus. Thu hút tiền gửi không kỳ hạn (CASA) để giảm chi phí vốn, đồng thời thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt theo chủ trương của Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước tại địa bàn ven biển.

➤ *Chính sách:*

- Miễn phí trọn gói: Miễn phí mở tài khoản chọn số đẹp, miễn phí phát hành thẻ chip nội địa/quốc tế, miễn phí đăng ký dịch vụ Agribank Plus tại quầy giao dịch.
- Tặng 100.000đ trực tiếp vào tài khoản cho khách hàng mở mới tài khoản thanh toán và phát sinh giao dịch.
- Tặng voucher giảm giá hoặc hoàn tiền khi liên kết ví điện tử (Momo, ZaloPay, ShopeePay).
- Duy trì liên tục từ đầu năm đến hết 31/12/2026 (hoặc đến khi hết ngân sách).

➤ *Nội dung triển khai:*

Thực tế cho thấy nhóm khách hàng thanh toán tại chi nhánh ngày càng trẻ hóa, bao gồm tiểu thương chợ, công chức và một bộ phận ngư dân trẻ. Chi nhánh chủ động tiếp cận để chuyển đổi thói quen giao dịch truyền thống sang hiện đại.

Bước 1: Chủ động tiếp cận và tạo thiện cảm: Nhân viên giao dịch hoặc cán bộ kinh doanh chủ động chào hỏi khách hàng đang thực hiện giao dịch tiền mặt tại quầy hoặc gặp gỡ tại chợ, cảng cá, tạo không khí thân thiện để khách hàng dễ chia sẻ nhu cầu.

Bước 2: Tìm hiểu nhu cầu chi tiêu và giao dịch: Qua trò chuyện, cán bộ nắm bắt thói quen thanh toán hàng ngày của khách hàng (mua ngư cụ, thanh toán hóa đơn,

chuyển tiền cho con cái đi xuất khẩu lao động...) để xác định nhu cầu sử dụng thẻ và ứng dụng ngân hàng số.

Bước 3: Giới thiệu lợi ích: Cán bộ trình bày rõ ràng lợi ích của dịch vụ thanh toán như chuyển khoản nhanh 24/7, thanh toán QR tiện lợi, tích điểm thưởng, ưu đãi hoàn tiền và đặc biệt là tính an toàn, bảo mật cao.

Bước 4: Tư vấn loại thẻ và gói dịch vụ phù hợp: Dựa trên nhu cầu và khả năng tài chính, cán bộ tư vấn lựa chọn loại thẻ (thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng) và hướng dẫn cách sử dụng App Agribank Plus một cách đơn giản nhất.

Bước 5: Hướng dẫn làm thủ tục và hỗ trợ kích hoạt: Nhân viên hỗ trợ khách hàng làm thủ tục mở thẻ ngay tại chỗ, kích hoạt ứng dụng, thiết lập bảo mật sinh trắc học và hướng dẫn thực hiện một số giao dịch mẫu để khách hàng làm quen.

Nhân xét: Agribank Nam Cửa Việt đang đẩy mạnh phát triển dịch vụ thanh toán số một cách thiết thực, phù hợp với xu hướng tại địa phương. Việc chủ động tiếp cận, tư vấn cụ thể và hỗ trợ “cầm tay chỉ việc” không chỉ giúp gia tăng số lượng người dùng App mà còn góp phần thúc đẩy thói quen thanh toán không dùng tiền mặt, giảm chi phí vốn và nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng.

2.4.4.2. Trong quá trình cung ứng dịch vụ

Trong hoạt động chăm sóc khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt, giai đoạn “trong quá trình cung ứng dịch vụ” đóng vai trò then chốt, quyết định trực tiếp đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng. Đây là thời điểm khách hàng trực tiếp tương tác với quy trình nghiệp vụ, nhân viên và hệ thống của ngân hàng. Tại một địa bàn ven biển đặc thù như Nam Cửa Việt, nơi khách hàng chủ yếu là ngư dân, tiểu thương và người dân lao động, giai đoạn này không chỉ đòi hỏi tính chính xác, an toàn theo quy định mà còn cần sự linh hoạt, tận tình và thấu hiểu hoàn cảnh thực tế của bà con. Chi nhánh luôn nỗ lực cân bằng giữa việc tuân thủ nghiêm ngặt quy trình tín dụng, huy động và thanh toán với việc tạo cảm giác thuận tiện, minh bạch và được hỗ trợ tối đa cho khách hàng.

a. Khách hàng Tín dụng

➤ *Mục đích:* Giai đoạn cung ứng dịch vụ tín dụng tại Agribank PGD Nam Cửa Việt nhằm thực hiện đúng và đầy đủ quy trình nghiệp vụ tín dụng theo quy định của Agribank và Ngân hàng Nhà nước, hạn chế tối đa sai sót trong hồ sơ, đồng thời rút ngắn thời gian chờ đợi để tạo sự thuận tiện, thoải mái cho khách hàng khi thực hiện

các thủ tục vay vốn vốn dĩ phức tạp. Bên cạnh đó, chi nhánh chú trọng xác minh tính trung thực của thông tin khách hàng cung cấp nhằm quản trị rủi ro hiệu quả, đảm bảo an toàn vốn nhưng vẫn giữ được thái độ gần gũi, hỗ trợ.

➤ *Chính sách:*

- Tặng bảo hiểm tiền vay hoặc giảm phí định giá tài sản đảm bảo cho khách hàng.

- Thời gian áp dụng: Xuyên suốt 2026 (Từ 01/01/2026 đến 31/12/2026).
- Thời điểm thực hiện cụ thể trong quy trình:

Giảm phí định giá tài sản: Thực hiện ở giai đoạn trước khi giải ngân (khi thẩm định và lập hồ sơ vay). Mức giảm (từ 50% đến 100% phí định giá tùy loại tài sản) được khấu trừ ngay khi chi nhánh ra thông báo giá trị tài sản bảo đảm.

Tặng bảo hiểm tiền vay (Bảo an tín dụng): Thực hiện ngay tại thời điểm ký hợp đồng Tín dụng.

- Các đợt đẩy mạnh: Thường được chi nhánh tập trung mạnh nhất vào Quý 2 và Quý 3/2026 (Giai đoạn cao điểm giải ngân vốn phục vụ sản xuất kinh doanh hè, chăn nuôi, nuôi trồng thủy sản vùng Cửa Việt hoặc vay mua sắm, sửa sang nhà cửa trước mùa mưa bão tại miền Trung).

- Tặng quà hiện vật thiết thực (nón bảo hiểm, bộ ly, áo mưa) khi ký hợp đồng và giải ngân thành công.

- Thời gian thực hiện theo các chiến dịch cụ thể trong năm 2026:

Đợt 1 (Xuyên Tết và Đầu xuân): Từ 20/01/2026 đến 31/03/2026. Áp dụng cho các khoản vay khai xuân, vay bổ sung vốn lưu động đầu năm của các hộ kinh doanh, tiểu thương tại địa bàn.

Đợt 2 (Chào mừng ngày thành lập Agribank): Từ 15/03/2026 đến 15/04/2026. Nằm trong chuỗi sự kiện tri ân nhân dịp sinh nhật 38 năm của Agribank (26/03). Quà tặng đợt này thường là bộ ly hoặc bộ ấm chén cao cấp có in logo kỷ niệm của ngân hàng.

Đợt 3 (Mùa mưa bão miền Trung): Từ 01/09/2026 đến 30/11/2026. Chi nhánh Nam Cửa Việt thường tập trung tặng áo mưa và mũ bảo hiểm chất lượng cao. Đây là thời điểm quà tặng hiện vật này phát huy tính thiết thực tối đa đối với người dân đi xe máy tại Quảng Trị, tạo hiệu ứng truyền thông thương hiệu rất tốt khi khách hàng sử dụng ngoài đường.

➤ *Nội dung triển khai:*

Thực tế tại PGD Nam Cửa Việt, khách hàng tín dụng thường là ngư dân, chủ tàu đánh bắt xa bờ, tiểu thương thu mua hải sản hoặc hộ kinh doanh hậu cần nghề cá. Họ thường có nhu cầu vốn gấp rút theo mùa vụ, nên chi nhánh luôn cố gắng tối ưu quy trình để hỗ trợ kịp thời mà vẫn đảm bảo nguyên tắc an toàn.

Bước 1: Tiếp nhận và hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ.

Khi khách hàng mang hồ sơ đến quầy hoặc được cán bộ tín dụng hỗ trợ mang từ địa bàn về, nhân viên giao dịch hoặc cán bộ tín dụng phụ trách sẽ tiếp nhận hồ sơ gốc một cách nhiệt tình. Nhân viên tiến hành đối chiếu kỹ lưỡng thông tin với những nội dung đã tư vấn ở giai đoạn trước, phát hiện và hướng dẫn bổ sung ngay những giấy tờ còn thiếu. Trong quá trình này, cán bộ hướng dẫn khách hàng ký các biểu mẫu quan trọng như hợp đồng tín dụng, hợp đồng thế chấp tài sản một cách tỉ mỉ, chậm rãi. Mỗi điều khoản về quyền lợi (hạn mức vay, thời hạn vay, phương thức trả nợ) và nghĩa vụ (lãi suất, phí phạt quá hạn, trách nhiệm khi tài sản đảm bảo) đều được giải thích rõ ràng bằng ngôn ngữ gần gũi, dễ hiểu, tránh dùng thuật ngữ chuyên môn. Đặc biệt với khách hàng lớn tuổi hoặc ngư dân ít tiếp xúc với văn bản pháp lý, cán bộ thường đọc to từng phần quan trọng và trả lời tận tình các thắc mắc phát sinh.

Bước 2: Thực hiện thẩm định thực tế và định giá tài sản.

Đây là bước quan trọng và mang tính đặc thù cao tại chi nhánh Nam Cửa Việt. Cán bộ tín dụng tiến hành khảo sát thực địa tài sản đảm bảo (tàu cá, máy móc ngư nghiệp, nhà cửa, quyền sử dụng đất). Nhân viên thường phải di chuyển đến bến cảng, khu neo đậu tàu hoặc tận thôn xóm để kiểm tra tình trạng thực tế của tài sản và khảo sát tình hình sản xuất kinh doanh của khách hàng. Trong suốt quá trình thẩm định, cán bộ luôn giữ thái độ chuyên nghiệp, khách quan nhưng vẫn rất thân thiện, gần gũi. Họ lắng nghe bà con chia sẻ khó khăn về thời tiết, giá xăng dầu, đầu ra hải sản để hiểu rõ hơn khả năng trả nợ, từ đó đề xuất phương án vay phù hợp. Việc thẩm định thực địa không chỉ giúp xác minh thông tin mà còn thể hiện sự đồng hành của ngân hàng với khách hàng trong hoạt động sản xuất.

Bước 3: Phê duyệt và thông báo kết quả.

Sau khi hoàn tất thẩm định, hồ sơ được chuyển qua Phó giám đốc có thẩm quyền phê duyệt theo quy trình. Ngay khi có quyết định phê duyệt, cán bộ tín dụng sẽ thông báo kết quả cho khách hàng qua điện thoại hoặc tin nhắn Zalo một cách nhanh chóng

và rõ ràng. Trong trường hợp hồ sơ cần bổ sung, cán bộ giải thích cụ thể từng nội dung cần bổ sung, lý do và thời gian dự kiến, tránh để khách hàng phải đi lại nhiều lần gây tốn kém và bức xúc. Thái độ minh bạch và kịp thời trong bước này góp phần giảm thiểu khiếu nại và tăng lòng tin của khách hàng.

Bước 4: Thực hiện thủ tục giải ngân.

Khi hồ sơ được phê duyệt, chi nhánh tiến hành hoàn tất thủ tục đăng ký giao dịch bảo đảm tại cơ quan nhà nước có thẩm quyền. Sau đó, số tiền vay được giải ngân vào tài khoản khách hàng hoặc thanh toán trực tiếp cho bên thụ hưởng (như đại lý mua tàu, ngư cụ). Nhân viên hướng dẫn chi tiết cách kiểm tra số dư tài khoản qua App Agribank Plus hoặc tại quầy, đồng thời tư vấn cách sử dụng vốn hiệu quả và lịch trả nợ phù hợp với chu kỳ đánh bắt. Tại thời điểm ký hợp đồng giải ngân, khách hàng còn được tặng quà hiện vật kèm theo để thể hiện sự tri ân.

Nhân xét: Có thể thấy Agribank Nam Cửa Việt rất chú trọng nâng cao chất lượng phục vụ trong suốt quá trình cung ứng dịch vụ tín dụng. Chi nhánh không chỉ tuân thủ nghiêm ngặt quy trình nghiệp vụ để hạn chế rủi ro mà còn tạo sự thuận tiện tối đa cho khách hàng thông qua hướng dẫn tận tình, giải thích rõ ràng và hỗ trợ nhanh chóng ở từng bước. Sự kết hợp giữa tính chuyên nghiệp và sự gần gũi đã giúp khách hàng – đặc biệt là bà con ngư dân – cảm thấy yên tâm, tin tưởng hơn khi sử dụng dịch vụ vay vốn tại ngân hàng.

b. Khách hàng Huy động

➤ *Mục đích:* Trong giai đoạn cung ứng dịch vụ huy động vốn, Agribank PGD Nam Cửa Việt tập trung đảm bảo tính pháp lý, an toàn và bảo mật tuyệt đối cho tài sản của khách hàng. Chi nhánh không ngừng cải tiến quy trình nhằm giảm thiểu thời gian chờ đợi, tạo sự thuận tiện, chuyên nghiệp và thoải mái tại quầy giao dịch. Việc tận dụng tiếp xúc trực tiếp giúp nhân viên gia tăng sự gắn kết, củng cố niềm tin và chủ động khai thác các nhu cầu tài chính tiềm ẩn để giới thiệu sản phẩm phù hợp.

➤ *Chính sách:*

- Chương trình tiết kiệm dự thưởng "*Xuân an khang - Sinh nhật vàng*": Khách hàng gửi từ 15 - 20 triệu đồng (kỳ hạn 6 - 12 tháng) nhận mã quay số trúng số tiết kiệm trị giá đến 380 triệu đồng.

- Thời gian áp dụng:

Đợt 1: 20/01/2026 - 28/02/2026

Đợt 2: 02/03/2026 - 31/3/2026

(Quay số công bố vào đầu tháng 4/2026)

- Chương trình "Gửi tiền thông minh - Rinh ngay quà đỉnh": Áp dụng khi gửi online qua ứng dụng Agribank Plus với tổng giá trị giải thưởng lớn.
- Tặng bao lì xì hoặc quà lưu niệm ngay tại quầy vào dịp lễ, Tết.

• **Thời gian áp dụng cụ thể năm 2026:**

Tặng bao lì xì độc quyền Agribank: Triển khai từ 12/01/2026 đến hết ngày 16/01/2026 (Tức là từ ngày 24 đến 28 tháng Chạp năm Ất Ty, tuần lễ ngay trước khi nghỉ Tết Nguyên Đán Bính Ngọ). Khách hàng đến rút tiền mặt hoặc giao dịch sẽ được tặng các xấp bao lì xì để chuẩn bị đón Tết.

Tặng quà lưu niệm khai xuân (Hái lộc đầu năm): Triển khai trong tuần đầu tiên đi làm lại sau Tết, từ 24/02/2026 đến 28/02/2026 (Tức từ mùng 7 đến mùng 11 tháng Giêng âm lịch). Quà lưu niệm thường là các vật phẩm may mắn nhỏ như: móc khóa, phong bao lì xì có tiền lộc may mắn bên trong.

Các dịp Lễ lớn khác trong năm: Tặng quà lưu niệm nhỏ (như hoa hồng, sổ tay...) vào ngày Quốc tế Phụ nữ (08/03/2026) hoặc Ngày Phụ nữ Việt Nam (20/10/2026) dành riêng cho khách hàng nữ.

- Tổ chức các chương trình quay số trúng thưởng như "Vòng quay đón lộc", "Tiết kiệm may mắn" với giải thưởng hấp dẫn (sổ tiết kiệm, xe máy, vàng).

• **Thời gian triển khai trong năm 2026:**

Đợt 1 (Đón lộc đầu năm): Từ 24/02/2026 đến hết 15/03/2026 (Giai đoạn sau Tết Nguyên Đán). Chương trình tạo không khí vui tươi, thu hút người dân mang tiền nhàn rỗi đi gửi tiết kiệm tích lũy đầu năm.

Đợt 2 (Chào mừng sinh nhật Agribank): Từ 20/03/2026 đến 31/03/2026. Năm trong chuỗi sự kiện mừng ngày thành lập Agribank (26/03).

Đợt 3 (Chiến dịch Chuyển đổi số địa phương): Thường được tổ chức thành các "Ngày hội ngân hàng số" vào dịp hè, khoảng từ 01/06/2026 đến 30/06/2026, tập trung tại các phiên chợ, khu dân cư hoặc ngay tại sảnh lớn của chi nhánh Nam Cửa Việt để khuyến khích người dân mở tài khoản kích hoạt sinh trắc học.

➤ *Nội dung triển khai:*

Với khách hàng huy động tại Nam Cửa Việt - chủ yếu là người cao tuổi, khách hàng nhận kiều hối, ngư dân sau mùa đánh bắt và cán bộ hưu trí - chi nhánh luôn tạo không khí ấm áp, tin cậy khi họ đến giao dịch.

Bước 1: Tiếp nhận yêu cầu và kiểm tra pháp lý.

Nhân viên quầy giao dịch chào đón khách hàng bằng nụ cười thân thiện, tiếp nhận giấy tờ tùy thân (CCCD) và số tiền gửi. Quy trình kiểm tra tính hợp lệ của giấy tờ và nguồn tiền được thực hiện công khai, minh bạch. Đặc biệt với số tiền mặt lớn, nhân viên tiến hành kiểm đếm công khai ngay trước mặt khách hàng để tạo cảm giác an tâm và tin tưởng tuyệt đối.

Bước 2: Thực hiện nghiệp vụ trên hệ thống.

