

# KỊCH BẢN CSKH DÀNH CHO BẤT ĐỘNG SẢN

Chào các bạn tôi là Nguyễn Văn Tuấn là chuyên viên đào tạo của Getfly CRM. Hôm nay tôi sẽ hướng dẫn cho các bạn tài liệu Getfly CRM dành riêng cho bất động sản thiết lập các kịch bản automation chăm sóc khách hàng một cách chủ động. Với tính năng chăm sóc khách hàng tự động, thay thế cho việc làm thủ công. Các doanh nghiệp đã dần được cải thiện được hoạt động kinh doanh: giảm chi phí, tiết kiệm thời gian, nhanh chóng, nâng cao sự nhận diện thương hiệu. Với những lợi ích đó, doanh nghiệp sẽ có rất nhiều thời gian tập trung cho việc quan trọng hơn. Nâng cao doanh thu, cũng như giảm bớt sức lao động của con người. Chăm sóc khách hàng tự động là 1 phần trong chiến dịch Marketing Online.

Chăm sóc khách hàng bằng việc automation email, sms được cài đặt tự động. Bạn tự soạn nội dung để phù hợp với từng thời điểm từng, sự kiện như: Mừng sinh nhật khách hàng, tri ân khách hàng, khuyến mại, ra mắt sản phẩm mới, ... Ngoài ra còn giúp bạn xem được khách hàng đã xem chưa, có click vào link website không, đã nhận được tin nhắn chưa. Qua đó loại bỏ những email, số điện thoại ảo, không hợp lệ. Bạn có thể sử dụng tính năng cài đặt thời gian để gửi tin nhắn. Tính toán sao cho thời gian gửi phù hợp, khung giờ nào, mỗi tuần gửi bao nhiêu lần. Tránh việc spam, gửi nhiều tin nhắn trong 1 ngày, gửi lúc đêm, hay lặp đi lặp lại nội dung... Sẽ không đem lại hiệu quả, ngược lại còn khiến khách hàng khó chịu và có thể xóa sổ doanh nghiệp mãi mãi. Trước khi bắt đầu tôi muốn chia sẻ về những nội dung của tài liệu này này đó là:

## **NỘI DUNG KHÓA HỌC**

### **QUẢN LÝ VÀ CSKH**

1. Automation dành cho quy trình Lịch hẹn với khách hàng
2. Automation dành cho quy trình Sales trực tiếp (Dùng khi sales đi offline có cardvisite mang về)
3. Automation dành cho khách hàng khi có dự án mới
4. Automation chăm sóc khách hàng 365 ngày

Video này sẽ phù hợp với bộ phận marketing hoặc bộ phận quản lý

Sau đây tôi sẽ trình bày chi tiết hơn làm sao để áp dụng những kịch bản cskh của Getfly vào doanh nghiệp để vận hành quy trình Automation mang lại hiệu quả cao hơn trong sự phát triển của doanh nghiệp, cũng giống như những phần mềm khác, bạn càng sử dụng Getfly CRM nhiều, cơ hội nó mang đến cho công việc kinh doanh của bạn sẽ càng lớn.

Trước khi đi vào hướng dẫn chi tiết tôi xin đi qua:

**Marketing Automation** là tính năng ưu việt của Getfly CRM giúp bạn thiết lập ra các kịch bản tự động để chăm sóc khách hàng cũng như ứng viên trước, trong và sau khi phỏng vấn. Hơn thế nữa, bạn còn có thể tạo ra nhiều quy trình làm việc tự động và chăm sóc ứng viên tốt hơn, làm việc tự động và hiệu quả hơn Marketing Automation hoạt động theo điều kiện và hành động, nếu có 1 hành động xảy ra trên hệ thống mà đáp ứng điều kiện mà bạn đã thiết lập thì nó sẽ xảy ra hệ quả mà bạn đã cài đặt sẵn. Và kéo thả dễ dàng.

Để chi tiết hơn, tôi sẽ đi chi tiết từng phần và có những kịch bản automation cụ thể hơn:





















Điều kiện để khởi động một quy trình Automation bao gồm phần sau:

Trong Getfly CRM để khởi động một quy trình tự động hóa marketing thì hành động khởi đầu có thể bao gồm một trong những thao tác sau:

Điều kiện để hệ quả xảy ra:

### Điều kiện

Theo hành động

 Gửi email cho khách ...	 KH đọc email
 Người đọc click link tr...	 KH lần đầu vào CRM
 Chỉnh sửa thông tin KH	 Thay đổi mối quan hệ
 Giới thiệu khách hàng	 Thay đổi điểm, tiền thu...
 Tạo mới công việc	 Hoàn thành công việc
 Hủy công việc	 KH được đưa vào mô...
 Cập nhật trạng thái c...	 Cơ hội thành công
 Cơ hội thất bại	 Tạo mới đơn hàng
 Duyệt đơn hàng	 Hủy đơn hàng
 Thanh toán đơn hàng	 Tạo phiếu tiếp nhận b...

### Thêm điều kiện

 Khách hàng đọc e...	 Khách hàng click l...
 Phân nhóm khác...	 Chờ

Theo thời gian

 Sinh nhật khách h...	 Sinh nhật người li...
 Sinh nhật nhân viên	 Không có sự kiện ...

