

# Introduction To Information System Management

## 12. Customer Relation Management

Prof. John Vu  
Computer Science School  
Carnegie Mellon University

Nhập môn Quản lí hệ thông tin  
12. Quản lí quan hệ khách hàng  
Giáo sư John Vũ  
Trường Khoa học máy tính  
Đại học Carnegie Mellon

# Course Content

- This course is designed to help students understand the role of information systems in modern society and the means by which these systems are created.
- This course will examine how information technology (IT) supports management decisions at various levels and the role of IT in global business.
- The course will focus on various principles used to manage information systems and principles of effective software engineering.

ISM

2

## Nội dung môn học

Môn học này được thiết kế để giúp cho học viên hiểu vai trò của hệ thống tin trong xã hội hiện đại và các phương tiện qua đó những hệ thống này được tạo ra.

Môn học này sẽ xem xét cách công nghệ thông tin (CNTT) hỗ trợ cho quyết định quản lý ở các mức đa dạng và vai trò của CNTT trong kinh doanh toàn cầu.

Môn học này sẽ hội tụ vào các nguyên lý đa dạng được dùng để quản lý hệ thống tin và các nguyên lý của kỹ nghệ phần mềm hiệu quả.

# Lecture Learning Objectives

- Upon completion of this lecture, students will be able to:
  - Understand e-commerce principles applied in customer relationship.
  - Understand Customer Relationship Management (CRM) and its application in business.
- Outcomes:
  - Demonstrate knowledge of CRM system.
  - Be able to explain the benefits of CRM system.
  - Implement CRM system in a company.
  - Design a plan to implement CRM system in a company.
  - Understand how CRM system can change the way people conduct business.

ISM

3

Mục tiêu học tập bài này

Khi hoàn thành bài học này, học viên sẽ có khả năng:

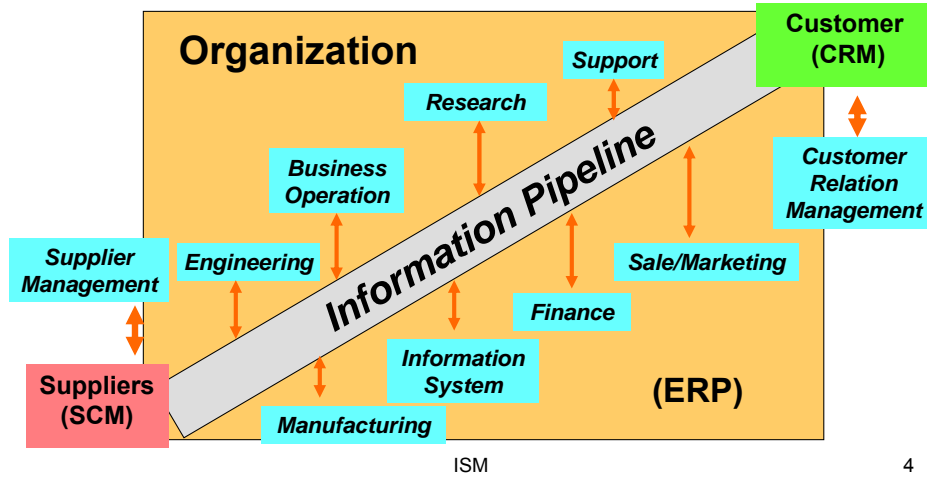
- Hiểu các nguyên lí e-commerce áp dụng trong quan hệ khách hàng.
- Hiểu Quản lí quan hệ khách hàng (CRM) và ứng dụng của nó trong doanh nghiệp.

Kết quả:

- Chứng tỏ tri thức về hệ CRM
- Có khả năng giải thích ích lợi của hệ CRM
- Thực hiện hệ CRM trong công ti.
- Thiết kế kế hoạch để thực hiện hệ CRM trong công ti.
- Hiểu cách hệ CRM có thể thay đổi cách mọi người tiến hành kinh doanh.

# The Context of Information Technology

Information Technology must be used to promote **efficiency** and **speed** by **enabling process automation and information sharing** across the organization, and removing unnecessary communication and **duplication of data**.



## Hoàn cảnh Công nghệ thông tin

Công nghệ thông tin thúc đẩy **tính hiệu quả** và **tốc độ** bằng việc tạo khả năng **chia sẻ thông tin** qua toàn tổ chức, và loại bỏ trao đổi không cần thiết và **trùng lặp dữ liệu**.

