

Odoo Roadshow 2023

DOANH NGHIỆP CẦN LÀM GÌ ĐỂ CUNG CẤP TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG (CX) XUẤT SẮC NHẤT?

Hà Nội, 11 tháng 4 năm 2023

Andrew Quach

CEO – A1 Consulting

Director of Consulting – AHT Tech

AGENDA

AI CONSULTING CUNG CẤP CÁC GIẢI PHÁP ERP, ECOMMERCE VÀ CUSTOMER EXPERIENCE HÀNG ĐẦU ĐỒNG HÀNH CÙNG DOANH NGHIỆP BỨT PHÁ TĂNG TRƯỞNG.

- ◆ **VỀ AI CONSULTING**
- ◆ **PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN**
- ◆ **TỔNG QUAN VỀ TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG (CX)**
- ◆ **CHIẾN LƯỢC CX CHO CÁC DOANH NGHIỆP**
- ◆ **CASE STUDY**



09
văn phòng

500+
nhân viên

100+
đối tác

 Mỹ

 Đức

 Nhật Bản

 Hàn Quốc

 Việt Nam

 Thái Lan

 Malaysia

 Singapore

 Úc





ERP



ECOMMERCE



CX & DXP



DIGITAL WORKPLACE



CLOUD DATA PLATFORM





1 AI CONSULTING

Đội ngũ tư vấn nghiệp vụ và giải pháp bản địa tại mọi quốc gia đảm bảo một thế mạnh chủ đạo của AI CONSULTING góp phần tạo nên sự thành công của dự án chuyển đổi số



CHỨNG NHẬN ISO 9001 & 27001

Chứng nhận quốc tế về quy trình và bảo mật thông tin



150+ ĐỐI TÁC BẢN ĐỊA

Các hợp tác chuyên sâu với hầu hết các đối tác bản địa giúp AI CONSULTING tích hợp sẵn những nhu cầu nội địa hoá với từng thị trường



15+ NĂM KINH NGHIỆM

Hơn 15 năm dành cho việc hỗ trợ thương hiệu quốc tế như một nhà cung cấp dịch vụ khu vực



VỀ AI CONSULTING – ĐỐI TÁC BẢN ĐỊA

#ODOOROADSHOW2023

POS/Retail



Cloud



IOT/AI



Logistics



eInvoice



Call Center



Payment



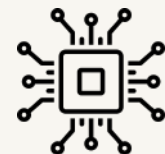
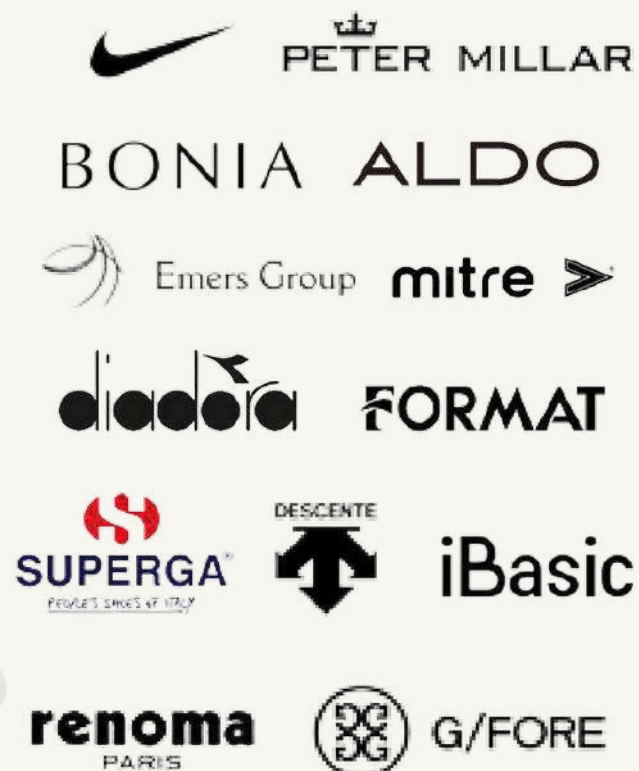


KHÁCH HÀNG TIÊU BIỂU

#ODOOROADSHOW2023



THỜI TRANG



THIẾT BỊ - ĐIỆN TỬ



HÀNG TIÊU DÙNG F&B



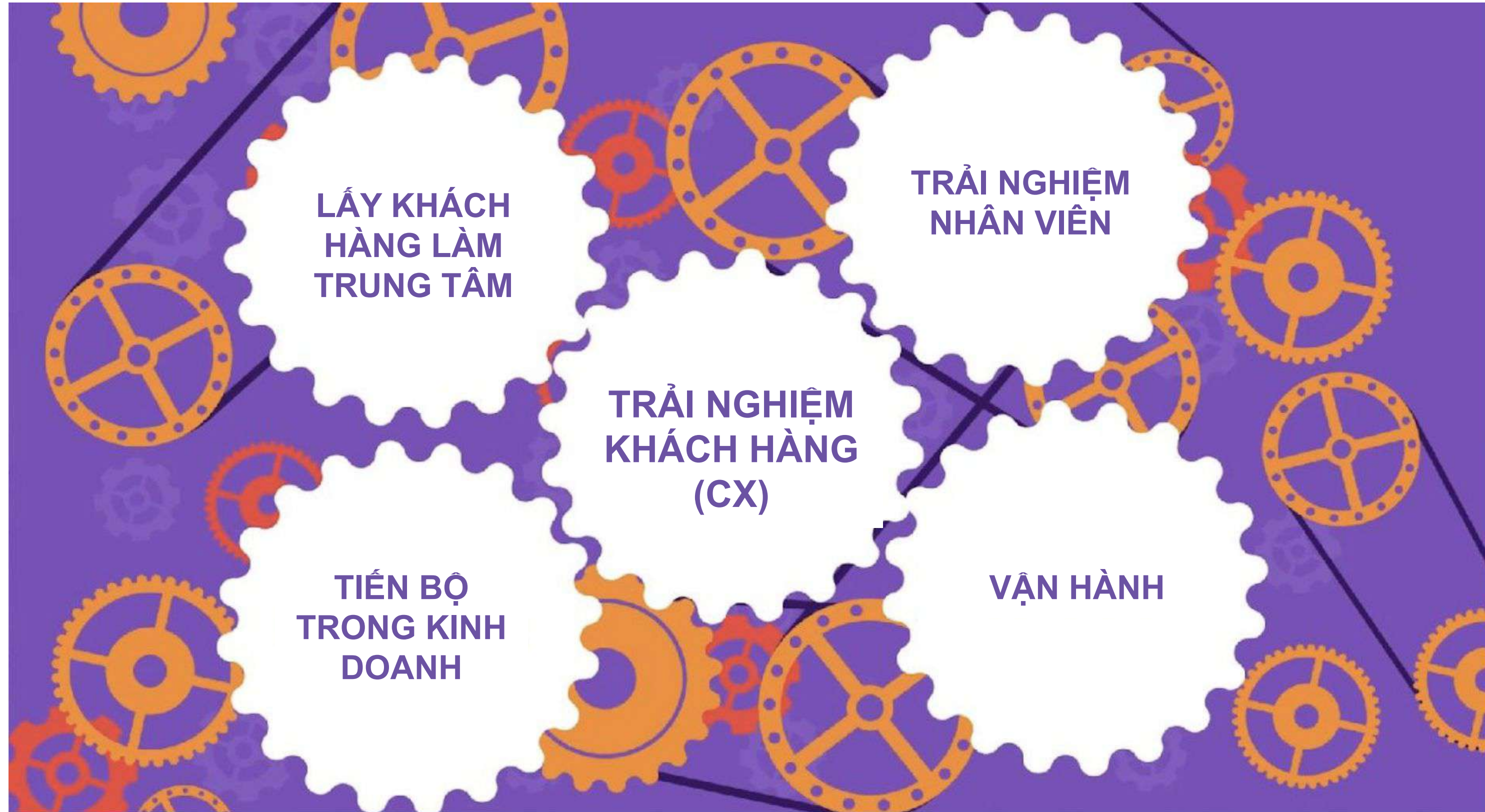
VIỄN THÔNG, TÁI CHÍNH, NGÂN HÀNG & NGÀNH KHÁC



