

## DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

AGRIBANK	Vietnam Bank for Agriculture and rural Development- Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam.
ATM	Automatic Teller Machine – máy rút tiền tự động
CIC	Customer interaction center – trung tâm tương tác khách hàng
CRM	Customer Relationship Management- quản trị quan hệ khách hàng
CSDL	Cơ sở dữ liệu
KH	Khách hàng
NHNN	Ngân hàng nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
NVCSKH	Nhân viên chăm sóc khách hàng
POS	Point of Sale - máy chấp nhận thanh toán thẻ
TMCP	Thương mại cổ phần
TTCSKH	Trung tâm chăm sóc khách hàng
TTQT	Thanh toán quốc tế

## DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

[Bảng 3.1: Tình hình huy động vốn của Agribank Chi nhánh Vĩnh Phúc](#) ..... **Error!**

**Bookmark not defined.**

[Bảng 3.2: Quy mô tín dụng của Agribank Chi nhánh Vĩnh Phúc](#)**Error!** **Bookmark not defined.**

[Bảng 3.3: Kết quả hoạt động kinh doanh năm 2012 - 2016](#)**Error!** **Bookmark not defined.**

## DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ

[Biểu đồ 3.1: Cơ cấu trình độ nhân sự tại Agribank Chi nhánh Vĩnh Phúc](#) ..... **Error!**

**Bookmark not defined.**

[Biểu đồ 3.2: Tăng trưởng số dư huy động vốn của Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc năm 2012-2016](#).....**Error! Bookmark not defined.**

[Biểu đồ 3.3: Kết quả thăm dò khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc năm 2017](#).....**Error! Bookmark not defined.**

## DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ

Hình 2.1: Quy trình hoạt động quản trị quan hệ khách hàng**Error!** **Bookmark not defined.**

Hình 2.2. Xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng.....**Error! Bookmark not defined.**

## DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 3.1: Cơ cấu tổ chức của Agribank Chi nhánh Vĩnh Phúc**Error!** **Bookmark not defined.**

Sơ đồ 4.2: Quy trình tiếp nhận, xử lý yêu cầu hỗ trợ của khách hàng qua kênh thoại .....**Error! Bookmark not defined.**

Sơ đồ 4.3: Quy trình tiếp nhận, xử lý yêu cầu hỗ trợ của khách hàng qua kênh e-mail.....**Error! Bookmark not defined.**



# MỤC LỤC

Lời cam đoan

Lời cảm ơn

Danh mục các chữ viết tắt

Danh mục bảng, biểu, sơ đồ, hình vẽ

Tóm tắt kết quả nghiên cứu luận văn

**PHẦN MỞ ĐẦU .....8**

**CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU VỀ QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG .....Error! Bookmark not defined.**

1.1. Các nghiên cứu về quản trị quan hệ khách hàng **Error! Bookmark not defined.**

1.1.1. Các công trình nghiên cứu của các nhà khoa học trên thế giới ...**Error! Bookmark not defined.**

1.1.2. Một số nghiên cứu về quản trị quan hệ khách hàng trong nước những năm gần đây ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.1.3. Một số hội thảo về quản trị quan hệ khách hàng **Error! Bookmark not defined.**

1.2. Bài học kinh nghiệm .....**Error! Bookmark not defined.**

**CHƯƠNG 2 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG (CRM).....Error! Bookmark not defined.**

2.1. Khái quát về khách hàng .....**Error! Bookmark not defined.**

2.1.1. Khái niệm ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.2. Phân loại khách hàng ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.3. Vai trò của khách hàng..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2. Khái quát về quản trị quan hệ khách hàng (CRM)**Error! Bookmark not defined.**

