

Tầm quan trọng của dịch vụ khách hàng đối với hiệu suất bán hàng – Làm sao để giảm thiểu đổi trả sản phẩm?

Cách xử lý tốt khi khách hàng muốn đổi trả sản phẩm

2

Cách xử lý sai khi khách hàng muốn đổi trả sản phẩm

6

2.1 Cách xử lý tốt khi khách hàng muốn đổi trả sản phẩm

Tình huống 1: Xử lý vấn đề thiếu phụ kiện



1 Hoàn cảnh sự việc

Một ngày nọ, khách hàng mua một bộ định tuyến của người bán A. Sau khi nhận được sản phẩm, khách hàng phát hiện thiếu dây mạng để kết nối. Đồng thời do không có hướng dẫn sử dụng bằng ngôn ngữ bản địa nên khách hàng không thể hiểu rõ cách sử dụng và những điều cần lưu ý.

2 Diễn biến sự việc

Khách hàng liên hệ với người bán. Sau khi xác nhận vấn đề, trước tiên người bán bày tỏ sẵn sàng gửi bù sản phẩm phụ kiện bị thiếu cho khách hàng, mong khách hàng cung cấp hình ảnh sản phẩm mình nhận được nhằm xác nhận món phụ kiện còn thiếu. Về vấn đề hướng dẫn sử dụng bằng tiếng Anh, người bán cần liên hệ với nhà máy và sẽ có câu trả lời muộn nhất trong ngày mai.

Sau đó, khách hàng cung cấp hình ảnh và tỏ ý sẽ chờ câu trả lời. Sau khi kiểm tra hình ảnh, người bán xác nhận rằng phụ kiện mà khách hàng đề cập thật ra là một món quà tặng kèm trên ảnh giới thiệu sản phẩm. Hiện tại, món quà tặng kèm này đã ngừng sản xuất, người bán quên cập nhật hình ảnh của sản phẩm được bày bán. Sau khi xác nhận tình hình thực tế, người bán trả lời khách hàng với nội dung chính như sau:



“

Chúng tôi đã nhận được hình ảnh quý khách cung cấp và xác nhận rằng phụ kiện bị thiếu chính là quà tặng kèm trên ảnh giới thiệu sản phẩm. Hiện tại, món quà tặng kèm này đã ngừng sản xuất, chúng tôi không thể gửi bù phụ kiện này cho quý khách. Nhưng nếu quý khách đồng ý, chúng tôi có thể gửi bù phụ kiện tương tự cho quý khách hoặc hoàn lại một phần tiền xem như lời xin lỗi của chúng tôi. Chúng tôi đã xác nhận được với nhà máy về hướng dẫn sử dụng bằng ngôn ngữ bản địa và gửi cho quý khách, xin quý khách xác nhận lại. Vui lòng liên hệ với chúng tôi khi có thể nếu quý khách có bất kỳ câu hỏi nào về vấn đề sử dụng. Rất xin lỗi đồng thời cảm ơn quý khách đã nhắc nhở chúng tôi kịp thời. Chúng tôi đã sửa lại trang sản phẩm. Rất mong nhận được hồi đáp của quý khách.

”

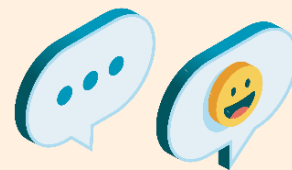


3 Kết quả sự việc

Cuối cùng, khách hàng đã hiểu cho hoàn cảnh của người bán và đồng ý hoàn lại một phần tiền thay vì gửi bù sản phẩm. Khách hàng hài lòng với cả quá trình xử lý.

Tác động đến các chỉ số

Do vấn đề đã được giải quyết ổn thỏa, đương nhiên khách hàng không chọn cách khiếu nại A – Z, giúp giảm tỷ lệ lỗi của đơn hàng (ODR), điểm xếp hạng dịch vụ khách hàng (CSR) cao.



Mẹo:

- Giải thích rõ lý do khi nhờ khách hàng gửi ảnh để phối hợp xác nhận vấn đề, nhằm tránh khách hàng hiểu sai rằng người bán không tin tưởng mình;
- Với những vấn đề không thể giải quyết ngay, hãy hẹn khách hàng thời gian trả lời và giải đáp thay vì để khách hàng chờ đợi mà không có mục đích;
- Khi gặp tình huống bất thường (như: ngừng sản xuất sản phẩm), hãy liên hệ với khách hàng kịp thời để giải thích tình hình, giữ thái độ giao tiếp tốt, đồng thời đưa ra các giải pháp thay thế khác;
- Có thể cung cấp hướng dẫn sử dụng bằng ngôn ngữ bản địa;
- Có kỹ năng dịch vụ khách hàng và kỹ năng ngôn ngữ chuyên nghiệp, diễn đạt rõ ràng và giải thích lý do không đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng.