CX ACROSS FUNCTIONS



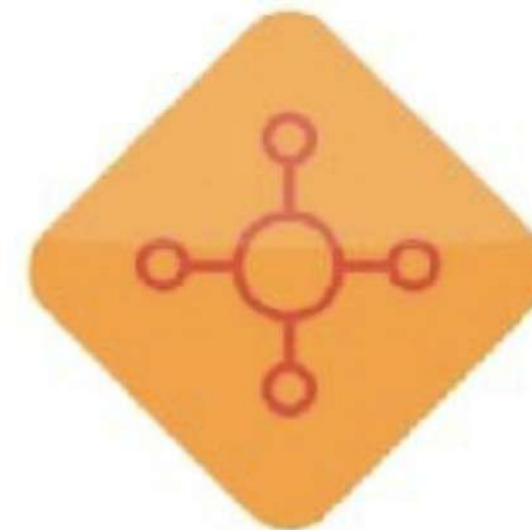
- Marketing, Operations & Customer Services
Marketing, Vận hành & Chăm sóc khách hàng
- Business Development / Industry Engagement
Phát triển kinh doanh/ Mức độ tương tác giữa thương hiệu với ngành hàng
- New Product or Service Development
Phát triển sản phẩm hoặc dịch vụ mới
- IT / Engineering
IT/ Kỹ sư





RISING CUSTOMER EXPECTATIONS

Vượt xa kỳ vọng khách hàng



OMNICHANNEL COMPLEXITY

Sự phức tạp đa kênh



24/7

Hiện diện 24/7



QUICK RESPONSE

Phản hồi nhanh chóng



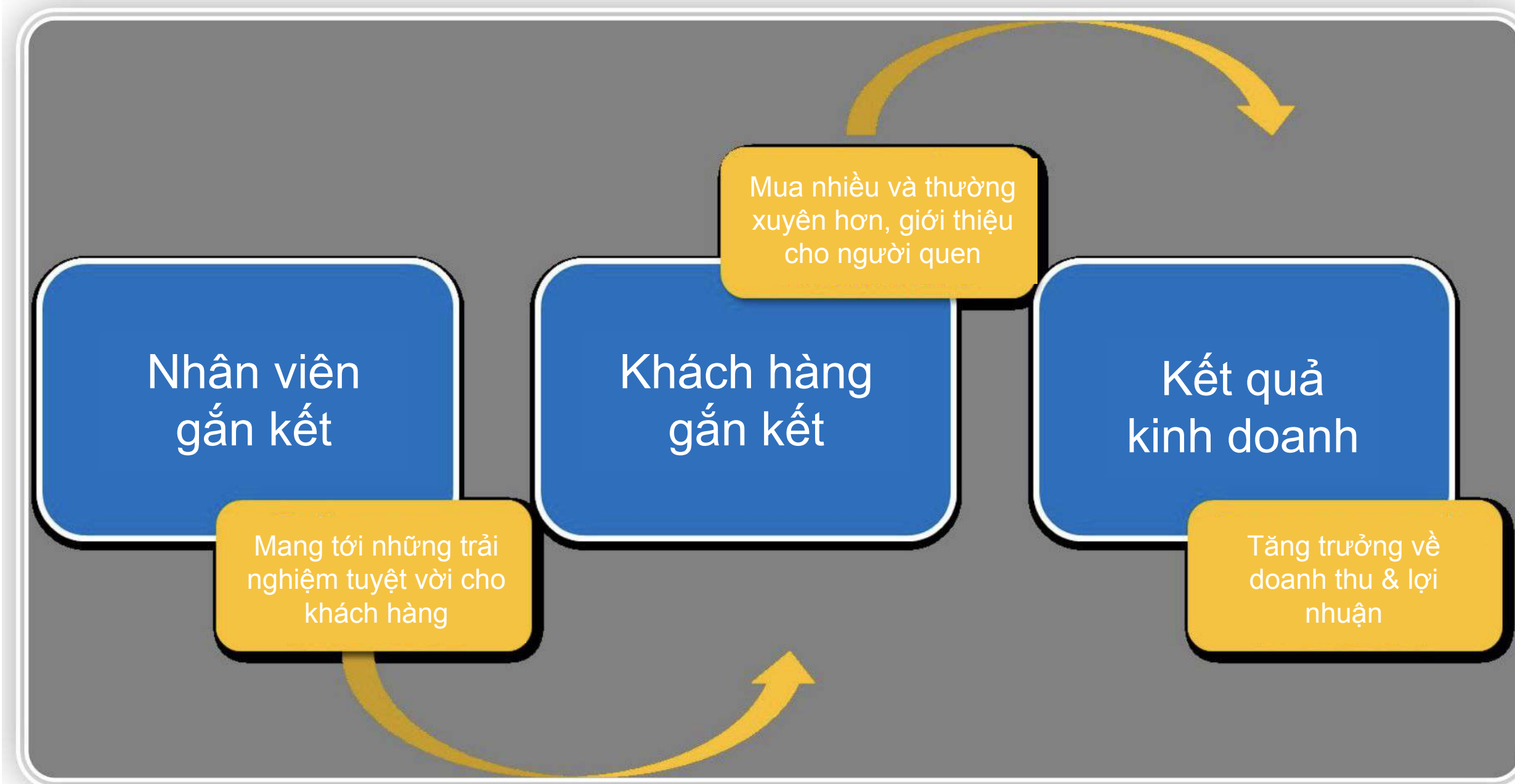
EMPLOYEE EXPERIENCE (EX)

Clients do not come first.
Employees come first.
If you take care of your
employees, they will take
care of the clients.