# Customer Relationship Management (CRM)

- **Customer Relationship Management (CRM) Definition.**  
A strategy used to collect information about the customer's needs in order to develop stronger relationships.
- In a highly competitive world, good customer relationships can determine success or failure for the business. Every business must understand customer's needs and how they can meet those needs and enhance their profit at the same time.
- CRM consists of several components (Building Blocks) to bring many pieces of information about customers and market trends together so business can market their products and services more effectively.

ISM

5

## **Quản lí quan hệ khách hàng (CRM)**

Định nghĩa về Quản lí quan hệ khách hàng (CRM).

Chiến lược được dùng để thu thập thông tin về nhu cầu khách hàng để phát triển mối quan hệ mạnh hơn.

Trong thế giới cạnh tranh cao độ, quan hệ khách hàng tốt có thể xác định ra thành công hay thất bại cho doanh nghiệp. Mọi doanh nghiệp đều phải hiểu nhu cầu khách hàng và cách họ có thể đáp ứng các nhu cầu đó và nâng cao lợi nhuận của họ đồng thời.

CRM bao gồm nhiều cấu phần (các khối xây dựng) để gắn nhiều mảnh thông tin về khách hàng và thị trường lại với nhau để cho doanh nghiệp có thể tiếp thị sản phẩm và dịch vụ của họ hiệu quả hơn.

## Customer Relationship Management (CRM)

- Today CRM is often used in information technology as a set of methodologies, software, and Internet capabilities that help business manage customer relationships in an organized way, such as:
  - Helping a business identify and target their best customers, manage marketing campaigns with clear goals and objectives, and generate quality leads for the sales team.
  - Assisting the business to improve sales, attract new customers, open new accounts, and manage sales by optimizing the sharing of information and automate existing processes.
  - Establish better relationships with customers, improve customer satisfaction and maximize profits; identifying the most profitable customers and providing them the highest level of service.

ISM

6

### **Quản lí quan hệ khách hàng (CRM)**

Ngày nay CRM thường được dùng trong công nghệ thông tin như tập các phương pháp luận, phần mềm, và năng lực Internet giúp cho doanh nghiệp quản lí mối quan hệ khách hàng theo cách có tổ chức, kiểu như:

Giúp cho doanh nghiệp nhận diện và nhắm các khách hàng tốt nhất, quản lí các chiến dịch tiếp thị với mục đích và mục tiêu rõ ràng, và phát sinh việc lãnh đạo phẩm chất cho tổ bán.

Trợ giúp cho doanh nghiệp cải tiến bán hàng, hấp dẫn khách hàng mới, mở tài khoản mới, và quản lí bán hàng bằng việc tối ưu chia sẻ thông tin và tự động hoá các qui trình hiện có.

Thiết lập mối quan hệ tốt hơn với khách hàng, cải tiến sự hài lòng của khách hàng và làm tối đa lợi nhuận; nhận diện khách hàng sinh lời nhất và cung cấp cho họ mức phục vụ cao nhất.

# CRM Goals

- CRM is a strategy that utilizes information technology and human resources to gain insight into the behavior of customers and the value of those customers.
- CRM can help business increase revenues by:
  - Providing products and services that customers want.
  - Offering better customer services.
  - Cross-selling products more effectively.
  - Helping sales staff close deals faster.
  - Retaining existing customers and discovering new ones.

ISM

7

## **Mục đích của CRM**

CRM là chiến lược sử dụng công nghệ thông tin và tài nguyên con người để thu được cái nhìn sâu sắc vào hành vi của khách hàng và giá trị của những khách hàng đó.

CRM có thể giúp doanh nghiệp tăng lợi nhuận bằng:

Cung cấp sản phẩm và dịch vụ mà khách hàng muốn

Cung cấp dịch vụ tốt hơn cho khách hàng.

Bán sản phẩm chéo hiệu quả hơn.

Giúp cán bộ bán hàng đóng việc mua bán nhanh hơn.

Giữ khách hàng hiện có và phát hiện khách hàng mới.

# CRM & IT

- Customer Relationship Management (CRM) is a business strategy with the goal of maximizing profitability, revenue, and customer satisfaction.
- To efficiently gather information about the market, business must use information technology to capture, store and analyze the customer, vendor and trends in a timely fashion.
- Business functions that support CRM include sales, marketing, customer service, training, performance management, human resource and compensation.
- Technology to support CRM must be integrated as part of an overall IT strategy that is in alignment with business strategy. Without this alignment, CRM will fail because it is limited to software without the understanding of how other business functions operate.

