

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN QUY TRÌNH BÁN HÀNG QUA ĐIỆN
THOẠI TẠI CÔNG TY TNHH TƯ VẤN – THƯƠNG
MẠI KHÁNH LINH – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

SINH VIÊN THỰC HIỆN : NGUYỄN THỊ TRÀ GIANG

MÃ SỐ SINH VIÊN : 2254030106

KHÓA HỌC : 2022 - 2026

Đà Nẵng, tháng 06/2026

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN QUY TRÌNH BÁN HÀNG QUA ĐIỆN
THOẠI TẠI CÔNG TY TNHH TƯ VẤN – THƯƠNG
MẠI KHÁNH LILINH – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

Giảng viên hướng dẫn	: Ths. Trần Thị Hải
Sinh viên thực hiện	: Nguyễn Thị Trà Giang
Mã số sinh viên	: 2254030106
Khóa học	: 2022 – 2026

Đà Nẵng, tháng 06/2026

Đà Nẵng, ngàytháng.....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 : Nguyễn Thị Trà Giang
- 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 QUY TRÌNH BÁN HÀNG QUY ĐIỆN THOẠI
TẠI CÔNG TY TNHH TƯ VẤN – THƯƠNG MẠI KHÁNH LINH –
CN ĐÀ NẴNG”

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

4. Các bảng biểu

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

- 24/05/2026

Giảng viên hướng dẫn

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

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

Trong bối cảnh thị trường hiện nay, khi mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng gay gắt, việc xây dựng và hoàn thiện quy trình bán hàng đóng vai trò hết sức quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Đặc biệt, khi các sản phẩm và dịch vụ trên thị trường có sự tương đồng cao về chất lượng thì hiệu quả của hoạt động bán hàng, nhất là bán hàng qua điện thoại (telesales), trở thành yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp gia tăng doanh số, mở rộng thị phần và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Bán hàng qua điện thoại là một trong những phương thức tiếp cận khách hàng phổ biến, giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí, mở rộng phạm vi tiếp cận và gia tăng cơ hội chuyển đổi khách hàng tiềm năng. Một quy trình bán hàng qua điện thoại được tổ chức khoa học, chặt chẽ không chỉ giúp nhân viên tư vấn hiệu quả hơn mà còn nâng cao trải nghiệm khách hàng, tối ưu hóa nguồn lực và kiểm soát tốt hoạt động tiêu thụ sản phẩm. Ngược lại, nếu quy trình này còn nhiều bất cập sẽ dẫn đến việc tiếp cận khách hàng kém hiệu quả, tỷ lệ chuyển đổi thấp và khó duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Công ty TNHH Tư vấn Thương mại Khánh Linh là doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực cung cấp các dịch vụ như chữ ký số, kế toán, thành lập và giải thể doanh nghiệp – những lĩnh vực đòi hỏi cao về uy tín và sự tin tưởng từ phía khách hàng. Trong thời gian qua, công ty đã đạt được một số kết quả nhất định trong hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, quy trình bán hàng qua điện thoại của công ty vẫn còn tồn tại một số hạn chế, ảnh hưởng đến hiệu quả tiếp cận khách hàng, tỷ lệ chuyển đổi và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Xuất phát từ thực tiễn đó, việc nghiên cứu, phân tích và đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình bán hàng qua điện thoại tại công ty là cần thiết. Điều này không chỉ giúp nâng cao hiệu quả tiêu thụ sản phẩm mà còn góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và củng cố vị thế của công ty trên thị trường.

Vì vậy, em đã lựa chọn đề tài: “*Hoàn thiện quy trình bán hàng qua điện thoại tại Công ty TNHH Tư vấn Thương mại Khánh Linh*” làm đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Làm rõ cơ sở lý luận về quy trình bán hàng qua điện thoại

Nghiên cứu và đánh giá thực trạng quy trình bán hàng qua điện thoại tại công ty.

Từ đó, xác định những hạn chế và nguyên nhân ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động bán hàng qua điện thoại.

Trên cơ sở đó, sẽ đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình bán hàng qua điện thoại tại công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh.

3. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại Công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh – Cn Đà Nẵng

Phạm vi thời gian: Các số liệu và thông tin được thu thập trong giai đoạn 2024 – 2026

Phạm vi nội dung: Tập trung nghiên cứu quy trình bán hàng qua điện thoại tại công ty, bao gồm các hoạt động tiếp cận, tư vấn và chốt hợp đồng cho khách hàng.

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp: Tham khảo một số tài liệu về lĩnh vực bán hàng qua điện thoại trên các trang điện tử,...Thu thập các tài liệu, báo cáo và thông tin nội bộ của công ty liên quan đến hoạt động bán hàng.

Phương pháp quan sát và tìm hiểu thực tế: Quan sát trực tiếp quá trình làm việc của nhân viên và tìm hiểu quy trình bán hàng đang được áp dụng tại công ty.

Phương pháp phân tích và tổng hợp: Phân tích các thông tin và dữ liệu thu thập được để đánh giá thực trạng

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành khóa luận tốt nghiệp với đề tài “*Hoàn thiện quy trình bán hàng qua điện thoại tại công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh*”, bên cạnh sự nỗ lực của bản thân, em đã nhận được rất nhiều sự quan tâm, dạy dỗ và giúp đỡ quý báu từ Quý thầy cô, gia đình, cơ quan thực tập cùng bạn bè.

Lời đầu tiên, em xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến Ban Giám hiệu cùng toàn thể Quý thầy, cô giáo trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng. Những bài giảng tâm huyết và sự đồng hành của nhà trường trong suốt bốn năm học qua đã trang bị cho em nền tảng kiến thức vững chắc, làm hành trang quý giá để em tự tin bước vào môi trường thực tế.

Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn trân trọng và sâu sắc nhất đến cô Trần Thị Hải. Trong suốt quá trình nghiên cứu và thực hiện đề tài, sự chỉ dẫn tận tình, nghiêm túc cùng những định hướng chuyên môn của cô đã giúp em vượt qua nhiều trở ngại để hoàn thiện bài khóa luận này một cách tốt nhất.

Em cũng xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo cùng các anh, chị trong phòng Kinh doanh tại công ty Khánh Linh. Cảm ơn anh, chị đã luôn tạo điều kiện thuận lợi, nhiệt tình hỗ trợ, cung cấp số liệu và chia sẻ những kinh nghiệm thực tiễn quý báu trong suốt thời gian em thực tập tại quý công ty.

Sau cùng, em xin dành lòng biết ơn vô hạn đến gia đình, người thân và bạn bè – những người đã luôn là điểm tựa tinh thần vững chắc, không ngừng động viên, tiếp thêm động lực cho em trong suốt chặng đường học tập vừa qua.

Bước đầu làm quen với nghiên cứu khóa luận, do giới hạn về kiến thức và kinh nghiệm thực tiễn, bài khóa luận của em chắc chắn khó tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong sẽ nhận được những lời nhận xét, góp ý quý báu từ Quý thầy, cô và các bạn để đề tài nghiên cứu này được hoàn thiện và có tính ứng dụng cao hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN LIÊN QUAN ĐẾN QUY TRÌNH BÁN HÀNG QUA ĐIỆN THOẠI TRONG DOANH NGHIỆP	1
1.1. Tổng quan về hoạt động bán hàng qua điện thoại.....	1
1.1.1. Khái niệm bán hàng	1
1.1.2. Khái niệm về bán hàng qua điện thoại.....	1
1.1.3. Đặc điểm hoạt động bán hàng qua điện thoại của công ty kinh doanh.....	3
1.1.4. Vai trò, ý nghĩa của bán hàng qua điện thoại trong hoạt động kinh doanh ...	4
1.2. Các nhiệm vụ và yêu cầu đối với việc bán hàng qua điện thoại	5
1.2.1. Nhiệm vụ.....	5
1.2.2. Yêu cầu.....	6
1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động bán hàng qua điện thoại...6	6
1.3.1. Chất lượng dữ liệu khách hàng	6
1.3.2. Chất lượng nguồn nhân lực	7
1.3.3. Hệ thống công nghệ và phần mềm hỗ trợ	7
1.3.4. Kịch bản cuộc gọi và quy trình	8
1.4. Quy trình về tư vấn và bán hàng qua điện thoại	8
1.4.1. Xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng.....	8
1.4.2. Tìm hiểu thông tin khách hàng	9
1.4.3. Đánh giá thêm tiềm năng khách hàng.....	10
1.4.4. Gọi điện giới thiệu sản phẩm	11
1.4.5. Theo dõi các phản ứng của khách hàng và hoạt động chăm sóc sau cuộc gọi	11
1.4.6. Tiến hành đồng ý ký kết hợp đồng và bán sản phẩm.....	12
1.4.7. Chăm sóc sau bán hàng.....	12
1.5. Sự cần thiết nâng cao chất lượng hoạt động bán hàng qua điện thoại.....	12
CHƯƠNG 2: TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY VÀ THỰC TRẠNG QUY TRÌNH BÁN HÀNG QUA ĐIỆN THOẠI TẠI CÔNG TY TNHH TƯ VẤN – THƯƠNG MẠI KHÁNH LINH.....	14
2.1. Tổng quan về công ty Tnhh Tư vấn – Thương mại Khánh Linh.....	14
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển.....	15
2.1.2. Lĩnh vực/sản phẩm kinh doanh của công ty	16

2.1.3. Tầm nhìn, sứ mệnh và các giá trị cốt lõi.....	16
2.1.4. Cấu trúc tổ chức, chức năng nhiệm vụ của các bộ phận của công ty TNHH	17
2.2. Các yếu tố môi trường tác động đến hoạt động kinh doanh của công ty	18
2.2.1. Các yếu tố vĩ mô	18
2.2.2. Các yếu tố vi mô	22
2.3. Các nguồn lực của công ty ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh	27
2.3.1. Cơ sở vật chất.....	27
2.3.2. Nguồn nhân lực	29
2.3.3. Nguồn lực tài chính.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty	33
2.4. Thực trạng hoạt động bán hàng qua điện thoại tại công ty TNHH Tư vấn	34
2.4.1. Đặc điểm sản phẩm telesales của công ty	34
2.4.2. Tình hình bán hàng qua điện thoại trong thời gian qua của công ty.....	41
2.4.3. Quy trình bán hàng qua điện thoại	42
2.4.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến quy trình bán hàng qua điện thoại tại công ty.	55
2.4.4.1. Chất lượng data khách hàng	55
2.4.4.2. Công nghệ hỗ trợ chưa đầy đủ	55
2.4.4.3. Kỹ năng telesales giữa các nhân viên không đồng đều.....	56
2.5. Kết luận chung	56
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUY TRÌNH BÁN HÀNG QUA ĐIỆN THOẠI TẠI CÔNG TY TNHH TƯ VẤN – THƯƠNG MẠI KHÁNH LINH	58
3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình bán hàng qua điện thoại trong thời gian tới tại công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh	58
3.1.1. Mục tiêu của công ty Khánh Linh.....	58
3.1.2. Mục tiêu của hoạt động bán hàng qua điện thoại tại công ty TNHH Tư vấn Thương mại Khánh Linh trong thời gian tới.....	59
3.2. Giải pháp hoàn thiện quy trình bán hàng qua điện thoại tại công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh	59
3.2.1. Xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng	59
3.2.2. Đánh giá tiềm năng khách hàng	60
3.2.3. Nâng cao chất lượng đào tạo cho nhân viên telesales.....	61

3.2.4. Phần mềm hỗ trợ nhân viên	63
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	67

DANH MỤC HÌNH ẢNH, SƠ ĐỒ

Hình 2.1. Logo công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh	14
Hình 2.2. Danh sách các chi nhánh của công ty TNHH Tư vấn Thương mại Khánh Linh – chi nhánh TP. Đà Nẵng	15
Hình 2.3: Giá dịch vụ thành lập.....	35
Hình 2.4: Giá dịch vụ kế toán.....	37
Hình 2.5. Giá dịch vụ làm lại sổ sách kế toán	38
Hình 2.6. Bảng giá phần mềm xuất hóa đơn	39
Hình 2.7. Bảng giá chữ ký số WinCa	40
Hình 2.8. Số lượng cuộc gọi/ngày của một nhân viên kinh doanh	42
Hình 2.9. Các hội nhóm kinh doanh.....	43
Hình 2.10. Nội dung spam trên các hội nhóm kinh doanh	44
Hình 2.11. Khu vực làm việc.....	45
Hình 2.12. Thông tin doanh nghiệp theo khu vực	45
Hình 2.13: Thu thập thông tin doanh nghiệp.....	47
Hình 2.14: Thông tin quản lý và theo dõi quá trình làm việc với khách hàng	48
Hình 2.15: Thông tin sau khi tìm kiếm (Ctrl –F)	48
Hình 2.16: Đánh giá mức độ tiềm năng sau cuộc gọi	49
Hình 2.17: Kịch bản gọi điện	51
Hình 2.18. Data theo dõi phản ứng khách hàng	52
Hình 2.19. Tin nhắn spam	53
Hình 3.1 : Getfly	63
 Sơ đồ 2.1. Cấu trúc tổ chức - Bộ phận Nhân sự công ty TNHH Tư vấn Thương mại Khánh Linh – chi nhánh TP. Đà Nẵng	 17

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1. Đối thủ cạnh tranh của công ty TNHH Tư vấn Thương Mại Khánh Linh – chi nhánh TP. Đà Nẵng	25
Bảng 2.2. Cơ sở vật chất của công ty TNHH Tư vấn Thương mại Khánh Linh – chi nhánh TP. Đà Nẵng giai đoạn 2023 – 2025	28
Bảng 2.3: Cơ cấu lao động theo giới tính giai đoạn 2025 – 2026	29
Bảng 2.4: Cơ cấu lao động theo độ tuổi giai đoạn 2025 – 2026	29
Bảng 2.5: Cơ cấu lao động theo chuyên môn giai đoạn 2025 – 2026	30
Bảng 2.6: Cơ cấu lao động theo phòng ban giai đoạn 2025 – 2026	30
Bảng 2.7: Bảng cân đối kế toán giai đoạn 2023 – 2025	31
Bảng 2.8: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2023 – 2025	33
Bảng 3.1: Mẫu xử lý thông tin khách hàng	60
Bảng 3.2 : Mô tả tính năng của Getfly	65

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

STT	Tên viết tắt	Nghĩa đầu đủ
1	Logo	Biểu trưng
2	Telesales	Bán hàng qua điện thoại
3	GCN ĐKT	Giấy chứng nhận đăng kí thuế
4	Spam	Stupid Pointless Annoying Messages (Những tin nhắn vô nghĩa và phiền toái)
5	GRDP	Gross regional domestic product (Tổng sản phẩm trên địa bàn)
6	Data	Dữ liệu

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN LIÊN QUAN ĐẾN QUY TRÌNH BÁN HÀNG QUA ĐIỆN THOẠI TRONG DOANH NGHIỆP

1.1. Tổng quan về hoạt động bán hàng qua điện thoại

1.1.1. Khái niệm bán hàng

Hiện nay có rất nhiều định nghĩa khác nhau về bán hàng:

- Theo quan niệm cổ điển thì bán hàng là hoạt động thực hiện sự trao đổi sản phẩm hay dịch vụ của người bán chuyển cho người mua để được nhận lại từ người mua tiền, vật phẩm hoặc giá trị trao đổi đã thỏa thuận.
- Theo quan điểm hiện đại thì: Bán hàng là nền tảng trong kinh doanh đó là sự gặp gỡ của người bán và người mua ở những nơi khác nhau giúp doanh nghiệp đạt được mục tiêu nếu cuộc gặp gỡ thành công trong cuộc đàm phán về việc trao đổi sản phẩm. Bán hàng là một phần của tiến trình mà doanh nghiệp thuyết phục khách hàng mua hàng hóa dịch vụ của họ. Bán hàng là quá trình liên hệ với khách hàng tiềm năng tìm hiểu nhu cầu khách hàng, trình bày và chứng minh sản phẩm, đàm phán mua bán, giao hàng và thanh toán. Bán hàng là sự phục vụ, giúp đỡ khách hàng nhằm cung cấp cho khách hàng những thứ mà họ muốn.
- **Theo Philip Kotler:** Bán hàng là một hình thức giới thiệu trực tiếp về hàng hóa, dịch vụ thông qua sự trao đổi, trò chuyện với người mua tiềm năng để bán được hàng.
- **Theo James M.Comer:** Bán hàng là một quá trình trong đó người bán khám phá, gợi tạo và thỏa mãn những nhu cầu hay ước muốn của người mua để đáp ứng quyền lợi thỏa đáng, lâu dài của cả hai bên.

=> Các định nghĩa trên đây xem xét bán hàng từ những góc độ và quan điểm khác nhau. Điều đó cũng dẫn đến việc xem xét vai trò của người bán hàng không giống nhau. Tuy nhiên có thể hiểu một cách khái quát nhất là: “Bán hàng là việc tạo nên một ảnh hưởng nhất định đến một người nào đó nhằm mục đích thuyết phục người này mua một sản phẩm hay một dịch vụ.”

1.1.2. Khái niệm về bán hàng qua điện thoại

Mặc dù công nghệ viễn thông ngày càng phát triển trong thời gian gần đây, điện thoại vẫn là công cụ được sử dụng rộng rãi nhất trong cách tương tác bán hàng. Điều này chủ yếu là do những lí do sau:

- Nó giúp nhân viên bán hàng tiết kiệm thời gian gặp mặt trực tiếp
- Giúp tiết kiệm tiền bằng cách tiết kiệm chi phí đi lại
- Nó mở rộng phạm vi địa lý, cho phép nhân viên bán hàng tương tác với khách hàng tiềm năng ở các khu vực khác hoặc thậm chí trên toàn thế giới
- Nó tạo ra sự giao tiếp và tương tác trực tiếp, không giống như email hay trò chuyện, vốn mang tính cá nhân hơn.

Điện thoại đã chứng tỏ là một công cụ hữu ích, vừa để thiết lập mối quan tâm ban đầu của khách hàng tiềm năng như một phần quy trình bán hàng phức tạp hơn, vừa để chốt giao dịch khách hàng.

Hoạt động thu hút khách hàng tiềm năng, hoặc khách hàng triển vọng, qua điện thoại, như một phần quy trình bán hàng kết thúc bằng việc chuyển nhượng tài sản để lấy tiền hoặc tín dụng, được biết đến dưới nhiều tên gọi khác nhau, chẳng hạn như tiếp thị qua điện thoại, bán hàng qua điện thoại hoặc telesales.

Bán hàng qua điện thoại có thể được định nghĩa như sau:

Bán hàng qua điện thoại là phương pháp tiếp thị trực tiếp, trong đó nhân viên bán hàng sử dụng điện thoại như một kênh để tiếp cận ban đầu nhằm mục đích bán sản phẩm hoặc dịch vụ cho khách hàng tiềm năng.

Theo định nghĩa này, telesales là một cách tiếp cận chủ động để liên hệ với khách hàng tiềm năng trong một cuộc gọi đi. Tùy thuộc vào mục tiêu của cuộc gọi, chúng ta có thể phân biệt ba loại khác nhau.

- Cuộc gọi thăm định khách hàng tiềm năng có mục đích tìm kiếm thêm thông tin về khách hàng, để xác định xem sản phẩm hoặc dịch vụ bạn đang quảng cáo có thể đáp ứng nhu cầu của họ hay không và như thế nào. Khách hàng tiềm năng đủ điều kiện giúp nhân viên bán hàng tiết kiệm thời gian bằng cách chỉ gọi điện bán hàng cho những người đáp ứng một số tiêu chí đủ điều kiện nhất định để trở thành người mua sản phẩm hoặc dịch vụ tương ứng.

- Cuộc gọi tạo khách hàng tiềm năng được thực hiện để xác định mức độ quan tâm của khách hàng tiềm năng và để thiết lập cuộc gặp mặt trực tiếp với chuyên gia tư vấn bán hàng. Các sản phẩm hoặc dịch vụ có giá trị cao như nhà cửa, ô tô,...không được bán độc quyền qua điện thoại. Tuy nhiên, điện thoại giúp thiết lập liên hệ đầu tiên và khơi gợi sự quan tâm đối với sản phẩm cụ thể nào đó. Cuộc gọi tạo khách hàng tiềm năng có mục tiêu tạo ra sự quan tâm có thể chuyển thành doanh số bán hàng trong cuộc gặp mặt trực tiếp.
- Cuộc gọi bán hàng có mục tiêu thuyết phục một người đồng ý hoặc mua một sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó. Chúng có hiệu quả khi quảng bá các sản phẩm hoặc dịch vụ có giá trị thấp hơn, mà khách hàng tiềm năng có nhiều khả năng đồng ý mua trực tiếp qua điện thoại. Mục tiêu của cuộc gọi bán hàng là có được sự chấp thuận của khách hàng trong quá trình gọi điện.

Bất kể loại cuộc gọi nào, tất cả các cuộc gọi bán hàng qua điện thoại đều có những đặc điểm chung sau:

- Sự tương tác được bắt đầu bởi nhân viên bán hàng, không phải bởi khách hàng
- Mục tiêu của cuộc gọi được nhân viên bán hàng quyết định trước khi thực hiện cuộc gọi
- Chi phí cuộc gọi được nhân viên bán hàng hoặc người sử dụng lao động của nhân viên bán hàng chi trả

1.1.3. Đặc điểm hoạt động bán hàng qua điện thoại của công ty kinh doanh

Hoạt động kinh doanh ngày càng phát triển, phổ biến và được xem là một nhánh rất quan trọng trong hoạt động marketing bởi xu hướng mua hàng trực tuyến, đặt hàng qua điện thoại hay ứng dụng, web ngày càng gia tăng. Hơn thế nữa, do tính chất công việc, cuộc sống bận rộn, khách hàng ngày nay cũng không còn quá nhiều thời gian để chủ động ghé thăm cửa hàng nghe tư vấn trực tiếp từ các nhân viên bán hàng. Vì vậy, nhân viên bán hàng qua điện thoại hay các hoạt động Telesales ra đời như một giải pháp bán hàng mới để chăm sóc và phục vụ thói quen mua hàng mới của nhiều khách hàng ngày nay.

Tùy theo từng đặc thù ngành nghề kinh doanh của mỗi doanh nghiệp mà công việc của Telesales được phân chia và quy định khác nhau, tuy nhiên chung quy lại các công việc của Telesales sẽ được hoạt động như sau:

- Tìm kiếm data khách hàng tiềm năng
- Gọi điện thoại cho toàn bộ danh sách đã lập. Tùy theo mỗi khách hàng mà nhân viên telesales có kịch bản và cách tư vấn, thuyết phục khác nhau sao cho khách hàng cảm thấy phù hợp và yêu thích muốn mua sản phẩm của doanh nghiệp.
- Chốt đơn hàng nếu khách hàng đồng ý mua sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty. Đối với khách hàng còn phân vân, muốn tham khảo trực tiếp thì nhân viên Telesales sẽ chốt lịch hẹn gặp mặt khách hàng, sau đó thực hiện các công việc tiếp theo để cuối cùng dẫn đến mục tiêu quan trọng nhất là chốt hợp đồng.
- Xây dựng mối quan hệ với khách hàng. Không chỉ bán hàng mà nhân viên Telesales còn phải cố gắng xây dựng mối quan hệ thân thiết với khách hàng thông qua các cuộc gọi hỏi thăm, chăm sóc, tư vấn thêm các sản phẩm hoặc dịch vụ mới để khách hàng trung thành với doanh nghiệp.
- Trục và nhận điện thoại từ phía khách hàng. Nhân viên Telesales cần luôn trong tư thế sẵn sàng nhận các cuộc gọi đến từ khách hàng để tư vấn hay giải đáp mọi thông tin hay thắc mắc từ khách.
- Báo cáo công việc và theo dõi tiến độ công việc của mình. Nhân viên Telesales sẽ thường xuyên theo dõi, quản lý báo cáo kết quả công việc của mình để cải tiến công việc và đảm bảo chỉ tiêu doanh số đề ra.

