



# LÀM THẾ NÀO ĐỂ TRỞ THÀNH LIVE CHAT AGENT XUẤT SẮC

by Anh Do

# Giới thiệu

Tài liệu này sẽ cung cấp những kỹ năng cần thiết cho live chat agent để giao tiếp với khách hàng hiệu quả, nhanh chóng tìm ra vấn đề của khách hàng và thể hiện thương hiệu hay doanh nghiệp một cách chuyên nghiệp.

Một vài chi tiết trong tài liệu này có-vẻ-hiển-nhiên, tuy nhiên tầm quan trọng của nó là không thể phủ nhận. Giao tiếp hiệu quả giữa live chat agent và khách hàng đòi hỏi các kỹ năng mềm xuất sắc, khả năng xử lý nhiều vấn đề cùng lúc và nhìn trước được vấn đề hay nhu cầu, mong muốn của khách hàng.

1

## Kỹ năng giao tiếp

### THỐNG NHẤT VỀ PHONG CÁCH GIAO TIẾP VỚI CÁC THÀNH VIÊN TRONG NHÓM

Mục đích của giao tiếp là truyền tải những thông điệp. Và giao tiếp chỉ thực sự thành công khi người gửi và người nhận thông điệp lĩnh hội nó theo cùng một hướng. Phong cách hay văn hóa trong giao tiếp là cách mà bạn truyền tải thông điệp. Phong cách không phải là nội dung nhưng ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng và hiệu quả của việc truyền tải thông điệp.

Tùy từng lĩnh vực sản phẩm, dịch vụ hay định hướng của doanh nghiệp mà phong cách giao tiếp với khách hàng sẽ khác nhau. Dù là trang trọng, mực thước hay gần gũi, đơn

giản... thì điều quan trọng nhất vẫn là đảm bảo mọi khách hàng nhận được các thông tin và dịch vụ như nhau cho dù họ được hỗ trợ bởi các agent khác nhau.

Khi giao tiếp với khách hàng, các agent là những đại diện cho sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp chứ không còn là những cá nhân riêng lẻ. Đó là lí do để cần thiết có một sự tương đồng trong cách thức và phong cách giao tiếp.

## THỐNG NHẤT VỀ VIỆC SỬ DỤNG THUẬT NGỮ, THÔNG SỐ

Mỗi sản phẩm, dịch vụ thuộc các lĩnh vực khác nhau sẽ có hệ thống thuật ngữ riêng. Với vai trò là người hỗ trợ và cung cấp kiến thức, agent cần phải sử dụng chuẩn xác các thuật ngữ này để không gây sự nhầm lẫn cho khách hàng.

Đối với các thông số kỹ thuật, giá cả..., agent cũng cần phải thống nhất đơn vị đo và quy chuẩn sử dụng (quốc tế hay Việt Nam, của EU hay của Mỹ...).

Ví dụ, nếu theo quy chuẩn quốc tế, thì các thông số và đơn vị tiền tệ sẽ được sử dụng như sau:

- Đơn vị tiền tệ đứng trước số: \$5.00, €10.00, £20...
- Hàng thập phân cách nhau bởi dấu chấm (.)
- Hàng nghìn cách nhau bởi dấu phẩy (,)

## CẦN TRỌNG VỚI VIỆC SỬ DỤNG CHÍNH TẢ, DẤU CÂU VÀ NGỮ PHÁP

Tương tác với khách hàng qua live chat rất khác so với việc chat với bạn bè và gia đình trên Facebook hoặc các ứng dụng IM (Instant Messaging) khác. Cho dù quá trình diễn ra tương tự, nhưng các quy tắc riêng khiến cho 2 hình thức trở nên rất khác biệt.

Khi chat với gia đình và bạn bè trên các ứng dụng IM, bạn có thể không quá chú tâm tới việc viết hoa, chính tả hay ngữ pháp - điều này có thể chấp nhận được khi bạn tương tác trên một môi trường không quá nghiêm túc.

Tuy nhiên, khi bạn thể hiện thương hiệu và công ty của bạn trong phiên chat với khách hàng, bạn luôn phải thể hiện bản thân (và công ty) theo một cách chuyên nghiệp bằng cách đảm bảo bạn tránh các lỗi ngữ pháp và lỗi đánh máy.

Luôn dành ra thêm một vài giây để xem lại phản hồi của bạn trước khi nhấn gửi. Điều này sẽ giúp hạn chế các lỗi không đáng có - các lỗi cho thấy bạn không phải là người đại diện tốt và công ty của bạn cũng vậy.