ISM

8

## CRM & CNTT

Quản lí quan hệ khách hàng (CRM) là chiến lược doanh nghiệp với mục đích làm cực đại việc sinh lời, thu nhập, và thoả mãn khách hàng.

Để thu thập thông tin hiệu quả về thị trường, doanh nghiệp phải dùng công nghệ thông tin để nắm bắt, lưu giữ và phân tích khách hàng, nhà cung cấp và xu hướng theo kiểu cách kịp thời.

Các chức năng doanh nghiệp hỗ trợ cho CRM bao gồm bán, tiếp thị, dịch vụ khách hàng, đào tạo, quản lí hiệu năng, tài nguyên con người và thù lao.

Công nghệ hỗ trợ CRM phải được tích hợp như một phần của chiến lược CNTT toàn thể, giống hệt với chiến lược doanh nghiệp. Không có sự giống hệt này, CRM sẽ thất bại bởi vì nó bị giới hạn vào phần mềm mà không có hiểu biết về cách các chức năng doanh nghiệp khác vận hành.



# Why CRM Needs IT?

- Customer Relation Management (CRM) software is the same as traditional customer relations but with the use of computing systems. It can speed up the process and automate and store all information in documents for analysis.
- With CRM software, management has historical data which they can analyze and identify trends and customer's needs in a timely fashion - faster response means better customer satisfaction and significant competitive advantage.
- CRM is the best example of how business and IT strategy should be completely aligned.
- Provides customer-facing employees with a single, complete view of every customer at every touch point and across all channels.
- Provides the customer with a single, complete view of the company and its extended channels.

ISM

9

## Tại sao CRM cần CNTT?

Phần mềm quản lý quan hệ khách hàng (CRM) cũng làm giống như quan hệ khách hàng truyền thống nhưng có việc dùng các hệ thống máy tính. Nó có thể tăng tốc xử lý và tự động hoá và lưu giữ mọi thông tin trong các tài liệu để phân tích.

Với phần mềm CRM, cấp quản lý có dữ liệu lịch sử mà họ có thể phân tích xu hướng và nhu cầu của khách hàng theo cách đúng thời gian - đáp ứng nhanh hơn nghĩa là sự thoả mãn của khách hàng tốt hơn và ưu thế cạnh tranh lớn.

CRM là ví dụ tốt nhất về cách chiến lược doanh nghiệp và CNTT nên được giống hệt nhau.

Cung cấp cho các nhân viên đối diện với khách hàng bằng chỉ một cái nhìn đầy đủ về mọi khách hàng tại mọi điểm và ngang qua mọi kênh.

Cung cấp cho khách hàng một cái nhìn đầy đủ về công ty và các kênh mở rộng của nó.

# Know Your Customers

- For CRM to be effective, a business must first understand who its customers are and their value over a lifetime. The business must determine what the needs of its customers are and how to best meet those needs.
- The business must look into all of the different ways information is obtained about their customer, where and how this data is stored and how it is currently used.
  - For example: A business could learn about its customers by direct visit, visit to their web sites, call centers, sales force staff and marketing and advertising efforts.
- CRM systems can collect data flows between operational systems (like sales and inventory systems) and analytical systems that can help sort through these records for patterns. Business analysts can review this data to draw conclusion on each customer and select areas where better services are needed.

ISM

10

## **Biết khách hàng của bạn**

Để CRM hiệu quả, doanh nghiệp trước hết phải hiểu khách hàng của mình là ai và giá trị của họ qua thời gian sống. Doanh nghiệp phải xác định nhu cầu của khách hàng là gì và làm sao đáp ứng các nhu cầu đó tốt nhất.

Doanh nghiệp phải nhìn vào mọi cách thức khác nhau để thu được thông tin về khách hàng của mình, ở đâu và làm thế nào dữ liệu này được lưu lại và làm sao nó hiện được dùng.

Chẳng hạn: Doanh nghiệp có thể học về khách hàng của mình bằng việc thăm viếng trực tiếp, thăm website của họ, trung tâm điện thoại, nhân viên bán hàng và tiếp thị và nỗ lực quảng cáo.

Các hệ thống CRM có thể thu thập dữ liệu chảy giữa các hệ thống vận hành (như hệ thống bán và kho) và hệ thống phân tích có thể giúp sắp xếp qua những bản ghi này về các hình mẫu. Người phân tích doanh nghiệp có thể kiểm điểm dữ liệu này để rút ra kết luận về từng khách hàng và lựa miền mà các dịch vụ tốt nhất được cần tới.