



Tầm quan trọng của dịch vụ khách hàng đối với hiệu quả bán hàng

Chương 1

Người bán trên Amazon cần giải quyết tất cả các vấn đề tư vấn và hỗ trợ từ khách hàng trên khắp thế giới về hàng hóa và dịch vụ ở một mức độ nhất định. Amazon hy vọng những kinh nghiệm dưới đây có thể hỗ trợ mọi người bán và nâng cao trải nghiệm dịch vụ chăm sóc khách hàng trên mọi phương diện.

1. Các chỉ số dịch vụ khách hàng ảnh hưởng đến hiệu quả bán hàng của người bán

Amazon sử dụng nhiều chỉ số để đánh giá mức độ hiệu quả trong các câu trả lời của người bán đối với câu hỏi của khách hàng. Người bán cần cố gắng đạt được càng nhiều chỉ số để đảm bảo khách hàng có trải nghiệm tốt hơn. Thông qua kiến thức trong chương này, bạn có thể hiểu tầm ảnh hưởng của các chỉ số đến hiệu quả bán hàng và cải thiện hiệu suất của tài khoản bằng cách nâng cao kỹ năng chăm sóc khách hàng.

1.1	<u>Cải thiện hiệu quả và chỉ số của dịch vụ khách hàng</u>	3
1.2	<u>Định nghĩa về tỷ lệ sai sót của đơn hàng</u>	4
1.3	<u>Định nghĩa về tỷ lệ không hài lòng khi trả lại hàng</u>	7
1.4	<u>Định nghĩa về tỷ lệ liên hệ đặt hàng trung bình</u>	9
1.5	<u>Định nghĩa về chấm điểm dịch vụ khách hàng</u>	10

Tài liệu này gồm 5 chương. Nếu muốn học những chương khác, vui lòng tham khảo hướng dẫn tìm bài học trên [Trang đọc liên quan](#) và tìm tài liệu bạn muốn học.

1.1 Cải thiện hiệu quả và chỉ số của dịch vụ khách hàng

Lịch sử số liệu chứng minh rằng sau khi người bán nâng cao kỹ năng chăm sóc khách hàng, họ sẽ cải thiện được hiệu quả bán hàng trên tài khoản của mình. Vui lòng tham khảo số liệu¹ sau:



Tỷ lệ đổi trả hàng
Giảm **49%**



Tỷ lệ đánh giá kém về trang
Giảm **35%**



Chấm điểm dịch vụ khách hàng
Tăng **30%**



Tỷ lệ bồi thường khách hàng
Giảm **85%**



Do hiệu quả bán hàng của tài khoản kém dẫn đến kéo dài thời gian tạm ngưng tài khoản
Giảm ít nhất **8 ngày**

Amazon sử dụng nhiều chỉ số để đánh giá mức độ hiệu quả các câu trả lời của người bán đối với câu hỏi của người mua. Các chỉ số dịch vụ khách hàng chính ảnh hưởng đến hiệu quả bán hàng của là:



Tỷ lệ sai sót của đơn hàng
Order Defect Rate
viết tắt là ODR



Tỷ lệ không hài lòng khi trả lại hàng
Return Defect Rate
viết tắt là RDR



Tỷ lệ liên hệ đặt hàng trung bình
Contact Per Unit
Sau đây viết tắt là CPU

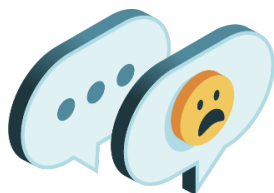


Chấm điểm dịch vụ khách hàng
Customer Service Rate
Sau đây viết tắt là CSR

1. Nguồn dữ liệu: Số liệu thống kê tổng hợp trên nền tảng của người bán năm 2020, tất cả số liệu chỉ mang tính chất tham khảo và không phải là kết quả thực tế mang tính cam kết và dự đoán.

1.2 Định nghĩa về tỷ lệ sai sót của đơn hàng

Tỷ lệ sai sót của đơn hàng (Order Defect Rate) là chỉ số chính để đo lường liệu người bán có thể cung cấp cho người mua trải nghiệm mua sắm tốt hay không và cũng là chỉ số quan trọng nhất. Tỷ lệ sai sót của đơn đặt hàng đề cập cụ thể đến tỷ lệ phần trăm của tất cả các đơn đặt hàng có một hoặc nhiều lỗi trong khoảng thời gian 60 ngày chỉ định trên tổng số đơn đặt hàng. Bạn có thể kiểm tra ngay tỷ lệ sai sót của đơn đặt hàng trong tài khoản ở Seller Central của người bán. Các đơn đặt hàng bị lỗi thường đề cập đến ba vấn đề sau:



Lỗi 1: Phản hồi tiêu cực

Phản hồi tiêu cực, Negative Feedback, gọi tắt là NFR. Tỷ lệ phản hồi tiêu cực (được thể hiện dưới dạng phần trăm) cho biết tỷ lệ phản hồi tiêu cực nhận được từ khách hàng trong một khoảng thời gian.