1.1.4. Vai trò, ý nghĩa của bán hàng qua điện thoại trong hoạt động kinh doanh

Bất kỳ một công ty kinh doanh nào muốn tồn tại và phát triển đều phải không ngừng tìm kiếm khách hàng cho riêng mình. Và với sự phát triển mạnh mẽ không ngừng của công nghệ thông tin như ngày nay, thì việc sử dụng các công cụ thông tin đó để tìm kiếm, liên lạc với khách hàng lại càng trở nên dễ dàng và cần thiết hơn nữa. Trong đó điện thoại là một trong những công cụ hỗ trợ đắc lực, mang lại hiệu quả cao trong hoạt động Telesale của các công ty kinh doanh.

- Hoạt động Telesales có vai trò quan trọng trong việc tìm kiếm khách hàng, khách hàng tiềm năng, bán sản phẩm hoặc dịch vụ cho khách hàng, giúp gia tăng doanh số lợi nhuận cho công ty.
- Hỗ trợ, tư vấn chính xác nhằm mang lại dịch vụ, sản phẩm tốt nhất cho khách hàng, từ đó tạo ra sự hài lòng ở khách hàng.
- Nhận ra những vấn đề mà khách hàng đang quan tâm để từ đó giải đáp những thắc mắc hay là những khiếu nại của khách làm cho khách hàng yên tâm, tin tưởng, đồng thời cũng giúp nâng cao độ uy tín thương hiệu của công ty.
- Thúc đẩy các mối quan hệ và xây dựng niềm tin giữa doanh nghiệp với khách hàng, tác động tích cực đến khách hàng để họ trở thành những khách hàng tiềm năng và những vị khách trung thành của công ty.

Tuy nhiên thị trường thương mại ngày càng phát triển, đi cùng với những mặt tích cực thì vẫn còn tồn tại nhiều vấn đề tiêu cực mà phần lớn thiệt thòi thường là những người tiêu dùng, những khách hàng phải chịu. Dẫn đến sự mất niềm tin, sự nghi ngờ về thông tin, chất lượng sản phẩm không rõ ràng, không được đảm bảo sau mua hàng hay không được giải đáp các vấn đề nếu không được như khách hàng mong muốn. Và những hoạt động Telesales ngày càng phát triển như hiện nay sẽ phần nào mang đến sự yên tâm, tin tưởng hơn trong tâm trí của khách hàng, giúp gắn kết và đồng điệu giữa khách hàng và doanh nghiệp hơn.

1.2. Các nhiệm vụ và yêu cầu đối với việc bán hàng qua điện thoại

1.2.1. Nhiệm vụ

Dưới đây là một số nhiệm vụ cơ bản của hoạt động tư vấn và bán hàng qua điện thoại :

- Bán sản phẩm là các dịch vụ mà công ty cung cấp
- Tìm kiếm và phát triển các khách hàng tiềm năng
- Quản lý, chăm sóc, xử lý phản ánh và giữ mối liên lạc thường xuyên với khách hàng
- Đề xuất cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ mới phù hợp với nhu cầu của khách hàng

- Phân tích đánh giá năng lực khách hàng
- Quản lý cơ sở dữ liệu khách hàng

1.2.2. Yêu cầu

Nhân viên tư vấn và bán hàng qua điện thoại hàng ngày phải tiếp xúc với khách hàng để tiếp nhận yêu cầu, xử lý các tình huống và ghi chép mọi phản ứng của khách hàng liên quan đến các dịch vụ công ty cung cấp. Mỗi nhân viên tư vấn và bán hàng qua điện thoại được coi là đại sứ tạo nên hình ảnh, thương hiệu và văn hóa của công ty. Một số yêu cầu cơ bản đối với nhân viên tư vấn và bán hàng qua điện thoại như sau:

- Có kiến thức chuyên môn cơ bản liên quan đến các sản phẩm của công ty như: Giá cả, bảo trì bảo hành,...
- Giao tiếp tốt, có khả năng thuyết phục và nhẫn nại
- Quan trọng nhất đối với nhân viên bán hàng qua điện thoại là khả năng ứng biến nhanh với những tình huống bất ngờ từ khách hàng đặc biệt là trong những trường hợp thái độ tiếp nhận điện thoại của khách hàng là không thiện chí
- Thông tin cung cấp cho khách hàng phải đảm bảo là đồng nhất, chính xác và kịp thời

1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động bán hàng qua điện thoại

1.3.1. Chất lượng dữ liệu khách hàng

Một trong những yếu tố then chốt ảnh hưởng đến hiệu quả của việc bán hàng qua điện thoại chính là chất lượng thông tin khách hàng. Cơ sở dữ liệu không chỉ đơn thuần là danh sách thông tin liên lạc, mà cần tích hợp những dữ liệu chi tiết liên quan đến nhu cầu, sở thích, thói quen mua sắm, cũng như các tương tác trước đây của khách hàng đối với doanh nghiệp. Khi cơ sở dữ liệu này được giữ gìn một cách chính xác, đầy đủ và được cập nhật thường xuyên, nó sẽ hỗ trợ nhân viên bán hàng trong việc xác định và tiếp cận phù hợp đối tượng khách hàng mục tiêu. Mỗi khách hàng đều có những yêu cầu và kì vọng riêng, và việc nắm rõ dữ liệu này sẽ giúp nhân viên tùy biến cuộc hội thoại sao cho phù hợp và hiệu quả nhất. Thêm vào đó, việc phân tích và áp dụng đúng các dữ liệu khách hàng không những làm tăng tỉ lệ chuyển đổi cuộc gọi thành giao dịch mà còn

mang đến trải nghiệm cá nhân hóa, nâng cao sự hài lòng của khách hàng và xây dựng mối quan hệ bền vững.

1.3.2. Chất lượng nguồn nhân lực

Nhân lực cũng là một yếu tố không kém phần quan trọng, là yếu tố chủ chốt trong việc thực hiện và tối ưu hóa các kế hoạch bán hàng qua điện thoại. Nhân viên bán hàng không chỉ cần sở hữu khả năng giao tiếp xuất sắc mà cần có kỹ năng lắng nghe để hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Một nhân viên có khả năng thiết lập mối quan hệ tốt với khách hàng sẽ tạo ra một bầu không khí tin tưởng và thúc đẩy hiệu quả trong quá trình thuyết phục. Để đạt được điều này, doanh nghiệp cần chi tiêu cho việc đào tạo nhân viên một cách có hệ thống và chuyên nghiệp, nhằm giúp họ không chỉ nắm rõ sản phẩm mà còn thành thạo các phương pháp bán hàng, cách xử lý từ chối và cách giải quyết những tình huống phát sinh trong khi đang giao tiếp.

Chất lượng nguồn nhân lực cũng được thể hiện qua khả năng duy trì động lực làm việc trong môi trường cạnh tranh khốc liệt và khi gặp phải sự phản đối từ khách hàng. Vì vậy, việc phát triển các chương trình khen thưởng, động viên cũng như sự hỗ trợ liên tục từ phía công ty rất quan trọng để duy trì hiệu suất làm việc của đội ngũ nhân viên bán hàng.

1.3.3. Hệ thống công nghệ và phần mềm hỗ trợ

Trong kỷ nguyên của công nghệ số, việc tích hợp các phần mềm và hệ thống công nghệ hỗ trợ đã trở thành yếu tố không thể thiếu trong việc nâng cao hiệu quả của việc bán hàng qua điện thoại. Các công cụ như phần mềm quản lý quan hệ khách hàng (CRM) giúp tổ chức thông tin của khách một cách có hệ thống, từ đó giúp nhân viên dễ dàng theo dõi lịch sử giao dịch, nhu cầu, thói quen mua sắm cùng với những phản hồi từ trước đó của khách hàng. Nhờ đó, việc cá nhân hóa các cuộc gọi trở nên khả thi, làm tăng khả năng thuyết phục khách hàng và giảm thiểu sai sót trong giao tiếp.

Bên cạnh đó, hệ thống công nghệ cũng cung cấp những công cụ phân tích dữ liệu, cho phép doanh nghiệp theo dõi kết quả bán hàng và đánh giá hiệu quả của từng chiến lược hoặc là chiến dịch bán hàng. Việc áp dụng các công nghệ mới không chỉ giúp tiết kiệm thời gian và tối ưu hóa quy trình làm việc, mà còn làm cho nhân viên làm hiệu quả hơn, giảm bớt các bước thủ công và nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

1.3.4. Kịch bản cuộc gọi và quy trình

Một yếu tố không thể thiếu đó là kịch bản cuộc gọi và quy trình bán hàng, nó đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc tăng cường tính chuyên nghiệp và hiệu quả cho các cuộc gọi bán hàng qua điện thoại.

Một kịch bản cuộc gọi được thiết kế rõ ràng và logic sẽ hỗ trợ nhân viên trong việc dẫn dắt cuộc hội thoại một cách tự nhiên và hiệu quả. Kịch bản này nên bao gồm các phần như việc giới thiệu về sản phẩm hoặc dịch vụ, trả lời những thắc mắc từ khách hàng, xử lý các phản đối, và kết thúc cuộc gọi một cách hiệu quả, tạo điều kiện cho cơ hội tiếp theo nhằm duy trì mối quan hệ. Cần đảm bảo rằng kịch bản linh hoạt để nhân viên có thể điều chỉnh cho phù hợp với từng tình huống cụ thể, nhưng vẫn đồng thời giữ được mục tiêu chung là thuyết phục khách hàng và chốt đơn hàng.

Quy trình bán hàng phải được thiết kế một cách khoa học và chặt chẽ, bao gồm các bước như xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng, tìm hiểu thông tin khách hàng, đánh giá thêm tiềm năng khách hàng, gọi điện thoại giới thiệu sản phẩm,... Một quy trình tiêu chuẩn giúp nhân viên nâng cao hiệu quả làm việc, giảm thiểu sự lộn xộn và đảm bảo rằng không bỏ lỡ cơ hội. Ngoài ra, quy trình cũng cần có các chỉ số đánh giá hiệu quả để doanh nghiệp có thể theo dõi, đánh giá và cải tiến chiến lược bán hàng qua điện thoại.

1.4. Quy trình về tư vấn và bán hàng qua điện thoại

1.4.1. Xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng

Xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng là bước đầu tiên và rất quan trọng trong quá trình tư vấn và bán hàng qua điện thoại. Một hệ thống thông tin đầy đủ và chính xác giúp doanh nghiệp có khả năng tiếp cận mục tiêu, phát triển chiến lược tiếp cận tốt hơn và tăng tỉ lệ chuyển đổi thành công hơn.

Thông tin từ khách hàng có thể lấy từ nhiều nguồn khác nhau như dữ liệu từ mạng xã hội, các trang web, sự kiện, danh sách khách hàng mua từ bên ngoài,... Để đạt được hiệu quả tối ưu, doanh nghiệp cần phân loại khách hàng thành các nhóm như khách hàng đang sử dụng dịch vụ, khách hàng tiềm năng và khách hàng cũ để xây dựng chiến lược tiếp theo phù hợp.

Hơn nữa, dữ liệu cũng cần được cập nhật thường xuyên để tránh sai sót và loại bỏ thông tin không còn giá trị. Đồng thời, doanh nghiệp cần phải tích hợp các quy định về bảo mật thông tin để bảo vệ quyền riêng tư của khách hàng.

Một cơ sở dữ liệu khách hàng chất lượng không hỗ trợ chỉ cá nhân hóa bán hàng mà còn dự đoán xu hướng mua hàng, cải thiện hoạt động tiếp thị và nâng cao trải nghiệm của khách hàng. Khi dữ liệu được khai thác đúng cách, doanh nghiệp có khả năng duy trì quan hệ lâu dài với khách hàng, tăng cường sự trung thành và tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững trên thị trường.

1.4.2. Tìm hiểu thông tin khách hàng

Tìm hiểu thông tin khách hàng là một giai đoạn cần thiết tiếp theo trong quy trình tư vấn và bán hàng qua điện thoại. Điều này giúp doanh nghiệp hình thành chiến lược tiếp theo thích hợp, từ đó nâng cao khả năng thông công trong việc thuyết phục khách hàng. Trước khi gọi điện, việc tìm hiểu khách hàng không chỉ giúp nhân viên bán hàng có cái nhìn tổng quan về đối tượng mà còn giúp họ đưa ra những cách tư vấn phù hợp và mang tính cá nhân hóa hơn.

Đối với khách hàng là cá nhân, những yếu tố cần chú ý bao gồm độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp, thu nhập, sở thích và nhu cầu cụ thể liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp. Khi khách hàng là doanh nghiệp, công việc là tìm hiểu về lĩnh vực hoạt động, quy mô công ty, tình hình tài chính và người có quyền quyết định mua hàng là những thông tin quan trọng giúp nhân viên tư vấn phát triển chiến lược thích hợp. Ngoài dữ liệu định lượng, việc phân tích hành vi khách hàng cũng rất quan trọng để hiểu được mức độ quan tâm của họ đến sản phẩm.

Hơn nữa, một khía cạnh thiết yếu của việc hiểu khách hàng là xác định những điểm khó khăn mà họ phải. Mỗi khách hàng đều có những vấn đề hoặc nhu cầu cụ thể và nếu nhân viên bán hàng có thể nhận biết chính xác những thách thức mà khách hàng gặp phải, họ có thể dễ dàng đưa ra các giải pháp phù hợp hơn. Ví dụ nếu một doanh nghiệp đang gặp khó khăn trong việc tối ưu hóa chi phí hoạt động, nhân viên tư vấn có thể nêu bật các tính năng của sản phẩm giúp tiết kiệm tiền. Nếu một khách hàng cá nhân tìm kiếm một sản phẩm chất lượng với mức giá hợp lý, thì nhân viên có thể nhấn mạnh các chương trình khuyến mãi hấp dẫn hoặc chính sách hậu mãi hấp dẫn để thu hút sự quan tâm của họ.

Tóm lại, khi nhân viên tư vấn nghiên cứu kỹ về khách hàng, điều này không chỉ cho họ tự tin hơn khi thực hiện cuộc gọi mà còn giúp họ tạo ra một cuộc nói chuyện thuyết phục, kết nối tốt hơn với khách hàng và nâng cao khả năng chốt đơn thành công.

1.4.3. Đánh giá thêm tiềm năng khách hàng

Sau khi đã có được thông tin về khách hàng, doanh nghiệp phải tiến hành đánh giá tiềm năng để tìm ra những khách hàng có khả năng cao trong việc chuyển đổi. Việc này cho phép nhân viên bán hàng tập trung hơn vào những khách hàng thích hợp, giúp tiết kiệm thời gian và nâng cao hiệu suất công việc.

Một yếu tố quan trọng khác trong việc đánh giá tiềm năng của khách hàng là mức độ cạnh tranh trong ngành. Nếu khách hàng hiện đang sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ của đối thủ cạnh tranh, doanh nghiệp phải xác định xem những khách hàng này có sẵn sàng chuyển sang một doanh nghiệp mới hay không. Thông thường, khách hàng đã quen với một sản phẩm cụ thể và có thể ngần ngại thay đổi trừ khi họ được chứng minh rõ ràng những lợi ích của giải pháp mới. Do đó, nhân viên bán hàng nên phân tích kỹ lưỡng những lợi thế của sản phẩm của mình so với đối thủ cạnh tranh đồng thời tìm cách làm nổi bật những giá trị độc đáo mà doanh nghiệp có thể cung cấp.

Đánh giá tiềm năng của khách hàng cũng đòi hỏi phải xem xét đến yếu tố thời gian. Một số khách hàng có thể chưa sẵn sàng mua hàng ngay lập tức, nhưng nếu được chăm sóc chu đáo, họ có thể trở thành người mua hàng trong tương lai. Các doanh nghiệp có thể phân loại khách hàng thành ba nhóm chính:

Nhóm khách hàng có tiềm năng lớn: Đây là những cá nhân có nhu cầu rõ ràng, ngân sách hợp lý và sẵn sàng đưa ra quyết định nhanh chóng. Nhóm này cần được ưu tiên để tiếp cận ngay lập tức.

Nhóm khách hàng cần phát triển: Đây là những người có khả năng quan tâm đến sản phẩm nhưng chưa sẵn sàng mua hàng. Đối với nhóm này, công vụ cần tiếp tục giữ liên lạc, cung cấp thông tin có giá trị và chăm sóc định kỳ để tạo dựng lòng tin với khách hàng.

Nhóm khách hàng có ít tiềm năng: Những khách hàng không có nhu cầu hoặc sản phẩm/dịch vụ không phù hợp với họ. Tuy nhiên họ vẫn có khả năng trở thành khách hàng tiềm năng trong tương lai, vì vậy cần duy trì mối quan hệ một cách khéo léo.

Tóm lại, đánh giá tiềm năng khách hàng giúp công ty tối ưu hóa chiến lược bán hàng, tập trung vào những đối tượng có khả năng chuyển đổi cao, đồng thời xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng tiềm năng trong tương lai. Khi thực hiện quy trình đánh giá khách hàng chặt chẽ, doanh nghiệp không chỉ tăng doanh thu mà còn cải thiện hiệu quả hoạt động tổng thể của đội ngũ bán hàng.

1.4.4. Gọi điện giới thiệu sản phẩm

Khi đã thu thập đủ thông tin về khách hàng và đánh giá khả năng của họ, bước tiếp theo là thực hiện cuộc gọi tư vấn. Giai đoạn này rất quan trọng, vì nó quyết định xem khách hàng có thú vị với sản phẩm hay không. Vì lý do đó, nhân viên bán hàng cần chuẩn bị kịch bản rõ ràng và chuyên nghiệp nhưng cũng phải linh hoạt để cuộc trò chuyện trở nên tự nhiên hơn.

Một cuộc gọi bán hàng thành công thường bao gồm ba phần chính: Mở đầu, giới thiệu sản phẩm và kết thúc. Phần mở đầu rất quan trọng trong công việc tạo ấn tượng đầu tiên cho khách hàng. Thay vì sử dụng các câu hỏi quá cứng nhắc, nhân viên tư vấn có thể áp dụng phương pháp cá nhân hóa.

Tiếp theo, phần giới thiệu sản phẩm cần viết ngắn gọn và rõ ràng, nhưng cần phải đạt được các giá trị chính. Thay vì chỉ liệt kê các tính năng thì nhân viên bán hàng nên tập trung vào những lợi ích mà sản phẩm hay dịch vụ có thể mang lại cho khách hàng. Cuối cùng, việc kết thúc cuộc trò chuyện không có nghĩa là yêu cầu khách hàng quyết định ngay lập tức, mà cần khuyến khích họ chia sẻ ý kiến, đặt câu hỏi hay xin thêm thông tin. Điều quan trọng nhất là luôn duy trì thái độ thân thiện, mở rộng và không tạo áp lực cho khách hàng.

1.4.5. Theo dõi các phản ứng của khách hàng và hoạt động chăm sóc sau cuộc gọi

Một lỗi thường gặp ở doanh nghiệp là chỉ tập trung vào việc tư vấn mà không có kế hoạch theo dõi và chăm sóc khách hàng sau cuộc gọi. Thực tế đã cho thấy, việc duy trì và tiếp tục mang lại giá trị cho khách hàng có thể làm tăng tỷ lệ chuyển đổi và xây dựng lòng trung thành lâu dài.

Ngay sau khi cuộc gọi kết thúc, nhân viên bán hàng nên ghi lại phản hồi từ khách hàng để lên kế hoạch tiếp theo. Việc phục vụ khách hàng sau cuộc gọi có thể tiến hành

gửi tin nhắn hoặc các cuộc gọi tiếp theo. Điều quan trọng là duy trì kết nối một cách tự nhiên và tránh làm phiền khách hàng.

1.4.6. Tiến hành đồng ý ký kết hợp đồng và bán sản phẩm

Khi khách hàng đã quyết định mua sản phẩm, bước tiếp theo là sẽ ký hợp đồng và hoàn tất giao dịch. Trong giai đoạn này, phải đảm bảo rằng các điều khoản trong hợp đồng minh bạch và rõ ràng nhất là để tránh những hiểu lầm và tranh chấp sau này.

Trước khi ký hợp đồng, nhân viên bán hàng cần giải thích rõ ràng về các điều kiện mua hàng, chính sách bảo hành, quyền lợi của khách hàng cũng như các cam kết từ phía doanh nghiệp.

Sau khi giao dịch hoàn tất, doanh nghiệp không nên dừng lại ở đó mà cần tiếp tục duy trì mối quan hệ với khách hàng.

Một quy trình bán hàng chuyên nghiệp không chỉ dừng lại ở việc ký kết hợp đồng mà vẫn tiếp tục với các giai đoạn chăm sóc và duy trì mối quan hệ với khách hàng. Điều này không chỉ giúp danh nghiệp tăng doanh thu mà còn hình thành một mạng lưới khách hàng trung thành, góp phần xây dựng thương hiệu mạnh mẽ trên thị trường.

1.4.7. Chăm sóc sau bán hàng

Chăm sóc sau bán hàng là một bước cũng không kém phần quan trọng trong quy trình bán hàng qua điện thoại để nhằm duy trì mối quan hệ với khách hàng, gia tăng mức độ hài lòng và khuyến khích khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ trong tương lai.

Ngay sau khi khách hàng hoàn tất ký kết hợp đồng hoặc xác nhận mua sản phẩm hoặc dịch vụ thì nhân viên phụ trách sẽ phải chủ động liên hệ lại để cảm ơn khách hàng và vừa xác nhận thông tin sử dụng dịch vụ.

Tiếp theo, công ty sẽ gửi các tài liệu liên quan như hướng dẫn sử dụng sản phẩm, thông tin liên hệ hỗ trợ kỹ thuật hoặc chăm sóc khách hàng trong suốt quá trình sử dụng. Trong vòng 7-10 ngày kể từ thời điểm mua hàng, nhân viên sẽ tiếp tục gọi điện để kiểm tra mức độ hài lòng, giải đáp các thắc mắc nếu có và ghi nhận phản hồi của khách hàng.

Ngoài ra, công ty cũng thực hiện các chương trình chăm sóc định kỳ như gửi mail hoặc liên hệ để chúc mừng sinh nhật, mời tham gia khảo sát để đánh giá chất lượng.

1.5. Sự cần thiết nâng cao chất lượng hoạt động bán hàng qua điện thoại

Trong tình hình thị trường hiện tại, với mức độ cạnh tranh ngày càng tăng và sự thay đổi nhanh chóng trong các nhu cầu của khách hàng, việc cải thiện chất lượng của hoạt động bán hàng qua điện thoại là rất quan trọng đối với tất cả các doanh nghiệp. Bán hàng qua điện thoại không chỉ là một cách tiếp cận khách hàng nhanh chóng và tiết kiệm chi phí, mà còn là một phương pháp hữu hiệu để tạo ra mối quan hệ lâu dài và bền chặt với khách hàng.

Chất lượng của hoạt động bán hàng qua điện thoại có vai trò quan trọng trong việc giúp các doanh nghiệp tăng cường khả năng chuyển đổi khách hàng tiềm năng thành thành khách hàng thực tế. Một cuộc gọi bán hàng thành công không chỉ là việc ký kết hợp đồng, mà còn là cơ hội để thiết lập sự tin tưởng lâu dài, khuyến khích các vị khách hàng quay lại trong tương lai. Khi cảm thấy được dự quan tâm và nhận được sự tư vấn chuyên nghiệp, khách hàng có xu hướng trung thành với doanh nghiệp và sẽ sẵn lòng giới thiệu sản phẩm hoặc dịch vụ cho những người xung quanh họ.