Hành động sẽ xảy ra



*Chú ý: Đây là phần tự động nên khi có một hành động thỏa mãn điều kiện đặt ra thì hệ thống sẽ tự động chạy theo kịch bản mà bạn đã thiết lập. Nên khi tạo automation bạn chú ý điều kiện.*

## II. CÁCH THỰC HIỆN

### 1. Automation dành cho quy trình Lịch hẹn với khách hàng Mục tiêu:

- Nhắc nhở lịch hẹn nhân viên và khách hàng tự động, tránh quên lịch.
- Cá nhân hóa doanh nghiệp trong mắt khách hàng.

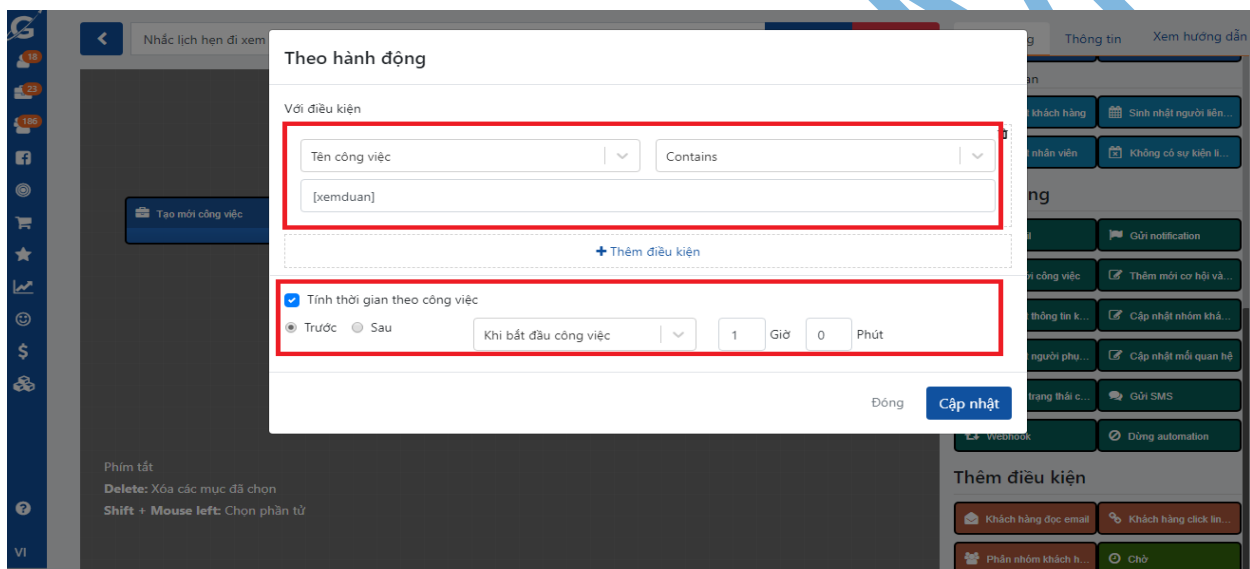
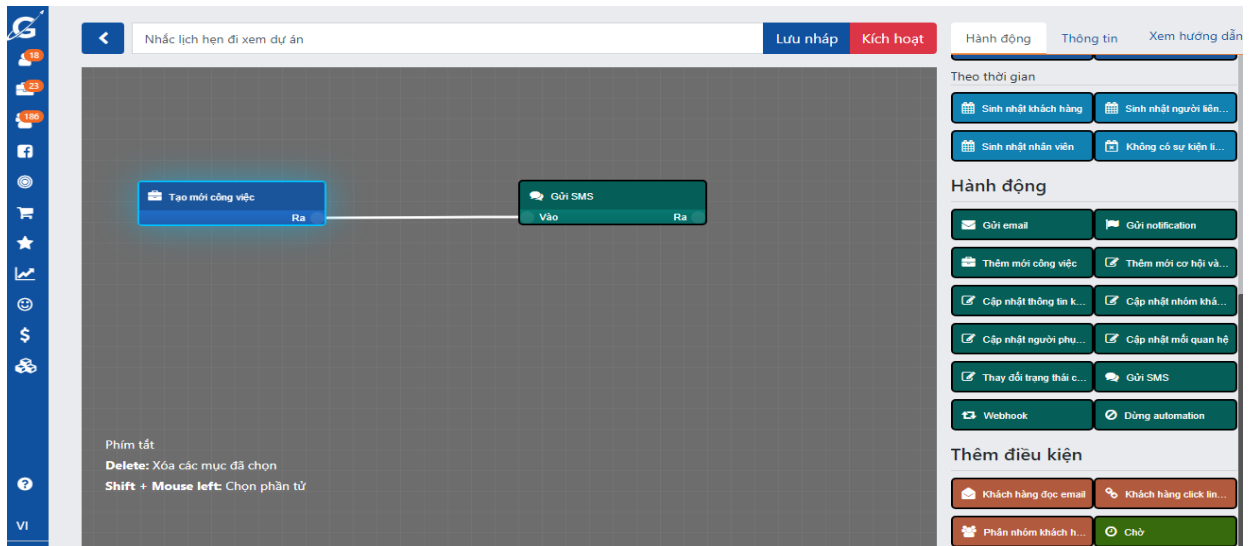
#### Các Automation:

