



BÁO CÁO KIỂM TRA TRÙNG LẶP

Thông tin tài liệu

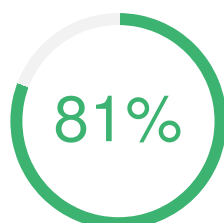
Tên tài liệu:	VuVanTin - Quản trị quan hệ KH tại TTKD VNPT - HDG - Sau bao ve
Tác giả:	Vũ Văn Tin
Điểm trùng lặp:	19
Thời gian tải lên:	23:58 18/07/2022
Thời gian sinh báo cáo:	23:59 18/07/2022
Các trang kiểm tra:	92/92 trang



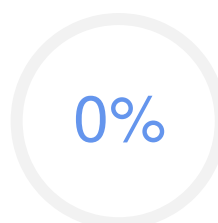
Kết quả kiểm tra trùng lặp



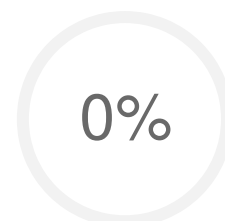
Có 19% nội dung trùng
lặp



Có 81% nội
dung không
trùng lặp



Có 0% nội dung
người dùng loại
trừ



Có 0% nội dung
hệ thống bỏ qua

Nguồn trùng lặp tiêu biểu

tailieu.vn 123docz.net 123doc.net

Danh sách các câu trùng lặp

1. Trang 5: 1 CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/do-an-tot-nghiep-quan-tri-kinh-doanh-giai-phap-hoan-thien-hoat-dong-quan-tri-quan-he-khach-hang-cho-2492182.html>

Nội dung nguồn: Trang ii MỤC LỤC LỜI CẢM ƠN i MỤC LỤC ii DANH MỤC BẢNG vi DANH MỤC BIỂU ĐỒ vii DANH MỤC HÌNH viii LỜI MỞ ĐẦU 1 Chương 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG 3 1 1 KHÁCH HÀNG 3 1 1 1 Khái niệm VỀ KHÁCH HÀNG 3 1 1 2 Tầm QUAN trọng của KHÁCH HÀNG 3 1 1 3 Phân loại KHÁCH HÀNG 4 1 1 3 1 KHÁCH HÀNG tổ chức 4 1 1 3 2 KHÁCH HÀNG cá nhân 4 1 2 QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG (CRM) 5 1 2 1 Khái niệm CRM 5 1 2 2 Tầm QUAN trọng của CRM 6

2. Trang 5: 6 1 1 Khái niệm VỀ KHÁCH HÀNG Phân loại nhóm KHÁCH HÀNG vai trò của KHÁCH HÀNG đối với doanh nghiệp

Độ trùng lặp: 79%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-kinh-te-hoan-thien-chinh-sach-cham-soc-khach-hang-tai-chi-nhanh-ngan-hang-dau-tu-v-2434738.html>

Nội dung nguồn: khách hàng. 1 1 1 khách hàng. và vai trò của khách hàng. đối với doanh nghiệp 1 1 1 Khái niệm về khách hàng. 1 1 2 phân loại khách hàng. 3 1 1 3 vai trò của khách hàng. đối với doanh nghiệp 4 1 2 Chăm sóc khách hàng. và tầm quan trọng của công tác chăm sóc khách hàng. 6 1 2 1 Khái niệm về chăm sóc khách hàng. 6

3. Trang 5: 20 1 3 4 Các yếu tố ảnh hưởng đến quản trị quan hệ khách hàng

Độ trùng lặp: 93%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-ca-nhan-trong-huy-dong-von-2152184.html>

Nội dung nguồn: khách hàng 1 3 4 Các yếu tố ảnh hưởng đến Quản trị quan hệ khách

4. Trang 5: 39 Chương 2 Thực trạng quản trị quan hệ khách hàng tại Trung tâm kinh doanh VNPT HẢI DƯƠNG

Độ trùng lặp: 77%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-crm-tai-trung-tam-kinh-d-2163596.html>

Nội dung nguồn: QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG Chương 2 THỰC TRẠNG về công tác QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TẠI TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT. Đắc Lắc

5. Trang 5: 44 2 2 Thực trạng quản trị quan hệ khách hàng tại Trung tâm kinh doanh VNPT iv Hải Dương

Độ trùng lặp: 73%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Quản trị quan hệ khách hàng tại Trung tâm Kinh doanh VNPT. Bắc Ninh

6. Trang 6: 2 2 4 hoạt động bán hàng và chăm sóc khách hàng (tư vấn bán hàng maketing, dịch vụ sau bán hàng)

Độ trùng lặp: **61%**

Nguồn: <https://123docz.net/document/7731049-phuong-huong-va-giai-phap-phat-trien-kinh-doanh-dich-vu-vien-thong-cua-vnpt-ha-noi-tt.htm>

Nội dung nguồn: Hoạt động bán hàng d Đẩy mạnh các dịch vụ sau bán hàng và chăm sóc

7. Trang 6: 2 3 Đánh giá hoạt động quản trị quan hệ khách hàng tại Trung tâm Kinh doanh VNPT Hải Dương

Độ trùng lặp: **84%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/khoa-luan-tot-nghiep-quan-tri-kinh-doanh-phan-tich-hoat-dong-quan-tri-quan-he-khach-hang-cua-vnpt-t-2408616.html>

Nội dung nguồn: hoạt động Quản trị quan hệ khách hàng của VNPT Thừa Thiên Huế 71 2 3 1 Đánh giá của khách hàng 77 2 4 Đánh giá hoạt động Quản trị quan hệ khách hàng tại Trung tâm Kinh doanh VNPT Thừa Thiên Huế 84

8. Trang 6: 63 CHƯƠNG 3 GIẢI PHÁP quản trị quan hệ KHÁCH HÀNG tại Trung tâm kinh doanh VNPT HẢI DƯƠNG

Độ trùng lặp: **72%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: QUẢN TRỊ QUAN HỆ TẠI TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT Bắc Ninh 50 Chương 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH QUẢN TRỊ 53 QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TẠI TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT BẮC NINH 53

9. Trang 6: 63 3 1. Phương hướng hoạt động và hoạch Định chiến lược QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG của TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT Hải Dương

Độ trùng lặp: **58%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Quản trị 53 quan hệ khách hàng TẠI Trung tâm Kinh doanh VNPT BẮC NINH 53 3 1 định hướng phát triển công tác Quản trị quan hệ khách hàng tại Trung tâm Kinh doanh VNPT Bắc Ninh 53 3 1 1 Mục tiêu Kinh doanh định hướng CRM của Trung tâm Kinh doanh VNPT Bắc Ninh 53 3 1 2 định hướng phát triển hoạt động CRM của VNPT Bắc Ninh 53 3 1 3 định hướng chiến lược Quản trị quan hệ KH (CRM) 55

10. Trang 6: 64 3 2 Một số giải pháp Quản trị quan hệ khách hàng của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương

Độ trùng lặp: **70%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: 55 3 2 Một số giải pháp hoàn thiện Quản trị quan hệ khách hàng tại Trung tâm Kinh doanh VNPT Bắc Ninh

11. Trang 8: 41 bảng 2 2 Báo cáo Kết quả kinh doanh của các dịch vụ trọng tâm của TTKD VNPT Hải Dương qua 5 năm 2017 2021

Độ trùng lặp: **60%**

Nguồn: <https://123docz.net/document/7309558-quan-tri-quan-he-khach-hang-ca-nhan-tai-trung-tam>

[-kinh-doanh-vnpt-vinh-phuc.htm](#)

Nội dung nguồn: kinh doanh của TTKD VNPT Vĩnh Phúc trong năm Báo cáo kết quả kinh doanh của các dịch vụ trọng tâm của TTKD VNPT

12. Trang 8: Bảng 2 6 Điểm tính lòng Trung thành thông qua thời gian sử dụng dịch vụ

Độ trùng lặp: 86%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: 27 Bảng 2 1 Điểm tính lòng trung thành thông qua thời gian sử dụng dịch vụ 32 Bảng 2 2 Điểm tính có giá trị hiện tại 33 Bảng 2 3 Điểm tính có giá trị tiềm năng 33 Bảng 2 4 Điểm tính lòng trung thành thông qua chỉ số Cr

13. Trang 8: Bảng 2 7 tổng điểm K của giá trị hiện tại, giá trị tiềm năng và lòng trung thành

Độ trùng lặp: 88%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Tổng điểm giá trị hiện tại, giá trị tiềm năng và lòng trung thành của khách hàng trong CSDLKH, có điểm Tổng cộng như sau Bảng 2 5 Tổng điểm K của giá trị hiện tại, giá trị tiềm năng và lòng trung thành 3 6 3 2 2 0 0 4 0 6 0 8 2 2 0 0 5 1 1 5 2