Trong môi trường kinh doanh có nhiều thách thức, việc cải thiện chất lượng bán hàng qua điện thoại trở thành yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp duy trì và tăng cường vị thế cạnh tranh. Khi một doanh nghiệp có thể cung cấp dịch vụ bán hàng qua điện thoại tốt, không chỉ gia tăng khả năng chốt đơn mà còn xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp và đáng tin cậy trong mắt khách hàng. Điều này sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững và giúp doanh nghiệp vươn lên dẫn đầu trong lĩnh vực của mình.

CHƯƠNG 2: TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY VÀ THỰC TRẠNG QUY TRÌNH BÁN HÀNG QUA ĐIỆN THOẠI TẠI CÔNG TY TNHH TƯ VẤN – THƯƠNG MẠI KHÁNH LINH

2.1. Tổng quan về công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh

- Tên doanh nghiệp: CÔNG TY TƯ VẤN – THƯƠNG MẠI KHÁNH LINH – CHI NHÁNH TP. ĐÀ NẴNG
- Tên quốc tế: KHANH LINH CONSULTANT – SERVICE COMPANY
- LIMITED
- Trụ sở chính (sau sáp nhập): 59B Bình Giã, Phường Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh,
- Việt Nam.
- Mã số thuế: 0307633556 – 004
- Đại diện pháp luật: Đào Cao Bích Ngọc
- Ngày hoạt động: 7/2025
- Tình trạng hoạt động: Đang hoạt động (đã được cấp GCN ĐKT)
- Nơi đăng ký quản lý: Chi cục Thuế Quận Hải Châu
- Địa chỉ: 95 Nguyễn Hữu Dật, phường Hòa Cường Bắc, quận Hải Châu, Đà Nẵng.
- Giám đốc chi nhánh: Nguyễn Thị Tính
- Số điện thoại: 0918 050 938 (Mrs Tính)
- Website: wgroup.vn



Hình 2.1. Logo công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển

Trực thuộc hệ thống quản lý Công ty TNHH Tư vấn Thương mại Khánh Linh - Tập đoàn WinGroup được thành lập vào năm 2009 có trụ sở chính ở 59B Bình Giã, Phường Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. Công ty luôn cải thiện và phát triển không ngừng dưới tầm nhìn của Chủ tịch là Bà *Đào Cao Bích Ngọc* và chồng là Ông *Hứa Anh Chương*. Đến nay với 14 năm kinh nghiệm cùng với nhiều giá trị được công nhận bởi các cá nhân và tổ chức cụ thể với hơn 300 dự án hợp tác đã hoàn thành, trên 400 nhân viên trên toàn quốc và trên 50.000 khách hàng thường xuyên của công ty.



Hình 2.2. Danh sách các chi nhánh của công ty TNHH Tư vấn Thương mại Khánh Linh – chi nhánh TP. Đà Nẵng

Công ty TNHH Tư vấn Thương mại Khánh Linh - Chi nhánh Đà Nẵng được thành lập từ tháng 13/4/2015 ở chi nhánh Lê Thanh Nghị. Vào tháng 7/2025 mở rộng thêm chi nhánh tại địa điểm 95 Nguyễn Hữu Dật, Phường Hòa Cường Bắc, Quận Hải Châu, thành phố Đà Nẵng để mở rộng quy mô, thuận lợi cho việc hỗ trợ nhiều khách hàng hơn. Công ty được điều hành bởi giám đốc chi nhánh là Bà Nguyễn Thị Tính, có lĩnh vực hoạt động là về kế toán kiểm toán, tư vấn và phát triển phần mềm quản lý doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Sau hơn 10 năm hoạt động từ năm 2015 - 2025, công ty đã tạo cơ hội việc làm cho hơn 150 nhân công trên địa bàn Đà Nẵng. Công ty đã và đang tiếp tục mở rộng thêm các chi nhánh ra các tỉnh, thành phố như Quảng Trị, Bình Định, Nha Trang, Cần Thơ... hỗ trợ hơn 1000 khách hàng bao gồm các hộ doanh nghiệp, công ty vừa và nhỏ có nhu cầu về tư vấn thành lập doanh nghiệp, tư vấn về thuế - kế toán, chữ ký điện tử, hóa đơn điện tử, hợp đồng điện tử, phần mềm kế toán.

Năm 2016, công ty đã liên kết với công ty phát hành hóa đơn điện tử WinTech Solution giúp mở rộng và đẩy mạnh thị trường phát triển hơn. Năm 2019, cùng với xu hướng chuyển đổi số, công ty đã được cấp phép kinh doanh chữ ký số WINCA. Công ty đã kết hợp cùng các mảng dịch vụ khác của tập đoàn WinGroup tạo nên thương hiệu chất lượng, uy tín đối với khách hàng và nhà đầu tư.

2.1.2. Lĩnh vực/sản phẩm kinh doanh của công ty

- Ngành nghề chính: Hoạt động hỗ trợ dịch vụ tài chính
- Loại hình kinh tế: Trách nhiệm hữu hạn 2 thành viên trở lên
- Lĩnh vực kinh tế: Kinh tế tư nhân
- Loại hình tổ chức: đơn vị trực thuộc
- Loại khoản: (459) Hoạt động hành chính, hỗ trợ văn phòng và các hoạt động hỗ trợ kinh doanh khác.
- Sản phẩm, dịch vụ: Chứng thư số, chữ ký số; Phần mềm Hóa đơn điện tử; Dịch vụ Kế toán – Thuế; Dịch vụ Pháp lý doanh nghiệp.

2.1.3. Tầm nhìn, sứ mệnh và các giá trị cốt lõi

a. Tầm nhìn

Trở thành thương hiệu hàng đầu trong lĩnh vực đổi số Khánh Linh, mang lại giá trị bền vững và nâng cao chất lượng cuộc sống cho cộng đồng.

b. Sứ mệnh

Cung cấp sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao, sáng tạo và thân thiện với môi trường, đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng với sự tận tâm và chuyên nghiệp.

c. Giá trị cốt lõi

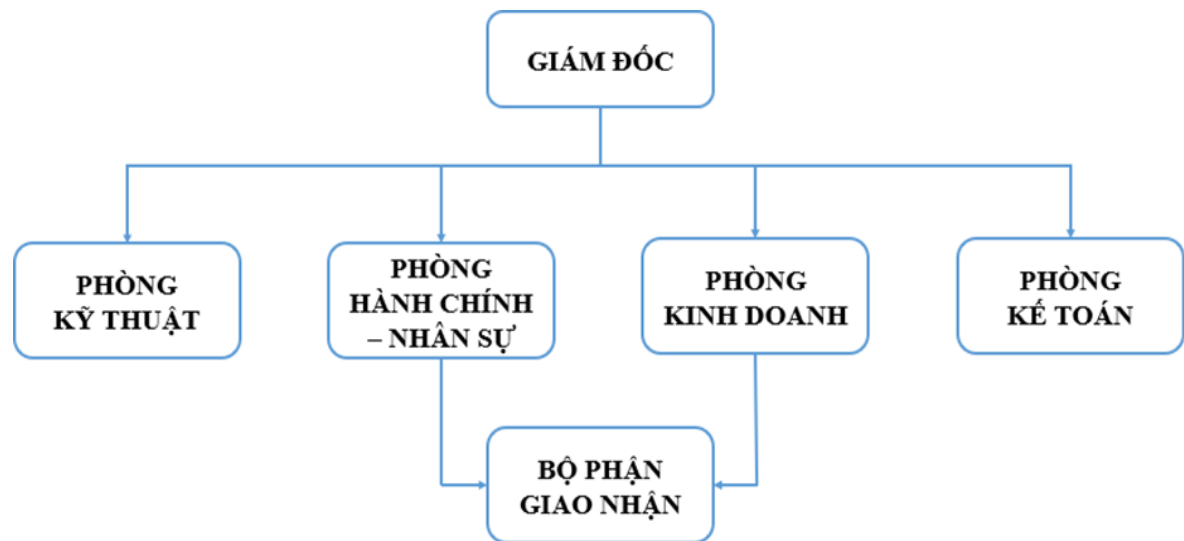
- Tận tâm: Đặt lợi ích của khách hàng lên hàng đầu.

- Chất lượng: Cam kết mang lại sản phẩm và dịch vụ tốt nhất.
- Sáng tạo: không ngừng đổi mới để phát hiện.
- Bền vững: Hướng tới sự phát triển lâu dài và bảo vệ môi trường.

2.1.4. Cấu trúc tổ chức, chức năng nhiệm vụ của các bộ phận của công ty TNHH

Tư vấn - Thương mại Khánh Linh – chi nhánh TP. Đà Nẵng

a. Cấu trúc tổ chức



Sơ đồ 2.1. Cấu trúc tổ chức - Bộ phận Nhân sự công ty TNHH Tư vấn Thương mại Khánh Linh – chi nhánh TP. Đà Nẵng

Công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh chi nhánh Đà Nẵng, gồm các bộ phận sau:

- Giám đốc chi nhánh
- Bộ phận hành chính – nhân sự
- Bộ phận kế toán
- Bộ phận kinh doanh
- Bộ phận kỹ thuật
- Bộ phận giao nhận

b. Chức năng nhiệm vụ của các bộ phận

Giám đốc: Là người điều hành trực tiếp và gián tiếp công ty, quản lý tất cả các bộ phận trong công ty và chịu trách nhiệm trong việc giúp công ty phát triển đúng mục

tiêu chiến lược dưới sự hỗ trợ của trợ lý giám đốc và trưởng phòng các bộ phận. Trợ lý giám đốc thuộc phòng giám đốc chịu trách nhiệm tiếp nhận và truyền đạt lại từ giám đốc đến các phòng ban và ngược lại. Ngoài ra, trợ lý giám đốc còn hỗ trợ các khách hàng đại lý giúp giám đốc.

Bộ phận hành chính - nhân sự: Thứ nhất, chịu trách nhiệm tuyển dụng, phỏng vấn và đào tạo nhân viên các bộ phận cho chi nhánh. Đặc biệt là công tác tuyển dụng thông qua việc giữ lại các thực tập sinh ở công ty. Thứ hai, chịu trách nhiệm soạn thảo các loại hồ sơ theo yêu cầu khách hàng do bộ phận kinh doanh đưa xuống và đúng với quy định của pháp luật. Bên cạnh đó bộ phận này còn xử lý công nợ với nhân viên trong công ty và làm công tác truyền thông nội bộ trong công ty.

Bộ phận kế toán: Xử lý kê khai, báo cáo thuế cho khách hàng, tư vấn, cập nhật các bộ luật mới nhất về kinh tế để áp dụng, tư vấn và hỗ trợ cho bộ phận kinh doanh tư vấn đến khách hàng. Đây là bộ phận quan trọng nhất của công ty đứng cùng với bộ phận kinh doanh.

Bộ phận kinh doanh: Là bộ phận chính tìm ra nguồn lợi nhuận cho công ty thông qua hình thức chủ yếu là telesales và tìm kiếm khách hàng đại lý. Ngoài ra nhân viên kinh doanh còn có vai trò quảng bá hình ảnh của công ty đến khách hàng của mình.

Bộ phận kỹ thuật: Xử lý những công việc liên quan đến điện tử, viễn thông, đường truyền của hệ thống chữ ký số và hóa đơn điện tử. Ngoài ra bộ phận kỹ thuật là một trong những bộ phận quan trọng hàng đầu giữ cho hệ thống thông tin của khách hàng hoạt động một cách trơn tru.

Bộ phận giao nhận: Hỗ trợ cho bộ phận kinh doanh và hành chính, làm nhiệm vụ giao nhận hồ sơ, sản phẩm của công ty đến khách hàng.

2.2. Các yếu tố môi trường tác động đến hoạt động kinh doanh của công ty

TNHH Tư vấn - Thương mại Khánh Linh

2.2.1. Các yếu tố vĩ mô

a. Môi trường chính trị - pháp luật

Việt Nam có nền chính trị ổn định, tạo môi trường kinh doanh an toàn cho các doanh nghiệp. Chính phủ đang đẩy mạnh “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia”. Từ 7/2022, việc bắt buộc sử dụng “Hóa đơn điện tử” và “chữ ký số” (Nghị định

123/2020/ND, CP,...) là cơ hội trực tiếp giúp các dịch vụ của công ty Khánh Linh trở thành nhu cầu cần thiết.

Sự thúc đẩy của Chính phủ trong việc triển khai Hệ thống thuế điện tử (e-Tax) và hải quan điện tử khiến các doanh nghiệp buộc phải số hóa quy trình kế toán. Sự bắt buộc hoá các công cụ số như chữ ký số, phần mềm kế toán,... không chỉ thay đổi hành vi tiêu dùng dịch vụ của doanh nghiệp mà còn mở rộng thị trường cho công ty Khánh Linh.

Từ năm 2025 đến nay, Nhà nước tiếp tục hoàn thiện và điều chỉnh các quy định pháp luật về thuế và kế toán, tác động trực tiếp đến hoạt động của doanh nghiệp. Cụ thể như sau:

Luật Doanh nghiệp và Luật Quản lý thuế (Thông tư 80/2021/TT-BTC, Nghị định 126/2020/NĐ-CP,...): Các quy định này thay đổi liên tục, làm tăng rủi ro cho doanh nghiệp. Sự phức tạp của hệ thống pháp luật Việt Nam chính là "mảnh đất màu mỡ" cho các công ty tư vấn như Khánh Linh. Doanh nghiệp sẵn sàng trả tiền để tìm đến các đơn vị tư vấn có chuyên môn cao để rà soát sổ sách, hóa đơn,... Các quy định về sai phạm kế toán ngày càng nặng (xử lý hình sự về tội trốn thuế). Điều này làm tăng rào cản tâm lý, khiến khách hàng sẵn sàng trả phí cao cho sự an tâm tránh rủi ro bị phạt.

Các quy định mới từ Luật BHXH 2024 (có hiệu lực từ 1/7/2025): chi phí lương và bảo hiểm xã hội liên tục tăng do mức lương tối thiểu vùng làm thay đổi cách tính và quyền lợi, giúp người lao động có thể hưởng lương hưu sớm hơn. Điều này thúc đẩy các doanh nghiệp SMEs cắt giảm bộ phận kế toán nội bộ để thuê ngoài nhằm tiết kiệm ít nhất 50-70% chi phí.

Luật thuế Thu nhập doanh nghiệp mới (hiệu lực từ 1/10/2025): có nhiều điều chỉnh liên quan đến đối tượng chịu thuế, căn cứ tính thuế và các chính sách ưu đãi, làm thay đổi nghĩa vụ thuế của doanh nghiệp.

=> Trước sức ép từ chi phí và gánh nặng về quản trị nhân sự trực tiếp, xu hướng thuê dịch vụ kế toán/kiểm toán từ công ty bên thứ ba trở thành chiến lược tài chính tối ưu để "biến định phí thành biến phí".

Việc số hóa quản lý thuế của Nhà nước và Chính phủ đang khuyến khích hộ kinh doanh chuyển đổi lên doanh nghiệp để minh bạch hóa nền kinh tế. Buộc các hộ kinh

doanh cá thể phải thực hiện "Thay đổi giấy phép kinh doanh", "Thành lập công ty" hoặc sổ sách bài bản, Khánh Linh khai thác và cung cấp các dịch vụ này để tối ưu giúp khách hàng.

Tuy nhiên, việc thường xuyên thay đổi chính sách thuế cũng gây áp lực về cập nhật kiến thức và tuân thủ pháp luật giảm rủi ro cho khách hàng. Điều này cho thấy doanh nghiệp vừa có lợi và vừa có thách thức

b. Môi trường Kinh tế

Trong bối cảnh kinh tế thế giới đang đối mặt với nhiều thách thức do bất ổn kinh tế, xung đột địa chính trị (Trung Đông dấy Gaza giữa Israel – Hamas, chiến tranh Nga – Ukraine, Thái Lan – Campuchia, tranh chấp biển Đông,...) và xu hướng bảo hộ thương mại giữa các nền kinh tế gia tăng (Mỹ - Trung, thuế quan Mỹ đánh vào các nước,..) tình hình nước ta vẫn chuyển biến tích cực. Cùng với việc Đảng và nhà nước đã ban hành nhiều quyết sách đột phá nhằm cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh hỗ trợ khu vực kinh tế tư nhân và thúc đẩy khởi nghiệp. Đặc biệt, dưới sự chỉ đạo sát sao của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, bộ Tài chính đã triển khai quyết liệt các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động đầu tư, khởi nghiệp và phát triển kinh tế tư nhân (Nghị quyết 68, 198, 138, 139).

Tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP) quý I năm 2026 ước tăng 8.45% so với cùng kỳ năm 2025. Với mức tăng trưởng này, tốc độ tăng GRDP của Đà Nẵng đứng đầu các tỉnh, thành phố vùng kinh tế trọng điểm miền Trung và khối các thành phố trực thuộc Trung ương, xếp thứ 4/63 tỉnh, thành phố trên phạm vi cả nước.

Bên cạnh đó, số lượng doanh nghiệp tham gia thị trường tiếp tục gia tăng mạnh. Trong quý I/2026, cả nước có khoảng 96.000 doanh nghiệp thành lập mới và quay trở lại hoạt động, tăng 31,7% so với cùng kỳ năm 2025. Điều này cho thấy môi trường kinh doanh ngày càng mở rộng, kéo theo nhu cầu sử dụng dịch vụ kế toán – thuế ngày càng cao.

=> Sự gia tăng mạnh mẽ của các doanh nghiệp thành lập mới và quay trở lại hoạt động đã mang lại nguồn cầu trực tiếp và dồi dào cho các gói dịch vụ mũi nhọn của Khánh Linh như "Tư vấn thành lập doanh nghiệp" và "Thiết lập hệ thống kế toán ban đầu".

Tuy nhiên, việc quy mô thị trường mở rộng quá nhanh dưới sự kiểm soát chặt chẽ bằng dữ liệu số của cơ quan thuế cũng đặt ra thách thức lớn, buộc các doanh nghiệp mới phải đảm bảo tính tuân thủ khắt khe để tránh rủi ro phạt hành chính; điều này vừa đẩy cao áp lực cạnh tranh gay gắt về chất lượng giữa các công ty đối thủ, vừa đòi hỏi Khánh Linh phải nâng cao năng lực chuyên môn để cung cấp dịch vụ "Kế toán - kiểm toán thuế chuyên sâu" chuẩn chỉnh nhằm giữ vững thị phần.

c. Môi trường nhân khẩu học

Thành phố Đà Nẵng có quy mô dân số năm 2026 ước đạt khoảng 1.200.000 – 1.210.000 người, tăng so với khoảng 1.188.374 người năm 2025, tương ứng tăng khoảng 12.000 – 22.000 người (~1% – 1,8%). Trong đó, dân cư sinh sống tại khu vực đô thị tiếp tục chiếm tỷ trọng cao khoảng 87% – 88%, cho thấy mức độ đô thị hóa cao và sự tập trung lớn của các hoạt động kinh tế – kinh doanh.

Bên cạnh đó, lực lượng lao động cả nước năm 2026 ước đạt khoảng 53,5 – 54 triệu người, tăng nhẹ so với khoảng 53 triệu người năm 2025; tỷ lệ thất nghiệp trong độ tuổi lao động duy trì ở mức thấp khoảng 2,1% – 2,2%, trong khi thu nhập bình quân của người lao động ước đạt khoảng 8,5 – 8,7 triệu đồng/người/tháng, tăng so với mức 8,3 – 8,4 triệu đồng năm 2025. Những yếu tố này tạo điều kiện cho sự gia tăng số lượng doanh nghiệp mới thành lập, đặc biệt là các hộ kinh doanh, các doanh nghiệp nhỏ và vừa – nhóm đối tượng thường không có bộ phận kế toán nội bộ. Do đó, nhu cầu thuê dịch vụ kế toán – thuế, hóa đơn điện tử và chữ ký số ngày càng tăng, mở ra cơ hội thuận lợi cho các công ty cung cấp dịch vụ kế toán – thuế trong việc mở rộng thị trường và phát triển hoạt động kinh doanh.

=> Sự gia tăng quy mô dân số và tốc độ đô thị hóa nhanh chóng, kết hợp cùng thị trường lao động ổn định và thu nhập bình quân cải thiện đã thúc đẩy sự bùng nổ của các hộ kinh doanh và doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs). Đây chính là nguồn cầu trực tiếp mở ra cơ hội vàng cho Khánh Linh khai thác các gói dịch vụ như "Tư vấn đăng ký hộ kinh doanh/thành lập doanh nghiệp" và "Cung ứng giải pháp số (Hóa đơn điện tử, Chữ ký số)". Đặc biệt, do nhóm khách hàng mới này thường chưa hiểu rõ về luật thuế và không có bộ máy kế toán nội bộ, Khánh Linh có cơ hội lớn để mở rộng thị phần thông qua dịch vụ "Kế toán - Thuế trọn gói", giúp doanh nghiệp tối ưu chi phí vận hành ban đầu và đảm bảo tính tuân thủ pháp lý.

d. Môi trường Công nghệ

Từ lúc dịch bệnh Covid xảy ra đúng vào giữa thời Cách mạng công nghiệp 4.0, bởi vậy trước những thách thức mà doanh nghiệp phải đối mặt thì việc ứng dụng những thành tựu công nghệ thông tin vào giải quyết công việc và phục vụ cuộc sống là tất yếu, coi chuyển đổi số là yếu tố cần thiết trong chiến lược để thích ứng trước những thay đổi và phục vụ cộng đồng tốt hơn. Thay vì phải trực tiếp đến cơ quan, gặp mặt thảo luận thì doanh nghiệp chuyển sang xu hướng làm việc tại nhà, xử lý công việc, hội họp, ký kết hợp đồng bằng hình thức trực tuyến, kinh doanh qua mạng, sử dụng ví điện tử và thẻ tín dụng thanh toán online,...

=> Sự phổ biến của hóa đơn điện tử, chữ ký số và phần mềm kế toán,.. giúp công ty tư vấn như Khánh Linh có thể quản lý dữ liệu khách hàng từ xa một cách hiệu quả và chính xác.

e. Môi trường văn hóa

Sau đại dịch, có thể thấy rằng sự bùng nổ của Thương mại điện tử, văn hóa giao tiếp trong kinh doanh đã thay đổi. Việc sử dụng chữ ký số hay hóa đơn điện tử, kế toán sổ sách, trao đổi dữ liệu qua các nền tảng trực tuyến đã có sự cởi mở hơn, giúp quá trình trở nên thuận tiện nhanh chóng và hiệu quả hơn. Khách hàng hiện nay không còn có thói quen đi làm thủ tục hành chính rườm rà mà họ sẵn sàng chi trả cho các dịch vụ để họ làm giúp.

=> Xu hướng chuyển đổi số mạnh mẽ cùng sự thay đổi trong văn hóa kinh doanh đã mở ra cơ hội lớn cho Khánh Linh đẩy mạnh các dịch vụ như "Cung cấp chữ ký số, hóa đơn điện tử" và "Kế toán trực tuyến". Việc khách hàng ngày càng cởi mở với việc trao đổi dữ liệu từ xa giúp công ty tối ưu hóa quy trình, tiết kiệm thời gian và chi phí vận hành. Đặc biệt, tâm lý sẵn sàng chi trả để thuê ngoài thay vì tự thực hiện các thủ tục hành chính rườm rà chính là cơ sở để công ty gia tăng doanh thu từ mảng dịch vụ "Đại diện làm thủ tục thuế trọn gói".