Sau khi kiểm tra hồ sơ, nhân viên nhập đầy đủ thông tin khách hàng, kỳ hạn gửi, hình thức nhận lãi (đầu kỳ, định kỳ hoặc cuối kỳ) vào hệ thống IPCAS. Quy trình nhập liệu được thực hiện chính xác, nhanh chóng. Sau đó, nhân viên in sổ tiết kiệm hoặc hợp đồng tiền gửi và kiểm tra lại nhiều lần trước khi trình ký để tránh sai sót.

Bước 3: Hoàn tất thủ tục và trao sản phẩm.

Cán bộ kiểm soát và lãnh đạo chi nhánh ký duyệt sổ tiết kiệm. Nhân viên đóng dấu ngân hàng, trao tận tay sổ tiết kiệm cho khách hàng và hướng dẫn kiểm tra lại các thông tin quan trọng: họ tên, số tiền, kỳ hạn, ngày đến hạn, chữ ký. Bước này thường được thực hiện trong không khí vui vẻ, đặc biệt khi có quà tặng kèm theo.

Bước 4: Hỗ trợ dịch vụ gia tăng.

Sau khi hoàn tất giao dịch, nhân viên hướng dẫn khách hàng cài đặt và sử dụng App Agribank Digital để theo dõi số dư, lãi suất ngay trên điện thoại. Đồng thời, cán bộ chủ động tư vấn thêm các gói bảo hiểm tiền gửi, bảo hiểm nhân thọ ABIC nhằm bảo vệ toàn diện tài chính cho khách hàng và gia đình.

Nhận xét: Agribank Nam Cửa Việt đã thể hiện sự chú trọng cao đến sự an toàn, minh bạch và trải nghiệm của khách hàng trong quá trình huy động vốn. Việc kết hợp giữa quy trình chuyên nghiệp, phục vụ tận tình và các chương trình ưu đãi không chỉ giúp khách hàng cảm thấy yên tâm khi gửi tiền mà còn tăng cường sự gắn kết lâu dài, góp phần mở rộng nguồn vốn ổn định cho chi nhánh.

c. Khách hàng Thanh toán

➤ *Mục đích:* Agribank Nam Cửa Việt chú trọng hàng đầu việc chuẩn hóa thông tin khách hàng, đảm bảo dữ liệu sinh trắc học và số điện thoại được cập nhật chính xác,

bảo mật tuyệt đối. Chi nhánh tập trung tối ưu hóa thời gian xử lý thông qua quy trình tinh gọn, giúp khách hàng mở tài khoản và kích hoạt ứng dụng nhanh chóng để sử dụng ngay. Mục tiêu quan trọng là nâng cao tỷ lệ kích hoạt thực tế, giúp khách hàng thành thạo các tiện ích thanh toán không dùng tiền mặt, thúc đẩy thói quen tiêu dùng hiện đại tại địa phương ven biển.

➤ **Chính sách:**

- *Chương trình "38 năm gắn kết – Ưu đãi thẻ ngập tràn"*: Hoàn tiền 30% (tối đa 380.000đ) cho giao dịch thanh toán hàng hóa, dịch vụ đầu tiên từ 380.000đ trở lên bằng thẻ tín dụng quốc tế Agribank. Áp dụng từ 26/03/2026 đến hết 26/04/2026.
- Miễn phí chuyển tiền trong và ngoài hệ thống 24/7 trên Agribank Plus. Áp dụng xuyên suốt cả năm 2026.
- Hoàn tiền từ 5% - 10% khi thanh toán bằng mã VietQR tại các cửa hàng liên kết.

• **Thời gian áp dụng:**

Đợt 1 (Mùa mua sắm Tết): Từ 01/01/2026 đến hết ngày 15/02/2026. Kích thích người dân tiêu dùng, sắm sửa dịp Tết Nguyên Đán tại các chợ, siêu thị mini, cửa hàng tạp hóa, đại lý xăng dầu là đối tác mở mã VietQR của Agribank Nam Cửa Việt.

Đợt 2 (Mùa du lịch hè & Kích cầu tiêu dùng địa phương): Từ 01/05/2026 đến hết ngày 31/07/2026. Đợt này tập trung mạnh vào các nhà hàng, quán ăn, cơ sở lưu trú và dịch vụ dọc khu vực biển Cửa Việt, chợ trung tâm, nhằm đón đầu làn sóng du lịch hè và thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt tại địa phương.

Đợt 3 (Sóng nước rút cuối năm): Từ 15/11/2026 đến 31/12/2026. Áp dụng cho mùa mua sắm cuối năm để gia tăng doanh số thanh toán (gọi là doanh số POS/VietQR) nhằm hoàn thiện chỉ tiêu được giao.



Hình 2.7: Chiến dịch quét mã VietQR trên ngân hàng số Agribank

➤ *Nội dung triển khai:*

Bước 1: Kích hoạt và Bảo mật.

Nhân viên hỗ trợ khách hàng cài đặt ứng dụng Agribank Plus trực tiếp trên điện thoại, kích hoạt thẻ chip và thiết lập bảo mật sinh trắc học (vân tay, khuôn mặt). Quy trình này được thực hiện cẩn thận để đảm bảo tài khoản an toàn ngay từ đầu, đặc biệt hướng dẫn chi tiết cho khách hàng lớn tuổi.

Bước 2: Hướng dẫn thao tác tại chỗ.

Áp dụng phương pháp “cầm tay chỉ việc”, nhân viên hướng dẫn khách hàng thực hành ngay các giao dịch mẫu: chuyển tiền 24/7, nộp tiền tại máy CDM, quét mã QR thanh toán. Khách hàng được thực hành nhiều lần cho đến khi tự tin sử dụng độc lập.

Bước 3: Triển khai điểm chấp nhận thanh toán.

Cán bộ kinh doanh thường xuyên xuống các sạp hàng tại chợ Bò Bản, chợ Thuận, quán ăn ven biển hỗ trợ dán mã VietQR miễn phí, hướng dẫn chủ hộ kinh doanh cách nhận tiền không dùng tiền mặt một cách nhanh chóng và an toàn.

Bước 4: Giám sát và hỗ trợ kỹ thuật.

Chi nhánh theo dõi luồng giao dịch hàng ngày, kịp thời xử lý các sự cố về mạng hoặc lỗi chuyển tiền. Khi khách hàng gặp vấn đề, nhân viên hỗ trợ tra soát nhanh chóng qua hotline hoặc Zalo, giúp duy trì sự thông suốt và củng cố niềm tin vào dịch vụ số.

Nhận xét: Agribank Nam Cửa Việt đang đẩy mạnh phát triển dịch vụ thanh toán số một cách bài bản, an toàn và gần gũi với thực tế địa phương. Việc hỗ trợ “cầm tay chỉ việc”, triển khai rộng rãi mã VietQR và xử lý sự cố kịp thời đã góp phần quan trọng vào việc thay đổi thói quen thanh toán của người dân, nâng cao chất lượng dịch vụ và vị thế của ngân hàng trên địa bàn.

2.4.4.3. Sau quá trình cung ứng dịch vụ

Giai đoạn sau quá trình cung ứng dịch vụ là một trong những khâu quan trọng nhất trong hoạt động chăm sóc khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt. Đây không chỉ là thời điểm ngân hàng thực hiện các công việc hậu mãi, theo dõi và hỗ trợ mà còn là giai đoạn then chốt để củng cố lòng tin, duy trì mối quan hệ lâu dài và chuyển hóa khách hàng một lần thành khách hàng trung thành. Tại địa bàn Nam Cửa Việt - một vùng ven biển với đặc thù kinh tế dựa chủ yếu vào nghề đánh bắt thủy sản, xuất khẩu lao động và tiểu thương - khách hàng sau khi giao dịch thường mang theo nhiều lo lắng thực tế: biến động thời tiết ảnh hưởng đến nguồn thu, áp lực trả nợ vay, nhu cầu quản lý tiền kiếu hối hoặc thói quen thanh toán truyền thống. Vì vậy, Agribank Nam Cửa Việt luôn chú trọng xây dựng hệ thống chăm sóc sau dịch vụ linh hoạt, gần gũi, kết hợp giữa công nghệ hiện đại và sự tận tâm truyền thống, nhằm giảm thiểu rủi ro, tăng sự hài lòng và thúc đẩy hành vi sử dụng dịch vụ lặp lại.

a. Khách hàng Tín dụng

➤ *Mục đích:* Sau khi giải ngân, Agribank Nam Cửa Việt tập trung mạnh vào công tác quản trị rủi ro và thu hồi nợ thông qua việc theo dõi sát sao việc sử dụng vốn vay, đảm bảo dòng tiền vay được sử dụng đúng mục đích, từ đó hạn chế nợ xấu và duy trì an toàn hoạt động tín dụng. Đồng thời, chi nhánh coi giai đoạn này là cơ hội quan trọng để duy trì mối quan hệ bền vững với khách hàng thông qua các hoạt động hậu mãi thiết thực, giữ chân khách hàng cho những chu kỳ vay tiếp theo. Đây cũng là giai đoạn then chốt để gia tăng doanh thu từ bán chéo sản phẩm, khai thác thêm nhu cầu tài chính mới dựa trên nền tảng niềm tin đã được xây dựng từ trước.

➤ *Chính sách:*

- Ưu tiên tăng hạn mức thấu chi hoặc hạn mức vay mới cho những khách hàng có lịch sử tín dụng tốt.
- **Thời gian xét duyệt định kỳ (Theo chu kỳ hợp đồng):**

Cuối Quý 1 (tháng 3/2026) và Cuối Quý 3 (tháng 9/2026): Đây là hai thời điểm chi nhánh tiến hành rà soát, đánh giá lại toàn bộ hạn mức thấu chi của các tài khoản nhận lương hoặc tài khoản của tiểu thương tại khu vực Nam Cửa Việt. Những khách hàng sử dụng thấu chi đúng mục đích, không để quá hạn sẽ được hệ thống tự động đề xuất gia hạn hoặc nâng hạn mức cấp tín dụng cho chu kỳ tiếp theo.

- **Thời gian thực hiện theo nhu cầu (Tái cấp tín dụng):**

Thực hiện ngay tại thời điểm khách hàng tắt toán khoản vay cũ và có nhu cầu vay lại khoản vay mới. Nếu lịch sử khoản vay cũ hoàn chỉnh, thời gian phê duyệt cấp hạn mức mới sẽ được rút ngắn từ 3 - 5 ngày làm việc xuống còn trong vòng 24 giờ - 48 giờ.

- Giảm lãi suất vay từ 0,5% - 1%/năm cho khách hàng uy tín (trả nợ đúng hạn đầy đủ).

- **Thời điểm kỳ điều chỉnh lãi suất (Đối với khoản vay trung và dài hạn):**

Thường được thực hiện vào ngày 01 đầu mỗi quý (01/01, 01/04, 01/07, 01/10/2026) hoặc định kỳ 6 tháng một lần theo điều khoản quy định trên Hợp đồng tín dụng. Khi đến kỳ điều chỉnh, nếu hệ thống ghi nhận lịch sử 100% trả nợ đúng hạn, khách hàng sẽ được áp dụng mức biên độ thả nổi ưu đãi hơn, giúp lãi suất thực tế giảm từ 0,5% - 1%/năm so với khách hàng thông thường.

- **Thời điểm áp dụng cho phương án vay mới:**

Áp dụng ngay khi xét duyệt biên bản cho vay của hợp đồng tiếp theo trong năm 2026. Mức giảm cụ thể (0,5% hay 1%) sẽ phụ thuộc vào xếp hạng mức độ uy tín và thời gian gắn kết của khách hàng đối với chi nhánh Nam Cửa Việt (ví dụ: Khách hàng vay vốn liên tục trên 3 năm không phát sinh nợ nhóm 2 trở lên).

➤ *Nội dung triển khai:*

Thực tế tại Nam Cửa Việt, sau khi nhận vốn vay, khách hàng tín dụng – chủ yếu là ngư dân, chủ tàu và tiểu thương - thường đối mặt với nhiều rủi ro từ biến cả, giá cả thị trường và thời tiết. Do đó, công tác chăm sóc sau vay không chỉ mang tính giám sát mà còn là sự đồng hành thực sự của chi nhánh.

Bước 1: Theo dõi và kiểm tra sau cho vay.

Ngay sau khi giải ngân 7-15 ngày, cán bộ tín dụng phụ trách sẽ lập kế hoạch kiểm tra định kỳ tình hình sử dụng vốn. Họ chủ động di chuyển đến bến cảng, khu neo tàu hoặc hộ kinh doanh của khách hàng để kiểm tra thực tế việc sử dụng vốn (mua ngư

cụ, sửa chữa tàu, đầu tư kinh doanh hải sản...). Trong quá trình kiểm tra, cán bộ không chỉ xác minh mục đích sử dụng mà còn đánh giá lại năng lực tài chính, tình hình sản xuất kinh doanh và giá trị tài sản đảm bảo. Thái độ của cán bộ luôn gần gũi, lắng nghe những khó khăn thực tế của bà con như “biến động kéo dài”, “giá xăng dầu tăng” hay “đầu ra hải sản khó khăn”, từ đó ghi nhận thông tin để hỗ trợ kịp thời. Việc kiểm tra định kỳ này giúp chi nhánh phát hiện sớm các dấu hiệu rủi ro và thể hiện sự quan tâm chân thành đến hoạt động sản xuất của khách hàng.

Bước 2: Nhắc nợ và hỗ trợ thanh toán.

Trước ngày đến hạn trả nợ gốc và lãi từ 3-5 ngày, hệ thống tự động gửi tin nhắn SMS thông báo chi tiết số tiền phải trả. Cán bộ tín dụng còn chủ động gọi điện thoại hoặc nhắn Zalo nhắc nhở một cách nhẹ nhàng, lịch sự. Đối với khách hàng lớn tuổi hoặc bận rộn đi biển, nhân viên hướng dẫn cụ thể cách nộp tiền vào tài khoản để hệ thống tự động trích nợ, giúp khách hàng tránh bị phạt quá hạn ngoài ý muốn. Nhiều trường hợp ngư dân đang ở ngoài khơi, cán bộ vẫn hỗ trợ qua điện thoại hướng dẫn người nhà thực hiện giao dịch, thể hiện sự linh hoạt và thấu hiểu đặc thù công việc của khách hàng.

Bước 3: Giải quyết các vướng mắc phát sinh.

Khi khách hàng gặp khó khăn (do bão lũ, mất mùa, giá hải sản giảm sâu...), cán bộ tín dụng chủ động liên hệ nắm bắt tình hình. Chi nhánh tư vấn các giải pháp hỗ trợ theo quy định như gia hạn nợ, điều chỉnh kỳ hạn trả nợ, cơ cấu lại thời hạn trả nợ. Trong trường hợp khách hàng muốn tắt toán khoản vay sớm, nhân viên hỗ trợ toàn bộ thủ tục mượn lại sổ đỏ, giải chấp tài sản tại cơ quan nhà nước một cách nhanh chóng, giảm thiểu thủ tục hành chính cho khách hàng. Sự hỗ trợ kịp thời này đã giúp nhiều hộ ngư dân vượt qua giai đoạn khó khăn mà vẫn giữ được uy tín tín dụng.

Bước 4: Chăm sóc duy trì và khai thác nhu cầu mới.

Sau khi khoản vay đi vào ổn định, chi nhánh tổ chức các hoạt động hậu mãi như thăm hỏi, chúc mừng sinh nhật, tặng quà nhân dịp lễ Tết hoặc gửi thư chúc mừng khi khách hàng hoàn thành trả nợ đúng hạn. Cán bộ giới thiệu các sản phẩm dịch vụ mới phù hợp như bảo hiểm ABIC cho tàu cá và ngư dân, thẻ tín dụng tiêu dùng, gói tiết kiệm tích lũy hoặc vay thấu chi ngắn hạn cho chu kỳ sản xuất tiếp theo. Những hoạt động này không chỉ củng cố mối quan hệ mà còn mở rộng doanh thu phi tín dụng cho chi nhánh.

Nhận xét: Qua các hoạt động trên, có thể thấy Agribank Nam Cửa Việt không chỉ chú trọng đến khâu giải ngân mà còn đặc biệt quan tâm đến công tác chăm sóc sau vay. Việc theo dõi sát sao, hỗ trợ kịp thời các khó khăn và áp dụng chính sách ưu đãi cho khách hàng uy tín đã góp phần hạn chế nợ xấu, duy trì mối quan hệ lâu dài và tăng cường lòng trung thành của khách hàng. Đây chính là nền tảng quan trọng giúp chi nhánh phát triển bền vững hoạt động tín dụng tại địa bàn.

b. Khách hàng Huy động

➤ *Mục đích:* Sau khi khách hàng gửi tiền, Agribank Nam Cửa Việt tập trung vào việc duy trì và tái tục nguồn vốn huy động, chủ động nhắc lịch đáo hạn để tránh sụt giảm số dư. Chi nhánh chú trọng xây dựng lòng trung thành bằng cách chuyển hóa giao dịch đơn thuần thành mối quan hệ gắn bó bền vững, khuyến khích khách hàng giới thiệu dịch vụ cho người thân và bạn bè. Đồng thời, việc thu thập phản hồi thường xuyên giúp chi nhánh kịp thời cải thiện quy trình và điều chỉnh chính sách lãi suất phù hợp với thực tế địa phương.

➤ *Chính sách:*

- *Chương trình tri ân "Sinh nhật khách hàng, ngập tràn may mắn":* Quay số/Tặng quà tri ân trực tiếp cho các khách hàng trung thành có ngày sinh nhật trong tháng. Áp dụng định kỳ hàng tháng theo danh sách sinh nhật.
- *Ưu đãi mở tài khoản thanh toán từ nguồn tiết kiệm:* Tặng ngay 500.000đ vào tài khoản thanh toán mới mở cho khách hàng duy trì số dư tiết kiệm từ 300 triệu đồng trở lên (kỳ hạn ≥ 6 tháng). Áp dụng từ 16/04/2026 đến hết 31/12/2026.

➤ *Nội dung triển khai:*

Khách hàng huy động tại Nam Cửa Việt chủ yếu là người cao tuổi, gia đình có kiều hối và ngư dân sau mùa đánh bắt. Họ rất coi trọng sự an toàn và sự quan tâm lâu dài từ ngân hàng.