Các quy tắc chính tả cơ bản cần phải tuân thủ:

- Viết hoa chữ đầu câu
- Viết hoa danh từ riêng
- Hạn chế các biểu tượng cảm xúc (emoticons). Chỉ dùng khi chắc chắn khách hàng hiểu hoặc khách hàng có sử dụng. Tránh lạm dụng hoặc dùng tùy tiện.
- Không viết tắt. Trong một số trường hợp, có thể sử dụng với tần suất ít một số ký tự rất phổ biến, hoặc khi thấy khách hàng có sử dụng.

## SỬ DỤNG CẤU TRÚC CÂU KHÔNG QUÁ PHỨC TẠP

Cấu trúc câu có ảnh hưởng lớn đến việc tiếp nhận thông tin của khách hàng. Trong quá trình tương tác, agent cần chú ý:

- Phân hồi ngắn gọn, súc tích và đi thẳng vào vấn đề. Đưa nội dung quan trọng nhất lên đầu câu hoặc câu đầu tiên của đoạn văn. Những thông điệp đầu tiên luôn là những thông điệp được ghi nhớ và chú ý nhiều nhất.
- Hạn chế sử dụng cấu trúc câu quá phức tạp.
- Vấn đề quan trọng để độc lập trong một câu hoàn chỉnh để người đọc dễ chú ý và tập trung vào vấn đề hơn.
- Cố gắng giới hạn số lượng câu trong một lần phản hồi (3-4 câu). Các phản hồi dài không chỉ khiến các agent mất thời gian soạn thảo, mà còn khiến khách

hàng mất nhiều thời gian hơn để đọc. Nếu bạn cần cung cấp hướng dẫn từng bước, hãy tách ra thành từng đoạn nhỏ và gửi lần lượt cho khách hàng. Dành cho khách hàng một khoảng thời gian để đọc đoạn này trước khi bạn gửi đoạn khác.

## CÁ NHÂN HÓA

Hiện nay, dịch vụ khách hàng có vai trò quan trọng ngang với giá thành hay chất lượng sản phẩm. Đồng thời, 73% khách hàng hài lòng hơn với các thương hiệu đem lại cho họ trải nghiệm cá nhân hóa.

Điều đó có nghĩa rằng, việc cung cấp dịch vụ tốt là điều cực kỳ quan trọng, và cung cấp dịch tốt được cá nhân hóa còn quan trọng hơn thế rất nhiều.

*“Xin chào, tôi có thể hỗ trợ gì cho bạn?”* - Câu hỏi này đơn giản và đủ lịch sự.

*“Chào Linh, mình là Ngọc Anh. Bạn đang cần hỗ trợ về việc thanh toán?”* - Câu hỏi thứ hai này đem lại cảm giác gắn kết và tin tưởng hơn rất nhiều. Cả khách hàng và vấn đề của họ đều được gọi tên. Các yếu tố khiến lời chào thứ 2 này hiệu quả hơn:

### Gọi tên khách hàng

Các giải pháp Hỗ trợ khách hàng trực tuyến luôn có những tính năng để giúp bạn thu thập được thông tin khách hàng như form khảo sát trước khi bắt đầu cuộc chat, API để đồng bộ tài khoản khách hàng trên website hay các phần mềm CRM,... Việc của bạn là sử dụng tên gọi để tương tác với khách hàng trong quá trình hỗ trợ.

Nếu chưa có thông tin khách hàng từ bất kỳ nguồn nào, hãy chú ý tới việc hỏi tên khách hàng để sử dụng trong cuộc chat và lưu lại để cá nhân hóa các tương tác tiếp theo.

### Cho khách hàng biết tên của bạn

Giới thiệu bản thân luôn là bước đầu tiên quan trọng để thiết lập bất kỳ mối quan hệ nào, cộng tác hay bạn bè. Và trong mối quan hệ với khách hàng cũng như vậy.

Điều này không chỉ giúp giảm bớt cảm giác máy móc, tự động trong quá trình hỗ trợ, mà còn tăng thêm sự tin tưởng của khách hàng rằng cá nhân bạn sẽ chịu trách nhiệm cho vấn đề của họ.

Đừng lệ thuộc vào ảnh đại diện và/hoặc dòng tên trên cửa sổ chat, khách hàng sẽ thoải mái hơn rất nhiều khi agent giới thiệu bản thân một cách trực tiếp, cởi mở.

## 2

# Kỹ năng tiếp nhận và xử lý vấn đề

## TIẾP NHẬN VẤN ĐỀ

Điều quan trọng nhất khi tiếp nhận vấn đề của khách hàng là kỹ năng lắng nghe, dẫn dắt và gợi mở để khách hàng có thể cung cấp những thông tin cần thiết nhất giúp bạn xác định chính xác vấn đề mà họ gặp phải.