Tình huống 2: Xử lý vấn đề về chất lượng sản phẩm



1 Hoàn cảnh sự việc

Khách hàng mua tai nghe bluetooth của người bán A. Sau khi sử dụng được 5 tháng, sản phẩm gặp vấn đề về chất lượng, một bên tai nghe bluetooth không nghe thấy tiếng. Khách hàng đã liên hệ với người bán, hỏi xem liệu có thể trả hàng hoàn tiền trong thời hạn bảo hành 1 năm hay không.

2 Diễn biến sự việc

Xác định rõ thời gian và hình thức xử lý tương ứng trên trang chủ của người bán. Sau khi xác nhận được vấn đề của khách hàng thì lập tức phản hồi lại với nội dung chính như sau:



“

Chúng tôi rất xin lỗi về những phiền phức quý khách gặp phải do vấn đề về chất lượng của sản phẩm gây ra. Hiện tại, sản phẩm đã quá thời hạn hoàn trả 30 ngày do Amazon quy định. Chúng tôi rất lấy làm tiếc vì không thể giúp quý khách tiến hành thủ tục trả hàng hoàn tiền cho sản phẩm này. Tuy nhiên, đối với trường hợp của quý khách, chúng tôi xin được đưa ra các phương án sau để quý khách tham khảo:

- 1) Chúng tôi sẵn sàng hoàn lại cho quý khách 30% giá trị sản phẩm làm phí sửa chữa. Quý khách có thể đến cửa hàng sửa chữa thiết bị điện gia dụng gần mình để sửa chữa;
- 2) Nếu không muốn sửa chữa sản phẩm ở gần nơi mình ở, quý khách có thể gửi sản phẩm cho chúng tôi, chúng tôi sẽ hỗ trợ quý khách sửa chữa, phí vận chuyển sẽ do chúng tôi chi trả. Địa điểm sửa chữa của chúng tôi là ở Trung Quốc, có thể sẽ mất thời gian từ 2 đến 3 tuần.

”

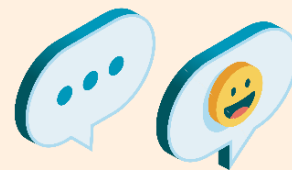


3 Kết quả sự việc

Cuối cùng, khách hàng đã phản hồi lại người bán, hiểu rõ hoàn cảnh không thể trả hàng hoàn tiền. Chấp nhận khoản hoàn tiền 30% giá trị, tự sửa chữa sản phẩm và cảm ơn người bán đã nhanh chóng phản hồi. Cuối cùng, khách hàng đã phản hồi lại người bán, hiểu rõ hoàn cảnh không thể trả hàng hoàn tiền. Chấp nhận khoản hoàn tiền 30% giá trị, tự sửa chữa sản phẩm và cảm ơn người bán đã nhanh chóng phản hồi.

Tác động đến các chỉ số

Yêu cầu trả hàng được giải quyết ổn thỏa, giảm tỷ lệ chấp thuận yêu cầu trả hàng quá 24 giờ, điểm xếp hạng dịch vụ khách hàng (CSR) cao.



Mẹo:

- Trả lời khách hàng kịp thời, xác định rõ thời gian và hình thức xử lý tương ứng trên trang chủ của người bán;
- Khi gặp tình huống bất thường, không thể đáp ứng được yêu cầu cuộc gọi của khách hàng, hãy kịp thời liên hệ với khách hàng, giải thích tình hình và giữ thái độ giao tiếp tốt, đồng thời đưa ra giải pháp thay thế khác;
- Có kỹ năng dịch vụ khách hàng và kỹ năng ngôn ngữ chuyên nghiệp, diễn đạt rõ ràng và giải thích lý do không đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng.

2.2 Cách xử lý sai khi khách hàng muốn đổi trả sản phẩm

Tình huống 1: Xử lý vấn đề hàng hóa hư hỏng

1 Hoàn cảnh sự việc



Khách hàng đã mua sản phẩm của người bán A hai lần. Sau lần mua hàng đầu tiên, khách hàng liên hệ với người bán vì sản phẩm bị hư hỏng. Sau khi xác nhận được vấn đề của khách hàng, người bán trực tiếp hoàn tiền cho khách và báo với khách không cần trả lại sản phẩm. Sau đó, khách hàng lại mua sản phẩm của người bán A lần nữa vì vẫn cần món hàng này, nhưng đến lần thứ hai, sản phẩm nhận được vẫn bị hư hỏng. Vì vậy, khách hàng đã liên hệ lại với người bán.