14. Trang 8: Bảng 2 9 Kết quả chăm sóc khách hàng của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương thực hiện năm 2021

Độ trùng lặp: 61%

Nguồn: <https://123docz.net/document/7309558-quan-tri-quan-he-khach-hang-ca-nhan-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-vinh-phuc.htm>

Nội dung nguồn: Trung tâm kinh Bảng doanh VNPT Vĩnh Phúc trong các năm Kết quả chăm sóc khách hàng cá nhân của Trung Bảng tâm kinh doanh VNPT Vĩnh Phúc thực hiện năm Tổng Kết các chương trình chăm sóc khách hàng Bảng hàng năm của Trung tâm kinh

15. Trang 9: Hình 1 4 Quy trình triển khai hệ thống CRM tại VNPT Hà Nam

Độ trùng lặp: 92%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/khoa-luan-tot-nghiep-quan-tri-kinh-doanh-phan-tich-hoat-dong-quan-tri-quan-he-khach-hang-cua-vnpt-t-2408616.html>

Nội dung nguồn: 13 Hình 1 2 Mô Hình IDIC Phân tích và Tác nghiệp 15 Hình 1 3 Mô Hình đánh giá hoạt động CRM 26 Hình 1 4 Mô Hình CRM của Viettel 29 Hình 1 5 Quy trình triển khai hệ thống CRM tại VNPT Hà Nam

16. Trang 9: hình 2 2 Mô hình cập nhật và truy vấn dữ liệu khách hàng tập trung

Độ trùng lặp: 82%

Nguồn: <https://123docz.net/document/5117094-quan-tri-quan-he-khach-hang-cmr-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-dac-lac.htm>

Nội dung nguồn: Mô Hình cập nhật và truy vấn dữ liệu khách hàng tập trung Mô Hình tổ chức quản lý CRM Mô

17. Trang 9: Hình 2 3 Mô Hình xử lý yêu cầu của hệ thống CSDLKH tập trung (Nguồn phòng ĐHNV)

Độ trùng lặp: 78%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Mô Hình xử lý yêu cầu của hệ thống CSDLKH

18. Trang 15: KHÁCH HÀNG 1 1 Khái niệm VỀ KHÁCH HÀNG Phân loại nhóm KHÁCH HÀNG vai trò của KHÁCH HÀNG đối với doanh nghiệp

Độ trùng lặp: 81%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-kinh-te-hoan-thien-chinh-sach-cham-soc-khach-hang-tai-chi-nhanh-ngan-hang-dau-tu-v-2434738.html>

Nội dung nguồn: KHÁCH HÀNG 1 1 1 KHÁCH HÀNG và vai trò của KHÁCH HÀNG đối với doanh nghiệp 1 1 1 1 Khái niệm về KHÁCH HÀNG 1 1 1 2 phân loại KHÁCH HÀNG 3 1 1 3 vai trò của KHÁCH HÀNG đối với doanh nghiệp 4 1 2 Chăm sóc KHÁCH HÀNG và tầm quan trọng của công tác chăm sóc KHÁCH HÀNG 6 1 2 1 Khái niệm về chăm sóc KHÁCH HÀNG 6

19. Trang 15: 1 1 1 Khái niệm khách hàng khách hàng là những cá nhân hay tổ chức mà doanh nghiệp (TCDN) đang hướng các nỗ lực Marketing vào đó

Độ trùng lặp: 88%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/khoa-luan-tot-nghiep-quan-tri-kinh-doanh-nghien-cuu-cac-nhan-to-anh-huong-den-su-lua-chon-ngan-hang-2404495.html>

Nội dung nguồn: 1 1 1 Khái niệm khách hàng và hành vi khách hàng 1 1 1 1 Khái niệm khách hàng khách hàng là những cá nhân hay tổ chức mà doanh nghiệp đang hướng các nỗ lực Marketing vào Họ

20. Trang 15: 1 1 2 Phân loại khách hàng Có rất nhiều cách để Phân loại khách hàng khác nhau được sử dụng trong nghiên cứu thị trường

Độ trùng lặp: 53%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-cong-ty-yang-ming-ship-2163427.html>

Nội dung nguồn: 1 1 2 Phân loại khách hàng Có nhiều cách để Phân loại

21. Trang 29: Thông tin của tổ chức về khách hàng và nhu cầu khách hàng

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://123docz.net/document/5706500-hoan-thien-cong-tac-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-ngan-hang-tnhh-mtv-public-viet-nam-chi-nhanh-da-nang.htm>

Nội dung nguồn: khách hàng Thông tin của tổ chức về khách hàng và nhu cầu khách

22. Trang 32: Đó chính là giá trị hiện tại ròng của các luồng tài chính dự kiến trong tương lai đến từ khách hàng đó

Độ trùng lặp: 51%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-an-tien-si-kinh-te-dinh-gia-thuong-hieu-ngan-hang-thuong-mai-viet-nam-1681955.html>

Nội dung nguồn: chính là giá trị là tài chính của thương hiệu, ãược tính bằng giá trị hiện tại ròng của các nguồn thu nhập dự tính trong tương

23. Trang 33: Tần suất (Frequency) Tần suất giao dịch của khách hàng trong một khoảng thời gian nhất định

Độ trùng lặp: 68%

Nguồn: <https://123docz.net/document/7664351-mo-hinh-du-bao-churn-cho-khach-hang-bang-phuong-phap-hoc-may-suy-dien-phuong-sai.htm>

Nội dung nguồn: trong một khoảng thời gian nhất định [] Cụ thể, các định nghĩa về dịch vụ ngân hàng trong ngân hàng là các giao dịch của khách hàng thấp hơn ngưỡng hoặc khách hàng đã đóng tài khoản của mình [] trong luận văn này, khách hàng churn trong ngân hàng Việt Nam được xác định bằng số lượng giao dịch của khách hàng trong

24. Trang 35: Phân biệt khách hàng theo nhu cầu nhu cầu là những gì khách hàng muốn, cần, ưa thích hoặc mong ước

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-crm-tai-trung-tam-kinh-d-2163596.html>

Nội dung nguồn: Phân biệt khách hàng theo nhu cầu nhu cầu là những gì khách hàng muốn, cần, ưa thích hoặc mong ước nhu cầu giải thích tại sao khách hàng hành động và hành vi là hành động của khách hàng những lưu ý để hiểu nhu cầu khách hàng nhu cầu của khách hàng có thể thay đổi theo tình huống; nhu cầu khách hàng đa dạng và thay đổi

25. Trang 35: nhu cầu giải thích tại sao khách hàng hành động và hành vi là hành động của khách hàng

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-crm-tai-trung-tam-kinh-d-2163596.html>

Nội dung nguồn: Nhu cầu giải thích tại sao khách hàng hành động và hành vi là hành động của

26. Trang 47: VNPT đã triển khai hệ thống CRM với các giai đoạn và trình tự như ở hình

Độ trùng lặp: 87%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/khoa-luan-tot-nghiep-quan-tri-kinh-doanh-phan-tich-hoat-dong-quan-tri-quan-he-khach-hang-cua-vnpt-t-2408616.html>

Nội dung nguồn: VNPT đã triển khai hệ thống CRM với các giai đoạn và trình tự

27. Trang 48: Hình 1 4 Quy trình triển khai hệ thống CRM tại VNPT Hà Nam

Độ trùng lặp: 92%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/khoa-luan-tot-nghiep-quan-tri-kinh-doanh-phan-tich-hoat-dong-quan-tri-quan-he-khach-hang-cua-vnpt-t-2408616.html>

Nội dung nguồn: 13 Hình 1 2 Mô Hình IDIC Phân tích và Tác nghiệp 15 Hình 1 3 Mô Hình đánh giá hoạt động CRM 26 Hình 1 4 Mô Hình CRM của Viettel 29 Hình 1 5 Quy trình triển khai hệ thống CRM tại VNPT Hà Nam

28. Trang 48: Kết luận chương 1 chương 1 của luận văn đã tìm hiểu những vấn đề tổng quan về khách hàng và quản trị quan hệ khách hàng nội dung của quản trị quan hệ khách hàng các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động quản trị quan hệ khách hàng đó là cơ sở lý luận để so sánh phân tích giữa lý thuyết và thực tiễn ở những chương sau