**Kịch bản Automation 1:** SMS nhắc lịch cho khách hàng trước 1 tiếng lịch hẹn diễn ra.

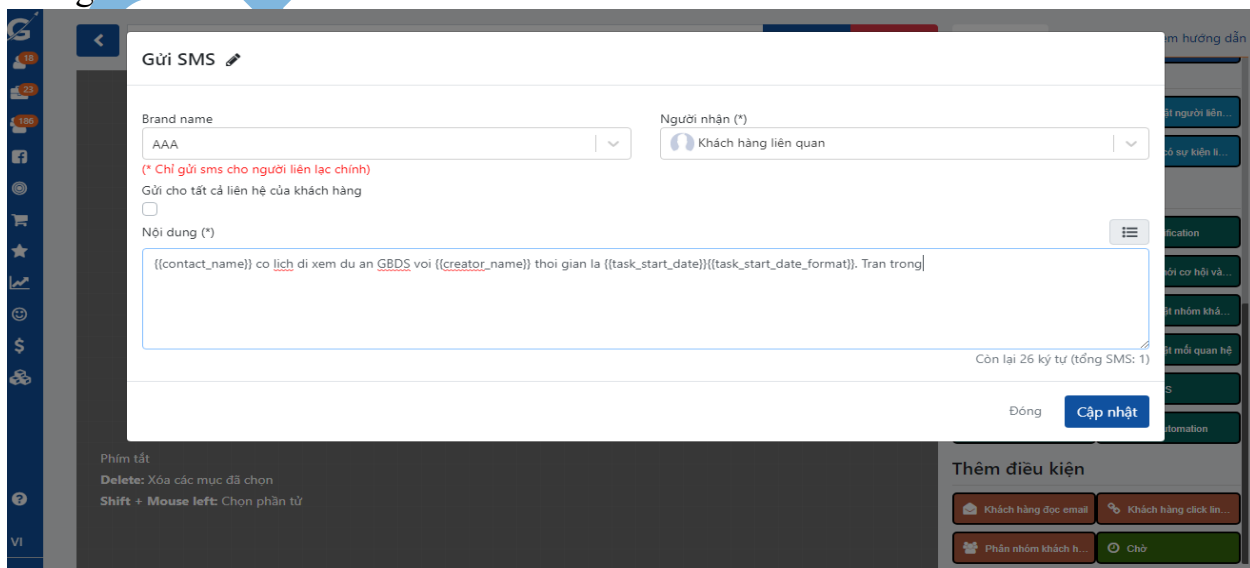
Bước 1: Vào Marketing Automation

Bước 2: Lựa chọn điều kiện xảy ra Automation Điền đầy đủ các thông tin:

- (1) Tên quy trình
- (2) Mô tả chi tiết về cách thức hoạt động của automation (nếu có)
- (3) Chọn hành động và cài đặt thời gian tương ứng



Lựa chọn các hệ quả xảy ra và thiết lập nội dung: Lịch hẹn xem dự án với ai và thời gian nào?



Và giờ đây anh chị đã có một quy trình Automation, cứ có 1 bạn sales phát sinh lịch hẹn với khách hàng thì hệ thống sẽ gửi SMS theo kịch bản anh chị đã thiết lập.

*Chú ý: tên công việc tạo theo đúng cấu trúc [xemduan] – Tên nhân viên/Tên khách hàng/Ngày giờ hẹn gặp khách hàng*

## 2. Automation dành cho quy trình Sales trực tiếp (Dùng khi sales đi giới thiệu mở bán dự án có cardvisit mang về)

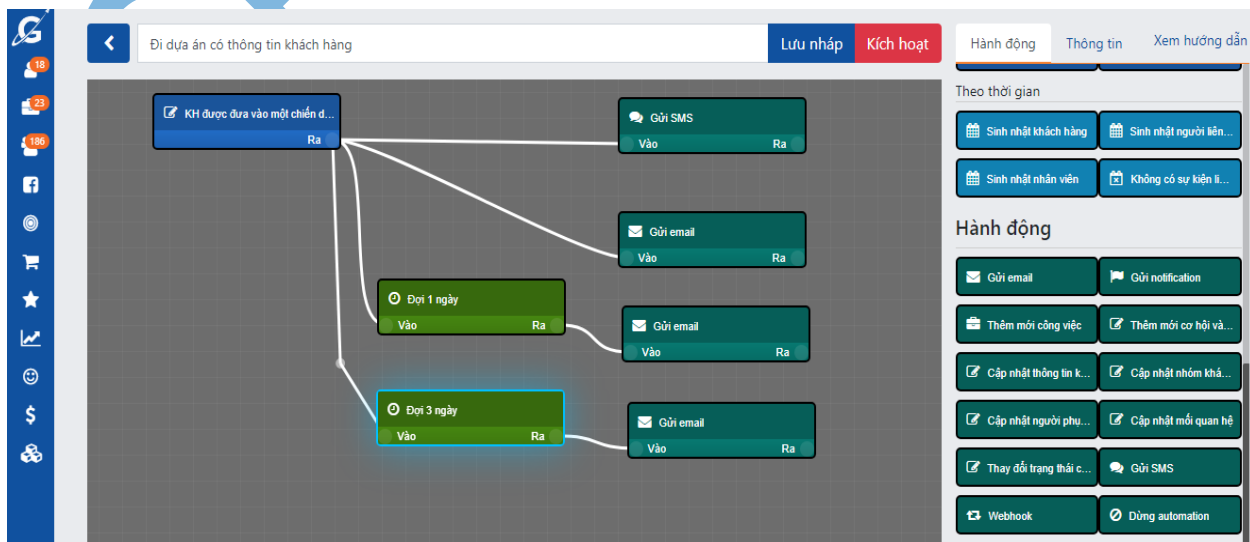
Mục tiêu:

- Cá nhân hóa doanh nghiệp trong mắt khách hàng.
- Giúp khách hàng nhận biết thương hiệu
- Tránh bỏ sót khách hàng
- Cơ hội bán hàng cao hơn
- SMS cảm ơn khách hàng sau buổi gặp gỡ
- Thư cảm ơn về buổi gặp gỡ, ngành nghề kinh doanh công ty
- Giới thiệu về doanh nghiệp, điểm khác biệt
- Video/TVC giới thiệu về doanh nghiệp
- Câu chuyện truyền thông

Thao tác chi tiết trên phần mềm:

Bước 1: Tạo Chiến dịch

Bước 2: Lựa chọn điều kiện xảy ra và hệ quả automation



## Thiết lập nội dung:

**Gửi email**

Người gửi (\*): Người tạo cơ hội

Người nhận (\*): Khách hàng liên quan

Tiêu đề (\*): [GBDS] Giới thiệu về công ty, điểm khác biệt

Mã chiến dịch:  Gửi cho tất cả liên hệ của khách hàng

Nội dung (\*):

Thông tin chung Khách hàng Đơn hàng Công việc

Người tạo Tên khách hàng Tên liên hệ Chữ ký người tạo khách hàng Địa chỉ khách hàng Số điện thoại khách hàng Tên khách hàng giới thiệu Tên người liên hệ giới thiệu

Chữ ký của người gửi email URL hủy đăng ký nhận email URL đăng ký nhận lại email Tên người phụ trách Số điện thoại người phụ trách Email khách hàng Mã khách hàng

ID của khách hàng ID quận huyện ID tỉnh / thành phố ID quốc gia ID người phụ trách Email người phụ trách khách hàng Điểm thưởng hiện tại ID mối quan hệ Tên mối quan hệ

Mã tiếp thị liên kết Mã người giới thiệu Mã công tác viên Tạo mới mật khẩu CS Mô tả khách hàng Chiều cao - 123 Ghi chú ve KH Lý do out tài khoản Thực hiện Thu nhập

Nhu cầu Thích xem phim Size giày label weblink ngày mua hàng đầu tiên Cơ sở Sản phẩm

Dear {{contact\_name}},  
Công ty chúng tôi rất vinh dự đã được gặp {{contact\_name}}. Hy vọng thời gian tới chúng ta có thể là đối tác của nhau.  
Chúng tôi xin gửi tới {{contact\_name}} thông tin của chúng tôi như sau:

Tương tự như vậy anh chị thiết lập hết những email gửi đến với khách hàng của mình.

Như hành động mà tôi đã thiết lập ở trên thì cần phải đưa khách hàng vào đúng chiến dịch thì automation mới hoạt động tương ứng với chiến dịch đó, nên sau khi thiết lập xong automation trên thì các bạn sale cần phải đưa khách hàng vào chiến dịch tương ứng:

Bước 1: Vào khách hàng (F2) -> lựa chọn khách hàng đẩy vào chiến dịch

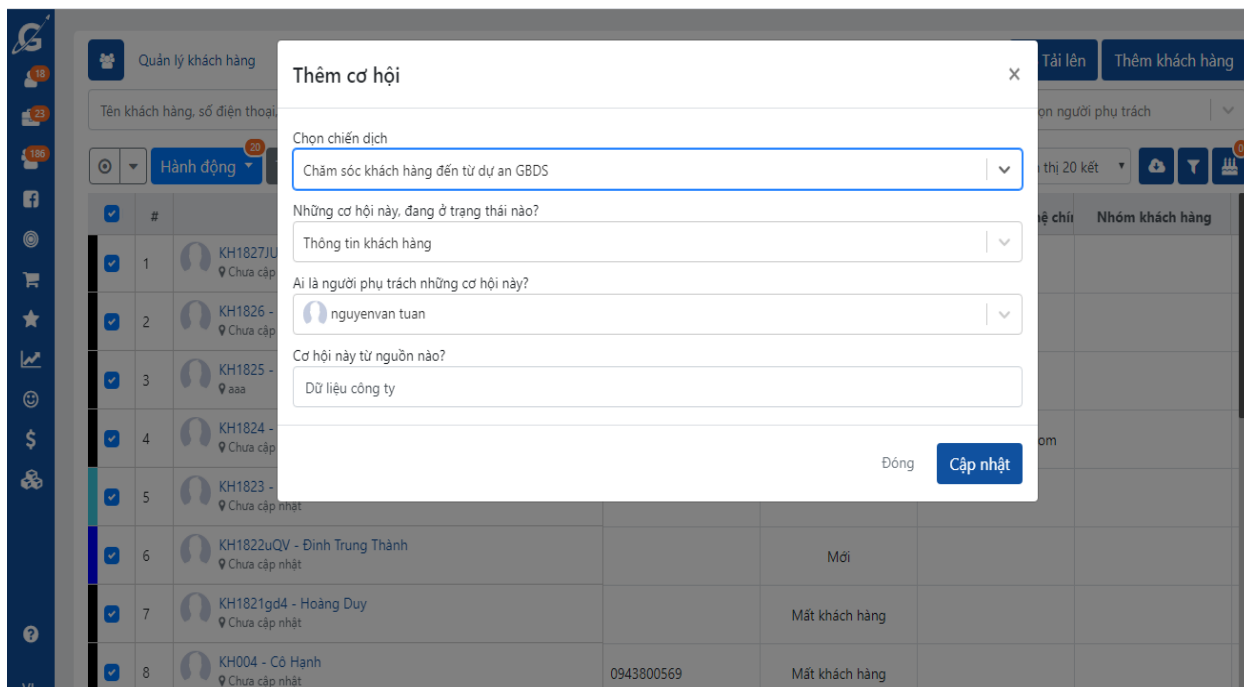
Quản lý khách hàng

Tên khách hàng, số điện thoại, Tìm kiếm, Chosen bộ lọc, Chosen nhóm khách hàng, Chosen người phụ trách

Hành động: Gửi email, Gửi SMS, Tạo cơ hội, Tạo công việc, Nhóm khách hàng, Người phụ trách, Người xem, Xóa nhiều, Mối quan hệ

	Tên khách hàng	Điện thoại	Mối quan hệ	Email người liên hệ chi	Nhóm khách hàng
1	ong Thảo		Mất khách hàng		
2			Mất khách hàng		
3			Mất khách hàng		
4		0564792645	Mất khách hàng	nmm12638@gmail.com	
5	Phương Dung				
6	KH1822uQV - Đình Trung Thành		Mới		
7	KH1821gd4 - Hoàng Duy		Mất khách hàng		

## Bước 2: lựa chọn đúng chiến dịch



### 3. Automation dành cho khách hàng khi có dự án mới Mục

tiêu:

- Tạo ra các kênh kết nối thường xuyên với khách hàng thông qua email/sms, giúp thương hiệu của bạn luôn nằm trong tâm trí của khách hàng
- Truyền thông đến với các khách hàng đã có sẵn một cách nhanh chóng và tiết kiệm được nhiều thời gian, nhân sự.
- Sở hữu quy trình Automation marketing riêng cho DN: Từ lúc khách hàng mới tiếp cận ==> Chăm sóc ==> Mua sản phẩm.
- Tiết kiệm 30% nhân lực, thời gian và tiền bạc trong việc Automation marketing so với trước đây

**Các Automation thực hiện:** Ấn tượng đầu tiên lúc nào cũng quan trọng. Hãy tạo ấn tượng tốt với khách hàng bằng cách gửi một lời chào giới thiệu về bạn bằng các cách sau:

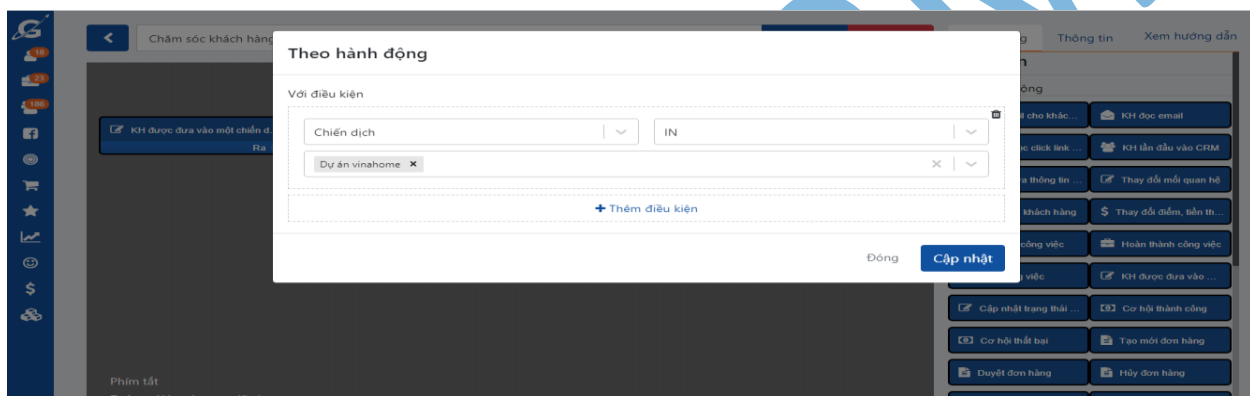
- Gửi sms cảm ơn + Email cảm ơn, và kèm thông tin về dự án tương ứng
- Gửi các email giới thiệu về: Chủ đầu tư, vị trí dự, Tiện ích dự án, Hiệu quả đầu tư, Đơn vị quản lý

- Gửi email giới thiệu về: Tiến độ thanh toán, Hợp đồng mua bán
- Gửi mail cảm nhận của khách hàng đã mua hàng
- Chính sách cho vay ưu đãi ngân hàng
- Bảng so sách với các dự án cùng phân khúc/khu vực
- Phân tích về phong thủy khách hàng