2 Diễn biến sự việc

Tuy nhiên, phương án phản hồi của người bán lần này lại khác với cách giải quyết trực tiếp hoàn tiền trước đây. Lần này, khách hàng phải gửi ảnh để xác nhận. Dù không muốn hợp tác gửi ảnh lắm nhưng do yêu cầu của người bán nên khách hàng vẫn gửi ảnh để người bán xác nhận. Sau khi xác nhận được hình ảnh, người bán cho rằng sản phẩm gặp hiện tượng hao mòn thông thường trong quá trình xuất xưởng, không ảnh hưởng đến việc sử dụng bình thường của sản phẩm nên từ chối yêu cầu trả hàng hoàn tiền của khách hàng.



3 Kết quả sự việc



Khách hàng hoàn toàn không đồng ý với câu trả lời như vậy và rất không hài lòng về việc người bán đưa ra những giải pháp khác hẳn nhau cho cùng một vấn đề hậu mãi của cùng một sản phẩm. Đồng thời khách hàng viết thẳng toàn bộ quá trình xử lý của người bán A lên phần đánh giá cửa hàng của người bán, tạo nên ảnh hưởng rất xấu đến tỷ lệ lỗi của đơn hàng của người bán.

Tác động đến các chỉ số

Do vấn đề không được xử lý tốt, khách hàng chọn cách để lại phản hồi tiêu cực và đồng thời cũng có thể yêu cầu bồi thường giao dịch, tỷ lệ lỗi của đơn hàng (ODR) tăng lên và điểm xếp hạng dịch vụ khách hàng (CSR) thấp.



Kiến thức trọng tâm

Từ tình huống trên, ta rút ra được những vấn đề cần chú ý cùng kiến thức trọng tâm tương ứng như sau:



Vấn đề:

Trực tiếp hoàn tiền luôn mà không xác nhận mong muốn thực sự của khách hàng (có cần người bán gửi lại sản phẩm khác không).

Kiến thức trọng tâm:

Khi chưa thể chắc chắn về nguyện vọng của khách hàng, ta cần xác nhận lại rồi mới đưa ra hướng giải quyết.



Vấn đề:

Chưa xác nhận mức độ hư hỏng của sản phẩm có ảnh hưởng đến việc sử dụng bình thường không và nguyên nhân hư hỏng là gì.

Kiến thức trọng tâm:

Cần phải hiểu rõ về sản phẩm mình bán. Nếu sản phẩm bị hư hỏng không rõ lý do, bạn có thể cân nhắc tình huống để hỏi khách hàng có thể gửi ảnh xác nhận không, tránh gây thiệt hại lớn hơn về kinh tế.



Vấn đề:

Sau khi khách hàng liên hệ lần hai và xác nhận nguyên nhân hư hỏng qua ảnh, người bán cho rằng đó là hao mòn khi xuất xưởng và thẳng thừng từ chối trả hàng hoàn tiền, đồng thời không đưa ra giải pháp khác.

Kiến thức trọng tâm:

Nếu không đáp ứng được mục đích cuộc gọi của khách hàng, cần cố gắng hết sức để đưa ra giải pháp thay thế khác.



Vấn đề:

Cách xử lý thiếu nhất quán, không chuẩn hóa phương án xử lý.

Kiến thức trọng tâm:

Quy trình cần được chuẩn hóa để tránh sự thiếu nhất quán và gây hiểu lầm cho khách hàng.

Tình huống 2: Xử lý vấn đề trả hàng hoàn tiền tại nước ngoài



1 Hoàn cảnh sự việc

Khách hàng mua sản phẩm của người bán A. Sau khi nhận được hàng, khách hàng phát hiện sản phẩm bị bẩn và nghi ngờ người bán bán quần áo đã qua sử dụng mà không phải đồ mới, nên khách hàng đã liên hệ với người bán A yêu cầu trả hàng hoàn tiền.

2 Diễn biến sự việc

Sau khi xác nhận vấn đề, người bán đã gửi một địa chỉ trả hàng ở Trung Quốc và báo với khách hàng rằng:

“

Có thể trả hàng hoàn tiền nhưng khách hàng phải ứng trước phí vận chuyển. Sau khi nhận được sản phẩm, chúng tôi sẽ kiểm tra. Nếu sản phẩm thực sự có vết bẩn và xác nhận đó là lỗi của mình, chúng tôi chắc chắn sẽ hoàn tiền cho quý khách, bao gồm cả phí vận chuyển. Nếu đó không phải do lỗi của chúng tôi gây nên, chúng tôi không thể chịu phí vận chuyển trả hàng cho quý khách đồng thời sẽ khấu trừ phí vận chuyển giao hàng của chúng tôi trong giá sản phẩm.