Bước 1: Theo dõi và quản lý danh mục tiền gửi.

Nhân viên thường xuyên rà soát danh sách sổ tiết kiệm sắp đến hạn (trước 7-10 ngày) thông qua hệ thống. Họ phân loại khách hàng theo nhóm: khách hàng tiềm năng tái tục, khách hàng có nhu cầu rút vốn,... để xây dựng kịch bản chăm sóc riêng biệt, phù hợp với hoàn cảnh của từng người.

Bước 2: Thực hiện tương tác hậu mãi.

Chi nhánh gửi tin nhắn chúc mừng sinh nhật, ngày lễ Tết hoặc thông báo lãi suất ưu đãi qua Zalo và SMS. Khi sổ tiết kiệm sắp đáo hạn, cán bộ chủ động gọi điện tư vấn tái tục với các phương án hấp dẫn: tự động quay vòng gốc lãi, chuyển sang kỳ hạn khác có lãi suất cao hơn hoặc đến quầy làm sổ mới. Nhiều khách hàng cao tuổi được cán bộ hỗ trợ tận tình ngay cả khi họ đang ở xa.

Bước 3: Xử lý khiếu nại và lắng nghe phản hồi.

Mọi phản hồi về thái độ phục vụ, lỗi kỹ thuật trên App hay lãi suất đều được tiếp nhận và giải quyết nhanh chóng. Cán bộ ghi nhận ý kiến đóng góp về lãi suất, phí dịch vụ để báo cáo lãnh đạo điều chỉnh kịp thời, thể hiện sự cầu thị và tôn trọng ý kiến khách hàng.

Bước 4: Tổ chức chương trình khách hàng thân thiết.

Chi nhánh triển khai tích điểm thưởng cho mỗi khoản tiền gửi, tổ chức quay số trúng thưởng lớn và mời khách hàng tham gia tư vấn tài chính định kỳ. Các chương trình này không chỉ tri ân mà còn giới thiệu sản phẩm mới như bảo hiểm ABIC, trái phiếu, giúp khách hàng gia tăng giá trị tài sản.

Nhân xét: Agribank Nam Cửa Việt đã thực hiện rất tốt công tác chăm sóc sau huy động vốn. Việc kết hợp nhắc nhở chủ động, quà tặng tri ân và chương trình khách hàng thân thiết đã góp phần duy trì nguồn vốn ổn định, tăng cường lòng trung thành và nâng cao hình ảnh ngân hàng gần gũi với bà con địa phương.

c. Khách hàng Thanh toán

➤ *Mục đích:* Sau giao dịch thanh toán, Agribank Nam Cửa Việt hướng tới việc duy trì hoạt động tài khoản, khuyến khích khách hàng giao dịch thường xuyên để tránh tài khoản không hoạt động. Chi nhánh tập trung nâng cao tỷ lệ giao dịch số, thúc đẩy thói quen thanh toán không dùng tiền mặt nhằm giảm tải cho quầy giao dịch. Việc hỗ trợ kỹ thuật kịp thời góp phần xây dựng lòng trung thành và giữ chân khách hàng lâu dài.

➤ *Chính sách:*

- Tích điểm giao dịch đổi quà (thẻ cào, voucher mua sắm). Từ ngày 01/01/2026 đến hết ngày 31/12/2026).
- Tổ chức định kỳ chương trình “Sài App nhận quà” cho các giao dịch thanh toán hóa đơn. Thời gian thực hiện theo chu kỳ hàng tháng: Triển khai tập trung vào ngày 10 đến ngày 25 hằng tháng trong năm 2026. Đây là khung thời gian cao

điểm mà các nhà cung cấp dịch vụ (Điện lực Quảng Trị - PC Quảng Trị, các công ty cấp nước, viễn thông) đồng loạt phát hành hóa đơn và thu tiền cước.

➤ *Nội dung triển khai:*

Bước 1: Theo dõi kích hoạt và hỗ trợ kỹ thuật từ xa

Trong vòng 3 đến 5 ngày sau khi khách hàng đăng ký dịch vụ thanh toán tại quầy, bộ phận Kế toán - Ngân quỹ phối hợp với Cán bộ kinh doanh rà soát danh sách trên hệ thống IPCAS để kiểm tra trạng thái kích hoạt App Agribank Plus và phát sinh giao dịch đầu tiên. Đối với những khách hàng hệ thống ghi nhận chưa có luồng tiền luân chuyển hoặc chưa đổi mã PIN thẻ cứng, cán bộ sẽ chủ động liên hệ qua điện thoại hoặc Zalo để hỏi thăm. Nhân viên sẽ tìm hiểu xem khách hàng có gặp lỗi khi quét sinh trắc học khuôn mặt hay gặp khó khăn khi liên kết ví điện tử không, từ đó kịp thời hướng dẫn xử lý từ xa, đảm bảo tài khoản không rơi vào trạng thái "ngủ đông".

Bước 2: Đo lường trải nghiệm và xử lý tra soát khẩn cấp

Chi nhánh định kỳ tổng hợp dữ liệu đánh giá chất lượng từ hệ thống máy tính bảng (Tablet) đặt tại quầy và các khiếu nại gửi về hotline. Tại đặc thù vùng ven biển Nam Cửa Việt, các lỗi thanh toán như: quét mã VietQR tại các sạp cá bị treo do sóng mạng yếu, chuyển tiền liên ngân hàng cho tàu buôn cuối tuần bị chậm, hoặc cây ATM nuốt thẻ thường khiến bà con lo lắng. Khi tiếp nhận các sự cố này, Agribank Nam Cửa Việt thực hiện quy trình tra soát nhanh, phản hồi tiến độ xử lý liên tục qua SMS/Zalo thay vì bắt khách hàng chờ đợi theo thời hạn chuẩn. Sự chủ động này giúp giải tỏa tâm lý bất an và củng cố niềm tin tuyệt đối của người dân vào các kênh thanh toán số của ngân hàng.

Bước 3: Chăm sóc thực địa và duy trì điểm chấp nhận thanh toán (VietQR)

Đối với nhóm khách hàng là tiểu thương và chủ hộ kinh doanh hậu cần nghề cá đã được chi nhánh cấp mã VietQR trước đó, cán bộ kinh doanh sẽ định kỳ xuống tận nơi (chợ Bò Bản, cảng cá Cửa Việt, các hộ kinh doanh,..) để chăm sóc hậu mãi. Nhân viên kiểm tra tình trạng thực tế của các biển mica mã QR (có bị mờ, rách hay bị dán đè không), đồng thời thu thập ý kiến của chủ hộ về tốc độ nhận tiền bíp bíp trên App Agribank Plus khi có khách mua hàng. Nếu phát hiện các hộ có doanh số thanh toán qua QR cao, chi nhánh sẽ đề xuất tặng thêm các vật phẩm nhận diện thương hiệu hoặc ưu đãi phí dịch vụ để khuyến khích họ tiếp tục đồng hành.

Bước 4: Triển khai chương trình khách hàng thân thiết và kích cầu CASA

Đề duy trì dòng tiền không kỳ hạn (CASA) ổn định, chi nhánh áp dụng hệ thống CRM để đẩy các thông báo ưu đãi cá nhân hóa đến điện thoại khách hàng. Cụ thể, từ ngày 10 đến ngày 25 hàng tháng (giai đoạn các nhà cung cấp điện, nước tại Quảng Trị ra hóa đơn), hệ thống sẽ chủ động nhắc lịch thanh toán trên App kèm theo chương trình "Sài App nhận quà" để kích thích khách hàng tự thực hiện thao tác. Đồng thời, dựa trên lịch sử số dư tài khoản thanh toán dồi dào của khách, nhân viên sẽ chủ động gọi điện tư vấn chéo sang các sản phẩm tối ưu tài chính khác như gửi tiết kiệm dự thưởng trực tuyến, mua bảo hiểm an sinh hoặc cấp hạn mức thẻ tín dụng Lộc Việt để khép kín vòng đời chăm sóc khách hàng.

Nhận xét: Các hoạt động sau cung ứng dịch vụ thanh toán đã góp phần thúc đẩy thói quen ngân hàng số, nâng cao sự hài lòng và giữ chân khách hàng tại địa phương.

2.4.5. Công tác giải quyết khiếu nại trong hoạt động chăm sóc khách hàng

2.4.5.1. Quy trình giải quyết khiếu nại

Bên cạnh các hoạt động chăm sóc và hậu mãi định kỳ, một mắt xích không thể thiếu trong giai đoạn sau cung ứng dịch vụ tại Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt chính là công tác tiếp nhận và xử lý khiếu nại. Tại một địa bàn ven biển đặc thù, nơi dòng tiền luân chuyển liên tục và bà con ngư dân, tiểu thương, hộ kinh doanh,... luôn đòi hỏi sự nhanh chóng, minh bạch, bất kỳ một sự cố giao dịch nào cũng có thể ảnh hưởng lớn đến tâm lý khách hàng. Nhận thức rõ điều đó, chi nhánh đã thiết lập và vận hành một quy trình xử lý khiếu nại chặt chẽ, bài bản với các bước triển khai cụ thể như sau:

Tiếp nhận khiếu nại và đồng cảm với khách hàng: Khi phát sinh khiếu nại (trực tiếp tại quầy hoặc qua hotline), nhân viên Agribank tiến hành ghi nhận toàn bộ thông tin sự việc một cách chi tiết. Trọng tâm của bước này là thái độ cầu thị và kỹ năng lắng nghe chủ động, nhân viên cần thấu hiểu những bất tiện mà khách hàng đang gặp phải để xoa dịu tâm lý căng thẳng, tạo môi trường đối thoại tích cực ngay từ đầu.

Phân loại, đánh giá và xác định thẩm quyền xử lý: Sau khi tiếp nhận, khiếu nại sẽ được phân loại nhanh chóng theo tính chất (lỗi giao dịch, thái độ phục vụ, hay sự cố hệ thống,...) và mức độ ảnh hưởng. Tùy vào quy mô sự việc, thông tin sẽ được chuyển giao đến các bộ phận chuyên trách hoặc trình cấp quản lý có thẩm quyền (Trưởng phòng giao dịch hoặc Giám đốc chi nhánh) để đảm bảo việc ra quyết định được chính xác và đúng quy định của chi nhánh.

Xác minh nguyên nhân và thực thi giải pháp: Dựa trên kết quả xác minh, chi nhánh đề xuất phương án xử lý thỏa đáng nhất (như điều chỉnh giao dịch, xin lỗi công khai hoặc bồi thường thiệt hại nếu có). Trong suốt thời gian này, nhân viên có trách nhiệm cập nhật tiến độ liên tục để khách hàng cảm thấy được tôn trọng và an tâm.

Phản hồi kết quả và chính thức đóng khiếu nại: Ngân hàng thông báo kết quả giải quyết một cách minh bạch qua văn bản hoặc gặp mặt trực tiếp. Khiếu nại chỉ được xem là hoàn tất khi khách hàng xác nhận đồng ý với phương án giải quyết và sự hài lòng của họ được khôi phục.

Rà soát, đánh giá và tối ưu hóa quy trình: Sau mỗi vụ việc, ban lãnh đạo chi nhánh sẽ tiến hành họp rút kinh nghiệm để nhận diện những lỗ hổng trong quy trình vận hành hoặc kỹ năng nhân sự. Từ đó, Agribank Nam Cửa Việt thực hiện các điều chỉnh cần thiết nhằm ngăn ngừa rủi ro lặp lại, đồng thời không ngừng cải thiện chất lượng dịch vụ để hướng tới sự chuyên nghiệp và nhạy bén hơn trong tương lai.

Agribank Nam Cửa Việt đã xây dựng được một quy trình xử lý khá bài bản và rõ ràng. Đội ngũ cán bộ có sự thấu hiểu về tính cách đặc thù của người dân địa phương nên khâu tiếp nhận ban đầu thường diễn ra mềm mỏng, trọng tình nghĩa, giúp giảm bớt căng thẳng trong các tình huống tranh chấp.

Năng lực xử lý các khiếu nại liên quan đến công nghệ (lỗi App, ATM) còn phụ thuộc nhiều vào hạ tầng chung của hệ thống toàn quốc nên thời gian chờ đợi của khách hàng đôi khi vẫn còn lâu, việc phản hồi thông tin cho khách hàng trong quá trình xác minh đôi khi chưa kịp thời, và chi nhánh vẫn thiếu một hệ thống theo dõi khiếu nại điện tử tự động để quản lý dữ liệu một cách chuyên nghiệp hơn.

2.4.5.2. Thực trạng các khiếu nại hiện nay của ngân hàng Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt

Trong quá trình phục vụ lượng lớn khách hàng tại địa phương, Agribank Nam Cửa Việt không tránh khỏi những lúc phát sinh khiếu nại. Các vấn đề khách hàng hay phản ứng thường rơi vào 5 nhóm

Thứ nhất là khiếu nại về giao dịch thẻ và ngân hàng số: Rất nhiều khách hàng gặp tình trạng đi rút tiền tại máy ATM nhưng máy báo lỗi, tài khoản bị trừ tiền mà tiền mặt không ra hoặc khi chuyển khoản trên ứng dụng Agribank Plus, tiền đã đi khỏi tài khoản nhưng bên nhận chưa thấy tới, nhất là vào các ngày cuối tuần hoặc giờ cao điểm. Lúc này, khách hàng thường rất lo lắng và nóng lòng, dẫn đến việc gọi điện hoặc

đến trực tiếp chi nhánh để phản ứng gay gắt vì sợ bị mất tiền. Bên cạnh đó, các lỗi như quên mật khẩu, bị khóa thẻ do thao tác sai cũng khiến khách hàng cảm thấy phiền hà và phàn nàn về sự phức tạp của công nghệ.

Thứ hai là khiếu nại về quy trình và thời gian xử lý hồ sơ vay vốn: Tại chi nhánh, có nhiều khiếu nại liên quan đến việc hồ sơ thẩm định kéo dài hơn dự kiến. Khách hàng thường phàn nàn rằng ngân hàng yêu cầu quá nhiều loại giấy tờ, chứng từ đối chiếu rườm rà. Một số trường hợp khách hàng không hài lòng khi mức vốn được duyệt thấp hơn nhu cầu thực tế của họ, hoặc chưa hiểu rõ về cách tính lãi suất biến động dẫn đến những thắc mắc, tranh cãi về số tiền lãi phải trả hàng tháng.

Thứ ba là khiếu nại về thái độ phục vụ và hạ tầng giao dịch: Do đặc thù chi nhánh vào những ngày chi trả lương hưu, trợ cấp hay ngày lễ, lượng khách đổ về rất đông. Việc phải xếp hàng chờ đợi quá lâu trong không gian chật chội khiến nhiều khách hàng nảy sinh tâm lý bức bối và phản ánh trực tiếp với nhân viên. Ngoài ra, cũng có một vài trường hợp khách hàng phàn nàn về việc nhân viên giải thích thủ tục chưa rõ ràng, thái độ khi tiếp đón chưa được niềm nở, đặc biệt là khi áp lực công việc tại quầy quá lớn.

Thứ tư là khiếu nại về các loại phí dịch vụ ngầm: Nhiều khách hàng, đặc biệt là bà con ngư dân ít khi kiểm tra sao kê, thường thắc mắc khi thấy số dư tài khoản bị trừ những khoản nhỏ mà họ không rõ là phí gì (như phí duy trì tài khoản, phí dịch vụ SMS Banking, phí bảo hiểm khoản vay...). Khách hàng thường cho rằng ngân hàng tự ý trừ tiền mà không thông báo rõ ràng lúc đầu. Khi đến ngân hàng, họ thường yêu cầu nhân viên phải giải trình chi tiết từng nghìn đồng bị trừ, gây mất thời gian cho cả hai bên và tạo ra sự hoài nghi về tính minh bạch của ngân hàng.

Thứ năm là khó khăn trong việc tiếp cận các chương trình ưu đãi: Có những trường hợp khách hàng đọc được thông tin ưu đãi lãi suất trên báo chí hoặc tivi, nhưng khi đến chi nhánh làm hồ sơ thì lại không thuộc đối tượng áp dụng hoặc chương trình đã hết hạn mức. Điều này dẫn đến khiếu nại về việc quảng cáo một đằng, làm một nẻo. Khách hàng cảm thấy mình bị lừa dối hoặc bị phân biệt đối xử, gây ảnh hưởng xấu đến uy tín của chi nhánh tại địa phương.

Nhận xét: Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt đã xây dựng được một quy trình giải quyết khiếu nại bài bản với 5 bước chặt chẽ, thể hiện sự chuyên nghiệp và tinh thần trách nhiệm cao đối với khách hàng. Ưu điểm lớn nhất của chi nhánh là sự kết hợp

giữa nghiệp vụ chuẩn mực và thái độ phục vụ trọng tình nghĩa, rất phù hợp với đặc thù tâm lý của người dân địa phương, giúp xoa dịu căng thẳng hiệu quả ngay từ khâu tiếp nhận. Tuy nhiên, vẫn tồn tại những hạn chế nhất định khi năng lực xử lý các lỗi về công nghệ và ngân hàng số còn phụ thuộc nhiều vào hạ tầng cấp trên, dẫn đến thời gian chờ đợi đôi khi kéo dài. Việc thiếu hệ thống theo dõi điện tử tự động và sự chưa minh bạch trong khâu tư vấn phí dịch vụ ban đầu là những khó khăn khiến số lượng khiếu nại về phí và lãi suất vẫn còn phát sinh. Thời gian xử lý hồ sơ, thái độ phục vụ và các khoản phí dịch vụ, làm ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng. Dù công tác hậu mãi đang hoàn thành tốt vai trò giữ chân khách hàng, chi nhánh vẫn cần chủ động hơn trong việc minh bạch hóa thông tin và hiện đại hóa công cụ quản lý để chuyển từ thể đối phó sang ngăn ngừa khiếu nại từ xa.