Độ trùng lặp: 90%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: những vấn đề tổng quan về khách hàng và quản trị quan hệ khách hàng nội dung của quản trị quan hệ khách hàng các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động quản trị quan hệ khách hàng đó là cơ sở lý luận để so sánh phân tích giữa lý thuyết và thực tiễn ở những Chương sau

29. Trang 51: (Nguồn: phòng Kế toán Kế hoạch TTKD VNPT Hải Dương) bảng 2.2 Báo cáo Kết quả kinh doanh của các dịch vụ trọng tâm của TTKD VNPT

Độ trùng lặp: 59%

Nguồn: <https://123docz.net/document/7309558-quan-tri-quan-he-khach-hang-ca-nhan-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-vinh-phuc.htm>

Nội dung nguồn: kinh doanh của TTKD VNPT Vĩnh Phúc trong năm Báo cáo kết quả kinh doanh của các dịch vụ trọng tâm của TTKD

30. Trang 68: Hoàn thành 100% kế hoạch bốc thăm trúng thưởng cho khách hàng, theo chương trình bốc thăm trúng thưởng (chương trình bốc thăm trúng thưởng dịch vụ truyền hình MyTV, di động,)

Độ trùng lặp: 51%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/khoa-luan-tot-nghiep-quan-tri-kinh-doanh-danh-gia-thuc-trang-hoat-dong-xuc-tien-hon-hop-tai-trung-t-2404284.html>

Nội dung nguồn: chương trình bốc thăm trúng thưởng dành cho khách hàng theo đó, khi khách

31. Trang 71: hiện tại Quá trình phân loại khách hàng đang dừng lại ở mức phân loại dựa trên doanh thu Quá khứ để xây dựng các chương trình quan hệ khách hàng mà chưa đo lường được giá trị khách hàng sẽ mang lại trong tương lai

Độ trùng lặp: 91%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-dich-vu-thong-tin-di-dong--1948470.html>

Nội dung nguồn: xây dựng được chương trình phần mềm quản lý quan hệ khách hàng phù hợp quá trình phân loại khách hàng đang dừng lại ở mức phân loại dựa trên doanh thu để xây dựng các chương trình quan hệ khách hàng mà chưa đo lường được giá trị khách hàng sẽ mang lại trong tương lai Việc giao tiếp với khách hàng Hiện tại, thường diễn ra tại, các quầy giao dịch, khách

32. Trang 71: Chất lượng phục vụ khách hàng chưa cao, các thủ tục chấp nhận dịch vụ cũng như giải quyết khiếu nại, qui trình chăm sóc khách hàng còn rườm rà, phức tạp, chưa được đơn giản hóa

Độ trùng lặp: 83%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-dich-vu-thong-tin-di-dong--1948470.html>

Nội dung nguồn: Chất lượng phục vụ khách hàng chưa cao, các thủ tục chấp nhận dịch vụ cũng như giải quyết khiếu nại, qui trình CSKH còn rườm rà, phức tạp, chưa được đơn giản hóa qui

33. Trang 72: qui trình áp dụng tiến bộ của công nghệ thông tin trong quản lý còn chậm và chưa đồng bộ chưa theo kịp với nhu cầu quản lý hiện tại

Độ trùng lặp: 90%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-dich-vu-thong-tin-di-dong--1948470.html>

Nội dung nguồn: Quy trình áp dụng tiến bộ của công nghệ thông tin trong quản lý còn chậm và chưa theo kịp với nhu cầu quản lý hiện tại

34. Trang 72: việc thăm dò ý kiến khách hàng còn mang tính hình thức, chưa hiệu quả, cụ thể, thiếu tính chuyên nghiệp trong quá trình thu thập lấy ý kiến khách hàng

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-ngan-hang-tmcp-cong-th-2163504.html>

Nội dung nguồn: Việc thăm dò ý kiến khách hàng còn mang tính hình thức, chưa hiệu quả, cụ thể thiếu tính chuyên nghiệp trong quá trình thu thập, lấy ý kiến khách hàng

35. Trang 72: Những nguyên nhân của tồn tại hạn chế chưa quan tâm đúng mức về Công tác đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn cho nhân viên

Độ trùng lặp: 58%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-ly-cong-ung-dung-cong-nghe-thong-tin-va-ao-cai-cach-thu-tuc-hanh-chinh--2357842.html>

Nội dung nguồn: công tác đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn cho

36. Trang 72: Các kênh tương tác khách hàng chưa có sự phối hợp đồng bộ nên việc thu thập thông tin khách hàng còn nhiều hạn chế.

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://123docz.net/document/4151369-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-chi-nhanh-ngan-hang-nong-nghiep-va-phat-trien-nong-thon-huyen-tay-hoa-tinh-phu-yen.htm>

Nội dung nguồn: Các kênh tương tác khách hàng chưa có sự phối hợp đồng bộ nên việc thu thập thông tin khách hàng còn nhiều hạn chế do đó khó

37. Trang 72: Chưa có kế hoạch thường xuyên khảo sát, nắm bắt nhu cầu và phản ánh thực tế của khách hàng

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://123docz.net/document/4229995-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-chi-nhanh-mobifone-binh-dinh.htm>

Nội dung nguồn: Chưa có kế hoạch thường xuyên khảo sát nắm bắt nhu cầu và phản ánh thực tế của

38. Trang 72: do đó khó có thể phản hồi một cách hiệu quả, dẫn đến khó nắm bắt nhu cầu khách hàng

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://123docz.net/document/4151369-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-chi-nhanh-ngan-hang-nong-nghiep-va-phat-trien-nong-thon-huyen-tay-hoa-tinh-phu-yen.htm>

Nội dung nguồn: Do đó khó có thể phản hồi một cách hiệu quả, dẫn đến khó nắm bắt nhu cầu

39. Trang 72: Kết luận chương 2 chương 2 đã tìm hiểu tổng quan về trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương và phân tích đánh giá được hiện trạng công tác quản trị quan hệ khách hàng trung tâm kinh doanh VNPT. Hải Dương, đây là cơ sở quan trọng để đưa ra các giải pháp hoàn thiện công tác quản trị quan hệ khách hàng tại trung tâm kinh doanh VNPT

Độ trùng lặp: 80%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Ninh * Kết luận Chương 2 Cung cấp cái nhìn tổng quan về Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Ninh và hoạt động quản trị quan hệ khách hàng Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Ninh, đồng thời cũng phân tích đánh giá hiện trạng công tác quản trị quan hệ khách hàng đây là cơ sở quan trọng để đưa ra các giải pháp hoàn thiện công tác quản trị quan hệ khách hàng tại Trung tâm kinh

40. Trang 73: 3.1. Phương hướng hoạt động và hoạch định chiến lược QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG của TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT Hải Dương

Độ trùng lặp: 61%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Quản trị 53 quan hệ khách hàng TẠI Trung tâm Kinh doanh VNPT BẮC NINH 53.3.1 định hướng phát triển công tác Quản trị quan hệ khách hàng tại Trung tâm Kinh doanh VNPT Bắc Ninh 53.3.1.1 Mục tiêu Kinh doanh định hướng CRM của Trung tâm Kinh doanh VNPT Bắc Ninh 53.3.1.2 định hướng phát triển hoạt động CRM của VNPT Bắc Ninh 53.3.1.3 định hướng chiến lược Quản trị quan hệ KH (CRM) 55

41. Trang 73: Về phương hướng hoạt động, kinh doanh sắp tới của VNPT, Hải Dương Tập Trung duy trì và mở rộng thị phần kinh doanh các dịch vụ di động, băng rộng MyTV, đem lại doanh thu và hiệu quả cao

Độ trùng lặp: 73%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-crm-tai-trung-tam-kinh-d-2163596.html>

Nội dung nguồn: Tập trung, duy trì và mở rộng thị phần kinh doanh các dịch vụ di động băng rộng MyTV đem lại doanh thu và hiệu quả cao

42. Trang 73: phát triển bền vững dựa trên nguyên tắc cân đối hài hòa ba yếu tố khách hàng, người lao động và doanh nghiệp

Độ trùng lặp: 90%

Nguồn: <https://luanvan.moet.gov.vn/?page=1.38&view=37992>

Nội dung nguồn: Phát triển bền vững dựa trên nguyên tắc cân đối hài hòa ba yếu tố khách hàng, người lao động

43. Trang 73: Đổi mới, làm mới, thương hiệu VNPT, coi văn hoá VNPT, là nền tảng để chuyển tải thương hiệu VNPT, tới khách hàng

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-crm-tai-trung-tam-kinh-d-2163596.html>

Nội dung nguồn: Đổi mới, làm mới, thương hiệu VNPT, coi văn hoá VNPT, là nền tảng để chuyển tải thương hiệu VNPT, tới