”

3 Kết quả sự việc



Khách hàng đã vào trang web chính thức của khu vực tại địa phương và kiểm tra thấy hoàn trả sản phẩm này về Trung Quốc tính ra đô la Mỹ cần 15–20\$. Giá của sản phẩm tính ra đô la Mỹ là 35,5\$. Trong phần đánh giá sản phẩm, khách hàng viết như sau:

“

Phí gửi trả hàng về Trung Quốc quá đắt, trả hàng quá rắc rối, sợ sau khi trả hàng người bán không hoàn lại phí vận chuyển nên rất bất an. Mong mọi người đừng mua.

”



Vốn đánh giá về sản phẩm này của người bán A vốn đã khá ít. Khi tham khảo các bình luận trong lúc mua sản phẩm, khách hàng rất dễ dàng xem được những đánh giá tiêu cực thế này. Rất đáng tiếc, do chưa xử lý thỏa đáng vấn đề trả hàng hoàn tiền của khách hàng khiến doanh số bán hàng của sản phẩm này cũng như tỷ lệ trả hàng do không hài lòng của người bán đều phải chịu ảnh hưởng tiêu cực.

Tác động đến các chỉ số

Khách hàng để lại phản hồi tiêu cực, tỷ lệ lỗi của đơn hàng (ODR) tăng lên và điểm xếp hạng dịch vụ khách hàng (CSR) thấp.



Kiến thức trọng tâm

Từ tình huống trên, ta rút ra được những vấn đề cần chú ý cùng kiến thức trọng tâm tương ứng như sau:



Vấn đề:

Không giải thích lý do khi yêu cầu khách hàng hợp tác (tại sao khách hàng cần ứng trước phí vận chuyển).

Kiến thức trọng tâm:

Khi mong khách hàng hợp tác để tiến hành xác nhận hoặc yêu cầu khách hàng thực hiện một số hành động hỗ trợ, chẳng hạn trong các tình huống như ứng trước phí vận chuyển, ta cần giải thích rõ lý do (ví dụ, hầu hết các kho hàng trả về của người bán có quy định từ chối thanh toán khi nhận hàng, vì vậy khách hàng sẽ cần ứng trước phí vận chuyển).



Vấn đề:

Không giải thích tiêu chí phán đoán căn cứ vào đâu để phán đoán nguyên nhân gây ra vết bẩn và làm thế nào để chứng minh rằng nhận định của người bán là khách quan và công bằng.

Kiến thức trọng tâm:

Phải làm rõ tiêu chí phán đoán, nhìn chung sẽ lựa chọn tin tưởng khách hàng. Trong tình huống gây tranh cãi, có thể hỏi khách hàng có ảnh để xác nhận tình trạng vết bẩn không. Nếu vết bẩn giặt sạch được, ta có thể hỏi khách hàng liệu họ có cân nhắc nhận mức chiết khấu phù hợp và chấp nhận sản phẩm được không. Cần đưa ra phương án thỏa hiệp để giảm thiểu tổn thất trả hàng.



Vấn đề:

Không hiểu rõ quy trình trả hàng hoàn tiền của Amazon. Đối với hàng gửi trả quốc tế, người bán luôn phải chịu phí vận chuyển hàng trả lại, ngay cả khi lỗi thuộc về người mua. Khách hàng không phải chịu phí vận chuyển giao hàng.

Kiến thức trọng tâm:

Cần đọc kỹ và tuân thủ nghiêm ngặt quy trình trả hàng hoàn tiền của Amazon.



Vấn đề:

Không xem xét vấn đề trên góc độ của khách hàng mà hy vọng khách hàng sẽ chịu mọi rủi ro.

Kiến thức trọng tâm:

Công tác dịch vụ khách hàng cần tập trung hàng đầu vào giải quyết vấn đề của khách hàng, không trốn tránh trách nhiệm, không để khách hàng có nỗi lo về sau.

Mẹo:

Đổi trả hàng là vấn đề phổ biến nhất trong các trường hợp khó xử lý mà người bán cần giải quyết mỗi ngày. Đương nhiên không chỉ dừng lại ở việc đổi trả hàng, nếu không xử lý thỏa đáng vấn đề này thì có thể dẫn đến một vấn đề khác khiến người bán đau đầu, đó là xử lý đánh giá tiêu cực. Làm sao để tránh bị đánh giá tiêu cực? Khắc phục thế nào khi có đánh giá tiêu cực? Hãy cùng nhau nghiên cứu nội dung tiếp theo nhé.