2.2.2. Các yếu tố vi mô

a. Khách hàng

Công ty TNHH tư vấn -thương mại Khánh Linh - Chi nhánh Đà Nẵng hoạt động trong lĩnh vực liên quan đến kế toán, kiểm toán và tư vấn về thuế với thị trường rộng

mở, trải dài Bắc - Trung - Nam. Với uy tín lâu năm của công ty với nhiều khách hàng quen lâu năm thì đây được xem là một thuận lợi của công ty đảm bảo một phần doanh thu ổn định và cơ hội gia tăng lượng KH và doanh thu của công ty

Công ty Khánh Linh với hơn 15 năm kinh nghiệm cùng với nhiều giá trị với hơn 300+ dự án hợp tác đã hoàn thành, trên 400 nhân viên trên toàn quốc và trên 50.000 khách hàng thường xuyên.

Khách hàng mục tiêu của công ty nhóm khách hàng tổ chức với các công ty nhỏ và siêu nhỏ :

- Công ty mới mở cần làm thủ tục, hồ sơ thành lập mới.
- Công ty cần kế toán làm báo cáo tài chính theo quý.
- Công ty cần đăng kí chữ kí số.
- Các công ty ngừng hoạt động kinh doanh cần làm hồ sơ giải thể.

Dựa vào yếu tố mong muốn của khách hàng như các nhà thầu xây dựng, cơ khí, cơ sở sản xuất nhỏ và siêu nhỏ muốn thành lập mới công ty, chuyển đổi mới hoạt động kinh doanh, đăng kí chữ kí số. Và những doanh nghiệp vừa và nhỏ muốn tiết kiệm chi phí thuê dịch vụ kế toán thuế. Trong đó còn có một số khách hàng muốn dừng hoạt động công ty thì phải làm hồ sơ giải thể.

Dịch vụ giá rẻ với tư vấn nhiệt tình, có trách nhiệm cao đối với khách hàng cũng là yếu tố quyết định mua dịch vụ của khách hàng.

Doanh số đóng góp từ khách hàng của công ty: Công ty mới thành lập là 30%, thuê dịch vụ kế toán thuế 30%, đăng kí chữ kí số 30%, giải thể doanh nghiệp 10%.

b. Nhà cung cấp

Các nhà mạng chữ kí số, hiện tại công ty đang nhận cung cấp của các nhà mạng để phân phối cho khách hàng:

Viettel – CA: Là nhà cung cấp dịch vụ chữ ký số trực thuộc Tập đoàn Công nghiệp – Viễn thông Quân đội Viettel. Có mạng lưới hoạt động trên toàn quốc.

Đặc điểm:

- Thương hiệu lớn, uy tín, được nhiều doanh nghiệp và cơ quan nhà nước tin dùng.

- Hạ tầng kỹ thuật ổn định, bảo mật cao.
- Phù hợp với doanh nghiệp nhỏ, vừa và hộ kinh doanh cần sự tin cậy và hỗ trợ nhanh chóng.

FPT-CA là nhà cung cấp chữ ký số thuộc Tập đoàn FPT, tập đoàn công nghệ hàng đầu tại Việt Nam. Hoạt động trên phạm vi toàn quốc.

Đặc điểm:

- Thế mạnh về công nghệ và giải pháp số.
- Dịch vụ linh hoạt, dễ tích hợp với các phần mềm kế toán, hóa đơn điện tử.
- Phù hợp với doanh nghiệp trẻ, doanh nghiệp đang chuyển đổi số.

VINCA là đơn vị cung cấp dịch vụ chữ ký số cho doanh nghiệp và hộ kinh doanh tại Việt Nam. Hoạt động trên nhiều tỉnh/thành, chủ yếu thông qua đối tác và đại lý phân phối.

Đặc điểm:

- Chi phí cạnh tranh, phù hợp với doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ và hộ kinh doanh
- Thủ tục đăng ký đơn giản, nhanh gọn
- Dễ tiếp cận với nhóm khách hàng mới thành lập

WIN TECH SOLUTION là đơn vị cung cấp phần mềm doanh nghiệp, thuộc Tập đoàn WINGROUP. Công ty hoạt động trên toàn quốc, cung cấp giải pháp phần mềm thông qua hệ thống đối tác và kênh phân phối.

Đặc điểm riêng:

- Là nhà cung cấp các phần mềm gồm: WININVOICE, WINCONTRACT, WINFAST, WINBOS
- Tập trung vào số hóa quy trình quản lý, hóa đơn, hợp đồng và vận hành doanh nghiệp
- Phù hợp với doanh nghiệp và hộ kinh doanh muốn quản lý tập trung, đồng bộ

Ngoài ra, còn các nhà cung cấp khác như: phần mềm kế toán, hóa đơn điện tử (FAST, Bravo,...), phần mềm bảo hiểm (IBH).

Hiện nay công ty đã được cấp phép cung cấp chữ ký số WINCA trên toàn quốc, tuy nhiên công ty vẫn tiếp tục là đại lý cấp 1 cung cấp chữ ký số của các nhà mạng khác. Đây là một cách để công ty vừa có thể bán dịch vụ của chính công ty cho khách hàng, vừa giữ được mối quan hệ với các nhà cung cấp và khách hàng cũ.

c. Đối thủ cạnh tranh

Là thành viên tham gia cũng khá lâu vào thị trường Đà Nẵng. Công ty phải đối mặt với nhiều đối thủ cạnh tranh nặng ký đã tham gia vào thị trường này từ rất lâu. Có thể kể đến như:

- Công ty TNHH Kế Toán FATO
- Công ty TNHH Dịch vụ Kế toán và Tư vấn Thuế Đầu Xuân Đức (DC Accounting & Tax)
- Dịch vụ Kế toán Sáng Nguyễn - Đơn vị đào tạo Kế toán tại Đà Nẵng uy tín
- Dịch vụ Kế toán Tâm Minh
- Dịch vụ Kế toán Thuế Cty Tùng Linh Quân
- Dịch vụ Kế toán Cty Sunday Corp
- Dịch vụ Kế toán ACA
- Kế Toán Ngân Việt

❖ Điểm mạnh, điểm yếu của một số công ty dịch vụ kế toán:

Bảng 2.1. Đối thủ cạnh tranh của công ty TNHH Tư vấn Thương Mại Khánh Linh – chi nhánh TP. Đà Nẵng

Đối thủ cạnh tranh	Thông tin	Đặc điểm
Cá nhân tự do	Là những người không thuộc biên chế cố định của doanh nghiệp hay công ty dịch vụ kế toán.	Chi phí dịch vụ thấp hơn. Kém uy tín, không có tư cách pháp nhân và trách nhiệm pháp lý rõ ràng, gây tiềm ẩn rủi ro khi xảy ra sai sót.

Công ty TNHH Kế toán FATO	Là một đơn vị tư vấn kế toán, thuế và dịch vụ hành chính cho doanh nghiệp, có trụ sở tại phường Hòa Xuân, quận Cẩm Lệ, TP. Đà Nẵng.	Tập trung hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ, làm sổ sách kế toán, kê khai thuế, thủ tục thành lập doanh nghiệp. Thương hiệu còn mới trên thị trường tại khu vực, phí cao.
Công ty TNHH Dịch vụ Kế toán và Tư vấn Thuế Đầu Xuân Đức	Là một công ty chuyên cung cấp dịch vụ kế toán, tư vấn thuế, và các dịch vụ liên quan cho doanh nghiệp. Có trụ sở tại phường Khê Đông, quận Thanh Khê, TP Đà Nẵng.	Dịch vụ đa dạng hơn như kế toán – thuế, thành lập doanh nghiệp, đào tạo kế toán, chữ ký số, hóa đơn điện tử, phí cao.

Bên cạnh các công ty dịch vụ kế toán thì các nhà mạng cung cấp chữ ký số Viettel – CA, FPT – CA cho công ty trước đây thì hiện tại cũng được xem là đối thủ cạnh tranh bởi vì Khánh Linh cũng cung cấp được chữ ký số WinCA cho khách hàng.

Khánh Linh khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh: Là doanh nghiệp có quy mô trên toàn quốc, có hơn 20 năm kinh nghiệm, có hợp đồng rõ ràng, chịu trách nhiệm hoàn toàn khi sai phạm về nghiệp vụ kế toán. Cung cấp “hệ sinh thái” trọn gói từ lúc thành lập doanh nghiệp, thay đổi giấy phép kinh doanh → làm kế toán → cung cấp công cụ (phần mềm, hóa đơn, chữ ký số, con dấu,...) → giải trình với cơ quan thuế,... Ngoài ra còn tặng miễn phí phần mềm xuất hóa đơn và 500 số hóa đơn khi chốt dịch vụ. Bên cạnh đó, Khánh Linh áp dụng hình thức hỗ trợ 1:1 theo sát từng biến động trong quá trình hoạt động của khách hàng với đội ngũ nhân viên đầy kinh nghiệm.

d. Trung gian Marketing

Trong quá trình cung cấp dịch vụ cho doanh nghiệp và hộ kinh doanh, Công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh thiết lập mối quan hệ hợp tác với nhiều trung gian marketing nhằm gia tăng dịch vụ và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Thứ nhất, nhóm trung gian là các ngân hàng thương mại như MB Bank, Techcombank và ACB. Sau khi hoàn tất dịch vụ thành lập doanh nghiệp, nhu cầu tiếp theo của khách hàng thường là mở tài khoản ngân hàng và thực hiện nghĩa vụ thuế điện

tử. Nắm bắt được hành trình này, Khánh Linh chủ động liên kết với các ngân hàng để giới thiệu khách hàng mở tài khoản, qua đó nhận hoa hồng từ đối tác. Đồng thời, công ty xây dựng các gói dịch vụ kết hợp như “ Thành lập doanh nghiệp + Tặng tài khoản số đẹp” không chỉ giúp tăng sức hấp dẫn cho dịch vụ mà còn mang sự tiện lợi, tiết kiệm thời gian cho khách hàng.

Thứ hai, các đối tác công nghệ đóng vai trò quan trọng trong hệ thống trung gian marketing của Khánh Linh. Công ty hiện hợp tác với các đơn vị cung cấp chữ ký số, hóa đơn điện tử,...(VINCA, I – CA, Viettel – CA, FPT – CA,...). Thông qua Khánh Linh, các đối tác công nghệ có cơ hội tiếp cận nhóm khách hàng là doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) cũng như hộ kinh doanh cá thể. Ngược lại, việc sử dụng các giải pháp công nghệ này giúp công ty chuẩn hóa được quy trình dịch vụ, giảm thiểu sai sót trong kê khai thuế, bảo hiểm xã hội,....

Tuy nhiên, rủi ro tiềm ẩn là sự phụ thuộc vào chính sách chiết khấu và độ ổn định kỹ thuật của nhà cung cấp. Nếu hệ thống của đối tác gặp sự cố (nghẽn mạng hoá đơn, xuất thông tin, rò rỉ dữ liệu,...) làm ảnh hưởng đến tiến độ của khách hàng thì uy tín của Khánh Linh sẽ bị ảnh hưởng.

Thứ ba, nhóm dịch vụ hỗ trợ (biển hiệu, con dấu): Thay vì để khách hàng tự tìm kiếm các đơn vị cung cấp riêng lẻ, Khánh Linh đóng vai trò kết nối nhằm đảm bảo độ nhận diện pháp lý cơ bản của doanh nghiệp được hoàn thiện ngay trong ngày. Từ đó, Khánh Linh có thể mang lại mức giá ưu đãi hơn so với thị trường, giúp khách hàng tiết kiệm chi phí và giảm đáng kể thời gian triển khai thủ tục ban đầu.

2.3. Các nguồn lực của công ty ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh

Nguồn lực của Công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh – chi nhánh TP. Đà Nẵng bao gồm 3 nguồn lực chính: Cơ sở vật chất, nguồn lực lao động và nguồn lực tài chính.

2.3.1. Cơ sở vật chất

Công ty quan tâm đến việc tạo ra môi trường làm việc tích cực, thoải mái và thân thiện cho nhân viên. Các phòng, ban đều được trang bị cơ sở vật chất đầy đủ như máy tính, máy in, điều hòa, đèn điện, tủ lạnh và các dụng cụ cần thiết phục vụ cho công việc của nhân viên trở nên thuận tiện và dễ dàng hơn. Chi nhánh 95 Nguyễn Hữu Dật - Hải

Châu với quy mô gồm 3 tầng trong đó có 2 tầng được sử dụng chia thành các phòng làm việc chính như sau: phòng kinh doanh ở tầng 1, phòng kế toán và hành chính & nhân sự ở tầng 2, 1 phòng khách ở sảnh tầng 1, 2 phòng vệ sinh và 1 kho.

Bảng 2.2. Cơ sở vật chất của công ty TNHH Tư vấn Thương mại Khánh Linh – chi nhánh TP. Đà Nẵng giai đoạn 2023 – 2025

Tài sản	Mô tả	Số lượng
Văn phòng công ty	Thuê dài hạn 5 năm với giá 30 triệu/ tháng, đặt cọc 3 tháng, thanh toán hàng năm	
Thiết bị văn phòng	Bàn	22
	Ghế	80
	Máy tính để bàn	5
	Máy in	3
	Điều hòa	2
	Camera	4
	Máy lọc nước	1
	Quạt treo tường	8
	Bàn ghế sofa	1
	Tủ lạnh	2
	Tủ, kệ đựng tài liệu	3

Nguồn: Phòng nhân sự

Chi phí thuê văn phòng dài hạn cho thấy công ty có định hướng hoạt động ổn định về địa điểm làm việc, không mang tính ngắn hạn.

Các phòng, ban đều được trang bị cơ sở vật chất đầy đủ như máy tính, máy in, điều hòa, đèn điện, tủ lạnh và các dụng cụ cần thiết phục vụ cho công việc của nhân viên trở nên thuận tiện và dễ dàng hơn, đáp ứng tốt nhu cầu làm việc và vận hành văn phòng.

Các thiết bị hỗ trợ (camera, điều hòa, quạt, máy lọc nước,...) thể hiện sự quan tâm đến an ninh và điều kiện làm việc cho nhân viên.

2.3.2. Nguồn nhân lực

Bảng 2.3: Cơ cấu lao động theo giới tính giai đoạn 2025 – 2026

Chỉ tiêu	Tháng 12/2025		Năm 2026	
	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng
Theo giới tính	65	100%	68	100%
Nam	6	9.23%	6	8,82%
Nữ	59	90.77%	62	91,17%

Nguồn: Phòng nhân sự

Về giới tính, nhân viên trong công ty chiếm phần lớn là nữ giới (khoảng >80%). Công ty đang mở rộng quy mô phát triển, đẩy mạnh nguồn thu nhập nên cần nhiều nhân viên kinh doanh, vị trí này không những yêu cầu có kiến thức mà còn cần có kỹ năng giao tiếp, khéo ăn nói để dễ dàng thu hút được khách hàng. Bên cạnh đó, công ty cũng cần nhiều nhân viên kế toán vì dịch vụ chính là dịch vụ kế toán thuế, vị trí này ngoài kiến thức chuyên môn còn phải tỉ mỉ, cẩn thận. Chính vì vậy xu hướng tuyển dụng của công ty vẫn ưu tiên nữ giới hơn nam giới.

Bảng 2.4: Cơ cấu lao động theo độ tuổi giai đoạn 2025 – 2026

Chỉ tiêu	Tháng 12/2025		Năm 2026	
	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng
Theo độ tuổi	65	100%	68	100%
Từ 18 – 30 tuổi	53	81.54%	56	82,35%
>30 tuổi trở lên	12	18.46%	12	17,64%

Nguồn: Phòng nhân sự

Về độ tuổi, nhân viên trong độ tuổi từ 18 đến 30 chiếm nhiều nhất (>80% nhân viên). Công ty có xu hướng xây dựng đội ngũ nhân sự trẻ, tinh thần năng động, nhanh nhạy, dễ đào tạo và tâm huyết với nghề. Còn nhóm độ tuổi trên 30 dù chiếm tỷ lệ thấp nhưng đóng vai trò hỗ trợ, dẫn dắt và truyền kinh nghiệm cho lực lượng trẻ, góp phần nâng cao hiệu quả công việc, đảm bảo tính bền vững.

Bảng 2.5: Cơ cấu lao động theo chuyên môn giai đoạn 2025 – 2026

Chỉ tiêu	Tháng 12/2025		Năm 2026	
	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng
Theo trình độ	65	100%	68	100%
Đại học	63	96.92%	66	97.06%
Cao đẳng	1	1.54%	1	1.47%
Trung cấp	1	1.54%	1	1.47%

Nguồn: Phòng nhân sự

Về trình độ, nhóm cao đẳng và đại học chiếm nhiều nhất, chiếm hơn 97% trên tổng nhân viên trong công ty. Điều này cho thấy công ty đang có xu hướng tuyển nhân sự có trình độ chuyên môn cao để có thể đem lại năng suất công việc tốt hơn mà không làm tăng chi phí đào tạo nhân viên của công ty. Ngoài ra, số lượng lao động phổ thông của công ty chiếm tỷ lệ rất thấp (dưới 2%) vì công ty muốn tận dụng lao động phổ thông như nhân viên bộ phận giao nhận để giảm bớt chi phí cho công ty.

Bảng 2.6: Cơ cấu lao động theo phòng ban giai đoạn 2025 – 2026

Chỉ tiêu	Tháng 12/2025		Năm 2026	
	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng
Theo phòng ban	65	100%	68	100%
Phòng kinh doanh	22	33,84%	23	33,82%
Phòng kế toán	36	55,38%	38	55,68%
Phòng hành chính & nhân sự	4	6,15%	4	5,88%
Bộ phận kỹ thuật	2	3,07%	2	2,94%
Bộ phận giao nhận	1	1,53%	1	1,47%

Nguồn: Phòng nhân sự

Về phòng ban, quy mô nhân sự của công ty tăng dần cho thấy doanh nghiệp có xu hướng mở rộng hoạt động kinh doanh. Trong đó, phòng kế toán luôn chiếm tỷ trọng cao nhất do đặc thù doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kế toán – thuế nên cần nhiều nhân sự có chuyên môn. Phòng kinh doanh cũng có sự gia tăng đáng kể về số lượng nhằm đáp ứng nhu cầu tìm kiếm và chăm sóc khách hàng.

2.3.3. Nguồn lực tài chính

Bảng 2.7: Bảng cân đối kế toán giai đoạn 2023 – 2025

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	So sánh 2024 / 2023		So sánh 2025 / 2024	
				Giá trị	%	Giá trị	%
Đơn vị tính: 1.000 đồng							
TÀI SẢN							
I. Tiền và CKTĐT	9.580.059	8.240.135	10.320.018	-1.339.924	-14,00%	2.079.883	25,20%
II. Các khoản phải thu	6.960.004	9.830.247	9.669.387	2.870.243	41,20%	-160.860	-1,60%
1. Phải thu khách hàng	6.960.004	9.830.247	9.669.387	2.870.243	41,20%	-160.860	-1,60%
III. Hàng tồn kho	250.037	287.498	241.900	37.461	15,00%	-45.598	-15,90%
1. Hàng tồn kho	250.037	287.498	241.900	37.461	15,00%	-45.598	-15,90%
IV. Tài sản khác	47.173	36.022	42.091	-11.151	-23,60%	6.069	16,80%
1. Thuế GTGT được khấu trừ	16.200	20.000	27.080	3.800	23,50%	7.080	35,40%
2. Tài sản khác	30.973	16.022	15.011	-14.951	-48,30%	-1.011	-6,30%
TỔNG TÀI SẢN	16.837.273	18.393.902	20.273.396	1.556.629	9,20%	1.879.494	10,20%
NGUỒN VỐN							
I. Nợ phải trả	4.258.000	5.400.000	5.986.303	1.142.000	26,80%	586.303	10,90%
1. Phải thu người bán	3.156.000	4.130.000	4.310.445	974.000	30,90%	180.445	4,40%
2. Người mua trả tiền trước	198.510	217.400	220.640	18.890	9,50%	3.240	1,50%
3. Thuế và các khoản phải nộp nhà nước	903.490	1.052.600	1.455.218	149.110	16,50%	402.618	38,20%
II. Vốn chủ sở hữu	12.579.273	12.993.902	14.287.093	414.629	3,30%	1.293.191	10,00%
1. Vốn góp của chủ sở hữu	7.000.000	7.000.000	7.000.000	0	0,00%	0	0,00%
2. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	5.579.273	5.993.902	7.287.093	414.629	7,40%	1.293.191	21,60%
TỔNG NGUỒN VỐN	16.837.273	18.393.902	20.273.396	1.556.629	+9,2%	1.879.494	+10,2%

Nguồn: Phòng kế toán

Nhận xét:

❖ **Phân tích cơ cấu tài sản:**

Trong giai đoạn 2023–2025, nguồn lực tài chính của Công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh có xu hướng tăng trưởng ổn định và tương đối an toàn, thể hiện qua sự gia tăng liên tục của tổng tài sản. Cụ thể, tổng tài sản tăng từ 16,8 tỷ đồng năm 2023 lên 18,3 tỷ đồng năm 2024 và đạt 20,27 tỷ đồng năm 2025, tương ứng với mức tăng trưởng lần lượt khoảng 9,2% và 10,2% . Điều này cho thấy quy mô doanh nghiệp đang được mở rộng dần qua từng năm, phản ánh hoạt động kinh doanh có hiệu quả và công ty có xu hướng tái đầu tư để phát triển lâu dài, thay vì tăng trưởng đột biến nhưng thiếu bền vững.

Tiền và các khoản tương đương tiền luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng tài sản (dao động từ 9,5 tỷ đồng đến 10,3 tỷ đồng) . Điều này cho thấy doanh nghiệp duy trì lượng tiền mặt khá dồi dào, giúp đảm bảo khả năng thanh toán tốt, dễ dàng đáp ứng các nghĩa vụ ngắn hạn như chi trả lương, chi phí vận hành hoặc đầu tư khi cần thiết. Nói cách khác, công ty đang ở trạng thái “có sẵn tiền để xoay”, ít gặp áp lực về dòng tiền trong ngắn hạn.

Các khoản phải thu tăng mạnh, từ 6,9 tỷ năm 2023 lên 9,8 tỷ đồng năm 2024 và vẫn duy trì ở mức cao 9,69 tỷ đồng năm 2025 . Điều này phản ánh việc công ty mở rộng bán hàng và có thêm nhiều khách hàng, nhưng đồng thời cũng cho thấy doanh nghiệp đang bị khách hàng chiếm dụng vốn ở mức khá lớn. Nếu không kiểm soát tốt công nợ, tình trạng này có thể dẫn đến rủi ro thiếu hụt dòng tiền thực tế, dù doanh thu trên sổ sách vẫn tăng. Vì vậy, đây là hạn chế mà công ty cần đặc biệt chú trọng trong thời gian tới.

Đối với hàng tồn kho, giá trị duy trì ở mức rất thấp (khoảng 250.000 – 280.000) , điều này hoàn toàn phù hợp với đặc thù của doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ, không cần dự trữ hàng hóa lớn. Nhờ đó, công ty hạn chế được tình trạng ứ đọng vốn và giảm thiểu rủi ro liên quan đến tồn kho.