- Richard Branson



*Khách hàng không phải ưu tiên hàng đầu. **Nhân viên mới là ưu tiên hàng đầu.** Nếu bạn chăm sóc tốt nhân viên của bạn, họ sẽ chăm sóc tốt cho khách hàng của bạn.*



- Willing
Sẵn sàng
- Able
Có năng lực
- Empower
Được trao quyền



GREAT EMPLOYEE EXPERIENCES

Trải nghiệm nhân viên tốt

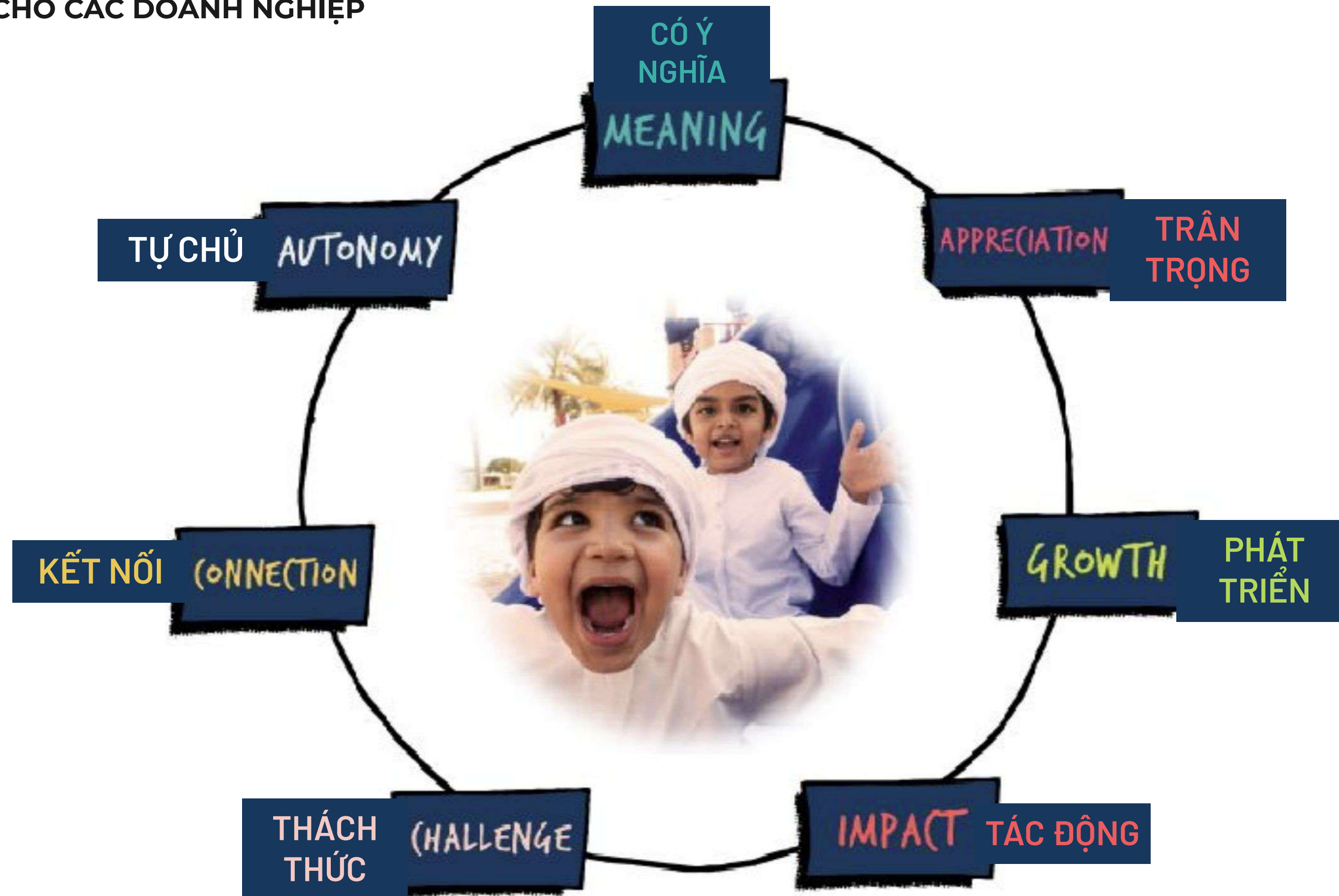


- People love you
Mọi người yêu quý doanh nghiệp của bạn
- Want to stay
Muốn ở lại và gắn bó
- Innovate
Đổi mới sáng tạo
- Flex
Thể hiện ra bên ngoài
- Deliver great Customer Experience
Mang tới một trải nghiệm khách hàng tuyệt vời

WHAT MAKE A GREAT EMPLOYEE EXPERIENCE (EX)

*Điều gì tạo nên một
trải nghiệm nhân
viên tuyệt vời*

MAGIC-CA







“TO VALUE YOUR CUSTOMER, YOU NEED TO SPEND SOME TIME UNDERSTANDING THE INTERACTIONS THEY HAVE WITH YOU, VIEWING YOUR SERVICE THROUGH THEIR EYES, AND DESIGNING IN SUCH A WAY THAT CUSTOMERS RECEIVE CONSISTENT EXPERIENCES OVER TIME THAT THEY CONSIDER VALUABLE

OSLO SCHOOL OF ARCHITECTURE & DESIGN

Để khai thác khách hàng, bạn cần dành thời gian tìm hiểu về sự tương tác giữa khách hàng và doanh nghiệp, đặt mình vào vị trí của khách để có cái nhìn khách quan về dịch vụ và thiết kế một trải nghiệm thống nhất qua thời gian để họ nhận ra được giá trị mà bạn đang cung cấp.