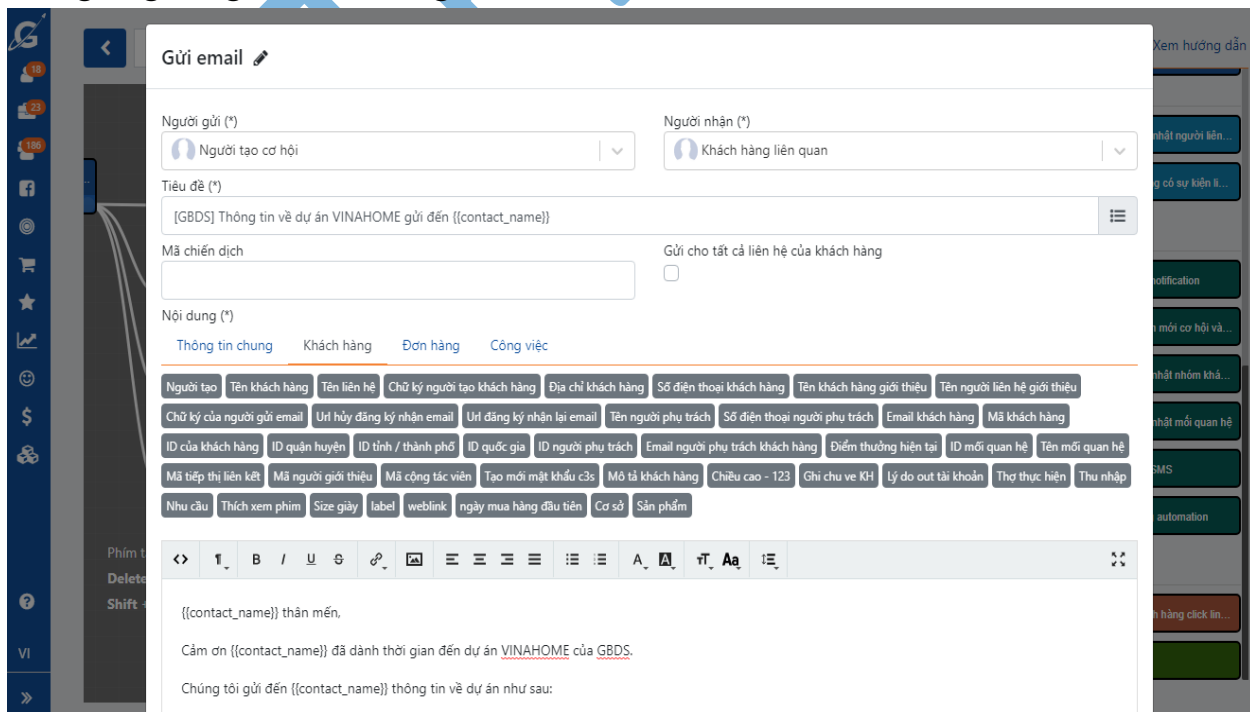
## Thao tác cơ bản trên phần mềm:

Bước 1: Tạo Chiến dịch

Bước 2: Lựa chọn điều kiện xảy ra Automation

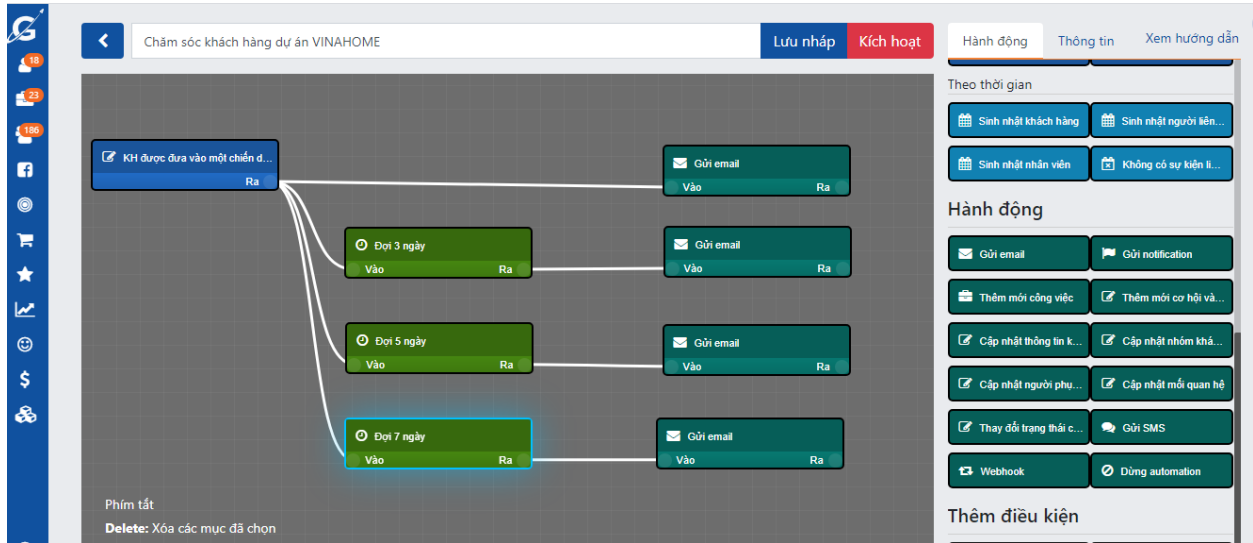


Bước 3: Lựa chọn các hệ quả xảy ra tương ứng với điều kiện, và cài đặt thời gian tương ứng cũng như nội dung