❖ **Phân tích cơ cấu nguồn vốn**

Về nguồn vốn, nợ phải trả có xu hướng tăng từ 4,2 tỷ đồng lên 5.9 tỷ đồng, tuy nhiên vẫn chiếm tỷ trọng thấp hơn đáng kể so với vốn chủ sở hữu . Trong khi đó, vốn chủ sở hữu tăng từ 12,5 tỷ đồng lên 14,2 tỷ đồng, chiếm khoảng 70% tổng nguồn vốn, cho thấy doanh nghiệp có mức độ tự chủ tài chính cao, ít phụ thuộc vào nguồn vốn vay

bên ngoài. Điều này giúp công ty giảm áp lực trả nợ và hạn chế rủi ro tài chính trong bối cảnh thị trường biến động.

Bên cạnh đó, lợi nhuận sau thuế chưa phân phối tăng từ 5,5 tỷ đồng lên 7,2 tỷ đồng, phản ánh khả năng tích lũy lợi nhuận tốt của doanh nghiệp. Việc giữ lại lợi nhuận thay vì phân phối hết cho thấy công ty đang ưu tiên sử dụng nguồn vốn nội bộ để tái đầu tư, mở rộng hoạt động kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh trong dài hạn.

Tóm lại, tình hình tài chính của công ty trong giai đoạn này được đánh giá là ổn định, an toàn và có xu hướng phát triển tích cực.

2.3.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty

Bảng 2.8: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2023 – 2025

Đơn vị tính: 1000 đồng				
Chỉ tiêu	Mã số	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	1	15.436.573	17.981.402	20.031.446
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	2	0	0	0
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10=01-02)	10	15.436.573	17.981.402	20.031.446
4. Giá vốn hàng bán	11	10.094.115	11.170.279	11.900.210
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20=10-11)	20	5.342.458	6.811.123	8.131.236
6. Doanh thu hoạt động tài chính	21	9.057.477	11.389.224	15.374.000
7. Chi phí tài chính	22	0	0	0
- Trong đó: Chi phí lãi vay	23	0	0	0
9. Chi phí quản lý kinh doanh	24	8.985.421	11.732.774	15.886.743
10. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh (30=20+21-22-24)	30	5.414.514	6.467.573	7.618.493
11. Thu nhập khác	31	165.387	20.000	22.000
12. Chi phí khác	32	628	493.671	353.400
13. Lợi nhuận khác (40=31-32)	40	164.759	-473.671	-331.400
14. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế (50=30+40)	50	5.579.273	5.993.902	7.287.093
15. Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	51	-	-	-
16. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (60=50-51)	60	5.579.273	5.993.902	7.287.093

Nguồn: Phòng kế toán

- Về doanh thu:

Doanh thu của công ty tăng liên tục từ 15,4 tỷ đồng năm 2023 lên 20 tỷ đồng năm 2025, phản ánh nhu cầu sử dụng dịch vụ kế toán – thuế và chữ ký số ngày càng tăng, đặc biệt là các doanh nghiệp mới thành lập và doanh nghiệp nhỏ thuê ngoài dịch vụ kế toán. Việc doanh thu tăng cho thấy công ty giữ được khách hàng cũ và thu hút thêm khách hàng mới thông qua các gói dịch vụ kế toán trọn gói.

- Về chi phí:

Chi phí của công ty tăng chủ yếu ở chi phí quản lý kinh doanh, từ 8,9 tỷ đồng (2023) lên 15,8 tỷ đồng (2025). Đây là các chi phí đặc thù của ngành kế toán dịch vụ như lương kế toán viên, chi phí quản lý hồ sơ thuế, phần mềm kế toán, chữ ký số và chi phí vận hành. Công ty không phát sinh chi phí lãi vay, cho thấy hoạt động kinh doanh không phụ thuộc vào vay ngân hàng mà chủ yếu sử dụng vốn tự có và vốn chiếm dụng từ khách hàng.

- Về lợi nhuận:

Lợi nhuận sau thuế tăng từ 5,57 tỷ đồng năm 2023 lên 7,28 tỷ đồng năm 2025, cho thấy hiệu quả kinh doanh dịch vụ kế toán được cải thiện rõ rệt. Điều này phản ánh công ty quản lý chi phí tương đối tốt, đồng thời khai thác hiệu quả các dịch vụ có biên lợi nhuận cao như dịch vụ kế toán trọn gói, quyết toán thuế và chữ ký số.

- Kết luận:

Nhìn chung, kết quả kinh doanh cho thấy công ty đang phát triển đúng hướng trong lĩnh vực dịch vụ kế toán – thuế, với doanh thu và lợi nhuận tăng ổn định, chi phí phù hợp với đặc thù ngành và ít rủi ro tài chính. Đây là nền tảng thuận lợi để doanh nghiệp tiếp tục mở rộng quy mô và đa dạng hóa các gói dịch vụ kế toán trong thời gian tới.

2.4. Thực trạng hoạt động bán hàng qua điện thoại tại công ty TNHH Tư vấn

Thương mại Khánh Linh

2.4.1. Đặc điểm sản phẩm telesales của công ty

Hiện nay, Công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh cung cấp đa dạng các sản phẩm, dịch vụ liên quan đến kế toán – thuế và hỗ trợ doanh nghiệp. Các dịch vụ

của công ty không tồn tại riêng lẻ mà được xây dựng theo hướng hệ sinh thái trọn gói, đáp ứng nhu cầu của khách hàng từ giai đoạn thành lập doanh nghiệp cho đến quá trình vận hành và phát triển. Cụ thể như sau:

➤ **Dịch vụ thành lập trọn gói**

Đặc tính dịch vụ: Đây là dịch vụ hỗ trợ khách hàng thực hiện toàn bộ các thủ tục pháp lý khi bắt đầu hoạt động kinh doanh. Công ty sẽ tư vấn lựa chọn loại hình doanh nghiệp phù hợp, đồng thời thay mặt khách hàng chuẩn bị hồ sơ, nộp hồ sơ và nhận kết quả đăng ký kinh doanh. Bao gồm các nghiệp vụ sau:

- Chữ ký số 3 năm tặng 6 tháng
- Hóa đơn điện tử 1000 số
- Bộ dấu công ty + chức danh
- Biển công ty – biển mica
- Tặng tài khoản ngân hàng
- kê khai thuế ban đầu
- Đăng ký sử dụng hóa đơn
- Nộp tờ khai môn bài
- Miễn phí báo cáo thuế quý đầu tiên (nếu không phát sinh)



**BẢNG BÁO GIÁ DỊCH VỤ
THÀNH LẬP**

KÍNH GỬI QUÝ KHÁCH HÀNG!

Tên sản phẩm	Phí	Nội dung thực hiện
		Giấy phép kinh doanh
Thành lập trọn gói 4.200.000		Chữ ký số 3 năm tặng 6 tháng Hóa đơn điện tử 1000 số Bộ dấu công ty + chức danh Biển công ty – biển mica Tặng tài khoản ngân hàng Kê khai thuế ban đầu Đăng ký sử dụng hóa đơn Nộp tờ khai môn bài Miễn phí báo cáo thuế quý đầu tiên (nếu không phát sinh)
<i>Đơn giá đã bao gồm phí VAT</i>		
<i>Thời gian ra giấy phép: 5-7 ngày làm việc</i>		
Mọi thắc mắc xin vui lòng liên hệ:		
Số điện thoại: 0905 701 738 Ms Minh Tâm		
Mail: nguyenminhtam060502qn@gmail.com		

Hình 2.3: Giá dịch vụ thành lập

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Chất lượng: Đặc điểm nổi bật của dịch vụ này là tính nhanh chóng, tiện lợi và giảm thiểu rủi ro pháp lý, đặc biệt phù hợp với các cá nhân, tổ chức chưa có nhiều kinh nghiệm trong việc thực hiện thủ tục hành chính. Dịch vụ này thường là bước khởi đầu trong chuỗi dịch vụ mà khách hàng sử dụng tại công ty.

➤ **Dịch vụ kế toán trọn gói**

Đặc tính dịch vụ: Đây là dịch vụ cốt lõi và mang lại nguồn doanh thu chính cho công ty. Dịch vụ bao gồm các công việc như sau:

- Tư vấn hóa đơn đầu vào phù hợp với doanh thu của công ty
- Làm sổ sách kế toán theo quy định của luật thuế hiện hành
- Khai báo hàng quý cho công ty
- Làm báo cáo tài chính cuối năm
- Theo dõi bản lương
- Cập nhật tư vấn luật thuế mới nhất phù hợp với loại hình kinh doanh của công ty.

Chất lượng dịch vụ: Đặc điểm nổi bật là tính liên tục, chuyên môn cao và gắn bó lâu dài với khách hàng. Dịch vụ này giúp doanh nghiệp đảm bảo tuân thủ quy định pháp luật, hạn chế rủi ro sai sót và tối ưu chi phí vận hành.

Trách nhiệm:

- Giải trình với cơ quan thuế, khi cơ quan thuế đến kiểm tra doanh nghiệp
- Chịu trách nhiệm hoàn toàn khi sai phạm về nghiệp vụ kế toán.

Giá dịch vụ: (HĐ: Hóa đơn)

BẢNG GIÁ TỪ NGÀY 01/01/2022

1. Bảng giá theo số lượng hóa đơn:

Loại hình kinh doanh	Số lượng hóa đơn	
Thương mại; Dịch vụ	Không phát sinh	500.000
	1-10 hóa đơn	1.200.000
	11-20 hóa đơn	1.600.000
	21-30 hóa đơn	2.000.000
	Thêm 30.000đ cho mỗi hóa đơn tăng thêm từ 31 hóa đơn trở lên	
Sản xuất; Gia công; Nhà hàng; Hoạt động XNK; Xây Dựng có hợp đồng thi công bao thầu NVL + không bao thầu NVL	Không phát sinh	500.000
	1-10 hóa đơn	1.600.000
	11-20 hóa đơn	2.000.000
	21-30 hóa đơn	2.400.000
	Thêm 30.000đ cho mỗi hóa đơn tăng thêm từ 31 hóa đơn trở lên	

2. Bảng giá trọn gói:

Loại hình kinh doanh	Gói dịch vụ	Biểu phí
Thương mại; Dịch vụ	Gói 1: Dưới 10 hóa đơn	1.100.000
	Gói 2: Dưới 20 hóa đơn	1.400.000
	Gói 3: Dưới 30 hóa đơn	1.700.000
	Gói 4: Dưới 40 hóa đơn	2.000.000
	Gói 5: Dưới 50 hóa đơn	2.300.000
	Nếu vượt quá số lượng hóa đơn trong mỗi gói sẽ thu thêm 250.000đ cho mỗi 5 hóa đơn tăng thêm	
Sản xuất; Gia công; Nhà hàng; Hoạt động XNK; Xây Dựng có hợp đồng thi công bao thầu NVL + không bao thầu NVL	Gói 1: Dưới 10 hóa đơn	1.500.000
	Gói 2: Dưới 20 hóa đơn	1.800.000
	Gói 3: Dưới 30 hóa đơn	2.100.000
	Gói 4: Dưới 40 hóa đơn	2.400.000
	Gói 5: Dưới 50 hóa đơn	2.700.000
	Nếu vượt quá số lượng hóa đơn trong mỗi gói sẽ thu thêm 250.000đ cho mỗi 5 hóa đơn tăng thêm	

Bảng giá dịch vụ gói lớn

bảng giá dvkt cho loại hình nhiều hóa đơn	
100HD	3.000.000
200HD	3.500.000
300HD	4.000.000
400HD	4.500.000
500HD	5.000.000
600HD	5.500.000
700HD	6.000.000
800HD	6.500.000
900HD	7.000.000
1000HD	7.500.000
<5,000HD	15.000.000
>5,000 - <10,000HD	20.000.000
>10,000 - <20,000 HD	25.000.000
>20,000 - <30,000 HD	30.000.000
>30,000 - <40,000 HD	35.000.000
>40,000 - <50,000 HD	40.000.000
>50,000hd	45.000.000

Hình 2.4: Giá dịch vụ kế toán

Nguồn: Phòng Kinh doanh

➤ Dịch vụ làm lại sổ sách kế toán

Đặc tính dịch vụ: Dịch vụ này được cung cấp cho các doanh nghiệp đã hoạt động nhưng có sai sót hoặc chưa hoàn thiện hệ thống sổ sách kế toán. Công ty sẽ tiến hành rà soát, kiểm tra và điều chỉnh lại toàn bộ dữ liệu kế toán theo đúng quy định.

Chất lượng dịch vụ: Đặc điểm của dịch vụ là tính xử lý chuyên sâu và yêu cầu độ chính xác cao, thường áp dụng cho các doanh nghiệp có rủi ro về thuế hoặc cần chuẩn bị hồ sơ quyết toán. Dịch vụ này giúp doanh nghiệp “làm sạch” hệ thống kế toán, tránh các vấn đề pháp lý về sau.

Giá dịch vụ:

**BÁO CÁO THUÊ - BÁO CÁO TÀI CHÍNH – RÀ SOÁT SỔ
SÁCH KẾ TOÁN**
Ms. Hậu - 0911.459.738

**CÔNG TY TNHH TƯ VẤN THƯƠNG MẠI KHÁNH
LINH**

Địa chỉ trụ sở chính: 16-18 Xuân Diệu – Phường 4 – Quận
Tân Bình – TP HCM
Chi Nhánh Đà Nẵng: 35 Lê Thanh Nghị - P. Hòa Cường Bắc – Q.
Hải Châu – TP Đà Nẵng

Đà Nẵng, ngày 31 tháng 12 năm 2024

BÁO GIÁ DV LÀM LẠI SỔ SÁCH

Kính gửi: CÔNG TY TNHH TM & DV TÂN MINH PHÁT - 0402143061

Nhận được sự quan tâm của Quý Khách Hàng. Chúng tôi xin trân trọng gửi đến
Quý Khách Hàng bảng báo giá
rà soát – hoàn thiện sổ sách kế toán năm 2024 như sau:

STT	TÊN DỊCH VỤ	ĐVT	ĐƠN GIÁ	THÀNH TIỀN
1	BÁO CÁO TÀI CHÍNH – LÀM SỔ SÁCH NĂM 2024	gói	10.000.000	10.000.000

. B

Bảng chữ: Mười triệu đồng

. Báo giá trên chưa bao gồm VAT – VAT tính theo thời điểm ban hành

Hình thức thanh toán:

. Trả ứng 70% ngay khi ký hợp đồng

**. Thanh toán 30% còn lại khi Khánh Linh thông báo đã hoàn
thiện sổ sách**

Thông tin chuyển khoản:

**CÔNG TY TNHH TƯ VẤN THƯƠNG MẠI KHÁNH
LINH**

**Số Tài Khoản : 61742249 tại Ngân Hàng ACB-CN Lạc Long Quân -
HCM**

**Xin chân thành cảm ơn và rất mong nhận được sự phản hồi của
Quý khách**

Trân trọng cảm ơn.

**BÁO CÁO THUÊ - BÁO CÁO TÀI CHÍNH – RÀ SOÁT SỔ
SÁCH KẾ TOÁN**
Ms. Hậu - 0911.459.738

Hình 2.5. Giá dịch vụ làm lại sổ sách kế toán

Nguồn: Phòng kinh doanh

➤ **Phần mềm xuất hóa đơn có mã khởi tạo từ máy tính tiền POS – WINPOS**

Đặc tính sản phẩm, dịch vụ: Đây là giải pháp công nghệ hỗ trợ doanh nghiệp trong việc lập và quản lý hóa đơn điện tử. Phần mềm giúp doanh nghiệp xuất hóa đơn nhanh chóng, quản lý dữ liệu tập trung và giảm thiểu sai sót trong quá trình ghi nhận giao dịch.

Chất lượng sản phẩm, dịch vụ: Đặc điểm nổi bật của sản phẩm này là tính tiện lợi, tự động hóa cao và phù hợp với xu hướng chuyển đổi số, đặc biệt đối với các doanh nghiệp kinh doanh bán lẻ hoặc có tần suất giao dịch lớn.

Giá sản phẩm, dịch vụ:

**CÔNG TY TNHH TƯ VẤN-THƯƠNG MẠI KHÁNH LINH**
Địa chỉ : 16-18 Xuân Diệu, P.4, Q.Tân Bình, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam
Hotline :19001129 Email: info@wgroup.vn Website : <https://wgroup.vn>

**BẢO GIÁ PHẦN MỀM XUẤT HOÁ ĐƠN CÓ MÃ KHÔI
TẠO TỪ MÁY TÍNH TIỀN POS – WINPOS**

*CÔNG TY TNHH TƯ VẤN-THƯƠNG MẠI KHÁNH LINH xin gửi tới quý khách hàng
báo giá phần mềm Xuất hoá đơn có mã khôi tạo từ máy tính tiền – WINPOS chi tiết
như sau:*
I. ĐỐI TƯỢNG & THỜI GIAN ÁP DỤNG
Khách hàng sử dụng hoá đơn WININVOICE có số lượng hàng hoá 100
II. BẢNG GIÁ DỊCH VỤ POS
DVT: VND

STT	GÓI CƯỚC	THỜI GIAN SỬ DỤNG	GIÁ	VAT	GIÁ BAO GỒM VAT
1	POS 6M	6 tháng	660.000	66.000	726.000
2	POS 1Y	1 Năm	1.200.000	120.000	1.320.000
3	POS 2Y	2 Năm	2.160.000	216.000	2.376.000
4	POS 3Y	3 Năm	2.880.000	288.000	3.168.000

Lưu ý:

- ✓ Giá trên không bao gồm thiết bị POS
- ✓ Miễn phí tích hợp với hoá đơn điện tử Wininvoice
- ✓ Miễn phí lưu trữ đơn hàng trên hạ tầng của **Khánh Linh**
- ✓ Miễn phí lắp đặt
- ✓ Bảo giá có hiệu lực từ ngày 01/007/2023
- ✓ Chi phí trên chưa bao gồm chi phí tích hợp (nếu có), phí tích hợp được báo theo độ phức tạp của phần mềm và ngày công tích hợp.

Xin chân thành cảm ơn Quý Khách Hàng!

Liên hệ hỗ trợ: 0911 442 738 Triệu Vy

Hình 2.6. Bảng giá phần mềm xuất hóa đơn

Nguồn: Phòng Kinh doanh

➤ **Chữ ký số**

Đặc tính sản phẩm: Chữ ký số WinCA là thuộc quản lý của Công ty TNHH Tư vấn - Thương mại Khánh Linh đã có hơn 10 năm hoạt động trong lĩnh vực chữ ký số, hoạt động theo giấy phép số 95/GP-BTTTT do Bộ Thông tin và Truyền thông cấp ngày 10/02/2022 Công ty Khánh Linh đang cung cấp, hỗ trợ các cá nhân, tổ chức sử dụng chữ ký số và các ứng dụng liên quan chữ ký số như kê khai thuế điện tử, nộp thuế điện tử, hóa đơn điện tử, kê khai hải quan điện tử, kê khai bảo hiểm xã hội điện tử.

Chất lượng sản phẩm: Đặc điểm nổi bật của dịch vụ này là tính bắt buộc và tính ứng dụng cao trong môi trường kinh doanh hiện đại. Trong bối cảnh chuyển đổi số, chữ ký số dần thay thế chữ ký tay truyền thống, giúp các giao dịch được thực hiện nhanh chóng và thuận tiện hơn.

Bên cạnh đó, chữ ký số còn mang lại tính bảo mật và độ tin cậy cao, đảm bảo tính pháp lý cho các giao dịch điện tử của doanh nghiệp. Việc sử dụng chữ ký số giúp doanh nghiệp tiết kiệm thời gian, chi phí và nâng cao hiệu quả trong quá trình làm việc.

Ngoài ra, công ty còn hỗ trợ khách hàng trong việc đăng ký, cài đặt và gia hạn chữ ký số, cũng như xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình sử dụng, qua đó góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng.

Giá sản phẩm, dịch vụ:

BẢNG GIÁ CHỮ KÝ SỐ WINCA				
I. CHỮ KÝ SỐ DÀNH CHO DOANH NGHIỆP				
A. Bảng giá chữ ký số WinCA - Đăng ký mới/ chuyển đổi				
GÓI DỊCH VỤ	6 THÁNG	1 NĂM	2 NĂM	3 NĂM
Giá niêm yết	1,252,000	1,792,000	2,600,200	3,024,000
Giá thanh toán	999,000	1,199,000	1,549,000	1,649,000
B. Bảng giá gia hạn chữ ký số WinCA				
GÓI DỊCH VỤ	6 THÁNG	1 NĂM	2 NĂM	3 NĂM
Giá niêm yết	712,000	1,252,000	2,149,200	2,000,000
Giá thanh toán	649,000	949,000	1,199,000	1,549,000
II. CHỮ KÝ SỐ DÀNH CHO CÁ NHÂN/ HỘ KINH DOANH				
A. Bảng giá chữ ký số WinCA - Đăng ký mới/ chuyển đổi				
GÓI DỊCH VỤ	1 NĂM	2 NĂM	3 NĂM	
Giá niêm yết	864,000	1,100,000	1,512,000	
Giá thanh toán	649,000	749,000	849,000	
B. Bảng giá gia hạn chữ ký số WinCA				
GÓI DỊCH VỤ	1 NĂM	2 NĂM	3 NĂM	
Giá niêm yết	540,000	864,000	1,100,000	
Giá thanh toán	449,000	649,000	749,000	
Ghi chú				
Đối với Quý khách gia hạn Chữ ký số WinCA:				
- Thời hạn còn lại trong token <3 tháng => cộng tròn thêm 3 tháng vào gói cước Quý khách gia hạn. - Thời hạn còn lại trong token >3 tháng => cộng tròn thêm 6 tháng vào gói cước Quý khách gia hạn.				

Hình 2.7. Bảng giá chữ ký số WinCa

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Bên cạnh việc cung cấp chữ ký số riêng (WinCa), Khánh Linh còn làm đại lý cho các đơn vị cung cấp dịch vụ chữ ký số khác như: VNPT-CA, Viettel – CA, I-CA,...)

Đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng:

- Nếu khách hàng đang dùng Phần mềm kế toán hay Hóa đơn điện tử của một bên nào đó (ví dụ iCA), họ sẽ muốn mua luôn chữ ký số cùng hãng để đồng bộ và dễ hỗ trợ.
- Nếu hệ thống WinCA bảo trì hoặc gặp sự cố, công ty vẫn có các lựa chọn khác để bán cho khách ngay lập tức, không để mất khách hàng vào tay đối thủ.
- Việc đa dạng hóa sản phẩm giúp nhân viên kinh doanh dễ "chốt đơn" hơn vì khách muốn hãng nào cũng có.

2.4.2. Tình hình bán hàng qua điện thoại trong thời gian qua của công ty

Hiện nay, công ty sử dụng hai nguồn dữ liệu chính phục vụ hoạt động telesales là Facebook và các website tra cứu mã số thuế doanh nghiệp. Tuy nhiên, trong thực tế, nguồn dữ liệu từ Facebook chỉ đóng vai trò hỗ trợ, không phải kênh khai thác trọng tâm. Nhân viên kinh doanh chủ yếu sử dụng Facebook để đăng bài giới thiệu dịch vụ, tham gia các hội nhóm kinh doanh hoặc tìm kiếm thêm khách hàng phát sinh. Kênh này giúp mở rộng phạm vi tiếp cận nhưng hiệu quả chưa cao do thông tin khách hàng phân tán, khó sàng lọc và tỷ lệ khách hàng có nhu cầu thực tế còn thấp.