44. Trang 73: Đột phá trong phát triển các dịch vụ Giá trị gia tăng và Công nghệ thông tin nhằm phát huy tối đa cơ sở hạ tầng đã đầu tư

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-kinh-te-ung-dung-he-thong-the-diem-can-bang-balanc>

[ed-scorecard-trong-trien-khai--2385335.html](#)

Nội dung nguồn: Đột phá trong phát triển các dịch vụ giá trị gia tăng và Công nghệ thông tin nhằm phát huy tối đa cơ sở hạ tầng đã đầu tư (3) Tìm kiếm

45. Trang 73: Mở rộng kinh doanh sang lĩnh vực truyền thông nhằm phát huy lợi thế tổng hợp, đặc biệt là lợi thế về công nghệ và mạng lưới

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-kinh-te-ung-dung-he-thong-the-diem-can-bang-balanced-scorecard-trong-trien-khai--2385335.html>

Nội dung nguồn: Mở rộng kinh doanh sang lĩnh vực truyền thông nhằm phát huy lợi thế tổng hợp, đặc biệt là lợi thế về công nghệ và mạng lưới (5)

46. Trang 73: Phát triển có trọng tâm, trọng điểm trong lĩnh vực công nghiệp viễn thông để hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh chính và mở rộng các hoạt động kinh doanh thương mại khác

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-kinh-te-ung-dung-he-thong-the-diem-can-bang-balanced-scorecard-trong-trien-khai--2385335.html>

Nội dung nguồn: Phát triển có trọng tâm, trọng điểm trong lĩnh vực công nghiệp viễn thông để hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh chính và mở rộng các hoạt động kinh doanh thương mại

47. Trang 73: 2025 hoạt động CRM được xác định là một trong các hoạt động quan trọng hỗ trợ cho công việc kinh doanh của doanh nghiệp

Độ trùng lặp: 51%

Nguồn: <https://123docz.net/document/2435497-de-ta-i-phan-tich-tows-chien-luoc-tham-nhap-thi-truong-ha-noi-san-pham-thiet-bi-tin-hoc-van-phong-cua-cong-ty.htm>

Nội dung nguồn: Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp Sự ổn định chính trị được xác định là một trong những tiền đề quan trọng, cho Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp Sự thay đổi

48. Trang 74: Tăng 20% giá trị dịch vụ cho khách hàng; giảm tỷ lệ thời gian chờ của khách hàng trong tất cả các yếu tố phục vụ khách hàng (thời hạn lắp đặt máy, thời gian xử lý sự cố, phát hành hoá đơn cước, ký kết hợp đồng, thời gian giải quyết khiếu nại,) xuống mức thấp nhất; đảm bảo đáp ứng tất cả các yêu cầu, nhu cầu Tăng thêm của khách hàng 67 Thu hút 70% trở lên số khách hàng rời mạng quay về sử dụng dịch vụ của

Độ trùng lặp: 52%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-crm-tai-trung-tam-kinh-d-2163596.html>

Nội dung nguồn: Tăng 20% giá trị dịch vụ cho khách hàng; giảm tỷ lệ thời gian chờ của khách hàng trong tất cả các yếu tố phục vụ khách Thu hút 85% trở lên số khách hàng rời mạng quay về sử dụng dịch vụ của VNPT; đạt từ 60% trở lên số khách

49. Trang 74: 3.2 Một số giải pháp Quản trị quan hệ khách hàng của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương

Độ trùng lặp: 73%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: 5.3.2 Một số giải pháp hoàn thiện Quản trị quan hệ khách hàng tại Trung tâm

Kinh doanh VNPT Bắc Ninh

50. Trang 76: giá trị của khách hàng được tạo dựng trong tất cả các giai đoạn trước trong và sau khi khách hàng mua hàng

Độ trùng lặp: 57%

Nguồn: <https://123docz.net/document/6449893-luan-van-thac-si-nang-cao-chat-luong-quan-tri-rui-ro-tin-dung-tai-ngan-hang-tmcp-quoc-te-viet-nam-chi-nhanh-thai-nguyen.htm>

Nội dung nguồn: tất cả các giai đoạn trước, trong và sau

51. Trang 76: Hay nói cách khác, giá trị của khách hàng được tạo dựng và Gia tăng thông qua việc Gia tăng hiệu quả của các chương trình Marketing, bán hàng và dịch vụ.

Độ trùng lặp: 58%

Nguồn: <https://123docz.net/document/8038875-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-cong-ty-sua-dau-nanh-viet-nam-vinasoy.htm>

Nội dung nguồn: gia tăng hiệu quả của các chương trình Marketing, bán hàng và dịch vụ tạo thuận lợi và gia tăng giá trị

52. Trang 76: Giá trị là ước tính của khách hàng về khả năng thỏa mãn những nhu cầu về sản phẩm hay dịch vụ

Độ trùng lặp: 71%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/bai-giang-marketing-dua-tren-gia-tri-phan-1-ts-ao-thu-hoi-2515388.htm>

Nội dung nguồn: tính của khách hàng về khả năng thỏa mãn những nhu cầu này của sản phẩm hay dịch

53. Trang 77: Phát triển hệ thống chăm sóc khách hàng chung nhằm giải đáp những thắc mắc và những yêu cầu cho tất cả các loại khách hàng

Độ trùng lặp: 68%

Nguồn: <https://123docz.net/document/3704168-quan-tri-quan-he-khach-hang-cong-ty-co-phan-ben-en.htm>

Nội dung nguồn: Phát triển hệ thống chăm sóc khách hàng chung nhằm giải đáp thắc mắc yêu cầu cho tất loại khách

54. Trang 77: Trước khi quyết định mua hàng Khách hàng thật sự cần được Giúp đỡ bởi Họ rất muốn đi đến một lựa chọn sáng suốt nhất

Độ trùng lặp: 65%

Nguồn: <https://123docz.net/document/2043942-marketing-dich-vu-mau-chot-de-thoa-man-khach-hang-kho-tinh-doc.htm>

Nội dung nguồn: giúp đỡ khách hàng, thật sự cần được giúp đỡ họ rất muốn bạn giúp họ đi đến một lựa chọn sáng

55. Trang 78: Hoạt động Tương tác, có thể giúp doanh nghiệp tiếp cận, tăng độ tin cậy và giữ chân khách hàng nhưng cũng có thể khiến khách hàng một đi không trở lại

Độ trùng lặp: 78%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-doi>

voi-nhom-khach-hang-ca-nhan-ta-2406722.html

Nội dung nguồn: có thể giúp doanh nghiệp tiếp cận, tăng độ tin cậy và giữ chân khách hàng những cũng dễ dàng khiến khách hàng một đi không trở lại tương

56. Trang 79: giữ kết nối với khách hàng đóng vai trò rất quan trọng trong Việc hồ biến họ trở thành khách hàng trung thành và là cơ sở để cải tiến dịch vụ sản phẩm nhằm đáp ứng tối ưu nhu cầu của khách hàng

Độ trùng lặp: 72%

Nguồn: <https://123docz.net/document/7569418-dong-tao-sinh-dich-vu-vai-tro-cua-trao-doi-xa-hoi-va-nhan-thuc-xa-hoi.htm>

Nội dung nguồn: khách hàng đóng vai trị quan trọng trong việc biến họ trở thành khách hàng trung thành và là cơ sở để cải tiến dịch vụ, nhằm đáp ứng tối ưu nhu cầu của khách hàng

57. Trang 79: Chưa kể, cách tương tác với khách hàng hiện tại tốn ít chi phí hơn chuyển đổi một khách hàng mới.

Độ trùng lặp: 58%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/du-bao-som-nhung-co-hoi-va-rui-ro-doi-voi-doanh-nghiep-nho-va-vua-91093.html>

Nội dung nguồn: hơn khách hàng với doanh nghiệp của bạn Lưu giữ khách hàng hiện tại tốn ít chi phí hơn là tạo ra một khách hàng mới bằng cách thực hiện tốt

58. Trang 79: Các các tương tác với khách hàng sẽ giúp bạn biết được khách hàng có hài lòng với sản phẩm, dịch vụ hay không.