Nguyên nhân xuất hiện:

Nguyên nhân gây ra phản hồi tiêu cực có thể bao gồm các yếu tố như chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ khách hàng, tốc độ giao hàng; người mua có thể đưa ra đánh giá thấp nhất là một sao và cao nhất là năm sao dựa trên trải nghiệm mua hàng, trong đó một sao và hai sao được coi là phản hồi tiêu cực.

Cách tính toán:

Số lượng đơn hàng có phản hồi tiêu cực trong kỳ/ tổng số đơn hàng trong kỳ



Lỗi 2: Khiếu nại từ A-Z trên Amazon Mall

Khiếu nại từ A-Z trên Amazon, tức là A-Z Claim. Nếu người mua không hài lòng với đơn hàng, người bán có thể thương lượng trực tiếp với họ để giải quyết, nhưng nếu không đạt được thỏa thuận, Amazon cho phép người mua gửi khiếu nại theo chính sách đảm bảo giao dịch tại Marketplace.

Các loại khiếu nại ảnh hưởng đến tỷ lệ sai sót của đơn đặt hàng:

Nếu sau khi điều tra, Amazon có thể chấp thuận khiếu nại, số tiền khiếu nại sẽ được khấu trừ vào tài khoản của bạn và khoản khấu trừ tương ứng sẽ được phản ánh trong trạng thái tài khoản hoặc trong tỷ lệ sai sót đơn đặt hàng của bạn. Các loại khiếu nại sau sẽ ảnh hưởng đến tỷ lệ sai sót của đơn đặt hàng:

- Khiếu nại đã được chấp thuận và khấu trừ vào tài khoản của bạn;
- Sau khi khiếu nại được gửi đi, bạn đã cung cấp hoàn tiền khiếu nại;
- Khiếu nại do bạn hoặc Amazon hủy đơn đặt hàng;
- Khiếu nại đang chờ quyết định xử lý của Amazon.

Cách tính toán:

Số lượng đơn đặt hàng có yêu cầu khiếu nại trong kỳ / tổng số đơn đặt hàng trong kỳ.



Lỗi 3: Bồi hoàn thẻ tín dụng

Tỷ lệ bồi hoàn thẻ tín dụng (được thể hiện dưới dạng tỷ lệ phần trăm), Credit Card Chargeback Rate, bằng số lượng đơn nhận được bồi hoàn thẻ tín dụng chia cho tổng số đơn đặt hàng trong khoảng thời nhất định. Bồi hoàn thẻ tín dụng tương tự như các khiếu nại từ A-Z tại Amazon Marketplace, chỉ là việc xử lý khiếu nại và ra quyết định do nhà phát hành thẻ thực hiện chứ không phải do Amazon.

Loại hình bồi hoàn thẻ tín dụng:

Khi người mua đưa ra tranh cãi về giao dịch mua hàng bằng ghi nợ thẻ tín dụng, Amazon gọi đây là yêu cầu bồi hoàn thẻ tín dụng và chia thành hai loại, đó là bồi hoàn gian lận và bồi hoàn dịch vụ:

- Bồi hoàn gian lận thẻ tín dụng: Có nghĩa là người mua tuyên bố rằng họ hoàn toàn chưa mua sản phẩm. Những loại khiếu nại này thường liên quan đến những người mua gian lận, sử dụng thẻ tín dụng ăn cắp. Khi tính toán ODR, Amazon sẽ không xem xét bồi hoàn thẻ tín dụng của giao dịch gian lận;
- Bồi hoàn dịch vụ thẻ tín dụng: chỉ việc người mua xác nhận đã mua sản phẩm, nhưng phản ánh với nhà phát hành thẻ tín dụng rằng mình đã gặp sự cố.

Cách tính toán:

Số đơn đặt hàng nhận được bồi hoàn thẻ tín dụng trong kỳ/ Tổng số đơn đặt hàng trong kỳ.

Bài tập tính toán - Tỷ lệ sai sót của đơn hàng là bao nhiêu?