2.4.6. Đánh giá kết quả khảo sát khách hàng về hoạt động chăm sóc tại ngân hàng Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt

Để có cái nhìn khách quan, toàn diện và sát thực hơn về thực trạng hoạt động chăm sóc khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt, ngoài việc phân tích dựa trên tài liệu nội bộ, quan sát thực tế và ý kiến trao đổi với cán bộ nhân viên, người viết đã tiến hành khảo sát trực tiếp ý kiến của khách hàng đang sử dụng dịch vụ tại chi nhánh. Việc khảo sát này nhằm thu thập đánh giá thực tế từ phía khách hàng - đối tượng trực tiếp sử dụng và trải nghiệm dịch vụ - về các khía cạnh quan trọng như sự thuận tiện, chất lượng sản phẩm dịch vụ, thái độ phục vụ của nhân viên, quy trình giao dịch và công tác chăm sóc sau giao dịch.

Kết quả khảo sát sẽ là cơ sở quan trọng để làm rõ những điểm mạnh đang được khách hàng ghi nhận, đồng thời chỉ ra những hạn chế còn tồn tại mà có thể chưa được phát hiện qua các kênh thông tin nội bộ.

2.4.6.1. Mô tả

Dựa trên phiếu khảo sát được thực hiện bằng Google Forms, tiến hành khảo sát nhằm thu thập ý kiến đánh giá của khách hàng về chất lượng hoạt động chăm sóc khách hàng tại Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt. Phiếu khảo sát được thiết kế dưới hình thức trực tuyến, giúp khách hàng dễ dàng tham gia trả lời thông qua điện thoại hoặc máy tính, đồng thời thuận tiện cho việc tổng hợp và xử lý dữ liệu khảo sát.

Phiếu khảo sát được sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng, gồm: (1) Rất không đồng ý, (2) Không đồng ý, (3) Bình thường, (4) Đồng ý, (5) Rất đồng ý. Thang đo này được thống nhất cho tất cả các tiêu chí. Sau khi thu thập được kết quả khảo sát, các kết quả được xử lý bằng cách tính giá trị trung bình cho từng tiêu chí. Từ đó, xác định những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động CSKH tại Ngân hàng.

Thời gian khảo sát được thực hiện trong 2 tuần từ ngày 15 đến ngày 29 tháng 4 năm 2026. Đối tượng khảo sát chủ yếu là khách hàng đang sử dụng các dịch vụ tại Agribank Nam Cửa Việt như khách hàng vay vốn, khách hàng gửi tiết kiệm và khách hàng sử dụng dịch vụ thanh toán/ngân hàng số. Đây phần lớn là người dân địa phương, hộ kinh doanh nhỏ, ngư dân, công chức, cán bộ hưu trí và một số khách hàng trẻ thường xuyên sử dụng ứng dụng Agribank Plus.

Quy mô khảo sát gồm 52 phiếu khảo sát hợp lệ được thu thập từ khách hàng đến giao dịch trực tiếp tại quầy và khách hàng được gửi link khảo sát online qua Zalo và Facebook. Hình thức khảo sát chủ yếu là câu hỏi trắc nghiệm kết hợp với một số câu hỏi mở để khách hàng đưa ra ý kiến và đánh giá thực tế về sự thuận tiện, sản phẩm dịch vụ, con người, quy trình giao dịch và hoạt động trong CSKH.

Trong tổng số 52 khách hàng tham gia khảo sát tại Agribank Nam Cửa Việt, cơ cấu nghề nghiệp được phân loại như sau:

- Công chức, viên chức: 9 khách hàng, chiếm 17,3%
- Tiểu thương: 5 khách hàng, chiếm 9,6%
- Ngư dân: 10 khách hàng, chiếm 19,2%
- Lao động tự do: 7 khách hàng, chiếm 13,5%
- Kinh doanh tự do: 6 khách hàng chiếm 11,5%
- Khác: 15 khách chiếm 28,9%

Do đặc thù địa bàn ven biển Nam Cửa Việt có một bộ phận lớn ngư dân bận rộn bến bãi và người cao tuổi nhận kiều hối có tâm lý e ngại công nghệ, điện thoại thông minh, việc triển khai phiếu khảo sát trực tuyến qua Google Forms có những giới hạn nhất định. Tỷ lệ phản hồi cao tập trung vào nhóm tuổi 18 - 45 phản ánh nhóm đối tượng trẻ tuổi, công chức và tiểu thương năng động. Trong thực tế, nhóm đối tượng trẻ tuổi này chính là người trực tiếp đứng tên, thực hiện giao dịch thanh toán số hoặc hỗ trợ cha mẹ, người lớn tuổi trong gia đình thao tác công nghệ tại quầy. Vì vậy, số liệu

thu về vẫn đảm bảo tính định hướng sát thực cho các giải pháp số hóa và nâng cao trải nghiệm khách hàng tại chi nhánh.

2.4.6.2. Đánh giá của khách hàng về các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động chăm sóc khách hàng tại PGD Nam Cửa Việt

Bảng 2.11. Đánh giá của khách hàng về sự thuận tiện của phòng giao dịch

Nhận định	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý	Giá trị trung bình
Không gian giao dịch tại Nam Cửa Việt sạch sẽ, thoáng mát.	5	0	19	15	13	3.60
Hệ thống máy ATM hoạt động ổn định, dễ sử dụng.	3	5	12	18	14	3.67
Các biển báo, hướng dẫn tại chi nhánh rõ ràng, dễ tìm.	5	2	17	14	14	3.58
Vị trí chi nhánh Nam Cửa Việt thuận tiện cho việc đi lại và giao dịch.	5	2	12	17	16	3.71
Trung bình chung						3.64

Qua kết quả khảo sát có thể thấy khách hàng đánh giá khá tích cực về yếu tố cơ sở vật chất và điều kiện giao dịch tại Agribank Nam Cửa Việt với mức điểm trung bình chung đạt 3,64/5. Cho thấy đa số khách hàng cảm thấy tương đối hài lòng với môi trường giao dịch tại chi nhánh.

Trong đó, tiêu chí “*Vị trí chi nhánh Nam Cửa Việt thuận tiện cho việc đi lại và giao dịch*” được khách hàng đánh giá cao nhất với điểm trung bình 3.71 cho thấy vị trí của chi nhánh khá thuận lợi, vì vị trí chi nhánh nằm gần các trục lộ kinh doanh ven biển, giúp họ tiết kiệm thời gian di chuyển khi nộp tiền mặt cuối ngày, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận khi thực hiện giao dịch. Tiếp theo là tiêu chí “*Hệ thống máy ATM hoạt động ổn định, dễ sử dụng*” đạt 3.67 điểm, phản ánh hệ thống ATM nhìn chung đáp ứng được nhu cầu sử dụng của khách hàng.

Bên cạnh đó, tiêu chí về “*Không gian giao dịch sạch sẽ, thoáng mát*” và “*Các biển báo, hướng dẫn rõ ràng, dễ tìm*” cũng nhận được mức đánh giá tương đối tốt với

điểm trung bình lần lượt là 3.60 và 3.58. Tuy nhiên, vẫn còn một số khách hàng chưa thực sự hài lòng do không gian sảnh chờ hiện tại bị chật chội và ngột ngạt vào những ngày chi trả lương hưu cố định hàng tháng và các biển báo hướng dẫn bị thời tiết làm hao mòn chi nhánh chưa kịp xử lý kịp thời, cho thấy chi nhánh cần tiếp tục cải thiện không gian giao dịch, nâng cấp cơ sở vật chất và bố trí hướng dẫn trực quan hơn để nâng cao trải nghiệm khách hàng trong thời gian tới.

Bảng 2.12. Đánh giá của khách hàng về sản phẩm và dịch vụ tại phòng giao dịch

Nhận định	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý	Giá trị trung bình
Các gói sản phẩm (vay nông nghiệp, vay kinh doanh, tiết kiệm) đa dạng, phù hợp với nhu cầu của người dân Nam Cửa Việt.	5	4	16	9	18	3.60
Lãi suất cho vay và lãi suất tiền gửi cạnh tranh so với các ngân hàng khác trên địa bàn	3	2	12	24	11	3.73
Hạn mức cho vay đáp ứng đủ nhu cầu vốn cho sản xuất, kinh doanh của Quý khách	2	5	21	10	14	3.56
Các phí dịch vụ (phí duy trì thẻ, phí chuyển tiền...) ở mức hợp lý.	3	6	14	15	14	3.60
Trung bình chung						3.62

Có thể thấy khách hàng đánh giá khá tích cực về sản phẩm và dịch vụ của Agribank Nam Cửa Việt với giá trị trung bình chung đạt 3.62/5 cho thấy các sản phẩm và dịch vụ của chi nhánh nhìn chung đáp ứng tương đối tốt nhu cầu của khách hàng tại địa phương.

Trong các tiêu chí khảo sát, “*Lãi suất cho vay và lãi suất tiền gửi cạnh tranh so với các ngân hàng khác trên địa bàn*” được khách hàng đánh giá cao nhất với điểm trung bình 3.73 cho thấy Agribank Nam Cửa Việt có lợi thế nhất định về chính sách lãi suất, tạo được sức cạnh tranh và thu hút khách hàng trên địa bàn.

Bên cạnh đó, tiêu chí “*Các gói sản phẩm đa dạng, phù hợp với nhu cầu của người dân Nam Cửa Việt*” và “*Các phí dịch vụ ở mức hợp lý*” đều đạt mức 3.60 điểm, cho thấy khách hàng khá hài lòng với các sản phẩm vay vốn, tiết kiệm cũng như mức phí mà ngân hàng áp dụng. Tuy nhiên, tiêu chí “*Hạn mức cho vay đáp ứng đủ nhu cầu vốn*” có điểm trung bình thấp nhất là 3.56, phản ánh vẫn còn một số khách hàng chưa thực sự hài lòng về mức vốn được ngân hàng phê duyệt, do đặc thù quy mô sản xuất của họ cần lượng vốn lưu động đột biến trong mùa bão hoặc mùa cao điểm du lịch hè, nhưng cơ chế thẩm định giá tàu thuyền, tài sản ngư nghiệp hiện tại của ngân hàng còn khắt khe, chưa kích hoạt được hạn mức tối đa như họ kỳ vọng.

Nhìn chung, khách hàng đánh giá các sản phẩm và dịch vụ của Agribank Nam Cửa Việt ở mức khá tốt, tuy nhiên chi nhánh vẫn cần tiếp tục đa dạng hóa sản phẩm, linh hoạt hơn về hạn mức tín dụng và cải thiện chính sách phí dịch vụ để nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng trong thời gian tới.

Bảng 2.13. Đánh giá của khách hàng về đội ngũ nhân viên tại phòng giao dịch

Nhận định	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý	Giá trị trung bình
Nhân viên có diện mạo chuyên nghiệp, tác phong nhanh nhẹn, lịch sự.	2	6	10	16	18	3.81
Nhân viên có kiến thức nghiệp vụ tốt, giải thích các điều khoản rõ ràng	4	2	19	15	12	3.56
Nhân viên có thái độ phục vụ tận tình, không gây khó khăn hay sách nhiễu.	3	7	8	15	12	3.77
Nhân viên luôn thấu hiểu và ưu tiên quyền lợi của khách hàng lên hàng đầu.	1	5	18	14	14	3.67
Trung bình chung						3.7

Có thể thấy khách hàng đánh giá khá tốt về đội ngũ nhân viên tại Agribank Nam Cửa Việt với điểm trung bình chung đạt 3.7/5 cho thấy phần lớn khách hàng hài lòng với phong cách phục vụ, thái độ và năng lực làm việc của nhân viên tại chi nhánh.

Trong các tiêu chí khảo sát, “*Nhân viên có diện mạo chuyên nghiệp, tác phong nhanh nhẹn, lịch sự*” được khách hàng đánh giá cao nhất với điểm trung bình 3.81. Điều này phản ánh đội ngũ nhân viên của chi nhánh tạo được hình ảnh chuyên nghiệp và thái độ giao tiếp phù hợp trong quá trình phục vụ khách hàng. Tiếp theo, tiêu chí “*Nhân viên có thái độ phục vụ tận tình, không gây khó khăn hay sách nhiễu*” đạt 3.77 điểm, cho thấy đa số khách hàng cảm nhận được sự nhiệt tình và hỗ trợ tích cực từ nhân viên ngân hàng. Bên cạnh đó, tiêu chí “*Nhân viên luôn thấu hiểu và ưu tiên quyền lợi của khách hàng lên hàng đầu*” đạt 3.67 điểm, thể hiện khách hàng tương đối tin tưởng vào sự quan tâm và hỗ trợ của nhân viên trong quá trình giao dịch.

Tuy nhiên, tiêu chí “*Nhân viên có kiến thức nghiệp vụ tốt, giải thích các điều khoản rõ ràng*” có điểm trung bình thấp nhất là 3.56. Điều này chứng minh rằng việc nhân viên sử dụng các thuật ngữ tài chính chuyên sâu khi tư vấn hợp đồng thế chấp hoặc quy trình cài đặt sinh trắc học đang tạo ra rào cản ngôn ngữ đối với những người lao động phổ thông tại địa phương. Vì vậy, chi nhánh cần tiếp tục nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng giao tiếp và kỹ năng tư vấn cho đội ngũ nhân viên để nâng cao hơn nữa chất lượng phục vụ khách hàng trong thời gian tới.

Bảng 2.14. Đánh giá của khách hàng về quy trình tại phòng giao dịch

Nhận định	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý	Giá trị trung bình
Quy trình thực hiện giao dịch (gửi tiền, rút tiền) đơn giản, không rườm rà	1	2	17	18	14	3.81
Thủ tục xét duyệt hồ sơ vay vốn nhanh chóng, đúng thời hạn cam kết.	2	8	11	18	14	3.63
Các kênh giao dịch trực tuyến ổn định, giúp giảm bớt việc phải đến quầy.	2	4	13	20	13	3.73
Thời gian chờ đợi để gặp giao dịch viên được rút ngắn tối đa.	1	5	17	13	16	3.73
Trung bình chung						3.73

Qua kết quả khảo sát ở bảng 2.14 có thể thấy khách hàng đánh giá khá tích cực về quy trình giao dịch tại Agribank Nam Cửa Việt với điểm trung bình chung đạt 3.73/5. Điều này cho thấy quy trình phục vụ tại chi nhánh nhìn chung tương đối thuận tiện, đáp ứng được nhu cầu giao dịch của khách hàng. Trong các tiêu chí khảo sát, “*Quy trình thực hiện giao dịch đơn giản, không rườm rà*” được đánh giá cao nhất với điểm trung bình 3.8 cho thấy đa số khách hàng cảm thấy các thủ tục gửi tiền, rút tiền tại chi nhánh khá dễ thực hiện và không quá phức tạp. Bên cạnh đó, tiêu chí “*Các kênh giao dịch trực tuyến ổn định*” và “*Thời gian chờ đợi để gặp giao dịch viên được rút ngắn tối đa*” đều đạt 3.73 điểm, phản ánh khách hàng tương đối hài lòng với chất lượng dịch vụ ngân hàng số cũng như thời gian xử lý giao dịch tại quầy.

Tuy nhiên, tiêu chí “*Thủ tục xét duyệt hồ sơ vay vốn nhanh chóng, đúng thời hạn cam kết*” có điểm trung bình thấp nhất là 3.63. Điều này cho thấy vẫn còn một số khách hàng chưa thực sự hài lòng về thời gian xử lý hồ sơ vay vốn tại chi nhánh, lý do là nhịp điệu mùa vụ của hai nhóm này đòi hỏi dòng tiền tốc độ, trong khi quy trình phê duyệt tín dụng của ngân hàng phải qua nhiều cấp kiểm soát an toàn, tạo ra độ trễ thời gian khiến họ cảm thấy sốt ruột. Vì vậy, Agribank Nam Cửa Việt cần tiếp tục cải thiện quy trình xét duyệt tín dụng, đơn giản hóa thủ tục và nâng cao tốc độ xử lý hồ sơ để nâng cao sự hài lòng của khách hàng trong thời gian tới.

Bảng 2.15. Đánh giá của khách hàng về công tác chăm sóc và giải quyết khiếu nại tại phòng giao dịch

Nhận định	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý	Giá trị trung bình
Ngân hàng thường xuyên hỏi thăm, khảo sát ý kiến sau khi Quý khách sử dụng dịch vụ.	4	2	14	12	20	3.81
Các thông báo về biến động số dư, thông báo nhắc nợ được gửi đến kịp thời, chính xác.	1	5	10	21	15	3.85
Ngân hàng có các chương trình tri ân (tặng quà, chúc mừng) vào các dịp lễ, Tết hoặc sinh nhật khách hàng.	3	6	9	14	20	3.81

Các khiếu nại, thắc mắc được giải quyết thỏa đáng và có phản hồi nhanh chóng từ hotline hoặc trực tiếp tại quầy.	1	4	14	17	16	3.83
Trung bình chung						3.83

Qua kết quả khảo sát có thể thấy khách hàng đánh giá khá tốt về hoạt động chăm sóc khách hàng sau giao dịch tại Agribank Nam Cửa Việt với điểm trung bình chung đạt 3.83/5 cho thấy chi nhánh đã tạo được sự hài lòng tương đối cao đối với khách hàng thông qua các hoạt động hỗ trợ, chăm sóc và phản hồi sau khi sử dụng dịch vụ. Trong các tiêu chí khảo sát, “*Các thông báo về biến động số dư, thông báo nhắc nợ được gửi đến kịp thời, chính xác*” được khách hàng đánh giá cao nhất với điểm trung bình 3.85 cho thấy hệ thống thông báo của ngân hàng hoạt động khá hiệu quả, giúp khách hàng dễ dàng theo dõi tài khoản và chủ động trong các giao dịch tài chính. Bên cạnh đó, tiêu chí “*Các khiếu nại, thắc mắc được giải quyết thỏa đáng và có phản hồi nhanh chóng*” đạt 3.83 điểm, phản ánh khách hàng tương đối hài lòng với khả năng hỗ trợ và xử lý vấn đề của chi nhánh. Hai tiêu chí “*Ngân hàng thường xuyên hỏi thăm, khảo sát ý kiến khách hàng*” và “*Ngân hàng có các chương trình tri ân vào dịp lễ, Tết hoặc sinh nhật*” đều đạt 3.81 điểm, cho thấy khách hàng đánh giá tích cực về sự quan tâm và các hoạt động chăm sóc khách hàng của ngân hàng.