Độ trùng lặp: 56%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-kinh-te-nghien-cuu-cac-yeu-to-cua-phuong-thuc-tao-gi-a-tri-danh-cho-khach-hang-doan-2430612.html>

Nội dung nguồn: khách hàng có hài lòng với sản phẩm dịch vụ hay nhân viên đang phục vụ hay không hoặc thực hiện

59. Trang 81: một số phương pháp đào tạo có thể áp dụng để nâng cao trình độ, tiếp thị bán hàng đào tạo trong công việc Đây là phương pháp đào tạo trực tiếp tại nơi làm việc trong đó người học sẽ học được kiến thức kỹ năng, cần thiết cho công việc thông qua thực tế thực hiện công việc và thường là dưới sự hướng dẫn của những người lao động lành nghề hơn

Độ trùng lặp: 86%

Nguồn: <https://123docz.net/document/3768516-bao-cao-kien-tap-quan-tri-nhan-luc-thuc-trang-va-gi-ai-phap-nham-nang-cao-cong-tac-dao-tao-nghe-cho-lao-dong-nong-thon-tai-huyen-pac-nam-tinh-ba-c-kan.htm>

Nội dung nguồn: được thực hiện Một cách có tổ chức và có kế hoạch đào tạo được hiểu được hiểu là các hoạt động học tập nhằm giúp cho người lao động có thể thực hiện có hiệu quả hơn chức năng nhiệm vụ của mình đó chính là quá trình học tập làm cho người lao động nắm vững hơn về công việc của mình, là những hoạt động học tập để nâng cao trình độ kỹ năng của người lao động để thực hiện nhiệm vụ lao động có hiệu quả hơn Các hình thức, đào tạo a đào tạo trong công việc đào tạo tại nơi làm việc là phương pháp đào tạo trực tiếp tại nơi làm việc trong đó người học sẽ học được những kiến thức, kỹ năng cần thiết cho công việc thông qua thực tế thực hiện công việc và thường là dưới sự hướng dẫn của những người lao động lành nghề hơn đào tạo theo kiểu chỉ dẫn công việc đây là phương pháp phổ biến dùng để dạy các kỹ năng thực hiện công việc cho

60. Trang 82: Đào tạo theo kiểu chỉ dẫn công việc Quá trình Đào tạo này bắt đầu bằng sự giới

thiệu và giải thích của người dạy về mục tiêu của công việc và chỉ dẫn một cách tỉ mỉ, theo từng bước về cách quan sát, trao đổi, học hỏi và làm thử cho tới khi thành thạo dưới sự hướng dẫn của người dạy

Độ trùng lặp: **88%**

Nguồn: <https://123docz.net/document/4620224-pha-t-trie-n-nguo-n-nhan-lu-c-ta-i-be-nh-vie-n-phu-s-a-n-nhi-da-na-ng.htm>

Nội dung nguồn: dưới sự hướng dẫn của những người lao động lành nghề hơn [] Đào tạo theo kiểu chỉ dẫn công việc Quá trình Đào tạo bắt đầu bằng sự giới thiệu và giải thích của người dạy về mục tiêu của công việc và chỉ dẫn tỉ mỉ, theo từng bước về cách quan sát, trao đổi, học hỏi và làm thử cho tới khi thành thạo dưới sự hướng dẫn và chỉ dẫn chặt chẽ của người dạy Đào tạo theo kiểu học nghề chương trình Đào tạo bắt đầu bằng việc

61. Trang 82: của đơn vị cần trang bị tương đối đầy đủ kiến thức về chuyên môn, chuyên ngành lý thuyết lẫn thực hành

Độ trùng lặp: **52%**

Nguồn: <https://123docz.net/document/3709976-hoan-thien-cong-tac-dao-tao-nhan-luc-tai-cong-ty-c-o-phan-dich-vu-moi-truong-do-thi-tu-liem.htm>

Nội dung nguồn: trang bị tương đối đầy đủ kiến thức lý thuyết lẫn

62. Trang 82: đào tạo elearning như hiện nay đơn vị đang làm ; Ngoài việc nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, thì việc nâng cao kỹ năng giao tiếp, khả năng ngoại ngữ và các kinh nghiệm khác trong các chương trình đào tạo của Trung tâm là vô cùng cần thiết giúp hoạt động chăm sóc khách hàng của Trung tâm ngày càng được hoàn thiện, củng cố và không ngừng cải tiến nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng

Độ trùng lặp: **79%**

Nguồn: <https://123docz.net/document/9161729-hoan-thien-cong-tac-quan-tri-quan-he-khach-hang-cua-trung-tam-vien-thong-sa-thay.htm>

Nội dung nguồn: việc nâng cao trình độ chun mơn nghiệp vụ, thì việc nâng cao kỹ năng giao tiếp, khả năng ngoại ngữ và các kinh nghiệm khác trong các chương trình Đào tạo của nhân viên là vô cùng cần thiết giúp hoạt động chăm sóc khách hàng của Trung tâm viễn thông Sa Thầy ngày càng được hoàn thiện, củng cố và không ngừng cải tiến nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng Hằng năm, chia

63. Trang 82: Các khóa học đào tạo cần được tổ chức nghiêm túc, có kiểm tra đánh giá kết quả thường xuyên để làm căn cứ xem xét thi đua định kỳ, xét nâng lương và xây dựng kế hoạch, chương trình đào tạo cho thời gian tiếp theo

Độ trùng lặp: **76%**

Nguồn: <https://123doc.net/document/8922381-luan-van-thac-si-quan-tri-khach-hang-doanh-nghiep-tai-viettel-bac-ninh-chi-nhanh-tap-doan-vien-thong-quan-doi.htm>

Nội dung nguồn: Các khóa học, đào tạo cần tổ chức nghiêm túc, có kiểm tra đánh giá kết quả thường xuyên để làm căn cứ xem xét thi đua định kỳ, xét nâng lương xây dựng kế hoạch, chương trình đào tạo cho thời gian

64. Trang 82: Những học viên xuất sắc cần được khen thưởng, động viên kịp thời để khuyến khích và tạo động lực cho nhân viên toàn Trung tâm

Độ trùng lặp: **76%**

Nguồn: <https://123doc.net/document/8922381-luan-van-thac-si-quan-tri-khach-hang-doanh-nghiep-tai-viettel-bac-ninh-chi-nhanh-tap-doan-vien-thong-quan-doi.htm>

[ai-viettel-bac-ninh-chi-nhanh-tap-doan-vien-thong-quan-doi.htm](#)

Nội dung nguồn: Những học viên xuất sắc cần khen thưởng, đồng viên kịp thời để khuyến khích tạo động lực cho nhân viên

65. Trang 83: Tổ chức các đợt thi chuyên môn nghiệp vụ về hoạt động CSKH của Trung tâm hàng tháng, Quý

Độ trùng lặp: 94%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-dic-h-vu-vien-thong-vinaphone-1608838.html>

Nội dung nguồn: Tổ chức các đợt thi chuyên môn nghiệp vụ về hoạt động CSKH của Trung tâm

66. Trang 83: Các khóa đào tạo cần được tổ chức một cách nghiêm túc, có kiểm tra đánh giá kết quả để làm căn cứ xem xét thi đua của từng nhân viên theo định kì

Độ trùng lặp: 63%

Nguồn: <https://123doc.net/document/8922381-luan-van-thac-si-quan-tri-khach-hang-doanh-nghiep-t-ai-viettel-bac-ninh-chi-nhanh-tap-doan-vien-thong-quan-doi.htm>

Nội dung nguồn: Các khóa đào tạo cần tổ chức cách nghiêm túc, có kiểm tra đánh giá kết để làm xem xét thi đua nhân viên theo định

67. Trang 83: Ngoài việc đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng cho người lao động, để đội ngũ nhân viên dành mọi sự quan tâm vào công việc Trung tâm cần đảm bảo rằng người lao động, được tôn trọng và quản trị quan hệ khách hàng mang lại lợi ích cho họ Các yếu tố cần quan tâm khuyến khích người lao động, là + Đề cao ý kiến nhân viên đội ngũ nhân viên là người trực tiếp thực hiện hoạt động, quản trị quan hệ khách hàng tại đơn vị nên khi triển khai CRM, nhà quản trị cần lấy ý kiến Đề xuất của đội ngũ nhân viên

Độ trùng lặp: 74%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-hoan-thien-cong-tac-quan-ly-qua-n-he-khach-hang-tai-ngan-hang-q-2338630.html>

Nội dung nguồn: Ngoài việc nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng cho người lao động, để đội ngũ nhân viên dành mọi sự quan tâm vào công việc VIB cần đảm bảo rằng họ, được tôn trọng và hoạt động, quản lý QHKK mang lại lợi ích cho họ, các yếu tố cần được quan tâm nhằm khuyến khích người lao động, là Đề cao ý kiến nhân viên đội ngũ nhân viên là người trực tiếp thực hiện hoạt động, quản lý QHKK tại ngân hàng nên khi tiến hành triển khai hoạt động, quản lý QHKK, lãnh đạo hệ thống ngân hàng cần lấy ý kiến Đề xuất của đội ngũ nhân viên Thông qua các Đề xuất, đội ngũ nhân viên được góp ý kiến của mình trong việc xây dựng tổ chức và nâng cao chất lượng dịch vụ khi nhân viên được