## Kết quả cuối cùng:



Như hành động mà tôi đã thiết lập ở trên thì cần phải đưa khách hàng vào đúng chiến dịch thì automation mới hoạt động tương ứng với chiến dịch đó, nên sau khi thiết lập xong automation trên thì các bạn sales cần phải đưa khách hàng vào chiến dịch tương ứng

The screenshot shows a CRM interface with a "Thêm cơ hội" (Add Opportunity) dialog box open. The dialog box contains the following fields:

- Chọn chiến dịch:** "Dự án vinahome" (Selected)
- Những cơ hội này, đang ở trạng thái nào?** "Thông tin khách hàng" (Selected)
- Ai là người phụ trách những cơ hội này?** "nguyenvan tuan" (Selected)
- Cơ hội này từ nguồn nào?** "Dữ liệu công ty" (Selected)

The dialog box has "Đóng" (Close) and "Cập nhật" (Update) buttons.

#### 4. Automation chăm sóc khách hàng 365 ngày

Khách hàng ngày càng khắt khe hơn trong tiêu dùng và mong muốn nhận được trải nghiệm về sản phẩm và dịch vụ tốt nhất, hoàn hảo nhất. Chính vì vậy, nâng cao trải nghiệm khách hàng là vấn đề quan trọng hàng đầu, không thể thiếu ở mỗi doanh nghiệp.

Doanh nghiệp cần nhận thức việc đầu tư vào chăm sóc khách hàng và giải pháp cho dịch vụ khách hàng sẽ giữ chân khách hàng hiện tại, tạo nên lợi nhuận doanh nghiệp. Bởi lẽ, việc tìm kiếm một khách hàng mới sẽ tốn chi phí hơn 4 lần so với việc giữ chân khách hàng hiện tại.

Hơn thế, doanh nghiệp cần định hướng nhân viên đi trước cả những mong chờ của khách hàng và giữ chân họ bằng cách đưa ra những giải pháp hợp lý, tăng khả năng tiến xa và tạo dựng danh tiếng cho thương hiệu, một khách hàng được đưa vào trạng thái mất thì không có nghĩa là mất hẳn (ban đầu họ có nhu cầu nhưng trong thời gian chăm sóc họ không còn nhu cầu nữa), không chỉ có họ có nhu cầu mà người thân bạn bè của họ có nhu cầu, và khoản thu từ sự tin cậy là khoản thu siêu lợi nhuận.

##### **Mục tiêu:**

- Giữ chân khách hàng, Khách hàng không bị bỏ rơi
- Tăng cơ hội bán hàng
- Tạo dựng danh tiếng cho thương hiệu
- Tạo sự gắn kết và khả năng tái mua hàng của khách hàng

**Các Automation thực hiện:** Cách tháng bạn gửi 1 email đến tập đối tượng khách hàng khi có thông tin khách hàng, không liên lạc được hoặc khách chưa có nhu cầu trong thời điểm hiện tại vì bận rộn hoặc chưa đủ tài chính nhưng trong tương lai có thể quan tâm trở lại

73% người mua nói rằng họ sẽ tiếp tục làm việc với người môi giới của họ một lần nữa hoặc giới thiệu cho một người bạn. Tuy nhiên, 70% người mua nói rằng họ quên người môi giới bất động sản cho họ sau một năm.

Vì vậy, nếu không thể trở thành một người bạn trong cuộc sống của khách hàng, hãy để lại điều gì đó trong hộp thư đến của họ, chẳng hạn như một email hấp dẫn, nhắc họ nhớ tới bạn.

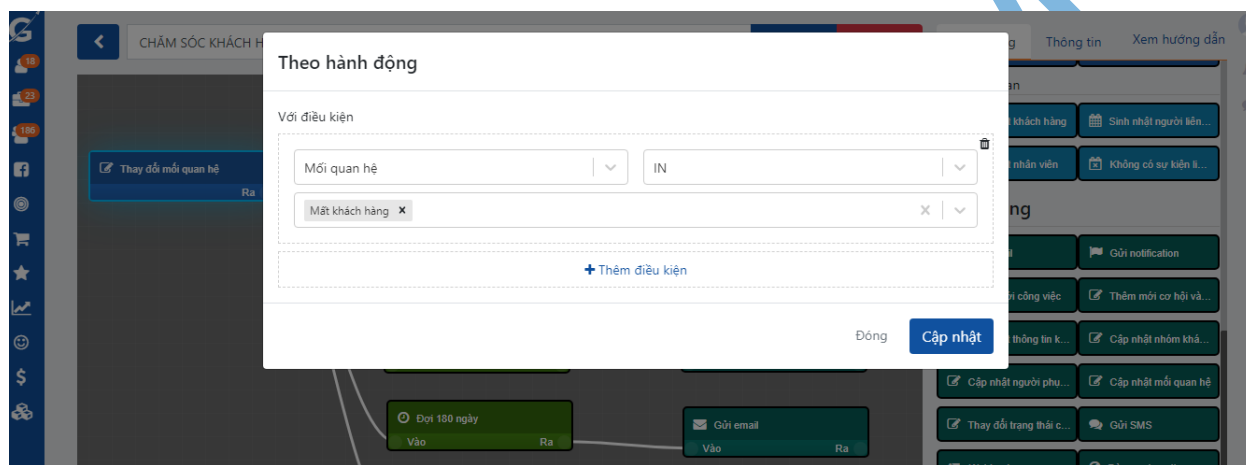
## Thao tác chi tiết trên phần mềm:

Bước 1: Vào Marketing Automation

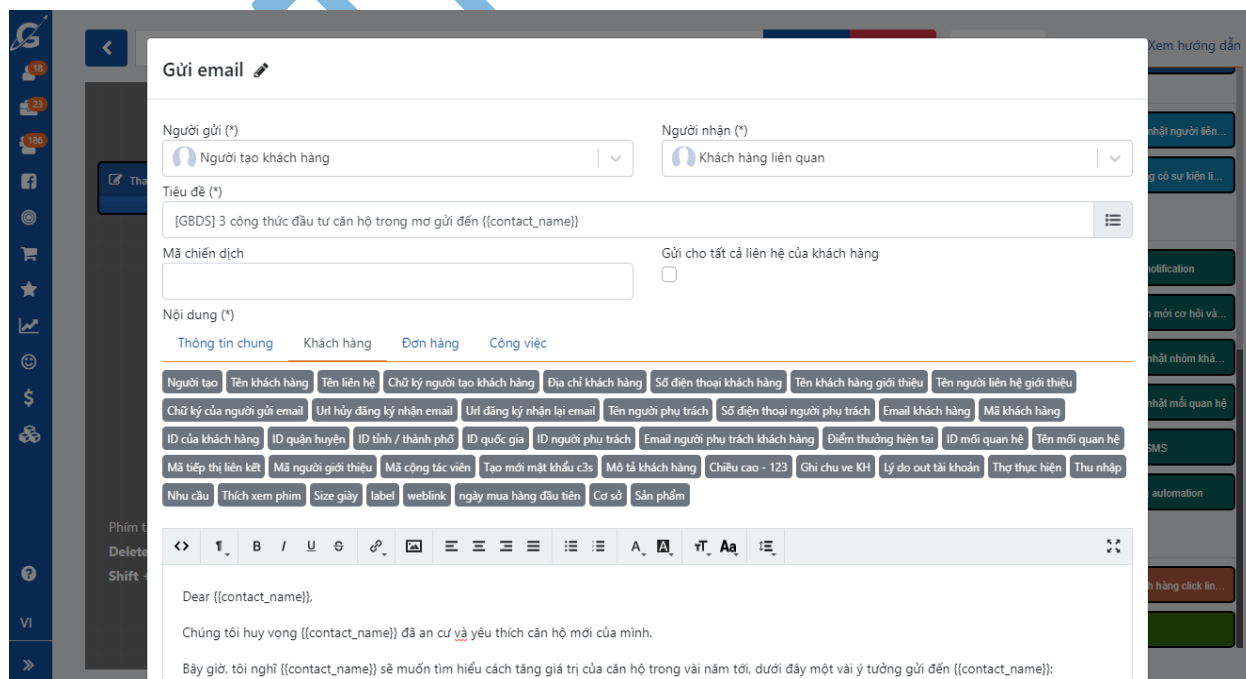
Bước 2: Lựa chọn điều kiện xảy ra Automation

Điền đầy đủ các thông tin:

- (1) Tên quy trình
- (2) Mô tả chi tiết về cách thức hoạt động của automation (nếu có)
- (3) Chọn hành động



Bước 3: Lựa chọn các hệ quả xảy ra tương ứng với điều kiện, có bấy nhiêu email sẽ tích chọn bấy nhiêu email, và cài đặt thời gian tương ứng



Kết quả cuối cùng:

The screenshot shows a CRM automation workflow for 'CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG 365 NGÀY' (24/7 Customer Care). The main workflow starts with a trigger 'Thay đổi mối quan hệ' (Relationship change) in the 'Ra' (Out) state. This triggers five parallel paths based on waiting periods: 30 days, 90 days, 120 days, 180 days, and 365 days. Each path starts with an 'Vào' (In) state, followed by a 'Gửi email' (Send email) action in the 'Ra' state. The interface includes a sidebar with various icons, a top navigation bar with 'Lưu nháp' (Save draft) and 'Kích hoạt' (Activate) buttons, and a right-hand panel with sections for 'Theo thời gian' (By time), 'Hành động' (Actions), and 'Thêm điều kiện' (Add conditions).

Như hành động mà tôi đã thiết lập ở trên thì cần phải đưa khách hàng vào đúng trạng thái **MẮT** thì automation sẽ hoạt động, nên sau khi thiết lập xong automation trên thì các bạn sales cần phải đưa khách hàng vào trạng thái tương ứng

**CHÚC ANH/CHỊ ÁP DỤNG HIỆU QUẢ**

GETFLY CRM