Nhìn chung, kết quả khảo sát cho thấy Agribank Nam Cửa Việt đã thực hiện khá tốt công tác chăm sóc khách hàng sau giao dịch. Tuy nhiên, chi nhánh vẫn cần tiếp tục nâng cao chất lượng phản hồi, tăng cường tương tác và đa dạng hơn các chương trình chăm sóc khách hàng để nâng cao mức độ hài lòng trong thời gian tới.

Nhận xét chung: Qua kết quả khảo sát, đa số khách hàng đánh giá nhân viên Agribank Nam Cửa Việt có thái độ phục vụ khá nhiệt tình, thân thiện và hỗ trợ khách hàng tận tình trong quá trình giao dịch. Nhiều khách hàng hài lòng với sự uy tín, an toàn và sự gần gũi của ngân hàng đối với người dân địa phương. Tuy nhiên, vẫn còn một số ý kiến phản ánh về thời gian chờ giao dịch còn lâu vào giờ cao điểm, việc xử lý lỗi ứng dụng hoặc ATM đôi lúc còn chậm và một số khách hàng lớn tuổi gặp khó khăn khi sử dụng các dịch vụ ngân hàng số. Kết quả khảo sát cho thấy mức độ hài lòng của khách hàng đối với Agribank Nam Cửa Việt ở mức khá tốt, nhưng chi nhánh vẫn cần tiếp tục

cải thiện chất lượng phục vụ và hỗ trợ công nghệ để đáp ứng nhu cầu khách hàng tốt hơn trong thời gian tới.

2.5. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH

2.5.1. Những thành tựu và kết quả đạt được

Qua quá trình tìm hiểu và khảo sát thực tế, có thể thấy Agribank Nam Cửa Việt đã đạt được nhiều kết quả tích cực trong hoạt động chăm sóc khách hàng cụ thể là:

Đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp và tận tâm: Kết quả khảo sát cho thấy mức độ hài lòng về sự tận tình và tác phong chuyên nghiệp luôn nằm trong nhóm cao nhất. Nhân viên tại quầy luôn duy trì thái độ niềm nở, sẵn sàng lắng nghe và hỗ trợ khách hàng vượt qua những vướng mắc về thủ tục mà không gây tâm lý phiền hà, khó khăn. Chính sự chín chu trong diện mạo và sự chuẩn mực trong giao tiếp đã tạo nên một môi trường giao dịch tin cậy, giúp khách hàng cảm thấy được tôn trọng và an tâm khi gửi gắm tài sản của mình.

Chính sách lãi suất và sản phẩm cạnh tranh: Các gói vay nông nghiệp và vay kinh doanh được thiết kế linh hoạt, phù hợp với chu kỳ sản xuất kinh doanh của người dân địa phương, đa dạng hóa sản phẩm giúp khách hàng có nhiều lựa chọn tối ưu với điều kiện tài chính cá nhân của mình.

Hệ thống giao dịch trực tuyến vận hành hiệu quả: Hệ thống giao dịch trực tuyến (E-Banking, App Agribank Plus) được khách hàng đánh giá rất cao về độ ổn định và tính bảo mật giúp giảm thiểu đáng kể tình trạng tắc nghẽn tại quầy, cho phép khách hàng thực hiện giao dịch mọi lúc mọi nơi.

Công tác hậu mãi và tri ân khách hàng xuất sắc: Hoạt động chăm sóc khách hàng trước, trong và sau khi cung ứng dịch vụ được triển khai khá đầy đủ như: nhắc lịch trả nợ, nhắc ngày đáo hạn sổ tiết kiệm, gửi tin nhắn thông báo biến động số dư, chương trình tri ân khách hàng vào các dịp lễ, Tết,... Qua khảo sát, phần lớn khách hàng đều có mức độ hài lòng khá tốt đối với chất lượng phục vụ của Agribank Nam Cửa Việt.

2.5.2. Những hạn chế còn tồn tại

Mặc dù hoạt động chăm sóc khách hàng tại Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt đã đạt được nhiều kết quả tích cực, song vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần khắc phục nhằm nâng cao hơn nữa sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng cá nhân.

Thứ nhất, sự chưa đồng bộ trong trải nghiệm cơ sở vật chất và không gian giao dịch vẫn là điểm yếu rõ nét nhất. Theo kết quả khảo sát, cơ sở vật chất là mảng nhận được tỷ lệ “rất không đồng ý” cao nhất. Tại các thời điểm cao điểm như kỳ giải ngân vốn nông nghiệp, chi trả lương hưu, trợ cấp hoặc thu hộ tiền điện nước, sảnh chờ trở nên chật chội, thiếu ghế ngồi, thiếu sự riêng tư và thông thoáng. Không gian giao dịch chưa được thiết kế khoa học, dẫn đến tình trạng ùn tắc, gây cảm giác mệt mỏi và sốt ruột cho khách hàng, đặc biệt là người cao tuổi và ngư dân. Ngoài ra, hệ thống biển báo, sơ đồ hướng dẫn còn mang tính hình thức, chưa thực sự trực quan và dễ hiểu, khiến nhiều khách hàng lần đầu giao dịch hoặc khách hàng lớn tuổi thường xuyên lúng túng, phải hỏi đi hỏi lại nhiều lần, làm mất thời gian cho cả khách hàng và nhân viên.

Thứ hai, hạn chế về sản phẩm và dịch vụ vẫn tồn tại khá rõ. Về mặt tài chính và pháp lý, mức lãi suất thẻ tín dụng (15,0%/năm) còn khá cao so với thu nhập bình quân của người dân; đồng thời, điều kiện thế chấp khắt khe, việc định giá tàu thuyền thấp và vướng mắc pháp lý đất đai đã hạn chế đáng kể hạn mức vay lớn. Song song đó, cơ chế tính lãi suất dựa trên mức độ rủi ro (CIC, tài sản đảm bảo) chưa thực sự tường minh, dễ gây thắc mắc và so sánh khi lãi suất thực tế cao hơn kỳ vọng. Về mặt tiếp cận và trải nghiệm, hệ thống sản phẩm với quá nhiều gói vay và tên gọi phức tạp đang làm khó tệp khách hàng ưa chuộng sự đơn giản. Đặc biệt, các dịch vụ công nghệ số hiện đại như xác thực sinh trắc học hay giao dịch trên ứng dụng vẫn là rào cản lớn, gây bối rối cho nhóm ngư dân và khách hàng lớn tuổi vốn ít có cơ hội tiếp cận công nghệ.

Thứ ba, độ trễ trong quy trình vận hành và xét duyệt tín dụng là hạn chế được nhiều khách hàng phản ánh. Tốc độ thẩm định và phê duyệt hồ sơ vay vốn đôi khi chưa đạt được tiến độ cam kết với khách hàng. Việc phải trải qua nhiều cấp xét duyệt cùng với yêu cầu bổ sung hồ sơ nhiều lần khiến thời gian giải ngân bị kéo dài, đặc biệt trong các mùa vụ kinh doanh quan trọng. Một sự chậm trễ dù nhỏ cũng có thể làm lỡ cơ hội sản xuất kinh doanh của khách hàng, gây tâm lý ức chế, mất lòng tin và dẫn đến những đánh giá tiêu cực về tính chuyên nghiệp của chi nhánh.

Thứ tư, khoảng cách giữa năng lực chuyên môn và kỹ năng truyền đạt, tư vấn của đội ngũ nhân sự vẫn chưa được thu hẹp đáng kể. Nhân viên tại chi nhánh có nền tảng nghiệp vụ tương đối vững vàng, tuy nhiên kỹ năng giao tiếp và tư vấn chưa thực sự xuất sắc. Kết quả khảo sát cho thấy tiêu chí “Nhân viên có kiến thức nghiệp vụ tốt, giải thích các điều khoản rõ ràng” chỉ đạt điểm trung bình 3,56. Nhiều nhân viên vẫn sử

dụng thuật ngữ chuyên môn ngân hàng khi giải thích hợp đồng, lãi suất, phí dịch vụ, khiến khách hàng, đặc biệt là bà con ngư dân và người lớn tuổi, khó hiểu dẫn đến mối quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng chưa đạt được sự gắn kết sâu sắc.

Cuối cùng, cơ cấu tổ chức và phân bổ nhân sự cũng ảnh hưởng nhất định đến hiệu quả chăm sóc khách hàng. Với quy mô 17 cán bộ nhưng chỉ có 10 người trực tiếp làm công tác giao dịch và tín dụng, đội ngũ nhân sự còn mỏng, đặc biệt vào giờ cao điểm và mùa vụ. Việc kiêm nhiệm nhiều công việc khiến nhân viên dễ bị quá tải, ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ và thời gian xử lý yêu cầu của khách hàng. Cơ cấu tổ chức tuy rõ ràng nhưng sự phân công nhiệm vụ giữa các bộ phận đôi khi còn chồng chéo hoặc thiếu sự linh hoạt, dẫn đến quy trình xử lý công việc chưa được tối ưu.

2.5.3. Nguyên nhân của hạn chế

Trong quá trình hoạt động chi nhánh vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định ảnh hưởng đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng. Những hạn chế này xuất phát từ nhiều nguyên nhân khác nhau, cụ thể là:

Nguyên nhân từ hạ tầng và sự phát triển nóng của lượng khách hàng: Trụ sở chi nhánh đã được xây dựng từ nhiều năm trước, thiết kế ban đầu không còn phù hợp với quy mô giao dịch hiện tại. Sự hạn chế về diện tích sảnh chờ và số lượng quầy giao dịch tạo ra rào cản vật lý trong việc cải thiện trải nghiệm khách hàng. Hiện nay chi nhánh đã cho thi công xây dựng trụ sở mới và sắp bàn giao hoàn thành. Lượng khách hàng tại chi nhánh Nam Cửa Việt tăng trưởng nhanh do nhu cầu vốn sản xuất tăng cao, trong khi tốc độ nâng cấp cơ sở vật chất chưa theo kịp, dẫn đến tình trạng quá tải trầm trọng vào các khung giờ cao điểm hoặc kỳ giải ngân.

Nguyên nhân từ sự khắt khe của quy trình nghiệp vụ hệ thống: Là Ngân hàng Thương mại Nhà nước, Agribank đặt tiêu chuẩn an toàn vốn lên hàng đầu. Quy trình thẩm định tín dụng bao gồm nhiều lớp kiểm soát từ thu thập hồ sơ, kiểm tra thực địa đến phê duyệt đa cấp. Các quy định này mang tính hệ thống toàn quốc, chưa có sự phân cấp linh hoạt cho các khoản vay cá nhân nhỏ lẻ tại địa phương khiến thời gian chờ đợi bị kéo dài ngoài ý muốn của chi nhánh.

Nguyên nhân từ áp lực công việc và định hướng kỹ năng nhân sự: Số lượng giao dịch viên và cán bộ tín dụng tại chi nhánh chưa tương xứng với khối lượng khách hàng, áp lực phải xử lý nhanh, chính xác để tránh sai sót tài chính khiến nhân viên buộc phải ưu tiên tính đúng hơn là khéo léo. Công tác đào tạo hiện nay vẫn tập trung

nhiều vào nghiệp vụ chuyên môn. Các kỹ năng về tâm lý khách hàng, nghệ thuật thuyết phục và tư vấn khách hàng chưa được trang bị đầy đủ, dẫn đến việc nhân viên chỉ giải quyết được yêu cầu mà chưa chạm được đến cảm xúc khách hàng.

CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN TRIỆU PHONG - PGD NAM CỬA VIỆT

3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA NGÂN HÀNG TRONG NĂM 2026

Trên cơ sở phân tích thực trạng và những kết quả đạt được về công tác chăm sóc khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt, nhằm phát huy các lợi thế sẵn có và khắc phục những hạn chế còn tồn tại, ngân hàng đã đề ra các định hướng chiến lược mang tính đột phá cho năm 2026. Các định hướng này không chỉ bám sát chủ trương của Ngân hàng Nhà nước mà còn tập trung vào mục tiêu nâng cao toàn diện trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng tại địa phương, cụ thể như sau:

Chuyển đổi số toàn diện và thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt: Định hướng trong năm 2026, chi nhánh sẽ tiếp tục đẩy mạnh phổ cập dịch vụ ngân hàng số đến tận khách hàng. Mục tiêu cụ thể là đưa ít nhất 80% tổng lượng giao dịch thanh toán của khách hàng cá nhân thực hiện qua các kênh số như ứng dụng Agribank Plus và hệ thống mã VietQR. Việc này không chỉ giảm tải áp lực giao dịch trực tiếp tại quầy mà còn giúp khách hàng tiết kiệm thời gian, chi phí, đồng thời thực hiện đúng chủ trương của Chính phủ về phát triển kinh tế số tại địa phương.

Hiện đại hóa hạ tầng và nâng tầm trải nghiệm khách hàng: Chi nhánh tập trung mọi nguồn lực để hoàn thiện và đưa vào vận hành trụ sở mới với không gian giao dịch đạt tiêu chuẩn. Định hướng thiết kế không gian mới sẽ chú trọng vào sự tiện nghi, thông thoáng với khu vực sảnh chờ hiện đại, khu vực trải nghiệm ngân hàng số riêng biệt và hệ thống phân luồng khách hàng tự động.

Hoàn thiện danh mục sản phẩm dịch vụ - tạo lợi thế mới trong phục vụ khách hàng: Thay vì cung cấp các dịch vụ đơn lẻ, chi nhánh sẽ tập trung hoàn thiện và đóng gói các sản phẩm tài chính đa dạng, đáp ứng đúng nhu cầu của từng phân khúc khách hàng. Việc cá nhân hóa các gói sản phẩm (như gói thấu chi dành cho công chức, gói tín dụng mùa vụ cho ngư dân) sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh mới. Sự đơn giản hóa trong thủ tục và tính linh hoạt trong chính sách giá sẽ là đòn bẩy để ngân hàng thu hút thêm tệp khách hàng trẻ và năng động trên địa bàn.

Tăng cường an toàn, bảo mật và quản trị rủi ro trong kỷ nguyên số: Trong bối cảnh tội phạm công nghệ cao ngày càng tinh vi, chi nhánh xác định định hướng ưu tiên hàng đầu là bảo vệ tài sản của khách hàng. Ngân hàng sẽ đẩy mạnh công tác tuyên

truyền, hướng dẫn bà con nhận diện các thủ đoạn lừa đảo qua mạng ngay tại quầy giao dịch và qua các hội nhóm Zalo. Việc đầu tư vào hệ thống bảo mật sinh trắc học và quản trị rủi ro chặt chẽ sẽ là nền tảng cốt lõi để khách hàng yên tâm tuyệt đối khi sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử tại chi nhánh.

Xây dựng văn hóa phục vụ chuẩn mực và đồng bộ: Không chỉ dừng lại ở việc nâng cấp máy móc mà còn là chuẩn hóa phong cách phục vụ. Ngân hàng tập trung xây dựng hình ảnh cán bộ nhân viên thân thiện, chuyên nghiệp theo đúng bộ nhận diện thương hiệu Agribank. Thực hiện nghiêm túc các quy tắc ứng xử và tạo ra môi trường giao dịch văn minh giúp nâng cao chỉ số hài lòng, biến mỗi khách hàng đến giao dịch trở thành một khách hàng thân thiết cho chi nhánh.

3.2. MỘT SỐ ĐỀ XUẤT HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN TRIỆU PHONG - PGD NAM CỬA VIỆT

3.2.1. Đề xuất 1: Giải pháp nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng tại Agribank PGD Nam Cửa Việt

3.2.1.1. Hoàn thiện và đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ ngân hàng

Agribank PGD Nam Cửa Việt cần tiếp tục hoàn thiện và đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu thực tế của khách hàng tại địa phương như ngư dân, hộ kinh doanh nhỏ, tiểu thương và lao động tự do. Chi nhánh có thể xây dựng thêm các gói vay chuyên biệt dành cho nghề biển, vay theo mùa vụ hoặc các sản phẩm tiết kiệm linh hoạt với số tiền gửi nhỏ để tạo điều kiện cho nhiều đối tượng khách hàng dễ dàng tiếp cận dịch vụ ngân hàng hơn.

Bên cạnh đó, ngân hàng cần linh hoạt hơn trong công tác thẩm định và định giá tài sản bảo đảm bằng cách phối hợp với các đơn vị định giá độc lập để xác định sát hơn giá trị thực tế của các loại tài sản đặc thù như tàu thuyền, máy móc phục vụ đánh bắt thủy sản thay vì áp dụng mức định giá cứng nhắc. Đồng thời, chi nhánh nên mở rộng danh mục tài sản bảo đảm được chấp nhận như tài sản hình thành từ vốn vay hoặc quyền tài sản phát sinh từ hợp đồng kinh tế nhằm hỗ trợ khách hàng thuận lợi hơn trong việc tiếp cận nguồn vốn tín dụng.

Đối với nhóm khách hàng kinh doanh tự do hoặc hộ kinh doanh cá thể, Agribank Nam Cửa Việt cần cải tiến cơ chế chứng minh thu nhập theo hướng linh hoạt và phù hợp thực tế hơn. Việc đánh giá có thể dựa trên dòng tiền kinh doanh, lịch sử

giao dịch tài khoản, sổ ghi chép thu chi hoặc xác minh trực tiếp tại địa phương thay vì phụ thuộc hoàn toàn vào hóa đơn, chứng từ như hiện nay. Đồng thời, ngân hàng nên xem xét điều chỉnh hạn mức cho vay linh hoạt đối với các khách hàng có lịch sử tín dụng tốt và nhu cầu vốn lớn nhằm đáp ứng hiệu quả hoạt động sản xuất, kinh doanh tại địa phương.