Understand, Empathise & Define

*Hiểu, đồng cảm &
xác định rõ*



- Empathise
Đồng cảm
- Define
Xác định
- Ideate
Lên ý tưởng
- Prototype
Xác định nguyên mẫu
- Test
Thử nghiệm



Customer Segmentation & Personas

Phân khúc khách hàng & Chân dung



- Method of Segmentation
Phương pháp phân khúc
- Rank and Prioritize
Phân loại và xếp hạng thứ tự ưu tiên
- Build personas of strategically important
Xây dựng yếu tố chân dung khách hàng quan trọng về mặt chiến lược
- Customer types/groups
Phân loại thành các nhóm, kiểu khách hàng



Customer Persona - Chân dung khách hàng

SALLY THE SOAP MAKER



NAME: Sally McMahon
AGE: 42
LIVES IN: Skibbereen, Co. Cork
MARITAL STATUS: Married: 2 children aged 12 and 9
OCCUPATION: Small craft business owner
INDUSTRY: Consumer Goods (Non-Food) - Handmade Soap
LIFECYCLE STAGE: Newbie
PRODUCTS & OPPORTUNITIES: Barcode Licence and images, eLearning Video Tutorials
PRIORITY: Medium 2
High volume, Low value

DEMANDS AND EXPECTATIONS:
Price Sensitivity: High 3
Service Speed Needed: High 4
Level of Help Required: High 3
Awareness of GSI: Low 1

LIFE ONLINE:
COMPUTER SKILLS: Medium to High
WEB USE: High + Daily
E-COMMERCE WEBSITE:

TARGET CHANNELS:
DEVICES OWNED:
SOCIAL MEDIA: Monday - Friday Mornings & afternoons
PREFERRED CONTACT METHODS:

TONY THE IT MANAGER



NAME: Tony Murphy
AGE: 48
LIVES IN: Stillorgan, Co. Dublin
MARITAL STATUS: Married: 3 children aged 17, 15 and 9
OCCUPATION: IT Manager
INDUSTRY: Food & Beverage
LIFECYCLE STAGE: Mature
PRODUCTS & OPPORTUNITIES: EDI Location Numbers, Symbol Verification, In-company Training, Data Synchronisation
PRIORITY: High 4
Medium volume, Medium value

DEMANDS AND EXPECTATIONS:
Price Sensitivity: Low 2
Service Speed Needed: Medium 3
Level of Help Required: Low 2
Awareness of GSI: High 4

LIFE ONLINE:
COMPUTER SKILLS: High
WEB USE: Medium & Daily
SOCIAL MEDIA: Basic profile on LinkedIn

TARGET CHANNELS:
DEVICES OWNED:
SOCIAL MEDIA:
PREFERRED CONTACT METHODS:

REGINA THE REGULATORY AFFAIRS MANAGER



NAME: Regina Carroll
AGE: 36
LIVES IN: Berra, Co. Galway
MARITAL STATUS: Single, in a long term relationship
OCCUPATION: Regulatory Affairs Manager
INDUSTRY: Medical Device Manufacturer
LIFECYCLE STAGE: Emerging
PRODUCTS & OPPORTUNITIES: Barcode Licences, Training & Consultancy, Barcode Verification, Webinars
PRIORITY: High 4
Medium volume, High value

DEMANDS AND EXPECTATIONS:
Price Sensitivity: Low 2
Service Speed Needed: Low 1
Level of Help Required: High 3
Awareness of GSI: Low 2

LIFE ONLINE:
COMPUTER SKILLS: High
WEB USE: High
INTERNET: Consistently throughout the day

TARGET CHANNELS:
DEVICES OWNED:
SOCIAL MEDIA: Primarily personal use. Contributes to company website and Twitter account. Detailed profile on LinkedIn.
PREFERRED CONTACT METHODS:

FRANK THE LOGISTICS & PROCUREMENT MANAGER



NAME: Frank Smyth
AGE: 52
LIVES IN: Malahide, Co. Dublin
MARITAL STATUS: Married: 2 children aged 25 and 21
OCCUPATION: Logistics & Procurement Manager
INDUSTRY: Healthcare
LIFECYCLE STAGE: Emerging
PRODUCTS & OPPORTUNITIES: Location Numbers, Data Synchronisation
PRIORITY: Medium 3
Low volume, Medium value

DEMANDS AND EXPECTATIONS:
Price Sensitivity: Medium 2
Service Speed Needed: Low 1
Level of Help Required: High 3
Awareness of GSI: Medium 3

LIFE ONLINE:
COMPUTER SKILLS: Medium
WEB USE: Medium
INTERNET: Several times a week

TARGET CHANNELS:
DEVICES OWNED:
SOCIAL MEDIA: Basic profile on LinkedIn
PREFERRED CONTACT METHODS:



Customer Journey Workshop

*Workshop hành trình
khách hàng*



- Problem Statement
Xác định vấn đề
- Empathy Map
Sơ đồ thấu cảm
- Journey Map
Sơ đồ hành trình
- Stop, Start, Continue
Tạm dừng, Bắt đầu và Tiếp tục
- Priorities
Xếp hạng ưu tiên



Empathy Map - Bản đồ Thấu cảm

Understanding: Empathy Process
Hiểu rõ: Quy trình Thấu cảm

Key Insights

Insights discovered from our empathy interview. These insights led our project design inquiry

- Sees Value in Giving Back
- Needs Engaging Storytelling
- Feels Business is Unseen
- Has Limited Resources
- Skills Spread Too Thin
- Networks on Small Scale
- Wants to Nurture Compatible Customer Relations

Insights được tìm ra bằng cách phỏng vấn để tìm hiểu về trải nghiệm của ai đó với tư cách người dùng. Những insights này sẽ là tư liệu để phục vụ cho việc thiết kế dự án sau này.

- Thấy được giá trị của việc nhận lại
- Cần một phương pháp kể chuyện gắn kết
- Cảm thấy không phải vì mục đích kinh doanh
- Sở hữu nguồn lực giới hạn
- Không có nhiều kỹ năng
- Mối quan hệ hạn hẹp
- Có nhu cầu nuôi dưỡng mối quan hệ khách hàng tương thích



EMPATHY MAP: STEPPING INTO YOUR PERSONA'S WORK SHOES...

Sơ đồ thấu cảm: Đặt mình vào vị trí công việc của người dùng



What does Tony hear and see (influences and environment)?

What and who really influence him? How?