68. Trang 83: Thông qua các đề xuất, đội ngũ nhân viên được đóng góp ý kiến của mình trong việc xây dựng tổ chức và nâng cao chất lượng dịch vụ

Độ trùng lặp: 92%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-ly-kinh-te-hoan-thien-cong-tac-quan-ly-khach-ha-ng-tai-ngan-hang-thuong-mai-co-2454685.html>

Nội dung nguồn: của đội ngũ nhân viên Thông qua các đề xuất, đội ngũ nhân viên được góp ý kiến của mình trong việc xây dựng tổ chức và nâng cao chất lượng dịch vụ Khi nhân viên được đóng góp ý kiến của mình trong

69. Trang 83: Khi nhân viên được đóng góp ý kiến của mình thì họ sẽ nỗ lực hơn vì sự phát triển của tổ chức,

Độ trùng lặp: **81%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-ly-kinh-te-hoan-thien-cong-tac-quan-ly-khach-ha-ng-tai-ngan-hang-thuong-mai-co-2454685.html>

Nội dung nguồn: Khi nhân viên được đóng góp ý kiến của mình trong công tác xây dựng tổ chức họ sẽ nỗ lực hết mình vì sự phát triển của

70. Trang 83: + Chính sách đãi ngộ khen thưởng quản trị quan hệ khách hàng cũng là một chức năng và nhiệm vụ quan trọng trong đơn vị

Độ trùng lặp: **61%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-ly-kinh-te-hoan-thien-cong-tac-quan-ly-khach-ha-ng-tai-ngan-hang-thuong-mai-co-2454685.html>

Nội dung nguồn: Chính sách đãi ngộ khen thưởng. Hoạt động Quản lý khách hàng cũng là một chức năng và nhiệm vụ trong ngân hàng. Ngân hàng cần xây dựng một Chính sách đãi

71. Trang 83: Trung tâm cần xây dựng chính sách đãi ngộ đối với những cá nhân hoàn thành tốt công việc được giao

Độ trùng lặp: **85%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-ly-kinh-te-hoan-thien-cong-tac-quan-ly-khach-ha-ng-tai-ngan-hang-thuong-mai-co-2454685.html>

Nội dung nguồn: đãi ngộ đối với những cá nhân hoàn thành tốt công việc

72. Trang 84: 3 2 5 Giải pháp về công nghệ Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương luôn đầu tư khoa học công nghệ mới nhất, chất lượng dịch vụ của Trung tâm không ngừng được cải tiến nhằm đem lại cho khách hàng một dịch vụ hoàn hảo nhất.

Độ trùng lặp: **72%**

Nguồn: <https://123docz.net/document/4916395-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-dich-vu-vien-thong-vinaphone-thuc-trang-va-giai-phap.htm>

Nội dung nguồn: luôn đầu tư khoa học công nghệ mới nhất, chất lượng dịch vụ của Trung tâm không ngừng được cải tiến nhằm đem lại cho khách hàng một dịch vụ hoàn hảo nhất. Trung

73. Trang 84: Cụ thể là Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương triển khai xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu khách hàng thống nhất với hệ thống của VNPT Vinaphone nhằm kết nối chặt chẽ dữ liệu về khách hàng

Độ trùng lặp: **71%**

Nguồn: <https://123docz.net/document/4916395-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-dich-vu-vien-thong-vinaphone-thuc-trang-va-giai-phap.htm>

Nội dung nguồn: Trung tâm VinaPhone triển khai xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu khách hàng thống nhất với hệ thống của Trung tâm VinaPhone nhằm kết nối chặt chẽ dữ liệu về khách hàng

74. Trang 84: về định hướng cho tương lai gần, hệ thống tính cước, thu cước, thông tin khách hàng được thông qua ngân hàng thông tin (CSDL) và qua mạng công cộng, khách hàng có thể trả cước, qua hệ thống VNPT Pay, qua ngân hàng

Độ trùng lặp: **70%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Về định hướng cho tương lai không xa, hệ thống tính cước, thu cước, thông tin KH

được thông qua ngân hàng thông tin và qua mạng công cộng. KH có 60 thể trả cước. qua mạng

75. Trang 84: Nhân viên thu cước không phải đi thu từng nhà như hiện nay

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://123docz.net/document/3586951-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang.htm>

Nội dung nguồn: Nhân viên thu cước không phải đi thu từng nhà như

76. Trang 84: Đẩy mạnh việc khách hàng sử dụng app My VNPT để khách hàng tự quản lý dịch vụ, tự lựa chọn gói cước phù hợp, có sẵn các kênh tương tác với VNPT Phát triển và hoàn thiện mạng thông tin tối ưu để hỗ trợ khách hàng là mục tiêu của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương cũng như tất cả các nhà khai thác thông tin di động trong điều kiện đặc thù kinh doanh khai thác lĩnh vực Dịch vụ viễn thông

Độ trùng lặp: 52%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Phát triển và hoàn thiện mạng thông tin tối ưu để hỗ trợ khách hàng là mục tiêu của Vinaphone cũng như tất cả các nhà khai thác thông tin di động trong điều kiện đặc thù kinh doanh khai thác lĩnh vực Viễn thông. Hệ thống thông tin hoàn thiện sẽ

77. Trang 84: Hệ thống thông tin hoàn thiện sẽ là công cụ vô cùng đắc lực quyết định đến năng suất lao động và hiệu quả lao động

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Hệ thống thông tin hoàn thiện sẽ là công cụ vô cùng đắc lực quyết định đến năng suất lao động và hiệu quả

78. Trang 84: Trong đó, vấn đề cơ bản nhất là các xây dựng các chiến lược và các mục tiêu Trong việc phát triển, hoàn thiện hệ thống thông tin một cách cụ thể, có căn cứ khoa học và phù hợp với thực tiễn kinh doanh cũng như định hướng phát triển, của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương

Độ trùng lặp: 89%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Trong đó, vấn đề cơ bản nhất là các xây dựng các chiến lược và các mục tiêu Trong việc phát triển, hoàn thiện hệ thống thông tin một cách cụ thể, có căn cứ khoa học và phù hợp với thực tiễn kinh doanh cũng như định hướng phát triển, của Vinaphone Sau đó, là đội ngũ cán bộ tin học cần được tuyển dụng và đào tạo một cách bài bản và khoa học sao cho có thể, tiếp cận với công nghệ mới một cách linh hoạt

79. Trang 84: một hệ thống tích hợp các chương trình quản lý và khai thác nghiệp vụ của dịch vụ khách hàng hoàn hảo là rất cần thiết và cấp bách để khắc phục các tồn tại hiện nay về tốc độ và khả năng khai thác của hệ thống thông tin

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: hợp các chương trình quản lý và khai thác nghiệp vụ của dịch vụ khách hàng hoàn

hảo là rất cần thiết và cấp bách để khắc phục các tồn tại hiện nay về tốc độ và khả năng khai thác của hệ thống thông tin Một hệ thống thông tin

80. Trang 84: Một hệ thống thông tin đồng bộ và thống nhất cần được nghiên cứu xây dựng dựa trên cốt lõi là hệ thống tính cước và quản lý khách hàng

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: hệ thống thông tin Một hệ thống thông tin đồng bộ và thống nhất cần được nghiên cứu xây dựng dựa trên cốt lõi là hệ thống tính cước và quản lý khách hàng Đảm bảo tính bảo mật, an toàn

81. Trang 84: Đảm bảo tính bảo mật, an toàn và các chức năng tác nghiệp hỗ trợ cho dịch vụ khách hàng nói chung và hoạt động chăm sóc khách hàng nói riêng

Độ trùng lặp: 88%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Đảm bảo tính bảo mật, an toàn và các chức năng tác nghiệp hỗ trợ cho dịch vụ khách hàng nói chung và hoạt động CSKH

82. Trang 85: Sau đó là đội ngũ cán bộ tin học cần được tuyển dụng và đào tạo một cách bài bản và khoa học sao cho có thể tiếp cận với công nghệ mới một cách linh hoạt và sáng tạo đủ khả năng tiếp thu và phát triển công nghệ tin học mới vào điều kiện thực tế của Trung tâm