Giả sử người bán đã bán được 100 đơn đặt hàng trong tháng này; trong đó, đơn đặt hàng A có đánh giá kém, đơn đặt hàng B có khiếu nại từ A-Z và bồi hoàn thẻ tín dụng và đơn đặt hàng C đồng thời có đánh giá kém, khiếu nại giao từ A-Z và bồi hoàn thẻ tín dụng, số lần sai sót đơn đặt hàng lần này được tính là bao nhiêu?

Gợi ý: Khi tính toán tỷ lệ sai sót của đơn đặt hàng, cùng một đơn hàng có thể gặp nhiều hơn một chỉ số tiêu cực, chỉ tính một lần sai sót chứ không tính chồng chéo nhiều lần.

Phân tích: Trong cùng một đơn đặt hàng, một trong số các lỗi đánh giá kém, khiếu nại từ A-Z và bồi hoàn thẻ tín dụng hoặc phát sinh toàn bộ các lỗi trên đều tính là một lần đơn hàng sai sót. Lúc này, tỷ lệ sai sót đơn hàng của shop là: $3/100 * 100\% = 3$

Trả lời: Sai sót đơn hàng được tính là 3 lần.



Chú ý

Theo chính sách của Amazon, người bán nên duy trì ODR **dưới 1%** mới có thể bán sản phẩm trên Amazon. ODR cao **hơn 1%** có thể dẫn đến việc tạm ngưng tài khoản.

1.3 Định nghĩa về tỷ lệ không hài lòng khi trả lại hàng

Tỷ lệ không hài lòng khi trả lại hàng (Return Defect Rate) là thước đo mức độ hài lòng của khách hàng với trải nghiệm trả lại hàng. Khi yêu cầu trả hàng có phản hồi tiêu cực của người mua (tỷ lệ phản hồi tiêu cực), không nhận được câu trả lời trong vòng 48 giờ (tỷ lệ phản hồi chậm) hoặc bị từ chối sai (tỷ lệ từ chối không hợp lệ), có nghĩa là phát sinh trải nghiệm trả lại hàng tiêu cực. Tỷ lệ không hài lòng khi trả lại hàng là phần trăm của các yêu cầu tiêu cực trên tổng số yêu cầu trả lại hàng. Tỷ lệ không hài lòng khi trả lại hàng (RDR) bao gồm ba phần:



1. Tỷ lệ phản hồi trả lại hàng tiêu cực

Tỷ lệ phản hồi trả lại hàng tiêu cực đề cập đến tỷ lệ phần trăm yêu cầu trả lại hợp lệ nhận được trên phản hồi tiêu cực của người mua. Đối với mỗi yêu cầu trả lại, Amazon sẽ hỏi người mua xem liệu người bán đã giải quyết vấn đề trả lại hàng của họ chưa. Nếu người mua cho biết rằng vấn đề trả lại hàng của họ vẫn chưa được giải quyết, vậy Amazon sẽ coi yêu cầu trả lại hàng có phản hồi tiêu cực.

Cách tính toán:

Số lượng yêu cầu trả lại hàng chưa được giải quyết / số lượng yêu cầu trả lại hàng.



2. Tỷ lệ phản hồi chậm trễ

Tỷ lệ phản hồi chậm trễ là tỷ lệ phần trăm yêu cầu trả lại hàng hợp lệ mà bạn không phê duyệt trả hàng, hoàn lại tiền hoặc đóng yêu cầu trong vòng 48 giờ kể từ khi tiếp nhận.

Cách tính toán:

Số lượng yêu cầu chưa được xử lý vượt quá 48 giờ / số lượng yêu cầu hợp lệ.



3. Tỷ lệ từ chối không hợp lệ

Tỷ lệ từ chối không hợp lệ đề cập đến tỷ lệ phần trăm yêu cầu trả lại hàng tuân thủ chính sách trả lại nhưng bị từ chối sai. Nếu việc trả lại hàng đáp ứng đủ các yêu cầu chính sách, người bán nên hoàn lại toàn bộ tiền cho người mua, chấp thuận yêu cầu hoặc giải quyết vấn đề của họ để đảm bảo rằng họ không còn muốn trả lại sản phẩm. Nếu không đạt được bất kỳ tiêu chuẩn nào trong đó, Amazon sẽ coi việc trả lại hàng là từ chối sai.

Cách tính toán:

Số lượng yêu cầu trả lại hàng hợp lệ bị từ chối sai / số lượng yêu cầu trả lại hàng.