2.2.1. Khái niệm ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2.2. Đặc điểm của CRM ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2.3. Mục tiêu CRM..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2.4. Vai trò của CRM .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3. Quy trình của hoạt động quản trị quan hệ khách hàng	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1. Xây dựng cơ sở dữ liệu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2. Phân tích cơ sở dữ liệu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.3. Lựa chọn khách hàng mục tiêu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.4. Các công cụ hướng đến khách hàng mục tiêu.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.5. Xây dựng các chương trình tạo mối quan hệ khách hàng.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4. Đánh giá hiệu quả hoạt động quản trị quan hệ khách hàng	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5. Các yếu tố tác động đến quản trị quan hệ khách hàng.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.1. Con người.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.2. Văn hóa doanh nghiệp.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.3. Trình độ công nghệ .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>CHƯƠNG 3 THỰC TRẠNG QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH TỈNH VĨNH PHÚC .....</b>	
3.1. Giới thiệu về Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.1 .Tổng quan về Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc trong 5 năm (2012-2016) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2. Thực trạng quản trị quan hệ khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.2.1. Nhận thức về CRM và tầm quan trọng của CRM đối với ngân hàng .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2. Thực trạng quản trị quan hệ khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3. Đánh giá công tác quản trị quan hệ khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1. Những thành công đạt được.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2. Những tồn tại.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.3. Nguyên nhân tồn tại .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>CHƯƠNG 4 GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH TỈNH VĨNH PHÚC</b> <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1. Định hướng phát triển chung của Agribank và Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc đến năm 2020 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1. Định hướng phát triển chung của Agribank đến năm 2020.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2. Định hướng phát triển của Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc đến năm 2020.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2. Giải pháp hoàn thiện quản trị quan hệ khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1. Thành lập Ban quản trị quan hệ khách hàng	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2. Hoàn thiện cơ sở dữ liệu khách hàng....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3. Triển khai tốt quy trình chăm sóc khách hàng thông qua điện thoại, email tại Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.4. Hoàn thiện hệ thống đánh giá hoạt động quản trị quan hệ khách hàng .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.5. Các giải pháp hỗ trợ khác.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

4.3. Kiến nghị với Agribank.....**Error! Bookmark not defined.**

**KẾT LUẬN** .....Error! Bookmark not defined.

## TÓM TẮT LUẬN VĂN

Thông qua những lý luận, dữ liệu và phân tích của tác giả trong 4 chương của luận văn:

Chương 1: Tổng quan các công trình nghiên cứu về quản trị quan hệ khách hàng.

Chương 2: Cơ sở lý luận về quản trị quan hệ khách hàng (CRM).

Chương 3: Thực trạng quản trị quan hệ khách hàng tại Agribank chi nhánh Vĩnh Phúc.

Chương 4: Giải pháp hoàn thiện quản trị quan hệ khách hàng tại Agribank chi nhánh Vĩnh Phúc

Kết hợp với các phương pháp nghiên cứu khoa học: Phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp nghiên cứu định lượng, phương pháp thu thập, phân tích dữ liệu và phương pháp chuyên gia. Tác giả đã thực hiện được mục tiêu đề ra, đánh giá toàn bộ quá trình tổ chức hoạt động quản trị quan hệ khách hàng của ngân hàng Agribank nói chung và Agribank chi nhánh Vĩnh Phúc nói riêng. Qua phân tích thực trạng về quá trình phát triển quan hệ khách hàng như: Xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng, phân tích cơ sở dữ liệu khách hàng, công tác lựa chọn khách hàng mục tiêu, các công cụ chính sách hướng tới khách hàng mục tiêu, các chương trình chăm sóc khách hàng. Trên cơ sở phân tích đánh giá tình hình, luận văn đã đánh giá thành công hoạt động quản trị quan hệ khách hàng của Agribank chi nhánh Vĩnh Phúc, từ đó nhận ra những tồn tại cần khắc phục. Luận văn cũng rút ra những nguyên nhân tồn tại quản trị quan hệ khách hàng Agribank chi nhánh Vĩnh Phúc, gồm những nguyên nhân từ chính ngân hàng và những nguyên nhân khác. Những nguyên nhân này là cơ sở quan trọng để đưa ra các giải pháp, kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả quản trị quan hệ khách hàng Agribank chi nhánh Vĩnh Phúc, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Trong thời đại hội nhập và cạnh tranh gay gắt như hiện nay, mọi ngân hàng thương mại đều ý thức được sự tồn tại và phát triển của mình phụ thuộc vào khách hàng, bởi có khách hàng là xương sống để phát triển của mỗi ngân hàng nói chung



và có được sự phát triển bền vững hay không phụ thuộc vào sự thoả mãn của khách hàng, và có duy trì được lòng trung thành của họ không? Việc xây dựng mối quan hệ khách hàng sẽ giúp Agribank chi nhánh Vĩnh Phúc chăm sóc khách hàng tốt hơn và gia tăng lòng trung thành, duy trì mối quan hệ bền vững thoả mãn tối đa nhu cầu của khách hàng với ngân hàng, giảm chi phí, tăng hiệu quả kinh doanh và góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh. Quản trị quan hệ khách hàng không chỉ đem lại lợi ích cho ngân hàng mà còn đem lại lợi ích cho khách hàng vì khách hàng và sự thoả mãn là mục tiêu của CRM nhắm tới. Qua CRM kho dữ liệu của ngân hàng về khách hàng được cập nhật, qua đó ngân hàng có thể nắm bắt được tất cả những thay đổi nhỏ nhất về thị hiếu, thói quen của khách hàng. Từ đó các chính sách, chiến lược kinh doanh của Agribank chi nhánh Vĩnh Phúc sẽ điều chỉnh cho phù hợp .