Nguồn dữ liệu được công ty chú trọng nhiều nhất hiện nay là từ các website tra cứu mã số thuế doanh nghiệp. Đây là kênh cung cấp thông tin tương đối đầy đủ như tên doanh nghiệp, mã số thuế, địa chỉ đăng ký kinh doanh và tình trạng hoạt động của doanh nghiệp. Thông qua nguồn dữ liệu này, nhân viên kinh doanh có thể xác định đúng nhóm khách hàng mục tiêu là các doanh nghiệp đang hoạt động hoặc doanh nghiệp mới thành lập có khả năng phát sinh nhu cầu sử dụng dịch vụ kế toán – thuế. Điều này cho thấy công ty đang tập trung khai thác nguồn dữ liệu có tính chính xác và phù hợp cao hơn so với Facebook.

Trung bình mỗi ngày nhân viên kinh doanh gọi từ 50 – 100 cuộc tùy theo số lượng data và kinh nghiệm làm việc.

A	B	C	D	E	F
BẢNG THEO DÕI GỌI CHO KHÁCH HÀNG THEO DANH SÁCH DATA					
Tên TTS	Bộ phận	Ngày	Buổi	Khu vực	Số cuộc
IẢN 1					
Nguyễn Thị Trà Giang	TTS KD	17/12/2025	Sáng	Lâm Đồng	Gọi tổng cộng 161 cuộc trong đó có 57 cuộc knm, tb còn 104 cuộc KH nghe máy đã có kt
		17/12/2025	Chiều		
		18/12/2025	Sáng	Lâm Đồng	Gọi tổng cộng 79 cuộc trong đó có 27 cuộc knm,tb còn 52 cuộc KH nghe máy
IẢN 2					
Nguyễn Thị Trà Giang	TTS KD	22/12/2025	Sáng	Lâm Đồng	Gọi tổng 83 cuộc trong đó có 23 cuộc là knm, còn lại 60 cuộc KH nghe máy
		22/12/2025	Chiều	Cầm Lệ	Gọi tổng 69 cuộc trong đó có 29 cuộc knm, còn 40 cuộc KH nghe máy. TỔNG CẢ NGÀY CÓ 100 CUỘC KH NGHE MÁY
		23/12/2025	Sáng	Lâm Đồng	Gọi tổng 91 cuộc trong đó có 51 cuộc knm còn 40 cuộc KH nm
		24/12/2025	Sáng	Lâm Đồng	Gọi tổng 92 cuộc trong đó có 26 cuộc knm còn 66 cuộc KH nm
		24/12/2025	Chiều	HCM	Tổng 56 cuộc gọi trong đó có 21 cuộc knm còn 35 cuộc KH nm. Tổng cả ngày có 101 cuộc KH nghe máy
		25/12/2025	Chiều	HCM	Tổng có 54 cuộc trong đó có 26 knm còn 28 cuộc nm

Hình 2.8. Số lượng cuộc gọi/ngày của một nhân viên kinh doanh

Trung bình, tỷ lệ khách hàng nghe máy dao động khoảng 60% đến 70%, cho thấy nguồn dữ liệu khách hàng mà công ty đang sử dụng tương đối phù hợp và có độ chính xác nhất định.

Bên cạnh đó, tỷ lệ khách hàng không nghe máy chiếm khoảng 30% đến 40% tổng số cuộc gọi. Nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ việc khách hàng bận công việc, không tiện nghe điện thoại tại thời điểm liên hệ hoặc một số trường hợp thông tin liên hệ chưa chính xác.

2.4.3. Quy trình bán hàng qua điện thoại

Bước 1: Xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng

❖ Qua kênh facebook:

Tại công ty, mỗi nhân viên kinh doanh đều sử dụng tài khoản Facebook cá nhân như một công cụ hỗ trợ tìm kiếm và tiếp cận khách hàng tiềm năng. Đây được xem là kênh khai thác dữ liệu có chi phí thấp, dễ triển khai và có khả năng tiếp cận số lượng lớn doanh nghiệp trong thời gian ngắn.

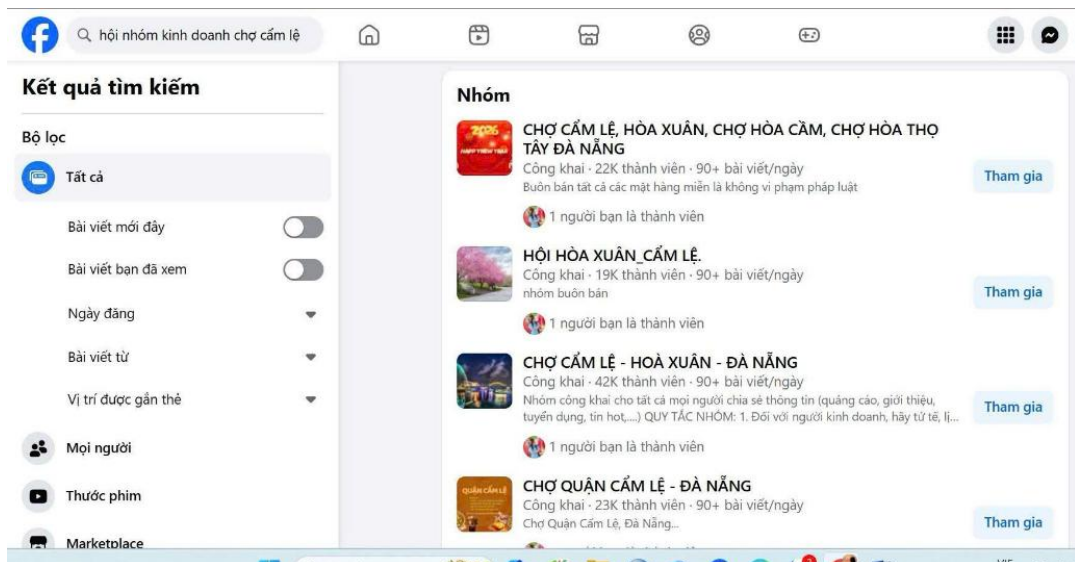
Trước khi tiến hành gọi điện, nhân viên sẽ dành ra 30 phút vào khoảng thời gian từ 7 giờ 30 phút đến 8 giờ 30 phút cho việc spam nội dung dịch vụ kế toán lên các hội nhóm facebook. Với số lượng là 50 tin nhắn spam/ngày chia đều cho các hội nhóm.

Nhân viên tiến hành tham gia vào các hội nhóm trên Facebook liên quan đến hoạt động kinh doanh, khởi nghiệp, mua bán, tuyển dụng, cộng đồng doanh nghiệp địa phương hoặc các nhóm ngành nghề cụ thể. Các hội nhóm này thường tập trung nhiều

chủ doanh nghiệp, hộ kinh doanh cá thể hoặc cá nhân đang có nhu cầu tìm hiểu về các dịch vụ hỗ trợ vận hành doanh nghiệp.

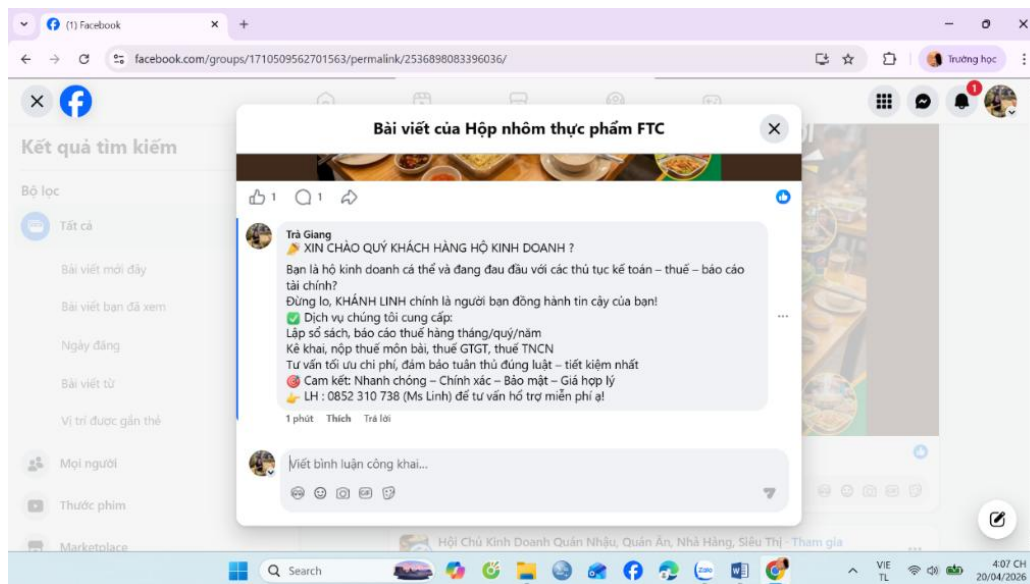
Các hội nhóm kinh doanh như:

- Các hội nhóm chợ theo khu vực (Cầm Lẻ, Hải Châu,...)
- Các hội nhóm làm đẹp (spa, làm tóc,...)
- Các hội nhóm kinh doanh đồ ăn, thức uống v.v..



Hình 2.9. Các hội nhóm kinh doanh

Sau khi tham gia nhóm, nhân viên thực hiện đăng bài giới thiệu dịch vụ của công ty như dịch vụ kế toán, báo cáo thuế, thành lập doanh nghiệp, chữ ký số, hóa đơn điện tử,... Đồng thời, nhân viên cũng chủ động bình luận, nhấn tin hoặc tương tác với những bài đăng có nội dung liên quan đến nhu cầu sử dụng dịch vụ kế toán – thuế với mục đích tăng khả năng tiếp cận khách hàng. Việc khai thác khách hàng qua Facebook giúp nhân viên mở rộng nguồn data khách hàng, tiếp cận được nhiều đối tượng khác nhau theo từng khu vực và ngành nghề, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng qua điện thoại của doanh nghiệp.



Hình 2.10. Nội dung spam trên các hội nhóm kinh doanh

❖ **Thu thập data:**

Để đảm bảo hoạt động telesales đạt hiệu quả, nhân viên kinh doanh tiến hành thu thập và sàng lọc dữ liệu khách hàng tiềm năng theo khu vực được phân công. Việc chuẩn bị dữ liệu được thực hiện một cách chủ động nhằm tạo nguồn khách hàng ổn định, phục vụ cho quá trình gọi điện tư vấn và chăm sóc sau này. Các bước thực hiện cụ thể như sau:

- Nhân viên kinh doanh tự truy cập vào các trang tra cứu mã số thuế doanh nghiệp để tìm kiếm thông tin khách hàng tiềm năng. Đây là nguồn dữ liệu phổ biến, giúp tiếp cận được nhiều doanh nghiệp đang hoạt động trên thị trường.
- Căn cứ vào kế hoạch phân chia thị trường của quản lý, nhân viên lựa chọn khu vực địa lý cụ thể như tỉnh, thành phố hoặc quận, huyện để khai thác dữ liệu. Việc chia khu vực rõ ràng giúp tránh trùng lặp data giữa các nhân viên, đồng thời nâng cao hiệu quả quản lý khách hàng.

Tra cứu mã số thuế

Nhập mã số thuế, CMND, tên công ty

Tìm tự động

Cà Mau

Cần Thơ

Cao Bằng

Đà Nẵng

Đắk Lắk

Đắk Nông

Điện Biên

Đồng Nai

Đồng Tháp

Tỉnh thành phố

> An Giang

> Bà Rịa - Vũng Tàu

> Bắc Giang

> Bắc Kạn

> Bạc Liêu

> Bắc Ninh

> Bến Tre

Hình 2.11. Khu vực làm việc

- Sau khi xác định khu vực tìm kiếm, nhân viên tiến hành thu thập các thông tin cơ bản của doanh nghiệp như tên công ty, mã số thuế, địa chỉ, người đại diện pháp luật, ngành nghề kinh doanh và số điện thoại liên hệ (nếu có).

Tra cứu mã số thuế

Nhập mã số thuế, CMND, tên công ty

Tìm tự động

CÔNG TY TNHH HÂN HOA W TE

Mã số thuế: 1702358006

Người đại diện: LÊ THỊ KIỀU HOA

76/99/25 Sư Vạn Hạnh, Phường Rạch Giá, Tỉnh An Giang, Việt Nam

CÔNG TY TNHH OMNIA TECHNOLOGIES LIMITED

Mã số thuế: 1702357852

Người đại diện: PHẠM THỊ THU HẰNG

Số 118 đường Trần Hưng Đạo, khu phố 7 Dương Đông, Đặc khu Phú Quốc, Tỉnh An Giang, Việt Nam

CÔNG TY TNHH SẢN XUẤT THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ SONG NGUYỄN GROUP

Mã số thuế: 1602227754

Người đại diện: NGUYỄN THỊ HẪ

Tỉnh lộ 943, Tổ 13, Ấp Trung Bình Tiến, Xã Vĩnh Trạch, Tỉnh An Giang, Việt Nam

Hình 2.12. Thông tin doanh nghiệp theo khu vực

- Các thông tin thu thập được sẽ được tổng hợp và nhập vào file Excel theo danh sách chung của công ty. File dữ liệu thường được thiết kế với các cột thông tin rõ ràng nhằm thuận tiện cho việc tra cứu, cập nhật và theo dõi quá trình chăm sóc khách hàng.

Mục đích: Việc chủ động thu thập dữ liệu khách hàng từ các nguồn tra cứu mã số thuế giúp công ty xây dựng được nguồn khách hàng tiềm năng lớn, đa dạng ngành nghề và khu vực. Đây là bước nền tảng quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả bán hàng qua điện thoại của đội ngũ kinh doanh.

Nhận xét:

Trong quá trình thực tập, em nhận thấy công ty chủ yếu xây dựng dữ liệu khách hàng bằng cách nhân viên tự tìm kiếm thông tin doanh nghiệp trên các trang tra cứu mã số thuế và trên các hội nhóm facebook. Việc phân chia khu vực để thu thập data giúp tránh trùng lặp và tạo sự chủ động trong công việc.

Cách làm này có ưu điểm là tiết kiệm chi phí và giúp nhân viên hiểu rõ thị trường mình phụ trách. Tuy nhiên, do dữ liệu được thu thập thủ công nên độ chính xác chưa cao, vẫn tồn tại tình trạng sai số điện thoại hoặc khách hàng không phù hợp.

Bước 2: Tìm hiểu thông tin khách hàng

Sau khi thu thập mã số thuế khách hàng, nhân viên kinh doanh tiến hành chuẩn bị và hoàn thiện dữ liệu nhằm phục vụ cho quá trình telesales. Công việc này giúp đảm bảo dữ liệu có tính hệ thống, dễ quản lý, dễ theo dõi và thuận tiện trong suốt quá trình tiếp cận khách hàng. Đồng thời, việc chuẩn bị data đầy đủ cũng giúp nhân viên tiết kiệm thời gian tra cứu thông tin khi gọi điện và nâng cao hiệu quả tư vấn. Cụ thể như sau:

- Tiến hành thu thập và cập nhật các thông tin cơ bản của doanh nghiệp như: tên doanh nghiệp, mã số thuế, địa chỉ trụ sở chính, số điện thoại liên hệ, người đại diện pháp luật (nếu có), lĩnh vực hoạt động kinh doanh,... Những thông tin này giúp nhân viên có cái nhìn tổng quan về khách hàng trước khi liên hệ.

Lâm Đồng -53-55 Phan Như Thạch, P1, Đà Lạt

Tệp Chính sửa Xem Chèn Định dạng Dữ liệu Công cụ Tiện ích Trợ giúp

Trình đơn

100%

123 Times ...

10

B I

A1 MST

	A	B	C	D	E	F
1	MST	NGÀY THÀNH LẬP	39/34 Nguyễn Lương Bằng, Phường Xuân Hương, TP Đà Lạt	ĐỊA CHỈ 38/3 Nguyễn Du, TT Liên Nghĩa - Đức Trọng - Lâm Đồng ĐẠI LÝ THUẾ CÁT MINH	Đắk Nông: tp hcm Đường Võ Thị Sáu, Khối 5, thị trấn Kiến Đức, huyện Đắk R'Lấp, tỉnh Đắk Nông	Đại Diện Pháp Luật 1-15 c phường 16-31 team vy
108	5801567431	05/03/2026	CÔNG TY TNHH MINH QUÂN DI LINH	Số 251 Thôn Hàng Hải, Xã Di Linh, Tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam	0342779685	HÀ THỊ VĂN ANH
109	6400478867	03/03/2026	CÔNG TY CỔ PHẦN TƯ VẤN ĐẦU TƯ VÀ XÂY DỰNG NTD ĐẮK NÔNG	Số 03, Đường Nguyễn Cao, Tổ dân Phố 6 Nghĩa Tân, Phường Nam Gia Nghĩa, Tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam	0362536539	NGUYỄN THỊ MỸ NHI
110	3401285291		CÔNG TY TNHH GIA THỊNH HOME	05 Đường ĐT 717, Xã Đồng Kho, Tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam	0933650984	TRẦN TRUNG CƯỜNG
111	3401285284	13/03/2026	CÔNG TY TNHH TM DV TBVP THUẬN PHÁT	Số 35 Phạm Ngọc Thạch, Phường Phan Thiết, Tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam	0937158388	LƯƠNG MINH TRÂM
112	3401284900	10/03/2026	CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN PHAN HÙNG DŨNG	Tổ 5, Thôn Tiến Phú, Phường Tiến Thành, Tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam	0913903524	PHAN HÙNG DŨNG
113	5801568308	13/03/2026	CÔNG TY TNHH MTV DỊCH VỤ VẬN TẢI BẢO LONG	Số 14A Đường Lê Phụng Hiểu, Phường 3 Bảo Lộc, Tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam	0909009640	TRẦN QUỐC DUY
114	3401285213	12/03/2026	CÔNG TY TNHH VỆ SINH MÔI TRƯỜNG XANH VẠN LỘC	163 Thái Hòa, Xã Hồng Thái, Tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam	0904155118	NGUYỄN THỊ THẢO NGUYỄN
115	3401281787	15/01/2026	CÔNG TY TNHH TƯ VẤN DỊCH VỤ KHANG PHÁT	Tầng 1, số 47 Hoàng Diệu, Tổ dân phố 6 Tân An, Phường La Gi, Tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam	0914520570	ĐỖ TRỌNG HÓA

+ ≡ 1 lâm đồng khách hàng tiềm năng phương Lâm Đồng 2018 quý 2.2024 ăn tiềm năng

Hình 2.13: Thu thập thông tin doanh nghiệp

- Sau khi tổng hợp thông tin ban đầu, nhân viên tiếp tục bổ sung các cột quản lý và theo dõi trên file dữ liệu như: trạng thái cuộc gọi, ngày gọi, tên nhân viên phụ trách, mức độ quan tâm của khách hàng, nhu cầu sử dụng dịch vụ, thời gian hẹn liên hệ lại và ghi chú sau cuộc gọi. Việc bổ sung các cột theo dõi giúp quá trình chăm sóc khách hàng được đồng bộ và hạn chế bỏ sót khách hàng tiềm năng.

	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
Nghĩa - ng INH	Đắk Nông: tp hcm Đường Võ Thị Sáu, Khởi 5, thị trấn Kiến Đức, huyện Đắk R'Lấp, tỉnh Đắk Nông	Đại Diện Pháp Luật 1-15 c phương 16-31 team vy	Ngày copy dữ liệu	Ng hàn h Ng hề	Tiê m nă ng	Kinh doanh	34 - bình thuận 58 lâm đồng 64 dak nong	lich copy 1-15 : Team Phuong (DANG : 1-3, THOANG : 4-5, LINH 6-8, VY 9-10, DIỄU: 11-13, HẮNG : 14-15)	55 đường Nguyễn Xi Phường Phú Tài, TP Phan Thiết	PThao KLinh Na Trinh Tân Hậu Hương Tâm Lư		
i Di t Nam	0342779685	HÀ THI VĂN ANH	17/3/26			Hằng	25/3/26 ly-vy-dvkt: chị có rồi em					
y, Tổ dân Nam g, Việt	0362536539	NGUYỄN THI MỸ NHI	17/3/26			Triệu Vy-Huon g	18/3/26 Huong-vy-dvkt: knm	19/3/26 ly-vy-dvkt: da chi oi, em đang bản a, có gì gọi lại	21/03/26 Tân-Vy-dvkt:	23/3/2026 MLinh25-Vy-dvkt: máy bản	24/3/26 Nga-vy dvkt máy bản	
ng Kho, g	0933650984	TRẦN TRUNG CUÔNG	17/3/26			Triệu Vy-Hậu	17/03/2026 Hậu-Vy dvkt anh có hết rồi em	19/3/26 ly-vy-dvkt: thôi em ơi, anh có người rồi	21/03/26 Tân-Vy-dvkt: anh có dịch vụ làm rồi em	23/3/2026 MLinh25-Vy-dvkt: thoi anh đang bản	24/3/26 Nga-vy dvkt anh có đơn vị làm rồi e	
hường g, Việt	0937158388	LƯƠNG MINH TRÂM	17/3/26			Triệu Vy-Tân	17/03/26 Tân-Vy-dvkt: knm	18/3/26 linh 24-vy-dvkt knm zlo chán	19/3/26 ly-vy-dvkt: knm	20/03/2026 Hậu-Vy dvkt knm	21/03/26 Tân-Vy-dvkt: knm	23/3/26 Hương-vy-dvkt: có rồi c vừa kt vừa thuê dv, ko zì
ng Tiến iệt Nam	0913903524	PHAN HÙNG DỪNG	17/3/26			Triệu Vy-Trinh	19/3/26 Trinh-Vy-dvkt máy bản	20/03/2026 Hậu-Vy dvkt người dùng bản	21/03/26 Tân-Vy-dvkt: bản bản	23/3/26 Huong-vy-dvkt: bản bản	24/3/26 Nga-vy dvkt knm	
tiểu, âm	0909009640	TRẦN QUỐC DUY	17/3/26			Triệu Vy-Na	24/3/26 KLinh-vy-dvkt: cái này a ko biết đầu em làm việc với kt a đi để	24/3/26 Nga-vy dvkt có r nha				
ai, Tỉnh	0904155118	NGUYỄN THI THẢO NGUYỄN	17/3/26			Triệu Vy-KLinh	24/3/26 KLinh-vy-dvkt: a có rồi nha, sp zalo					
Tổ dân Gi, Tỉnh	0914520570	ĐỖ TRỌNG HÒA	17/3/26				25/3/26 ly-vy-dvkt: anh tự làm luôn rồi em					

Hình 2.14: Thông tin quản lý và theo dõi quá trình làm việc với khách hàng

- Với việc nhập cụ thể nội dung như: ngày giờ, tên,... Nhân viên sẽ bấm ctrl –F để tìm ra dữ liệu đã gọi điện trước đó với mục đích giúp trường dữ liệu không bị trùng lặp trong quá trình gọi điện tiếp theo.

Q	R	S				
Goi lần 4						
1 làm r, cảm ơn e	linh: thoi thoi anh có rồi cảm	dvkt - có rồi e	vkt có rồi em	t máy im ru	có r e ơi	ngu
i-như-việt-dvkt thuê bao	20/2/25-Plinh- Tinh: bấm máy bản	26/2/25-huyền-vi ệt-tb	4/3/25-trinh-việt- bctc-knm	26/3/25-vân-việt-có có, có kt làm r, ừm ừm	27/3/2025 châu-vân-vy-dvkt : à không , chị có ng	16/4 tho
-trinh-việt-bctc có người làm	11/3/25-Tr Thảo-Vy-DVK T: anh có rồi	27/3/2025 châu-vân-vy-dvkt : kế toán nó làm r	19/5/25 Hậu-Vy-dvkt à anh có kt rồi nha	3/7/25:y phượng:có kt r	18/7/25 Mỹ Linh-Vy-dvkt: anh có người làm rồi	6/8/ dvkt t
5 nhật d.hiện ch kh em, cúp	22/9/25-Liêu- Phượng: anh có rồi, anh làm	07/11/25 nhật d.hiện dvkt anh có rồi em	25/12/25 Giang - Vy - dvkt: a chưa có cần tư vấn	GIANG THEO	đã chốt dvkt	

Hình 2.15: Thông tin sau khi tìm kiếm (Ctrl –F)

- Sau khi hoàn thiện, danh sách data sẽ được sử dụng làm cơ sở cho hoạt động gọi điện tiếp cận, tư vấn và chăm sóc khách hàng. Đây là nguồn dữ liệu đầu vào quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất làm việc của nhân viên kinh doanh cũng như tỷ lệ chuyển đổi khách hàng của doanh nghiệp.