### Sử dụng các câu hỏi gợi mở và thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ

Điều này sẽ giúp khách hàng của bạn sẽ trình bày mong muốn, yêu cầu của họ với bạn một cách dễ dàng hơn, và phản hồi bạn nhận được từ khách hàng sẽ chi tiết hơn rất nhiều câu trả lời “có” hoặc “không”.

*“Bạn có thể nói chi tiết hơn về...”*

*“Minh có thể hỗ trợ gì cho bạn...”*

Trước khi đưa ra giải pháp, agent cần chắc chắn đã nắm được đầy đủ thông tin, hiểu được những khúc mắc của khách hàng. Hãy đặt câu hỏi cho khách hàng một cách thông minh và tiếp nhận thông tin có chọn lọc, tránh việc làm cho khách hàng và chính bạn trở nên “rối”.

*“Có phải bạn đang muốn hỏi về...”*

*“Ý bạn có phải là...”*

*“Bạn mô tả rõ hơn để mình hỗ trợ bạn được không?”*

### **Luôn lắng nghe và thể hiện sự đồng cảm với khách hàng**

Khách hàng luôn muốn có một người bạn hay đồng minh để giúp đỡ họ bất cứ khi nào họ cần dịch vụ hoặc hỗ trợ. Để thực sự kết nối với khách hàng, ngoài sự thân thiện, bạn cần phải thể hiện sự đồng cảm và xây dựng lòng tin.

Ví dụ, khách hàng của bạn thông báo rằng họ đang gặp vấn đề với sản phẩm. Trước khi hỏi thêm thông tin cụ thể, bạn có thể bắt đầu với câu *“Tôi hiểu...”* để thể hiện rằng bạn đang lắng nghe và thực sự quan tâm tới vấn đề của khách hàng. Đừng đánh giá thấp sức mạnh của sự thấu hiểu và quan tâm tới cảm xúc của khách hàng.

## **XỬ LÝ VẤN ĐỀ**

### **Rà soát lại lịch sử trò chuyện**

Nếu khách hàng truy cập lần đầu, bạn có thể bỏ qua bước này. Nếu là khách quay lại thì việc đầu tiên bạn nên làm sau khi tiếp nhận vấn đề là rà soát lại lịch sử trò chuyện trước đó. Đây là một cách tuyệt vời để tìm hiểu về:

- Các vấn đề khách hàng đã gặp phải trong quá khứ và trải nghiệm của họ
- Các giải pháp đã được đưa ra trước đây
- Cuộc trò chuyện trong quá khứ của khách hàng với các agent khác hoặc có thể là với chính bạn.

Để phục vụ khách hàng tốt hơn, nếu khách truy cập có lịch sử trò chuyện, hãy dành ít nhất 30 giây để xem lại các tương tác trước đây của họ như một sự tự chuẩn bị cho mình, tránh tốn thời gian cho việc lặp lại các câu hỏi và tìm kiếm giải pháp.

### **Thành thật khi chưa thể xử lý vấn đề được ngay**

Bạn không bao giờ xử lý được mọi vấn đề. Nên nếu không thể xử lý ngay, hãy thành thật và chia sẻ với khách hàng. Hãy cho khách hàng biết rằng bạn đang nỗ lực để tìm ra giải pháp và đưa ra cho họ một mốc thời gian nhất định.

- Hỏi đồng nghiệp hoặc quản lý của bạn để có thêm thông tin cần thiết giúp bạn xử lý vấn đề của khách hàng.
- Tự nghiên cứu, tìm hiểu cách thức xử lý. Chia sẻ thẳng thắn với khách hàng rằng bạn cần thêm thời gian, sau đó nhớ lưu lại thông tin của khách hàng (email hoặc số điện thoại) để liên lạc lại khi vấn đề được giải quyết.

### **Không hứa quá nhiều**

Trong một số trường hợp, đưa ra lời hứa với khách hàng có thể giảm bớt sự căng thẳng. Tuy nhiên, hãy hứa những điều bạn có thể chắc chắn thực hiện.

Chẳng hạn, nếu bạn cần tặng cho khách hàng một mã giảm giá, miễn phí vận chuyển hay các ưu đãi khác, hãy đảm bảo rằng ưu đãi đặc biệt đó được thông qua bởi quản lý, đừng “hứa suông” chỉ để làm dịu vấn đề tức thời.

Nếu bạn hứa là sẽ tìm hiểu vấn đề của khách hàng và phản hồi lại cho họ, thì hãy chắc chắn thực hiện. Không gì tồi tệ hơn đối với một doanh nghiệp khi có một nhân viên dịch vụ khách hàng không giữ lời hứa.