- Targets, budgets, KPIs
- What's hot & what's not
- Prior experience matters (of solution provided)
- Outlook – short to medium term
- Peers, Family, Media, News, Travel (Personal)

What types of offers and information is he exposed to?

- Competitor & market trends
- LinkedIn, Trade magazines, Conferences
- Time Poor so info needs to be very clear – reactive 'issue de jour'
- Influenced by top management/internal business customers

What does Tony say and do?

What is his attitude? What image does he portray? What conflicts between what he says and how he thinks?

- Desire to improve things
- Nervous of change, fear of upsetting the status quo
- Lack of budget
- Wants to succeed - ambitious
- Wants reassurance decisions are sound
- Competent, Professional
- Confident, in control, capable, eager to prove his ability
- Financial capabilities & limitations
- Conflict: Over positive, diplomatic, hides issues externally
- Frustrated by lack of progress

Where does he share his voice?

- Irish exporters Supply Chain Workgroup
- Chamber of Commerce, GAA, local communities, Membership orgs (IEA, IBEC, ICS etc)

What does he think and feel (preoccupations)?

What is important to him? What are his dreams? What are his unspoken needs and desires? Emotionally what moves him? What keeps him awake at night?

- Managing risk
- Leading edge project/technology
- Patient safety, consumer
- The perfect order
- Work/life balance
- Feeling of completion
- Successful project
- Nightmare, system failures
- Promotion, better job
- Pressure – get the job done
- Keep the boss happy, stay on budget, achieve goals, smooth running of business
- Happy customers/patients
- Minimising firefighting
- Time – competing priorities, budget



EXPERIMENT & BUILD PROTOTYPES USING A SOFTWARE MARKETING TOOL

*Thử nghiệm và xây dựng
prototypes bằng các công
cụ marketing*



- Plan & Categorise
- *Lên kế hoạch và Phân loại*
CRM / Contacts / Lists /
CRM/ Thông tin liên hệ/ Danh sách
Leads
- *Khách hàng tiềm năng*
Landing Pages
- *Trang landing page*
Journeys & Pipelines
Hành trình KH & Pipelines

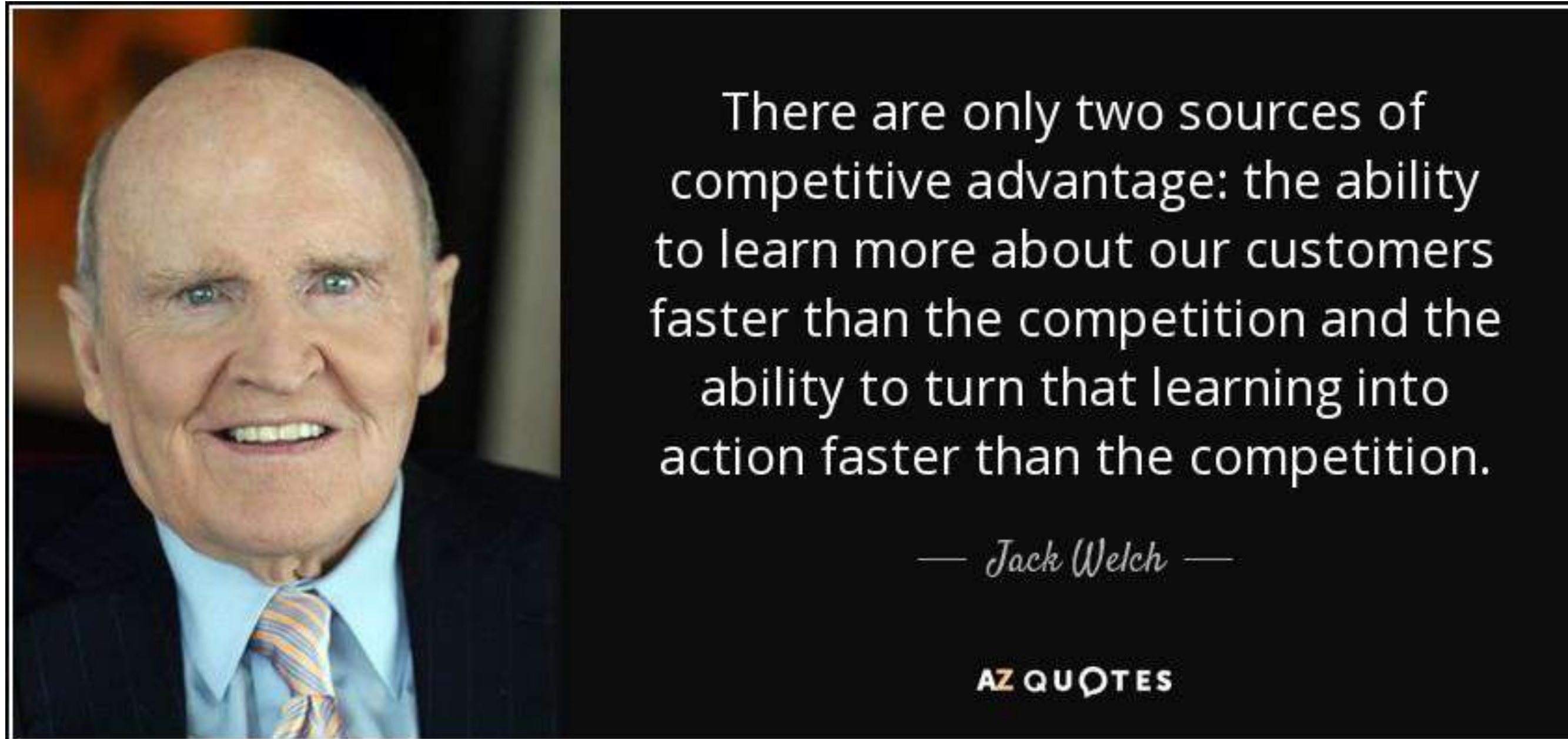


REFLECT & ITERATE

Phản ánh và lặp lại



- Feedback
Phản hồi
- Close the loop
Kết thúc vòng lặp
- Outcomes & benefits
Kết quả và lợi ích
- Further iterations
Các vòng lặp tiếp theo



Chỉ có hai nguồn lực lợi thế cạnh tranh: khả năng **thấu hiểu khách hàng nhanh hơn đối thủ** và khả năng đưa những hiểu biết đó rồi **hành động nhanh hơn đối thủ**.