Bài tập tính toán-Tỷ lệ không hài lòng khi trả lại hàng là bao nhiêu?



Giả sử một cửa hàng đã phát sinh tổng cộng 30 yêu cầu trả lại hàng trong tháng trước, trong đó có 2 yêu cầu trả lại hàng với phản hồi tiêu cực của người mua do vấn đề chất lượng sản phẩm, 2 yêu cầu trả lại hàng không được phản hồi hoặc xử lý hiệu quả trong vòng 48 giờ. Vậy tỷ lệ không hài lòng khi trả lại hàng tại thời điểm này là bao nhiêu?

Phân tích: $(2 + 2) / 30 * 100\% = 13,3\%$

Trả lời: Tỷ lệ không hài lòng khi trả lại hàng là 13,3%



Chú ý: Chính sách của Amazon quy định rằng người bán nên duy trì tỷ lệ không hài lòng khi trả lại hàng (RDR) dưới **10%**. Hiện tại, Amazon sẽ không áp dụng hình phạt đối với những người bán không đáp ứng được mục tiêu hiệu quả bán hàng này, nhưng những người mua có vấn đề chưa được giải quyết có nhiều khả năng gửi phản hồi tiêu cực và gửi khiếu nại từ A-Z lên trung tâm thương mại Amazon.



1.4 Định nghĩa về tỷ lệ liên hệ đặt hàng trung bình

Tỷ lệ liên hệ đặt hàng trung bình (Contact Per Unit) là một chỉ số đo lường trải nghiệm mua hàng tổng quát của người mua, đề cập đến tỷ lệ liên hệ với dịch vụ khách hàng trong mỗi 100 sản phẩm tự hoàn thiện đơn hàng trong tháng đó. Trong quá trình trải nghiệm mua sắm, khách hàng liên hệ ít càng tốt, liên hệ quá nhiều cho thấy có vấn đề rõ ràng trong dịch vụ hậu mãi.



Bài tập tính toán - Tỷ lệ liên hệ đặt hàng trung bình là bao nhiêu?



Giả sử một cửa hàng đã bán được tổng cộng 417 mặt hàng vào tháng trước, trong đó khách hàng đã liên hệ với bộ phận chăm sóc khách hàng 13 lần do các vấn đề về sản phẩm. Tỷ lệ liên hệ đặt hàng trung bình tại thời điểm này là bao nhiêu?

Phân tích: $13/417 * 100\% = 3,12\%$

Trả lời: Tỷ lệ liên hệ đặt hàng trung bình là 3,12%



1.5 Định nghĩa về chấm điểm dịch vụ khách hàng

Chấm điểm dịch vụ khách hàng (Customer Service Rate) là chỉ số mức độ hài lòng trung bình của người mua qua việc trả lời câu hỏi của người bán trong phiếu điều tra "Điều này có giải quyết được vấn đề của bạn không?" Để điều tra và thu thập phản hồi từ người mua, họ cần đưa ra lựa chọn giữa "Có" và "Không", việc chọn "Có" được tính là một lần đánh giá hài lòng, "Không" là đánh giá không hài lòng. Chấm điểm dịch vụ khách hàng sẽ thu thập phản hồi của người mua trong vòng bốn tuần và tiến hành thống kê, cập nhật điểm mỗi tuần một lần. Phương pháp tính điểm dịch vụ khách hàng là số câu trả lời hài lòng / tổng số câu trả lời * 10, 8 điểm là điểm dịch vụ khách hàng thấp nhất mà Amazon kiến nghị người bán nên duy trì.



Bài tập tính toán - Điểm dịch vụ khách hàng là bao nhiêu?



Giả sử điểm dịch vụ khách hàng của tuần ngày 9 tháng 1 năm 2021 được tính dựa trên phản hồi nhận được trong bốn tuần từ ngày 13 tháng 12 năm 2020 đến ngày 9 tháng 1 năm 2021. Trong khoảng thời gian này, nhận được tổng số 37 câu trả lời "có" và 4 câu trả lời "không". Điểm dịch vụ khách hàng tại thời điểm này là bao nhiêu?