# PHẦN MỞ ĐẦU

## 1. Tính cấp thiết của luận văn

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc (Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc) là chi nhánh thành viên của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank), nơi mà trong suốt những năm qua đã luôn sát cánh, “chia ngọt sẻ bùi” cùng bà con nông dân phát triển nông nghiệp, vì sự nghiệp xanh của đất nước, với nhiều giải pháp đổi mới hoạt động. Agribank Chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc đã đạt được kết quả cao ở một số chỉ nhiều như : Quy mô kinh doanh liên tục tăng cao thể hiện ở tăng trưởng dư nợ và nguồn vốn, tỷ lệ nợ xấu giảm, đối tượng đầu tư được mở rộng, góp phần đáng kể thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và sự nghiệp công nghiệp hoá hiện đại hoá nông nghiệp nông thôn và xoá đói giảm nghèo, đời sống nông dân ngày càng được nâng lên, bộ mặt nông thôn mới ngày càng khởi sắc.

Tuy nhiên, kết quả kinh doanh của chi nhánh đã đạt được trong thời gian qua vẫn chưa thực sự tương xứng với tiềm năng sẵn có về vốn, về mạng lưới, về lao động và đặc biệt với một khối lượng khách hàng khổng lồ đang giao dịch tại chi nhánh. Nguyên nhân chính là do Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc chỉ tập trung tăng trưởng theo chiều rộng, chưa định hướng tăng trưởng theo chiều sâu dẫn đến quy mô có tăng trưởng nhưng hiệu quả không cao và khó giữ chân được một số khách hàng có giá trị lớn. Ngoài ra, với những khách hàng hiện tại thì chi nhánh còn chưa đi sâu vào tìm hiểu, nghiên cứu khai thác bán chéo tối đa các sản phẩm dịch vụ của mình cho 1 đối tượng khách hàng dẫn đến mỗi khách hàng thường mới chỉ sử dụng 1 đến 2 sản phẩm dịch vụ trong rất nhiều sản phẩm dịch vụ mà chi nhánh có thể cung cấp.

Vì vậy, chi nhánh đã và đang triển khai quản trị quan hệ khách hàng (CRM) như một giải pháp hữu hiệu nhằm phát triển và duy trì những mối quan hệ khách hàng có giá trị cũng như có thể hiểu sâu những nhu cầu khách hàng hiện tại để từ đó khai thác bán chéo các sản phẩm dịch vụ của mình. Thực tế triển khai quản trị quan hệ khách hàng tại Agribank Chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc còn chưa được quan tâm đúng mức đến việc xây dựng một hệ thống CRM hoàn chỉnh. Việc thiết lập các mục tiêu về CRM phần lớn mang

tính mơ hồ, không rõ ràng. Các yêu cầu về dữ liệu khách hàng thì thiếu rất nhiều và không thống nhất. Trong khi đó, CRM cần nhiều hơn rất nhiều các thông tin này để củng cố mối quan hệ với khách hàng. Với lý do đó nên tôi chọn đề tài “Hoàn thiện quản trị quan hệ khách hàng tại Agribank Chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc” làm luận văn thạc sỹ.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

Mục tiêu nghiên cứu của luận văn là vận dụng lý luận về CRM để phân tích, đánh giá thực trạng quản trị quan hệ khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc từ đó xác định những mặt đã làm được, những mặt còn hạn chế và nguyên nhân tồn tại. Trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp hoàn thiện CRM tại đơn vị.

Để thực hiện mục tiêu đó, tác giả sẽ nghiên cứu một số nội dung sau:

**Thứ nhất**, hệ thống hóa những vấn đề lý thuyết về CRM.

**Thứ hai**, phân tích đánh giá thực trạng CRM tại Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc, xác định những vấn đề đặt ra cần nghiên cứu giải quyết.

**Thứ ba**, đề xuất giải pháp hoàn thiện CRM góp phần phục vụ tốt hơn nhu cầu khách hàng, qua đó góp phần thu hút khách hàng, mở rộng thị phần, nâng cao hình ảnh và khả năng cạnh tranh của ngân hàng.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

### **3.1. Đối tượng nghiên cứu:**

Đối tượng nghiên cứu của luận văn là hoạt động quản trị quan hệ khách hàng nói chung và tại Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc nói riêng.

### **3.2. Phạm vi nghiên cứu:**

Phạm vi không gian: Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc.