Pain points

Tiếp nhận đơn hàng

- 1.1 Chưa có web/app cho khách đặt hàng
- 1.2 Nhiều kênh nhận đơn > thông tin rời rạc > dễ sót đơn hàng

Xử lý đơn hàng

- 2.1 Thông tin đơn hàng quản lý thủ công, trao đổi qua Zalo > sai sót
- 2.2 Chưa có hệ thống tính toán về lead time giao hàng để hỗ trợ Sales khi lên đơn hàng
- 2.3 Chưa có hệ thống hỗ trợ ghép đơn, ghép hàng theo xe - theo tuyến

Những vấn đề chưa ưu tiên

1. Quản lý nhân sự: tính lương, thưởng
2. Quản lý tài sản/thiết bị: Khấu hao tài sản, lên lịch bảo trì bảo dưỡng xe.

CRM

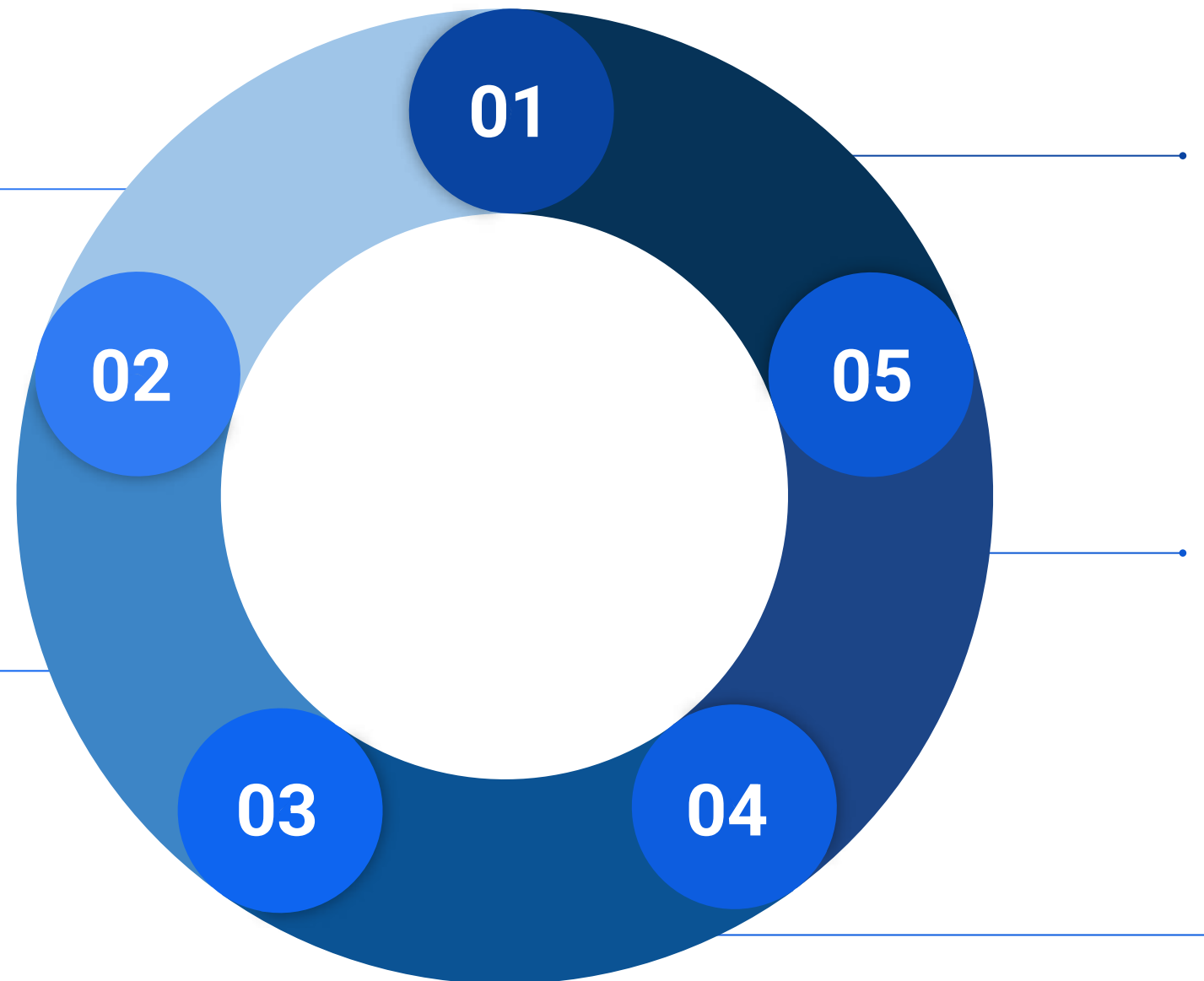
- 5.1 Dữ liệu khách hàng rời rạc; quản lý thủ công > thuộc sở hữu của Sales > doanh nghiệp không kiểm soát được
- 5.2 Chưa có hệ thống quản lý kênh giao tiếp và CSKH hiệu quả

Đối chiếu và thanh toán

- 4.1 Phiếu thu và phiếu chi quản lý thủ công; tổng hợp đối chiếu cuối tháng
- 4.2 Kế toán nội bộ quản lý thủ công ở excel > dữ liệu không đồng bộ realtime