Ngoài ra, chi nhánh cần tiếp tục phát triển các dịch vụ ngân hàng số và thanh toán không dùng tiền mặt phù hợp với thói quen sử dụng của người dân địa phương. Các chương trình miễn giảm phí chuyển tiền, ưu đãi duy trì tài khoản hoặc tích điểm khi thanh toán bằng VietQR cần được triển khai thường xuyên để khuyến khích khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử nhiều hơn. Đồng thời, Agribank Nam Cửa Việt cũng cần duy trì lợi thế cạnh tranh về lãi suất thông qua các chương trình ưu đãi dành cho khách hàng thân thiết, khách hàng vay phục vụ nông nghiệp hoặc khách hàng gửi tiết kiệm dài hạn. Việc công khai minh bạch các thông tin về lãi suất, phí dịch vụ và điều kiện giao dịch cũng sẽ góp phần nâng cao niềm tin và mức độ hài lòng của khách hàng đối với ngân hàng. Ngân hàng nên tổ chức các chương trình hướng dẫn sử dụng Mobile Banking, thanh toán QR và giao dịch trực tuyến cho người dân lớn tuổi hoặc khách hàng chưa quen với công nghệ, giúp họ dễ dàng tiếp cận các dịch vụ hiện đại.

3.2.1.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và công tác chăm sóc khách hàng

Để nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng, Agribank Nam Cửa Việt cần chú trọng hơn đến công tác đào tạo, quản lý và bố trí nhân sự phù hợp nhằm nâng cao chất lượng phục vụ tại chi nhánh. Mặc dù đội ngũ nhân viên hiện nay có nền tảng nghiệp vụ tương đối tốt, tuy nhiên quá trình tư vấn đôi lúc còn sử dụng nhiều thuật ngữ chuyên môn khiến khách hàng khó tiếp cận thông tin, đặc biệt là người lớn tuổi hoặc khách hàng ở khu vực nông thôn, ven biển. Vì vậy, chi nhánh cần thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo kỹ năng mềm, kỹ năng giao tiếp và kỹ năng tư vấn thực tế cho nhân viên. Nội dung đào tạo cần tập trung vào việc hướng dẫn nhân viên giải thích các điều khoản hợp đồng, lãi suất và dịch vụ ngân hàng bằng ngôn ngữ đơn giản, dễ hiểu và gần gũi hơn với khách hàng địa phương.

Bên cạnh kiến thức chuyên môn, Agribank Nam Cửa Việt cũng cần chú trọng xây dựng tác phong phục vụ chuyên nghiệp, thân thiện và tận tình cho đội ngũ nhân viên. Nhân viên giao dịch cần giữ thái độ niềm nở, lịch sự, biết lắng nghe và hỗ trợ

khách hàng một cách chủ động, đặc biệt đối với các nhóm khách hàng lớn tuổi, ngư dân hoặc người dân chưa quen với các dịch vụ ngân hàng hiện đại. Điều này sẽ góp phần tạo cảm giác gần gũi, thoải mái và nâng cao sự tin tưởng của khách hàng khi giao dịch tại ngân hàng.

Ngoài ra, chi nhánh cần xây dựng chính sách đãi ngộ phù hợp nhằm giữ chân nhân sự chất lượng cao và tạo động lực làm việc cho cán bộ nhân viên. Các chương trình hỗ trợ đào tạo nâng cao nghiệp vụ, chăm sóc sức khỏe, chế độ nghỉ dưỡng hoặc hoạt động gắn kết nội bộ sẽ giúp cải thiện môi trường làm việc và nâng cao hiệu quả công việc. Đồng thời, ban lãnh đạo có thể phát động các phong trào sáng tạo thông qua công đoàn hoặc đoàn thanh niên nhằm khuyến khích cán bộ nhân viên đề xuất các ý tưởng cải tiến quy trình phục vụ khách hàng và nâng cao chất lượng dịch vụ tại chi nhánh.

Bên cạnh đó, Agribank Nam Cửa Việt cần tăng cường đào tạo kỹ năng ứng dụng công nghệ và ngân hàng số cho đội ngũ nhân viên nhằm hỗ trợ khách hàng hiệu quả hơn trong quá trình sử dụng các dịch vụ trực tuyến. Chi nhánh có thể triển khai mô hình hỗ trợ nội bộ giữa nhân viên trẻ am hiểu công nghệ với các cán bộ giàu kinh nghiệm nghiệp vụ để nâng cao khả năng phối hợp và xử lý công việc. Giải pháp này không chỉ giúp nâng cao hiệu quả làm việc mà còn góp phần đồng bộ chất lượng tư vấn và hỗ trợ khách hàng trong toàn chi nhánh.

Ngoài công tác đào tạo, việc bố trí nhân sự hợp lý vào các thời điểm cao điểm như chi trả lương, giải ngân vốn vay hoặc các đợt hỗ trợ nông nghiệp cũng rất cần thiết. Chi nhánh có thể thành lập các tổ hỗ trợ tại sảnh giao dịch để hướng dẫn khách hàng kê khai hồ sơ, phân luồng giao dịch và hỗ trợ lấy số thứ tự nhằm giảm áp lực cho giao dịch viên, rút ngắn thời gian chờ đợi và nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

3.2.1.3. Tăng cường sự thuận tiện và hiện đại hóa cơ sở vật chất, hạ tầng giao dịch

Trước thực trạng cơ sở vật chất và không gian giao dịch còn chưa đồng bộ, Agribank Nam Cửa Việt cần chú trọng đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng theo hướng hiện đại, thuận tiện và thân thiện hơn với khách hàng. Vào các thời điểm cao điểm như mùa giải ngân vốn vay hoặc thời gian thu hộ tiền điện, nước, lượng khách hàng tập trung đông thường khiến khu vực giao dịch trở nên chật chội và thiếu sự riêng tư. Vì vậy, chi nhánh cần bố trí lại không gian giao dịch một cách khoa học hơn bằng cách phân chia rõ khu vực chờ, khu tư vấn và khu giao dịch tiền mặt nhằm hạn chế tình trạng ùn tắc

và nâng cao tính thuận tiện cho khách hàng. Đồng thời, ngân hàng nên bổ sung thêm ghế ngồi, nước uống, quạt hoặc điều hòa để tạo cảm giác thoải mái trong thời gian chờ đợi.

Ngoài ra, hệ thống biển báo, bảng hướng dẫn và sơ đồ giao dịch cần được thiết kế trực quan, rõ ràng và dễ hiểu để hỗ trợ khách hàng, đặc biệt là người lớn tuổi hoặc khách hàng giao dịch lần đầu. Chi nhánh cũng nên bố trí nhân viên hỗ trợ tại khu vực sảnh vào giờ cao điểm nhằm hướng dẫn khách hàng lấy số thứ tự, kê khai hồ sơ và thực hiện các thủ tục cần thiết, qua đó giảm áp lực cho khu vực quầy giao dịch.

Đối với hạ tầng công nghệ, Agribank Nam Cửa Việt cần nâng cấp và bảo trì định kỳ hệ thống ATM, CDM nhằm hạn chế các tình trạng lỗi giao dịch, hết tiền hoặc hoạt động không ổn định vào thời điểm cao điểm. Đồng thời, ngân hàng nên mở rộng thêm các điểm đặt ATM hoặc CDM tại khu vực đông dân cư, chợ truyền thống hoặc khu vực cảng cá để tạo điều kiện thuận lợi hơn cho người dân trong quá trình giao dịch ngoài giờ hành chính. Bên cạnh đó, chi nhánh cần phối hợp với các đơn vị viễn thông nhằm cải thiện chất lượng đường truyền internet tại khu vực ven biển để đảm bảo các dịch vụ ngân hàng điện tử hoạt động ổn định hơn.

Ngoài việc nâng cấp cơ sở vật chất, chi nhánh cần linh hoạt hơn trong phương thức phục vụ khách hàng. Trong các giai đoạn cao điểm hoặc thời điểm ngư dân cập bến, ngân hàng có thể bố trí hỗ trợ giao dịch ngoài giờ hoặc triển khai các tổ công tác trực tiếp xuống địa bàn để hỗ trợ giải ngân, tiếp nhận hồ sơ hoặc hướng dẫn khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng. Giải pháp này sẽ giúp người dân tiết kiệm thời gian đi lại và nâng cao khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính tại địa phương.

Bên cạnh đó, Agribank Nam Cửa Việt cần tiếp tục đẩy mạnh thanh toán không dùng tiền mặt thông qua việc mở rộng hệ thống thanh toán VietQR tại các chợ, hộ kinh doanh và cơ sở dịch vụ địa phương. Việc kết hợp giữa nâng cấp cơ sở vật chất, hiện đại hóa hạ tầng công nghệ và mở rộng các tiện ích giao dịch sẽ góp phần nâng cao chất lượng phục vụ và mức độ hài lòng của khách hàng đối với Agribank Nam Cửa Việt trong thời gian tới.

3.2.2. Đề xuất 2: Hoàn thiện quy trình chăm sóc khách hàng cá nhân tại Agribank PGD Nam Cửa Việt

3.2.2.1. Giải pháp nâng cao hiệu quả tiếp cận và tư vấn khách hàng trước quá trình cung ứng dịch vụ

Trước quá trình cung ứng dịch vụ, Agribank Nam Cửa Việt cần nâng cao hiệu quả tìm kiếm, tiếp cận và tư vấn khách hàng nhằm tạo ấn tượng tốt ngay từ giai đoạn đầu tiên, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận và tin tưởng vào các dịch vụ của ngân hàng. Chi nhánh nên xây dựng hệ thống phân loại khách hàng rõ ràng theo từng nhóm (khách hàng tín dụng, khách hàng huy động vốn, khách hàng thanh toán và sử dụng ngân hàng số) để có phương pháp tư vấn phù hợp với nhu cầu, đặc điểm và hoàn cảnh thực tế của từng đối tượng.

Đối với khách hàng là ngư dân, tiểu thương hoặc hộ kinh doanh nhỏ - những nhóm chiếm tỷ trọng lớn tại địa bàn - ngân hàng cần thiết kế nội dung tư vấn đơn giản, dễ hiểu, sử dụng ngôn ngữ gần gũi và gắn liền với đặc thù kinh tế biển (mùa vụ đánh bắt, chu kỳ thu hoạch, rủi ro thời tiết...). Điều này giúp khách hàng dễ nắm bắt thông tin và nhận thấy giải pháp tài chính thực sự phù hợp với mình.

Bên cạnh đó, Agribank Nam Cửa Việt cần đẩy mạnh hoạt động tiếp cận khách hàng trực tiếp tại địa bàn thông qua việc phối hợp chặt chẽ với Tổ vay vốn, Hội Nông dân, Hội Phụ nữ, khu chợ truyền thống và cảng cá để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ. Việc cử cán bộ tín dụng xuống tận nơi để tư vấn, phát tài liệu giới thiệu và hỗ trợ làm hồ sơ sơ bộ ngay tại chỗ sẽ mang lại sự thuận tiện tối đa, giúp khách hàng cảm nhận được sự quan tâm chân thành từ ngân hàng ngay từ những bước đầu.

Đồng thời, chi nhánh cần chủ động đơn giản hóa các thủ tục ban đầu, chuẩn bị sẵn bộ hồ sơ mẫu, biểu mẫu hướng dẫn chi tiết và quy trình tư vấn rõ ràng nhằm hạn chế tình trạng khách hàng phải bổ sung giấy tờ nhiều lần.

Về ứng dụng công nghệ, ngân hàng nên đa dạng hóa các kênh tương tác (hotline, ứng dụng Agribank Plus, website, nhóm cộng đồng trực tuyến...) để hỗ trợ tư vấn nhanh chóng, kịp thời, giúp khách hàng tiết kiệm thời gian di chuyển. Chi nhánh cũng cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, hướng dẫn sử dụng các dịch vụ ngân hàng số như chuyển khoản online, thanh toán VietQR, nhằm giảm dần áp lực giao dịch trực tiếp tại quầy. Tiếp tục triển khai các chương trình ưu đãi hấp dẫn như miễn phí phát hành thẻ, cộng lãi suất gửi tiết kiệm trực tuyến, ưu đãi lãi suất vay vốn hoặc tặng quà

tri ân khi mở tài khoản mới sẽ góp phần thu hút khách hàng tiềm năng và nâng cao sức cạnh tranh của chi nhánh trên địa bàn.

3.2.2.2. Giải pháp nâng cao chất lượng phục vụ và tối ưu hóa quy trình giao dịch trong quá trình cung ứng dịch vụ

Trong quá trình cung ứng dịch vụ, Agribank Nam Cửa Việt cần tập trung đơn giản hóa thủ tục hành chính, hạn chế giấy tờ không thực sự cần thiết và rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ, đặc biệt trong các giao dịch vay vốn, gửi tiết kiệm và mở tài khoản thanh toán. Đối với hồ sơ vay vốn, nhân viên phải chủ động kiểm tra, hướng dẫn đầy đủ ngay từ đầu để giảm thiểu tình trạng khách hàng phải đi lại nhiều lần hoặc chờ đợi kéo dài.

Chi nhánh cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong quản lý hồ sơ, phê duyệt và lưu trữ dữ liệu nhằm nâng cao tính chính xác, giảm sai sót và rút ngắn đáng kể thời gian xử lý. Đồng thời, phải chú trọng nâng cao chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên. Nhân viên giao dịch cần duy trì thái độ lịch sự, niềm nở, biết lắng nghe và hỗ trợ tận tình; giải thích rõ ràng, dễ hiểu các điều khoản về lãi suất, phí dịch vụ, thời hạn thanh toán và nghĩa vụ của khách hàng, đặc biệt quan tâm hỗ trợ nhóm khách hàng cao tuổi hoặc ít tiếp xúc với công nghệ.

Để khắc phục hạn chế về độ trễ trong quy trình vận hành và xét duyệt tín dụng, chi nhánh cần rà soát, tinh gọn toàn bộ quy trình theo hướng hiện đại nhưng vẫn đảm bảo an toàn và tuân thủ quy định. Cần cắt giảm các thủ tục trung gian không cần thiết, tăng cường phối hợp giữa các bộ phận để tránh chồng chéo, đồng thời áp dụng công nghệ theo dõi tiến độ hồ sơ theo thời gian thực. Với những hồ sơ đơn giản hoặc khách hàng có lịch sử tín dụng tốt, chi nhánh có thể áp dụng cơ chế ưu tiên, rút ngắn thời gian xét duyệt. Nhân viên cần chủ động thông báo tiến độ xử lý cho khách hàng qua các kênh phù hợp để họ nắm rõ tình hình, giảm bớt lo lắng và tăng tính minh bạch.

Ngoài ra, việc thành lập các tổ hỗ trợ tại sảnh giao dịch để hướng dẫn lấy số thứ tự, viết phiếu, phân luồng khách hàng và hỗ trợ sử dụng ATM, CDM, ứng dụng Agribank Plus sẽ góp phần rút ngắn thời gian chờ đợi và nâng cao trải nghiệm tổng thể. Ngân hàng cũng nên tiếp tục áp dụng phương pháp “cầm tay chỉ việc” để hướng dẫn khách hàng sử dụng thành thạo các dịch vụ số.

3.2.2.3. Giải pháp tăng cường chăm sóc khách hàng và duy trì quan hệ khách hàng sau quá trình cung ứng dịch vụ

Sau quá trình cung ứng dịch vụ, Agribank chi nhánh Nam Cửa Việt cần tăng cường mạnh mẽ công tác chăm sóc hậu mãi nhằm duy trì sự hài lòng, củng cố lòng trung thành và xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng. Chi nhánh nên chủ động liên hệ, gửi tin nhắn hoặc khảo sát mức độ hài lòng sau khi khách hàng hoàn thành giao dịch, giải ngân hoặc sử dụng dịch vụ để kịp thời ghi nhận ý kiến đóng góp và điều chỉnh quy trình phục vụ cho phù hợp hơn với nhu cầu thực tế tại địa phương.

Đối với khách hàng tín dụng, ngân hàng cần thường xuyên theo dõi tình hình sử dụng vốn, chủ động nhắc lịch trả nợ qua tin nhắn hoặc điện thoại nhằm hạn chế nợ quá hạn. Khi khách hàng gặp khó khăn (thời tiết xấu, mất mùa, biến động giá cả...), chi nhánh phải kịp thời hỗ trợ các giải pháp như gia hạn nợ, điều chỉnh kỳ hạn trả nợ hoặc tư vấn phương án tài chính phù hợp. Đồng thời, áp dụng chính sách ưu đãi rõ ràng cho khách hàng uy tín như tăng hạn mức vay hoặc giảm lãi suất cho chu kỳ sau.

Đối với khách hàng huy động và khách hàng thanh toán, chi nhánh cần chủ động nhắc lịch đáo hạn tiền gửi, tư vấn tái tục với lãi suất hấp dẫn và triển khai các chương trình khách hàng thân thiết như tích điểm đổi quà, ưu đãi phí dịch vụ. Việc gửi quà tri ân nhân dịp sinh nhật, lễ Tết hoặc thông báo các chương trình ưu đãi mới sẽ góp phần tạo sự gắn kết cảm xúc với khách hàng.

Bên cạnh đó, chi nhánh nên duy trì khảo sát định kỳ mức độ hài lòng của khách hàng để đánh giá chất lượng dịch vụ, kịp thời phát hiện và khắc phục hạn chế. Các hoạt động này không chỉ giúp giữ chân khách hàng hiện tại mà còn khuyến khích họ giới thiệu dịch vụ cho người thân, bạn bè, từ đó mở rộng thị phần một cách bền vững.

3.2.3. Đề xuất 3: Giải pháp hoàn thiện công tác giải quyết khiếu nại trong hoạt động chăm sóc khách hàng

Giải quyết khiếu nại là một khâu quan trọng, thậm chí là “cửa ngõ cuối cùng” trong chuỗi hoạt động chăm sóc khách hàng. Một khiếu nại được xử lý tốt không chỉ giúp giữ chân khách hàng mà còn có thể chuyển hóa khách hàng không hài lòng thành người ủng hộ trung thành cho ngân hàng. Ngược lại, xử lý khiếu nại kém sẽ nhanh chóng làm tổn hại đến uy tín và hình ảnh của Agribank PGD Nam Cửa Việt trong cộng đồng dân cư ven biển – nơi truyền miệng và lòng tin cá nhân đóng vai trò rất lớn.

Hiện nay, dù đã có quy trình cơ bản, công tác giải quyết khiếu nại tại chi nhánh vẫn tồn tại một số hạn chế như thời gian xử lý một số trường hợp còn chậm, thiếu hệ thống theo dõi điện tử chuyên biệt, và khả năng dự phòng, ngăn ngừa khiếu nại chưa

cao. Vì vậy, đề xuất hoàn thiện công tác này cần được triển khai đồng bộ, chuyên nghiệp, kết hợp giữa công nghệ, quy trình chuẩn hóa và văn hóa phục vụ lấy khách hàng làm trung tâm.