Nhận xét:

Khi thực hiện cuộc gọi, nhân viên kinh doanh đều có bước tìm hiểu thông tin khách hàng ở mức cơ bản như tên doanh nghiệp, ngành nghề và khu vực hoạt động. Việc này giúp nhân viên có sự chuẩn bị nhất định, tránh tiếp cận khách hàng một cách bị động.

Nhờ nắm được các thông tin ban đầu, cuộc gọi diễn ra tự nhiên và chuyên nghiệp hơn, đồng thời tạo được thiện cảm với khách hàng ngay từ đầu. Bên cạnh đó, bước này cũng giúp nhân viên định hướng sơ bộ nội dung trao đổi, từ đó lựa chọn cách tiếp cận phù hợp hơn với từng đối tượng khách hàng.

Bước 3: Đánh giá mức độ tiềm năng của khách hàng

Hiện nay công ty Khánh Linh vẫn chưa áp dụng việc đánh giá mức độ tiềm năng của khách hàng trước khi thực hiện cuộc gọi bán hàng qua điện thoại mà chỉ đánh giá mức độ tiềm năng sau khi gọi điện bằng cách tô màu hoặc tạo trang tính khác.

	máy bàn				à không , chỉ có ng	
trình-việt-bctc có người làm	11/3/25-Tr Thảo-Vy-DVK T: anh có rồi	27/3/2025 châu-vân-vy-dvkt : kế toán nó làm r	19/5/25 Hậu-Vy-dvkt à anh có kt rồi nha	3/7/25:y phượng:có kt r	18/7/25 Mỹ Linh-Vy-dvkt: anh có người làm rồi	6/8/ dvkt t
5 nhật d.hiện ch kh em, cúp	22/9/25-Liêu- Phượng: anh có rồi, anh làm	07/11/25 nhật d.hiện dvkt anh có rồi em	25/12/25 Giang- Vy - dvkt: a chưa có căn tư vấn	GIANG THEO	đã chốt dvkt	
Triệu Vy-KLinh	24/3/26 KLinh-vy-dvkt: a có rồi nha, sp zalo					
Thoang	25/3/26 ly-vy-dvkt: anh tự làm luôn rồi em					
khách hàng tìm năng dvkt tiềm năng Ánh Sao tiềm năng Trang tính9 Lâm t < >						

Hình 2.16: Đánh giá mức độ tiềm năng sau cuộc gọi

Tất cả khách hàng trong danh sách tìm kiếm được đều sắp xếp một cách ngẫu nhiên theo thứ tự thời gian tìm kiếm mà không phân biệt đâu là khách hàng có tiềm năng cao và đâu là khách hàng có tiềm năng thấp.

Điều này cũng dẫn đến việc nhân viên phải thực hiện cuộc gọi với khách hàng không phù hợp, vừa tốn thời gian vừa ảnh hưởng đến tỷ lệ chuyển đổi khách hàng.

=> Điều tồn tại ở giai đoạn này là Khánh Linh chưa áp dụng việc đánh giá tiềm năng khách hàng trước khi thực hiện cuộc gọi. Và mỗi cuộc gọi đều được gọi theo danh

sách data khách hàng được tìm kiếm ngẫu nhiên và không phân biệt mức độ tiềm năng làm cho mất thời gian và giảm tỷ lệ chuyển đổi.

Bước 4: Tiến hành gọi điện giới thiệu sản phẩm

Sau khi hoàn tất việc chuẩn bị dữ liệu và thông tin khách hàng, nhân viên kinh doanh tiến hành gọi điện nhằm giới thiệu dịch vụ và tìm kiếm nhu cầu từ phía khách hàng. Quá trình này được thực hiện theo các nội dung sau:

- Nhân viên kinh doanh thực hiện cuộc gọi theo danh sách data đã được phân công.
- Thời điểm gọi: sáng từ 8 giờ 30 phút đến 11 giờ 30 phút, chiều từ 2 giờ 30 phút đến 4 giờ 30 phút, thời gian cuộc gọi không quy định.
- Chủ động giới thiệu ngắn gọn về bản thân, tên công ty và mục đích cuộc gọi nhằm tạo sự tin tưởng ban đầu với khách hàng. Kịch bản dành cho đối tượng nghe là nam nữ không khác nhau.
- Khai thác thông tin về tình hình sử dụng dịch vụ hiện tại của doanh nghiệp (đã sử dụng dịch vụ kế toán thuế chưa, đang sử dụng nội bộ hay thuê ngoài).
Dựa trên thông tin thu thập được, nhân viên kinh doanh tiến hành giới thiệu các dịch vụ phù hợp với nhu cầu tiềm năng của khách hàng.

Một số kịch bản cuộc gọi:

Câu thoại thường được sử dụng nhiều nhất là : Chào anh/chị, em là..... Em bên công ty.... chuyên về kế toán – thuế Cho em hỏi là công ty mình đã có kế toán chưa ạ... Công ty em thì cũng có gần 20 năm kinh nghiệm về kế toán – thuế rồi, chi phí cũng mềm, giá chỉ từ 500k/tháng thôi mà làm hết công việc về thuế, sổ sách cho anh/chị,.....

- Đối với khách hàng chưa có nhu cầu:
 - Bằng cách giới thiệu sơ qua về công ty: chuyên về kế toán – thuế, kinh nghiệm gần 20 năm,...
 - Cung cấp thông tin cơ bản về chi phí dịch vụ mềm chỉ từ 500k/tháng, tính theo số lượng hóa đơn không tính theo doanh thu.
- Đối với khách hàng có nhu cầu: Xin liên hệ trao đổi, tư vấn chi tiết về dịch vụ, báo giá phù hợp với loại hình kinh doanh của khách hàng.

CÓ RỒI EM

- Mình cũng thuê dịch vụ luôn hay là có kế toán riêng anh?
- Dạ bên đó làm cho mình ổn không ạ? Họ có chịu trách nhiệm hồ sơ và giải trình thuế cho mình không anh/chị?
- Bên em cũng làm về khai báo thuế luôn á anh/chị có làm hợp đồng rõ ràng, theo dõi sát và chịu trách nhiệm khi quyết toán nên tiện anh/chị có thể gửi bên em kiểm tra thử sổ sách 1 quý miễn phí ạ
- **Anh/chị cứ lưu số em lại, nếu sau này mình cần hỗ trợ về dịch vụ khai báo thuế thì có thể liên hệ em ạ. Em xin phép kết bạn zalo để gửi thêm thông tin cho mình tham khảo anh/chị nha, em dùng số này luôn, zalo tên Minh Tâm ý nha anh/chị**

CÔNG TY MỚI THÀNH LẬP

- Dạ dù chưa phát sinh thì doanh nghiệp vẫn cần kê khai thuế định kỳ đó anh/chị.
- Bên em đang hỗ trợ miễn phí quý đầu nếu chưa phát sinh, anh/chị vừa không tốn chi phí mà vẫn đảm bảo đúng quy định.
- Chi phí bên em khoảng 5tr/năm (chưa đến 400k/th), có kế toán riêng theo dõi, làm báo cáo, giải trình thuế cho mình luôn ạ.
- **Anh/chị cứ lưu số em lại, nếu sau này mình cần hỗ trợ về dịch vụ khai báo thuế thì có thể liên hệ em ạ. Em xin phép kết bạn zalo để gửi thêm thông tin cho mình tham khảo anh/chị nha, em dùng số này luôn, zalo tên Minh Tâm ý nha anh/chị**

NHỜ NGƯỜI QUEN LÀM

- Dạ lúc mới mở anh/chị nhờ thì được, nhưng khi phát sinh nhiều, nếu không theo dõi sát sẽ dễ bị âm kho, lệch tiền sai báo cáo đó anh/chị. Với lại người quen thì cũng ngại nhiều khi anh/chị cần yêu cầu họ làm này làm kia thì khó, trong khi bên em dịch vụ a trả phí hợp lý tại em hỗ trợ xử lý hết cho bên mình.
- Bên em theo dõi liên tục có vấn đề báo cáo sớm để mình xử lý và đặc biệt có trách nhiệm khi thuế kiểm tra sau này.
- **Anh/chị cứ lưu số em lại, nếu sau này mình cần hỗ trợ về dịch vụ khai báo thuế thì có thể liên hệ em ạ. Em xin phép kết bạn zalo để gửi thêm thông tin cho mình tham khảo anh/chị nha, em dùng số này luôn, zalo tên Minh Tâm ý nha anh/chị**

Hình 2.17: Kịch bản gọi điện

=>Đây là bước trọng tâm trong quy trình bán hàng của công ty. Trong quá trình thực tập, em nhận thấy công ty có xây dựng kịch bản gọi điện để hỗ trợ nhân viên, kịch bản có sự cá nhân hóa theo từng nhóm khách hàng, điều này giúp nhân viên vừa có định hướng nội dung trao đổi, vừa có thể chủ động ứng biến trong quá trình giao tiếp, từ đó tạo cảm giác tự nhiên và dễ tiếp cận hơn với khách hàng.

Bước 5: Theo dõi phản ứng của khách hàng và các hoạt động chăm sóc khách hàng sau khi gọi điện

Sau khi hoàn thành cuộc gọi, nhân viên kinh doanh tiến hành cập nhật kết quả làm việc vào file data để thuận tiện cho việc theo dõi và chăm sóc khách hàng. Nội dung cập nhật bao gồm:

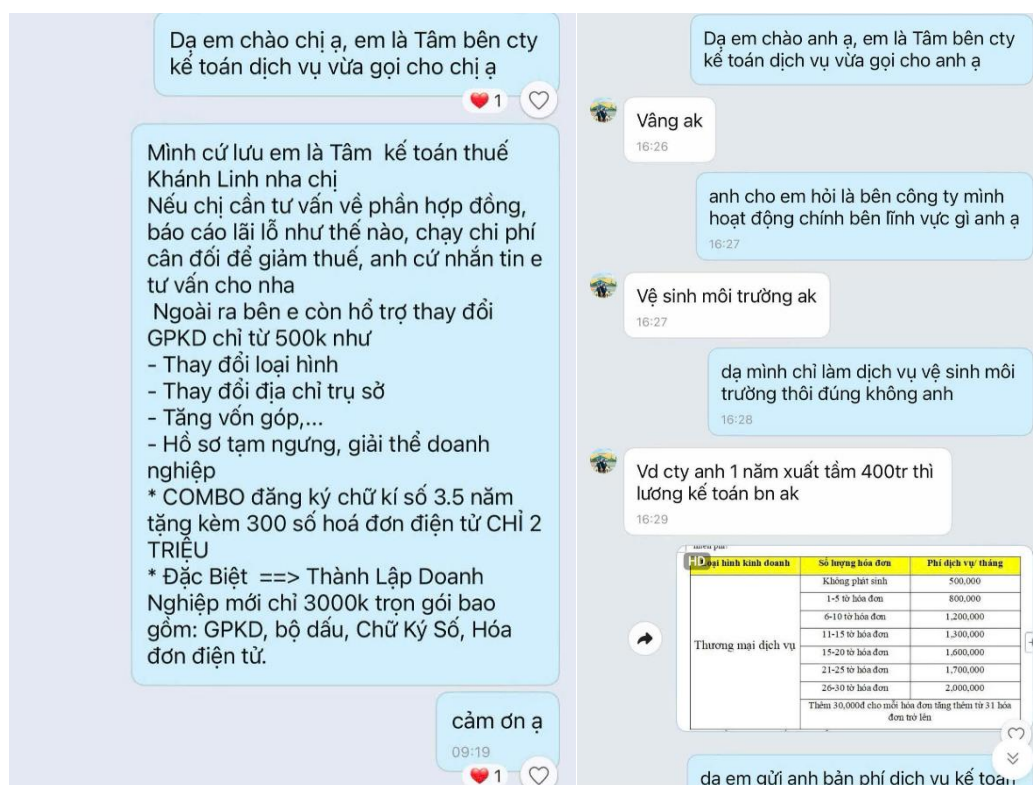
- Ghi nhận ngày gọi và tên nhân viên thực hiện cuộc gọi.
- Cập nhật phản hồi của khách hàng (ví dụ: chưa có nhu cầu, sai số điện thoại, không liên lạc được, khách từ chối, khách chặn cuộc gọi...).
- Đánh dấu các khách hàng tiềm năng bằng cách tô màu hoặc phân loại để thuận tiện cho việc theo dõi và tư vấn ở các bước tiếp theo.

	J	K	L	M	N	O	P
Kinh doanh	34 - bình thuận 58 lâm đồng 64 đak nong	lich copy 1-15 : Team Phuong (DANG : 1-3, THOANG : 4-5, LINH 6-8, VY 9-10, DIEU: 11-13, HANG : 14-15)	55 đường Nguyễn Xi, Phường Phú Tài, TP Phan Thiết	PThao KLinh Na Trinh Tân Hầu Hương Tâm			
Hàng	25/3/26 ly-vy-dvkt: chị cô rồi em						
Triệu Vy-Huon g	18/3/26 Huong-vy-dvkt: knm	19/3/26 ly-vy-dvkt: dạ chị ơi, em đang bận a, có gì gọi lại	21/03/26 Tân-Vy-dvkt:	23/3/2026 MLinh25-Vy-dvkt: máy bạn	24/3/26 Nga-vy đvkt máy bạn		
Triệu Vy-Hầu	17/03/2026 Hậu-Vy dvkt anh có hết rồi em	19/3/26 ly-vy-dvkt: thôi em ơi, anh có người rồi	21/03/26 Tân-Vy-dvkt: anh có dịch vụ làm rồi em	23/3/2026 MLinh25-Vy-dvkt: thôi anh đang bận	24/3/26 Nga-vy đvkt anh có đơn vị làm rồi e		
Triệu Vy-Tân	17/03/26 Tân-Vy-dvkt: knm	18/3/26 linh 24-vy-dvkt knm zlo chán	19/3/26 ly-vy-dvkt: knm	20/03/2026 Hậu-Vy dvkt knm	21/03/26 Tân-Vy-dvkt: knm	23/3/26 Hương-v rồi e vừa kt vừa t zl	
Triệu Vy-Trinh	19/3/26 Trinh-Vy-dvkt máy bạn	20/03/2026 Hậu-Vy dvkt người dùng bạn	21/03/26 Tân-Vy-dvkt:ân bạn	23/3/26 Huong-vy-dvkt: ân bạn	24/3/26 Nga-vy đvkt knm		
Triệu Vy-Na	24/3/26 KLinh-vy-dvkt: cái này a ko biết đầu em làm việc với kt a đi để	24/3/26 Nga-vy đvkt có r nha					
Triệu Vy-KLinh	24/3/26 KLinh-vy-dvkt: a có rồi nha, sp zalo						
Thoang	25/3/26 ly-vy-dvkt: anh tự làm luôn rồi em						

Hình 2.18. Data theo dõi phản ứng khách hàng

Đối với khách chưa có nhu cầu: spam tin nhắn zalo và sẽ gọi lại sau 1 thời gian nhất định

Đối với khách hàng có nhu cầu: tư vấn chi tiết về dịch vụ, báo giá phù hợp với loại hình kinh doanh của khách hàng.



Hình 2.19. Tin nhắn spam

=> Sau mỗi cuộc gọi, nhân viên sẽ cập nhật kết quả làm việc vào file data Excel, bao gồm tình trạng khách hàng, phản hồi,... Tuy nhiên, kết quả thu thập được sau khi gọi chưa được xử lý rõ ràng, vẫn sẽ gặp tình trạng gọi trùng lặp doanh nghiệp đã có kế toán.

Công ty chưa có hệ thống nhắc lịch chăm sóc lại khách hàng, dẫn đến việc bỏ sót nhiều khách hàng tiềm năng hoặc không liên hệ lại đúng thời điểm. Thiếu hệ thống quản lý và chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp, làm giảm khả năng chuyển đổi và duy trì mối quan hệ.

Bước 6: Tiến hành kí kết thỏa thuận và bán sản phẩm

Khi khách hàng đã quan tâm và đồng ý chốt đơn, công ty Khánh Linh sẽ tiến hành bước tiếp theo là ký kết hợp đồng chính thức.

Đầu tiên, nhân viên kinh doanh sẽ phải trao đổi lại toàn bộ các điều khoản dịch vụ với khách hàng, mức giá, thời gian triển khai và hỗ trợ kỹ thuật để tránh xảy ra hiểu lầm trong quá trình triển khai dự án.

Sau khi khách hàng thống nhất các điều khoản, nhân viên kinh doanh sẽ bắt đầu soạn hợp đồng chính thức. Hợp đồng được trình bày rõ ràng, có đầy đủ thông tin về bên

cung cấp (Khánh Linh) và bên sử dụng dịch vụ (khách hàng), điều khoản thanh toán, tiến độ triển khai và trách nhiệm của mỗi bên. Nếu khách hàng có sửa đổi, công ty cũng tạo điều kiện linh hoạt để điều chỉnh hợp lý trước khi chốt bản cuối.

Về hình thức ký kết, Khánh Linh hiện áp dụng hai phương án:

- Đối với khách hàng tại Đà Nẵng: Ký hợp đồng trực tiếp tại văn phòng của công ty hoặc nơi mà khách hàng muốn hẹn gặp.
- Đối với khách hàng ngoại tỉnh: Công ty sẽ sắp xếp nhân viên theo chi nhánh ở tỉnh của khách hàng gặp mặt trực tiếp và ký kết hợp đồng.
- Sau khi hợp đồng được ký kết, nhân viên gửi hóa đơn và hướng dẫn thanh toán đồng thời tiến hành bàn giao cho bộ phận kế toán.
- Nhân viên kinh doanh vẫn sẽ tiếp tục theo dõi sát tiến độ và giữ liên hệ với khách hàng trong suốt quá trình thực hiện để đảm bảo đúng cam kết trong hợp đồng.

=> Ưu điểm của giai đoạn này là Khánh Linh không chỉ dừng lại ở việc bán sản phẩm/ dịch vụ mà còn tận dụng thời điểm khách hàng hài lòng để đề xuất sản phẩm/ dịch vụ bổ sung phù hợp. Bên cạnh đó, công ty cũng hoàn thành các thủ tục ký kết hợp đồng một cách rõ ràng và minh bạch.

Bước 7: Chăm sóc sau bán

Tại công ty Khánh Linh, mục đích của bước này không chỉ là thể hiện sự chuyên nghiệp mà còn nhằm duy trì sự hài lòng, tăng độ trung thành của khách hàng. Đồng thời, đây cũng là cơ hội để doanh nghiệp thu thập phản hồi thực tế từ đó cải tiến chất lượng dịch vụ của công ty.

Sau khi ký kết hợp đồng, khách hàng sẽ được phân kế toán làm việc trong team mà leader quản lý, sẽ có nhóm zalo trao đổi giữa khách hàng với nhân viên kinh doanh và kế toán

- Nhân viên sales: Trực tiếp tư vấn cho khách hàng về các vấn đề như kê khai thuế, báo cáo thuế định kì, đăng ký bảo hiểm xã hội, đăng ký mã đơn vị, cũng như giải đáp các thắc mắc phát sinh trong quá trình hoạt động. Ngoài ra đối với KH chưa có kế toán nội bộ, nhân viên còn hỗ trợ lập, xuất và ký hóa đơn theo nhu cầu thực tế.

- Nhân viên kế toán: Tư vấn hóa đơn đầu vào phù hợp với doanh thu, làm sổ sách kế toán, khai báo hàng quý, làm báo cáo tài chính cuối năm, theo dõi lương bản lương, cập nhật tư vấn luật thuế mới nhất phù hợp với loại hình kinh doanh của công ty, v.v.... Hai đến ba tuần kế toán sẽ gửi bản kê cho khách hàng để biết được số lượng hàng tồn kho,... cũng như báo phí dịch vụ.

Trách nhiệm:

- Giải trình với cơ quan thuế, khi cơ quan thuế đến kiểm tra doanh nghiệp
- Chịu trách nhiệm hoàn toàn khi sai phạm về nghiệp vụ kế toán.

Trong quá trình làm việc, nhân viên phụ trách sẽ phải giữ liên lạc với khách hàng để thông báo tình hình tiến độ dự án, lắng nghe phản hồi, giải đáp thắc mắc hoặc xử lý vấn đề phát sinh...

2.4.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến quy trình bán hàng qua điện thoại tại công ty

TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh

2.4.4.1. Chất lượng data khách hàng

Chất lượng dữ liệu khách hàng là yếu tố đầu vào có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả của hoạt động bán hàng qua điện thoại. Hiện nay, công ty chủ yếu xây dựng nguồn dữ liệu thông qua việc nhân viên tự tìm kiếm thông tin doanh nghiệp trên các trang tra cứu mã số thuế và các hội nhóm Facebook. Cách làm này giúp tiết kiệm chi phí và tạo sự chủ động cho nhân viên, tuy nhiên do dữ liệu được thu thập thủ công và chưa được xử lý nên độ chính xác chưa cao và không mang lại hiệu quả. Điều này làm giảm hiệu quả tiếp cận và gây lãng phí thời gian trong quá trình telesales.

2.4.4.2. Công nghệ hỗ trợ chưa đầy đủ

Công ty hiện đang quản lý dữ liệu khách hàng bằng file Excel để thực hiện các thao tác thủ công trong việc cập nhật, theo dõi thông tin khách hàng. Mặc dù phương pháp này đơn giản, dễ áp dụng và tiết kiệm chi phí nhưng sẽ khiến cho việc theo dõi tiến trình chăm sóc khách hàng rời rạc và có nhiều hạn chế vì còn thiếu nhiều tính năng, đánh giá mức độ tiềm năng của khách, phụ thuộc vào việc ghi chép của nhân viên. Điều này, dẫn đến hậu quả là làm cho nhiều khách hàng tiềm năng bị bỏ sót, hoặc trùng lặp cuộc gọi.

2.4.4.3. Kỹ năng telesales giữa các nhân viên không đồng đều

Nhân viên Telesales là người trực tiếp thực hiện các cuộc gọi và đóng vai trò quyết định trong việc chuyển đổi khách hàng. Trong quá trình thực tập, em nhận thấy hoạt động tư vấn phần lớn vẫn dựa vào kinh nghiệm cá nhân của từng nhân viên, do đó hiệu quả giữa các cuộc gọi chưa đồng đều. Mặc dù công ty đã tổ chức một số buổi training cơ bản cho nhân viên mới, tuy nhiên hiện không có lộ trình đào tạo chuyên sâu theo từng giai đoạn. Vì thế, một số nhân viên có kỹ năng giao tiếp tốt, biết cách khai thác nhu cầu và xử lý từ chối sẽ dễ dàng tạo được sự tin tưởng và tăng khả năng chốt hợp đồng. Tuy nhiên, một số trường hợp khác do thiếu kỹ năng hoặc chưa chuẩn bị kỹ nội dung tư vấn nên chỉ dừng lại ở mức giới thiệu cơ bản, chưa tạo được sự thuyết phục đối với khách hàng. Điều này dẫn đến việc khách hàng dễ từ chối ngay từ đầu, làm giảm tỷ lệ chuyển đổi và hiệu quả của hoạt động bán hàng.