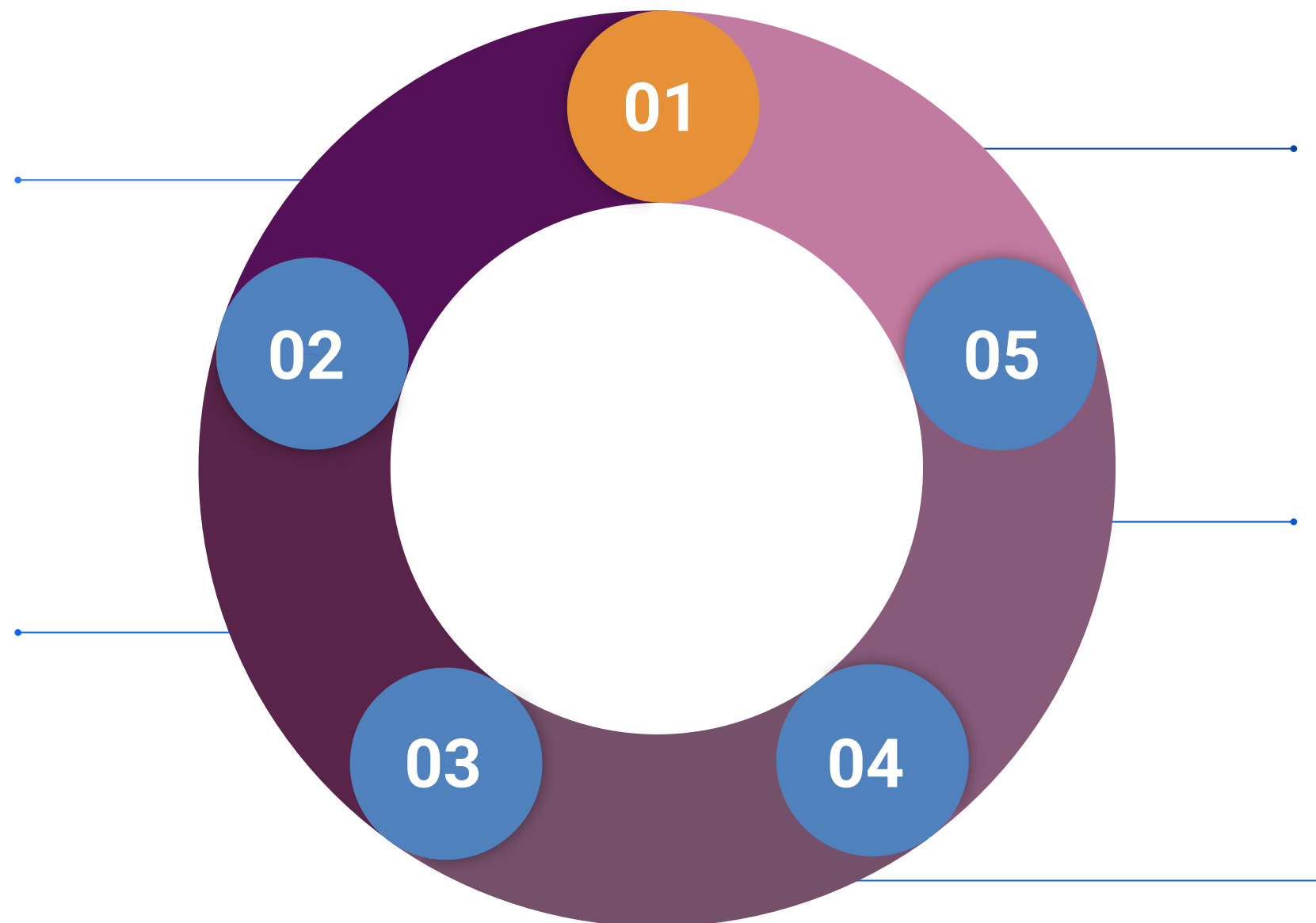
Tracking đơn hàng

- 3.1 Theo dõi song song ở GPS > không chủ động theo dõi được trạng thái đơn hàng
- 3.2 Khách hàng bị động; chưa có kênh thông báo cho khách về lộ trình đơn hàng
- 3.3 Đơn hàng thành công > chưa có kênh thông báo hoặc lưu lại chứng từ giao hàng





Solution Benefits



Tiếp nhận đơn hàng

- 1.1 Triển khai website và app mobile cho phép khách hàng login và khởi tạo đơn hàng
- 1.2 Quy ước toàn bộ đơn hàng (đồng bộ từ web/app) và tự tạo thủ công đều đồng bộ về CRM (Odoo)

Xử lý đơn hàng

- 2.1 Cho phép cấu hình sẵn trên hệ thống các tuyến đường > Khi Sales lên đơn hàng sẽ có thông tin dự kiến về thời gian vận chuyển + cước
- 2.2 Tại màn hình cho điều phối; cho phép tick chọn nhiều đơn và ghép theo xe giao hàng
- 2.3 Sử dụng Máy tính hoặc Mobile App linh hoạt mọi lúc mọi nơi (kết nối internet)
- 2.4 Giao diện cho tài xế: thực hiện scan đơn hàng và xác nhận/chuyển trạng thái đơn chỉ với vài thao tác

CRM

- 5.1 Hệ thống quản lý toàn diện cơ sở dữ liệu của khách hàng; quản lý toàn bộ lịch sử tương tác; các giao dịch phát sinh và các thông tin cần thiết
- 5.2 Quản lý Sales team, Sales Pipeline

Đổi chiếu và thanh toán

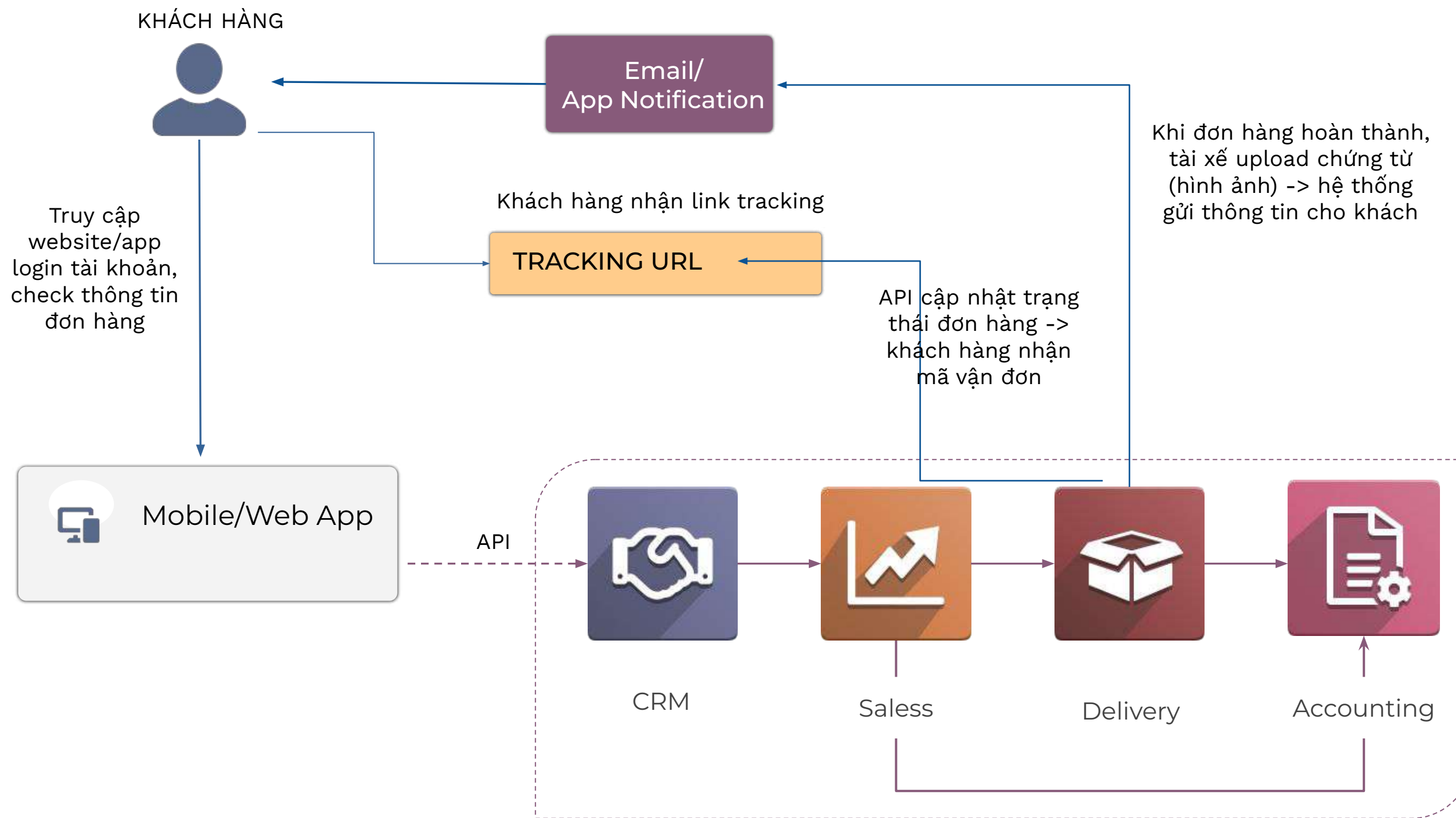
- 4.1 Quản lý kế toán nội bộ trên Odoo: ghi nhận doanh thu trên từng đơn hàng; các khoản tạm ứng cho tài xế > phiếu chi
- 4.2 Kế toán tài chính/báo cáo thuế: export dữ liệu từ Odoo -> import vào FAST