Thứ nhất, hoàn thiện quy trình giải quyết khiếu nại theo hướng nhanh chóng, minh bạch và cá nhân hóa.

Chi nhánh cần xây dựng và ban hành “Quy trình giải quyết khiếu nại khách hàng cá nhân” nội bộ với thời hạn cụ thể cho từng loại khiếu nại (tối đa 24 giờ đối với khiếu nại đơn giản, 3-5 ngày làm việc đối với khiếu nại phức tạp). Quy trình cần bao gồm đầy đủ 5 bước: Tiếp nhận - Phân loại - Xác minh - Xử lý - Phản hồi & Đánh giá.

Đối với các khiếu nại liên quan đến giao dịch thẻ, ATM và ngân hàng số (chiếm tỷ lệ cao hiện nay), chi nhánh cần tăng cường phối hợp chặt chẽ và thường xuyên với bộ phận Công nghệ Thông tin của hệ thống Agribank. Khi xảy ra sự cố như ATM nuốt thẻ, trừ tiền nhưng không nhận tiền mặt, chuyển khoản chậm, lỗi đăng nhập Agribank Plus hay mất OTP, nhân viên phải tiếp nhận ngay lập tức, ghi nhận đầy đủ thông tin và chuyển hồ sơ cho bộ phận kỹ thuật trong vòng 1 giờ, chi nhánh cam kết rút ngắn thời gian xử lý tra soát nội bộ đối với các sự cố ATM nuốt thẻ hoặc trừ tiền oan từ 5 ngày làm việc xuống còn tối đa 24 giờ kể từ khi tiếp nhận yêu cầu từ bà con. Thiết lập đường dây Hotline riêng của PGD Nam Cửa Việt dán trực tiếp tại cây ATM để hỗ trợ tức thời cho khách hàng vào ngày nghỉ, ngày lễ. Đồng thời, chi nhánh cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, hướng dẫn khách hàng sử dụng ngân hàng số an toàn ngay từ giai đoạn tư vấn ban đầu: tổ chức các buổi hướng dẫn thực hành “cầm tay chỉ việc” tại quầy, tại chợ, tại cảng cá; phát tài liệu hướng dẫn nhận biết tin nhắn lừa đảo, cách lấy lại mật khẩu, mở khóa tài khoản, thiết lập xác thực sinh trắc học. Việc phòng ngừa từ gốc sẽ giảm đáng kể số lượng khiếu nại thuộc nhóm này.

Đối với khiếu nại liên quan đến hồ sơ vay vốn, chi nhánh cần thực hiện công khai, minh bạch thông tin ngay từ khâu tư vấn. Tại quầy giao dịch, trên website chi nhánh và các nhóm Zalo cộng đồng, phải niêm yết rõ ràng: điều kiện vay, danh mục hồ sơ cần chuẩn bị, cách tính lãi suất, thời gian thẩm định dự kiến, các trường hợp được ưu tiên. Khi khoản vay được phê duyệt với hạn mức thấp hơn nhu cầu hoặc thời gian xử lý kéo dài, nhân viên tín dụng phải giải thích cụ thể nguyên nhân bằng văn bản hoặc trao đổi trực tiếp, tránh để khách hàng suy đoán hoặc hiểu lầm. Chi nhánh tiếp tục đơn giản hóa thủ tục, cắt giảm giấy tờ không thực sự cần thiết và ứng dụng mạnh

mẽ công nghệ (hệ thống số hóa hồ sơ, chữ ký điện tử) để rút ngắn thời gian thẩm định và phê duyệt. Áp dụng bộ quy chuẩn "Một đầu mối tiếp nhận hồ sơ". Cán bộ tín dụng có trách nhiệm rà soát và thông báo toàn bộ danh mục giấy tờ cần bổ sung trong duy nhất 01 lần làm việc, tuyệt đối không để tình trạng bà con phải đi lại nhiều lần. Rút ngắn thời gian thẩm định thực địa bằng cách phân quyền chủ động cho cán bộ bám sát địa bàn theo từng cụm thôn, bến cảng.

Đối với khiếu nại về phí dịch vụ và chương trình ưu đãi, ngân hàng cần nâng cao tính minh bạch trong tư vấn. Trước khi khách hàng ký bất kỳ hợp đồng nào, nhân viên phải giải thích chi tiết từng khoản phí (phí duy trì tài khoản, phí SMS Banking, phí bảo hiểm khoản vay...) và điều kiện áp dụng chương trình khuyến mãi. Chi nhánh nên thường xuyên cập nhật thông tin ưu đãi còn hiệu lực tại bảng niêm yết quầy giao dịch, trên App Agribank Plus và các kênh truyền thông địa phương để tránh tình trạng “quảng cáo một đằng, thực tế một nẻo”.

Đối với khiếu nại về thái độ nhân viên và quá tải cục bộ: Vào các ngày cao điểm chi trả lương hưu và trợ cấp xã hội, chi nhánh lập tức kích hoạt "Đội phản ứng nhanh" gồm các đoàn viên thanh niên và nhân viên hành chính đứng trực tiếp tại sảnh để phân luồng khách hàng, hướng dẫn bấm số tự động, hỗ trợ người cao tuổi ghi tờ khai mẫu, giảm thiểu tình trạng ùn ứ tại 4 quầy giao dịch chính.

Đối với khiếu nại về tiếp cận gói lãi suất ưu đãi: Toàn bộ thông tin về hạn mức, đối tượng và thời hạn áp dụng của các gói vay ưu đãi theo Nghị định 67, 116 phải được niêm yết công khai bằng bảng lớn tại sảnh giao dịch và thông báo định kỳ thông qua các nhóm Zalo của Tổ trưởng tổ vay vốn, Hội Nông dân địa phương để người dân nắm bắt thông tin chính thống, tránh việc hiểu sai lệch so với quảng cáo của hệ thống.

Thứ hai, xây dựng hệ thống quản lý và theo dõi khiếu nại điện tử.

Đây là giải pháp mang tính đột phá. Chi nhánh cần đề xuất với cấp trên xây dựng hoặc tích hợp một phần mềm quản lý khiếu nại chuyên biệt (có thể là module mở rộng của hệ thống IPCAS hoặc phần mềm riêng). Hệ thống này cho phép:

- Tiếp nhận khiếu nại đa kênh (quầy, hotline, Zalo, email, hòm thư góp ý).
- Tự động phân loại, gán mã số và chuyển cho người phụ trách.
- Theo dõi tiến độ thời gian thực, gửi thông báo tự động cho khách hàng về tình trạng xử lý.

- Lưu trữ dữ liệu lịch sử, thống kê phân tích nguyên nhân gốc rễ.
- Đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng sau khi giải quyết (qua khảo sát nhanh).

Việc áp dụng hệ thống điện tử sẽ giúp lãnh đạo chi nhánh nắm bắt tình hình khiếu nại một cách nhanh chóng, kịp thời can thiệp khi có vụ việc nghiêm trọng và rút kinh nghiệm chung cho toàn chi nhánh.

Nhận thức được hệ thống lõi IPCAS và ứng dụng Agribank Plus thuộc quyền quản lý tập trung của Hội sở chính, PGD Nam Cửa Việt sẽ chủ động hoàn thiện công tác quản lý khiếu nại tại cơ sở bằng các công cụ số linh hoạt, khả thi tại đơn vị. Cụ thể, PGD đề xuất xây dựng hệ thống "Nhật ký tra soát và quản lý khiếu nại nội bộ" dựa trên nền tảng điện toán đám mây chia sẻ chung giữa các bộ phận. Khi phát sinh sự cố lỗi thẻ, ATM nuốt tiền hay lỗi mạng giao dịch của bà con vùng biển, thông tin sẽ được cập nhật tức thời lên hệ thống nội bộ để Phó Giám đốc phụ trách theo dõi thời gian thực.

Thứ ba, tăng cường đào tạo kỹ năng xử lý khiếu nại cho cán bộ nhân viên.

Tất cả cán bộ, đặc biệt là giao dịch viên và cán bộ tín dụng, phải được tham gia các khóa đào tạo định kỳ về kỹ năng lắng nghe, đồng cảm, xử lý tình huống khó và nghệ thuật chuyển hóa khiếu nại thành cơ hội. Nội dung đào tạo cần gắn với thực tế địa phương: cách xử lý khiếu nại của ngư dân tính tình bộc trực, cách giải thích lãi suất cho người cao tuổi, cách xin lỗi và bù đắp khi có lỗi từ phía ngân hàng.

Thứ tư, cơ chế trách nhiệm và khen thưởng rõ ràng.

Xây dựng quy định trách nhiệm cá nhân đối với từng vụ khiếu nại. Đồng thời có cơ chế khen thưởng kịp thời cho cá nhân, bộ phận giải quyết khiếu nại xuất sắc, chuyển hóa được khách hàng không hài lòng thành khách hàng trung thành.

3.2.4. Một số giải pháp khác

Bên cạnh ba nhóm giải pháp chính nêu trên, để nâng cao toàn diện chất lượng chăm sóc khách hàng cá nhân, Agribank PGD Nam Cửa Việt cần triển khai đồng bộ một số giải pháp bổ sung sau:

Thứ nhất, không ngừng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và xây dựng chiến lược phát triển nhân sự dài hạn.

Nhân viên là yếu tố then chốt quyết định thành bại của công tác chăm sóc khách hàng. Chi nhánh cần có kế hoạch tuyển dụng, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

chất lượng cao. Tập trung đào tạo kỹ năng mềm (giao tiếp, tư vấn, xử lý khiếu nại, đồng cảm văn hóa địa phương), kỹ năng công nghệ số và kiến thức chuyên môn sâu. Đồng thời xây dựng chính sách đãi ngộ, khen thưởng hợp lý: thưởng doanh số kết hợp với chỉ số hài lòng khách hàng (CSI), hỗ trợ đào tạo nâng cao trình độ, chế độ phúc lợi tốt (bảo hiểm y tế, nghỉ phép, hỗ trợ nhà ở cho cán bộ xa nhà...). Một đội ngũ nhân viên gắn bó, nhiệt huyết và chuyên nghiệp sẽ là nền tảng vững chắc cho mọi hoạt động chăm sóc khách hàng.

Thứ hai, thường xuyên xây dựng và triển khai các chương trình khuyến mãi hấp dẫn, có tính cá nhân hóa.

Chi nhánh cần đa dạng hóa các chương trình khuyến mãi theo mùa vụ (mùa đánh bắt, mùa du lịch biển, Tết Nguyên đán, ngày Phụ nữ Việt Nam...) với quà tặng thiết thực như áo mưa, mũ bảo hiểm, học bổng cho con em ngư dân, voucher mua sắm tại chợ địa phương. Đặc biệt, xây dựng chính sách ưu đãi riêng cho khách hàng thân thiết, khách hàng uy tín (lãi suất cao hơn, miễn giảm phí, ưu tiên xét duyệt vay nhanh...). Các chương trình này không chỉ thu hút khách hàng mới mà còn góp phần giữ chân và tăng lòng trung thành của khách hàng hiện tại.

Thứ ba, nâng cấp giao diện website, ứng dụng Agribank Plus và hoàn thiện dịch vụ ngân hàng điện tử.

Giao diện website và App cần được thiết kế lại cho bắt mắt, dễ sử dụng hơn, đặc biệt thân thiện với người cao tuổi (chữ lớn, hướng dẫn bằng tiếng Việt giản dị, giao diện tối giản). Đơn giản hóa thủ tục đăng ký dịch vụ trực tuyến, rút ngắn thời gian mở tài khoản, kích hoạt thẻ. Đầu tư mạnh vào công nghệ để dịch vụ thanh toán trực tuyến đạt chuẩn quốc tế về tốc độ, ổn định và bảo mật. Triển khai tính năng booking online lịch hẹn giao dịch tại quầy để khách hàng chủ động sắp xếp thời gian, giảm tình trạng chờ đợi.

Thứ tư, chủ động thông báo thay đổi mức giá, phí dịch vụ.

Đây là giải pháp quan trọng nhằm tránh khiếu nại phát sinh từ sự bất ngờ của khách hàng. Mọi thay đổi về lãi suất, phí dịch vụ phải được thông báo trước ít nhất 7-15 ngày qua nhiều kênh (tin nhắn SMS, Zalo, niêm yết tại quầy, thông báo trên App). Việc chủ động minh bạch này không chỉ thể hiện sự tôn trọng khách hàng mà còn góp phần nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp và trách nhiệm của ngân hàng.

3.3. KIẾN NGHỊ

Để các giải pháp đề xuất đi vào thực tế và phát huy tối đa hiệu quả, việc nỗ lực đơn lẻ từ phía Phòng giao dịch Nam Cửa Việt là chưa đủ. Hoạt động chăm sóc và quản trị trải nghiệm khách hàng cá nhân cần nhận được sự hỗ trợ đồng bộ về cả cơ chế, công nghệ lẫn nguồn lực từ các cấp lãnh đạo và các cơ quan ban ngành địa phương.

3.3.1. Kiến nghị đối với Agribank cấp trên

Trước hết, đối với công tác điều hành và cơ chế nghiệp vụ, kính đề nghị Agribank cấp trên xem xét phân cấp, phân quyền chủ động và linh hoạt hơn cho các chi nhánh cơ sở trong việc xét duyệt hạn mức đối với các khoản vay cá nhân nhỏ lẻ. Việc giảm bớt sự phụ thuộc vào quy trình phê duyệt đa cấp mang tính hệ thống toàn quốc sẽ giúp chi nhánh rút ngắn "độ trễ" thời gian thẩm định, kịp thời cấp vốn giải ngân cho bà con ngư dân trước khi vươn khơi hoặc bước vào mùa vụ kinh doanh cao điểm. Song song với đó, việc phát triển và nâng cấp hệ thống công nghệ số cần được ưu tiên qua việc đầu tư xây dựng, tích hợp module phần mềm quản lý khiếu nại điện tử chuyên biệt trên hệ thống IPCAS. Hệ thống này sẽ hỗ trợ chi nhánh tự động phân loại, theo dõi tiến độ xử lý khiếu nại theo thời gian thực và quản trị rủi ro công nghệ tốt hơn. Đồng thời, ứng dụng Agribank Plus cũng cần được tinh năng hóa theo hướng tối giản, cho phép tùy chỉnh giao diện như phóng to chữ hay hiển thị các hướng dẫn bằng tiếng Việt giản dị để tăng mức độ thân thiện với nhóm khách hàng lớn tuổi hoặc người dân ít tiếp xúc công nghệ.

Liên quan đến chính sách tài sản đảm bảo, kiến nghị ngân hàng cấp trên ban hành khung hướng dẫn định giá linh hoạt hơn cho các tài sản đặc thù vùng biển như tàu thuyền hay máy móc phục vụ đánh bắt thủy hải sản. Việc cho phép phối hợp với các đơn vị định giá độc lập để sát với giá trị thị trường thực tế, kết hợp mở rộng danh mục tài sản bảo đảm đối với các quyền tài sản phát sinh từ hợp đồng kinh tế sẽ giúp giải tỏa "điểm nghẽn" tiếp cận vốn tín dụng chính thống của người dân. Cuối cùng, về công tác tổ chức, cấp trên cần tăng cường bổ sung chỉ tiêu tuyển dụng cán bộ hoặc điều động nhân sự hỗ trợ cho chi nhánh vào các giai đoạn cao điểm nhằm giải quyết dứt điểm bài toán nhân sự mỏng tại quầy. Ngân hàng cấp trên cũng cần hỗ trợ kinh phí tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu về kỹ năng mềm, nghệ thuật thấu hiểu tâm lý khách hàng và kỹ năng xử lý khủng hoảng thay vì chỉ tập trung vào nghiệp vụ kỹ thuật thuần túy như hiện nay.

3.3.2. Kiến nghị đối với Ban Giám đốc

Về phía điều hành trực tiếp tại đơn vị, Ban Giám đốc chi nhánh cần triển khai và giám sát nghiêm túc bộ quy chuẩn "Một đầu mối tiếp nhận hồ sơ". Theo đó, yêu cầu cán bộ Tín dụng phải có trách nhiệm rà soát, thông báo toàn bộ danh mục giấy tờ khách hàng cần bổ sung trong duy nhất một lần làm việc, tuyệt đối không để tình trạng bà con phải đi lại nhiều lần gây tâm lý ức chế. Vào các ngày cao điểm chi trả lương hưu, trợ cấp xã hội hoặc mùa vụ, chi nhánh cần chủ động kích hoạt "Đội phản ứng nhanh" từ lực lượng Đoàn thanh niên và nhân viên hành chính để đứng trực tiếp tại sảnh chờ thực hiện phân luồng, hướng dẫn lấy số và hỗ trợ khách hàng kê khai hồ sơ mẫu nhằm giảm tải áp lực cho các quầy giao dịch chính.

Bên cạnh đó, Ban Giám đốc cần quyết liệt đẩy nhanh tiến độ nhận bàn giao và đưa vào vận hành tòa nhà trụ sở mới trong năm 2026. Quá trình sắp đặt không gian mới phải chú trọng sự khoa học, thông thoáng, phân chia rõ ràng khu vực sảnh chờ, khu tư vấn, khu giao dịch tiền mặt và khu trải nghiệm số riêng biệt nhằm bảo đảm tính tiện nghi và bảo mật thông tin cho khách hàng. Hệ thống biển báo, sơ đồ hướng dẫn tại sảnh cũng cần được thiết kế lại trực quan, dễ hiểu hơn. Trong công tác xây dựng văn hóa dịch vụ, lãnh đạo chi nhánh cần quán triệt nhân viên sử dụng ngôn từ giao tiếp đại chúng, đơn giản và gần gũi với phong cách của người dân vùng biển, chủ động tránh lạm dụng các thuật ngữ chuyên ngành ngân hàng gây khó hiểu cho bà con. Đặc biệt, chi nhánh cần nâng cao tính minh bạch bằng cách niêm yết công khai về lãi suất, các loại phí dịch vụ tại quầy lẫn trên các kênh trực tuyến, đồng thời thực hiện nghiêm túc việc gửi thông báo trước từ 7 đến 15 ngày cho khách hàng khi có bất kỳ sự điều chỉnh nào về biểu phí.