2.5. Đánh giá chung

Đánh giá ưu và nhược điểm về quy trình bán hàng qua điện thoại tại công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh – Cn Đà Nẵng

a. Ưu điểm

Quy trình bán hàng qua điện thoại của công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh đã được xây dựng với các bước rõ ràng, từ tìm kiếm khách hàng, tiếp cận, tư vấn, chốt đơn cho đến chăm sóc khách hàng sau khi bán hàng. Công ty cũng tổ chức training cho nhân viên mới nhằm nâng cao kỹ năng tư vấn, xây dựng kịch bản gọi điện tương đối đầy đủ giúp nhân viên dễ dàng phản ứng trong quá trình tư vấn với khách hàng.

b. Hạn chế và nguyên nhân của các hạn chế

Sau quá trình thực tập và được tìm hiểu về hoạt động tư vấn và bán hàng qua điện thoại của Công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh, em nhận thấy công ty có những hạn chế như sau:

- Chất lượng data khách hàng chưa cao: Do dữ liệu được thu thập thủ công và thông tin khách hàng chưa được xử lý dẫn đến nhiều cuộc gọi không mang lại hiệu quả.

- Chưa áp dụng việc đánh giá tiềm năng khách hàng trước khi thực hiện cuộc gọi: Mỗi cuộc gọi đều được gọi theo danh sách data khách hàng được tìm kiếm ngẫu nhiên và không phân biệt mức độ tiềm năng làm cho mất thời gian và giảm tỷ lệ chuyển đổi.
- Chưa có các công cụ hỗ trợ chuyên nghiệp: Do quản lý hoàn toàn bằng Excel khiến quá trình theo dõi còn thủ công, thiếu tính tự động và dễ xảy ra sai sót, gây ảnh hưởng không nhỏ đến năng suất làm việc của nhân viên cũng như hiệu quả chung của hoạt động telesales.
- Tỷ lệ chốt hợp đồng không cao: Do không có lộ trình đào tạo chuyên sâu, phụ thuộc vào kỹ năng của từng nhân viên, dẫn đến chất lượng tư vấn không đồng đều.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUY TRÌNH BÁN HÀNG QUA ĐIỆN THOẠI TẠI CÔNG TY TNHH TƯ VẤN – THƯƠNG MẠI KHÁNH LINH

3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình bán hàng qua điện thoại trong thời gian tới tại công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh

3.1.1. Mục tiêu của công ty Khánh Linh

Mục tiêu phát triển của công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh trong giai đoạn 2027 – 2029:

- Tìm kiếm và mở rộng tệp khách hàng mới, đồng thời vẫn duy trì và chăm sóc tốt tệp khách hàng hiện tại.
- Gia tăng doanh thu bán hàng từ các dịch vụ chủ lực như kế toán – thuế, chữ ký số..., với mục tiêu tăng lên 20% so với năm trước. Nâng cao hình ảnh thương hiệu của công ty theo hướng chuyên nghiệp, uy tín và tận tâm trong mắt khách hàng, từ đó gia tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Về thị phần: Phân đấu trở thành một đơn vị cung cấp dịch vụ kế toán – thuế uy tín, hàng đầu Việt Nam.

Các phương hướng để đạt được mục tiêu của công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh

Để có thể đạt được những mục tiêu đã đề ra trong thời gian tới, công ty cần có những định hướng phát triển phù hợp với tình hình thực tế và nguồn lực hiện có.

- Đầu tiên, công ty cần nâng cao chất lượng quy trình bán hàng qua điện thoại hiệu quả hơn. Một quy trình tốt sẽ giúp nhân viên làm việc có định hướng, hạn chế sai sót và nâng cao khả năng chuyển đổi khách hàng.
- Bên cạnh đó, việc nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên telesales cũng là yếu tố rất quan trọng. Công ty nên thường xuyên tổ chức đào tạo về kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống và kiến thức sản phẩm, từ đó giúp nhân viên tự tin hơn khi tư vấn cho khách hàng.
- Ngoài ra, công ty cần tăng cường chiến lược chăm sóc khách hàng. Việc duy trì liên hệ và hỗ trợ khách hàng sau bán không chỉ giúp giữ chân khách cũ mà còn tạo cơ hội khai thác thêm khách hàng mới thông qua sự giới thiệu.

- Song song với đó, việc ứng dụng công nghệ vào hoạt động bán hàng cũng là một hướng đi cần thiết. Sử dụng phần mềm quản lý khách hàng sẽ giúp công ty quản lý dữ liệu tốt hơn và theo dõi hiệu quả làm việc của nhân viên một cách dễ dàng hơn.

3.1.2. Mục tiêu của hoạt động bán hàng qua điện thoại tại công ty TNHH Tư vấn Thương mại Khánh Linh trong thời gian tới

Để đạt được những mục tiêu mà công ty đã đề ra thì bên cạnh những yếu tố hay những phương hướng như trên để phát triển thì công ty cũng có những mục tiêu của hoạt động bán hàng qua điện thoại của riêng mình sẽ là Tăng tỷ lệ chuyển đổi khách hàng - Nâng tỷ lệ chuyển đổi từ cuộc gọi telesales thành đơn hàng lên ít nhất 15% so với giai đoạn trước.

Cụ thể ở Khánh Linh trong giai đoạn 2027 - 2029 sẽ có những dự kiến phát triển mảng telesales như sau:

- Xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng hoàn chỉnh
- Bổ sung đánh giá mức độ tiềm năng khách hàng
- Sử dụng phần mềm CRM
- Nâng cao chất lượng đào tạo cho nhân viên telesales.

3.2. Giải pháp hoàn thiện quy trình bán hàng qua điện thoại tại công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh

3.2.1. Xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng

Một trong những điểm quan trọng để nâng cao hiệu quả bán hàng qua điện thoại cho công ty Khánh Linh hiện nay đó là việc tìm hiểu và phân tích thông tin khách hàng một cách có hệ thống. Hiện tại, nhân viên và thực tập sinh chủ yếu lấy data từ trang web mã số thuế và các hội nhóm Facebook. Tuy nhiên, chỉ dừng lại ở việc thu thập thông tin sơ lược như số điện thoại, mã số thuế, tên đại diện, ngày thành lập, tên công ty, địa chỉ,.. mà chưa xử lý thông tin khách hàng để cá nhân hóa cuộc gọi và thuyết phục khách hàng hiệu quả.

Thông tin cơ bản					
Mã số thuế	Tên công ty	Ngày thành lập	Tên đại diện	SDT	Địa chỉ

Giải pháp đề xuất là bổ sung thêm cột tình trạng hoạt động vào file Excel (đã có kế toán, chưa có kế toán, đã giải thể,...) => Các thông tin này sẽ được lưu trữ và cập nhật thường xuyên để tiện cho việc tổng hợp và phân loại.

Thời gian thành lập	Tình trạng hoạt động			Tên công ty	Mã số thuế	SDT
	Đã có kế toán	Chưa có kế toán	Đã giải thể			
.../.../...						

Bảng 3.1: Mẫu xử lý thông tin khách hàng

Mục đích của giải pháp là để sàng lọc khách hàng thuận tiện cho việc theo dõi các phản ứng của khách hàng sau những cuộc gọi. Từ dữ liệu đã được sàng lọc, nhân viên có thể đánh giá được mức độ tiềm năng của khách hàng cho những lần gọi lại sau.

3.2.2. Đánh giá tiềm năng khách hàng

Hiện nay, công ty chưa có cơ chế đánh giá mức độ tiềm năng của khách hàng trước khi gọi điện. Việc gọi ngẫu nhiên làm giảm hiệu suất làm việc, tốn thời gian và khiến tỷ lệ chuyển đổi thấp. Đây là một nhược điểm cần được cải thiện để tối ưu hóa hiệu quả hoạt động bán hàng qua điện thoại tại công ty.

Qua một thời gian được thực tập tại công ty, với sự nhìn nhận trực tiếp của mình thì em đề xuất giải pháp như sau:

- *Dựa vào thời gian thành lập của công ty*: nhân viên sẽ ưu tiên gọi trước cho công ty có thời gian thành lập mới nhất (thời gian hiện tại), sau đó từ dữ liệu khách hàng đã được xử lý sau những lần gọi trong file Excel, dựa vào cột chưa/có kế toán, nhân viên sẽ ưu tiên gọi lại cho những khách chưa có kế toán tiếp theo.

- Dựa vào quy mô doanh nghiệp: có thể ước lượng qua mô tả tên công ty như : “công ty TNHH”, “ công ty Cổ phần”, “Chuỗi cửa hàng”, “Trường học”, “Hợp tác xã”,....

3.2.3. Nâng cao chất lượng đào tạo cho nhân viên telesales

Trong thời gian thực tập tại công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh, em nhận thấy hiệu quả làm việc giữa các nhân viên telesales vẫn còn chênh lệch khá nhiều. Có nhân viên dễ tạo thiện cảm và xử lý tình huống tốt, nhưng cũng có trường hợp còn lúng túng khi khách hàng từ chối hoặc hỏi sâu về dịch vụ. Một số nhân viên mới chủ yếu học hỏi thông qua việc nghe các anh chị đi trước gọi điện rồi tự làm theo, nên kỹ năng và cách tư vấn chưa thực sự đồng đều. Điều này phần nào ảnh hưởng đến khả năng chuyển đổi khách hàng và tính chuyên nghiệp trong quá trình tư vấn.

Qua quá trình quan sát và trải nghiệm thực tế tại công ty, em nhận thấy rằng để nâng cao hiệu quả bán hàng qua điện thoại, doanh nghiệp không chỉ cần tăng số lượng cuộc gọi mà quan trọng hơn là cần đầu tư bài bản vào kỹ năng của đội ngũ telesales. Khi nhân viên được đào tạo tốt, họ sẽ tự tin hơn trong giao tiếp, biết cách khai thác nhu cầu khách hàng và xử lý tình huống linh hoạt hơn trong quá trình tư vấn.

- Tăng cường đào tạo kỹ năng giao tiếp và xử lý tình huống

Qua quá trình quan sát thực tế, em nhận thấy nhiều khách hàng thường từ chối cuộc gọi khá nhanh nếu cảm thấy nội dung tư vấn quá máy móc hoặc giống như đang “đọc kịch bản”. Một số nhân viên khi gặp khách hàng khó tính hoặc bị từ chối thường dễ mất bình tĩnh và không biết nên tiếp tục cuộc trò chuyện như thế nào.

Vì vậy, công ty cần chú trọng hơn vào việc đào tạo kỹ năng giao tiếp thực tế cho nhân viên telesales thay vì chỉ yêu cầu học thuộc nội dung kịch bản. Nhân viên nên được hướng dẫn:

- Cách mở đầu cuộc gọi tự nhiên
- Cách tạo thiện cảm với khách hàng
- Kỹ năng đặt câu hỏi
- Kỹ năng lắng nghe
- Cách xử lý từ chối linh hoạt

Ngoài ra, công ty nên tổ chức các buổi thực hành tình huống giả định để nhân viên luyện tập phản xạ khi giao tiếp với khách hàng. Theo em, hình thức này sẽ giúp nhân viên tự tin hơn rất nhiều khi thực hiện cuộc gọi thực tế.

- Đào tạo thêm kiến thức chuyên môn về dịch vụ

Một vấn đề mà em nhận thấy khá rõ trong quá trình thực tập là nhiều nhân viên telesales còn chưa nắm chắc kiến thức về:

- Kế toán thuế
- Chữ ký số
- Hóa đơn điện tử
- Thủ tục thành lập doanh nghiệp

Điều này khiến nhân viên dễ bị động khi khách hàng hỏi sâu về dịch vụ. Trong nhiều trường hợp, khách hàng sẽ cảm thấy thiếu tin tưởng nếu nhân viên trả lời không rõ ràng hoặc phải hỏi lại quá nhiều lần.

Vì vậy, công ty nên thường xuyên tổ chức các buổi chia sẻ nội bộ giữa bộ phận kế toán và telesales để nhân viên hiểu rõ hơn về dịch vụ mà doanh nghiệp đang cung cấp. Theo em, khi nhân viên hiểu rõ dịch vụ thì cách tư vấn cũng sẽ tự tin và thuyết phục hơn rất nhiều.

- Ứng dụng phần mềm CRM để hỗ trợ quản lý và đào tạo nhân viên

Hiện nay, công ty vẫn đang quản lý thông tin khách hàng chủ yếu bằng Excel nên đôi lúc còn xảy ra tình trạng khó theo dõi lịch sử chăm sóc hoặc bỏ sót khách hàng tiềm năng. Vì vậy, em đề xuất công ty có thể triển khai phần mềm CRM như Getfly CRM nhằm hỗ trợ quản lý khách hàng và hoạt động telesales hiệu quả hơn.

Thông qua hệ thống CRM, q có thể theo dõi:

- Lịch sử chăm sóc khách hàng
- Tiến độ làm việc của từng nhân viên
- Tỷ lệ chuyển đổi khách hàng
- Hiệu quả làm việc của đội ngũ telesales

Theo em, việc ứng dụng CRM không chỉ giúp quản lý dữ liệu khách hàng tốt hơn mà còn hỗ trợ quá trình đào tạo nhân viên, vì quản lý có thể dễ dàng nhận ra nhân viên đang yếu ở kỹ năng nào để hướng dẫn phù hợp hơn.

- Tăng cường hoạt động đào tạo định kỳ

Theo quan sát thực tế, kỹ năng telesales sẽ cải thiện khá nhiều nếu nhân viên thường xuyên được góp ý và chia sẻ kinh nghiệm từ những người có kết quả tốt. Vì vậy, công ty nên duy trì các buổi đào tạo hoặc họp nhóm định kỳ để:

- Chia sẻ tình huống thực tế
- Góp ý kỹ năng xử lý khách hàng
- Hỗ trợ nhân viên còn hạn chế

3.2.4. Phần mềm hỗ trợ nhân viên Telesales

Getfly là phần mềm quản lý quan hệ khách hàng được phát triển nhằm hỗ trợ doanh nghiệp quản lý toàn bộ thông tin khách hàng, quá trình chăm sóc khách hàng và hoạt động bán hàng trên cùng một hệ thống tập trung. Phần mềm hoạt động trên nền tảng điện toán đám mây, cho phép doanh nghiệp dễ dàng truy cập và sử dụng ở bất cứ đâu thông qua các thiết bị có kết nối internet như laptop, điện thoại thông minh hoặc máy tính bảng.



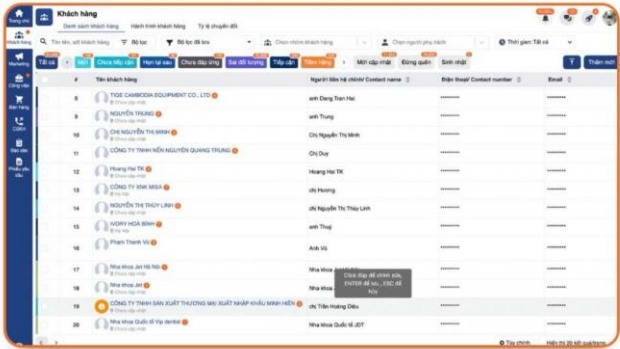
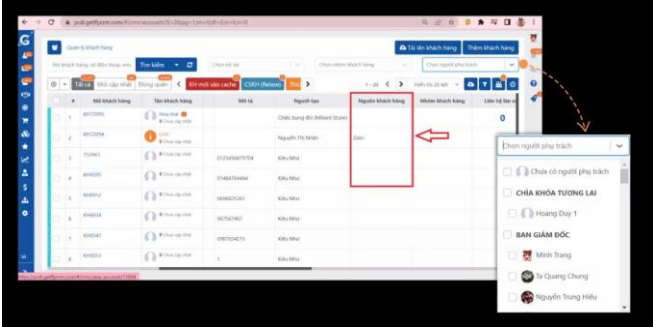
Hình 3.1 : Getfly

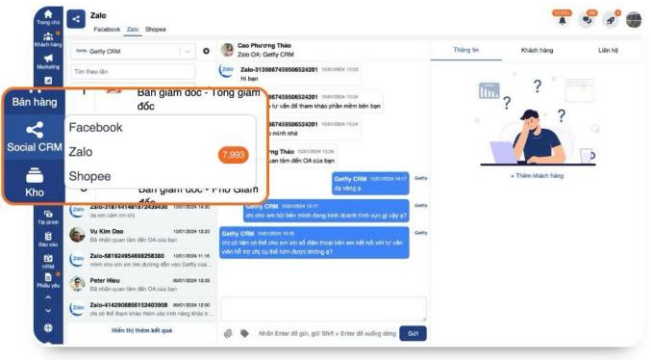
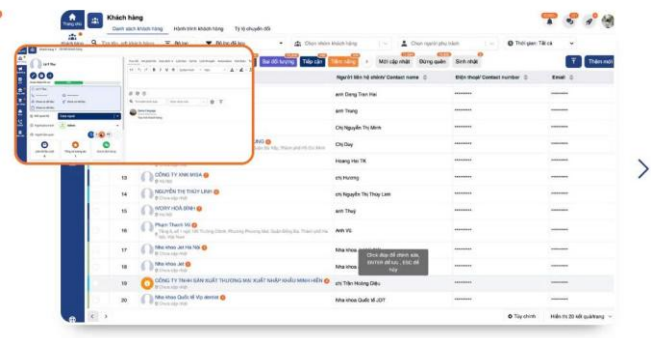
Việc sử dụng Getfly sẽ giúp doanh nghiệp lưu trữ dữ liệu khách hàng một cách tập trung, hạn chế tình trạng thất thoát hoặc trùng lặp data khi quản lý bằng Excel thủ công. Đồng thời, phần mềm còn hỗ trợ phân loại khách hàng theo mức độ tiềm năng, theo dõi lịch sử tương tác, tự động nhắc lịch chăm sóc và quản lý toàn bộ quá trình bán

hàng của nhân viên telesales. Qua đó giúp doanh nghiệp dễ dàng kiểm soát tiến độ chăm sóc khách hàng, nâng cao hiệu quả quản lý và giảm tình trạng bỏ sót khách hàng tiềm năng.

Ngoài ra, do hoạt động trên nền tảng đám mây nên doanh nghiệp không cần đầu tư hệ thống máy chủ phức tạp, giúp tiết kiệm chi phí vận hành và dễ dàng mở rộng quy mô sử dụng trong tương lai. Phần mềm cũng có khả năng tích hợp với nhiều nền tảng khác nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tối ưu hóa hoạt động chăm sóc khách hàng và nâng cao khả năng chuyển đổi khách hàng trong quá trình kinh doanh.

Các tính năng của Getfly:

Tính năng	Mô tả	Hình ảnh minh họa
Quản lý thông tin khách hàng	Quản lý, lưu trữ thông tin đầy đủ theo nguồn ghi nhận chi tiết.	
	Lịch sử chat, trao đổi khách được ghi nhận đầy đủ.	
	Theo dõi vòng đời khách hàng theo thời gian theo.	
Quản lý thông tin khách hàng	Quản lý toàn bộ khách hàng từ nhiều nguồn khác nhau đổ về chung tại hệ thống CRM. Dễ dàng tìm kiếm, tạo bộ lọc, phân quyền quản lý hiệu quả.	

Tự động chăm sóc khách hàng đa kênh	Quản lý đa nguồn: Facebook,Zalo,Shopee, ...trên 1 nền tảng. Xây dựng mối quan hệ tốt với khách hàng thân thiết.	
Dữ liệu & thông tin doanh nghiệp bảo mật tuyệt đối	Bảo mật 08 lớp tuyệt đối. Bảo mật dữ liệu nhạy cảm: Ấn số điện thoại, email công ty theo cơ chế phân quyền. Lịch sử chat, trao đổi khách được ghi nhận đầy đủ.	

Bảng 3.2 : Mô tả tính năng của Getfly

Chi phí phần mềm:

Gói dành cho doanh nghiệp mới bắt đầu: 521.000 VNĐ/tháng, tối đa 3 người dùng và 5.000 data.

Gói dành cho doanh nghiệp mở rộng quy mô: 780.000 VNĐ/tháng, tối đa 10 người dùng và 10.000 data.

KẾT LUẬN

Công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh là doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực tư vấn kế toán – thuế, chữ ký số và các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp. Hoạt động bán hàng qua điện thoại đóng vai trò quan trọng trong việc tìm kiếm khách hàng, nâng cao doanh thu và góp phần xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp cho công ty. Qua quá trình thực tập, nghiên cứu và tìm hiểu thực tế kết hợp với những kiến thức đã được học, em nhận thấy quy trình bán hàng qua điện thoại tại công ty đã được xây dựng tương đối rõ ràng và mang lại hiệu quả nhất định trong hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được thì quy trình bán hàng vẫn còn tồn tại một số hạn chế như chất lượng data khách hàng chưa cao, chưa đánh giá mức độ tiềm năng trước cuộc gọi, kỹ năng telesales giữa các nhân viên còn chênh lệch và hoạt động chăm sóc khách hàng sau bán chưa thật sự hiệu quả.

Với mục tiêu ban đầu đã đặt ra, đề tài: “Hoàn thiện quy trình bán hàng qua điện thoại tại Công ty TNHH Tư vấn – Thương mại Khánh Linh – Chi nhánh Đà Nẵng” đã thực hiện được các nội dung sau:

- Đã hệ thống được cơ sở lý luận về hoạt động bán hàng qua điện thoại trong doanh nghiệp.
- Đã phân tích và làm rõ thực trạng quy trình bán hàng qua điện thoại tại công ty, từ đó chỉ ra những ưu điểm và hạn chế còn tồn tại.
- Đã đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm góp phần hoàn thiện quy trình bán hàng qua điện thoại và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty.

Qua thời gian thực tập và thực hiện khóa luận, em không chỉ có cơ hội vận dụng kiến thức đã học vào thực tế mà còn tích lũy thêm nhiều kinh nghiệm và kỹ năng trong môi trường làm việc thực tế. Đồng thời, em cũng nhận được sự hỗ trợ và hướng dẫn nhiệt tình từ các anh chị trong công ty trong suốt quá trình thực tập.

Tuy nhiên, do kiến thức thực tế và kinh nghiệm nghiên cứu còn hạn chế nên bài khóa luận khó tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Em rất mong nhận được những lời nhận xét, góp ý quý báu từ Quý thầy/ cô.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Danh mục tài liệu tiếng việt

1. Bài giảng môn *Quản Trị Bán hàng* – Giáo trình nội bộ *Trường Đại Học Kiến Trúc Đà Nẵng*.
2. Sách *Quản Trị Bán hàng* – Ths Ngô Minh Cách – Ths Nguyễn Sơn Lam – xuất bản 2010.
3. “Bán hàng thông minh qua điện thoại & Internet”, Nhà xuất bản lao động và xã hội
4. “Contact center” - Nghề dịch vụ bán hàng qua điện thoại, Bùi Xuân Phong, Nhà xuất bản lao động và xã hội.
5. “Hoàn thiện quy trình bán hàng qua điện thoại tại công ty NR Global”, Trần Thị Phương Thảo, 2025, Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng.

Danh mục tài liệu tiếng anh

1. Telesales 2012 Dragos V. Iliescu & Ventus Publishing ApS
2. Valerie O’dea, Better Business By Phone, A Guide To Effective Telebusiness Management, 1998

Website

1. <https://www.pace.edu.vn/tin-kho-tri-thuc/telesales-la-gi>
2. <https://callio.vn/kich-ban-tele-sale-ban-hang/>