Độ trùng lặp: 73%

Nguồn: <https://123docz.net/document/7730500-day-manh-hoat-dong-cham-soc-khach-hang-doanh-nghiep-tai-trung-tam-dien-toan-truyen-so-lieu-khu-vuc-i-tt.htm>

Nội dung nguồn: Sau đó là đội ngũ cán bộ tin học cần được tuyển dụng và đào tạo một cách bài bản và khoa học sao cho có thể tiếp cận với công nghệ mới một cách linh hoạt và sáng tạo nâng cao

83. Trang 85: nâng cao năng lực cạnh tranh về thế mạnh công nghệ giúp

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://123docz.net/document/3586951-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang.htm>

Nội dung nguồn: Nâng cao năng lực cạnh tranh về thế mạnh công nghệ

84. Trang 86: để thực hiện được các biện pháp nói trên cần Tổ chức triển khai các biện pháp để kiểm tra, giám sát và quản lý chặt chẽ việc tuân thủ các quy định về bảo vệ bí mật thông tin cá nhân của người sử dụng dịch vụ viễn thông tại doanh nghiệp; gắn trách nhiệm đến từng cá nhân; phân công lãnh đạo của doanh nghiệp chịu trách nhiệm và có hình thức xử lý khi tình trạng vi phạm không được cải thiện

Độ trùng lặp: 57%

Nguồn: <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Cong-nghe-thong-tin/Chi-thi-11-CT-BTTTT-tang-cuong-bao-ve-bi-mat-thong-tin-ca-nhan-nguoi-su-dung-dich-vu-ngan-sim-sai-quy-dinh-307406.aspx>

Nội dung nguồn: các quy định về trách nhiệm bảo vệ bí mật thông tin cá nhân của người sử dụng dịch vụ viễn thông; không mua bán, lưu thông SIM đã được kích hoạt sẵn dịch vụ di động trả trước khi chưa đăng ký thông tin thuê bao theo đúng quy định tổ chức triển khai các biện pháp Để kiểm

tra, giám sát và quản lý chặt chẽ việc tuân thủ các quy định về bảo vệ bí mật thông tin cá nhân của người sử dụng dịch vụ viễn thông và việc mua bán, lưu thông trên thị trường SIM đã được kích hoạt sẵn dịch vụ di động trả trước của các tổng đại lý bán SIM, đại lý bán SIM, các Điểm đăng ký thông tin thuê bao Rà soát, hoàn thiện các quy định quy trình bảo vệ thông tin và ngăn ngừa việc truy cập, sử dụng tiết lộ, sửa đổi

85. Trang 86: 3 3 2 Kiến nghị với ban lãnh đạo trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương Để thực hiện chiến lược CRM, trước hết, ban lãnh đạo trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương cần định hướng cho toàn bộ cán bộ nhân viên của trung tâm về tư tưởng CRM, của trung tâm

Độ trùng lặp: 62%

Nguồn: <https://123docz.net/document/4916395-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-dich-vu-vien-thong-vinaphone-thuc-trang-va-giai-phap.htm>

Nội dung nguồn: ban lãnh đạo Trung tâm Để thực hiện chiến lược CRM, trước hết, ban lãnh đạo Vinaphone cần định hướng cho toàn bộ cán bộ nhân viên của Trung tâm về tư tưởng CRM, của

86. Trang 86: Công việc triển khai hệ thống CRM không chỉ là việc của phòng chăm sóc khách hàng mà đó là việc của toàn bộ CBNV trung tâm với tư tưởng xuyên suốt khách hàng là thượng đế và luôn hướng đến các hoạt động làm khách hàng hài lòng nhằm giúp cho Vinaphone đạt được mục tiêu đề ra trong định hướng phát triển của trung tâm

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://123docz.net/document/4916395-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-dich-vu-vien-thong-vinaphone-thuc-trang-va-giai-phap.htm>

Nội dung nguồn: định hướng cho toàn bộ cán bộ nhân viên của trung tâm về tư tưởng CRM của trung tâm Công việc triển khai hệ thống CRM không chỉ là việc của phòng chăm sóc khách hàng mà đó là việc của toàn bộ CBNV trung tâm với tư tưởng xuyên suốt khách hàng là thượng đế và luôn hướng đến các hoạt động làm khách hàng hài lòng nhằm giúp cho Vinaphone đạt được mục tiêu đề ra trong định hướng phát triển của trung

87. Trang 86: Tất cả CBNV của đạo Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương cần được phổ biến về vai trò, tầm quan trọng của khách hàng đối với Trung tâm

Độ trùng lặp: 51%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/nang-cao-chat-luong-dich-vu-nham-tang-cuong-su-hai-long-cua-khach-hang-tai-ngan-hang-thuong-mai-viet-2247812.html>

Nội dung nguồn: hàng cần được phổ biến về vai trò, tầm quan trọng của khách hàng đối

88. Trang 87: công việc chăm sóc khách hàng, là công việc của tất cả mọi người trong trung tâm trong đó bộ phận chăm sóc khách hàng, đóng vai trò then chốt

Độ trùng lặp: 63%

Nguồn: <https://123docz.net/document/5098549-gia-i-pha-p-marketing-tru-c-tuye-n-ta-i-cong-ty-vie-t-nam-travelmart.htm>

Nội dung nguồn: là Công việc của tất cả mọi người trong doanh nghiệp trong đó bộ phận Marketing đóng vai trò then chốt Mục đích của Marketing du lịch là làm hài lòng khách hàng xây dựng lòng trung thành của khách hàng tăng lợi

89. Trang 89: Kết luận Chương 3 Chương này Đề xuất một số giải pháp nhằm cải thiện công tác quản trị quan hệ khách hàng tại Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương

Độ trùng lặp: 66%

Nguồn: <https://123docz.net/document/8129010-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-bac-ninh.htm>

Nội dung nguồn: đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác quản trị quan hệ khách hàng tại Trung tâm kinh doanh

90. Trang 90: Tại các DN, quản trị quan hệ khách hàng sẽ đem lại lợi nhuận cao và bền vững, đồng thời mang đến cho khách hàng sự hài lòng, thỏa mãn nhu cầu và tạo ra giá trị cho khách hàng

Độ trùng lặp: 92%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-qquan-tri-quan-he-khach-hang-tai-cong-ty-thong-tin-di--1906845.html>

Nội dung nguồn: quản trị quan hệ khách hàng sẽ đem lại lợi nhuận cao và bền vững, đồng thời mang đến cho khách hàng sự hài lòng, thỏa mãn nhu cầu và tạo ra giá trị cho khách hàng Qua CRM tạo cho mỗi quan hệ giữa doanh nghiệp với khách hàng ngày càng thân thiện, gần gũi

91. Trang 90: Qua CRM tạo cho mỗi quan hệ giữa doanh nghiệp với khách hàng ngày càng thân thiện, gần gũi

Độ trùng lặp: 62%

Nguồn: <https://123docz.net/document/9139404-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-cong-ty-co-phan-dau-tu-va-thuong-mai-tuan-thanh.htm>

Nội dung nguồn: cho mỗi quan hệ giữa doanh nghiệp với khách hàng ngày

92. Trang 90: Đồng thời, qua cơ sở dữ liệu doanh nghiệp nắm bắt được nhu cầu của khách hàng, từ đó nghiên cứu và cung ứng thỏa mãn nhu cầu của khách hàng.

Độ trùng lặp: 55%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-an-tien-si-kinh-doanh-va-quan-ly-quan-tri-quan-he-khach-hang-tro-ng-kinh-doanh-bao-hiem-vat-cha-1701941.html>

Nội dung nguồn: cơ sở dữ liệu khách hàng, doanh nghiệp nắm bắt được nhu cầu của từng khách hàng, từng nhóm khách hàng, qua đó, tạo ra giá trị cung

93. Trang 90: vì vậy, doanh nghiệp muốn thành công chiến lược CRM phải thực hiện đầy đủ Việc đánh giá vị trí hiện Tại của doanh nghiệp liên quan đến giá trị, lòng trung thành và độ hài lòng của khách hàng

Độ trùng lặp: 76%

Nguồn: <https://123docz.net/document/140711-phan-mem-quan-ly-khach-hang-than-thiet.htm>

Nội dung nguồn: chiến lược CRM đầy đủ gặp rất nhiều khó khăn việc đánh giá vị trí hiện tại của doanh nghiệp liên quan đến giá trị, lòng trung thành và độ hài lòng của khách chưa đầy đủ Vì thiếu thông tin khách hàng giá trị, khách hàng phần lớn được đánh giá phiến diện theo doanh số trong khi lòng trung thành và độ hài lòng của khách hàng

94. Trang 90: việc thiết lập các mục tiêu về khách hàng phải rõ ràng, quan tâm đến việc chỉ ra các yêu cầu về con người kỹ năng, văn hóa, tổ chức, trách nhiệm, quyền hạn các yêu cầu về dữ liệu phải đầy đủ, logic, đồng bộ và thống nhất.