Phân tích: $(37/37 + 4) * 10 = 9,02$
Trả lời: Điểm dịch vụ khách hàng là 9,02



Chú ý

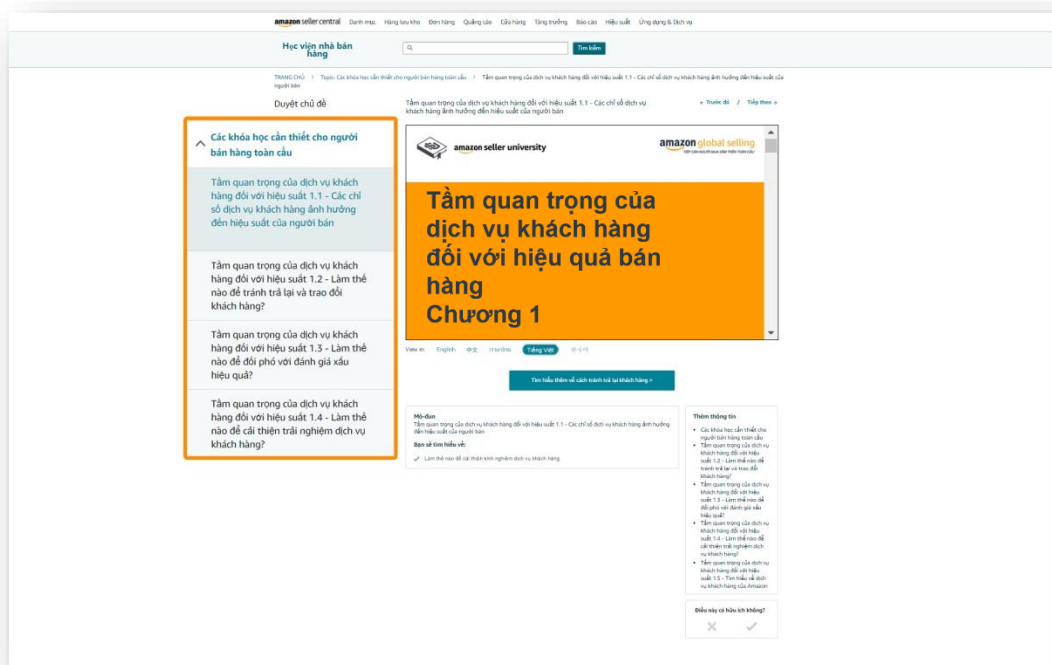
Các chỉ số quan trọng này sẽ xuyên suốt tất cả nội dung của chương. Hãy chú ý tác dụng mà các chỉ số ấy phát huy trong từng chủ đề khác nhau, nội dung tiếp theo sẽ đi sâu vào các vấn đề thực tế, bắt đầu từ một trong những vấn đề khó khăn ----- vấn đề đổi trả hàng trong dịch vụ khách hàng.

Tài liệu liên quan

Tầm quan trọng của dịch vụ khách hàng đối với hiệu quả bán hàng

- Các chỉ số dịch vụ khách hàng ảnh hưởng đến hiệu quả bán hàng của người bán
- Làm thế nào để tránh khách hàng đổi trả hàng?
- Làm thế nào để xử lý hiệu quả đánh giá không tốt?
- Làm thế nào để nâng cao trải nghiệm dịch vụ khách hàng?
- Hiểu về Dịch vụ khách hàng của Amazon (CSBA)


Cách thức tìm kiếm bài học: Amazon Seller Central > Hiệu suất > Học viện nhà bán hàng > Tìm kiếm tên bài học
Link dẫn: Học viện nhà bán hàng [Marketplace Bắc Mỹ](#), [Marketplace Châu Âu](#), [Marketplace Nhật Bản](#)



Tìm hiểu thêm về các nội dung liên quan đến dịch vụ khách hàng của Amazon:

- Làm thế nào để xử lý thỏa đáng vấn đề đổi trả hàng của khách hàng? Tìm kiếm "Làm thế nào để tránh khách hàng đổi trả hàng"
- Bạn muốn tìm hiểu thêm về "Đánh giá trên Amazon" và "Phản hồi trên Amazon"? Tìm kiếm "Làm thế nào xử lý hiệu quả các đánh giá tiêu cực"
- Bạn muốn học thêm các kỹ năng để nâng cao trải nghiệm khách hàng và hiệu quả kinh doanh? Tìm kiếm "Làm thế nào nâng cao trải nghiệm dịch vụ khách hàng"
- Làm thế nào để sử dụng dịch vụ khách hàng của Amazon để cải thiện cửa hàng một cách toàn diện? Tìm kiếm "Tìm hiểu dịch vụ khách hàng trên Amazon (CSBA)"

Phản hồi sau khi học

Nếu bạn cảm thấy nội dung liên quan là hữu ích, vui lòng đánh dấu "  " ở góc dưới bên phải của trang để cung cấp phản hồi cho chúng tôi, xin chân thành cảm ơn!