### **Tăng tốc độ phản hồi**

Một agent làm việc hiệu quả có thể xử lý cùng lúc 5 cuộc chat hoặc nhiều hơn. Trong một khảo sát của eDigital Research được thực hiện trên 2000 khách hàng, 64% người trả lời kỳ vọng chỉ mất 1 phút hoặc thấp hơn để gặp được hỗ trợ viên và tương tác với họ.



Về cơ bản, khách hàng sử dụng live chat không bao giờ muốn phải chờ đợi lâu để nhận được sự hỗ trợ. Dưới đây là 2 tình huống điển hình mà bạn có thể yêu cầu khách hàng chờ đợi:

- Khi có yêu cầu chat mới

Điều quan trọng là phản hồi khách hàng càng sớm “càng tốt”. Tuy nhiên, khi bạn đang trong một cuộc chat khác và không thể phản hồi khách hàng mới “ngay lập tức”, bạn có thể khách hàng đợi (dĩ nhiên là không quá lâu, nên ghi nhớ mốc “1 phút”).

- Nếu bạn cần rời khỏi cuộc chat trong hơn 1 phút

Hãy thông báo cho khách hàng rằng bạn sẽ dành một vài phút thu thập thêm thông tin hoặc tìm một cách để hỗ trợ tốt hơn. Nếu có thể, không bao giờ được ngắt quãng cuộc chat trong hơn 5 phút.

Nếu bạn thấy bị quá tải với số lượng cuộc chat, có thể yêu cầu quản lý của bạn giảm bớt. Điều quan trọng nhất là đem lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng chứ không phải số lượng khách hàng bạn có thể hỗ trợ cùng lúc.

Bạn cũng có thể tạo và sử dụng thư viện câu trả lời (tập hợp các câu trả lời sẵn cho các câu hỏi phổ biến của khách hàng) để tăng tốc độ phản hồi. Tuy nhiên, khi sử dụng tính năng này cần chú ý:

- Cá nhân hóa các câu trả lời với tên của khách hàng. Đây là nguyên tắc giao tiếp luôn cần tuân thủ khi tương tác qua live chat.
- Tránh gửi các câu trả lời một cách máy móc và tự động. Khách hàng đang tương tác với người thực chứ không phải với một cái máy.

Hãy sử dụng tính năng thư viện câu trả lời một cách linh hoạt, vì dù thế nào đi nữa, đó cũng chỉ là công cụ. Sau cùng, các kỹ năng quan trọng nhất của một live chat agent xuất sắc vẫn phải là sự nhạy bén, tốc độ trong tư duy xử lý vấn đề và kỹ năng đánh máy.

# Tổng kết

Trên đây là những kỹ năng cần thiết để giúp bạn làm việc hiệu quả dưới vai trò là một live chat agent. Tuy nhiên, tất cả mới chỉ là những điều cơ bản khởi đầu, quan trọng nhất là sự học hỏi và cố gắng không ngừng để mang đến cho khách hàng dịch vụ ngày một tốt hơn.

Là một live chat agent, bạn không chỉ đại diện cho chính bạn mà còn đại diện cho thương hiệu và cả công ty của bạn. Hãy thể hiện văn hóa dịch vụ khách hàng một cách chuyên nghiệp nhất!

## VỀ SUBIZ

Subiz là đơn vị cung cấp phần mềm dịch vụ (SaaS - Software as a Service) giúp doanh nghiệp tương tác với khách hàng theo thời gian thực ngay trên website.

Với các tính năng vượt trội và mạnh mẽ, Subiz giúp tăng tỷ lệ chuyển đổi trên website, tăng sự hài lòng của khách hàng và tiết kiệm chi phí vận hành. Hơn 30.000 website đã tin tưởng và sử dụng Subiz, trong đó có nhiều website của các doanh nghiệp lớn như Vingroup, FPTshop, Pico, Đại học FPT....

## Liên hệ

Tầng 6, tòa nhà Kailash, ngõ 92 Trần Thái Tông, Dịch Vọng Hậu, Cầu Giấy, Hà Nội | +84 473.021.368 | [support@subiz.com](mailto:support@subiz.com) | [www.subiz.com](http://www.subiz.com)



“ Hãy xem khách hàng của mình như những vị khách được mời đến một bữa tiệc, và chúng ta là chủ nhân của bữa tiệc. Công việc mỗi ngày là làm cho trải nghiệm khách hàng tốt lên từng chút một ”

- Jeff Bezos - CEO Zappos

TRẢI NGHIỆM SUBIZ MIỄN PHÍ TRONG 30 NGÀY