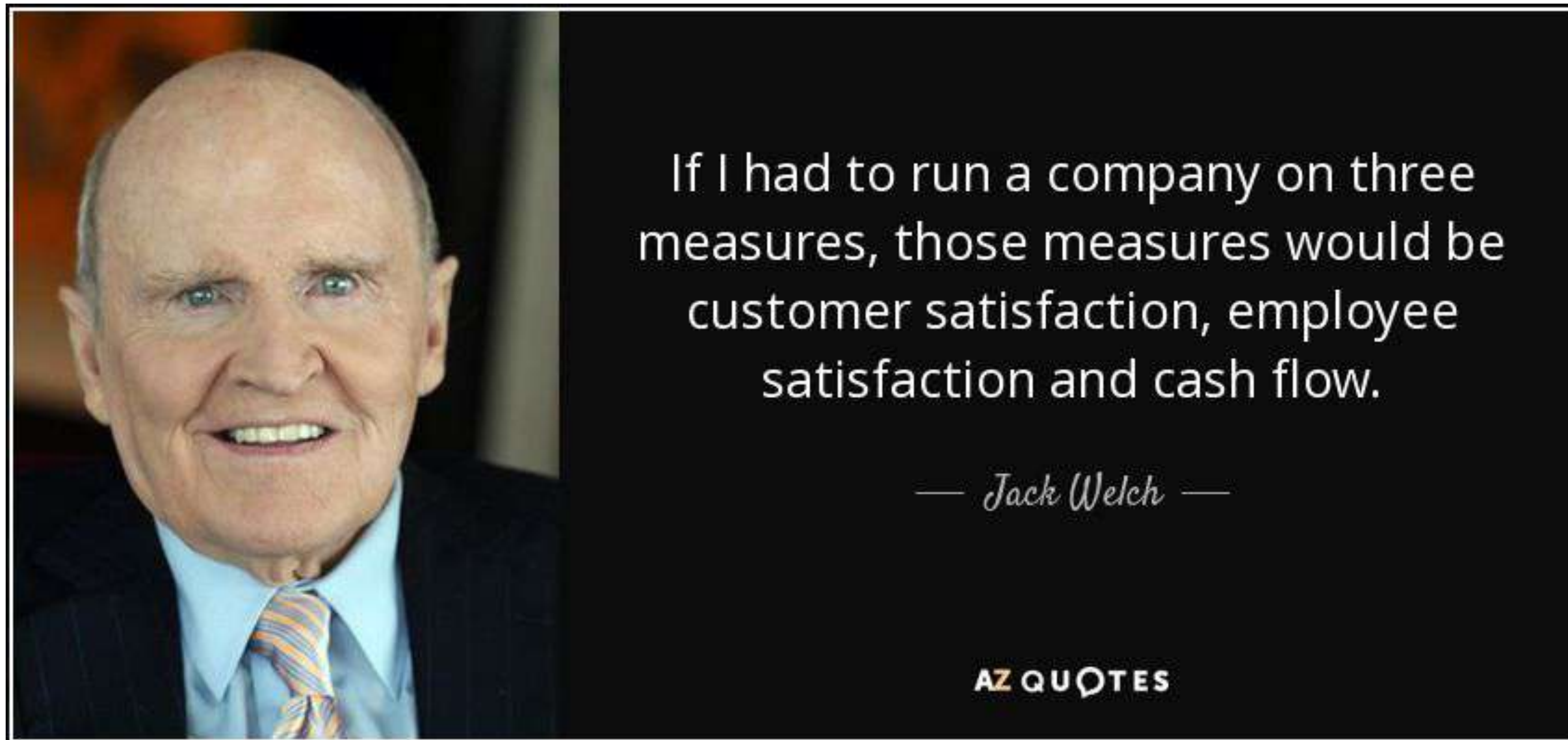
Tracking đơn hàng

- 3.1 Tích hợp hệ thống GPS về CRM; tại giao diện đơn hàng Sales có thể kiểm tra trạng thái đơn giao hàng
- 3.2 Tích hợp thông báo qua email; qua App Notification khi đơn hàng chuyển trạng thái/ đơn hàng giao thành công (kèm chứng từ) giúp khách hàng chủ động tra cứu và theo dõi trạng thái đơn của mình;



Sơ đồ kiến trúc tổng quan





Nếu phải vận hành doanh nghiệp chỉ với 03 thước đo, tôi sẽ lựa chọn bao gồm: sự hài lòng của khách hàng, sự hài lòng của nhân viên và dòng tiền.

Điều mà đối thủ không bao giờ có thể sao chép là những **trải nghiệm tuyệt vời** mà bạn đã mang lại cho khách hàng của mình

ANDREW QUACH
CEO, AI CONSULTING
DIRECTOR OF CONSULTING, AHT TECH

THANK YOU