Phạm vi thời gian: Nghiên cứu thực trạng giai đoạn từ 2012 –2016 và đề xuất giải pháp cho giai đoạn từ 2017 về sau.

## **4. Phương pháp nghiên cứu**

Luận văn sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp nghiên cứu định lượng, phương pháp thu thập, phân tích dữ liệu và phương pháp chuyên gia.

Đầu tiên, đối với phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp nghiên cứu định lượng:

Bước 1: Nghiên cứu lý thuyết về quản trị quan hệ khách hàng qua sách chuyên khảo, giáo trình, các tạp chí, các kết quả nghiên cứu liên quan đã được công bố.

Bước 2: Nghiên cứu và mô tả thực trạng hoạt động quản trị quan hệ khách hàng bằng cách phỏng vấn trực tiếp ban lãnh đạo, cán bộ quản lý và nhân viên có liên quan như phòng Dịch vụ & Marketing, phòng Kế hoạch nguồn vốn, phòng Kế hoạch kinh doanh... cũng như phỏng vấn khách hàng trên địa bàn đã, đang và có thể sẽ giao dịch với Agribank Chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc. Phân tích số liệu cụ thể từ các báo cáo tổng kết kinh doanh, bảng cân đối kế toán, đề án kinh doanh và các tài liệu có liên quan khác.

Bước 3: Từ những kết quả nghiên cứu trên, tác giả sẽ đánh giá, phân tích thực trạng về công tác quản trị quan hệ khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc và đề xuất một số giải pháp hoàn thiện.

Tiếp theo là phương pháp thu thập, phân tích dữ liệu bao gồm việc thu thập các dữ liệu sơ cấp và các dữ liệu thứ cấp.

Thu thập dữ liệu thứ cấp: Các thông tin, số liệu thu thập của các bài viết, các chuyên đề, các đề án, kế hoạch kinh doanh liên quan đến hoạt động quản trị quan hệ khách hàng ... Số liệu và thông tin chính xác nhất về nội dung liên quan đến Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc như: Giới thiệu về đơn vị, bộ máy tổ chức, kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị...

Thu thập dữ liệu sơ cấp: Thu thập được thông qua việc phát phiếu điều tra, cụ thể:

+ Đối tượng điều tra: Ban lãnh đạo, cán bộ quản lý và nhân viên có liên quan đến hoạt động quản trị quan hệ khách hàng như phòng Dịch vụ & Marketing, phòng Kế hoạch nguồn vốn bằng phỏng vấn trực tiếp; Điều tra khách hàng hiện đang giao dịch với Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc, khách hàng của đối thủ cạnh tranh, khách hàng tiềm ẩn bằng bảng câu hỏi được thực hiện bằng hai phương thức là: Phỏng vấn trực tiếp, gửi email.

+ Mẫu điều tra: 20 khách hàng doanh nghiệp, 100 khách hàng cá nhân trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc.

Phân tích dữ liệu: Tất cả các thông tin sau khi thu thập sẽ được tổng hợp, phân tích kết hợp giữa lý thuyết và thực tiễn. Công cụ tổng hợp, phân tích là Microsoft Excel.

Thông qua kết quả thu thập thông tin và nghiên cứu các tài liệu, tác giả sẽ tham khảo ý kiến của Lãnh đạo ngân hàng, các phòng ban để có cái nhìn tổng quát, khách quan. Bằng phương pháp này, luận văn có được các kiến nghị, đề xuất mang tính khả thi, sát với thực tế.

Trên cơ sở các phương pháp nghiên cứu trên kết hợp với phương pháp chuyên gia xuyên suốt luận văn, các vấn đề liên quan đến công tác quản trị quan hệ khách hàng nói chung và tại Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc nói riêng sẽ được làm sáng tỏ. Từ đó đưa ra ý kiến mang tính định hướng và kiến nghị một số giải pháp chủ yếu, nhằm hoàn thiện quản trị quan hệ khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc.

### **5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận văn**

Ý nghĩa khoa học: Luận văn đi sâu tìm hiểu để phát hiện thêm những nhân tố đặc thù ảnh hưởng đến hoạt động quản trị quan hệ khách hàng mà những bài viết khác chưa đề cập tới.

Ý nghĩa thực tiễn: Kết quả nghiên cứu của luận văn sẽ giúp Ban lãnh đạo và lãnh đạo các phòng ban liên quan đến quan hệ khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc có cái nhìn toàn diện hơn về những hạn chế trong hoạt động quản trị quan hệ khách hàng của đơn vị mình. Từ đó có những chiến lược, chính sách hợp lý nhằm hoàn thiện hơn hoạt động quản trị quan hệ khách hàng.