3.3.3. Kiến nghị đối với Chính quyền địa phương

Để tạo ra môi trường đồng bộ giúp các chính sách của Ngân hàng lan tỏa sâu rộng, chi nhánh kính kiến nghị UBND xã và các tổ chức Chính trị - Xã hội địa phương như Hội Nông dân, Hội Phụ nữ tiếp tục tạo điều kiện hỗ trợ phối hợp cùng Ngân hàng trong việc tiếp cận cơ sở. Sự kết nối này là nền tảng quan trọng giúp ngân hàng dễ dàng triển khai các buổi tư vấn lưu động, phát tài liệu hướng dẫn nhận biết thủ đoạn lừa đảo công nghệ cao và phổ cập các mô hình thanh toán không dùng tiền mặt (VietQR) tại các chợ truyền thống hay bến cảng cá.

Đồng thời, đề xuất chính quyền địa phương hỗ trợ, phối hợp chặt chẽ với cán bộ Tín dụng trong công tác kiểm tra thực địa, xác minh dòng tiền, uy tín và lịch sử thu nhập thực tế của các hộ kinh doanh tự do, tiểu thương không có hóa đơn chứng từ sổ sách pháp lý. Việc xác thực thông tin từ phía chính quyền sẽ giúp ngân hàng có cơ sở thẩm định linh hoạt, đẩy nhanh tốc độ xét duyệt cho vay mà vẫn kiểm soát tốt an toàn vốn. Cuối cùng, kính kiến nghị các cơ quan quản lý hạ tầng địa phương phối hợp cùng các doanh nghiệp viễn thông thường xuyên kiểm tra, nâng cấp và ổn định chất lượng đường truyền Internet, mạng di động tại khu vực ven biển và bến cảng. Đây chính là bộ đỡ kỹ thuật cốt lõi giúp các giao dịch số trực tuyến của người dân luôn được thông suốt, hạn chế tối đa các lỗi kết nối lỗi ứng dụng dẫn đến những khiếu nại phát sinh không đáng có.

KẾT LUẬN

Qua việc nghiên cứu đề tài: ***“Hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chi nhánh Huyện Triệu Phong – PGD Nam Cửa Việt”*** đã rút ra được một số kết luận sau:

Hoạt động chăm sóc khách hàng đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển bền vững của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt. Qua quá trình nghiên cứu và phân tích, đề tài đã làm rõ thực trạng công tác chăm sóc khách hàng tại chi nhánh, những điểm mạnh cũng như tồn tại cần khắc phục.

Để nâng cao chất lượng dịch vụ, Agribank Nam Cửa Việt cần tập trung vào các giải pháp như nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên, ứng dụng công nghệ trong chăm sóc khách hàng, cá nhân hóa dịch vụ và tăng cường chương trình tri ân khách hàng. Việc hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng không chỉ giúp ngân hàng nâng cao uy tín, giữ chân khách hàng hiện tại mà còn thu hút thêm nhiều khách hàng mới, từ đó góp phần vào sự phát triển chung của ngân hàng.

Đề tài đã chỉ ra và giải thích được của các nhân tố có tác động đến chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng của Agribank Nam Cửa Việt. Đó chính là các nhân tố ảnh hưởng do chính khách hàng đánh giá, việc cụ thể hóa các nhân tố này sẽ giúp cho Agribank Nam Cửa Việt có các chính sách điều chỉnh sao cho phù hợp với yêu cầu cũng như nhu cầu của khách hàng trong thời gian tới.

Từ kết quả nghiên cứu, em đã đưa ra nhóm giải pháp để nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng tại ngân hàng Agribank Nam Cửa Việt. Để đạt được hiệu quả tối ưu nhất, cần thực hiện đồng bộ và phối hợp nhịp nhàng trong việc thực hiện các giải pháp.

Tuy nhiên, với sự hạn chế về thời gian và phạm vi nghiên cứu, cùng với trình độ chuyên môn cũng như kinh nghiệm thực tiễn chưa cao nên để có thể giúp Ngân hàng đưa ra các giải pháp tối ưu nhất trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng, bài khóa luận không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của quý thầy cô để bài khóa luận tốt nghiệp tốt hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

STT	Loại tài liệu	Tài liệu
1	Sách	PGS.TS. Nguyễn Xuân Quang. Giáo trình Marketing thương mại. NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
2	Sách	Nguyễn Đình Thọ (2011). <i>Nghiên cứu Marketing</i> . Nhà xuất bản Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.
3	Sách	Nguyễn Quốc Thịnh, Nguyễn Đình Thọ (2018). <i>Chiến lược chăm sóc khách hàng trong ngành tài chính ngân hàng</i> . Nhà xuất bản Lao động - Xã hội.
4	Sách	ISO 9001:2015. <i>Hệ thống quản lý chất lượng - Các yêu cầu</i> .
5	Sách	Philip Kotler (2019). <i>Quản trị Marketing</i> . Nhà xuất bản Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
6	Tạp chí	Tạp chí Ngân hàng Việt Nam (2024). <i>Xu hướng chăm sóc khách hàng trong lĩnh vực ngân hàng số</i> .
7	Bài báo khoa học	Tuyển Phạm (2024). Quy trình xử lý khiếu nại khách hàng với 5 bước đơn giản <i>MISA AMIS</i> , https://www.facebook.com/113823413693724?ref=embed_page
8	Website	CSKH là gì, vai trò CSKH, phân loại CSKH. <i>Học viện quản lý PACE</i> . https://www.pace.edu.vn/tin-kho-tri-thuc/cham-soc-khach-hang-la-gi
9	Website	Lê Tường Lâm. 7 nguyên tắc chăm sóc khách hàng cần tuân thủ. Công ty Cổ phần Doopage. https://doopage.com/vi/7-nguyen-tac-cham-soc-khach-hang-can-tuan-thu/
10	Báo cáo doanh nghiệp	Agribank (2025). Báo cáo thường niên Agribank năm 2025. Truy cập từ: www.agribank.com.vn
11	Báo cáo doanh nghiệp	Agribank Nam Cửa Việt (2025). <i>Báo cáo kết quả kinh doanh giai đoạn 2023 – 2025</i> .

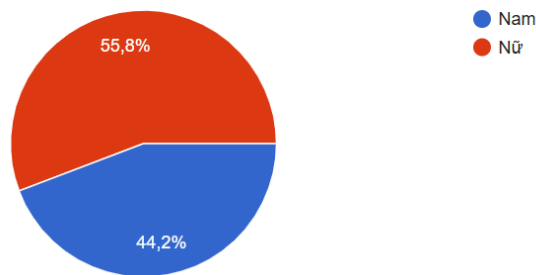
12	Khóa Luận	Lê Sơn Tùng, Nguyễn Thị Mỹ Hạnh, Phạm Thị Sóng Hồng, Nguyễn Thị Kim Thoa (2021). <i>Các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ</i> . (KLTN). Trường Đại học Hàng Hải Việt Nam.
13	Khóa Luận	Huỳnh Phan Kim Tước (2023). <i>Nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng tại AGRIBANK chi nhánh Thị xã Hoài Nhơn - Bình Định</i> (KLTN). Trường Đại học Quy Nhơn.
14	Sách	Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). <i>Marketing Management</i> (15th Edition). Pearson Education.
15	Báo cáo doanh nghiệp	Agribank (2025). <i>Chính sách chăm sóc khách hàng và chiến lược phát triển dịch vụ khách hàng</i> . Truy cập từ tài liệu nội bộ Agribank.

PHỤ LỤC

1. LINK khảo sát các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với hoạt động CSKH tại ngân hàng Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt: <https://forms.gle/k2ynSd95aCp8E2tk8>
2. Kết quả khảo sát các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với hoạt động CSKH tại ngân hàng Agribank chi nhánh Huyện Triệu Phong - PGD Nam Cửa Việt

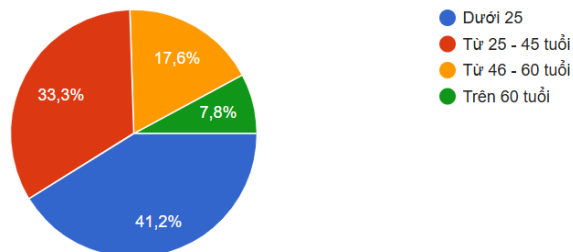
Giới tính

52 câu trả lời



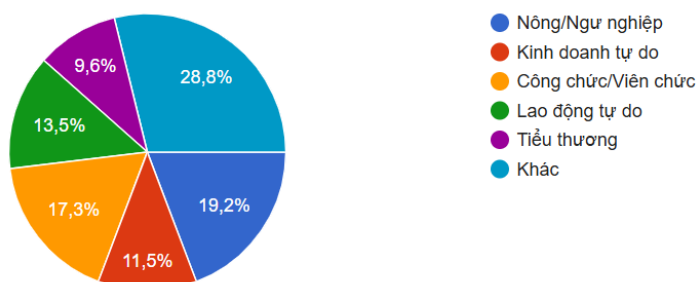
Độ tuổi

51 câu trả lời



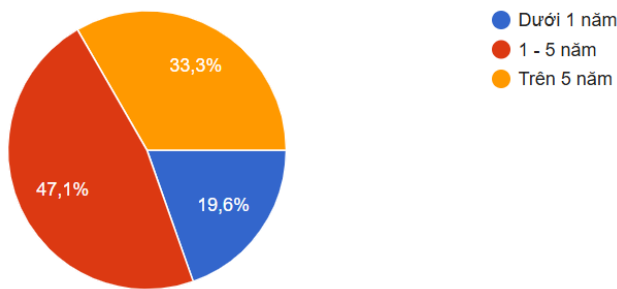
Nghề nghiệp

52 câu trả lời

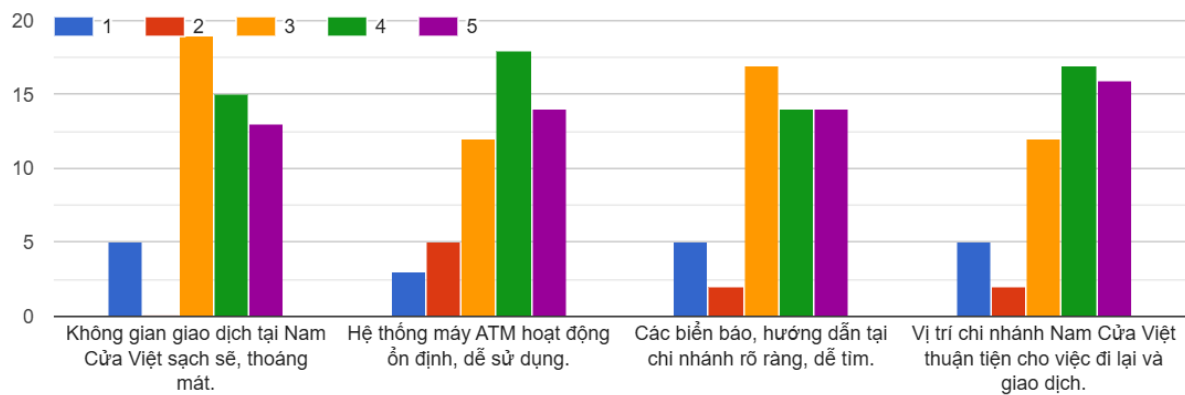


Quý khách đã sử dụng dịch vụ tại Agribank Nam Cửa Việt bao lâu?

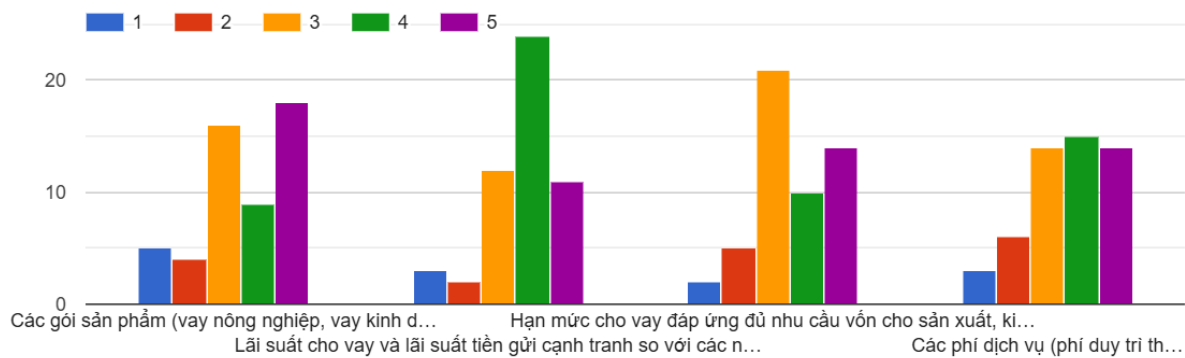
51 câu trả lời



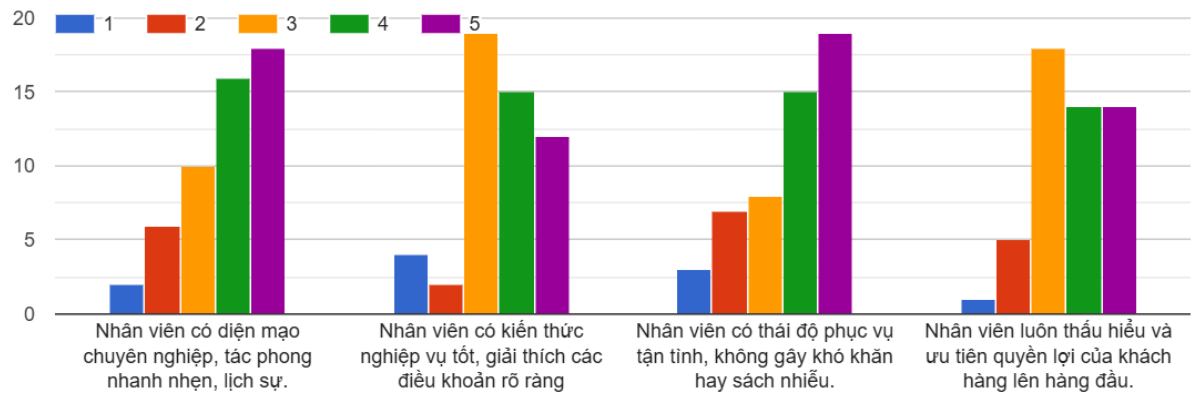
Sự thuận tiện



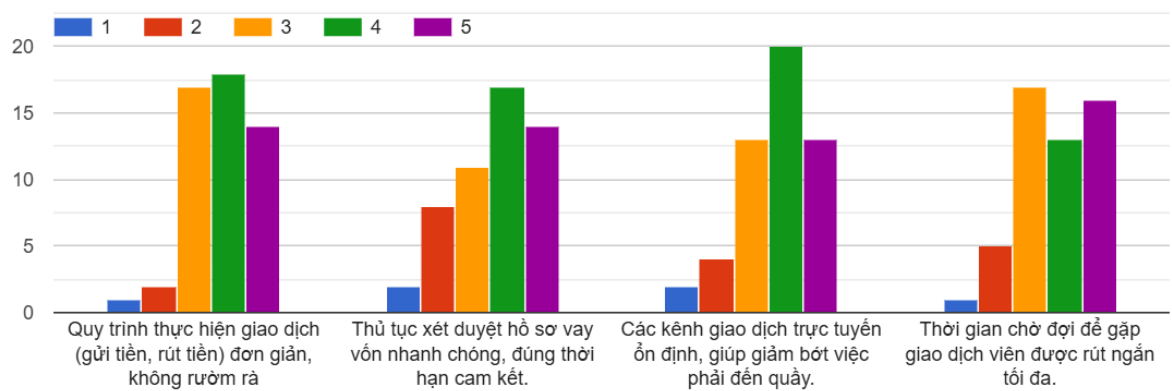
Sản phẩm & dịch vụ



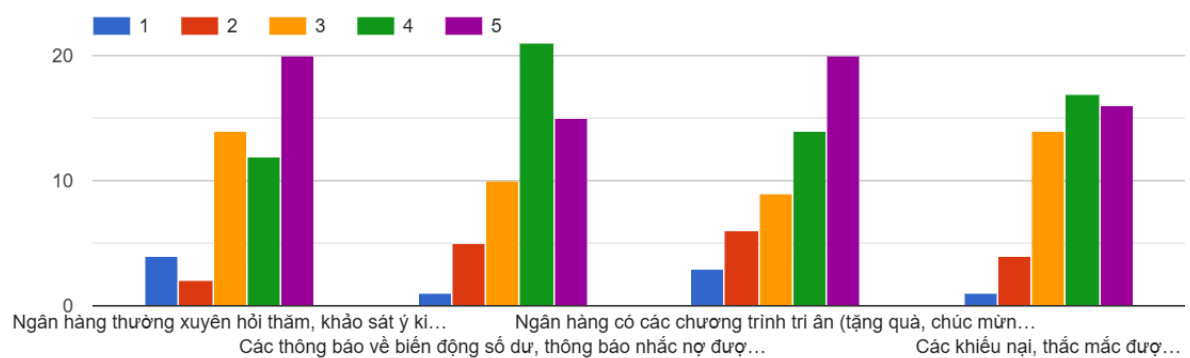
Con người



Quy trình giao dịch

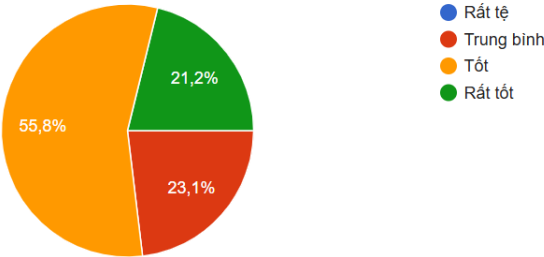


Hoạt động chăm sóc khách hàng



Nhìn chung, Quý khách hài lòng như thế nào về hoạt động CSKH tại Agribank Nam
Cửa Việt

52 câu trả lời



Quý khách có dự định tiếp tục sử dụng dịch vụ của Agribank không?

52 câu trả lời