Độ trùng lặp: 63%

Nguồn: <https://123docz.net/document/140711-phan-mem-quan-ly-khach-hang-than-thiet.htm>

Nội dung nguồn: quan tâm đến Việc chỉ ra các yêu cầu về con người kỹ năng, văn hóa, tổ chức,

trách nhiệm, quyền hạn các yêu cầu về dữ liệu khách hàng thì hoàn toàn thiếu và không thống nhất dựa trên dữ

95. Trang 90: Thực hiện tốt chiến lược cho việc phân đoạn sản phẩm, chính sách giá, truyền thông và tương tác, kênh, dịch vụ khách hàng, và quản lý phân đoạn theo yêu cầu khách hàng.

Độ trùng lặp: **90%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/khoa-luan-tot-nghiep-quan-tri-quan-he-khach-hang-customer-relationship-management-trong-chien-luo-1676064.html>

Nội dung nguồn: chiến lược cho việc phân đoạn sản phẩm, chính sách giá, truyền thông và tương tác, kênh, dịch vụ khách hàng và quản lý phân đoạn theo yêu cầu khách hàng Chỉ rõ các yêu

96. Trang 90: Chỉ rõ các yêu cầu về hạ tầng (như các kỹ năng, tổ chức, công nghệ, phân tích và cơ sở dữ liệu) để định hướng cho các chiến lược hoạt động khác

Độ trùng lặp: **75%**

Nguồn: <https://123docz.net/document/7730395-mot-so-de-xuat-ve-cong-tac-quan-ly-quan-he-khach-hang-tai-tong-cong-ty-buu-chinh-viet-nam-tt.htm>

Nội dung nguồn: Chỉ rõ các yêu cầu về cơ sở hạ tầng (bao gồm các kỹ năng, tổ chức, IT, phân tích và dữ liệu) để định hướng cho các chiến lược hoạt động khác

97. Trang 90: do thời gian hạn chế và kiến thức có hạn nên luận văn này không tránh khỏi những sai sót, bất cập

Độ trùng lặp: **73%**

Nguồn: <https://123docz.net/document/3112933-phan-tich-tinh-hinh-huy-dong-von-va-cho-vay-tai-ngan-hang-nong-nghiep-va-phat-trien-nong-thon-chi-nhanh-o-mon-thanh-pho-can-tho.htm>

Nội dung nguồn: hạn chế và kiến thức có hạn nên luận văn này

98. Trang 90: Vì vậy, luận văn rất mong nhận được nhiều ý kiến đóng góp chân thành của các cô giáo, thầy giáo, bạn bè và đồng nghiệp để luận văn này được hoàn thiện hơn

Độ trùng lặp: **73%**

Nguồn: <https://123docz.net/document/6767631-xay-dung-van-hoa-to-chuc-tai-co-quan-huyen-uy-hoa-vang.htm>

Nội dung nguồn: Vì vậy, luận văn rất mong nhận đ ợc nhiều ý kiến đóng góp chân thành của các thầy, cô giáo, bạn bè và đồng nghiệp để đề tài này đ ợc hoàn

99. Trang 91: Nguyễn Thanh Bình và cộng sự, (2011), Quản trị quan hệ khách hàng tại các doanh nghiệp xuất nhập khẩu Việt Nam đề tài nghiên cứu khoa học Bộ giáo dục và đào tạo

Độ trùng lặp: **100%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Nguyễn Thanh Bình và cộng sự 2011 Quản trị quan hệ khách hàng tại các doanh nghiệp xuất nhập khẩu Việt Nam, đề tài nghiên cứu khoa học Bộ giáo dục và

100. Trang 91: TS Trương Đình Chiến (2014), Quản trị Quan hệ khách hàng Nhà xuất bản Giao thông vận tải.

Độ trùng lặp: **78%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-chuyen-nganh-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-ngan-hang-tmcp-da-2169423.html>

Nội dung nguồn: quan hệ khách hàng, Nhà xuất bản giao thông vận tải

101. Trang 91: Nguyễn Hồ Minh Đức, (2013), Quản trị khách hàng tại Trung tâm dịch vụ

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Nguyễn Hồ Minh Đức 2013 Quản trị khách hàng tại Trung tâm dịch

102. Trang 91: Viễn thông Vinaphone, Luận văn thạc sĩ, trường Đại học Đà Nẵng

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://123docz.net/document/8139927-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-bac-ninh.htm>

Nội dung nguồn: Viễn thông Vinaphone, Luận văn thạc sĩ, trường Đại học Đà Nẵng Luận

103. Trang 91: Hoàng Thị Giang, (2012), Quản trị quan hệ khách hàng tại Tổng công ty Bưu chính Việt Nam, Luận văn thạc sĩ, học viện công nghệ Bưu chính Viễn thông

Độ trùng lặp: 100%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Quản trị khách hàng tại Trung tâm dịch vụ Viễn thông Vinaphone, Luận văn thạc sĩ, trường Đại Học Đà Nẵng [6] Hoàng Thị Giang 2012 Quản trị quan hệ khách hàng tại Tổng công ty Bưu chính Việt Nam, Luận văn thạc sĩ, Học viện công nghệ Bưu chính

104. Trang 91: GS TS Bùi Xuân Phong (2010) Cải tiến hoạt động quan hệ khách hàng tại các bưu điện tỉnh, thành phố Thông tin Khoa học công nghệ và Kinh tế bưu điện

Độ trùng lặp: 93%

Nguồn: <https://123docz.net/document/8139927-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-bac-ninh.htm>

Nội dung nguồn: GS TS Bùi Xuân Phong Cải tiến hoạt động quan hệ khách hàng tại các bưu điện tỉnh, thành phố, (/) Thông tin Khoa học công nghệ và Kinh tế

105. Trang 91: GS TS Bùi Xuân Phong (2011), Nâng cao độ hài lòng của khách biên pháp quan trọng giữ chân khách hàng thông tin Khoa Học công nghệ và Kinh tế Bưu điện

Độ trùng lặp: 91%

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: GS TS Bùi Xuân Phong Cải tiến hoạt động quan hệ khách hàng, tại các Bưu điện tỉnh, thành phố (6/2010) Thông tin Khoa học công nghệ và Kinh tế Bưu điện Tập đoàn BCVT Việt Nam [8] GS TS Bùi Xuân Phong Nâng cao độ hài lòng của khách biên pháp quan trọng giữ chân khách hàng, (2/2011) Thông tin Khoa học công nghệ và Kinh tế

106. Trang 91: Vũ Ngọc Xuân (2013), Triển khai quản trị Quan hệ khách hàng (CRM) Kinh nghiệm quốc tế và bài học cho các doanh nghiệp ở Việt Nam Tạp chí Kinh tế Phát Triển số 193, trang 37 45

Độ trùng lặp: **100%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/tom-tat-luan-van-thac-si-kinh-te-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-cong-ty-fpt-telecom-2003171.html>

Nội dung nguồn: Triển khai quản trị quan hệ khách hàng (CRM) Kinh nghiệm quốc tế và bài học cho các doanh nghiệp ở Việt Nam. Tạp chí Kinh tế phát Triển số 193, trang

107. Trang 91: Choi Sang Long, Raha Khalafinezhad, Wan Khairuzzman Wan Ismail & Siti Zaleha Abd Rasid (2013), Impact of CRM Factors on Customer Satisfaction and

Độ trùng lặp: **100%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Choi Sang Long, Raha Khalafinezhad, Wan Khairuzzman Wan Ismail & Siti Zaleha Abd Rasid, 2013 Impact of CRM Factors on Customer Satisfaction and Loyalt Canada Published by Candaian Center

108. Trang 91: Vani Haridasan & Shathi Venkattesh, (2011), CRM Implementation in Indian Telecom Industry Evluating the Effectiveness of Mobile Service Providers Using Data Envelopement Analysis

Độ trùng lặp: **100%**

Nguồn: <https://tailieu.vn/doc/luan-van-thac-si-quan-tri-kinh-doanh-quan-tri-quan-he-khach-hang-tai-trung-tam-kinh-doanh-vnpt-ba-2406709.html>

Nội dung nguồn: Vani Haridasan & Shathi Venkattesh 2011 CRM Implementation in Indian Telecom Industry Evluating the Effectiveness of Mobile Service Providers Using Data Envelopement Analysis

--- Hết ---